



포털 뉴스 서비스와 뉴스 유통 변화

2000-2017 네이버 뉴스 빅데이터 분석

송해엽 KAIST 경영공학 박사*
양재훈 폭스소프트 과장**

본 연구는 2000년 4월부터 2017년 2월까지 네이버에 유통되었던 뉴스기사 80,428,892건을 수집하여 분석한다. 분석 대상으로 삼은 네이버 뉴스는 2000년 5월부터 본격적인 온라인 뉴스 유통을 시작했고 현재까지도 뉴스 유통환경에서 가장 큰 영향력을 미치고 있다. 본 연구는 포털 뉴스 유통을 1) 경제지 중심의 뉴스 공급, 2) 스포츠지 독점으로 인한 스포츠연예 매체 다변화, 3) 통신사 중심의 뉴스 유통, 4) 스포츠연예 기사의 폭증과 뉴스제휴평가위원회, 이 네 가지 시기로 구분하였다. 분석 결과는 플랫폼으로서 포털이 어떤 뉴스를 보여줘야 하는지에 대한 논의가 필요함을 제시해준다. 기존 논의되던 연성화나 어뷰징 현황을 확인할 수 있을 뿐만 아니라 뉴스제휴평가위원회 이후 뉴스 유통의 변화를 통해 플랫폼에 대한 정책적이고 제도적인 차원의 논의 필요성을 제시해준다. 본 연구는 기존의 논의들을 데이터를 통해 확인함으로써 기존 온라인 뉴스 유통 현황을 정리하고 포털에 대한 다양한 연구를 위한 기초 자료를 제공한다.

핵심어: 포털 뉴스, 온라인 저널리즘, 뉴스 유통, 웹 스크레이핑

* kismet@business.kaist.edu

** q81500@naver.com

1. 서론

뉴스 사업자의 미래는 디지털 플랫폼의 영향력에서 벗어나기 어려워지고 있다. 플랫폼 사업자들은 온라인 이용자에게 도달하기 위한 경로를 독점하고 사람들에게 어떤 뉴스를 보여줄 것인지에 대한 통제권을 가진다. 미국은 2016년 대선 이후 플랫폼 사업자가 뉴스 유통에 미치는 영향력에 대해 관심을 보이기 시작했다. 가짜뉴스 문제는 플랫폼 사업자들이 어떤 뉴스를 사람들에게 보여줄지 선택함으로써 사회적으로 큰 영향을 미칠 수 있다는 사실을 확인시켜 주었다. 하지만 근본적인 문제점은 플랫폼 사업자의 경우 이용자가 증가할수록 혜택을 얻을 가능성이 높아지며, 저널리즘에서 요구하는 뉴스의 사회적 가치는 우선순위가 아니라는 사실이다. 따라서 온라인 뉴스 유통에서 플랫폼 사업자의 투명성과 책무성이 요구되고 있다.

이와 같은 일련의 사건은 국내에서 새로운 것이 아니다. 인터넷이 대중적으로 도입되기 시작한 이후 국내 언론사들은 많은 변화를 겪었다. 종이신문을 중심으로 뉴스를 유통하던 환경에서 디지털 중심의 뉴스 유통 환경으로 변화하였고, 이러한 과정에서 신문사들은 자회사를 만들고 온라인 뉴스 유통으로 변화를 시도했다. 하지만 언론사들은 포털에 뉴스 공급을 시작한 2000년대 이후 자체적인 유통 방식을 구축하는 데 실패하고 뉴스 유통의 주도권을 포털에 빼앗기는 상황이 되었다.

포털은 뉴스 이용자들이 어떤 뉴스를 보고 어떤 사안에 관심을 두게 만들지 결정한다. 뉴스 사업자들은 인터넷이 가능하게 만든 다양한 형식적 시도들을 포기하고 포털 사업자들이 요구하는 형식에 맞는 뉴스를 생산하고 공급하는 데 머물렀다. 점점 많은 뉴스 조직이 생산, 유통, 수익창출과 같은 핵심 활동을 통제하는 권한을 잃어가고 있다.

기존 많은 연구들은 이러한 문제의식에 초점을 맞추었다. 포털 중심의 뉴스 유통으로 인한 뉴스의 품질 하락이나 포털의 뉴스 편집을 통한 의제설정의 영향력과 관련된 다양한 논의가 이루어졌다(김경희, 2008; 안중묵, 2011; 이동훈, 2007; 이창호·이호영, 2009; 최민재·김위근, 2006). 포털 뉴스의 연성화와 관련된 연구(임중수·유승현, 2007)는 이용자들이 포털에서 가장 많이 접하는 뉴스가 연예 뉴스라는 사실을 지적하며 정치, 경제, 사회 분야 뉴스는 적게 접한다는 사실을 언급한다. 다른 연구들은 연성화로 인해 사회적으로 바람직하지 않은 결과를 가져올 수 있음을 우려하기도 했다(김위근·김춘식, 2010; 김위근·김성해·김동운, 2013; 신태범·권상희, 2013). 이와 같은 포털 뉴스의 부정적인 효과와 관련하여 온라인에서 조회 수를 높이기 위해 유사한 기사를 반복적으로 생산하는 어부

징에 대한 비판들도 이루어졌다(김병희, 2015).

포털을 통한 뉴스 유통 자체에 초점을 맞춘 연구(김위근, 2014; 김위근 외, 2013)들도 이루어졌다. 기존 연구는 온라인 저널리즘의 지형은 포털과 밀접한 관련을 가지고 있음을 지적한다. 이러한 연구들은 온라인 뉴스 유통에 대한 기본적인 현황을 제시하고 있으나 특정 시기에 수집한 일부 기사를 통해 분석했다는 한계점이 있었다. 특정 기간의 표본을 통한 연구들은 온라인 저널리즘 이후 포털 뉴스 유통 상황을 전반을 파악하는 데는 제한적일 수밖에 없었다.

따라서 본 연구는 현재 시점까지 온라인 뉴스 유통에서 가장 큰 영향력을 발휘하고 있는 네이버를 분석 대상으로 선정하여 2000년부터 2017년까지 뉴스 유통 변화를 살펴보는 것을 목적으로 한다. 웹 스크레이핑(web scraping)을 사용하여 2000년 4월부터 2017년 2월까지 네이버 뉴스 페이지에 있는 기사 전수를 수집했다. 포털 뉴스가 온라인 저널리즘 지형에서 중요한 역할을 차지하고 것에 대한 공감대는 있었음에도 불구하고 포털의 뉴스 유통 변화를 장기적인 관점에서 실제 데이터에 기반을 두고 파악한 연구는 이루어지지 않았다. 본 연구는 17년에 걸친 포털 뉴스 유통의 전반적인 흐름을 살펴보는 탐색적 연구이다. 본 연구에서 살펴본 뉴스 기사 수의 시기별 변화는 종이신문 중심에서 온라인 뉴스로 이동하며 이루어진 변화뿐만 아니라 다양한 인터넷 언론사의 등장도 뉴스 유통에 가져온 변화를 가늠하게 해준다. 뉴스의 분류와 언론사별 구분에 따른 온라인 뉴스 유통 현황은 기존 연구들이 논의해왔던 포털 뉴스의 문제를 실질적으로 파악할 수 있는 탐색적 연구로 활용할 수 있을 것이다.

2. 연구 배경

1) 전통 신문 사업자의 비즈니스 모델

인터넷은 미디어 산업 전반의 비즈니스 모델을 변화시켰다. 전통 미디어 비즈니스 모델은 특정 지역에 대한 유통 독점을 기반으로 광고와 콘텐츠의 묶음을 이용자들에게 제공하는 형태였다. 하지만 인터넷은 콘텐츠에 대한 배포 비용을 무료로 가깝게 만들면서 전통 미디어 사업자가 보유하던 지역 독점 유통권을 약화시켰다. 광고주들은 이용자에게 도달하기 위해 더 이상 콘텐츠 제작자를 찾아갈 필요가 없었다. 광고주들은 온라인에서 이용자들에게 직접 도달할 수 있도록 만들어주는 플랫폼 사업자들에게 향했다.

이러한 변화로 가장 큰 피해를 입은 것은 텍스트 기반의 콘텐츠를 생산하는 저널리즘 분야였다. 인터넷이 등장한 이후 저널리즘 분야는 광고 기반 비즈니스 모델에 큰 타격을 입었다. 예를 들면 크레이그리스트(craigslist)가 지역 신문에 미친 영향에 대한 연구는 20.7% 안내광고 감소, 3.3% 구독료증가, 4.4% 발행 감소를 가져왔다고 주장한다(Seamans & Zhu, 2013). 이로 인한 위기를 극복하기 위해 뉴스 사업자들은 유료 구독 모델을 시도하기도 하였으나 온라인에서 유료 구독 모델을 구축하는 것은 생각보다 쉬운 일이 아니었다.

인터넷 환경은 소수의 플랫폼 사업자가 대규모의 이용자 기반을 차지하는 독점적인 상황으로 변해갔다. 뉴스 사업자들은 이용자들에게 자신의 콘텐츠를 전달하기 위해 플랫폼에 뉴스를 공급하는 콘텐츠 공급자의 위치로 떨어졌다. 최근 조사결과에 따르면 미국 인구의 62%는 소셜미디어를 통해 뉴스를 본다고 응답했으며 그중 가장 지배적인 플랫폼은 페이스북이다(Gottfried & Shearer, 2016). 2016년 대선 이후 페이스북은 가짜 뉴스와 관련된 부정적 여론에 휩쓸렸다. 미국 대선 마지막 달 가짜 뉴스는 페이스북을 통해 유통되며 높은 이용자 참여를 이끌어냈고, 전통 미디어들이 제공하는 기사보다 높은 영향력을 끼쳤다(Silverman, 2016, 11, 17).

이러한 사건들은 플랫폼 사업자가 순수하고 중립적인 위치가 아니라는 사실을 일깨웠고 페이스북을 기술 기업이 아닌 미디어 기업으로 바라보아야 한다는 요구들이 생겨났다(Hansen, 2016; Kafka, 2016, 8, 30). 하지만 국내에서 이러한 논의들이 새로운 것은 아니다. 국내는 이미 2000년도 초반부터 소수 플랫폼 사업자가 온라인 뉴스 유통에 대한 권한을 독점해왔다. 로이터 디지털 뉴스 보고서에 따르면 뉴스 유통이 생산과 분리됨에 따라 포털 서비스, 검색 엔진, 소셜 미디어 등 중계사업자가 뉴스 이용의 플랫폼으로 기능하는 비중이 증가하고 있다. 북미와 유럽 지역에서는 페이스북을 중심으로 소셜 미디어가 중요한 플랫폼으로 기능하고 있는 반면, 국내에서는 포털을 중심으로 이루어지는 뉴스 소비가 60%에 이르고 있다(김선호·김위근, 2016).

포털이 온라인 뉴스 유통에서 지배적인 사업자로 자리매김한 것은 2000년대 초반부터이다. 1990년도 후반 인터넷 보급이 증가하면서 뉴스 사업자들은 종이신문으로 제작하던 상품을 어떻게 인터넷으로 옮기는지를 고민하기 시작했다. 전통적인 뉴스 조직들이 변화하는 환경 속에서 느끼는 불확실성도 있었으나 한번 생산한 콘텐츠를 인터넷을 통해 다시 활용할 수 있다는 의미에서 긍정적으로 받아들였다. 당시 언론사 닷컴을 설립한 뉴스 사업자들은 단기 매출 실적을 위해 뉴스 콘텐츠를 포털에 낮은 가격으로 넘기기 시작했다. 이용자 기반을 플랫폼 사업자에게 빼앗기기 시작한 뉴스 사업자들은 이후 지속적인 어려

움에 직면했다. 뉴스 사업자들은 수익모델의 부재를 극복하기 위한 다양한 실험들을 시도했으나 재무 상태는 점차 악화되어 갔다. 디지털 전환을 위한 실험은 어려웠고 수익의 대부분은 종이에 의존하는 사업 구조를 유지했다.

2000년도 초반 뉴스 기사를 낮은 가격에 넘기게 된 뉴스 사업자들은 지속적으로 포털에게서 적절한 뉴스 콘텐츠 가격을 받기 위해 노력해왔다. 2004년 포털 과란닷컴이 5대 일간스포츠지와 독점계약을 하게 되면서 주요 포털에 공급이 중단되는 사례도 있었으나 결국 언론사들도 영향력의 감소로 인해 계약을 취소하고 다시 포털에 뉴스를 공급하는 일도 발생했다. 오히려 인터넷을 기반으로 하는 매체들이 증가하며 경쟁상황이 악화되는 결과도 나타났다.

2) 온라인 뉴스 생산 주체의 증가

인터넷의 등장은 전통 언론사들이 온라인을 통한 뉴스 유통에 참여하도록 만들었을 뿐만 아니라 전통 언론사 분류에 속하지 않는 다양한 주체들이 온라인을 통한 뉴스 생산에 참여할 수 있도록 만들었다. 전통 언론사들은 중앙일보가 1995년 3월 인터넷 뉴스를 실시한 이후 인터넷 영역을 자회사로 독립시키며 온라인 뉴스 유통에 참여하였다(최민재 · 김위근, 2006). 1999년 이전까지 인터넷 이용은 서서히 증가했으나 2000년대 들어서며 정부의 광대역 인터넷에 대한 투자로 인해 빠르게 증가하기 시작했다. 2000년도 49.8%에 불과했던 인터넷 보급률은 2010년 81.6%에 이르렀다. 인터넷 보급률 증가와 광대역 인터넷 설치는 인터넷 기반의 온라인 언론들이 생겨날 수 있는 환경을 만들었다. 오마이뉴스는 1999년 12월 베타사이트를 오픈하였고 2000년 2월 22일 2시 22분 정식으로 사이트를 출시하며 기존 언론사와 다른 방식의 뉴스 생산과 유통을 시도하였다(Joyce, 2007).

이후 전통 미디어 사업자들은 산업 내 다양한 경쟁자들과 직면하게 되었다. 인터넷 환경은 뉴스 산업에 참여하기 위한 진입장벽을 약화시켰다. 시장은 규제의 변화, 기술의 변화, 소비자 선호도의 변화와 같은 결과로 인해 시장진입 장벽이 약화되는 경우가 발생한다(Clemons, Gu, & Lang, 2002). 특히 갑작스러운 변화는 산업 환경 전반에 극심한 변화를 가져온다. 인터넷 등장 이후 2000년대는 뉴스 환경이 변화하며 다양한 뉴스 생산 주체들이 등장한 시점이기도 하다. 예를 들면, 2000년도 중반 웹 2.0 흐름은 이용자들 참여를 더욱 확대하며 저널리즘에 다양한 기회를 제공했다. 누구든 마음만 먹으면 어디에서나 멀티미디어를 포함한 자료를 온라인으로 작성할 수 있는 환경이 되었다. 블로그 저널리즘이라는 용어도 2000년도 중반부터 주목받기 시작하였다. 2004년 웹스터는 올해의 단어로 블

로그를 선정했고, ABC 뉴스는 블로그에서 활동하는 블로거들을 올해의 인물로 뽑았다(김영주, 2005).

이와 같은 변화는 저널리즘의 경계에 대한 논의를 이끌었다. 저널리즘의 경계와 관련된 논의에서 시민 참여나 블로거를 저널리즘의 확장이라는 측면으로 정의하기도 했다(Carlson & Lewis, 2015). 2000년대 중반 기존 언론사들도 언론사 블로그를 만들고 기자들이 블로그를 통해 글을 작성하도록 독려했다. 당시 온라인으로의 확장을 목적으로 한 것일 수도 있고 오프라인 구독률을 높이기 위한 일환이었을 수도 있으나 중요한 사실은 이러한 흐름 속에서 전문가만이 기사를 작성할 수 있다는 생각들이 변화하기 시작했다는 점이다. 현재도 신문법상으로 3인으로 구성된 사업자라면 인터넷 언론으로 등록할 수 있다.

뉴스 생산 영역에 진입하는 장벽이 낮아짐에 따라 다양한 인터넷 언론사들이 등장하기 시작했다. 포털과 계약을 통해 뉴스를 공급하는 언론사들은 한정적이지만 스포츠와 연예 부문에서는 다양한 언론사들이 뉴스 콘텐츠를 공급하고 있다. 온라인 전체에 유통되는 기사와 비교하면 소수의 선별된 언론사만 뉴스를 유통하고 있지만 이러한 진입장벽의 약화는 가볍고 자극적인 뉴스 기사의 증가를 가져왔다는 비판을 받기도 했다.

3) 포털 뉴스와 저널리즘

포털은 이용자 편의를 위해 인터넷 관련 서비스와 콘텐츠를 한 공간에 집적시켜놓은 통합 웹 사이트로 정의할 수 있다(백선기·최민재·김위근, 2007). 포털 사이트는 이용자들이 웹 브라우징을 하기 위한 시작지점이기 때문에 많은 관심을 받았다. 초기 포털사이트는 검색에 기반을 두고 다른 사이트로의 이동을 도와주는 관문 역할을 수행했다. 하지만 2000년대 초기 뉴스 서비스를 도입하며 사이트에서 가장 눈에 잘 띄는 자리에 기사들을 배치하였다. 네이버는 검색을 핵심 서비스로 내세웠으나 뉴스는 이용자들을 끌어모으는 중요한 수단으로 자리매김했다. 2000년 5월 네이버는 본격적으로 뉴스 서비스를 시작했다(김익현, 2015; 우병현, 2013). 2003년 3월 다음은 미디어다음을 공식적으로 출범하며 지식검색서비스와 함께 뉴스서비스가 포털의 대표적인 서비스 영역으로 들어오기 시작했다(최민재, 2005). 2003년 포털 사이트 뉴스서비스 이용자는 네이버의 경우 1월 697만 명에서 11월 1,097만 명으로 증가했으며, 다음의 경우 동일 기간 689만 명 수준에서 1,758만 명으로 급증하였다(임해창, 2005). 이후 포털 사이트는 국내 온라인 뉴스 유통을 주도하며 언론사들에게 절대적인 영향력을 발휘하기 시작한다.

포털이 온라인 뉴스 유통에서 절대적인 영향력을 발휘함에 따라 온라인 뉴스 유통과

관련된 다양한 논란들이 발생하기 시작했다. 예를 들면, 포털 뉴스서비스가 스포츠연예 기사와 같은 선정적인 연성뉴스를 유통한다는 지적이 있었다(박광순·안종묵, 2006). 이용자 트래픽에 기반을 둔 수익모델을 가진 언론사들은 트래픽 확보를 위해 포털에 의존하지 않을 수 없었다. 결론적으로 트래픽을 확보하기 위한 연성기사 작성, 선정적인 헤드라인, 연관검색어 기사작성과 같은 결과를 낳았고, 저널리즘 측면에서 품질하락과 신뢰성 저하를 가져왔다. 예를 들면 뉴스 연성화와 관련된 기존 연구(임종수·유승현, 2007)는 이용자들이 포털에서 연예 뉴스를 가장 많이 접한다는 사실을 언급하고 전통적으로 중요하게 생각되던 정치나 경제 분야 뉴스는 적게 접한다는 사실을 언급한다. 포털 뉴스 유통에서 발생할 수 있는 연성화나 어뷰징과 같은 문제점들을 지적하고 이를 해결하기 위한 다양한 규제 및 개선 방안들이 논의되기도 했다(김위근·김춘식, 2010; 김위근 외, 2013; 신태범·권상희, 2013; 이동훈, 2007). 이러한 연구들은 포털이 가지는 사회적 영향력을 이해하고 사회적 책무를 적극적으로 수행해야 한다고 주장했다. 포털은 직접 뉴스를 생산하지 않아도 이용자들에게 이를 전달하는 과정에서 영향력을 발휘할 수 있기 때문이다(김경환, 2013). 하지만 뉴스 유통과 관련된 대부분의 기존 연구들이 일부 기사를 분석함으로써 가지는 한계점에 대해 언급하고 있다. 즉, 일부 노출된 기사만을 수집했기에 기사의 생산, 선택, 편집 과정에 대한 설명이 부족함을 연구의 한계로 이야기하며 결과의 현실 설명력을 높일 필요가 있음을 언급한다. 본 연구에서는 네이버에서 본격적으로 뉴스 서비스를 시작하기 한 달 전인 2000년 4월부터 데이터를 수집하여 포털 뉴스 유통에 대한 전반적 현황을 탐색적으로 확인해보고자 한다. 결론적으로 본 연구에서는 포털에 공급되는 뉴스 기사의 분야별 차이와 언론사 유형에 따른 차이점을 통해 시간에 따른 국내 뉴스 유통환경의 변화를 살펴본다.

연구문제 1. 국내 포털 뉴스 유통 환경에서 기사 분야별·언론사별 뉴스 공급량은 어떻게 변화하였는가?

연구문제 2. 국내 포털 뉴스 유통 환경에서 특정 분야 기사·특정 분류 언론사의 뉴스 공급 집중도는 어떻게 변화하였는가?

3. 연구 방법

1) 데이터 개요

포털을 통한 뉴스 유통은 1998년 야후 코리아가 언론사로부터 뉴스를 공급받으면서 처음 시작되었으나 본격적으로 포털 뉴스서비스가 시작되기 시작한 시점은 2000년도 5월이라고 볼 수 있다(김익현, 2015; 우병현 2013). 그사이 다양한 포털 서비스들이 생겨났다가 사라지기를 반복했다. 야후는 서비스를 철수했고 파란은 서비스를 폐쇄했으며 이스트 인터넷이 새로운 포털 서비스 줌을 선보이기도 했다. 여러 가지 변화가 있었으나 본 연구는 온라인 뉴스 유통 변화를 파악하기 위해 국내 포털 중 현재까지 가장 큰 영향을 미치고 있는 네이버를 중심으로 2000년 4월부터 2017년 3월까지 뉴스 기사를 수집하였다.

뉴스 기사 수집은 2017년 3월 14일부터 3월 28일까지 14일 동안 이루어졌다. 해당 기간의 총 기사 수는 80,428,892건이고, 해당 시기 뉴스 유통에 참여한 언론사 숫자는 총 420개이다. 뉴스 기사 분야는 기본적으로 포털이 분류한 방식을 그대로 따랐다. 네이버의 기사 분류는 총 9개의 분야로 구분되며 정치, 경제, 사회, 생활/문화, 세계, IT/과학, 연예, 스포츠, 오피니언이다. 전체 데이터에서 해당 분류에 모든 기사가 오류 없이 분류되어 있는지 혹은 해당 분류가 기사를 나누는 방식으로 적절한지에 대한 문제가 있을 수 있다. 하지만 본 연구는 내용분석과 같이 새로운 유목을 통한 기사분석에 기반을 두고 연구가설을 검증하는 형태가 아닌 전반적인 포털 뉴스의 유통경향을 있는 그대로 살펴보는 것을 목적으로 하고 있다. 따라서 기사 분류의 적절성에 대한 논쟁이 있을 수 있음에도 불구하고 네이버가 분류하는 방식을 그대로 따랐다.

언론사 분류 역시 일차적으로는 네이버가 분류한 방식을 따랐으나 명시적으로 구분이 가능한 분류의 경우 조금 더 세부적으로 나누었다. 예를 들면, 현재 네이버가 따르는 언론사 분류는 방송/통신, 스포츠/연예 분류가 하나의 유목으로 되어 있다. 이러한 분류는 확

표 1. 데이터 수집

항목	내용
뉴스기사 기간	2000년 4월 ~ 2017년 2월
뉴스기사 수	80,428,892 건
뉴스 기사 분야	정치, 경제, 사회, 생활/문화, 세계, IT/과학, 연예, 스포츠, 오피니언
언론사 분류	종합지, 방송, 통신, 경제, 인터넷, IT, 스포츠연예, 매거진, 지역, 전문지, 포토, 네이버, 해외, 기타

인 후 독립된 유목으로 나누었다. 2017년 3월 28일을 기준으로 공개되어 있는 언론사 분류 목록은 127개이다. 현재 계약이 되어 있지 않은 293개의 언론사는 개별사 홈페이지에 명시적으로 밝히고 있는 분류를 따르거나 해당 기간의 기사 내용 샘플을 확인한 후 해당하는 유목으로 분류했다. 최종적인 언론사 분류 기준은 총 14가지로 종합지, 방송, 통신, 경제, 인터넷, IT, 스포츠연예, 매거진, 지역, 전문지, 포토, 기타, 네이버, 해외였다.

2) 데이터 수집 방법

웹 스크래핑은 인터넷에 있는 데이터를 수집하는 방법이다. 이용자들이 보는 웹 사이트는 서버와 데스크톱 사이 주고받은 요청과 응답의 결과이다. 이용자의 브라우저는 서버로부터 받은 코드를 우리가 일반적으로 보는 화면으로 전환하여 보여준다. 이용자는 발신자 IP주소를 포함한 다양한 정보를 패킷에 담아 서버 애플리케이션에 요청을 보낸다. 웹 서버 애플리케이션은 서버 프로세서에서 요청을 받고 해당하는 HTML 파일을 찾는다. 이후 해당하는 파일을 새로운 패킷으로 묶어 자신의 라우터를 통해 이용자의 컴퓨터로 전송한다. 웹 브라우저는 받은 패킷을 해석하여 사진, 소리, 비디오, 텍스트를 표현한다.

다른 프로그래밍 코드처럼 웹 브라우저로 전송받은 코드도 기본 구성요소로 나누고 원하는 방식으로 변경하는 것이 가능하다. 이와 같은 일을 하는 라이브러리들이 다양한 언어에 존재한다. 최근 데이터 분석에서 가장 많이 이용되는 것은 파이선이다. 파이선에는 뷰티풀소프(BeautifulSoup)라고 부르는 네트워크를 통해 원격 객체를 읽어올 수 있는 기능을 수행하는 라이브러리가 존재한다. 본 연구에서는 뷰티풀소프 라이브러리를 활용해 기사를 수집했다.

네이버 뉴스 메인화면 상단을 확인하면 뉴스홈, 속보, 정치, 경제, 사회, 생활/문화, 세계, IT/과학, 오피니언, 포토, TV, 랭킹뉴스와 같은 메뉴를 확인할 수 있다. 메뉴 중 뉴스 기사 전체 목록이 올라오는 곳은 네이버 속보 메뉴이다. 따라서 본 연구에서는 속보 페이지에 올라오는 기사 목록을 일차적으로 수집하였다. 페이지 내에서 확인 가능한 기사명, 언론사명, 지면정보, 날짜 등의 정보를 수집하였다.

실제로 데이터를 수집하는 과정에서 여러 가지 문제점이 발생할 수 있다. 반복적인 요청을 보냄으로써 웹 사이트 관리자가 IP 주소를 차단하는 일이 발생할 수 있다. 이러한 문제점을 해결하기 위해 익명을 활용하거나 프록시를 변경하여 데이터를 수집하기도 한다. 하지만 대량의 데이터를 수집하는 과정에서 이러한 방식들의 활용은 데이터 수집에 걸리는 시간을 증가시키기도 한다. 본 연구를 위해 원격 서버를 통해 데이터를 수집하였으며

최소한의 데이터만을 대상으로 하였다.

4. 결과

1) 전체 기사 수 추이

2000년 4월 전체 기사 건수는 17,197건이지만 5월부터 기사 건수는 51,955건으로 크게 증가한다. 2000년 5월은 네이버가 본격적으로 ‘네이버 뉴스’ 서비스를 시작한 시기이다. 2001년 10월까지 월 5만 건 내외를 유지하던 기사 수는 이후 증가하기 시작한다. 2001년 9월부터 네이버가 메인 페이지에 뉴스를 보여주는 방식을 도입했다. 2003년 3월은 다음이 미디어다음을 공식적으로 출범하며 뉴스가 포털의 대표적인 서비스 영역으로 들어오기 시작했고 2003년 3월부터 뉴스 기사 공급은 월 10만 건을 넘어서기 시작했다. 2004년 3월 이후 10만 건 내외이던 기사들은 노무현 전 대통령 탄핵과 일련의 정치적 사건들을 거치면서 증가하는 경향을 보인다. 2005년 3월은 최초로 기사 수가 20만 건을 넘어섰고, 2006년은 통신사가 포털에 뉴스를 공급하기 시작하면서 기사 건수가 큰 폭으로 증가했다. 2007년

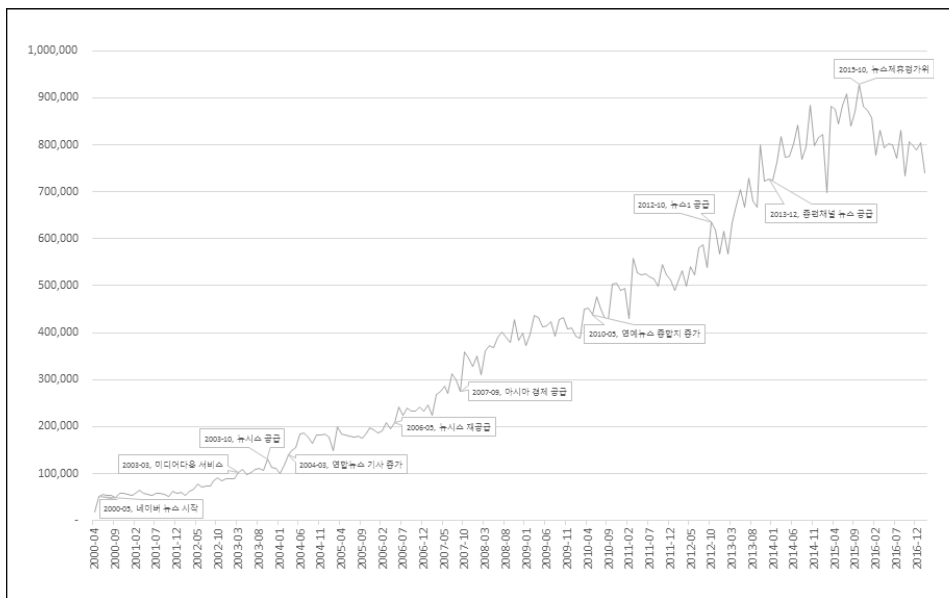


그림 1. 뉴스 기사 수 추이

7월은 처음으로 기사 수가 월 30만 건을 넘어선다.

2007년 10월 아시아경제가 포털에 뉴스 공급을 시작했으며 2007년 공급이 시작된 EPA연합뉴스의 사진 기사들은 2007년 중반 이후 큰 폭으로 증가했다. 2008년부터 2010년 가을까지 기사 건수는 월 40만 건 전후를 기록한다. 2010년 10월 최초로 기사 숫자는 월 50만 건을 넘어선다. 2010년은 스포츠연예 분야 기사 숫자가 처음으로 종합지 기사 숫자를 넘어섰다. 통신사인 뉴스1 기사가 포털에 공급되기 시작한 2012년 10월을 기점으로 월 60만 건을 넘어선다. 2013년도는 종합편성채널이 포털에 뉴스를 공급하기 시작했으며 기사 숫자는 월 70만 건에 도달한다. 이 시기부터 스포츠연예 언론사의 기사 숫자가 경제지 기사 숫자를 넘어섰다. 종합편성채널들이 기사를 꾸준히 공급하기 시작한 2014년도는 방송 분야 기사들이 늘어났고 스포츠연예 언론사들의 기사숫자도 지속적으로 증가했다. 2013년 10월 최초 월 80만 건을 넘어선 이후 월 80만 건 전후를 유지하던 기사 숫자는 2015년 2월 전반적인 기사 수 감소로 잠시 감소하는 모습을 보이지만 2015년 7월 월 90만 건을 넘어선다. 2015년 10월 월 93만여 건 기사가 공급되어 최고점을 기록하지만 이후 기사 숫자는 꾸준히 감소하는 추세를 보인다. 특히 제휴평가위원회에 대한 논의가 시작된 이후 기사 숫자가 꾸준히 감소했다.

2) 분야별 기사 수

뉴스 기사의 분야는 포털이 구분한 방식을 따랐다. 2000년 4월부터 2017년 2월 전 기간 가

표 2. 분류별 기사 수(전체 기간)

	분야별 기사 수	비율(%)
정치	7,381,318	9.2%
경제	16,805,791	20.9%
사회	18,088,919	22.5%
생활/문화	4,733,873	5.9%
세계	7,567,176	9.4%
IT/과학	2,945,148	3.7%
연예	12,601,833	15.7%
스포츠	9,396,865	11.7%
오피니언	907,969	1.1%
합계	80,428,892	100%

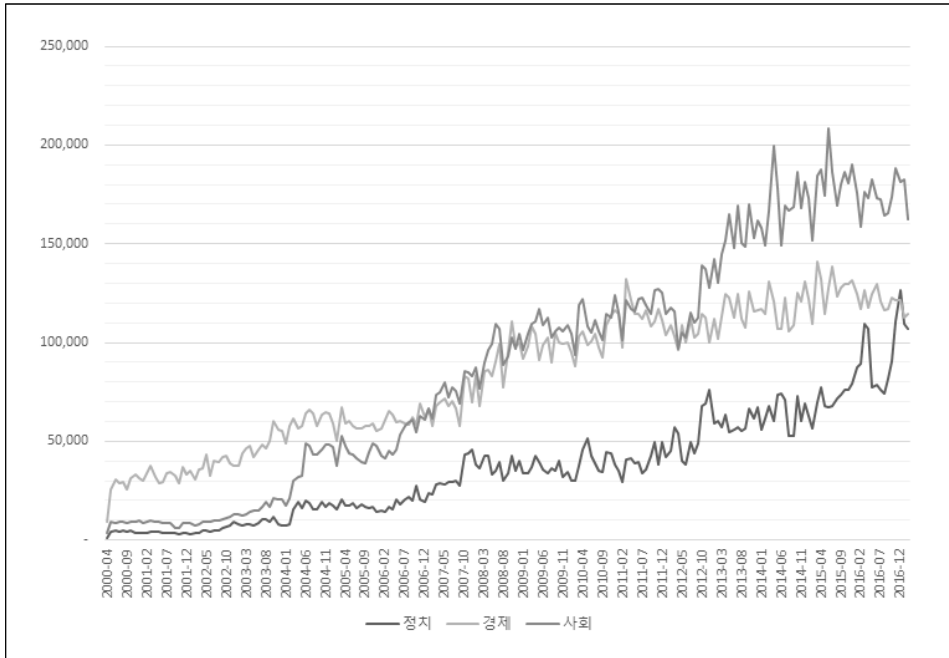


그림 2. 분야별 기사 수 추이 (정치, 경제, 사회 분야)

장 많은 분야는 사회 기사로 전체의 22.5%를 차지했고 경제 분야 기사가 20.9%를 차지했다. 연예 분야는 15.7%를 차지했고 스포츠가 11.7%로 뒤를 이었다. 연예와 스포츠의 분류는 나누어져 있으나 두 분야 기사 숫자를 합하면 전체의 27.4%로 가장 높은 비율을 차지할 수 있었다. 포털 뉴스 기사 연성화에 대한 연구들이 언급하는 것처럼 연예/스포츠 기사와 사회 기사 비율이 전반적으로 높았다. 반면, 가장 낮은 비중을 차지하는 것은 오피니언(1.1%), IT/과학(3.7%), 생활문화(5.9%) 순이었다.

시기별로 기사 수 추이를 살펴보면 2000년도 초기 포털은 경제 기사를 중심으로 이루어졌음을 알 수 있다. 2006년도 8월 사회 분야 기사가 경제 기사 수를 넘어서기 전까지 포털에서 경제 기사가 가장 많은 비중을 차지했다. 경제 기사 비중이 가장 높았던 시기는 2001년 9월로 전체 기사 중 59.5%를 경제 분류 기사가 차지했다. 이는 초기 증권 정보들이 뉴스 기사로 경제 기사에 포함되었기 때문이기도 하다. 대신증권, 동양증권, 삼성증권, 우리투자증권, 현대증권과 같은 증권사 주가 정보가 뉴스로 공급되었다. 그럼에도 불구하고 2000년도 초반부터 중반까지 경제 기사의 비중이 많은 것은 매일경제, 머니투데이, 한국경

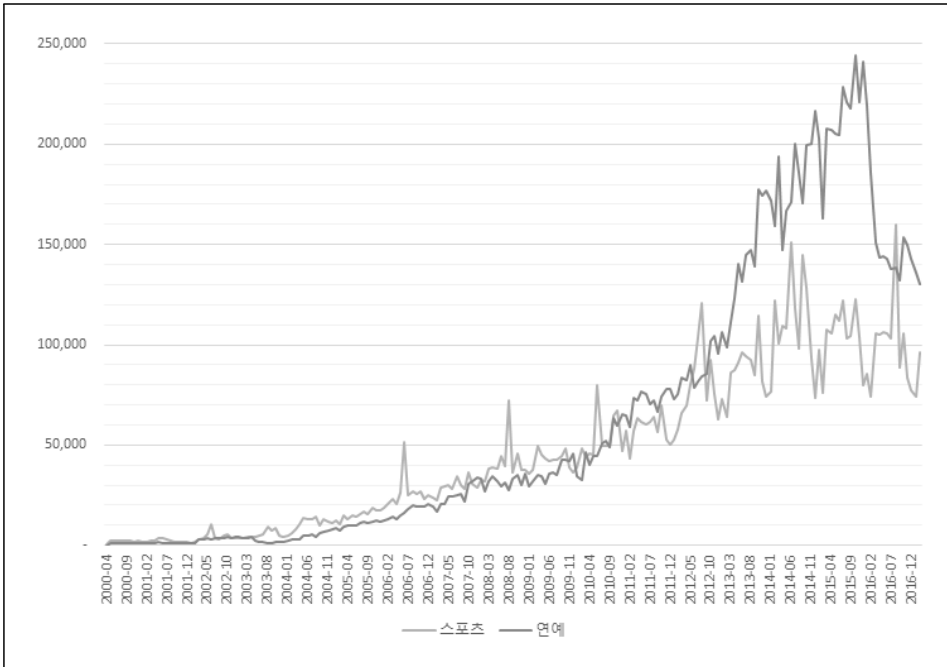


그림 3. 분야별 기사 수 추이 (스포츠, 연예)

제, 이데일리와 같은 경제지들이 기사 공급을 주도했기 때문이다. 특히 머니투데이와 이데일리 같은 독립형 인터넷 신문들이 창간 이후 자체 생산 기사들을 실시간으로 쏟아내며 큰 영향을 미쳤다.

사회 기사의 경우 2004년 초반 큰 폭의 상승세를 보인다. 연합뉴스의 사회 분야 기사 공급량이 증가했고 지역 신문들이 포털에 뉴스 공급을 시작했기 때문이다. 이후 2006년 8월 사회 분야 기사가 경제 기사를 넘어서며 포털에서 경제지가 주도하던 초기 시기가 막을 내린다. 2006년 6월부터 뉴시스가 월 평균 3만여 건의 기사를 본격적으로 공급하기 시작했기 때문이다. 사회 기사는 2012년 10월 이후 다시 한 번 크게 증가하는 모습을 보이는데 뉴스1의 포털 공급이 이루어졌기 때문이다. 2012년 10월부터 12월까지 뉴스1의 월 평균 경제 기사 건수는 약 2,200여 건에 불과했던 반면, 동일 기간 사회 기사 경우 월 평균 약 19,000여 건 공급되었다.

정치 기사는 2012년 10월 이후 5만 건 수준을 넘어선다. 경제나 사회 기사와 다르게 정치 기사는 전 기간에 걸쳐 10% 수준을 유지한다. 그럼에도 불구하고 2016년 말 전체 기

사에서 차지하는 비율이 16% 수준까지 증가하는 모습을 보이는데 탄핵 정국으로 인한 정치 기사의 증가로 보인다. 2016년 말 정치 기사는 9월 81,714건에서 10월 90,291건, 11월 110,424건, 12월 126,369건으로 증가했다.

스포츠 기사의 경우 계절에 따른 변동이 확연히 나타난다. 여름 기간 스포츠 기사가 증가하기도 하지만 눈에 띄게 기사 수가 증가하는 시기는 월드컵이나 올림픽과 같은 대형 이벤트가 있는 시기이다. 2006년 6월 독일 올림픽은 51,406건의 기사가 공급되었는데 전달 26,237건에 비하면 거의 두 배 가까이 증가한 것이었다. 2008년 8월은 베이징 올림픽이 있던 시기로 72,509건의 기사가 있었다. 2010년 6월은 남아공 월드컵이 있던 시기로 79,785건의 기사가 있었다. 2012년 8월은 런던 올림픽 시기로 120,688건의 기사가 작성되었다. 스포츠 기사는 이처럼 계절이나 이벤트에 따라 기사 건수가 확연하게 변화하는 모습을 확인할 수 있었다.

연예 기사는 2013년 이후 큰 폭으로 증가하기 시작한다. MBN은 2013년 1월부터 3월 사이 500건 미만의 연예 기사를 공급했으나 2013년 12월은 한 달 14,074건의 연예 기사를 공급

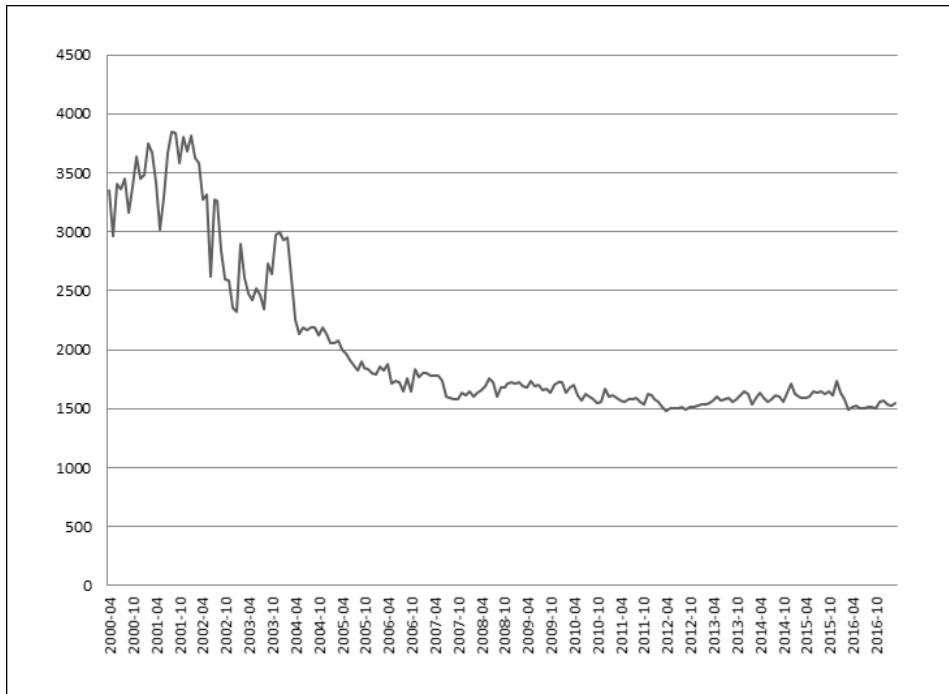


그림 4. 기사 분류에 대한 Herfindahl-Hirschman Index(HHI)

했다. 2014년 한 해를 기준으로 살펴보면 연예 기사를 가장 많이 생산한 곳은 MBN(188,158), TV리포트(158,246), OSEN(116,632), 한국경제TV(110,460), 매일경제(108,786)건이었다. 다섯 곳의 언론사가 각각 한 해 10만 건 이상의 기사를 생산하는 곳이었다. 2015년 한 해를 기준으로 TV리포트(201,586), MBN(180,068), OSEN(130,553), 한국경제(126,308), 스포츠동아(102,117), 헤럴드경제(101,164), 매일경제(100,973) 순으로 나타났다. 2016년은 제휴평가위원회의 영향으로 연예 기사 건수 총량이 감소했다. 2014년 2,182,748건, 2015년 2,565,899건이었던 것에 반해 2016년은 1,840,628건으로 감소했다. 연 10만건 이상 연예 기사를 생산하는 언론사도 헤럴드POP(119,235), OSEN(108,735), TV리포트(106,285)에 그쳤다.

전체 기간을 대상으로 기사 분야별 집중도를 살펴보기 위해 월별 허핀달-허시먼 지수(Herfindahl-Hirschman Index, HHI)를 계산하였다. HHI는 일반적으로 산업 내 경쟁정도를 파악하기 위해 사용되며 해당 분야의 집중도를 판단할 수 있는 지수이다.

$$H = \sum_{i=1}^N s_i^2$$

s_i 는 기사 분야 i 가 차지하는 비율이고 N 은 전체 기사 분야 수이다. 미 법무부(U.S. Department of Justice, 2015)는 1,500~2,500 사이 HHI 값을 중간 정도 집중된 시장, 2,500 이상을 높은 정도 집중된 시장이라고 판단한다. 포털 뉴스 초기 3,500을 넘는 값을 보이며 특정 분야 기사에 매우 집중된 모습을 보인다. 이는 해당 시기 경제지를 중심으로 경제 기사 집중도가 높았기 때문이다. 하지만 이후 점차 완화되는 모습을 보이며 2007년 이후 1,500대 값을 나타낸다.

3) 언론사

포털에 뉴스를 공급하는 언론사는 전체 기간 총 420개로 세부적인 내용은 <표 3>과 같다. 스포츠연예 분류에 속한 언론사가 95개로 22.6%를 차지했다. 기타 분류의 경우 193개로 가장 많은 46%에는 비율을 차지했으나 보도자료, 홍보자료, 개인칼럼 등이 포함되어 있으며 전체 기사 건수에서 차지하는 비율은 0.1%로 크지 않았다.

연도별 포털에 뉴스를 공급한 언론사 목록은 <표 4>와 같다. 해당 시점에 기사가 한 건이라도 남아 있는 경우 해당 시기 포털에 뉴스를 공급한 언론사로 파악했다. 수집한 데이터에 따르면 2000년도 초반 15개 언론사가 포털에 뉴스를 공급했으나 2006년 100개를

표 3. 전체 기간 내 언론사 수

분류	언론사 수	언론사 비율	기사 수	기사 수 비율
종합지	11	2.6%	8,868,610	11.0%
방송	18	4.3%	6,805,763	8.5%
통신	10	2.4%	21,347,277	26.5%
경제	20	4.8%	17,955,279	22.3%
인터넷	15	3.6%	2,318,622	2.9%
IT	6	1.4%	2,251,597	2.8%
스포츠연예	95	22.6%	12,677,574	15.8%
매거진	20	4.8%	459,948	0.6%
지역	7	1.7%	2,353,137	2.9%
전문지	14	3.3%	635,778	0.8%
포토	5	1.2%	4,686,786	5.8%
기타	193	46.0%	57,073	0.1%
네이버	3	0.7%	4,574	0.0%
해외	3	0.7%	6,874	0.0%
총합계	420	100.0%	80,428,892	100.0%

넘어섰고 2015년을 기점으로 200개 이상이 포털에 뉴스를 유통시키고 있음을 알 수 있었다.

종합지에 속한 언론사를 시기별로 살펴보면 다음과 같다. 2000년도 국민일보, 동아일보, 한국일보 3개 언론사가 포털을 통해 뉴스를 유통하기 시작하였다. 2002년 후반기에 경향신문, 문화일보, 한겨레가 본격적으로 포털을 통해 기사를 유통시키기 시작했다. 2003년은 세계일보가 포함되기 시작하고 2004년은 내일신문과 서울신문이 추가되어 2004년과 2005년 총 9개 종합지가 포털 뉴스에 참여하고 있음을 확인할 수 있었다. 이후 종합지 분류의 언론사 수 변동은 크지 않지만 조선일보와 중앙일보 일부 기사로 인해 숫자의 변동이 있었다. 내일신문은 2013년 12월부터 포털에 뉴스 공급을 멈추었다.

경제지의 경우 2000년 8개의 언론사로 시작하였다. 하지만 매일경제, 머니투데이, 한국경제를 제외하면 증권사에서 보내는 주식 관련 기사들이 대부분을 차지했다. 2002년 1월부터는 파이낸셜뉴스가 추가되었고 2003년은 서울경제와 이데일리가 포털 뉴스 유통에 참여했다. 2004년은 헤럴드경제와 이코노믹리뷰도 경제 분야 언론사에 포함되었다. 2005년 들어 EBN과 프라임경제가 포함되고 삼성증권과 현대증권 기사들이 언론사 분류에서

표 4. 시기별 뉴스 공급 언론사 수

	종합지	경제	방송	통신	인터넷	IT	스포츠 연예	매거진	지역	전문지	포토	기타	네이버	해외	합계
2000	3	8		1	1				1	1					15
2001	5	8		1	2				1						17
2002	6	9	1	1	3	4		2							26
2003	7	11	4	3	4	4	5	5		1			1		45
2004	9	13	7	3	6	4	14	7	5	3	1	2	1		75
2005	9	13	9	4	9	5	16	8	5	7	1	3	1		90
2006	10	15	13	5	10	5	22	9	5	10	1	31	1		137
2007	11	13	13	8	10	6	25	12	5	10	2	66	1		182
2008	10	15	9	5	13	6	29	14	7	12	2	27	1		150
2009	9	11	7	4	5	6	28	10	7	10	1	32	1		131
2010	9	8	7	4	5	6	27	11	3	9	2	25	1		117
2011	9	9	8	5	5	6	32	11	3	9	2	23	1		123
2012	9	9	8	6	6	6	43	12	3	8	3	36	2		151
2013	9	9	11	6	6	6	53	12	3	9	2	45	2	1	174
2014	8	9	11	5	6	6	63	13	3	9	2	47	2	1	185
2015	9	9	11	5	5	6	63	13	3	8	2	67	2	3	206
2016	10	9	10	4	5	6	66	16	3	8	5	94	2	2	240
2017	10	9	10	4	5	6	59	15	3	8	5	79	1	2	216

빠지기 시작한다. 2006년은 아시아경제와 이코노미21의 추가로 총 15개 언론사가 경제 분류에 포함되었다. 언론사 분류에 남아 있던 3개 증권사 중 대신증권과 동양증권이 빠지고 2008년 서울파이낸스와 이투데이가 경제지 분류에 포함된다. 이후 증권사들이 모두 빠지고 경제지들이 정리되면서 2011년 이후 경제지는 매일경제, 머니투데이, 서울경제, 아시아경제, 이데일리, 조선비즈, 파이낸셜뉴스, 한국경제, 헤럴드경제로 구성된다.

방송사의 경우 2002년 MBN을 시작으로 2003년 YTN, 2004년 SBS가 포털에 참여한다. 2006년부터는 MBC뉴스도 포털을 통해 공급되기 시작했다. 지상파 방송 중 KBS는 2010년 5월부터 소수 기사들을 공급하기 시작하지만 일부 스포츠 기사였고 2012년 10월부터 일반 뉴스 기사들이 본격적으로 포털을 통해 유통된다. 동영상이 첨부된 기사는 아닌 뉴스 스크립트를 그대로 옮긴 형식의 기사들이었다. 2013년은 종합편성 채널들이 포털 뉴

스 유통에 참여하기 시작한 시기이다. JTBC는 2013년 7월, TV조선은 2013년 11월, 채널A도 2013년 11월부터 월 3천 건 전후의 기사들을 유통시켰다. 2014년부터는 종합스포츠 IPTV 채널인 STN스포츠가 네이버 기사를 공급하고 있다.

통신사의 경우 연합뉴스가 2000년 5월부터 기사를 공급하기 시작해 월 평균 약 5,600건 기사를 포털에 공급하기 시작했다. 2003년 7월부터 연합인포맥스가 들어오기 시작하고 10월부터는 뉴시스도 뉴스 공급에 참여한다. 2006년 5월은 잠시 중단되었던 뉴시스가 다시 공급을 시작한다. 2007년 연합 언론사명을 가진 언론사들은 다양하게 나누어지는데 본 연구에서는 연합뉴스 TV, 연합뉴스 연예핫뉴스, 연합뉴스 자투리TV, 연합뉴스 트렌드엔팁, 연합이매진, 연합인포맥스 모두 통신사 분류로 포함했다. 2007년은 뉴시스의 기사공급량이 연합뉴스보다 잠시 많아진 시기이기도 하다. 2007년을 기준으로 뉴시스는 534,050건을 공급한 반면, 연합뉴스는 429,233건을 공급했다. 2012년 10월부터 뉴스1은 본격적으로 포털에 뉴스를 공급하기 시작한다. 2016년을 기준으로 연합뉴스는 연합뉴스TV를 포함하여 연간 1,177,934건, 뉴시스는 925,178건, 뉴스1은 746,180건을 공급한다. 2016년을 기준으로 3개 통신사는 연간 공급 기사 건수가 가장 많은 곳이며 그다음 많은 언론사인 이데일리(272,020), 아시아경제(244,760), OSEN(220,105)과는 기사량에서 큰 차이를 보인다.

인터넷 분류에 속한 언론사로 처음 뉴스 공급을 시작한 것은 오마이뉴스로, 2000년 3월 “서울시경 앞의 ‘근조 민주주의’”라는 글이 처음 포털에 공급되었다. 하지만 2000년 공급된 기사를 모두 합쳐도 51건의 기사에 지나지 않았다. 2001년에도 오마이뉴스의 기사는 19건에 머물렀다. 프레시안은 2001년 11월부터 뉴스 공급을 시작했고, 미디어오늘이 2002년부터 참여했다. 이 시기부터 오마이뉴스 기사도 큰 폭으로 증가하기 시작하여 2002년 오마이뉴스 기사는 19,878건이 되었다. 2003년 10월은 업코리아, 2004년 5월은 노컷뉴스, 2005년은 오마이TV, 쿠키뉴스, 프로메테우스와 같은 인터넷 언론사들이 추가되었다. 2008년은 인터넷 분류에 포함된 언론사들이 가장 많은 13개로 가장 많은 시기이지만 2009년 이후 참여 언론사들이 정리되어 노컷뉴스, 미디어오늘, 오마이뉴스, 쿠키뉴스, 프레시안이 남는다. 이후 인터넷 언론사들은 이후 5~6개만이 포털에 뉴스를 공급하는 형태로 남게 되었다.

스포츠연예 분야 언론사들은 2003년부터 포털에 뉴스를 공급하기 시작했다. 초기 대 부분 언론사는 스포츠 기사를 전문으로 생성하는 언론사에 속했다. 2004년은 KTH의 포털 파란의 스포츠지 독점 이슈가 있던 시기이다. 당시 파란닷컴은 상위 5개 포털(다음, 네이버, 야후코리아, 네이트, 엠파스)에 콘텐츠를 공급하지 않는 것을 조건으로 월 1억씩 2년

계약을 추진했었다. 실제로 계약이 종료된 시점인 8월 이후 스포츠서울닷컴, 스포츠조선, 일간스포츠의 뉴스 공급이 중단되었다. 하지만 해당 시점 이후 다른 언론사들을 통해 스포츠연예 분야 기사를 공급받기 시작한 것을 확인할 수 있었다. OSEN, 스타뉴스, 조이뉴스, 헤럴드POP 등 스포츠연예 분류에 해당하는 언론사가 해당 시점 이후 포털에 뉴스 기사를 공급하기 시작했다. 당시 파란의 독점 계약은 초기 계약보다 이른 2005년 8월 1일을 기점으로 해지되었다. 당시 계약은 파란닷컴과 스포츠 신문사 모두에 부정적인 결과였던 것으로 알려졌는데, 파란닷컴은 예상했던 만큼의 효과를 얻지 못했고 스포츠 신문사들도 독점으로 인해 매체 영향력이 감소하는 것에 대한 우려가 있었다. 2005년 8월을 기점으로 스포츠조선은 포털에 기사를 원래 수준으로 공급하기 시작했고, 스포츠서울은 2006년부터 다시 본격적으로 기사 공급을 하기 시작했다. 오히려 파란 스포츠지 독점 이슈 이후 스포츠연예 분야 언론사 숫자는 지속적으로 증가하는 경향을 보인다.

IT 분야 언론사는 2002년 중반 이후 ZDNet, 디지털타임스, 아이뉴스24, 전자신문 4개 언론사가 참여하기 시작한다. 2005년 디지털데일리, 2007년 블로터가 IT 분야 언론사로 들어오고 이후 IT 분야는 큰 변화 없이 이어진다.

언론사 분류에 따른 기사 수 집중도를 확인해보면 2002년 3월 이전까지 5,000에 가까

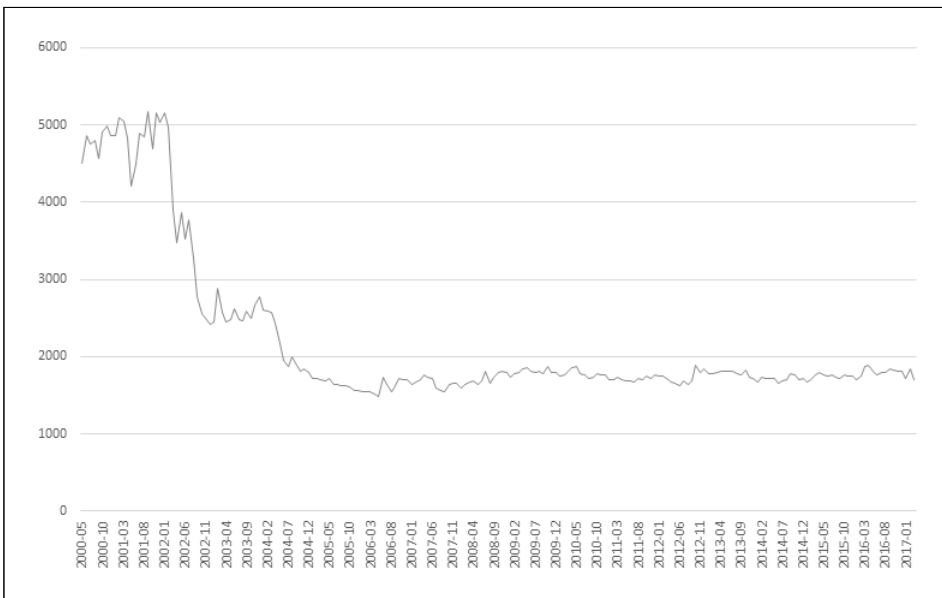


그림 5. 언론사 분류별 기사 수 집중도

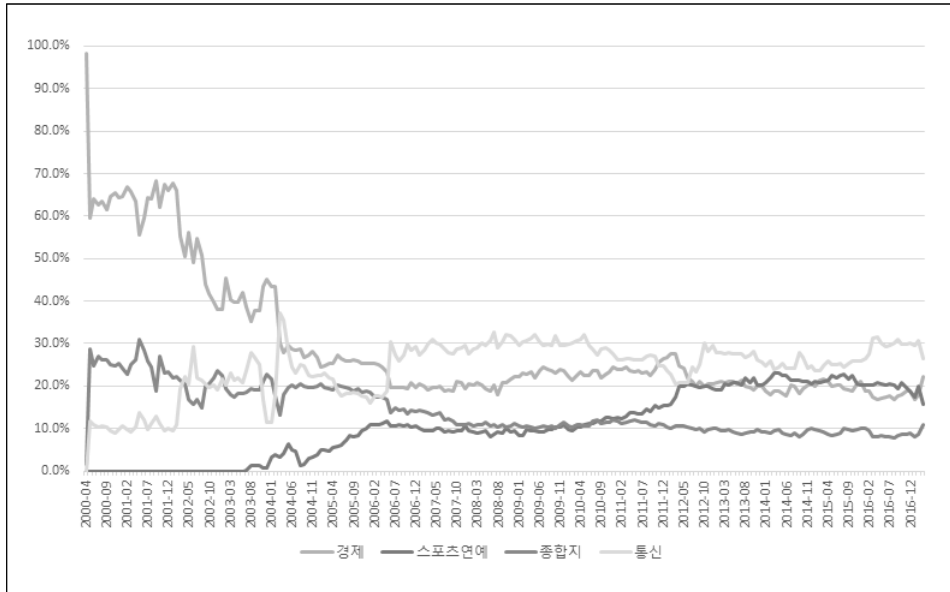


그림 6. 주요 언론사 분류별 기사 비중

운 매우 높은 집중도를 보인다. 하지만 2002년 3월을 기점으로 집중도가 크게 낮아지기 시작하는데 통신사의 뉴스 공급이 10.8%에서 19.4%로 증가했기 때문이다. 2003년 1월 HHI 값은 2,446으로 경제 분류 언론사의 기사 생산 비중이 낮아지고 방송과 인터넷이 조금씩 증가하며 다양성이 높아졌기 때문이다. 2006년 5월 집중도 값은 1,491로 경제(23.3%), 통신(18.8%), 종합지(16.8%), 스포츠연예(11.8%), 방송(9.2%), 지역(6.5%), 인터넷(6.4%) 등이었다. 이후 다시 집중도가 증가하는 이유는 통신사의 기사 공급이 지속적으로 증가하기 때문이다. 통신사 뉴스 공급이 가장 많은 비중을 차지한 2008년 10월은 통신사 뉴스가 32%를 차지했다.

언론사 분류별 기사 공급량 비율은 포털 뉴스 유통의 변화를 확인할 수 있게 해준다. 높은 경제지 비중은 통신사 뉴스의 공급량 증가로 인해 낮아지기 시작하고 2004년 3월 경제지 기사와 통신사 기사 수가 역전되는 것을 확인할 수 있다. 스포츠 기사의 비중은 파란닷컴 이후 줄어들었다가 이후 오히려 지속적으로 증가하는 것을 확인할 수 있다.

4) 기사 수 상위 언론사 목록

포털 뉴스의 다수를 차지하고 있는 통신, 경제, 스포츠연예, 종합지에 속하는 언론사들의

기사 수를 시기별로 살펴보았다. 전반적인 경향을 살펴보면 경제지 중심의 초기 시기, 통신사 기사가 증가하며 통신사 중심으로 기사가 증가하는 중반기, 스포츠연예 기사가 폭증하는 후반기로 시기를 구분하여 파악할 수 있다.

전체 기간을 대상으로 기사 숫자가 많은 언론사 목록을 살펴보았다. 종합지 분류에서는 동아일보, 세계일보, 한국일보 순으로 나타났으나 현재 시점을 기준으로 수집한 데이터에 조선일보와 동아일보가 일부 빠져 있기 때문에 주의가 필요하다. 경제지의 경우 1위부터 5위까지 언론사들의 기사 수가 큰 차이를 보이지 않았다. 방송은 YTN과 MBN이 나머지에 비해 월등히 많은 기사수를 보였다. 통신사의 경우 연합뉴스, 뉴시스, 뉴스1 순서였으나 연합뉴스포맥스와 연합뉴스TV의 경우도 모두 연합에 포함되기 때문에 통신사 내에서도 누적 기사 건수의 차이가 컸다. 뉴스1의 경우 포털에 뉴스를 공급하기 시작한 시점이 연합에 비해 훨씬 늦기 때문에 기사 수 차이가 컸다. 통신사의 누적 기사 자체는 다른 분류 언론사들과 현격한 차이를 보였다. 연합뉴스의 누적 기사 숫자는 1천만 건을 넘어섰다. 하지만 포토 분류에 있는 EPA연합뉴스, AP연합뉴스, 신화사 연합뉴스 등 연합 이름이 포함된 언론사들을 합하면 기사 수에는 더 큰 차이가 나타난다. 스포츠연예 분류에서는 OSEN, 스포츠

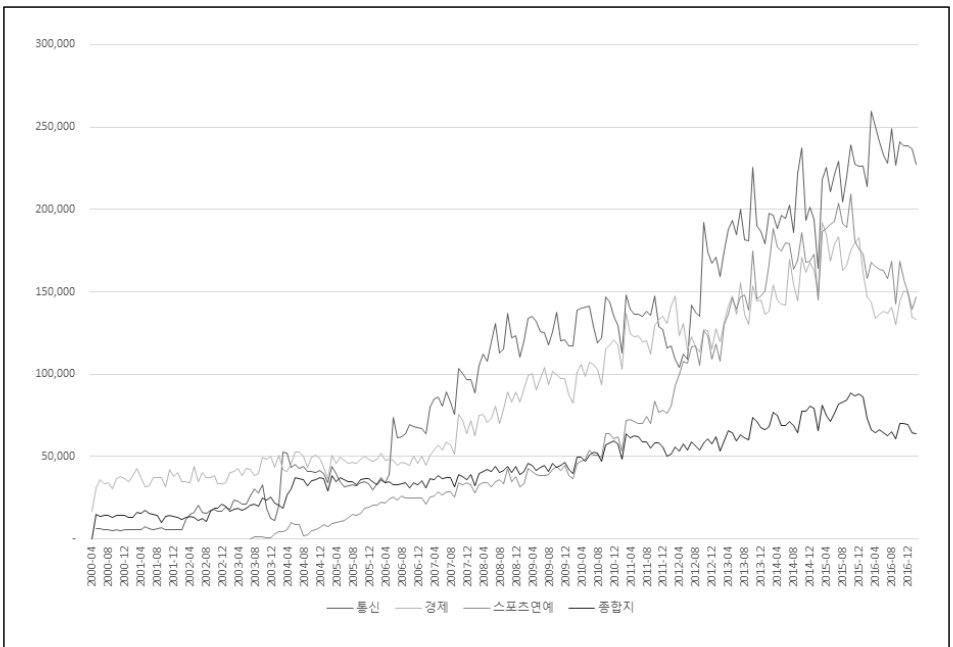


그림 7. 주요 언론사 분류별 기사 수 추이

표 5. 언론사 분류별 기사 수 상위 5개사

종합지	경제지	방송	통신
동아일보 1,551,381	머니투데이 2,893,885	YTN 2,103,516	연합뉴스 10,121,653
세계일보 1,480,151	한국경제 2,798,142	MBN 1,694,539	뉴스스 8,114,342
한국일보 1,164,289	매일경제 2,623,386	한국경제TV 896,637	뉴스1 2,624,701
경향신문 1,071,237	이데일리 2,492,261	KBS 뉴스 413,062	연합인포맥스 322,979
서울신문 1,011,816	파이낸셜뉴스 2,164,112	MBC 뉴스 405,974	연합뉴스TV 230,403

인터넷	IT	스포츠연예	매거진
노컷뉴스 1,210,332	전자신문 859,927	OSEN 1,657,190	머니S 176,280
오마이뉴스 307,344	디지털타임스 640,417	스포츠조선 1,208,329	매경이코노미 54,697
쿠키뉴스 280,402	아이뉴스24 397,159	마이데일리 1,068,403	한겨레21 33,597
데일리안 276,156	ZDNet Korea 199,355	헤럴드POP 1,010,720	주간경향 30,130
프레시안 128,557	디지털데일리 143,100	TV리포트 904,530	한경비즈니스 29,951

지역	전문지	포토	기타
부산일보 910,279	조세일보 200,577	EPA연합뉴스 4,579,761	정책브리핑 10,719
강원일보 729,897	코리아타임스 176,247	AP연합뉴스 63,254	김형준 칼럼 3,799
매일신문 443,374	코리아헤럴드 86,920	신화사연합뉴스 32,088	로드FC 2,984
대전일보 172,749	여성신문 49,485	로이터 21,532	한게임 바둑 2,542
제주일보 96,194	주간한국 31,539	포토친구 2,246	대한장애인체육회 2,375

조선, 마이데일리, 헤럴드POP, TV리포트 순으로 나타났다.

기사 분류별 기사 수 상위 5개사의 목록을 확인해보았다. 대부분의 분류에서 모두 통신사 기사 수가 상위권을 차지했다. 연합뉴스가 포함되지 않은 곳은 연예와 오피니언 분류 뿐이었다.

5. 결론 및 논의

포털은 온라인 뉴스 유통에서 독점적인 권한을 가지는 플랫폼으로 자리 잡았다. 모바일 시

표 6. 분류별 기사 수 상위 5개사

정치		경제		사회	
연합뉴스	1,778,419	머니투데이	2,010,899	뉴스1	3,841,191
뉴스1	1,359,118	연합뉴스	1,661,094	연합뉴스	3,519,581
뉴스1	491,652	이데일리	1,521,187	뉴스1	1,139,821
YTN	403,476	한국경제	1,158,728	YTN	783,168
노컷뉴스	246,332	매일경제	1,078,368	강원일보	565,848

생활문화		세계		IT/과학	
연합뉴스	707,399	EPA연합뉴스	3,942,507	전자신문	497,325
뉴스1	383,627	연합뉴스	828,733	디지털타임스	335,248
한국경제	282,758	뉴스1	425,516	아이뉴스24	208,289
국민일보	235,619	YTN	341,268	연합뉴스	194,714
매일경제	187,058	코리아타임스	149,185	ZDNet Korea	183,416

연예		스포츠		오피니언	
TV리포트	860,740	연합뉴스	1,061,510	매일경제	90,668
OSEN	716,696	OSEN	829,623	한국경제	71,279
스타뉴스	682,336	뉴스1	753,366	경향신문	65,075
마이데일리	639,817	EPA연합뉴스	635,238	한겨레	64,921
한국경제	559,632	스포츠포스트	566,301	한국일보	54,362

대 이후 플랫폼의 영향력은 점차 강해지고 있다. 초기 언론사는 포털이 뉴스를 다루는 영역에서 의미 있는 경쟁자가 될 것이라고 생각하지 못했다. 하지만 포털은 이용자 기반을 확보하며 뉴스 사업자가 이용자들을 만나기 위해서는 반드시 거쳐야 하는 위치를 차지했다. 포털 뉴스 유통의 변화는 그 자체로 한국 온라인 저널리즘의 지형 변화를 보여준다. 본 연구는 이러한 상황에서 포털을 통해 이루어지는 뉴스 유통을 웹 스크레이핑 방식을 통해 살펴보려 시도했다. 2000년 4월부터 2017년 2월까지의 뉴스 데이터들은 기존까지 알려졌거나 논의되어 왔던 주장들과 언론사 현황을 확인해 볼 수 있는 기초를 제공했다.

본 연구에서 분석한 데이터를 통해 포털의 뉴스 유통 시기를 네 가지로 나누어 볼 수 있다. 첫째, 2000년부터 2005년 경제지를 중심의 뉴스 유통 시기이다. 머니투데이와 이데

일리는 독립 인터넷신문사로 창간되어 실시간으로 뉴스를 생산하며 포털 온라인 뉴스에서 높은 비중을 차지했다. 초반 다른 언론사들의 공급이 증가하기 이전까지 경제지는 포털 뉴스 공급의 대부분을 차지했다. 둘째, 파란닷컴 스포츠지 독점 영향으로 인해 연예스포츠매체가 증가하기 시작한 2005년이다. 2004년 파란닷컴이 5대 스포츠지와 독점하면서 스포츠서울, 스포츠조선, 일간스포츠가 네이버에 뉴스 공급을 중단했다. 하지만 2005년 스포츠연예 기사는 전년 대비 두 배 가까이 증가하고 이후 언론사 숫자도 지속적으로 증가하여 2010년에는 스포츠연예 언론사에서 생산하는 종합지 기사 수를 넘어서게 된다. 셋째, 통신사가 포털 뉴스를 주도하는 2006년 이후 시기이다. 연합뉴스는 포털 뉴스서비스가 이루어진 초기부터 뉴스 공급을 해왔으나 2006년 뉴시스가 뉴스를 공급하기 시작하며 경제지 중심의 시기가 지나고 통신사 중심의 기사 유통이 이루어지기 시작했다. 이후 2012년 말 뉴스1이 뉴스 공급을 시작하며 포털은 통신사를 중심으로 하는 뉴스 서비스가 이루어진다. 네이버와 다음 포털에 대한 기사 배열 연구(오세욱, 2017)에 따르면 메인에 배열되는 기사 중 29%가 연합뉴스이며 전체 메인 배열 기사 중 연합뉴스, 뉴스1, 뉴시스가 46%를 차지한다. 넷째, 뉴스제휴평가위원회에 대한 여파로 인해 연예 기사 수가 감소하는 2015년 후반부터 현재까지의 시기이다. 제휴평가 위원회는 중복기사 반복 전송, 검색을 위한 키워드 남용, 선정적 기사를 평가하여 제재하는 안을 정했다. 2015년 12월 241,442건이던 연예 기사는 지속적으로 하락하여 2016년 1월 9% 감소, 2월 15% 감소, 3월 19% 감소하며 지속적인 감소 추세를 보였다. 2016년 2월 기준 연예 기사는 130,268건으로 절반 가까이 줄어든 모습을 보였다.

뉴스 기사 분야별 집중도는 점차 완화되는 모습을 보인다. 하지만 HHI를 통해 확인한 집중도가 낮아진다는 사실만으로 포털을 통해 유통되는 뉴스가 다양성을 반영하는 방향으로 변화하고 있다고 해석하는 것은 무리가 있다. 본 연구에서 수집하여 분석한 데이터는 네이버 뉴스에 공급되는 전체 기사를 대상으로 하였다. 하지만 전체 유통되는 뉴스 중 일부만 메인화면에 편집되어 노출된다. 또한 모바일 페이지의 편집은 데스크톱과는 다른 방식으로 나타난다. 기사에 대한 노출 수는 웹 페이지에 노출되지 않는 정보이고 포털만이 알고 있는 데이터이다. 따라서 본 연구에서 분석한 결론을 통해 포털 뉴스 자체가 다양성이 증가하는 방향으로 나아가고 있다고 해석하는 데는 무리가 있다. 포털에서 뉴스홈에 편집되는 기사는 다른 웹 페이지를 통해 수집할 수 있지만 본 연구의 목적이 유통되는 전체 뉴스의 경향을 실증적으로 확인하는 것이기에 편집되는 뉴스는 현재 연구에서는 따로 분석되지는 않았다. 하지만 현재 연구 결과에서도 특정 언론사 기사에 대한 의존도가 높은

부분들을 확인할 수 있다. 언론사 차원에서 보면 통신사에 대한 기사 의존도가 매우 높다는 사실을 파악할 수 있다. 연예와 오피니언 분야를 제외한 모든 영역에서 통신사가 기사 수 상위 5개사 내 포함되어 있다. 앞서 언급한 것처럼 실제 공급되는 기사와 주요 화면에 배열되는 기사는 다를 수 있으나 최근 연구결과(오세욱, 2017)는 전 주제 분류에서 연합뉴스가 메인화면에 배열되는 사례가 1위라고 밝히고 있다. 언론사 분류별 집중도에 대한 결과는 통신사에 대한 집중도가 높아지고 있는 현상을 확인할 수 있게 해 준다. 2016년 3월 이후 통신사의 기사 수 비중은 포털 공급 뉴스의 약 30% 정도를 차지한다. 이러한 통신사 뉴스 집중 현상은 포털이 플랫폼으로서 어떤 뉴스를 이용자에게 보여주어야 하는지에 대한 논의로 이어질 수 있다.

기술적인 통계결과를 제시했지만 결과를 통해 몇 가지 함의들을 확인할 수 있다. 첫째, 현재 분석한 결과는 결국 포털이 플랫폼으로서 어떤 뉴스를 보여주어야 하는가 하는 문제에 대한 고민이 필요함을 제시해준다. 수치로 확인한 집중도는 완화되고 있는 것으로 나타나지만 실제 개별 언론사의 뉴스 공급량을 확인해보면 전체 분류에서 통신사에 대한 비중이 점차 높아지고 있다는 사실을 확인할 수 있다. 이러한 논의는 추후 실제 편집되어 노출되는 기사에 대한 후속 연구를 통해 조금 더 심도 깊은 논의로 이어질 수 있을 것이다. 둘째, 연성화와 어뷰징과 관련한 논의를 확인하는 차원이다. 인터넷은 전통적인 언론사 외에도 뉴스를 생산할 수 있는 인터넷 매체가 생겨날 수 있는 환경을 만들었다. 연성화나 어뷰징의 주체가 누구인지에 대해서 일반적으로 생각했을 때 스포츠연예 분야의 언론사들을 떠올리게 된다. 하지만 실제 분석한 연구 결과에 따르면 스포츠연예 기사가 주로 어떤 언론사들에 의해 생산되는지를 확인할 수 있었다. 이들이 포털 뉴스의 연성화를 이끌고 어뷰징을 한다고 생각할 수 있다. 2014년 한 해를 기준으로 살펴보면 연예 기사를 가장 많이 생산한 곳은 MBN, TV리포트, OSEN, 한국경제TV, 매일경제 순이었다는 사실을 확인할 수 있다. 2015년 한 해를 기준으로 TV리포트, MBN, OSEN, 한국경제, 스포츠동아, 헤럴드경제, 매일경제 순으로 나타났다. 현재 분석결과에서 단순히 기사 숫자가 많다는 사실로 중복 기사를 어느 정도 생산하는지는 확인할 수 없다. 하지만 스포츠연예 기사를 스포츠연예 매체가 다수 생산한다는 기존 생각과 다르게 경제지가 스포츠연예 기사 생산에서 일정한 역할을 차지하고 있다는 점은 향후 관련 연구에서 비판적으로 고려해 볼 수 있는 지점이다. 셋째, 뉴스제휴평가위원회가 시작된 이후 온라인 포털에서 스포츠연예 뉴스의 숫자가 급감하는 사실을 실질적으로 확인할 수 있었다. 이는 포털이라는 플랫폼이 뉴스 공급에서 중요한 역할을 차지하고 있는 상황에서 정책적이고 제도적인 차원의 규제나 논의가 저널리

즘 영역에서 왜 필요하고 실제 어떠한 역할을 수행할 수 있을지에 대한 논의를 이끌어낼 수 있다.

본 연구는 전반적인 뉴스 유통 경향을 파악하는 것에 집중했기 때문에 개별 문제들에 대한 구체적인 분석에서는 한계점을 가지고 있다. 연구의 가장 큰 한계는 빅데이터 분석 자체가 가지고 있는 한계점이다. 많은 양의 데이터를 통해 실증적으로 뉴스 유통의 현황을 보여준다는 장점이 있음에도 불구하고 구체적인 분석에는 한계가 존재한다. 데이터를 수집한 시점을 기준으로 웹 페이지에 남아 있는 뉴스 목록을 수집하였기 때문에 언론사가 포털에서 뉴스를 삭제해 달라고 요청한 경우 기사를 확인할 수 없다는 한계점이 있다. 중앙지에 포함되는 조선일보와 중앙일보는 최근 6개월과 1년여 정도의 기사만 확인할 수 있다. 수집 시점을 기준으로 조선일보는 약 6개월 37,370건, 중앙일보는 약 1년 87,020건의 기사만 웹 페이지에 남아 있다. 해당기간의 뉴스 기사 전체 데이터를 수집했으나 일부 정확하지 않은 내용들이 있을 수 있다. 따라서 일부 자료에 대한 해석에서 주의해야 할 부분이 있다. 또한 실제 뉴스 유통 현황을 그대로 보여주기 위해 포털이 따르고 있는 분류를 그대로 따랐지만 이러한 방식 자체가 가지는 단점도 있다. 이는 범주(category)를 통한 분류 방식이 가지는 본질적인 한계이기도 하다. 예를 들면, 대통령이 스포츠 행사를 방문한 것은 정치 분류 뉴스도 될 수 있고 스포츠 분류 뉴스도 될 수 있다. 모든 항목들이 절대적으로 상호 배타적이지 않기 때문에 범주에 따른 분류는 언제나 한계점을 가진다. 언론사에 대한 분류에서도 비슷한 한계점이 나타난다. 언론사의 성격이 시기에 따라 변화하는 경우도 발생할 수 있다. 주간한국의 경우 처음에는 문화전문 주간지로 시작했고 2008년 이후 문화전문 잡지, 2011년 전문지로 변경되었는데 이러한 사례 역시 분석의 한계점이 된다. 그럼에도 불구하고 본 연구는 포털을 통해 온라인 뉴스 유통의 변화와 향후 연구를 위한 기초자료를 제공한다는 의의를 가진다. 전반적인 경향을 파악하기 위해 기술통계에 기반을 둔 현황을 위주로 파악하였으나 향후 연구는 실제 뉴스 유통을 이해하기 위한 구체적인 분석과 검증이 필요할 것이다. 본 연구에서 실제 기사에 대한 제목 분석이나 사진 기사와 같은 기사를 따로 분류하여 분석하지 않았으나 후속 연구에서는 기사의 성격을 분석함으로써 포털 기사 유통에 대해서 더 심층적인 이해가 가능할 것이다.

참고 문헌

- 김경환 (2013, 7월). <온라인 뉴스 유통 서비스의 쟁점 및 개선 과제>. 2013 한국언론정보학회 '온라인 뉴스 유통 서비스의 현황과 쟁점' 세미나. 서울: 프레스센터.
- 김경희 (2008). 포털 뉴스의 의제설정과 뉴스가치. <한국언론학보>, 52권 3호, 28-52.
- 김병희 (2015). 포털의 검색 알고리즘 개발에서 기사 어뷰징 방지를 위한 영향요인 탐색. <커뮤니케이션이론>, 11권 3호, 47-89.
- 김선호·김위근 (2016). <디지털 뉴스 리포트 2016: 한국>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 김영주 (2006). <블로그: 1인 미디어의 가능성과 한계>. 서울: 한국언론재단.
- 김위근 (2014). 포털 뉴스서비스와 온라인 저널리즘의 지형: 뉴스 유통의 구조 변동 혹은 권력 변화. <한국언론정보학보>, 통권 66호, 5-27.
- 김위근·김성해·김동운 (2013). 뉴스의 대중화 혹은 저널리즘의 개토회-저널리즘 관점에서 본 네이버 '뉴스캐스트' 사례분석. <사이버커뮤니케이션학보>, 30권 2호, 33-72.
- 김위근·김춘식 (2010). <한국의 인터넷뉴스서비스>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 김익현 (2015). 포털과 언론사 간 뉴스 생태계 변화와 전망. <신문과 방송>, 537호, 6-9.
- 박광순·안종묵 (2006). 포털사이트 프론트(front)페이지 뉴스의 특성에 관한 연구: 연성/경성뉴스, 소재목, 하이퍼링크, 뉴스원을 중심으로. <한국언론학보>, 50권 6호, 199-226.
- 백선기·최민재·김위근 (2007). <인터넷 공간의 진화와 미디어 콘텐츠>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 신태범·권상희(2013). 국내 청소년의 포털뉴스 이용특성과 뉴스 신뢰, 공공인식에 관한 연구. <사이버커뮤니케이션학보>, 30권 1호, 241-294.
- 안종묵 (2011). 인터넷 포털미디어의 저널리즘 특성에 관한 고찰. <언론과학연구>, 11권 1호, 187-218.
- 오세욱 (2017). 포털 뉴스 배열이력 분석: 네이버와 다음을 중심으로. <Media Issue>, 3권 1호, 1-13.
- 우병현 (2013). 네이버의 뉴스스탠드 도입으로 보는 언론사의 향후 과제. <언론중재>, 33권 2호, 60-75.
- 이동훈 (2007). 뉴스수용자에 대한 포털뉴스의 의제설정효과 연구: 복핵보도 관련 중미신문의 의제전이과정을 중심으로. <한국언론학보>, 51권 3호, 328-357.
- 이창호·이호영 (2009). 포털 이용자들의 포털 뉴스이용패턴 및 포털의 언론역할에 관한 인식. <한국언론정보학보>, 통권 46호, 177-211.
- 임종수·유승현 (2007, 10월). <포털사이트뉴스 이용행태 연구>. 한국언론학회 가을철 정기학술대회. 전주: 전북대학교.
- 임해창 (2005). <인터넷비즈니스모델 발전 방안 연구>. 서울: 정보통신부.
- 최민재 (2005). <온라인 뉴스콘텐츠 비즈니스모델>. 서울: 한국언론재단.
- 최민재·김위근 (2006). 포털 사이트 뉴스서비스의 의제설정 기능에 관한 연구. <한국언론학보>, 50권 4호, 438-464.

- Carlson, M., & Lewis, S. C. (Eds.) (2015). *Boundaries of journalism: Professionalism, practices and participation*. London & New York: Routledge.
- Clemons, E. K., Gu, B., & Lang, K. R. (2002). Newly vulnerable markets in an age of pure information products: An analysis of online music and online news. *Journal of Management Information Systems*, 19(3), 17-41.
- Gottfried, J., & Shearer, E. (2016). News use across social media platforms 2016. Pew Research Center. Retrieved from <http://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016>
- Hansen, E. E. (2016). Dear Mark, I am writing this to inform you that I shall not comply with your requirement to remove this picture. *Aftenposten*. Retrieved from <http://www.aftenposten.no/mening/kommentar/Dear-Mark-I-am-writing-this-to-inform-you-that-I-shall-not-comply-with-your-requirement-to-remove-this-picture-604156b.html>
- Joyce, M. (2007). The citizen journalism web site 'OhmyNews' and the 2002 South Korean presidential election. (Berkman Center Research Publication No. 2007-15). Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=1077920>
- Kafka, P. (2016, 8, 30). Yes, Facebook is a media company. *recode*. Retrieved from <https://www.recode.net/2016/8/30/12710318/facebook-media-company-advertising-chart>
- Seamans, R., & Zhu, F. (2013). Responses to entry in multi-sided markets: The impact of Craigslist on local newspapers. *Management Science*, 60(2), 476-493.
- Silverman, C. (2016, 11, 17). This analysis shows how viral fake election news stories outperformed real news on Facebook. *BuzzFeed*. Retrieved from https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.yivdOlvvK#.cs8NjbjL
- U.S. Department of Justice (2015). Herfindahl-Hirschman Index. Retrieved from <https://www.justice.gov/atr/herfindahl-hirschman-index>

최초 투고일 2017년 6월 9일
 게재 확정일 2017년 7월 14일
 논문 수정일 2017년 7월 28일

부록

연도별 언론사 목록

연도	언론사
2000	국민일보, 대신증권, 대전일보, 동아일보, 동양증권, 매일경제, 머니투데이, 삼성증권, 연합뉴스, 오마이뉴스, 우리투자증권, 코리아헤럴드, 한국경제, 한국일보, 현대증권
2001	국민일보, 대신증권, 대전일보, 동아일보, 동양증권, 매일경제, 머니투데이, 삼성증권, 세계일보, 연합뉴스, 오마이뉴스, 우리투자증권, 프레시안, 한겨레, 한국경제, 한국일보, 현대증권
2002	MBN, ZDNet Korea, 경향신문, 국민일보, 대신증권, 동아일보, 동양증권, 디지털타임스, 매경이코노미, 매일경제, 맥스무비, 머니투데이, 문화일보, 미디어오늘, 삼성증권, 아이뉴스24, 연합뉴스, 오마이뉴스, 우리투자증권, 전자신문, 파이낸셜뉴스, 프레시안, 한겨레, 한국경제, 한국일보, 현대증권
2003	FOOTBALL 2.0, MBC SPORTS+, MBN, SBS 뉴스, YTN, ZDNet Korea, 경향신문, 국민일보, 네이버스포츠, 뉴시스, 대신증권, 동아일보, 동양증권, 디지털타임스, 매경이코노미, 매일경제, 머니투데이, 문화일보, 미디어오늘, 사커라인, 삼성증권, 서울경제, 세계일보, 아이뉴스24, 업코리아, 연합뉴스, 연합인포맥스, 오마이뉴스, 우리투자증권, 이데일리, 일다, 전자신문, 점프볼, 조이뉴스24, 주간경향, 주간한국, 파이낸셜뉴스, 프레시안, 한겨레, 한겨레21, 한경비즈니스, 한국경제, 한국경제TV, 한국일보, 현대증권
2004	EPA연합뉴스, FOOTBALL 2.0, MBC SPORTS+, MBN, OSEN, SBS, SBS 뉴스, YTN, YTN 돌발영상, YTN 현장생중계, ZDNet Korea, 강원일보, 경향신문, 국민일보, 국정브리핑, 기획PR, 내일신문, 네이버스포츠, 노컷뉴스, 뉴시스, 대신증권, 대전일보, 동아일보, 동양증권, 디지털타임스, 마이데일리, 매경이코노미, 매일경제, 매일신문, 맥스무비, 머니투데이, 문화일보, 미디어오늘, 부산일보, 사커라인, 삼성증권, 서울경제, 서울신문, 세계일보, 소년한국일보, 스타뉴스, 스포츠서울닷컴, 스포츠조선, 아이뉴스24, 업코리아, 연합뉴스, 연합인포맥스, 오마이TV, 오마이뉴스, 우리투자증권, 이데일리, 이코노미리뷰, 일간스포츠(OLD), 일다, 전자신문, 점프볼, 제주일보, 조이뉴스24, 주간경향, 주간동아, 주간한국, 최훈 카툰, 코리아헤럴드, 파이낸셜뉴스, 팝뉴스, 프레시안, 한겨레, 한겨레21, 한경비즈니스, 한국경제, 한국경제TV, 한국일보, 헤럴드POP, 헤럴드경제, 현대증권
2005	EBN, EPA연합뉴스, FOOTBALL 2.0, MBC SPORTS+, MBN, OSEN, SBS, SBS 뉴스, Y-STAR, YTN, YTN 돌발영상, YTN 현장생중계, ZDNet Korea, 강원일보, 경향신문, 국민일보, 국정브리핑, 기자협회보, 기획PR, 내일신문, 네이버스포츠, 노컷뉴스, 뉴시스, 대신증권, 대전일보, 데일리안, 동아일보, 동양증권, 디지털데일리, 디지털타임스, 라디오코리아, 레이디경향, 마이데일리, 매경이코노미, 매일경제, 매일신문, 맥스무비, 머니투데이, 문화일보, 미디어오늘, 법률신문, 부산일보, 사커라인, 서울경제, 서울신문, 세계일보, 소년한국일보, 스타뉴스, 스포츠경향, 스포츠서울닷컴, 스포츠조선, 스포탈코리아, 시사저널, 씨네21, 아이뉴스24, 업코리아, 엠파이트(old), 연합뉴스, 연합뉴스TV, 연합인포맥스, 오마이TV, 오마이뉴스, 우리투자증권, 이데일리, 이코노미리뷰, 일다, 전자신문, 점프볼, 제주일보, 조세일보, 조이뉴스24, 주간경향, 주간한국, 최훈 카툰, 코리아헤럴드, 쿠키뉴스, 파이낸셜뉴스, 팝뉴스, 프라임경제, 프레시안, 프로메테우스, 한겨레, 한겨레21, 한경비즈니스, 한국경제, 한국경제TV, 한국일보, 한국프로축구연맹, 헤럴드POP, 헤럴드경제
2006	EBN, EPA연합뉴스, FC서울, FOOTBALL 2.0, MBC iMTV, MBC SPORTS+, MBC 뉴스, MBN, MBN 팝콘 영상, OSEN, SBS, SBS 뉴스, T.R 설리반 칼럼, TV리포트, Y-STAR, YTN, YTN 돌발영상, YTN 현장생중계, ZDNet Korea, 강원일보, 경남Cu3000, 경향신문, 고용노동부, 골닷컴, 광주상무, 교육인적자원부, 국무조정실, 국민일보, 국정브리핑, 기자협회보, 김형준 칼럼, 내일신문, 네이버스포츠, 노컷뉴스, 뉴시스, 대구FC, 대신증권, 대전시지존, 대전일보, 데일리 서프라이즈, 데일리안, 동아닷컴TV, 동아일보, 동양증권, 디

연도	언론사
	<p>지털데일리, 디지털타임스, 라디오코리아, 라일 스펜서 칼럼, 레이디경향, 마이데일리, 매거진, 매경이코노미, 매일경제, 매일신문, 맥스무비, 머니투데이, 문화관광부, 문화일보, 미디어오늘, 민기자닷컴, 법률신문, 보건복지부, 부산아이파크, 부산일보, 빅터 칼럼, 빌 플링켓 칼럼, 사커라인, 서울경제, 서울신문, 성남일화, 세계일보, 소년한국일보, 수원삼성, 스타뉴스, 스포츠2.0, 스포츠경향, 스포츠서울닷컴, 스포츠조선, 스포탈코리아, 시사저널, 씨네21, 아시아경제, 아이뉴스24, 업코리아, 엠파이트(old), 연합뉴스, 연합뉴스TV, 연합이매진, 연합인포맥스, 오마이TV, 오마이뉴스, 우리투자증권, 울산현대, 이데일리, 이코노미21, 이코노미리뷰, 인천유나이티드, 일다, 전남드래곤즈, 전북현대, 전자신문, 점프볼, 제주일보, 조세일보, 조선로위치 칼럼, 조이뉴스24, 주간경향, 주간한국, 중앙일보, 참세상, 참세상vod, 최훈 카툰, 축구전문가 김덕중, 축구전문가 박문성, 축구전문가 이지식, 축구전문가 추연구, 코리아타임스, 코리아헤럴드, 쿠키뉴스, 트로이 렌크 칼럼, 파이낸셜뉴스, 팝뉴스, 포모스, 포항스틸러스, 프라임경제, 프레시안, 프로메테우스, 한겨레, 한겨레21, 한경비즈니스, 한국경제, 한국경제TV, 한국일보, 한국프로축구연맹, 행정자치부, 헤럴드POP, 헤럴드경제</p>
2007	<p>EBN, EPA연합뉴스, FC서울, FOOTBALL 2.0, MBC iMTV, MBC SPORTS+, MBC 뉴스, MBN, MBN 팝콘 영상, OSEN, SBS, SBS 뉴스, T.R 설리반 칼럼, TV리포트, WKBL, Y-STAR, YTN, YTN 돌발영상, YTN 현장생중계, ZDNet Korea, 감사원, 강원일보, 건설교통부, 경남FCu3000, 경찰청, 경향신문, 고용노동부, 골닷컴, 공정거래위원회, 과학기술부, 관세청, 광주상무, 교육인적자원부, 국가보훈처, 국무총리실, 국민일보, 국방부, 국제청, 국정브리핑, 국정홍보처, 기상청, 기자협회보, 기획예산처, 김성원 칼럼, 김형준 칼럼, 김홍식 칼럼, 나가무라히로키 칼럼, 내일신문, 네이버스포츠, 노컷뉴스, 농림부, 농촌진흥청, 뉴시스, 대구FC, 대전 시티즌, 대전일보, 대통령민주신당, 데일리 서프라이즈, 데일리안, 동아닷컴TV, 동아일보, 디지털데일리, 디지털타임스, 라디오코리아, 라일 스펜서 칼럼, 레이디경향, 로이터, 마이데일리, 매거진, 매경이코노미, 매일경제, 매일신문, 맥스무비, 머니투데이, 문화관광부, 문화일보, 미디어오늘, 민기자닷컴, 민주노동당, 방위사업청, 법률신문, 법제처, 병무청, 보건복지부, 부산아이파크, 부산일보, 블로터, 사커라인, 산림청, 산업자원부, 서울경제, 서울신문, 서형욱 칼럼, 성남일화, 세계일보, 소년한국일보, 소방방재청, 송재우 칼럼, 수원삼성, 스타뉴스, 스포츠2.0, 스포츠경향, 스포츠서울닷컴, 스포츠조선, 스포탈코리아, 시사저널, 신동아, 씨네21, 아시아경제, 아이뉴스24, 야구 리포트, 업코리아, 엠파이트, 연합뉴스, 연합뉴스TV, 연합뉴스 연예한뉴스, 연합뉴스 자투리TV, 연합뉴스 트랜드엔터, 연합이매진, 연합인포맥스, 오마이TV, 오마이뉴스, 외교통상부, 우리투자증권, 울산현대, 이데일리, 이동진 닷컴, 이종률 칼럼, 이코노미21, 이코노미리뷰, 인천유나이티드, 인터넷365, 일다, 자유한국당, 전남드래곤즈, 전북현대, 전자신문, 점프볼, 정보통신부, 제주유나이티드, 제주일보, 조달청, 조선일보, 조세일보, 조이뉴스24, 주간경향, 주간동아, 주간한국, 중소기업청, 중앙인사위원회, 중앙일보, 참세상, 참세상vod, 청와대, 최훈 카툰, 축구전문가 박문성, 코리아타임스, 코리아헤럴드, 쿠키뉴스, 통계청, 파이낸셜뉴스, 팝뉴스, 포모스, 포항스틸러스, 풋볼위클리, 프라임경제, 프레시안, 프로메테우스, 한겨레, 한겨레21, 한경비즈니스, 한국경제, 한국경제TV, 한국일보, 한국프로축구연맹, 해양경찰청, 해양수산부, 행복도시건설청, 행정자치부, 헤럴드POP, 헤럴드경제, 환경부</p>
2008	<p>BBS뉴스, EBN, EPA연합뉴스, FC서울, FOOTBALL 2.0, LST 미디어, MBC iMTV, MBC SPORTS+, MBC 뉴스, MBN, OSEN, SBS, SBS 뉴스, SBS중계, SK 나이츠 뉴스, TV리포트, WKBL, Y-STAR, YTN, ZDNet Korea, 강원일보, 건설교통부, 경남FCu3000, 경향신문, 골닷컴, 광주드림, 광주상무, 국민일보, 국정브리핑, 기자협회보, 김형준 칼럼, 내일신문, 네이버스포츠, 노컷뉴스, 뉴데일리, 뉴스핌, 뉴시스, 대구FC, 대전 시티즌, 대전일보, 대한장애인체육회, 더불어민주당, 데일리 서프라이즈, 데일리안, 동아일보, 디지털데일리, 디지털타임스, 라디오코리아, 레이디경향, 로이터, 마이데일리, 매거진, 매경이코노미, 매일경제, 매일신문, 맥스무비, 머니투데이, 문화일보, 미디어오늘, 민기자닷컴, 박동희 칼럼, 법률신문, 부산아이파크, 부산일보, 부스앤뉴스, 블로터, 사커라인, 산업자원부, 서울경제, 서울신문, 서울파이낸스, 서형욱 칼럼, 성남일화, 세계일보, 소년한국일보, 수원삼성, 수원일보, 스타뉴스, 스포츠2.0, 스포츠경향, 스포츠서울닷컴, 스포츠조선, 스포탈코리아, 시사N, 시사저널, 신동아, 씨네21, 씨앤비뉴스, 아시아경제, 아이뉴스24, 아이웨이미디</p>

연도	언론사
	<p>어, 야쿠 리포트, 업코리아, 엠파이트, 연합뉴스, 연합뉴스TV, 연합이매진, 연합인포맥스, 오마이뉴스, 우리 투자증권, 울산현대, 이데일리, 이동진 닷컴, 이코노미21, 이코노믹리뷰, 이투데이, 인천유나이티드, 인터뉴365, 일다, 전남드래곤즈, 전북현대, 전자신문, 점프볼, 정책브리핑, 제주유나이티드, 제주일보, 조선일보, 조세일보, 조이뉴스24, 주간경향, 주간동아, 주간한국, 줌인 스포츠, 참세상, 참세상vod, 최훈 카툰, 축구전문가 박문성, 컬처뉴스, 코리아타임스, 코리아헤럴드, 코메디닷컴, 쿠키뉴스, 텐아시아, 파이낸셜뉴스, 팝뉴스, 포모스, 포항스틸러스, 풋볼위클리, 프라임경제, 프레시안, 프리존뉴스, 한겨레, 한겨레21, 한경비즈니스, 한국경제, 한국경제TV, 한국일보, 한국프로축구연맹, 헤럴드POP, 헤럴드경제</p>
2009	<p>BBS뉴스, EBN, EPA연합뉴스, FC서울, LG 세이커스 뉴스, MBC SPORTS+, MBC 뉴스, MBN, OSEN, SBS, SBS 뉴스, SK 나이츠 뉴스, SK와이번스, TV리포트, WKBL, Y-STAR, YTN, ZDNet Korea, 강원일보, 경남 FCu3000, 경향신문, 골닷컴, 광주드림, 광주상무, 국민일보, 기자협회보, 김성원 칼럼, 김형준 칼럼, 김홍식 칼럼, 내일신문, 네이버스포츠, 노컷뉴스, 뉴시스, 대구FC, 대전시티즌, 대전일보, 대한장애인체육회, 동아일보, 디지털데일리, 디지털타임스, 레이디경향, 마이데일리, 매경이코노미, 매일경제, 매일신문, 머니투데이, 모비스피버스 뉴스, 문화일보, 미디어오늘, 민기자닷컴, 박동희 칼럼, 베스트일레븐, 부산아이파크, 부산일보, 블로터, 사커라인, 서울경제, 서울신문, 서형욱 칼럼, 성남일보, 세계일보, 소년한국일보, 수원삼성, 수원일보, 순스포츠, 스타뉴스, 스포츠경향, 스포츠서울닷컴, 스포츠조선, 스포탈코리아, 시사IN, 신동아, 씨네21, 아시아경제, 아이뉴스24, 야쿠 리포트, 엑스포츠뉴스, 엠파이트, 여성신문, 연합뉴스, 연합이매진, 연합인포맥스, 오마이뉴스, 오미우리지이언츠 뉴스, 울산현대, 이데일리, 이동진 닷컴, 이종률 칼럼, 이코노미21, 이코노믹리뷰, 인천유나이티드, 일다, 자유한국당, 전남드래곤즈, 전북현대, 전자신문, 점프볼, 정대세 풋볼에세이, 정책브리핑, 제주유나이티드, 제주일보, 조세일보, 조이뉴스24, 주간경향, 주간동아, 주간한국, 줌인 스포츠, 참세상, 최훈 카툰, 축구전문가 박문성, 코리아타임스, 코리아헤럴드, 코메디닷컴, 쿠키뉴스, 텐아시아, 파이낸셜뉴스, 팝뉴스, 포모스, 포항스틸러스, 프레시안, 피스컵 뉴스, 한겨레, 한겨레21, 한경비즈니스, 한국경제, 한국경제TV, 한국야구위원회, 한국일보, 한국프로축구연맹, 헤럴드POP, 헤럴드경제</p>
2010	<p>EPA연합뉴스, FC서울, KBS 뉴스, LG 세이커스 뉴스, MBC 뉴스, MBN, OSEN, SBS, SBS 뉴스, SK 나이츠 뉴스, TV리포트, WKBL, YTN, ZDNet Korea, 강원일보, 경향신문, 골닷컴, 국민일보, 기자협회보, 김형준 칼럼, 내셔널리그, 내일신문, 네이버스포츠, 노컷뉴스, 뉴시스, 대전시티즌, 대한장애인체육회, 대한핸드볼협회, 데일리e스포츠, 동아일보, 디지털데일리, 디지털타임스, 레이디경향, 마이데일리, 매경이코노미, 매일경제, 매일신문, 머니투데이, 모비스피버스 뉴스, 문화일보, 미디어오늘, 민기자닷컴, 바스켓코리아, 박동희 칼럼, 베스트일레븐, 부산일보, 블로터, 삼성 썬더스, 서민교 칼럼, 서울경제, 서울신문, 서형욱 칼럼, 세계일보, 소년한국일보, 수원삼성, 순스포츠, 스타뉴스, 스포츠경향, 스포츠서울닷컴, 스포츠조선, 스포탈코리아, 시사IN, 신동아, 신화사 연합뉴스, 씨네21, 아시아경제, 아이뉴스24, 야쿠 리포트, 엑스포츠뉴스, 엠파이트, 여성신문, 연합뉴스, 연합이매진, 연합인포맥스, 오마이뉴스, 울산현대, 이데일리, 이동진 닷컴, 인천유나이티드, 일다, 전북현대, 전자신문, 점프볼, 정대세 풋볼에세이, 정책브리핑, 제주유나이티드, 조석 카툰, 조세일보, 조이뉴스24, 주간경향, 주간동아, 주간한국, 줌인 스포츠, 중앙SUNDAY, 참세상, 최훈 카툰, 축구전문가 박문성, 코리아타임스, 코리아헤럴드, 코메디닷컴, 쿠키뉴스, 텐아시아, 파이낸셜뉴스, 팝뉴스, 포모스, 포항스틸러스, 프레시안, 한겨레, 한겨레21, 한경비즈니스, 한국경제, 한국경제TV, 한국배구연맹, 한국야구위원회, 한국일보, 헤럴드POP, 헤럴드경제</p>
2011	<p>EPA연합뉴스, F1 코리아그랑프리 조직위원회, KBS 뉴스, KT 소닉붐 뉴스, LG 세이커스 뉴스, MBC 뉴스, MBN, OSEN, SBS, SBS CNBC, SBS 뉴스, SK 나이츠 뉴스, TV리포트, WKBL, YTN, ZDNet Korea, 강원일보, 경향신문, 골닷컴, 국민일보, 기자협회보, 김형준 칼럼, 내셔널리그, 내일신문, 네이버스포츠, 노컷뉴스, 뉴스1, 뉴시스, 대한장애인체육회, 대한핸드볼협회, 데일리e스포츠, 동아일보, 디지털데일리, 디지털타임스, 레이디경향, 루키, 마이데일리, 매경이코노미, 매일경제, 매일신문, 머니투데이, 모비스피버스 뉴스, 문화일보, 미디어오늘, 민기자닷컴, 바스켓코리아, 박동희 칼럼, 베스트일레븐, 부산일보, 블로터, 삼성 썬더스,</p>

연도	언론사
	<p>서민교 칼럼, 서울경제, 서울신문, 서형욱 칼럼, 세계일보, 소년한국일보, 수원삼성, 스포츠포츠, 스타뉴스, 스포츠경향, 스포츠동아, 스포츠서울닷컴, 스포츠월드, 스포츠조선, 스포탈코리아, 시사N, 신동아, 신화사 연합뉴스, 씨네21, 아시아경제, 아이뉴스24, 야규 리포트, 엑스포츠뉴스, 엠엘비코리아, 엠파이트, 여성신문, 연합뉴스, 연합이매진, 연합인포맥스, 오리온스 뉴스, 오마이뉴스, 이데일리, 이영미 칼럼, 이종률 칼럼, 일다, 일요신문 스포츠, 전자신문, 점프볼, 정책브리핑, 조석 카툰, 조선비즈, 조세일보, 조이뉴스24, 주간경향, 주간동아, 주간한국, 줌인 스포츠, 중앙SUNDAY, 참세상, 최훈 카툰, 축구전문가 박문성, 코리아타임스, 코리아헤럴드, 코메디닷컴, 쿠키뉴스, 텐아시아, 파이낸셜뉴스, 팝뉴스, 포모스, 포항스틸러스, 프레시안, 프로농구연맹, 한게임 바둑, 한겨레, 한겨레21, 한경비즈니스, 한국경제, 한국경제TV, 한국일보, 한국풋살연맹, 헤럴드POP, 헤럴드경제</p>
2012	<p>enews24, EPA연합뉴스, F1 코리아그랑프리 조직위원회, FC 서울, KBS 뉴스, KT 소닉붐 뉴스, LG 세이커스 뉴스, MBC 뉴스, MBC 연예, MBN, MK스포츠, NC 다이노스, OSEN, SBS, SBS CNBC, SBS funE, SBS 뉴스, SK 나이트 뉴스, TV리포트, WKBL, YTN, ZDNet Korea, 강명석칼럼, 강원FC, 강원일보, 경향신문, 골닷컴, 국민일보, 기자협회보, 김형준 칼럼, 내셔널리그, 내일신문, 네이버뉴스, 네이버스포츠, 노컷뉴스, 뉴스1, 뉴시스, 대한장애인체육회, 대한핸드볼협회, 데일리스포츠, 데일리안, 동아일보, 디지털데일리, 디지털타임스, 레이디경향, 루키, 마니아리포트, 마이데일리, 매경이코노미, 매일경제, 매일신문, 머니S, 머니투데이, 모비스피버스 뉴스, 몬스터짐, 문화일보, 미디어오늘, 바스켓코리아, 박동희 칼럼, 배지헌 칼럼, 베스트일레븐, 부산아이파크, 부산일보, 블로터, 삼성 스포츠, 삼성 썬더스, 서민교 칼럼, 서울경제, 서울신문, 서형욱 칼럼, 세계일보, 수원삼성, 스포츠포츠, 스타뉴스, 스포츠경향, 스포츠동아, 스포츠서울닷컴, 스포츠월드, 스포츠조선, 스포츠한국, 스포탈코리아, 시사N, 신동아, 신화사 연합뉴스, 씨네21, 아시아경제, 아이뉴스24, 옛스타일, 야규 리포트, 엑스포츠뉴스, 엠엘비코리아, 엠파이트, 여성신문, 연합뉴스, 연합뉴스TV, 연합이매진, 연합인포맥스, 오리온스 뉴스, 오마이뉴스, 울산현대, 위근우 칼럼, 이데일리, 이영미 칼럼, 인터풋볼, 일다, 일요신문 스포츠, 입력, 자유한국당, 장우철칼럼, 전북현대, 전자신문, 점프볼, 정석희칼럼, 정책브리핑, 제주유나이티드, 조석 카툰, 조선비즈, 조세일보, 조이뉴스24, 존 듀어든 칼럼, 주간경향, 주간동아, 주간한국, 중앙SUNDAY, 참세상, 청와대, 최훈 카툰, 축구전문가 박문성, 코리아타임스, 코리아헤럴드, 코메디닷컴, 쿠키뉴스, 텐아시아, 파이낸셜뉴스, 팝뉴스, 포모스, 포토퉀구, 포포투, 포항스틸러스, 풋볼메이트, 프레시안, 피스컵 뉴스, 한게임 바둑, 한겨레, 한겨레21, 한경비즈니스, 한국경제, 한국경제TV, 한국일보, 헤럴드POP, 헤럴드경제</p>
2013	<p>enews24, EPA연합뉴스, F1 코리아그랑프리 조직위원회, FC 서울, JTBC, KBS 뉴스, KBS 연예, KT 소닉붐 뉴스, LG 세이커스 뉴스, MBC 뉴스, MBC 연예, MBN, MK스포츠, NC 다이노스, OBS TV, OSEN, SBS, SBS CNBC, SBS funE, SBS 뉴스, SK 나이트 뉴스, SK와이브스, TV리포트, TV조선, WKBL, YTN, ZDNet Korea, 강명석칼럼, 강원일보, 경남FCu3000, 경향신문, 골닷컴, 골프다이제스트, 골프조선, 국민일보, 기자협회보, 김형준 칼럼, 김해리칼럼, 내셔널리그, 내일신문, 네이버뉴스, 네이버스포츠, 노컷뉴스, 뉴스엔, 뉴시스, 대구FC, 대한장애인체육회, 대한테니스협회, 대한핸드볼협회, 데일리스포츠, 데일리안, 동아일보, 디스이즈게임, 디스패치, 디지털데일리, 디지털타임스, 레이디경향, 로프FC, 롯데자이언츠, 루키, 마니아리포트, 마이데일리, 매경이코노미, 매일경제, 매일신문, 머니S, 머니투데이, 모비스피버스 뉴스, 몬스터짐, 문화일보, 미디어오늘, 바스켓코리아, 박동희 칼럼, 배지헌 칼럼, 베스트일레븐, 부산아이파크, 부산일보, 블로터, 삼성 스포츠, 삼성 썬더스, 삼성화재 블루팡스, 서민교 칼럼, 서울경제, 서울신문, 서형욱 칼럼, 세계일보, 소년한국일보, 손대범 칼럼, 송민구 칼럼, 수원삼성, 스포츠포츠, 스타뉴스, 스포츠경향, 스포츠동아, 스포츠서울닷컴, 스포츠월드, 스포츠조선, 스포츠한국, 스포탈코리아, 시사N, 신동아, 신화사 연합뉴스, 씨네21, 아시아경제, 아이뉴스24, 아이웨이미디어, 옛스타일, 엑스포츠뉴스, 엠파이트, 여성신문, 연합뉴스, 연합뉴스TV, 연합이매진, 연합인포맥스, 오리온스 뉴스, 오마이뉴스, 원터뉴스 코리아, 이데일리, 이영미 칼럼, 이은혜 칼럼, 인벤, 인터풋볼, 일다, 일요신문 스포츠, 입력, 장우철칼럼, 전북현대, 전자신문, 점프볼, 정석희칼럼, 정의당, 정책브리핑, 조선비즈, 조세일보, 조이뉴스24, 주간경향, 주간동아, 주간한국,</p>

연도	언론사
	<p>중앙SUNDAY, 참세상, 채널A, 청와대, 최훈 카툰, 축구전문가 박문성, 코리아넷, 코리아타임스, 코리아헤럴드, 코메디닷컴, 쿠키뉴스, 텐아시아, 통합진보당, 티비데일리, 파이낸셜뉴스, 팝뉴스, 포모스, 포포투, 포항스틸러스, 풋볼리스트, 풋볼메이트, 프레시안, 프로농구연맹, 한게임 바둑, 한겨레, 한겨레21, 한경비즈니스, 한국경제, 한국경제TV, 한국배구연맹, 한국일보, 한국프로축구연맹, 한준 칼럼, 헤럴드POP, 헤럴드경제</p>
2014	<p>enews24, EPA연합뉴스, FC서울, FC안양, JTBC, JTBC GOLF, KBS 뉴스, KBS 연예, KBSN SPORTS, KBSN 스포츠, KT 소닉붐 뉴스, KT 위즈, LG 세이커스 뉴스, MBC SPORTS+, MBC 뉴스, MBC연예, MBN, MK스포츠, NC 다이노스, OBS TV, OSEN, SBS, SBS CNBC, SBS funE, SBS SPORTS, SBS 뉴스, SK 나이츠 뉴스, SK와이브스, STN 스포츠, TV리포트, TV조선, XTM, YTN, ZDNet Korea, 강원일보, 경남Cv3000, 경향신문, 골닷컴, 골프다이제스트, 국민일보, 기자협회보, 김형준 칼럼, 내셔널리그, 네이버뉴스, 네이버스포츠, 넥센 히어로즈, 노컷뉴스, 뉴스1, 뉴스엔, 뉴스위크 한국판, 뉴시스, 대구FC, 대한장애인체육회, 대한테니스협회, 데일리스포츠, 데일리안, 동아일보, 디스이즈게임, 디스패치, 디지털데일리, 디지털타임스, 레이디경향, 로드FC, 롯데디자인츠, 루키, 마니아리포트, 마이데일리, 매경이코노미, 매일경제, 매일신문, 머니S, 머니투데이, 모비스피버스 뉴스, 몬스터집, 문화일보, 미디어오늘, 바스켓코리아, 박동희 칼럼, 베스트일레븐, 베이스볼기, 부산아이파크, 부산일보, 블로터, 삼성 스포츠, 삼성 썬더스, 삼성화재 블루팡스, 서울경제, 서울신문, 서형욱 칼럼, 서호정 칼럼, 세계일보, 손대범 칼럼, 손혁 칼럼, 수원삼성, 손스포츠, 스타뉴스, 스포츠경향, 스포츠동아, 스포츠서울닷컴, 스포츠월드, 스포츠조선, 스포츠타임스, 스포츠한국, 스포탈코리아, 스포티비뉴스, 시사IN, 신동아, 신화사 연합뉴스, 씨네21, 아시아경제, 아이뉴스24, 아이웨이미디어, 아이즈ize, 앳스타일, 야구친구, 야구 리포트, 엑스포츠뉴스, 엠파이트, 여성신문, 연합뉴스, 연합뉴스TV, 연합이매진, 오리온스 뉴스, 오마이뉴스, 울산현대, 윈터뉴스 코리아, 유로풋볼기, 이데일리, 이영미 칼럼, 이창섭 칼럼, 인벤, 인천유나이티드, 인터풋볼, 일다, 일요신문 스포츠, 입력, 전북현대, 전자신문, 점프볼, 정의당, 정책브리핑, 조석 카툰, 조선비즈, 조세일보, 조이뉴스24, 주간경향, 주간동아, 주간한국, 중앙SUNDAY, 중앙선거관리위원회, 차두리 칼럼, 참세상, 채널A, 축구전문가 박문성, 코리아넷, 코리아타임스, 코리아헤럴드, 코메디닷컴, 쿠키뉴스, 텐아시아, 통합진보당, 티비데일리, 파이낸셜뉴스, 팝뉴스, 포모스, 포포투, 풋볼리스트, 프레시안, 프로농구연맹, 한게임 바둑, 한겨레, 한겨레21, 한경비즈니스, 한국경제, 한국경제TV, 한국배구연맹, 한국일보, 한국프로골프협회, 한국프로축구연맹, 한준 칼럼, 헤럴드POP, 헤럴드경제, 헬스조선, 현대캐피탈 스카이워크스, 홍희정 칼럼</p>
2015	<p>AFP, enews24, EPA연합뉴스, FC서울, FC안양, IBK기업은행 배구단, JTBC, JTBC GOLF, KBS 뉴스, KBS 연예, KBSN 스포츠, KB손해보험 스타즈, KT 위즈, LG 트윈스, MBC SPORTS+, MBC 뉴스, MBC연예, MBN, MK스포츠, NC 다이노스, OBS TV, OSEN, SBS, SBS CNBC, SBS funE, SBS SPORTS, SBS 뉴스, SK 나이츠 뉴스, SK와이브스, STN 스포츠, Team LoL 칼럼, The Sun, The Times, TV리포트, TV조선, YTN, ZDNet Korea, 강원일보, 게임메카, 경향신문, 골닷컴, 골프다이제스트, 광주FC, 국민일보, 그로눙 웹툰, 기자협회보, 김대환 칼럼, 김형준 칼럼, 내셔널리그, 네이버뉴스, 네이버스포츠, 넥센 히어로즈, 노동8호, 노컷뉴스, 뉴스1, 뉴스엔, 뉴스위크 한국판, 뉴시스, 대구FC, 대한아이스하키협회, 대한양궁협회, 대한축구협회, 대한태권도협회, 대한테니스협회, 대한핸드볼협회, 데일리스포츠, 데일리안, 동아일보, 디스이즈게임, 디스패치, 디지털데일리, 디지털타임스, 레이디경향, 로드FC, 롯데디자인츠, 루키, 마니아리포트, 마이데일리, 매경이코노미, 매일경제, 매일신문, 머니S, 머니투데이, 모비스피버스 뉴스, 몬스터집, 문화일보, 미디어오늘, 바스켓코리아, 박동희 칼럼, 베스트일레븐, 부산아이파크, 부산일보, 블로터, 비즈블프로젝트, 삼성 썬더스, 삼성라이온즈, 삼성화재 블루팡스, 서울경제, 서울신문, 서형욱 칼럼, 서호정 칼럼, 성호준 칼럼, 세계일보, 손대범 칼럼, 송산의 돌직구, 수원S컵 조직위원회, 수원삼성, 손스포츠, 스타뉴스, 스포츠경향, 스포츠동아, 스포츠서울, 스포츠월드, 스포츠조선, 스포츠타임스, 스포츠투아이, 스포탈코리아, 스포티비뉴스, 시사IN, 신동아, 신화사 연합뉴스, 씨네21, 아시아경제, 아이뉴스24, 아이즈ize, 앳스타일, 야구친구, 야덕일지, 야구 리포트, 엑스포츠뉴스, 엠파이트, 여성신문, 연합뉴스, 연합뉴스TV, 연합이매진, 염용근 칼럼, 오리온</p>

연도	언론사
	<p>스 뉴스, 오마이뉴스, 우리카드 위비 배구단, 울산현대, 원터뉴스 코리아, 이덕규 칼럼, 이데일리, 이성모 칼럼, 이영미 칼럼, 이창섭 칼럼, 인벤, 인천유나이티드, 인터풋볼, 일다, 일요신문 스포츠, 입력, 전북현대, 전자신문, 점프볼, 정의당, 정책브리핑, 조석 카툰, 조선비즈, 조세일보, 조이뉴스24, 좀비왕 웹툰, 주간경향, 주간동아, 중앙SUNDAY, 중앙일보, 참세상, 채널A, 최종준 칼럼, 축구전문가 박문성, 충주 험멜, 코리아넷, 코리아타임스, 코리아헤럴드, 코메디닷컴, 테니스코리아, 텐아시아, 티비데일리, 파이낸셜뉴스, 팝뉴스, 팬텀크로 웹툰, 포모스, 포포투, 포항스틸러스, 풋볼리스트, 프레시안, 프로농구연맹, 한게임 바둑, 한겨레, 한겨레21, 한경비즈니스, 한국경제, 한국경제TV, 한국배구연맹, 한국일보, 한국프로골프협회, 한국프로축구연맹, 한준 칼럼, 한화 이글스, 흥그리업, 헤럴드POP, 헤럴드경제, 헬스조선, 현대캐피탈 스카이워커스, 흥희정 칼럼, H H K C 웹툰</p>
2016	<p>10구단 칼럼, AP연합뉴스, enews24, EPA연합뉴스, FC서울, FC안양, GS칼텍스 서울Kixx 배구단, IBK기업은행 배구단, JTBC, JTBC GOLF, KBO, KBS 뉴스, KBS 연예, KBSN 스포츠, KB손해보험 스타즈, KCC 이지스, KGC 인삼공사 뉴스, KPGA, kt 롤스터, KT 소닉붐 뉴스, KT 위즈, LG 세이커스 뉴스, LG 트윈스, MBC SPORTS+, MBC 뉴스, MBC 연예, MBN, MK스포츠, NAVER SPORTS, NC 다이노스, OBS TV, OK저축은행 러시앤캐시, OSEN, SBS CNBC, SBS funE, SBS SPORTS, SBS 뉴스, SK 나이츠 뉴스, SK와이번스, STN 스포츠, Team LoL 칼럼, The Times, TV리포트, TV조선, UFC, WKBL, YTN, ZDNet Korea, 강원FC, 강원일보, 게임메카, 경향신문, 골닷컴, 골프다이제스트, 광주FC, 국민의당, 국민일보, 그로눅 웹툰, 기자협회보, 김형준 칼럼, 김환 칼럼, 내셔널리그, 네이버스포츠, 넥센 히어로즈, 노동8호, 노컷뉴스, 뉴스1, 뉴스엔, 뉴스위크 한국판, 뉴시스, 대구FC, 대명 길러웨일즈, 대한아이스하키협회, 대한양궁협회, 대한축구협회, 대한테니스협회, 대한항공 점보스, 대한핸드볼협회, 맨 코놀리 칼럼, 더 스파이크, 더불어민주당, 데일리e스포츠, 데일리안, 도엔, 동부 프로미, 동아일보, 두산 베어스, 디스이즈게임, 디스패치, 디지털데일리, 디지털타임스, 레이디경향, 로드FC, 로이터, 롯데자이언츠, 루키, 류현진MLB 일기, 마니아리포트, 마이데일리, 마이크 버라 디노 칼럼, 매경이코노미, 매일경제, 매일신문, 머니S, 머니투데이, 모비스피버스 뉴스, 몬스터짐, 문화일보, 미겔 앙헬 라라 칼럼, 미디어오늘, 바스켓코리아, 박동희 칼럼, 베스트일레븐, 부산아이파크, 부산일보, 부천FC, 블로터, 비즈볼프로젝트, 삼성 썬더스, 삼성라이온즈, 삼성화재 블루팡스, 서울경제, 서울신문, 서울유나이티드, 서울이랜드, 서형욱 칼럼, 서호정 칼럼, 성남FC, 성호준 칼럼, 세계일보, 손대범 칼럼, 손혁 칼럼, 수원FC, 수원삼성, 스타뉴스, 스포츠경향, 스포츠동아, 스포츠서울, 스포츠월드, 스포츠조선, 스포츠타임스, 스포츠투아이, 스포탈코리아, 스포티비뉴스, 시사IN, 신동아, 신화사 연합뉴스, 실업축구연맹, 씨네21, 아시아경제, 아이뉴스24, 아이즈ize, 안산무궁화프로축구단, 애슬릿미디어, 옛스타일, 야쿠 리포트, 엑스포츠뉴스, 엠스플뉴스, 여성신문, 연합뉴스, 연합뉴스TV, 염용근 칼럼, 오리온스 뉴스, 오마이뉴스, 우리카드 위비 배구단, 울산현대, 월간 산, 원터뉴스 코리아, 이데일리, 이성모 칼럼, 이영미 칼럼, 이창섭 칼럼, 이코노미스트, 인벤, 인천유나이티드, 인터풋볼, 일간스포츠, 일다, 입력, 자유한국당, 전북현대, 전자랜드 엘리펀츠 뉴스, 전자신문, 점프볼, 정의당, 정책브리핑, 조선비즈, 조선일보, 조세일보, 조이뉴스24, 좀비왕 웹툰, 주간경향, 주간동아, 주간조선, 중앙SUNDAY, 중앙일보, 주요한 기자들, 참세상, 채널A, 최종준 칼럼, 최훈 카툰, 추신수MLB 일기, 축구전문가 박문성, 충주 험멜, 코리아넷, 코리아타임스, 코리아헤럴드, 코메디닷컴, 테니스코리아, 텐아시아, 티비데일리, 파이낸셜뉴스, 팝뉴스, 팬텀크로 웹툰, 포모스, 포토친구, 포포투, 포항스틸러스, 풋볼리스트, 프레시안, 프로농구연맹, 한게임 바둑, 한겨레, 한겨레21, 한경비즈니스, 한국e스포츠협회, 한국경제, 한국경제TV, 한국배구연맹, 한국일보, 한국프로골프협회, 한국프로축구연맹, 한준 칼럼, 한화 이글스, 흥그리업, 헤럴드POP, 헤럴드경제, 헬스조선, 흥희정 칼럼, H H K C 웹툰</p>
2017	<p>AP연합뉴스, enews24, EPA연합뉴스, FC서울, FC안양, GS칼텍스 서울Kixx 배구단, IBK기업은행 배구단, JTBC, JTBC GOLF, KBO, KBS 뉴스, KBS 연예, KB손해보험 스타즈, KCC 이지스, KGC 인삼공사 뉴스, KIA 타이거즈, KPGA, KT 소닉붐 뉴스, KT 위즈, LG 세이커스 뉴스, LG 트윈스, MBC 뉴스, MBC 연예, MBN, MK스포츠, NC 다이노스, OBS TV, OK저축은행 러시앤캐시, OSEN, SBS CNBC, SBS funE, SBS 뉴스, SK 나이츠 뉴스, SK와이번스, STN 스포츠, Team LoL 칼럼, The Times, TV리포트, TV조선, UFC, WKBL, YTN,</p>

연도	언론사
	<p>ZDNet Korea, 강원FC, 강원일보, 게임메카, 경향신문, 골닷컴, 골프다이제스트, 광주FC, 국민의당, 국민일보, 국회, 기자협회보, 김형준 칼럼, 김환 칼럼, 네이버스포츠, 넥센 히어로즈, 노컷뉴스, 뉴스1, 뉴스엔, 뉴스위크 한국판, 뉴시스, 대구FC, 대명 킬러웨일즈, 대전시티즌, 대한럭비협회, 대한아이스하키협회, 대한축구협회, 대한테니스협회, 대한항공 점보스, 대한핸드볼협회, 더 스파이크, 데일리e스포츠, 데일리안, 동부프로미, 동아일보, 두산 베어스, 디스이즈게임, 디스패치, 디지털데일리, 디지털타임스, 로드FC, 로이터, 롯데디자인츠, 루키, 마니아리포트, 마이데일리, 매경이코노미, 매일경제, 매일신문, 머니S, 머니투데이, 몬스터짐, 문화일보, 미디어오늘, 바스켓코리아, 베스트일레븐, 부산아이파크, 부산일보, 부천FC, 블로터, 삼성썬더스, 삼성라이온즈, 삼성화재 블루팡스, 상주상무프로축구단, 서울경제, 서울신문, 서울유나이티드, 서울이랜드, 서형욱 칼럼, 서호정 칼럼, 성남FC, 세계일보, 손대범 칼럼, 손혁 칼럼, 수원FC, 수원삼성, 스타뉴스, 스포츠경향, 스포츠동아, 스포츠서울, 스포츠월드, 스포츠조선, 스포츠타임스, 스포츠투아이, 스포탈코리아, 스포티비뉴스, 시사N, 신동아, 신화사 연합뉴스, 실업축구연맹, 씨네21, 아산무궁화프로축구단, 아시아경제, 아이뉴스24, 아이즈ize, 알베르토 몬디, 앤드류 배걸리, 옛스타일, 야큐 리포트, 엑스포츠뉴스, 엠스플뉴스, 여성신문, 연합뉴스, 연합뉴스TV, 염용근 칼럼, 영독한 기자들, 오리온스 뉴스, 오마이뉴스, 울산현대, 월간 산, 위원석 칼럼, 원터뉴스 코리아, 이데일리, 이영미 칼럼, 이은경 칼럼, 이창섭 칼럼, 이코노미스트, 이희영 칼럼, 인벤, 인천유나이티드, 인터풋볼, 일간스포츠, 일다, 입력, 전북현대, 전자신문, 점프볼, 정의당, 정책브리핑, 조선비즈, 조선일보, 조세일보, 조이뉴스24, 주간경향, 주간동아, 주간조선, 중앙SUNDAY, 중앙일보, 참세상, 채널A, 축구전문가 박문성, 코리아넷, 코리아타임스, 코리아헤럴드, 코메디닷컴, 테니스코리아, 텐아시아, 티비데일리, 파이낸셜뉴스, 팝뉴스, 포모스, 포토친구, 포포투, 포항스틸러스, 풋볼리스트, 프레시안, 프로농구연맹, 한게임 바둑, 한겨레, 한겨레21, 한경비즈니스, 한국e스포츠협회, 한국경제, 한국경제TV, 한국배구연맹, 한국일보, 한국프로골프협회, 한국프로축구연맹, 한준 칼럼, 한화 이글스, 헤럴드POP, 헤럴드경제, 헬스조선, 흥희정 칼럼</p>

주: 해당 연도에 포털에 뉴스를 공급한 이력이 남아 있는 언론사명을 모두 포함했음.

Abstract

Online News Portal Service and Changes in News Distribution

Big Data Analysis of *Naver* News in 2000-2017

Haeyeop Song

Ph.D., KAIST

Jay Yang

Manager, Fox Soft

This study analyzed 80,428,892 news articles circulated by the Naver, which is the largest online portal in South Korea, from April, 2000 to February, 2017. Naver News started an online news service from May 2000. Naver has had the greatest impact on the news distribution environment. This study classified the historical period into four categories: a) a financial newspaper centered supply, b) a diversification of news organization due to sports news monopoly, c) a wire services centered supply, d) explosion of entertainment news supply. The results show that the concentration of news is gradually decreasing. However, considerable caution must be required in interpreting the results since this study focuses on the whole of the published news, not considering the degree of exposure to the readers. It rather confirms that we need to discuss their accountability as a platform. This study suggests a description of the portal news status for future discussion.

Keywords: portal news, online journalism, news distribution, web scraping