



있는 사람이 세상을 이끈다 Readers are Leaders

신문협회 이사회, 2026년 사업·예산안 의결

3월 20일 정기총회 상정

신문협회는 지난 2월 27일 프레스센터 18층 외신기자클럽에서 제 359차 이사회(사진)를 열어 '2025년도 사업보고 및 결산' 과 '2026년 사업계획 및 예산안'을 의결하고, 오는 20일 프레스센터 20층 내셔널프레스클럽에서 열리는 정기총회에 상정한다.

이날 확정된 협회의 올해 중점 추진 사업은 △생성형AI 뉴스 저작권 침해 대응 △뉴스 가치·신문 신뢰 제고 △신문 규제 법안 대응 △조사·연구 △신문홍보 △디지털 전략 및 콘텐츠 혁신 등이다. 2026년 주요 사업을 살펴본다.



2026년 신문협회 주요 사업

△생성형AI 뉴스 저작권 침해 대응 △뉴스 가치·신문 신뢰 제고
△신문 규제 법안 대응 △조사·연구

생성형AI 뉴스 저작권 침해 대응	뉴스 가치·신문 신뢰 제고
-챗GPT 등 뉴스 무단 학습 공정위 신고 -언론-AI 기업 뉴스 이용 표준계약서 마련 -AI 뉴스 저작권 분쟁·판례 정책보고서 발간	-‘신문의 오늘, 뉴스의 미래’ 홍보 캠페인 -신문 홍보 공모전(표어/캐릭터/영상·만화) -미래 독자(청소년·MZ) 유치 홍보단 운영
신문 규제 법안 대응	조사·연구
-정정보도를 원보도 크기로 게재, 징벌적 손해배도 도입 언론중재법 개정안 -편집권 침해 신문법 개정안 -생성형 AI의 뉴스이용 출처 규정 AI기본법 개정	-AI 시대 뉴스의 가치와 기여 분석 -글로벌 뉴스 산업 변화와 신문 비즈니스 미래 보고서

생성형 AI 뉴스 저작권 침해 대응

신문협회는 올해 생성형 AI 확산에 따른 뉴스 콘텐츠 무단 활용 문제에 법적·제도적 대응을 확대한다. 지난해 네이버를 공정거래위원회에 신고한 데 이어, 올해는 구글, 오픈 AI 등 해외 IT 플랫폼의 뉴스 무단 학습 및 이용 행위에 대해 추가로 공정위 신고를 추진한다.

특히, 뉴스 콘텐츠를 공정이용 대상에 포함하려는 AI기본법·저작권법 개정 움직임에 대응해, 뉴스의 공정이용 제외를 명확히 하는 정책 및 입법을 제안한다.

언론사와 AI기업 간 공정한 뉴스 데이터 이용 계약 기준을 마련하기 위해 ‘뉴스데이터 이용 표준계약서’를 제정해 발표한다. 이를 통해 뉴스 데이터 이용에 대한 합리적 보상 체계를 구축하고 뉴스데이터 공정이용을 위한 언론사의 실무 대응 방안을 제시한다. 국내외 AI 뉴스 저작권 분쟁 및 판례를 체계적으로 분석한 정책보고서도 발간한다. 생성형 AI의 뉴스 무단 학

습·활용 관련 분쟁 사례와 판례, 정책·입법 동향 등을 수집·정리해 데이터베이스를 구축함으로써, 언론사가 AI 뉴스 저작권 분쟁 상황에서 실질적으로 활용할 수 있는 정책·법률 참고 자료를 제공한다.

뉴스 가치·신문 신뢰 제고

제70회 신문의 날과 연계해 ‘신문의 오늘, 뉴스의 미래’를 주제로 대국민 신홍보 캠페인을 실시한다. 신문의 공공적·사회적 역할과 가치를 강조하는 메시지를 카드뉴

스, 영상 등 다양한 포맷으로 제작해 배포한다.

신문 저널리즘의 중요성과 공공적 역할을 알리기 위해 다양한 홍보 사업을 추진한다. 제70회 신문의 날과 연계해 표어 및 신문 캐릭터 공모전 등을 개최해 국민 참여를 확대할 예정이다.

또한 영상·만화 공모전과 신문 읽기 캠페인을 통해 미래 세대의 신문 관심을 높이고 신문 읽기의 중요성을 확산할 계획이다. 미래 독자 확보를 위해 청소년과 젊은층을 대

상으로 하는 다양한 프로그램도 추진한다. 온라인 미디어 교육, 뉴스 읽기 챌린지, 뉴스 모니터단 등을 운영해 젊은 세대와의 소통을 강화하고 신문에 대한 신뢰와 관심을 높이는 데 주력한다.

신문 규제 법안 대응

지난해에 이어 올해도 신문 규제 관련 법안이 다수 추진될 전망이다. 특히 원보도의 크기 및 분량으로 정정보도를 강제하고 언론에 징벌적 손해배상제도를 도입하는 언론중재법 개정안, 편집위원회 설치 및 편집규약을 강제하는 신문규제 법안에 적극 대응한다. 협회는 이들 법안의 위헌성과 문제점을 분석해 적극 대응에 나설 계획이다.

특히 AI 환경에서 뉴스 콘텐츠의 정당한 보상이 이루어질 수 있도록 관련 법령 개선을 제안하고, 신문 산업 발전과 언론 자유 보호를 위한 제도적 기반을 강화할 예정이다. 이를 통해 신문사의 권리 보호와 공정한 미디어 환경을 조성한다.

조사·연구

AI·디지털 플랫폼 환경에서 유통·

활용되는 콘텐츠의 원천정보는 상당 부분 신문 콘텐츠이다. 하지만 신문 콘텐츠의 사회적·공공적 가치에 대한 측정이 객관적으로 이뤄지지 않아 신문의 가치가 평가절하되는 상황이다.

협회는 올해 AI 시대 뉴스의 공공적 가치와 사회적 기여를 객관적으로 분석하는 연구를 추진한다. 이를 통해 신문 콘텐츠의 가치를 객관적·계량적으로 평가하고 공정한 보상 기준 마련을 위한 정책 근거를 확보한다. 특히 신문 보도의 사회적 영향과 의제 형성 기능 등을 분석할 예정이다.

협회는 ‘글로벌 뉴스 산업 변화와 신문 비즈니스 미래 보고서’를 발간한다. 이 보고서는 세계신문협회가 해마다 발간하는 ‘신문의 혁신’ 번역본과 국내 신문사 경영 환경에 실제로 적용 가능한 전략을 담을 예정이다. 특히 디지털 전환, AI 활용, 구독모델 고도화, 플랫폼 협력, 오프라인 사업 등 글로벌 언론사의 최신 성공 전략을 사례별로 제시해 국내 신문사의 경영 전략 수립과 디지털 경쟁력 확보에 실질적인 도움을 제공한다.

제70회 신문의 날 표어·캐릭터 공모전에

표어 3,239건, 캐릭터 93건 접수

신문협회·신문방송편집인협회·기자협회 등 언론 3단체가 제70회 신문의 날을 맞아 표어 및 신문홍보 캐릭터를 공모한 결과, 2월 27일 오

후 5시 현재 표어 3,239건, 캐릭터 93건이 접수됐다. 표어 수상작 심사는 오는 12일, 캐릭터 수상작 심사는 오는 10일 신

문협회 회의실에서 각각 진행된다. 시상식은 4월 7일 한국프레스센터에서 열리는 제70회 신문의 날 기념대회에서 갖는다.

신문협회 정기총회 3월 20일 개최

프레스센터 20층에서

신문협회는 오는 20일 오전 11시 한국프레스센터 20층 내셔널프레스클럽에서 제64차 정기총회를 개최한다. 총회에서는 ‘2025년 사

업보고 및 결산’ 과 ‘2026년 사업 계획 및 예산안’을 심의·확정한다. 이어 이사, 감사 등 새 임원도 선출한다.

“네이버 AI 뉴스 무단 학습은 계약 범위 벗어난 것”

신문협회는 지난 2월 25일 네이버 생성형AI의 뉴스 무단 학습은 명백한 시장지배적 남용행위 및 불공정 거래행위라며 공정거래위원회에 보완 신고서를 제출했다. 앞서 협회는 지난해 4월 24일 네이버를 공정거래법 위반 혐의로 공정위에 신고했다. 이번 추가 신고서는 공정위가 사실관계 확인 등을 위한 보충 자료를 요청한 데 따른 것이다. 협회는 이날 제출한 신고서에서 언론사와의 기존 제휴계약에서 허락받

은 범위에 뉴스 콘텐츠를 ‘AI 학습용 데이터’로 이용하고 있다는 네이버의 주장을 정면으로 반박했다. 협회는 네이버 뉴스제휴 계약상의 모든 서비스는 ‘이용자’에게 제공하는 것을 전제로 하고 있음을 지적한 후, “생성형 AI 모델 학습용 데이터를 활용하는 것은 ‘이용자’에

게 제공하는 서비스와는 전혀 상관이 없는 새로운 시장이자 새로운 서비스”라고 강조했다. 생성형 AI 모델 학습을 위해서 뉴스콘텐츠를 이용하는 것은 기존의 계약에서 합의한 적이 없기 때문에, 만약 언론사로부터 제공받은 뉴스콘텐츠를 생성형 AI 모델 학습에 활용하려면, 새롭

게 계약을 체결하고, 그에 대한 대가를 지급하고, 허락을 받아서 이용해야 한다는 것. 협회는 또 기존 제휴계약에서 별도의 대가 없이 네이버가 뉴스 콘텐츠를 활용할 수 있도록 허락받은 ‘연구’의 범위는 이용자 맞춤형 뉴스 기사 배치나 추천 서비스 연구 등 뉴스 콘텐츠 이용자에게서

비스하는 것과 관련한 연구로 해석해야 한다고 덧붙였다. 협회는 또 네이버가 시장지배적 사업자 지위에 있는 ‘디지털 뉴스 배포 시장’의 지배력을 지렛대 삼아, 인접 시장인 ‘생성형 AI 모델 생성을 위한 뉴스 콘텐츠 모델 학습 시장’으로 부당하게 확장하고 있다며 이는 “계약 범위 외 무단 활용”과 ‘새로운 시장에서 (언론사의) 경제적 가치 획득 기회 탈취’ 등 불이익을 강요한 것”이라고 비판했다.

협회, 공정위에 보완 신고서 제출 “디지털 뉴스 배포 vs AI 학습 데이터는 별개 시장”

네이버 뉴스 제휴·평가 재개한다

새 제휴 심사·운영평가 규정 발표...3월부터 신규 신청 개시

네이버 뉴스제휴위원회(이하 제휴위)는 지난 2월 20일 서울 중구 프레스센터에서 ‘네이버 뉴스제휴위원회 정책설명회’를 열고 새로운 제휴 심사 및 운영평가 규정을 발표했다. 제휴위는 △정책위원회 △제휴심사위원회 △운영평가위원회 △이의심사위원회로 구성된다. 아울러 지역 언론 활성화 등을 위한 다양성 TF를 운영한다.

정책위원회는 제휴 심사 및 운영평가 규정을 제정하며 학계, 법조계, 언론계, 정당 추천 등 외부 전문가 11명이다.

제휴심사위원회는 500여 명의 풀(Pool)단 중 무작위로 뽑힌 53명의 제휴심사위원이 콘텐츠 제휴와 검색 제휴를 심사한다. 풀단은 한국신문윤리위원회, 인터넷신문윤리위원회, 미디어다양성위원회, 여론집중도조사위원회 등 언론보도 관련 심사·평가를 진행하는 기관·위원회와 일정 요건을 갖춘 언론사가 운영하는 독자·시청자위원회의 전직 위원으로 비공개 구성된다. 제휴 심사는 매년 1회 진행되며 정량평가와 정성평가를 각각 50점으로 평가한다. 매 심사

시 위원은 교체한다. 운영평가위원회는 기존 네이버 제휴 언론사를 대상으로 한 운영평가를 맡는다. 평가위원은 풀단에서 15명을 선정한다. 위원 선발 비율은 △교수·연구원 40% △전직 언론인 20% △법조인 20% △그 외 20% 등이다. 운영평가위원회는 제휴 언론사의 규정 준수 여부를 상시 모니터링하고, 매월 정기 회의를 열어 부정 평가 점수를 부과한다. 부정 점수를 2년간 유지해 10점이 누적될 경우 해당 제휴 매체 계약을 해지한다.

이의심사위원회는 제휴 심사 및 운영 평가 결과에 이의가 접수되면 심의를 진행한다. 언론사는 독립적으로 구성된 이의심사위원회를 통해 절차 위반, 오류, 소명 누락 사항 등 이의를 신청할 수 있다. 제휴위는 오는 3월부터 뉴스 콘텐츠와 검색 제휴 신규 신청 접수를 시작한다. 이후 4월 제휴 심사를 시작하며, 5월부터는 기존 입점 제휴 매체를 대상으로 운영 평가를 진행한다고 밝혔다. 심사 결과 발표는 오는 3~4분기에 이뤄질 전망이다.

제휴·운영평가 항목		
1. 정량평가 주요 항목 (50점)		
항목	배점	
A. 자체 생산 기사 기본 비율	5점	
B. 자체 생산 기사 비율 초과	15점	
C. 월 최소 기사 생산량	5점	
D. 기획·심층·탐사 보도 기사 제출 건수	4점	
E. 기자 1인당 기사 생산량의 적정수준	8점	
F. 허위 사실로 인한 법원의 판결	5점	
G. 언론윤리강령 제정·준수	2점	
H. 기본 운영요건 준수	2점	
I. 이용자위원회 운영 및 이용자 불만 처리 절차	2점	
J. 정정·반론 보도 영역 구성	2점	
K. 기사 및 서비스의 품질 부정 평가 접수	최대 10점 감점	
2. 정성평가 주요 항목 (50점)		
항목	상세내용	배점
A. 객관성	사실 검증과 사실/의견 분리	2점
	출처·취재원의 투명성	2점
	제작 정보 표기	1점
	사회적 의제 및 여론 형성	2점
B. 공익성	선정적·자극적 보도 제한	2점
	피해자 보호	1점
C. 균형성, 불편부당성	보도의 균형	2점
	반론 기회 부여	2점
D. 다양성	약자·소수자 입장 배려	2점
	의제와 시각 다양성	2점
E. 지역성	(지역 언론사) 해당 지역의 주요 의제·현안·생활 정보를 폭넓고 깊이 있게 보도	4점
	(전국 언론사) 지역의 사건·사고·재난 보도에만 치우치지 않고 해당 언론사의 특성에 맞게 지역 사회의 다양한 이슈를 보도	
	기사의 완결성	1점
	전재·번역 보도의 투명성 등 후속조치	1점
F. 완결성	새로운 사실 발굴	2점
	완성도 높은 구성	2점
	깊이 있는 맥락	2점
	입체적인 취재 및 균형성	2점
G. 기획·심층·탐사 보도	공익적 성과	2점
	기사 가독성·사용성 저해 광고	2점
	기사 오인 광고	2점
	기사에 판매 정보 의도적으로 노출	2점
H. 광고윤리	선정적·폭력적·사행성 조장 등 유해한 광고	2점
	기사와 광고 영역 명확하게 구분	1점
	기만 및 과장 광고	1점
	웹페이지 내에서 기사 이용 편의성	2점
I. 이용자 편의성	인포그래픽, AI 기술 등 기사 품질 향상	2점
	인원접수, 불만처리 등 이용자 보호권 리 보장	1점
3. 기존 제휴 언론사 평가 항목		
품질 평가 항목	부정 평가 점수	
기사 신뢰성	A. 허위 사실로 인한 법원의 판결	2점
	B. 과장·왜곡 및 이용자 오인 유발 기사	0.5점
	C. 작성자 식별 정보가 허위이거나 없는 기사	1점~4점
	D. AI 기술 생성·활용 표시 의무 위반	0.5점
	E. 기사 및 광고의 선정성	1점
이용자 경험	F. 기사 보기 방해·가독성 저해 광고	0.5~2점
	G. 기술 안정성	0.5~2점
공정한 유통	H. 이용자 경험 방해(강제 이동·히스토리 조작 등)	0.5~2점
	I. 동일 URL 콘텐츠 바뀌기(동일 URL 기사의 부정 수정)	1.5점
	J. 중복·유사 기사 재전송(부당 전송)	1.5점
	K. '주요뉴스' 영역의 오용(광고·선정적 기사 제목의 배치, 클릭베이트)	0.5~2점
상업적 오용과 이해관계 은폐	L. 특정 검색어/키워드 남용을 통한 노출 조작	1.5~2점
	M. 합의되지 않은 카테고리 기사 전송	0.5~1.5점
	N. 계약 미포함 언론사 기사의 전송	2점
	O. 저작권 침해	1~2점
	P. 기업 등에 부당한 이익 요구	10점
	Q. 유가 기사 전송	1.5점
	R. 광고성 상품 및 서비스 정보 명시	0.5~1점

디지털협, ‘언론사-AI 기업 간 바람직한 뉴스 이용 계약’ 세미나 개최

신문협회 산하 디지털협의회(회장 신한수 서울경제 전략기획실 부국장)는 오는 19일 오후 3시 한국프레스센터 20층 내셔널프레스클럽에서 ‘저널리즘과 AI, 상생을 위한 뉴스 데이터 제공 계약’ 세미나(표)

를 개최한다. 이번 세미나는 언론사·AI 기업 간 공정한 뉴스 이용의 원칙을 제시하는 표준계약서를 발표하고, 해외 분쟁 사례와 정책 동향을 공유함으로써 국내 언론사의 현실적 대응 전

략을 제시하기 위해 마련됐다. 세미나는 김위근 퍼블리시 최고연구 책임자의 ‘언론사·AI 기업 간 뉴스 이용 계약 가이드라인’ 발표에 이어, 언론·법조·정관계 전문가들의 지정 토론이 이어진다.

사회	홍성철 경기대 미디어영상학과 교수	
발표	언론사-AI기업 상호보전을 위한 뉴스 콘텐츠 이용 방안	신한수 한국신문협회 디지털협의회 회장
	언론사-AI기업 간 뉴스 이용 계약 가이드라인	김위근 퍼블리시 최고연구책임자
지정 토론	글로벌 시대 뉴스 저작권 분쟁의 현재와 향후 전망	양진영 법무법인 민후 변호사
	뉴스데이터 공정이용을 위한 언론사의 실무 대응 방안	이광빈 연합뉴스 시콘텐츠 부장
	AI 시대 뉴스 저작권 보호를 위한 정책·제도 정비 방향	최영진 문화체육관광부 저작권정책과장

日 아사히신문, '클릭 수'에서 '독자 만족도'로 기사 성과 지표 전환

세계신문협회는 지난 2월 4일 일본 아사히신문의 독자 만족도 분석 시스템인 '아사-디지털 스코어'를 소개했다.

독자 성과 지표 변경: 구독 전환율→ 독자 만족도

아사-디지털 스코어는 2016년에 도입된 아사히신문의 최초 독자 데이터 분석 프로그램인 호타루(Hotaru)를 기반으로 2022년 도입됐다. 호타루는 사용자 활동을 분석하고 보고하는 내부 시스템이다. 이는 독자 규모를 측정하는 데에는 효과적이었지만, 독자규모나 페이

아사히 디지털 평가 시스템 '아사-디지털 스코어' 개발 기사 완독률·저장 수·40세 미만 독자 비중 등 지표 측정

지 수만으로는 기사가 '얼마나, 어떻게' 읽히는지 알 수 없었다. 이후 아사히신문은 '구독 전환율'에서 '독자 만족도'로 지표를 전환해 독자들이 기사에 만족하는지, 또 만족도를 높이기 위해 무엇을 해야 하는지를 파악하고자 했다.

데이터에 기반한 '독자 만족도' 측정

아사히신문의 디지털 평가 시스템은 단순한 클릭 수를 측정하는 게 아니라 기사가 어떻게 읽히는지를 측

정했다. 아사-디지털 스코어는 △기사 완독률 △기사 저장 횟수 △40세 미만 독자 비중 △유료 구독자의 페이지뷰 등 여러 지표를 결합해 100점 만점 척도로 측정한다. 이러한 지표들은 기자들이 기사 성과를 이해할 수 있도록 차트로 시각화했으며 모든 기사는 해당 데이터에 접근할 수 있다. 아사-디지털 스코어는 이제 뉴스룸의 일상적인 업무의 일부가 됐다. 뉴스룸 팀은 정기 회의에서 이 도구를 활용해 기사를 검토하

며, 기사가 목표 독자에게 제대로 도달하고 있는지 확인한다.

아사-디지털 스코어를 보완하기 위해 아사히 신문은 1만 명의 유료 구독자를 대상으로 설문조사를 실시해 그들의 요구를 파악한다. 이를 기반으로 △정보 탐색형(Information seeking, 정보를 찾고 비교·확인하는 데 적극적으로 여러 채널을 활용하는 성향) △감정 주도형(emotion-driven, 합리적 사고보다 감정 상태에 따라 행동

하고 의사 결정하는 성향) △행동 주도형(action-driven, 계획이나 생각에 머물지 않고 즉각적이고 구체적인 행동을 통해 결과를 만들어 내려는 성향) 등 독자들을 여러 범주로 세분화했다.

이후 아사히신문은 약 40종에 달하는 뉴스레터를 카테고리별로 분류한 후, 아사-디지털 스코어와 독자의 성향·요구에 적합한 뉴스레터를 선정했다. 이러한 전략을 뉴스레터에 도입한 후, 아사히신문은 지난 1년간 유료 구독자들의 참여(댓글, 기사 공유 등)가 18% 높아졌으며 지난 2년간 구독해지율은 10% 감소했다.

영국에서 AI가 인용한 기사는 BBC·가디언에 집중

뉴스는 생성형AI 응답에서 가장 많이 사용되는 출처(40%) 4개 생성형AI에서 인용된 기사 평균 32%는 하나의 언론사에 의존

미디어 전문 매체 프레스가제트는 지난 1월 30일 생성형AI 답변의 출처가 소수의 대형 언론사에 의존하고 있다는 연구 결과를 공개했다. 이는 영국 싱크탱크인 공공정책연구소(IPPR)가 공개한 'AI가 전하는 뉴스(AI's Got News For You)' 보고서의 핵심 내용이다.

IPPR은 지난해 10~11월 4개의 생성형AI(구글 제미니, 구글 AI 오버뷰, 챗GPT, 퍼플렉시티)에서 무작위로 생성된 100개의 뉴스 검색어에 대한 응답 결과를 분석했다. 응답 결과에는 2,500개 이상의 링크가 포함됐다.

하지만 분석 대상은 AI 답변 하단에 있는 링크가 아닌, 본문 내 인용된 뉴스의 출처를 대상으로 했다.

언론사 뉴스, AI 응답 출처 1위

보고서에 따르면 생성형AI 응답에서 가장 많이 사용되는 출처(표)는 언론사 뉴스(40%)인 것으로 나타났으며, 정부 웹사이트(23%), 기업(17%)이 뒤를 이었다. 또한 각 AI에서 인용된 기사의 평균 32%는 하나의 언론사에 의존했다(영국 상위 10대 뉴스 기업 기준). 구글 AI 오버뷰와 퍼플렉시티에서 가장 많이 인용된 뉴스 출처는 BBC로 각각 53%, 36%를 차지했다.

제미니와 챗GPT에서 가장 많

AI 도구 응답에 사용되는 출처 순위

출처	비율
언론사 뉴스	39.45%
정부 웹사이트	22.97%
기업	17.01%
비영리기관	8.84%
위키피디아	3.25%
학계	1.45%
소셜미디어	0.58%
기타	6.45%

이 인용된 출처는 가디언으로, 각각 53%, 58%였다.

허가 없이 사용되는 뉴스 콘텐츠

특히 BBC는 대규모 언어모델

(LLM)의 AI 크롤러를 차단하고 있음에도 불구하고 퍼플렉시티에서 가장 많이 인용되고 있었다. 이에 BBC는 지난해 6월 "허가 없이 콘텐츠를 사용한 것에 대해 퍼플렉시티를 상대로 소송을 제기하겠다"고 밝힌 바 있다. 가디언은 오픈AI와 계약을 맺고, 챗GPT에서 자사의 기사를 짧은 요약이나 기사발췌 형태로 사용할 경우 출처를 표기하도록 했다.

IPPR은 "AI 기업과 언론사 간의 계약 관계가 AI 답변에 어떤 영향을 미치는지에 대한 조사가 필요하다"

다"며 "AI 답변에서 라이선스(이용료 등 지급) 계약 언론사의 콘텐츠가 더 두드러지게 나타난다면, (AI와 라이선스 계약을 맺기 어려운) 소규모 및 지역 언론사들은 배제될 위험이 있다"고 지적했다.

AI 뉴스 콘텐츠에 투명성 요구

보고서는 또 이용자들에게 AI의 답변 출처가 무엇인지 알리는 "AI 뉴스 콘텐츠에 대한 표준화된 '영양 성분표(nutrition labels)'를 도입할 것"을 촉구했다. 이는 "AI 도구가 어떤 언론사를 인용할지 선택하는 방식에 대한 투명성이 부족해, 이용자들이 자신도 모르는 사이에 특정 언론사들의 뉴스만 접하게 될 수 있기 때문"이다.

첫 방문자를 '충성 독자'로 만드는 방법... "7일 내 재방문 유도할 것"

세계신문협회는 지난 2월 13일 지역 뉴스 사이트를 처음 방문한 독자를 7일 이내에 다시 방문하게 만드는 전략을 소개했다. 이는 뉴욕타임스의 AI 이니셔티브팀 소속인 테레사 몬드리아 테롤이 '컬럼비아 저널리즘 스쿨' 산하 '브라운 미디어 혁신 연구소'와 한 지역 언론사와 협업해 진행한 프로젝트의 결과이다.

테롤은 독자 충성도를 구축하는 '퍼널(Funnel)의 첫 단계', 즉 재방문을 유도하는 요인이 무엇인지 파악하는 데 주력했다. 데이터가 제한적인 지역 언론사의 한계를 극복하기 위해 1년 치 전체 데이터를

활용했으며, 이를 장기적으로 실행 가능한 형태로 표준화했다. 분석 데이터에는 사용자 위치, 접속기기, 브라우저 운영체제(OS), 스크롤 비율, 참여 시간, 클릭 수 등 표준 참여 지표가 포괄적으로 포함된다.

재방문을 예측하는 4가지 핵심 요인

연구 결과, 첫 방문자의 재방문 가능성을 높이는 핵심 지표는 △기사 소비량 △기기별 이용 행태 △'깊이 있는 읽기'와 '연속 소비' △지리적 밀착성 등 4가지로 요약됐다.

첫째, 재방문을 예측하는 데 중요한 것은 단순 페이지뷰(PV)가 아니라 방문자가 '읽은 기사의 수'이

다. 첫 방문에서 3~4개의 기사를 읽은 독자는 재방문 확률이 비약적으로 높아졌다.

둘째, 기기별 이용 행태의 경우 데스크톱 기기에서 여러 기사를 소비하는 방문자가 재방문 가능성이 컸다. 이는 집에서 편안하게 브라우징하며, 홈페이지 구성구성을 둘러보는 '탐색형 독자'의 특성을 반영한 것이다.

셋째, 체류 시간이나 스크롤 비율은 (재방문 가능성의) 긍정적인 지표지만, 이것만으로 재방문을 확신할 수는 없다. 특정 기사 하나에만 긴 시간을 쏟고 떠나는 '일회성 독자(one and done)'가 존재하기

때문이다. 따라서 '깊이 있는 읽기'는 반드시 '여러 기사 소비'와 결합해야 의미를 가진다.

마지막으로 방문자의 유입 지역이 언론사의 기반 지역과 일치할수록 재방문 가능성이 더 높게 나타났다.

테롤은 또 재방문에 부정적 영향을 미치는 요소도 설명했다. 예를 들어, 소셜 미디어에 접속할 때 나타나는 팝업창을 통해 유입된 방문자나 모바일 기기를 통해 접속하는 사람들은 재방문할 가능성이 더 낮았다.

테롤은 연구 결과를 바탕으로 몇 가지 전략을 제시했다. 단 두 개의

콘텐츠만 소비해도 기사 하나만 읽은 경우보다 7일 이내 재방문율은 두 배나 높았다는 점을 들어, 그는 "처음 방문한 사용자가 한 페이지를 더 읽도록 유도할 수 있다면 이미 습관을 만들어낸 셈"이라며, "처음 사이트를 방문하게 된 이유 외에도 다른 것에도 관심을 갖도록 만든다면 충성 독자로 연결시킬 수 있다"고 말했다.

따라서 유입 경로가 된 기사 외에도 다른 주제에도 관심을 갖게 유도하는 것이 중요하며, 맛보기 콘텐츠 제공, 일일 팟캐스트 제안, 개인화된 추천 기능 등이 효과적인 방안으로 제시됐다.

회원사 동정

경기일보, '화성특례시장기 전국리틀야구대회'

경기일보(발행인 신항철)는 화성특례시체육회와 공동으로 오는 5일부터 16일까지 12일간 화성드림파크에서 '제9회 화성특례시장기 전국리틀야구대회'를 개최한다. 이번 대회는 국민적 관심이 높은 리틀야구의 활성화와 인재 발굴 및 육성을 위해 마련한 행사로, 전국 리틀야구단 107개팀이 참가한다. 문의는 한국리틀야구연맹 사무처 (031-358-8829~30).

경남신문, '제22회 창원야철마라톤대회'

경남신문(발행인 이종봉)은 오는 4월 12일 창원스포츠파크에서 열리는 '제22회 창원야철마라톤대회' 참가자를 선착순 4,000명 모집한다. 대회 종목은 △10km △3km 건강 달리기이며 참가비는 각각 3만 원, 2만 원이다. 공식 홈페이지(www.kcmarathon.co.kr)에서 신청 가능하며 문의는 창원야철마라톤대회 사무국 (055-210-6103).

매일경제, 대학생·대학원생 경제논문 공모전

매일경제(발행인 장승준)는 오는 20일까지 '제40회 대학(원)생 경제논문 공모전' 참가자를 모집한다. 주제는 △산업 경쟁력(헬스·레저·

스포츠 포함) △국제 통상 △창업·중소기업 △신기술 △금융(은행·보험) △자본시장(증권) △고용 등 7개 부문이다. 시상 부문은 최우수작(500만 원), 우수작(200만 원),佳作(100만 원)이다. 분량은 200자 원고지 50장 안팎이며, 문의는 02-2000-2312.

영남일보, CEO아카데미 31기 모집

영남일보(발행인 손인락)는 대구·경북지역 오피니언 리더를 위한 CEO 아카데미 31기 회원을 모집한다. 영남일보 CEO아카데미는 약 3천여명의 동문 조직을 바탕으로 회원들의 능력과 경쟁력을 향상시킬 수 있도록 지원한다. 운영은 1학기 3~6월, 2학기 9월~11월로 1년 과정이다. 수업 시간은 매주 화요일 오후 6시며 수강료는 350만 원이다. 문의는 053-757-5105.

전북일보, '한국독립운동의 민족정신사적 의의'

전북일보(발행인 서창훈)는 오는 13일 임실문화원 강당에서 3.1운동 당시 민족대표인 박준승 선생 추모 문화행사 및 학술 강연토론회 '한국독립운동의 민족정신사적 의의'를 개최한다. 이 행사는 독립운동가들의 애국과 충절을 기리고 애국심을 함양하기 위해 마련됐다. 행사 프로그램은 △3·15 임실 청웅만세운동 기념식 △추모 문화공연 △

재현행사 기념식 △학술 강연토론회이다. 문의는 (사단법인)사선문화재단위원회 사무국(063-643-3988).

전자신문, 'AI 기본법 시행 이후, 공공AX 전략과 실행' 세미나

전자신문(발행인 강병준)은 오는 12일 잠실 한국광고문화회관 2층 대회의실에서 'AI 기본법 시행 이후, 공공 AX 전략과 실행' 실무세미나를 개최한다. 이번 행사에서는 AI 시범 사업을 추진 중인 실무담당자를 대상으로 AI 기본법 대응 계획 수립을 위한 구체적인 로드맵과 실전 노하우를 제시한다. 참가 대상은 공공 AI 담당자 및 공공 AX에 관심있는 실무자이며, 참가비는 사전등록 264,000원, 현장등록 297,000원이다.

조선일보, '2026 사회공헌대상' 공모

조선일보(발행인 홍준호)는 오는 6일까지 '2026 사회공헌대상' 수상자를 공모한다. 사회공헌대상은 기업·기관들의 모범적인 사회공헌 활동을 발굴해 나눔 문화를 확산시키기 위해 마련된다. 시상 부문은 △학술교육 △사회복지 △자원봉사 △지역사회발전 △공유가치 창출 △ESG △환경보전 등 15개 부문이다. 시상식은 오는 25일 코리어나호텔에서 진행되며 문의는 뉴미디어전략부 보도제작팀(02-365-4613).

인사

한국경제 새 발행인에 조일훈 편집인 상무이사



한국경제는 지난 2월 26일 이사회를 열어 새 발행인에 조일훈 편집인 상무이사 겸 논설위원실장(사진)을 선임했다.

학력 △서울대학교 정치학과
약력 △한국경제 경제·증권·산업부장 △편집국장 △편집인 상무이사 겸 논설위원실장

서울경제, 월 구독료 2만 5,000원으로 인상

서울경제(발행인 손동영)는 3월 1일자부터 신문 구독료를 현행 2만 원에서 2만 5,000원으로 인상했다. 한 부당 가격



로 조정했다. 이번 구독료 인상은 지난 2019년 이후 7년 만이다. 서울경제는 최저임금·원자재 등으로 인상했다. 한 부당 가격 값·배달비 등의 상승으로 구독료를 인상한다고 밝혔다.

일간신문 및 뉴스통신 기사 78건, 광고 33건 주의 결정 신문윤리위 2월 심의 결과

신문윤리위원회(이하 윤리위)는 지난 2월 11일 제1,005차 회의를 열고 신문협회 회원사의 기사를 열고 신문협회 회원사의 기사를 열고 신문윤리위원회의 위반으로 각각 '주의'

결정을 내렸다(표). 심의결정에 관한 보다 자세한 내용은 윤리위 홈페이지(www.ikpec.or.kr)에서 확인할 수 있다.

2월 기사 및 광고 심의 현황

구분		건수	
일간신문 및 통신	기사	주의	78
		경고	0
	광고	주의	33
		경고	0
온라인 신문	기사	주의	222
		경고	0
	광고	주의	69
		경고	0

신문협회보	
발행인	임채정
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.