



“언론자유 위축하는 정부광고법·언론중재법 개정안 폐기해야”

한국신문협회는 지난 6월 18일 국회에 계류 중인 ‘정부기관 및 공공법인 등의 광고시행에 관한 법률(정부광고법)’ 개정안과 ‘언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률(언론중재법)’ 개정안에 대해 “언론의 자유를 위축시키고 편집권을 침해할 우려가 크다”며 폐기할 것을 촉구했다.

정부광고법 개정안

더불어민주당 이기헌 의원이 발의한 정부광고법 개정안은 △정보통신망법상 가중 손해배상 인용 판결이나 △형법상 명예훼손죄 유죄판결이 확정된 언론사에 대해 문화체육관광부장관이 1년 이내 기간 동안 정부광고를 중단하도록 정부기관등의 장에게 요청할 수 있도록 했다.

이번 개정안에 대해 신문협회는 문화체육관광부에 의견서를 제출하고 “정부광고는 공공기관의 정책을 국민에게 정확하고 신속하게 전달하기 위해 집행하는 국가 예산”이라며 “개정안은 정부광고본연의 목적인 홍보 효율성과 국고 집행의 합리성을 저해할 우려가 있다”고 지적했다. 이어 “광고 매체 선정과 관련해 객관적인 광고 효과를 최우선 기준으로 유지하는 것이 바람직하다”고 강조했다.

징벌적 손해배상 판결 시 최대 1년간 정부광고 중단 가능 정정보도 게재방식 법제화·청구기간 연장 등은 편집권 침해 우려 신문협회, 문체부에 반대 의견 제출

협회는 또 “이미 사법 구제 절차를 통해 법적 책임을 진 언론사에 행정부가 재정적 불이익을 추가하는 것은 과잉금지 원칙에 위배되는 ‘이중 제재’”라며 “이러한 연계 제도는 권력층이나 비리 기업 등이 자신들에게 불리한 의혹보도를 막기 위해 소송을 남발하는 ‘전략적 봉쇄 소송’에 악용될 우려가 있다”고 비판했다.

형평성 문제도 지적됐다. 기사 생산량과 보도 건수가 많은 언론사나 시사전문 매체가 구조적으로 소송에 노출될 확률이 높는데, 신문사별 기사 생산량, 보도 건수, 매체 특성의 차이를 고려하지 않고 판결 여부만을 기준으로 획일적인 제재를 가하는 것은 불공정할 수 있기 때문이다. 특히 협회는 “정부광고 의존도가 높은 지역 언론과 중소매체는 단 1건의 판결만으로 정부광고가 중단될 경우 생존에 즉각적인 타격을 입게 된다”며 “지역 언론의 위축은 지역주민의 보편적 정보 접근권을 제한하고 풀뿌리

민주주의의 근간을 흔드는 결과로 이어질 수 있다”고 우려했다.

언론중재법 개정안

신문협회는 같은 날 노종면 의원이 발의한 언론중재법 개정안에 대해서도 “헌법상 보장된 언론의 자유와 신문의 편집권을 본질적으로 침해한다”며 폐기를 촉구했다. 이번 개정안은 △‘인용 보도’를 언론중재위 조정·중재 대상에 포함 △반복적 허위 조작보도시 문체부장관이 과징금 부과 △정정보도 청구기간을 2년으로 연장 △의혹 제기 또는 주장에 관한 보도도 반론보도 청구 가능 △정정보도 게재 위치는 ‘원 보도 지면의 좌상단’에 게재하도록 규정하고 있다.

협회는 개정안이 ‘인용 보도’를 언론중재위의 조정·중재 대상으로 규정한 것에 대해 “인용 기사에 원보도와 동일한 수준의 규제와 책임을 적용함으로써 언론·표현의 자유를 제약할 가능성이 높다”고 지적했다. 또

“개념이 불명확한 ‘인용’을 추가하는 경우 어떤 보도 행위가 규제 대상이 되는지 언론사가 예측하기 어렵게 만들어, 법적 안정성과 예측 가능성을 떨어뜨린다”고 덧붙였다. 협회는 또 허위조작정보의 개념이 명확하지 않은 상황에서 이를 직접적으로 규정하고 처벌 조항을 두는 것은 “①명확성 원칙 위배 ②과잉금지의 원칙 위배 ③저널리즘 활동 위축 등의 우려가 있다”고 비판했다.

개정안이 정정보도 청구기간을 현행 3개월에서 2년으로 늘리도록 한데 대해서도 협회는 “언론사에 과도한 부담을 지울 뿐 아니라 해외 입법례(표)와도 맞지 않는다”고 밝혔다. 현재 해외 주요 국가는 정정보도 청구기간을 3개월 이내로 제한하고 있다. 아울러 반론보도 대상을 ‘사실 관계’가 아닌 ‘의혹 제기나 주장(의견·견해)’에 대한 보도까지 확대한 부분 역시 과도한 편집권 침해라고 비판했다.

협회는 정정보도 게재 위치를 ‘원 보도 지면의 좌상단’으로 법률에 명문화한 것에 대해 “언론의 자유 및 신문의 편집권을 침해할 뿐 아니라, 법치국가원리의 하부원리인 체계정당성의 원칙(기본권을 제한하는 법률 제·개정시 내용 또는 원칙 면에서 상호 배치·모순되는 입법을 해서는 안 된다는 원칙) 및 사법권 독립을 심각하게 훼손하는 것”이라고 지적했다. 현재 정정보도 방식을 결정하는 것은 법원의 재량에 맡겨져 있음에도 불구하고, 개정안은 법률에 정정보도 방식을 규정함으로써 법원의 재량범위를 축소하고 결국 헌법상 금지된 ‘법관의 재판의 독립’을 침해한다는 것이다.

끝으로 협회는 인터넷 언론사 등에 정정보도 결정 내용 등을 기사별로 표시하도록 강제한 조항도 “원만한 합의와 중재라는 제도 취지에 반하고 당사자 간 갈등을 장기화할 위험이 크다”고 밝혔다.

해외 주요 국가 정정보도 청구 기간	
독일	안 날부터 즉시(최대 3개월)
프랑스	게재일로부터 3개월
미국	보도 후 20~90일 이내(주마다 다름)
영국	인쇄 매체는 4개월 이내, 온라인 매체는 1년 이내

신문협회 ‘신문기자 진로탐색’ 프로그램이 학생들에게 유익하다는 교사 설문조사 결과가 나왔다.

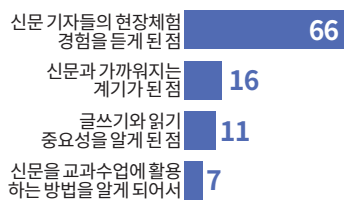
신문기자 진로탐색은 신문협회 회원사 기자들이 직접 학교를 방문해 △직업으로서의 기자 △신문을 활용한 진로탐색 △신문제작 과정 및 기자 작성법 등을 주제로 수업을 하는 프로그램이다. 지난 5월부터 11월까지 전국 120개 학교를 대상으로 시행 중이다.

신문기자 진로탐색 프로그램 참가 교사 98%, “유익”

45개교 교사 설문조사 결과, 신문기자의 현장 경험담이 가장 도움

협회가 6월 29일까지 프로그램에 참여한 45개교 교사를 대상으로 설문조사를 실시한 결과, 44곳의 학교 선생님들이 유익하다고 답했다. 가장 유익한 점으로는 △신문기자들의 현장체험 경험을 듣게 된 점(66%)을 꼽았다. 이어 △학생들이 신문과 가까

‘신문기자 진로탐색’ 프로그램의 유익한 점(단위: %)



워지는 계기가 된 점(16%)과 △학생들이 글쓰기와 읽기 중요성을 알게 된 점(11%) 순으로 답했다.

수업에 가장 적합한 주제로는 △직업으로서의 기자(47%) △신문기사 작성법(23%) △신문 제작 과정(신문사 견학 포함)(15%) 등이었다.

이번 프로그램에 참가한 대전 남대전고 김남희 교사는 “학생들이 평소 어렵게 느낄 수 있는 신문과 보도의 개념을 실제 지면과 속보 사례를 통해 흥미롭게 풀어내 몰입도가 매우 높았다”고 말했다. 서울 가동초의 한 학생은 “이번 프로그램을 통해 가짜 정보와 진실된 정보의 차이를 알게 됐다”며 “이를 식별하고 판단하기 위해서 잘 검색하는 습관을 길러야겠다”고 소감을 밝혔다.

한국기자협회(회장 박종현)와 한국언론진흥재단(이사장 김효재)은 지난 6월 16일 ‘서재필방’ 기자실 개관식을 열었다. 서재필방(사진)은 한국프레스센터 18층에 있으며, 명칭은 1896년 한국 최초의 순한글 민간신문인 독립신문을 창간한 서재필 박사의 이름에서 따왔다.

프레스센터 ‘서재필방’ 기자실 개관

주요 언론단체 회원사 기자 누구나 이용 가능

서재필방은 약70석 규모로 책상과 전화부스, 브리핑룸, 라커룸 등 다양한 편의시설을 갖췄다. 한국신문협회, 한국기자협회, 한국신문방송편집인협회 등 주요 언론단체 소속 회

원사 기자라면 누구나 이용 가능하며, 평일 오전 9시부터 오후 6시까지 운영된다. 개관식에서 박종현 기자협회장은 “이곳이 국민의 목소리를 온전히 담아 전하는 기록과 역사의

거점이 되기 바란다”고 말했다. 김효재 언론재단 이사장은 “서재필방이 언론인들의 자율적 소통과 협력을 뒷받침하는 열린 취재 공간으로 자리잡기를 기대한다”고 전했다.



지난 6월 16일 프레스센터에서 열린 ‘서재필방’ 개관식에서 박종현 기자협회장이 인사말을 하고 있다.

2026 세계신문협회 연차총회를 다녀와서

뉴스 제작에서 신뢰받는 정보 인프라로-세계 언론이 동시에 도달한 결론

기고

서혜승

아주프레스(AJP)
편집국장

지난 6월 1일부터 사흘간 프랑스 마르세유에서 열린 제77차 세계뉴스미디어총회(WNMC)에서 ‘AI가 바꾸는 뉴스 경험’ 세션에 발표자로 참석했다. 아주프레스(AJP)는 후발 영문 통신사로서 아시아적 관점을 AI 기술과 접목해, 기사를 데이터·인물·정책·사건 단위로 구조화하고 재조립하는 모델을 발표했다. 같은 세션과 총회 곳곳에서 확인한 것은 이것이 한 매체만의 실험이 아니라 세계 언론이 동시에 도달한 결론이라는 사실이었다. 핵심 화두는 하나로 모인다. ‘기사’라는 완성품 단위는 더 이상 AI 시대의 자산이 되지 못하며, 뉴스룸의 목표는 콘텐츠 생산을 넘어 신뢰받는 정보 인프라를 구축하는 데로 옮겨가고 있다는 것이다.

검색에서 인용으로

가장 분명한 신호는 독자의 정체성 자체가 바뀌면서 뉴스 생산 방식이 근본적으로 변하고 있다는 데서 나왔다. 지난 15년간 구글 검색상단 노출(SEO)을 쫓던 언론은 이제 AI 답변에 인용되기 위한 최적화(AEO), 나아가 생성형 엔진이 신뢰하는 출처가 되기 위한 최적화

(GEO)를 새로운 과제로 삼고 있다. 검색 노출이 아니라 AI가 어떤 매체를 인용하느냐가 경쟁력이라는 것이다.

AI는 독자 재정의와 경험 재설계의 도구

인도의 스크롤인(Scroll.in)은 20여명 규모의 소규모 뉴스룸으로 경쟁력을 재정립한 경험을 소개해, 비슷한 규모인 AJP에 좋은 참고 모델을 제시했다.

스크롤인은 5년 전 속보 경쟁을 접고 종합·맥락·현장 보도로 방향을 틀면서, 핵심 독자를 남아시아를 연구하는 학자·연구자로 재정의했다. 이들이 18개월간 구축한 플랫폼은 미니(Mini)·코어(Core)·딥(Deep)의 세 층 구조다. 미니는 사건·주제 클러스터 단위의 구조화된 스냅샷이고, 코어는 기자가 직접 취재해 AI가 손대지 않는 저널리즘 그 자체이며, 딥은 자사 아카이브와 외부 신뢰 소스를 결합한 큐레이션으로 보도 공백까지 투명하게 드러낸다.

이를 가능하게 하는 것이 ‘사건(event)’과 ‘원자(atom)’라는 기록 체계다. 사건은 보도 방식과 무관하게 존재하는 실제 현실이고, 원자는 기자가 그 사건을 정확히 어떤 단어로, 누구를 인용해 서술했는지를 담은 문장 단위 층이다. 스크롤인은 50만 건에 이르는 아카이브를 이 단위로 재분류하면서, 프

런티어 모델(가장 앞선 범용 성능을 보이는 대규모 기계학습 모델) 비용(20만 달러) 부담을 피해 경량 모델로 로컬에서 같은 작업을 할 수 있는 오픈소스 도구까지 공개해 다른 뉴스룸도 쓸 수 있게 했다.

독일 통신사 dpa는 규모의 경쟁력을 살려 한 단계 더 들어간 모델을 내놨다. 전략총괄 아스트리트 마이어는 “뉴스 결과물은 끝이 아니라 시작”이라고 말했다. dpa IQ는 기사 전문이 아니라 사건·인물·시간·장소·관계라는 구조화된 요소를 AI에 공급하는 체계다. AI는 기사를 읽지 않고 사실을 읽는다는 것이다. 기사는 인간을 위한 포장 단위였을 뿐, AI 시대의 기본 단위는 사실(Fact) 그 자체라는 통찰이 었다.

인도의 디힌두(The Hindu)는 독자 경험 쪽에서 같은 결론에 도달했다. 하나의 기사를 200자 요약, 질의응답, 오디오, 개인화 버전, 설명형 콘텐츠로 재구성해 제공한다. 핵심은 기사라는 단위가 아니라 독자가 원하는 형식이다. 디힌두는 스스로를 기사 생산 회사가 아니라 ‘정보 경험 설계 회사’로 정의하고 있다.

파이낸셜타임스(FT)는 전략 자체의 출발점을 바꿨다. 많은 뉴스룸이 “오늘 어떤 기사를 쓸 것인가”를 묻는 반면, FT는 “독자는 어떤 질문을 갖고 있는가”를 묻는다. FT 독자는 오늘의 뉴스가 아니라

맥락·데이터·해석·전문성에 비용을 지불한다. FT 스트래티지스가 86개국 448개 뉴스룸을 조사한 ‘퓨처 뉴스룸 스터디 2026’은 이를 수치로 보여준다. 73%가 독자 인게이지먼트를 올해 최우선 목표로 꼽았지만, 기자 업무 시간의 38%는 여전히 생산에, 독자 관계 구축에는 11%만 쓰이고 있었다. 전략과 편집이 구조적으로 정렬된 뉴스룸(32%)은 그렇지 않은 곳보다 예산 증액 가능성이 약 두 배 높았다.

가장 과감한 실험은 오스트리아 지역신문 클라이네 차이통(Kleine Zeitung)에서 나왔다. 이들은 챗GPT, 퍼플렉시티 같은 AI를 더 이상 도구가 아니라 별도의 독자군으로 정의하고 있었다. 사람이 읽는 페이지와 봇이 읽는 페이지의 설계 원칙이 다를 수 있다는 전제 아래, 인간 독자용 사이트와 AI 에이전트용 사이트를 분리할 가능성까지 검토하고 있었다. 콘텐츠를 한 번 만들어 모두에게 같은 방식으로 보여주던 시대는 끝나고, ‘누가 읽는가’에 따라 같은 사실도 다르게 구조화해 내보내야 한다는 결론이었다.

한국 언론에 남는 질문

이 사례들은 모두 같은 방향을 가리킨다. 기사를 잘 쓰는 능력만으로는 더 이상 차별화되지 않는다. 차별화는 기사를 어떤 단위로 쪼개

장하고, 누구를 독자로 정의해 어떻게 다시 조합해 내놓느냐에서 나온다.

한국 언론에 주는 시사점은 셋이다. 첫째, AI를 자동화 도구가 아니라 또 하나의 독자로 재정의하고, 검색·클릭수 대응을 넘어 독자 편의를 위한 사실 재구조화로 나아가야 한다. 둘째, 기사 단위 생산을 넘어 아카이브를 사실·인물·사건 단위로 구조화하는 작업이 선행돼야 한다. 셋째, 인간 독자와 AI 독자에게 같은 콘텐츠를 같은 방식으로 내보내는 것이 최선인지부터 다시 묻고, 신뢰받는 정보 인프라로 뉴스 플랫폼을 재정비해야 한다.

한국 언론이 아직 “AI로 무엇을 자동화할 것인가”를 묻고 있다면, 세계 언론은 이미 “누가 우리를 읽는가”부터 다시 정의하며 신뢰받는 원천 출처로 거듭나고 있다.

인사

출판협, 서정환 회장 선임



출판협 의회는 지난 6월 19일 강원 춘천에서 정기총회를 열고 서정환 한경매거진엔북 대표이사(사진)를 회장으로 선임했다. 임기는 내년 정기총회까지다.

“근태관리·임금관리 정비해 제도 변화에 대비”

경영지원협, 정책 세미나 개최



신문협회 산하 경영지원협의회(회장 장철환 서울경제 이사)는 지난 6월 19일 대전 라마다 호텔에서 ‘2026년 정부 주요 노동 정책 변화’를 주제로 정책 세미나(사진)를 개최했다.

발제를 맡은 장진나 노무법인 현울 대표노무사는 “올해 정부 노동정책의 핵심 변화는 ‘포괄임금제 오남용 방지’와 ‘근로시간 관리 강화’”라며 “사용자는 실제 근로시간을

기준으로 임금을 지급하고, 임금대장과 임금명세서에 기본급과 각종 수당을 구분해 기재해야 한다”고 말했다. 그는 “신문사도 근태관리 시스템과 임금관리 체계를 정비해 제도 변화에 대비할 필요가 있다”며 “연장·야간·휴일근로 시간을 객관적으로 기록·관리하고, 근로시간에 따른 법정수당을 정확히 지급하는 체계를 갖춰야 한다”고 제언했다.

“크로스미디어 광고 전략으로 전환해야”

광고협의회 데스크 세미나 개최



신문협회 산하 광고협의회(회장 손용석 한국일보 상무)는 지난 6월 19일 양양 설해원에서 ‘신문광고 영업 실재와 성공 전략-신문광고 영업실무를 중심으로’를 주제로 데스크 세미나(사진)를 개최했다.

발제를 맡은 김영모 경인일보 부회장은 “디지털 전환과 AI 확산으로 신문광고 시장이 급격히 변화하고 있는 만큼, 신문사가 기존 지면

중심의 광고 영업에서 벗어나야 한다”고 설명했다. 김 부회장은 또 “데이터 기반 마케팅과 크로스미디어 광고(신문 지면과 뉴스사이트, SNS, 유튜브 등을 연계한 광고)를 제공하는 ‘비즈니스솔루션파트너’로 전환해야 한다”며 “정부의 디지털 전환 지원과 뉴스저작권 보호 제도 마련, 광고 수익모델 다변화가 신문산업의 지속가능한 성장을 위한 과제”라고 말했다.

저널리즘 AI 대응 위해 언론·AI업계·학계 머리 맞댄다

생성형 AI 확산에 따른 언론 산업의 변화와 저널리즘의 과제를 논의하기 위해 언론계, AI업계, 학계 전문가들이 참여하는 포럼이 가동된다. 한국언론진흥재단은 각계 전문가들로 ‘〈AI 과제 시대 저널리즘의 전환(AX)〉 포럼’

언론재단, ‘AI 전환(AX) 시대 저널리즘의 과제’ 포럼 발족

을 구성하고 지난 6월 17일 첫 회의를 열었다. 이번 포럼은 생성형 AI가 언론산업 전반에 미치는 영향을 진단하고, 뉴스룸 혁신 및 저널리즘의 경쟁력 강화 방안을 모

색하고자 마련됐으며, 11월까지 운영된다.

포럼에는 신한수 한국신문협회 디지털협회의 회장(서울경제 부국장), 박진호 SBS 논설위원, 이종혁

연합인포맥스 기자 등 언론계 관계자와 김재은 솔트룩스 최고기술책임자(CTO) 등 AI업계 전문가, 김동환 연세대 교수, 박아란 고려대 교수 등 학계 전문가를 포함해 총

20인의 위원 및 연구진이 참여한다.

포럼은 △생성형 AI가 뉴스 생산과 뉴스룸에 미치는 영향 △저널리즘 콘텐츠 경쟁력 강화 전략 △생성형 AI와 저널리즘 윤리·저작권 쟁점 등을 제시하고 정책 방안을 모색한다.

지역 언론 붕괴 결과...美 지역 사회, 연간 11억 달러 추가 부담

지역 언론이 사라지면 지역 사회가 연간 약11억 달러(약 1조 6,700억원)의 추가 비용을 부담하게 된다는 연구 결과가 나왔다. 미국의 지역 언론 회복 및 지원을 목표로 설립된 비영리 단체 리벌드로컬뉴스(RLN)는 지난 6월 10일 이 같은 내용의 보고서를 발표했다.

지역 언론 감소로 지방 정부의 차입 비용 상승

보고서에 따르면, 지역 뉴스의 쇠퇴는 지방정부에 대한 감시 기능 약화를 초래하고 예산 낭비와 부패 위험을 높여, 결과적으로 지방정부의 차입 비용 증가를 초래했다.

연구진은 지난 2020년 지방채 시장 연구를 통해 지역 언론이 사라질 경우 지방정부의 차입 비용이 상승한다는 사실을 확인한 바 있다. 선행 연구에 따르면, 지역 신문이 폐간된 지역의 지방정부는 그렇지 않은 곳보다 지방채 발행 금리가 평균 5~11bp(가중평균

8.6bp, 1bp=0.01%p) 상승했다. 이는 지방정부가 채권 당 평균 65만 달러(한화 약 9억 8,241만 원)의 이자 비용을 추가로 부담하는 셈이다. 연구 책임자인 머피 일리노이 대학교 금융학 교수는 “언론의 감시가 약화된 지방정부에 대해 대출 기관들이 더 높은 위험을 반영해 금리를 인상하며, 그 부담은 결국 납세자들에게 전가된다”고 설명했다.

이번 후속 보고서는 지역뉴스 부족으로 인한 추가 차입 비용을 전국 및 주(州) 단위로 산정해 제시했다. 연구진은 △미국 인구조사국의 카운티별 인구 데이터 △MSRB(미국 지방채시장규제기관)의 주별 지방채 발행량 데이터 △선행 연구에서 도출된 뉴스 사막 지역의 지방채 발행 금리 평균 상승치(8.6bp) 등을

활용했다.

연구 결과, 뉴스 사막 지역의 지방 정부들은 차입 비용 증가로 인해 연간 약 11억 달러의 초과 이자 비용을 부담하고 있는 것으로 추산됐다. 추가 비용 규모는 각 주의 뉴스 사막 비중과 지방채 시장 의존도에 따라 주별로 차이가 있는 것으로 나타났다.

뉴스 사막화로 인해 연간 추가 차입 비용이 가장 큰 주는 △뉴욕(1억 5,200만 달러, 한화 약 2,310억 원) △텍사스(1억 3,200만 달러, 한화 약 2,006억 원) △앨라배마(1억 400만 달러, 한화 약 1,581억 원) △조지아(4,900만 달러, 745억 원) △메릴랜드(4,800만 달러, 730억 원) 순으로 나타났다.

가구당 연간 부담액은 △뉴햄프셔(85달러, 한화 약 12만 9천 원) △

앨라배마(84달러, 한화 약 12만 8천 원) △뉴욕(76달러, 한화 약 11만 6천 원) △위스콘신(70달러, 한화 약 10만 6천 원) △텍사스(62달러, 한화 약 9만 4천 원)가 가장 높은 것으로 집계됐다. 연구진은 이를 지역 뉴스 부족으로 인해 발생하는 ‘간접세’와 같다고 평가했다.

RLN의 연구 책임자 베이커 교수는 이러한 결과에 대해 “뉴스 사막화가 단순한 시민사회 문제가 아니라 지역 사회에 실질적인 재정 부담을 초래하는 경제적 문제임을 보여준다”고 말했다.

지역 언론은 지방 정부 투명성·재정 건전성에 기여

보고서는 지역 언론이 지방정부에 대한 감시 기능을 수행할 수 있도록 지원할 경우, 정부의 신뢰도가

높아지고 차입 금리가 낮아져 재정 절감 효과를 거둘 수 있다고 분석한다. 일례로, 2021년 미국 하원에 발의된 법안(H.R. 3940)은 지역 기자 유지 및 신규 채용을 위한 뉴스룸 보조금을 제안했으며, 연간 소요 비용은 3억 4,000만 달러(한화 약 5,171억 7,400만 원)로 추산됐다. 이는 뉴스 사막 해소를 통해 절감할 수 있는 지방정부 차입 비용의 약 3분의 1 수준에 불과해 투자 대비 높은 경제적 효과를 기대할 수 있다는 설명이다.

결과적으로 보고서는 지역 뉴스 지원이 민주주의의 감시 기능을 강화할 뿐 아니라 재정적 비용을 상쇄하는 효과도 가져온다고 평가했다. RLN의 대표인 스티븐 월드먼(Steven Waldman)은 “지역 뉴스 활성화를 위한 정부 투자가 비용을 충분히 회수하고도 남을 것”이라며, “궁극적으로 지역 사회의 재정 건전성 제고에 기여할 것”이라고 강조했다.

“AI 전환 성공 위해서는 데이터 활용이 중요”

마케팅협, 정책간담회 개최



신문협회 산하 마케팅협의회(회장 오병철 문화일보 독자마케팅국장)는 지난 6월 19일 여수 히든베이호텔에서 ‘빅데이터 시대 마케팅 전략과 발전 방안’을 주제로 정책간담회(사진)를 개최했다.

발제를 맡은 윤미정 더마그넷대표는 “AX(인공지능 전환)·DX(디지털 전환)의 성공을 위해서는 기술 도입보다 데이터 활용이

중요하다”고 설명했다. 윤 대표는 “특히 데이터와 AI를 활용해 이용자 행동과 콘텐츠 속성을 분석하고 개인화 추천을 제공하는 것이 디지털 전환의 핵심”이라고 강조했다. 이어 “생성형 AI는 단순 검색을 넘어 이용자의 의도를 반영한 해결책을 제공하는 방향으로 발전하고 있으며, 기술 도입의 목적은 효율이 아니라 ‘개인화’와 ‘고객경험 개선’에 있다”고 말했다.

“콘텐츠를 데이터·상품화해 새 수익원으로 연결해야”

기조협, 실무자 세미나 개최



신문협회 산하 기조협의회의(회장 권동형 한국일보 전무이사)는 지난 6월 18일 부산 L7 바이 롯데호텔에서 ‘신문사 온오프 비즈니스 다각화 전략’을 주제로 실무자 세미나(사진)를 개최했다.

발제를 맡은 이재국 성균관대 교수는 “미디어 환경 변화와 뉴스 소비 방식의 변화에 대응하기 위해 신문사의 온·오프라인 비즈니스

다각화가 필요하다”고 강조했다. 이 교수는 “독자 관계와 데이터, 브랜드를 기반으로 한 복합 수익 전략을 구축하고, 콘텐츠를 데이터화·상품화해 새로운 수익원으로 연결해야 한다”고 말한 뒤, “AI 기반 데이터 플랫폼과 포럼·컨퍼런스, 교육 콘텐츠, PR 에이전시 등으로 사업을 확장할 것”을 제언했다.

“돌파구 제시하는 ‘솔루션 미디어’로 진화하자”

아시아경제 창간 38주년 기념식

아시아경제(발행인 장범식)는 지난 6월 15일 본사에서 창간 38주년 기념식을 개최했다. 장범식 발행인은 기념사를 통해 “우리 산업은 레거시 미디어의 위기와 생성형 AI라는 거대한 파도에 직면해 있다”

며 “AI로 확보한 데이터 분석력을 바탕으로 실질적인 돌파구를 제시하는 솔루션 미디어로 진화해야 한다”고 강조했다. 이어 “AI가 항할 궁극의 나침반은 결국 저널리즘 본질”이라고 말했다.

“신뢰 바탕으로 지역 저널리즘의 기준이 될 것”

충청투데이 창간 36주년 기념식

충청투데이(발행인 홍경선)는 지난 6월 11일 본사에서 창간 36주년 기념식을 개최했다. 홍경선 발행인은 기념사를 통해 “지역에서 가장 신뢰받는 ‘지역 저널리즘의 기준’이 되는 것이 첫째 목

표”라며 “심층·탐사·기획 보도를 강화하고 데이터 기반 분석 기사를 확대할 것”이라고 강조했다. 이어 “과거를 기록하는 신문이 아니라 미래를 설계하는 신문이 되겠다”고 말했다.

인사

세계일보 새 발행인에
박정훈 전 경영총괄 부사장



세계일보는 지난 6월 22일 새 발행인·대표이사에 박정훈(사진) 전 부

사장을 선임했다.
학력 △선문대학교 신학과 △한양대학교 언론정보대학원 석사
약력 △세계일보 비서실장 겸 기획국장 △세계일보 경영관리본부장 △세계일보 경영총괄부사장 △신문협회 기초협의회 부회장

회원사 동정

강원도민일보, ‘강원특별자치도민 교례의 밤·컨퍼런스’ 개최

강원도민일보(발행인 김중석)는 오는 14일 한국프레스센터에서 ‘강원특별자치도민 교례의 밤’과 ‘강원미래 컨퍼런스’를 개최한다. 이번 행사는 오후 4시 19층 대화홀에서 하정우 전 AI미래기획수석의 기조발제와 ‘AI 시대 강원 미래와 지역혁신’ 컨퍼런스로 시작된다. 이어 오후 6시 30분에는 20층 국제회의장에서 교례의 밤 행사가 열린다. 문의는 (033)260-9000.

경인일보, GA 코리아배 23회 경인일보 전국 중·고 골프대회

경인일보(발행인 홍정표)는 오는 20~21일 용인 골드컨트리클럽에서 ‘GA 코리아배 제23회 경인일보 전국 중·고등학생 골프대회’를 개최한다. 경인일보 창간 81주년을 기념해 열리는 이번 대회는 수많은 스타 선수를 배출한 국내 최고 권위의 청소년 골프대회이다. 전국 중·고등학생 선수 240명이 참가하며, 총 장학금은 4천만 원이다. 문의는

(031)253-6277.

대구일보, ‘2026 영천 청년 청춘콘서트’ 개최

대구일보(발행인 이후혁)는 오는 11일 영천시 평생학습관에서 ‘2026 영천 청년 청춘콘서트: JAZZ UP 청춘예술제’를 개최한다. 행사는 △재즈콘서트 △청년 예술가 공연 △청년 팝업스토어 △참여 이벤트 등으로 진행된다. 사전접수는 선착순 200명이며 오는 10일까지 대구일보 문화사업부 홈페이지에서 온라인으로 접수하면 된다. 자세한 사항은 대구일보 문화사업부 홈페이지(culture.idaegu.com) 참조.

매일경제, ‘차세대 지식 리더 YKL 20기’ 모집

매일경제(발행인 장승준)는 오는 10일까지 대학·대학원생을 대상으로 ‘차세대 지식 리더(Young Knowledge Leader) 20기’로 활동할 인재를 모집한다. YKL 20기는 9월 8~10일 열리는 제27회 세계지식포럼에서 한국을 방문한 해외

연사를 직접 수행하고 사무국 업무를 지원하는 역할을 맡는다. 신청은 세계지식포럼 홈페이지(www.wkforum.org) 공지사항에서 지원서를 내려 받은 뒤 이메일로 제출하면 된다. 문의는 이메일(kite@wkforum.org).

부산일보, ‘2026 자몽(自夢) 프로젝트 051영화제’ 영상 공모

부산일보(발행인 손영신)는 오는 31일까지 ‘2026 자몽(自夢) 프로젝트 051영화제’ 영상을 공모한다. ‘051영화제’는 시민이 꿈꾸고 누릴 수 있는 복지를 시민의 참여로 만드는 영상 공모제이다. 공모 주제는 ‘연결’이며 51초 분량의 영상을 부산광역시사회복지협의회(bswin.net)에 제출하면 된다. 문의는 부산일보 미디어사업국 051-461-4316 또는 051영화제 사무국 051-506-6633.

파이낸셜뉴스, ‘2026 fn 이노베이션 어워드’

파이낸셜뉴스(발행인 전선익)는 오

는 15일 여의도 콘래드호텔 스튜디오에서 ‘2026 fn 이노베이션 어워드’를 개최한다. 이번 행사는 대한민국 산업 분야의 기업을 발굴하고, 시상을 통해 격려하기 위해 마련됐다. 특히 올해는 ‘대한민국 강소기업대상’에서 ‘fn 이노베이션 어워드’로 이름을 바꾸고, 중소기업뿐 아니라 중견기업, 외투기업 등 저변을 확대했다. 문의는 fn 이노베이션 어워드 사무국(02-6965-0055).

한국경제, ‘2026 국제수면치유박람회’ 개최

한국경제(발행인 조일훈)는 오는 30일부터 8월 1일까지 서울 코엑스에서 ‘2026 국제수면치유박람회(Sleep & Wellness Festa)’를 개최한다. 이번 행사는 수면 건강과 치유를 주제로 한 전문 전시회로, △인공지능(AI) 기반 수면 분석 솔루션 △스마트 수면 기기 △수면 의료·연구 서비스 등 다양한 분야의 기업들이 최신 기술과 제품을 선보인다. 자세한 사항은 국제수면치유박람회 홈페이지(zzzfesta.com).

일간신문 및 뉴스통신 기사 114건, 광고 55건 주의 결정

신문윤리위 6월 심의 결과

신문윤리위원회(이하 윤리위)는 지난 6월 10일 제1,009차 회의를 열고 신문협회 회원사의 기사 114건과 광고 55건에 대해 신문윤리강령 등 위반으로 각각 ‘주의’ 결정을 내렸다(표).

6월 기사 및 광고 심의 현황

구분		건수
일간신문 및 통신	기사	주의 114 경고 0
	광고	주의 55 경고 0
온라인 신문	기사	주의 230 경고 0
	광고	주의 79 경고 0

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

알고리즘이 대세로 변한 지금에도 세상을 읽어내는 신문의 본질은 변하지 않습니다. 알고리즘이 걸러낸 세상이 아닌, 있는 그대로의 세상을 만나는 방법, 바로 신문입니다.

