vol.762
2025년 12월 1일
02-733-2251
www.presskorea.or.kr

신문협회보

제69회 신문의 날 표어·캐릭터
-신문이 내 손에, 세상이 내 눈에
-소통의 벽을 넘어 마음의 창을 여는 신문
-신문, 세상을 담다 사람을 잇다 미래를 열다

읽는 사람이 세상을 이끈다 Readers are Leaders

AI로 뉴스룸 효율성 향상…저작권·윤리 문제는 과제

신문협회 디지털협, 'AI 기술과 뉴스의 미래' 세미나 개최

신문협회 산하 디지털협의회(회장 신한수 서울경제 전략기획실 부국장)는 지난 11월 20일 한국프레스센터 19층 기자회견장에서 'AI기술과 뉴스의 미래: 언론사를 위한 기술 세미나' 〈**사진**〉를 개최했다. 이날 세미나에서는 생성형 AI를 뉴스룸에 도입한 회원사 사례와 경험을 공유했다. 동아일보, 서울경제, 영남일보, 한국일보 등 4개 회원사의 사례를 소개한다.

지난 11월 20일 열린 'AI와 뉴스의 미래' 세미나에서 사회를 맡은 황용석 건국대 미디어커뮤니케이션학과 교수가 인사말을 하고 있다.

동아일보, 뉴스 저작권·딥페이크 공동 대응 필요

김현지 동아일보 미래전략연구소 팀장〈**사진**〉은 생성형 AI를 '새로운 기술 실험' 보다는 '언론사의 생존과 수익 구조' 에 대한 도전으로 규정하고, 업계의 대응이 필요하다고 강조했다. 김 팀장은 "동아일보의 챗봇 개발 이후, AI 기반 영상 분석·문서 자동변환 시스템 등 실험을 이어가고 있지만 현장에서 느끼는 긍정 효과보다 부정적 충격이 더 크다"고 평가했다.

김 팀장은 대응 전략으로 '창과 방패' 를 언급했다. '창' 은 AI를 활용해 기사 생산성과 경쟁력을 높이는 영역으로 이미 여러 언론사가 빠르게 시도 중이다. 김 팀장은 "그보다 더 시급한 것은 '방패' "라며 "즉 언론을 지키기 위한 대응이 절실하다"고 강조했다. 그는 첫 번째 방패로 '뉴스의 지식재산권 보호' 를 꼽았다. 김 팀장은 정부의 '소버린 AI' 데이터 공급 사업에 참여한 경험을 설명하며 "뉴스 데이터에 대한 시장 수요가 거의 없다는 사실을 확인했고, 이는 정부·산업계가 뉴스의 가치와 필요성을 과소평가하고 있다는 신호"라고 평가했다. 김 팀장은 이어 "한국이 미국처럼 AI 개발사 중심 정책을 택할 가능성이 크다"며 "개별 언론사가 아닌 언론계 공동으로 뉴스 저작권에 대응에 조속히 나설 필요가 있다"고 강조했다.

두 번째 방패는 '딥페이크 대응' 이다. 김 팀장은 "최신 생성형 AI모델은 딥페이크 탐지를 회피하도록 계속 진화하므로, 개별 언론사가 대응할 수 있는 범위를 넘었다"며 "딥페이크를 탐지하고 구별하는 프로세스를 구축하는 데 언론계·AI 산업계·학계가 협력해야 한다"고 강조했다.

서울경제, 12가지 기능 통합한 기자 전용 AI 플랫폼 구축

우승호 서울경제 미래전략부 부국장〈**사진**〉은 지난 2년간 자체적으로 추진한 AI 시스템 구축 과정과 생성형 AI 모델 '클로드(Claude)' 활용 사례를 소개했다. 클로드는 미국의 AI 개발 기업 앤트로픽(Anthropic)이 만든 대화형 인공지능 서비스로 문장 이해력과 문장 작성 능력이 뛰어난 생성형 AI이다.

우 부국장은 시스템 구축 초창기에 챗GPT를 도입해 뉴스 요약, 경제 용어 퀴즈 제작 등 단순 작업을 자동화했지만 한국어 표현의 자연스러움과 기사 스타일 구현에서 불편함을 느껴 '클로드' 를 핵심 모델로 선택했다고 설명했다. 그는 "클로드를 바탕으로 기자들이 가장 어려워하는 1보(간략한 사실만을 빠르게 전달하는 기사) 작성, 기사 초안 작성, 제목 추천, 보도자료의 기사화, 번역, 교열·퇴고 등 총 12가지 기능을 묶은 '기자 전용 AI 플랫폼' 을 구축했다"고 말했다. 특히, "AWS(아마존 웹서비스) 기반 API(두 소프트웨어가 서로 통신할 수 있게 하는 기술)를 적용해, 복잡한 로그인 절차 없이 사내 시스템처럼 바로 쓸 수 있는 환경을 만들었다"며 "기자는 기사나 보도자료를 붙여 넣고 버튼 한 번만 누르면 제목·관점·요약·초안까지 한 번에 받을 수 있다"고 말했다.

또한 "프롬프트(명령어) 설계에 기자가 직접 참여해 서울경제의 기사 스타일, 제목 톤, 문장 구조 등을 반영했다"며 "이를 통해 결과물이 실제 기사와 유사한 수준으로 정교해졌고, AI 결과물을 다시 손보는 데 드는 부담도 크게 줄였다"고 덧붙였다. 현재 AI플랫폼에 가입한 기자는 200명에 이르고 대부분 자발적으로 사용 중이다.

영남일보, 지역 맞춤형 콘텐츠 제작에 AI 활용

이지영 영남일보 디지털콘텐츠 팀장〈**사진**〉은 지역신문의 현실에 맞는 실용 중심의 AI 실험 사례를 공유했다. 이 팀장은 "영남일보의 AI 도입은 생산량 확대나 자동화 경쟁이 아닌, 지역 독자에게 의미 있는 콘텐츠를 제공하기 위해 '현장 중심 활용' 에 초점을 맞췄다"고 강조했다.

이 팀장은 대표 사례로 창간 80주년 기념 프로젝트를 소개했다. 이 프로젝트는 1면에 80년 전 창간호를 다시 재현하고 그 한가운데 QR코드를 삽입했다. QR코드를 찍으면 AI로 복원한 김구 선생의 목소리로 80년 역사를 들려주는 영상이 재생된다. 이 팀장은 "당시 신선하고 상징적이라는 내부 평가를 얻었다"며 영상 복원 과정에서 음성·영상 AI 기술을 폭넓게 활용해 지역신문도 AI 기반 스토리텔링을 시도할 수 있음을 보여준 사례라고 덧붙였다.

이어 영남일보가 업무 프로세스에서 도입하고 있는 AI 도구들도 설명했다. 이 팀장은 "최근 5년간 영남일보 기사 제목을 학습시킨 '제목 추천 서비스' , 영남일보 교열 패턴을 학습한 '교열 시스템' 등의 기능을 CMS에서 제공하고 있다"고 말했다. 특히 "AI가 지자체 관련 자료·정치인의 SNS 발언 등을 시간 단위로 수집해 '기사 아이템 후보' 를 자동으로 정리한 후 '아이템 창고' 에 올려두면 기자들이 확인하고 기사화하고 있다"고 덧붙였다.

한국일보, 엄격한 뉴스룸 AI 활용 준칙 적용

강종구 한국일보 AI&데이터팀장〈**사진**〉은 AI 기술의 발전이 언론계에 미칠 영향과 언론사의 대응 방안 및 과제에 대해 의견을 나눴다.

강 팀장은 "AI 시대는 '새로운 기술을 빨리 적용하는 경쟁 시대' 가 아니라, 언론이 지난 20여 년간 디지털 환경에 적절히 대응하지 못해 생긴 구조적 문제를 근본적으로 점검하는 시간으로 보고 있다"고 말했다. 그는 "생성형 AI는 기사를 단어 조각(토큰)으로 쪼개 학습하기 때문에, 언론사가 의도한 맥락·가치가 왜곡될 위험도 커졌다. 심지어 독자가 신문사 사이트에 들어오지 않고, AI가 내용을 직접 전달하는 '제로클릭 시대' 가 오면 기존 수익 모델도 흔들릴 수 있다"고 우려하며 이같이 밝혔다.

강 팀장은 "한국일보는 이 문제를 해결하기 위한 방향을 정책·도구·소프트웨어(프로세스) 세 축으로 잡았다"라며 "무엇보다 취재·보도 윤리에 대해서는 강한 수준의 AI 활용 준칙을 제정해 '많이 실험하되, 최종 판단은 사람이 한다' 는 원칙을 명확히 했다"고 설명했다.

강 팀장은 또 한국일보가 개발한 AI 도우미 '하이(H.AI)' 도 소개했다. '하이' 는 한국일보 CMS(기사 작성 시스템)에 추가된 '하이 뉴스룸 도우미' 를 통해 기사 요약, 이미지 생성, 제목 추천, 키워드 자동 추출 등을 지원하는 한국일보 자체 AI 검색 도구이다. 강 팀장은 "시스템 개발 당시, 기자에게 실무적으로 필요한 AI 기능을 찾기 위해 기자들을 상대로 상당히 많은 인터뷰를 진행했다"며 "개발 후 실제로 기자들이 단순 업무가 줄었다고 체감할 정도로 만족도가 높았다"고 밝혔다.

"AI의 뉴스 활용 자료 밝혀라" 신문협회, 네이버에 요구

신문협회는 지난 11월 20일 네이버에 "생성형 AI 모델의 뉴스 데이터 활용 방식·범위 등의 현황을 밝혀줄 것"을 공식 요청했다. 협회는 이날 네이버에 전달한 문서에서 "최근 AI 기술이 급속도로 발전함에 따라 AI 시스템의 투명성·공정성·신뢰성 확보에 대한 요구가 높아지고 있다"며 "AI 시스템 개발 과정에서 활용한 데이터 출처·활용 방식·수집 및 처리 과정 등을 명확히 공개하는 것이 중요하다"고 밝혔다.

협회는 이어 "네이버는 자체 생성형 AI 모델을 개발하는 과정에서 뉴스 데이터를 활용한 바 있으나 활용 방식·범위·규모 등 기본적인 사항을 충분히 공개하지 않고 있다"고 지적하고, "이는 AI 모델의 투명성과 신뢰성을 저해할 뿐 아니라 언론사와의 건전한 상생 협력 관계 형성에도 어려움을 초래할 수 있다"고 우려했다.

신문협회 30개 회원사 기자 84명 '일일 선생님'으로

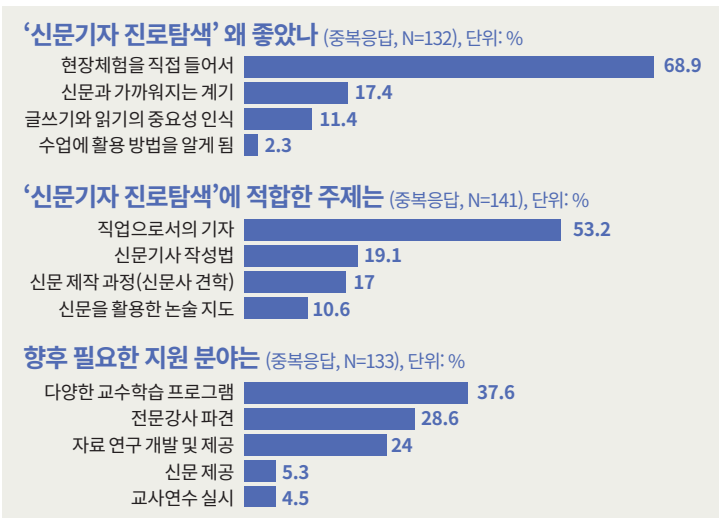
신문기자 진로탐색에 117개교 2,807명 학생 참여

신문협회가 주최한 '2025 신문기자 진로탐색' 프로그램이 교사와 학생들의 호평 속에 마무리됐다. '신문기자 진로탐색' 은 신문협회 회원사 기자들이 직접 학교를 방문해 △직업으로서의 기자 △신문을 활용한 진로탐색 △신문제작 과정 및 기사 작성법 등을 주제로 수업하는 프로그램이다. 올해는 지난 5월부터 11월까지 전국 117개 학교에서 진행했으며, 기자 84명과 학생 2,807명이 참여했다.

참가교사 97.4% "신문기자 진로탐색 프로그램 유익"

협회가 프로그램에 참여한 117개교 교사를 대상으로 설문조사를 실시한 결과, 114명(97.4%)이 해당 프로그램을 긍정적으로 평가했다. 응답자들은 가장 유익한 점으로 △신문기자들의 현장체험 경험을 듣게 된 점(68.9%)을 꼽았다. 이어 △학생들이 신문과 가까워지는 계기가 된 점(17.4%) △학생들이 글쓰기와 읽기 중요성을 알게 된 점(11.4%) 순으로 답했다.

교사들은 수업에 가장 적합한 주제로 △직업으로서의 기자(53.2%)를 가장 많이 선택했고 △신문기사 작성법(19.1%) △신문 제작 과정(신문사 견학 포함)(17%) △신문을 활용한 논술지도(10.6%) 등이 뒤를 이었다.



신문기자 진로탐색 프로그램 체험기

기사 이면에 숨겨진 기자의 책임감·윤리의식 알게 돼

노미경
구미여자상업고등학교 교사

우리 학교는 지난 1학기, 1~2학년 학생 20명을 대상으로 '신문기자 진로탐색 프로그램' 을 진행했습니다. '사실을 바탕으로 사회에 영향력을 미치는 신문기자' 라는 주제의 이번 수업은 언론인의 책임과 신문기자의 업무 전반을 배우는 시간으로, 학생들이 자신의 진로 방향을 탐색하는 데 큰 도움이 됐습니다.

이 프로그램을 신청한 가장 큰 이유는 학생들에게 단순히 직업 정보를 제공하는 것을 넘어, 언론인이 사회에 미치는 영향과 기자의 책임의식을 직접 체감하게 하기 위해서였습니다. 특히, 빠르게 변화하는 미디어 환경 속에서 신문의 중요성과 NIE(신문활용교육)의 필요성을 알리고자 했습니다. 프로그램 신청 경쟁이 치열해 신청기간을 놓치지 않으려고 매일 아침 설레는 마음으로 신문협회 홈페이지를 방문해 일정을 확인했었고, 참가 학교로 선정됐을 때 정말 기뻤습니다.

수업은 신문기자의 핵심 업무인 사회 현상 취재, 인터뷰, 기사 작성과 검증 과정에 대한 구체적인 설명으로 시작했습니다. 일일교사로 참여한 경북일보 이봉한 기자는 진실성과 공정성이 무엇보다 중요하며, 빠른 정보 파악 능력과 논리적 글쓰기 역량이 필수라는 점을 강조했습니다. 학생들은 직접 모의 기사를 작성하고 인터뷰를 실습하면서 비판적 사고와 글쓰기 능력을 기르는 데 큰 흥미를 보였습니다.

가장 인상 깊었던 내용은 기자님이 실제 취재 중 겪었던 현장 이야기와 사회적 책임을 다하는 모습을 생생히 전해준 부분입니다. 학생들은 기자가 단순한 정보 전달자가 아니라 사회적 현상을 비추고 기록하는 역할을 한다는 사실을 깊이 이해할 수 있었습니다. 또한, 글쓰기뿐 아니라 정확한 정보 수집과 윤리 의식의 중요성도 배울 수 있었습니다.

이번 수업을 통해 학생들은 평소 단순히 소비하던 신문기사가 '사실에 근거한 공정한 정보' 라는 점과 신문이 사회 변화를 이끄는 중요한 역할을 한다는 사실을 체감했습니다. 또 NIE 교육은 학생들이 비판적·객관적으로 사회를 바라보고 올바른 시민의식을 기르는 데 꼭 필요함을 다시 한 번 확인할 수 있었습니다.

앞으로도 신문기자 진로탐색 프로그램을 통해 학생들이 사회 현상을 깊이 이해하고, 자신의 적성에 맞는 진로를 찾는 데 의미 있는 기회가 되기를 기대합니다. 더불어 미래의 언론인으로 성장할 학생들이 신문의 가치와 언론 윤리를 몸소 실천하는 데 밑거름이 되길 바랍니다.

기자 되기 전 먼저 '좋은 독자' 되는 법 배워

양서준
유성고등학교 2학년

지난 9월, 우리 학교가 신문협회의 신문기자 진로탐색 프로그램에 참여하게 되면서 기자님이 직접 학교를 방문해주셨습니다. 기자라는 직업에 관심이 많았던 나에게 이번 프로그램은 매우 뜻깊은 시간이었습니다.

수업은 종이신문의 구성과 기자의 역할을 중심으로 진행됐습니다. 일일교사로 참여한 충청투데이 김다영 기자는 종이신문을 학생들에게 나누어 주고, 실제 기사들을 살펴보며 각 구성요소가 어떤 기능을 하는지 자세히 설명해 주셨습니다. 제목과 부제는 대부분 알고 있었지만, 기사 전체를 한 문장으로 압축한 '리드' 에 대해서는 처음 알게 된 학생이 많았습니다. 직접 신문을 펼쳐보며 설명을 들으니 이해가 훨씬 쉬웠고, 끝까지 집중할 수 있었습니다.

특히 인상 깊었던 순간은 같은 내용을 다룬 세 개 신문의 제목을 비교하는 활동이었습니다. 그동안 제목의 차이를 깊이 생각해 본 적이 없었는데, '이태원 압사 사고' 보도를 예로 언론사가 어떤 단어를 선택하는지에 따라 독자가 받아들이는 관점이 달라질 수 있음을 깨달았습니다. 누군가에게는 그저 하나의 문장으로 보일지 몰라도, 그 문장 속에 기자의 고민과 책임감이 고스란히 담겨 있다는 사실을 느꼈습니다. 단어 하나, 표현 하나를 선택하는 과정에 담긴 무게를 알게 되면서 기사 작성이 결코 가벼운 일이 아니라는 점도 새삼 깨달았습니다.

이 프로그램을 계기로 나는 같은 사건을 다룬 여러 언론사 기사를 비교해 읽으며 편협한 시각을 피하려고 노력하게 됐습니다. 신문은 과거의 실수를 되풀이하지 않도록 돕고, 미래의 방향을 제시해 준다는 점에서 중요한 매체라는 생각도 들었습니다.

무엇보다 이번 수업은 기자가 되기 전에 먼저 '좋은 독자' 가 되는 법을 가르쳐준 시간이라는 점에서 의미가 매우 큽니다. 그리고 이번 경험은 나에게 새로운 목표도 남겼습니다. 단순히 뉴스를 소비하는 독자를 넘어 실제로 기록하는 사람이 되고 싶어졌습니다. 앞으로는 시민기자로 활동하며 스스로 취재하고 기사를 작성해 볼 계획입니다. 작은 기사라도 직접 써 보면서 기자로서의 기본 역량과 책임감을 차근차근 길러가고 싶습니다.

경영지원협, 노동법·노동정책 실무자 교육

신문협회 산하 경영지원협의회(회장 김명완 매일경제 총무국장)는 지난 11월 25일 한국언론진흥재단 미디어교육원 2층 가온강의실에서 실무자 교육〈**사진**〉을 개최했다. 이날 교육에서 협의회 회원사 담당자 31명이 참가했으며, 장진나 노무법인 현율 대표노무사가 '2025년 노동법 및 노동 정책 현황' 을 주제로 발표했다.

“인지도가 곧 자산”…자사 브랜드 캠페인에 나서는 언론사들

뉴스 소비 방식 변화에 발맞춰 브랜드 자산 구축에 투자

최근 미국·유럽 등 해외 주요 언론사들이 자체 브랜드 마케팅 캠페인에 나서고 있다. 미국 광고 전문매체 애드위크에 따르면, 허스트(Hearst), NBC 뉴스(NBC News), 로이터(Reuters), 와이어드(Wired), 마켓워치(MarketWatch), 가디언(The Guardian) 등이 옥외, 지하철, 스크린 등에 자사 브랜드 광고 캠페인〈표〉을 시작했다.

뉴욕타임스, 월스트리트저널, 블룸버그 등 일부 언론사를 제외하고는 대부분의 언론사는 그동안 브랜드 캠페인에 큰 관심을 두지 않았다. 캠페인 비용을 들이지 않아도 보도를 통해 인지도를 높일 수 있었기 때문이다. 하지만 최근 점점 더 많은 언론사가 자사 브랜드 캠페인에 나서는 추세다. 애드위크는 그 이유로 △뉴스 노출 감소에 대한 대응 △AI 기업과의 라이선스 협상력 강화 △언론 불신과 정치적 공격 대응 △구독자 기반 확보 등을 꼽았다.

허스트 코퍼레이션	지난 1월 회사 역사상 처음으로 광고대행사와 파트너십을 체결하고, 글로벌 마케팅 기업인 PMG를 자사 브랜드 마케팅 캠페인 총괄 대행사로 선정
콘데 나스트(와이어드)	지난 9월 정치 특집을 홍보하기 위해 첫 전국 규모의 브랜드 마케팅 캠페인 발표
가디언	지난 9월 지하철·광고판·디지털 플랫폼 전반에 걸친 새 캠페인 ‘더 홀 픽처(The Whole Picture)’ 공개
뉴스 코프(마켓워치)	최근 창사 28년 만에 처음으로 브랜드 마케팅 캠페인을 진행.
NBC 뉴스	지난 10월 27일 회사 차원에서 첫 브랜드 마케팅 캠페인 시작. NBC는 역사적으로 개별 프로그램 홍보에만 집중했으나, 이번에는 회사 전체의 신뢰도 향상이 목표.
로이터	지난 10월 30일 174년 역사상 두 번째 브랜드 마케팅 캠페인 발표. 첫 번째 캠페인은 4년 전인 2021년에 진행.

뉴스 노출 감소에 대한 대응

많은 언론사가 브랜드 캠페인을 시작하는 가장 명확한 이유는 뉴스 소비 방식의 변화 때문이다. 미디어 에이전시 코드 앤드 띠어리(Code and Theory)의 전략 수석인 마크 실버(Mark Silver)는 “소비자들이 뉴스 콘텐츠를 ‘우연히 발견’ 하는 것이 아니라 언론사가 자사 브랜드 마케팅을 통한 능동적 노출 전략을 마련해야 하는 상황”이라고 말했다. 이어 “소비자들이 결정을 내리는 방식이 점점 더 브랜드 중심으로 변하고 있다”며 “당신이 하는 일을 소비자들이 알아주기를 기대하지 말고, 직접 말해야 한다”고 덧붙였다.

AI 기업과의 라이선스 협상력 강화

언론사 브랜드 캠페인은 AI 기업과의 뉴스 이용 계약에서 협상력을 높이기 위한 노력의 일환이기도 하다. 언론사 브랜드의 규모·품질·인지도는 해당 브랜드 데이터의 시장 가격을 결정하는 데 영향을 줄 수 있다. 언론사들은 자사 콘텐츠가 제외된 검색 엔진의 답변은 자사 콘텐츠가 포함된 답변보다 성능이 떨어진다고 주장할 수 있다. 예를 들어 로이터의 뉴스 브랜드 가치가 더 높아지면, 이용자들은 로이터와 뉴스 이용 계약을 맺지 않은 검색 엔진의 답변을 신뢰하지 않을 가능성이 커지는 것이다.

언론 불신과 정치적 공격 대응

최근 몇 달 동안 도널드 트럼프 대통령이 뉴욕타임스, 월스트리트저널, ABC 뉴스, NBC 뉴스를 상대로 법적 조치를 취하는 등 언론계 전체를 공격하고 있다. 언론에 대한 신뢰가 흔들리는 상황에서 브랜드 마케팅은 매우 중요한 대응 전략이 됐다. 특히 NBC 뉴스와 로이터의 캠페인은 브랜드 친밀도를 높여 시청자의 신뢰를 회복하는 데 중점을 둔다.

구독자 기반 확보

브랜드 자산에 대한 투자는 장기적으로 구독자 확보의 기반이 된다. 마케팅 전문가들은 브랜드 자산에 대한 투자가 유료 고객 유치에 필수임을 알고 있다. 브랜드 자산의 실질적 가치는 허스트의 ‘댈러스 모닝뉴스(The Dallas Morning News)’ 인수 사례에서 잘 드러난다. 댈러스 모닝뉴스는 더 높은 금액을 제시한 사모펀드 ‘올던 글로벌 캐피털(Alden Global Capital)’ 보다, 브랜드 신뢰를 보존할 수 있다고 판단한 허스트를 인수자로 선택했다. 이는 언론사 브랜드 자산의 가치가 단기적인 수익보다 경영 전략에 더 중요할 수 있음을 보여준다.

세계신문협회, AI의 뉴스 왜곡 막기 위한 글로벌 캠페인 전개

‘팩츠인 : 팩츠아웃’…AI기업 준수할 다섯 가지 원칙

세계신문협회(WAN-IFRA)는 지난 11월 6일 AI가 뉴스 콘텐츠를 왜곡하는 문제를 해결하고자 글로벌 캠페인 ‘팩츠 인 : 팩츠 아웃(FACTS IN : FACTS OUT)’을 전개했다.

이번 캠페인은 최근 유럽방송연합(EBU)이 발표한 ‘AI 도우미에서의 뉴스 무결성’ 보고서에서 AI 도구들이 뉴스 콘텐츠를 제거·변경·오기하는 등의 사례가 반복된다는 점이 발견됨에 따라, AI 개발자의 책임을 강조하기 위해 추진하게 됐다. ‘팩츠 인 : 팩츠 아웃’ 캠페인은 뉴스 무결성을 훼손하지 않기 위해 AI 개발자가 반드시 준수해야 하는 다섯 가지 핵심 원칙〈표〉를 제시했다.

AI 개발자들이 지켜야 할 핵심 원칙

동의 없는 콘텐츠 사용 금지	뉴스 콘텐츠는 원저작자(언론사)의 허가를 받은 AI 모델에만 사용해야 함
공정한 인정(보상)	신뢰할 수 있는 뉴스 콘텐츠를 사용할 때 그 가치를 인정하고 보상해야 함
정확성, 출처 표기, 출처 검증 가능	AI가 생성한 모든 콘텐츠는 원본 출처를 명시하고 검증 가능해야 함
다양성과 다원성	AI 시스템은 글로벌 뉴스 생태계를 반영해 다양한 언론과 관점을 포함해야 함
(기술적)투명성과 (협력적)대화	AI 기업은 안전·정확·투명성에 대한 기준 마련을 위해 언론사와 협력해야 함

허스트, AI도구 ‘어셈블리’ 활용해 지역 보도 확대

지역 모든 공공회의 모니터링해 자동 전사·요약

국제뉴스미디어연합(INMA)은 지난 11월 10일 미디어 그룹 허스트(Hearst)가 AI 도구 ‘어셈블리(Assembly)’를 개발해 지역 보도를 확대한 사례를 소개했다. 허스트는 대형 방송국, 일간지·주간지, 잡지 등을 소유하고 있는 미국 최대 미디어 기업 중 하나다.

보도 범위 넓힌 ‘어셈블리’

허스트의 자회사 샌프란시스코 크로니클(San Francisco Chronicle)은 기자 150명을 보유한 대표적인 지역 언론사지만, 지역 내 모든 공공 회의를 직접 취재하기에는 한계가 있었다. 이를 보완하기 위해 개발된 도구가 ‘어셈블리’다. 어셈블리는 허스트의 편집자·AI 개발자·디자이너·콘텐츠 전략가로 구성된 ‘데브허브(DevHub)’ 팀이 구축한 AI 기반 공공회의 결과 모니터링 시스템이다. 이 시스템을 구축한 목적은 공공회의 관련 보도에 투입하는 시간을 줄여 기자들의 생산성을 높이고, 허스트 산하 언론사 전체의 보도 범위를 넓히는 것이다.

작동 방식

어셈블리는 시의회, 교육위원회, 주 의회 등 다양한 공공회의 내용을 자동 전사(轉寫)하고 핵심 키워드를 감지하며 요약문을 생성한다. 이를 위해 어셈블리는 웹사이트에 필요한 데이터를 자동으로 수집하는 소프트웨어인 웹 스크레이퍼(Web scraper)를 200개 이상 활용한다. 이 시스템은 새로운 회의가 감지되면 녹음 파일을 다운로드해 오디오를 추출한 후 허스트가 구축한 자체 전사 시스템을 통해 텍스트 파일로 변환한다. 변환된 텍스트 파일은 구글 시트에 자동 업로드 돼 특정 발언을 쉽게 검색할 수 있다. 기자들은 또 어셈블리 시스템에 “이 사안은 논의됐는지?”, “누가 무슨 발언을 했는지?”와 같은 질문도 할 수 있다.

기자들은 이 AI 도구를 통해 회의 장소에 직접 가지 않고도 지역 사회에서 벌어지는 사안을 신속하게 파악할 수 있다. 이후 추가 내용이 필요할 경우 직접 취재와 사실 확인 과정을 거쳐 더 깊이 있는 보도를 전달한다.

성과

어셈블리는 지난 2024년 5월부터 2025년 4월, 미국 전역에서 열린 13,119시간 분량의 공공회의 결과를 텍스트 파일로 변환하고, 약 1,500개 이상의 자동 요약본을 생성했다. 이를 기반으로 사람이 직접 취재하기 어려운 지역 정부의 주요 정책 등을 다룸으로써 뉴스 사막(news deserts) 지역의 보도 공백을 해소하는 데 기여했다. 또 업무 흐름 간소화, 비용 효율성 면에서도 지역 언론에 필수 도구로 자리 잡았다.

“지역혁신을 선도하는 공공 저널리즘 구현”

강원도민일보 창간 33주년 기념식

강원도민일보(발행인 김중석)는 지난 11월 26일 본사 대회의실에서 창간 33주년 기념식을 개최했다. 김중석 발행인은 “‘도민을 생각하는 신문, 도민이 사랑하는 신문’을 기치(旗幟)로 출항한 강원도민일보는 전국 톱10 지역일간지 반열에 올랐다”며 “후발지의 어려운 여건 속에서도 지역혁신을 선도하는 공공 저널리즘을 구현했다”고 말했다.

이어 “그동안 쌓아온 눈부신 성과와 저력, 경쟁력 기반 위에 빛의 속도로 변화하는 미디어 환경 속에서 새로운 미래를 열어갈 것”을 강조했다.

“아시아 경제·문화 뉴스의 중심 플랫폼으로 자리매김”

아주경제 창간 18주년 기념식

아주경제(발행인 곽영길)는 지난 11월 13일 본사에서 창간 18주년 기념식을 개최했다. 곽영길 발행인은 기념사에서 “지난 18년간 전 세계의 종합정보를 신속·정확하게 전달하며 아시아의 대표 미디어 플랫폼으로 성장해왔다”며 “이제 우리는 AI·디지털 시대에 맞춰 글로벌 미디어 그룹으로 도약하고자 한다”고 말했다. 또 “AI 비즈니스 채널 ‘ABC’ 개국과 아시아 최초의 영어 통신사 ‘AJP(Asia Joint Press)’ 발족을 통해 아시아 경제·문화 뉴스의 중심 플랫폼으로 자리매김하겠다”며 “혁신과 신뢰를 바탕으로 세계와 소통하는 미래형 미디어로 계속 전진해 나갈 것”이라고 말했다.

일간신문 및 뉴스통신 기사 83건, 광고 57건 주의 결정

신문윤리위 11월 심의 결과

신문윤리위원회(이하 윤리위)는 지난 11월 12일 제1,002차 회의를 열고 신문협회 회원사의 기사 83건과 광고 57건에 대해 신문윤리강령 등 위반으로 각각 ‘주의’ 결정을 내렸다〈표〉. 심의결정에 관한 보다 자세한 내용은 윤리위 홈페이지(www.ikpec.or.kr)에서 확인할 수 있다.

11월 기사 및 광고 심의 현황

구분			건수
일간신문 및 통신	기사	주의	83
		경고	0
	광고	주의	57
		경고	0
온라인 신문	기사	주의	278
		경고	0
	광고	주의	84
		경고	4

회원사 동정

전북도민일보, ‘제29회 전북교육대상 증정식’ 개최

전북도민일보(발행인 신효균)는 지난 11월 25일 전북 그랜드힐스턴 호텔에서 ‘제29회 전북교육대상 증정식’을 개최했다. 전북교육대상 증정식은 지역의 미래 발전에 기여한 교원들의 사기 진작과 교권 존중의 사회적 분위기 조성을 위한 자리다. 신효균 발행인은 인사말을 통해 “수상자들의 교육에 대한 열정과 정신을 귀감으로 삼아 전북교육 발전을 함께 이뤄가길 기대한다”고 말했다.

전자신문, ‘2025 글로벌 소재부품장비 테크페어’

전자신문(발행인 강병준)은 한국산업기술기획평가원과 공동으로 오는 10일 서울 섬유센터빌딩에서 ‘2025 글로벌 소재부품장비 테크페어’를 개최한다. 이번 행사는 ‘위기돌파를 위한 공급망 스페셜티(고부가가치) 확보 전략’을 주제로, 세계 소부장(소재·부품·장비) 공급과잉·반도체 수요·환경규제 등에 대응하기 위한 기술 확보 전략을 발표한다. 참가 대상은 국내외 소재·부품·장비 분야 산·학·연 관계자이며, 참가비는 무료이다. 문의는 운영사무국(010-2657-9480).

조선일보, ‘2026 재테크 박람회’

조선일보(발행인 홍준호)는 오는 19~20일 서울 강남구 세텍(SETEC)에서 ‘2026 대한민국 재테크 박람회’를 개최한다. 이번 박람회에서는 2026년 주식·채권·부동산 시장 등을 전망하고, 투자 방향을 제시한다. 신청은 사전등록 시 무료, 현장 등록 시 5,000원이다. 문의는 운영 사무국(1600-2013).

헤럴드경제, ‘2025 헤럴드 일자리 대상’ 공모

헤럴드경제(발행인 최진영)는 고용과 인구 문제 해결을 모색하고자 ‘2025 헤럴드 일자리 대상’을 공모한다. 시상 부문은 △일자리 대상 △디지털 일자리 최우수상 △기술인재 양성 최우수상 △벤처·스타트업 일자리 최우수상 등 9개 부문이며 접수는 오는 5일까지다. 시상은 오는 26일 대한상공회의소 중회의실A에서 갖는다. 자세한 사항은 헤럴드경제 홈페이지(biz.heraldcorp.com).

신문윤리위, 온라인신문 심의전문위원 모집

한국신문윤리위원회(이사장 서창훈·전북일보 발행인)는 온라인신문 심의 업무를 담당할 계약직 전문위원(비상근)을 모집한다. 접수기간은 11월 26일부터 12월 9일까지이며 합격자 발표는 12월 15일이다. 자세한 내용은 한국신문윤리위원회 홈페이지(www.ikpec.or.kr) 참조.

신문협회 회원사 불우이웃돕기 성금모금

신문협회 회원사는 연말연시 어려운 이웃들을 돕기 위해 11월 27일부터 12월 6일까지 공동사고 ‘희망 2026 나눔 캠페인’을 게재하고 성금모금 운동에 들어간다. 이번 성금모금은 사회복지 공동모금회(사랑의 열매)가 지난 11월 25일 신문협회에 협조 요청해옴에 따라 진행한다.

캠페인 슬로건은 ‘행복을 더하는 기부, 기부로 바꾸는 내일’이다. 모금기간은 12월 1일부터 내년 1월 31일까지며, 성금은 사회복지공동모금회에서 지정한 계좌를 통해서만 기부할 수 있다.

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

2026년 한국신문상을 공모합니다

한국신문협회는 뛰어난 취재 · 보도 활동을 통해 한국 신문의 발전과 언론창달에 기여한 언론인을 표창하기 위해 한국신문상 수상작을 다음과 같이 공모합니다.

■ 공모부문
- 뉴스취재보도 부문
- 기획·탐사보도 부문

■ 공모대상
- 한국신문협회 회원사에 재직 중인 언론인으로 소속사 발행인의 추천을 받아야 함
- 신청 건수에 제한 없으며 시상부문별 중복 추천 가능
- 2025년 1월 1일 ~ 12월 31일까지의 공적(신문 보도)

■ 구비서류
- 추천서 1부(소정양식), 공적자료 1부

※ 추천서는 협회 홈페이지(www.presskorea.or.kr)에서 다운받아 작성한 후 공적자료와 함께 웹하드 ‘한국신문상 공적자료’ 폴더에 올려주시면 됩니다.

■ 시상
- 공모부문별 상패와 상금 500만원(각 부문별 최대 2건 시상)

■ 접수마감
- 2026년 1월 30일(금) 17:00까지

■ 시상일자
- 제70회 신문의 날 기념행사(2026년 4월 7일)

■ 문의처
- 한국신문협회 한국신문상 담당자 (02-722-4361)
- 웹하드(www.webhard.co.kr) ‘한국신문상 공적자료’ 폴더 (아이디 : presskorea / 비밀번호:2251)

한국신문협회
Korean Association of Newspapers