

# KPF 미디어브리프

K P F Media Brief Webzine

## MCP 등장과 언론사 활용 가능성

전창영 | 한국언론진흥재단 선임연구위원

- ✓ MCP는 LLM과 외부 도구(데이터)를 연결해주는 새로운 프로토콜
- ✓ 오픈AI, 구글, 마이크로소프트 등 IT 기업들을 중심으로 MCP 생태계 확장될 전망
- ✓ 기자들의 데이터 분석, 개발자의 언론사 AI 플랫폼 개발을 극대화하는데 활용 가능
- ✓ 보안과 신뢰 문제를 관리하는 단계적 전략 필요



AI의 급속한 발전은 언론사에 본질적인 변화를 가져오고 있다. 오픈AI, 구글, 메타 등이 개발한 LLM(Large Language Model)은 텍스트 자동 생성, 요약, 번역, 문장 교정 등 다양한 편집 작업을 자동화할 수 있는 잠재력을 지니고 있다. 그러나 동시에 ChatGPT, 클로드(Claude) 등의 언어 모델은 최신 정보나 특정 도메인에 대한 실시간 접근성에 한계를 갖는다.

2024년 11월, AI 기업 앤트로픽(Anthropic)이 MCP를 오픈소스로 공개한 이후 새로운 변화가 불기 시작했다. MCP는 LLM과 이용자가 오랜 시간, 다양한 방식으로 상호작용할 수 있도록 돕는 오픈 프로토콜이다<sup>1)</sup>. AI 모델이 비즈니스 툴 및 소프트웨어에서 데이터를 불러와 작업할 수 있도록 지원하며, 서버를 통해 데이터를 노출하고 AI 기반 앱이 이를 활용할 수 있도록 도와준다.

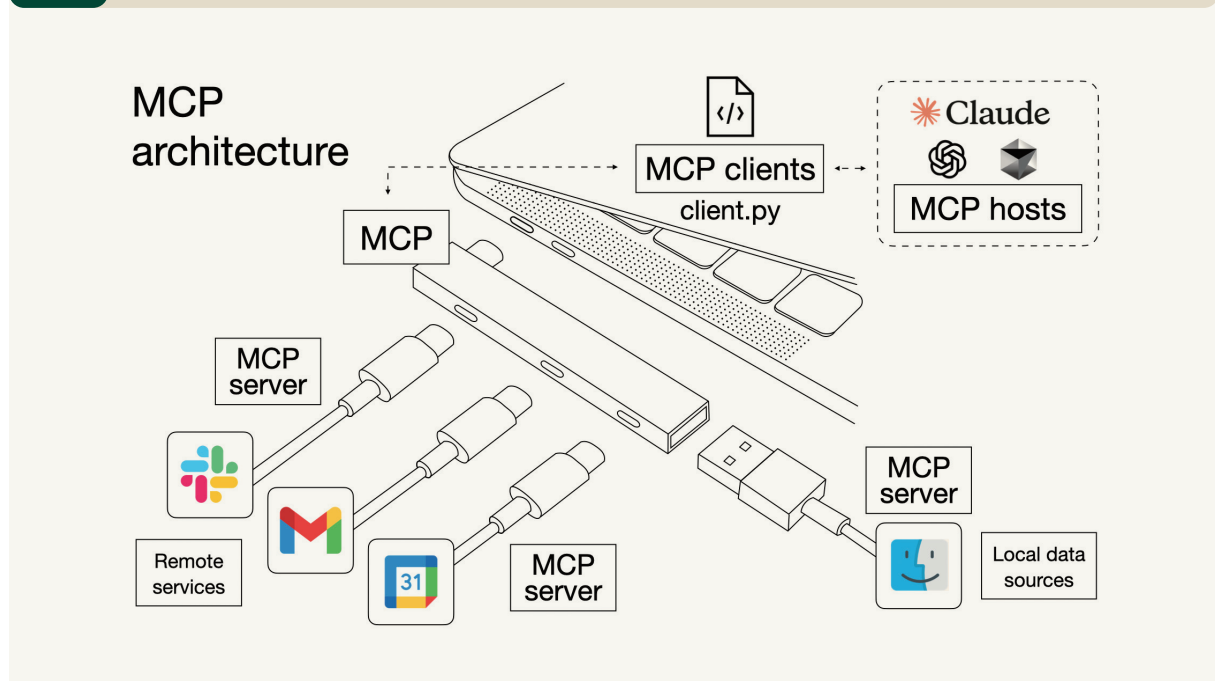
1) <https://docs.anthropic.com/ko/docs/agents-and-tools/mcp>

최근 MCP에 대한 주목이 커지는 이유는 크게 두 가지다. 첫째, AI 에이전트가 외부 데이터 및 도구들과 연동되면서 정확하고 최신의 정보를 제공할 수 있게 되었다는 점. 둘째, 다양한 AI 에이전트들이 서로 소통하기 위한 표준 기술을 마련했다는 점 때문이다. 검색증강생성(RAG)과 API 연동 등의 기술과 결합해 AI의 실시간 응답 능력 및 외부 도구 활용 능력을 혁신적으로 끌어올리는 MCP가 언론사에도 새로운 변화를 가져올 수 있을지 주목된다.

## ■ MCP, AI 모델과 데이터 툴을 연결해주는 프로토콜

기존 AI 모델은 내부적으로 훈련된 데이터를 기반으로 작동하는 경우가 많았지만 실시간 정보 활용과 동적 컨텍스트 유지가 필수적인 환경에서 한계를 보였다. 특히 LLM은 일회적 질문과 답변으로 이루어진 단편적인 구조였기 때문에 이용자 정보, 이전 작업 내용, 개인 스타일 등을 반영하기 어려웠다. 이용자는 매번 AI에게 상황을 새로 설명해야 했고, 그 과정에서 정보의 단절이 반복되었다. 이를 해결하기 위해 등장한 것이 MCP다. MCP는 AI 모델을 다양한 데이터 소스와 도구에 연결하는 표준화된 방법을 제공한다. 예를 들어, 클로드와 같은 생성형 AI가 각종 데이터베이스, AI 도구, 기타 파일 등 여러 시스템과 실시간으로 연동되어 정확하고 맥락 기반의 결과물을 생성해줄 수 있다. LLM 성능만으로는 해결할 수 없는 연결성의 한계를 구조적으로 보완해 모델과 데이터베이스를 오가며 맥락을 유지할 수 있는 AI 시스템 구조를 만들어준다.

**그림 1** MCP 핵심 개념(MCP는 구글, 허깅페이스, 슬랙 등 주요 툴을 실시간으로 연동해 즉시 사용할 수 있게 해준다)



\*출처: AI 개발자 노라 사칼(Norah Sakal) 웹페이지<sup>2)</sup>

2) <https://norahsakal.com/blog/mcp-vs-api-model-context-protocol-explained/>

MCP는 크게 MCP 호스트(hosts), MCP 클라이언트(clients), MCP 서버(server)로 구성된다. MCP 호스트는 MCP를 통해 데이터에 접근하고자 하는 프로그램들, 대표적으로 클로드 데스크탑, 챗GPT, 제미나이와 같이 이미 구현된 AI 도구 혹은 에이전트를 가리킨다. MCP 클라이언트는 호스트와 서버 사이 연결을 유지하는 라이브러리를 말하며, MCP 서버는 특정 AI 툴이나 데이터 소스의 접근을 통해 특화된 컨텍스트와 기능을 제공한다. 로컬 데이터 소스(Local data sources)는 사용자 컴퓨터에 있는 파일, 데이터베이스, 서비스 등 MCP 서버가 안전하게 접근할 수 있는 로컬 자원들을 가리킨다. 마지막으로 원격 서비스(Remote services)는 온라인 상에서 API를 통해 MCP 서버가 연결할 수 있는 외부 시스템을 말한다.

MCP는 AI 모델의 능력을 확장하고 특정 도메인 지식이나 실시간 정보 접근성을 높이는 데 효과적인 도구가 될 것으로 기대된다. 개발자들은 정교하고 안정적인 서버를 개발하고, AI 모델에 통합할 수 있는 시스템을 구축하는 데 MCP를 활용하고 있다. 언론사에서도 자체적으로 보유하고 있는 데이터베이스와 여러 아이디어를 접목한다면 더욱 강력하고 사용자 친화적인 AI 에이전트를 개발할 수 있을 것이다.

## ■ AI 기업을 중심으로 확장되는 MCP 생태계

엔트로픽이 오픈소스로 MCP를 공개한 이후, 오픈AI도 올해 3월부터 자체 프로토콜 개발을 멈추고 MCP를 도입했다. 마이크로소프트는 4월부터 깃허브, 코파일럿 스튜디오 등에서 MCP 지원을 시작했다. 특히 마이크로소프트 팀즈(Teams)는 MCP 도입을 통해 과거 대화와 미팅 결과 및 컨텍스트를 자동으로 기억하게 만들었다. 이를 통해 모임 중 정보를 반복할 필요성이 줄어들고, Outlook 및 기타 Microsoft 앱 간의 소통이 원활해지며, 과거 미팅에서 얻은 인사이트를 자동으로 꺼내올 수 있게 되었다. 한편 구글은 제미나이 소프트웨어 개발킷(SDK)과 에이전트 간 연결 기능인 A2A(Agent-to-Agent)에 MCP를 적용하겠다고 발표했다. 네이버는 독자적인 프로토콜이 아닌 표준 규약을 통해 AI 에이전트가 외부 도구나 데이터와 연결할 수 있도록 MCP를 도입하겠다고 발표했다.

이처럼 MCP는 AI 서비스 등 개발 도구와의 활발한 통합을 가져오며 주요 IT 기업들의 참여를 이끌어내고 있다. 추후 AI 기업들을 중심으로 협력이 더욱 활발해지면서 MCP 생태계가 확장될 것으로 기대된다.

**표 1** 국내외 주요 AI 기업들의 MCP 활용현황

기업	MCP 활용 현황
엔트로픽	'24년 11월, MCP 최초 발표. Claude Desktop 연동, GitHub 자동화, Block, Replit 등 다양한 기업 협업, 오픈 소스 SDK 공개
오픈AI	'25년 3월, Agents SDK에 MCP 지원. ChatGPT, Agents SDK, Responses API에 MCP 지원
구글	'25년 4월, 제미나이와 SDK에 MCP 지원. 구글 뉴스 검색 MCP 서버, 최신 모델 자체 시스템 준비. 다양한 AI 에이전트 모델 간 통신 지원하는 'A2A' 규격 발표
MS	'25년 5월, 윈도우에서 MCP 지원. MCP와 연계해 AI 에이전트를 웹사이트에 도입할 수 있는 'NL웹(Web)' 표준 오픈소스로 공개. Github, Copilot Studio, Azure AI Foundry, Semantic Kernel, Windows 11 등 자사 주요 에이전트와 프레임워크 전반에서 폭넓게 지원
네이버	'25년 4월, MCP 및 A2A 등 표준 연결 지원 계획 발표. 네이버 API MCP 서버 연동, 커머스 특화 기능, 검색·지도·뉴스 등과의 연동 기대

## ■ 언론사의 MCP 활용 가능성

### ▲ 기자의 데이터 활용을 극대화

기자들은 로컬 PC에 저장된 수많은 기사 DB를 분석에 활용할 수 있다. 이때 MCP는 LLM 모델(예: Claude, ChatGPT 등)과 로컬 DB를 손쉽게 빠르게 연결해줄 수 있다. 예를 들어, 특정 언론사의 기사 데이터를 로컬 DB로 구축해 둔 기자가 MCP를 통해 AI 에이전트와 데이터를 연결해 “특정 이슈 혹은 특정 인물이 언급된 지난 10년 간 뉴스를 분야별로 정리해줘”라고 요청하면, MCP는 규정된 API 형식에 따라 DB를 조회하고 그 결과를 바탕으로 요약 정리를 제공한다. 이는 취재 전 아이디어 탐색이나 기사 작성 전 편집국 회의용 브리핑 자료 작성 등 뉴스룸 업무에 실질적인 도움을 줄 수 있다.

### ▲ 편집국 영상·이미지 제작에 유용

MCP는 로컬 앱(예: 포토샵, 블렌더, 피그마 등)과의 연결을 지원하고, 연동된 앱을 활용해서 콘텐츠 제작의 자동화를 실현할 수 있다. 예를 들어, 몇 줄만의 프롬프트만으로 포토샵에서 이미지를 생성하고, 프리미어 프로에서 자동으로 슬라이드 영상으로 편집하는 작업이 가능해진다. 영상 뉴스나 SNS 콘텐츠를 제작하는 디지털 편집팀, 멀티미디어 부서에 유용하게 활용할 수 있다.

### ▲ 속보 및 단독 검색 자동화 가능성

브라우저 자동화 MCP를 활용하면 ‘속보’ 및 ‘단독’ 키워드 기반의 웹 크롤링 작업을 자동화할 수 있다. 이는 기자들이 반복적으로 수행하던 단순 정보 수집 업무를 대신 수행해준다. 예를 들어 “이슈가 된 인물 이름으로 검색해 관련 보도가 나왔는지 확인해줘”와 같은 작업을 자동화하여, 보다 심층적이고 분석 중심적인 취재 활동에 집중할 수 있는 환경을 마련할 수 있다.

### ▲ 개발자 업무 효율화

개발자 입장에서 MCP는 매력적이다. 예를 들어, 로컬 DB와 AI 모델을 연결하면 실험적인 뉴스 서비스나 데이터 기반 AI를 빠르게 개발할 수 있다. 특히 동시에 여러 AI 에이전트를 붙여서 테스트할 수 있기 때문에 언론사 AI 플랫폼 성능을 극대화할 수 있다. 뉴스 서비스의 실험적 프로토타입 개발, 구독자 맞춤형 Q&A 챗봇 등을 실험하고 상용화하는 과정에서 효율성과 민첩성을 높일 수 있다.

### ▲ 보안과 신뢰 중요

MCP는 로컬에 설치되는 경우 외에도 스미더리(Smithery.ai)나 펄스 MCP(Pulse MCP), 깃허브 레파지토리(Github repository) 등 온라인 상에서 누구나 액세스할 수 있다. 문제는 검증되지 않은 MCP 서버를 통해 오류가 발생하거나 왜곡이 일어날 수 있다는 데 있다. 예를 들어, 네이버 등 뉴스 포털이 자신의 MCP 서버를 제공하면서 뉴스 노출 시 특정 언론사에 더 높은 가중치를 부여하는 방식으로 이용자들의 뉴스 접근에 왜곡

을 가져올 수 있는 것이다. AI 에이전트가 MCP와 상호작용하는 과정에서 정보 왜곡이 일어나지 않도록, 또한 그 과정에서 발생하는 상업적 이해관계를 이용자에게 투명하게 공개할 수 있도록 단계적인 전략 마련이 함께 필요하다.

## ■ MCP가 만드는 언론사의 기회와 위기

### ▲ 언론 생태계 패러다임의 변화

MCP를 기반으로 한 AI 에이전트가 주도하는 생태계가 확산될 경우, 이용자들은 점점 포털이나 뉴스 플랫폼 대신 AI 앱을 통해 뉴스, 정보, 서비스에 접근하게 될 수도 있다. 이 과정에서 언론사가 콘텐츠를 직접 유통·노출하는 주체로서의 지위가 약화될 수도 있으며, 이는 언론 생태계 전반에 있어서 구조적 패러다임의 변화를 가져올 수 있다. 언론사에게는 복잡한 기술과 소비 환경 가운데 기회이면서 위기가 될 수도 있다.

### ▲ AI 에이전트 시대를 여는 핵심 인프라

MCP는 단순한 기술적 연결 프로토콜을 넘어서 AI 에이전트가 외부 도구 및 데이터와 상호작용할 수 있는 기반을 제공한다. 지금까지와 다른 새로운 이용자 경험을 가능하게 하며 인간-기계 간의 협업 구조를 AI 중심으로 재편하는 중요한 발판이 될 것이다.

### ▲ 언론사의 적응 전략 중요

작년 11월 앤트로픽의 MCP 발표 이후 오픈AI, 구글, 마이크로소프트 등 많은 AI 기업들은 자체 프로토콜을 개선하는 것보다 MCP를 채택하는 방향으로 전환하고 있다. 오픈AI, 구글 등 테크 선도 기업들이 경쟁사의 기술인 MCP를 채택하거나 보완 프로토콜(A2A 등)을 개발하는 이유는 명확하다. MCP가 단순한 기술을 넘어 표준 규약으로 기능하고 있기에 여기에 발빠르게 적응하기 위함이다. 국내외 주요 언론사들 역시 생성형 AI에 대해 자체 LLM을 개발하기보다는 유연하게 적응하고 적용하는 전략을 선택하고 있다. 이는 전례없는 기술 발전 속도에 적응하는 능력이 중요해졌음을 시사한다.

MCP는 언론 현장의 다양한 업무 흐름과 디지털 콘텐츠 생산에 자연스럽게 융합될 수 있는 기술이다. 데이터 분석, 콘텐츠 제작, 시스템 자동화, 개발 테스트 환경 구축 등 기자와 개발자의 생산성과 창의력을 높이는 도구로서 분명한 활용 가능성을 갖고 있다. 그러나 상용화 및 조직 차원의 도입을 위해서는 보안과 권한 관리 체계의 정비가 반드시 뒤따라야 한다. 이를 고려한다면 MCP는 언론사가 생성형 AI를 본격적으로 활용하는 데 중요한 전환점이 될 수 있을 것이다.

2025년  
6호

# KPF 미디어브리프

K P F M e d i a B r i e f W e b z i n e

발행인 김효재

편집인 남정호

기 획 한국언론진흥재단 미디어연구센터

발행일 2025년 6월 26일

## 한국언론진흥재단 미디어연구센터

04520 서울특별시 중구 세종대로 124 프레스센터빌딩 13층

전화 (02) 2001-7699 팩스 (02) 2001-7740

[www.kpf.or.kr](http://www.kpf.or.kr)

## 편집 (주)나눔커뮤니케이션

04034 서울특별시 마포구 잔다리로7길 16 교평빌딩 304호

전화 (02) 333-7136 팩스 (02) 333-7146

©한국언론진흥재단 미디어연구센터 2025

〈KPF미디어브리프〉는 한국언론진흥재단의 정부광고 수수료로 제작되었습니다.

자세한 내용은 QR코드를 통해 확인해 주세요.

