

“지역신문특별법 한시규정 폐지해야”

학계·언론계 전문가 79%가 폐지에 찬성 의견 언론재단의 지역신문발전 방안 연구 결과

‘지역신문발전지원특별법(이하 지발법)’의 제정 목적과 취지를 달성하기 위해서는 6년 한시 규정을 폐지하고 상시법으로 전환해야 한다’는 제안이 나왔다.

한국언론진흥재단이 최근 발표한 ‘지역신문 발전을 위한 법·제도 개선방안 연구’ 보고서의 핵심 내용이다.

보고서에 따르면, 김영주 한국언론진흥재단 책임연구위원 등 연구팀은 지역신문 지원 제도의 개선 방안을 모색하기 위해 언론학자·법학자·지역신문인·지역 언론 관련 시민단체 활동가 등 30명의 전문가를 대상으로 설문조사를 실시했다.

1차 설문조사에서 ‘지발법의 6년 한시 규정을 유지해야 하는가’라는 질문에 응답자의 63%는 ‘한시규정 폐지(상시 혹은 영구 효력화)’를 선택했으며, ‘한시규정 유지’

17%, ‘일정한 조건 충족 시 한시규정 폐지’ 10% 순이었다. 1차 설문 결과를 바탕으로 2차 설문에서 한시규정 삭제와 유지중 하나만을 선택하도록 했을 때, ‘한시규정 삭제’가 79%로 지배적이었다.

지발법의 한시규정을 삭제해 상시법으로 전환해야하는 이유로 응답자들은 ‘지역신문에 대한 지원의 필요성이 상존하며, 여론다원화, 민주주의, 지역균형 등 아직 입법 목적이 달성되지 않았다’는 점을 들었다. 반면, 한시법 체제를 유지해야 한다는 응답자들은 ‘6년마다 지원 성과나 방법에 대한 재점검이 가능하다’는 점을 이유로 꼽았다.

연구팀은 “2010년과 2016년 두 차례에 걸쳐 유효기간을 연장했지만 지원의 안정성이나 지속가능성 문제를 근본적으로 해결한 것은 아니다”며 “안정적이고 지속가

능하며 예측가능한 지원체계의 정립을 위해 현재의 6년 한시 조항은 삭제하는 조치가 필요하다”고 제안했다.

이 같은 결과는 신문협회의 ‘지역신문발전을 위한 국가의 지원은 상당기간 지속돼야 할 충분한 당위성을 갖고 있는 만큼, 지발법은 하루빨리 ‘상시법’으로 전환할 필요가 있다’는 주장과 맥을 같이 하는 것이다.

시행령에 방발기금 전입금 등 추가 자원 마련해야

기금 지원대상의 범위를 인터넷신문으로 확대하는 방안에 대해서는 응답자의 71%가 반대해 찬성(29%) 응답보다 월등히 많았다. 응답자들은 반대 이유로 ‘현재 지역언론에서 종이신문이 중심적 역할을 하고 있고 그에 대한 집중적 지원이 필요하다’는 점을 들었다.

연구진 역시 “신문법의 언론진흥기금 지원대상에 이미 인터넷신문이 포함돼 있고, 선택과 집중을 통한 지역신문 재정비가 필요하

다”며 현 상황에서 지원대상을 확대하는 것은 어렵다는 입장을 밝혔다.

연구팀은 지역신문발전기금 재원 확보 방안도 제시했다.

현행 지발법 및 동법 시행령에는 기금 재원을 △정부의 출연금 △다른 기금으로부터의 전입금 △개인 또는 법인으로부터의 기부금품 △기금의 운영으로 생기는 수익금 △대통령령으로 정하는 수입금 등으로 정하고 있다.

규정 내용으로만 본다면 재원이 다양하게 제시돼 있지만 실제로는 정부 출연금만으로 기금이 충당돼 왔다.

기금의 설치 및 조성 개정안

현행	개정안
제13조(기금의 설치 및 조성) ② 기금은 다음 각 호의 재원(財源)으로 조성한다. 1. <생략> 2. 다른 기금으로부터의 전입금 3. ~ 4. <생략> 5. 그 밖에 대통령령으로 정하는 수입금	제13조(기금의 설치 및 조성) ② (현행과 같음) 1. (현행과 같음) 2. 방송발전기금과 복권기금으로부터의 전입금, 기타 다른 기금으로부터의 전입금 3. ~ 4.(현행과 같음) 5. 그 밖에 대통령령으로 정하는 수입금(해당 대통령령 제정 촉구 필요성)

교사용 ‘신문활용 진로진학 탐색교재’ 발간

일선교사 활용 용이하도록 PPT로 제작 1월 31일부터 홈페이지서 무료로 다운

신문협회는 2016년 자유학기제 전면 시행에 따라 일선학교에서 신문을 활용한 진로 교육이 활성화될 수 있도록 중·고등학생용 ‘신문을 활용한 교사용 진로진학 탐색교재’(사진)를 발간했다.

이번 교재는 교사가 수업에 손쉽게 활용할 수 있도록 파워포인트(PPT) 형태로 제작했으며, 1월 31일부터 신문협회 홈페이지(www.presskorea.or.kr)에서 무료로 다운받을 수 있다.

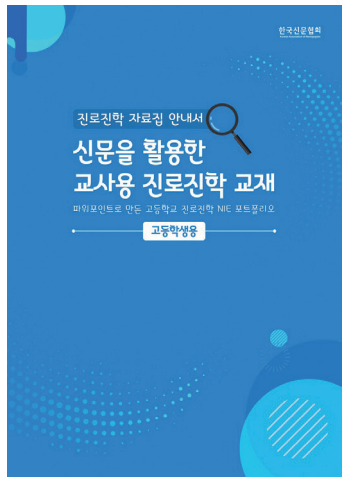
교재는 중학생용과 고등학생용 2종으로 제작됐다.

중학생용은 분야별 직업정보를 통한 진로탐색에 초점을 맞춰 △안내서 △진로직업 20선(選) △위크시트로 구성됐다. ‘진로직업 20선’은 변호사, 응급 구조사, 아나운

서, 행사기획자 등 20개 직업의 하위 분야, 직업 전망, 직업인이 되기 위한 준비, 신문에 실린 직업인 등의 내용이 담겨 있다.

고등학생용은 학생들의 진로탐색 역량 강화를 목적으로 △안내서 △진로진학 포트폴리오(20차시) △위크시트 등으로 구성됐다. ‘진로진학 포트폴리오’ 20차시는 신문과 진로진학, NIE 포트폴리오(학생활동중심 수업을 통해 자신의 진로진학과 관련한 결과물), 신문을 활용한 학생부종합전형 준비 등 신문기사를 통해 진로진학과 연계해 활용할 수 있는 다양한 방법론을 제시했다.

중·고등학교 각 자료마다 출처(기사)가 명시돼 있어 이를 클릭하면 해당 진로진학을 다룬 기사로



바로 연결된다.

학교에서 한 학기 17차시 동안 진로학습과 체험 등이 이뤄지는 점을 반영해 이번 교재는 학교현장의 선택 폭을 넓혀 주기 위해 20차시 수업내용을 수록했다. 해당 교재는 진로수업과 창의적 체험활동, 자유학기제 선택 프로그램, 진로 동아리 활동 시간 등에 유용하게 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

성곡 재단, 언론인 해외연수 재개

2월 13~18일 접수

성곡언론문화재단은 1월18일 청탁금지법 시행에 따라 일시 중단했던 언론인 해외연수 지원사업을 재개한다고 밝혔다. 연수지역은 미국 미주리대학 저널리즘 스쿨과 일본 게이오대학 미디어커뮤니케이션 연구소이며 미국은 체재비·학비·항공료가, 일본은 체재비와

항공료가 각각 1년간 지원된다.

서류접수는 2월 13일(수)~18일(월)이며, 3월중에 연수자를 선발할 예정이다.

성곡언론문화재단은 지난해 언론인 해외연수 지원에 대한 투명성 등을 담보할 장치를 마련한 후 권익위에 유권해석을 요청했으며 권익위로부터 적격하다는 통보를 받았다.

WAN총회 참가 신청 접수

2월 중 등록 시 할인 혜택

제71차 세계신문협회(WAN-IFRA) 연차총회와 세계편집인 포럼(WEF)이 6월 1~3일 스코틀랜드 글래스고에서 열린다. 글래스고는 런던 북서쪽 약 330km 지점에 위치한 스코틀랜드 최대 도시이며 상공업의 중심 도시다.

총회 참가를 희망할 경우 신문협회 사무국에 2월 22일까지 신청서를 제출하면 된다. 2월 말까지 조기 등록할 경우 등록비는 1790유로로, 정상가(1990유로)보다 200유로(약 26만 원) 할인된다.

2017년 신문산업 전체 매출액 3조7695억 원

2016년 대비 3.2% 증가...광고수입 증가 영향
언론재단, ‘2018 신문산업 실태조사’ 결과

2017년 신문산업 전체 매출액이 2016년 대비 3.2% 증가한 3조 7695억 원으로 조사됐다. 이 가운데 종이신문 매출은 3조2726억 원(86.8%), 인터넷신문 매출은 4969억 원(13.2%)을 기록했다. 신문산업 전체 매출액이 증가한 것은 이 기간 종이신문과 인터넷신문 ‘광고수입’이 2016년 대비 각각 7.6%(1382억 원), 60.1%(1156억 원) 늘어났기 때문인 것으로 분석됐다.

이는 한국언론진흥재단이 지난해 12월 18일 발표한 ‘2018 신문산업 실태조사’ 결과다. 이번 조사는 2017년 12월 31일 현재 정기간행물로 등록된 4225개 매체를 대상으로

지난해 6월 20일~8월 30일 실시됐다. 응답 매체수는 종이신문 1017개, 인터넷신문 2462개였다.

종이신문

2017년 종이신문 전체 매출액은 3조2726억 원을 기록했다. 일간신문 매출액은 2조9408억 원, 주간신문은 3317억 원이었다. 매출액 중 광고수입이 1조9491억 원으로 가장 큰 비중(59.6%)을 차지했고, 부가사업 및 기타사업수입이 6799억 원(20.8%)으로 뒤를 이었다. 종이신문 판매수입은 4690억 원(14.3%), 인터넷상의 콘텐츠 판매수입은 1746억 원(5.3%)으로 조사됐다.

종이신문 종사자는 2만4551명으로 조사됐다. 일간신문 종사자는 2016년 대비 4.3% 증가한 1만6557명이었다. 이 가운데 기자직 종사자는 9607명으로 58%를 차지했다. 지면의 기사 대 광고 비율은 △‘기사지면 70%, 광고지면 30%’가 70.3%로 가장 많았고, △‘기사지면 60%, 광고지면 40%’가 12.2%, △‘기사지면 65%, 광고지면 35%’가 10.7%였다.

종이신문 월 구독료는 5000~10000원이 254개(24.4%)로 가장 많았고, 10000~20000원이 167개(16%), 5000원 미만이 149개(14.3%), 20000원 이상이 21개(2%) 순으로 조사됐다.

인터넷 신문

2017년 인터넷신문의 매출액은

신문산업 연도별 매출 구성 현황

(단위: 백만원)

구분		광고수입	부가사업 및 기타사업수입	종이신문 판매수입	인터넷상의 콘텐츠 판매 수입	합계
종이 신문	2016년	1,810,973	695,643	472,840	219,518	3,198,974
	2017년	1,949,144	679,851	468,958	174,616	3,272,569
	증감률(%)	7.6	-2.3	-0.8	-20.5	2.3
인터넷 신문	2016년	192,511	183,249	-	76,653	452,414
	2017년	308,115	160,786	-	27,989	496,890
	증감률(%)	60.1	-12.3	-	-63.5	9.8
합계	2016년	2,003,485	878,892	472,840	296,171	3,651,388
	2017년	2,257,259	840,637	468,958	202,606	3,769,459
	증감률(%)	12.7	-4.4	-0.8	-31.6	3.2

4969억 원으로 2016년 대비 9.8% 늘었다. 매출액 중 광고수입이 3081억 원으로 가장 큰 비중(62%)을 차지했고, 부가사업 및 기타사업수입이 1608억 원(32.4%), 콘텐츠 판매수입이 280억 원(5.6%)을 기록했다. 인터넷신문 종사자는 1만7795명

으로 조사됐으며, 이 중 기자직이 8727명(49%)으로 가장 많았다. 콘텐츠 유료화는 전체 응답자의 73.7%를 차지하는 다수(1862개사)가 시행하지 않고 있는 것으로 조사됐다. ‘일부 유료’는 37개(1.5%), ‘전체 유료’는 6개(0.2%)에 불과했다.

지역신문발전기금 우선지원 대상 신문사 선정

사업예산은 71억5000만 원...전년대비 5억7100만 원 ↓

지역신문발전위원회는 1월 21일 올해 지역신문발전기금 우선지원 대상으로 67개 신문사를 선정했다. 이중 일간신문은 신문협회 회원사 19개사를 포함해 25개사, 주간신문은 42개사이다.

올해 총 사업예산으로는 지난해 77억2100만 원에 비해 5억7100만

원 줄어든 71억 5000만원을 편성했다. 지발위는 올 한해 △기획취재 지원 △지역여론활성화지원 △조사연구연수교육사업 △기자자료 디지털화지원 △디지털취재장비 임대지원 △소외계층구독료지원 △지역신문활용교육지원 등 13개 사업에 예산을 집중 사용한다.

우선지원대상 일간신문

강원도민일보, 강원일보, 경기일보, 경남도민일보, 경남신문, 경남일보, 경북매일, 경북일보, 경상일보, 광주매일신문, 광주일보, 남도일보, 무등일보, 매일신문, 부산일보, 영남일보, 울산매일, 전남일보, 전라일보, 전북도민일보, 전북일보, 제민일보, 중도일보, 중부매일, 한라일보 (굵은 글씨는 신문협회 회원사)

2019년 지역신문발전기금 사업 및 사업예산

(단위: 백만원)

사업분야		사업비
지역신문역량지원	- 기획취재지원	645
	- 지역여론활성화지원	1,070
	- 조사연구연수교육사업	340
스마트미디어인프라지원	- 기사자료디지털화지원	600
	- 디지털취재장비임대지원	650
공익성활용지원	- 소외계층구독료지원	2,398
	- 지역신문활용교육지원	1,447
계		7,150

“언론이 공익신고기관 되면 ‘취재원 보호’ 불가능”

제보 내용과 제보자를 당국에 보고해야 하기 때문
신문협회, ‘공익신고자보호법 개정’ 반대

국민권익위원회가 ‘공익신고자 보호법’을 개정해 언론사를 공익신고 기관에 추가하는 방안을 검토 중인 것과 관련, 신문협회는 “언론의 취재원 보호 원칙과 상충될 수 있고 언론자유의 침해로 이어질 수 있다”며 반대 의견을 밝혔다.

현행 공익신고자보호법 제6조(공익신고)는 공익신고 기관을 ① 공익침해행위를 하는 사람이나 기관·단체·기업 등의 대표자 또는 사용자 ②공익침해행위에 대한 지도·감독·규제 또는 조사 등의 권한을 가진 행정기관이나 감독기관 ③수사기관 ④국민권익위원회 등

으로 규정하고 있다. 국민권익위는 공익신고 기관에 언론사가 추가될 경우, 공익신고를 활성화하고 공익침해행위를 근절하는 데 도움이 될 것으로 보고 있다.

이에 대해 신문협회는 1월 15일 문화체육관광부를 통해 국민권익위원회에 제출한 의견서에서 “공익신고를 활성화한다는 개정 취지에는 공감하지만 개정안은 언론의 취재원 보호 원칙과 충돌하는 문제가 있다”고 지적했다. 개정안이 그대로 시행될 경우 공익신고자보호법 시행령 제5조2항에 따라, 언론사는 제보 내용과 제보자를 당국에 보고해야하는데 그럴 경우

시행령 제5조(공익신고 기관 등)

② 국회의원 및 제1항제2호에 따른 공공단체(이하 "국회의원등"이라 한다)는 공익신고를 받으면 법 제6조제2호부터 제4호까지의 어느 하나에 해당하는 자에게 공익신고를 보내야 한다. 다만, 공익신고가 법 제10조제2항 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 공익신고를 보내지 아니할 수 있다.

③ 국회의원등은 제2항에 따른 조치 사실(보내지 아니한 경우에는 그 사유를 포함한다)을 공익신고자에게 통지하여야 한다.

신고자의 비밀 보장이나 취재원 보호가 원천적으로 불가능해지기 때문이다.

신문협회는 “취재원 비밀유지가 어렵게 된다면 언론사의 취재원 보호에 대한 믿음이 사라져 오

시행령 제4조의2(실태조사 등)

① 위원회는 법 제4조제2항에 따라 법 제6조 각 호의 기관에 대하여 다음 각 호의 사항에 관한 실태조사를 할 수 있다.

1. 공익신고의 접수·처리 현황
2. 공익신고자등에 대한 위원회의 보호조치결정 등 및 특별보호조치결정 등의 이행 현황
3. 다른 법령에 따라 공익신고자등에게 지급하는 보상금, 포상금 또는 구조금 현황
4. 공익신고의 처리와 관련된 행정심판 청구 또는 행정소송 제기 현황
5. 공익신고자 보호제도 관련 교육·홍보 현황
6. 그 밖에 공익신고자 보호제도 운영과 관련된 사항

② 위원회는 제1항에 따라 실태조사를 소속 공무원으로 하여금 방문하여 조사하게 하거나 서면 등의 방법으로 실시할 수 있다.

③ 제2항에 따라 방문하여 조사하는 경우에는 조사 3일 전까지 조사일시, 조사목적, 조사장소 및 실태조사자의 인적사항 등을 조사 대상자에게 통지하여야 한다.

히려 공익침해행위 신고가 줄어들 가능성을 배제할 수 없다”고 덧붙였다.

신문협회는 끝으로 “언론사가 공익신고 기관으로 지정될 경우 정부기관으로부터 신고접수·처리

현황 등에 관한 실태조사를 받아야 한다”며 “실태조사 과정에서 언론사에 과도한 자료 등을 요구할 경우 이는 언론사에 부담이 될 뿐 아니라 언론의 자유를 침해할 소지가 있다”고 비판했다.

기사품질 높을수록 광고매체로서도 인기 높다

‘신뢰할 수 있는 편집된 기사’의 유효성 재확인

월드미디어그룹, 각국 마케팅 담당 176명 조사 결과

세계 각국의 광고 마케팅 담당자들이 미디어 파트너를 선택할 때 최우선적으로 고려하는 요건으로 ‘신뢰할 수 있는 편집된 기사를 제공하는 언론사’인 것으로 조사됐다.

이는 미디어사들의 전략적 연합체인 월드미디어그룹이 지난해 11

월 5일~12월 5일 각국 광고업계 마케팅 담당자 176명을 대상으로 실시한 ‘콘텐츠 마케팅 트렌드’에 관한 온라인 설문조사 결과다. ‘콘텐츠 마케팅’이란 광고 콘텐츠를 기사를 작성하는 기법으로 생산하여 소비자에게 브랜드를 알리는 ‘브랜드 저널리즘’의 일종이다.

조사결과에 따르면, 응답자들은 콘텐츠 중심 마케팅이 지속적으로 성장할 것으로 전망했다. 응답자의 78%는 향후 2년 동안 콘텐츠 마케팅 시장이 호황기를 맞을 것으로 예상했으며 안정기일 것이라는 전망은 18%였다. 시장규모가 감소할 것이라는 예측은 5%에 불과했다. 또 응답자의 45%는 광고 캠페인의 50% 이상이 콘텐츠 중심 캠페인이라고 답했다.

마케팅 담당자들은 미디어 파트

너를 선택할 때 고려하는 요건으로, 신뢰할 수 있는 편집된 기사를 제공하는 언론사(72%)를 가장 많이 꼽았다. 이어 오디언스 참여 수준 65%, 오디언스 프로필 63% 순이었다. 기사의 품질이 높아 브랜드 평판이 좋은 언론사는 광고매체로서도 좋은 평가를 받는다는 뜻이다.

마케팅 담당자는 콘텐츠 캠페인의 강점으로 브랜드 참여도(즉, 소비자가 브랜드에 할애하는 시간)를 높일 수 있다는 점을 꼽았다. 하

지만 광고효과를 측정하는 항목은 참여도 측정보다는 기존의 브랜드 인지도 등의 측정 방법을 여전히 사용하는 것으로 나타났다. 광고 효과를 측정하는 데 사용된 주요 KPI(Key Performance Indicator, 핵심성과지표)로 응답자들은 기업 브랜드 인지도(awareness, 26%)와 브랜드 인식(perception, 25%)을 가장 많이 꼽았으며, 콘텐츠에 소비한 시간은 20%로 3위를 차지했다.

“유료 구독 모델은 언론사 주 수익원… 대신 ‘과금 차단’ 프로그램도 늘어날 것”

로이터연구소 보고서

“유료 구독 모델은 언론사의 주 수익원이 될 것이다.” 로이터 저널리즘 연구소가 지난 10일 ‘저널리즘, 미디어, 테크놀로지 동향과 전망 2019’ 보고서에서 밝힌 핵심 내용이다. 이 보고서는 연구소가 2016년부터 해마다 발간해 오는 연례보고서다. 이번 보고서는 2018년 12월 29개국 언론사 디지털 전략 책임자 200명을 대상으로 실시한 온라인 설문조사 결과를 담고 있다. 특히 언론사의 유료 구독 전략의 트렌드 및 전망을 주요내용으로 다루고 있다. 주요내용을 소개한다.

구독(판매) 수익은
언론사 주 수익원

오늘날 언론사 수익에서 광고가 여전히 중요하지만, 앞으로는 구독 및 기부금 중심의 수익 모델을 구

축·강화하는 데 초점을 맞춰야 할 것으로 분석됐다.

이번 설문조사 결과, 응답자의 절반 이상(52%)은 2019년 언론사가 최우선 순위로 두어야 할 주(main) 수익 모델로 유료 구독 및 멤버십(회원제)을 꼽았다. 이어 디스플레이 광고(DA, 웹 사이트에서 사용자에게 노출되는 광고) 27%, 네이티브 광고 8%, 독자 기부 7% 순으로 나타났다.

반면, 설문 응답자가 중요하게(important) 생각하는 수익원으로는 디스플레이 광고(81%)가 가장 많이 꼽혔고, 구독(78%), 네이티브 광고(75%) 등이 뒤를 이었다.

스페인 ‘라 라손’의 세르지오 로드리게스(Sergio Rodríguez) 디지털 책임자는 “구독은 이제 언론사의 핵심전략이므로 지속 가능한 뉴스 비즈니스를 창출하기 위해 구독 유도에 투자하는 것이 중요할 것”

이라고 말했다.

구독 모델이 확산됨에 따라 유료화의 문제점도 부각될 것으로 전망했다.

우선, 언론사 지불장벽(유료 회원만 뉴스에 접근할 수 있도록 하는 전략)이 강화되면서 모든 기사가 무료로 제공되던 것에 비해 고품질 뉴스에 접근하기가 어려워지고 인터넷을 통한 기사 검색도 쉽지 않게 될 것으로 예상된다. 보고서를 작성한 로이터 연구소 선임 연구원 니 뉴먼은 “지불장벽은 소비자들을 더욱 짜증나게 하고 뉴스를 보지 못하게 하는 또 다른 이유가 될 수 있다”고 우려했다. 이렇게 되면 방문자 수가 줄어 광고 수익이 급감할 우려가 있다.

또 웹브라우저에 ‘과금 차단(subscription blockers)’ 소프트웨어 설치가 늘어날 것으로 예상된다. 이 프로그램은 유료 콘텐츠에

접근할 경우 나타나는 지불장벽이 활성화되는 것을 막는 프로그램으로, 이를 설치하면 비용을 지불하지 않아도 기사를 계속 무료로 이용할 수 있게 된다.

‘끼워팔기’ 증가

언론사들은 잠재 독자를 유치하고 기존 구독자의 이탈을 줄이기 위해 자사의 가치를 높일 방법을 모색 중이다. 그러한 방안으로 ‘끼워팔기(Bundling·어떤 제품에 다른 제품을 첨부해서 판매하는 것)’의 증가가 예상된다.

예를 들어, ‘런던 오브 타임스’는 기존 구독자에게 월스트리트 저널 1년 구독을 무료로 제공하는 식이다. 통신사와 OTT(Over The Top, 인터넷을 통하여 방송 프로그램, 영화 등 미디어 콘텐츠를 제공하는 서비스) 비디오 공급업체들 또한 자사의 번들 상품에 뉴스를 추

가하는 것을 실험하고 있다. 아마존은 미국의 아마존 프라임 회원들에게 워싱턴 포스트를 6개월간 무료로 제공하고 이후 구독료를 할인해주는 전략을 펼치고 있다.

언론사 간 협력 증가

언론사들은 구글, 페이스북 같은 기술 플랫폼에 대응하기 위해 다양하게 협력할 것으로 전망된다. 설문조사에 따르면, 응답자들은 언론사 간 기술 및 업무 기능을 공유하고(71%), 광고를 함께 판매하는(67%) 것을 협력분야로 꼽았다. 반면, 저널리즘 지원 및 콘텐츠를 공유하는 것에 대한 답변은 50%에 그쳤다. 영국의 한 발행인은 “언론사들은 공통적 문제를 해결하는 기술을 공유한 뒤 각각의 저널리즘을 통해 기사를 차별화해야 한다”라고 주장했다.

▶4면에 계속

FT, 학생·교사에 디지털기사 무료제공

미래독자 확보 일환…영·미 등 3만4천여 명 혜택

영국 파이낸셜 타임스(FT)가 미래 독자 확보를 위해 학생·교사에 디지털 기사를 무료로 제공해 효과를 보고 있다.

지난 15일 미국 IT 전문매체 ‘디지털타임스’에 따르면, 중·장년층이 주 독자층인 FT는 미래 유료 독자 확보를 위해서는 청소년들의 규칙적인 구독 습관을 키워주는 것이 중요하다는 인식 아래 학생·교사들이 정기적으로 FT 기사를 접할 수

있도록 관련 프로그램을 운영 중이다.

FT는 프로그램 참여 학교와 학생에게 FT의 디지털 기사를 무료로 볼 수 있는 온라인 및 모바일 계정을 제공한다.

2017년 영국에서 처음 시작된 이 프로그램은 현재 전 세계적으로 2300여 개 학교가 참여하고 있다. 참여 학교의 75%는 영국에 소재하고 있으며 100여 개는 미국, 나

머지는 영어를 제2언어로 사용하는 국가의 학교다.

지난해 학생과 교사는 100만 페이지 이상의 뷰(view)를 기록했고 약 3만 4000개의 계정이 새로 만들어졌다.

FT는 학생들이 프로그램을 최대한 활용하도록 하기 위해 교사와의 관계를 구축하는데 주력했다. FT는 프로그램에 가입한 2만 명의 교사에게 매주 경제, 정치, 외교, 문화 등 분야별 이메일 뉴스레터를 보냈다.

수업 목적으로 활용되는 뉴스레터에는 기사와 관련된 2~3개 질문을 추가해 제공했다. FT의 글로벌 교육 편집인인 앤드류 잭은 “교사들과의 네트워크를 구축하기 위해 다양한 노력을 기울였고, 지금은 교사들이 먼저 공유하고 싶은 기사를 알려주기도 한다”고 밝혔다.

FT는 학생을 대상으로 객관식 퀴즈 대회와 글쓰기 대회 3개도 운영하고 있다. FT는 잉글랜드 은행(the bank of England), 채텀하우

스(CHatham House, 영국 왕립국 제문제연구소), 세계은행(World Bank) 등과 파트너십을 체결, 수상자에게는 파트너 기관이 주최하는 주요 행사의 티켓을 제공하고 각 기관의 웹 사이트 및 FT 홈페이지에 수상작을 게시한다.

한편 FT는 이밖에 비주류 독자층인 여성 독자들을 확보하기 위해 여성이 좋아할 만한 기사를 파악하고, 여성 독자들을 위한 뉴스레터를 보내는 프로그램도 운영하고 있다.

회원사 동정

매경, '골프엑스포' 전시업체 모집
매일경제(발행인 손현덕)는 '2019 매경골프엑스포' 전시 참가업체를 모집한다. 전시 분야는 골프클럽, 골프웨어, 골프리조트 및 여행상품 등이며, 접수 마감은 2월 8일이다.

서울, '영상 PD' 모집
서울신문(발행인 고광현)은 △영상 취재 및 편집 △모바일 콘텐츠 제작을 주 업무로 하는 영상PD를 모집한다. 계약기간은 1년이며, 접수 마감은 2월 6일이다.

조선, '뉴스 콘서트' 개최
조선일보(발행인 홍준호)는 2월 14일 영남일보 대강당에서 기자들이 직접 독자들을 찾아가는 첫 '뉴스 콘서트'를 개최한다. 참가비는 무료다.

중앙, 산림청과 MOU 체결
중앙일보(발행인 홍정도)는 1월 18일 본사에서 산림청과 '남북 산림 협력 캠페인'을 위한 업무협약을 체결했다. 양 기관은 국민 참여 캠페인 등을 진행할 계획이다.

강원, 'CEO 아카데미' 개최
강원일보(발행인 이희중)는 제4기 'CEO 아카데미'를 개최한다. 아카데미 운영기간은 3~10월이며, 모집인원은 30명이다. 접수마감은 2월 28일이다.

경기, '전국학생 나라사랑 토론대회'
경기일보(발행인 신항철)는 경기도평생교육진흥원 체인지업캠퍼스에서 2월 27~28일 '제8회 전국학생 나라사랑 토론대회'를 개최한다. 참가비는 없으며, 접수마감은 2월 8일이다.

울산매일, '태화강 국제마라톤대회'
울산매일(발행인 이연희)은 '제16회 태화강 국제마라톤대회'를 3월 30일 개최한다. 종목은 풀코스, 하프코스, 10km, 5km이며, 접수마감은 2월 28일이다.

중부일보, '제17회 울곡대상' 공모
중부일보(발행인 최윤정)는 '제17회 울곡대상'을 공모한다. 공모부문은 △국가정치 △광역정치 △기초정치 △자치단체 경영 △공공기관 경영 부문이며, 접수마감은 2월 8일이다.

발행인 동정

고광현 서울신문 발행인은 1월 10일 한국프레스센터에서 열린 '제70회 서울신문 신춘문예' 시상식에 참석해 수상자들을 격려했다.

정희택 세계일보 발행인은 1월 17일 본사에서 열린 '2019 세계일보 신춘문예 시상식'에 참석해 축하를 했다.

곽재선 이데일리 발행인은 1월 18일 남대문 쪽방촌 일대에서 열린 '이데일리-더브릿지(연예인 자선 봉사단)와 함께하는 사랑의 밥차' 행사에 참석해 식사 나눔 봉사활동을 했다.

김기웅 한국경제 발행인은 1월 16일 본사에서 열린 '2019 한경 신춘

문예' 시상식에 참석해 수상자들을 격려했다.

권충원 헤럴드경제 발행인은 1월 9일 대한상공회의소에서 열린 '헤럴드 일자리 대상' 시상식에 참석해 시상했다.

엄주호 경상일보 발행인은 1월 17일 울산 문수컨벤션에서 열린 '2019 경상일보 신춘문예' 시상식에 참석해 인사말을 했다.

노병수 영남일보 발행인은 1월 10일 본사에서 열린 '제2회 영남일보 구상문학상 및 영남일보 문학상 시상식'에 참석해 인사말을 했다.

서창훈 전북일보 발행인은 1월 9일 서울 더케이 호텔에서 열린 '2019년 재경 전북도민 신년 인사회'에 참석해 인사말을 했다.

신문협회 관련 2019 주요 국제 회의

- **세계신문협회(WAN-IFRA)**
 - 디지털 미디어 유럽: 4월 1-2일, 오스트리아 빈
 - 퍼블리시 아시아: 5월 7-9일, 싱가포르
 - 제71차 연차총회: 6월 1-3일, 영국 스코틀랜드 글래스고
- **국제언론인협회(IPI)**
 - 2019 연차총회: 6월 4-6일, 스위스 제네바
- **국제뉴스미디어협회(INMA)**
 - 2019 연차총회: 5월 15-17일, 미국 뉴욕
 - 미디어 이노베이션 워크: 9월 23-27일, 독일 함부르크

“유료 구독 모델은 언론사 주 수익원” ▶3면에서 계속

New UK, 텔레그래프 미디어 그룹, 가디언, 트리니티 미러 등은 하나의 사이트에서 여러 주요 뉴스 사이트의 디지털 광고를 한 번에 구매할 수 있는 온라인 광고 비즈니스 프로젝트인 '오존 프로젝트(Ozone Project)'를 실시하고 있다.

재단 및 비영리단체의 언론 지원 확대 기대
고품질 저널리즘을 생산하는 곳은 보조금이 필요하다는 인식이 확대되고 있다. 설문조사에서 올해 언론사가 도움을 받을 것으로 예상하는 곳을 물었을 때, 29%는 '재단

및 비영리 단체'에서 도움을 받을 것이라 응답했으며, 응답자 18%는 '플랫폼 기업', 11%는 '정부'라고 밝혔다.

이 밖에 응답자의 대부분(87%)이 가장 중요한 플랫폼으로 구글을 꼽았으며, 페이스북 및 애플 뉴

스는 각각 43%, 유튜브 42%, 인스타그램 31%, 트위터 29%순이었다.

아울러 응답자의 78%는 저널리즘의 미래를 확보하기 위해 기계학습 등 인공지능(AI)에 더 많은 투자를 하는 것이 중요하다고 여기고 있었다. 75%는 오디오를 콘텐츠 및 상업적 전략의 중요한 부분으로 인식하고 있다.

한라일보 새 발행인에

김용구 前 제주도 기획조정실장



한라일보는 1월 15일 임시주주총회와 이사회를 열고 새 발행인 겸 대표이사

에 김용구(사진) 前 제주특별자치도 기획조정실장을 선임했다. 취임식은 16일 본사에서 열렸다.

약력 ▲제주대 행정학과, 한국개발연구원(KDI) 국제정책대학원 국제경영학(석사) ▲제주특별자치도 문화진흥원장, 민간복합형관광미항추진단장, 특별자치행정국장, 기획조정실장

“독자가 찾는 신문을 만들자”

중부매일 창간 29주년 기념식

중부매일(발행인 이정)은 1월 18일 나경한정식에서 창간 29주년 기념식을 열었다.

이정 발행인은 기념사에서 “지역과 함께하는 지역언론으로 굳건하게 성장하기 위해서는 그 어느 때보다 직원들의 의지와 결집이 중요하다”고 강조했다. 이 발행인은 이어 “지방분권시대에 지역언론의 중추가 되도록 읽히는 신문, 독자가 찾는 신문을 만드는 데 진력을 다해 줄 것”을 당부했다.

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 한국신문인크(주)
www.korink.com