

신문구독료 소득공제, 늦출 이유 없다 ‘양방향 결제투명성’에 전혀 문제없어

협회, 기재부·문체부에 ‘제도도입 촉구’ 정책 제안

신문협회는 7월 1일 신문구독료 소득공제 제도를 도입할 것을 촉구하는 내용의 ‘신문구독료 소득공제 도입을 위한 정책제안서’를 기획재정부와 문화체육관광부에 각각 전달했다. ▶2면에 상보

제안서에 따르면, 신문협회 산하 판매협회가 지난 5월 23~29일 회원사 198개 지국(센터)을 대상으로 설문조사한 결과, 신문사·지국 등 신문업계 현장에서는 신문구독료 소득공제 도입을 위한 준비가 갖춰져 있는 것으로 파악됐다.

설문조사 대상 지국의 82.3%는 연말정산 등의 목적으로 독자가 요청할 경우 현금영수증 발행이 가능한 것으로 나타났다. 신문업계 현장에서는 이미 소득공제를 시행할 준비가 갖춰진 셈이다.

현재 현금영수증을 발행하지 않는 지국(센터)은 국세청에 현금영수증 가맹사업자 등록을 하면 된다.

가맹사업자 등록 후 VAN(부가가치통신망) 사에 사업자 정보(사업자등록번호, 성명, 주소, 핸드폰번호, 시스템코드)를 제공하고 독

자의 정보(성명, 금액, 핸드폰번호)를 시스템에 입력하면 되는 것이다.

“신문업계의 준비 부족, 구독료의 결제 투명성 시스템 미비 등으로 즉시 도입이 곤란하다”는 그간 정부 당국의 주장과는 사뭇 다른 현실이다. 소득공제 제도를 당장 도입해도 문제가 없다는 신문업계의 주장을 뒷받침하는 내용이기도 하다.

신문협회는 제안서를 통해 “현금영수증 발행 지국 또는 ‘신문구독료 결제 전용 신용카드 단말기’(이하 ‘전용단말기’)를 구비한 지국부터 소득공제를 우선 적용하면 결제 투명성을 확보할 수 있다”고 밝혔다. 만약 현금영수증 발행을 거부하는 지국이나 독자가 있다면 소득공제 혜택에서 제외하는 것이 신문협회의 입장이다.

신문협회의 제안은 소득공제와 관련하여 양방향 결제 투명성을 확보할 수 있는 가장 쉬운 방안이기도 하다. 현금영수증은 독자의 신청에 따라 지국에서 발행되는 것과 동시에 해당 기록이 국세청으로 자동 전송되기 때문이다.

현금영수증 발행 시 지국의 매출이 그대로 추가 노출되므로 지국이 비구독자에게 부정 발급할 유인도 없다. 나아가 지국의 현금영수증 발행은 신문시장 투명성 제고로 이어져 공정과세의 효과를 기대할 수 있다.

현금영수증에만 적용해도 독자 95% 이상 혜택 가능

자동이체·계좌이체·지로납부 등 현금영수증 발행대상이 되는 결제 방식은 독자와 지국이 가장 선호하는 구독료 결제방식이기도 하다. 조사 결과 현재 자동이체·계좌이체·지로납부가 전체 구독료 결제방식의 76.5%를 차지했다. 방문수금(18.8%) 역시 대부분 현금으로 결제된다는 점을 고려하면, 95% 이상의 구독료 납부가 현금영수증 발행이 가능한 ‘현금 방식’으로 이뤄지고 있다. 현금 방식에만 우선 적용해도 근로소득이 있는 구독자의 95% 이상이 소득공제 적용 대상에 포함되는 셈이다.

신문구독료 소득공제에 대한 신문업계의 도입 의지도 강했다. 설문조사 결과, 신문구독료 소득

공제 제도 도입에 대해 일선 지국에서는 73.2%가 찬성하는 것으로 나타났다. 이들은 ‘절독 방지’, ‘지국 운영에 도움’, ‘독자혜택’, ‘신문시장 활성화’ 등을 찬성 이유로 꼽았다.

반대하는 지국은 10.1%였으며, 주된 반대이유는 소득공제가 도입되면 시스템 구비 등 비용 부담이 발생할 것으로 보기 때문인 것으로 나타났다. 하지만 소득공제 도입 시 지국에서 별도 비용이 거의 들지 않는다는 사실이 정확히 홍보될 경우 대부분의 지국이 소득공제 제도를 찬성할 것으로 예상할 수 있다.

기획재정부는 그동안 신문구독료 소득공제에 대한 논의가 있을 때마다 “신문구독료에 대해서만 별도의 소득공제를 인정하는 것은 현행 공제 체계에 부합하지 않을 뿐만 아니라 교통비, 통신비, 도서구입비, 문화비 등 일상 경비에 대한 소득공제 요구를 유발할 우려가 있다”, “신문 분야에 대한 세제 지원만 강화하는 것은 도서, 문화 등 다른 분야와의 형평성 측면에서 문제의 소지가 있다”는 등의 이유를 내세우며 제도 도입을 늦춰왔다.

하지만 2017년 도서관·공연관람비, 2018년 박물관·미술관 입장료 등 지출분에 대한 소득공제가 순차적으로 시행되면서 신문구독료 소득공제를 반대할 명분이 없어졌다. 또한 “신문구독료 결제 투명성 확보가 우선돼야 한다”는 요구와 관련해서는 신문사 및 지국에서 결제투명성 확보 방안을 제시한 만큼 소득공제 도입을 늦춰야 할 이유가 없게 됐다.

신문협회의 요구에 대해 기획재정부 관계자는 “신문구독료 소득공제와 관련한 구독료 결제 투명성을 위한 결제 정보 등 구독현황 자료를 정확하게 파악할 수 있는 시스템만 구비된다면 찬성한다”는 입장을 견지해왔다.

다만 (정확한) 구독 현황과 관련한 판단은 문체부 영역이므로 문체부에서 ‘구독현황’ 자료가 신뢰성과 정확성이 있다고 판단하면 그때 기재부가 검토할 것”이라고 설명했다.

문체부 관계자는 한 매체와의 인터뷰에서 “품목 분리, 국세청·금융결제원과 정보 공유 등의 여건이 갖춰지면 소득공제 도입이 가능하다”는 기존 입장을 재확인했다.

AP통신, 지역뉴스 공유도구 개발한다

지역뉴스 확대·언론사 간 협력 증진 목적

AP통신은 지역뉴스를 확대하고 회원 언론사 간 협력을 증진하기 위해 ‘지역뉴스 공유 네트워크(Local News Sharing Network)’ 구축 프로젝트를 추진한다고 6월 27일 발표했다.

‘지역뉴스 공유 네트워크’는 경영 어려움을 겪고 있는 지역 언론사가 늘어남에 따라 지역사회에 양질의 저널리즘을 제공하기 위해 언론사 간 협력의 방법을 모색하면서 시작했다. 참여 언론사 간 취

재 계획과 기사를 공유할 수 있는 온라인 플랫폼을 마련함으로써 협력을 증진한다는 취지다.

기사 공유는 2020년 초에 뉴욕주에서 시범적으로 시작될 예정이며, 이후 50개 주로 확대할 계획이다.

프로젝트는 현재 아디론닥 데일리 엔터프라이즈(Adirondack Daily Enterprise), 타임 유니온(Time Union), 포드햄 대학(Fordham University)의 WFUV 라

디오 방송국 등 뉴욕 주 내 24개 언론사가 참여한다.

뉴욕 내 AP통신 회원사들은 그간 ‘지역 뉴스가 부족하다’는 문제의식을 공유하고 있었기 때문에 기사를 서로 공유하는데 쉽게 합의에 도달할 수 있었다.

지역뉴스 공유 도구(툴)는 현재 개발 단계에 있으며, 구글로부터 20만 달러(한화 약 2억 3600만원) 이상을 지원받아 관리자(relationship manager)를 고용하고 언론사 간 협력 방안을 조정할 예정이다.

AP 부편집장인 노린 길레스피는 “AP는 오랫동안 뉴스 콘텐츠 제공자 역할을 해오고 있지만 (회원사들의) 역량을 강화할 수 있는 역할도 하고 싶다”고 밝혔다. 또 “우리는 경쟁보다는 협력을 우선시하고, 서로를 돕고자 하는 저널리즘 시대에 살고 있으므로 모든 언론사들이 이 프로젝트를 적극적으로 이용하기를 원한다”고 덧붙였다.

조지 보카키 WFUV 뉴스 디렉터는 “편집국 인력이 많이 줄어든 상황에서 지역 공동체가 중요

한 문제를 해결할 수 있도록 (지역 언론이) 함께 협력하는 것이 매우 중요하다”며 “이번 프로젝트는 뉴스매체 간 협력을 증진시키는 첫 걸음마로서, 뉴욕주 시민들이 정보에 기초한 결정(informed decision)을 내리는 데 도움이 될 것”이라고 했다.

구글 뉴스 및 언론사 파트너십 책임자인 나탈리 사주스는 “구글 뉴스 이니셔티브의 핵심 원칙은 AP와 같은 통신사와 협력하여 건강하고 다양한 뉴스 생태계를 육성하는 것”이라고 밝혔다.

신문구독료 소득공제 정책 제안의 주요내용

‘결제투명성 확보한 거래’에만 소득공제 혜택 주자

현금 결제 : ‘현금영수증 발행분’에 한해

신용카드 결제 : ‘전용단말기’ 구비한 지국부터

신문협회가 7월 1일 기획재정부와 문화체육관광부에 전달한 ‘신문구독료 소득공제 도입을 위한 정책제안서’는 크게 △신문구독료 소득공제의 당위성 및 효과 △구체적인 제도 도입 방안 △결제 투명성 확보 방안 △신문협회의 제안 등으로 구성돼 있다. 그 내용을 요약 소개한다.

소득공제의 당위성 및 효과

1. 소득공제의 당위성

한국언론진흥재단이 한국언론정보학회에 의뢰해 실시한 ‘신문구독료 소득공제 방안 조사연구(2017)’ 결과에 따르면, 신문구독료 소득공제는 ①신문의 공공재적 특성 ②미디어의 공익성 확보 ③교육적 효과 ④신문시장의 투명성 제고 등의 측면에서 필요한 것으로 조사됐다.

요약하자면 신문구독료 소득공제가 가져올 효과는 △정확한 사실과 다양한 관점에 기초한 건강한 여론 형성 △신문을 활용한 읽기문화 증진과 정보격차 해소 △신문시장 투명성 확보와 세수 증대 △신문발행부수공사(ABC) 제도의 확고한 정착 등이다.

2. 소득공제 도입에 대한 국민 여론

신문협회는 신문구독료 소득공제에 대한 국민들의 인식을 알아보기 위해, 신문 구독자 400명과 비구독자 400명 등 800명을 대상으로 2018년 3월 27일~4월 4일 설문조사를 실시했다.

조사결과, 신문 구독자의 10명 중 6명은 ‘신문구독료 소득공제가 필요하다’고 인식하는 것으로 조사됐다. 신문 구독자의 절반에 가까운 47.5%는 구독료 소득공제가 생길 경우 지인(知人)에게 신문 구독을 추천(다소+매우)하겠다고 답해, 구독료 소득공제가 신문 구독 증가에 긍정적인 효과를 가져올 것으로 분석됐다.

또, 신문 구독 중단을 생각한 적이 있다는 응답자의 절반 이상인

52.5%는 신문구독료에 대한 소득공제 혜택이 생길 경우 신문을 계속 구독할 의향이 있다고 답했다. 반면, 유지할 의향이 없는 경우는 14.2%에 그쳤다.

3. 세수에 미치는 효과

문체부가 언론진흥재단에 의뢰해 실시(2017년 12월)한 조사연구(연구자 정지선 서울시립대 교수) 결과에 따르면, 근로소득자를 대상으로 신문구독료 지출액에 대해 ‘연간 30만원을 한도로 2018년부터 2022년까지 공제 혜택을 제공한다’고 가정했을 때, 세수 결손은 5년간 총 768억 원, 연평균 153억7천만 원으로 추계됐다.

이 금액은 신문시장 투명화로 인한 세수증대 효과는 감안하지 않은 것이다. 어쨌든 이 정도 규모의 세수 감소라면 소득공제 당위성 및 독자 증대의 편익에 비해 비용이 크지 않은 것으로 평가된다.

결제 투명성 확보방안

① 현금영수증 발행

‘현금영수증’은 독자의 영수증 발행 신청에 따라 지국(센터)의 구독료 수입이 국세청에 자동전송되며 독자는 소득세 납부시 이 영수증을 근거로 소득공제를 신청하게 되므로 ‘양방향 결제 투명성’을 확보할 수 있다.

지국이 비구독자에 대해 허위 현금영수증을 발행할 경우 부가가치세 등을 더 납부해야 하므로 허위 영수증을 발행할 이유가 없다.

② 신용카드 결제

구독료 소득공제를 위해서는 ‘신문구독료 소득공제 전용 신용카드 결제단말기’(이하 ‘전용단말기’)를 별도로 구비해야 한다. 비용 부담이 발생하는 것. 이 전용단말기를 이용해 신용카드 결제를 하면 국세청에 자동 신고된다.

③ 결론적으로

현금영수증 발행이든 신용카드

구체적인 제도 도입 방안

구분	내용	
공제요건	소득공제 대상	근로소득이 있는 자. (총급여 제한은 없음: 대다수 국민에게 고른 혜택을 제공하고자 하는 제도 취지 반영. 대신, 소득공제 한도를 두어 세수 일실을 최소화함)
	소득공제 한도	연간 30만원
	적용 대상	종이신문 및 인터넷신문
법률안	조세특례제한법 개정안	조세특례제한법 제00조 [신문구독료공제] ①근로소득이 있는 거주자(일용근로자는 제외한다)가 신문 등의 진흥에 관한 법률 제2조 제1호에 따른 신문을 구독하는 경우 2024년 12월 31일까지 해당 과세기간동안 구독계약서에 의하여 지출한 신문구독료의 연간 합계액을 해당 과세기간의 근로소득금액에서 공제한다. 다만, 그 금액이 연 30만원을 초과하는 경우 30만원만 공제한다. ②제1항에 따른 공제를 “신문구독료공제”라 한다.
	자동이체(현금)	인출된 금액은 금융결제원을 통해 신문사 본사(지국)에 입금. 본사 입금분은 본사가 지국으로 송금. → 지국이 (연말정산을 목적으로 하는) 독자의 요청에 의해 현금영수증을 발행할 경우 지국도 국세청에 자동신고됨(현재도 신문사들은 고객이 연말정산 등 목적으로 요청할 경우 현금영수증을 발행하고 있음). 즉시 적용 가능함.
결제 방식	지로(현금)	지로 입금된 금액은 금융결제원을 통해 본사(지국)에 입금. 본사 입금분은 본사가 지국으로 송금. → 독자의 요청에 의해 현금영수증을 발행할 경우 지국도 국세청에 자동신고됨. 즉시 적용 가능함.
	방문수금(현금)	지국이 (연말정산을 목적으로 하는) 독자의 요청에 의해 현금영수증을 발행할 경우 지국도 국세청에 자동신고됨. 즉시 적용 가능함.
	신용카드	국세청에 자동 신고. → 도서/공연 지출에 대한 신용카드 소득공제와 유사한 방식 적용 가능. 단 ‘신문구독료 소득공제 전용 신용카드 결제단말기’를 추가로 구비하여야 함.

신문구독료 소득공제 관련 쟁점

쟁점	기재부·문체부	신문협회
다른 산업과 형평성	○ 신문, 잡지, 출판 등 인쇄미디어 산업 전반이 어려움을 겪고 있는 상황에서 신문 분야에 대해서만 세제하는 것은 다른 산업 분야와의 형평성 문제를 불러옴.	○ 신문은 여러 문화콘텐츠 중 가장 공익성이 뚜렷하며, 국민의 일상생활과 밀접하다는 등의 특성이 있음. ○ 도서구입비·공연비(2017년), 미술관·박물관 입장료(2018년)에 대해 이미 소득공제 허용. 이같은 상황에서 신문구독료 소득공제를 불허하는 것은 매우 부적절.
결제투명성 확보	○ 구독료 결제 정보가 국세청 등에 자동 신고되도록 결제투명성을 확보할 필요가 있음.	○ 현금영수증 발급 또는 신용카드 결제 즉시 국세청에 실시간 자동 신고됨. ○ 현금납부(자동이체·계좌이체·지로납부 등)의 경우 현금영수증 발행 독자에 한해 적용. 신용카드결제의 경우 ‘구독료 소득공제 전용 신용카드 결제 단말기’로 결제한 것에 한해 적용. ○ 두 방식 모두 양방향 결제투명성이 확보됨.
신문사 합의 여부	○ 전체 신문사가 구독료 소득공제 도입에 합의한 것은 아님.	○ 사실과 다른 주장임. 이를 분명히 하기 위해 신문협회는 정기총회(2019.3)에서 신문구독료 소득공제 도입을 협회의 정책목표로 공식 채택한 바 있음. ○ 협회 산하 판매협의회(판매국장 본부장 등으로 구성된 단체)의 중점 추진사업이기도 함.
지국 찬성 여부	○ 소득공제 도입을 찬성하지 않는 지국이 많음.	○ 설문조사 결과 73.2%의 지국이 소득공제 도입에 찬성. ○ 반대한 10.1%도 ‘비용이 많이 들 것’이라는 오해로 인한 것임. 모르겠다는 답변은 16.7%.

결제든 ‘양방향 결제 투명성을 확보한 거래’에 대해서만 소득공제를 허용하면 된다.

일부 지국에서 ‘전용단말기’ 설치비용 등의 문제로 인해 전용단말기를 구비하지 않고 일반 단말기로 신용카드 결제를 했다면 그 결제에 대해서는 ‘투명성 요건을 갖추지 못한 것’으로 보고 소득공제를 불허한다.

신문협회의 제안

1. 각종 현금결제방식은 ‘현금영수증 발행분’에 한해 ‘소득공제

‘현금성 신문구독료 납부(자동이체·계좌이체·지로납부)’는 신문구독료 결제방식 중 독자와 지국이 가장 선호하는 방식이다. 지국

장 설문조사 결과, 자동이체·계좌이체·지로납부가 전체 결제방식의 76.5%로 나타났다. 특히, 방문수금 18.8%를 포함하면 현금성 구독료 납부는 95% 이상 이용되고 있는 결제 방식이다.

현재 지국(센터)의 ‘현금영수증’ 발행시스템 구비 여부에 대해 총 198개 지국 대상 설문조사 결과, 68.7%(136개 지국)가 ‘시스템을 갖추고 있다’고 답했으며, 31.3%(62개 지국)는 ‘시스템이 없다’고 응답했다. 또 82.3%(163개 지국)가 ‘필요하다면 현금영수증 처리가 가능하다’고 답했으며, ‘불가능하다’는 답변은 17.7%(35개 지국)에 불과했다.

즉 현재 현금영수증 발행 시스템을 갖추고 있지 않은 지국 중에서도 상당수가 ‘필요하다면 바로

갖출 수 있다’고 답한 것이다.

현금영수증 발행 시스템을 갖추지 않은 62개 지국 중 57개 지국은 ‘시스템 설치비용’, ‘교육’ 등 지원이 필요하다고 답했다.

이는 신문사 본사 프로그램(현금영수증 일괄 발행 시스템)이나 국세청 홈페이지의 시스템(지국이 현금영수증 가맹점으로 등록하면 현금영수증 건별 발행)을 활용하도록 교육을 실시하면 쉽게 해결이 가능하다.

2. 신용카드 결제 관련

‘전용단말기’를 구비한 지국(센터)부터 적용하면 된다. ‘전용단말기’가 아닌 일반 신용카드 단말기 결제분의 경우 ‘양방향 결제 투명성’에 문제가 있다면 소득공제 대상으로 인정하지 않는다.

WSJ, 충성독자화 비책 찾았다

독자 개개인의 모든 구독행태 분석... '구독 유지 가능성' 증대 전략 도출

월스트리트저널(WSJ)이 최근 독자의 뉴스 이용행태 데이터 분석을 통해 독자 유지 전략을 펼치고 있어 관심을 끌고 있다.

지난 6월 27일 미국 하버드대 저널리즘 연구기관인 니먼랩에 따르면, WSJ은 독자를 유지하고 독자의 구독 습관을 개선하기 위해 교차기능 그룹(cross-functional group)서로 다른 직종의 전문성을 가진 사람들이 모여 공통의 목표를 위해 유기적으로 협력하는 통합 조직 운영 기법 중의 하나를 구성하고 지난 1년간 '습관 프로젝트(Project Habit)'를 추진해 왔다.

'습관 프로젝트'는 독자가 앱을 다운로드해, 기사를 공유하고, 특정 기자의 기사를 반복해서 읽는 등의

독자 행태를 분석해 신규 독자를 충성 독자화로 유도하는 전략이다.

이 프로젝트는 먼저 독자 개개인이 언론사 웹사이트에서 했던 모든 행동에 관한 리스트를 작성한다. 이 리스트에는 관심 목록(Watchlist), 댓글 작성, 이메일 뉴스레터 구독 및 퍼즐 코너 참여 여부 등 자세한 내용이 포함된다.

이후 이와 같은 '행위'나 '습관'을 반영한 모델을 구축한다. WSJ은 이를 위해 주로 의학에서 사용하는 카플란-마이어(Kaplan-Meier) 추정 기법을 차용했다. 이 기법은 특정 행동을 한 사람과 그렇지 않은 사람의 '생존율(survival rate-여기서는 구독유지율)'을 비교하는 것이다.

이러한 패턴 분석을 통해 WSJ은

신규 독자의 구독유지 여부를 예측할 수 있고, 신규 독자가 구독을 유지하도록 하는 데 영향을 미치는 행동들이 무엇인지를 파악했다.

데이터 분석 결과, 앱 다운로드 및 뉴스레터 구독 이외에도 구독을 유지하고 이탈을 줄이도록 유도하는 습관이 있음을 알게 됐다. 예컨대 △특정 섹션·기자에 충성심을 갖고 있거나, 동일한 섹션·기자의 기사를 꾸준히 읽거나, △정기적 또는 분명한 주기로 발행되는 콘텐츠를 읽는 독자들이 평균 이상으로 사이트에 오래 머무는 것으로 나타났다.

또 독자들은 원하는 것이 언제 발행되는지를 정확히 알 경우, 그 콘텐츠가 발행될 때마다 해당 콘텐츠를 읽기 위해 사이트를 방문했다. 일반적으로 WSJ 독자들은 경제나 정치 보도에 의존하는 것으로 알려져 있으나, 분석 결과 '틴·백 콘텐츠'(소파에 비스듬히

기대어 느긋하게 읽는 콘텐츠)나 특집 기사도 구독 유지에 효과적 인 것으로 드러났다.

WSJ은 '습관 프로젝트' 결과를 기반으로 독자의 참여 확대 전략을 마련했다.

첫째, 구독 데이터에 기반한 독자 참여 전략을 마련했다. WSJ은 새롭게 얻은 데이터를 활용해 기존 이메일 뉴스레터 확대 등 커뮤니케이션 방식을 최적화하고 충성도 높은 독자로 이끌 수 있는 방법을 터득했다.

둘째, 신규 독자는 회원 가입 후 50일이 지나면 새로운 습관(즉 구독유지 습관)을 갖게 될 확률이 절반으로 줄어들고 100일 후에는 정체된다. 따라서 WSJ은 가입 초기에 구독 습관을 형성할 수 있도록 '온보딩(onboarding, 사용자가 제품을 성공적으로 채택하고 완전히 사용하도록 돕는 것)' 경험을 최적화하는 데 주력했다.

구체적으로 WSJ은 가입환영 이메일 시리즈(email welcome series) 제공 기간을 12일에서 100일로 늘려 참여를 이끌어 낼 수 있는 접점을 넓혔다. '가입환영 이메일'은 신규 가입자를 충성고객으로 유도하기 위해 신규 가입자에게 단계적으로 전송하는 이메일로, 보통 환영 및 감사 메시지, 브랜드 및 제품 소개, 고객 혜택 안내, 쿠폰 제공 등의 순서로 제공된다. WSJ이 가입환영 이메일 제공 기간을 늘린 결과 신규 독자 10명 중 8명은 구독 유지를 유도하는 행동을 적어도 하나 이상 취하는 것으로 나타났다.

셋째, 이번 프로젝트를 통해 얻은 데이터를 기반으로 독자 소통 창구를 확대했다. WSJ은 웹사이트 내 회원 가입 안내 배너를 1개에서 5개로 늘렸으며, 각 배너는 이메일보다 적어도 2배(최대 55배) 이상 독자 참여를 확대하는 것으로 나타났다.

정통저널리즘으로 뉴 미디어와 정면 승부

해외언론들 '탐사 저널리즘' 강화

최근 해외 주요 언론사를 중심으로 탐사 저널리즘을 강화하는 사례가 늘고 있다. 온라인 뉴스 시장의 경쟁이 치열해지고 어뷰징 기사 등이 무분별하게 생산되고 있는 가운데 언론의 기본인 정통 저널리즘을 회복해야 한다는 인식이 확산되기 때문으로 풀이된다.

미국 워싱턴포스트, 영국 텔레그래프는 최근 탐사 저널리즘을 강화하겠다는 계획을 발표하고, △인력 충원 △경쟁사들과 파트너십 체결 등의 노력을 기울이고 있다.

美 워싱턴포스트, 탐사보도 전문인력 10명 확충

워싱턴포스트는 지난 6월 20일 탐사 저널리즘 강화를 위해 편집국 인력 10명을 충원하겠다고 밝혔다.

WP는 이에 앞서 이와 관련한 편집국 인력 5명을 채용했다. 여기에는 장기 프로젝트를 추진할 기자, 연방 및 지역의 공공기록을 다루는 정보공개법(Freedom of Information Act) 전문가와 연구자, 데이터 처리 전문가들이 포함됐다. WP는 앞으로 스포츠, 기후·환경

및 국제 등 분야의 탐사보도 기사를 추가할 계획이다.

마틴 바론 편집장은 "WP는 획기적인 탐사 저널리즘의 오랜 역사와 명성을 지니고 있다"며 "기존의 탐사 저널리즘 팀에 더욱 인력을 집중해 장점을 더욱 부각할 것"이라고 언급했다.

英 텔레그래프, 유럽 4개 언론사와 탐사저널리즘 파트너십

영국 텔레그래프는 2018년 6월 '빅데이터의 오용'(misuse of big data-선거에 영향을 미치는 등 부당한 목적을 위해 개인정보 데이

터에 접근, 악용함으로써 공익을 해치는 일 등을 말함)에 관한 공동 조사에 착수하기 위해 유럽 4개 언론사와 탐사 저널리즘 파트너십을 맺었으며, 지난 5월 16일 그 첫 번째 결과물을 보도했다.

파트너십을 맺은 언론사는 독일의 디 차이트, 스페인의 엘 문도, 프랑스의 미디어파트, 스위스의 리 퍼블릭이다. 영국의 온라인 탐사 매체인 벨링캣도 이러한 조사가 언론사 간 협력으로 이루어지고 있다는 사실을 알게 된 후 이 프로젝트에 참여했다.

텔레그래프는 파트너십의 첫 결

과물로, 러시아의 온라인 '트롤 팩토리'(troll factory-미국 대선 등과 관련해 가짜뉴스를 생산해 배포한 것으로 알려진 곳으로, 정식 명칭은 인터넷 리서치 에이전시) 운영 배후로 추측되는 용의자들에 대해 보도했다. 트롤 팩토리는 2016년 EU 국민투표를 포함한 여러 선거에 온라인 허위정보를 유통해 영향을 미치려 했다는 의혹을 받고 있다.

5개 언론사의 탐사 저널리즘 전문기자 30명이 이번 프로젝트에 참여했으며, 각 언론사가 취재한 정보는 참여 언론사들과 공유했다. 엠바고를 기본 원칙으로 탐사 보도에 참여한 각 언론사 기자들은 공동으로 조사하고, 보도 내용과 형식을 서로 협의해 조정한다.

英 FT·이코노미스트·블룸버그 기사 한 곳에서 본다

'모글 뉴스' 앱 출시...유료구독자 확대 기대

지난 6월 13일 영국 저널리즘 전문매체 프레스가제트는 파이낸셜 타임스, 이코노미스트, 블룸버그 등 영국의 유력 언론사 3개사의 주요 기사를 한 곳에서 유료 구독할 수 있는 '모글 뉴스' 앱을 소개해 눈길을 끌었다.

이들 3개 언론사는 자사의 기사

를 제3자(third party)가 만든 앱을 통해 제공함으로써 유료 구독자층을 넓힐 뿐 아니라 기사 홍보의 기회로 삼고 있다.

매일 5~7건 기사 선별 제공...구독료는 월 9.99파운드

'모글 뉴스' 구독료는 월 9.99파운

드(한화 약 1만 5000원)이며, 이용자들은 간단한 구독 절차와 저렴한 비용으로 주요 언론사의 유료기사에 접근할 수 있다. 파이낸셜타임스의 디지털 구독 요금은 주당 7달러(한화 약 8100원), 이코노미스트는 주당 4.5달러(한화 약 5000원), 블룸버그는 주당 8.75달러(한화 약 1만원)이다. 이들 언론사가 모글 뉴스에 기사를 제공하는 대가로 받는 금액이 얼마

인지는 공개되지 않았다.

모글 뉴스 앱은 오전 7시 아침 브리핑을 통해 독자에게 당일 가장 중요한 기사 중 5~7가지를 선별해서 보여준다. 모글 뉴스 앱은 특정 주제 및 행사와 관련된 기사 목록을 큐레이션 하고 자신들의 앱에 게재할 기사를 언론사 피드에서 직접 선정한다. 또 선정된 기사의 견해와 대조되는 의견도 함께 계

시해 다양한 관점을 제공한다.

모글뉴스 CEO이자 앱 개발자인 산두는 주요 독자층을 밀레니얼 세대(millennial, 23-38세)로 설정했다고 밝혔다. 그는 "이 서비스는 최고의 저널리즘을 위한 '진열장(showcase)'"이라며, "이를 통해 고품질의 기사에 익숙해진 독자는 각 언론사의 전체 유료구독으로 이어질 수 있다"고 말했다.

회원사 동정

헤럴드, 인천 연수구와 업무협약
헤럴드(발행인 권종원)는 2일 인천 시 연수구와 국제언어체험센터 수탁운영 업무협약을 체결했다. 이번 협약으로 헤럴드는 3년간 국제언어체험센터 운영을 통해 영어·중국어·일본어 등 다양한 국제언어 학습기회를 구민들에게 제공한다.

강원도민, '군장병 독후감' 공모
강원도민일보(발행인 김종석)는 강원도, 육군 지상작전사령부·2군단, 공군 제8·18전투비행단, 해군 동해 1함대와 함께 '제4회 군장병 독후감 및 군인가족 생활수기' 작품을 공모한다. 주제는 제한이 없으며, 군장병 독후감은 200자 원고지 10매·군인가족 생활수기는 15매 이내다. 접수마감은 8월 16일이다.

강원, '강원도아마골프선수권대회'
강원일보(발행인 박진오)는 8월

12~13일 홍천군 힐드로사이CC에서 '제25회 강원도아마골프선수권 및 시·군 대항 골프대회'를 개최한다. 경기종목은 △학생부(초·중·고·남·여) △일반부(남·여) △남자 시니어부(만 50세 이상)이며, 접수마감은 7월 31일이다.

경기, '오산 독산성 하프마라톤대회'
경기일보(발행인 신항철)는 10월 9일 오산시 일원에서 '제16회 오산 독산성 전국하프마라톤대회'를 개최한다. 참가종목은 △하프 △단축마라톤(10km) △건강마라톤(4.8km)이며, 접수마감은 9월 6일이다.

경남신문, 경남교육청과 업무협약
경남신문(발행인 최광주)은 5일 경남교육청과 '2019 경남교육박람회 공동 추진 협약'을 체결했다. 양 기관은 이번 협약을 통해 경남교육의 우수한 성과물을 소개하고 미래교육의 방향을 널리 알릴 방침이다.

장준봉 前 경향신문 발행인 별세



장준봉 前 경향신문 발행인(사진)이 7월 8일 별세했다. 향년 82세. 고인은 1965년 경향신문 외신부 기자로 언론계에 입문해 2000~2002년 경향신문 발행인을 지냈으며, 국제언론인협회(IPI) 한국위원회 이사, 한국신문윤리위원회 위원, 국학원 원사로, 2003년에는 신문공정경쟁위원회 위원장으로 활동했다.

경인, '느린 우체통' 체험수기 공모전
경인일보(발행인 김화양)가 '느린 우체통' 10주년 기념 체험수기 공모전을 개최한다. 응모자격은 제한이 없으며, 응모주제는 △느린 우체통에 얽힌 나만의 사연(자작 시 포함) △느린 우체통이 만들어 준 인연 △느린 우체통을 통해 만난 1년 전의 나와 지금의 나(사연)이다. 접수마감은 8월 15일이다.

국제, '부산관광 영상 공모전'
국제신문(발행인 박무성)은 부산시, 부산시관광협회와 공동으로 '제11회 부산관광 영상 전국공모전'을 개최한다. 주제는 △부산의 행사와 축제 △드라마·영화 촬영지 등 부산 관광에 대한 내용이며, 분야는 CF·드라마·1인 방송·취재·다큐멘터리 등이다. 1인(팀)당 2편까지 응모 가능하며, 접수마감은 8월 14일이다.

"지혜·통찰로 선도하는 언론" 매일신문 창간 73주년 기념식

매일신문(발행인 이상택)은 8일 창간 73주년 기념식을 열었다. 이상택 발행인은 기념사에서 "끊임없는 변화와 새로운 혁신을 통해 우리 신문사의 성장을 도모할 것"이라며 "지금까지 지녀온 애사심을 더욱더 발휘해 줄 것"을 당부했다. 이어 "시대의 요구와 독자 눈높이에 맞는 보다 양질의 뉴스 콘텐츠를 생산하고, 여론을 선도하는 시의적절한 지혜와 통찰을 제시해야 한다"고 강조했다.

"정론보국 한 마음으로 정진을" 중부일보 창간 28주년 기념식

중부일보(발행인 최윤정)는 7일 창간 28주년 기념식을 열었다. 임완수 회장은 기념사에서 "중부일보는 '정론보국(正論報國)'이라는 가치 아래 언론의 정도를 올곧이 걸으며 국익과 경기도·인천의 발전을 위해 최선의 노력을 경주해왔다"고 말했다. 그는 이어 "언론환경이 갈수록 어려운 상황이지만 우리는 열심히 하고 있기 때문에 전망이 밝다"며 "임직원들이 더 나은 언론사로서의 발전을 위해 한 마음 한 뜻으로 임해 줄 것"을 당부했다.

발행인 동정

변재운 국민일보 발행인은 6월 29일 임진각 평화누리 공원에서 열린 '2019 DMZ 평화대축제'에 참석해 개회사를 했다.

손현덕 매일경제 발행인은 2일 소공동 롯데호텔에서 열린 '제2회 대한민국 회계대상' 시상식에 참석해 인사말을 했다.

박종면 머니투데이 발행인은 3일 한국프레스센터에서 열린 '소비자가 뽑은 서비스고객만족대상 시상식'에 참석해 환영사를 했다.

이종환 서울경제 발행인은 6월 27일 소공동 롯데호텔에서 열린 '2019 서경 참보협인대상' 시상식에 참석해 시상했다.

조성부 연합뉴스 발행인은 6월 27일 소공동 롯데호텔에서 열린 '제5회 한반도평화 심포지엄'에 참석해 개회사를 했다.

한국선 경북일보 발행인은 6월 28일 포항 송도솔밭 도시숲 특설무대에서 열린 '제21회 송도해변축제'에 참석해 인사말을 했다.

김여송 광주일보 발행인은 6월 22일 광주학생교육문화회관에서 열린 '제64회 호남예술제 최고상 작품 발표회·시상식'에 참석해 인사말을 했다.

강영욱 대전일보 발행인은 6월 27일 대전시청 대강당에서 열린 '제45회 대일보훈대상' 시상식에 참석해 인사말을 했다.

임환 전북도민일보 발행인은 1일 전북도청 회의실에서 열린 '제1회 전라북도 사회적경제 우수기업 시상식'에 참석해 인사말을 했다.

기술협, 중앙강남공장 시찰



기술협의회(회장 하준우 동아프린테크 대표)는 4일 중앙일보 강남 인쇄공장에서 간담회를 열었다. 회원들은 이상수 중앙일보 기술총괄 수석부장으로부터 '중앙일보 강남공장 현황'에 대해 브리핑을 받고 운전시설을 둘러봤다.

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