

한국리서치 주간리포트(제36호)

여론속의 여輿론論

기획: 로봇 저널리즘과 기자의 역할 변화

2019. 07. 12

담당자 이동한 과장

전화 | 02-3014-1060

e-mail | dhlee@hrc.co.kr

한국리서치 주간리포트

- 한국리서치가 기획하고 운영하는 자체 조사입니다.
- 격주로 시행하는 정기조사입니다.
- 특정 의제를 다각도로 조사하고 분석하는 심층 여론조사입니다.
여론의 현상과 함께 흐름을 추적하고, 여론 속의 민심을 파악하고자 합니다.
- 정기지표-기획조사 등으로 구성합니다.
- 정기지표는 국가, 사회, 개인과 관련한 국민들의 인식 추이를 제시합니다.
- 기획조사는 한국리서치 연구원이 기획하고 분석합니다. 주제에 따라 외부 전문가와 함께 기획하고 분석 및 보도를 함으로써, 여론에 대한 심층적인 이해를 돕고자 합니다.
- 궁금하신 사항은 아래 에디터들에게 문의하여 주십시오.

운영책임

정한울 전문위원

전화 | 02-3014-1057
e-mail | hw.jeong@hrc.co.kr

조사실무

오승호 부장

전화 | 02-3014-0167
e-mail | shoh@hrc.co.kr

이동한 과장

전화 | 02-3014-1060
e-mail | dhlee@hrc.co.kr

구정태 연구원

전화 | 02-3014-1040
e-mail | jtkoo@hrc.co.kr



기획조사 : 로봇 저널리즘과 기자의 역할 변화

- 4차 산업혁명은 다양한 직종에 영향을 주고 있다. 별다른 영향을 받지 않을 것 같은, 고도의 전문성과 노하우가 필요한 직종도 4차 산업혁명의 영향력에서 자유롭지 않다. 그 중 하나가 바로 기자이다. 인공지능(AI) 기술은 주어진 데이터를 미리 짜놓은 알고리즘으로 해석해, 그럴 듯한 기사로 만들어내는 단계에까지 이르렀다. 특히 수치 변동이 핵심이고, 심층적인 분석보다는 단순 사실 나열이 주가 되는 주식, 비트코인, 스포츠 결과 등에서는 이미 인공지능이 다량의 기사를 양산해 내고 있다. 컴퓨터 프로그램으로 생산해 낸 기사를 지칭하는 알고리즘 저널리즘, 로봇 저널리즘이라는 단어가 생겨났을 정도이다.
- 기술이 점차 발전함에 따라 인공지능이 쓴 기사의 양은 점차 늘어나고, 다루는 주제도 점차 확대될 것은 분명하다. 대중은 거부감 없이 이 변화를 받아들일 수 있을까? 그리고 기자의 역할은 어떻게 변하게 될까? 이번 정기조사에서는 이 질문에 대한 답을 찾아보고자 하였다.
- 인공지능이 쓴 기사나 언론보도를 읽은 경험은 아직까지는 많지 않은 것으로 나타났다. 전체 응답자의 15%만이 인공지능이 쓴 기사를 본 경험이 있다고 답했다.
- 인공지능 작성 기사가 늘어나는 것에 대해서는 바람직하지 않다는 의견이 바람직하다는 의견보다 더 많았지만, 인공지능이 쓴 기사가 기자가 쓴 기사보다 중립성, 신뢰도, 정확성 등 여러 면에서 더 낫다는 의견을 보였다. 기자가 인공지능보다 앞서서 항목은 사람에 대한 이해와 재미 뿐이었다.
- 인공지능 작성 기사가 기자 작성 기사보다 여러 면에서 더 낫다는 인식은, 같은 주제를 다룬 기자의 기사와 인공지능의 기사 중 어떤 기사를 볼지 묻는 질문에서도 잘 드러난다. 기자가 쓴 기사와 인공지능이 쓴 기사가 같이 있다면 어느 쪽 기사를 볼지 묻는 질문에 선거, 정치, 경제분야는 인공지능이 쓴 기사를 보겠다는 응답이 높았다. 스포츠, 연예, 문화 분야에서도 기자가 쓴 기사를 보겠다는 응답은 인공지능이 쓴 기사를 보겠다는 응답을 크게 앞서지 못했다.
- 인공지능의 기사 작성이 기자의 업무를 돕는다는 의견이 기자의 업무를 빼앗는다는 의견보다 우세하였다. 반면, 인공지능의 기사 작성이 늘어날수록 기자의 역할이 줄어들 것이라는 데에는 과반 이상이 공감하였다. 인공지능 기사 작성이 늘어날수록 다양한 정보가 많이 생산·유통된다는 의견, 가치있는 정보가 많이 생산·유통된다는 의견에도 응답자 절반이 공감하였다.

1

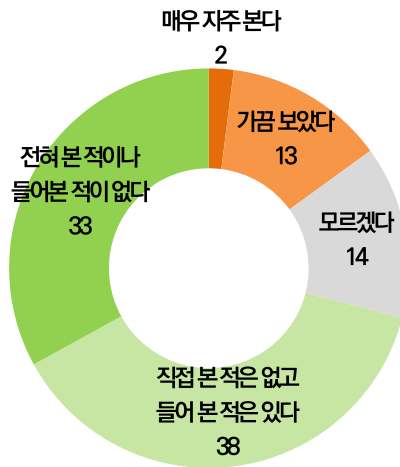
인공지능 작성 기사를 읽어본 경험

인공지능 작성 기사 본 경험 있다 15%

인공지능이 쓴 기사나 언론보도를 읽은 경험은 아직까지는 많지 않은 것으로 나타났다. 매우 자주 보았다는 응답은 2%, 가끔 보았다는 응답은 13%로, 전체 응답자의 15%만이 인공지능이 쓴 기사를 본 경험이 있다고 답했다.

Q 사람이 아니라, 인공지능(AI)이 자동으로 작성한 기사나 언론보도를 읽어보신 적이 있으십니까?

(단위 : %)

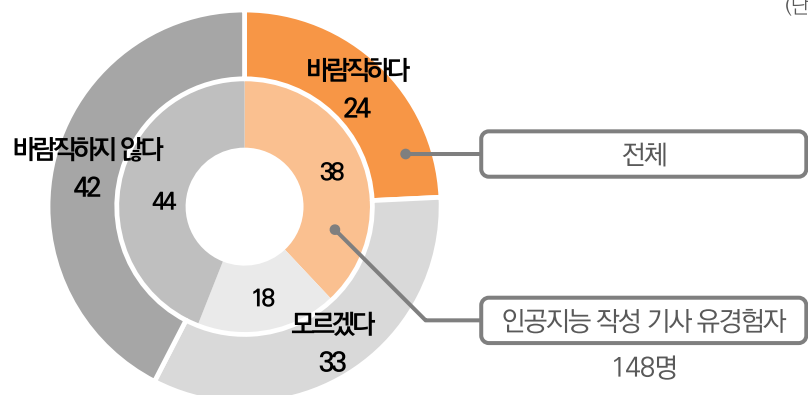


인공지능 작성 기사 증가 바람직하지 않다 42%

인공지능 작성 기사가 늘어나는 것에 대해서는 바람직하지 않다는 의견(42%)이 바람직하다는 의견(24%)보다 더 많았다. 하지만 인공지능이 쓴 기사를 아직 접해보지 못한 사람이 다수라는 점을 반영하듯, 잘 모르겠다라는 응답도 33%를 차지하였다. 인공지능 작성 기사를 접해본 경험이 있는 응답자는 바람직하다는 응답이 38%로, 전체 평균보다 높았다.

Q 최근 인공지능(AI)이 작성한 스포츠 경기 결과, 증시 현황, 비트코인 거래 현황 기사들이 등장하고 있습니다. 인공지능이 작성한 언론 기사가 늘어나는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

(단위 : %)



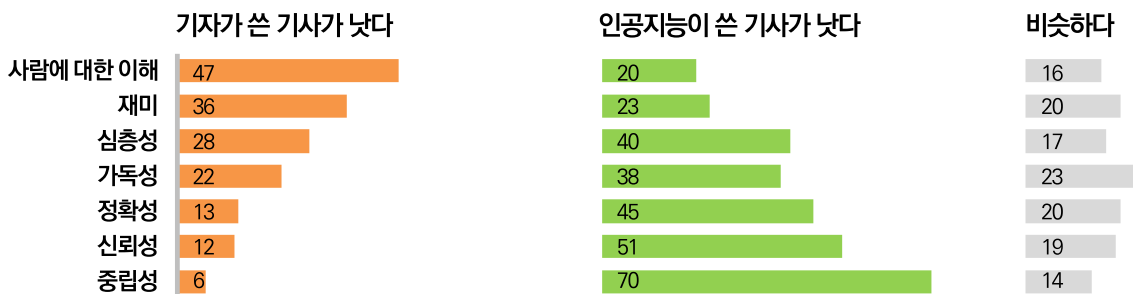
2 기자 작성 기사와 인공지능 작성 기사 비교

중립성, 신뢰도 등 5개 항목에서 인공지능 작성 기사가 더 낫다는 평가 기자 작성 기사가 나은 항목은 사람에 대한 이해와 재미

인공지능 작성 기사 증가가 바람직하지는 않다는 의견과는 달리, 인공지능이 쓴 기사가 기자가 쓴 기사보다 여러 면에서 더 낫다는 평가였다. 중립성(인공지능 70%, 기자 6%)을 필두로 신뢰도(인공지능 51%, 기자 12%), 정확성(인공지능 45%, 기자 13%), 심층성(인공지능 40%, 기자 28%), 가독성(인공지능 38%, 기자 22%) 등의 항목에서 인공지능이 쓴 기사가 기자가 쓴 기사보다 더 낫다고 평가하였다. 기자가 인공지능보다 앞서는 항목은 사람에 대한 이해(기자 47%, 인공지능 20%)와 재미(기자 36%, 인공지능 23%) 뿐이었다.

Q 질문: 기자가 작성한 기사에 비해 인공지능이 작성한 기사는 어떠할 것으로 보십니까?

(단위 : %)

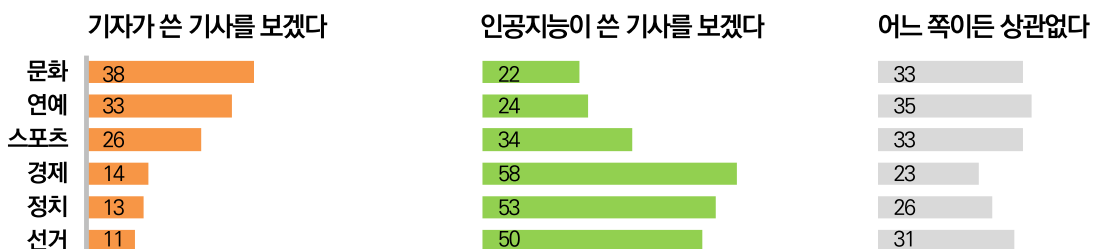


경제, 정치, 선거 분야 기사, 인공지능이 작성한 기사 읽겠다 과반 이상

인공지능 작성 기사가 기자 작성 기사보다 여러 면에서 더 낫다는 인식은, 같은 주제를 다룬 기자의 기사와 인공지능의 기사 중 어떤 기사를 볼지 묻는 질문에서도 잘 드러난다. 기자가 쓴 기사와 인공지능이 쓴 기사가 같이 있다면 어느 쪽 기사를 볼지 묻는 질문에 선거(인공지능 50%, 기자 11%), 정치(인공지능 53%, 기자 13%)분야 모두 인공지능이 쓴 기사를 보겠다는 응답이 기자의 기사를 보겠다는 응답을 앞섰고, 경제분야에서는 인공지능이 쓴 기사를 보겠다는 응답이 58%까지 높아졌다. 스포츠, 연예, 문화 분야는 재미와 사람에 대한 이해 등 기자가 강점을 갖는 주제임에도 불구하고, 기자가 쓴 기사를 보겠다는 응답은 인공지능이 쓴 기사를 보겠다는 응답을 크게 앞서지 못했다.

Q 다음 각 영역의 같은 주제에 대해 기자가 쓴 기사와 인공지능이 쓴 기사가 같이 있다면 어느 쪽 기사를 보시겠습니까?

(단위 : %)



3 기자의 역할과 정보의 양적·질적 확대

기자의 역할 줄어든다 54%

인공지능 작성 기사 증가가 정보의 질적·양적 확대로 이어진다는 의견엔 과반 동의

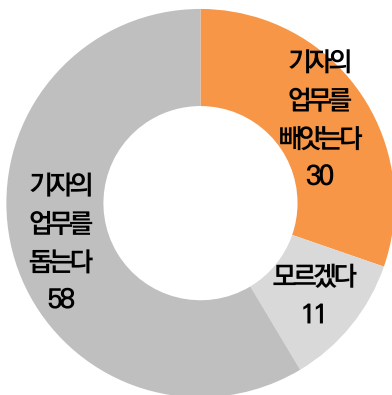
인공지능의 기사 작성이 기자의 업무를 돕는다는 의견이 58%로, 기자의 업무를 빼앗는다는 의견보다 우세하였다. 반면, 인공지능의 기사 작성이 늘어날수록 기자의 역할이 줄어들 것이라는 데에는 54%가 공감하였다. 인공지능이 기사를 완전히 대체하지는 못하겠지만, 기자의 역할을 일정부분 대신할 것으로 보는 시선이 우세하였다.

인공지능 기사 작성이 늘어날수록 다양한 정보가 많이 생산·유통된다는 의견에는 52%가, 가치있는 정보가 많이 생산·유통된다는 의견에는 51%가 동의하였다. 과반 이상이 인공지능의 기사 작성이 정보의 질적·양적 확대로 이어질 것이라 기대하고 있었다.

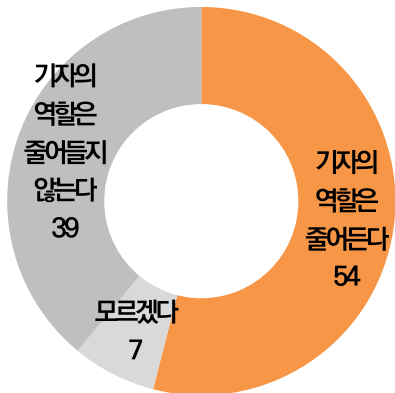
Q 다음 중 어느 입장에 더 가까우십니까?

(단위 : %)

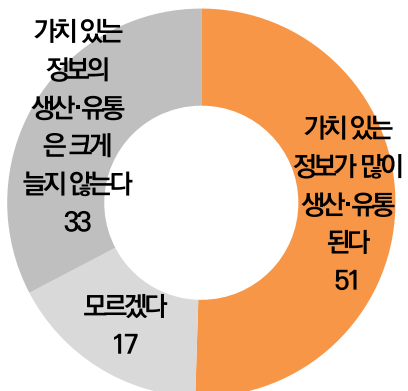
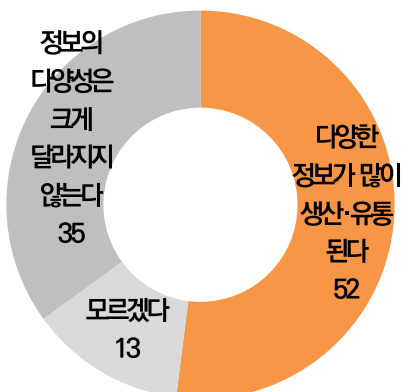
인공지능 기사 작성은



인공지능 기사 작성이 늘어날수록



인공지능 기사 작성이 늘어날수록



조사개요

구분	내용
모집단	• 전국의 만19세 이상 성인남녀
표집틀	• 한국리서치 MS 패널(2019년 4월 기준 약 44만명)
표집방법	• 지역별, 성별, 연령별, 학력별 비례할당추출
표본크기	• 1,000명
표본오차	• 무작위추출을 전제할 경우, 95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차는 $\pm 3.1\%p$
조사방법	• 웹조사(휴대전화 문자와 이메일을 통해 url 발송)
가중치 부여방식	• 지역별, 성별, 연령별 가중치 부여(림가중) (2019년 2월 행정안전부 발표 주민등록 인구 기준)
응답율	• 조사요청 7,105명, 조사참여 1,228명, 조사완료 1,000명 (요청대비 14.1%, 참여대비 81.4%)
조사일시	• 2019년 6월 28일 ~ 7월 1일
조사기관	• (주)한국리서치(대표이사 노익상)

한국리서치 주간리포트

여론속의 여輿론論

40 YEARS Hankook Research

