

네이버에서 구독하고 싶은 언론사는 3~4개

한국언론진흥재단, 네이버 뉴스 서비스 개편안에 대한 인식조사

네이버 이용자들이 네이버에서 구독하고 싶은 언론사는 3~4개라는 조사가 발표돼 이목이 집중되고 있다.

한국언론진흥재단 미디어연구센터(이하 언론재단)는 네이버 실시간 검색어 참조 여부, 기사 배열 알고리즘에 대한 인식, 네이버 '채널' 서비스에서 언론사 구독 의견 등에 대해 국민이 어떤 생각을 하는지 조사했다.

응답자들은 중복응답을 통해 구독할 의향이 있는 언론사 3천691개를 선택해 1인 평균 3.59개 언론사를 구독하겠다는 뜻을 내비쳤다. 또 전체 응답자 중 1개 언론사만 구독하겠다고 한 비율이 전체 38.7%로 가장 많았다.

복수응답으로 선택된 3천691개 언론사를 유형별로 보면 방송사(9개사)가 41.2%를 차지해 가장 높은 비율을 차지했고 전국종합일간지(10개사) 22.6%, 경제지(7개사) 12.0%, 인터넷신문(13개사) 7.8%로 뒤를 이었다.

언론재단은 “기존 환경에서는 개별 기사 단위로 트래픽 확보를 위한 경쟁이 이뤄졌다면, '채널' 서비스 중심 환경에서는 언론사 브랜드 중심의 뉴스 이용 환경이 예상된다”며 “따라서 언론사들은 기사 품질 차별화를 통

한 구독자 확보 전략 추진이 필요하다”고 평가했다.

네이버는 '채널' 서비스 외에 자체 인공지능 알고리즘 '에어스(AiRS)'를 기반으로 한 추천 뉴스 페이지를 선보이고 있다.

이에 언론재단은 기사배열 알고리즘에 대한 인식조사도 함께 실시했다. 그 결과, 응답자들은 기사배열 알고리즘 요인 중 가장 중요하게 생각하는 점으로는 '여론조사를 통한 언론사 평판'(61.0%)을 꼽았고 이어 '기사의 속보성'(51.8%), '기사의 등장인물과 장소 실명사용 여부'(44.9%) 순이었다.

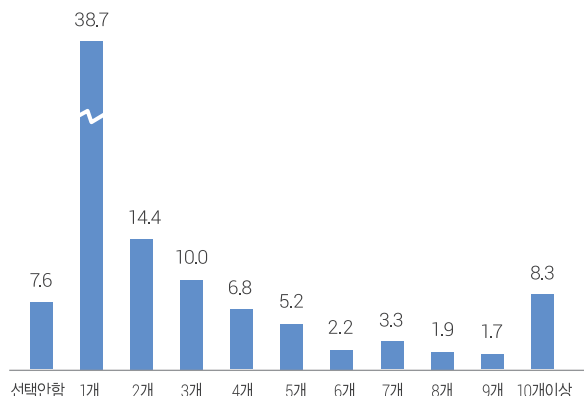
이 외에도 언론재단은 포털 실시간 검색어와 실제 포털 뉴스 서비스 이용 간에 영향력을 조사, 응답자의 69.5%가 실시간 검색어를 보고 뉴스를 이용하고 있다는 결과를 전했다.

이번 조사는 지난 7월 18~27일 전국 성인 남녀 1027명을 대상으로 온라인상에서 이뤄졌으며, 표본오차는 95% 신뢰수준에서 ±3.0% 포인트다. **KAA**

유재형 yoojh1999@kaa.or.kr

〈표 1〉 네이버 채널 서비스 언론사 구독 의향

(단위 : %, n=1,027)



※ 자료 : 한국언론진흥재단 미디어연구센터 온라인 설문조사(2018년 7월 18~22일)

〈표 2〉 언론사 유형별 네이버 채널 서비스 언론사 구독 의향

(단위 : %, n=1,027)

