

국민 54% 유튜브로 뉴스 본다

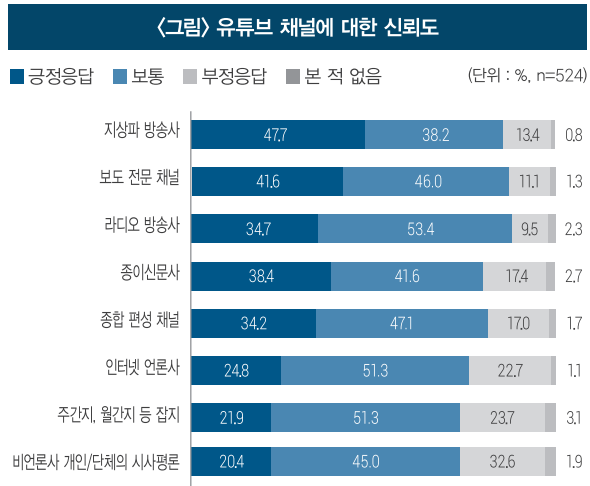


유튜브는 전 국민의 95%가 이용하는 온라인 서비스로 콘텐츠 유통의 주류가 됐다. 언론사들도 새로운 시장의 확보 및 수익 창출을 목적으로 유튜브를 적극 활용하고 있다.

한국언론진흥재단의 '유튜브 추천 알고리즘과 저널리즘' 연구보고서는 작년 9월 23일부터 9월 29일까지 성인 남녀 1,050명을 대상으로 유튜브 이용자 조사를 실시한 결과, '유튜브로 뉴스를 보는 이용자가 전 국민의 54%로 절반을 넘겼다'고 밝혔다.

유튜브 이용한다고 답한 응답자 중에서 56.6%는 뉴스를 보는 것으로 나타났다. 그 중 매일 유튜브를 통해 뉴스를 시청하는 이용자는 35.6%인 것으로 나타났다. 보고서는 편의성, 다양성, 신속성과 같은 장점이 유튜브 뉴스를 이용하게 한다고 설명했다.

유튜브에서 이용하는 뉴스의 출처는 전통언론사 채널과 비언론사 채널이 같은 수준이었다. 기존 언론사의 유튜브 뉴스 채널에 대한 신뢰도를 묻는 질문에는 지상파 방송사가 47.7%, 보도 전문 채널이 41.6%, 종이신문사가 38.4%, 라디오 방송사가 34.7%, 종합편성채널이 34.2%였다. 그런데 종이신문사의 경우는 신뢰하지 않는다는 응답이 17.4%로 라디오 방송사(9.5%)보다 높았다.



유튜브 통해 뉴스 보지만 신뢰는 안해

인터넷 언론사의 유튜브 채널을 신뢰한다는 응답은 24.8%, 신뢰하지 않는다는 응답은 22.7%로 비슷한 수준이었다. 보고서는 유튜브 뉴스의 보도 범위, 전문성, 정확성, 신뢰도에 대한 평가는 전반적으로 부정적으로 나타났는데, 유튜브 뉴스가 기존 뉴스 이용 방식을 대체하기보다는 보조적인 수단이 되고 있다고 설명했다.

한편 보고서는 언론사가 유튜브를 효율적으로 활용하기 위한 체크리스트로 △로고와 배너를 명확하게 인지시켜라 △채널 이름을 수시로 바꾸지 말라 △1~3분 정도의 채널 소개 영상을 만들라 △사용자들끼리 대화하도록 만들라 △자동생성보다 직접 제작한 썸네일(미리보기 이미지)이 성과가 높다 △검색이 쉬운 제목을 달고, 제목과 설명문이 겹쳐야 최적화에 유리하다 △태그는 검색이 될 만한 인기 키워드로 달고, 최대 10개를 넘기지 마라 △라이브의 경우 종료 후 하이라이트를 제공해 콘텐츠 접근성을 높여라 △뉴스에 대한 시청자 의견 투표로 시청자와 상호작용하라 등을 제시했다. 아울러 무엇보다 중요한 것은 브랜드 관리와 노출의 중요성, 이용자의 시청 지속성, 그리고 고정 이용자 확보를 명심해야 한다고 조언했다.



이수지 susie@kaa.or.kr