

“지상파 중간광고, 문체부가 나서 막아야”

방통위는 협회 5개항 질의에 무성의한 답변

방송통신위원회가 지상파 중간 광고 허용을 위해 지난해 12월 18일 발표한 방송법 시행령 개정안에 대해, 신문협회는 4일 “매체균형발전을 부정하는 지상파 방송 편중 정책”이라며 즉각 폐기할 것을 재차 촉구했다.

신문협회는 이날 문화체육관광부를 통해 방통위에 제출한 의견서에서 “이번 지상파 중간광고 허용은 지상파 방송 경영난의 원인 및 대응책, 전체 광고시장의 현실 등에 대한 정확한 분석이나 진단 없이 추진되고 있다”고 비판했다.

신문협회는 “방송법 시행령 개정은 방통위의 소관이지만 신문, 유료방송, 잡지 등 전 매체에 지대한 영향을 미치고, 국민들에게도 직접적인 영향을 주는 사안이므로 저널리즘 및 미디어 정책 전반을 담당하는 문화체육관광부가 적극 나설 필요가 있다”며 ‘문체부 역할론’을 강조했다. 협회는 이어 “방송법 시행령 개정안”은 백지화하고, 각 매체 등 이해관계자가 참여하는 틀에서 종합적인 논의를 거친 후 국민적 동의를 얻는 절차를 밟는 것이 바람직하다”고 주장했다.

신문협회는 또 “동일 매체 내에서 여론 다양성을 구현하는 지상

파방송과 달리, 서로 다른 의견을 가진 복수 매체 간 경쟁을 통해 여론 다양성을 구현하는 매체가 신문”이라며 “미디어 정책의 목표가 지역적, 문화적, 정치적 다양성을 구현하는 것이라면 신문광고 시장의 위축은 여론 다양성 구현을 직접적으로 저해하게 돼 결국 건전한 민주주의 발전에 걸림돌로 작용한다”고 우려했다.

이번 방송법 시행령 개정안 입법 예고 기간은 1월 31일까지이며, 규

제개혁위원회·법제처 심사, 차관회의, 국무회의 의결 등을 거쳐 시행된다. 방통위는 이르면 오는 4월 개정 시행령안을 시행할 방침이나 국민 대다수, 국회, 시민단체 등 각계가 강력히 반대하고 있어 개정 과정이 녹록치 않을 전망이다.

한편 방통위는 신문협회가 지상파 중간광고와 관련해 작년 12월 17일 보낸 5개항의 공개질의에 대해 1월 8일 무성의하기 짝이 없는 회신을 해왔다. 신문협회의 질

의는 ①지상파 중간광고에 대해 국민 60%가 반대하고 있는데 방통위가 국민여론에 맞서겠다는 것인지 ②방송에는 특혜를 주고 신문 등 타 매체는 존립기반마저 위협하는 미디어간 ‘부익부 빈익빈’을 재촉하려는 이유는 무엇인지 ③지상파 방송이 약속한 자구노력을 제대로 이행하는지 결과를 지켜본 후 중간광고 허용 여부를 결정하는 것이 순서 아닌지 ④지상파에 대한 방통위의 특혜 조치가 반복되고 있는데 지상파 경영이 개선되고 있다고 보는지 ⑤부처간 협의 등 공론화 과정을 거쳤는

지 등으로 질문 내용이 매우 구체적이다.

반면 위 질문과 관련한 방통위의 답변은 “현재 시행령 개정안에 대한 입법예고 절차가 진행 중에 있으며 개정안은 입법예고 기간 동안 제출된 의견 등을 종합적으로 고려하여 확정될 예정입니다. 귀 협회에서 질의하신 질문을 비롯하여 다양한 의견을 검토하도록 하겠습니다”라는 내용으로만 돼 있다. 즉 ‘다양한 의견을 검토하겠다’는 방침만 밝혔을 뿐 정작 질의 자체에 대해서는 전혀 답변을 하지 않은 것이다.



‘국민일보의 실부수증감제 및 인쇄 외주 결정’ 신년 세미나

문발행인세미나를 개최했다. 발제는 변재운 국민일보 발행인이 맡았다. 세미나에 앞서 이병규 회장은 인사말을 통해 “지난해 발행인 여러분의 도움으로 적지 않은 성과를 거둔 측면도 있지만, 지상파 중간광고, 포털 대응, 프레스센터 언론계 환수, 신문구독료 소득공제 등은 여전히 진행 중이다”라며 협조를 당부했다.

신문협회는 1월 10일 부산 파라다이스호텔에서 ‘국민일보의 실부수증감제 및 인쇄 외주 결정, 그 배경과 효과’를 주제로 신년 신

네이버댓글, 여전히 동일인이 무더기 작성 드루킹 사건 이후에도 개선 기미 안 보여

한 사람이 하루에 1028개씩 댓글 달기도

포털의 뉴스 댓글이 여전히 동일인에 의해 무더기 작성되고 있는 것으로 나타났다.

지난해 초 드루킹 사건(포털 댓글 조작 사건)이 터진지 만 1년이 지났지만 이렇다 할 변화가 없는

것이다.

최근 한국언론진흥재단이 발표한 ‘뉴스 댓글 운영 현황과 개선방향’ 보고서에 따르면, 2018년 9월 9~15일 일주일간 네이버의 ‘댓글이 많은 기사’ 1480건에 달

린 총 179만 1847개의 댓글을 전수 분석한 결과, 상위 작성자 ID와 작성 댓글 수는 love****(7196개), park****(4901개), blue****(4562개), kang****(3318개), jung****(3270개) 등으로 조사됐다.

가장 많은 댓글을 단 love****는 하루 평균 1028개의 댓글을 달

았다는 뜻이다. 실제로 한 사람이 수작업으로 이렇게 많은 댓글을 달 수 있을지 의문스럽기도 하다.

네이버는 댓글 작성자의 ID를 모두 공개하지 않고 끝 네 자리를 ‘*’로 표시하여 노출하기 때문에, 화면상에 같은 ID로 되어 있더라도 동일인이라고 단정할 수는 없다. 그러나 댓글의 대부분이 ‘중복 의심 작성자’에 의해 잠식됐다는 해석은 충분히 가능하다.

정치, 경제, 사회, 생활/문화, 세계, IT과학, 스포츠, 연예 8개 분야

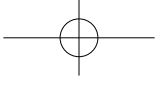
별로 조사한 결과, 동일 ID가 1개의 댓글만 작성하고 뉴스에서 간 경우는 스포츠와 연예 분야에서만 있었을 뿐 정치 경제 등 나머지 6개 영역에서는 없었다.

이번 연구를 맡은 김선호·오세욱 연구위원은 보고서에서 “기사를 전체적으로 보지 않고 제목만 보고 판단해 댓글을 작성하는 경우도 있었다”고 밝혔다. 이어 “이러한 문제점을 해결하기 위해서는 댓글이 개인의 감정을 표출하는 수단이 아니라 다른 시민과의 견 교환의 수단으로 기능할 수 있도록 일정 수준의 정보적 내용을 담도록 해야 한다”며 “뉴스 기사를 2/3 이상 읽은 후에 댓글을 작성할 수 있는 권한을 주는 제도를 도입할 것”을 제안했다.

기사 분류별 댓글 작성자 중 중복 의심 작성자

※ 출처: 한국언론진흥재단 연구서·뉴스 댓글 운영 현황과 개선방향

분류	정치	경제	사회	생활·문화	세계	IT과학	스포츠	연예
전체 작성자	57,783	54,314	73,920	20,116	22,922	16,143	51,227	37,688
중복 의심 작성자	57,783	54,314	73,920	20,116	22,922	16,143	10,186	31,958



신년사로 본 회원사 새해 비전과 목표

디지털 환경 대응·신규사업 발굴에 주력

기해년(己亥年) 신문업계가 내세운 핵심 가치는 ‘디지털 환경 대응’과 ‘신규사업 발굴’로 요약된다. 신문협회 회원사 신년사를 분석한 결과, 회원사들은 디지털 플랫폼을 통한 뉴스 소비가 크게 증가하는 등 미디어 환경이 변화함에 따라 각 플랫폼에 최적화된 뉴스를 제공하는 데 역량을 집중할 방침이다. 갈수록 어려워지고 있는 신문 경영 환경을 타개하기 위해 다양한 신규 사업 발굴 등을 통해 성장 동력을 확보해 나간다는 복안도 밝히고 있다. 회원사 신년사를 통해 신문업계의 새해 비전을 정리해 봤다.

재경종합지, 고품질 콘텐츠 생산에 주력

재경종합지들이 공통적으로 밝힌 올해 핵심 전략은 다양한 플랫폼에 맞는 ‘고품질 콘텐츠 생산’이다. 변화하는 디지털뉴스 시장의 변화에 대응하고 미디어의 미래를 주도적으로 이끌기 위해 ‘조직 협업’ 체계를 강화한다. ‘뉴스 서비스’ 다양화 및 차별화 전략 등을 통해 디지털 구독자를 확보하고 매체 영향력을 높여 나가겠다는 계획도 있다.

경향신문은 품질 높은 콘텐츠 생산과 유통, 디지털 환경 대응 등에 주력하고 각 국·실간 협조 체계를 강화한다는 방침이다. 국민일보의 다양한 플랫폼에 맞추어 차별화된 디지털콘텐츠를 생산하는 토털미디어로서 미디어 대전환 시대를 리드하는 원년으로 삼을 것을 선언했다.

동아일보는 새로운 100년을 향해 전 분야에 걸친 ‘워크 리디자인(Work re-design)’, 뉴스와 콘텐츠에 생명력을 불어넣는 ‘터칭 콘텐츠’(Touching contents) 제작, ‘개방적 협업’으로 경쟁력의 원천을 확보할 것을 다짐했다.

서울신문은 급변하는 국내외 정세변화에 대응하고 남북한 언론 교류 등에 대비한 담론 형성과 의제 설정 기능을 위해 전문연구소를 설립하고, 지역 광고영업 조직을 5개 광역별 광고영업본부로 확대 개편할 방침이다.

세계일보는 매출증대를 통한 ‘퀀텀점프(Quantum jump·대도약)’, 디지털 전환 가속화와 콘텐츠 품질 향상, 조직문화 딥체인지(Deep change·근원적 변화) 등 세 가지를 핵심 경영전략으로 제시했다.

조선일보는 멀티플랫폼 시대에

맞게 멀티콘텐츠를 개발하고 창작할 수 있도록 유연한 조직, 문화, 기술을 조선일보 DNA에 심는 디지털 개혁에 박차를 가한다는 방침이다.

중앙일보는 디지털 구독자 확보를 위해 기존 방식의 답습에서 벗어나 스토리텔링 기법과 같은 새로운 방식의 차별화를 통해 매체 영향력을 높여 나가자고 다짐했다.

한겨레신문은 ‘종이新聞社’를 넘어 영상 플랫폼과 디지털 콘텐츠 부문의 과감한 투자로 새로운 도약의 발판을 만들겠다고 선언했으며, 한국일보는 디지털 경쟁력 강화와 뉴스의 질 제고에 집중할 방침이다.

경제지, 조직혁신·디지털 퍼스트 강화에 중점

매일경제는 ‘제2의 퀀텀 점프’를 위해 △‘매경 네트워크’와 ‘지식 아카이브’ 프로젝트 강화 △‘World Class MK Contents’ 제작 △‘Young MK, Young MBN’ 추구 △올해로 20회를 맞는 ‘세계지식포럼’ 역량 집중 등을 제시했다. 머니투데이는 급변하는 언론환경 속에서 사회와 소통하며 독자와 호흡하는 콘텐츠 제작으로 미디어 사

명과 역할에 충실함과 동시에 ‘디지털 퍼스트’ 전략도 더욱 강화해 나가자고 다짐했다.

아시아경제는 “큰 뜻을 품고 멀리 바라보자”라는 뜻의 대지원망(大志遠望)을 슬로건으로 정하고, 구성원 모두가 큰 뜻을 공유해 목표를 이루기 위해 노력하자고 강조했다. 아주경제는 변화하는 미디어 변화 환경에 맞게 기술인력 강화 등을 통해 조직을 혁신하고, 콘텐츠 질을 높이기 위한 다양한 실험과 시도를 강화할 방침이다.

한국경제는 신규 사업 발굴을 통한 지속적 성장을 이뤄내는 것과 동시에 신문 본연의 사업 분야 부진을 타개하고 회복하는 데 매진한다는 방침이다. 헤럴드경제는 선택과 집중을 통한 미래 준비를 올해의 중요한 경영기조로 삼고, 그 일환으로 조직혁신에 나서겠다고 밝혔다.

지역지, 신규 성장모델·사업 발굴 등에 주력

지역 회원사는 어려운 경영 환경을 극복하기 위해 신규 성장모델 및 사업 발굴 등을 통해 새로운 성장 동력 확보에 주력하고, 콘텐츠 강화 등을 통해 지역언론 본연의

임무에도 충실할 계획이다.

강원도민일보는 경영의 화두를 ‘창신(創新·창조정신으로 무장해 새로운 변혁을 일궈낸다)’으로 정하고, Only 1, First 1, Best 1, Just 1 등 4가지의 핵심전략을 제시했다. 강원일보는 어려운 경영 여건에서도 언론 본연의 투명성과 객관성, 신뢰도를 높이고 독자들에게 깊이 있는 정보 제공 등을 통해 어려움을 극복해 나갈 방침이다. 경기일보는 급변하는 언론 환경에 맞춰 디지털 능력을 키우고 다양한 콘텐츠 제작에 역량을 집중하겠다고 다짐했다.

경남신문은 통합CMS 도입, 미래 비전 마련 등을 통해 새로운 도약의 기회로 삼자고 강조했다. 경북도민일보는 노사 소통을 통한 건강한 조직문화를 형성해 일등신문을 만드는데 주력한다. 경상일보는 독자들에게 가치 있는 정보를 제공하고 타 매체와 차별화된 신문을 제작해 독자 경영 원년의 해로 삼자고 선언했다.

국제신문은 △매출 최대화, △영향력 극대화, △혁신의 가속화 전략을 통해 ‘일등 국제’를 만들자고 다짐했다. 대전일보는 지난해 12월 본사에 복합문화예술공간

▶ 4면에 계속

올해 언론진흥기금, 16개 부문 약 354억 원 지원

공모부문 예년과 동일...지원규모 1억7천만 원 줄어

한국언론진흥재단은 ‘2019년도 언론진흥기금 공모사업’을 1월 10일 발표했다. 지원금은 16개 부문 총 353억 3900만 원이다. 지난해 355억 1300만 원보다 1억 7400만 원이 줄었다.

올해의 공모사업은 △언론인 역량강화 지원 △고품질 뉴스콘텐츠 생산 지원 △뉴스미디어 인프라 확충 △뉴스 리터러시 향상에 중점을 두고 추진하며, 공모부문은 지난해와 동일한 16개 부문이다.

언론인 역량강화를 위한 사업으로는 △해외 단기·장기연수 지원 △해외 저널리즘 국제회의 참가 지원 △언론인 교환취재 참가 지원 △찾아가는 연수 등에 11억 7400만 원의 예산이 편성됐다. 이 중 언론인 교환취재 참가지원은 작년보다 2000만 원이 늘었다. ‘찾

아가는 연수 지원’(기사쓰기 교육 등 희망 주제에 대한 강의 시행 강의 사례비 지원)은 올해부터는 지원분야(2018년에는 ‘디지털 저널리즘’ 관련 강의 지원) 제한을 없애고, 지원대상도 언론사뿐 아니라 관련 단체, 협회도 지원신청이 가능하도록 했다. 기사쓰기 분야는 1사·단체 당 연간 최대 10회(300만원 이내), 일반 분야(디지털 저널리즘, 미디어 경영 전략 등)는 연간 최대 5회(150만원 이내)를 지원한다.

고품질 뉴스콘텐츠 생산을 위한 ‘기획취재’ 지원 사업에는 전년 대비 1억 원이 증가한 9억 9000만 원의 예산이 편성됐다. 지원대상은 일간·주간신문, 인터넷신문, 잡지이며 무료신문은 제외된다. 일반 기획취재는 건당 2000만 원, 디

지털스토리텔링 기획취재는 건당 4000만 원 이내며, 해당 신문사는 10%이상 자부담해야 한다. ‘분야별 뉴스콘텐츠 제작지원’ 사업에는 △항공우주분야 뉴스콘텐츠 제작에 1억9000만 원 △프로스포츠 분야 뉴스콘텐츠 제작에 2억 원을 지원하며, 건당 2000만 원 이내다.

뉴스미디어 인프라 확충을 위한 ‘뉴스 콘텐츠 공용 인프라 구축’ 사업에는 전년도와 동일한 26억2000만 원의 예산이 편성됐다. 디지털 퍼스트 구현을 위한 ‘온·오프 통합 CMS 및 온라인 분산 조판 시스템’ 구축 및 운영을 지원한다. 과거신문(1940~1989년) 기사의 ‘뉴스 콘텐츠 디지털화 지원’ 사업 지원금은 13억 5000만 원으로 지난해보다 7700만 원이 증가했다.

국민의 뉴스리터러시 향상을 위한 신문사 ‘1일 기자체험교육’ 운영지원은 1사 당 지원금이 3000만

2019 언론진흥기금 공모사업 현황

(단위: 백만원)

사업명	예산	공모·접수
언론인 해외 장기연수	433	1월
언론인 해외 단기연수	303	3. 8월
해외 저널리즘 국제회의 참가	160	WEF(5월) 미디어 이노베이션 워크(8월) (INMA 주관)
언론인 교환취재 참가	240	호주(3월), 미국(3월), 중국(5월)
찾아가는 연수	38	연중(2~11월)
기획취재	990	2. 3. 6월
분야별 뉴스 콘텐츠 제작	390	2월
소외계층 매체지원	90	2월
언론인 저술	165	4월
뉴스콘텐츠 공용인프라 구축	2,620	2~3월
뉴스콘텐츠 디지털화 지원	1,350	1월
미디어 스타트업 지원	260	1~2월
단체지원	1,100	1월
신문사 <1일 기자체험교육> 운영	486	1월
미디어교육 시설(단체)지원	304	1~2월
언론인연금 융자사업	26,410	매월 초~중순

원 이내(1회당 2백만 원)며, 해당 사업은 위탁사업으로 진행된다.

선정 후 언론진흥재단과 계약을 체결해야 한다.

① ‘디지털구독 유료화 혁명’ 현실화됐다

美 니먼랩 ‘2018 뉴스 미디어 산업’ 결산

지난해 12월 17일 미국 하버드대 저널리즘 연구기관인 니먼랩은 2018년 뉴스 미디어 산업을 결산하며 ‘디지털 구독 유료화 혁명’의 현실화 등 한 해 동안의 주요 이슈 7개를 소개했다. 이를 살펴본다.

① **유료 구독 모델 성공 사례 속속** 뉴욕타임스는 계속된 경영악화로 2014년 직원 수가 1100명까지 감소했으나, 이후 디지털 유료 구독 모델이 성공하면서 현재 1500명에 이른다. 4년간 36% 증가한 수치다. 워싱턴포스트 역시 디지털 구독 수익 증가로 인해 직원 수가 2년 전 600명에서 현재 825명으로 37% 증가했다. 지역신문사들은 아직 디지털 유료화로 많은 성공을 거두지는 못하지만, 스포츠 섹션 등에 특화된 틈새시장을 겨냥하거나 클라우드 펀딩(crowdfunding) 등을 통해 수익을 창출하고자 노력하고 있다.

② **저널리즘 가치에 충실한 ‘전통 매체’의 중요성 강조** 뉴욕타임스, 워싱턴포스트, CNN

등 전통적인 언론사는 성공적으로 디지털 전환을 이룬 동시에, 트럼프 정부의 정치적 및 공적 사안에 대해 꾸준히 문제제기를 하면서 디지털 저널리즘 시대에서도 언론의 주요역할을 수행하고 있다.

대표적인 미디어 스타트업인 버즈피드, 북스미디어, 바이스 등도 국가 담론에 기여하며 새로운 미래를 모색 중이다. 하지만 트래픽으로 ‘뉴욕타임스를 앞질렀다’거나 ‘밀레니얼 세대에서 이겼다’는 식의 꿈은 쉽지 않아졌다.

③ **종이신문 발행을 재고해야 하는 ‘NINO(Newspapers In Name Only)’ 시대 도래** ‘종이신문이 사라지는 날이 올 것인가’라는 질문은 수년 동안 제기돼 온 것이다.

종이신문 발행인들은 여전히 구독료를 지불하는 종이신문 충성독자들을 위해 유용하고 지적인 종이신문 발행을 유지하고자 노력하고 있다. 하지만 지면 공간의 제약으로 제한된 양의 콘텐츠 제공, 낡

은 콘텐츠(온라인에서 이미 제공된 콘텐츠)로 채워져 있다. 이제는 신문의 제호만 남은 시대가 되어 버렸다.

④ **언론인들이 블록체인 기반 등의 새로운 뉴스미디어 시장에 뛰어들** 준비 콜로라도 선(Colorado Sun), 블록클럽 시카고(Block Club Chicago), 슬러지(Sludge), 포퓰라(Popula) 등의 기자 약 100명은 시빌(Civil, 블록체인 기반의 뉴스 콘텐츠 플랫폼)을 통해 펀딩을 받아 성공적으로 취재 활동을 진행했다.

⑤ **‘팟캐스트’가 주류로 부상** 미국 시장조사기관인 에디슨 리서치(Edison Research)에 따르면 미국 인구의 26%에 해당하는 7천 3백만 명이 적어도 한 달에 한 번 이상 팟캐스트를 듣고 있으며, 특히 젊은 여성들이 팟캐스트를 선호하는 것으로 나타났다.

미국 가정의 스마트 스피커 보급률 또한 50%에 육박하는 만큼, 팟캐스트는 새로운 광고 잠재력을 가진 플랫폼으로 주목할 만하다.

⑥ **뉴스는 ‘속보’ 아닌 ‘독자 관심사’ 위주로 배열** 스마트폰 등장 초기에는 뉴스가 주로 속보 순으로 정렬됐으나, 이제는 독자 관심사 및 뉴스 가치로 재배열 되는 추세다. 이는 뉴욕타임스와 워싱턴포스트를 통해 확인할 수 있는데 중요한 기사는 속보가 아니더라도 하루 종일 앱 상단에 배치되고 있다.

⑦ **지역 뉴스 협력 이니셔티브는 새로운 미래** 2018년에는 지역언론을 지원하기

위한 기금이 다양하게 운용됐다. 노스캐롤라이나 지역 뉴스 랩 기금(the North Carolina Local News Lab Fund)은 민주주의 기금(The Democracy Fund)의 후원을 받고 있다. 렌페스트 연구소(Lenfest) 기금은 필라델피아 솔루션 저널리즘 프로젝트(Philadelphia Solutions Journalism Project)를 통해 지역 보도 프로젝트를 추진하고 있다.

이러한 노력들을 통해 소규모 지역 뉴스 언론사들은 주요 일간지들이 다루지 못하는 보도 영역의 틈을 채우고 있다.

: **노스캐롤라이나 지역 뉴스랩 기금**

건강한 지역 뉴스 및 정보 생태계를 구축하기 위한 언론인 및 단체를 지원하기 위해 노스캐롤라이나 지역사회 재단이 2017년 설립한 기금

: **민주주의 기금**

이베이 설립자이자 자선 사업가인 피에르 오미디아르가 미국 국민이 민주주의를 최우선으로 생각하도록 돕기 위해 창설한 기금

: **렌페스트 연구소 기금**

미국 저널리즘 연구 기관인 렌페스트 연구소가 지속 가능한 저널리즘을 위한 혁신적인 뉴스 이니셔티브, 신기술, 새로운 모델 등을 지원하기 위해 마련한 기금

: **필라델피아 솔루션 저널리즘 프로젝트**

필라델피아 지역 관심사, 지역 사회의 중요한 문제 등에 대한 솔루션 중심의 뉴스 제작 등을 지원하는 프로젝트

“네이티브 광고, 2021년 전체 광고수입 36% 차지할 것”

세계신문협회, ‘네이티브 광고 트렌드 2018’ 보고서 발간

많은 언론사가 새로운 비즈니스 모델로 네이티브 광고(정보와 광고가 결합된 새로운 유형의 콘텐츠로, 이용자들에게는 심층적인 정보를 제공하고 언론사는 새로운 수익원을 확보할 수 있는 새로운 광고기법)에 주목하고 있는 가운데 세계신문협회(WAN-IFRA)는 최근 ‘네이티브 광고 트렌드 2018’ 보고서를 발간하고 네이티브 광고 현황 및 전망을 소개했다.

보고서는 53개국 148명의 뉴스

미디어 임원들을 대상으로 실시한 설문조사 결과를 담고 있다. 주요 내용을 소개한다.

응답자 53% “네이티브 광고 시행 중” 95% “네이티브 광고 중요”

조사 결과, 응답자들의 절반 이상이 이미 네이티브 광고를 시행하고 있었으며, 대다수는 네이티브 광고를 중요하게 여기고 있었다.

네이티브 광고 채택 의사에 대한 질문에, 응답자의 53%가 ‘이미

네이티브 광고를 하고 있다’고 답했다.

반면, 3%는 ‘네이티브 광고를 채택할 의사가 없다’고 답변(‘전혀 없다’ 0%, ‘거의 없다’ 3%)했는데, 이는 지난해(8%)에 비해 낮은 수치다.

네이티브 광고의 중요도를 묻는 질문에는 ‘매우 중요하다’ 52%, ‘중요하다’ 43%로 응답해 전체 응답자의 95%가 중요하다고 인식했다. 반면 ‘중요하지 않다’는 응답은 5%에 불과했다. 네이티브 광고에 대해 87%가 ‘긍정적’이라고 답해, ‘보통’ 12%, ‘부정적’ 1%보다 월등히 앞섰다.

네이티브 광고의 효과에 대해서는 응답자의 79%가 ‘효과적’이라고 답했다(‘매우 효과적이다’ 24%, ‘효과적이다’ 55%). ‘보통’이라는 응답은 13%였으며, ‘비효과적이다’ 5%, ‘매우 비효과적이다’는 3%에 불과했다.

네이티브 광고 수입은 점점 증가

2017년 네이티브 광고 수입은 전체 광고 수입의 20%를 차지하는 것으로 조사됐다. 이는 전년도 18%에서 증가한 수치다. 또한 응답자들은 2021년까지 네이티브 광고 수입 비중이 전체 광고 수입의 36%로 늘어날 것으로 예상했다.

네이티브 광고가 전통적인 광고와 비교해 ‘광고요금이 더 높게 책정된다’고 대답한 응답자는 70%로, ‘동일’(13%), ‘낮게 책정’(17%)보다 높게 나타났다.

네이티브 광고를 제작하는 방법으로는 ‘네이티브 광고 제작 스튜디오 소유’ 42%, ‘개별 네이티브 광고 팀’ 및 ‘편집(editorial)팀’ 29%, ‘외부 에이전시 파트너’ 18%, ‘광고 에이전시’ 8% 등이었다.

네이티브 광고 시 언론사의 강점은 ‘편집 경험’

네이티브 광고의 가장 효과적인 제작 형태는 ‘온라인 기사’(75%), ‘비디오 콘텐츠’(68%), ‘지면 기사’(48%), ‘인포그래픽’(36%), ‘페이스

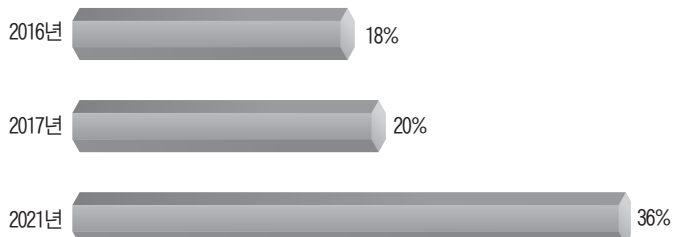
북 홍보 포스트’(35%) 등으로 응답했다. 네이티브 광고의 효과를 측정하는 척도로는 ‘독자 참여’(75%), ‘트래픽’(71%), ‘소요 시간’(49%), ‘공유 정도’(36%), ‘브랜드 인지도’(26%) 등의 순이었다.

네이티브 광고를 집행할 경우 언론사가 가지는 강점으로 ‘편집 경험’(62%)을 가장 많이 꼽았다. 그 다음으로 ‘멀티 플랫폼 스토리텔링 용이’(53%), ‘기존 브랜드 및 독자 관계’(50%), ‘독자 선호도와 행동에 대한 이해’(40%) 순으로 나타났다.

반면, 네이티브 광고와 관련한 위험 요소는 ‘클라이언트에 대한 이해 부족’(50%), ‘효과 증명 부족’(32%), ‘협찬 여부 명시 부족’ 및 ‘기사와 광고 구분 부족’(30%) 등이 꼽혔다.

네이티브 광고를 표시하는 방법은 ‘후원 콘텐츠(sponsored content) 표시’(59%)가 가장 많았고, ‘일반 기사콘텐츠와 비교해’ 외형과 느낌을 다르게 한다’(26%), ‘광고(advertisement) 표시’(25%) 순이었다.

전체 광고수입에서 네이티브 광고수입이 차지하는 비중



서경·한경, 월 구독료 2만원으로 인상

1부당 가격도 1000원으로

서울경제와 한국경제가 1월부터 월 구독료를 1만5000원에서 2만원으로 각각 인상한다. 1부당 판매가격도 800원에서 1000원으로 올린다.

양사는 자사 지면을 통해 “이번 구독료 인상은 2008년 인상된 후 11년 만에 실시되는 것”이라며 “신문용지 가격 인상과 최저 임금 인상, 배달비용 상승 등으로 불가피하게 신문가격을 조정하게 됐다”고 밝혔다.

이로써 신문협회 회원사 중 월 구독료 2만 원 이상인 곳은 매일경제, 서울경제, 전자신문, 한국경제 등 모두 4곳이다.

회원사 동정

헤럴드경제, 대구일보와 MOU

헤럴드경제(발행인 권충원)와 대구일보(발행인 이후혁)는 지난해 12월 21일 헤럴드스퀘어에서 ‘로봇 저널리즘’에 대한 동반관계를 구축하기 위해 업무협약(MOU)을 체결했다.

경기, ‘고양 전국 마스터즈 수영대회’

경기일보(발행인 신창철)는 고양시와 함께 2월 16~17일 고양체육관 실내수영장에서 ‘제6회 고양 전국 마스터즈 수영대회’를 개최한다. 참가부문은 초등부·성인부이

며, 접수마감은 2월 8일이다.

경남일보, 뉴질랜드 타임즈와 MOU

경남일보(발행인 고영진)는 2018년 12월 31일 본사에서 뉴질랜드 타임즈와 뉴스콘텐츠 교류 및 공동 제작 등을 위한 업무협약을 체결했다.

경북일보, ‘경영 혁신 워크숍’ 개최

경북일보(발행인 한국선)는 2018년 12월 28일 포항 파인비치호텔에서 김택환 경기대 특임교수를 초청해 ‘언론 환경과 지역 언론의 대응과제’를 주제로 ‘경영 혁신 워크숍’을 개최했다.

매일, ‘제1기 시니어기자’ 모집

매일신문(발행인 이상택)은 자매지 ‘시니어신문’ 창간을 앞두고 제1기 시니어기자를 모집한다. 지원자격은 신문 취재, 기사 작성에 열의가 있는 대구경북에 거주하는 만 55세 이상이며, 접수 마감은 1월 20일.

중부매일, ‘힘내라 소상공인’ 출간

중부매일(발행인 이정)은 3일 ‘힘내라 소상공인’ 단행본을 출간했다. 중부매일이 2016년 10월~2018년 5월 보도한 ‘힘내라 소상공인’ 기획시리즈(50회)에서 35명의 소상공인의 성공 스토리를 간추려 묶었다.

제63회 신문의 날 표어 공모

한국신문협회·한국신문방송편집인협회·한국기자협회는 제63회 신문의 날(4월 7일)을 맞아 표어를 공모한다. 규격은 20자 이내이며 개인당 2점까지 출품이 가능하다. 한국신문협회 홈페이지(www.presskorea.or.kr)에서 공모신청

서를 작성해 2월 28일(목)까지 온라인으로 접수하면 된다.

대상 1명에게는 상금 100만원과 상패, 우수상 2명에게는 상금 50만원과 상패가 각각 수여된다.

시상은 4월 4일(목) 신문의 날 기념대회에서 가질 예정이다.

발행인 동정

이동현 경향신문 발행인은 8일 본사에서 열린 ‘2019 경향신문 신춘문예’ 시상식에 참석해 시상했다.

박종면 머니투데이 발행인은 2018년 12월 28일 한국프레스센터에서 열린 ‘제4회 대한민국 기업대상’ 시상식에 참석해 인사말을 했다.

이종환 서울경제 발행인은 2일 한국거래소에서 열린 ‘2019 증시대동제’에 참석해 증시 활성화를 기원하며 황소에 꽃목걸이를 걸었다.

이희중 강원일보 발행인은 7일 본사에서 강원대 신문방송학과 학생들을 대상으로 특강을 했다.

최광주 경남신문 발행인은 3일 창원컨벤션센터에서 열린 ‘2019 경상남도 신년인사회’에 참석해 인사말을 했다.

남상현 대전일보 발행인은 3일 대전컨벤션센터에서 열린 ‘제68회 대전·세종·충청신년교례회’에 참석해 인사말을 했다.

이상택 매일신문 발행인은 2일 호텔인터볼고 대구에서 열린 ‘2019 대구경북 신년교례회’에 참석해 인사말을 했다.

임환 전북도민일보 발행인은 2018년 12월 28일 ‘제15회 전라북도 정보화실무능력경진대회’ 시상식에 참석해 인사말을 했다.

디지털 환경 대응·신규사업 발굴에 주력

▶ 2면에서 계속

‘랩마스’를 개관한 것처럼 내년 창간 70주년을 앞둔 올해는 경영진과 직원들이 합심해 다양한 프로젝트를 준비할 계획이다. 매일신문은 양질의 뉴스 및 콘텐츠 생산 기반 위에 신수종 사업 발굴 등을 통해 매년 10%의 매출 증대에 전력한다.

영남일보는 언론 본연의 임무에

최선의 노력을 기울임과 동시에 신규 사업 개척에 만전을 기할 계획이다. 울산매일은 뉴미디어 조직을 확대하고 뉴미디어 시장을 선도하기 위해 ‘킬러 콘텐츠’ 제작 등에 노력을 기울인다. 전북도민일보는 ‘초심’, ‘열정’, ‘협력’의 핵심 키워드를 제시하고, ‘대도약의 원년’으로 나아가자고 선포했다.

전북일보는 양질의 종이신문 제작과 함께 디지털 독자의 다양한 욕구를 충족할 수 있는 콘텐츠 제작에, 제주신보는 새로운 도약을 위해 근본적인 체질 개선과 성장동력 확보에 각각 주력할 계획이다. 중도일보는 4차 산업혁명에 대비한 교육 강화 및 신규 사업 정착에 노력한다.

중부일보는 독자들이 찾고 중부 지역에서 가장 앞서 나가는 신문이 되자고 다짐했다. 충청투데이 는 새로운 미래 성장모델을 찾는 데 역량을 집중할 방침이다.

통신사, 공정성 등 공격기능 충실

뉴스1은 빠르고, 정확하고, 균형 잡힌 사실보도에 충실하면서도 각종 현안에 대한 솔루션을 제시하는

미디어가 되도록 노력하자고 다짐했다. 연합뉴스는 공정하고 불편 부당한 자세로 사회정의 구현 책무에 집중하고, 상생공영을 추구하는 공동체적 관계로 나아가자고 다짐했다.

신문협회보

회장 이병규
사무총장 허승호
발행처 한국신문협회
서울 중구 세종대로 124 프레스센터 1302호
창간일 1985년 4월 15일
대표메일 webmaster@presskorea.or.kr

더 높은 품질, 더 넓은 세계...

최고의 신문인쇄
KORINK가 약속 드립니다.

KORINK 한국신문인쇄(주)
www.korink.com