EMB00014ca40ebf▮ 여의도연구소 간담회 토론문▮

**포털 뉴스의 공정과 상생을 위한 간담회**

(2013. 9. 5)

윤영찬 네이버 미디어센터장

***네이버 뉴스의 형태***

1. **네이버뉴스 (인링크**)

* 정보제공료를 지급하고 뉴스컨텐츠를 구매해 하루 2만5000여개의 기사를 실시간으로 전송 받아 네이버소속 에디터들이 이를 편집해 노출하는 서비스. 계약서 체결 기준으로 70여개 회사 100여개 매체와 제휴 계약 체결되어 있음.

1. **뉴스검색 서비스 (아웃링크)**

* 통합검색에서 뉴스카테고리에 기사를 노출하는 서비스. 100여개 뉴스제휴 매체외에 검색에서만 노출되는 230여개의 매체와 검색제휴 계약을 맺고 있음.

1. **뉴스스탠드(아웃링크)**

* 언론사가 자사 홈페이지에 편집한 뉴스를 실시간으로 연동해 네이버에서 보여주는 서비스. 현재 106개 언론사와 뉴스스탠드 계약서를 체결하여 서비스 중임

네이버뉴스는 위 3가지 형태의 뉴스서비스를 통해 온라인에서의 이용자와 언론사가 만나는 뉴스소비의 접점을 확장시켰습니다. 이를 통해 이용자들에게는 빠르고 편리하게 뉴스를 소비할 수 있는 구조를 만들었고, 언론사에게는 각각 하루 1100만명(모바일), 350만명(PC)의 유저들이 뉴스를 접할 수 있는 플랫폼을 제공하였습니다.

형태는 다양하지만 네이버뉴스 서비스의 지향점은 같습니다. Aggregator로서 실시간 가장 중요하다고 생각하는 뉴스를 이용자들이 한 눈에 파악하도록 도와주고, 언론사들에게는 컨텐츠 사용료와 트래픽을 제공합니다.

네이버뉴스는 에디터들의 자의적 편집을 방지하기 위해 자체 가이드라인을 가지고 있습니다. 100여개 매체로부터 받는 다양한 시각의 기사들을 이용자들이 보고 판단할 수 있도록 리스트화해서 보여주고 있습니다. 또 기사 배열에 대해서도 이용자들이 반응을 바로 확인할 수 있다는 점에서 집단적 게이트 워치가 이뤄지고 있습니다.

네이버뉴스는 더 높은 차원의 기사배열의 공정성과 신뢰성을 확보하기 위해 관련분야 경험을 가진 언론인들이 참여하는 ‘편집 자문위원회’(가칭) 의 구성도 검토하겠습니다.

네이버뉴스는 현재 미디어업계의 화두로 부상하고 있는 뉴스컨텐츠 유료화 사업에 대해서도 다양한 방식으로 적극 지원할 예정입니다. 이를 통해 이용자들에게는 품격있는 Premium 컨텐츠를 제공하고, 언론사들은 새로운 수익구조를 마련할 수 있도록 적극 돕겠습니다.

이를 위해 미국의 press+, 유럽의 piano media와 같은 공동결제 솔루션을 만들어 언론사들에 제공함으로써 자사 홈페이지 뿐만 아니라 다양한 뉴스플랫폼에서도 유료화 실험이 이뤄질 수 있도록 지원할 예정입니다.

네이버뉴스는 지난 10년간 이용자들과 언론사들을 연결시켜주는 플랫폼의 역할을 충실히 수행해왔습니다. 하지만 최근들어 네이버뉴스에 대한 사회적 책임과 공공성 확보를 요구하는 목소리가 커지고 있습니다. 플랫폼 사업자로서 네이버내에서 노출되는 뉴스에 대한 책임으로부터 자유롭지 않다는 사실을 절감하고 있습니다. 그리고 그 책임을 회피할 생각도 없습니다. 네이버의 영향력이 커진만큼 무한책임의식을 가지고 그에 걸맞게 최선의 노력을 다하겠습니다.

1. **네이버 뉴스 편집 원칙**
2. **뉴스스탠드 전환 배경 및 현재 상황**
3. **뉴스 제휴 상생 모델 및 계약 유형**
4. **네이버뉴스 편집 원칙**

***네이버 뉴스 편집 원칙***

* **다양한 정보를 신속하고 정확하게 전달하겠습니다.**

- 이용자가 필요로 하는 정보를 신속하게 제공하면서도 정확한 전달이 되도록 노력하겠습니다.  
- 다양한 매체, 차별화된 시각의 정보를 함께 전달함으로써 이용자의 알 권리를 충족시키겠습니다.

* **균형 잡힌 편집으로 정치적 중립을 지키겠습니다.**

- 특정 계층의 논조나 입장을 지양하고 균형 있는 정보를 제공하겠습니다.   
- 뉴스 편집가이드 이외의 어떤 외부간섭이나 사적 이해관계도 배제하겠습니다.

* **사회적 공익 가치를 존중하겠습니다.**

- 상업적이거나 선정적인 내용의 기사는 지양하고 유익한 정보 전달에 힘쓰겠습니다.  
- 지역, 종교, 성적 차별을 부추기는 기사는 배제하겠습니다.  
- 장애인, 비정규직, 노인, 어린이 등 사회적 약자의 인권을 배려하고 존중하겠습니다.

* **이용자와 쌍방향 소통을 구현하겠습니다.**

- 이용자와 실시간으로 소통하고 정보제공자의 기사수정과 삭제 요청도 신속하게 반영하겠습니다.  
- 뉴스서비스에 대한 궁금증과 개선점 등을 들을 수 있는 네티즌의 소리를 운영하고 귀 기울이겠습니다.  
- 정정, 반론, 추후보도 기사 모음과 각 언론사 기사 중 고침보도 모음을 운영하고 신속하게 처리하겠습니다.

* **개인의 인격권 보호에 힘쓰겠습니다.**

- 기사나 댓글을 통해 개인정보가 유출되지 않도록 모니터링 의무를 다하겠습니다.  
- 기사 오보나 저작권 침해등의 문제로부터 이용자를 보호하는 24시간 안내센터를 운영하겠습니다.

***세부 편집 가이드***

1. **네이버 뉴스는 주요 이슈를 선정할 때 ‘언론사에서 현재 시간 가장 많은 기사가 들어오는 이슈’ 중심으로 선택한다는 것을 기본 원칙으로 삼고 있습니다.**

* 100여 개의 언론사에서 하루 2만여 개의 기사를 제공 받게 되면서 갖는 포털 뉴스의 특성이며, 이를 통해 뉴스 서비스의 객관성을 더 높일 수 있게 됩니다. 네이버는 ‘현재 진행형 방송 8시(또는 9시) 뉴스’ 제공을 목표로 합니다. 이 때문에 사회적 이슈에 대한 언론사들의 주목도와 네이버 뉴스의 주목도가 일치하고 있다고 저희는 판단하고 있습니다.
* 동일한 사안에 대해 다양한 언론사로부터 기사가 전송되어 올 경우 속보 기사의 경우는 가장 먼저 전송한 기사거나 최대한 사건의 정보가 충실히 담긴 기사를 선택합니다. 그 외의 기사의 경우 다양한 입장과 논조를 갖는 언론사 기사들을 함께 배치해 최대한 객관성을 유지하고자 합니다.
* 특정 기사 폰트가 크거나 볼드체를 적용하는 이유에 대한 문제제기가 있습니다. 편집 영역에서 큰 폰트로 보여지는 기사 역시 해당 시간대 언론사에서 보내주는 기사들 중 가장 많은 기사가 들어오는 이슈 중심으로 선정하여 노출하고 있습니다. 특정 언론사 기사만 노출하지 않고 가급적 다양한 기사를 묶어 노출하도록 노력하고 있습니다.

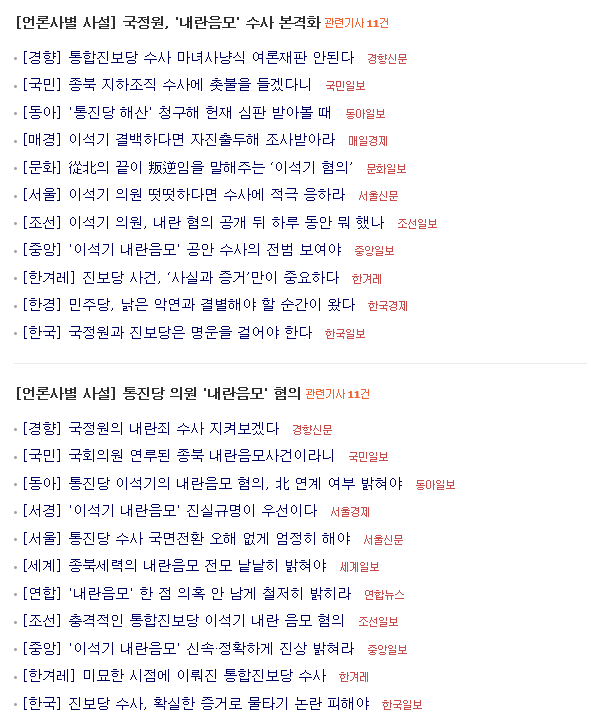
1. **네이버 뉴스는 기사 제목을 변경하지 않습니다.**

네이버는 기사의 내용과 제목을 변경하지 않습니다. 네이버에 뉴스를 제공하고 있는 언론사로부터 해당 언론사의 기사 제목이나 내용이 바뀌어져 fact가 왜곡되었다는 지적을 받은 바도 없습니다.

1. **네이버 뉴스는 특성 성향 또는 정파적 이해관계를 전혀 고려하지 않고 편집할 것을 중요한 원칙으로 삼고 있습니다.**

네이버 뉴스에서 포털 뉴스의 특성인 속보성과 실시간성을 가장 우선으로 고려하고 있으며 다양한 논조가 존재하는 이슈가 발생했을 경우 다양한 논조의 기사를 묶어 배치하고 있습니다.





1. **네이버 뉴스의 편집 시 주로 많이 활용하는 언론사가 따로 정해져있지 않습니다.**

* 네이버 뉴스는 특정 언론사를 상대적으로 많이 노출하고 있지 않습니다. 네티즌들이 원하는 정보를 충실히 전달하고 있는 기사라면 어떤 언론사에서 제공한 기사인지에 상관없이 기사를 활용하므로, 특별히 많이 활용하는 언론사가 따로 있지 않습니다. 다만, 뉴스를 제공하는 언론사 마다 기사를 전송하는 시간에 차이가 있어 통신사와 같이 실시간으로 기사를 보내오는 매체도 있고, 특정 시간대에 기사를 모아 한꺼번에 보내주는 곳도 있습니다.
* 예를들어 조선, 중앙, 동아일보와 같은 신문은 아침 시간대 기사를 일괄해서 보내주고, 경향, 한겨레 신문은 전날 저녁 시간대 보내주고 있어 시점에 따라 특정 언론사의 기사들이 많이 보일 수도 있습니다.

1. **대립하는 이슈의 경우 양측 입장을 모두 반영해 서비스하고 있습니다.**

* 특정 이슈에 대한 입장이 첨예하게 대립되는 경우가 있습니다. 이럴 경우 양측의 입장을 모두 편집 영역에 공정하게 반영해 서비스 하는 것을 원칙으로 하고 있습니다.
* 단, 네거티브 이슈 등으로 불가피하게 한쪽 입장만 노출된 경우 반대측 입장이 들어오는 즉시 균등하게 묶어 제공함합니다.

1. **네이버 뉴스 편집자는 개개인의 정치적 성향과 이해관계 · 연고에 따른 서비스를 하지 않으며, 특정 정파를 비호하거나 배격하지 않습니다.**

뉴스 편집자들은 회사 외부나 내부의 타 부서와 뉴스 편집에 관한 개별적 커뮤니케이션을 하지 않습니다. 회사에서도 뉴스편집에 대한 내부의 간섭에 대해서는 엄격히 금지하고 있습니다.

1. **뉴스스탠드**

***뉴스캐스트에서 뉴스스탠드로의 전환 배경***

네이버는 언론사의 편집권을 존중하여 네이버 메인에서의 뉴스서비스 편집을 포기하고 2009년 1월 뉴스캐스트를 전격 도입하였습니다. 언론사가 직접 이용자에게 뉴스를 소개하고 유통시킬 수 있는 구조가 마련됐고, 이를 통해 많은 뉴스의 소비가 이뤄지고 해당 트래픽이 각 언론사로 분배되는 등 근본적으로 언론사와 유통업체의 상생 모델을 만들었다는 점에서 큰 의미가 있었다고 봅니다.

그러나 동시에 참여 매체들간의 트래픽 경쟁이 과열되었고 결과적으로 선정적인 연성 컨텐츠들이 뉴스캐스트의 주요뉴스를 차지하는 부작용이 발생하였습니다. .

물론 선정성 이슈를 해결하기 위한 노력도 계속 진행했었습니다.

언론사별 보기에서 주제별 보기로 노출 방식을 바꿨고 외부전문가들로 옴부즈맨위원회를 구성하였으며, 시민단체를 통한 모니터링도 도입했지만 제한적 효과밖에 없었습니다. 또, 언론사들간의 과도한 트래픽 경쟁을 완화시키고자 2011년부터는 뉴스캐스트에 더 이상 언론사를 추가하지 않았습니다. 그러나 뉴스캐스트의 선정성 이슈는 해결이 난망하였고 결국 2013년 4월 1일자로 뉴스캐스트 서비스를 종료하고 뉴스스탠드를 도입하게 되었습니다.

***뉴스스탠드의 현재 상황 및 성과***

뉴스스탠드를 도입하게 된 가장 큰 이유는 네이버 메인의 선정성에 대한 이용자들의 불만이었습니다. 뉴스캐스트는 이용자가 선택권 없이 메인에 노출되는 기사를 무조건 봐야 했지만 뉴스스탠드는 이용자가 매체를 직접 선택한 뒤 기사를 소비하는 구조이므로 메인의 선정성에 대한 이용자들의 불만은 크게 줄어든 상황입니다.

뉴스스탠드는 이용자가 언론사를 인지하고 선택하기 때문에 언론사의 브랜드가 강조되는 모델입니다. 언론사의 브랜드 가치 향상은 뉴스컨텐츠 유료화라는 미디어업계의 화두와도 부합된다고 생각합니다.

뉴스스탠드로 언론사의 트래픽과 이용자 접근 편의성이 떨어진다는 지적을 받고 있고, 두 가지 관점에서 개선 방안을 준비중에 있습니다.

1. **뉴스 제휴 상생 모델**

***뉴스 제휴 상생 모델***

**상생 모델 1. 아쿠아 프로젝트**

- 한국언론진흥재단이 2005년부터 디지털뉴스저작권 사업 추진

- NHN이 2005~2006년 참여 매체의 뉴스 콘텐츠를 통합 아카이브로 구축하여 편집 시스템과 검색 API 지원

- NHN에서 구축 비용 14억원 + 매년 유지보수 비용 2천만원 무상 지원 (인프라 연 1천 + 인력 1천만원)

- 2012년 현재 총 77개의 매체 참여하고 있으며 2011년 56억원에서 2012년 96억원으로 매출 증가세

**상생 모델 2. 신문 디지타이징 “뉴스 라이브러리”**

- 동아일보/경향신문/한겨레/매일경제의 과거 신문(1920~1999년)을 비용 및 인력을 투자하여 3년여에걸친 공정끝에 디지타이징 완료.

- 뉴스 라이브러리(http://newslibrary.naver.com) 서비스 및 언론사에 산출물 공유



**상생 모델 3. 트래픽 제공**

- 2006년 12월 네이버 뉴스 검색 결과의 기본 링크를 각 언론사 사이트로 아웃링크 적용

* 연간 37억 3천 5백만 아웃링크 트래픽
* 다량의 검색 유입 트래픽을 언론사 사이트로 연결하여 광고 수익 증대 효과

- 2009년 1월 뉴스캐스트 도입

* 네이버의 심장인 메인 영역을 언론사에 전면 개방. 직접 편집권을 부여하고 언론사 사이트로 아웃링크 제공
* 뉴스캐스트로 인한 언론사간 과도한 경쟁과 선정적 보도 등 부작용 개선을 위해 뉴스스탠드로 전면 전환

- 2013년 4월 뉴스스탠드 도입

* 언론사판 단위의 소비구조로 전환 → 언론사 편집가치 전달
* 이용자 선택권 강화 → 언론사별 충성도 높은 이용자층 확보 기반

**상생 모델 4. 유료화 지원**

- 2013년 4월 오늘의 신문 오픈

* 국내 포털 중 첫 번째 신문 유료모델
* PDF 판매 및 기사 뷰어 내 광고로 발생하는 수익쉐어로 언론사 신규 수익 창출
* 한국일보, 국민일보 등 11개 언론사 참여, 가격 정책은 개별 언론사의 정책에 따라 결정

- 2013년 하반기 뉴스스탠드 광고수익 쉐어(아직 광고유치 전)

* 초기단계에 접어든 언론사들의 뉴스컨텐츠 유료화 사업에 대해서도 적극 지원할 예정.
* 미국의 press+, 유럽의 piano media와 같은 공동결제 솔루션을 만들어 자사 홈페이지 뿐만 아니라 뉴스플랫폼에서도 결제가 이뤄질 수 있도록 지원할 예정임.