

- 알고리즘너머, 진짜 세상을 읽다
- 가짜를 거르는 눈, 진실을 담는 창
- 신뢰를 쓰다, 내일을 밝히다



읽는 사람이 세상을 이끈다 Readers are Leaders

언론사-AI 저작권 갈등 새 국면...사법·규제기관 본격 개입

소송-제휴 ‘투 트랙’ 전략은 여전히 진행 중

생성형 AI의 뉴스 이용을 둘러싼 언론사와 AI기업의 저작권 공방이 새로운 국면을 맞고 있다. 언론사와 AI기업 간 소송-제휴를 넘어, 사법·규제기관의 개입으로 확산되는 추세다.

법원, 뉴스 무단 이용에 제동

최근 각 국 법원은 AI 기업들의 무분별한 뉴스 및 콘텐츠 학습 관행에 제동을 걸고 나섰다. 대표적으로 미국 캘리포니아주 연방복부지 법원은 작가들이 AI 기업 엔트로픽을 상대로 제기했던 저작권 침해 집단 소송에서 양측이 제출한 합의를 최종 승인하는 명령을 지난 6월 20일 내렸다. 이번 명령에 따라 엔트로픽이 지불해야 하는 합의금은 2조 원대(약 15억 달러)로, 미국 저작권 소송 역사상 최대 규모다.

미국의 14개 언론사 및 잡지들은 캐나다 AI 스타트업 코히어를 상대로 제기한 저작권 침해 소송에서 1차 승소했다. 뉴욕 남부지방법원은 지난해 11월 “언론사들이 코히어의 AI 모델 ‘코맨드(Command)’가 언론사 등의 콘텐츠를 그대로 혹은 본질적으로 유사한 형태로 복사했다는 점을 충분히 주장했다”며 코히어의 ‘소송 기각 요청(motion to dismiss)’을 받아들이지 않았다.

법원의 엄격한 잣대는 검색 영역으로도 확대되고 있다. 독일 뮌헨 지방법원은 지난 6월 구글의 검색

최근 1년간 미디어업계-AI·빅테크기업의 소송 vs 제휴					
<2025년 6월 이전 사례는 신문협회보 753호 1면 표참조>					
소송			제휴		
미디어기업	AI기업	소송일	미디어기업	AI기업	협상일
레딧	엔트로픽	2025.6.4	500개 이상 출판사	프로라타.ai	2025.6.6
요미우리신문	퍼플렉시티	2025.8.12	콘데 나스트, 허스트	아마존	2025.7.15
브라질 신문 폴하	오픈AI	2025.8.29	개닛	퍼플렉시티	2025.7.31
브리태니커 백과사전-메리엄 웹스터	퍼플렉시티	2025.9.12	게티	퍼플렉시티	2025.10.31
펜스케 미디어그룹	구글	2025.9.15	피플 Inc(구 닷대시 메레디스)	MS	2025.11.4
나인 미디어뉴스그룹 소속 미국 지역신문	오픈AI, MS	2025.11.26	CNN, 폭스 뉴스, 피플 등	메타	2025.12.5
US뉴스&월드리포트	오픈AI	2025.11.26	가디언, 워싱턴포스트, 파이낸셜타임스 등	구글	2025.12.11
시카고 트리뷴	퍼플렉시티	2025.12.5	리치	아마존	2026.3.2
뉴욕타임스	퍼플렉시티	2025.12.5	뉴스 코프	메타	2026.3.4
덴마크언론기관(DPCMO)	오픈AI	2026.2.27	뉴스미디어연합	브리아	2026.3.24
브리태니커 백과사전-메리엄 웹스터	오픈AI	2026.3.20	폴하	구글	2026.4.10
CNN	퍼플렉시티	2026.5.29	폴하	오픈AI	2026.5.26
30개 이상 미국 지역신문 발행사	오픈AI, MS	2026.6.26	AP통신, 피플, USA투데이 네트워크, 워싱턴포스트 등 17개 언론사	스노우 플레이크	2026.6.1
뉴스 코프	브레이브 AI	2026.7.11	나인	MS	2026.7.3
레딧	퍼플렉시티 등	2026.8.3			

색 AI 서비스인 ‘AI 오버뷰(AI Overviews)’가 생성한 허위 답변과 관련해 구글이 법적 책임을 져야 한다는 취지의 예비 판결을 내리고 허위 주장 유포를 금지하는 임시 금지 명령을 발령했다.

국내에서도 지상파 3사와 네이버가 뉴스 콘텐츠의 AI 학습 활용을 놓고 저작권 소송이 진행 중이다. 최근 진행된 6번째 변론기일에서 재판부는 네이버 측이 2020년 뉴스콘텐츠제휴 계약을 새로 맺으면서 “LLM과 생성형 AI 학습에 활용할 것”이라는 설명을 언론사들에게 하지 않은 것 같다고 판단했다.

경쟁당국, 빅테크 기업의 불공정 행위 규제

빅테크 기업의 불공정 행위에 대한

경쟁당국의 규제 움직임도 이어지는 추세다. 유럽연합(EU)은 지난 7월 23일 구글에 8억 9천만 유로(약 1조 5천억 원)의 과징금을 부과했다. 구글이 대형 온라인 플랫폼의 시장 지배력을 규제하기 위한 EU의 핵심 경쟁법인 디지털시장법(DMA)을 위반했다는 이유에서다.

프랑스 경쟁당국도 지난 7월 8일 메타에 언론사들과의 콘텐츠 사용료 협상 재개를 명령하며 공정한 대가 지불을 촉구했다. 프랑스 언론은 앞서 메타가 콘텐츠를 사용하는 데 따른 수수료 산정 방식을 일방적으로 강요하면서도 언론사들이 보상액을 평가하는 데 필요한 정보 제공을 거부했다고 지적했다. 경쟁당국은 메타가 시장 지배적 지위를 남용했을 가능성이 크다고 판단하고

지급 계획의 세부 내용을 제출하도록 명령했다.

호주 정부는 최근 대형 빅테크 기업이 자국 뉴스콘텐츠에 대해 더 많은 언론사와 대가 지급 계약을 맺도록 유도하는 ‘뉴스 협상 인센티브’ 법안을 의회에 제출했다. 법안은 소셜미디어·빅테크 기업이 언론사와 계약을 맺지 않을 경우 호주 내 디지털 광고 수익을 기준으로 부담금을 부과하는 내용을 담고 있다.

뉴욕주 의회는 지난 6월 언론사 사이트에 접근하는 뉴스 크롤러의 신원과 이용 목적을 공개하도록 하는 ‘스텔스 크롤러 금지 법안’을 통과시켰다. 식별 정보를 숨긴 채 손해를 끼친 ‘스텔스 크롤러’에는 하루 최대 1만 5,000달러의 과징금을 부과한다.

언론계, 연합전선 구축해 AI 대응

사법·경쟁당국의 규제와 별도로 언론사는 소송과 제휴로 개별 대응에 나서는데 동시에 연합 전선을 구축하고 있다. 일본신문협회는 지난 4월 20일 구글의 AI 검색 서비스 개선을 요구하는 성명을 발표했다. 일본신문협회는 구글의 ‘AI 오버뷰’가 언론사 콘텐츠를 사실상 무단 활용하면서도 정당한 대가를 지급하지 않는다고 비판하고, “정부는 저작권을 가진 언론사의 허락을 전제로 콘텐츠 활용이 이뤄지도록 제도를 개선해야 한다”고 강조했다.

미국 뉴스미디어연합(NMA)은 지난 3월 언론사 콘텐츠가 AI 시스템 내에서 활용될 때 정당한 대가를 보장받을 수 있도록 AI 스타트업 브리아(Bria)와 전략적 파트너십을 체결했다. 브리아는 이스라엘에 본사를 둔 AI 기업으로, 기사 인용·활용도에 따라 기여도를 추적하고 이를 기반으로 보상액을 배분하는 시스템을 구축했다.

영국 5개 주요 언론사(BBC, 가디언, 파이낸셜타임스, 텔레그래프, 스카이뉴스)는 지난 2월 생성형 AI의 저작권 침해에 공동 대응하기 위해 ‘언론사 사용 권리 표준 연합(SPUR)’을 출범했다. 이 연합체는 AI 기업들이 언론사 기사를 마음대로 쓰지 못하게 하고, 뉴스 사용 시 정해진 규칙에 따라 정당한 값을 치르게 하는 것이 목적이다.

‘NIE 패스포트 공모전’ 9월 30일 접수 마감

신문협회는 ‘NIE 패스포트(워크북)’〈사진〉 공모전 작품을 오는 30일 마감한다.

이번 공모전은 초·중·고 학생들이 NIE 워크북에 제시된 △‘한류’의 탄생 △한국 브랜드의 가치 △지속가능한 K컬처를 위한 제안 등 12개의 활동과제를 신문 지면이나 신문사 사이트에서 정보를 찾아



2026 NIE 패스포트. 왼쪽부터 초등, 중등, 고등용.

수행한 후 결과물을 신문협회에 제출하면 된다. 앞서 신문협회는

지난 5월 협회 홈페이지를 통해 NIE 워크북 과제를 수행할 학생을 선착순으로 모집한 후 패스포트 9천 부(초·중·고 각 3천 부)를 배포했다. 협회는 작품 접수가 마감되면 전문가 심사를 거쳐 오는 10월 중 수상자를 선정한다. 수상자들은 상장 및 총 890만 원의 상금을 받는다.

신문윤리강령 개정위원회 출범

위원장은 김병직 문화일보 발행인

한국신문윤리위원회(이하 신문윤리위)는 지난 8월 11일 신문윤리강령 개정위원회(이하 개정위) 첫 회의를 열고 본격적인 개정 작업에 착수했다. 신문윤리강령 개정은 생성형 AI를 비롯한 인공지능 기술의 발전 등 새로운 윤리적 쟁점이 등장하면서 현행 신문윤리강령을 보완할 필요성이 커진 데 따른 것이다. 특히 기존 규정 가운데 추상적·선언적이거나 적용 기준이 모호한 조항 등을 점검하고, 실효성 있는 윤

리규범을 마련할 예정이다.

개정위 위원장은 △김병직 문화일보 발행인(위원장) △도진수 법무법인 진수 대표변호사 △남혁상 국민일보 논설위원 △정은령 세명대 저널리즘대학원 부원장 △김태훈 세계일보 기자 △오광록 광주일보 서울취재본부장 △현창국 한국신문윤리위원회 심의실장 등 7명으로 구성됐다.

개정위는 내년 4월 7일 신문의 날에 개정안을 공표한다.

언론과 미디어 리터러시 교육 간의 필요충분에 대한 소고

기고

조재희

서강대
지식융합미디어학부 교수
(NIE한국위원회 위원)

디지털과 AI 기술의 발달로 미디어 생태계가 복잡해지고 빠르게 변하면서, 사회 전반적으로 다양한 차원의 리터러시가 등장했다. 최근에는 ‘디지털 리터러시’, ‘미디어 리터러시’, ‘광고 리터러시’, ‘AI 리터러시’와 같이 여러 영역에서 리터러시가 강조되고 있다.

종류는 다양하지만 각각의 리터러시가 요구하는 핵심역량에는 개념적으로 공통 분모가 있다. ‘접근과 활용’, ‘책임과 권리’, 그리고 ‘비판적 이해’와 같은 세부 역량은 구체적인 내용은 상이하더라도 공통적으로 언급되는 사항이다. 특히 미디어 리터러시의 경우 미디어 콘텐츠와 생태계에 대한 비

판적 이해로 정의되며, 이는 미디어의 효율적인 이용뿐 아니라 메시지를 올바르게 이해할 수 있는 능력도 포함한다.

신문은 최고의 미디어 리터러시 교육 자료

필자는 비판적 이해력을 중심으로 한 미디어 리터러시 교육에 신문을 보다 적극적으로 활용해야 한다는 의견에 동의한다. 그 이유는 세 가지 들 수 있다. 우선, 신문 기사는 사회적 현상을 비판적으로 해석해 전달한다. 하나의 기사에는 기자가 사회적 현상을 바라보고 해석하는 ‘관점’이 담겨 있다. 또 특정 현상을 단순히 ‘기술(記述)’하는 것이 아니라 기자 나름의 관점으로 의미를 부여해 ‘논술(論述)’한다. 따라서, 다양한 기사를 자주 접하다보면 하나의 주제가 여러 관점에서 논의된다는 점을 자연스럽게 파악하게 되고, 현상 이면의 진의를 알게

돼 해석력을 높일 수 있다.

다음으로, 신문 기사가 갖는 정보로서의 신뢰성과 우수성에 주목할 필요가 있다. 생성형 AI로 수많은 미디어 콘텐츠가 양산되는 요즘, 정확하지 않은 정보나 고의로 상대를 음해하기 위해 제작된 딥페이크 콘텐츠가 심각한 사회 문제로 대두되고 있다. 반면 기자의 개인적인 소신과 언론사의 조직적인 검토 과정을 거쳐 생산되는 신문 기사는 정보의 ‘신뢰성·정확성’ 측면에서 질(質)적으로 우수하다. 결국 신문 기사는 미디어 리터러시 교육 프로그램에서 믿고 활용할 수 있는 ‘소재’가 된다.

마지막으로, 신문 기사는 글쓰기 역량을 키우는 데 더할 나위 없이 좋은 교구이다. 필자는 고등학교 때 독서에 빠져 있었고, 고3 시절 입시를 준비하면서도 교과서 외 다른 책을 읽고 싶은 욕구 때문에 갈등에 빠진 적이 있었다. 이때 담임

선생님께서 무언가 읽고 싶으면 당분간 사설을 읽어보라 조언하셨고, 그때부터 신문 사설을 꾸준히 읽게 됐다. 1,000~2,000자 사이에 자신의 주장을 일목요연하게 펼치는 글들은 자연스럽게 논술 실력 향상에 도움이 됐다. 생성형 AI로 쉽게 글은 쓰지만 자신만의 글을 작성하기는 점점 더 어려워지고 있음을 고려했을 때, NIE 같은 신문 읽기·쓰기 기반 교육은 청소년의 글쓰기 능력을 본질적으로 높이는 데 크게 기여할 것이다.

언론·교육, AI 리터러시 교육 위해 협업해야

이처럼, 신문은 미디어 리터러시 교육을 위해 적극 활용할 만한 자원에 틀림없다. 다만, 한국의 미디어 리터러시 교육 현실을 고려할 때, 언론계는 보다 적극적으로 미디어 리터러시 교육 프로그램의 기획 및 운영에 참여하고 교육계는 언

론계와 협업을 도모할 필요가 있다. 문화체육관광부와 한국언론진흥재단이 공동 주최하고 여러 언론 및 방송사들이 참여하는 “미디어 리터러시 주간(미리위크, ME:LI WEEK)”이 매년 개최되고는 있지만, 언론계가 실질적으로 교육계와 협력해 기획하는 교육 프로그램은 찾아보기 어렵다.

특히 미디어 교육 전문가가 언론계와 협력해 페이크 뉴스나 정보 관별과 관련된 교육 프로그램을 공동 개발하고 언론계 전문가가 교육에 적극적으로 지원·참여하는 것은 청소년의 미디어 리터러시 교육의 질을 고양하는 데 크게 기여할 것이다. 이러한 과정을 통해 비판적 이해력을 포함한 미디어 리터러시 역량이 높아진 학생들이 미래의 언론인이 됐을 때 언론계는 한 단계 더 발전할 수 있을 것이다. 결국 언론과 미디어 교육은 필요충분 관계이다.

문체부 ‘지역신문발전 3개년 지원계획’ 발표

디지털 전환·맞춤형 지원 강화·지역 저널리즘 공공성 제고

문화체육관광부(이하 문체부)는 지난 7월 31일 지역신문의 지속 가능한 발전과 디지털 전환을 지원하는 내용의 ‘지역신문발전 3개년 지원계획(2026~2028)’을 발표했다. ‘지역신문발전 지원계획’은 ‘지역신문발전 특별법’ 제6조에 따라 3년마다 수립하는 중장기 정책이다.

이번 계획은 인공지능(AI) 중심의 뉴스생태계 재편과 미디어 환경 변화에 대응해 지역신문의 경쟁력과 자생력을 높이는 데 중점을 뒀다. 3대 추진 과제로는 △디지털 전

환의 단계적 내재화 및 확산 △지원 체계 효율화 및 맞춤형 지원 강화 △지역 저널리즘의 공공성 제고 및 지역사회 연계 활성화를 마련했다.

우선 지역신문발전기금 지원 대상 선정 기준을 기존 경영·재무 건전성 중심에서 저널리즘 중심으로 단계적으로 전환한다. 특히 취재·보도 역량과 사회적 책임 이행에 대한 평가를 강화하고, 저널리즘 관련 평가 비중을 현행 약 30%에서

‘지역신문발전 지원계획’ 전략 및 추진 과제

디지털 전환의 단계적 내재화 및 확산	① 디지털 제작·유통 전환 지원 ② 디지털 인프라 기반 구축
지원체계의 효율화 및 맞춤형 지원 강화	① 자금 운영방식 및 지원체계 개선 ② 정책기반 강화 ③ 인적·물적 인프라 역량 강화
지역 저널리즘 공공성 및 지역사회 연결 강화	① 지역 현장 중심의 밀착형 저널리즘 지원 ② 지역사회 연계 사회공헌 활동 지원 ③ 독자 접점 확대 및 국민 관심 제고

최대 50%까지 확대할 계획이다. 또한 종사자 임금 미지급, 최저임금 준수, 조세 미납 등 사회적 책임 이행 여부를 지원 기본 요건으로 반영

하는 방안도 검토한다.

지역 저널리즘의 공공성 제고를 위해 지역 현안 중심의 심층 기획취재 지원도 확대한다. 소외계층 구독

료 지원과 지역신문 활용 교육, 지역 내 공동수송 확대 등도 추진한다.

디지털 전환 지원도 확대한다. AI 기반 뉴스 제작과 독자 데이터 분석, 맞춤형 뉴스 플랫폼 구축 등 신문사별 혁신 사업을 지원하고, 뉴스빅데이터 분석시스템 ‘빅카인즈’에 ‘지역이슈 전용 분석 기능’을 새로 탑재한다. 아울러 디지털 뉴스 제작 도구 보급과 별도 전산 설비 구축 없이 온라인 서비스를 운영할 수 있는 클라우드 웹호스팅 비용 지원도 이어갈 예정이다.

‘언론에 징벌적 손해배제 적용’ 폐지 추진

국민의힘 신동욱 의원은 지난 7월 29일, 정보통신망법에서 허위조작 정보와 관련된 규정을 삭제한 자칭 ‘입틀막법 폐지법’을 발의했다. 해당 법안은 지난 7월 7일 시행된 정통망법에서 허위조작정보 유통금지, 혐오표현 규제, 징벌적 손해배상 등의 조항을 삭제한 내용이 골자다.

신 의원은 “법의 ‘허위조작정보’와 ‘혐오표현’의 개념이 모호해 방송미디어통신심의위원회가 자의적으로 검열을 남용할 우려가

신동욱 의원 정통망법 개정안 발의 美 하원도 방미통위에 공식 항의

크다”고 지적했다. 이어 “동일한 행위에 대해 징벌적 손해배상, 형사처벌, 과징금을 중복 부과할 수 있게 규정하고 있어 과잉규제 및 이중처벌 논란이 있다”며 개정 필요성을 강조했다. 미국 의회도 정보통신망법에 대해 공식 항의하고 나섰다.

미국 하원 법사위원회 소속 공화

당 의원들은 지난 8월 6일(현지 시간) 방송미디어통신위원회(이하 방미통위)에 서한을 보내, 정보통신망법을 ‘온라인과 표현의 자유에 대한 중대한 위협’으로 규정했다. 이어 “미국 기업과 그 이용자들이 미국 헌법이 보장하는 권리를 행사했다는 이유만으로 방미통위가 처벌할 수 있도록 만들 우려가 있

다”며 이 법이 “미국인의 온라인 표현을 검열하는 데 악용될 가능성이 있다”고 비판했다.

의원들은 법이 규정한 ‘허위 정보’의 개념이 명확하지 않고, 어떤 기준과 절차에 따라 집행할 것인지도 구체적으로 제시되지 않았다고 설명했다. 아울러 “정치적으로 선호하지 않는 의견을 검열하는 수단으로 악용될 수 있고, 표현의 자유와 온라인 발언을 위축시키는 효과(chilling effect)를 초래할 수 있다”고 지적했다.

광고협의회, 임시 이사회 개최



신문협회 산하 광고협의회(회장 손용석 한국일보 상무)는 지난 8월 25일 한국프레스센터 19층 목련실에서 임시 이사회를 개최했다. 이날 이사회에서는 △파이낸셜뉴스 회원 가입 △광고협의회 부회장 선임 등을 의결했다.

언론, 법적 위험 발생 시 기사 철회·삭제 경향

언론보도로 인한 명예훼손·인격권 침해 등에 대한 법적 위험성은 기자의 자기검열을 강화하고 보도 철회·삭제로 이어질 수 있다는 연구 결과가 나왔다.

이는 ‘영국 언론인들이 인식하는 법적 위험에 대한 질적 연구’의 핵심 결론이다. 연구자인 셰필드대학교 정보·저널리즘·커뮤니케이션학부 통 정룡 박사는 기자·편집자 31명, 미디어 전문 변호사 4명, 규제기관·NGO·언론단체 전문가 14명 등 총 49명을 대상으로 2023년에 진행한 인터뷰를 바탕으로, 영국 기자들의 법적 위험 관리 실태를 분석했다.

지난 7월 29일 저널리즘UK(JournalismUK)에 따르면, 조사 결과 명예훼손 및 사생활 침해 리스크가 커지면서 자원이 부족한 영국 언론사들은 막대한 법적 분쟁을 무릅쓰기보다 기사를 자발적으로 철회하는 경향이 뚜렷하게 나타났다.

명예훼손, 기자에게 가장 큰 법적 부담으로 작용

연구 결과에 따르면, 기자들은 가장 우려되는 법적 위험으로 ‘명예훼손’을 꼽았다. 연구 참여자들은 이러한 우려의 원인으로 영국 법제의 구조적 한계를 지적했다. 핵심

은 증명 책임이 고소인(청구인)이 아닌 기자(피고)에게 있다는 점이다. 즉, 소송을 제기한 사람이 기자의 거짓 여부를 증명하는 것이 아니라, 명예훼손으로 고발당한 기자가 자신이 보도한 내용이 사실임을 직접 입증해야 하는 구조이다.

인터뷰 대상자들은 대표적인 사례로 언론 보도와 개인정보보호 간의 충돌 사건인 ‘블룸버그 vs ZXC 판결’을 지목했다. 이 사건은 블룸버그가 ZXC(가명, 영국에 거주하는 미국 국적의 대기업 고위 임원)가 연루된 형사 수사 내용을 보도한 데 대해 ZXC가 사생활 침해로 블룸버그를 상대로 손해배상 및 보도 금지 가처분 소송을 제기한 사건이다. 영국 대법원은 원고(ZXC) 승소 판결을 내리고 형사 수사 대상자라도 실제 기소 전까지는 사생활을 보호받을 합리적 권리가 있음을 명확히 했다.

인터뷰 대상자들은 이 판결이 뉴스룸 현장에 ‘위축 효과’를 초래하고 있다고 지적했다. 이는 법이 실제로 적용되지 않을 수 있음에도 법적 제재에 대한 우려 때문에 정당한 취재·보도 활동을 스스로 축소·회피하는 것을 의미한다. 한 탐사보

도 기자는 “현재 수사 대상이 될 가능성이 있는 인물에 대한 보도 자체가 위축되고 있다”며, 이러한 분위기가 자기검열로 이어질 수 있다고 경고했다.

법적 위험은 승소보다 ‘기사 삭제·압박 수단’으로 악용

연구 참여자들은 법적 위험이 실제 소송보다 기사를 철회하거나 정보를 삭제하도록 압박하는 수단으로 활용되는 경우가 많다는 점도 언급했다. 실제로 영국의 교육 전문 매체 ‘스쿨스 위크(Schools Week)’는 2023년 정부 웹사이트에 실수로 공개됐던 컨설턴트들의 일당 정보를 보도하려 했으나, 해당 컨설팅 회사가 가처분 신청을 예고하자 보도를 철회했다. 승소와 상관없이 법적 대응에 나설 경우, 최소 10만 파운드(한화 약 2억 원) 이상의 비용이 들 것으로 예상됐기 때문이다.

또 다른 기자는 지방의회 웹사이트를 출처로 작성한 기사와 관련해 명예훼손을 주장하는 법률가의 이메일을 받았으며, 법적 근거와 관계없이 정보 삭제를 압박하는 것이 이러한 메시지의 목적이라고 설명했다. 결국 소송 비용을 감당하기

어려운 언론사일수록 법적 위험만으로도 보도를 철회하거나 정보를 삭제할 수밖에 없게 된다.

인터뷰에 참여한 기자는 “과거에는 명예훼손이 언론사의 불안을 지배했지만, 최근 법적 위험은 기밀 유지, 사생활 보호, GDPR(일반 데이터 보호 규칙), 그리고 ‘잊힐 권리(right to be forgotten)’와 같은 문제로 옮겨가고 있다”고 언급했다. 한 미디어 전문 변호사도 이에 동의하면서, “보도 가능한 내용은 더 엄격해지고 있는 반면, 사생활 보호에 대한 기준과 범위는 더 확대되고 있다”고 설명했다.

뉴스룸의 법적 위험 관리 실태

뉴스룸은 민감한 사안을 보도하기에 앞서 법률 검토와 증거 수집, 공익성 논거 마련 등 체계적인 사전 검토 절차를 거치며, 이 과정에서 높은 비용을 부담한다.

한 미디어 전문 변호사에 따르면, 비교적 단순한 명예훼손 사건 의 1심 비용이 이탈리아에서는 약 5만 유로(한화 약 8천만 원)이지만, 영국에서는 패소에 따른 손해배상금이나 상대방의 소송 비용을 제외하고도 자체 소송 비용만 100

만 파운드(한화 약 19억 원)에 이를 수 있다.

이처럼 높은 재정적 부담은 실제 법정 다툼에 이르기 전부터 언론사의 취재와 보도 방식에 영향을 끼친다. 대형 매체는 엄격한 팩트 체크 시스템을 구축해 “특정 날짜에 비가 왔다”는 단순한 사실에도 일기예보 자료를 각주로 제시할 만큼 철저하게 대비하고, 사내 변호사를 고용하거나 상시 법률 자문 계약을 통해 법적 위험을 관리한다. 반면, 소규모 언론사와 프리랜서는 이러한 법률 자문 비용을 감당하기 어려워 비공식적인 인맥에 의존하거나, 실제로 법적 위험이 크다고 판단되는 기사에만 연간 몇 차례 외부 검토를 받는 데 그치는 실정이다.

연구자는 대형 매체와 중소 매체 간의 이러한 법적 대응 자원 격차를 지적하고, 언론사 간 자원 격차가 커질수록 법적 분쟁에 대응할 수 있는 역량에도 차이가 발생한다고 지적했다. 대형 언론사는 높은 법률 비용을 감당하며 소송에 대응할 수 있지만, 지역·독립 매체는 그렇지 못했다. 연구자는 이는 지역 권력을 감시해야 할 지역·독립 언론이 정작 법적 분쟁에 대응하고 이를 감당할 역량은 가장 부족한 상황으로 이어질 수 있다고 우려했다.

디 애슬레틱, 스포츠 크리에이터와 손잡고 젊은 독자층 공략

저널리즘 연구기관 니먼랩은 지난 8월 18일 젊은 독자층 확보를 위해 스포츠 크리에이터들과 협력하고 있는 디 애슬레틱 사례를 소개했다. 디 애슬레틱은 지난해 9월부터 스포츠 크리에이터들과 시범 파트너십 프로그램을 운영하고 있으며, 현재까지 약 75개의 영상을 제작했다.

스포츠 관련 콘텐츠로 젊은 독자층과의 접점 확대

콘텐츠 크리에이터인 코치 코(Coach Koe)와 도미니크(Dominic)이 스포츠 카드 구매 과정에서 벌어진 일을 담은 97초짜리 틱톡 영상이 대표적이다. 코치 코와 스포츠 카드 행사장을 찾은 어린이 팬 도미니크는 원하던 카드 가격이 예산을 초과했지만, 현장에서 코치 코의 팔로워인 판매자를 만나 예산에 맞게 할인받아 카드를 구입한 내용이다.

유망주의 성공 사례와 흥미로운 소재를 다룬 설명형 콘텐츠도 제작

했다. 여기에는 21세 대학 골프 선수가 프로 전향 두 달 만에 세계 1위 프로 골프 선수인 스코티 셰플러(Scottie Scheffler)를 꺾은 배경과 비결을 다룬 영상이 포함된다. 또한 축구선수 리오넬 메시가 2021년 FC 바르셀로나를 떠날 당시 판매된 ‘역사상 가장 높은 가격에 거래된 잔디 조각’의 내막 등 스포츠와 관련된 흥미로운 이야기도 소개했다.

디 애슬레틱은 크리에이터와 협업 프로그램을 시작한 지 약 1년 만에 동영상 조회수 5,000만 회와 신규 팔로워 10만 명을 확보했다. 또한 올여름 월드컵을 앞두고는 스포츠 크리에이터들과 협업을 통해 여러 국가의 스포츠 대회 결과 예측, 축구 관련 영상 콘텐츠 제작 등 젊은 독자층과의 접점을 확대했다.

협업 1년 만에 조회수 5천만 회·신규 팔로워 10만 명 확보 저널리즘 결합한 숏폼으로 신규 독자·수익 확대

언론사별 크리에이터 협력·네트워크 구축 사례	
워싱턴포스트	크리에이터 전용 파트너십 플랫폼인 ‘WP 크리에이터’ 출시. 충성 독자층을 보유한 크리에이터와 협력해 비디오 콘텐츠 공동 제작
CNN	중동 허브 기반 ‘CNN 크리에이터스’를 설립해, 매주 AI, 기술, 예술, 문화, 스포츠 등 젊은 층을 겨냥한 30분 분량의 프로그램을 선보임
퓨처	크리에이터 네트워크 ‘클럽’을 구축. 클럽의 콘텐츠는 소셜 트래픽 3배 증가 달성
버슬 디지털 그룹	산하 매체 ‘나일론’을 통해 광고주가 연선된 크리에이터와 행사를 진행할 수 있는 ‘초대 전용’ 멤버십 수익 모델 도입
인크&비하이프	유명 인사들과 크리에이터들의 콘텐츠를 인크닷컴(Inc.com)에 게시하기 위해 협력. 금전적인 거래 없이 ‘상호 홍보’를 통해 크리에이터의 강력한 팬덤을 언론사의 새로운 잠재 독자로 전환.
인디펜던트	전문 유튜버를 크리에이터 리더로 영입해 소통 중심의 ‘인디펜던트 스튜디오’ 출범

아이디어부터 팩트 체크까지…뉴스룸과 크리에이터 ‘공동 제작’

디 애슬레틱의 영상 콘텐츠 대부분은 자사 기자들이 제작하지만, 크리에이터 협업을 새로운 독자층, 특히 젊은 독자층과의 접점을 확대하는 전략으로 활용하고 있다. 젊은 세대가 읽거나 듣기보다 비디오를 통해 뉴스를 접하는 경향에 주목한 것이

다. 디 애슬레틱은 브랜드와 저널리즘 정체성에 부합하는 크리에이터를 선별하고, 스토리텔링과 심층 분석 등 자사의 저널리즘 정체성과 부합하는지를 주요 기준으로 삼았다.

협업은 뉴스룸과 크리에이터 간 소통을 바탕으로 진행된다. 크리에이터가 아이디어와 대본을 제안하면 디 애슬레틱 편집진이 내용에 대한

피드백과 팩트체크, 관련 기사 자료를 제공하며 최종 영상도 검토한다. 틱톡 팔로워 200만 명 이상을 보유한 프랭크 마이클 스미스 크리에이터는 아이디어 제안부터 대본 작성, 영상 제작까지 직접 수행하고 디 애슬레틱의 검토를 거쳐 콘텐츠를 게시했다. 그는 실제 2025년 10월~2026년 4월까지 24개 영상을 제작해 총 2,700만 회의 조회수를 기록했다.

세로형 영상에 광고 결합…크리에이터 콘텐츠 수익화도

디 애슬레틱은 기자·크리에이터와 함께 제작한 세로형 영상에 스폰서를 유치해 추가 수익을 창출했다. 지난 북중미 월드컵 일일 요약 영상은 아마존 프라임(Amazon Prime), 스미스의 월드컵 결승전 관련 영상은 칼시(Kalshi, 예측시장 플랫폼)의 후원을 받았으며, 해당 영상은 기업을 직접 홍보하기보다 기사에 광고를 결합한 형태로 운영됐다.

“미디어 혁신·공익적 저널리즘 강화를”

경기일보 창간 38주년 기념식

경기일보(발행인 이순국)는 지난 8월 6일 본사에서 창간 38주년 기념식을 개최했다. 이순국 발행인은 기념사에서 “AI 활성화와 디지털 커머스를 통해 독자 맞춤형 콘텐츠를 신속하게 제공하는 미디어 혁신을 이루겠다”고 말했다. 이어 “소외된 이웃을 살피고 지역 현안을 해결하는 공익적 저널리즘을 강화해야 한다”며 “지역축제 주관 등 다양한 신사업에 과감히 도전해 지속 가능한 성장 동력을 확보하겠다”고 강조했다.

회원사, 수해 피해 성금 모금

신문협회 회원사는 전국재해구호협회(회장 임채정)와 함께 지난 15~18일 경남과 부산 등 남부 지역에서 발생한 폭우와 산사태로 피해를 입은 이웃을 돕기 위해 ‘2026 수해 이웃돕기 긴급 모금’을 지난 8월 17일~31

일까지 실시했다.

회원사들은 8월 20~24일 기간 중 성금 모금 공동 사고를 게재하고, 재해구호협회가 개설한 성금 모금 계좌와 온라인 기부, ARS, 문자 기부 등을 안내했다.

인사

제주일보 새 발행인에 이명준 변호사



제주일보는 지난 6월 24일 새 발행인에 이명준(사진) 변호사를 선임했다.

학력 △고려대학교 경영학

약력 △법률회계법인 조은 대표 변호사 △제주 경실련 공동대표

회원사 동정

강원도민일보, ‘지령 1만호 기념식·미래비전 선언식’

강원도민일보(발행인 김중석)는 오는 10일 지령 1만 호(9월 11일)를 기념해 춘천 스카이컨벤션 2층에서 ‘기념식 및 미래비전 선언식’을 개최한다. 일정은 △1부(기념식) △2부(오찬) 순이다. 행사에서는 지령 1만 호의 발자취를 담은 영상을 상영한다. 이어 AI 시대의 도약을 위한 미래비전을 선언할 예정이다.

경상일보, ‘2026 반구천 선사로드-미래유산포럼’

경상일보(발행인 엄주호)는 오는 4일 울산전시컨벤션센터에서 ‘2026 반구천 선사로드-미래유산포럼’을 개최한다. 이번 행사는 반구천의 암각화가 지닌 세계적 가치와 문화적 의미를 널리 알리고, 미래 세대와 함께 향유할 수 있는 문화유산으로 발전시키기 위해 마련됐다. 행사는 ‘반구천의 암각화, 미래를 잇다’를 주제로 한 포럼과 라이브 드로잉 쇼, 전시 등이 진행된다. 5일에는 반구

천의 암각화 일원에서 ‘반구천의 암각화 체험투어’도 진행한다.

대구일보, ‘2026 대구 북 페스티벌’ 참가자 모집

대구일보(발행인 이후혁)는 오는 4일까지 ‘2026 대구 북 페스티벌-가족과 함께하는 독서캠크닉’ 참가자를 선착순으로 300팀 모집한다. 행사는 △독서챌린지 △작가와 만남 △북아트 체험존 △어린이 공연 등으로 구성되며 오는 12일 대구도서관에서 개최한다. 참가 신청은 대구일보 문화사업부 홈페이지(culture.idaegu.com)에서 가능하다. 문의는 053-757-5783.

대한경제, ‘제6회 2026 지방자치 혁신대상’ 공모

대한경제(발행인 유일동)는 오는 18일까지 ‘제6회 2026 대한민국 지방자치혁신대상’을 공모한다. 대상은 광역·기초지방자치단체, 지방공사·공단 및 지방출자·출연기관, 지방자치단체장·공무원·지방공공기관 임직원이다. 시상은 △지방자치단체

종합혁신대상·지방공공기관 종합 혁신대상 △9개 분야별 혁신대상 △지방자치 혁신리더상·지방행정 혁신공무원상이다. 참가비는 없으며 접수는 sjlee@dnews.co.kr.

동아일보, ‘2027 DBR 비즈니스 트렌드 인사이트쇼’ 개최

동아일보(발행인 임채정)는 오는 10일 서울 중구 페럼타워 페럼홀에서 ‘2027 DBR(동아비즈니스리뷰) 비즈니스 트렌드 인사이트쇼’를 개최한다. 행사는 2027년 비즈니스 환경을 좌우할 12가지 핵심 키워드를 선정한 전문가들이 변화의 배경과 새로운 기회, 대응 전략을 제시한다. 참가비는 △1만 원(DBR 독자) △10만 원(비독자)이며 신청은 DBR 홈페이지(dbr.donga.com).

매일경제, ‘제27회 세계지식포럼’ 개최

매일경제(발행인 장승준)는 오는 8~10일 장충아레나·서울 신라호텔에서 ‘제27회 세계지식포럼’을 개최한다. 포럼은 ‘프로메테우스의

순간: 공존지능 세계를 설계하라’를 주제로, 이시바 시게루 전 일본 총리와 헬레 토르닝슈미트 전 덴마크 총리 겸 메타 감독위원회 창립자 등 세계 정상급 인사들이 참여한다. 데이비드 캐머런 전 영국 총리는 ‘AI 혁명의 시대, 글로벌 공존전략과 위기극복의 리더십’을 주제로 개막식에서 연설할 예정이다. 참가비는 △현장 참석(400만 원) △온라인 3일권(200만 원) △온라인 1일권(100만 원)이다.

조선일보, ‘제43회 최은희여기자상’ 공모

조선일보(발행인 홍준호)는 오는 10일까지 ‘제43회 최은희여기자상’ 후보자를 공모한다. 추천 자격은 △신문·방송·잡지·통신사 대표 또는 주필, 편집·보도국장 △언론 관련 단체와 여성 단체 대표 △대학 언론 관련 학과장 △역대 수상자이다. 접수는 추천서와 이력서, 공적 자료 각 1부씩을 우편으로 제출하면 된다. 시상은 상패와 상금 2,000만 원이며, 문의는 02-724-6324.

조선일보, 월 구독료 2만 5000원으로 조정

조선일보(발행인 홍준호)는 9월 1일자부터 월 구독료를 현행 2만 원에서 2만 5000원으로 조정한다. 한



부당 가격도 현행 1000원에서 1500원으로 변경했다. 이번 구독료 인상은 지난 2022년 1월 이후 4년 8개월 만이다. 조선일보는 원부자재값·배달비 등의 상승으로 구독료를 조정한다고 밝혔다.

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.

