

“로봇기자는 팩트 전달 기사, 사람기자는 분석 기사 생산하면 윈윈”

안상선 엠로보 대표

입력 2020-04-07 04:07



디지털 시대에 로봇 저널리즘은 매력적 분야로 주목을 받는다. 빠른 속도와 정확성뿐 아니라 기사의 가독성 측면에서도 ‘사람 기자’가 쓴 기사와 큰 차이를 보이지 않는다는 평가가 나올 정도다.

국민일보에서 증권 기사를 생산하는 스톡봇 역시 가독성을 높이는 차원에서 기사 문장을 단순명료하게 구성하고, 그래픽과 차트를 이용한 시각화에 신경을 썼다. 스톡봇을 개발한 엠로보는 2016년 한 경제신문의 사내벤처로 출발한 뒤 알고리즘 기반 투자정보를 제공하는 스타트업으로 거듭났다. 엠로보의 안상선(사진) 대표는 6일 “가독성을 떨어뜨리는 추세선보다 실제 확정된 값인 증가만 주가 차트에 보이도록 해 읽기 편하도록 했다”고 설명했다. 로봇 기사를 공급하는 업계에서는 ‘읽히는 기사’를 만들어야 한다는 공감대가 형성돼 있다고 안 대표는 덧붙였다.

증권, 야구·축구, 날씨 등 로봇 기사의 영역은 확장되고 있다. 하지만 단신성 기사가 대부분이라 활용도가 떨어진다는 지적은 여전하다. 안 대표는 “아직 단독으로 활용하기에는 로봇 기사의 용도나 범위가 제한적”이라고 인정했다. 다만 “팩트를 빠르게 전달해야 하는 기사는 로봇 기자에게 맡기고, 사람 기자들은 사건의 배경이나 심층 분석에 집중하는 기사를 생산한다면 서로 윈-윈하는 효과가 날 것”이라고 전망했다.

안 대표는 앞으로 언론사 제작시스템에서 ‘협업’이 강조될수록 로봇 기자 역할이 더 커질 것으로 내다봤다. 그는 “기자과 디자이너, 개발자가 협업해 콘텐츠를 생산하려면 사용자가 원하는 작업을 쉽고 간편하게 구현할 수 있는 클라우드 환경이 마련돼야 한다”며 “방대한 데이터베이스 내에서 데이터 분류·검색이 가능한 로봇은 기자들의 조력자 역할을 할 수 있을 것”이라고 강조했다.

백상진 기자

