

디지털 플랫폼과 뉴스 미디어의 위기

- 디지털 플랫폼의 불공정한 지위 남용
- 지속가능한 뉴스 미디어 환경을 위한 대응의 필요성

이은우(법무법인 지향)

디지털 플랫폼과 뉴스 미디어, 어떤 문제가 있는가?



2022 OECD Competition Open Day(2022. 2. 23.)



미디어와 디지털 플랫폼의 경쟁 이슈(2022.2.23.)



Stigler Center Digital Platform 위원회(시카고 대학)(2017~2019)의 주요 주제

Stigler Center 2017년 프로젝트

2018년 컨퍼런스 - [디지털 플랫폼 과 집중](#)

Stigler Center는 디지털 플랫폼 위원회를 구성하기로 합의함. 플랫폼에서 제기된 문제를 해결해야 한다는 합의와 적절한 정책 대응에 대한 독립적인 전문 지식을 제공하기 위함.

2019년 컨퍼런스, [디지털 플랫폼, 시장 및 민주주의: 앞으로 나아갈 길](#)

위원회의 궁극적인 목표는 디지털 플랫폼의 경제적, 사회적 영향에 대한 독립적인 백서를 작성하여 의사 결정과 정책 결정에 정보를 제공하는 것. 해당 부문은

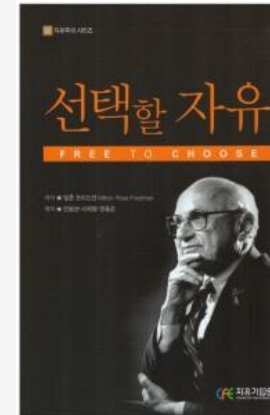
• [경제 및 시장 구조](#) * (반독점 정책에 대한 변경 가능성 포함)

• [개인 정보 및 데이터 보호](#) *

• [미디어](#) *(민주주의 사회의 핵심 기둥으로)

• [정치 체제](#) *(및 정치 분야와 관련된 문제)

2022-06-29

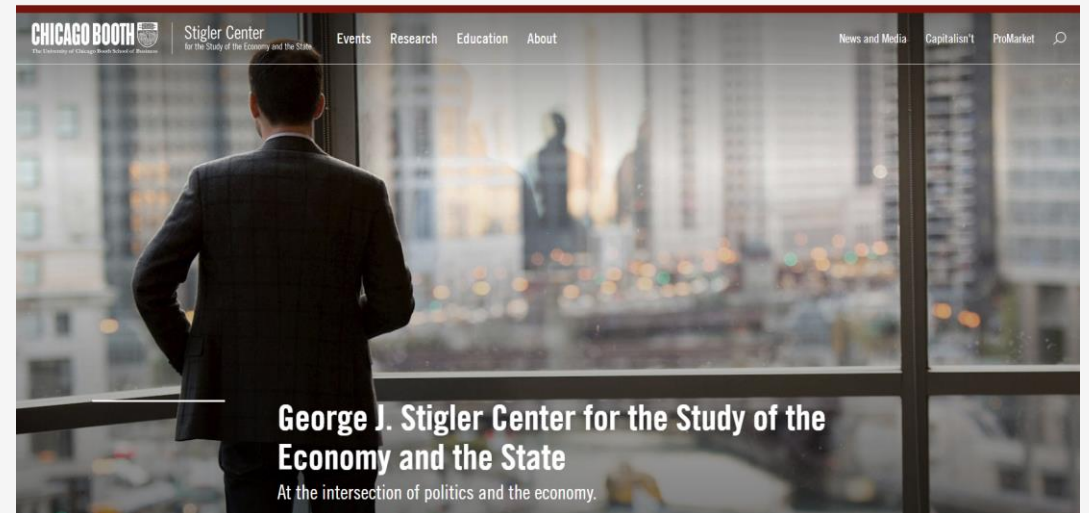


CHICAGO

The Tide Is Turning Against Big Tech's Monopolies—Because of U. of C.

For decades, economists at the university have argued against antitrust law. The current generation is realizing things may have gone too far.

BY WHET MOSER
SEPTEMBER 20, 2017, 10:47 AM



Stigler Committee on Digital Platforms Final Report(2019)

Digital Platforms and Concentration Conference



April 19-20

Gleacher Center



CHICAGO BOOTH Stigler Center
for the Study of the Economy and the State

Stigler Committee on Digital Platforms

Final Report

2019

CHICAGO BOOTH Stigler Center
for the Study of the Economy and the State

Table of Contents

Policy Brief for Regulators	p. 6
Market Structure and Antitrust Subcommittee Report	p. 23
News Industry Subcommittee Report	p. 139
Privacy and Data Protection Subcommittee Report	p. 206
Politics Subcommittee Report	p. 268

뉴스미디어

- 뉴스 미디어 시장의 집중은 민주주의의 문제 /
디지털 플랫폼은 양질의 콘텐츠를 우선시하고 허위
정보를 제한하는 것에 대해 동기가 약함 / 디지털
플랫폼은 신문 산업을 파괴 / 탐사 저널리즘의 격차
증가 / 지역 뉴스의 부족

Stigler 최종보고서(2019) 정책 제안의 요약

정치

- 소셜 미디어 회사는 대중적 차원의 표현의 민주주의화를 담당 / 소셜 미디어는 다른 정보 기술과 다름 / 디지털 플랫폼은 유일하게 강력한 정치 행위자 /

구글과 페이스북 등은 우리 시대의 가장 강력한 정치 행위자 일 수 있음. 돈. 미디어, 복잡성, 연결성. 자국 산업(국익).

가능한 해결책

- 상호 운용성 강화
- 보다 적극적인 독점 금지
- 디지털 플랫폼에 대한 합병 지침 변경
- 반독점 집행 강화/ 데이터의 힘 제한
- 장기 — 디지털 기관의 생성 : 네 가지 보고서에서 나온 가장 강력한 징후는 디지털 플랫폼의 모든 측면을 감독할 수 있는 단일 강력한 규제 기관의 중요성
- 디지털 플랫폼의 정치적 힘 감소
- 공개 의무 – 비중립성, 정치인과의 관계, 연구지원

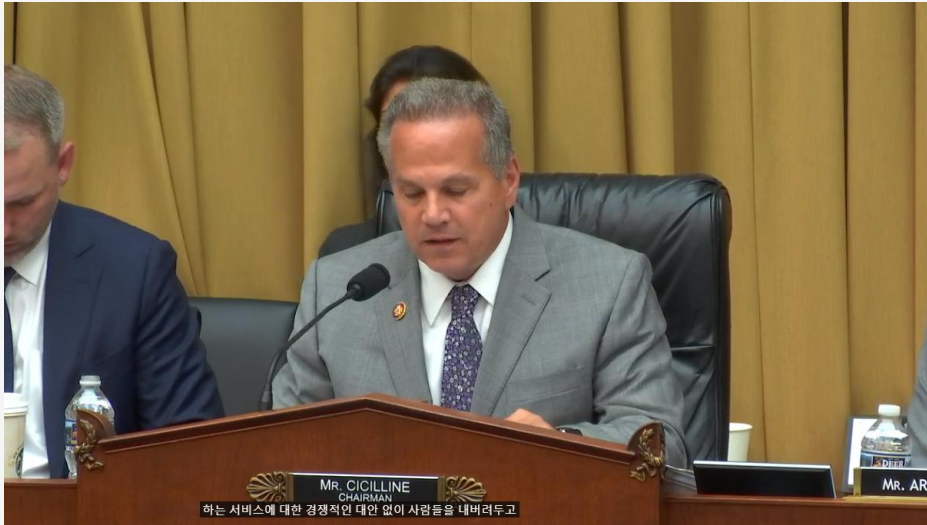
“요약하자면 Google과 Facebook은 ExxonMobil, New York Times, JPMorgan Chase, NRA 및 Boein을 합한 것과 같은 힘을 가지고 있습니다. 게다가 이 모든 결합 된 힘은 세 사람의 손에 달려 있습니다.”

“디지털 플랫폼은 엄청나게 불투명합니다. 이것은 그 자체로 문제입니다.”

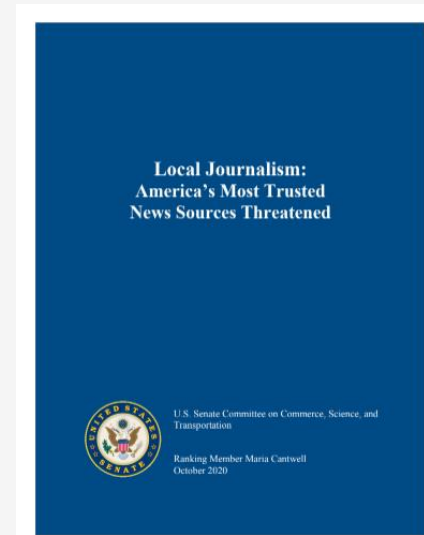
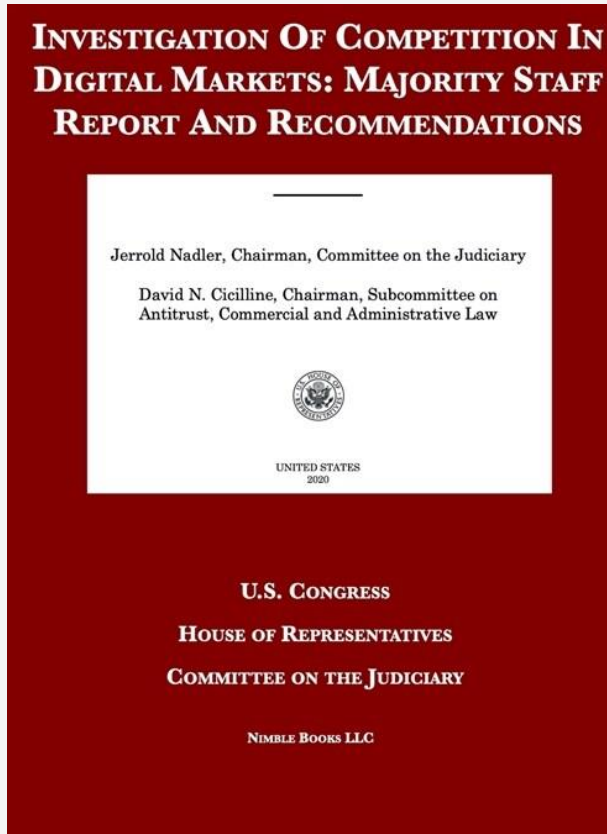
“요약: 경제, 미디어, 데이터 및 정치 권력의 이러한 집중은 우리 민주주의에 잠재적으로 위협합니다.”

“디지털 기관의 위험 : George Stigler라면 쉽게 지적할 것이겠지만, 새로운 디지털 기관은 경쟁을 촉진하기보다는 진입에 대한 새로운 장벽이 되는, 업계에 포획될 위험을 감수해야 합니다. 이러한 위험은 제거되지는 않지만 신중한 제도적 설계를 통해 최소화 할 수 있습니다. 이것이 우리가 적어도 시작 단계에서는 포획을 피하는 데 있어 평균 이상의 기록을 보유한 산업 전반에 걸친 기관인 FTC의 하위 부문으로 Digital Authority를 갖도록 구상하는 한 가지 이유입니다. 가장 중요한 것은 디지털 기관이 모든 활동에서 매우 투명해야 한다는 것입니다. 보고서는 디지털 기관이 포착되지 않도록 보호하기 위해 탐색할 수 있는 다양한 기관 설계 메커니즘에 대해 논의합니다.”

디지털 플랫폼과 뉴스 미디어의 관계에 대한 미국의 문제의식



온라인 플랫폼과 시장 지배력, 청문회 1부:
자유롭고 다양한 언론: 하원 116 Cong. 1-3 (2019)



미국 하원 법사위 반독점 소위 보고서 – 디지털 시장의 경쟁 조사

디지털 시장의 구조 - 승자 독식 시장(Winner-Take-All Markets), 시장 집중(Market Concentration)과 Killer 인수, 문지기로서 온라인 플랫폼의 역할(The Role of Online Platforms as Gatekeepers)

디지털 시장의 진입장벽 - 네트워크 효과, 전환비용, 데이터, 규모와 범위의 경제

플랫폼의 시장지배력의 영향

혁신과 신규 기업 감소, 혁신의 "킬 존"

프라이버시와 개인정보 보호의 측면 - 개인정보 보호의 쇠퇴

언론의 측면 - 쇠퇴하는 저널리즘, 뉴스 사막

정치적, 경제적 자유

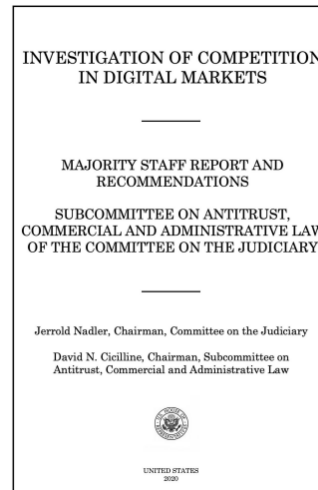
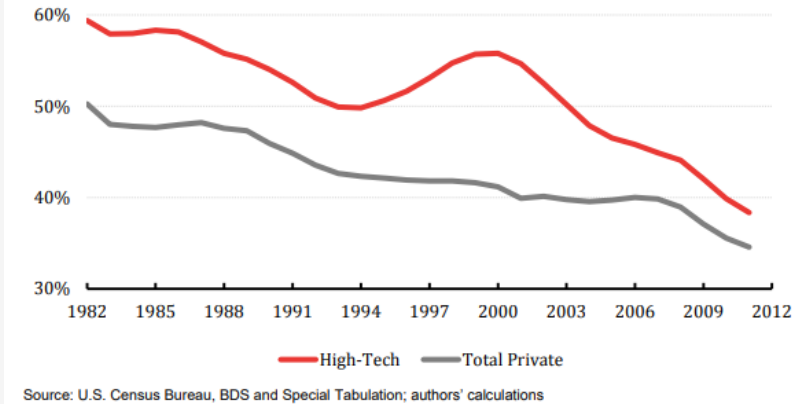


Fig. 4: Young Firms (aged five years or younger) as a Share of Total Firms by Sector (1982–2011)

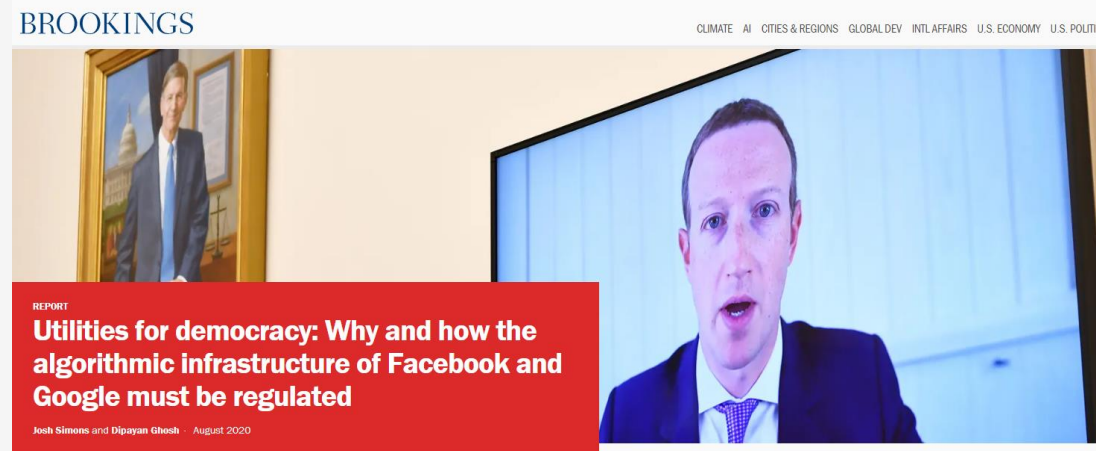
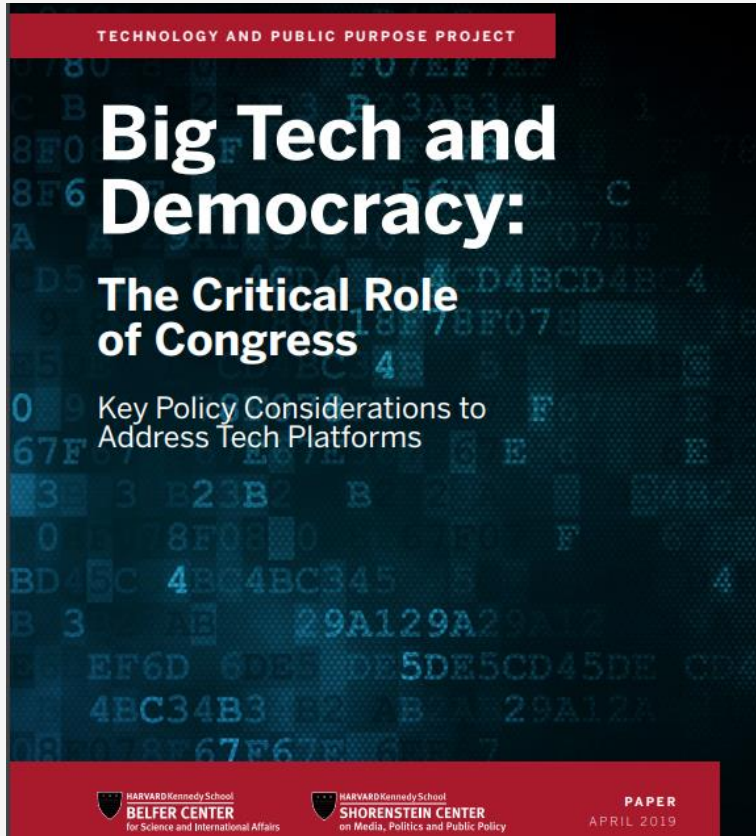


디지털 경제에서 신기술 기업의 수 감소, 신규 기업가비율 (업계 전체에서 신생 기업과 젊은 기업의 점유율) 크게 하락. 자금 감소. 신규 기업의 일자리 창출 비율 1982 년 60 %에서 2011 년 38 %로 낮아졌음. 2000년대에는 첨단 기술 부문의 일자리 창출률은 수년간 20 %에 근접했는데, 10 년안에 그 비율은 절반인 약 10 %로 떨어짐.

일부 벤처 캐피탈리스트는 디지털 경제에서 지배적인 기업과 직접 경쟁하는 기업가 및 기타 기업에 자금을 지원하지 않는다고 보고. - “규모의 경제나 네트워크 효과로 인해 엄청나게 집중된 시장 점유율이 있기 때문에 극복하기가 정말 어려운 장벽”

“집중된 경제력은 또한 집중된 정치력으로 이어지기 때문에 이번 조사는 우리가 국민으로서 스스로를 다스리는 지, 아니면 사적인 독점에 의해 지배 되는가에 대한 핵심이기도 하다”

빅테크(디지털 플랫폼)와 민주주의의 관계



초당파적인 합의

빅 테크의 전체주의에 맞서기: 로드맵



"독점 금지법을 적용 및 현대화하고, Big Tech의 광고 기술 모델을 면밀히 조사하고, 집행 책임을 제도화하고, 사기 및 계약 위반을 처벌하고, 소비자 권리와 보호를 시행하기 위한 사적 권리를 창출하는 것은 공정한 관행과 표현의 자유를 보장하기 위한 계층적 접근이 필요합니다. 디지털 세계. 의회 및 집행 기관 외부의 이니셔티브는 동등하게 중요합니다. 이러한 다층적 접근에는 주 입법 활동을 통해 연방주의 원칙을 홍보하고 표현의 자유가 보호되는 플랫폼을 구축하며 시민 사회 내에서 빅 테크의 남용을 폭로하려는 노력이 포함되어야 합니다. 이러한 모든 전선에 대한 캠페인이 없으면 Big Tech는 계속해서 개인의 자유를 침식하고 미국 시민을 분할하며 인간의 번영과 자치를 방해할 것입니다."

Big Tech를 감독하려면 집중된 연방 기관이 필요합니다.

BROOKINGS

"빨리 움직여서 부셔 버려라"라는 주문을 가지고 디지털 기업은 역사적으로 소비자와 경쟁 시장을 보호했던 규칙을 우회. 이러한 현실은 미국의 산업 경제에서 디지털 경제로의 전환에 대한 연방 정부의 고통스러운 정도로 느린 대응의 산물. 디지털 기업의 리더들은 신기술에 의해 부과된 변화를 인식하고 수용했지만, 연방 정책은 산업 시대의 구조와 가정에 뿌리를 두고 있음.

정책 입안자의 무활동을 이용하여 디지털 기업은 의사 정부 역할을 수행하여 디지털 시장에 자신의 의지를 강요. 그 결과 소비자의 권리와 경쟁을 적절하게 보호하지 못함. 지배적인 디지털 플랫폼이 사회에 미치는 광범위한 영향을 감독하는 것은 기존 연방 규제 구조 내에서 불가능.

영국(Cairncross 보고서, CMA 조사, 호주 ACCC 보고서, code)



디지털 플랫폼의 독점이 심화되는 이유(영국 CMA, 2021) - 상호작용

생태계 전체의 상호작용

네트워크 효과와 규모의 경제(Network effects and economies of scale)

소비자 선택 과정과 기본설정의 힘(Consumer decision making and the power of defaults)

사용자 데이터에 대한 불평등한 접근(Unequal access to user data)

투명성 부족(Lack of transparency)

생태계의 중요성(The importance of ecosystems)

수직적 통합, 이해상충, 자사우대(Vertical integration, and resultant conflicts of interest)

Why are these markets so entrenched?



Network effects
and economies of
scale



Consumer
behaviour and the
power of defaults



Unequal access to
user data



Lack of
transparency



The importance of
ecosystems



Vertical integration
and conflicts of
interest

각국의 정책과 대응 입법

유럽연합

- 디지털시장법 /디지털서비스법
- 언론과 디지털 플랫폼 관련 지침과 각국의 법률(독일, 프랑스, 스페인 등)

영국

- The Digital Markets Unit (DMU)
- the Strategic Market Status (SMS) regime

미국 하원

2021. 6. 24. 6개 법안 법사위 통과

- Merger Filing Fee Modernization Act of 2021
- State Antitrust Enforcement Venue Act of 2021
- 2021 ACCESS 법(서비스 전환 활성화를 통한 호환성 및 경쟁 확대법)Augmenting Compatibility and Competition by Enabling Service Switching Act of 2021
- 2021년 플랫폼 경쟁 및 기회법 Platform Competition and Opportunity Act of 2021
- 미국 선택과 혁신 온라인 법 American Choice and Innovation Online Act 빅테크의 자기선호와 차별적 행위
- Ending Platform Monopolies Act
- JCPA Journalism Competition & Preservation Act (JCPA) (H.R. 1735 and S. 673)
언론사의 플랫폼 수수료 협상

미국 상원

- 2022. 1. 20. 법사위 통과 (16-6) American Innovation and Choice Online Act)
- 2022. 2. 3. 법사위 통과 (20-2) 오픈 앱마켓 법Open App market Act



[CC BY-NC-ND](#)

그렇다면 우리나라에서는?

대통령직 인수위원회

- 알고리즘 투명성위원회를 설치하고 아웃링크를 단계적으로 추진

더불어민주당 정보통신망법 개정안(4월 27일)

- 포털의 뉴스 편집·배열권 제한, 아웃링크 의무화, 포털 입점 제한 금지, 지역 뉴스 우선 노출 등

“디지털 플랫폼의 시장지배력 남용과 디지털 플랫폼과 언론의 문제를 별개의 문제로 다룸”

"포털 뉴스 규제, 협력적 모델 도입해야" 한국언론학회 주최 토론회..."법적 제재는 혼란만 더 초래"

먼저, 해당 법안의 규제 범위가 모호하단 견해가 나왔다. 박아란 성신여대 미디어커뮤니케이션학과 교수는 “불법 정보 유형을 추가하는 방식으로 법 개정이 이뤄지고 있다”며 “큰 틀에서 개정안을 마련할 필요가 있다”고 설명했다. 가짜뉴스, 혐오 표현 등 새로운 문제를 유형별로 추가하는 대신, 위법·유해 정보 등으로 구체화해야 한단 것이다. 미디어 환경에서 어떤 문제가 발생하더라도, 범주를 구분해 포섭될 수 있도록 규정하는 것이 바람직하다는 전망이다.

박 교수는 또 정보통신망법이 온라인에서 발생하는 이슈에 대응하는 형태로 개정된다고 봤다. 가령, 배달앱 ‘별점 테러’와 연예인, 스포츠 선수 ‘악플’, 유튜브와 인스타그램 ‘뒷광고’ 등 들끓는 쟁점에만 국한돼, 법 개정 의제가 여기에 종속되거나 매몰될 수 있단 것이다.

젊은 이용자층의 뉴스 구독률 저하를 초래할 수 있단 관측도 있다. 박 교수는 “20대가 뉴스를 접하는 주된 창구로 포털과 인스타그램, 커뮤니티, 유튜브 등을 꼽을 수 있다”며 “아웃링크를 강제하면서 포털을 제재하면, 뉴스 소비는 지금보다 줄어들 것”이라고 전망했다.

“법으로 포털을 가로막기보단, 네이버와 다음 등 플랫폼 사업자의 자율규제를 유도해야 한다고 박 교수는 제언했다. 그는 “정부가 관리·감독하면서 사업자가 자율규제 결과의 실질적 내용을 담아 공표하도록 하는 혼합 규제방식이 법률적 규제와 함께 논의돼야 한다”고 했다.

자율규제를 활성화하되, 정부가 모니터링하는 다층적인 규제 방식을 강구해야 한단 얘기다. 또 다른 전문가는 협력적 규제 모델을 도입해야 한다고 역설했다.

디지털 플랫폼과 뉴스 미디어의 여러 이슈들



디지털 플랫폼과 뉴스 미디어

- 1 공정거래, 민주주의(뉴스 미디어의 다양성, 지역균형 등)
- 2 디지털 플랫폼과 뉴스 미디어의 관계
- 3 뉴스의 유통과 소비 방식 변화와 디지털 플랫폼
- 4 광고 비즈니스와 디지털 플랫폼
- 5 고품질 저널리즘, 공익 저널리즘의 지속성을 위한 대응

디지털 플랫폼과 뉴스 미디어의 관계

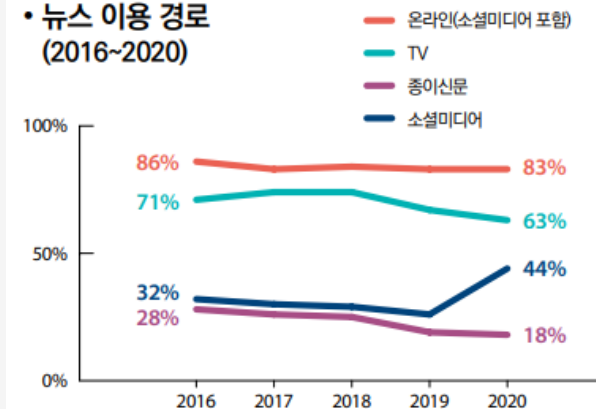


온라인 뉴스 소비, 최근 10여년(2010~2022)

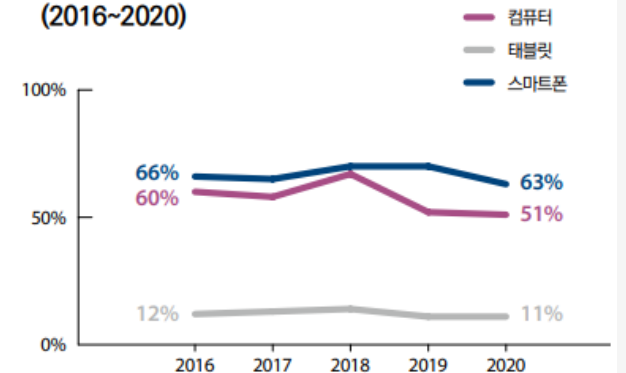
	Online (incl. social media)	TV	Social media	Radio	Print (incl. mags)
UK	79%	71%	47%	35%	18%
USA	73%	60%	47%	21%	16%
Germany	69%	72%	39%	41%	26%
Spain	83%	71%	63%	24%	28%
South Korea	85%	65%	51%	14%	19%
Argentina	90%	77%	78%	24%	30%
Average change from January	+2	+5	+5	+2	-2

Q4. (Apr. 2020). Which, if any, of the following have you used in the last week as a source of news? Base: Total sample: UK = 2191, USA = 1221, Germany = 2003, Spain = 1018, South Korea = 1009, Argentina = 1003. Note. Figures adjusted to exclude non-news users for comparability.

• 뉴스 이용 경로
(2016~2020)



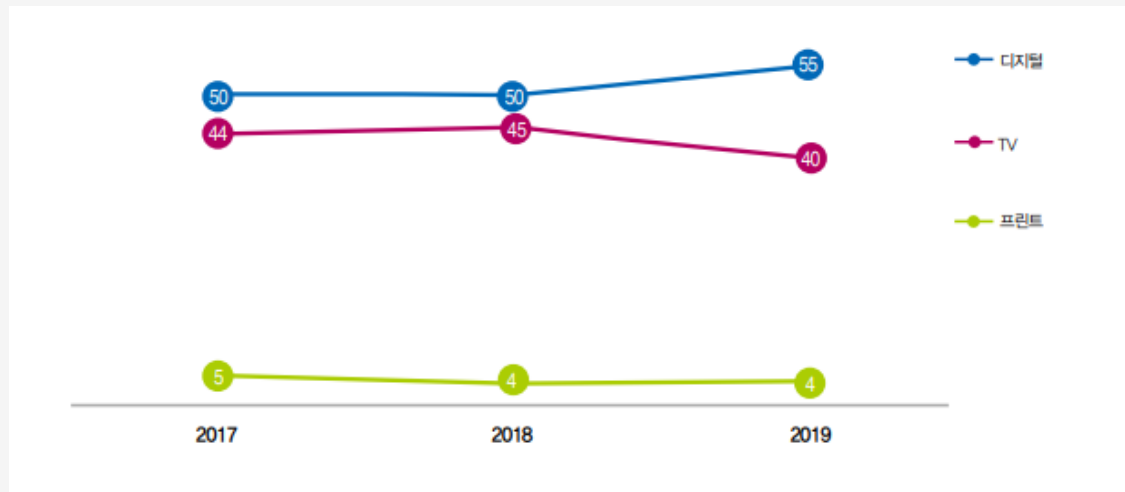
• 뉴스 이용 기기
(2016~2020)



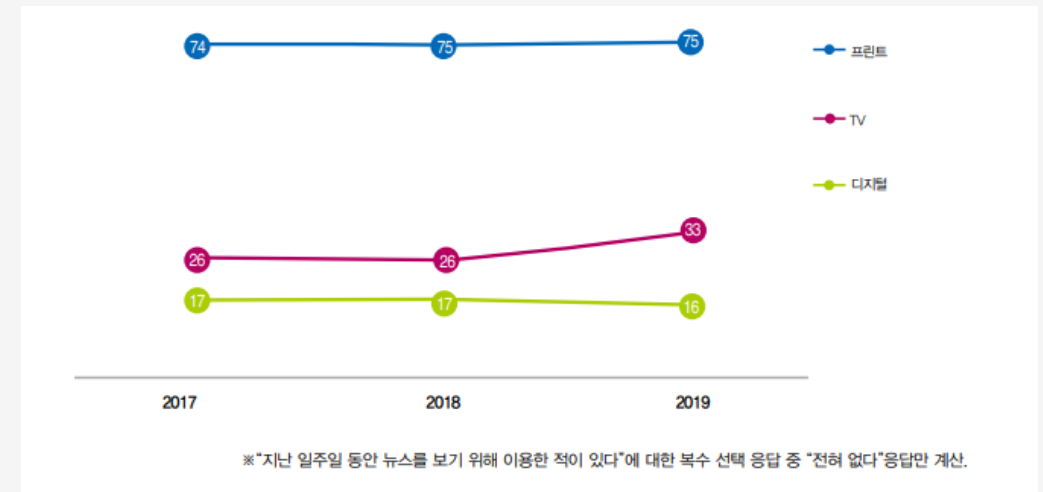
* 컴퓨터 이용에 관한 2018년 수치는 조사 오류로 실제보다 높을 수 있다.

온라인이 85%, 인쇄물은 19%. 온라인이 압도적임.
모바일(63%)로 이동.

인쇄물에서 디지털로 완전한 이동 - 각국의 공통 현상



지난 일주일 동안 주로 이용한 뉴스 미디어

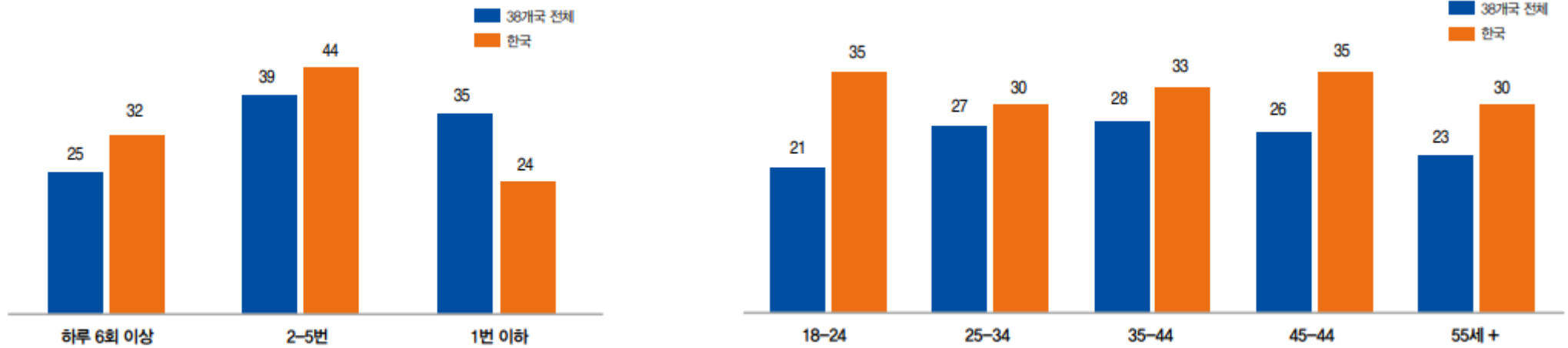


지난 일주일 동안 뉴스를 이용한 적이 전혀 없는 미디어

디지털 뉴스 이용의 양태(뉴스 이용 빈도)

뉴스 이용 빈도

하루 6회 이상 뉴스 이용 (연령대별)



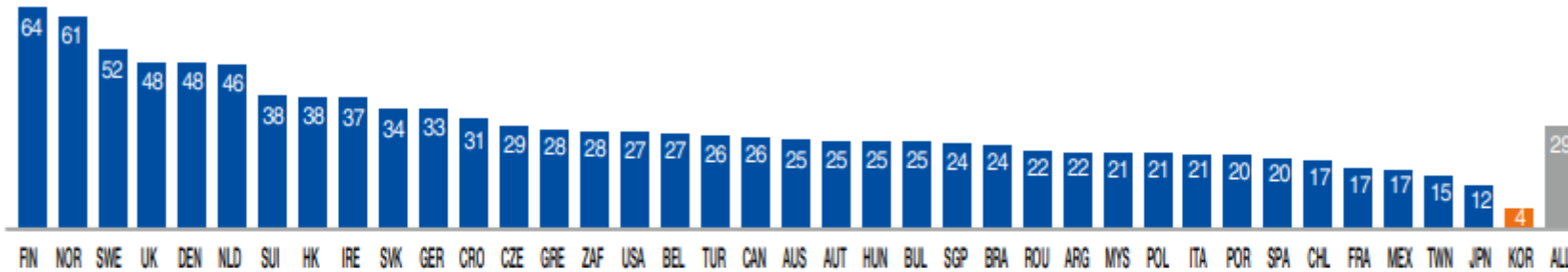
※ “귀하는 얼마나 자주 뉴스를 접하십니까”에 대한 응답.

우리나라는 전세계 최고의 포털 뉴스 의존도,
최하의 '언론사 - 독자' 관계

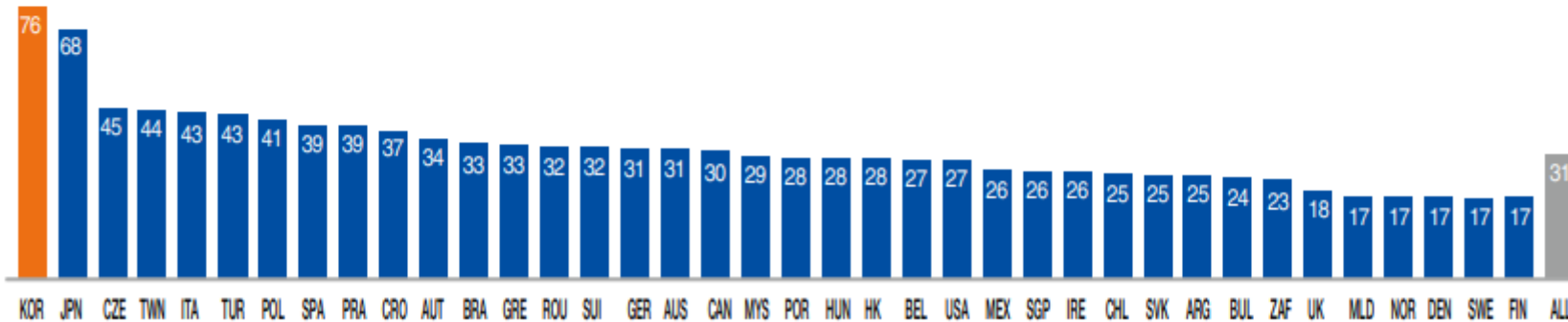


지난 일주일 동안 디지털 뉴스 이용에 주로 의존했던 경로(2019)

언론사 홈페이지



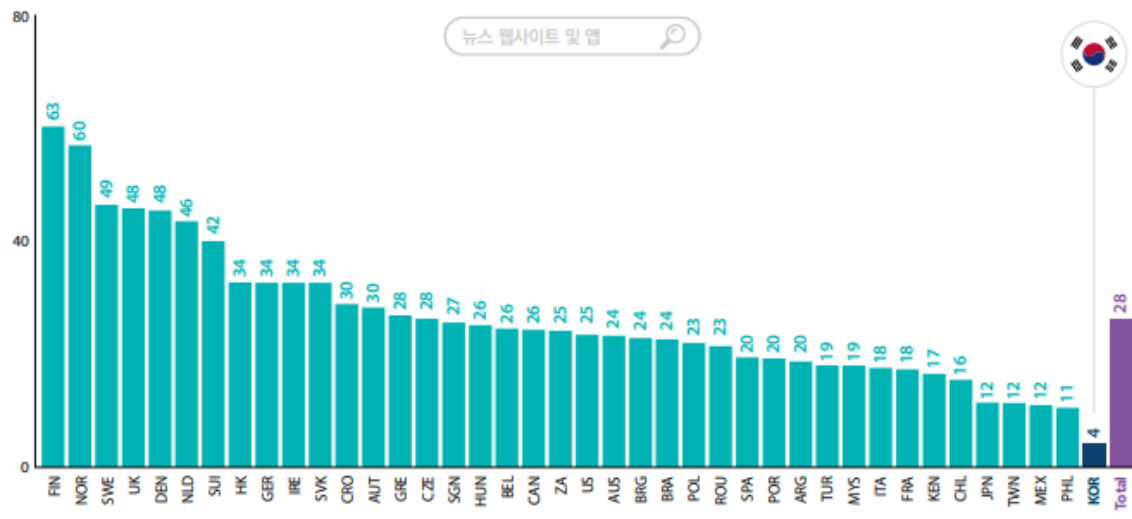
검색 및 뉴스 수집 서비스



디지털 뉴스 이용 1순위 경로(2020)

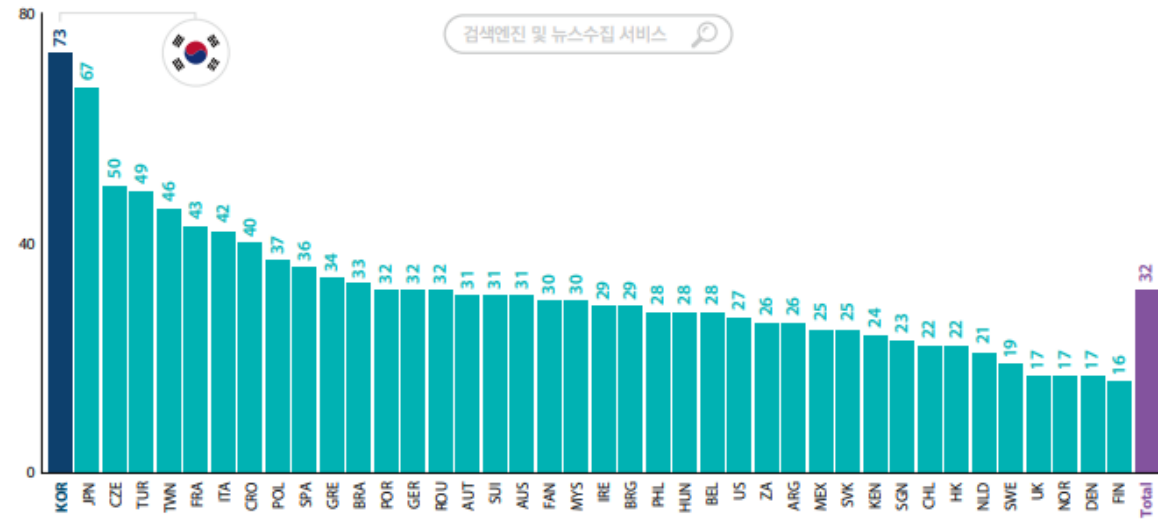
• 디지털 뉴스 이용 1순위 경로: 뉴스 웹사이트 및 앱(40개국)

(단위: %)



• 디지털 뉴스 이용 1순위 경로: 검색엔진 및 뉴스수집 서비스(40개국)

(단위: %)



디지털 뉴스를 이용하는 다양한 경로들 중 1순위

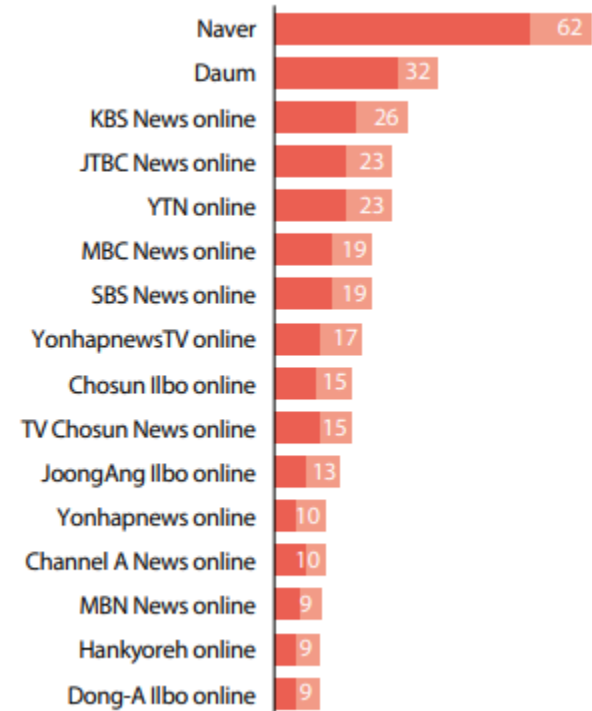
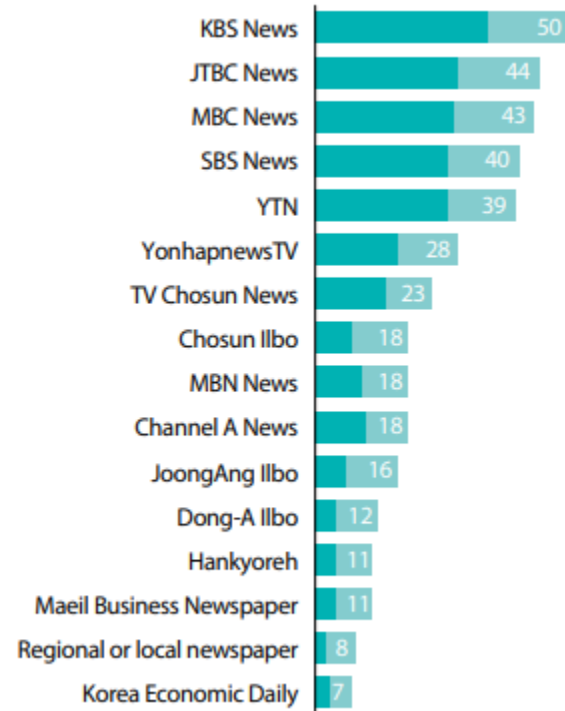
- 뉴스 웹사이트 및 앱을 1순위 경로로 선택한 사람이 많은 국가는 핀란드 (63%), 노르웨이(60%), 스웨덴(49%), 영국(48%)의 순. 한국은 4%로 40개국 중 가장 낮음.
- 검색엔진 및 뉴스수집 서비스가 디지털 뉴스를 이용하는 1순위 경로라고 답한 비율은 한국이 73%로 1위.

네이버, 다음은 온라인 뉴스의 지배적 사업자

주간 오프라인 및 온라인 뉴스 이용

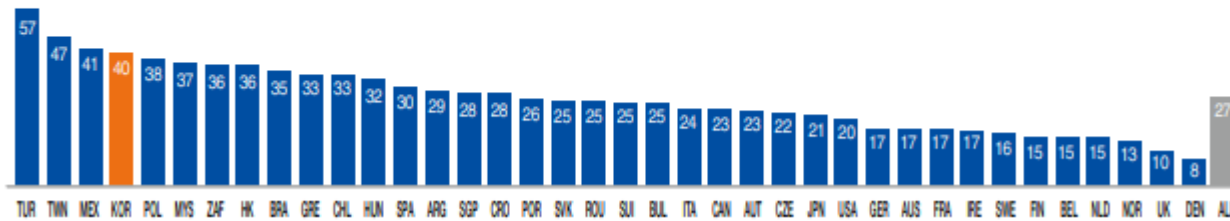
• 주요 뉴스 매체 (% , 주간 이용)

- 주1회 이용
TV, 라디오, 종이신문
- 매주 3일 이상 이용
TV, 라디오, 종이신문
- 주1회 이용
온라인 매체
- 매주 3일 이상 이용
온라인 매체



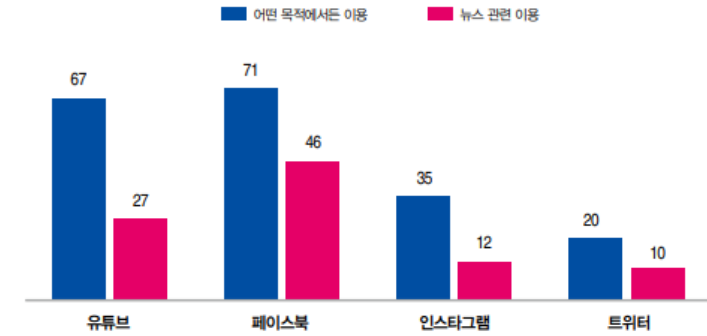
유튜브와 뉴스(디지털 뉴스 리포트 2019)

지난 일주일 동안 유튜브에서 뉴스 관련 동영상 이용

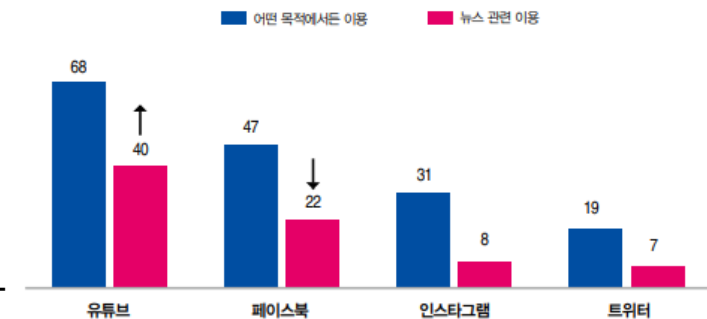


글로벌 디지털 플랫폼에 대한 지난 일주일 동안 이용 여부를 “어떤 목적에서든”과 “뉴스를 보기 위해”로 나누어 측정한 결과 뉴스를 보기 위한 목적은 유튜브 40%였다. 뉴스 관련 이용에 있어서 한국은 유튜브 이용률이 38개국 전체 합산 수치에 비해 13포인트 높았고

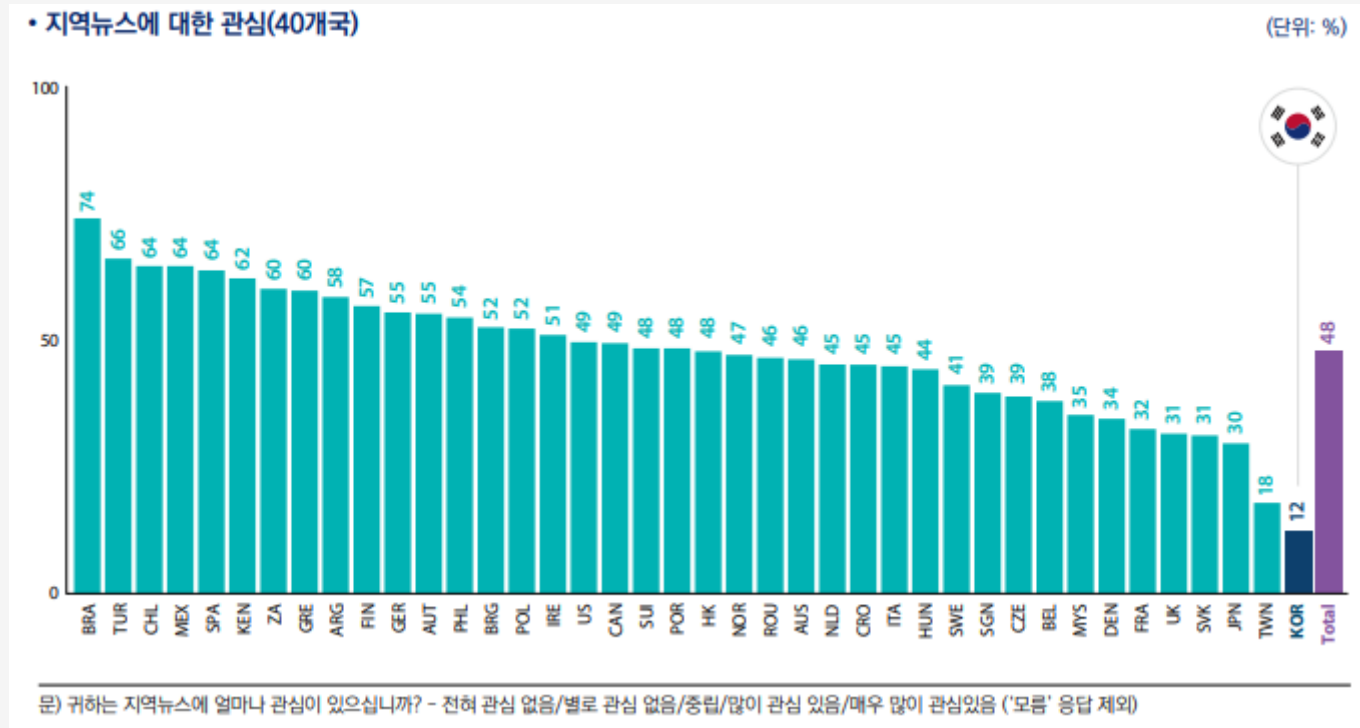
38개국 전체



한국



우리나라의 지역뉴스에 대한 관심은 전세계 최하위(2020)



응답자들에게 지역뉴스에 얼마나 관심이 있는지를 5점 척도('전혀 관심 없음-별로 관심 없음-어느 정도 관심 있음-많이 관심 있음-매우 많이 관심 있음')로 물어보 고 '매우 많이 관심이 있다' 또는 '많이 관심이 있다'고 응답한 사람의 비율을 집계한 결과, 한국은 응답률이 12%로 조사대상 40개국 중에서 지역 뉴스에 대한 관심 이 가장 낮은 국가로 나타났다

디지털 플랫폼의 뉴스 서비스는 뉴스 소비를 어떻게 바꾸고 있는가?



온라인 플랫폼의 뉴스 중개로 인한 변화

뉴스 소스의 다양화

- 2017년 Richard Fletcher와 Rasmus Kleis Nielsen의 연구에 따르면 소셜 미디어와 검색을 통해 뉴스에 액세스하면 사용자의 뉴스 소스가 다양해짐.
- 사용자의 소셜 피드에 있는 뉴스 콘텐츠는 우연히 뉴스를 발견할 가능성을 높임.

세분화된 뉴스 경험

- 소셜 피드 및 검색 결과에 스니펫과 단일 기사가 표시되어, 인쇄 및 기존 뉴스 미디어를 통한 소비보다 세분화된 뉴스 경험

뉴스 출처와 중요성 판단 어려움

- Facebook 및 Google과 같은 온라인 플랫폼은 종종 전체 기사가 아닌 뉴스 피드 및 검색 결과에 뉴스 기사의 스니펫과 요약물 사용자에게 표시.
- 독자들이 특정 뉴스 항목의 출처를 이해하거나 그 중요성을 측정하는 것을 어렵게 함.

온라인 플랫폼이 표시하는 뉴스를 결정하는 프로세스가 독자와 게시자 모두에게 공정하고 투명해야 함.



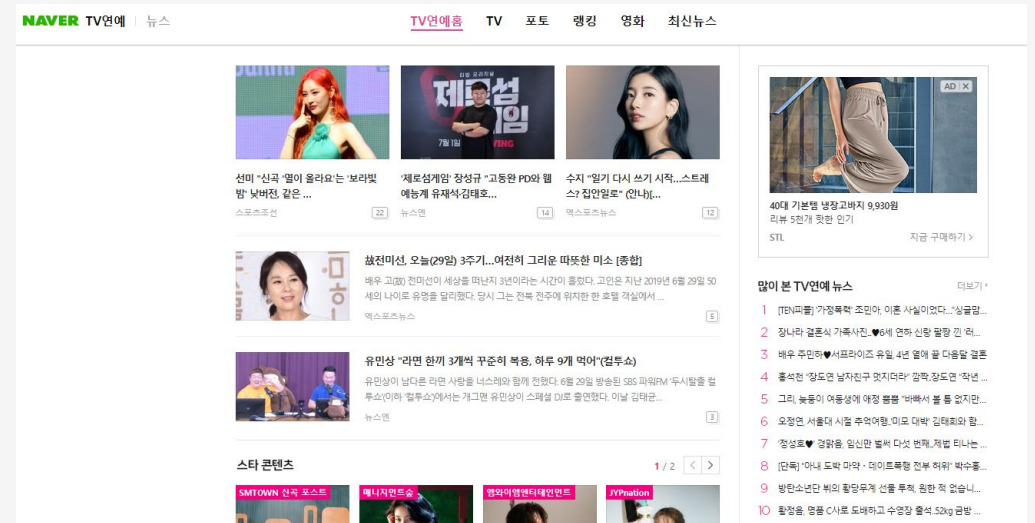
온라인 플랫폼의 뉴스 중개로 인한 변화

공익 뉴스를 우선시할 이유 없음

- 온라인 플랫폼은 공익뉴스를 우선시할 이유가 없음. 독자들이 꼭 검색하지 않아도 되므로 공익 뉴스는 인쇄된 형태로 신문에 포장될 때만큼 자주 온라인 청중에게 도달하지 않을 수 있음. 전혀 도달하지 않을 수 있음
- 사회적 격차 발생할 수 있음. 낮은 사회경제적 그룹의 사람들은 상위 사회적 그룹의 사람들보다 뉴스 사이트로 직접 이동하여 온라인 뉴스에 액세스할 가능성이 적음. 불균형적 영향.

뉴스 제공이 온라인 플랫폼의 선택에 좌우됨.

- 온라인 플랫폼이 무엇을 보여주기로 선택하느냐에 따라 결정되며, 주로 데이터 분석과 알고리즘의 혼합을 기반으로 함.
- Facebook이나 유튜브에 표시되는 뉴스는 알고리즘, 사용자가 팔로우하는 뉴스 브랜드 및 사용자의 소셜 네트워크에 의해 선택됨.
- Google은 가장 신뢰할 수 있는 최신 콘텐츠, 가장 관련성이 높은 콘텐츠 및 사용자의 과거 선호도를 살펴보는 알고리즘(콘텐츠 표시를 위한 복잡한 데이터 규칙 집합)을 사용하여 검색 결과의 순위를 지정



온라인 플랫폼의 뉴스 중개로 인한 변화

콘텐츠의 "번들 해제"

- 인쇄 신문은 여러 섹션(예: 스포츠, 예술 및 문화, 국제 뉴스)이 하나의 제품으로 모임.
- 독자는 선택적으로만 읽을 수 있지만, 우연히 다양한 대중 및 공익 저널리즘에 노출되어 신문을 훑어보는 동안 관심이 촉발되면 더 자세히 읽을 수 있음.
- 온라인 뉴스는 독자들에게 더 이상 다양한 콘텐츠를 단일 묶음으로 제공하지 않고 다른 콘텐츠에 노출되지 않고 보도 싶은 기사만 선택할 수 있게 함.
- 독자가 도달하는 각 페이지는 해당 사용자의 "첫 페이지"가 됨.
- 더 이상 인쇄 세계에서처럼 엔터테인먼트, 라이프스타일, 문화 및 스포츠를 포함한 다른 뉴스 패키지 내에서 전달되지 않음. 대중은 정기적으로 공익 뉴스를 찾지 않음.

사람들은 다르게 읽고, 덜 읽음.

- 조사에 의하면 사람들이 온라인에서 뉴스를 접하는 총 시간은 인쇄물로 뉴스를 읽을 때보다 적음. 2000년과 2016년에 8개의 전국 신문을 인쇄 또는 디지털 형태로 읽는 데 소비한 총 시간을 비교한 결과 평균 40% 감소한 것으로 나타남.
- UKOM은 스마트폰 세션의 평균 길이가 6.5분이라고 함.

뉴스 게시자는 그에 따라 온라인 출력을 조정하여 기사를 단축하고 더 눈길을 끄는 헤드라인을 작성



온라인 플랫폼의 뉴스 중개로 인한 변화

언론사별 정치 경제 사회 생활/문화 IT/과학 세계 **랭킹** 신문보기 오피니언 TV 팩트체크

전체 언론사 | 뉴스스탠드 | 라이브러리

언론사별 랭킹뉴스

많이 본 뉴스 / 댓글 많은 뉴스

집계안내 ①

MBC NEWS

1 완도 실종 조유나 가족 차량
서 3명 숨진 채 발견

① 1시간전



2 설훈, MB사면론에 "그 양반
풀어줘야 하나..사익 취한 ...

① 1시간전



3 직원에게 집 주는 회장님, 이
번엔 "감원 없다"

① 4시간전



4 [영상M] 청소년 상대로 술·담
배 '탈구'..속옷도 수수료?

① 4시간전



5 실종 조유나 양 가족 차량 물
밖으로 인양

① 3시간전



SBS

1 '역삼→안산 급히 바뀐 목적
지'...택시기사는 수상함을 ...

① 3시간전



2 [현장 브리핑] 완도서 인양된
승용차 내부에 시신 3구 확인

① 1시간전



3 [영상] "이체했습니다"...송금
전 화면 보여주고 식당나서...

① 3시간전



4 9월부터 건보 지역가입자
65%, 보험료 월 3만 6천 원 ↓

① 3시간전



5 법원, 기자 연락처 공개한 추
미애에 200만 원 배상 판결

① 3시간전



조선일보

1 운전석엔 남성, 뒷좌석엔 여
성과 여아 ... CCTV와 같은 ...

① 1시간전



2 남의 집서 샤워한 일가족, 논
란되자 사과... 주인은 "선처..."

① 4시간전



3 '젊은 기자님' 전화번호 공개
한 추미애... 법원 "200만원 ...

① 3시간전



4 김건희 촬영 머뭇거리자...스
페인 국왕부부 동시에 "이쪽..."

① 3시간전



5 "박수홍, 전 여친 감금" 김용
호 주장, 경찰 수사 결과는...

① 6시간전



온라인 플랫폼의 뉴스 중개로 인한 변화

16 경향실용음악콩쿠르
 참가접수 6월10일~7월1일

경향신문

오피니언 정치 경제 사회 국제 문화 라이프 스포츠 영상 포토 뉴콘텐츠 채널
Q



[속보] 완도 앞 바다 인양 차량서 시신 3구 확인...조양 가족 추정



[단독] 이재명, 전당대회 캠프사무실 몰색 중... 지지자 동력상야 줄...



주택·자동차 건보로 내리고, 봉급 외 소득 건보로 올린다



MB 사면 군불때는 옛친이계...이준석은 “정치적 판단 필요”

1기 신도시 집주인 절반 이상 “재건축 선호 안해”



“최희룡 ‘1기 신도시 특별법’ 제정, 응급대 형성하려면 ‘마스크 풀라’ 한..

1기 신도시 입주인 10만 중 5명 이상이 노후주택 정비 방식으로 재건축보다는 리모델링이나 개보수 개조 현행 유지 등을 선택하는 것으로 조사됐다. 재건축 시장권 1억8000만원, 리모델링 시...

#경찰 인사 반쪽 주목중

#미·일신종단권 폐기

#포스트 오미크론 돌입



[단독] 검찰, “남부지검 초임검사 극단선택, 가혹형위 없었...”

오피니언




국민의힘, 제2연평해전 희생 기리며 ‘서해 공무원 피살’과 묶어 대야 공세



주경표 “임금 인상 자제물... 고졸가 책임 서민에게 떠мина

N 뉴스 | 연예 스포츠 날씨 프리미엄 로그인

언론사별 정치 경제 사회 생활/문화 IT/과학 세계 랭킹 신문보기 오피니언 TV 팩트체크

06.29(수)
전체 언론사 | 뉴스스탠드 | 라이브러리

정치

대통령실

국회/정당

북한

행정

국방/외교

정치일반

프리미엄 콘텐츠
투자 정보부터 트렌드까지!
바로가기 >

모바일 앱에서는
보고싶은 뉴스 구독하세요!
바로가기 >

① 헤드라인 뉴스



진중권 “尹 쉬면서 축구 볼수도 있지...시비 건 백혜련 IQ 의심”
백혜련 더불어민주당 의원이 나토(NATO) 북대서양조약기구 정상회담과 관련된 공부를 해야지 축구를 볼 때냐고 윤석열 대통령을 꼬집었다가 진중권 전 동 ...
해럴드경제 | 20+

백혜련 “尹, 나토에 놀러 갔나...” 진중권 ‘IQ’ 비판 재반박 해럴드경제 | 10+

진중권 “백혜련, IQ가 의심...”尹 축구 시장 비판에 일침 서울경제 | 100+

진중권 “尹에 축구봤다 시비 건 백혜련, IQ가..의정은 제대로 수행할지” 파이낸셜뉴스 | 50+

(26) 개의 관련뉴스 더보기 >



韓총리, 홍장표 KDI 원장 사퇴 압박...“소득주도성장 설계자 부적합”
정부가 홍장표 KDI(한국개발연구원) 원장의 교체를 추진한다. 문재인 정부의 주요 경제정책인 소득주도성장의 설계자로 알려진 홍 원장이 국내 대표 싱크탱크 ...
이데일리

韓총리, 홍장표 거처 압박 “소득주도성장 설계자가 KDI 원장? 말 안 돼” 조선비즈 | 10+

“文정부 ‘소주생’ 설계자가 KDI 원장인 건 말 안된다” 문화일보 | 10+

한총리 “소주생 설계자 KDI 원장 말 안돼, 바뀌어” 직격(종합) 아시아경제

언론사별 가장 많이 본 뉴스 ① 더보기

오후 2시~오후 3시까지 집계한 결과입니다.

자유나랑 가족 추정 3명 사진 자랑서 발건...CCTV와 같은 ...
7 뉴스1



‘수면제·코인’ 검색했는데...인양 차랑서 탑승자 3명 발견
9 국민일보



‘역삼→안산 급히 바뀐 목적지’...특기 기사는 수상함을 눈치챈 ...
8 SBS



[단독]실종 일가족, 방파제 추락 증경 ‘원도’를 탈 ...
8 동아일보



인양된 차량 안에서 실종 조유나 양 가족 추정 사진 3구 ...
7 문화일보



David Silva, 등 - (6)



온라인 플랫폼의 뉴스 중개로 인한 변화

사람들은 온라인에서 너무 많은 정보를 받을 수 있지만 더 많은 정보를 놓칠 수도 있음

- Ofcom의 최근 질적 연구에 따르면 뉴스 과부하의 피로한 특성으로 인해 사람들이 기사를 걸러낼 수 있다고 함.
- 사람들은 수동적으로 뉴스를 흡수하고 많은 "푸시된" 뉴스를 읽는다고 함.

콘텐츠 사이에서의 이동

- 온라인 뉴스의 세분화된 특성과 사람들의 소셜 피드에 나타나는 준비된 방식 덕분에 사람들은 뉴스와 뉴스가 아닌 콘텐츠 간에 원활하게 이동
- 독자가 한 헤드라인과 다른 헤드라인 사이를 쉽게 넘길 수 있다는 것은 게시자가 관심을 빨리 끌기 위해 더 열심히 일해야 한다는 것을 의미.
- 주목을 끄는 헤드라인 : 온라인 뉴스의 특성은 공익 뉴스를 희생시키면서 선정적인 콘텐츠를 판매하려는 훨씬 더 큰 유혹을 제공
- Edelman의 2018년 연구에 따르면 성인의 42%가 관련 기사를 클릭하지 않고 소셜 미디어의 헤드라인을 훑어보는 경우가 많다고 함.

반향실 효과(Echo chamber)

- 소셜 미디어를 사용하는 사람들의 48%가 공유한 사람에 의존.
- 해당 정보를 읽을 가치가 있는지 여부를 결정하는 데 이야기를 공유한 사람이 중요한 요소
- 독자가 자신의 의견에 의문을 제기하는 콘텐츠를 찾지 못하게 할 수 있음.

뉴스를 읽는 시간이 줄고 온라인 뉴스의 편재는 과부하를 느끼게 함. 신문 전성기 때보다 더 피상적인 방식으로 뉴스를 읽음.

탐사 저널리즘과 "민주주의 보도"는 저널리즘의 민주주의 원칙에 중요할 수 있지만 사람들은 의도적으로 그것을 찾지 않을 수 있음.

온라인 플랫폼의 뉴스 중개로 인한 변화

온라인에서 신뢰할 수 있는 뉴스 감지의 어려움

- DCMS에 대한 최근 YouGov 설문 조사에 따르면 온라인 뉴스를 보는 사람들은 보다 전통적인 유형의 미디어를 사용하는 사람들보다 읽는 뉴스 브랜드의 범위가 증가했다고 말할 가능성이 훨씬 더 높음.
 - 사람들은 온라인 뉴스를 덜 신뢰하고 고품질 뉴스를 식별하는 데 어려움을 겪을 가능성이 더 높음.
 - 디지털 뉴스 혁명의 또 다른 결과는 독자가 양질의 출판물을 식별하기가 더 어렵다는 것
 - 대중은 온라인 출처에서 제공하는 뉴스, 특히 소셜 미디어를 통해 제공되는 뉴스에 대한 믿음이 가장 적음.
 - Ofcom은 2018년에 63%의 사람들이 신문을 신뢰할 수 있다고 생각했지만 소셜 미디어를 통해 전달되는 뉴스에 대해서는 39%만이 그렇게 느꼈다고 보도
- 온라인 채널이 다른 소스를 명확하게 구분하지 않고 뉴스 콘텐츠를 자주 제공하기 때문
- 특정 의제를 홍보하거나 재정적 이익을 목적으로 하는 가짜 뉴스 확산
 - 이는 고품질 뉴스 콘텐츠, 소비자, 뉴스 산업 및 온라인 플랫폼, 민주주의의 기둥으로서 뉴스의 가치에 대한 광범위한 영향
- 가짜 뉴스에 대한 취약성

- 사람들은 가짜 뉴스를 식별하는 자신의 능력을 높이 생각하는 경향이 있지만 다른 사람의 능력은 훨씬 낮게 평가
- 28%의 사람들만이 영국의 일반 사람들이 가짜 뉴스를 식별할 수 있다고 믿었지만 66%는 개인적으로 식별할 수 있다고 생각
- 이것은 사람들이 가짜 뉴스의 영향에 대해 걱정하는 동안 그들이 읽은 내용에 미치는 영향을 깨닫지 못할 수도 있음을 시사
- 잘못된 정보 및 허위의 전파는 온라인 비즈니스 및 중개자가 수집한 개인 데이터를 사용하기 때문에 가능
- 뉴스의 온라인 소비로 공익 뉴스가 청중에게 전달되는 것이 더 어렵지만 가짜 뉴스가 대중에게 전달되기가 더 쉬워지는 만큼 이는 분명히 중요한 공공 정책 문제

온라인 플랫폼의 뉴스 중개로 인한 변화

온라인 플랫폼의 인센티브는 사용자 경험, 사용자가 가능한 한 오랫동안 웹사이트에 머물도록 하는 것이 목표

- 뉴스의 성격과 품질, 뉴스 게시자에 대한 비즈니스 결정의 영향은 부차적인 고려 사항일 뿐
- 공익 뉴스나 고품질 뉴스를 다른 유형의 콘텐츠보다 우선시할 특별한 이유가 없음.
- 지난 10년간의 경험은 소셜 미디어 플랫폼이 엄청난 수익을 내는 동시에 대량의 가짜 뉴스를 제공하는 것이 완벽하게 가능하다는 것을 보여주었음.

디지털 플랫폼과 뉴스 미디어의 위기



재정 위기와 언론의 고사(2008 ~ 2019)

수익 감소는 뉴스를 실직 증가로 이어짐

- 2008년 71,000명에서 2019년 35,000명으로 최근 8년 동안 고용이 절반 감소(신문)
- 노동통계국(Bureau of Labor Statistics)은 기자, 특파원, 방송 뉴스 분석가의 총 고용이 2019년에서 2029년 사이에 계속해서 약 11% 감소

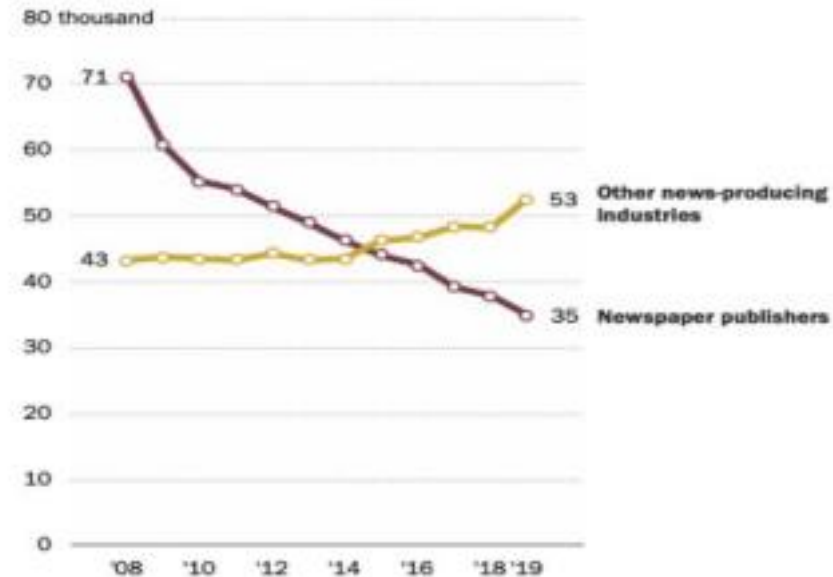
노스캐롤라이나 대학교 미디어 및 저널리즘 학교의 연구원

- 2004년 이후 미국에서 폐쇄 또는 합병으로 인해 거의 1,800개의 신문이 사라짐. 그 중 70%가 대도시 지역
- 미국의 뉴스 사막(지역 뉴스 발행인이 없거나 1명)이 200개 카운티

“우리는 깊이, 정확성 및 독창성으로 구별되는 저널리즘을 생산합니다. 비용과 비용이 많이 들지만 시스템이 올바르게 작동하면 신문에서 다음 이야기를 조사 및 개발하거나 다음 지역 이벤트를 취재하는 데 사용하는 돈도 벌 수 있습니다. 다른 사람들이 우리 저널리즘을 다시 포장하여 돈을 벌었지만 그 돈 중 어느 것도 지역 신문에 돌아오지 않는다면 다음 이야기를 깨거나 다음 스캔들을 폭로하는 것이 더 어려워집니다. 그 사이클이 무한정 계속 된다면 양질의 지역 저널리즘은 서서히 시들어 가고 결국에는 존재하지 않게 될 것입니다.”

Newsroom employment at U.S. newspapers dropped by 51% between 2008 and 2019

Number of U.S. newsroom employees by news industry, in thousands



Note: The OES survey is designed to produce estimates by combining data collected over a three-year period. Newsroom employees include news analysts, reporters and journalists; editors; photographers; and television, video and film camera operators and editors. Digital-native sector data is based on "other information services" industry code, whose largest segment is "internet publishing and broadcasting and web search portals."

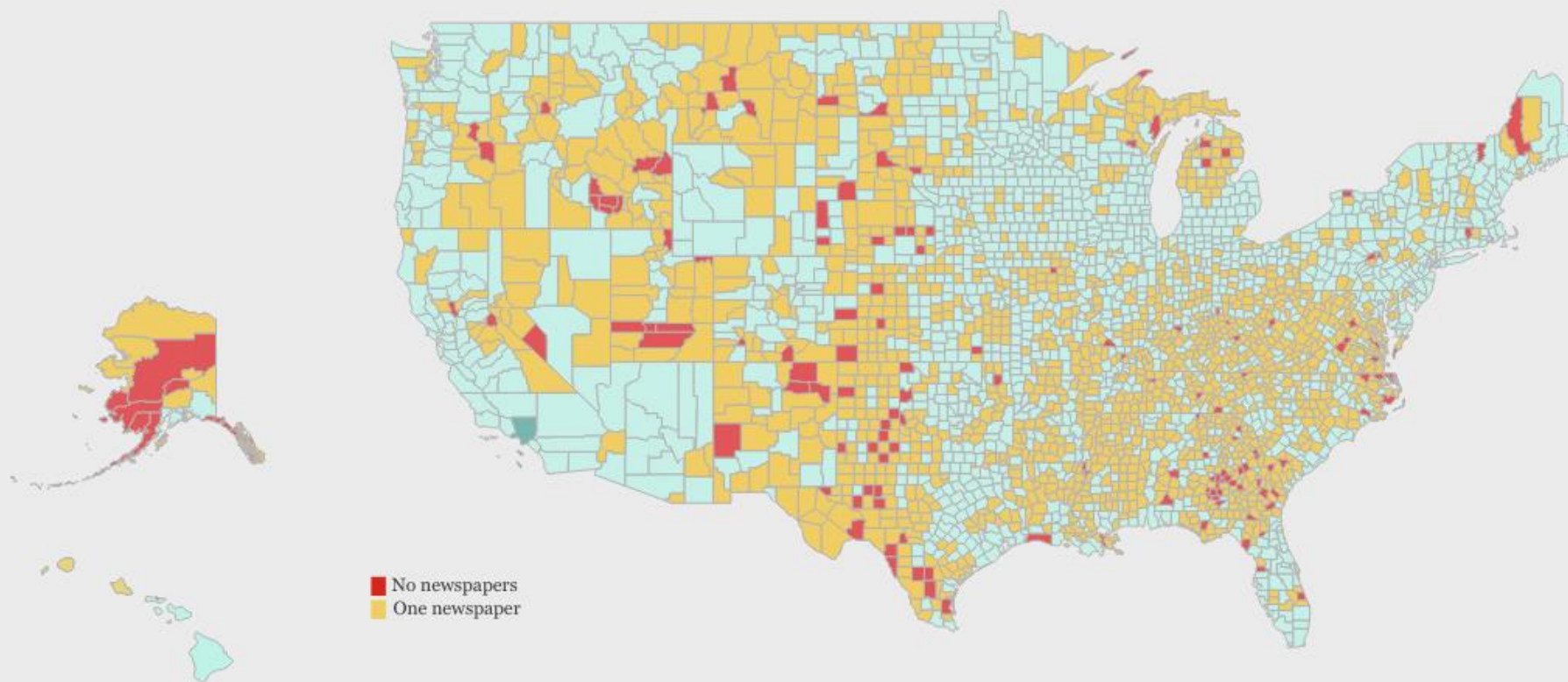
Source: Pew Research Center analysis of Bureau of Labor Statistics Occupational Employment Statistics data.

PEW RESEARCH CENTER

언론의 위기 : 뉴스 사막의 확산

Do You Live in a News Desert?

In the U.S., 225 counties do not have a local newspaper. Half of all counties - 1,528 - have only one newspaper, usually a weekly.



Source: UNC Hussman School of Journalism and Media

이것은 자연스러운 결과인가?
디지털 플랫폼과 언론사의 거래는 공정한가?



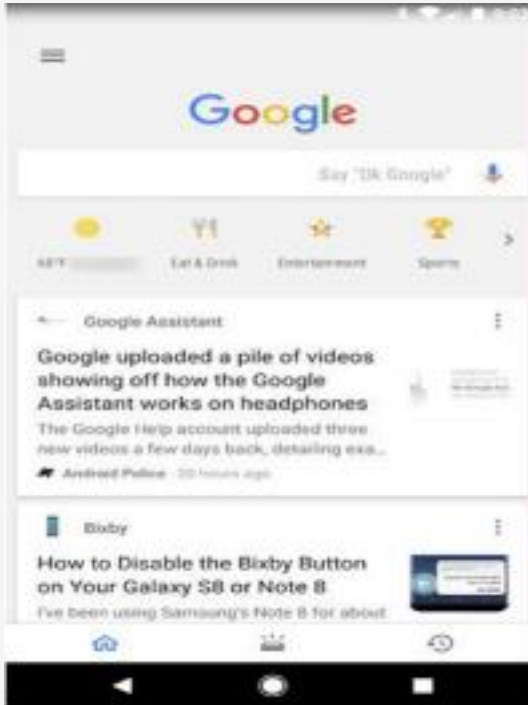
Google은 시장 지배력을 언론사에게 불공정하게 악용

구글 검색은 공정이용의 범위를 넘음

구글의 AMP는 언론사 직접 방문을 차단함

Google 뉴스 앱: 신문 앱과 직접 경쟁하는 뉴스 수집기

Google Discover는 개인화된 뉴스 서비스



대부분 뉴스 헤드라인, 짧은 설명 및 간헐적 사진이 포함 된 원본 Google Feed(왼쪽)

Google은 시장 지배력을 언론사에게 불공정하게 악용 - AMP

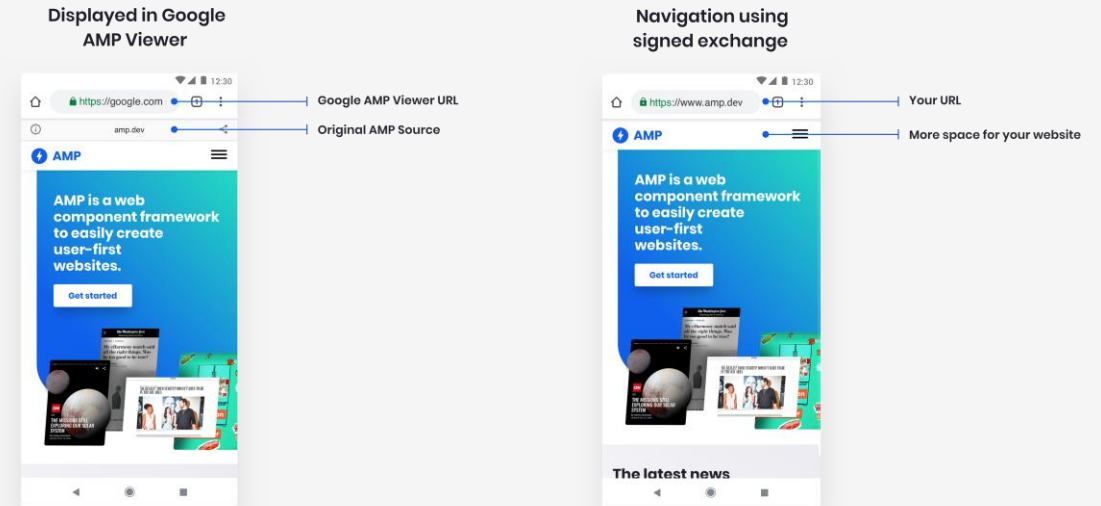
AMP(Accelerated Mobile Pages) – 2015년 구글이 개발, 출시.

- AMP는 로딩 속도를 우선시하는 HTML 버전을 사용.
- Google은 AMP를 개방형 형식으로 규정하지만 전혀 그렇지 않음, Google은 표준 기관의 의무 및 관행에 부합하는 방식으로 AMP를 개발하지 않았으며 인터넷 거버넌스를 담당하는 조직에서 정의한 Open Stand 원칙을 거의 따르지 않음.

일부 뉴스 게시자는 속도 향상을 포함하여 더 나은 사용자 경험을 약속했기 때문에 처음에 AMP 형식에 매료되었지만, 선택의 여지가 없었음.

기사는 언론사 자체 서버가 아닌 Google 서버에서 호스팅, 저장 및 제공됨(AMP URL)

- 미리 이미지에 가까운 두 번째 웹사이트.



알 수 없는 작성자님의 [이 사진](#)에는 [CC BY-SA-NC](#) 라이선스가 적용됩니다.

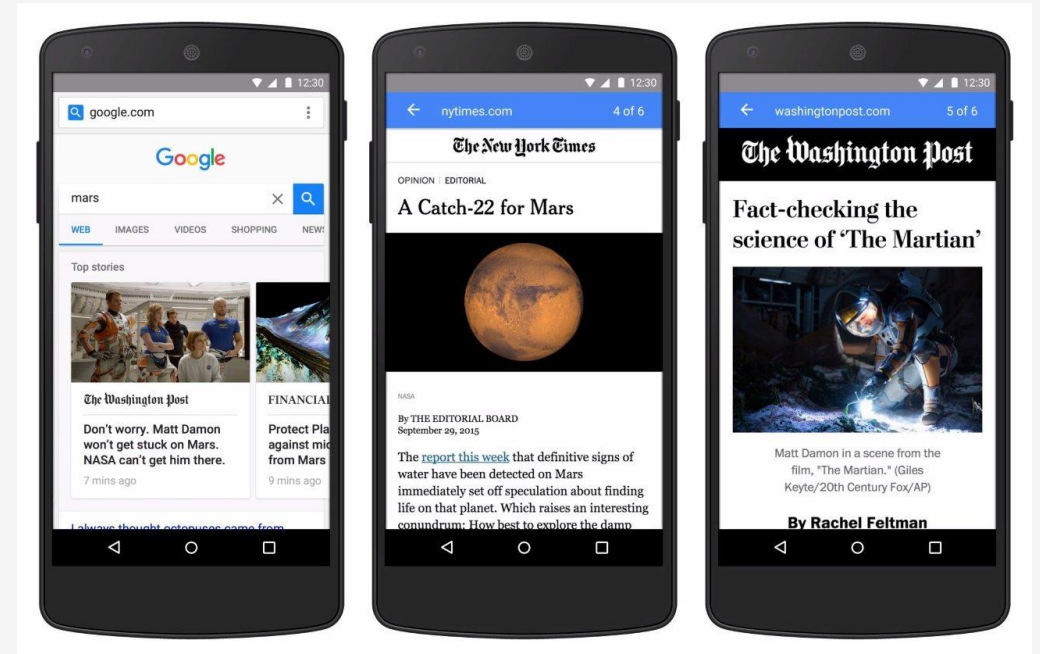
Google은 시장 지배력을 언론사에게 불공정하게 악용 - AMP

AMP는 사실상 검색 순위 요소

- Google은 AMP가 Google 검색의 순위 요소가 아니라고 주장하면서 동시에 "속도는 Google 검색의 순위 요소"라고 밝힘.

언론사를 사용자와 단절

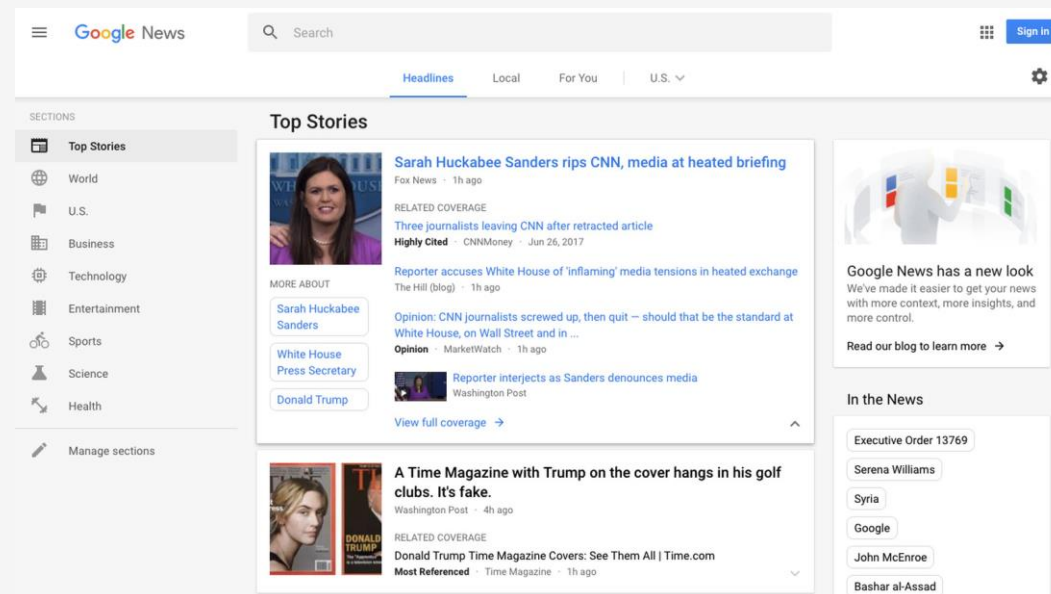
- AMP는 사용자를 Google 도메인 내에 유지하고 Google의 이익을 위해 다른 웹사이트에서 트래픽을 분산
- 웹에 대한 Google의 지배력을 더욱 강화
- Google은 의도적으로 Google이 제어하는 기술을 사용하고 Google이 자체 인프라에서 제공하고 Google URL에서 Google URL을 통해 Google이 제어하는 사용자 환경 내에 배치되는 게시자에게만 검색 결과 상단에 프리미엄 위치를 만들도록 선택



Google은 시장 지배력을 언론사에게 불공정하게 악용 - AMP

구글이 독자를 소유함

- AMP가 작동하는 방식은 언론사가 기사를 AMP 형식으로 게시하면 Google이 이러한 기사를 캐시하여 Google 생태계 내에서 기사에 액세스하는 모든 모바일 사용자를 위해 즉시 로드함.
- Google의 AMP URL API를 사용함으로써 언론사는 Google이 콘텐츠를 복사, 저장, 호스팅하고 사용자에게 직접 제공하는 데 동의
- 언론사가 아닌 Google이 독자와의 관계를 "소유"하도록 허용하고, 언론사가 아닌 Google에 관련 데이터 수집을 맡기는 등 다양한 방식으로 Google의 상당한 이점을 보장
- Google에 모든 게시자 콘텐츠의 거의 전체 규모 사본을 제공하여 전혀 고려하지 않은 방식으로 잠재적으로 사용할 수 있음.



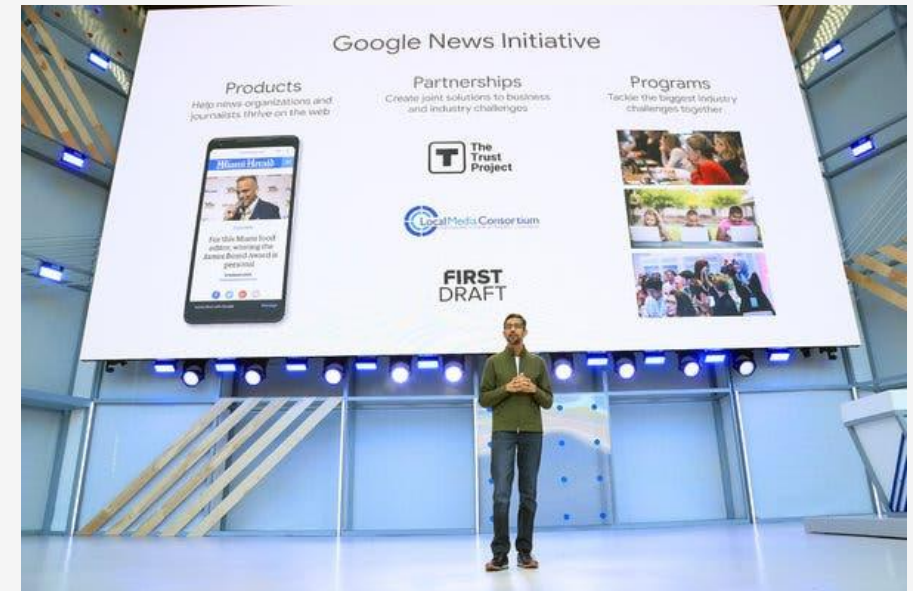
Google은 시장 지배력을 언론사에게 불공정하게 악용 - AMP

AMP는 구독 전환률을 낮춤.

- AMP 기사를 많이 사용하는 Google 제품은 빠르고 무료이며 깊이 관여하지 않는 사용자 경험을 제공하도록 설계되는 경우가 많음.
- AMP 형식은 효과적인 브랜딩을 더 어렵게 만들 수 있음.
- 더 많은 가치를 검색 엔진이나 애그리게이터로 옮기고 언론사가 아닌 페이지 디자인을 상품화.
- 소비자는 언론사를 직접 탐색, 구독 또는 더 긴 체류 시간을 제공하는 고유한 정체성과 품질로 일관되고 몰입도가 높으며 차별화된 경험을 하기보다는 단순히 기사 모음을 포함하는 웹사이트로 보도록 효과적으로 훈련됨.

유료 구독에 대한 영향

- AMP 기사의 경우 Google은페이월 옵션을 제한.
- 유일한 다른 옵션은 Google을 통한 구독을 사용하는 것. 이 옵션은 Google에 많은 이점이 있고 언론사에는 단점.



구글 검색 결과는 공정이용 한계를 넘음 - 'Top Stories'

Google

who is leading the iowa primary

About 50,500,000 results (0.44 seconds)

Top stories



Bernie Sanders leads the Iowa Poll for the first time, just weeks before the Iowa cauc...

USA Today

3 hours ago



Sanders jumps to small lead in major Iowa poll

Politico

3 hours ago



Bernie Sanders leads tightly clustered candidates in new Iowa poll

Washington Post

1 hour ago

→ More for who is leading the iowa primary

Democratic primary: Bernie Sanders leads in Iowa and New ...
<https://www.usatoday.com/story/news/politics/elections/2020/01/03/bernie-sanders-iowa-new-hampshire-poll/5111111002/>
4 days ago - Sen. Bernie Sanders is in a three-way tie for first place in Iowa and has taken a narrow lead in New Hampshire, according to polls from CBS ...

Google

soleimani

About 221,000,000 results (0.06 seconds)

Top stories



US Special Ops tried — but failed — to kill another top Iranian commander on night...

Fox News

7 hours ago



On the day U.S. forces killed Soleimani, they targeted a senior Iranian official in Yemen

Washington Post

7 hours ago



Dems increasingly entertain 'Wig the Dog' theories of Soleimani strike

The Daily Beast

10 mins ago

→ More for soleimani

Qasem Soleimani - Wikipedia
https://en.wikipedia.org/wiki/Qasem_Soleimani
Qasem Soleimani (Persian: قاسم سلیمانی, pronounced [qɑːˈsɒmˤ sɒlɒjˤmɑːni]; 11 March 1957 – 3 January 2020) was an Iranian Major General in the Islamic Revolutionary Guard Corps (IRGC) and, from 1998 until his death in 2020, commander of its Quds Force, a division primarily responsible for extraterritorial military ...

Qasem Soleimani

Iranian general

Qasem Soleimani was an Iranian Major General in the Islamic Revolutionary Guard Corps and, from 1998 until his death in 2020, commander of its Quds Force, a division primarily responsible for extraterritorial military and clandestine operations. Wikipedia

Born: March 11, 1957, Qazvin Malek, Kerman, Iran

Died: January 3, 2020, Baghdad, Iraq

Nationality: Iranian

Children: Mohammadreza Soleimani, Zohra Soleimani

Nicknames: General, Santar Soleimani, Haj Qasem

Spouse: Marziyeh Soleimani, Zahra Soleimani

광고 제한 – 구글 광고는 구글플레이 앱 등록 개발자로 한정

구글을 통한 앱광고

Google 검색, YouTube, Google 검색의 Discover 및 Google 디스플레이 네트워크를 비롯한 주요 온라인 광고 채널의 광고 게재위치를 통해 앱을 홍보. 모바일 앱 광고에 최적화되어 있으며 성공적인 것으로 입증. Google에 따르면 사용자 4명 중 1명은 검색 엔진을 통해 앱을 발견

광고를 Google Play 스토어에 앱을 등록하는 앱 개발자로 제한 : Android 앱 개발자는 중요한 Google 광고 채널을 통해 소비자에게 다가가고자 하는 경우 Google Play 스토어에 앱을 등록해야 함.

소비자로부터 원하는 앱과 앱 스토어를 다운로드하는 방법에 대한 선택권을 박탈하는 것임.

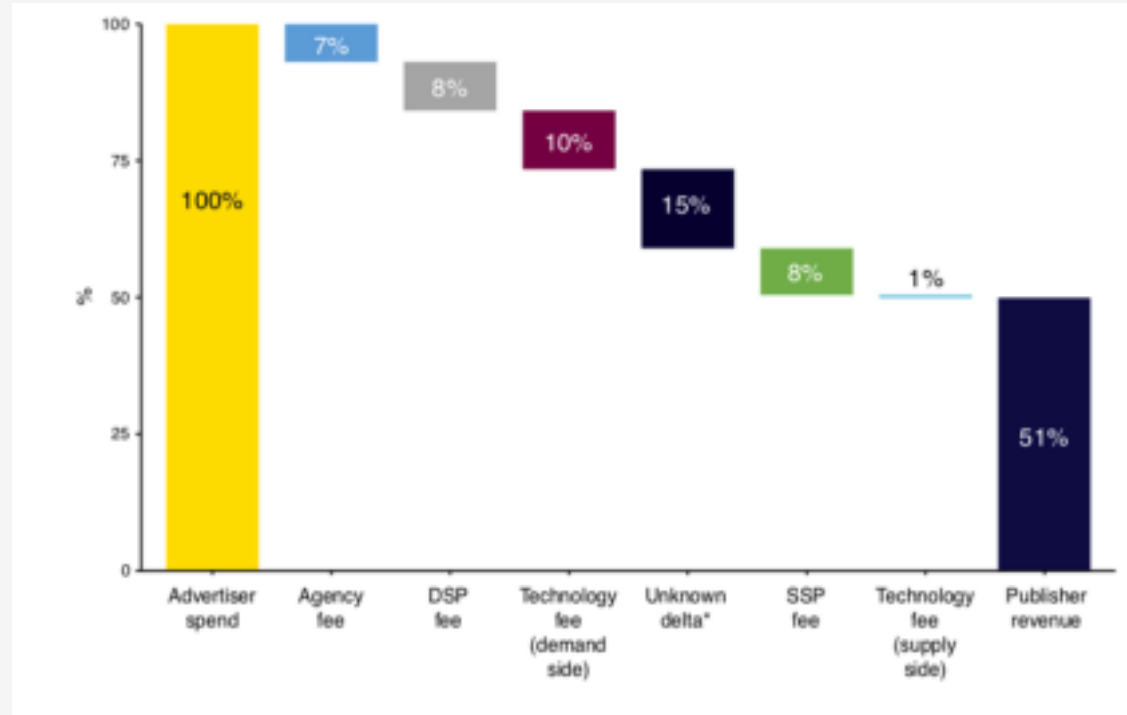


광고 시장에서의 시장지배력 행사

영국의 여러 주요 소매 및 기술 브랜드를 분석한

PricewaterhouseCoopers 연구에 따르면 언론사는 광고주가 프로그래밍 방식 광고에 지출하는 광고비의 절반(51%)만 받았음.

평균적으로 프로그래밍 방식 광고에 지출된 비용의 15%가 설명조차 되지 않았음.



검색 결과에서 차별

N | **코로나**

통합 **뉴스** VIEW 이미지 지식IN 인플루언서 동영상 쇼핑 어학사전 지도 ...

- 관련도순
- 최신순
- 오래된순

공유 옵션

PICK 언론사가 선정한 주요기사 혹은 심층기획 기사입니다.

**연합뉴스 PICK** | 1시간 전 | 네이버뉴스

SK바사 '국산1호 코로나백신' 허가...식약처 최종점검위 통과

SK바이오사이언스가 개발한 코로나19 백신이 29일 식품의약품안전처(식약처) 최종점검위원회에서 품목허가 결정을 받았다. 이로써 우리나라는 코로나19 치료제...

식약처, SK바사 '국산1호 코로나19 백신' ... KBS PICK | 1시간 전 | 네이버뉴스

식약처, SK바사 코로나 백신 품목허가..."... TV조선 PICK | 55분 전 | 네이버뉴스

'국산 1호' 코로나19 백신 승인...韓, ... 조선비즈 PICK | 1시간 전 | 네이버뉴스

SK바사 코로나 백신 품목허가...국... 한국경제TV PICK | 1시간 전 | 네이버뉴스

관련뉴스 10건 전체보기 >

**뉴스1 PICK** | 20분 전 | 네이버뉴스

'스카이코비원' 국산 1호 코로나 백신 탄생...백신 주권 실현(종합)

기사내용 요약 식약처, SK바이오사이언스 '스카이코비원' 코로나19 백신 품목허가 미국, 영국에 이은 3번째 백신·치료제 보유 국가 【서울=뉴스1】황재희 기자 = 우...

국산 코로나19 백신 1호 허가...글로벌 ... 뉴스1 PICK | 1시간 전 | 네이버뉴스

식약처, 국산 첫 코로나19 백신 품목 ... 경향신문 PICK | 1시간 전 | 네이버뉴스

식약처, SK바사 코로나 백신 품목허가..... 뉴스1 PICK | 1시간 전 | 네이버뉴스

SK바사 코로나19 백신 허가..."한국도 백... 뉴스1 PICK | 1시간 전 | 네이버뉴스

코로나, 증가세로 돌아섰다..신규확진 20일 만에 1만명

강종민 기자 = 이기일 중앙재난안전대책본부 1총괄조정관(보건복지부 제2차관)이 지난 5월11일 오전 정부세종청사에서 열린 코로나19 대응 중대본 회의에서 모두발언을 하고 있다. 2022.06.29....
뉴스1 | 6시간전 | 다음뉴스

코로나 재유행? 신규확진 20일만에 또다시 1만명 ... 중앙일보 | 6시간전 | 다음뉴스

신규 확진 1만 명대.. "코로나 유행 증가세로 전환" KBS | 1시간전 | 다음뉴스

코로나19 확진자 20일만에 1만명대 발생..증가세로... 뉴스1 | 1시간전 | 다음뉴스

관련뉴스 7건 전체보기 >

'스카이코비원' 국산 1호 코로나 백신 탄생...백신 주권 실현(종합)

기사내용 요약 식약처, SK바이오사이언스 '스카이코비원' 코로나19 백신 품목허가 미국, 영국에 이은 3번째 백신·치료제 보유 국가 [청주=뉴스1] 조성현 기자 = SK바이오사이언스 코로나19 백신...
뉴스1 | 18분전 | 다음뉴스

SK바사 '국산1호 코로나백신' 허가..."효과성 충분"(종합)

오유경 식약처장 "치료제·백신 모두 보유한 나라 돼"를 가를 부스터샷 사용 여부는 미정..추가접...
식약처, SK바이오사이언스 코로나19 백신 허가 (청주=연합뉴스) 천경환 기자 = 오유경 식품의약품안전처장이 29일 오후 충북 청주시 식약처 회의실에서 브리핑을 열고 SK바이오사이언스의 '스...
연합뉴스 | 1분전 | 다음뉴스

한국, 코로나19 백신 개발국 합류

[서울파이낸스 김현경 기자] SK바이오사이언스가 개발한 코로나19 백신이 29일 식품의약품안전처 최종점검위원회에서 품목허가를 따냈다. 이로써 우리나라는 코로나19 치료제와 백신을 모두 자...
서울파이낸스 | 19분전

대한민국, 코로나19 백신 개발국 합류 헬스미디어&블렌 | 21분전

코로나19 백신 개발국 합류 오피니언뉴스 | 38분전

대한민국, 코로나19 백신 개발국에 합류하다. 의회신문 | 18분전

관련뉴스 12건 전체보기 >

 **무법인 지향**
JIHYANG LAW

구글은 미디어와 규제 격차에서 이익을 얻음



디지털 플랫폼과 미디어의 규제 격차

오스트레일리아 ACCC 보고서의 요약

- 미디어 비즈니스와 디지털 플랫폼 모두 기능, 수익원 및 비즈니스 모델의 변화를 추구하며 디지털 경제에서 진화.
- 디지털 플랫폼은 온라인 뉴스 생태계에 적극적으로 참여하여 뉴스 미디어 비즈니스와 동일한 여러 기능을 수행. 이는 디지털 플랫폼이 뉴스 콘텐츠 공급에 있어 단순한 배포자나 순수한 중개자 이상의 역할을 한다는 것을 의미.
- 그럼에도 불구하고, 다른 미디어 사업에 비해 디지털 플랫폼에 적용되는 미디어 규제는 거의 없음.
- 뉴스 및 저널리즘을 제공하는 미디어 부문에 대한 규제는 부문별로 다르며 TV, 라디오, 인쇄 및 온라인 게시자에 대해 다른 규제 모델 및 의무가 적용.
- 디지털화와 뉴스 및 미디어 콘텐츠의 온라인 소스 증가는 미디어 규제에 대한 부문별 접근 방식의 부적절함을 보여줌.
- 미디어 규제 격차는 디지털 플랫폼이 유사한 기능을 수행할 때 다른 미디어 비즈니스보다 규제 제약이 적고 규제 준수 비용이 낮기 때문에 경쟁 우위를 제공함으로써 경쟁을 왜곡할 수 있음.
- 미디어 규제에 대한 현재의 부문별 접근 방식은 디지털 플랫폼과 같은 새로운 미디어 제공자를 쉽게 포착하지 못하는 것을 포함하여 디지털화 및 미디어 융합에 잘 적응하지 못했음. 이는 현재 미디어 규제 프레임워크의 전반적인 효율성을 감소시킴.

미디어와 디지털 플랫폼에 대한 규제 체계(호주)

Table 4.1 The regulatory frameworks for media and advertising services in Australia

Industry/sector	Laws/regulations/codes	Main system of regulation	Regulator	Applies to DPs?
Print news publishing	APC statements of principles, standards of practice, and advisory guidelines MEAA Journalist Code of Ethics	Self-regulated	APC	✗
Online news publishing	APC statements of principles, standards of practice, and advisory guidelines	Self-regulated	APC	✗
	<i>Broadcasting Services Act 1992</i> (Cth) schedules 5 and 7	Co-regulated	ACMA	✗
	Internet Industry Codes of Practice 2005 Content Services Code 2008			
Radio and TV news broadcasting	<i>Radiocommunications Act 1992</i> (Cth) (RA) and regulations <i>Broadcasting Services Act 1992</i> (Cth) (BSA) and regulations Broadcasting licence conditions under the RA and BSA Apparatus licence conditions Relevant regulatory standards set by ACMA Relevant Industry Codes of Practice	Co-regulated	ACMA	✗

Advertising	(Supplied generally) Codes of conduct adopted by AANA and other relevant industry bodies	Self-regulated	Ad Standards and AANA	✓
	Other federal and state legislation regulating advertising of gambling products, medicine. ⁴⁶⁵	Co-regulated	ACMA at federal level State and territory regulators	Sometimes
	(Supplied on TV and radio) Broadcasting licence conditions Relevant regulatory standards set by ACMA Relevant Industry Codes of Practice	Co-regulated	ACMA	✗
Telecommunications	<i>Telecommunications Act 1997</i> (Cth) and regulations Telecommunications (Consumer Protection and Service Standards) Act 1999 (Cth) and regulations Relevant industry codes of practice, including the TCP Code and industry standards made by ACMA Carrier licence conditions	Co-regulated	ACMA	✗
Copyright	<i>Copyright Act 1968</i> (Cth)	Privately-enforced	NA	✓
Defamation	Nationally-uniform State defamation laws	Privately-enforced	NA	✓

영상 광고에 대한 미디어와 디지털 플랫폼 규제의 체계(호주)

Regulatory layers with advertising restrictions	Free-to-air live TV	Subscription TV	Catch-up TV	Online (digital platforms)
Internal codes and policies (if any)	Yes	Yes	Yes	Yes
Self-regulation (Ad Standards) - AANA Codes Cover offensive, misrepresentative, discriminatory advertising; 'clearly distinguishable' as advertising; advertising to children, etc	Yes	Yes	Yes	DPs are signatories but do not appear to have obligations under AANA
Co-regulation (ACMA) - legislation and licences Must have broadcasting licence and comply with BSA, RA and licence conditions	Yes	Yes	Unclear if co-regulatory regime applies	No
Co-regulation (ACMA) - Industry Codes and standards Advertising time, local content, sensitive material, sponsorship and record-keeping	Yes	Yes	Unclear if co-regulatory regime applies	No

구글은 2018년 뉴스로 47억 달러 수익 창출 추정



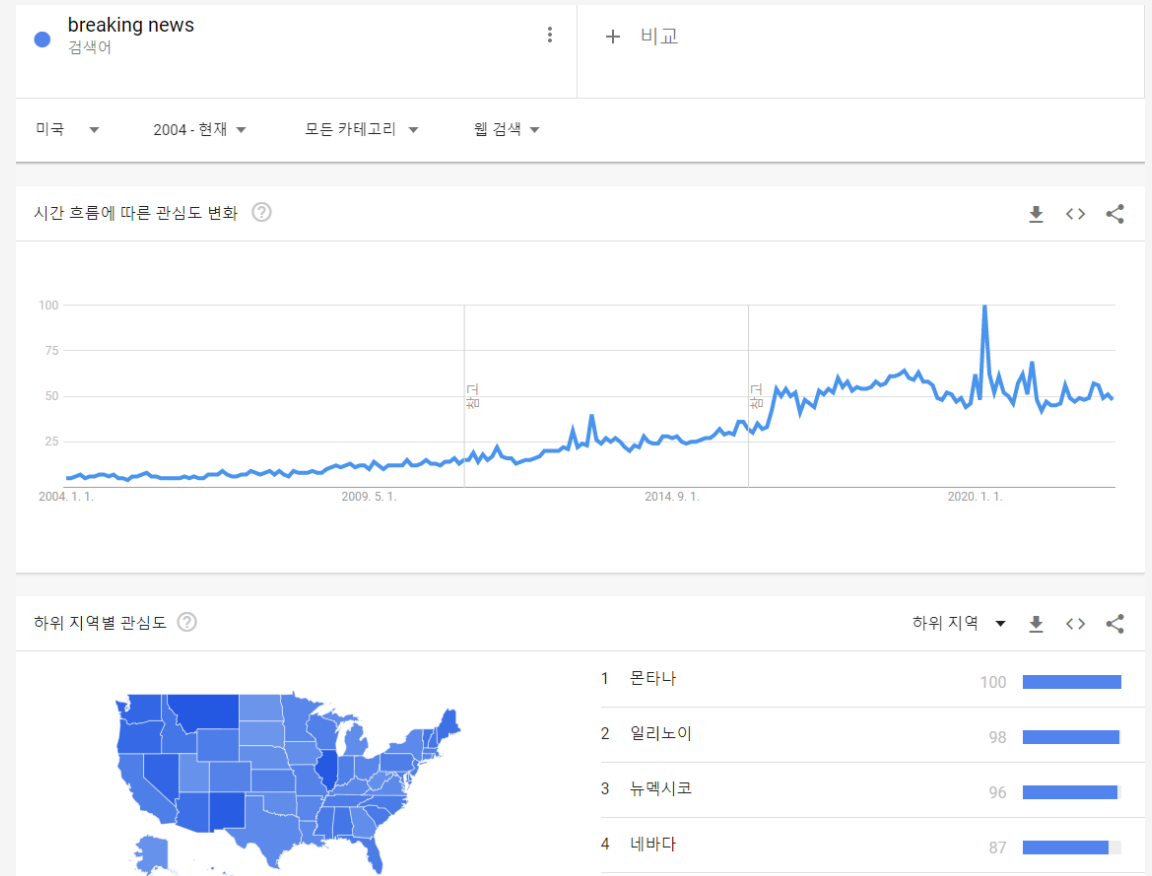
구글은 2018년 뉴스로 47억 달러의 수익을 창출한 것으로 추정

“Google Benefit from News Content” Economic Study

- News Media Alliance (2019. 6.)

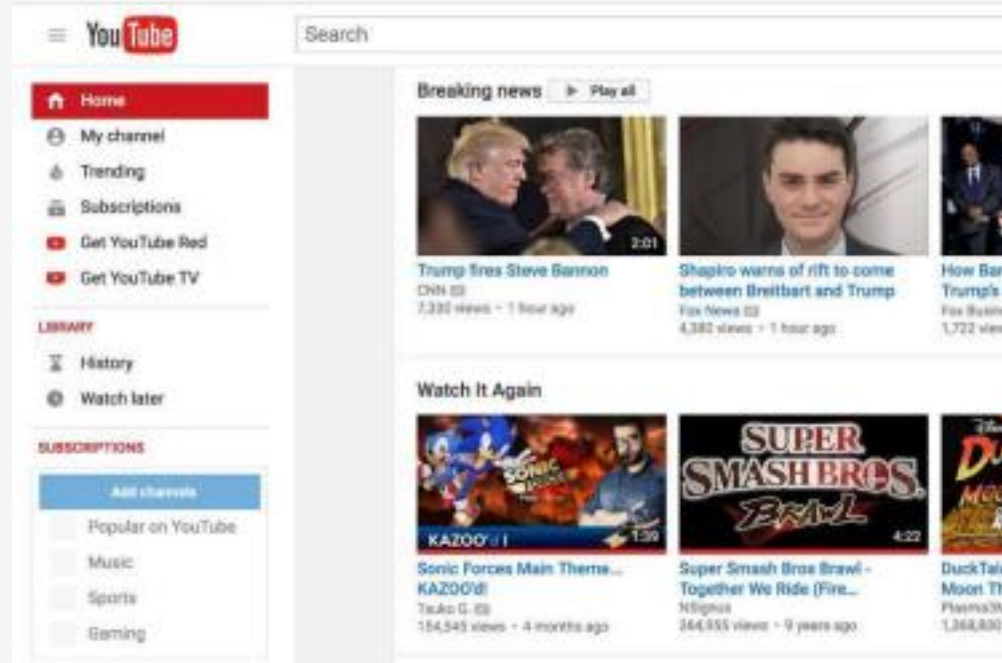
GOOGLE의 뉴스 질적 사용

- 뉴스 소비가 디지털로 점점 이동(예: 미국의 93%가 온라인으로 뉴스를 읽음)
- Google은 제품에 대한 소비자 참여를 유도하기 위해 뉴스에 점점 더 의존.
- Google이 뉴스에서 트래픽을 유도하려는 투자의 예
 - 중요한 알고리즘 업데이트에서 검색 결과에서 뉴스를 강조(예: 2011년 "신선함" 업데이트는 뉴스를 포함한 보다 최근의 검색 결과를 강조)
 - Google은 "쿼리에서 달리 지정하지 않는 한 사용자가 주제, 가장 최근의 제품 모델, 반복되는 이벤트의 가장 최근 발생 등에 대한 최신 정보를 찾고 있다고 가정"
- Google 뉴스는 소비자를 **Google 생태계**에서 유지.
 - Google은 Google을 통한 구독(2018년 3월 도입)을 포함하여 Google 뉴스에 대한 지속적인 업데이트



구글 2019년 뉴스로부터 47억 달러의 수익을 올린 것으로 추정

- YouTube는 점점 더 뉴스에 의존
 - 2017년에 YouTube는 "Breaking News"를 추가
 - 2018년, 미국 온라인 뉴스 소비자의 약 20%가 뉴스에 YouTube를 사용
- AMP(가속 모바일 페이지)는 소비자를 Google 생태계에 가두어 놓음.



(YouTube의 "속보" 섹션: <https://www.theverge.com/2017/8/18/16171876/youtube-breaking-news-section-homepage-mobile-apps-suggested-content>)

구글은 2018년 뉴스로 47억 달러의 수익을 창출한 것으로 추정

GOOGLE 검색에서 뉴스 콘텐츠의 양적 사용

주요 통계

- 인기 검색어 결과의 ~39% 및 클릭의 ~40%가 뉴스 결과
- 가장 많이 검색된 쿼리 결과의 ~16%, 클릭의 ~16% 뉴스 결과

접근 방식

- Google 검색의 데스크톱 결과 페이지
 - 2019년 2월 8일부터 2019년 3월 4일까지의 일일 스크랩
 - 미국 내에서 무작위로 추출된 지리적 위치
 - 사용자 정보 없이 쿼리를 기반으로 한 결과
- 생성된 검색어 및 (i) Ahrefs가 식별한 가장 인기 있는 키워드, (ii) Ahrefs의 키워드 확장, (iii) Google 트렌드의 인기 검색어
- News Media Alliance 및 Google 뉴스의 식별된 뉴스 도메인
- 개발된 클릭률 및 클릭 곡선 제3자 조사를 기반으로 한 페이지 위치별
- 검색량 또는 클릭률 곡선 가중치 부여에 대해 견고성 테스트

GOOGLE의 과거 GOOGLE 뉴스 가치 평가에 따르면 뉴스 콘텐츠에서 47억 달러의 수익 창출 추정(Google 광고 수익과 뉴스 콘텐츠에서 수집된 데이터를 제외한 것이므로 보수적 추정)

Percentage of Google Search results linking to news domains on query samples

	Percentage of Google Search results linking to news domains
Trending queries	38.7%
Top 200 queries	20.6%
High volume search queries	16.4%

뉴스 콘텐츠로부터의 구글의 수익 추정(2018)

	Year	Revenue from Google Properties (\$billion)	Google Stated Value of Google News (\$million)	Google News Fraction of Properties Revenue	Google News to Google Search Scaling Factor	Fraction of Google Property Revenue attributable to news on Google Search	Estimated value of news on Google Search (\$billion)	Estimated value of news on Google Search and Google News (\$billion)
	[A]	[B]	[C]	[D]	[E]	[F]	[G]	[H]
[1]	2008	14	100	0.7%	6	4.2%		
[2]	2018	96		0.7%	6	4.2%	4.0	4.7

디지털 플랫폼과 언론사의 불균형을 어떻게 시정할 것인가





알 수 없는 작성자님의 [이 사진](#)에는 [CC BY](#) 라이선스가 적용됩니다.