



세계 언론 “美, 외국 언론인 비자 유효기간 제한 철회” 촉구

세계신문협회, 전 세계 119개 언론사·단체와 공동 성명 발표

미국 정부가 외국 언론인의 비자(I 비자) 유효기간을 240일로 제한하는 방안을 추진하는 데 대해, 세계 언론계가 지난 11일(현지 시간) 반대 성명을 발표하며 철회를 촉구하고 나섰다.

미 국토안보부(DHS)는 지난달 27일 유학생과 교환 방문자, 외국 언론인들에게 발급하는 비자에 유효기간을 도입하는 규정을 발표했다. 현재 외국 언론인 비자는 5년간 유효하지만 특정 조건을 준수하는 한 미국 근무 기간이 끝날 때까지 무기한 연장할 수 있다. 해당 규정이 통과되면 앞으로 외국 언론인의 미국 체류 기간은 최대 240일

로 제한된다.

이에 대해 세계신문협회(WAN-IFRA)는 지난 11일 언론계 공동 성명을 발표하고 “이 같은 조치는 외국 언론인들이 주택을 확보하거나, 은행 계좌를 개설하거나, 특파원으로 활동하는 것을 거의 불가능하게 만들 것”이라고 비판했다. 이번 공동 성명에는 한국신문협회를 포함해 전 세계 신문, 방송, 디지털미디어 및 언론단체 등 119개가 동참했다.

언론계는 성명에서 “현행 ‘I 비자’ 체계는 수십 년 동안 외국인 기자들이 미국에서 속보와 긴급 뉴스를 정확하게 보도할 수 있도

록 보장해 왔다”며 “비자를 240일로 제한하려는 것은 이러한 검증된 시스템을 붕괴시키고, 특파원과 그 가족들에게 불안정성을 야기하며, 미국에서 보도되는 보도의 양과 질을 저하시킬 것”이라고 지적했다.

이어 “기자들은 현장에서 몇 달이 아닌 몇 년을 보내면서 미국을 전 세계 독자들에게 설명하는 데 필요한 심층적인 지식, 신뢰할 수 있는 네트워크, 그리고 맥락에 대한 깊이 있는 이해를 얻는다”고 밝힌 뒤, “이는 미국의 정책, 문화, 리더십을 해외 독자들에게 명확하고 정확하게 전달하도록 보장한다”고

강조했다.

언론계는 “외국 언론인의 접근을 제한하는 것은 개방성, 표현의 자유, 그리고 강력하고 독립적인 언론을 지지해 온 미국의 유산을 훼손할 위험이 있다”면서 “이는 미국의 국제적 위상을 강화하기는커녕 오히려 약화시킬 것”이라고 비판했다.

아울러 “현행 비자 체계는 미국이 전 세계적으로 힘, 신뢰, 그리고 리더십을 발휘하는 데 도움이 된다”며 기존 미국 정부가 ‘I 비자’ 체계를 유지할 것을 촉구했다.

한편, 세계 언론사들은 미국 정부가 이달 29일까지 진행하는 ‘비

자 유효기간 제한 규정’에 대한 공개의견 수렴에도 참여, 반대 의견을 개진할 방침이다.

① **I 비자** 미국에서 공식적인 취재 및 보도를 수행하려는 외국 언론인에게 발급하는 비자.

② 규정에 따르면 I 비자 유효기간은 최대 240일까지 연장 신청이 가능함(국토안보부는 연장 신청 횟수에 대해서는 밝히지 않음).

③ **세계신문협회(WAN-IFRA)** 세계 언론 자유 창달을 목적으로 1948년 설립된 세계 최대 규모의 언론단체. 현재 전 세계 60여 개국 1만 5000여개 언론사가 가입돼 있음.

언론에 대한 징벌적 배상제, 권력 감시 약화 우려

기고

김보라미

법률사무소 디케 변호사



지난 2022년 윤 전 대통령의 “미국 회에서 이 ○○들이 승인 안해주…… 쪽팔려서 어떡하나” 발언은 전국을 뒤흔들었다. 곧 대통령실의 해당 방송사에 대한 보도 경위 설명 요구, 여당의 진상규명 TF 구성과 항의 방문으로 사태는 심각해졌으며, 취재 기자에 대한 온라인 살해 협박과 집단적 사이버 불링, 이후 대통령 전용기 탑승 불허 조치로까지 이어졌다. 외교부가 해당 방송사를 상대로 정정보도 청구 소송을 제기하면서 긴장이 극에 달했다. 만약 이 때 입증 책임이 전환된 징벌적 배상제가 시행되었다면 어땠을까. 이재명 대통령은 취임 100일 기자회견에서 국회에서 추진 중인 언론중재법 개정안과 관련하여 “중과실을 징벌 배상할 일은 아니다. 법률적 양심으로 보건대”라며 언론중재법은 건들지 말라는 명확한 입장을 밝혔다.

민주주의 위해 표현의 자유 보장 필수
언론 관련 징벌적 배상제 논의를 이

해하기 위해서는 1964년의 기념비적인 뉴욕타임스 대 설리번 판결을 다시 읽어볼 필요가 있다. 마틴 루터 킹을 지지하는 기부광고 속 일부 표현이 허위라는 이유로 앨라배마 주 공무원인 설리번은 뉴욕타임스를 상대로 징벌적 배상을 청구했다. 앨라배마주의 백인으로만 구성된 배심원단은 오십만달러라는 징벌적 배상을 인정했지만, 미 연방대법원은 정반대로 뉴욕타임스의 손을 들어주었다. 판결문을 작성한 브레넌 대법관은 “공적 문제를 둘러싼 토론은 억제되지 않고, 자유롭고, 때로는 신랄하고 불쾌한 공격까지 허용되어야 한다”고 강조했다. 이는 민주주의가 살아 움직이기 위해서는 표현의 자유에 ‘숨 쉴 공간’을 보장해야 한다는 것이다.

설리번 판결의 핵심은 ‘위축 효과(chilling effect)’에 대한 부분이다. 법적 책임을 피하기 위해 언제나 완벽한 진실성만을 보장하도록 강제된다면, 언론은 자연스럽게 자기검열에 빠질 수밖에 없다. 이렇게 되면 허위보도뿐 아니라 진실한 비판 보도까지 위축될 위험이 커질 수밖에 없다. 판결의 사상적 기반을 제공한 철학자 알렉산더 밀클론은 “언론 자

유가 개별 권리에 그치지 않고, 민주적 자치 공동체의 존립을 위한 전체 조건임”을 지적했다. 표현의 자유는 개인적 차원의 권리가 아니라 사회적 가치로서 인정되어야 하는 것이다. 저속하거나 어리석거나 하찮을 지라도 민주적 사회구조를 유지하는데 필수적인 공적 신뢰와 자율적 인간관계의 토대로서 역할을 고려해 보호받아야 한다.

모든 나라가 설리번 판결의 기준을 따른 것은 아니었다. 같은 영미 법계국가임에도 영국은 오랜 세월 명예의 보호를 더 중하게 여기며 언론이 항상 보도의 진실을 입증해야 해 전 세계 명예훼손 소송의 중심지로 악명이 높았다. 소송비용과 패소 위험 때문에 언론은 영국 언론계의 거물 로버트 맥스웰과 같은 부유하고 권력있는 자들의 문제를 보도하지 않았다. 그런 영국도 이 문제를 개선하기 위해 사실상 사문화되었던 명예훼손죄를 폐지하고 면책을 강화해 2013년 명예훼손법을 개정하여 언론의 자유를 더 보호하는 방향으로 나아갔다.

유럽연합은 2020년 유럽민주주의 행동계획을 발표하면서 허위정보에 대한 대응을 위해서 언론의 자

유와 다원성 강화가 함께 이루어져야 함을 지적한 바 있다. 이에 따라 2021년 언론인 안전에 관한 권고안, 2021년 전략적 봉쇄소송으로부터 언론과 시민사회를 보호하는 이니셔티브 등을 발표하고 2024년 미디어자유법도 제정한 바 있다. 미국의 경우도 설리번 판결의 정신을 이어받아 미국 각 주에 전략적 봉쇄소송 방지법이 제도화되었다. 공익적 표현에 대한 부당한 법적 공격을 사전에 차단하고, 절차적 방어 장치를 제공한다. 이는 표현의 자유를 보호하는 동시에 권력과 자본의 남용을 억제하는 장치이다.

표현의 자유 억압할수록 사회 신뢰 더욱 저하

우리나라는 사정이 어떠한가. 선진국에서는 보기 힘든 명예훼손죄라는 형사처벌 조항을 통해 고소 및 고발이 남용되고 있다. 명예훼손에서 허위성의 입증책임은 시시때때로 언론인들이 부담하기도 하고, 부자와 권력자의 전략적 봉쇄소송을 차단할 제도적 장치도 없다. 또한 간단하게 해당 정보에 대한 접근을 임시적으로 차단하는 ‘임시조치제도’를 남용하기도 한다. ‘바

이든/날리면’ 사건 1심에서도 보도의 진실성 입증 책임은 사실상 방송사에 전가되었고, 정부기관인 외교부의 소재지를 막을 방법조차 없었다. 만약 2022년에 입증책임을 전환한 징벌적 배상제가 시행 중이었다면, MBC나 다수의 언론매체들은 위축효과로 위 발언을 보도조차 하지 않았을 가능성이 높다.

허위정보는 이를 믿은 시민들이 개별적 또는 집단적으로 허위이거나 오해의 소지가 있는 콘텐츠를 자발적으로 공유하면서 확산된다. 표현의 자유를 가두고 억압할수록 음모론이나 사회의 신뢰는 더욱 저하될 수밖에 없다.

징벌적 배상제는 본질적으로 피해자의 손해 회복보다는 특정 언론사를 본보기로 삼아 다른 언론이 유사 보도를 꺼리도록 위축시키는 성격이 강하다. 권력 감시와 비판이 약화될수록, 국민의 알 권리가 직접적으로 침해되고 사회의 신뢰는 저하된다. 근본적으로 징벌적 배상제의 설계에 대해 무엇을 위해 도입하는지 다시 되돌아봐야 한다. 이미 우리는 바이든/날리면 사건을 통해 권력자들에 의해 표현의 자유가 얼마나 침해될 수 있는지 경험하지 않았는가.

뉴스 생태계 변화와 지역신문의 대응 전략 모색

신문협회, 지역신문 경영혁신 전략 세미나 개최

신문협회는 지난 11~12일 세종 베스트웨스턴플러스 호텔에서 ‘지역신문 경영혁신 전략 세미나’를 개최했다. 이날 세미나에는 신문협회 소속 22개 지역신문사 발행인이 참석해 지역신문의 현안을 공유하고 대응책을 논의했다.



세미나 발제는 ‘뉴스 생태계 변화와 지역신문의 대응 전략’을 주제로 김동규 건국대 언론홍보대학원 원장(사진)이 맡았다. 김원장은 “지역신문발전기금 사업 규모가 지속적으로 축소되고 있



지난 11일 열린 ‘지역신문 경영혁신 전략 세미나’에서 지역신문사 발행인이 ‘뉴스 생태계 변화와 지역신문의 대응 전략’에 대한 발제를 듣고 있다.

다”며 “더욱 어려워지는 환경에서 지역 언론이 생존하기 위해서는 뉴스 콘텐츠 경쟁력과 브랜드

의 생존을 위해서는 디지털 경쟁력 확보가 가장 중요하다”며 “독자와의 접점을 확대하고 언론사 브랜드 가치를 높이기 위해서는 ‘자체기

정부, 내년도 언론진흥기금 사업비 18.8% 삭감 추진

기재부, 올해보다 약 40억 원 감액한 예산안 국회 제출
지발기금은 35억 원 증액

정부가 2026년 언론진흥기금(이하 언론기금) 사업비 예산을 올해 209억 원보다 약 40억 원 삭감한 169억 원을 책정해 국회에 제출했다. 지역신문발전기금(이하 지발기금) 사업비는 올해 82억보다 약 35억 원(42.4%) 증액한 117억 원을 책정했다.

당초 주무부처인 문화체육관광부(이하 문체부)는 올해와 동일한 209억 원의 예산으로 마련했으나, 기획재정부(이하 기재부)가 예산심의과정에서 대폭 삭감한 것으로 알려졌다.

신문업계가 해마다 언론기금에 대한 국고 출연, 신규 재원 발굴 등을 통해 언론기금 규모를 확충할 것을 요구했으나, 언론기금은 갈수록 줄어들고 있는 상황. 이에 대해 신문업계 내에서는 “언론진흥기금은 문

기금명	예산규모 (2024년 기준)
언론진흥기금	479억 5,800만 원
문화예술진흥기금	2조 2,704억 원
방송통신발전기금	9,054억 원
정보통신진흥기금	9,825억 원

화예술진흥기금, 방송통신발전기금, 정보통신진흥기금 등 타 산업진흥기금에 비해 초라한 수준”이라며 “신문이 민주주의 발전을 위한 공적 역할을 충실히 수행할 수 있도록 삭감된 예산을 국회에서 반드시 복구해야 한다”는 의견이 나오고 있다.

언론기금

기재부가 최근 국회에 제출한 언론기금 정부안(표1)에 따르면, 사업비는 올해 209억 2,200만 원에서 39억 3,000만 원(18.8%) 감소한 169억 9,400만 원으로 책정됐다.

사업별로는 ‘뉴스미디어 저널리

즘 신뢰성 제고’ 예산이 지난해 72억 1,200만 원에서 57억 6,300만 원으로 20.1% 줄었다. 이에 따라 미디어리터러시 등 미디어교육지원 사업이 크게 축소됐다. ‘뉴스미디어 디지털혁신지원’ 예산도 올해 95억 5,100만 원에서 내년도 74억 500만 원으로 22.5% 삭감됐다.

지발기금

내년도 지발기금 사업비(표2)는 117억 5,100만 원으로 책정됐다. 이는 올해 82억 5,100만 원보다 35억 원(42.4%) 증가한 수치다. 특히 △지역신문제안사업(디지털 역량강화 지원, 3억→20억) △기획취재지원(5억→10억) △디지털취재장비임대지원(16억 5,000만 원→30억 5,000만 원) 등 ‘지역신문역량지원’ 사업의 예산이 크게 늘었다.

NIE 한국위원회, ‘NIE 활성화 방안’ 모색



한국신문협회 산하 NIE 한국위원회(권영부 위원장)는 지난 5일 회의를 열고 내년도 NIE 사업 추진계획과 ‘2026년 NIE 패스포트’ 주제를 논의했다. 위원들은 이날 뉴스리터러시 강화가 필요하다는 데 의견을 모으고, 리터러시 교육을 중심으로 하는 NIE 사업 방안에 대해 의견을 나눴다.

<표1> 언론진흥기금 사업비 예산 (단위:백만 원)

언론진흥기금	25년 예산(A)	26년 문체부안(B)	26년 정부안(C)	증감 (C-B, %)	증감 (C-A, %)
언론발전지원	20,922	20,922	16,994	-18.8	-18.8
뉴스정보유통활성화	4,159	3,863	3,826	-1.0	-8.0
정보접근권확산지원	4,159	3,863	3,826	-1.0	-8.0
공배센터운영지원	178	174	174	0	-2.2
신문공동수송노선운영	1,533	1,271	1,271	0	-17.1
신문우송비지원	400	400	400	0	0
소외계층구독료지원	1,748	1,748	1,711	-2.1	-2.1
국제언론교류지원	300	270	270	0	-10.0
뉴스미디어저널리즘신뢰성제고	7,212	8,441	5,763	-31.7	-20.1
미디어교육지원	3,502	5,111	2,863	-37.9	-18.2
맞춤형미디어리터러시	2,650	2,863	2,863	0	8.0
체험형미디어리터러시	-	588	-	-100	0
미디어교육인프라구축	700	1,190	-	-100	-100
(신규)언론인활동원기문화진흥	-	500	-	-100	0
저널리즘특성화대학지원	810	720	-	-100	-100
신문윤리심의지원	2,900	2,610	2,900	11.1	0
신문기자자율심의	1,300	1,010	1,300	28.7	0
인쇄매체광고자율심의	800	800	800	0	0
인터넷신문자율심의	800	800	800	0	0
뉴스미디어디지털혁신지원	9,551	8,596	7,405	-13.9	-22.5
뉴스콘텐츠생산지원	4,234	3,673	3,673	0	-13.2
뉴스콘텐츠공용인프라구축	2,834	2,657	2,657	0	-6.2
뉴스콘텐츠제작지원	1,400	1,016	1,016	0	-27.4
뉴스콘텐츠인프라구축	5,317	4,923	3,732	-24.2	-29.8
뉴스빅데이터분석시스템구축	3,217	3,127	3,127	0	-2.8
뉴스콘텐츠디지털화지원	1,200	1,075	-	-100	-100
AI메타데이터생성	900	721	605	-16.1	-32.8
지역신문발전기금 전출	8,500	8,500	11,207	31.8	31.8
기금운영비	164	200	152	-24.0	-7.3
여유자금 운용	21,171	14,218	26,153	83.9	23.5
총합계	50,757	43,818	54,506		

<표2> 지역신문발전기금 사업비 예산 (단위:백만 원)

지역신문발전기금	25년 예산(A)	26년 문체부안(B)	26년 정부안(C)	증감 (C-B, %)	증감 (C-A, %)
지역신문발전지원	8,251	7,844	11,751	49.8	42.4
지역신문역량지원	4,249	4,149	7,749	86.8	82.4
기획취재지원	500	500	1,000	100	100
지역신문제안사업 (디지털 역량강화 지원)	300	300	2,000	566.7	566.7
지역민참여보도	128	128	128	0	0
지역인재인턴프로그램지원	620	620	610	-1.6	-1.6
지역신문교류지원	150	150	150	0	0
지역신문모니터링	275	275	275	0	0
디지털취재장비임대지원	1,650	1,650	3,050	84.8	84.8
지발위누리집운영	126	126	126	0	0
공동주제심층보도지원	200	200	200	0	0
지역공동체활성화프로젝트 (신규)지역신문전문컨설팅	300	200	210	5.0	-30.0
지역공헌활동지원	4,002	3,695	4,002	8.3	0
소외계층구독료지원	2,547	2,022	2,547	26.0	0
지역신문활용교육지원	1,455	1,673	1,455	-13.0	0
(신규)지역우송비지원	-	-	-	0	0
기금운영비	556	556	554	-0.4	-0.4
여유자금 운용	1,211	1,468	2,660	81.2	119.7
총합계	10,018	9,868	14,965		

세계신문협회, ‘세계 뉴스의 날’ 캠페인 추진

<9월 28일>

“진실을 선택하세요. 사실을 선택하세요. 저널리즘을 선택하세요”

세계신문협회(WAN-IFRA)는 오는 9월 28일 ‘세계 뉴스의 날(World News Day)’을 맞아 전 세계 언론계와 함께 저널리즘 홍보 캠페인을 추진한다고 지난 3일 밝혔다.

‘세계 뉴스의 날’은 사실 기반 저널리즘의 가치와 영향력을 강조하고, 신뢰할 수 있는 뉴스와 정보를 제공함으로써 시민과 민주주의에 헌신하는 언론의 역할을 알리기 위한 날이다. 지난 2018년 WAN-IFRA 산하 캐나다저널리즘재단

(CJF)과 세계편집인포럼(WEF)이 제정했다.

올해로 7회째를 맞은 이번 캠페인의 주제는 “진실을 선택하세요. 사실을 선택하세요. 저널리즘을 선택하세요(Choose Truth, Choose Facts, Choose Journalism)”다.

전 세계 언론사와 미디어 업체는 9월 23~28일 각 사 웹사이트, 지면, 뉴스레터, 소셜미디어 등 다양한 채널을 활용해 홍보영상,



NYT 캠페인 화면

광고, 소셜미디어 메시지, 기고문 등을 일제히 홍보한다.

세계신문협회는 각 언론사가 캠페인 홍보 메시지를 강조하는 데 활용할 수 있도록 관련 자료를 여러 언어(한국어, 영어, 스페인어, 프랑스어, 독일어 등)로 제작해 배포한다.

세계 뉴스의 날에 대한 자세한 정보와 관련 콘텐츠는 공식 웹사이트(worldnewsdays.org)를 통해 확인 할 수 있다.

뉴욕타임스(NYT)도 지난 8월 25일 ‘당신의 세상을 이해

하세요(It's Your World to Understand)’라는 새로운 브랜드 마케팅 캠페인(사진)을 시작했다. 이번 캠페인은 사람들이 매일 NYT를 통해 사소한 순간부터 가장 중요한 주제에 이르기까지 세상과 소통하는 방법을 보여준다. NYT가 일상에서 독자에게 제공하는 필수적인 가치를 강조하고 있다. 캠페인은 스트리밍, 온라인 비디오, 소셜, 디지털 및 오디오 광고 매체 전반에 걸쳐 10월까지 운영된다.

어린이 전용 뉴스 저널리즘 강화하는 언론사들

문해력·비판적 사고 향상에 탁월한 신문 가치에 주목

세계신문협회는 지난 8월 22일 청소년 대상 뉴스 저널리즘을 강화하고 있는 미국과 유럽 언론사 사례를 소개했다. 이들 언론사는 디지털 콘텐츠 이용의 증가로 청소년의 문해력 저하가 문제시되고 있는 가운데, 문해력·비판적 사고 능력 향상을 위한 도구로서 신문의 가치에 주목하고 있다.

어린이 부록 ‘키드 스콕’ 뉴스

캘리포니아에 기반을 둔 ‘키드 스콕 뉴스’는 1984년 창간된 비영리 기관이다. 당시 교사였던 비키 화이트(Vicki Whiting)은 어린이들의 흥미를 끄는 교육 자료를 제작할 필요성을 느꼈고, 어린이 콘텐츠인 ‘키드 스콕’ 페이지를 개발했다. 이후 해당 콘텐츠는 300개 이상의 신문에 특별 부록으로 실리며 약 750만 부가 배포됐다. 이를 계기로 비영리 기관 ‘키드 스콕 뉴스’를 설립해 더욱 체계적인 문해력 향상 활동을 시작했다.

현재 키드 스콕은 매달 28쪽짜리 페이지로 제작되며, 어린이를 대상으로 하는 다양한 뉴스 및 수많은 특집 기사가 실린다. 기사뿐만 아니라 퍼즐, 단어 찾기, 미로 찾기, 그리기 활동 등을 포함한 인터랙티브 활동 중심의 읽기 교육 자료도 제공한다. 특히 스페인어로도 발행해, 이민 가정에서 부모가 자녀들의 영어 학습에 활용하도록 도움을 준다.



키드 스콕 뉴스

현재 키드 스콕은 네브래스카, 루이지애나, 캘리포니아 북부, 노스다코타 등의 지역신문과 제휴해 배포한다. 네브래스카 언론협회는 “네브래스카 전역의 3~5학년(9~11세) 12,000명의 학생에게 키드 스콕 뉴스 신문을 제공하고 있다”고 밝혔다. 키드 스콕 뉴스는 비영리 모델에 의존하며, 기부를 통해 학생들에게 무료로 신문을 제공한다.

아프텐포스텐 주니어

노르웨이 정부는 어린이들의 인쇄매체 이용을 장려하기 위해 지원을 확대하고 있다. 특히 어린이들이 다시 인쇄물을 읽도록 하기 위해 2024년부터 매년 10억 크로네(8,400만 유로, 한화 약 1,359억 9,348만 원)를 지원한다. 매주 발행하는 아프텐포스텐 주니어(Aftenposten Junior)는 정부의 지원 확대로 학교에서 어린이 신문 이용이 증가했다고 말했다. 실제로, 주간 아프텐포스텐 주니어는 정부 지원금으로 매주 15만 명의 어린이들에게 배포되고 있다. 아프텐포스텐 주니어는 앞으로도 어린이용 월



주간 아프텐포스텐 주니어

스케 바하트(Sara Fenske Bahat)은 청원을 통해 일회성 어린이 섹션을 영구적인 고정 코너로 만들도록 촉구했다.

NYT는 곧 정규 인쇄판으로 전환해 매달 마지막 일요일에 대판 신문의 주요 지면에 게재했다. 여기에는 10~15개의 기사가 포함된다.

하지만, NYT 종이신문 발행부수가 지속적으로 감소함에 따라, 인쇄 부문에 대한 우선순위가 약해졌으며 결국 키즈 섹션을 축소하기로 했다.

뉴욕타임스 매거진의 편집장인 제이크 실버스타인(Jake Silverstein)은 처음부터 뉴욕타임스 키즈 섹션을 진행해 왔다. 실버스타인은 “우리는 이제 자원 투입에 있어서 새로운 우선순위를 가지고 있으며, 키즈를 중단하기로 결정했다”고 밝혔다.

국내 어린이신문 운영

국내에서도 일부 언론사들이 어린이 독자를 대상으로 한 어린이 전문 매체를 운영 중이다. 어린이신문은 시사·경제 등 이슈를 아이들이 이해하기 쉽게 다루면서, 만화·퀴즈·퍼즐, NIE·논술 등 특화 콘텐츠를 제공한다. 아이들이 직접 작성한 취재기사, 칼럼 등을 게재하기도 하고, 어린이기자단을 운영하는 신문도 있다. 일부 매체는 온라인으로만 서비스하고 있다.

한국신문협회 회원사 어린이 매체 운영 현황

매체명	신문사	특징
어린이 동아	동아일보	-일간 신문 -국내 최장수 어린이 일간신문 -기자단 운영
어린이 조선일보	조선일보	-일간 신문 -교육·문화 행사 중심 운영 -기자단 운영
소년중앙	중앙일보	-주간 신문 -시사·사회 이슈 중심 운영
소년한국일보	한국일보	-일간 신문 -글쓰기·논술·NIE 중심 운영 -기자단 운영
주니어 생글생글	한국경제	-주간 신문 -경제·논술 교육 중심 운영 -기자단 운영
주니어전자	전자신문	-온라인 전용 -청소년 IT 전문 매체 -ICT·AI 특화 콘텐츠 운영
어린이 강원일보	강원일보	-온라인 전용 -지역 유יל 어린이 신문 -시사·사회 이슈 중심 운영

간잡지를 더 많이 발행할 예정이다.

더 위크 주니어

영국 ‘퓨처(Future plc)’가 발행

하는 ‘더 위크 주니어(The Week Junior)’는 8~14세 어린이를 대상으로 하는 시사 주간 잡지다. 영국에서 2015년 출간된 후, 2020년 3월에 미국 판 발행을 시작했다. 이 잡지는 2024년 하반기에 구독자 10만 명을 돌파하고 발행부수가 전년 대비 23% 증가하는 등 미국에서 가장 빠르게 성장하는 잡지로 자리매김했다. 이 매체는 뉴스, 과학, 동물, 자연, 스포츠, 엔터테인먼트, 퍼즐 등 독자들이 직접 기고한 이야기와 아이들이 관심 있는 주제들을 다룬다. 2022년 PPA(Professional Publishers Association)에서 ‘올해의 어린이 매거진’ 상을 수상하며 콘텐츠 품질과 영향력을 인정받았다.

‘뉴욕타임스 키즈’는 폐간

반면, 가장 대표적인 어린이 대상 종이신문 중 하나인 뉴욕타임스 키즈(NYT for Kids)는 지난 8월 31일자로 폐간했다. ‘뉴욕타임스 키즈’는 지난 2017년 5월 일회성 종이신문의 어린이 전용 섹션으로 시작했다. 이후 시민 지도자 사라 펜

“경쟁력 있는 뉴스콘텐츠 개발에 주력”

경북일보 창간 35주년 기념식
경북일보(발행인 한국선)는 지난 8월 28일 본사에서 창간 35주년 기념식을 개최했다. 한국선 발행인은 “경북일보는 대구·경북 발행부수 3위, 매출 3위를 달성했



다”고 말했다. 이어 “지역 언론의 위기를 이겨내기 위해 디지털 시대에 맞는 경쟁력 있는 뉴스 콘텐츠 개발에 적극

적으로 나서주길 바란다”고 강조했다.

“과감한 콘텐츠 혁신으로 새로운 도약 이를 것”

부산일보 창간 79주년 기념식
부산일보(발행인 손영신)는 지난 10일 부산일보 본사에서 창간 79주년 기념식을 개최했다. 손영신 발행인은 기념사에서 “지역 대표 언론 부산일보가 안정적인 재정적 바탕 위에 도약을 이뤄내기 위해서는 끊임

없이 혁신해 나가야 한다”고 말했다. 이어 “창간 80주년을 맞이하는 내년에는 가칭 ‘부산일보 TV’ 개국을 통해 유튜브와 영상 콘텐츠를 강화함으로써 신문과 방송 양 날개로 콘텐츠를 제작하는 원년으로 삼을 것”이라고 덧붙였다.

“창간 맞아 기업회생 성공 다짐”

국제신문 창간 78주년

국제신문(발행인 황문성)은 창간 78주년(9월 1일)을 맞아 현재 진행 중인 기업회생 절차의 성공적 마무리를 다짐했다. 국제신문은 지난 5월 21일 부산회생법원으로부터 기업회생 개시 결정을 받았다. 이

어 지난 8월 27일에 인가 전 M&A 매각주 간사 선정 및 용역계약 체결 허가를 얻었다. 국제신문은 “기업회생을 통해 자금력 있고 건강한 경영철학을 갖춘 인수희망업체를 구해 경영난을 극복하고 정론지로 거듭나겠다”고 밝혔다.

“창간 100주년의 미래를 힘차게 열어 나가자”

중도일보 창간 74주년 기념식

중도일보(발행인 김원식)는 지난 1일 본사에서 창간 74주년 기념식을 개최했다. 유영돈 사장은 기념사에서 “중도일보가 유구한 74주년 역사를 맞이하게 된 것은 임직원들 노고 덕분”이라며 “녹록지 않

은 언론 환경 속에서도 자기 역할에 충실해 주신 여러분들 덕분에 품격 있는 기사로 지면을 빛낼 수 있었다”고 말했다. 이어 “모든 부서가 혼연일체가 돼 함께 창간 100주년의 찬란한 미래를 힘차게 열어 나가자”고 말했다.

강릉 가뭄 피해
성금 모금

신문협회 회원사는 전국재해구호협회와 함께 강릉에서 발생한 가뭄으로 피해를 입은 이웃을 돕기 위해 ‘2025 가뭄 피해지역 돕기 성금 모금’을 지난 2~12일까지 열흘 간 실시했다. 회원사들은 9월 4~6일 기간 중 성금 모금 공동 사고를 게재하고, 재협이 개설한 성금 모금 계좌와 온라인 기부, ARS, 문자 기부 등 방법을 안내했다.

인사

한국지방신문협회 제11대 회장에
이동관 매일신문 발행인



한국지방신문협회(이하 한신협)는 지난 11일 제78차 정기 총회를 열고 제11대 회장에 이동관(사진) 발행인을 신임 회장으로 선임했다. 이 회장은 현 한국신문협회 이사, 前 한국신문방송 편집인협회 부회장·매일신문 편집국장 등을 맡았다.

한국지방신문협회는 매일신문, 강원일보, 경남신문, 경인일보, 광주일보, 대전일보, 부산일보, 전북일보, 제주일보 등 9개사가 회원사로 활동 중이다.

조선일보, 10월 유료 멤버십 서비스 출시

조선일보(발행인 홍준호)는 10월 중 ‘조선 멤버십’ 디지털 콘텐츠 유료 서비스를 출시할 계획이다. 지난 8



조선 데일리의 실시간 번역 서비스 화면

월 28일자 조선노보에 따르면, 일정한 월 구독료를 낸 멤버십 구독자는 조선닷컴에서 프리미엄 콘텐츠를 열람할 수 있다. 멤버십 구독자에게는 조선닷컴 기사에 후원할 수 있는 포인트도 매달 지급한다. 구체적인 콘텐츠 내용에 대한 논의는 진행 중인 것으로 알려졌다. 한편, 조선일보는 지난 3일부터

자체 AI 모델을 활용해 모든 한글 기사를 영어로 번역하는 서비스를 시작했다. AI 기업 업스테이지가 함께 개발한 이번 AI 모델은 매일 500건이 넘는 기사를 실시간으로 번역해 전 세계로 전송한다. 홈페이지 우측 상단의 ‘English’ 버튼을 누르면 영문 사이트(www.chosun.com/english)로 이동할 수 있고 ‘The Chosun Daily’ 앱으로도 서비스를 이용할 수 있다.

중부일보, AI 검색 서비스 구축

중부일보(발행인 최윤정)는 지난 8월 31일 인공지능(AI)을 활용한 검색 서비스를 선보였다. 이번 AI 검색 서비스 개발은 중부일보와 한국언론진

흥재단 빅카인즈가 함께했다. 특히 AI가 거짓이나 과장된 답변을 하지 못하도록 중부일보가 보도한 뉴스만을 기반으로 답변을 생성하는 ‘검색 증강 생성(RAG)’ 기술이 적용된 것이 특징이다.

회원사 동정

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

64th
KOREA PRESS
ETHICS
COMMISSION
since 1961



한국신문윤리위원회 제1000회 기념
혁신 비전 선포식 및 윤리포럼

2025년 9월 18일(목) 오후 2시~오후 4시 30분
한국프레스센터 20층 국제회의장

윤리위원회 1000회 기념
혁신 비전 선포식 (2pm)

- 개회 및 환영사
- 기념 영상
- 축사
- 혁신 비전 선포
- 공로패 및 감사장 수여
- 기념촬영 및 폐회

행사문의: 한국신문윤리위원회 사무국
☎ 02-734-3081~3
✉ kpecinfo@naver.com

제1회 저널리즘 윤리포럼
(3pm ~ 4:30pm)

주제: 언론윤리, 현재가 묻고 미래가 답하다

- 1부 한국신문윤리위원회 혁신 비전과 바람직한 언론윤리 방향
- 2부 공인(公人)보도에 관한 판단기준
- 3부 종합토론

사회: 이은주(서울대 언론정보학과 교수)
발제: 김위근(퍼블리시 최고연구책임자)
김재형(서울대 법학전문대학원 교수·전 대법관)
패널: 이진영(동아일보 논설위원)
조 정(SBS 논설위원실장)
김진수(광주매일신문 서울본부장)
홍성철(경기대 미디어영상학과 교수)
박진수(의정부지방법원 교양지원장)
현창국(한국신문윤리위원회 심의실장)