

# 『2022 언론사 IT 종사자 인식 조사』

퍼블리시뉴스와기술연구소  
2023년 1월 12일

## 1. 조사 방법 및 응답자 특성

### □ 조사 방법

[퍼블리시뉴스와기술연구소](#)(PUBLISH Institute for News and Technology)(연구소장 김위근)는 우리나라 언론사 IT 종사자의 인식을 살펴보기 위해 이들을 대상으로 온라인 설문조사를 실시했다. 여기서 언론사 IT 종사자는 언론사 소속 디지털 서비스(프론트엔드), 시스템(서버 보안 등 백엔드), 콘텐츠 개발 등과 같은 디지털 기술 담당자와 지면 제작 및 발행 과정 기술 지원, 디지털 행정(인트라넷, CRM) 등과 같은 디지털 업무 담당자를 의미한다. 이들을 대상으로 한 실사 기간은 2022년 9월 13일부터 12월 16일까지였고, [\(주\)마켓링크](#)(대표이사 김중호)가 제공한 온라인 서베이 시스템인 서베이머신(Survey Machine)을 활용했다. 개별 언론사의 IT 종사자에 직접 연락하거나 관련 부서에 연락을 취해 응답을 부탁하는 방법, [한국언론정보기술협회](#)(협회장 강무성) 등에 협조를 요청하는 방법 등을 통해 응답자들을 확보했는데, 이는 편의표집(Convenience Sampling)에 해당한다. 실제 응답은 언론사 IT 종사자가 온라인 설문조사 질문지 URL에 직접 접속해 자기기입식으로 응답함으로써 이뤄졌다. 주요 질문 내용은 언론사 IT 인력 특성과 언론사 IT 종사자가 인식하는 근무 환경, 디지털 환경, 디지털 전환 등이었다. 한편 리커트 척도(Likert Scale)를 통한 응답은 5점 척도로 구성됐다(예: 1=전혀 그렇지 않다, 2=그렇지 않은 편이다, 3=보통이다, 4=그런 편이다, 5=매우 그렇다).

### □ 응답자 특성

최종 분석에 투입된 우리나라 언론사 IT 종사자는 총 68명이었다. 이들의 성별은 남성 89.7%(61명), 여성 10.3%(7명)였고, 연령은 30~34세 11.8%(8명), 35~39세 11.8%(8명), 40~44세 38.2%(26명), 45~49세 17.6%(12명), 50~54세 17.6%(12명), 55~59세 2.9%(2명)였다. 학력은 대학 재학 중 1.5%(1명), 대학 졸업 88.2%(60명), 석사과정 재학 중 1.5%(1명), 석사과정 졸업 7.4%(5명), 박사과정 졸업 1.5%(1명)였다. 응답자의 소속사 유형은 전국종합일간신문이 23.5%(16명)로 가장 많았고 다음으로 경제일간신문 19.1%(13명), 순수 인터넷신문(언론사닷컴 제외) 16.2%(11명), 지역일간신문 10.3%(7명), 뉴스통신 8.8%(6명), 지상파방송 5.9%(4명), 주간신문/월간신문 2.9%(2명), 지역민영방송 2.9%(2명), 전문일간신문(IT·스포츠·외국어) 1.5%(1명), 종합편성채널/보도전문채널 1.5%(1명) 순이었으며, 언론 관련 IT기업은 7.4%(5명)였다. 소속사 소재지는 서울이 85.3%(58명), 부산·대구·울산·경남·경북 7.4%(5명), 대전·세종·충남·충북 2.9%(2명), 인천·경기 1.5%(1명), 강원 1.5%(1명), 제주 1.5%(1명) 순이었다. IT 관련 부서 소속 여부는 IT 부서(디지털 콘텐츠 및 서비스 부서)가 92.6%(63명)였고, 비 IT 부서(행정, 지면·영상 제작 등 디

지털 콘텐츠 및 서비스 부서 이외 부서)는 7.4%(5명)였다. 응답자 자신의 현재 주요 업무는 프론트엔드 개발 41.2%(28명), 서버·네트워크·보안 등 백엔드 개발 33.8%(23명), 모바일 애플리케이션 개발 7.4%(5명), 디지털 콘텐츠 제작 5.9%(4명) 순이었고, 비 IT 업무(행정, 지면·영상 제작 등)는 11.8%(8명)였다.

응답자가 언론사 또는 언론 IT 기업에 최초로 입사한 연도는 1990년 이전 2.9%(2명), 1991~1995년 2.9%(2명), 1996~2000년 7.4%(5명), 2001~2005년 19.1%(13명), 2006~2010년 29.4%(20명), 2011~2015년 19.1%(13명), 2016~2020년 14.7%(10명), 2021년 이후 4.4%(3명)였다. 현재 업무 또는 기술 분야에서 일한 경력은 5년 이하 19.1%(13명), 6~10년 13.2%(9명), 11~15년 30.9%(21명), 16~20년 17.6%(12명), 21~25년 11.8%(8명), 26~30년 4.4%(3명), 31년 이상 2.9%(2명)였다. 직위는 임원급 5.9%(4명), 실장급/국장급 7.4%(5명), 부장급 26.5%(18명), 차장급 36.8%(25명), 과장급 13.2%(9명), 대리급/사원급 10.3%(7명)로 나타났다. 현재 근무 중인 소속사에 채용된 형태는 정규직 신입 22.1%(15명), 정규직 경력 64.7%(44명), 계약직 신입 1.5%(1명), 계약직 경력 11.8%(8명)였다. 응답자의 2022년도 연봉은 세금 공제 이전을 기준으로 2,999만 원 이하 1.5%(1명), 3,000~4,999만 원 22.1%(15명), 5,000~6,999만 원 42.6%(29명), 7,000~9,999만 원 29.4%(20명), 1억 원 이상 4.4%(3명)였다.

## 2. 언론사 IT 종사자 소속사의 IT 인력 특성

### □ 언론사 IT 종사자 소속사의 직무 영역별 인력 구성

응답한 언론사 IT 종사자의 소속사 IT 인력 전체는 평균 11.47명으로 확인됐다. 가장 많은 IT 인력을 가진 소속사(뉴스통신)의 IT 인력 수는 80명이었으며, 가장 많은 정규직을 가진 소속사(뉴스통신)의 IT 인력 수는 70명, 가장 많은 비정규직을 가진 소속사(지역민영방송)의 IT 인력 수는 13명이었다. 그리고 당연히 가장 적은 IT 인력 수는 0명이었다. IT 인력이 0명인 경우는 전체 응답자의 4분이 1이 넘는 26.5%에 달했다. 전체 소속사 IT 인력 평균(11.47명) 중 정규직 평균은 10.37명이었고, 비정규직 평균은 상대적으로 적은 약 10분의 1 수준인 1.10명이었다. 또한 전체 소속사 IT 인력 평균(11.47명) 중 프론트엔드 직무(Web/App 개발 및 관리, Web/App 퍼블리싱, UI/UX 디자인 등) 인력은 평균 4.01명, 백엔드 직무(내부 인프라 개발 및 관리, DB/서버 등 개발 및 관리, 보안 및 네트워크 관리 등) 인력은 평균 3.38명, 기타 직무(디지털 뉴스 콘텐츠/서비스 기획, 데이터 분석(뉴스/이용자 데이터), 소셜미디어 운영, 온라인 뉴스 에디팅 또는 편집 등) 인력 평균은 4.07명이었다. 이처럼 기타 직무 인력(평균 4.07명)은 프론트엔드 직무 인력(평균 4.01명)과 백엔드 직무 인력(평균 3.38명)에 비해 상대적으로 많은 것으로 나타났다. 한편, 해당 직무 인력이 0명인 경우는 프론트엔드 직무 인력 응답의 29.4%, 백엔드 직무 인력 응답의 32.4%, 기타 직무 인력 응답의 45.6%인 것으로 나타났다. 즉 언론사 IT 인력은 기타 직무보다는 프론트엔드 및 백엔드 직무에 더 집중돼 있는 것을 알 수 있다.

[표] 언론사 IT 종사자 소속사의 직무 영역별 인력 구성

직무 영역	직무 예시	구분	구성		
			정규직	비정규직	합계
프론트엔드	Web/App 개발 및 관리, Web/App 퍼블리싱, UI/UX 디자인 등	평균(명) (표준편차)	3.59 (5.00)	0.43 (1.40)	4.01 (5.34)
		최대값(명)	26	10	26
		인원 0명 비율(%)	30.9	80.9	29.4
백엔드	내부 인프라 개발 및 관리, DB/서버 등 개발 및 관리, 보안 및 네트워크 관리 등	평균(명) (표준편차)	3.25 (5.69)	0.13 (0.42)	3.38 (5.68)
		최대값(명)	30	2	30
		인원 0명 비율(%)	35.3	89.7	32.4
기타	디지털 뉴스 콘텐츠/서비스 기획, 데이터 분석(뉴스/이용자 데이터), 소셜미디어 운영, 온라인 뉴스 에디터 등	평균(명) (표준편차)	3.53 (6.17)	0.54 (1.76)	4.07 (7.07)
		최대값(명)	30	10	40
		인원 0명 비율(%)	50.0	82.4	45.6
전체		평균(명) (표준편차)	10.37 (14.85)	1.10 (2.79)	11.47 (15.64)
		최대값(명)	70	13	80
		인원 0명 비율(%)	26.5	70.6	26.5

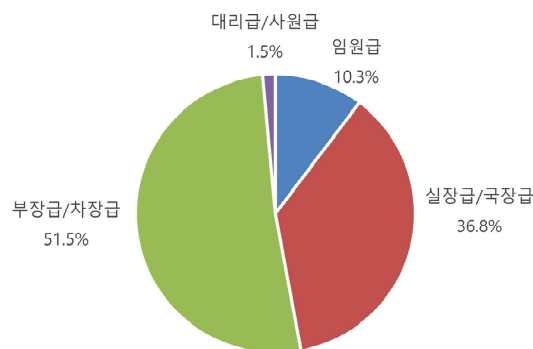
Q01. 귀하 소속사의 IT 인력은 직무 영역별로 몇 명입니까?

주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. '인원 0명 비율'은 각 셀에서 해당 직무 종사자가 전혀 없는 경우의 비율임.

#### □ 언론사 IT 종사자 소속사의 IT 총괄 책임자 직위 및 직군

조직에서 어떤 업무의 위상은 해당 업무 책임자의 직위나 직군을 살펴보면 파악할 수 있다. 언론사 IT 업무도 마찬가지다. 언론사 IT 종사자 자신의 소속사에서 IT 부문을 담당하는 총괄 책임자의 직위는 '임원급' 10.3%, '실장급/국장급' 36.8%, '부장급/차장급' 51.5%, '대리급/사원급' 1.5%였다. 이처럼 언론사 IT 총괄 책임자의 직위는 임원 및 실국장(47.1%)이 절반이 채 되지 않았다. 절반 이상은 의사결정권을 충분히 행사할 만한 높은 직위에 이르지 못한 것이다. 반면 부장 이하가 절반이 넘는 것으로 나타나 IT 업무 자체가 부서 단위에 머무른다고 볼 수 있다.

[그림] 언론사 IT 종사자 소속사의 IT 총괄 책임자 직위

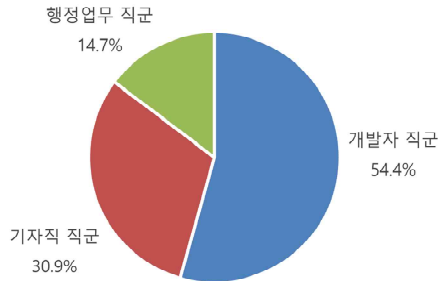


Q04. 귀하 소속사에서 IT 부문을 담당하는 총괄 책임자의 직위는 어떻게 됩니까?

주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임.

언론사 IT 종사자가 응답한 자신 소속사에서 IT 부문을 담당하는 총괄 책임자의 직군은 ‘개발자 직군’ 54.4%, ‘기자직 직군’ 30.9%, ‘행정업무 직군’ 14.7%였다.

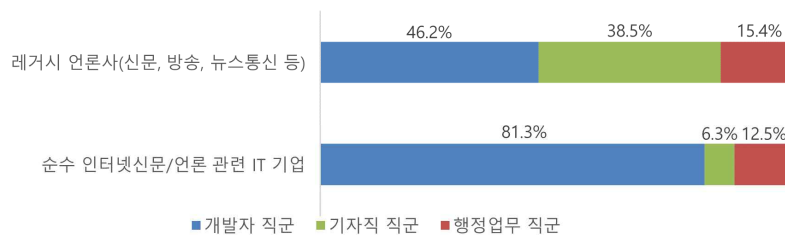
[그림] 언론사 IT 종사자 소속사의 IT 총괄 책임자 직군



Q03. 귀하 소속사에서 IT 부문을 담당하는 총괄 책임자의 직군은 무엇입니까?  
 주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임.

IT 총괄 책임자 직군은 언론사 IT 종사자의 소속사 유형별로 차이가 있는 것으로 나타났다. 레거시 언론사(전국종합일간신문, 경제일간신문, 지역일간신문, 뉴스통신, 지상파방송, 주간신문/월간신문, 지역민영방송, 전문일간신문(IT·스포츠·외국어), 종합편성채널/보도전문채널)(38.5%)는 순수 인터넷신문/언론 관련 IT 기업(6.3%)보다 IT 총괄 책임자가 기자직 직군인 경우가 훨씬 많았다. IT 총괄 책임자가 개발자 직군인 경우는 순수 인터넷신문/언론 관련 IT 기업은 81.3%에 달했지만, 레거시 언론사는 46.2%에 불과했다. 즉 레거시 언론사에 기자직 직군 IT 총괄 책임자가 훨씬 많음을 확인할 수 있었다. 이 경우 개발 업무 이해는 물론 IT 종사자와 의견 수렴, 의사결정 과정 등에서 효율성을 떨어뜨려 결과적으로 언론사의 디지털 전환에 부정적인 영향을 초래할 가능성이 높다.

[그림] 언론사 IT 종사자 소속사 유형별 IT 총괄 책임자 직군



Q03. 귀하 소속사에서 IT 부문을 담당하는 총괄 책임자의 직군은 무엇입니까?

SQ1. 소속사

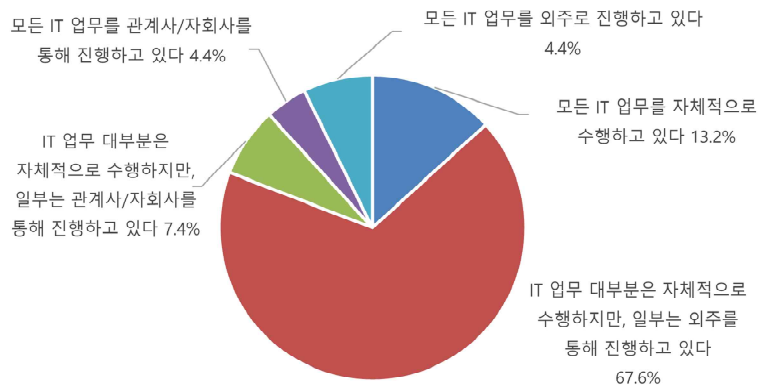
주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. ‘레거시 언론사(신문, 방송, 뉴스통신 등)’ 소속 IT 종사자에 해당하는 응답자는 53명(전국종합일간신문 16명, 경제일간신문 13명, 지역일간신문 7명, 뉴스통신 6명, 지상파방송 4명, 주간신문/월간신문 2명, 지역민영방송 2명, 전문일간신문(IT·스포츠·외국어) 1명, 종합편성채널/보도전문채널 1명)이고, ‘순수 인터넷신문/언론 관련 IT 기업’ 소속 IT 종사자는 16명(순수 인터넷신문(언론사닷컴 제외) 11명, 언론 관련 IT기업 5명)임.

### 3. 언론사 IT 종사자 소속사의 IT 업무 특성

#### □ 언론사 IT 종사자 소속사의 IT 업무 수행 수준

언론사에 따라서 다양한 수준에서 IT 업무를 수행하고 있다. 언론사 IT 종사자에게 자신 소속사의 IT 업무 수행 수준을 질문한 결과, ‘모든 IT 업무를 자체적으로 수행하고 있다’는 응답은 13.2%에 불과했다. 가장 많은 응답은 약 3명 중 2명(67.6%)이 꼽은 ‘IT 업무 대부분은 자체적으로 수행하지만, 일부는 외주를 통해 진행하고 있다’였다. 그리고 ‘IT 업무 대부분은 자체적으로 수행하지만, 일부는 관계사/자회사를 통해 진행하고 있다’ 7.4%, ‘모든 IT 업무를 관계사/자회사를 통해 진행하고 있다’ 4.4%였다. 한편 ‘모든 IT 업무를 외주로 진행하고 있다’는 7.4%였다. 앞에서 확인된 언론사별 IT 인력의 큰 편차를 고려했을 때, 현재 언론사 입장에서는 모든 IT 업무를 자체 수행하는 방식보다는 일부 외주 혹은 관계사 및 자회사를 통한 IT 업무 수행이 가장 현실적인 방안이라고 할 수 있다.

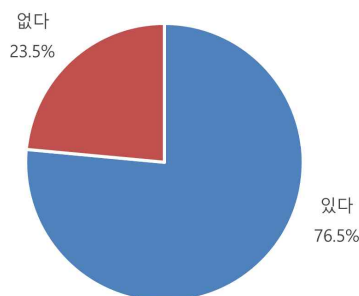
[그림] 언론사 IT 종사자 소속사의 IT 업무 수행 수준



Q05. 귀하 소속사는 IT 업무를 어떤 식으로 수행하고 있습니까?  
 주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임.

언론사 IT 인력은 최근 IT 관련 프로젝트를 수행한 것으로 확인됐다. 언론사 IT 종사자의 76.5%가 최근 1년 사이에 자신의 소속사에서 IT 인력이 수행한 또는 수행하고 있는 프로젝트(업무)가 있다고 응답했다.

[그림] 언론사 IT 종사자 소속사에서 최근 1년 사이 IT 인력의 프로젝트 수행 여부

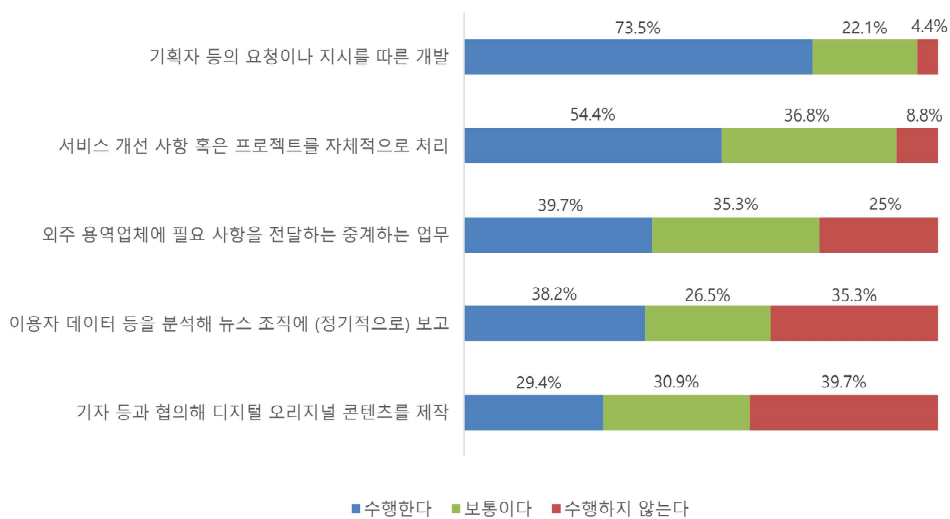


Q08. 최근 1년 사이 귀하 소속사에서 IT 인력이 수행한 또는 수행하고 있는 프로젝트(업무)가 있습니까?  
 주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임.

## □ 언론사 IT 종사자 소속사에서 IT 인력의 역할 및 업무

언론사 IT 인력은 다양한 역할 및 업무를 수행한다. 언론사 IT 종사자에게 질문한 결과, 자신 소속사의 IT 인력이 가장 많이 하는 역할이나 업무에 대해 4분의 3 정도(73.5%)가 ‘기획자 등의 요청이나 지시를 따른 개발’(73.5%)을 꼽았다. 다음으로 ‘서비스 개선 사항 혹은 프로젝트를 자체적으로 처리’ 54.4%, ‘외주 용역업체에 필요 사항을 전달하는 중계하는 업무’ 39.7%, ‘이용자 데이터 등을 분석해 뉴스 조직에 (정기적으로) 보고’ 38.2%였다. ‘기자 등과 협의해 디지털 오리지널 콘텐츠를 제작’은 29.4%에 불과했다. 이처럼 언론사 IT 종사자 소속사에서 IT 인력이 수행하는 역할 및 업무는 전반적으로 자체적이고 자발적인 것보다는 요청이나 지시를 따르거나 다른 업무를 중개하거나 보고하는 등 보조적이고 수동적인 것이 상대적으로 더 많다고 볼 수 있다. 특히 기자와의 협업이 가장 낮은 응답률을 보인 것은 소속사 내 IT 종사자와 기자 간 장벽을 확인할 수 있는 결과다.

[그림] 언론사 IT 종사자 소속사에서 IT 인력의 역할



Q07. 귀하 소속사의 IT 인력(본인 제외)은 아래 역할이나 업무를 어느 정도 하고 있습니까?

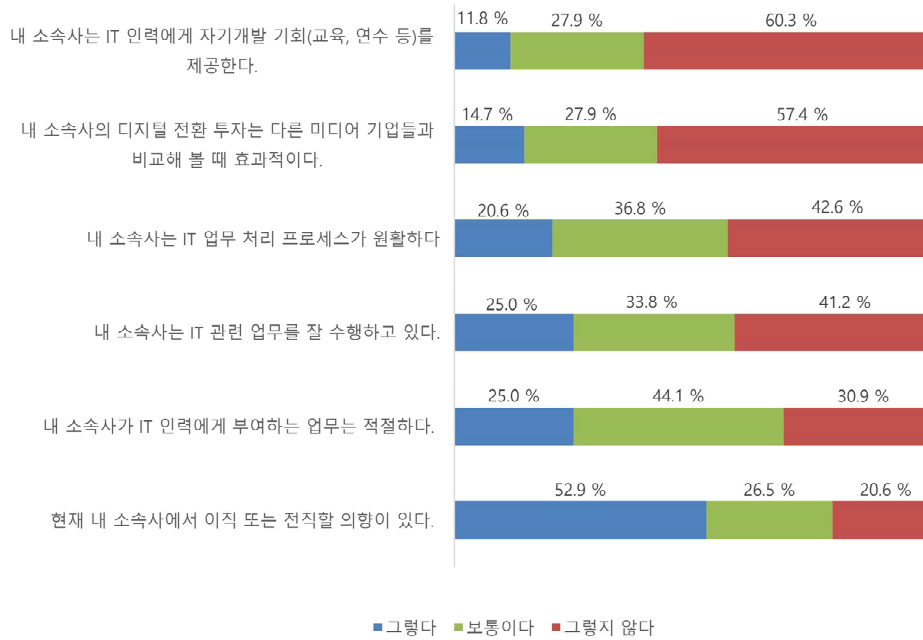
주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. 최초 5점 척도(1=전혀 하지 않는다, 2=하지 않는 편이다, 3=보통이다, 4=하는 편이다, 5=매우 많이 한다)로 측정된 후, ‘수행하지 않는다’(전혀 하지 않는다, 2=하지 않는 편이다), ‘보통이다’, ‘수행한다’(4=하는 편이다, 5=매우 많이 한다)로 다시 코딩함.

## 4. 언론사 IT 종사자의 근무 환경 인식

### □ 언론사 IT 종사자의 소속사 근무 환경에 대한 전반적 인식

언론사 IT 종사자는 자신 소속사의 근무 환경 전반에 대해 부정적으로 인식하는 것으로 나타났다. ‘내 소속사는 IT 인력에게 자기개발 기회(교육, 연수 등)를 제공한다’는 응답은 11.8%에 불과했다. IT 종사자의 역량이 곧 소속사의 디지털 경쟁력인 만큼 자기개발 기회가 크게 부족한 것으로 평가된 대목은 시급히 개선이 필요하다. 그리고 ‘내 소속사의 디지털 전환 투자는 다른 미디어 기업들과 비교해 볼 때 효과적이다’는 14.7%, ‘내 소속사는 IT 업무 처리 프로세스가 원활하다’는 20.6%, ‘내 소속사는 IT 관련 업무를 잘 수행하고 있다’는 25.0%, ‘내 소속사가 IT 인력에게 부여하는 업무는 적절하다’는 25.0%에 그쳤다. 이처럼 언론사 IT 종사자가 자신의 소속사 근무 환경에 대해 전반적으로 만족하지 못하는 가운데, ‘현재 내 소속사에서 이직 또는 전직할 의향이 있다’는 응답은 절반이 넘는 52.9%였다.

[그림] 언론사 IT 종사자의 소속사 근무 환경에 대한 전반적 인식



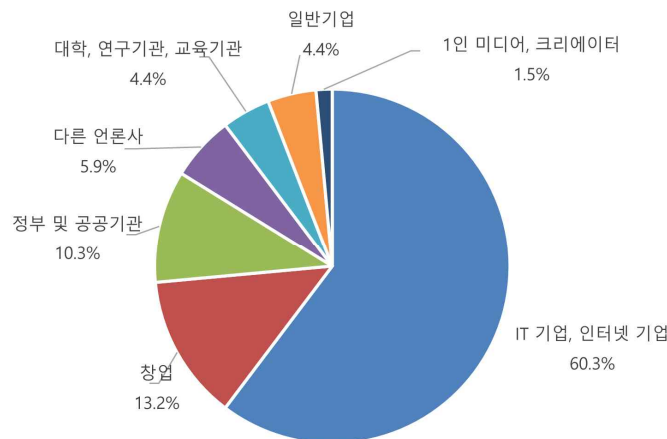
Q09. 귀하 소속사에 대한 다음 의견에 대해 어느 정도 동의하십니까?

주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. 최초 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다, 2=그렇지 않은 편이다, 3=보통이다, 4=그런 편이다, 5=매우 그렇다)로 측정된 후, '그렇지 않다'(1=전혀 그렇지 않다, 2=그렇지 않은 편이다), '보통이다', '그렇다'(4=그런 편이다, 5=매우 그렇다)로 다시 코딩함.

### □ 언론사 IT 종사자의 이직 의향 기관

위에서 확인해 볼 수 있는 바와 같이 언론사 IT 종사자 중 '현재 내 소속사에서 이직 또는 전직할 의향이 있다'는 응답은 절반(52.9%)이 넘었다. 이와 관련해 언론사 IT 종사자에게 기회가 생긴다면 어떤 곳으로 이직하고 싶은지를 확인해 본 결과, 'IT 기업, 인터넷 기업'(60.3%)이 절대적으로 많았다. 다음으로 '창업' 13.2%, '정부 및 공공기관' 10.3%, '다른 언론사' 5.9%, '대학, 연구기관, 교육기관' 4.4%, '일반기업' 4.4%, '1인 미디어, 크리에이터' 1.5%였다. '출판사', '홍보대행사', '프리랜서'로의 이직 의향은 찾아볼 수 없었다.

[그림] 언론사 IT 종사자의 이직 의향 기관



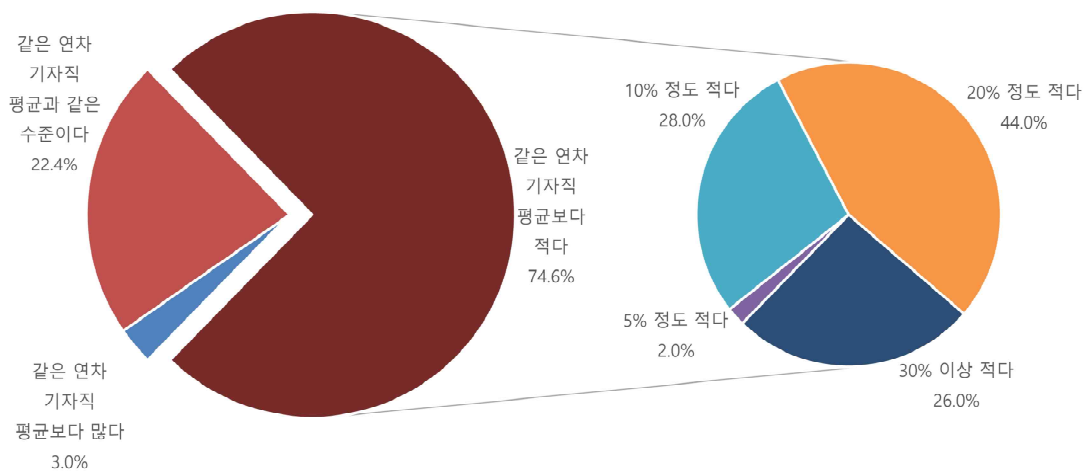
Q13. 만약 기회가 있다면 귀하는 어떤 곳으로 이직하고 싶으십니까?

주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임.

## □ 언론사 IT 종사자의 기자직 비교 연봉 수준 인식

연봉은 해당 조직에 대한 근무 환경을 평가하는 데 가장 중요한 요소로 볼 수 있다. 언론사 IT 종사자 대부분(74.6%)은 자신의 연봉이 ‘같은 연차 기자직 평균보다 적다’고 인식했다. ‘같은 연차 기자직 평균보다 많다’고 응답한 경우는 3.0%에 불과했다. 자신의 연봉이 ‘같은 연차 기자직 평균보다 적다’고 응답하는 언론사 IT 종사자만을 대상으로 어느 정도 적다고 생각하는지 질문한 결과, ‘5% 정도 적다’ 2.0%, ‘10% 정도 적다’ 28.0%, ‘20% 정도 적다’ 44.0%, ‘30% 이상 적다’ 26.0%였다. 이처럼 언론사 IT 종사자는 자신의 연봉을 같은 연차 기자직보다 상당히 적은 수준으로 인식했다.

[그림] 언론사 IT 종사자의 같은 연차 기자직과 비교한 연봉 수준 인식



Q06. 귀하 연봉은 같은 연차 기자직 평균과 비교해 어느 정도 됩니까?

Q06-1. (Q06에서 ‘같은 연차 기자직 평균보다 적다’ 응답 경우만) 귀하 연봉은 같은 연차 기자직 평균보다 어느 정도 적다고 생각하십니까?

주: 무응답 1명을 제외한 언론사 IT 종사자 67명의 응답이고, ‘내 연봉은 같은 연차 기자직 평균보다 적다’고 응답한 경우는 50명임.

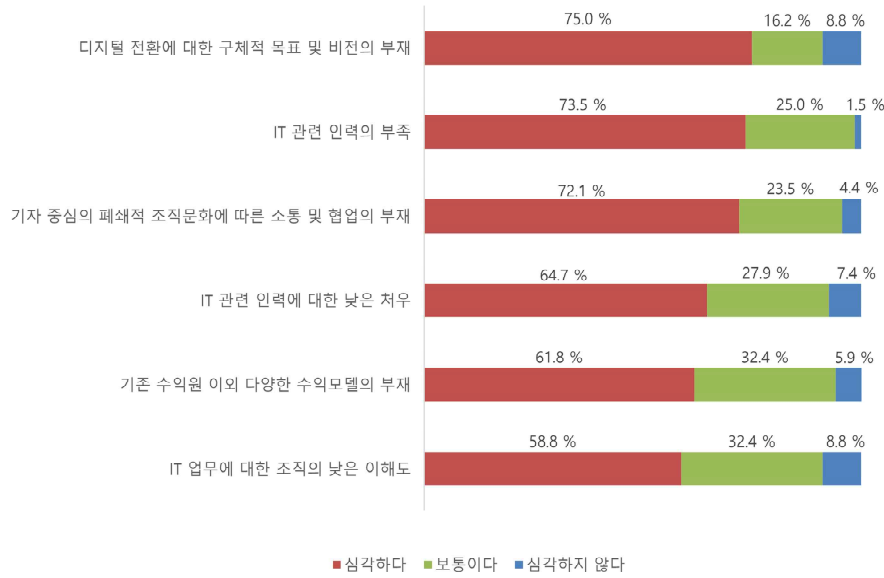
## 5. 언론사 IT 종사자의 소속사 문제점 인식

### □ 언론사 IT 종사자의 소속사 문제점 심각성 인식

다른 조직과 마찬가지로 언론사도 여러 문제점이 있기 마련이다. 언론사 IT 종사자는 자신 소속사의 IT 업무 관련 문제점들이 심각하다고 인식하고 있었다. ‘디지털 전환에 대한 구체적 목표 및 비전의 부재’(75.0%), ‘IT 관련 인력의 부족’(73.5%), ‘기자 중심의 폐쇄적 조직문화에 따른 소통 및 협업의 부재’(72.1%), ‘IT 관련 인력에 대한 낮은 처우’(64.7%), ‘기존 수익원 이외 다양한 수익모델의 부재’(61.8%), ‘IT 업무에 대한 조직의 낮은 이해도’(58.8%) 모두에서 상당한 수준의 ‘심각하다’는 응답이 있었다.



[그림] 언론사 IT 종사자의 소속사 문제점 심각성 인식



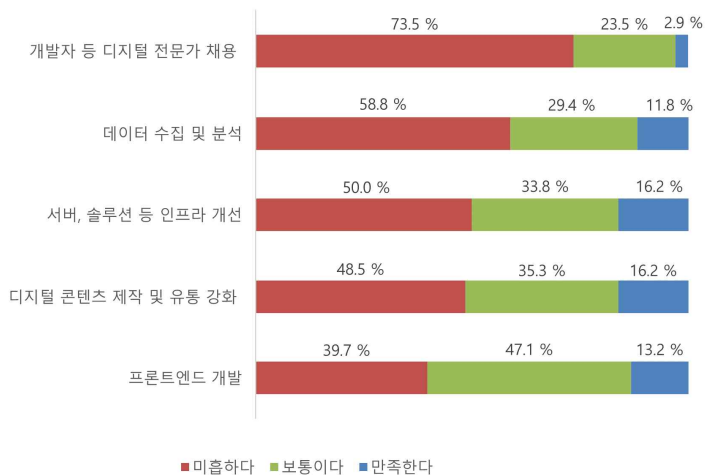
Q12. 귀하 소속사는 아래 문제점들이 어느 정도 심각하다고 생각하십니까?

주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. 최초 5점 척도(1=전혀 심각하지 않다, 2=심각하지 않은 편이다, 3=보통이다, 4=심각한 편이다, 5=매우 심각하다)로 측정된 후, '심각하지 않다'(1=전혀 심각하지 않다, 2=심각하지 않은 편이다), '보통이다', '심각하다'(4=심각한 편이다, 5=매우 심각하다)로 다시 코딩함.

### □ 언론사 IT 종사자의 소속사 디지털 전환 투자 미흡 인식

언론사 IT 종사자는 자신 소속사의 디지털 전환 투자에 대해 대체적으로 미흡하다고 판단하는 것으로 나타났다. '개발자 등 디지털 전문가 채용'에 대해 언론사 IT 종사자의 73.5%, '데이터 수집 및 분석'에 대해 58.8%, '서버, 솔루션 등 인프라 개선'에 대해 50.0%, '디지털 콘텐츠 제작 및 유통 강화'에 대해 48.5%, '프론트엔드 개발'에 대해 39.7%가 '미흡하다'고 응답했다. 이들 개별 항목에 대한 만족도 역시 매우 낮은 수준이었다.

[그림] 언론사 IT 종사자의 소속사 디지털 전환 투자 미흡 인식



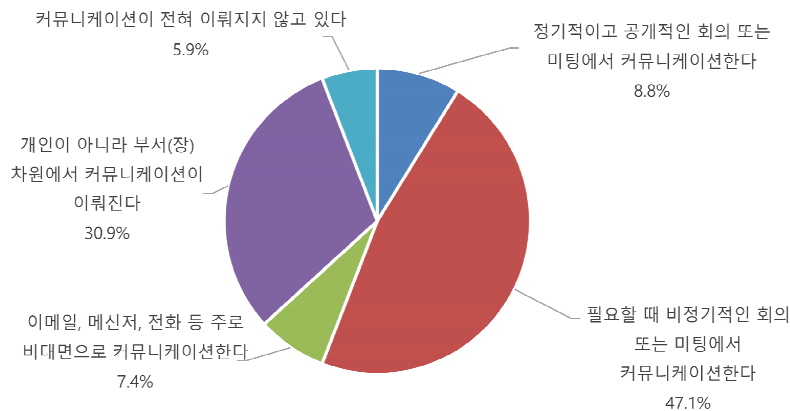
Q11. 귀하 소속사의 아래 디지털 전환 투자는 만족할 만한 수준입니까, 아니면 미흡하다고 생각되십니까?

주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. 최초 5점 척도(1=매우 미흡하다, 2=미흡한 편이다, 3=보통이다, 4=만족할 만한 편이다, 5=매우 만족한다)로 측정된 후, '미흡하다'(1=매우 미흡하다, 2=미흡한 편이다), '보통이다', '만족한다'(4=만족할 만한 편이다, 5=매우 만족한다)로 다시 코딩함.

## □ 언론사 IT 종사자의 소속사 기자 또는 뉴스룸과 커뮤니케이션 방식 인식

언론사 뉴스콘텐츠 생산, 관리 등에서 기자들 또는 뉴스룸(편집국, 보도국 등)과 IT 종사자의 협업이 점점 늘어나는 추세다. 따라서 이들 두 부문 간 커뮤니케이션 수준은 뉴스콘텐츠 품질, 나아가 언론사 조직의 효율적 운영을 결정한다고 해도 과언이 아니다. 언론사 IT 종사자가 인식하는 기자들 또는 뉴스룸(편집국, 보도국 등)과의 커뮤니케이션 방식 중 ‘정기적이고 공개적인 회의 또는 미팅에서 커뮤니케이션한다’는 8.8%에 불과했다. 가장 많은 응답은 절반 가까운 ‘필요할 때 비정기적인 회의 또는 미팅에서 커뮤니케이션한다’(47.1%)였다. ‘이메일, 메신저, 전화 등 주로 비대면으로 커뮤니케이션한다’는 응답은 7.4%였다. 그리고 담당자 간 커뮤니케이션이 부족한 것으로 확인됐다. 즉 ‘개인이 아니라 부서(장) 차원에서 커뮤니케이션이 이뤄진다’는 응답이 30.9%에 달했다. 한편 ‘커뮤니케이션이 전혀 이뤄지지 않고 있다’는 응답도 5.9%였다. 디지털 오리지널 콘텐츠 생산을 비롯해 디지털 서비스의 관여도가 높아지는 기자와 IT 종사자 사이 소통 빈도 및 형식이 여전히 간접적, 비대면적, 부정기적으로 나타난 것은 IT 종사자가 고립돼 있거나 수동적인 업무에 그치는 것으로 볼 수 있다.

[그림] 언론사 IT 종사자의 소속사 기자 또는 뉴스룸과 커뮤니케이션 방식 인식



Q10. 귀하는 뉴스콘텐츠를 생산하는 기자들 또는 뉴스룸(편집국, 보도국 등)과 어떻게 커뮤니케이션하십니까?

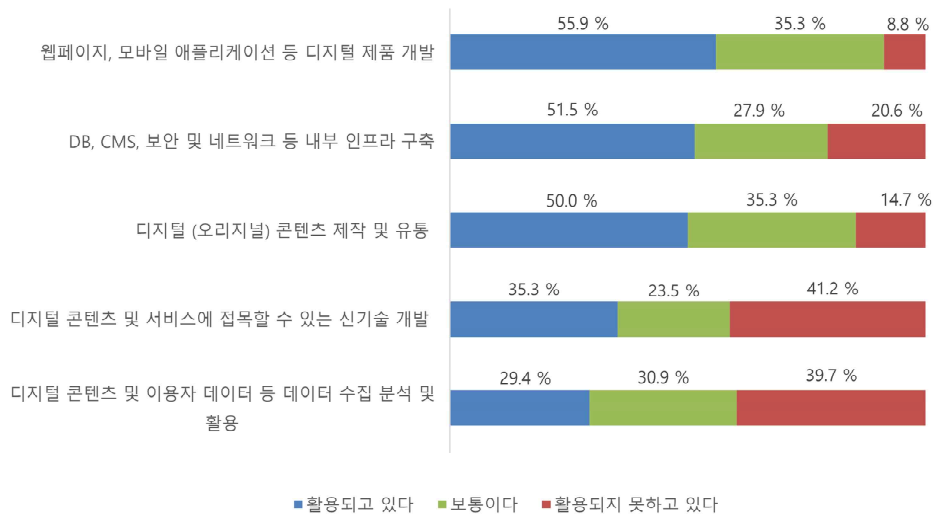
주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임.

## 6. 언론사 IT 종사자의 기술 활용 인식

### □ 언론사 IT 종사자의 업무별 IT 기술 활용 인식

언론산업에는 IT 기술이 활용되는 많은 업무가 있다. 언론사 IT 종사자가 생각하기에 IT 기술이 가장 많이 활용되고 있는 언론산업 업무는 ‘웹페이지, 모바일 애플리케이션 등 디지털 제품 개발’(55.9%)이었고 다음으로 ‘DB, CMS, 보안 및 네트워크 등 내부 인프라 구축’ 51.5%, ‘디지털 (오리지널) 콘텐츠 제작 및 유통’ 50.0%였다. 이처럼 제품 개발, 인프라 구축, 콘텐츠 제작 및 유통 등 관련 업무에서 IT 기술이 활용되고 있다고 인식한 응답자는 절반 이상이였다. 이외 ‘디지털 콘텐츠 및 서비스에 접목할 수 있는 신기술 개발’(35.3%)과 ‘디지털 콘텐츠 및 사용자 데이터 등 데이터 수집 분석 및 활용’(29.4%)에 대한 응답은 상대적으로 낮은 수준이였다.

[그림] 언론사 IT 종사자의 업무별 IT 기술 활용 인식



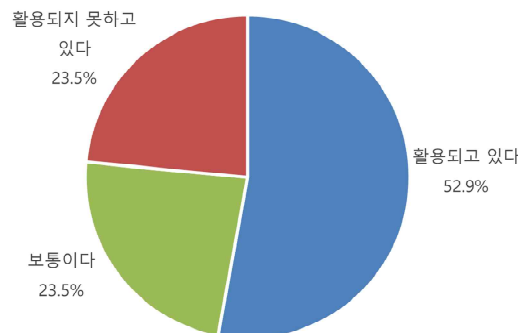
Q14. 귀하는 IT 기술이 언론산업의 아래 업무들에 어느 정도 활용되고 있다고 생각하십니까?

주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. 최초 5점 척도(1=전혀 활용되지 못하고 있다, 2=활용되지 못하는 편이다, 3= 보통이다, 4=어느 정도 활용되고 있다, 5=매우 잘 활용되고 있다)로 측정한 후, '활용되지 못하고 있다'(1=전혀 활용되지 못하고 있다, 2=활용되지 못하는 편이다), '보통이다', '활용되고 있다'(4=어느 정도 활용되고 있다, 5=매우 잘 활용되고 있다)로 다시 코딩함.

#### □ 언론사 IT 종사자의 5년 전과 비교한 IT 기술 언론산업 활용 인식

다른 산업과 마찬가지로 언론산업에서 IT 기술은 적극적으로 활용되고 있다. 5년 전과 비교해 볼 때, 언론산업에 IT 기술이 '활용되고 있다'고 응답한 언론사 IT 종사자는 52.9%였다. 반면에 '활용되지 못하고 있다'는 응답은 23.5%였다.

[그림] 언론사 IT 종사자의 5년 전과 비교한 IT 기술 언론산업 활용 인식

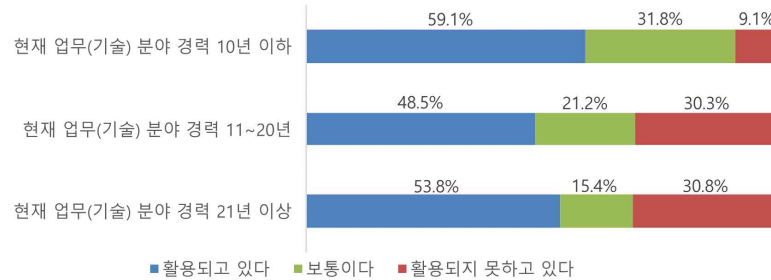


Q15. 5년 전과 비교해 볼 때, 귀하는 IT 기술이 언론산업에 어느 정도로 활용되고 있다고 보십니까?

주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. 최초 5점 척도(1=전혀 활용되지 못하고 있다, 2=활용되지 못하는 편이다, 3= 보통이다, 4=어느 정도 활용되고 있다, 5=매우 잘 활용되고 있다)로 측정한 후, '활용되지 못하고 있다'(1=전혀 활용되지 못하고 있다, 2=활용되지 못하는 편이다), '보통이다', '활용되고 있다'(4=어느 정도 활용되고 있다, 5=매우 잘 활용되고 있다)로 다시 코딩함.

5년 전과 비교한 IT 기술 언론산업 활용 인식은 언론사 IT 종사자의 업무(기술) 분야 경력에 따라 차이가 있었다. 즉, 현재 업무(기술) 분야 경력이 11년 이상 언론사 IT 종사자가 생각하는 5년 전과 비교한 IT 기술의 언론산업 활용 인식은 10년 이하 경력자와 비교해 활용하지 못하고 있다는 응답이 많은 것으로 나타났다. 5년 전과 비교해 IT 기술이 언론산업에 활용되지 못하고 있다는 응답은 현재 업무(기술) 분야 경력이 10년 이하인 언론사 종사자가 9.1%에 불과한 것에 반해, 11~20년 경력자는 30.3%, 21년 이상 경력자는 30.8%나 됐다.

[그림] 언론사 IT 종사자의 업무(기술) 분야 경력별 5년 전과 비교한 IT 기술의 언론산업 활용 인식



Q15. 5년 전과 비교해 볼 때, 귀하는 IT 기술이 언론산업에 어느 정도로 활용되고 있다고 보십니까?

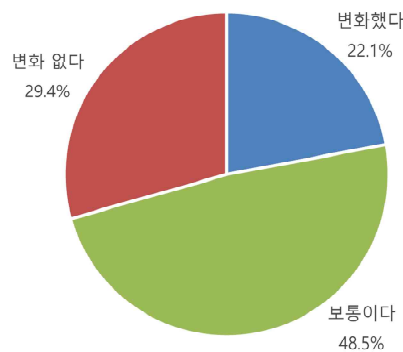
DQ6. 귀하는 현재 업무(기술)분야에서 몇 년간 일하셨습니다?

주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. '5년 전과 비교한 IT 기술의 언론산업 활용 인식'은 최초 5점 척도(1=전혀 활용되지 못하고 있다, 2=활용되지 못하는 편이다, 3= 보통이다, 4=어느 정도 활용되고 있다, 5=매우 잘 활용되고 있다)로 측정된 후, '활용되지 못하고 있다'(1=전혀 활용되지 못하고 있다, 2=활용되지 못하는 편이다), '보통이다', '활용되고 있다'(4=어느 정도 활용되고 있다, 5=매우 잘 활용되고 있다)로 다시 코딩함. '현재 업무(기술) 분야 경력 10년 이하' 언론사 소속 IT 종사자에 해당하는 응답자는 22명(5년 이하 13명, 9~10년 9명), '현재 업무(기술) 분야 경력 10~20년'은 33명(11~15년 21명, 16~20년 12명), '현재 업무(기술) 분야 경력 10~20년 이상'은 13명(21~25년 8명, 26~30년 3명, 31년 이상 2명)임.

### □ 언론사 IT 종사자의 5년 전과 비교한 언론산업 IT 직무 변화 인식

한편 언론사 IT 종사자가 생각하는 5년 전과 비교했을 때 언론산업에서 IT 직무 변화의 정도를 살펴본 결과 '변화했다'고 응답한 비율은 22.1%였다. 하지만 '변화 없다'는 응답은 이보다 많은 29.4%였다.

[그림] 언론사 IT 종사자의 5년 전과 비교한 언론산업 IT 직무 변화 인식

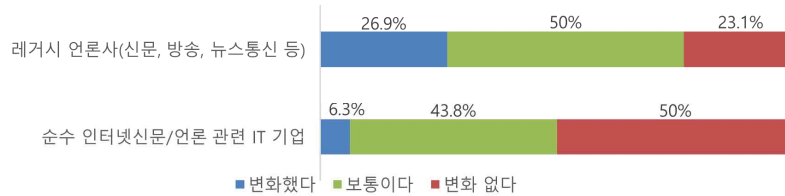


Q16. 5년 전과 비교해 볼 때, 귀하는 언론산업에서 IT 직무는 어느 정도로 변화했다고 생각하십니까?

주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. 최초 5점 척도(1=전혀 변화 없다, 2=변화 없는 편이다, 3= 보통이다, 4=중요한 편이다, 5=매우 중요하다)로 측정된 후, '변화 없다'(1=전혀 중요하지 않다, 2=중요하지 않은 편이다), '보통이다', '변화했다'(4=변화한 편이다, 5=매우 많이 변화했다)로 다시 코딩함.

5년 전과 비교한 언론산업 IT 직무 변화 인식은 언론사 IT 종사자의 소속사 유형에 따라 차이가 있었다. 레거시 언론사(전국종합일간신문, 경제일간신문, 지역일간신문, 뉴스통신, 지상파방송, 주간신문/월간신문, 지역민영방송, 전문일간신문(IT·스포츠·외국어), 종합편성채널/보도전문채널)(26.9%)는 순수 인터넷신문/언론 관련 IT 기업(6.3%)보다 5년 전과 비교해 언론산업에서 IT 직무가 변화했다는 응답이 상대적으로 더 많았다. 이는 레거시 언론사의 최근 IT 직무 변화가 상대적으로 컸음을 방증한다.

[그림] 언론사 IT 종사자 소속사별 5년 전과 비교한 언론산업 IT 직무 변화 인식



Q16. 5년 전과 비교해 볼 때, 귀하는 언론산업에서 IT 직무는 어느 정도로 변화했다고 생각하십니까?

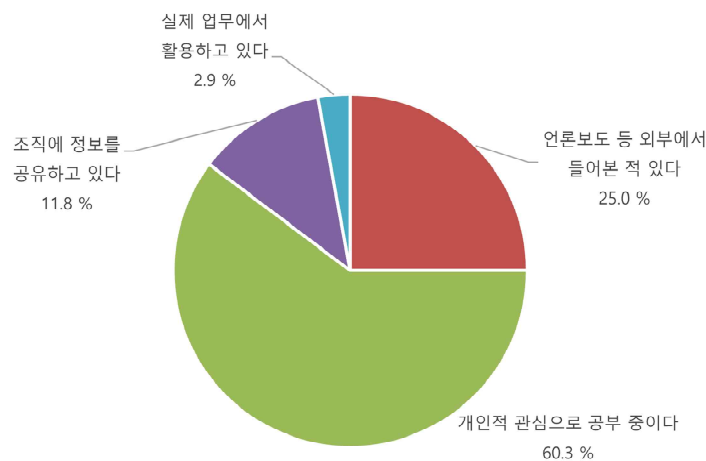
SQ1. 소속사

주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. 최초 5점 척도(1=전혀 변화 없다, 2=변화 없는 편이다, 3= 보통이다, 4=중요한 편이다, 5=매우 중요하다)로 측정한 후, '변화 없다'(1=전혀 중요하지 않다, 2=중요하지 않은 편이다), '보통이다', '변화했다'(4=변화한 편이다, 5=매우 많이 변화했다)로 다시 코딩함. '레거시 언론사(신문, 방송, 뉴스통신 등)' 소속 IT 종사자에 해당하는 응답자는 53명(전국종합일간신문 16명, 경제일간신문 13명, 지역일간신문 7명, 뉴스통신 6명, 지상파방송 4명, 주간신문/월간신문 2명, 지역민영방송 2명, 전문일간신문(IT·스포츠·외국어) 1명, 종합편성채널/보도전문채널 1명)이고, '순수 인터넷신문/언론 관련 IT 기업' 소속 IT 종사자는 16명(순수 인터넷신문(언론사닷컴 제외) 11명, 언론 관련 IT기업 5명)임.

### □ 언론사 IT 종사자의 새로운 IT 기술 인지 및 활용

현재 미디어 산업에서는 새로운 IT 기술이 도입 및 적용되고 있다. 이와 관련된 대표적 IT 기술로는 AI, 블록체인, NFT 등이 있다. 언론사 IT 종사자는 이러한 새로운 기술을 어느 정도 알고 있고 활용하고 있을까? 언론사 IT 종사자 중에서 AI, 블록체인, NFT 등 새로운 IT 기술을 '실제 업무에 활용하고 있다'는 응답은 2.9%에 불과했다. 대부분은 이러한 기술을 인지한 정도거나('언론보도 등 외부에서 들어본 적 있다' 25.0%), 개인적 관심을 두는 수준에 그쳤다('개인적 관심으로 공부 중이다' 60.3%).

[그림] 언론사 IT 종사자의 새로운 IT 기술 인지 및 활용



Q25. 귀하는 AI, 블록체인, NFT 등 미디어 산업에서 시도 또는 도입 중인 새로운 IT 기술을 어느 정도 알고, 활용하고 계십니까?

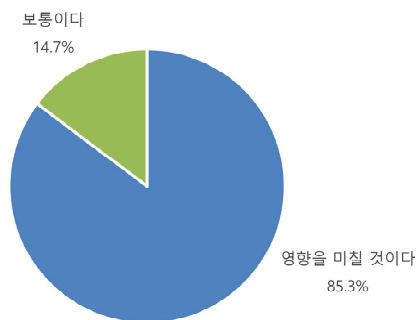
주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임.

## 7. 언론사 IT 종사자의 IT 기술 영향력 및 중요성 인식

### □ 언론사 IT 종사자의 향후 IT 기술이 언론산업 생존 및 성장에 미치는 영향 전망

앞으로도 IT 기술이 언론산업에 미칠 영향은 지대할 것이다. 언론사 IT 종사자 대부분(85.3%)은 향후 IT 기술이 언론산업의 생존과 성장에 영향을 미칠 것으로 생각했다. 반면에 언론산업의 생존과 성장에 IT 기술이 영향을 미치지 않을 것으로 전망한 응답자는 없었다.

[그림] 언론사 IT 종사자의 향후 IT 기술이 언론산업 생존 및 성장에 미치는 영향 전망



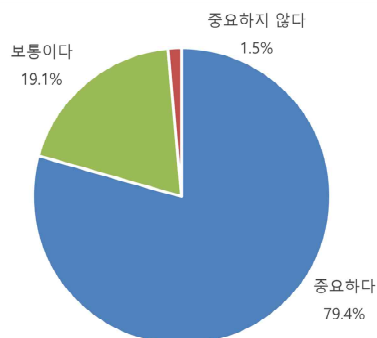
Q18. 귀하는 향후 IT 기술이 언론산업의 생존과 성장에 어느 정도로 영향을 미칠 것이라고 생각하십니까?

주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. 최초 5점 척도(1=전혀 영향을 미치지 않을 것이다, 2=대체로 영향을 미치지 않을 것이다, 3= 보통이다, 4=어느 정도 영향을 미칠 것이다, 5=절대적 영향을 미칠 것이다)로 측정된 후, '영향을 미치지 않을 것이다'(1=전혀 중요하지 않다, 2=중요하지 않은 편이다), '보통이다', '영향을 미칠 것이다'(4=중요한 편이다, 5=매우 중요하다)로 다시 코딩함.

### □ 언론사 IT 종사자의 언론산업 IT 인력 역할 중요성 인식

최근 언론산업에서 IT 인력에 대한 역할이 증대되고 수요가 많아지고 있다. 언론사 IT 종사자 중 79.4%는 현재 언론산업에서 IT 인력의 역할이 '중요하다'고 봤다. '중요하지 않다'는 응답은 1.5%에 불과했다.

[그림] 언론사 IT 종사자의 언론산업 IT 인력 역할 중요성 인식



Q17. 귀하는 현재 언론산업에서 IT 인력의 역할이 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

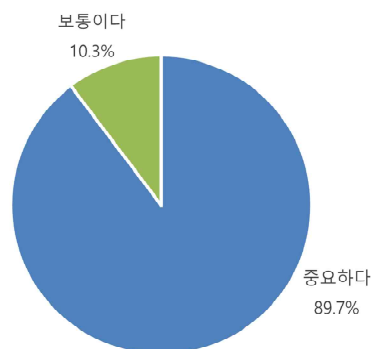
주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. 최초 5점 척도(1=전혀 중요하지 않다, 2=중요하지 않은 편이다, 3= 보통이다, 4=중요한 편이다, 5=매우 중요하다)로 측정된 후, '중요하지 않다'(1=전혀 중요하지 않다, 2=중요하지 않은 편이다), '보통이다', '중요하다'(4=중요한 편이다, 5=매우 중요하다)로 다시 코딩함.

## 8. 언론사 IT 종사자의 디지털 전환 중요성 인식

### □ 언론사 IT 종사자의 디지털 전환 중요성 인식

현재 사회 모든 부문에서 공통된 핵심 키워드는 디지털 전환이다. 디지털 전환 수준은 해당 부문의 성패를 결정짓고 있다. 언론산업에서도 마찬가지다. 언론사 IT 종사자 대부분 역시도 디지털 전환이 언론사에 '중요하다'(89.7%)고 인식했다. 중요하지 않다는 응답은 찾아볼 수 없었다. 중요하다고 생각하는 이유와 관련한 추가 심층 질문에 대해 지속적인 미디어 지형 변화에 맞춰 생존하기 위해서라는 취지의 응답이 가장 많았다. 또한 현실적으로 수익이 감소하고 있어 새로운 활로를 모색할 필요가 있기 때문이며, 미디어 제작 및 유통 기술이 세분화되고 있어 발 빠른 디지털 전환이 중요해졌다는 답변이 있었다.

[그림] 언론사 IT 종사자의 디지털 전환 중요성 인식



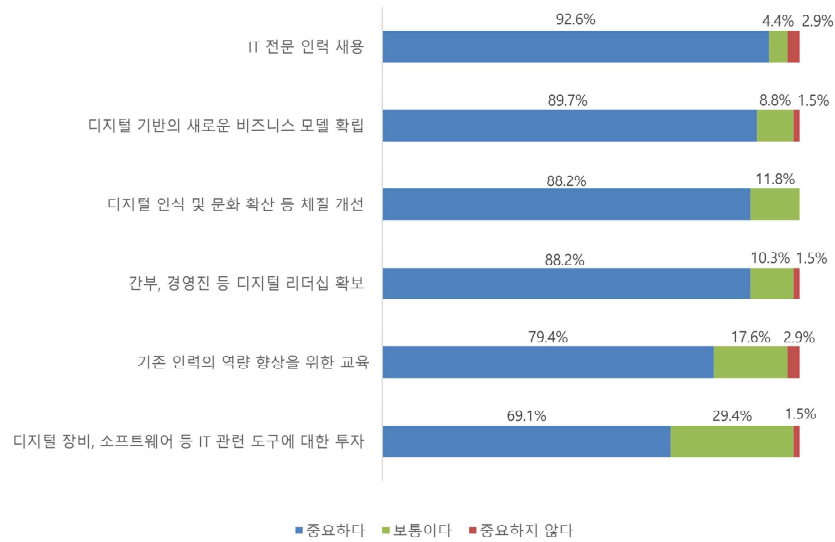
Q19. 귀하는 향후 언론사에 디지털 전환이 얼마나 중요하다고 생각하십니까?

주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. 최초 5점 척도(1=전혀 중요하지 않다, 2=중요하지 않은 편이다, 3= 보통이다, 4=중요한 편이다, 5=매우 중요하다)로 측정된 후, '중요하지 않다'(1=전혀 중요하지 않다, 2=중요하지 않은 편이다), '보통이다', '중요하다'(4=중요한 편이다, 5=매우 중요하다)로 다시 코딩함.

### □ 언론사 IT 종사자의 디지털 전환을 위한 사안별 중요성 인식

언론사가 디지털 전환을 효율적으로 진행하려면 여러 사안을 고려할 수밖에 없다. 이와 관련해 언론사 IT 종사자는 무엇보다도 'IT 전문 인력 채용'(92.6%)이 가장 중요하다고 응답했다. 지속적으로 제기돼 왔던 언론사의 IT 인력난을 보여주는 대목이다. 특히 IT 업무 특성 상 인력 수와 그 능력이 조직의 IT 기술로 직결되기에 개선이 시급한 지점이다. 다음으로 '디지털 기반의 새로운 비즈니스 모델 확립'(89.7%), '디지털 인식 및 문화 확산 등 체질 개선'(88.2%), '간부, 경영진 등 디지털 리더십 확보'(88.2%), '기존 인력의 역량 향상을 위한 교육'(79.4%), '디지털 장비, 소프트웨어 등 IT 관련 도구에 대한 투자'(69.1%) 등도 그 중요성을 높게 인식했다. 이처럼 언론사 IT 종사자는 전반적으로 언론사 디지털 전환에 필요한 다양한 사안을 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

[그림] 언론사 IT 종사자의 디지털 전환을 위한 사안별 중요성 인식

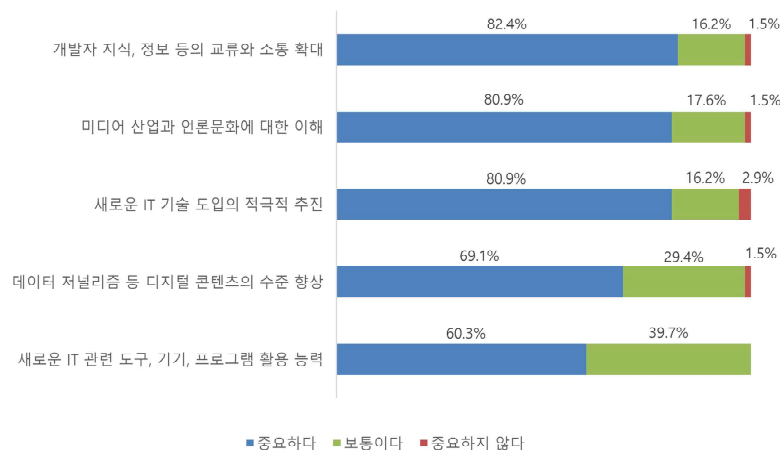


Q20. 귀하는 언론사가 디지털 전환을 효율적으로 진행하기 위해 아래 사안이 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?  
 주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. 최초 5점 척도(1=전혀 중요하지 않다, 2=중요하지 않은 편이다, 3= 보통이다, 4=중요한 편이다, 5=매우 중요하다)로 측정된 후, '중요하지 않다'(1=전혀 중요하지 않다, 2=중요하지 않은 편이다), '보통이다', '중요하다'(4=중요한 편이다, 5=매우 중요하다)로 다시 코딩함.

□ 언론사 IT 종사자의 디지털 전환을 위한 IT 인력 능력별 중요성 인식

언론사 디지털 전환의 핵심 인력은 단연 IT 담당이다. 최근 디지털 전환에서 IT 인력에게 다양한 능력이 요구되고 있으며, 그 중요성 또한 거듭 강조해도 지나치지 않다. 언론사 IT 종사자가 가장 중요하게 생각하는 디지털 전환에서 요구되는 능력은 '개발자 지식, 정보 등의 교류와 소통 확대'(82.4%)였다. '미디어 산업과 언론문화에 대한 이해'(80.9%)와 '새로운 IT 기술 도입의 적극적 추진'(80.9%) 역시 매우 중요하게 인식했다. '데이터 저널리즘 등 디지털 콘텐츠의 수준 향상'(69.1%)과 '새로운 IT 관련 도구, 기기, 프로그램 활용 능력'(60.3%)의 중요성은 상대적으로 낮은 응답을 보였다. 즉 언론사 IT 종사자는 최신 저널리즘 기법이나 도구의 활용보다는 교류와 소통, 언론 전반에 대한 이해, 디지털 전환에 대한 적극성 등 언론사 디지털 전환 문화와 관련된 능력을 더 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

[그림] 언론사 IT 종사자의 디지털 전환을 위한 IT 인력 능력별 중요성 인식



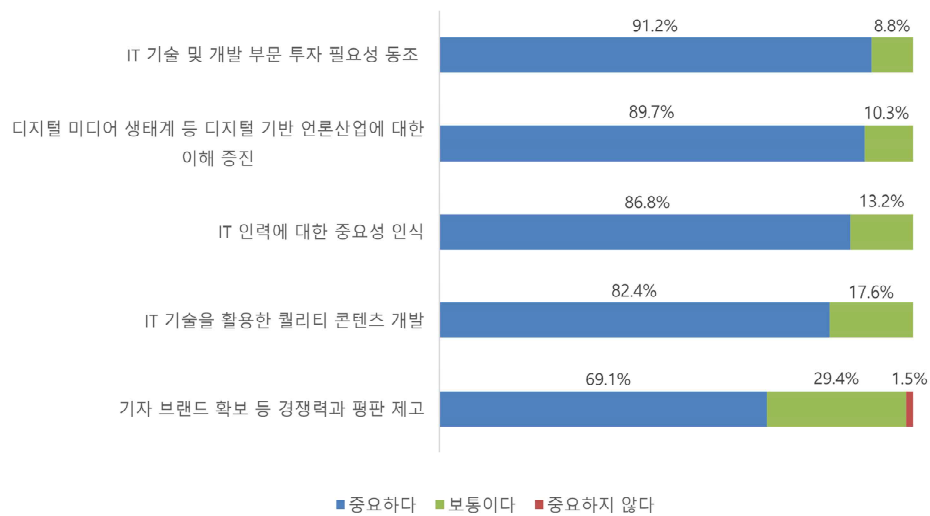
Q21. 귀하는 언론사의 디지털 전환에서 IT 인력에게 요구되는 아래 능력이 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?  
 주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. 최초 5점 척도(1=전혀 중요하지 않다, 2=중요하지 않은 편이다, 3= 보통이다, 4=중요한 편이다, 5=매우 중요하다)로 측정된 후, '중요하지 않다'(1=전혀 중요하지 않다, 2=중요하지 않은 편이다), '보통이다', '중요하다'(4=중요한 편이다, 5=매우 중요하다)로 다시 코딩함.



### □ 언론사 IT 종사자의 디지털 전환을 위한 기자 역할별 중요성 인식

언론사 뉴스콘텐츠 생산의 최전선에는 기자가 있다. 전통적으로 기자는 언론사 비즈니스의 기반이 되는 뉴스콘텐츠를 생산함으로써 언론사 조직에서 다른 직군에 비해 상당히 큰 영향력을 가진다. 언론사 IT 종사자가 생각하는 디지털 전환을 위한 기자의 역할에서 가장 중요하다고 응답된 것은 'IT 기술 및 개발 부문 투자 필요성 동조'(91.2%)다. 이는 언론사 조직 내 기자 직군의 위상을 보여준다. 기자가 언론사 IT 기술 개발에 대한 투자 필요성을 동조해 주는 것만으로도 디지털 전환과 관련된 프로젝트는 큰 힘을 받게 된다. 다음으로 기자의 '디지털 미디어 생태계 등 디지털 기반 언론산업에 대한 이해 증진'(89.7%), 'IT 인력에 대한 중요성 인식'(86.8%), 'IT 기술을 활용한 퀄리티 콘텐츠 개발'(82.4%) 역시 상대적으로 중요성이 높게 평가됐다. '기자 브랜드 확보 등 경쟁력과 평판 제고'(69.1%) 역할이 중요하다는 응답은 상대적으로 적었다.

[그림] 언론사 IT 종사자의 디지털 전환을 위한 기자 역할별 중요성 인식



Q22. 귀하는 디지털 전환을 위한 기자의 아래 역할이 어느 정도 중요하다고 생각하십니까?

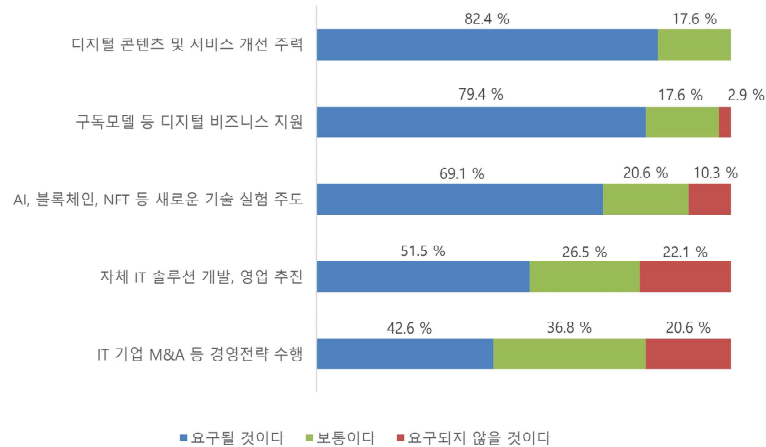
주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. 최초 5점 척도(1=전혀 중요하지 않다, 2=중요하지 않은 편이다, 3= 보통이다, 4=중요한 편이다, 5=매우 중요하다)로 측정된 후, '중요하지 않다'(1=전혀 중요하지 않다, 2=중요하지 않은 편이다), '보통이다', '중요하다'(4=중요한 편이다, 5=매우 중요하다)로 다시 코딩함.

## 9. 언론사 IT 종사자의 디지털 전환 전망

### □ 언론사 IT 종사자의 디지털 전환을 위한 언론사 IT 부문별 역할 요구 인식

언론산업은 최신 미디어 기술이 활용된다. 디지털 전환을 위해 언론사 IT 부문에는 여러 역할이 요구된다. 언론사 IT 종사자가 생각하기에 언론사 IT 부문의 역할 중 가장 많이 요구될 것으로 생각되는 것은 '디지털 콘텐츠 및 서비스 개선 주력'(82.4%)과 '구독모델 등 디지털 비즈니스 지원'(79.4%)이다. 이 두 역할은 상대적으로 단기간의 성과를 이뤄내기 위한 것으로 볼 수 있다. 'AI, 블록체인, NFT 등 새로운 기술 실험 주도'(69.1%) 역시 언론사가 IT 부문에 크게 기대하는 역할이었다. '자체 IT 솔루션 개발, 영업 추진'(51.5%)과 'IT 기업 M&A 등 경영전략 수행'(42.6%)은 상대적으로 낮은 응답이었다.

[그림] 언론사 IT 종사자의 디지털 전환을 위한 언론사 IT 부문별 역할 요구 인식



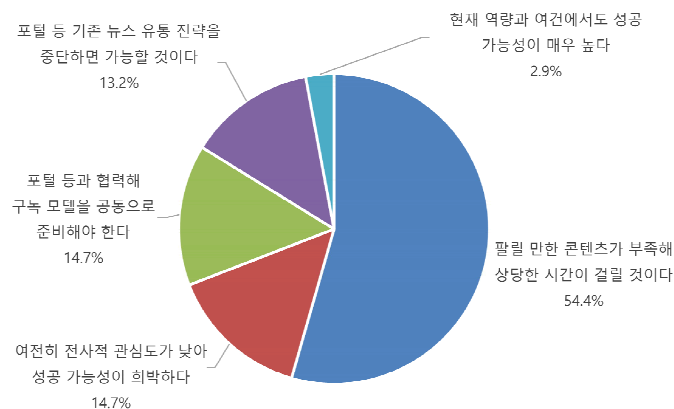
Q23. 귀하는 디지털 전환을 위해 언론사 IT 부문의 아래 역할이 어느 정도 요구될 것으로 생각하십니까?

주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임. 최초 5점 척도(1=전혀 요구되지 않을 것이다, 2=대체로 요구되지 않을 것이다, 3= 보통이다, 4=어느 정도 요구될 것이다, 5=매우 많이 요구될 것이다)로 측정한 후, '요구되지 않을 것이다'(1=전혀 요구되지 않을 것이다, 2=대체로 요구되지 않을 것이다), '보통이다', '요구될 것이다'(4=어느 정도 요구될 것이다, 5=매우 많이 요구될 것이다)로 다시 코딩함.

### □ 언론사 IT 종사자의 구독자 기반 디지털 비즈니스 전망

최근 미디어 산업 전반에서 구독모델을 비롯한 뉴스 유료화 등 구독자 기반 디지털 비즈니스가 실험되고 있으며 그 중요성이 부각되고 있다. 구독자 기반 디지털 비즈니스는 언론산업의 유일한 미래로 일컬어지기도 한다. 대다수 언론사 IT 종사자는 이 구독자 기반 디지털 비즈니스가 단기간에 성공하기는 힘들 것으로 전망했다. 이들 중 54.4%는 '팔릴 만한 콘텐츠가 부족해 상당한 시간이 걸릴 것이다'라고 보고 있으며, '여전히 전사적 관심도가 낮아 성공 가능성이 희박하다'는 응답도 14.7%였다. 포털 뉴스서비스 중심의 뉴스 이용이라는 현실로 말미암아 구독자 기반 디지털 비즈니스의 시작을 포털 뉴스 서비스에서 풀어야 한다는 응답도 있었다. 여기에는 포털과 협력해 준비해야 한다는 응답('포털 등과 협력해 구독모델을 공동으로 준비해야 한다' 14.7%)과 더불어 포털 뉴스서비스의 뉴스 유통이 중단됨으로써 가능할 수 있다는 상반된 응답('포털 등 기존 뉴스 유통 전략을 중단하면 가능할 것이다' 13.2%)이 의미 있는 수준의 비율을 보였다. 구독자 기반 디지털 비즈니스에 대해 '현재 역량과 여건에서도 성공 가능성이 매우 높다'는 응답은 2.9%뿐이었다.

[그림] 언론사 IT 종사자의 구독자 기반 디지털 비즈니스 전망



Q24. 귀하는 뉴스 유료화(구독모델) 등 구독자 기반 디지털 비즈니스를 어떻게 전망하십니까?

주: 언론사 IT 종사자 68명의 응답임.

## 10. 결론 및 함의

지금까지 언론사 IT 인력 특성과 언론사 IT 종사자가 인식하는 근무 환경, 디지털 환경, 디지털 전환 등을 확인해왔다. 이를 통해 IT 종사자의 언론사 내 위상과 처우가 높지 않다는 점이 드러났다. 언론사 IT 종사자가 응답한 소속 언론사의 IT 부문 총괄 책임자의 직위는 부장급 이하가 절반 이상을 차지했다. 또한 소속 언론사가 레거시 언론사일 때 IT 부문 총괄 책임자가 개발자 직군인 경우는 절반에 미치지 못했다. 이는 언론사에서 IT 부문이 개별 부서 이하 정도 규모로 운영되고, 언론사 의사결정 구조에서 IT 부문의 영향력이 작을 수밖에 없는 현실을 보여준다. 특히 레거시 언론사에 기자직 직군이 IT 부문 총괄 책임자인 경우가 상대적으로 훨씬 많았다. 이는 개발자 직군이 책임자를 맡는 것에 비해 개발 환경 이해와 디지털 전환 측면에서 효율성이 떨어질 가능성이 더 높다.

이런 환경에서 언론사 IT 종사자의 역할 및 업무도 보조적, 수동적으로 한정되고 있음을 확인할 수 있다. 기자나 기획자 등의 요청에 따라 업무를 수행하는 정도며, 소속 언론사의 IT 업무 수행 수준은 자체적으로 처리하기보다는 외주 용역 위주였다. 언론사 IT 종사자와 기자직과의 정기적이고 대면적인 교류도 크게 미흡한 편이었다.

소속 언론사사 교육, 연수 등 자기개발 기회를 제공한다고 응답한 비율은 10%를 겨우 넘겼다. IT 업무 처리나 디지털 투자 상황에 대해서도 효율적이라고 인식한 경우는 평균적으로 20% 정도에 불과했다. 언론사 IT 종사자가 소속 언론사의 근무 환경을 심각하게 볼 수밖에 없는 상황이다. 이들 또한 디지털 전문 인력, 인프라, 콘텐츠 등에서 소속 언론사의 디지털 전환 투자가 미흡하다고 인식했다. 이에 이직 또는 전직 의향이 절반을 넘겼다. 언론사 IT 종사자에 대한 대우와 업무 상황이 전향적으로 개선되지 않는다면 언론사 조직 안정과 지속적 혁신에 부담이 될 전망이다.

언론사 IT 종사자는 언론사의 구독자 기반 디지털 비즈니스 움직임에 대해 콘텐츠 수준, 포털 유통, 내부 관심 부족 등을 이유로 부정적으로 보고 있다. 이번 조사에서 국내 언론사는 AI, 블록체인, NFT 등 새로운 IT 기술 활용도가 매우 지지부진한 것을 확인할 수 있었다. 언론사 IT 종사자조차 개인적 관심사 정도에 그치고 있다. 이러한 상황을 극복하려면 조직 차원에서 IT 전문 인력 채용, 디지털 비즈니스 모델 수립 등 전사적 집중과 선택, 그리고 디지털 문화 확산을 서둘러야 한다. 다만 언론사 IT 종사자 역시 역량 강화와 능동적 업무 대응이 요구된다. 새로운 기술 실험 주도, 솔루션 개발과 영업, 경영전략 수립 등 미래지향적 역할을 찾는 주도적 노력이 필요하다.

※ 이 리포트는 퍼블리시뉴스와기술연구소 홈페이지(<https://publishinstitute.org/>)에서도 확인 가능합니다.

끝.