

인공지능 알고리즘의 뉴스 배열 더 신뢰한다 70%

이용자들, 모바일 뉴스 소비패턴에 큰 변화없어



네이버가 모바일 뉴스를 개편한지 6개월이 지난 후, 이용자들은 사람에 의한 뉴스 배열보다는 인공지능을 더 신뢰하고 있으며, 포털 뉴스홈에 접속해 분야별 뉴스를 검색하는 방식의 소비패턴은 크게 달라지지 않은 것으로 나타났다.

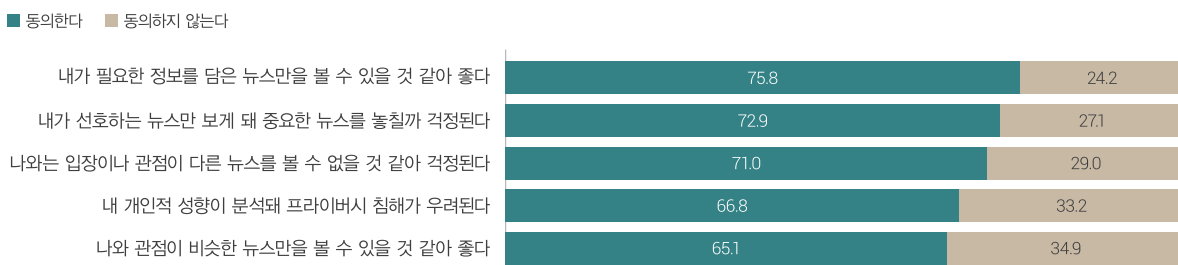
한국언론진흥재단 미디어센터가 발표한 “포털 등의 알고리즘 배열 전환 이후 모바일 뉴스 이용행태”에 따르면 언론인이나 편집자 등 전문적인 사람에 의한 뉴스 배열보

다는 인공지능 알고리즘의 기사 배열을 더 신뢰한다는 응답이 70%로 조사됐다. 네이버, 다음, 구글, 유튜브 등 주요 플랫폼들은 이용자의 뉴스 이용 데이터를 인공지능 알고리즘에 따라 자동으로 수집해 맞춤형 뉴스를 추천해주는 뉴스 서비스를 제공하고 있다.

인공지능 뉴스 배열에 대해 이용자의 평가가 양립하는 모습을 보였는데 ‘내가 필요한 정보를 담은 뉴스만을 볼 수 있어 좋다’는데 75.8%가 동의한 반면, ‘내가 선호하

〈그림 1〉 알고리즘에 의한 개인 맞춤형 뉴스 배열에 대한 인식

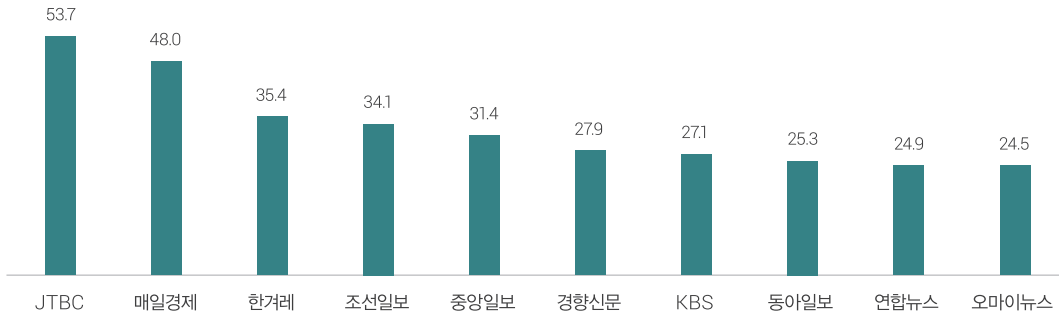
(단위 : %)



* 자료 : 한국언론진흥재단 미디어연구센터

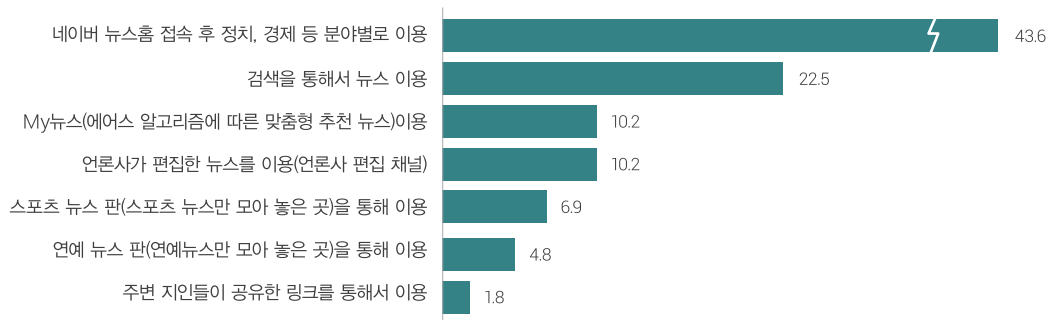
〈그림 2〉 네이버 뉴스 언론사 편집 채널 이용자들이 답한 구독 비율 상위 10개 언론사

(단위 : %)



〈그림 3〉 개편 이후 모바일에서 네이버 뉴스를 주로 이용하는 방식

(단위 : %)



* 자료 : 한국언론진흥재단 미디어연구센터

는 뉴스만 보여 중요한 뉴스를 놓칠까 걱정된다'는 응답도 72.9%에 달했다.

또한 네이버가 지난 4월 뉴스 편집을 알고리즘으로 전환하고 난 후, 본인이 직접 언론사 편집 채널 구독을 해본 경험이 23.9%에 그쳐 네이버의 모바일 구독 서비스가 크게 호응을 얻지는 못하는 것으로 조사됐다. 구독 경험이 있는 이용자들을 대상으로 구독 언론사를 물어본 결과는 JTBC가 57.3%로 가장 높았으며, 매일경제(48.0%), 한겨레(35.4%), 조선일보(34.1%) 순으로 나타났다.

네이버의 모바일 뉴스 개편 이후 뉴스 이용에 대해 이용자들은 '별 차이를 모르겠다'가 49.3%로 절반 가까이를 차지했지만, 전보다 뉴스 이용이 더 불편해졌다는 응답이 38.3%(많이 불편해졌다 14.6% + 약간 불편해졌다 23.8%)로 나타났다. 연령별로 살펴보면 60대 이상의 경우 전보다 불편해졌다고 응답한 비율이 52.5%로 전 연령대 중 유일하게 절반을 넘었다.

개편 이후 모바일에서 네이버 뉴스를 이용하는 방식에 대해 개편 전과 비슷하게 모바일에서 주로 네이버 뉴스함에 접속 한 후 정치, 경제 등 분야별로 이용한다는 응답이 43.6%로 가장 높았으며, 주로 검색을 통해서 뉴스를 이용한다는 응답이 22.5%로 조사됐다.

오세욱 선임연구위원은 "이번 조사에서 네이버는 개편 이후에도 여전히 뉴스 이용의 중심적인 역할을 하고 있지만 전반적으로 이용이 불편해졌다는 평가가 많았으며, 개편 핵심 서비스였던 언론사 편집채널과 MY뉴스 비율이 그리 높지 않은 것으로 조사돼, 이용자들이 뉴스 이용은 전과 크게 바뀌지 않았다"고 봤다.

이번 조사는 지난 8월 16일부터 20일까지 스마트폰, 태블릿 등 모바일로 인터넷에 접속한 경험이 있는 20살 이상 성인남녀 1,000명을 대상으로 온라인 설문 방식으로 실시했다. **K A A**

이순임 lee.soonim@gmail.com