

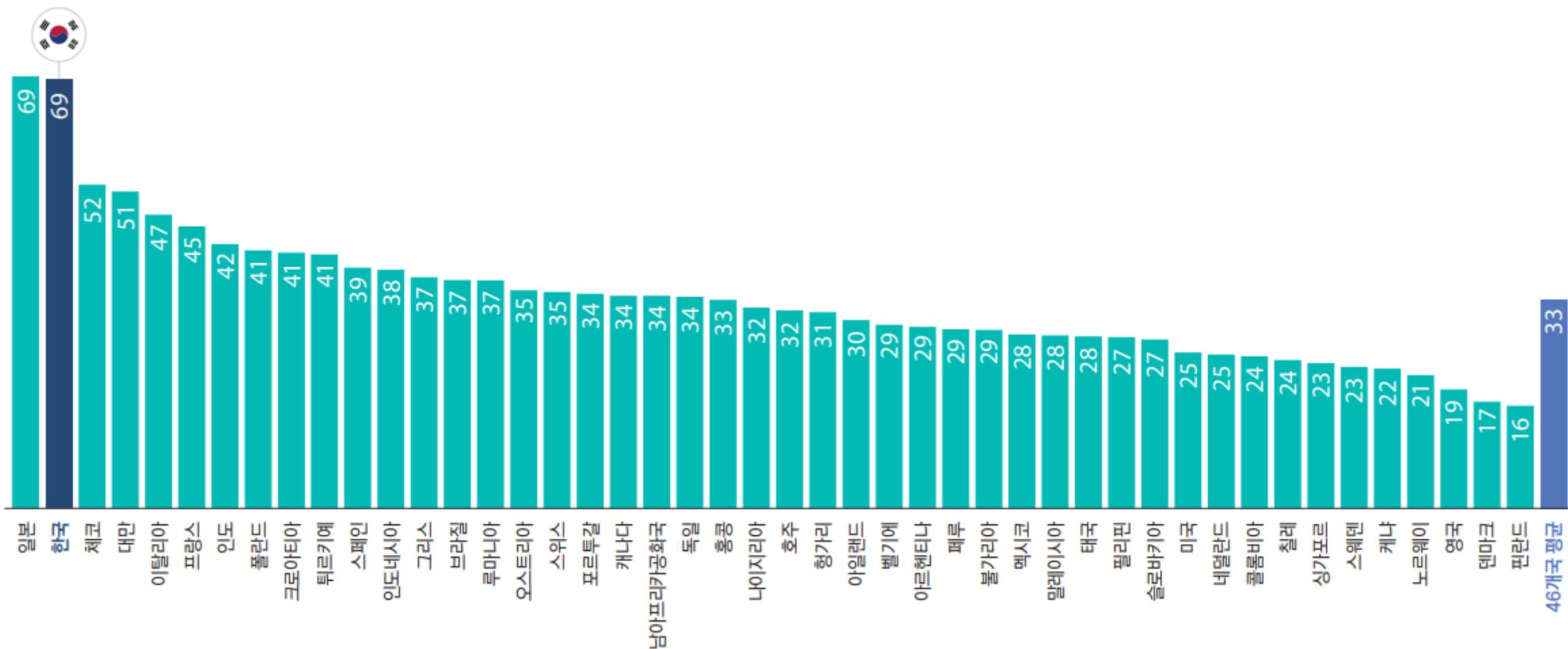
'오래된 꿈'으로서 '언론사 공동 뉴스 포털'

오세욱 (한국언론진흥재단 책임연구위원)



• 디지털 뉴스 주 이용 경로: 검색 엔진 및 뉴스 수집 서비스(46개국)

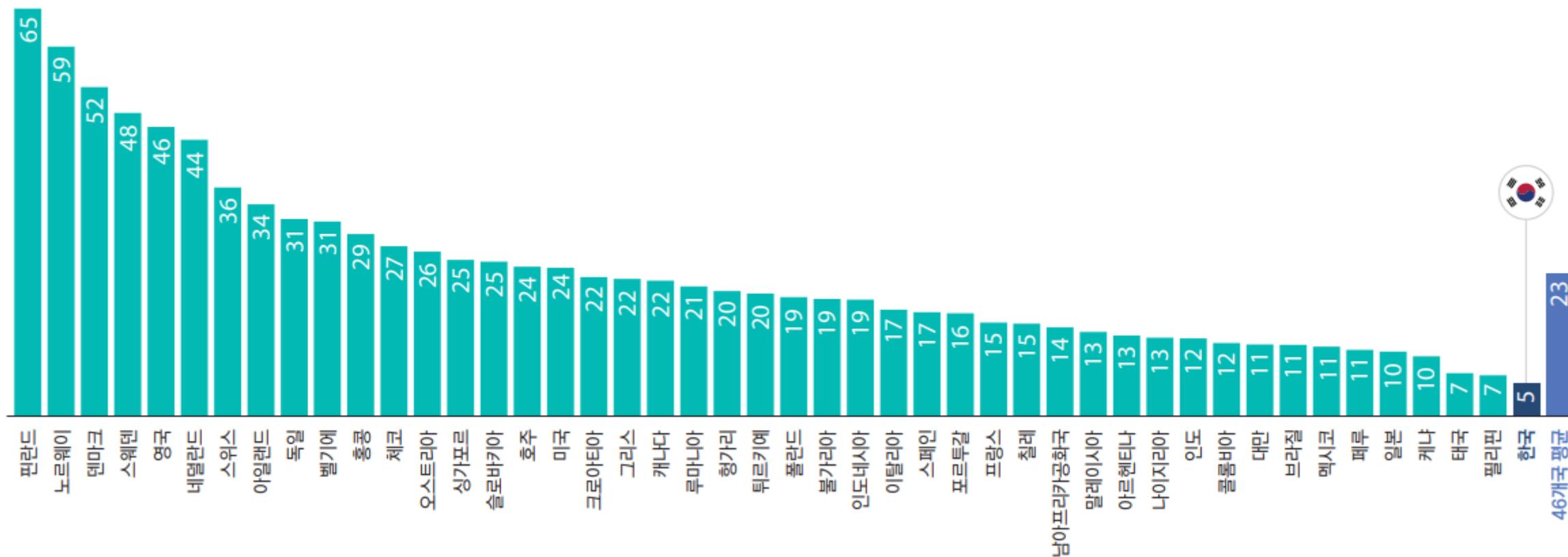
(단위: %)





• 디지털 뉴스 주 이용 경로: 뉴스 웹사이트 및 앱(46개국)

(단위: %)

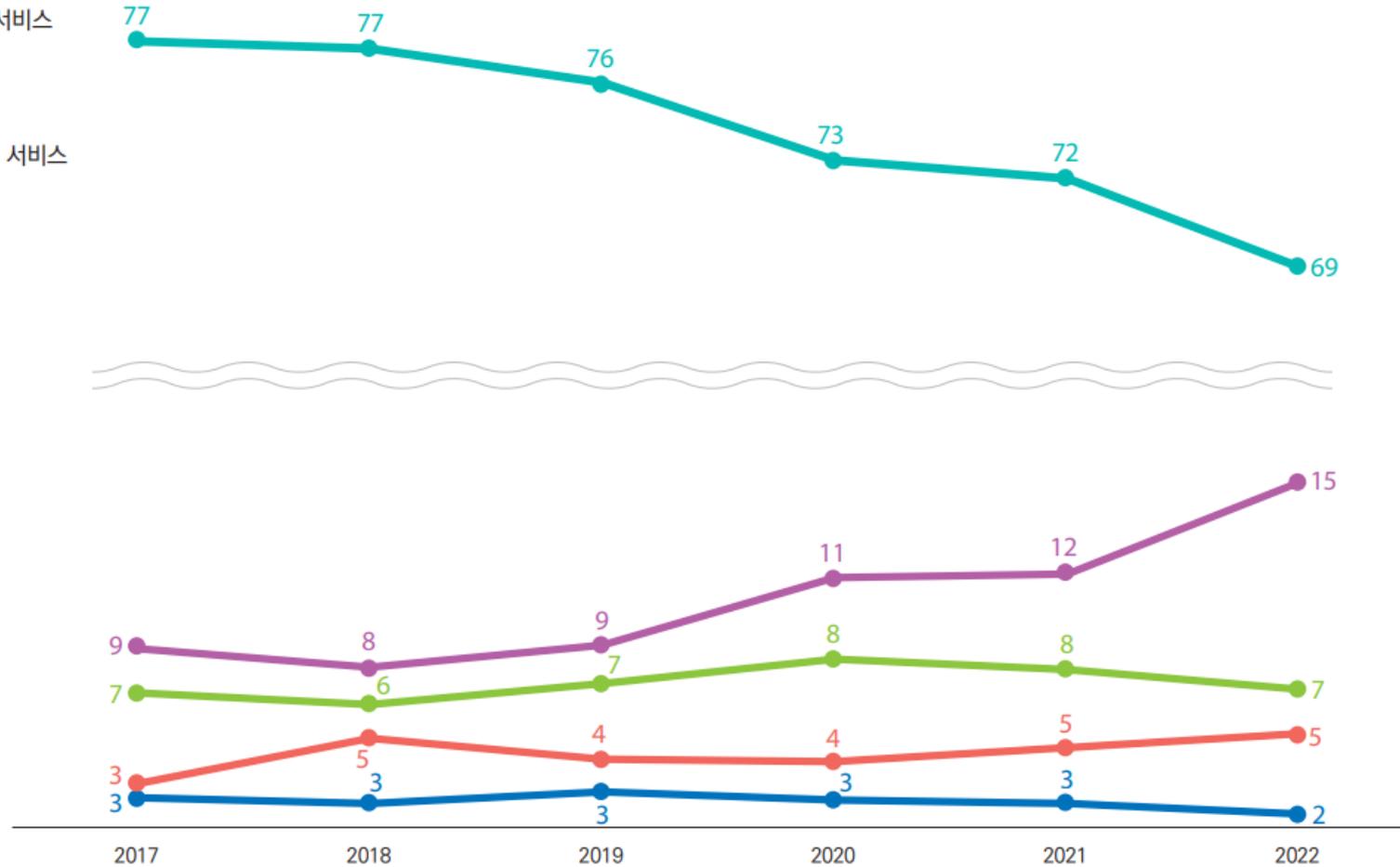




• 디지털 뉴스 주 이용 경로(한국) (2017~2022년)

(단위: %)

- 검색 엔진 및 뉴스 수집 서비스
- 뉴스 웹사이트 및 앱
- 소셜미디어
- 이메일 뉴스레터 및 알림 서비스
- 모바일 알림 서비스





언론사 공동포털, 포털의 뉴스독점 '깎까'

권귀순 기자 [+구독](#)

등록 :2009-01-20 19:13



신문협회 “내달 설립안 마련”
 각사 이해관계 조율 등 과제



사회 많이 보는 기사

1. '청소 갑질' 박순애, 이번엔 제자 탕 "나 말고 선임연구원이..."





- 뉴스 콘텐츠 유통의 민영 포털 종속에 따른 언론 신뢰 하락, 언론사 수익성 악화, 언론사 영향력 및 경쟁력 저하 등 저널리즘 전반 질적 하락에 대한 문제제기
- 현재 여야 모두 포털 뉴스 아웃링크 전환, 포털 뉴스 편집권 제한 등 포털을 통한 뉴스소비 심화에 대한 우려를 공통적으로 표명하고 있으며, 대안적인 디지털 뉴스 유통 구조 개선 방안에 대한 필요성도 다양하게 제시되고 있음
- 이러한 정책적, 법적 동향과 함께 구독 서비스로의 전환, 지역 및 군소 매체 제휴 강화 등 다양한 대안이 제시되면서 '탈포털'이 새로운 과제로 주목 받고 있지만, 기사 유통 수단으로서 포털의 역할은 이용자 입장에서 편리하고 유익하기 때문에 수익이 아닌 공익적 관점과 저널리즘 관점에서 기사를 한 데 모아 보여주는 서비스의 제공은 여전히 필요함
- 기존 포털이 갖고 있는 문제점을 해소하면서 기존 포털이 갖고 있는 뉴스 유통의 편익을 이용자에게 제공하려는 수단으로서 현재의 포털이 아닌 '언론사 공동 뉴스 포털'을 대안적으로 추진할 필요성이 있다는 주장이 오래전부터 제시되어 왔지만, 언론사간 이해 관계 조율의 어려움 때문에 실제 구현으로는 이어지지 못했음
- '언론사 공동 뉴스 포털' 추진 시 이해 관계 조정을 위해 최초 출범을 위한 역할을 저널리즘 관점에서 독립적으로 수행할 수 있는 공공기관이 맡아야 한다는 의견 → **그래서 이에 대한 검토를 해 봤음**



1) 포털 규제 논의의 한계

- 디지털 뉴스 유통 서비스에서 과점적 지위를 확보한 포털에 제기되는 여러 가지 문제점들을 개선하기 위해 그동안 신문법, 정보통신망법, 언론중재법 등을 중심으로 다수의 규제 입법안이 논의되었지만, 이 같은 입법안에 대해 민간 사업자의 영업권 침해, 이용자 선택에 기반한 편익 저하, 인공지능 등 미디어 기술 발전 저해, 나아가 표현의 자유 침해 가능성 등 시민사회, 학계를 중심으로 다양한 비판이 제기됨
- 대안으로 자율규제 강화 방안도 모색되었으나, 포털을 규제하는 방식으로는 포털로 인한 문제점들을 해결하기는 어려움

2) 포털 뉴스 유통의 공공성

- 포털은 인터넷을 기반으로 하는 서비스로서, 방송 공공성의 근거가 된 자원의 한정성이나 정보 수용의 일방성에 기반해 공공성을 요구하는 정책 대상이 아니라 할 수 있지만, 포털 사업자가 제공하는 여러 서비스 중 뉴스 유통은 미디어로서의 속성을 지니고 있으며, 이로 인해 미디어로서의 사회적 책무를 요구받게 된 것으로 그것이 포털이든, 소셜미디어든 '뉴스 유통'이 이루어지는 장은 미디어로서 공공적 성격을 갖는다고 볼 수 있음

3) 미디어 정책의 특성

- 사회적으로 제도화된 커뮤니케이션 양식으로서 신문·방송·통신과 같은 미디어는 공동체의 의사 결정에 필요한 정보를 생산, 유통하며 민주주의에 기여하는 특정한 기능과 그 정치적·사회적·문화적 영향력으로 인해 바람직한 기능 내지 목표에 대한 규범적 기대를 요구받음



1) 다양성

- 미디어 정책에서 다양성은 매우 중요한 원칙이 되어 왔으며, 미디어의 성과와 정책 결정의 기준으로 작동함
- 제호의 다양성을 넘어 민주적 의사 형성에 기여할 수 있는 언론의 다양성 보장이 요구되는 것으로 뉴스 내용의 다양성, 이용자들이 다양한 뉴스에 노출되고 그러한 뉴스들을 소비하고 있는지와 관련된 노출의 다양성, 다양한 매체와 내용에 노출이 가능한 유통 환경이 마련되어 있는지와 같은 질적 다양성을 구현하기 위한 정책 방안을 모색해야 함

2) 지역성

- 지역주민들에게 필요한 정보를 제공하고 지역주민들의 의견을 반영해서 '제대로 된' 지역 언론 기능을 할 수 있는 지역신문, 중앙 일간지와도 대등하게 경쟁할 수 있는 시장조건, 지역일간신문과 지역주간신문이 지역 상황에 맞게 역할을 분담하고 건전하게 경쟁할 수 있는 시장 구조를 만들어 가는 정책이 요구됨
- 디지털 뉴스 유통 생태계에서 지역성을 구현할 수 있는 근본적인 정책방안이 모색되어야 함

3) 새로운 정책 방향 필요성

- 질적 다양성과 저널리즘 품질 제고를 위한 새로운 정책 방안의 모색 필요
- 민주주의 사회에서 언론의 기능과 여론 다양성을 구현하기 위한 정책은 개별 신문 기업 차원이나 특정 플랫폼 사업자에 대한 정책을 넘어 뉴스 미디어 산업 전체를 조망하는 관점에서 설계되어야 하며 '언론사 공동 뉴스 포털'은 그러한 정책 방안으로 모색될 수 있음



- '언론사 공동 뉴스 포털' 제안은 새로운 이야기가 아님
 - 그 동안에도 수차례의 현 포털 중심 유통 구조를 개선하려는 사례들이 있었는데, 2004년 5대 스포츠신문이 네이버와 다음에 뉴스 제공을 중단했던 사례부터 한국온라인신문협회의 '아쿠아프로젝트'(2005)와 '뉴스뱅크'(2007) 등 언론사 연합모델이 추진된 바 있으며, 2008년 한국신문협회에서도 '공동뉴스포털'을 추진했음(최진순, 2022, 3)
 - 당시 한국신문협회는 인터넷 포털 중심의 뉴스 소비를 신문사로 옮겨 오기 위해 뉴스콘텐츠를 중심으로 검색 기능과 커뮤니티, 블로그 등도 갖춘 종합 뉴스포털로 발전시킨다는 구상을 검토했음
 - '공동뉴스포털'이 궤도에 오를 경우 기존 포털에 뉴스공급을 중단하는 방안을 염두에 두었으며, 뉴스포털 설립방안으로는 별도 법인안, 47개사 회원사 공동출자안, 전략적 제휴방식 등을 논의한 것으로 알려짐(한겨레, 2009, 1, 20)
 - 그러나, 이와 같은 언론사 연합 공동뉴스포털은 필요성에 대한 공감에도 불구하고 현실화되지 못함
- '언론사 공동 뉴스 포털'은 기존의 포털 중심 뉴스 유통 생태계로부터 탈피를 도모했던 언론 현장의 자연 발생적인 고민에서 시작된 아이디어였으나 이를 실행할 주체와 자원, 업계 내 의견수렴의 어려움 등으로 인해 지연되어 결국 실패함
 - '언론사 공동 뉴스 포털'은 언론사간 협업을 기반으로, 언론사가 공동으로 디지털 뉴스 유통을 주도하면서 그 생태계를 경험하는 실험의 장을 제공할 수 있으며, 언론사 공동 포털의 뉴스 유통 서비스는 상업적 포털에 모범적 사례가 되는 한편, '언론사 공동 뉴스 포털'의 뉴스 배열과 유통은 상업적 포털에 대한 사회적 책임을 촉구하고 강화할 수 있는 기제로 작동할 수 있음



- 이러한 상황을 감안하여 한국언론진흥재단은 지난 해 말부터 '언론사 공동 뉴스 포털' 관련 사업의 검토를 진행하였으며, 구체적 추진을 목적으로 재단 이사회 구성원들과 사전 협의를 통해 포럼 구성에 합의하고 다음과 같이 포럼을 진행했음

| 구분 | 일시 | 논의 내용 |
|-------|---------------|---------------------------------------|
| 1차 회의 | 2022년 2월 28일 | 포털 관련 주요 이슈와 대안적 포털의 필요성 |
| 2차 회의 | 2022년 3월 11일 | 대안적 포털 추진 시 예상 주요 이슈 |
| 3차 회의 | 2022년 4월 8일 | 언론사 공동 뉴스 포털 기사 제공 방식 및 기사 배열 방안 |
| 4차 회의 | 2022년 4월 22일 | 언론사의 언론사 공동 뉴스 포털 참여 동인과 유인 방안 |
| 5차 회의 | 2022년 5월 13일 | 이용자의 언론사 공동 뉴스 포털 참여 동인과 유인 방안 |
| 6차 회의 | 2022년 5월 27일 | 언론사 공동 뉴스 포털의 법적 지위와 운영 방안 |
| 7차 회의 | 2022년 6월 10일 | 주요 논의 사항 별 결정 내용 검토 |
| 중간 발표 | 2022년 7월 11일 | 포럼 논의 내용에 대한 관련 업계 및 학계 의견 청취 |
| 8차 회의 | 2022년 10월 19일 | Prototype에 대한 검토 및 최종 의견 정리 |



1) 기사 제공 방식

■ 아웃링크 원칙 아래 과도기 기간 인링크 제공 혼용

- '언론사 공동 뉴스 포털' 참여 언론사의 전체 기사 목록은 언론사 사이트로 최종 연결되는 아웃링크를 원칙으로 함
- 단, 이용자 편의성 및 아웃링크 전환으로 인한 각 언론사의 준비기간을 고려해 일정기간 인링크 제공 방식 혼용

■ 인링크 혼용 방식 운영 방안

- 검색 등을 통해 제공되는 전체 기사 목록은 아웃링크로 제공하되, 전체 기사 중 각 언론사가 선정한 일정 개수 기사는 인링크로 제공하며, 일간지, 주간지, 월간지, 방송사 등 각 형식에 맞는 일정 개수의 기사를 참여 언론사가 선정함
- 인링크는 과도기(1년 잠정) 동안만 진행하고 이후에는 각 언론사가 선정한 기사도 아웃링크로 제공함

■ 기본 기사 제공 방식 : 기사 제목 및 언론사 명과 자동 요약(KPF-BERT 활용) 내용 제시

| | | |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 14:04 | 러-우크라 사태 장기화..늘어가는 대금결제 애로 '속탄다' | 뉴시스 |
| 요약 | 무역협회, 총 612건(494개사) 애로 접수, 대금결제 관련 애로가 321건(52.4%)으로 가장 많아, 정부 차원의 공급망 대책 마련과 수출 기업들에 대한 지원 마련이 필요 | |
| 14:03 | 코스피 상장사들, 작년 순이익 156조..'역대 최대 실적' | 노컷뉴스 |
| 요약 | 코스피 상장사 순이익, 전년 대비 160.56% ↑, 매출액 19.82% ↑, 영업이익 73.59% ↑, 금융업 43개사 순이익도 47.06% ↑, 코스닥 상장사 실적도 '역대 최대' | |





2) 기사 배열 방식과 배열 공정성 문제

- 제시된 언론사 공동 뉴스 포털의 초기 기사 배열 방식 안
 - 1안) 사람에 의한 직접 배열: 1-1안) 언론사 공동 뉴스 포털 편집 운영진의 직접 배열, 1-2안) 언론사 공동 뉴스 포털 외부 위원회의 직접 배열
 - 2안) 알고리즘에 의한 자동 배열: 2-1안) 이용자 요인을 반영한 맞춤형 알고리즘 배열, 2-2안) 뉴스트러스트와 같은 이용자 요인 제외 배열 알고리즘 적용
 - 3안) 편집 배열 없이 기준에 따른 목록만 제공
 - 4안) 배열 없이 구독으로만 기사 제공
 - 5안) 언론사 공동 뉴스 포털 언론사의 뉴스 직접 편집
- 지금까지의 문제점을 고려할 때 사람의 배열, 알고리즘에 따른 배열 모두 문제를 드러내고 있지만, 이용자 편의성을 고려할 때 어느 정도 개입은 필요함
 - 사람이나 기계가 개입하지 않는 편집 배열을 원칙으로 시간 순 등 기초 원칙에 따른 기사 목록만 제공함
 - 다만, 이용자 편의성을 고려하여 사람이 제한적으로 기사 배열에 개입할 필요가 있는데, 1) 국가적 재난(산불, 전염병), 이슈 등을 처리하기 위한 속보 편집, 2) 그날 그날의 주요 이슈 파악을 위한 클러스터링 등 적용
- 이외 언론사들이 선정한 기사들을 카테고리, 이슈, 섹션 등에 따라 이용자들이 선택하여 볼 수 있도록 조치함
 - 최근 1시간 내 기사, 30분 내 기사 등으로 기사 최신 기준을 다양화하여 시간 기준 단일성 문제 보완
 - 언론사 공동 뉴스 포털 메인, 각 분야(대분류, 소분류) 별 메인, 언론사 유형(일간지, 주간지, 방송, 신문, 지역, 인터넷, 전문지 등)을 최 대한 다양화해 이용자들이 최신순으로 보더라도 가능한 다양한 기사 이용이 가능하도록 함



3) 언론사 참여 동인과 유인 방안 -1

■ 언론사 공동 뉴스 포털 참여 언론사 수 및 기준

- 기존 포털 제휴 모델과 달리 문턱을 낮출 필요가 있지만, 저널리즘 품질을 고려한 선정 기준이 필요하며, 참여 언론사의 경우 신청하는 모든 언론사를 받아들이는 것이 아니라, 일정 조건을 충족하는 언론사 중 외부 전문기관 혹은 위원회 등의 심사를 통해 최대한 문턱을 낮추면서 선정함
- 인터넷 언론사나 소규모 언론사에게 기존과 다른 차별적 기회를 주면서 기사 품질을 충분히 반영하는 방향을 지향

■ 기사 제공료 지급 방안

- 언론사 공동 뉴스 포털에 참여하는 모든 언론사에게 기본 기사 제공료를 지급하고, 각 언론사의 취재 역량과 잠재력을 반영할 수 있는 모델을 만들어 예산 범위 내에서 추가 제공료는 차등 지급하는 방안을 추진
- 기본 제공료는 모두 동등하게 지급하면서, 공공 포털 제공 기사의 품질, 이용자 평가 등 다양한 요인(체류시간 등)을 개발하여 예산 범위 내 추가 제공료 지급을 위한 공식을 산출

■ 언론사 공동 뉴스 포털 참여 언론사별 최소 노출 보장 방안 마련 및 시행

- 인터넷 및 지역 언론 등 이용자 선호도가 낮은 참여 매체들이 이용자에게 기본 노출이 될 수 있도록 언론사 공동 뉴스 포털 분류에 따른 가중치 조정 및 기존 포털과 차별화하여 언론사별 분류를 협의 하에 매핑 후 선호 분류에 대한 우선권 부여
- 언론사가 선택한 분류를 최소 노출 기준으로 활용(예를 들어, 언론사 별 선호 분류에 대해서는 해당 언론사의 기사를 최상단 노출을 이용자 당 일 1회씩 보장하는 방식으로 운영)

※ 지역 및 인터넷 등 군소 매체 노출 방안 : 이용자가 선호 지역을 선택한 후 해당 지역 매체 우선 노출



3) 언론사 참여 동인과 유인 방안 -2

■ 참여 언론사별 최소 노출 보장 방안

| 정치 | 경제 | 사회 | 교육 | 문화-예술 | 국제 | 스포츠 | 오피니언 | 연예 | 라이프스타일 | IT·과학 |
|--------|----------|------------|------|--------|-------|-------|------|------|---------|----------|
| 대통령실 | 금융 | 사건 | 초등교육 | 종교 | 미국 | 야구 | 사설 | 영화 | 생활정보 | 모바일 |
| 대통령 | 증권/증시/주식 | 사고 | 중등교육 | 출판 | 일본 | 해외야구 | 칼럼 | 드라마 | 음식 | 인터넷 |
| 국회 | 산업 | 재해 | 고등교육 | 미술 | 중국 | 축구 | 기고 | 가요 | 여행/레저 | SNS |
| 정당 | 재계 | 환경 | 대학교육 | 건축 | 아시아 | 해외축구 | 독자투고 | 예능 | 맛집 | 보안 |
| 더불어민주당 | 중소기업/벤처 | 인권/복지 | 원격교육 | 전시/공연 | 유럽 | 농구 | | 방송일반 | 가정/인테리어 | 기술혁신 |
| 국민의 힘 | 국제경제 | 여성 | 평생교육 | 학술 | 아프리카 | 배구 | | 연예인 | 육아 | 컴퓨터 |
| 정의당 | 생활경제 | 인물 | 교육일반 | 문화재 | 아메리카 | 골프 | | 연예일반 | 패션 | 게임 |
| 지방자치단체 | 무역 | 언론(미디어) | 교육정책 | 책 | 오세아니아 | E-스포츠 | | | 뷰티 | 과학 |
| 선거 | 외환 | 지역 | | 교양 | 중동 | 일반 | | | 도로/교통 | 통신 |
| 북한 | 유통 | 의료 | | 클래식 | 국제일반 | | | | 건강 | IT기기 |
| 외교 | 자원 | 노동 | | 문화예술일반 | | | | | | 소프트웨어 |
| 국방·안보 | 고용/취업 | 날씨 | | | | | | | | 인공지능 |
| 행정 | 재테크 | 사회문제(중독 등) | | | | | | | | IT·과학 일반 |
| 정치일반 | 노사관계 | 판결 | | | | | | | | 블록체인 |
| | 부동산 | 장애인 | | | | | | | | NFT |
| | 자동차 | 사회일반 | | | | | | | | |
| | 경제일반 | | | | | | | | | |

■ 언론사 공동 뉴스 포털 참여 언론사의 추가 수익 확보 방안

- 언론사 공동 뉴스 포털 내 광고 등을 제휴하여 언론사와 트래픽에 대한 수익 공유(※ 기업 광고도 유치 가능)

■ 참여 언론사에 언론사 공동 뉴스 포털 이용자 데이터 전수 제공



4) 이용자 참여 동인과 유인 방안

■ '언론사 공동 뉴스 포털' 내 기사 이용 편의성을 위한 노출 기사 수 제한

- '언론사 공동 뉴스 포털' 참여 언론사들이 제공하는 기사들 중 노출되는 기사를 일정 개수로 제한한 뒤 참여 언론사들이 각자의 기준에 따라 노출 기사를 선택하도록 함, 전체 기사는 검색을 통해 제공함
- 편집 부담을 덜면서 언론사들의 주요 뉴스를 한데 모아 보여줄 수 있어 이용자 편의성 제고 가능하다는 장점은 있지만, 언론사들의 어뷰징 가능성도 있기에 이 부분은 추후 모니터링을 통해 대응함
 - 이용자 맞춤형 기사 배열, 구독서비스 등 기존 포털에 비해 큰 경쟁력을 갖기 어려운 서비스는 '언론사 공동 뉴스 포털' 취지상 제공하지 않음

■ 저널리즘 가치를 반영한 기사 제공 방안

- 이용자를 위해 주요 이슈를 보여주는 클러스터링 방식을 적용하되, 문제가 될 경우 인위적인 개입을 해 문제를 해소하는 방식으로 추진 및 국가적 사안에 대한 속보, 주요 이슈(코로나 등) 등을 위한 특집 페이지 등은 별도 편집을 통해 운영

■ 섹션별 운영을 통한 이용 만족도 제고

- 지역, 국제 뉴스 등 섹션(추후 논의 통해 확정)을 별도로 운영하고, 심층기획보도, 소수자 인권 등 섹션 운영을 통해 공공성 및 이용 만족도 제고, 고정 섹션 외 비고정 섹션을 유연하게 운영



5) '언론사 공동 뉴스 포털' 구축 이후 운영 방안

▪ 구축은 공공(재단)이 전담하더라도 이후 운영은 민간으로 이양

- 공공에서 언론사 공동 뉴스 포털 시스템을 구축 후 이를 운영하기 위한 민간독립 초기 조직(제3의 독립법인)을 구성 후 운영 권한을 민간에게 위탁함, 정치적으로 독립적인 운영 조직 구성을 위해 재단, 포럼, 시민단체 등이 함께 논의

▪ 어뷰징 등 방지를 위한 사후 모니터링 제도 운영

- 운영 조직 내에 현재의 제휴평가위원회와 같이 제재 심의위원회 구성, 초기에는 운영 기구(사무국)가 직접 모니터링을 실시하고 제재 심의위원회에서 해당 내용을 바탕으로 언론사 제재 여부를 결정함

▪ 공공에서 '언론사 공동 뉴스 포털' 추진을 위한 관련 법령상 근거 마련 방안

1. 현행 법령상의 해석을 통한 추진
 2. 기금 용도와 관련해 새로운 규정을 도입하는 방안
- 현 신문법 시행령 제28조(언론진흥기금의 용도)의 신문법 제35조제1항제7호 "대통령령으로 정하는 사업"이란 다음 각 호의 사업을 말한다.에서 1.~ 7.은 유지하고 8. (신설) 디지털뉴스 유통구조 개선사업을 추가하는 방안 등



디지털 뉴스 유통 구조 개선 포럼

기사 검색

2022-09-26

전체 지역 정치 경제 사회 문화 IT·과학 국제 스포츠 연예 기타 사실·칼럼

오늘의 이슈

| | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|-----------------------|
| 코로나 19 기사리스트 보기 | 인플레이션 경고 기사리스트 보기 | 대통령 해외 순방 기사리스트 보기 | 곽도원 음주운전 기사리스트 보기 | 러시아 기사리스트 보 |
|---------------------------|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|-----------------------|

최신 기사

▼ 언론사 목록 (100)

- 뉴스1 (2437건)
- 뉴시스 (1388건)
- 연합뉴스 (991건)
- 이데일리 (929건)
- 뉴스핌 (854건)
- 국제뉴스 (850건)
- 헤럴드경제 (845건)
- 파이낸셜뉴스 (687건)
- 아시아경제 (670건)
- 아시아투데이 (639건)
- 매일경제 (600건)
- OSEN (558건)
- 머니투데이 (546건)
- 한국경제 (537건)
- 서울경제 (519건)
- YTN (461건)

최근 1시간 최근 3시간 최근 1일

경제
`책임 통감` 고개 숙인 정지선 회장, 중대재해법 적용될까
 정지선[사진] 현대백화점그룹 회장이 26일 현대프리미엄아울렛 대전점에서 발생한 지하 주차장 화재 사고로 7명이 사망한데 대해 "무거운 책임감을 통감한다"며 고개를 숙였다. 정지선
 중앙일보 2022-09-26T23:59:43+09:00

연예
박명수, `소우파` 짝꿍 면모... `콘서트까지 다 갔다` [안다행]
 [엑스포츠뉴스 취재 기자] 박명수가 `소우파` 짝꿍 면모를 보였다. 26일 방송된 MBC `안 싸우면 다행이야`[이하 `안다행`]에는 `스트릿 우먼 파
 엑스포츠뉴스 2022-09-26T23:58:01+09:00



스포츠
제30회 안양시의장기 등호인 축구대회 개막
 【파이낸셜뉴스 안양=강근주 기자】 제30회 안양시의회 의장기 등호인 축구대회가 25일 비산체육공원-새물곶원-선수체육공원-평촌자유공원등 4구에서 15개 팀



분야별 최신 기사정치

정치 경제 사회 문화 IT·과학 국제
 스포츠 연예 기타 사실·칼럼

뉴욕서尹 옆에 있던 박진, 비속어 논란에 "제가 들은 ...
 박진 `부산엑스포, 최종 투표까지 시간 충분...국가별 ...
 尹 바로 옆에 있었던 박진 "尹 비속어 들은 것 없어"
 박진 `윤 대통령 비속어 들은 것 없어...` 한국 국회서 ...
 尹 비속어 논란 정면돌파에 興 `정언유착`vs `野` 장...
 文 `트위터에 `좋아요` 누르는 범인, 드디어 색출` ...
 MBC 3노조 "尹 비속어 문제라면 李 욕설은 왜 보도 ...
 외투기업 만난 한덕수 "애로·규제 조속히 해결할 것`
 [나이트포커스] 성남FC의족 수사 확대...檢, 네이바·차...
 전북, 코로나 사망자 1천명 돌파...일일 사망자 5개월 ...

주요 이슈

코로나19 인플레이션 경고 대통령 해외 순방

지역

국민의힘 혁신위, 음주운전 등 공천 원천배제

익산시, 문화공연으로 시민의 가을 풍성

[속보]전장면 서울 지하철 4호선 장애인 단체 시위 계...



미디어오늘 PICK | 2022.07.13. | 네이버뉴스

네이버·카카오 대항 '공공포털' 성공할 수 있을까
 최진순 부소장은 이어 "따라서 '언론사 공동의 뉴스' 결합만으로는 기존 사용자 경
 험을 압도하기 어렵다. 개별 언론사와 독자 간 연결과 관계 증진이 선행되거나...



아주경제 | 2022.07.12.

언론사 공동 뉴스포털 띄우기...이해관계별 이권 분분
 언론사 공동 뉴스포털이란 언론사가 디지털 뉴스 유통을 주도하는 새로운 플랫폼
 으로, 뉴스 콘텐츠 유통의 포털 의존 현상을 해결할 방안 중 하나로 꼽힌다. 오 위...



기자협회보 PICK | 2022.07.12. | 네이버뉴스

언론사 공동 뉴스 포털, 네이버·다음 독과점 해결할까
 디지털 뉴스 유통구조를 어떻게 개선할 수 있을까. 언론계에선 공공적 성격을 띤
 '언론사 공동 뉴스 포털'... 작업'이라며 '공동포털은 언론사들이 함께 디지털 뉴스...



강원일보 | 21면 1단 | 2022.07.12 | 네이버뉴스

언론사 공동 뉴스 포털 합동 추진 논의
 뉴스 콘텐츠의 민영 인터넷 뉴스 포털 중속에 따른 언론 신뢰 하락 및 언론사의 수익성 악화 등을 극복하기 위
 한 '언론사 공동 뉴스 포털'의 가능성이 심도 있게 논의됐다. 한국언론진흥재단은 11일 서울 중구...

쿠키뉴스 | 2022.07.11.

언론사 공동 뉴스 포털 "시기상조 VS 최소 대안"
 한국언론진흥재단 언론사 공동 뉴스 포털(가칭)이 포털 중심인 국내 디지털 뉴스
 유통 구조를 바꿀 대안으로... 언론사 연합 공동 뉴스포털은 이전에도 추진됐다. ...



뉴스1 | 2022.07.11. | 네이버뉴스

"언론사 공동 뉴스 포털", 뉴스 유통의 상향 평준화에 기여"
 디지털 뉴스 유통의 쏠림 현상과 관련, 올 초부터 공동연구 포럼을 구성해 '언론사
 공동 뉴스 포털'의 실현... 오 책임연구원은 "공동 뉴스 포털은 언론사 간 협업..."



한겨레 | 2022.07.11. | 네이버뉴스

언론사 중심의 '공동 뉴스포털' 가능할까?
 공동 뉴스포털 연구를 맡고 있는 오세욱 언론재단 책임연구원은 이날 '언론사 공
 동 뉴스포털의 가능성 검토' 발제를 통해 스공동 뉴스포털의 기사 제공 방식 및 ...



연합뉴스 | 2022.07.11. | 네이버뉴스

"언론사 공동 뉴스포털, 기사품질 등 따라 기본 제공료+α 지급"
 한국언론진흥재단이 포털 중심의 디지털 뉴스 유통구조 개선을 위해 준비해온 '언
 론사 공동 뉴스포털'에... 오 위원은 이날 공동 뉴스포털에 참여하는 언론사 수(54...



- "이미 포털에 집중된 이용자 규모가 있는데 별도의 포털을 만들었을 때 이용자 이동이 일어날 수 있을지가 문제"
- "공공 기금이 들어올 때 정부 통제로 이어질 가능성에 대한 우려, 편집과 배열을 둘러싼 언론사간 갈등 조정, 공정한 진입 심사, 광고와 같은 추가 수익 확보를 위해 또다시 질 낮은 기사를 생산할 수 있는 문제 등"
- "미디어 다양성 관점에서 유통 플랫폼의 다양성은 뉴스 생산과 소비 생태계를 건강한 경쟁 관계로 만든다는 점에서 의미가 있고, 넘어야 할 산이 많지만 이런 고민은 그 자체만으로도 의미가 있다."
- "'언론사 공동 뉴스 포털'이 기존 포털의 대체재로 보이거나 포장되어서는 안 된다."
- "네이버와 카카오 2개 사업자 중 한 곳만 빠져도 언제든 무너질 수 있는 구조라는 점에서 대안이 있어야 한다."
- "일본의 지역매체 연합과 같은 실패 사례와 시장에서의 생존 가능성이 우려되며, 시장과 이용자 행태에 대한 연구가 더 필요하고, 현 뉴스제휴평가위원회가 하는 역할과 기능을 '언론사 공동 뉴스 포털'에서 어떻게 운영할 것인가에 대해 좀 더 집중적인 논의가 있어야 할 것"
- "포털의 뉴스 유통 문제는 규제나 정치권을 통해 해결이 불가능하며, 포털 사업자가 사회적 책임을 다할 것이라고 기대할 수 없는 현실에서 '언론사 공동 뉴스 포털'은 최소한의 안전장치가 될 것"

▶ **취지에는 공감하지만, 현실적으로 가능할까라는 당연한 지적들..**



- 1) 논의된 방식만으로 언론사들의 참여를 실제로 이끌어 낼 수 있는가
- 2) 기존 포털 등 대체재가 있음에도 이용자들이 얼마나 이용할 것인가
- 3) 어떻게 적용하든 끊이지 않을 기사 혹은 언론사 배열의 공정성 논란
- 4) '언론사 공동 뉴스 포털' 구축 및 지원을 공공영역이 담당할 경우 정부 영향에서 벗어날 수 있는지
- 5) '언론사 공동 뉴스 포털'이 현재 제기되고 있는 포털 중심의 뉴스 유통 문제를 근본적으로 해결할 수 있는지
- 6) 실제 추진을 위한 예산 확보의 어려움
- 7) 구축 이후 안정적 운영을 위한 근거 마련의 어려움



- '언론사 공동 뉴스 포털'은 디지털 뉴스 유통을 미디어 정책의 일환으로 바라보는 관점에서 출발하며, 이는 미디어 정책 가치에 대한 사회적 합의가 전제되어야 함을 의미함
 - 디지털 뉴스 유통 정책을 포털에 '대응'하는 정책 차원이 아니라 민주주의 사회에서 필수불가결한 뉴스의 유통 환경을 개선하는 미디어 정책으로 상정하고, 공공성과 다양성, 지역성, 저널리즘의 질 제고와 같은 정책 원칙의 필요성과 정당성에 대한 사회적 공감대 형성이 필요함
- 언론사 공동 뉴스 포털 구축 및 지원 등과 관련한 정책 결정과 실행은 협치의 개념에서 설계되어야 할 필요가 있음
 - 시민사회와 이해관계자가 행정에 참여하는 '협치'는 전통적인 행정 행위인 통치를 대체하는 것이 아니고, 사회적으로 증가하는 다양한 불확실성과 불규칙성을 줄이고 유동적인 사회현상과 시장의 불안정성을 국가가 조정하는 것에 가까움
- 언론사 공동 뉴스 포털 정책 과정은 정부와 언론계, 학계, 시민사회 뿐 아니라 기존 포털 사업자까지 참여하는 사회적 논의의 장이 되어야 할 것으로 판단됨
- 언론사 공동 뉴스 포털을 실제 추진 시, 다양한 이해관계자들의 조율 과정에서 과거와 같이 무산될 가능성이 없다고는 할 수 없으며, 이용자들을 추진 정책 결정 과정에 어떻게 참여시킬지에 대해서는 논의가 필요함
 - ❖ 이번 제안은 실제 추진을 전제로 한 과정을 기록하고 그것의 이론적, 실무적 가능성을 검토한 내용을 바탕으로 구성하고 있기 때문에, 추진이 좌절되더라도 향후 관련 사안이 다시 제기될 경우 참고자료로서 중요한 가치를 지닐 것임

감사합니다.

