



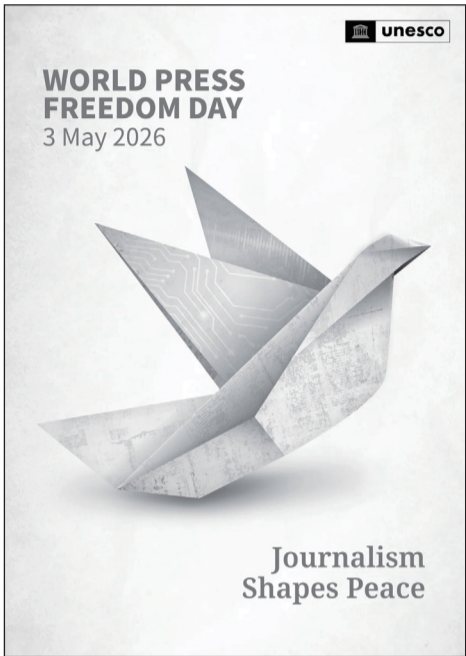
읽는 사람이 세상을 이끈다 Readers are Leaders

“자유 언론은 평화로운 미래 구축 기반”

유네스코, 세계 언론자유 날 맞아 언론 가치 조명

5월 3일은 유네스코(UNESCO)가 지정한 ‘세계 언론자유 날(World Press Freedom Day)’이다. 해마다 유네스코는 세계 언론자유 날을 기념해 언론자유 기본 원칙을 상기시키고, 각 국가의 언론자유 침해 현황을 조사하는 한편, 언론자유를 위해 목숨을 잃은 언론인을 추모해 왔다.

제33회를 맞은 올해 세계 언론자유 날 주제는 ‘평화로운 미래 구축(Shaping a Future at Peace): 인권·발전·안보를 위한 언론자유 증진’이다. 허위정보 확산과 민주주의 위기 속에서 자유롭고 독립적인 언론이 시민사회를 지키는 핵심 기반임을 강조하는 메시지를 담고 있다.



2026 세계 언론자유 날 포스터. 저널리즘의 상징인 신문으로 평화·자유를 나타내는 비둘기를 형상화해, 신뢰할 수 있는 저널리즘이 평화를 만든다는 메시지를 표현했다.

글로벌 캠페인

유네스코는 5월 3일 전후로 언론자유 날을 기념하는 다양한 프로그램을 전개했다. 먼저, 글로벌 캠페인의 일환으로 “언론은 평화를 만들어갑니다”를 카피라이터로 한 기념 포스터(사진)를 6개 언어로 제작해 공개했다. 또 소셜미디어에 “평화는 진실에서 시작됩니다. 신뢰할 수 있고 검증된 정보에 대한 접근은 선택 사항이 아니라, 평화롭고 정의롭고 회복력 있는 사회를 건설하는 데 필수적인 요소입니다”라는 문구와 해시태

그(#WorldPressFreedomDay #PressFreedom)를 게시하는 캠페인도 실시했다.

국제기구 공동성명

유엔과 유네스코 등 국제기구 집행부는 세계 언론자유 날 공동성명을 발표하고 표현의 자유가 인권, 개발 및 평화의 초석이라는 공동의 의지를 강조했다. 공동성명에는 유

네스코 총회 의장, 유엔 총회(UNGA) 의장, 유엔 경제사회이사회(ECOSOC) 의장, 인권이사회(HRC) 의장 및 유네스코 집행이사회 의장이 서명했다. 공동성명은 “사상과 지식, 문화의 자유로운 흐름이 세계 평화의 길을 연다는 믿음은 모든 유엔 활동의 핵심 원칙”이라며 “이러한 흐름은 모든 개인의 의견과 표현의 자유 없이는 존재할 수 없다”고 강조했다. 이어 “언론인은 정확하고 시의적절하며 사실에 기반한 정보를 제공함으로써, 증오와 폭력을 부추길 수 있는 허위정보와 유해 콘텐츠를 줄인다”며 “유엔은 평화,



세계 언론자유 날 콘퍼런스 공식 엠블럼. 비둘기와 펜을 통해 언론자유와 평화의 가치를 상징적으로 표현했다.

회복력 및 민주적 거버넌스의 동력으로서 언론 자유를 수호하고 증진하는 데 확고한 태도를 유지할 것”을 약속했다.

공동성명은 또 “디지털 플랫폼과 신기술의 역할이 확대되는 급격한 기술 변화의 시대에 언론 자유를 수호하는 것은 그 어느 때보다 시급하다”고 밝힌 뒤, “언론인이 안전하고 독립적으로 일할 수 있고, 법률이 미디어 자유를 제한하기보다는 보호하며, 정보 생태계가 분열보다는 대화를 촉진하도록 보장할 것”을 촉구했다.

세계 언론자유상·콘퍼런스

해마다 언론자유에 기여한 개인이나 단체에 수여하는 ‘유네스코/기예르모 카노 세계 언론자유상’ 시상

식은 지난 4일 파리 유네스코 본부에서 열렸다. 올해는 언론인에 대한 폭력과 강제이주, 심각한 취재 제약 속에서도 국내외에서 사건을 보도한 수단 언론인들을 대표해 ‘수단 언론인협회(Sudanese Journalists Syndicate·SJS)’가 수상했다.

압둘모넴 아부 이드리스 알리(Abdul-

Moneim Abu Idris Ali) 수단 언론인협회 회장은 수상 소감에서 “오늘날 수단의 저널리즘 활동은 폭력 속에서 이뤄지고, 망명지에서 제작되며, 개인의 안전과 삶의 안정, 때로는 목숨을 걸고 진행되고 있다”며 “자유로운 언론 활동을 수호하고, 언론인 공격에 대한 감시 활동을 지속하겠다”고 말했다.

한편, 4일 잠비아 루사카에서는 유네스코가 주관하는 언론자유 날 기념 특별콘퍼런스가 열렸다. 콘퍼런스에서는 △언론자유·평화·안보·경제발전 △디지털 전환·인공지능(AI)·정보 신뢰성 △미디어 지속가능성·다원성·포용성을 주제로, 언론자유 수호와 지속가능한 미디어 생태계 구축 방안 등이 논의됐다.

2026년 NIE 패스포트 신청하세요

신문협회는 전국 초·중·고등학교 학생들을 대상으로 ‘2026 신문으로 만나는 K컬처’ NIE(신문활용교육) 패스포트’를 무료 배포한다.

NIE 패스포트는 신문 기사를 읽고 주어진 활동 과제를 수행함으로써 초·중·고등학생들의 문해력(文解力·글을 읽고 이해하는 능력)을 높이고 비판적·창의적 사고와 문제 해결 능력을 향상하기 위한 NIE 워크북이다. 올해는 K팝·K푸드 등 ‘K컬처’가 대한민국을 대표하는 브랜드로 자리매

김하고 있는 만큼 ‘한류’의 탄생, 한국 브랜드의 가치, 지속 가능한 K컬처를 위한 제안 등을 교육 주제로 제작한다. 판형은 기존 책자(A4)사이즈에서 타블로이드판으로 변경한다.

신청접수는 오는 26일 10시부터 협회 홈페이지(www.presskorea.or.kr)에서 받는다. 모집인원은 초·중·고 각각 3천 명이다(선착순). 학생 1명당 1부씩, 단체 신청은 학교당 최대 50부까지 신청할 수 있으며, 추가로 필요한 경우는 협회 사무국과 협의하면 된다.

학생들은 패스포트에 제시된 12개의 활동 과제를 신문 지면이나 신문사 사이트에서 관련 자료를 찾아 수행한 후 9월 30일까지 신문협회에 제출하면 된다.

수상자는 상장 및 총 890만 원의 상금을 받는다. 수상자는 대상(3명) 100만 원, 최우수상(3명) 50만 원, 우수상(6명) 30만 원, 장려상



2026 NIE 패스포트. 왼쪽부터 초등, 중등, 고등용.

(30명) 5만 원을 각각 받는다. 올해부터 지도교사상(3명, 20만 원)과 참가상(100명, 5천 원 상당의 기프티콘)도 신설했다.

이번 NIE 패스포트는 한국언론진흥재단이 후원한다.

협회 창립기념 발행인 세미나

6월 11~12일 목포에서 개최
신문협회는 오는 6월 11~12일(목~금) 호텔현대 바이 라한 목포(구 현대호텔)에서 협회 창립기념 발행인 세미나를 개최한다.



INMA 2026 총회 참관기 ...“모든걸 다 바꿔라, 가능한 빨리!”

기고

이희권

중앙일보 모바일사업본부
글로벌머니클럽팀 기자



지난 5월 4~8일 국제뉴스미디어 협회(INMA)가 주최하는 2026 세계뉴스미디어총회가 독일 베를린에서 열렸다. 뉴스 산업이 단순히 인공지능(AI)을 받아들이는 수준을 넘어 이제 조직의 전반적 ‘운영체제(OS)’까지 새롭게 다시 설계해야 하는 변곡점에 와있다는 걸 뼈저리게 느꼈다. 올해 총회는 96년 역사상 처음으로 개막 39일 전에 모든 입장권이 매진됐다고 한다. 거대한 파도 앞에 선 언론 산업의 절박함은 올해 전 세계 274개 언론사에서 파견한 960명의 총회 참석자 중 60%가 21세에서 44세 사이였다는 데이터 숫자로도 드러났다. 총회에 참석했던 21세~44세 사이 기자 중 한 명으로서, 미흡하지만 조금이라도 실마리를 찾길 바라는 마음으로 용기 내어 몇 가지 경험을 적어본다.

이번 총회에선 ‘AI 시대, 언론사는 어떻게 변화할 것인가’ 따위의 한가한 질문들은 더 이상 나오지 않았다. “왜 바뀌어야 하는가”, “어떻게 바뀌어야 하는가” 하는 기존의 배부른 고민들은 이제 “기존 모델이 쓸모 없어지기 전에 얼마나 빠르게 다음 운영모델을 구축할 수 있을 것인가” 하는 실전형 질문으로 날

카롭게 진화했다.

무엇보다 자율적인 ‘에이전틱(Agentic) AI’가 뉴스 생태계를 지배하는 시대가 찾아오면서 빅테크의 플랫폼은 이제 뉴스 유통의 고속도로는 물론, 콘텐츠를 직접 소비하고 요약하는 목적지 자리까지 차지하게 됐다. 언론사들 역시 더 이상 단순히 뉴스 콘텐츠 생산을 둘러싼 고민으로는 경쟁할 수 없는 처지가 된 것이 사실이다.

재설계(Rewire)

이미 글로벌 미디어 리더들은 3가지 키워드를 중심으로 자신들의 언론사 OS를 생존형 시스템으로 재설계하고 있었다.

①**이제 문제는 속도다** 인도 유력 일간지 힌두스탄 타임스(HT)는 이미 자사 개발 코드의 97.4%를 AI 에이전트가 생성하고 있다. 이를 통해 월 170만 줄이 넘는 코드를 생성하며 엔지니어링 속도 자체를 바꾸고 있다. 이제 중요한 건 AI 도입 여부가 아니라, 얼마나 빨리 실행하느냐 여부다. 속도가 생존을 결정한다.

②**기존 조직 문법 파괴** 독일 일간지 타게스슈피겔(Tagesspiegel)은 기존의 편집, 광고, 영업 등 기능별 부서 체계를 허물고 오디언스(Audience)·전환(Conversion)·인게이지먼트(Engagement)라는 3가지 미션 중심의 팀으로 조직을 완전히 재편했다. 이들 조직은 각



지난 6일(현지시간) 독일 베를린 약시카 컨벤션 센터에서 열린 국제뉴스미디어협회(INMA) 총회에서 얼 윌킨슨 INMA CEO가 ‘뉴스 브랜드의 미래’를 주제로 강연에 나서고 있다.

각 트래픽 성장과 구독 전환, 독자를 업무의 중심에 놓고 일한다. 해당 구조 아래에서 모든 팀은 나란히 앉아 근무하며 편집국을 중심으로 각 조직이 연결된다. 과거 부서마다 달랐던 KPI(핵심성과지표)도 새 조직에선 모두가 똑같이 공유한다. 과거 베를린 지역 4위 신문에 머물렀던 타게스슈피겔은 현재 베를린 1위 일간지이자 독일에서도 전국적인 영향력을 갖춘 매체로 성장했다.

③**슈퍼 유저** 상당수 언론사에서 구독자의 단 1%가 전체 수익의 최대 81%를 창출하는 현상이 나타났다. 이들 ‘슈퍼 유저’를 만족시키기 위해 일부 언론사들은 이미 구독과 광고 조직을 하나의 통합시스템으로 운영하기 시작했다.

우린 어디까지 바꿀 수 있나

올해 베를린 총회에서 제시된 사례는 우리 신문업계에도 당장 적용이 가능한 몇 가지 힌트를 던져준다.

①**하이퍼 로컬** 독일 최대 디지털 미디어 그룹 이펜(Ippen)은 하루에 1,000건이 넘는 초(超)지역 밀착 기사를 생산해 100만 회 이상의 조회수를 기록했다. AI를 취재 아이템 선정과 기사 생산에 적극적으로 도입해 100명 단위의 지역 타운홀 모임까지 뉴스로 다룰 수 있었다고 한다. 글로벌 빅테크가 넘볼 수 없는 해상도의 초정밀 지역 밀착 저널리즘이 한국에서도 강력한 해자가 될 수 있음을 시사한다.

②**구독 모델은 유연하게** 워싱턴 포스트는 페이지월에 부딪힌 독

자 중 상당수가 현재의 구독 시스템을 거부하고 있다는 점에 착안해 기사 건당 결제, 일일권 등 유연한 접근법을 도입해 유료 구독 전환율을 20% 높였다. 한국에서도 중앙일보를 시작으로 조선일보와 매일경제, 한국경제 등이 디지털 유료 멤버십 모델을 도입했지만 ‘전부 아니면 전무(All or Nothing)’ 식의 딱딱한 모델에 갇혀있을 필요는 없다.

③**조직의 틀을 깨라** 뉴욕타임스는 뉴스룸 내부에 100명 이상의 마케팅 인력을 배치해 저널리즘과 비즈니스 전략을 유기적으로 결합하기 시작했다.

물론 앞으로 많은 실험이 필요하겠지만 이는 그동안 우리 신문업계가 지켜왔던 편집과 경영의 엄격한 분리라는 전통적인 벽을 다시 고민하게 만든다.

당신은 어떤 인재인가요

무엇보다 언론사 인재 전략의 개념 자체가 바뀌었다는 게 외부에와 닿기 시작했다. 총회에서 대부분의 글로벌 언론사들이 “앞으로 새로운 시스템을 자유자재로 받아들이지 못하는 사람은 채용하지 않을 것”이란 섬뜩한 경고를 던졌다. 기술은 아직 도구일 뿐이지만, 그 도구를 자유자재로 다루는 인재를 확보하고 조직의 문화를 바꾸는 것은 여전히 리더십을 쥐고 있는 사람의 몫이다.

독자 신뢰 확보가 신문광고 활성화의 핵심 열쇠

광고협 정기총회·세미나 개최

신문협회 산하 광고협의회(회장 손용석 한국일보 상무)는 지난 8일 용평 드래곤밸리호텔에서 정기총회와 세미나(사진)를 개최했다.

‘해의 사례로 살펴본 국내 신문광고 혁신 전략’을 주제로 열린 이날 세미나에서 문장호 숙명여대 홍보광고학과 교수는 “신문광고 활성화의 본질은 더 많은 광고 지면을 파는

것이 아니라, 더 신뢰할 수 있는 광고 생태계를 설계하는 것”이라고 강조했다. 문 교수는 “신문광고는 ‘신뢰받는 지면’이라는 강점을 가지고 있지만, 그 강점을 데이터와 거래 시스템으로 증명하지 못하고 있다”며 “신문의 신뢰성과 브랜드 가치를 기반으로 한 ‘프리미엄 미디어’ 경쟁력 확보가 중요하다”고 강조했다.

이어 “해외 언론들은 이미 AI와 독자 데이터를 활용해 광고 생태계를 재편하고 있다”면서 “발행부수가 아니라 실질 도달 오디언스·가시성(광고가 실제 화면 내 가시 영역에 표시되는 정도)·독자 관여도를 통합하는 새로운 성과 지표 도입이 필요하다”고 말했다.

세미나에 앞서 열린 정기총회에



지난 8일 용평 드래곤밸리호텔에서 열린 광고협의회 세미나에서 문장호 교수가 ‘해의 사례로 살펴본 국내 신문광고 혁신 전략’을 주제로 발표하고 있다.

서는 2026년 사업계획 및 예산안을 의결했다. 올해 광고협은 △신문협회 법원 경매공고 업무 대행 협력

△신문 광고 신뢰도 제고 및 혁신 전략 성공사례 공유 △정부광고비 신문 확대 방안 등을 모색한다.

기술협, 신문 인쇄·제작 개선 실무자 TF 가동

기술협의회(회장 김희준 세계일보 제작단 대표이사)는 지난 4월 20일 신문협회 회의실에서 실무자 TF(팀장 동아엠텍 장수용 부국장)(사진) 첫 회

의를 개최했다. TF에는 재경 회원사 인쇄·제작 부문 실무자 7명이 참여한다. TF는 이날 회원사 보유 운전기의 효율적 관리 방안, 체계적인 유지보

수 매뉴얼 구축, 최신 인쇄 기술 사례 공유 등을 주요 과제로 정하고, ‘신문 인쇄 기술 혁신 보고서(가칭)’ 발간 방안을 논의했다.



WP, 크리에이터와 손잡고 젊은 세대 공략

충성 독자층 보유한 소셜 크리에이터와 협업...전문성·영상 콘텐츠 강화

미국 일간지 워싱턴 포스트(WP)는 지난 4월 20일 소셜 비디오 분야의 영향력 확대를 위해 크리에이터 전용 파트너십 플랫폼인 'WP크리에이터(WP Creator)'를 공식 출시했다.

WP크리에이터의 목표는 소셜 미디어에서 충성 독자층을 보유한 크리에이터와 협력해 비디오 콘텐츠를 공동 제작하는 것이다. 이 플랫폼은 WP 뉴스룸과 분리해 독자적으로 운영한다.

WP크리에이터 첫 번째 시리즈 '숫자로 이야기해요(사진)'는 크리에이터 JC 로드리게스와 협업한다. JC 로드리게스는 길거리 인터

뷰 형식을 활용해, 자칫 딱딱할 수 있는 개인 재무 관리 지식을 Z세대의 눈높이에서 쉽고 흥미롭게 풀어내는 콘텐츠를 제작하고 있다. 해당 콘텐츠는 크리에이터 개인 소셜 채널과 WP크리에이터 전용 채널, 그리고 워싱턴 포스트의 영상 전용 뉴스 플랫폼 '워치 탭(Watch Tab)'에 동시 게시된다.

제작 방식은 WP가 기획 단계부터 참여해 뼈대를 잡아주고, 마지막 순간까지 사실 확인과 법적 검토를 수행하며 양질의 콘텐츠를 제작할 수 있도록 지원한다. 크리에이터들은 지적재산권과 고유의 창작



JC 로드리게스의 거리 인터뷰 장면

스타일을 그대로 유지하며, 파트너는 스폰서십 수익을 받는다. WP는 젊고 비디오 중심적인 '소

셜 네이티브' 세대가 머무는 플랫폼에 직접 진입해 양질의 콘텐츠를 제공한다. 특히 크리에이터가 개인 장비로 제작하므로 사내 비디오 조식을 구축하는 것보다 제작비가 훨씬 저렴하다. WP크리에이터는 현재 사업 초기 단계에 있으며, 향후 다양한 주제로 시리즈를 확장할 계획이다.

이번 프로젝트를 주도한 베테랑 언론인 사라 구(Sara Goo)는 WP 크리에이터가 기존 뉴스룸의 역할을 대체하는 것이 아닌, 전문성을 상호 보완하는 '전략적 파트너'임을 분명히 했다.

뉴스룸 전체가 '구독 엔진'...유럽 언론사의 수익 성장 전략

유럽의 미디어 전문 분석·컨설팅 매체 더픽스(TheFIX)는 지난 4월 21일 구독 수익 증가에 성공한 유럽 4개 언론사의 전략(표)을 소개했다. 이들 언론사는 설립 시기와 독자 규모는 다르지만 ①성장을 특정 부서가 아닌 조직 전체의 핵심 과제로 설정하고 ②구독 수익 조직을 분리하지 않고 전사적으로 협업하며 ③성과 지표와 데이터를 조직 전반에 통합한 점 등의 공통점이 확인됐다.

가디언

연간 1억 파운드의 적자로 파산 위기에 처했던 가디언은 "모든 것을 시도해야 한다"는 편집장의 결단 아래 10년 전 기사 하단에 후원 요청을 게시하기 시작했다. 10년이 지난 현재, 가디언은 페이지(Paywall) 없이도 130만 명의 정기 후원자를 확보했으며, 지난해 디지털 구독 수익만 1억 파운드(한화 약 1,996억 원)를 기록했다.

가디언은 특히 매년 세계 언론 자유의 날(5월), 기후 변화(여름), 연말 모금 등 언론사의 가치와 미션에 기반하는 연례 후원 캠페인을 진행해 지속적인 후원 명분을 제시했다. 또 독자에게 혼란을 주던 '기부'와 '구독' 버튼을 '우리를 지원해주세요(Support us)'로 단일화하고, 독자들이 자신에 맞는 후원 방식을 직접 선택하도록 했다. 후원 동기에 따라 '미션 중심 기부자', '프리미엄 앱 선호층', '라이프스타일(요리 앱) 독자'로 구분

언론사	특징	전략
영국 가디언(The Guardian)	204년의 역사, 130만 명의 후원자 보유	언론의 가치를 홍보하며 안정적 후원 확보
슬로바키아 데니크 N(Denník N)	설립 12년 만에 구독자 7만 5천 명 확보	성장을 조직 전체의 과제로 설정하고 대규모 캠페인 실행
핀란드 우시 주투(Uusi Juttu)	창간 15개월 만에 회원 2만 명 확보	클라우드펀딩을 통해 독자와의 결속을 강화하고 독자를 언론사 성장을 돕는 커뮤니티 구성원으로 유도
우크라이나 키이우 인디펜던트(Kyiv Independent)	4년의 역사, 2만 9천 명의 회원 보유	'구독자 수'라는 단일 목표에 집중하고, 매체의 가치를 독자에게 반복해 알리는 전략

해 맞춤형 접근을 시도하기도 했다. 가디언은 현재 800만 명인 등록 사용자 수를 최대 1,500만 명까지 확대하는 것을 최우선 목표로 삼고 있다.

데니크 N

데니크 N의 토마스 벨라(Tomas Bella) 최고 디지털 책임자는 조직 성장을 이끄는 두 가지 핵심 엔진을 제시했다.

첫 번째 엔진은 좋은 기사를 만들어두고 독자의 선택을 기다리는 수동적 방식에서 벗어나, 독자가 머무는 지점마다 독자 데이터를 분석해 맞춤형 혜택을 제시함으로써 방문자를 유료 회원으로 전환하는 '쇼핑몰형 영업 방식'이다.

두 번째 엔진은 구독을 단순한 상품 구매가 아닌 사회를 더 좋게 만드는 '투표'나 '후원'처럼 인식시키는 전략이다. 예를 들어, 슬로바키아의 낮은 EU 선거 투표율을 높이기 위한 전략으로, 국민들이 투표를 많이 할수록 구독료 할인폭이 커지는 이벤트를 실시했다. 뉴스 구독을 '사회를 바꾸는 시민 행

동'으로 격상시킨 것. 2025년 창간 10주년 기념 캠페인에서는 '아카이브 전면 공개(지난 10년 동안 축적된 유료 기사 공개)', '노인과 학생에 무료 구독 지원' 등 10가지 공약을 제시하고, 그 조건으로 '6주 내 신규 구독자 1만 명 확보'를 제시했다. 그 결과 4일 만에 목표를 조기 달성하고, 2주 만에 2만 4천 명 이상의 신규 구독자를 확보했다.

우시 주투

핀란드의 신생 디지털 미디어 우시 주투는 설립 15개월 만에 2만 명 이상의 유료 회원을 확보하며 멤버십 모델의 가능성을 입증했다. 우시 주투는 광고 없이 100% 회원 수익으로 운영되며, 전통적인 광고 영업 기능을 과감히 배제한 것이 특징이다. 특히 서비스 출범 전부터 클라우드펀딩 방식으로 1년 치 멤버십 비용을 선확보하며 신뢰를 구축했다. 이를 기반으로 2025년 1월 약 1만 2천 명의 구독자와 함께 런칭에 성공했으며, 이후 지속적인 성장세를 유지했다.

우시 주투는 신규 회원 확보가 절

실한 상황에서도 유료 광고를 집행하지 않고, 기존 회원에게 직접 도움을 요청하는 전략을 선택했다. "지속 가능한 성장을 위해 5,000명의 동참자가 필요하다"는 호소에 독자들이 자발적 홍보자로 참여했으며, 그 결과 21일 만에 1만여 명의 신규 회원을 확보하며 목표의 두 배를 달성했다.

특히 우시 주투는 기존 독자가 지인에게 공유해 새로운 구독을 끌어내면, 그 독자를 '앰배서더(Ambassador)'로 임명하고 특별한 혜택을 제공하는 '앰배서더 캠페인'을 만들었다. 우시 주투는 캠페인을 광고가 아닌 '솔직한 요청과 약속 이행의 과정'으로 여겼으며, 독자를 단순 소비자가 아닌 언론사의 성장을 함께하는 커뮤니티 구성원으로 전환했다.

키이우 인디펜던트

우크라이나의 독립 매체인 키이우 인디펜던트는 복잡한 데이터 분석보다 명확한 목표 설정과 진정성 있는 소통을 기반으로 성장 모델을 구축했다.

첫 번째 전략은 '지표의 단순화'이다. 고객생애가치(LTV), 가입자당 평균 매출(ARPU) 대신 '유료 회원 수'라는 단일 지표를 조직의 핵심 목표로 설정했다. 직관적인 목표 공유를 통해 조직의 에너지를 한 방향으로 집중시킨 것이다. 특히 주목할 점은 기사를 유료화하지 않고 모두에게 공개했음에도 브랜드 가치와 미션에 공감한 2만 7천 명 이상의 독자가 자발적으로 유료 회원으로 등록했다.

두 번째 전략은 '반복 설득'이다. 언론의 역할과 지원 필요성을 독자에게 지속적으로 반복 전달하는 것이 핵심 전략이다. 이는 복잡한 기술보다 명확한 목표와 반복적 메시지가 효과적인 수익 전략이 될 수 있음을 보여준다.

멤버십과 구독 패턴으로 본 미디어 성장 요인

언론사마다 캠페인 주기는 다르지만, 그 본질은 동일했다. 가디언은 연 3회의 정기 캠페인을 운영하고, 데니크 N은 빈도는 낮지만 파급력이 큰 대규모 캠페인을 전개하며, 우시 주투는 매체 운영 자체를 캠페인 중심으로 설계했다.

각 언론사는 성장을 특정 부서가 아닌 전사적 과제로 만들기 위한 장치를 마련했다. 데니크 N은 일일 성과 리포트와 투명한 보너스 체계를 통해 성과를 공개했으며, 가디언은 '공동 참여 지표'를 통해 뉴스룸 구성원 모두가 비즈니스 성과에 기여하고 있음을 공유했다.

“뉴스 개념의 두 기원은 권력감시와 여론형성”

언론학회 2026 봄철 정기학술대회

한국언론학회(회장 정성은 성균관대 교수)는 지난 8~9일 여수 엑스포컨벤션센터에서 ‘2026 봄철 정기학술대회’를 개최했다. 이번 학술대회는 ‘보다 이론적이고, 보다 실천적인 언론학’이라는 대주

제로, 총 68개 세션 148개 발제가 진행됐다. ‘정치커뮤니케이션 및 저널리즘 세션’에서 이준웅 서울대 언론정보학과 교수는 ‘뉴스 개념의 두 기원(사진)’에 대해 발제했다. 이 교

수는 “초기 뉴스 개념의 첫 번째 기원은 ‘감시’로, 신문의 서비스가 권력자에 국한되지 않고 모든 시민으로 확대되면서 신문이 권력 감시기능의 원천이 됐다”고 말했다. 이어 “뉴스의 두 번째 기원은 ‘여론 형



성’으로, 가십거리, 팸플릿 등으로 독자의 욕구를 충족 시켜주고, 그들의 의견을 대변해 왔다”며 “이 두

개의 뉴스 개념이 서로 상호작용해 지금의 ‘정치적 공론장’의 등장을 만들어 냈다”고 덧붙였다.

회원사 동정

강원일보, ‘2026 강원뉴스포커스’ 발간

강원일보(발행인 박진오)는 지난 7일 강원인의 생활상과 역사 현장을 기록한 ‘2026 강원뉴스포커스’를 발간했다. 이 책은 12·3비상계엄과 제21대 대선, 강릉의 가뭄 사태, 삼척 도계광업소 폐광 등 지난해 강원 지역사의 결정적인 순간들을 담고 있다. 구입 신청은 강원일보 출판판매부에서 가능하며 가격은 22만 원이다. 문의는 033-258-1670.

국제신문, ‘제47회 대한축구협회 장비 전국 고등학교 축구대회’

국제신문(발행인 황문성)은 대한축구협회와 공동으로 오는 21일까지 경상남도 창원군 일대에서 ‘제47회 대한축구협회장배 전국 고등학교 축구대회’를 개최한다. 이번 대회에는 전국의 고등학교 축구 강호 26개 팀이 출전한다. 대회 일정 및 자세한 사항은 경남축구협회 홈페이지(www.gnfa.or.kr)에서 확인할 수 있다.

대구일보, ‘제24회 내연산 전국산행대회’

대구일보(발행인 이후혁)는 오는 6월 13일 포항 내연산에서 ‘제24회 내연산 전국산행대회’를 개최한다. 참가비는 1만 원이며 하산 후에는 구룡포시장 장보기 투어와 일본인 가족거리 투어를 진행한다. 참가 신청은 6월 8일 17시까지 대구일보 문화사업부 홈페이지(culture.idaegu.com)에서 가능하며 선착순으로 300명 모집한다. 문의는 053-757-5783.

매일신문, ‘제12회 매일 시니어 문학상’ 공모

매일신문(발행인 이동관)은 오는 6월 11일까지 ‘제12회 매일 시니어 문학상’을 공모한다. 모집 부문은 △논픽션(1편) △시(5편 이상) △수필(5편 이상)이다. 시상 내역은 △대상(1편) △시니어문학상 당선작(5편)이며 상금은 각각 500만 원, 100만 원이다. 접수는 우편으로만 가능하며 매일신문사 3층 편집국 문화부 시니어문학상 담당자 앞으로 보내면 된다. 문의는 053-251-1742.

브릿지경제, ‘제3회 브릿지포럼’

브릿지경제(발행인 조진래)는 오

는 7월 7일 서울 명동 은행연합회 국제회의실에서 ‘제3회 브릿지포럼’을 개최한다. 주제는 ‘AI 시대의 빛과 그림자, 성장의 엔진인가 격차의 늪인가’이다. 발표는 맹성현 태재대 부총장(카리스트 명예교수), 한요셉 KDI 연구위원, 이성엽 고려대 기술경영전문대학원 교수가 한다. 자세한 내용은 홈페이지(www.viva100.com)에서 확인하면 된다.

아시아경제, ‘2026 아시아금융포럼(AFF)’

아시아경제(발행인 장범식)는 오는 21일 서울 소공동 웨스틴조선호텔 그랜드볼룸 1층에서 ‘2026 아시아금융포럼’을 개최한다. 포럼은 ‘미래금융 대전환: 생산적 자본의 시대와 새로운 금융질서’를 주제로 △기조연설 △특별강연 △세션 1~2 △세션 3~4 순으로 진행된다. 문의는 2026 아시아금융포럼 운영사무국(02-742-1915).

전북도민일보, ‘제36회 장수군테니스대회’

전북도민일보(발행인 신호균)는

오는 23일 장수 실내테니스장에서 ‘제36회 장수군테니스대회’를 개최한다. 경기종목은 △개인전(A조, B조, 테린이부(테니스 레슨자), 여성부, 신인부, B조 실력 미달자, 이순부(만60세 이상) △단체전(각 팀 3복1조)이다. 참가 신청은 오는 21일 오후 12시까지 장수군테니스협회 각 면 동호회에서 가능하다. 자세한 사항은 전북도민일보 홈페이지(www.domin.co.kr).

중앙일보, ‘제11회 대한민국 범죄예방대상’

중앙일보(발행인 박장희)는 오는 6월 19일까지 공공기관 및 사회단체, 공기업 및 민간기업을 대상으로 ‘제11회 대한민국 범죄예방대상’을 공모한다. 부문은 △지역 사회의 위험·불안요인을 개선한 공동체 치안 △여성·청소년·장애인 대상의 사회적 약자 보호 △환경개선을 통한 주민의 안전한 생활공간 조성 사업(CPTED)이다. 응모 및 자세한 사항은 대한민국 범죄예방대상 홈페이지(crimeprevention.join.com)에서 확인하면 된다.

인사

대한경제 새 발행인에 유일동 사장



대한경제신문은 최근 새 발행인에 유일동(사진) 사장을 선임했다.

학력 △중앙대학교 신문방송학 학사
약력 △대한경제신문 편집국장·주필·전무·사장·대표이사(발행인)

바로잡습니다

▲본보 제772호(2026년 5월 1일자) 2면에 실린 ‘37개 회원사 금감원 자료 분석 결과’ 기사에서 ‘스포츠서울신문’의 2025년 매출액·영업이익·당기순이익은 각각 89억 1,463만 원, 2억 1,143만 원, 1억 9,531만 원으로 바로잡습니다.

신문협회보

발행인 박장희
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

알고리즘 너머 진짜 세상을 읽다

보이는 데이터만이 아닌 보이지 않는 맥락까지 잡아내는 힘!
올타리 안의 정보만이 아닌 살아 있는 현실을 마주하는 힘!
신문을 읽는 것은 알고리즘을 넘어서는 본질을 만나는 것입니다.

한국신문협회 한국언론진흥재단
Korean Association of Newspapers Korea Press Foundation