



읽는 사람이 세상을 이끈다 Readers are Leaders

정부광고 대행기관 이원화 ‘숨고르기’

국정기획위, 각계 반발로 최종 보고서에 관련 내용 제외
신문협회 “이원화는 효율성·공익성 저해” 반대 입장 밝혀

정부와 여당이 추진하던 정부광고 대행기관 이원화가 잠시 숨고르기에 들어갔다. 정부광고 대행기관 이원화를 검토해 오던 국정기획위원회는 정치권과 언론계 내부에서 반발이 일자 해당 사안에 대해 당장 결론을 내리지 않고 추후 논의를 이어갈 방침인 것으로 알려졌다.

지난 7월 23일 국회 과학기술정보방송통신위원회 임오경 간사와 문화체육관광위원회 김고흥 위원장은 미팅을 갖고 정부광고 대행기관 이원화를 논의했으나, 양측 의견이 크게 엇갈려 합의에 이르지 못했다.

해당 사안을 논의해오던 국정기획위원회 사회2분과 내에서도 위원들 간 이견이 발생해 명확한 결

론 도출에 이르지 못했다. 15일 활동을 마무리한 국정위는 최종 보고서에 정부광고 이원화 부분은 제외했다.

앞서 신문협회는 지난 7월 22일 한국언론진흥재단(언론재단)이 대행하는 정부광고 위탁업무를 한국방송광고공사(코바코)와 이원화하는 정부와 여당의 정책안에 대해 “효율성과 공익성을 저해한다”며 반대입장을 밝혔다. 협회는 이날 대통령실과 국회 과학기술정보방송통신위원회 및 문화체육관광위원회, 문화체육관광부, 국정기획위원회에 의견서를 각각 전달하고 이 같이 강조했다.

신문협회는 의견서에서 “정부광고 대행기관을 언론재단과 코바코 양 기관으로 규정할 경우, 정부

광고 관리·운영이 문체부와 방통위로 이원화돼 정부광고법의 제정 취지인 공익성과 효율성이 저해된다”고 지적했다. 관리·감독 체계의 이원화는 조직 갈등을 유발할 수 있을 뿐 아니라 시의성을 확보하지 못해 업무의 비효율로 이어질 수 있다는 점도 문제점으로 언급했다.

신문협회는 또 지난 2023년 6월 헌법재판소가 정부광고의 업무를 한국언론진흥재단에 위탁하도록 한 ‘정부광고법 시행령’에 대해 합헌으로 결정한 점을 언급하며, “정부광고의 공공성과 투명성, 효율성을 도모하기 위해서는 정부광고의 집행 업무를 일원화하는 것이 바람직하다”고 설명했다.

정부광고 대행기관을 이원화할

경우 “신문·방송·잡지·인터넷 등 매체 통합광고 집행(미디어 믹스 광고 전략)이 어려워져 정부 광고 주의 불편을 초래하게 될 것”이라는 점도 지적했다.

신문협회는 “정부 광고주는 정부광고를 매체별로 양 기관에 개별적으로 의뢰해야 할 뿐 아니라 정부광고주의 홍보 담당자가 직접 홍보 기획·전략 등을 수립해야 하는 등 업무가 가중될 것”이라며 “이는 광고주인 정부기관 중심이 아닌 수탁기관 중심의 비효율적 제도 운영”이라고 비판했다.

신문협회는 특히 미디어랩법 등에 따라 KBS와 MBC 등의 방송광고 판매 독점 권한을 가지는 코바코가 정부광고 수탁기관이 될 경우 방송광고시장의 공정경쟁을 해칠 수

있다고 밝혔다.

코바코가 독점판매대행을 담당하고 있는 매체(KBS, MBC)에 정부광고를 집행하도록 정부광고주를 유도할 가능성을 배제할 수 없고, 이는 SBS 및 종편 방송사 등 별도 미디어랩을 통해 광고를 집행하는 다른 방송매체와의 공정경쟁을 저해할 수 있다는 것이다.

끝으로 신문협회는 “정부광고 수수료는 신문·방송 등 언론 진흥을 위한 지원 등 공익 목적에 대부분 사용되고 있다”며 “대행 업무가 이원화될 경우 이를 담당하는 조직 및 인력이 이중으로 필요해 인건비 및 운영경비가 증가될 수밖에 없고, 결국 언론진흥을 위해 사용하는 예산은 줄어들 수밖에 없다”고 밝혔다.

언론인금고 금리 0.35%p 인하 추진

8월 이사회 의결 거쳐 9월부터 적용
한국언론진흥재단 언론인금고관리위원회는 지난 7월 24일 언론인금고금리를 0.35%p 인하하기로 의결했다. 위원회는 이날 이 같은 내용의 언론인금고 규정 및 지침 개정안을 통과시켰으며, 오는 20일 언론재단 이사회 의결을 거쳐 9월부터 실시할 예정이다. 언론재단은 “시중금

리 인하 등을 고려해 융자이율을 인하했다”며 금리 인하 취지를 밝혔다. 한국은행 기준금리는 지난 1월 3.0%에서 7월 2.5%로 낮아졌다.

언론재단이 전국 언론인을 대상으로 운영하는 언론인금고 융자는 생활자금과 주택(전세)자금으로 나뉜다. 담보 구분에 따라 보증보험 융자수령자·근저당을 담보

담보구분	생활자금			주택자금		
	기존	변경	증감	기존	변경	증감
보증보험, 근저당	3.45%	3.1%	△0.35%p	3.2%	2.85%	△0.35%p
연대보증	4.45%	4.1%	△0.35%p	4.2%	3.85%	△0.35%p

로 설정한 대출의 경우, 생활자금 대출이율은 3.45%→3.1%, 주택자금 대출이율은 3.2%→2.85%로 각각 내린다. 또 언론인의 소속 언론

사가 연대보증으로 담보를 설정한 대출의 경우, 생활자금 대출이율은 4.45%→4.1%, 주택자금 대출이율은 4.2%→3.85%로 변경된다.

변동된 이율은 9월 원리금 상환분부터 반영된다. 기존 대출 이용자에게는 변동된 이율이 소급 적용된다.

이번 결정은 언론재단이 지난 1월 생활자금 대출이율 0.35%p, 주택자금 대출이율 0.35%p를 각각 인하한 이후, 7개월 만에 추가로 인하한 것이다.

신문협회, 지역신문 경영혁신전략 세미나 개최

9월 11~12일 세종 베스트웨스턴플러스 호텔에서

신문협회는 9월 11~12일(목~금) 세종 베스트웨스턴플러스 호텔에서 지역 회원사 발행인을 대상으로 ‘지역신문 경영혁신전략 세미나’를 개최한다. 이번 세미나는 지역 회원사들의 정책과제 및 미래전략을 공유하고 혁신 아이디어 발굴을 위해 신문협회가 매년 개최하는 행사이다.

세미나에서는 김동규 ‘지역



신문 발전 포럼’ 위원장(건국대 언론홍보대학원장)이 제8차 지역신문 발전 3개년(2026~2028) 지원계획을 중심으로, 지역언론 활성화를 위한 지원제도 개선 방안 등을 발표한다.

‘뉴스룸의 AI 활용’ 워크숍 개최

디지털협의회, 구글 뉴스테크이니셔티브·온신협과 공동으로

한국신문협회 산하 디지털협의회(회장 신한수 서울경제 부국장)는 <구글 뉴스테크이니셔티브>·<온라인신문협회>와 공동으로 오는 22일 구글캠퍼스(서울)에서 ‘뉴스룸의 멀티모달 AI 활용과 크로스 플랫폼 전략’ 워크숍(표)을 공동 주최한다.

이번 워크숍은 급변하는 미디어 환경 속에서 언론 현장의 디지털 기술 역량을 높이기 위해 마련됐다. 참석 대상은 한국신문협회, 한국온라인신문협회, 뉴스통신사 소속 기자 등이다. 참가비는 무료.

시간	세션 내용
10:00 ~ 11:00	[Part 1 - 뉴스룸의 멀티모달 AI 활용] 발표1 생성형 멀티모달 A와 언론산업-이봉무 디렉터(트웰브랩스) 발표2 멀티모달 AI 모델 특성과 활용 가능성-김현지 팀장(동아일보 미래전략연구소)
11:00 ~ 12:00	[Part 2 - Lightning Talk: 뉴스룸과 멀티모달 AI 활용] 사회 황용석 교수(건국대 미디어커뮤니케이션학과) 패널 김현지 팀장(동아일보 미래전략연구소), 우승호 부장(서울경제 미래전략부), 이광빈 부장(연합뉴스시큐리티), 이봉무 디렉터(트웰브랩스), 함형건 국장(YTN AI특임국)
13:00 ~ 17:00	[Part 3 - News Tech Workshop] 실습 NotebookLM과 Gemini Canvas를 이용한 콘텐츠 관리 및 생산방법 - 최영준(구글 뉴스랩 펠로우) 실습 MCP를 이용한 증권정보의 자동화 실습 - 안중현 기자(조선일보 증권부)

신문 저널리즘에 과감하고 유례없는 공적 지원이 필요한 이유

기고

안민호

숙명여대
미디어학부 교수



민주공화국 대통령의 가장 중요한 책무는 사회적 신뢰와 협력, 통합의 증진이다. 경제나 안보, 복지도 중요하지만 사회 통합은 그 모든 과제의 조건이면서 동시에 목표다. 역대 정부마다 국민통합 이름을 건 이런 저런 기구들을 만들고 상당한 인력과 예산을 배정해 온 것도 그 때문이다. 문제는 그런 것들이 실효성을 담보할 수 없는 정책이고, 불필요 행정이고 예산 낭비라는 점이다. 현재도 대통령실과 국회에 같은 이름의 기구가 있고 각 부처에도 유사 위원회들이 적지 않다. 그 예산을 대폭 줄일 필요가 있다. 대신 진짜 사회 통합을 위해 지원할 부문이 있는데, 바로 신문 저널리즘이다.

“좋은 기사 하나가 열 위원회보다 낫다”

좋은 기사 하나가 열 위원회보다 낫다. 신문 홍보 슬로건이 아니다. 자유주의가 언론을 이해하는 기본 관점이다. 사적 영역의 한가운데서, 자유롭고 공개적인 토론과 속의 과정을 통해 의제를 설정하고 합의를 도출하는 공적 기능을 수행하는 사회기구가 바로 신문 저널리즘이다. 근대의 가장 중요한 발명품인 신문

저널리즘은 절대 권위의 부재하에 서 각자 신념대로 죽고 죽이며 살던 인간들이 상호 신뢰와 통합을 구성하기 위해 기획한 마지막 궁여지책이다. 궁여지책은 편책이 아니다. 그것밖에 없고, 그만큼 조심스럽고, 애써 지켜야 한다는 의미다. 그런 신문 저널리즘이, 지금 매우 위태롭다. 환경이, 시장이 망가졌다. 치어리더의 환호와 마녀사냥의 적개심이 난무하는 의견의 시장에서 저널리즘의 가치와 책무는 마른 낙엽처럼 바닥을 나뒹군다. 2025년 마주한 현실은 파편화된 의견과, 무분별한 선동과, 극단화된 여론이고, 불신과 분열의 공동체다. 소통이 추앙받고 넘쳐나는 시대에 가장 적나라한 소통의 실패, 저널리즘의 위기를 경험하고 있다. 역설적으로 그 실패와 위기는 넘쳐나는 소통을 가능케 하는 사회구조의 변동, 그 중에서도 특별히 OTT로 상징되는 새로운 미디어 환경과 관련된다. 변화의 핵심은 익명의 다수를 대상으로 누구나 말하고 쓸 수 있는 환경이다. 잃었다 되찾은 파라다이스인 줄만 알았는데 착각이었다.

의견과 사상의 공개시장을 처음 언급한 이가 『아레오파지티카』와 『실낙원(Paradise Lost)』의 저자 존 밀턴이다. 그가 말한 시장은 이상적으로는 거짓이 걸러지고 진실이 승리하는 곳이고, 기능적으로는 현실(Reality)에 대한 공통 다

수의 인식과 의견이 구성되는 곳이다. 근대 자유주의 사상은 사회를 통합하는 의견의 시장과 그에 대한 신뢰를 전제한다. 그런데 모든 게 달라졌다. 시장에 대한 믿음이 흔들린다. 소수가 다수를 상대하는 시장에서 경쟁자들은 양극단을 버리고 중간다수를 목표로 하는데 다수가 다수를 대상으로 하는 환경에서는 전략이 달라진다. 경쟁자들은 다수 대중의 차이에 주목하고 수많은 작은 차별적 집단을 만들어 그 차이에 소구하는 전략을 취한다. 작더라도 목표로 삼는 확실한 집단에 소구하기 위해 자신의 색깔을 더 분명하고 강하게 드러낸다. 비용이 덜 드는 만큼 시장은 작아도 좋다. 그러면서 엇 딴 차이도 만들어지고 있던 공통점도 사라진다. 소수가 경쟁하는 전통적 저널리즘 시장이 희미한 공통점을 강화하고 분명한 차이점을 희석함으로써 중간 다수를 구성하는 역할을 수행했다면 이제 는 반대다. 모이던 의견이 흩어지고 파편화된다. 가장 큰 타격은 중간 시장을 목표로 하는 신문 저널리즘이다. 파란 신문은 더 과탈게 빨간 신문은 더 빨강게 변한다. 수요가 줄어드니 투자도 축소된다. 당연히 질도 떨어지고 승부는 더 진한 다른 색깔뿐이다. 쪼개진 의견과 안정적 중간다수의 부재는 공적 의견의 불안정성을 의미한다. 불안정은 쓸림을 만들고 쓸림은 극화

(Polarization)로 이어진다. 여기에 우리 사회의 뿌리 깊은 좌우 진영 대립까지 더해진다.

신문 저널리즘은 통합을 위한 ‘권위적 의심’ 담당

분열과 통합을 가름하는 두 가지 과제가 있다. 하나는 중간 다수를 육성 강화하는 문제고 다른 하나는 거짓과 진실의 분별 기능에 대한 사회적 신뢰를 구축하고 확장하는 문제다. (자유주의 경제학자) 프리드리히 하이에크는 자유주의를 지향하는 사회는 공통의 목표가 아니라 공통의 수단에 의해 통합된다고 말한다. 그 공통의 수단은 자유롭고 공정한 경쟁과 그것을 보호하고 지원하는 사회적 제도, 그리고 그것에 대한 중간 다수의 신뢰다. 이 모두 오직 제대로 된 언론이 있을 때 가능하다. 신문 저널리즘의 존재 이유가 이것이다. 신문 저널리즘에 대한 공적 지원은 사양산업 지원류의 행정적 판단의 문제가 아니다. 우리 공동체의 정체성과 관련한 철학적 문제고 결단이다. 가속화되는 분열적 환경에서 통합을 견인하는 중요한 사회 기능이 상실되는 위태로운 상황을 그대로 방치할 것인가 문제다. 지원 규모나 방법은 크고 과감할수록 좋다. 정부예산으로 지원한다고 해서 문제 되지 않는다. 국민통합을 빙자할 수많은 기구와 조직들도 세금으로 운영된다. 세금

이든 광고 수수료든 재원이 문제가 아니다. 문제는 정치권력으로부터 독립이고 기금 운영의 자율성이다. 찾고자 하면 방법은 얼마든지 있다. AI에 물으면 3초 안에 국내 지원 정책의 문제와 참고할 해외 사례를 일목요연하게 정리해 준다.

가톨릭 교황 선출 과정의 경쟁과 갈등을 소재로, 확신과 회의(懷疑), 분열과 통합이란 주제를 수준 높은 은유와 복선으로 무게 있게 다룬 영화가 있다. “콘클라베”라는 작품이다. 여기 주인공 로렌스 추기경의 인상적 대사 한 대목을 소개한다.

“제가 가장 두려워하는 죄는 확신입니다. 확신은 통합의 큰 적입니다. 포용의 가장 치명적인 적입니다. 우리의 믿음이 살아 숨 쉬는 것은 의심과 함께 손잡고 가기 때문입니다. 만약 확신만 있고 의심이 없다면, 신비도 없고, 더 이상 믿음도 필요치 않을 것입니다.”

로렌스의 관점이 밀턴의 주장이고 데카르트의 고백이다. 신도 없고 왕도 사라진 세상에서 자기 자신들만의 믿음과 확신이 난무하는 분열된 사회에서 통합을 위한 “권위적 의심”을 담당하는 것이 신문 저널리즘이다. 더 넓은 통합은 확신에 찬 환호나 적개심이 아니라 회의(懷疑), 속의, 성찰, 관용이 만든다. 가을이 되면 예산안 논의가 본격화한다. “진짜 대한민국”의 진짜 통합을 위한 예산안을 기대한다.

관훈클럽, 해외연수 언론인 모집

8월 31일까지 접수

관훈클럽정신영기금은 2026~2027학년도 해외연수 언론인을 선발한다. 선발 인원은 3명 이내며, 언론사에 5년 이상 재직하고 있는 기자는 누구나 신청할 수 있다. 연수기관은 미시간대학 저널리즘 프로그램 또는 지원자 본인이 연수 허가를 받은

외국의 대학·연구기관이다. 지원금은 1년 체재비 3만 6,000달러(월 3,000달러×12개월), 등록금(5,000달러 이내), 본인 항공료 등이다.

심사는 △서류 △TOEIC 성적 △면접(별도 영어 인터뷰 없음)으로 진행한다. 서류접수 기간은 8월

1일부터 8월 31일까지이며 이메일(kwanhunclub1@gmail.com)로 신청하면 된다. 관훈클럽 외에도 △성곡언론문화재단 △LG상남언론재단 △한국언론진흥재단 △한국여성기자협회도 해마다 언론인 해외연수를 실시 중이다(표).

구분	지원자격	선발인원	연수기관	지원액	모집기간
관훈클럽	5년 이상 언론인	3명 이내	-미시간대학 저널리즘 프로그램 -연수 허가를 받은 외국 유수 대학 또는 연구기관	-체재비 \$36,000(연간) -등록금 \$5,000이내 -항공료 실비	매년 8월
성곡언론문화재단	7년 이상 언론인	3명	-미국 미주리대학 저널리즘스쿨 -본인 희망 외국 정규 대학	-체재비 \$36,000(연간) -학비 \$6,000(연간) -항공료 (본인 250만 원)	매년 2월
LG상남언론재단	7년 이상 언론인	10명 내외	-해외 소재 대학·국제기구·연구기관 등 본인 희망 연수기관	-체재비 \$36,000(연간) -학비 \$10,000(연간) -본인 및 배우자 왕복 항공료 실비	매년 1월
한국언론진흥재단	7년 이상 언론인	10명 내외	-자유주제 (※입학허가서 제출 필수)	-체재비 3천만 원 -학비 1,000만 원 이내 -항공료 250만 원 이내	매년 2월
한국여성기자협회	7년 이상 언론인	5명 이내	연구 국가별 저명대학 및 연구기관	-체재비 및 학자금 4천만 원(연간) -본인 왕복 항공료 250만 원 이내	매년 2월

“언론기사도 저작물… 저작권 보호 대상 명시”

정연욱 의원, 저작권법 개정안 발의

언론 기사를 저작권 보호를 받는 저작물로 명확히 규정하는 저작권법 개정안이 발의됐다.

정연욱 의원(국회 문화체육관광위원회 위원)은 지난 10일 ‘신문 등의 진흥에 관한 법률’ 제2조에 따른 신문 및 인터넷신문과 ‘뉴스통신진흥에 관한 법률’ 제2조에 따라 뉴스통신에 게재된 시사적인 기사나 논설을 ‘언론저작물’로 명확히 정의하고, 이를 저작물의 예시에 포함시키는 내용을 담은 저작권법 개정안을 대표 발의했다.

현행 저작권법은 ‘저작물’의 예시로 어문저작물, 음악저작물 등을 다루고 있으나 ‘사실의 전달에 불과한 시사보도’는 저작권 보호

대상에서 제외하고 있다. 특히 최근 생성형 인공지능(AI)이 언론사의 동의없이 뉴스 콘텐츠를 학습·요약·재구성하는 사례가 늘고 있으나, 현행법은 이에 대한 명확한 대응 근거를 마련하지 못하고 있다는 비판이 제기되고 있다.

정 의원은 “생성형 AI가 언론 기사를 무단 학습해 제공하는 사례가 늘고 있으나, 현행법상 언론 기사의 저작권 지위가 불분명하다는 점을 악용한 무단 사용이 빈번하다”며 “이번 개정안은 언론의 창작물로서의 가치를 분명히 하고, 창작자의 권리를 실질적으로 보호하는 계기가 될 것”이라고 강조했다.

르몽드 디지털 성공 비결은 ‘저널리즘’ 투자

“르몽드를 구독하는 이유는 참신성과 양질의 저널리즘”
“저널리즘 품질이 곧 브랜드 가치”…15년 간 기자 80% 증원

세계신문협회는 지난 7월 8일 프랑스의 대표 언론 르몽드가 뉴스룸 투자를 확대해 디지털 성장을 이룬 전략을 소개했다. 르몽드 그룹 CEO 루이 드레뤼스에 따르면, 그가 사장으로서 취임한 2010년 당시 회사가 경영난을 겪고 있었고 이를 타개하기 위해 뉴스룸 투자 확대를 결정했다. 그는 “뉴스룸에 투자하는 것이 낡은 방식으로 보일 수 있지만, 저널리즘의 품질이 곧 르몽드 브랜드의 가치”라고 설명했다.

그 결과 2010년 310명이었던 기자는 현재 560명으로 80% 증원됐다. 또한, 취재 범위 확대를 위해 취재가 다소 어려운 아프리카 취재 인

력도 4명에서 36명으로 늘렸다. 드레뤼스는 “사람들이 르몽드를 구독하는 이유는 참신성과 양질의 저널리즘을 얻기 위함”이라며 “저널리즘의 품질에 자부심을 갖고 있는 양질의 미디어라면 저널리즘에 투자해야 한다”고 강조했다.

르몽드는 취재 영역을 확장함으로써 과거의 고루한 이미지를 탈피하고자 했다. 지난 15년 동안 여성의 권리, 성, 교육, 개인 생활 등 다양한 주제를 정기적으로 다뤘으며,

2011년에는 라이프스타일 잡지 ‘M 르 매그(M le Mag)’를 창간했다. 젊은 독자층을 겨냥해, 각각의 플랫폼에 적합한 콘텐츠도 제작했다. 르몽드의 스냅챗 계정은 140만 팔로워를 보유하고 있으며, 젊은 기자가 뉴스를 설명하는 영상 콘텐츠 등으로 젊은 독자층에 다가갔다.

저널리즘에 대한 투자가 구독으로 연결되는 선순환 구조

르몽드의 구독자 수는 지난 몇 년

동안 꾸준히 증가해 지난 2025년 3월 663,000명을 기록했다(2024년 12월 구독자 수는 2023년 12월 구독자 수 대비 8%p 증가). 이 중 90%가 디지털 구독자이다. 드레뤼스는 “현재의 성장 속도라면 2년 안에 르몽드의 디지털 수익으로 뉴스룸 운영비용을 충당할 수 있을 것”이라고 밝혔다. 실제 올해 디지털 구독자 수익은 약 8,000만 유로(한화 약1,285억 원)로 예상되는 반면, 뉴스룸 운영비는 약

7,000만 유로(한화 1,124억 원)로 전망된다.

르몽드는 프랑스어 저널리즘에 대한 투자와 함께, 국제 독자층을 유치하기 위한 영어 사업에도 힘을 쏟고 있다. 지난 2023년에는 ‘영어판 르몽드(Le Monde in English)’라는 영어 디지털판을 출시했다. 이에 드레뤼스는 “국제 독자층은 우리가 중점적으로 투자할 분야가 될 것이며, 우리는 ‘영어판 르몽드’에서 전체 구독자의 15%를 확보하는 것을 목표로 삼고 있다”고 말했다. 르몽드는 번역 AI 도구를 사용하며 직원이 발행 전 검수한다.

BBC·디 애틀랜틱, 뉴스레터로 독자 관계 강화·브랜드 가치 제고

국제뉴스미디어연합(INMA)은 지난 7월 21일 뉴스레터를 통해 독자와의 관계를 강화하며 브랜드 가치를 높이고 있는 BBC와 디 애틀랜틱의 사례를 소개했다.

BBC의 뉴스레터 ‘역사 속으로(In History)’

BBC는 지난 2024년 3월 ‘역사 속으로’라는 주간 뉴스레터를 출시했다. 이 뉴스레터는 매주 목요일 BBC의 풍부한 오디오 및 비디오 아카이브를 활용해, 오늘날에도 여전히 공감을 불러일으키는 주요 역사적 사건들을 재조명한다.

BBC 뉴스레터 담당자 대니 보일(Danny Boyle)은 “독자들의 요구에 충족하기 위해, 존 F. 케네디 암살 사건이나 윈스턴 처칠 장례식 등

“뉴스레터 통해 ‘작은 위안’ 얻어”…신규 독자 → 장기 구독 전환에 기여

해당 주간에 발생한 역사적인 순간과 관련된 기사, 팟캐스트, 영상 등을 선별해 제공한다”고 밝혔다.

이 뉴스레터는 독자들로부터 긍정적 피드백을 받고 있다. 보일은 “독자들은 특히 20세기 이야기에 끌린다”며 “뉴스레터를 ‘작은 위안’으로 여긴다는 독자 표현이 인상 깊었다”고 전했다. 또한 “뉴스레터가 ‘내가 기억하는 순간에 대한 새로운 관점’을 주었다는 의견도 있었다”고 밝혔다.

‘역사 속으로’ 뉴스레터 구독자 수는 월평균 5%p씩 꾸준히 증가 중이며, BBC 전체 뉴스레터 중 가장 참여도가 높은 구독자층을 보유하고 있다. 특히 다른 뉴스레터 및 웹사이트



BBC의 ‘역사 속으로’ 뉴스레터 중 한 기사(영 윈스턴 처칠의 장례식)

트 메인 페이지, BBC의 역사기사 등과 연계해 배치함으로써 신규 독자를 유입하는 효과도 얻었다.

BBC는 뉴스레터 독자와 꾸준히 상호작용하며, 독자들은 뉴스레터

에서 다룬 사건에 대한 개인적인 경험이나 추억을 이메일로 언론사와 공유하고 있다. BBC는 독자의 의견을 체계적으로 수용하기 위해 2025년 초 자동응답 시스템을 도입, 독자들의 이름·나이·거주지 등 기본 정보를 자동으로 수집 중이다. BBC는 인사이트·시청자피드백 등을 정기적으로 공유해 역사 관련 보도를 강화하고, 새로운 뉴스레터 발전 전략을 계속 모색하고 있다.

디 애틀랜틱의 ‘오늘 읽을 한 가지 이야기

(One Story to Read Today)’

미국 시사매거진인 디 애틀랜틱이 2021년 11월 출시한 뉴스레터 ‘오

늘 읽을 한 가지 이야기’는 가장 성공적인 사례로 꼽힌다. 해당 뉴스레터는 에디터가 엄선한 당일의 대표 콘텐츠 1건을 독자에게 전달하는 방식으로, 간결성과 전달력에서 강점을 가진다.

‘오늘 읽을 한 가지 이야기’는 출시 이후 꾸준히 높은 구독자 수와 오픈율을 유지하고 있다. 특히 신규 이용자가 디 애틀랜틱의 저널리즘을 처음 접하는 접점 역할을 하며, 장기 구독으로 전환하는 데에도 기여한다. 디 애틀랜틱의 독자, 뉴스레터, 프로그램 담당 편집장인 부미카 타루르(Bhumika Tharoor)는 “이 뉴스레터가 신규 독자 유치에 가장 효과적이며, 포트폴리오 내 최고 구독 전환율을 기록 중”이라고 강조했다.

생성형 AI, 저널리즘 콘텐츠에 크게 의존

전체 AI 답변 중 27% 이상이 뉴스 콘텐츠 인용

생성형 AI가 미디어와 저널리즘 콘텐츠에 크게 의존한다는 조사 결과가 발표했다.

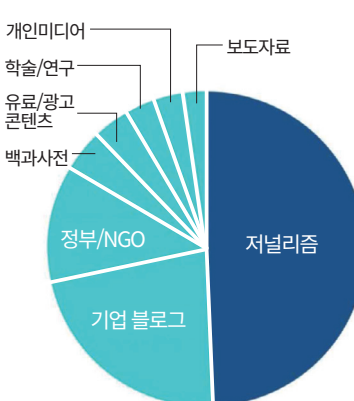
이는 미국 PR 소프트웨어 회사인 머크랙이 지난 7월 한 달 동안 생성형 AI 모델들이 답변한 100만 개 이상의 인용문을 분석한 결과다. 머크랙은 최근 ‘AI가 읽는 것은 무엇인가(What is AI Reading?)’ 보고서를 통해 이 같은 결과를 공개했다.

보고서에 따르면, 머크랙이 GPT의 4o 및 4o Mini 모델, 제미니의 플래시(Flash) 및 프로(Pro) 모델,

클로드의 소넷(Sonnet) 및 하이쿠(Haiku) 모델 등 생성형 AI를 분석한 결과, 전체 AI 답변 중 27% 이상이 저널리즘 콘텐츠를 인용했다. 특히 최신 정보를 요구하는 질문에서는 저널리즘 콘텐츠 인용 비중이 49%로 상승했다.

질문 유형에 따라서도 인용 출처가 달라지는 경향을 보였다. 예를 들어, 주관적 조언이나 의견 질문에는 기업 블로그나 NGO(비정부단체) 콘텐츠가 자주 인용됐으며, 사실 확

AI의 ‘최신성’ 질문에 관해 인용되는 콘텐츠들



인이나 최근 사건 질문의 경우, 뉴스 콘텐츠의 비중이 높아졌다.

AI 모델 간에도 흥미로운 차이점이 발견됐다. 클로드는 저널리즘 콘텐츠를 가장 적게 인용하는 경향을 보였다.

보고서는 각 AI 모델이 가장 많이 인용한 6개 언론 매체도 조사했다. 그 결과 챗GPT와 제미니는 로이터, 파이낸셜타임스, 타임, 포브스, 약시오스 등을 주로 인용했다. 반면, 클로드는 생성형 AI 중

상대적으로 연성 뉴스를 자주 사용했으며, 굿 하우스키핑(Good Housekeeping, 미국 여성 월간지), 테크레이더(TechRadar, 영국 IT전문 매체), 하버드 비즈니스 리뷰(Harvard Business Review)와 같은 매체들을 주로 인용했다.

저널리즘 콘텐츠 인용과 관련해 AI 모델들은 최근 12개월 내 보도된 기사를 선호하는 경향을 보였다. 챗GPT는 저널리즘 인용의 56%가 최근 1년 이내 게재된 기사인 반면, 클로드의 경우 그 비율이 36%였다.

“깨어있는 언론으로서 자유민주주의 발전에 기여”

서울경제 창간 65주년 기념식

서울경제(발행인 손동영)는 지난 7월 31일 서울 중구 신라호텔에서 창간 65주년 기념식을 개최했다. 장재민 회장은 기념사를 통해 “서울경제 임직원들은 정치, 경제, 기술 패러다임의 변화



속에 적절한 해법을 제시하기 위해 분투하면서 건강한 여론 형

에 최선을 다하겠다”고 밝혔다. 이어 “진실된 언론의 역할을 항상 고민하고 성찰해 바른 저널리즘이 뿌리내리도록 하겠다”며 “24시간 늘 깨어있는 미디어로서 자유민주주의와 법치주의, 시장 경제를 지키고 발전시키는 동반자가 될 것”을 약속했다.

“대변혁 시대에 신속·정확하게 대응해야”

대구일보 창간 80주년 기념식

대구일보(발행인 이후혁)는 지난 7월 24일 대구 호텔라온제나에서 창간 80주년 기념식을 개최했다. 이후혁 발행인은 기념사를 통해 “오늘날 우리는 변화의 파



도를 타고 대혁명 시대에 신속·

정확하게 대응해야 한다”고 말했다. 이어 “언론사도 ‘기업’이라는 현실을 자각하고, 수익 기반의 구조를 재정립해야 한다”며 “기 자라는 전통적 역할을 넘어, 콘텐츠 기획자이자 기술 이해자로 변화해야 한다”고 덧붙였다.

“시대를 통찰하며 국민에게 믿음 주는 언론”

서울신문 창간 121주년 기념식

서울신문(발행인 김성수)은 지난 7월 17일 호반파크2관에서 창간 121주년 기념식을 개최했다.

김성수 발행인은 기념사를 통해 “지금까지 그랬던 것처럼 진보와 보수, 어느 한쪽에도 치우치지 않는 공정하고 중도적인 시각을 견

지하겠다”고 말했다. 이어, “시대를 통찰하며 국민에게 믿음을 주는 언론으로, 나아가 대한민국 언론을 선도하는 최고의 신문사로 우뚝 서겠다”고 강조했다.

“회사 발전위해 합리적 운영·과감한 투자 약속”

경기일보 창간 37주년 기념식

경기일보(발행인 신항철)는 지난 8일 본사 4층 대회의실에서 창간 37주년 기념식을 개최했

다. 신항철 발행인은 “우리는 경기·인천 언론의 거대한 산이다”라고 말했다. 이어 “경영진은 회사의 발전을 위해 필요한

부분이라면 과감하게 투자할 것”이라며 “기자들은 AI 시대에 맞는 언론인의 능력이 무엇인지 스스로 연구해 자신의 역량을 키워야 한다”고 밝혔다.

“차별화된 디지털 역량으로 경쟁력 강화”

울산매일신문 창간 34주년 기념식

울산매일신문(발행인 이연희)은 지난 7월 17일 본사 대회의실에서 창간 34주년 기념식을 개최했

다. 이연희 발행인은 “울산 UTV는 ‘비판과 감시’라는 저널리즘의 본질에 충실하며 늘 새로운 시도와 콘텐츠 개발에 힘써왔다”며

“앞으로는 차별화된 디지털 역량을 바탕으로 경쟁력을 더욱 강화하고, 독자들과 함께하는 저널리즘 가치를 실현해 나가겠다”고 말했다.

제12대 재해구호협회장에 임채청 신문협회장 선임

임채청 한국신문협회 회장(사진)이 8월 13일 희망브리지 재



해구호협회 제12대 회장으로 취임했다. 임 회장은 지난 7월 15일 열린 제67차 재해구호협회 정기 총회에서 만장일치로 신임회장에 추대됐다. 임기는 3년. 재해구호협회는 한국신문협회와 한국신문방송편집인협회 등 언론기관이 주축이 돼 1961년 설

립한 민간구호단체로 재난 긴급 구호, 성금 모금 및 배분, 지역공동체 회복, 취약계층 지원 등 다양한 활동을 수행한다. 언론사 대표들과 시민사회단체 대표 등이 이사 및 회원으로 참여하고 있다.

신문, 방송 등 언론계는 재난 발생 시 사고 등을 통해 성금모금을 독려하는 등 모금 활동을 지원해오고 있다.

학력 △서울대법학과 졸업
약력 △동아일보 편집국장 △채널A 대표이사 전무 △동아일보 대표이사 사장 겸 발행·편집·인쇄인

회원사 동정

경북매일, 제9회 스틸에세이 공모전

경북매일신문(발행인 최윤채)은 오는 29일까지 제9회 스틸에세이를 공모한다. 스틸에세이 공모전은 일상 생활 속 철(鐵) 이야기를 담아내는 수필 공모전으로, 올해로 9회째다. 올해 주제는 ‘철의 숨은 이야기: 일상에서 만나는 철의 다양한 모습’이며 국내외 거주자면 누구나 응모 가능하다. 응모 부문은 △에세이-일반부(미등단 작가) △포토에세이부(전 국민 누구나) △에세이-청소년(중·고)부 등 3개 부문이다. 문의는 경북매일신문 포항철강산업대전 운영위원회(054-244-0079).

정대상은 경기지역의 풀뿌리 정치인들을 찾아 1천300만 수도권 주민의 이름으로 표창하는 행사다. 시상 부문 및 수상자는 △광역정치부문(경기도 광역의회 의원 6명) △기초정치부문(경기도 기초의회 의원 6명)이다. 제출서류는 공적서, 추천서, 추천인 20명 이상의 명단. 문의는 중부일보 사업부(031-230-2244).

중부일보, 제7회 ‘다산의정대상’ 후보 추천 접수

중부일보(발행인 최윤정)는 오는 25일까지 제7회 ‘다산의정대상’ 수상 후보자를 추천받는다. 다산의

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



신문이 내 손에
세상이 내 눈에

신문을 잡으면 진실을 만질 수 있습니다.
신문을 읽으면 미래를 오늘 볼 수 있습니다.
이것이 신문의 경쟁력이자 매력입니다.