



“새 정부, 고품질 저널리즘 지원 제도 마련해야”

신문협회, 대통령실·국정기획위 등에 ‘신문산업 활성화 정책과제’ 전달

신문협회는 지난 14일 ‘새 정부 신문산업 활성화 정책과제’를 대통령실과 국정기획위원회, 문화체육관광부에 각각 전달했다.

신문협회는 “신문의 위기는 저널리즘의 위기이며 이는 곧 국가경쟁력의 위기로 이어질 수 있다”고 밝힌 뒤, “정부는 신문을 단순한 산업이 아닌 민주주의와 공공가치 수호의 주체로 인식하고, 지원 정책·제도를 추진해야 한다”며 신문 지원의 당위성을 강조했다.

이날 신문협회가 정부에 전달한 신문산업 활성화 정책과제는 △신문·포털 불공정·불평등 거래 정상화 △뉴스 저작권 보호 위한 관련법 개정 △언론 지원 자금 확충 △언론 규제 법안 폐기 △신문 지원법·제도 도입 △디지털 미디어 리터러시 교육 활성화 등 여섯 개 분야다.

신문협회는 먼저 ‘신문·포털 불공정·불평등 거래 정상화’를 최우선 과제로 꼽았다. 현재 포털은 독과점인 반면, 포털의 뉴스 제휴 매체는 1,000여 개로 공정한 협상이 불가능한 상황. 이 때문에 언론사가 고비용을 들여 생산한 뉴스정보가 헐값으로 포털에 넘어가는 불평

등·불공정 거래 구조가 고착화되고 있는 실정이다. 이와 관련 신문협회는 공정한 디지털 뉴스 생태계 조성을 위해 ‘적정 전재료 산정 기준 마련’과 ‘뉴스 배열 알고리즘 공개 의무화’ 등이 시급하다고 강조했다.

또한 생성형 AI의 뉴스 콘텐츠 무단 학습을 막기 위해 ‘AI 학습용 뉴스콘텐츠 활용 가이드라인’ 마련도 제안했다. 신문협회는 특히 “정부가 차세대 AI 국가 전략으로 ‘소버린 AI’를 내세우고 있는 만큼, 정부가 나서 AI 학습용 뉴스데이터 활용에 대한 명확하고 공정한 기준을 마련해야 한다”고 밝혔다.

신문협회는 두 번째 정책과제로 ‘뉴스 저작권 보호 위한 관련법 개정’을 제안했다. 언론사가 막대한 투자와 수많은 정제과정을 거쳐 생산한 뉴스 콘텐츠를 누구나 손쉽게 생성형AI와 거대 포털의 뉴스 유통망을 통해 무료로 접할 수 있게 되면서 저작권 침해행위가 광범위하게 발생하고 있지만, 뉴스 저작권 보호를 위한 현행 법률 규정은 미흡한 상황.

이에 신문협회는 AI·디지털 미디어 시대에 맞는 새로운 뉴스 저작권 보호 법률 체계가 시급하다고 보고,

신문산업 활성화 정책과제

정책 과제	세부 내용
신문·포털 불공정·불평등 거래 정상화	① 적정 전재료 산정 기준 마련 ② 뉴스 배열 알고리즘 공개 ③ AI 학습용 뉴스 콘텐츠 활용 가이드라인 마련 ④ ‘뉴스 공급 및 이용에 관한 표준계약서’ 제정 ⑤ 시장지배적지위남용 등 포털 공정거래법 위반 제재 조치
뉴스 저작권 보호 위한 관련법 개정	① 저작권법 개정 ② AI 기본법 개정
언론 지원 자금 확충	① 언론진흥자금·지역신문발전기금 확충 ② 포털 및 AI사업자에 ‘디지털 저널리즘 기금’ 부과
언론 규제 법안 폐기	① 언론중재법 개정안 폐기 ② 신문법 개정안 폐기 ③ 미디어바우처법 제정안 폐기
신문 지원 법제도 도입	① 신문사 세제 지원 확대 ② 기자 교육 지원 ③ 신문 수송·우송 지원
디지털 미디어 리터러시 교육 활성화	① 신문 콘텐츠를 활용한 리터러시 교육 의무화 ② 디지털 미디어 리터러시 향상을 위한 산학연 협력 강화

‘저작권법’과 ‘AI 기본법’을 개정할 것을 촉구했다. 구체적으로, 저작권법의 저작물 예시에 ‘뉴스기사’를 포함하고 ‘보호받지 못하는 저작물’로 규정된 ‘사실의 전달에 불과한 시사보도’는 삭제할 것을 제안했다. 아울러 AI기본법에 AI 학습데이터 출처를 공개하도록 의무화하는 조항을 추가할 것을 요구했다.

신문산업 활성화를 위한 세 번째 정책과제는 ‘언론 지원 자금 확충’이다. 언론은 민주주의 발전에 꼭 필요한 공적인 역할을 맡고 있음에도 불구하고 언론진흥기금(2024년 기준 479억5800만 원)은 문화예술진흥기금(2조2704억 원), 방송통신

발전기금(9054억 원), 정보통신진흥기금(9825억 원) 등 타 산업 진흥기금에 비해 초라한 수준.

신문협회는 “현재 운영 중인 언론진흥기금의 안정적 운용을 토대로 기금 재원과 규모를 확충할 필요가 있다”고 강조했다. 구체적인 기금 확충 방안으로는 △언론진흥기금에 대한 국고 출연 △언론진흥기금 확충을 위한 별도의 재원 발굴 △정부광고대행 수수료 수익의 기금 출연 확대 △인터넷 정보통신 관련 기금 일부를 뉴스콘텐츠의 제작에 지원하는 방안 등을 제시했다. 뉴스 콘텐츠를 활용해 검색·광고·AI학습 등 상업적·기술적 용도

로 활용하는 포털 및 AI사업자에게 ‘디지털 저널리즘 기금’을 부과하는 방안도 추가했다.

‘언론 규제 법안 폐기’도 시급한 과제로 꼽혔다. 신문협회는 “22대 국회가 출범하며 언론보도에 ‘징벌적 손배제’ 도입, 정정보도시 원보도의 크기 및 분량으로 게재토록 하는 등 지난 21대 국회에서 발의됐다가 폐기된 언론중재법·신문법·정부광고법 개정안들이 내용의 수정·보완 없이 그대로 발의됐다”고 지적한 뒤, “이러한 법률 제·개정안은 언론의 자유를 본질적으로 침해할 수 있으므로 폐기해야 한다”고 강조했다.

이 밖에 △신문사 세제 지원 확대 △기자 교육 지원 △신문 수송·우송비 확대 편성 등과 ‘디지털 미디어 리터러시 교육 활성화’도 신문산업 활성화 정책과제에 포함됐다.

신문협회는 “정부의 미디어 정책의 기본 원칙은 양질의 뉴스 콘텐츠가 원활하게 생산·유통될 수 있는 토대를 마련하는 것”이라며 “허위 조작정보의 확산을 방지하기 위해서는 게이트키퍼링과 팩트 체크를 충실히 수행하는 저널리즘이 활성화되도록 선별 지원하는 것이 바람직하다”고 강조했다.

신문협회 ‘신문홍보 만화·영상 공모전’ 개최

접수 기간은 7월 21일부터 9월 5일까지

신문협회는 신문의 사회적 기능과 저널리즘의 가치를 전 국민에게 알리기 위해 ‘신문홍보 만화·영상 공모전’을 개최한다. 공모 주제는 △

신문의 사회적 가치와 역할 △신문의 특징점 △신문과 관련된 에피소드 등이며, 공모 기간은 7월 21일부터 9월 5일까지다.

신문홍보 만화 공모전은 초·중·고·대학생을 대상으로 1~4컷 분량의 디지털 작품 또는 손그림 작품을 접수받는다. 개인당 2점까지 출품할 수 있다. 신문홍보 영상 공모전은 전국 민을 대상으로 한다. 30초 이상~60

초 이내(최대 300MB)의 세로형 작품을 한국신문협회 웹하드에 제출하면 된다. 출품수는 개인당 1점이다. 공모전 대상 수상자는 상금(만화 4명 각 100만 원·영상 1명 200만 원)과 상패를, 우수상 수상자는

상금(만화 4명 각 50만 원·영상 2명 각 100만 원)과 상패를 각각 받는다. 수상작은 10월 중순 발표하며 자세한 응모 방법은 한국신문협회 홈페이지(www.presskorea.or.kr)에서 확인할 수 있다.

언론단체, 재난보도준칙 개정 추진

기사 댓글 정책 개선 방안도 마련

한국신문협회·한국방송협회·한국신문방송편집인협회·한국기자협회·한국신문윤리위원회 등 5개 언론단체는 재난보도준칙 개정을 추진한다.

재난보도준칙은 지난 2014년 세월호 참사를 계기로 재난 취재·보도에 대한 언론의 자정 노력과 윤리적인 보도 관행 정착을 위해 2014년 9월, 5개 언론단체가 공동

으로 제정했다.

언론단체는 재난보도준칙 제정 이후 10년이 지난 현재, 재난의 형태가 다양해지고 피해자들의 안전과 비난 댓글 등 2차 피해 방지 등에 대한 요구가 늘고 있는 상황을 반영해 준칙을 개정기로 했다. 개

정 작업은 단기 추진 사업과 장기 추진사업으로 진행한다. 단기 추진 사업은 내일부터 2개월 간 인터넷상 재난보도의 댓글 정책 개선 방안을 중점 논의한다. 장기 추진 사업은 전문가들로 위원회를 구성, 내년 2월~9월 약 7개월간 재난

보도준칙 문항에 대한 점검·보완을 거쳐 준칙 개정안을 마련한다.

<알림>

신문협회보 8월 1일자는
여름 휴가철인 관계로 휴간합니다

뉴스의 AI 학습데이터 이용, 공정이용일까?

기고

김선호

한국언론진흥재단
미디어연구센터장

뉴욕타임스가 2023년 12월 오픈 AI와 마이크로소프트를 상대로 저작권 소송을 제기한 이후 뉴스 저작권 문제는 첨예한 법적 문제로 부상했다. 뉴욕타임스 이외에도 씨넷(CNET)과 PC매거진(PCMag) 등을 소유한 지프 데이비스와 인도 매체 ANI도 오픈 AI를 제소했다. 국내에서는 올해 지상파 3사가 네이버를 상대로 저작권 소송을 제기했고, 한국신문협회는 네이버를 공정거래위원회에 신고했다. 앞으로 판결이 어떻게 이뤄질지 두고 봐야겠지만, 공정이용 조항을 중심으로 주요 법리 다툼이 벌어질 가능성이 크다. 공정이용(Fair use) 원칙은 저작권자의 허락 없이 교육 목적 등 특정 조건에서 저작물을 이용할 수 있는 예외적인 경우를 말한다.

공정이용 판단 4가지 기준

공정이용 해당 여부는 네 가지 기준으로 판단한다. 1번은 저작물 이용의 목적과 성격이다. 원저작물 이용

의 목적이 영리 목적을 가지고 있다면 대체로 공정이용 범위를 벗어난다. 그리고 저작물 이용의 성격이 충분히 새로운 요소를 가미한 ‘변형적 이용’이 아닌 경우, 즉 원저작물과 유사한 성격을 가질 경우 공정이용에 해당하지 않는다. 2번 기준은 저작물의 종류 및 용도로서 어문 저작물, 사진저작물, 음악저작물 등 저작물 형태에 따른 창작성 정도와 교육이나 비평 등 이용 용도의 공익성을 판단한다.

3번은 이용된 부분이 저작물 전체에서 차지하는 비중과 그 중요성이다. 양적인 측면에서 원저작물을 전부 이용했는지 일부만 이용했는지 여부, 일부만 이용했다라도 그 부분이 원저작물에서 차지하는 중요성이 어느 정도인지가 판단의 기준이 된다. 4번 기준은 저작물의 이용이 현재 시장 또는 가치나 잠재적인 시장 또는 가치에 미치는 영향이다. 저작물 이용이 원저작물의 현재 또는 잠재적인 시장 가치를 훼손할 경우 공정이용에 해당하지 않게 된다.

미 델라웨어주 법원 판결

올해 미국에서는 저작물의 AI 학

습데이터 이용과 관련하여 공정이용 조항을 적용한 몇 가지 판결이 나왔다. 먼저, 올해 2월 델라웨어 주 법원은 톰슨 로이터(Thomson Reuters) v. 로스(ROSS) 소송에서 저작권자인 톰슨 로이터의 손을 들어줬다. 톰슨 로이터의 자회사인 웨스트로(Westlaw)는 법령과 판례 관련 검색 서비스를 제공하면서 주요 내용 요약문(headnote)을 제공하고 있었는데, 로스가 요약문을 무단 학습한 것은 공정이용에 해당하지 않는다고 판결했다. 델라웨어 주 지방법원은 로스의 원저작물 이용이 상업적 목적을 가지고 있으며, 거의 동일한 서비스를 제공하므로 변형적 이용이 아니라고 판단했다. 또한 로스의 학습데이터 이용이 법률 서비스 부문에서 웨스트로의 시장을 대체할 의도를 가지고 있는 것으로 보이며, 공정이용 여부 판단에서 이 부분이 가장 중요하다고 판시했다.

캘리포니아주 법원 판결

반면 지난 6월 캘리포니아주 법원은 안드레아 바츠(Bartz) 등 작가 3명 v. 엔트로픽(Anthropic PBC) 소송에서 AI 기업 엔트로픽에 유

리하게 판결했다. 엔트로픽은 대규모 모언어모델(LLM)인 클로드를 개발하면서 저작권이 있는 다수의 도서를 학습데이터로 이용했다. 공정이용 관련하여 알집 판사는 LLM은 원저작물을 복제하거나 대체하는 것이 아니라 매우 변형적으로 이용하므로 LLM 개발을 위해 저자의 동의없이 저작물을 이용하는 것은 공정이용에 해당한다고 판시했다. 다만, 도서를 정당하게 구매하지 않고 불법 복제물을 다운로드받아 학습시킨 부분은 저작권 위반 소지가 있다고 봤다. 지난 6월 캘리포니아주 법원은 작가 리처드 캐드리(Kadrey) v. 메타(Meta Platforms Inc.) 소송에서도 AI 기업에 유리한 판결을 내렸다. 앞의 소송과 유사하게 이 소송은 메타가 LLM 중 하나인 라마를 개발하면서 저서를 무단으로 학습시킨 것이었다. 판결에서 차브리야 판사는 저서를 LLM 학습에 이용한 것은 변형적 이용에 해당할 가능성도 있다고 신중하게 봤다. 특히 원고인 작가의 주장을 기각하면서 차브리야 판사는 메타의 AI가 어떻게 작가들의 저작권을 훼손할지(시장 피해액)에 대한 충분한 증거를 원고 측이

제시하지 못했다고 판시했다. 다만, LLM 학습을 위해 저작물을 이용하는 것이 적법하다는 것은 아니며, 저서 판매량 감소같은 시장에서 피해를 증명할 수 있다면 결과가 달라질 수도 있다고 지적했다.

저작물 속성에 따라 법원 판결 엇갈려

AI 학습데이터 관련 미국 법원의 최근 판결에서는 공정이용 기준 중 1번과 4번 기준이 주로 적용됐다. 즉, AI 학습데이터 이용이 변형적 이용에 해당하는지와 현재 또는 잠재적 시장에 영향을 미치는지 여부가 공정이용의 핵심 쟁점이었다. 표면적으로는 델라웨어주 판결과 캘리포니아주 판결이 상충된 것처럼 보이지만, 저작물의 속성에 따라 결과가 달랐다는 점도 고려할 필요가 있다. 소설과 같은 저서와 법원 판례 요약문에 대해 각기 다른 결과가 나온 것이다. 뉴욕타임스 등이 제기한 뉴스 저작권 소송도 변형적 이용과 시장 대체 여부가 쟁점이 될 것으로 보인다. 어떤 판결이 나올지 미지수이지만, 뉴스 기사는 저서와 판례 요약문 중 어디에 더 가까운지 생각해 본다면 어렵פות이 나마 짐작할 수 있을 것이다.

최근 여권이 정부광고 대행기관 이원화를 검토하고 있는 것으로 알려져 신문업계에 미칠 영향에 관심이 모아지고 있다.

더불어민주당은 지난 5월 28일 발표한 정책공약집에서 방송광고 활성화를 위한 방송 광고제도 혁신 방안으로 ‘정부광고의 독점 대행 제도 개선’을 내세웠다. 국정기획위원회는 공약을 기반으로 현재 국정 로드맵을 마련 중이다. 더불어민주당 방송·콘텐츠 특별위원회(위원장 이훈기)도 지난 2일 언론진흥재단의 정부 광고 독점 해소를 위한 거버넌스 개편 등을 담은 제안을 정부에 제출했다. 이훈기 의원은 지난해 9월 방송통신매체에 대한 정부광고 업무를 코바코가 전담하도록 하는 정부광고법 개정안

“정부광고 대행수수료 지역방송 지원은 퇴행 정책”

여권, 홍보매체별 정부광고 대행기관 이원화 검토
“언론 진흥 예산 축소 불가피...지역신문 역차별” 반발

을 발의하기도 했다.

현행 정부광고는 ‘정부광고법(정부기관 및 공공법인 등의 광고 시행에 관한 법률)’에 따라 문화체육관광부장관이 언론진흥재단에 위탁해 시행하고 있다. 언론진흥재단은 대행수수료로 10%를 부과하고, 수수료 수익을 언론진흥 사업에 지원한다.

정부와 민주당은 정부광고 대행은 홍보매체에 따라 신문사에 집행하는 정부광고는 언론진흥재단이, 방송통신매체에 집행하는 정부광

고는 코바코가 대행하는 안을 추진하고 있는 것.

이에 신문협회는 지난해 9월 정부광고 대행기관 이원화를 주요골자로 하는 정부광고법 개정안(이훈기 의원 대표발의)에 대해 ①정부광고 관리·운영이 문체부와 방통위로 이원화 돼 정부광고법의 제정 취지인 공익성과 효율성을 저해하고 ②신문, 방송, 잡지, 인터넷 등 종합적인 광고 집행(미디어 믹스 광고 전략)이 어려워져 정부 광고주의 불편을 초래할 것이라고 우려했다. 특히 ③

KBS와 MBC 등의 방송광고판매 독점권한을 갖고 있는 코바코가 정부광고 수탁기관이 될 경우 독점판매 행위를 담당하고 있는 매체에 정부광고를 집행하도록 정부광고주를 유도할 가능성도 문제점으로 지적했다. 별도 미디어랩을 통해 광고를 집행하고 있는 SBS 및 종편 방송사 등 다른 방송매체와의 공정경쟁을 저해할 수 있기 때문이다.

더욱이 여권이 정부광고 중 방송광고부문 수수료 수익으로 지역·중소방송사 지원 재원을 충당하는

방안을 추진 중인 것으로 알려져 지역신문사들이 ‘역차별’이라며 크게 반발하고 있다. 전국 지역일간지 29개사가 회원으로 참여하고 있는 대한민국지방신문협의회는 지난 1일 성명을 발표하고 “‘정부광고 대행수수료의 지역방송 지원강화 재원화’는 지역방송보다도 더 큰 경영악화를 겪고 있는 지역신문을 도외시키는 처사일 뿐 아니라 지역 미디어의 균형발전을 퇴행시키는 정책”이라고 비판했다. 전국 9개 지역일간지로 구성된 한국지방신문협회도 13일 성명을 통해 “신문·방송 전체를 위한 재원을 방송만을 위해 분리 운용하는 것은 지역신문의 위기를 초래할 수 있다”며 지역언론에 대한 균형적 지원책을 마련할 것을 촉구했다.

카카오가 경제 전문매체와 강소 언론을 대상으로 포털 다음 채널에 뉴스를 서비스하는 제휴 매체 입점을 추진 중이다. 경제 전문매체 신청기간은 지난 8일부터 14일 오후 2시까지 진행됐다. 15일부터 오는 21일까

지는 강소 언론을 대상으로 신청을 받는다. 경제 카테고리에 제휴를 신청하기 위해서는 한국기자협회 또는 방송기자연합회에 소속돼야 하

고, △전체기사 중 자체기사 비율 30% 이상 △전문기사 비율 40% 이상 △전문기사 중 자체기사 비율이 50% 이상 등의 요건을 평가한다. 강

소 언론은 재직기자 수가 20인 미만인 매체로 자원, 매출 등의 규모가 상대적으로 작으나, 특정 분야에서 전문성을 가진 매체이다. 제휴 분야는

△기후/환경 △사회 △경제 △정치 △국제 △문화 △생활 △IT/과학 △인물 △지식/칼럼 등이며 특정 언론단체 가입 여부 관계없이 신청 가능하다. 심사는 약 3개월간 진행되며, 100% 정량평가방식으로 이뤄진다.

다음 뉴스, 경제·강소 매체 신규 제휴 추진

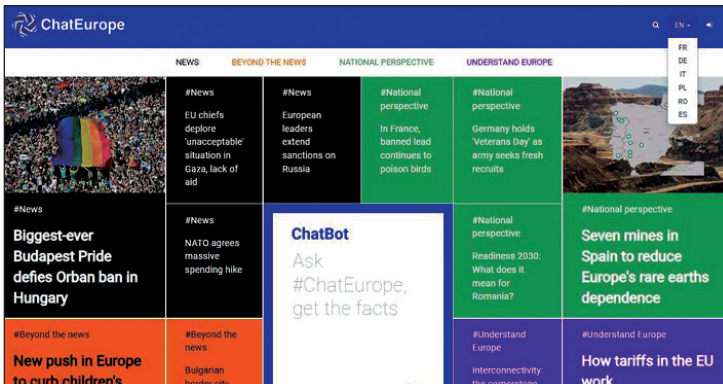
유럽 12개 주요 언론사, 유럽 뉴스 전문 챗봇 ‘챗유럽’ 출시

프랑스 통신사 AFP 주도...유럽 관련 소식·정보 제공
언론이 생산한 검증된 기사만을 기반으로 답변 생성

프랑스 통신사 AFP를 포함한 12개의 유럽 주요 언론사가 지난 1일 유럽 뉴스 전문 챗봇 ‘챗유럽(ChatEurope)’을 출시했다. 챗유럽은 유럽 관련 소식과 정보를 제공하는 플랫폼으로, ‘폴란드 대선에서 누가 승리했나?’와 같은 유럽 관련 질문에 답변을 제공한다.

AFP가 주도한 이 프로젝트는 프랑스, 독일, 이탈리아, 스페인, 루마니아 등 유럽의 12개 언론사 및 언론기관이 참여했다. 챗봇 개발은 루마니아의 AI 기술업체 드루이드(DRUID) AI가 맡았다.

항상 출처 명시해 신뢰성 보장



유럽 뉴스 전문 챗봇 ‘챗유럽’ 화면.

챗유럽 출시의 목적은 유럽의 의사결정 방식, 그리고 이러한 결정이 독자의 삶에 미치는 영향 등을 사람들이 더 잘 이해할 수 있도록 돕는

것이다. 챗유럽은 참여 언론사들이 제공하는 수천 건의 검증된 기사만을 기반으로 답변을 생성한다. 또한 항상 출처를 명시해 사용자에게

신뢰성을 보장한다.

챗유럽은 속보 뉴스, 분석 기사, 유럽을 더 잘 이해할 수 있는 해설 형식의 기사, 유럽 정책의 국가별 영향에 관한 기사, 소셜 미디어용 세로 영상, 다큐멘터리 등 다양한 형식의 기사를 제공한다. 또한 출신 국가나 연령 관계없이 모든 유럽 시민이 이용할 수 있다. 챗유럽은 프랑스어, 영어, 스페인어, 이탈리아어, 독일어, 루마니아어, 폴란드어 등 7개 언어로 출시됐으나, 챗봇 자체는 유럽의 모든 언어로 답변할 수 있다.

유럽 정보 제공에 핵심적 역할

챗유럽은 유럽연합 집행위원회

(European Commission)의 자금을 지원 받았으며, 신뢰를 확보하기 위해 편집상 완전한 독립성을 유지한다.

AFP의 개발 및 다각화 담당 이사 크리스틴 부하지아르(Christine Buhagiar)는 “신뢰성과 혁신을 결합한 챗유럽은 유럽 사안을 다룬 정보 제공에 핵심적 역할을 할 것”이라며 “이 새로운 플랫폼을 통해 유럽 시민들은 자신이 사용하는 언어로 챗봇과 대화할 수 있다”고 말했다. 아울러 “주요 언론사가 제공하는 뉴스 콘텐츠에서 신뢰할 수 있고 검증된 답변을 얻을 수 있다”고 언급했다.

英, 구글 불공정 행위 규제에 나선다

경쟁시장국, 구글을 ‘전략적 시장 지위’ 플랫폼으로 지정 예고
구글과 언론사가 공정한 조건으로 거래하도록 의무화

영국 경쟁시장국(CMA)은 지난 6월 24일 ‘디지털시장, 경쟁 및 소비자법(Digital Markets, Competition and Consumers Act 2024, DMCCA)’에 따라 오는 10월 구글을 전략적 시장 지위(Strategic Market Status)를 가진 기술 플랫폼으로 지정할 계획이라고 밝혔다.

DMCCA는 영국이 디지털 시장에서의 독과점 문제 해결과 소비자 권리 강화를 목적으로 작년 5월 24일 제정한 법이다. 전략적 시장지위 사업자로 지정되면 법률에서 정한 특정행위를 할 때 지켜야 할 규칙인 ‘행위요건’과 이러한 행위들이 경쟁을 촉진하거나 저해하는지에 대한 기준인 ‘친경쟁요건’을 준수해야 한다. 또한 일정 기준을 충족하는

기업결합을 사전에 신고해야 하며, 이를 위반하면 제재를 받는다.

공정하고 합리적인 거래 환경 구축 기대

CMA는 이번 조치를 통해 구글 검색에서 뉴스 콘텐츠가 표시되는 방식에 대해 언론사들이 통제권을 갖도록 할 계획이다. 구체적으로 구글에 △사람들이 검색 서비스를 쉽게 선택하고 전환할 수 있도록 선택 화면 제공 △검색 결과의 공정하고 차별 없는 순위 보장 △구글 검색 결과와 AI 생성 응답에서 수집되는 콘텐츠의 사용 방식에 대해 언론사에 더

많은 통제권과 투명성 부여 △새로운 기업들이 혁신적인 제품을 시장에 출시할 수 있도록 데이터 이동성(이용자가 기업에 제공한 개인정보를 다른 정보처리자에게 방해 없이 이전할 수 있는 기능) 지원 등의 조치를 실행하도록 의무화한다.

이와 관련해 CMA는 “구글의 전략적 시장 지위 지정은 언론사의 공정하고 합리적인 조건, 특히 콘텐츠 사용에 대한 공정한 지불 조건에 영향을 미칠 수 있다”고 밝혔다. 뉴스미디어연합(NMA, 구 미국신문협회) CEO 오웬 매러디스(Owen Meredith)는 “언론사들이 구글에

서 자신들의 콘텐츠 사용 방식을 통제하는 데 겪고 있는 어려움을 규제 당국이 인정한 점을 기쁘게 생각한다”며 “기술 플랫폼의 부당한 지배력에 맞서기 위한 CMA의 단호하고 강력한 조치가 시급하다”고 덧붙였다.

영국 광고시장을 독점해 온 구글

CMA가 구글 규제에 나서게 된 데는 구글이 자사 검색 엔진, 유튜브, IT를 적용한 광고 기법인 애드테크 제품 등을 통해 영국 광고시장을 지배하고 있기 때문이다. 실제 지난해 영국 광고비 총액 426억 파운드

(한화 약 79조 3,552억 8천만 원) 중 구글은 약 200억 파운드(한화 약 37조 2,560억 원)를 차지할 것으로 추정된다. CMA는 “구글이 영국 인터넷 검색 시장의 90%를 차지하고 있다”고 지적했다.

CMA는 또 지난 1월 착수한 조사에서 ①검색 광고 가격이 경쟁적으로 책정되지 않았으며, 구글 검색 결과가 생성되는 방식이 비밀스럽고 불공정 ②언론사들은 자신의 콘텐츠가 구글 검색 결과 및 AI가 생성한 응답에서 어떻게 사용되는지 통제 불가능 ③구글이 삼성 및 애플(Apple)과의 거래를 통해 자사의 기술을 스마트폰에 탑재함으로써 경쟁업체의 시장 진입을 차단 등 구글의 시장 지배력에 대해 우려 사항이 파악됐다고 설명했다.

뉴스 이용에 ‘소셜 플랫폼’ 부상

‘2025 디지털뉴스리포트’ 발표
미국에서 처음으로 소셜 미디어 플랫폼이 TV 추월

미디어 전문매체 프레스가제트는 지난 6월 17일 로이터 저널리즘 연구소가 발표한 ‘2025년 디지털 뉴스 리포트’의 주요 내용을 소개했다. 보고서는 뉴스 소비 트렌드로 △AI 챗봇 △소셜 미디어 붐 △플랫폼 분열 및 뉴스 인플루언서의 증가를 꼽았다.

보고서에 따르면, 연구소는 올해 설문조사에서 처음으로 AI 플랫폼과 챗봇의 뉴스 활용에 대한 조사를

진행했다. 그 결과, 전 세계 뉴스 이용자 응답자의 약 7%가 지난 한 주 동안 AI 챗봇을 뉴스 이용 플랫폼으로 사용한 적이 있다고 답했다. 뉴스에 가장 많이 사용된 챗봇은 챗GPT였다(전체 표본 중 4%). AI 활용에 관해서는 기사 요약(27%)과 기사

번역(24%)에 가장 관심이 높았다. 올해 조사에 참여한 48개 국가에서 18~24세의 44%는 소셜 네트워크를 주요 뉴스 이용 플랫폼으로 사용하고 있다고 답했다. 모든 국가에서 소셜 비디오를 소비하는 비율은 2020년 52%에서 2025년 65%

로 증가했다. 특히 미국에서는 소셜 플랫폼 뉴스 이용률(54%)이 TV(50%)를 추월하기도 했다. 보고서 저자인 닉 뉴먼은 “디지털 미디어 환경 변화에 대응하는데 어려움을 겪고 있는 전통 언론사들에게 소셜 비디오와 인물 중심 뉴스

(personality-driven news)의 부상은, 또 하나의 중대한 도전”이라고 말했다.

뉴스 이용률이 10% 이상인 소셜 플랫폼은 10년 전 2개에서 현재 6개로 큰 상승 폭을 보였다. 가장 빠르게 성장한 소셜/비디오 네트워크는 틱톡(Tiktok)이었다. 틱톡을 뉴스 용도로 사용하는 비율은 전체 응답자 기준 17%로 지난해 대비 3% 증가했다.

“대한민국을 움직이는 힘 있는 언론으로 거듭나자”

인천일보 창간 37주년 기념식

인천일보(발행인 박현수)는 지난 15일 본사에서 창간 37주년 기념식을 개최했다. 박현수 발행인은 기념사를 통해 “지난 세월 우리는 어려운 여건에서도 묵묵히 현장을 지키며 진실을 전해 왔다”고 말했다. 이어 “‘지역의 눈과 귀가 되겠다’는 다짐으로 출발한 인천일보는 이제 지역의 심장이자 목소리로 우뚝 섰다”며 “보도의 깊이를 더하고, 주민 삶에 온기를 더하며, 대한민국을 움직이는 힘 있는 언론으로 거듭나자”고 강조했다.

“역량 강화·공감 바탕으로 ‘리셋, 중부일보’ 실현을”

중부일보 창간 34주년 기념식

중부일보(발행인 최윤정)는 지난 7일 본사에서 창간 34주년 기념식을 개최했다. 최윤정 발행인은 기념사를 통해 “(중부일보는) 올해 슬로건을 ‘리셋, 대한민국’으로 정했는데, ‘리셋, 중부일보’가 필요한 시점”이라고 말했다. 이어 “역량 강화와 공감을 바탕으로 ‘리셋, 중부일보’를 실현하기 위해 함께 공부하고 연구해야 한다”며 “모두가 한마음으로 변화해 다시 일어나는 중부일보로 거듭날 것”이라고 강조했다.

회원사 동정

강원일보, ‘제20회 동곡상’ 후보 추천 접수

강원일보(발행인 박진오)는 오는 8월 22일까지 ‘2025년도 제20회 동곡상’ 수상 후보자를 도내·외 각급 기관·단체로부터 추천받는다. 동곡상은 삼척 출신의 동곡(東谷) 김진만 선생의 유지를 현양하기 위해 제정한 상이다. 시상 부문은 △지역발전 △문화예술 △사회봉사 △교육학술 △자랑스러운 출향 강원인 등 5개 부문이다. 해당 부문에서 탁월한 공적으로 강원특별자치도 발전에 기여한 자를 수상자로 선정하며 상금은 각 부문별로 2,000만원이다.

경기일보, ‘AI 기사 추천 시스템’ 구축

경기일보(발행인 신항철)는 지역 독자 맞춤형 뉴스 서비스를 위한 ‘AI 기사 추천 시스템’을 오는 11월 말까지 개발을 완료한다. 해당 시스템은 경기일보 홈페이지 방문자의 기사 열람 이력을 AI가 자동 분석해 연관도 높은 기사를 추천하는 방식. 단순한 기사 배열을 넘어 독자의 클릭과 검색 패턴을 반영해 실시간으로 더 읽고 싶은 기사를 제공한다. 또 방문

자가 열람한 기사 내용을 기반으로 관련성이 높은 뉴스들을 AI가 분석해 맞춤형으로 추천한다.

경향신문, ‘2025 현재사 시민강좌 5강’ 개최

경향신문(발행인 김석종)은 오는 24일 ‘2025 현재사 시민강좌 5강’을 개최한다. 주제는 ‘박정희에 던지는 질문, 경제개발과 민주주의의 관계는?’으로 박태균 서울대 국제대학원 교수가 강연한다. 수강료는 1만5천 원이다. 참가 신청은 경향신문 후마니타스연구소 홈페이지(<https://humanitas.khan.co.kr>)에서 가능하며 문의는 02-3701-1046.

국제신문, 2025 국제 어린이&청소년 경제아카데미

국제신문(발행인 김세환)은 ‘2025 국제 어린이&청소년 경제아카데미’를 개설한다. 이번 행사는 부산·경남 초등학교 및 중학생을 대상으로 현장 체험 중심의 경제교육 프로그램을 진행한다. 모집 인원은 초등부 4~6학년 100명, 중등부 1~3학년 100명이며, 오는 25일까지 신청

하면 된다. 강의 및 체험은 모두 무료이다. 문의는 070-7954-6972.

대전일보, 2025 서산시장배 국제 유소년 축구대회

대전일보(발행인 김재철)는 서산시체육회와 공동으로 오는 24일부터 28일까지 닷새간 ‘2025 서산시장배 국제 유소년 축구대회’를 개최한다. 서산종합운동장 보조구장·서산스포츠테마파크·풋살경기장 등에서 치러지는 이번 대회는 호주, 중국, 일본 등 7개국 해외 유소년팀 12개 팀과 국내 68개 팀 등 총 80개팀이 참가한다.

문화일보, 문화미래리포트 2025

문화일보(발행인 김병직)는 오는 8월 26일 서울 대한상공회의소 국제회의장에서 ‘문화미래리포트 2025’를 개최한다. 이번 행사는 ‘트럼프즘 항방과 대한민국의 선택’을 주제로 △제1세션 ‘MAGA 시대의 안보 정세’, △제2세션 ‘극단 세력에 휘둘리는 세계 민주주의’가 진행된다. 미국의 동아시아 안보 권위자인 케네스 와인스타인 허드슨연구소 석

좌 등이 기조강연을 한다.

부산일보, 제62회 청룡기 전국 고등학교 축구대회

부산일보(발행인 손영신)는 대한축구협회와 공동으로 ‘제62회 청룡기 전국 고등학교 축구대회’를 오는 16일부터 31일까지 경남 고성군 스포츠타운에서 개최한다. 대한민국 축구의 미래를 짊어질 축구인재를 발굴·육성하기 위해 마련한 이번 대회는 ‘청룡기대회(39개 팀)’와 ‘청룡기U17 유스컵(34개팀)’으로 진행되며, 고등부 73개팀이 출전한다.

이데일리, ‘2025 AI 코리아 대상’

이데일리(발행인 이익원)는 ‘2025 AI 코리아 대상’을 오는 8월 29일까지 공모한다. 공모 대상은 AI 기술을 산업에 실질적으로 적용하거나 상용화한 기업 및 기관이다. 공모 부문 및 시상은 △AI 기술 부문(과학기술정보통신부 장관상) △AI 적용 부문(산업부 장관상) △제조지능화혁신 부문(중기부 장관상) △AI 혁신 부문(한국인공지능산업협회장상) △사회적 책임 부문(이데일리 회장상)

등이며, 장관상 수상자는 각각 상금 500만 원을, 그 외 수상자는 각각 상금 100만 원을 받는다.

중앙일보, 중앙 미디어아트 공모전

중앙일보(발행인 박장희)는 WTC Seoul과 공동으로 ‘제5회 중앙 미디어아트 공모전’을 개최한다. 무역센터 옥외광고물 자유표시구역 활성화를 위해 올해로 5회 차를 맞는 이번 공모전은 역량 있는 국내 신진 작가를 발굴하고 창작 활동을 지원하고자 마련됐다. 수상작은 옥외광고물 자유표시구역 대표 매체인 코엑스·파르나스 미디어타워에 전시된다. 접수는 8월 10일까지.

신문협회보

발행인	임채청
편집인	정우현
제작	한국신문협회
발행처	서울 중구 세종대로 124 프레스센터 1302호
인쇄	삼아인쇄
창간일	1985년 4월 15일
등록번호	서울, 다50673
대표메일	webmaster@presskorea.or.kr

신문의 품위, 60년의 윤리 기준 이제 주간간행물도 함께합니다

한국신문윤리위원회는 1961년 설립된 자율심의기구입니다.

전국 일간신문과 통신사를 대상으로 신문의 품위를 지키고 윤리기준을 확립해왔습니다.

60여 년간 쌓아온 신문윤리의 기준이 주간간행물로 확대됩니다.

윤리서약은 책임의 시작입니다.
신뢰받는 주간신문·주간지, 윤리강령 서약에 참여하세요.

윤리서약이 왜 필요할까요?

자율 참여

언론의 자유와 책임을 스스로 지키는 첫걸음



언론 품위 유지

윤리강령 준수로 보도의 품위와 기사 품질 향상



독자 신뢰 확보

윤리강령 준수는 독자와 광고주의 신뢰를 얻는 기반