

<네이버·카카오>

포털의 지역뉴스 확대…미디어 업계 최대의 이슈 정치권·지자체·지방의회·시민단체로 일파만파 확산

포털의 지역뉴스 확대가 심각한 가운데, 언론계뿐 아니라 정치권·지자체·지방의회·시민단체 등도 가세해 조속한 차별 개선을 요구하고 나섰다.

포털의 지역뉴스 차별 문제가 상반기 미디어 업계의 최대 이슈가 되며 이어, 범국가적 범사회적 이슈로 부상한 것이다.

문제가 겹잡을 수 없이 커지자 포털은 “기사 제휴 관련 사안은 뉴스 제휴평가위원회가 결정할 일”이라며 책임회피로 일관해 공분을 사고 있다. 하지만 이는 ‘제평위가 결정하면 해결 가능하다’는 의미이기도 해 이 문제에 대한 제평위의 결정이 주목되고 있다.

포털의 지역뉴스 차별 문제는 지난 2월 네이버가 뉴스검색 노출 알고리즘을 변경하면서 모바일 채널에서 구독 가능한 언론사를 서울에 본사를 둔 44개 사로 제한한 것이 발단이 됐다.

이 알고리즘 체제에서는 ‘러시아 선박의 부산 광안대교 충돌 사

건’에서 보듯 지역신문이 ‘1보’를 써도 포털 뉴스검색 결과는 뒤따라 쓴 서울의 제휴 매체 기사로 채워지기 때문이다. 지역신문이 작성한 기사는 뒤로 밀려나 찾아보기 힘들게 된 것이다.

정치권

정치권은 최근 포털의 지역신문 차별을 일제히 비판하고 나섰다. 김영춘 더불어민주당 의원은 6월 24일 박양우 문화체육관광부 장관으로부터 업무 보고를 받는 자리에서 “네이버가 모바일 뉴스 제휴사를 선정하는 과정에서 지역언론을 배제했다”며 “인구의 절반 가까이가 지역에 살고 있는데 지역 뉴스가 실종된 네이버의 뉴스 서비스가 과연 온당한 일인가”라며 따졌다.

이에 대해 박 장관은 “지역 여론의 다양성을 확보하는 측면에서 어떤 것을 배제하거나 소외시킨다는 것은 바람직하지 않다고 생각한다”고 답했다. ▶관련기사 2면 ▶3면에 계속



전국시도의회의장협의회는 6월 18일 제주도 의회에서 임시회를 열고 부산시의회 박인영 의장이 제안한 ‘네이버의 지역언론 배제 반대 성명서’를 원안대로 채택했다. (사진/부산시의회 제공)



전국언론노동조합·전국민주언론시민연합·지방보권전국회의·한국지역언론학회·(사)지역방송협의회 등 5개 단체가 5월 23일 네이버 본사 앞에서 네이버의 지역 언론 배제 규탄 기자회견을 열고 △네이버 모바일 구독 설정에 지역 언론 포함 △스마트폰 위치확인 기능 이용한 지역 뉴스 서비스 실시 △정부·네이버·시민·학계·언론현업인 간 협의체 구성 등을 촉구하고 있다. (사진/경인일보 제공)

현재의 신문독자는 최고의 충성독자… 신규독자 찾기보다 기존독자 챙기기가 훨씬 중요

신문협회 발행인 세미나 ‘WAN 총회 주요 내용과 시사점’

“기존 독자부터 분석해 긴밀한 관계를 유지한 후 새로운 독자를 찾아 나서는 것이 훨씬 전략적이다.”

오세욱 한국언론진흥재단 선임 연구위원이 6월 20일 대전 유성호텔에서 열린 한국신문협회 창립기념 발행인 세미나에서 강조한 내용이다.

오 연구위원은 이날 ‘2019 세계신문협회(WAN-IFRA) 연차총회 주요 내용과 시사점’ 주제 발표를 통해 △분야별 성공 사례와 전략 △지속 가능한 뉴스를 위한 제안 △위싱턴포스트의 뉴스룸 개선 방안 △마크 톰슨 뉴욕타임스 CEO 대담 등을 발표했다. 주요 내용을 소개한다. (신문협회보 제619호 2면 참조)

저널리즘 기본에 충실하는 것이 최고의 혁신

2019 세계신문협회 연차총회 주요 시사점은 ①저널리즘 ②뉴스룸 ③전략 ④수익 ⑤플랫폼 ⑥독자로 나눠 살펴볼 수 있다.

①저널리즘=저널리즘 혁신 방법은 매년 같은 내용이 반복되고 있다. 간혹 새로운 혁신 방법이 나올 수 있겠지만 세계신문협회가 발표한 ‘신문의 혁신 보고서’는 3년 전 INMA(국제뉴스미디어협회) 총회의 발표 내용이나, 심지어 10년 전 보고서들과 비교해도 내용이 비슷하다. 혁신을 모색하기보다 저널리즘 기본에 충실하는 것이 더욱 중요하다.

②뉴스룸=스웨덴 언론사 ‘익스프레션’의 경우, 편집회의는 스탠딩으로 진행되며 편집국에 게시된 다양한 데이터들을 스크린을 통해 공유하면서 (편집 관련) 의사결정을 내린다. 익스프레션은 편집국 직원 모두가 볼 수 있는 곳에 스크린을 걸어 데이터를 보여주는 것이 가장 효율적이라고 판단했다. 이는 우리에게도 시사하는 바가 있다. 데이터를 아무리 강조해도 조직 구성원 모두가 데이터를 공유하기가 쉽지 않기 때문이다. 눈에 잘 띄는 현황판 등을 통해 조직 구성원 모두가 데이터를 공유하는 것만으로도 뉴스룸의 변화를 이끌어낼 수 있다.

③전략=BBC 뉴스룸의 조이 머피가 한 말을 인용하면, ‘현장에서

듣는 얘기가 실제와 가장 가깝다’. BBC 뉴스룸의 역할은 새로운 기술 혁신 실험이지만, 가장 많이 하는 일은 독자들로부터 불만을 듣고 그 불만을 지속적으로 회사에 전달해 해결방안을 찾는 것이다. 또 현장에서 이뤄진 실험의 결과를 가장 중요하게 여긴다. 로이터 저널리즘 연구소 발표처럼, 혼수꾼 같이 매일 현장에서 독자를 만나는 담당자들의 경험이 더 중요하다. 풍부한 경험을 가진 사람들이 뉴스룸 안에서 다양한 관점으로 실험할 수 있어야 한다는 것이다.

④수익=콘텐츠를 맞춤형으로 전달하는 것만 고민하지 말고 콘텐츠를 소비하는 사람들의 지불 방식을 추적하는 것이 핵심이다. 이용자별 구독 행태(온라인에서만

공짜 구독, 일요일만 뉴스 구독, 주간에만 뉴스 구독 등)를 파악해 개인이 뉴스를 주로 이용하는 디바이스나 시간대에만 구독료를 부과하는 방식이 필요하다는 얘기도.

이용자들의 다양한 콘텐츠 비용 지불 습관을 추적한 다음, 뉴스사이트 이용 습관들을 세션(session, 이용자가 사이트에 들어와서 나갈 때까지의 흔적) 단위로 측정할 수 있어야 한다. 대부분의 언론사들은 일, 월, 주 단위 이용 데이터만 받고 있다. 그것뿐 아니라 세션 단위 데이터들을 추적해야 맞춤형 전략을 만들어 낼 수 있다.

⑤플랫폼=한국만 포털 등 플랫폼 문제로 고민하는 것은 아닌 것 같다. 최근 페이스북도 위기의식을 갖고 있다. ▶4면에 계속

포털은 '지역뉴스 노출 배제 정책'을 통해 지역 언론의 목소리를 철저히 외면하고 있다. 그 결과 지역주민조차 해당 지역 언론의 기사나 뉴스를 포털에서 접할 수 있는 기회를 원천적으로 봉쇄당하고 있다. '포털의 지역언론 홀대'가 미디어업계 최대 이슈로 부상한 가운데 언론계를 시작으로 정치권, 지자체, 지방의회, 시민단체 등에 이르기까지 "포털의 지역뉴스 차별은 안된다"는 우려의 목소리가 봇물처럼 터져 나오고 있다. 신문협회보는 신문협회 회원사 지면에 게재된 관련 기사를 소개한다

주최: 주관: 신동근 의원(문화체육관광위원회, 더불어민주당), 지역신문발전위원회 주관지선정사업의회, (사)비른지역언론연대 후원: 오마이뉴스, 미디어오늘, 전국언론노동조합 지역신문노동조합



이용 하승수 이영아 심상전 오원집

“포털 제평위 심의위원회에 지역언론 출신 추가하라”

2019 지역신문 포털 노출 개선 요구 일지

일자	주요내용
2월 14일	네이버 검색 알고리즘 변경 -콘텐츠 제휴 언론사 중 지역 언론 모두 삭제
2월 19일	매일신문 '대구 대보사우나 화재' 속 보기사, 연합뉴스 기사와 서울 소재 제휴 매체 기사로 대체
2월 28일	부산일보 러시아 화물선 광안대교 충돌 사고 '보 기사'가 다른 매체에 밀려 포털 노출에서 제외
3월 07일	한신협 , '포털의 지역 언론 죽이기 중단하라' 성명
3월 21일	한신협 , 네이버 방문'차별 시정' 요구 지역신문 포털 노출, 뉴스제휴평가 위원회에 지역신문 인사 참여 및 입점 시 가점 부여 촉구
4월 03일	한신협 , 포털 횡포 공동 대응 위해 '디지털위원회' 발족
4월 04일	네이버 네이버뉴스 전면 개편, 알고리즘 기반 자동추천 뉴스 제공
4월 04일	언론노조 , 지자체의 지역신문 지원 강화와 네이버 등 포털의 지역신문 차별 철폐 촉구
4월 18일	대신협 (제2차 사장단 회의), 포털 지역신문 뉴스노출 제고 공동대응 결의
4월 26일 ~27일	지역신문노조 ('포털·SNS와 지역신문' 워크숍), 대형 포털사이트의 지역신문 확대 문제 공론화
4월 30일	국제신문 ·김영춘 더불어민주당 의원·김세연 자유한국당 의원·언론노조 지역신문노조, '네이버의 지역언론 차별 현실과 대응' 토론회
5월 02일	지발위 (대신협 회원사 초청 토론회), 인터넷 포털사이트의 지역뉴스 노출 강화해야
5월 09일	한국신문협회 (지방신문 경영혁신 전략 토론회), 위치기반 뉴스서비스 도입 및 지역기사 지역 매체 우선 노출토록 포털 검색 알고리즘 개편 요구
5월 21일	지방분권부산시민연대·언론공공성 지키기부산연대·지역신문노조 , 네이버의 지역언론 배제, 지역 주민 무시, 지방 분권 역행 규탄 기자회견
5월 23일	언론노조·민언련·지방분권전국회의·한국지역언론학회·(사)지역방송협의회 , '네이버 지역언론 배제 규탄' 기자회견
5월 28일	경기도의회 이영주 의원, '포털을 대상으로 지역언론에 대한 장벽 해체 촉구' 기자회견
6월 05일	부산시의회 박인영 의장, '네이버 모바일의 지역언론 배제 철폐 촉구' 성명 발표
6월 11일	언노조·민언련·지방분권전국회의·한국지역언론학회·(사)지역방송협의회 , '네이버 뉴스 검색 시 지역언론 배제에 대한 사과와 시정 촉구' 성명 발표
6월 13일	한신협 (제56차 정기총회), 문화체육관광부와 언론 유관기관·단체에 지역신문 위상 강화방안 마련 건의문 채택
6월 13일	대신협 (제3차 사장단 회의), 네이버 등 대형 포털의 지역신문 뉴스 노출 빈도를 높이기 위한 지속적인 공동 협력 결의
6월 18일	한국지역언론학회·지역신문노조·경남시민사회단체연대회의·민주노동경남본부·경남민주언론시민연합 , '네이버 지역언론 배제·지역민 무시 규탄' 기자회견
6월 18일	전국시도의회위원장협의회 (제5차 임시회), '네이버의 지역언론 배제 반대 성명서 채택 건의안' 의결
6월 20일	부산시의회 (278회 정례회 3차 상임위), '지방분권에 역행하는 포털의 지역언론 배제 규탄 및 제도개선 촉구 결의안' 가결
6월 21일	충청언론학회·시민미디어마당 사회적협동조합 (상반기 세미나), 지역신문이 배제되는 등 포털 중심의 뉴스 유통 구조 문제를 근본적으로 짚어 보고 지역언론의 대응 방안 모색
6월 25일	경남도의회 (제364회 정례회 제5차 본회의), '네이버의 지역언론 노출 배제 중단을 촉구하는 결의안' 채택

*한신협=한국지방신문협회, 대신협=대한민국 지방신문협의회, 언론노조=전국언론노동조합·전국신문통신노동조합협의회, 지역신문노조=전국언론노동조합 지역신문노동조합의회, 지발위=지역신문발전위원회, 민언련=전국민주언론시민연합

한신협, 정기총회서 건의문 채택...청와대·국회 등 전달

한국지방신문협회(회장 이상택 매일신문 발행인)는 6월 13일 제 56차 정기총회를 열어 지역언론과 지역언론인 권리 보호를 요구하는 건의문을 채택하고, 21일 청와대, 국회, 한국언론진흥재단 등에 전달했다.

한신협은 건의문에서 “지역언론의 위기는 지방의 황폐화와 풀뿌리 민주주의의 위기로 이어진다”며 “그럼에도 불구하고 정부나 언론관련기관·단체의 정책과 집행은 ‘서울언론’ 위주로만 시행되고 있어 ‘지역언론’의 상황을 더욱 악화시키고 있다”고 지적했다. 이어

“언론인이 진출해야 하는 자리는 서울언론 출신 인사들로만 메워지고, 지역언론의 상황을 대변해야 하는 지역언론인은 찾을 수가 없는 지경”이라고 성토했다.

한신협은 “출범한 지 15년이 지난 지역신문발전위원회는 그동안 5기의 위원회가 구성되는 동안 지역언론 출신이 한 번도 위원장을 맡지 못했다”며 “지역신문의 발전을 견인해야 하는 자리를 서울언론인들이 맡아오는 것은 불합리의 극치”라고 비판했다.

아울러 “한국언론진흥재단 역시 이사장과 3명의 상임이사는 서울

언론의 전유물이다시피 하다”며 “언론진흥재단 상임이사진에 지역언론 출신을 포함시킬 것”을 요구했다.

한신협은 특히 “포털 뉴스제휴평가위원회 역시 30명의 위원들 가운데 지역언론 출신은 전무하며, 5월 출범한 정부광고자문위원회에도 서울 소재 언론사 출신이 참여했다”고 지적했다.

한신협은 이와 같은 내용을 5가지 요구사항으로 정리해 청와대, 문화체육관광부, 국회 문화체육관광위원회, 한국언론진흥재단 등에 건의했다.

- 6기 지역신문발전위원장은 지역언론 출신 인사를 선정할 것.
- 언론진흥재단 임원진에 지역언론 출신 인사 배정을 명문화할 것.
- 정부광고자문위원회에 지역언론 출신 인사를 추가할 것.
- 포털 뉴스제휴평가위원회 심의위원회에 지역언론 출신 인사가 진출할 수 있는 길을 만들어 줄 것.
- 중앙과 지방의 균형발전을 통해 지방자치제도가 정착할 수 있도록 지역언론이 제 역할을 할 수 있는 길을 모색할 것.

포털의 지역뉴스 확대

▶1면에서 계속

김 의원은 또 “네이버가 뉴스제휴사를 선정하는 과정에서 지역언론사는 제안조차 못 받았다. 기회 자체가 박탈된 것”이라면서 “젊은 세대는 뉴스를 모바일을 통해 접근한다는 점에서 심각한 문제가 발생한다. 문제부가 관장하는 지역신문발전지원특별법의 취지에 비춰 봐도 옳지 않다. 이 문제를 각별히 챙겨서 시정해달라”고 촉구했다.

이에 대해 박 장관은 “네이버나 다른 포털사이트와 대화에 나서겠다. 저희 부처에서 간접적으로 (지역언론을) 지원할 수 있는 방안을 우선 검토하겠다”고 밝혔다.

국제신문·김영춘 더불어민주당 의원·김세연 자유한국당 의원·전국언론노조지역신문노조협의회는 지난 4월 30일 국회에서 '네이버의 지역언론 차별 현실과 대응' 토론회를 공동 개최했다. 이 자리에서 이상기 부경대 신문방송학과 교수는 발제를 통해 “네이버 뉴스 배열 원칙은 균형 잡힌 정보, 공익 가치, 구현 방식에 대한 원칙이 불분명하다”며 “지역 주민의 정보 소외를 막기 위해서는 네이버가 온라인 공간을 평등한 공론장으로 만들어야 한다”고 강조했다.

지자체

지역 자치단체의 비판의 목소리도 거세게 일고 있다. 지역신문의 위기가 곧 지역사회의 위기로 직결

된다는 인식이 확산되면서이다.

전국시도의회위원장협의회는 6월 18일 제주도 의회에서 임시회를 열고 부산시의회 박인영 의장이 제안한 '네이버의 지역언론 배제 반대 성명서 채택 건의안'을 원안대로 의결했다. 이에 따라 광역의회 차원에서 지역과 중앙의 상생 미디어 환경 조성에 필요한 법과 제도를 마련하려는 움직임이 탄력을 받을 것으로 보인다.

부산시의회는 6월 20일 '지방분권에 역행하는 네이버 포털의 지역언론 배제 규탄 및 제도개선 촉구 결의안'을 만장일치로 원안 가결했다.

이어 경남도의회도 6월 25일 본회의에서 도의원 58명 전체 명의로 국내 대형 포털사이트인 네이버가 모바일 뉴스콘텐츠 서비스에 지역언론을 배제하는 등 언론 다양성과 지역주민 알 권리를 침해하는 것에 대한 우려를 표명하면서 지역언론 배제 중단을 촉구하는 결의안을 발의했다.

지역 시민단체

지방분권부산시민연대·언론공공성지키기부산연대·전국언론노조지역신문노조협의회는 5월 21일 부산시의회 브리핑룸에서 '네이버의 지역언론 배제, 지역 주민 무시, 지방 분권 역행 규탄 기자회견'을 갖고, “네이버는 우리 동네 소식·우리 지역 정보 알권리를 짓밟지 말라”며 정치권의 적극적인 동참을 요구했다.

지역신문단체

지역신문을 대표하는 양대 언론단체인 한국지방신문협회(회장 이상택 매일신문 발행인)와 대한민국지방신문협의회(회장 김종석 강원도민일보 발행인)는 어느 때보다 강력하게 대응하고 있다.

한신협은 지난 3월 7일 포털의 지역신문 차별 정책을 강력 규탄하는 성명을 발표한 데 이어 6월 13일 정기총회를 열고 문화체육관광부와 언론 유관기관·단체에 지역신문 위상 강화 방안을 마련해 줄 것을 건의기로 의결했다. 포털의 지역뉴스 차별·배제 문제 해결에 효율적이고 체계적으로 대응하기 위해 한신협 사무국 산하에 디지털위원회를 설치했다.

대신협도 6월 13일 제3차 사장단 회의를 열고 네이버 등 대형 포털의 지역일간신문 뉴스 노출 빈도를 높이기 위해 지속적으로 협력해 가기로 결의했다.

언론노조 등

전국언론노동조합·전국민주언론시민연합·지방분권전국회의·한국지역언론학회·(사)지역방송협의회 등 5개 단체는 5월 23일 네이버 본사 앞에서 '네이버 지역언론 배제 규탄' 기자회견을 가열고 네이버가 지역언론이 포함되지 않은 채널(언론사편집판) 중심으로 모바일 화면을 개편한 것을 두고 “지역을 배제하고 차별하는 행태”라고 목소리를 높였다. 그러면서 △네이버 모바일 구독 설정에 지역언론 포함 △스마트폰 위치확인 기능 이용한 지역 뉴스 서비스 △

정부·네이버·시민·학계·언론현업인 간 협의체 구성 등을 촉구했다. 5개 단체는 이어 6월 11일 성명을 내고 “네이버는 지역언론 배제와 지역 민주주의 훼손 사태에 책임 회피로 일관하고 있다”고 비판했다. 또 “네이버가 자신들의 책임을 회피하고 있다”며 대화에 나설 것을 촉구했다.

전국언론노조 지역신문노조협의회·경남시민사회단체연대회의·민주노동경남본부·경남민주언론시민연합·한국지역언론학회 등은 6월 18일 경남도의회 브리핑룸에서 기자회견을 열고 “뉴스유통을 장악한 거대 포털의 행태에 지역이 일순간 사라지고 있다”고 밝혔다.

현실

지난 5월 9일 신문협회가 개최한 지방신문 경영혁신 전략 토론회에 참석한 지역신문 관계자들은 “네이버 알고리즘 변경으로 우리 신문사 뉴스의 포털 노출이 50% 이상 줄었다”, “트래픽이 70% 이상 감소한 경우도 있다”고 하소연할 정도다.

사실 포털의 지역뉴스 확대는 어제오늘 일이 아니다. 신문협회 등은 수년 전부터 포털을 상대로 지역신문 차별 방지책을 요구해 왔다.

하지만 포털은 대책을 내놓기는 커녕 지난 2월에는 돌연 지역언론에 불리하게 뉴스 검색 알고리즘을 변경하면서 지역언론의 목소리를 철저히 외면해 오고 있다.

美도 ‘신문=공공재’…지역언론지원법 잇달아 발의

“지역 신문이 퀄리티 저널리즘에 집중할 수 있을 것”

최근 미국에서 경영상 어려움을 겪고 있는 언론사를 지원하기 위한 법안이 잇달아 발의돼 눈길을 끌고 있다. 미디어 시장에 간섭 않는 것을 기본원칙으로 삼는 미국이 예외적으로 신문 지원에 적극적인 것은 신문을 공공재로 인식했기 때문이다.

지역 뉴스 구제 법안(the Saving Local News Act)

마크 데자울니에 민주당 하원의원은 6월 5일 신문을 공공재로 정의하고 지역 언론사가 비영리단체로서의 지위를 쉽게 얻을 수 있도록 하는 내용의 ‘지역 뉴스 구제 법안’을 발의했다.

현재 언론사가 비영리 기관으로 인정받으려면 교육적 혜택을 제공

하고 있음을 증명해야 한다. 하지만 이 법안에 따르면 뉴스 자체를 특수 지위의 공공재로 정의하고 있다.

이 법안은 또 언론사가 수익 대신 저널리즘에 집중할 수 있도록 향후 광고수입을 비과세 소득으로 처리할 수 있도록 허용하고 있다.

데자울니에 의원은 “200년 이상 미국 사회의 기반이었던 지역 저널리즘이 경영상 많은 어려움을 겪고 있다”며 “이 법안은 지역 신문사가 퀄리티 저널리즘에 초점을 맞출 수 있도록 도울 것”이라고 말했다.

해당 법안에 대해 뉴스미디어연합(New Media Alliance, 구 미국신문협회), 미국신문편집인협회(the American Society of News Editors) 등 미디어 업계는 적극 환영의 뜻을 밝

혔다. 데이비드 채번 뉴스미디어연합 CEO는 “뉴스 사막이 점점 더 우려되는 상황에서 광고 수익을 비과세 수입으로 처리할 수 있도록 허용하는 이 법안은 많은 지역 언론사에 도움이 될 수 있을 것”이라고 밝혔다.

콜롬비아 저널리즘 대학교의 빌 크루스킨 교수는 “비영리기관으로서의 지위가 (지역언론의) 경영 개선에 도움이 될 수는 있겠지만 만병통치약은 아니다”라며 “법안의 성공은 아무리 수익성이 낮더라도 (고품질의) 기사를 발행하려는 언론사의 의지에 달려 있다”고 했다.

언론 경쟁 및 보존 법안(Journalism Competition and preservation Act)

앞서 지난 4월 3일 민주당 데이비드 시실린 의원은 언론사들이 구글 및 페이스북 등 온라인 플랫

폼을 상대로 콘텐츠 유통에 관한 공동협상을 할 경우 ‘반독점법’ 적용 대상에서 면제하는 내용의 ‘언론 경쟁 및 보존 법안’을 발의했다. 시실린 의원은 2018년 3월 115대 연방하원(2017-2018)에 동일한 법안을 발의했으나 회기내 처리되지 못함에 따라 이번 회기에 해당 법안을 재발의했다.

‘반독점법’은 기업의 불공정한 독점을 막기 위한 법률로, 미국은 기업들이 담합을 하거나 기타 제휴 등을 통해 해당 시장에서 사실상 독점적 지위를 행사하거나 경쟁을 저하시키는 경우 엄격히 규제하고 있다. 따라서 현행법상 개별 언론사가 아닌 뉴스미디어연합과 같은 단체가 구글과 페이스북을 대상으로 공동협상에 나설 경우 반독점법을 위반할 가능성이

있다.

해당 법안은 언론사들이 온라인 플랫폼을 상대로 공동협상을 할 경우 ‘반독점법’ 적용을 받지 않도록 한 것. 다만 ‘독점방지법’ 적용 면제는 언론사의 이익을 위한 담합행위는 제외되고 저널리즘에 대한 신뢰와 품질을 향상시키는 경우에만 제한적으로 적용된다. 법안은 이 같은 공동협상을 한시적(48개월)으로 허용하도록 제안하고 있다.

이 법안은 온라인상의 허위정보(disinformation) 및 가짜뉴스에 대한 대응 방안으로 나온 것이다. 또 언론 품질 향상을 위해서는 현재 온라인 광고 수익의 상당 부분을 가져가는 IT 플랫폼 기업이 언론사와 광고 수익을 공평하게 배분할 수 있도록 법적 근거가 마련돼야 한다는 취지에서 발의됐다.

창립기념 발행인 세미나

▶1면에서 계속

플랫폼 기업들은 뉴스 콘텐츠를 자동배열로 옮겨가는 추세다. 그 결과 플랫폼 기업들에 대한 이용자들의 신뢰가 조금씩 떨어지고 있다. 네이버도 개편된 페이지에 대한 이용자의 불만이 높은 상황이다.

결론적으로 전통적인 언론사(신문사)가 다시 신뢰를 얻는 시점이 올 수 있기 때문에 플랫폼 기업과의 관계에서 현재만을 보지 말고 지속적으로 독자의 신뢰를 얻어나가려는 노력이 필요하다.

⑥독자=한국의 신문사는 자기의 구독자에 대해 전혀 모른다. 비디오·안경점 및 책 대여점에서도 생일마다 축하문자를 넣어 준다. 그러나 신문사는 매일 1만 5000원 구독료를 내고 있는 독자의 생일이 언제인지 모른다.

이번 WAN 총회 발표에서도 똑같은 얘기가 나왔다. 기존 독자를 너무 모른다는 것이다. 충성스러운 독자들과 긴밀한 관계를 맺고, 그들이 자발적으로 신문 구독 권유 등에 나서도록 해야 하지만, 지금 신문들이 그런 점을 너무 못하고 있다. 따라서 기존의 충성 독자들과 긴밀한 관계를 형성한 후 새로운 독자를 찾기 위해 최선을 다하는 것이 필요하다.

지속 가능한 뉴스를 위한 9가지 제안

헤리엇 와트 대학 학장이자 전 이코노미스트 에디터인 데임 프란

세스 케이튼크로스 교수는 기조연설을 통해 ‘지속가능한 뉴스’에 대해 발표했다.

그는 뉴스 언론인·학자·기업인 등 약 80명을 대상으로 인터뷰 한 결과를 소개하며 “모두에게 적용될 해법은 없다는 것이 결론”이라고 말했다. 그러면서도 그는 저널리즘 지원의 당위성을 강조했다. 그는 언론이 없다면 투표율이 더 낮아질 것이고, 궁극적으로 민주주의에 손해를 미치게 되기 때문에 저널리즘 지원이 필요하다고 말했다. 특히, 지역신문의 경우는 재정적 지원이 없을 경우 지역 대표성을 완전히 상실할 것이라고 덧붙였다.

케이튼크로스 교수는 지속 가능한 뉴스를 위해 다음 9가지를 제안했다.

① 언론사와 온라인 플랫폼의 불평등한 관계를 바로잡기 위한 새로운 규약이 필요하다.

② 공정 경쟁을 위해 온라인 광고 시장을 조사할 필요가 있다. 다시 말해, 알고리즘에 의해 광고가 집행되면서 데이터가 있는 플랫폼 기업과 데이터가 없는 언론사간 광고시장이 불투명해지고 있어 이에 대한 시장조사가 필요하다.

③ 온라인 플랫폼에 뉴스 품질의 의무를 부과해 독자들이 이용하는 뉴스의 품질을 보장하도록 해야 한다. 즉, 저품질 뉴스사이트 등을 규제해야 한다.



6월 20일 대전 유성호텔에서 열린 신문협회 창립기념 발행인 세미나에서 오세욱 한국언론진흥재단 선임연구위원(사진 맨 오른쪽)이 '2019 세계신문협회 연차총회 주요 내용과 시사점'을 주제로 발표하고 있다. (사진/대전일보 제공)

④ 정부가 언론, 플랫폼 등과 협력해 리터러시 정책을 추진해야 한다.

⑤ 영국 BBC가 지역 언론사를 더 도울 수 있도록 제도적·재정적 지원이 필요하다.

⑥ 언론진흥기금과 같이 정부가 공익적 관점에서 언론 진흥을 위한 혁신 기금을 조성할 필요가 있다.

⑦ 세금공제와 관련해 종이신문 구독료뿐만이 아니라 온라인 구독, 탐사 저널리즘 구독 등 언론사의 모든 콘텐츠 구독에 대해 세금을 공제하는 방안을 마련할 필요가 있다.

⑧ 지역 공익 뉴스에 대한 정부의 직접 지원을 검토할 필요가 있다.

⑨ 우리나라의 언론진흥재단처럼 공익뉴스 지원을 위한 기구를 설립해야 한다.

이 제안들은 우리나라에도 시사점을 준다.

위싱턴포스트, 기술기업으로 변화에 중점

위싱턴포스트는 저널리즘과 기술 측면에서 가장 앞서나가는 것을 목표로 삼고 있다. 그렉 바버 뉴

스룸 국장은 WP의 목표를 △전략 △테크놀로지 △스토리텔링 등 3가지 주제로 나눠 설명했다.

첫째, 전략은 뉴스룸 구성 방식에 중점을 두고 있다. 일반적인 하나의 편집국 체계처럼, 워싱턴포스트는 각 섹션마다 관리인, 선임 편집자, 기자들을 두는 방식이다. 각 섹션 기자들은 포토·카피라이터·비디오·그래프·오디오 담당자들과 팀을 구성한다.

이 팀은 오퍼레이션 에디터, 소셜 임베드, 프로젝트 에디터, 프로덕트 에디터, 라이브 뉴스 데스크 등 모든 구성원이 전략을 같이 담당하고 고민을 한다. 여기서 주목한 부분이 프로덕트 에디터다. 상품을 편집한다는 뜻인데 뉴스 상품을 저널리즘 가치에 맞게 편집한다는 것이 아니라, 독자들에게 주는 상품을 어떻게 관리할 것인지의 관점에서 프로덕트 에디터를 운영하고 있다. 프로덕트 에디터는 뉴스 배포 플랫폼을 결정하는 등 온라인 뉴스의 최종 배포 권한을 갖고 있다. 프로덕트 에디터의 역할이 가장 컸다는 것이 워싱턴포

스트 측의 설명이다.

둘째, 테크놀로지 측면이다. 워싱턴포스트는 제프 베조스의 투자를 받기 때문에 자체적으로 기술을 개발할 여력이 있다. 워싱턴포스트가 자체 개발한 ‘아크(Arc)’라는 CMS(콘텐츠 관리 시스템)는 다른 회사에도 판매하고 있다. ‘아크’는 하나의 기사를 게시하면 그 기사가 어디에서 어떻게 읽히는지 전부 추적이 가능하다. 또 기사에 대한 반응에 따라 기자들이 기사를 바로 수정할 수 있는 기능까지 갖추고 있다.

또 하나의 기술은 레드(RED)라는 독자 개인화 페이지다. 이 페이지는 독자가 워싱턴포스트에 들어와서 무엇을 했고 어떤 흔적을 남겼는지 등의 모든 행위를 관리할 수 있는 기능을 갖추고 있다. 예를 들어 워싱턴포스트에서 처음 읽은 기사가 무엇이고, 얼마나 오래 읽었는지를 측정해 보여준다. 뿐만 아니라 스크롤 속도와 체류시간을 분석하는 알고리즘을 통해 독자가 기사를 속독했는지 아니면 대충 읽었는지를 판단해 독자에게 알려준다.

구글, 지난해 뉴스서비스로 47억 달러 벌었다

검색·뉴스 서비스 통해 얻은 직접 수익만 포함

구글이 지난해 뉴스 서비스로 약 47억 달러(한화 약 5조 5709억 원)의 수익을 올린 것으로 추정된다는 주장이 나왔다. 이는 지난해 미국 뉴스산업 전체가 디지털 광고로 벌어들인 51억 달러(한화 약 6조 450억 원)와 비슷한 금액이다.

미국 뉴스미디어연합(NMA·옛 미국신문협회)은 6월 10일 '구글이 뉴스 콘텐츠로 벌어들이는 수익' 보고서를 통해 이 같이 밝혔다. 보고서 주요내용을 소개한다.

구글 플랫폼에서 뉴스를 이용하도록 다양한 유도 수단 강구

미국인의 93%가 온라인으로 뉴스를 접하고 있다. 구글은 이를 감안해 자사 제품(지도, 쇼핑 등)에 대한

소비자의 참여를 유도하기 위한 수단으로 뉴스에 점점 더 의존하고 있다. 2017년 1월~2018년 1월 언론사가 구글로부터 유입된 트래픽은 25% 증가했으며, 2018년 1월 현재 주당 약 16억 명이 (구글 검색을 통해) 언론사를 방문하고 있다.

구글은 뉴스 콘텐츠를 활용한 이용자 확보 및 트래픽 유도를 위해 지속적으로 투자해 왔다.

먼저 검색 결과에서 뉴스를 강조하는 방향으로 알고리즘을 업데이트했다. 2011년에는 뉴스를 포함해 최신 정보와 참신한 정보를 중요하게 여기도록 검색 알고리즘을 업데이트했다. 지난해 3월에는 뉴스 구독모델(subscribe with google)을 도입해 소비자가 구글 플랫폼에 계

속 머물도록 하고 있다.

유튜브의 뉴스 의존 역시 증가하고 있다. 2017년 유튜브는 '속보(Breaking News)' 섹션을 추가했으며, 그 결과 2018년 미국 온라인 뉴스 소비자의 20%가 유튜브에서 뉴스를 본 것으로 나타났다.

이밖에 구글은 AMP(Accelerated Mobile Pages) 기술을 통해 소비자가 구글의 시스템 내에 머물게 하고 있다. 'AMP'는 더 빠른 모바일 환경을 만들기 위해 선보인 차세대 오픈소스 기술이다. 이를 이용하면 텍스트, 이미지 등 대용량 콘텐츠를 담고 있는 모바일 웹 페이지의 로딩 시간을 최대 4배 이상 단축할 수 있다.

구글 검색 결과 40%는 뉴스 콘텐츠

연구진은 '구글 검색'에서 뉴스가 얼마나 이용되는지도 분석했다.

2019년 2월 8일~3월 4일 데스크톱에서 구글 검색 결과 첫 페이지를 스크랩해 조사했으며, 검색 결과에 사용자 정보는 포함되지 않았다.

조사결과, '인기 급상승 검색어'(trending queries·구글 검색 트렌드는 일일 검색량 순위를 매겨 상위 20개의 검색어를 게시)를 검색했을 경우 검색 결과의 38.7%는 뉴스 기사로 나타났다. 또 검색 결과 화면에 노출된 여러 콘텐츠 중에서 클릭이 이루어진 것의 약 40%는 뉴스 기사인 것으로 조사됐다.

구글이 뉴스로부터 얻는 수익(47억 달러), 美 뉴스산업 디지털광고수익 총액(51억 달러)과 비슷

보고서에 따르면, 구글 검색 및 구글 뉴스의 트래픽은 구글의 수익 증대에 기여하고 있다.

구글은 2008년 총 수익 140억 달러 중 '구글 뉴스' 가치가 1억 달러(1160억 5000만 원)라고 공개한 적이 있다.

연구진은 이를 바탕으로 2018년 구글이 뉴스 서비스를 통해 얻은 수익이 약 47억 달러(한화 약 5조 5709억 원)라고 추정했다. 이 추정치는 ① '구글 검색'과 '구글 뉴스' 섹션에서의 뉴스 콘텐츠 수익 ② 2008년 구글 뉴스에서 얻은 수익은 약 1억 달러 ③구글 뉴스는 구글 전체수익에서 해마다 일정한 비율을 차지 ④구글 뉴스와 마찬가지로 구글 검색으로 발생한 트래픽 또한 구글 수익에 기여 ⑤구글 검색결과에 노출되는 뉴스는 구글 뉴스 섹션 내 뉴스 소비보다 최소 6배 이상 많다는 가정 하에 도출한 것이다.

세계 주요언론 독자확보 위해 댓글 전략에 집중

고품격 공론장으로 활용

전 세계 주요 언론사는 기존독자를 유지하고 독자층을 다양화하기 위해 기사 댓글 정책 수립에 집중하고 있다. 지난 5월 29일 미국 IT 전문매체 디지털데이는 독자 유지를 위한 전략으로 댓글 정책 수립에 주력하고 있는 월스트리트저널(WSJ), 타임스(The Times), 십스테드(Schibsted)의 사례를 소개했다. 주요내용을 소개한다.

① 미국 월스트리트저널(WSJ) : 유료 회원만 댓글 작성 가능

5개월 간 자체연구 결과를 바탕으로 댓글 시스템 및 정책을 수정했다. 댓글은 유료 회원만 작성할 수 있고, 대화는 정해진 기사 및 정해진 시간에만 가능하다. 그 날의 주요 기사에 초점을 맞출 수 있도록 댓글을 달 수 있는 기사의 수를 제한하며, 48시간이 지나면 토론은 마감된다. 깊이 있고 의미있는 토론을 이끌어내기 위해, WSJ 기사

가 질문으로 토론을 시작한다. 이를 통해 회원들과 언론인은 의견을 주고받을 수 있다. 이러한 정책은 댓글의 품질을 향상시키고 젊은층의 독자 참여를 유도하기 위한 것이다.

② News UK의 타임스(The Times) : 댓글이 많은 국제뉴스 섹션에 집중

지난 3개월 동안 디지털 독자의 관심도를 측정하기 위한 연구를 진행했다. 연구 결과 댓글은 관

심도를 알 수 있는 수많은 핵심 지표 중 하나로 분석됐다. 예를 들어 타임스에서 댓글이 많이 작성되는 기사는 현지 특파원이 작성한 국제 뉴스(world-news) 섹션이었다. 이에 따라 런던의 편집국은 더 많은 국제뉴스를 작성하고 있으며, 외국 특파원이 더 많은 분석 기사를 작성할 수 있도록 배려하고 있다.

③ 노르웨이 미디어 그룹 십스테드

(Schibsted) : 댓글이 많은 기사 강조해 노출

홈페이지 내 댓글이 가장 많이 달린 기사를 강조해서 보여준다. 그 결과 해당 기사는 다른 기사에 비해 평균 8% 이상 높은 클릭률을 기록했다. 십스테드는 댓글 토론을 촉발시키는 주제 및 댓글로 상호작용하는 독자 통계를 연구하고 있다. 대부분의 언론사와 마찬가지로 보다 젊은 독자층을 확보하는 것을 목표로 하고 있다.

www.ikpec.or.kr

“자유롭고 책임있는 언론 한국신문윤리위원회가 함께 합니다.”



한국신문윤리위원회는 '언론의 자유' 수호와 '책임있는 언론' 구현을 위해 1961년 한국신문협회 한국신문방송편집인협회 한국기자협회가 공동 설립한 국내 유일의 언론자율감시기구입니다.

각 신문에 게재된 '본지는 신문윤리강령 및 그 실천요강을 준수한다'는 서약문의 실천 여부를 상시 감시합니다.
이를 위해 국내에서 발행되는 일간신문과 온라인신문의 기사와 광고를 심의합니다.
기사와 광고에 대한 독자의 불만을 접수하여 이를 공정하고 신속하게 처리합니다.

한국신문윤리위원회 | 서울시 중구 세종대로 124 프레스센터 1305호 T. 02)734-3081~3

회원사 동정

세계, '지역·사회발전 공헌대상'

세계일보(발행인 정희택)는 지역 갈등 해소에 사회발전에 기여하는데 앞장선 기관(기초·광역 지자체 등)·개인(기초·광역의원, NGO 공헌자 등)을 대상으로 '제4회 세계일보 지역·사회발전 공헌대상' 후보자를 추천받는다. 대상은 통일 준비분야 및 사회갈등 해소분야 각각 단체 3곳과 개인 3명이다. 접수마감은 7월 31일.

강원도민, 인제군 등과 MOU

강원도민일보(발행인 김중석)는 6월 19일 인제군청에서 인제군·남북강원도협력협회와 한반도 평화 정착 및 인제군 평화지역 발전사

업 추진을 위한 업무협약을 체결했다. 3개 기관은 인제군 남북교류 협력 사업, 인제의 우수한 자연자원을 활용한 공동 협력사업 발굴 등을 추진할 계획이다.

경기, 전국학생 글로벌경제 토론대회

경기일보(발행인 신향철)는 8월 6~7일 아주대학교에서 전국 고등학생이 참여하는 '제9회 전국학생 글로벌경제 토론대회'를 개최한다. 토론주제 및 접수방법은 토론대회 홈페이지(www.hssged.com)를 참조하면 된다. 접수마감은 7월 19일.

경남신문, '경남중소기업대상 공모'

경남신문(발행인 최광주)은 '제23회 경남중소기업대상'을 공모한다. 신청자격은 경남에 본사를 두

고 있는 중소기업으로 정부포상업무 지침에 적합한 업체이며, 시장 부문은 △기술혁신 △창업벤처 △경영혁신 △수출 등 7개 부문이다. 접수마감은 7월 12일.

경북일보, '청도관광 사진 공모전'

경북일보(발행인 한국선)는 '제4회 전국 청도관광 사진 공모전'을 개최한다. 공모내용은 청도를 상징할 수 있는 자연경관, 전통문화, 특산물, 행사, 축제, 음식발기, 풍습 등을 소재로 한 작품이며, 1인당 4점 이내까지 출품이 가능하다. 접수마감은 9월 6일.

영남, '전국 주부수필 공모전'

영남일보(발행인 노병수)는 전국 주부들을 대상으로 '제10회 달

스포츠서울 발행인에 이승호 한류타임즈 대표



스포츠서울은 최근 이승호 한류타임즈 대표이사(사진)를 새 발행인으로 선임했다.

약력 ▲서울과학기술대 환경공학과 졸업 ▲머니투데이더벨 벤처중기부 부장, 산업3부 부장, 팍스넷뉴스 대표이사, 한류타임즈 대표이사

서 책사랑 전국 주부 수필 공모전을 개최한다. 주제는 △독서동아리 활동 △책사랑 및 독서관련 행사 △도서관 자원봉사 체험 등이며, 분량은 A4용지 3매 내외다. 1인 1편이며, 접수마감은 7월 19일.

구경북 머니엑스포'에 참석해 회사를 했다.

김진수 부산일보 발행인은 6월 19일 본사 대강당에서 열린 '제52회 부일보훈대상' 시상식에 참석해 인사말을 했다.

노병수 영남일보 발행인은 6월 10일 경산 인터볼고CC에서 열린 '제7대 영남일보 CEO아카데미 총동창회장배 골프대회'에 참석해 인사말을 했다.

임환 전북도민일보 발행인은 6월 10일 익산세무서 공무원을 대상으로 '더 큰 전복을 위한 조건, 성실납세의 중요성'에 대해 특강했다.

서창훈 전북일보 발행인은 6월 12일 전북보훈회관에서 열린 '제45회 전북보훈대상' 시상식에 참석해 인사말을 했다.

"지역발전 선도 언론사 되자" 경북매일 창간 29주년 기념식

경북매일(발행인 최윤채)은 6월 21일 라메르웨딩컨벤션에서 창간 29주년 기념식을 열었다.

최윤채 발행인은 기념사에서 "급변하는 미디어 환경 변화에 맞춰 우리만의 방향설정과 경영전략 수립이 그 어느 때보다 중요하다"고 강조한 뒤, "지역의 발전을 선도하는 언론사가 되도록 모든 직원들이 노력해 달라"고 당부했다.

한국디지털뉴스협회장에

양상우 한겨레 발행인



양상우 한겨레신문 발행인(사진)이 6월 20일 제주 히든클리프 호텔에서 열린 한국디

지털뉴스협회 정기총회에서 회장으로 선임됐다. 매일신문 이상택 발행인은 부회장으로, 국민일보 변재운·경남신문 최광주·경인일보 김화양·부산일보 김진수·중도일보 김현수 발행인은 이사로 선임됐다.

디지털뉴스협회는 언론재단 디지털뉴스 저작권 신탁사업(뉴스코리아) 참여사 단체로 2006년 발족했으며, 현재 전국 85개 언론사를 회원으로 두고 있다.

신문협회보

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

발행인 동정

이동현 경향신문 발행인은 6월 19일 소공동 롯데호텔에서 열린 경향포럼에 참석해 회사를 했다.

이종환 서울경제 발행인은 6월 18일 소공동 롯데호텔에서 열린 '제16회 대한민국창업대상 시상식'에 참석해 시상했다.

정희택 세계일보 발행인은 6월 15일 한강시민공원 반포지구 서래섬에서 열린 '제2회 세계드론날씨대회'에 참석해 인사말을 했다.

곽재선 이데일리 발행인은 6월 12일 신라호텔에서 열린 '제10회 이데일리 전략포럼'에 참석해 인사말을 했다.

권충원 헤럴드경제 발행인은 6월

17일 대한상공회의소 국제회의장에서 열린 '2019 해경 氣UP포럼'에 참석해 회사를 했다.

이백규 뉴스1 발행인은 6월 20일 롯데호텔에서 열린 '제9회 바이오 리더스클럽'에 참석해 인사말을 했다.

조성부 연합뉴스 발행인은 6월 21일 메트로미술관에서 열린 '한·중·일 3국 협력 20주년 기념 사진전' 개막식에 참석해 축사를 했다.

신향철 경기일보 발행인은 6월 11일 본사 대강당에서 열린 '제30회 경기사도대상 시상식'에 참석해 인사말을 했다.

최광주 경남신문 발행인은 6월 19일 정부경남지방합동청사에서 열린 '제34회 경남보훈대상' 시상식에 참석해 인사말을 했다.

고영진 경남일보 발행인은 6월 14일 진주컨트리클럽에서 열린 '제20회 경남일보배 남녀 아마추어 골프대회' 시상식에 참석해 인사말을 했다.

김찬수 경북도민일보 발행인은 6월 8일 영일대 해상누각에서 열린 '제5회 아심만만 식도락축제'에 참석해 인사말을 했다.

임주호 경상일보 발행인은 6월 19일 울산 문수컨벤션에서 열린 '제21회 울산보훈대상' 시상식에 참석해 인사말을 했다.

박무성 국제신문 발행인은 6월 17일 부산국제크루즈 터미널에서 열린 '아라온호 취항 10주년 축하 부산시민 승선체험행사'에 참석해 인사말을 했다.

이상택 매일신문 발행인은 6월 13일 대구 엑스코에서 열린 '2019 대

더 높은 품질, 더 넓은 세계...

최고의 신문인쇄
KORINK가
약속 드립니다.



KORINK 한국신문인쇄(주)
www.korink.com