

인터넷 신문 이용의 영향 요인 연구

이은미*

(방송위원회 연구조사부장)

인터넷 신문 이용자들의 신문 사이트 이용동기는 정보성, 편의성, 경제성 크게 3가지 요인으로 나타났다. 정보성과 편의성은 인터넷 신문의 상호작용적 특성과 관련된 이용동기였다. 인터넷 신문 이용 습관은 능동적 활용형, 뉴스추구형, 정보추구형 3가지로 분류되었다. 정보성 동기는 능동적 활용형에, 편의성 동기는 뉴스 추구형 습관형성과 밀접한 관계가 있는 것으로 나타났다. 정보성 동기는 정보적 내용의 이용에, 경제성 요인은 오락적 내용의 이용에 영향을 많이 주는 것으로 나타났으며, 인터넷과 신문을 많이 이용할수록, 정보와 보도내용을 많이 이용할수록, 능동적이고 뉴스를 많이 추구할수록 인터넷 신문 이용량이 많아지는 것으로 나타났다.

키워드 : 인터넷 신문 이용동기, 이용습관, 상호작용적 특성

1. 연구배경

역사상 인터넷만큼 빠른 시간 내에 사회전역에 보급된 매체는 없었다. 인터넷은 개인들의 작업, 휴식, 여행, 쇼핑 등 일상생활의 변화는 물론 개인들간의 의사소통방식에도 일대 변화를 가져왔다. 인터넷은 이미 사회의 주류 매체로 자리잡아 엄청난 언론환경의 변화를 촉발하고 있다. 인터넷 환경은 인터넷 신문, 인터넷 방송 등 새로운 매체를 등장시켰는가 하면 새로운 환경에 맞게끔 언론의 역할을 새롭게 요구하고 있다. 온라인 신문, 인터넷 특히 인터넷상의 언론 행태, 온라인 저널리즘 또는 인터넷 뉴스의 등장은

* lemee@unitel.co.kr

가장 가시적인 변화중의 하나이다. 인터넷 신문, 인터넷 잡지 등 인터넷 매체가 주요 언론기관으로 부각하고 있으며, 기존의 신문사들도 인터넷을 통한 온라인 서비스에 주력하고 있다.

온라인 저널리즘은 가상공간에서 혹은 가상공간을 이용하여 회견이나 정보를 교환, 분배, 전달하는 행위로(윤영철, 2001), 넓은 의미에서 인터넷을 통한 취재, 인터넷상에 나타나는 새로운 형태의 뉴스 서비스, 그리고 더 나아가서는 뉴스그룹 서비스나 게시판, 그리고 공공문제를 다루는 토론방과 같이 정보공간에서 일어나는 교환행위까지 포함한다. 그러나 좀 더 전문적인 저널리즘 영역에 초점을 맞추면 온라인 저널리즘의 개념은 '온라인을 통해 뉴스를 매개하는 조직 또는 기업활동'으로 정의할 수 있다(황용석, 2001).

온라인 저널리즘의 급속한 확장은 인터넷매체의 특성에 의해 뒷받침된다. 인터넷은 문자, 음성, 동화상을 한꺼번에 전달할 수 있고, 뉴스가 발생하는 대로 실시간 보도가 가능하고, 수용자가 원하는 내용을 원하는 시간에 수용할 수 있는 주문형 뉴스가 가능한 상호작용성 기능을 갖는다. 온라인 뉴스는 중요한 기사를 강조해 소비자에게 메뉴 포맷과 다양한 정보를 지속적으로 제공해주며, 공간적 제약을 극복하여 어떤 주제라도 많은 양의 정보를 제공해준다. 또한 인터넷의 상호작용성은 이용자에게 더 많은 선택과 통제의 기회를 제공하는 수평적 구조를 제공한다. 온라인의 상호작용적 요인은 기존의 인쇄신문이 갖지 못한 가장 중요한 장점이다.

온라인 저널리즘의 도래는 1995년을 전후해서이다. 1993년 월드와이드 웹이 등장하면서 본격적인 웹 시대가 열린 이후 불과 1~2년 만에 뉴스는 인터넷에서 뺄 수 없는 가장 중요한 정보자원으로 기능하기 시작했다(황용석, 2002). 인터넷은 매일매일 쏟아지는 각종 인쇄신문이 제공하는 내용보다 더 많은 뉴스를 무료로 제공한다. 더욱이 계속해서 최신정보로 교체되는 온라인 뉴스의 질은 우수 일간지나 잡지에 결코 뒤지지 않는다.

온라인으로 뉴스를 접하는 이용자는 인터넷 이용자의 증가와 함께 엄청난 속도로 늘어나고 있다. 인터넷 트래픽 자료를 발표하는 인터넷 매트릭스의 자료에 따르면, 2003년 2월17일부터 23일 사이에 이용자수 상위 50개

사이트 가운데, 인터넷 뉴스 사이트가 7개가 포함되었다. 또한 가장 많은 이용률을 보이는 조선닷컴의 경우 그 시점의 주간 이용자수는 3백8만 1천 명에 달해 전체 인터넷 이용자의 14.5%가 이용한 것으로 나타났다(인터넷 매트릭스, 2003). 특히 우리나라의 발전된 PC방, 전용선 시설 등 통신 인프라 구축, 값싼 인터넷 이용료, 인터넷 이용자의 폭발적 증가에 힘입어 인터넷 신문은 빠른 속도로 증가하고 있다.¹⁾

현재 국내에서 활동하는 인터넷 신문은 107개 사이며, 총 종사자수는 1,287명으로 파악된다(한국언론재단, 2001). 뉴스의 온라인화를 주도한 것은 신문과 방송과 같은 기존의 언론매체들이었다. 이들 언론사들은 인터넷이라는 새로운 정보시장을 선점하고 뉴스 유통구조를 다각화하기 위해 공격적으로 뉴스의 온라인화에 집중했으며 결과 인터넷상의 뉴스 사이트는 많은 방문자를 확보하는데 성공했다. 국내에서 1995년 디지털 조선이 조선일보에서 분사한 후 많은 신문사와 방송사들이 인터넷 분야를 독립시켰다. 동아닷컴, 조인스닷컴, 매경인터넷, 대한매일뉴스넷, 한경닷컴 등이 뒤이어 분사한 언론사의 인터넷자회사이다. 가장 최근에 한겨레인터넷, 한국아이닷컴, 경향닷컴, 세계닷컴 등이 출발했다.²⁾ 이처럼 별도의 인터넷 분사기업이 없더라도 대다수의 전국 및 지역 신문사들이 자체 인터넷 뉴스 사이트를 개설하고 있다.

기존의 언론사들 이외에도 순수하게 인터넷상에서만 서비스되는 다양한 형식의 뉴스 사이트들이 등장했다. 웹매거진 형식을 띤 초기의 패러디 사이트를 비롯해 전통적인 저널리즘의 형식을 띤 전문언론매체들도 온라인상에서 이용할 수 있게 되었다.³⁾

1) 한국인터넷 정보센터에 따르면, 1999년과 2000년을 기점으로 전화접속자수와 xDSL가입자수가 역전되어 한국의 인터넷 이용자 환경이 초고속통신망 브로드밴드 환경에 도달해 있다는 것을 알 수 있다.(한국인터넷 정보센터, 2003)

2) 동아일보-동아닷컴(99/6), 중앙일보-조인스닷컴(98/2), 매일경제-매경인터넷(99/11), 대한매일-대한매일뉴스넷(99/11), 한국경제-한경닷컴(99/11), 한겨레-인터넷한겨레(2000/1), 한국일보-한국아이닷컴(2000/2), 경향신문-경향닷컴(2000/2), 세계일보-세계닷컴(2000/3).

일반적으로 온라인 저널리즘은 3단계의 발전과정을 거친다(Pavlik, 1997). 초기는 언론사가 오프라인상의 뉴스 정보를 그대로 옮겨 전달하는 단계이며, 여기서 한 단계 진전한 두번째 단계는 인터넷에 적합한 독자적인 콘텐츠가 추가되고 이들이 하이퍼링크나 검색엔진을 통해 접근 가능해진다. 마지막 단계는 독립 인터넷 뉴스 단계로 새로운 기사작성과 편집방식이 도입되어 전문적인 저널리즘 기능을 수행하게 된다. 현재 한국의 온라인 저널리즘은 오프라인 뉴스 미디어의 인터넷 버전이라 할 수 있는 1단계를 넘어서기는 했으나 인터넷의 기술적 특성을 극대화하면서 독자적인 저널리즘 역할을 수행하는 3단계 수준으로는 진입하지 못한 상태이다(김재영, 2002).

그럼에도 온라인 저널리즘은 이미 뉴스시장에서 중요한 매체로 자리잡아 가고 있다.⁴⁾ 또한 학문적인 영역에서도 많은 주목을 받아오고 있다. 그러나 최근에 온라인 저널리즘이 급속히 증가하고 있는 것에 비해 이용자에 대한 체계적인 연구는 매우 부족하다. 지금까지의 온라인 저널리즘 이용자 연구는 인터넷 이용자의 한 측면에서 다루어지고 있다. 인터넷 이용에 따른 전통적 미디어 이용량의 변화(Stempel, Hargrove & Bernt, 2000 ; Ferguson & Perse, 2000; Lin, 1999 ; Jeffres & Altkin, 1996), 온라인 이용에 대한 이용과 충족 이론의 적용(Papacharissi & Rubin, 2000 ; Lin, 1999 ; Eighmey, 1997), 이용

-
- 3) 온라인 저널리즘은 설립주체에 따라 오프라인 종속형과 온라인 독립형으로 구분할 수 있다. 오프라인 종속형은 기존 언론사에서 분사한 언론사 닷컴과 언론사 조직내 인터넷 뉴스가 포함되며, 독립형에는 순수인터넷 전문뉴스와 인터넷 시사뉴스 등이 속한다. 오프라인 종속형은 기존의 신문과 방송사의 뉴스룸으로부터 뉴스를 전달받아 가공하는 것을 주된 역할로 하고 있다. 따라서 전통적 언론의 뉴스 가치나 뉴스 스토리텔링을 크게 훼손하지 않는 선에서 운영된다. 독립형은 뉴스 매체들이 갖고 있던 관행이나 틀로부터 비교적 자유로우며, 시사뉴스를 다루던 전문뉴스를 다루던 기존매체와 차별성을 강조하고 있다.
- 4) 인터넷 신문의 선두주자라 할 수 있는 오마이뉴스는 2000년 2월 창간하여 3년도 지나지 않아 영향력 면에서 주류 언론과 어깨를 나란히 하고 있다. 2001, 2002년 '시사저널'이 실시한 조사에서 국내언론 영향력 8위로 선정되었으며, 2002년 '미디어오늘'에서 기자들을 대상으로 실시한 조사에서 오마이뉴스는 '영향력이 커질 것으로 예상되는 언론사 1위'로 선정되었다.

자 습관에 관한 연구(Len-Rio, 2001), 최근의 학습효과에 관한 연구들이 주로 이루어졌다(Tewksbury & Althaus, 2000). 요컨대, 지금까지의 온라인 저널리즘의 이용자 연구는 인터넷 이용자의 행태 분석과 기존매체와의 비교차원에서 진행되어 왔다. 온라인 상에서 이용자들은 어떻게 뉴스 서비스를 이용하고 있는지에 대한 구체적 정보나 분석은 없다. 이런 시점에 본 연구는 온라인 저널리즘 이용자들을 대상으로 그들의 구체적인 수용행위, 즉 인터넷 신문의 이용 동기와 이용행위를 구체적으로 분석하고자 한다. 이러한 분석은 인터넷 신문의 성장과 발전에 기여할 수 있는 의미 있는 기초작업이 되리라 기대한다. 인터넷 신문 이용자들은 왜 온라인 신문을 이용하고, 그들이 주로 방문하는 사이트는 무엇이고 얼마나 이용하는지를 파악하고, 이와 함께 인터넷 신문이용이 기존의 인쇄매체에 어떤 영향을 주는지를 분석하고자 한다. 이를 위해 이용과 충족이론과 미디어대체가설을 중심으로 이론적 논의를 전개하고 인터넷 신문 이용동기를 분석하고 이용동기와 이용행위에 관계를 분석하고, 마지막으로 인터넷 신문과 기존 인쇄신문 이용과의 관계를 분석하였다.

2. 이용과 충족 접근

이용과 충족 접근은 사람들은 그들의 욕구나 필요를 충족시키기 위해 미디어를 이용하거나 커뮤니케이션한다는 것을 전제하여 미디어 이용의 동기, 동기에 영향을 주는 요인, 미디어 관련 행위의 결과에 초점을 맞춘다. 이용과 충족 입장은 전통적으로 매스 미디어의 이용 행위에 적용되어 왔지만, 새로운 커뮤니케이션 기술의 이용을 연구하기 위한 유용한 이론적 틀이다(Kaye & Johnson ; 2002, Papacharissi & Rubin, 2000 ; Lin, 1999 ; Lin & Jeffrey, 1998 ; Eighmey, 1997 ; Newhagen & Rafaeli, 1996). 전자우편, 전자게시판, 대화방과 같은 온라인 서비스의 상호작용적 특성은 능동적 이용자를 요구한다. 웹 이용자는 서치엔진을 필요한 정보를 적극적으로 찾고, 웹 이용은 목적

지향적이며, 그들이 찾고자 하는 욕구를 인식하고 있다. 따라서 이용과 충족 접근은 인터넷의 이용 행위 연구에 적용될 수 있는 가장 적절한 이론적 틀이다.

이용과 충족 접근 입장에서 새로운 매체가 등장할 때마다 이용자들은 이를 어떻게 접하고 소비하는지와, 이 새로운 매체가 수용자들의 다양한 욕구와 얼마나 충족시키는지를 파악하려는 연구가 진행되었다. 파파차리시와 루빈(Papacharissi & Rubin, 2000)은 이용과 충족 접근을 통해 인터넷 이용의 예측 요인을 찾고자 하였다. 인터넷 이용동기를 대인간 유용성, 시간보내기, 정보추구, 편의성, 오락의 5가지 동기를 도출해냈고, 인터넷 이용과 만족에 영향을 미치는 변인으로 상황연령, 의사소통을 꺼리는 마음, 사교적 존재감, 인터넷 동기 등을 밝혀냈다.

린(Lin, 1999)은 온라인 서비스와 전통적 미디어 이용자간의 이용동기를 비교하여 온라인 서비스의 채택 가능성을 연구하였다. 텔레비전 이용동기는 오락, 환경감시, 도피, 문제해결, 정체성 등 5가지 요인으로 분석했고, 온라인 서비스의 이용동기는 도피/동반/정체성, 환경감시, 오락 등으로 분류하였다. 온라인 서비스와 텔레비전 콘텐츠는 서로 대체 가능하고 텔레비전 이용동기와 온라인 콘텐츠의 이용동기는 유사하게 나타나고 있음을 보고했다. 온라인 이용동기와 전통적 미디어 이용동기는 부분적으로 상관관계를 보이며, 온라인 이용동기는 온라인 채택의 예측요인이었으며 전통적 미디어 이용동기는 온라인 채택과 의미 있는 관계가 나타나지 않았다.

밀러(Miller, 1996)는 온라인 수용자활동이 도피, 오락, 상호작용, 감시등의 충족을 추구하기 위해 동기화 된다고 지적했다. 제프리와 알트킨(Jeffres & Atkin, 1996)은 인터넷 채택이 커뮤니케이션 욕구에 의해 예측되고, 아이미(Eighmey, 1997)는 오락가치와 개인적 정체성이 상업웹사이트 채택의 중요한 동기요인이라고 한다.

이처럼 온라인 서비스의 이용동기를 분석한 기존의 연구들은 일반적으로 웹의 이용동기를 오락, 도피, 사회적 상호작용 욕구라고 지적하고 있다. 이것은 온라인 이용동기가 상호작용 서비스를 제외하고 기존 전통적 미디어의

이용 동기와 비슷하게 나타나고 있음을 의미한다.

이용과 충족 접근에서 또한 미디어 이용을 의례 혹은 습관과 의도적 행위로 설명한다. 미디어 이용을 습관적 이용과 의도적 이용으로 설명하면서 습관적 이용은 관여도가 낮은 것으로 이해한다(Rubin, 1984). 로젠스타인과 그랜트(Rosengren & Grant, 1997)는 이용과 충족입장에서 습관이 미디어 이용의 여러 가지 동기중의 하나로 이해되는 개념을 비판한다. 이용과 충족 시각에서 습관의 개념화가 갖는 문제는 목적지향적인 행위적, 인지적 과정인 습관을 단순히 행위의 한 동기로서 이해한 것이다. 습관은 하나의 동기라기 보다는 동기가 습관적 행위가 형성되는 과정의 일부분이라는 점이다. 이용과 충족 연구에서 다양한 동기들이 토대가 되는 목적지향적 행위과정으로서 습관의 재개념화가 필요하다고 지적하고 있다(Len-Rio, 2001). 이용동기와 이용습관의 인과관계에 대해서는 더 많은 이론적 논의가 필요하지만 이용동기는 이용습관 형성과 밀접히 관련되어 있을 것이다.

인터넷 신문의 이용동기와 습관에 관한 연구들이 미약하기 때문에 인터넷 이용동기와 습관에 관한 연구결과들을 토대로 인터넷 신문의 이용동기와 습관을 탐색적으로 파악하는 것을 첫번째 연구문제로 삼았다. 첫번째의 연구문제는 인터넷 신문의 이용동기를 분석하고 이용습관과의 관계를 파악하는 것이다.

<연구문제 1-1> 인터넷 신문 이용자들의 동기는 무엇인가?

<연구문제 1-2> 인터넷 신문 이용습관은 무엇인가?

<연구문제 1-3> 이용동기는 이용습관형성에 어떤 영향을 주는가?

이용동기는 수용자들에게 동기와 관련되는 특정 심리학적 욕구를 만족시키는 해당 미디어나 해당 내용을 의도적으로 선택하도록 하기 때문에, 개인들의 미디어 이용동기는 해당 미디어의 특정 내용의 소비를 설명해준다(Rubin, 1984). 상이한 이용동기는 상이한 이용수준과 관련이 있다. 텔레비전 이용동기는 다양한 수준의 이용량과 관련되며(Palmgreen, Wenner &

Rosengren, 1985), 채널선택과 시청내용 등과 관련이 있다(Levy & Windahl, 1984). 텔레비전 정보이용동기는 뉴스 프로그램 시청과 관련되고, 오락과 휴식 이용동기는 드라마와 코미디 시청과 관련된다(Rubin, 1984). 텔레비전 스포츠 시청은 흥분과 사회적 이용동기에 의해 동기화된다(Gantz & Wenner, 1991). 이와 같은 맥락에서 퍼거슨과 퍼스(Ferguson, Perse, 2000)는 웹의 이용동기와 웹 이용 활동과의 연관성을 분석한 결과, 월드와이드웹의 이용동기는 상이한 웹 이용량과 관련이 있으며 웹의 친화력과 관련이 있는 것으로 나타났다.

성동규 등(2000)은 이용과 충족에서의 기능대안성을 중심으로 인터넷 신문이용자들의 욕구와 충족을 분석하였다. 오프라인 9개 신문의 온라인 서비스 이용자를 대상으로 조사한 결과 인터넷 이용자는 동시에 여러 사이트를 이용하며, 적극적 이용자는 속도성 있는 뉴스와 부가 서비스를 많이 이용하고 소극적 이용자는 정보검색을 목적으로 하고 있다. 적극적 이용자는 정보추구욕구가 높지만 인터넷 신문에서 만족스러운 욕구충족이 되지 않는다고 평가하는 것으로 나타났다.

두번째 연구문제는 인터넷 신문 이용에 영향을 주는 요인들을 탐구하고자 한다. 이용동기에 따른 이용내용의 차이를 알아보고 이용동기와 이용습관, 이용내용 등 이용태도가 이용량에 미치는 영향을 분석할 것이다.

<연구문제 2-1> 이용동기에 따라 이용내용에 차이가 나는가?

<연구문제 2-2> 인터넷 신문이용량에 인터넷 신문이용동기와 이용습관, 이용내용은 상대적으로 어느 정도의 영향을 미치는가?

3. 미디어 대체 가설

미디어 대체 가설에 의하면, 수용자들은 대체 필요가 제기될 때 수용자들은 기능적으로 유사한 미디어로 기존의 것을 대체한다. 가장 보편적인

대중매체로 텔레비전이 라디오를 대체했고, 최근에는 영화관람을 VCR이 대체했다.

두 미디어간의 선택에는 대체 혹은 보완관계가 성립할 수 있는데, 대체는 두 미디어간에 배타적인 선택관계를 의미하며, 반면 보완은 한 미디어의 이용이 다른 미디어 이용의 충족을 극대화하는 관계를 말한다. 예를 들어 텔레비전과 신문은 기능적 보완관계에 있다고 할수 있는데 텔레비전은 환경감시 욕구를 충족시켜주고 신문은 심층정보추구의 욕구를 충족시켜준다. 비디오도 텔레비전 프로그램의 시간전환기능으로 텔레비전의 시청경험을 고양시키는 보완매체라 할 수 있다(Lin, 1999).

새로운 매체가 출현하면 이 매체가 기존의 것을 대체하는지 혹은 보완하는지에 대한 연구들이 뒤따른다. 그러나 그동안의 연구결과에 의하면 전통적 미디어와 온라인 미디어간의 기능적 대체는 분명하지 않다.

스텔펠 등은(Stempel, Hargrove & Bernt, 2000) 인터넷 사용증가가 이중 매체의 소비에 미치는 영향을 분석했다. 인터넷 이용자와 비이용자의 비교를 통해 인터넷 이용자들이 더 신문 독자나 라디오 뉴스 청취자이며, 텔레비전 뉴스 시청에는 인터넷 이용자와 비이용자간에 차이가 발견되지 않았다. 인터넷은 타매체의 소비의 감소와는 관계가 없는 것으로 나타났다.

퍼저슨과 퍼스(Ferguson & Perse, 2000)는 월드와이드웹이 텔레비전 시청에 대한 기능적 대안이 되는지를 파악하고자 했다. 오락적인 목적을 위해서는 텔레비전 시청과 월드와이드웹이 기능적 대체가 될 수 있지만, 웹은 시간보내기나 휴식을 위해서 텔레비전의 기능적 대안은 될수 없다고 분석한다. 그러나 결론적으로 웹서핑과 텔레비전 시청사이에는 차이점보다 유사한 점이 더 많이 나타난다고 지적한다. 그에 따라 주요 방송사와 텔레비전 네트워크들이 웹사이트를 개설하는 것이 바람직하다고 제안한다.

린(Lin, 1999)도 온라인 콘텐츠는 전통적 미디어 콘텐츠에 기능적인 보완물로 간주되는 것으로 보이며, 온라인 콘텐츠 접근은 전통적 미디어 소비경험을 고양시킨다. 따라서 온라인 서비스 이용은 전통적 미디어 이용수준에 의미 있는 영향을 미치지 않는다고 결론 내린다. 제프리와 알트킨(1996)

의 연구에서도 온라인 서비스의 이용과 다른 전통매체 이용간에는 의미 있는 상관관계를 발견하지 못했다.

강미은(2000)은 인터넷과 기존매체간의 상호관계를 연구한 결과, 인터넷 사용빈도와 신문의 열독 정도 사이에는 정적 상관관계가 나타났고, 텔레비전 시청과는 부적 상관관계로 나타났다. 인터넷을 자주 이용하는 사람들은 신문 역시 열심히 보지만, 텔레비전 시청은 감소하는 것으로 나타났다.

기존의 연구결과를 종합하면, 온라인 콘텐츠의 이용은 다른 전통적 매체의 선호에 거의 영향을 미치지 않는 것으로 나타나며, 전통적 매체와 온라인 서비스이용간의 관계는 대체보다는 보완적 관계에 있는 것으로 나타난다.

세번째 연구문제는 인터넷 신문과 인쇄신문은 어떤 관계에 있는지를 파악하는 것이다. 전통적 인쇄신문과 상호보완관계가 될지, 혹은 대체관계가 될 것인지 문제는 인터넷 신문이 이용자들의 정보 욕구를 얼마나 충족시켜 주는가에 달려있을 것이다.

<연구문제 3> 인터넷 신문이용과 기존 인쇄신문 이용과는 어떤 관계에 있는가?

4. 연구방법

1) 자료수집

자료수집을 위해 온라인 패널 서베이를 실시하였다. 조사는 (주)아이클릭에 의해 이루어졌다. 온라인 패널 서베이는 패널을 대상으로 인터넷 이용자 인구의 특성에 맞도록 확률표집할 수 있어 정확한 결과를 얻을 수 있다는 장점이 있다. 조사대상은 인터넷을 사용하는 19세 이상의 성인남녀이며, 성인 남녀의 비율은 (주)아이클릭이 주기적으로 실시하는 인터넷 이용자조사에 기반해서 구성되었다. 조사는 2001년 12월에 이루어졌다. 분석에 포함된

최종 응답자는 총 1,040명이었고, 그중 남자는 56.3%, 여자는 43.7%였다. 연령별 구성비율은 19~24세가 21.7%, 25~29세가 21.2%, 30~34세가 18.9%, 35~39세가 15.5%, 40세 이상이 22.7%였다.

2) 관련변인 측정

(1) 이용량 : 매체이용량은 이용빈도로 측정하였다. 인터넷과 인터넷 신문, 종이신문, 인터넷 방송 이용빈도에 대해서는 해당 매체를 얼마나 자주 이용하는가를 한달에 한번, 한달에 2~3회, 일주일에 1~2회, 일주일에 3~4회, 거의 매일 이용 등 5개의 서열척도로 질문하였다. 텔레비전에 대해서는 일주일 동안의 시청빈도를 5개의 서열척도로 측정하였다.

(2) 이용동기와 이용습관 : 인터넷 이용동기 문항은 여러 선행연구에서 제시된 바 있으나 인터넷 신문 이용자의 이용동기를 구체적으로 제시된 연구는 거의 없다. 따라서 문항 작성을 위해 서울지역 대학교에서 교양과목을 수강하는 학생 50명을 대상으로 한 질적 설문조사를 통해 인터넷 신문 이용동기와 관련된 1차 자료를 수집하였다. 수집된 자료를 분류기법에 따라 유사한 내용을 묶어서 대표적인 동기문항을 추출했다. 인터넷 신문 이용동기는 9개 문항에 대해 1(전혀 그렇지 않다)에서 5(매우 그렇다)까지의 5점 척도로 질문했다. 개별적인 동기문항은 기존 연구에서 나타난 인터넷 이용동기문항으로부터 인터넷 신문과 관련되게 변형하여 사용하였다.

(3) 이용습관 : 인터넷 신문 이용습관 문항도 이용동기문항과 같이 사전조사를 통해 13개의 문항을 추려내 5점 척도로 측정하였다.

(4) 정보이용도 : 인터넷 신문 정보 이용도는 13개 장르에 대해 5점 척도로 이용도를 질문하였다. 개별적인 장르는 정치뉴스, 경제뉴스, 스포츠 뉴스, 국제관계 뉴스, 정보통신뉴스, 날씨, 생활정보, TV연예, 오락, 쇼평정보,

교육관련정보, 커뮤니티 정보 등이다.

3) 분석방법

분석을 위해 SPSS 10.0 통계 프로그램을 사용하였다. 동기와 이용습관, 정보이용도를 확인하기 위해 요인분석을 실시하였고, 동기와 이용습관, 정보이용도와 의 관계를 보기 위해 회귀분석을 실시하였고, 인터넷 신문 이용량에 기여하는 요인을 밝혀내기 위해 위계적 회귀분석을 실시하였다.

5. 분석결과

1) 인터넷 신문 이용동기와 이용습관

첫번째 연구문제는 인터넷 신문 이용동기와 이용습관의 관계에 관한 탐색적 분석이다.

먼저 <연구문제 1-1>은 인터넷 신문 이용동기 분석이었다. 인터넷 신문 이용 동기의 요인분석결과 3가지 요인이 나타났다.

첫번째 요인은 정보성 요인으로 전체변량의 31.5%를 설명한다($\alpha=.69$). 첫번째 요인에는 ‘과거기사 검색’, ‘부가정보 이용’, ‘기사의 다양성’, ‘그래픽과 영상’ 등의 4개 항목이 속했다. 여기에 속한 문항들은 기존 신문과 비교해서 이용 가능한 정보가 더 많고 정보가 제공되는 방식이 다양하다는 것을 특징으로 한다.

두번째 요인은 편의성 요인으로 변량의 14.1%를 설명한다($\alpha=.51$). 여기에는 다른 신문의 내용확인, 낮 시간에 속보뉴스 확인, 관심 있는 기사 선별 등의 항목이 포함된다. 두번째 요인은 시, 공간을 극복하여 필요한 기사는 언제든지 찾아볼 수 있는 인터넷 신문의 편리함을 특징으로 한다.

첫번째와 두번째 요인은 웹이 갖는 상호작용적 특징과 관련이 있다. 아오

키(Aoki, 2000)는 상호작용성을 웹과의 상호작용, 웹을 통한 상호작용으로 정의한다. 웹과의 상호작용이란 웹페이지에 연결된 하이퍼 링크, 서치엔진, 멀티미디어 특성을 통하여 웹서버와 혹은 데이터베이스와 상호작용하는 이용자의 능력을 의미한다. 첫번째와 두번째 요인은 이용자와 인터넷 신문 사이트와의 상호작용성이 발휘되는 부분이다. 이용자들은 인터넷 신문이 기존 신문과는 달리 과거 기사를 검색할 수 있고, 하이퍼 텍스트 기능을 이용하여 부가정보를 마음대로 이용할 수 있고, 멀티미디어 특성을 이용할 수 있는 정보성 동기는 인터넷 신문의 상호작용적 특성을 활용하는 것이다. 두번째 요인인 편의성 요인인 다른 신문사의 기사를 확인하거나 필요한 기사를 선별적으로 가려내고 즉시적으로 정보를 제공하는 측면도 인터넷 신문의 상호작용성이 반영되는 부분이다. 이처럼 인터넷 신문의 상호작용적 특성이 인터넷 신문 이용의 중요한 동기로 나타났다.

세번째 요인은 경제성 요인으로 11.5%의 설명력을 보인다($\alpha = .39$). ‘구독 신문이 없어서’와 ‘비용이 들지 않아서’ 등의 항목이 포함된다. 세번째 요인은 기존신문처럼 구독료를 내거나 돈을 지불하고 사보지 않아도 필요한 뉴스정보를 무료로 얻을 수 있기 때문에 인터넷 신문을 이용하는 것이다.

<표 1> 인터넷 신문 이용동기 요인분석

인터넷 이용동기	요인1	요인2	요인3
시간이 지난 기사를 검색할 수 있어서	.54		
기사 원자료, 부가정보를 이용할 수 있어서	.76		
기사가 다양해서	.75		
그래픽과 영상이 있어서	.69		
다른 신문의 내용을 확인할 수 있어서		.62	
낮 시간에 뉴스속보를 확인할 수 있어서		.73	
관심있는 기사만을 선별해 볼 수 있어서		.64	
구독하는 신문이 없어서			.83
비용이 들지 않아서			.57
아이겐값	2.84	1.28	1.04
변량	31.5	14.15	11.54

* 회전방식 : 베리맥스, 아이겐 값 1.0 이상 추출

다음으로 <연구문제 1-2>는 이용습관에 관한 것이다. 인터넷 신문 이용 습관은 요인분석을 통해 3가지 습관유형으로 정리되었다(<표 2> 참고).

첫번째 요인은 능동적 활용형(참여형) 요인으로 전체 변량의 26.8%를 설명한다($\alpha=.75$). 첫번째 요인에는 여러 신문사 방문 내용비교 여러 신문사 방문 내용비교, 언론사 게시판에 글을 올림, 종이신문에 실리지 않은 기사 탐색, 신문사이트에서 물건구매 경험, 기자에게 이메일로 의견 제시, 배너광고 클릭 등의 6개 항목이 속했다. 이 요인은 인터넷 신문에서 단순히 뉴스를 수동적으로 소비하는 것이 아니라 언론사와의 상호작용 등 적극적으로 활동적으로 활용하는 방식을 포함한다. 이 요인은 인터넷이 갖는 상호작용성 기능을 적극적으로 이용하는 방식과 관련이 있다고 하겠다. 인터넷 신문에서 필요한 정보를 적극적으로 탐색하고, 정보를 얻을 뿐만 아니라 자신의 정보도 적극적으로 제공하고, 부가정보도 적극적으로 이용하는 유형이다.

두번째 요인은 뉴스추구형으로 변량의 15.7%를 설명한다($\alpha=.65$). 여기에는 뉴스 확인 위해 매일방문, 늘 가는 신문사 사이트만 방문, 관심 있는 뉴스만을 읽는다, 중요한 뉴스를 주기적으로 확인 등의 항목이 포함된다.

<표 2> 인터넷 신문 이용습관 요인분석

인터넷 신문 이용습관	요인1	요인2	요인3
여러 신문사 방문 내용비교	.565		
언론사 게시판에 글을 올림	.707		
종이신문에 실리지 않은 기사 탐색	.500		
신문사이트에서 물건구매 경험	.677		
기자에게 이메일로 의견 제시	.772		
배너광고 클릭	.582		
뉴스 확인 위해 매일방문		.769	
늘 가는 신문사 사이트만 방문		.630	
관심있는 뉴스만을 읽는다		.629	
중요한 뉴스를 주기적으로 확인		.693	
업무나 학업에 도움이 되는 정보 탐색			.790
과거기사 검색			.780
아이겐값	3.22	1.88	1.35
변량(%)	26.8	15.7	11.2

* 회전방식 : 베리맥스, 아이겐 값 1.0 이상 추출

두번째 유형은 인터넷 신문에서 필요한 뉴스기사만을 집중적으로 이용하는 유형이다.

세번째 요인은 정보추구형으로 11.2%의 설명력을 보인다($\alpha = .60$). ‘업무나 학업에 도움이 되는 정보 탐색, 과거기사 검색 등의 항목이 포함된다. 인터넷 신문에서 자신이 필요한 정보를 찾아보는 유형이다. 뉴스 추구형은 매일매일 일어나는 뉴스를 다양하게 찾아보는 유형이며 정보추구형은 뉴스뿐만 아니라 관심이 있거나 필요한 정보를 탐색하는 유형이다.

다음 <연구문제 1-3>은 이용동기와 이용습관의 관계에 관한 분석이다. 이를 위해 다중회귀분석을 실시하였다(<표 3> 참고). 능동적 활용형에 의미 있는 기여를 하는 동기는 정보성 동기로 나타났다. 이것은 자연스러운 결과로 보인다. 풍부한 정보와 다양한 이용방식을 특징으로 하는 이용동기는 자연스럽게 인터넷 신문의 상호작용적 특징을 적극적으로 활용하고 이용하도록 할 것이며, 이는 능동적 활용형 습관을 형성하게 할 것이다. 반면 편의성 동기나 경제성 동기는 능동적 활용형 습관형성과는 의미 있는 관계가 나타나지 않았다.

다음에 뉴스추구형 습관에는 정보성, 편의성, 경제성 동기가 다 의미 있는 관계가 있는 것으로 나타났으며, 그중 편의성 동기가 가장 크게 기여하는 것으로 나타났다. 편의성은 원하는 뉴스를 언제나 볼 수 있는 동기로 이는 뉴스 탐색이 주 활동이 될 것이며 그에 따라 편의성 동기는 주로 뉴스추구형 습관형성과 밀접히 관계된다. 정보성 동기와 경제성 동기도 상대적으로 미미하지만 뉴스 습관형성에 기여하는 요인으로 나타났다.

세번째 정보추구형 습관형성에는 정보성 동기가 가장 큰 기여를 하는 것으로 나타났다. 다양한 정보에 대한 욕구를 반영하는 정보성 동기는 인터넷 신문에서 뉴스를 포함하여 다양한 정보를 추구하고 다양한 방식으로 활용할 것이다. 따라서 정보성 동기는 정보추구형 습관형성과 가장 높은 기여를 하는 것으로 보인다. 또한 뉴스를 집중적으로 추구하는 편의성요인도 정보추구형성에 의미 있는 기여를 하는 것으로 나타났다. 반면 주목되는 것은 경제성 동기는 정보추구습관 형성과 부적인 관계를 보인다는 점이다. 경제성 동

기는 인터넷 신문이 경제성을 강조하는 것으로 이 동기가 강할수록 정보검색이 적다는 것이다. 이것은 경제적 동기가 강할수록 인터넷 신문에서 필요한 뉴스만을 얻을 뿐 그 외 정보검색은 하지 않음을 알 수 있다.

이상의 결과에서 보듯이 인터넷 신문 이용동기 각각은 개별적 이용습관에 각기 다른 기여를 하고 있는 것으로 나타났다.

<표 3> 이용동기와 이용습관의 다중회귀분석

예측변인	능동적활용형		뉴스추구형		정보추구형	
	beta	p	beta	p	beta	p
정보성	.110	.000	.118	.000	.311	.000
편의성	.054	.080	.373	.000	.191	.000
경제성	.033	.033	.117	.000	-.175	.000
multiple R	.127	.001	.408	.000	.405	.000
R ²	.016	.001	.167	.000	.164	.000

2) 인터넷 신문이용에 미치는 영향 변인

두번째 연구문제는 인터넷 신문 이용에 영향을 미치는 관련변인의 관계에 대한 분석이다.

<연구문제 2-1>은 인터넷 신문 이용동기가 이용내용에 미치는 영향에 대한 분석이다.

우선 인터넷 신문에서 가장 많이 이용하는 정보는 크게 3가지 종류로 분류되었다. 13개 장르의 이용 정도를 별로 5점 척도로 측정된 결과를 요인분석을 시행하였다. 첫번째 요인은 ‘정보’ 요인이었다($e=3.02$, $var=23.21\%$, $\alpha=.63$). 여기에는 날씨, 생활정보, 교육관련정보, 커뮤니티 정보, 지역 뉴스 등이 해당되었다. 두번째 요인은 ‘오락’ 요인으로 스포츠 뉴스, TV연예뉴스, 오락, 쇼핑정보 등 4개의 변인이 포함되었다($e=2.04$, $var=15.72\%$, $\alpha=.65$). 세번째 요인은 ‘보도’ 내용으로 정치뉴스, 경제뉴스, 국제관계뉴스, 정보통신 뉴스 등이 포함되었다($e=1.31$, $var=10.09\%$, $\alpha=.62$).

신문이용동기와 이용내용에 대해 다중회귀분석을 실시한 동기요인별로 상이한 선호내용이 나타났다(<표 4> 참고).

우선 정보성 동기 요인은 정보내용의 이용에 가장 많은 영향을 주는 것으로 나타났다. 상호작용 동기가 강할수록 정보내용을 많이 이용한다. 오락적 내용은 모든 동기요인과 다 관련되지만 경제요인이 가장 높은 관련성을 보인다. 경제동기가 강할수록 오락적 내용을 갖아 많이 이용한다. 보도는 편의성 동기와 가장 높은 관계를 나타낸다. 편의성 동기가 높을수록 보도 내용을 많이 이용하는 것으로 나타난다.

<표 4 > 이용동기와 선호내용의 회귀분석

예측변인	정보		오락		보도	
	beta	p	beta	p	beta	p
정보성 요인	.298	.000	.182	.000	.150	.000
편의성 요인	.072	.015	.150	.000	.277	.000
경제성 요인	.004	.884	.206	.000	.010	.724
multiple R	.307	.001	.313	.000	.315	.000
R ²	.094	.001	.098	.000	.099	.000

다음에 <연구문제 2-2>에서 제기된 인터넷 신문 이용량에 미치는 각 변인들의 영향을 확인하기 위해 단계적 회귀분석을 실시하였다(<표 5> 참고). 투입변수는 타매체 이용량과 앞에서 분석된 이용동기, 이용습관, 이용내용 등 인터넷 신문 이용태도 변인들이다. 이용동기, 이용습관, 이용내용 등은 요인분석된 결과가 독립변인으로 투입되었기 때문에 투입변인들간의 다중공선성은 거의 나타나지 않았다. 전체모델의 설명력은 34%로 나타났다($R^2 = .34$).

첫번째 투입변수군인 타매체 이용정도는 6.4%를 설명했다. 인터넷 신문 이용량과 인터넷이용량과는 의미 있는 정적인 관계를 보여 인터넷 신문을 많이 이용할수록 인터넷과 종이신문을 많이 이용하는 것으로 나타났다. 즉 인터넷 신문과 종이신문은 대체관계보다는 보완관계에 머물고 있음을 알려

준다. 그러나 텔레비전과 이용량과 인터넷방송 이용량과는 의미 있는 관계가 보이지 않아 인터넷 신문의 이용은 타매체 텔레비전과 인터넷방송의 이용에 아무런 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

두번째 투입변수군인 동기요인은 5.8%의 추가 설명력을 보였다(R^2 change=.058). 동기요인은 전반적으로 이용량에 크게 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 세번째 투입변수군인 이용 내용은 7.7%의 설명력을 향상시켰다(R^2 change =.077). 보도내용의 이용과 인터넷 신문 이용빈도와 밀접히 관련되었다. 즉 보도내용을 많이 찾는 사람들은 인터넷 신문을 많이 이용하는 것으로 나타났다. 상대적으로 정보내용을 보는 사람은 미약하나 부적 인 관계가 나타나 정보내용을 많이 볼수록 이용량은 줄어드는 것으로 나타났다. 마지막 투입변수군인 이용습관 변수군은 가장 기여도가 큰 변수군으로 14%의 설명력을 향상시켰다(R^2 change=.140). 뉴스추구형 습관이 인터

<표 5> 인터넷 신문 이용량 예측을 위한 위계적 회귀분석

예측변인	인터넷 신문이용빈도	
	beta	p
매체이용정도		
인터넷이용빈도	.131	.000
신문이용빈도	.097	.001
텔레비전시청정도	.028	.283
인터넷방송이용정도	.045	.079
이용동기		
정보성	-.026	.360
편의성	.059	.043
경제성	.055	.066
이용내용		
정보	-.079	.006
오락	-.062	.024
보도	.131	.000
이용습관		
능동적 활용형	.204	.000
뉴스추구형	.390	.000
정보추구형	-.042	.153

넷 신문 이용량에 가장 큰 기여를 하고, 그 다음으로 능동적 추구형 큰 기여를 하는 것으로 나타났다. 능동적 활용형과 뉴스추구형 습관을 갖는 사람일수록 인터넷 신문을 많이 이용하는 것으로 나타났다.

3) 인쇄신문 이용과의 관계

세번째 연구문제는 인터넷 신문 이용과 기존 인쇄신문 이용과의 관계를 분석하는 것이다. 조사결과 인터넷 신문은 이용빈도는 47%가 거의 매일 이용하고, 24%는 일주일에 3~4회 이용하고, 16%는 일주일에 2~3회 이용했으며, 9%는 한 달에 2~3회 정도, 4%정도만이 한 달에 한번 이용하는 것으로 나타났다. 또한 한 회 이용에 응답자의 33.7%는 10분~20분, 32.7%는 20분~30분 정도 이용하고, 13%는 30분~40분 정도, 5.5%는 40분~50분 이용하며, 7.1%가 50분 이상 이용하는 것으로 나타났다. 그리고 8.6%가 10분 미만으로 이용하는 것으로 나타났다. <표 5>의 결과에 인터넷 신문 이용량과 타 매체 이용량과의 관계가 나타나 있다. 회귀분석 결과 인터넷 신문 이용량과 의미 있는 관계를 보이는 것은 신문 이용빈도와 인터넷 이용 빈도이다. 인터넷 신문과 인쇄신문간에는 약하지만 정적인 관계를 나타내어 인터넷 신문을 많이 이용하는 사람들은 인쇄신문도 그만큼 많이 읽고 있다는 것을 말한다. 인터넷 신문 이용과 신문이용량과의 관계를 보면 인터넷 신문은 기존신문을 대신하기보다는 기존신문을 보완하고 있음을 알 수 있다. 온라인 저널리즘이 급속히 확장되고 있지만 아직은 기존신문을 대체하지 못하고 오히려 보완재로서 기능하고 있는 것으로 나타났다. 즉 이용자들은 인터넷 신문에서 기존신문과 차별화된 내용보다는 보완하기 위한 내용을 많이 찾는 것으로 나타났다. 이것은 이용자들이 즐겨 찾는 사이트가 거의 기존인쇄신문이 운영하는 신문사웹사이트라는 것에서도 나타난다.⁵⁾ 알써스

5) 이번 조사결과에 의하면, 사람들이 가장 많이 이용하는 인터넷 신문 사이트는 중앙(20.1%), 조선(13%), 동아(10.4%), 한겨레(10.4%) 순으로 기존 신문사 사이트가 대부분을 차지하고 있었고, 땅지일보 2.2%, 오마이뉴스는 0.8%에 지나지 않았

와 토크베리(Althus & Tewksbury, 2000)의 연구에서도 인쇄신문이용자는 더 많이 온라인 신문을 이용하고 이들은 종이신문에서 얻은 정보를 보충하기 위해 온라인을 이용한다고 지적하고 있다.

또한 인터넷 신문이용은 인터넷이용과 높은 정적인 관계를 보이는데 이것은 자연스러운 결과로 인터넷 신문을 많이 이용하면 그에 따라 인터넷이용이 증가하게 될 것이다.

한편 텔레비전시청과의 관계를 보면 무의미한 관계로 나타나는데 인터넷 신문 이용이 기존매체의 이용에 거의 영향을 미치지 않는다는 의미이다. 이 결과도 인터넷매체가 기존 매체에 보완재이거나 거의 영향을 미치지 않는다는 기존 연구결과들과 일치한다.

6. 결론 및 논의

본 연구는 온라인 신문 이용자들을 대상으로 그들의 구체적인 수용행위, 즉 온라인 저널리즘의 이용 동기와 이용행위를 구체적으로 분석하고자 하였다. 이를 위해 인터넷 신문 이용자들은 왜 온라인 신문을 이용하고, 그리고 어떻게 이용하는지, 그들이 주로 방문하는 사이트는 무엇이고 얼마나 이용하는지를 파악하고, 이와 함께 인터넷 신문이용이 기존의 인쇄매체에 어떤 영향을 주는지를 분석하였다.

이를 위해 크게 3가지의 연구문제를 제기하였다. 첫번째 연구문제는 인터넷 신문의 이용동기와 이용습관에 대한 탐색적인 분석을 시도하고 이용동기와 이용습관과의 관계를 분석하는 것이었다. 인터넷 신문의 이용동기는 3가지 요인 즉 정보성, 편의성, 경제성 동기요인으로 분류되었다. 이용가능한 정보가 많고 다양한 이용방식 등으로 대표되는 정보성 요인과 시,공간을 극복하여 언제든지 원하는 기사를 찾을 수 있는 편의성요인은 인터넷 신문의

다. 즉 인터넷 신문 이용자들은 대부분 기존신문 사이트를 통해 뉴스를 보며, 독립인터넷 신문사이트는 아직 이용빈도가 기존신문 사이트에 비해 현저히 낮다.

상호작용적 특성이 반영된 것이다. 경제성요인은 인터넷 신문이 기존 신문과 달리 구독료나 사용료가 없다는 점이 담겨있다. 다음으로 인터넷 신문 이용습관은 3가지로 분류되었는데 능동적 활용형, 뉴스추구형, 정보추구형이다. 이용동기와 이용습관의 관계에 관해서는 3가지 이용동기가 각각의 이용습관 형성과 밀접한 관계가 있는 것으로 나타났다. 정보성동기와 경제성동기는 능동적 활용형 습관형성에, 뉴스추구형 습관형성에는 편의성 동기가 가장 큰 기여를 하는 것으로 나타났다.

두번째 연구문제는 인터넷 신문이용에 영향을 미치는 변인의 확인이었다. 우선 인터넷 신문내용선호도에 미치는 이용동기의 영향을 분석한 결과 정보성 동기는 정보적 내용의 이용과 편의성 요인은 보도뉴스 내용의 이용과 가장 관련이 높은 것으로 나타났고, 경제성 요인은 오락내용에 이용에 가장 많은 기여를 하는 것으로 나타났다. 이와 관련하여 전체 인터넷 신문이용량에 영향을 미치는 변인들을 알아보았다. 위계적 회귀분석결과 인터넷 신문 이용빈도에 영향을 미치는 요인들은 인터넷이용 빈도, 신문이용 빈도와 정보적, 보도적 내용의 선호도, 능동적 활용형과 뉴스 추구형 습관이 인터넷 신문이용빈도에 영향을 미치는 변인으로 확인되었다.

세번째 연구문제는 인터넷 신문이용과 기존 인쇄신문 이용과의 관계 분석으로 인터넷 신문 이용은 기존 인쇄신문의 보완관계에 있는 것으로 나타났다. 즉 인터넷 신문을 많이 보는 이용자들은 기존의 인쇄신문도 많이 읽는 것으로 나타났다.

인터넷 신문이용동기와 이용습관의 분석결과에서 나타난 것처럼 이용자들이 인터넷을 이용하는 이유와 이용하는 방식은 인터넷 신문의 특성이라 할 수 있는 상호작용성 기능과 멀티미디어적 특성에 집중된다. 인터넷 뉴스는 컴퓨터를 통한 다중적 표현방식의 지원으로 텍스트와 영상, 그래픽이 동시에 표현되는 통합적 미디어 표현방식이 구사되며, 또한 언론사나 기자와 직접적 대화가 가능하여 이용자가 바로 기사작성이나 토론에 참여하고 뉴스 생산의 주체로 나설 수 있게 한다. 인터넷 이용자들의 인터넷 신문의 이용동기와 이용습관을 분석한 결과, 이용자들은 인터넷 신문에서 기존신문과 차

별화되는 요인에 가장 많이 의존하고 활용하는 것으로 나타났다. 따라서 인터넷 신문은 이런 이용자의 동기와 습관을 고려한다면, 기존신문과 차별화되는 인터넷 신문의 상호작용성, 멀티미디어 특성을 한층 더 발전시켜야 될 것이다. 이것은 곧 한국의 온라인 저널리즘이 파블릭(1997)이 지적하는 온라인 저널리즘 발전의 3단계로 진전해야 됨을 말해주고 있다.

이용내용에 있어서는 기존 매체와 크게 다르지 않았다. 퍼거슨과 퍼스(2000)의 웹사이트의 레퍼터리와 텔레비전 채널의 레퍼터리의 이용을 비교한 결과, 이용자들은 상위 100개 사이트 중에 최대 13개 사이트를 이용하고 평균적으로 4~5개 사이트를 이용하고 있어 평균 텔레비전 레퍼터리인 6~10개 채널과 크게 차이가 나지 않음을 지적하고 있다. 동기에 따라 선호내용이 정해지는 것은 기존 미디어에서 보여지는 내용 선호도와 유사하게 나타난다. 루빈은 텔레비전 정보 이용동기는 뉴스 프로그램시청과 관련되고, 오락, 휴식 이용동기는 드라마 시청과 관련되듯이 인터넷 신문의 정보성 이용동기는 정보적 내용과 뉴스만을 집중적으로 찾을 수 있는 편의성 동기는 보도 내용 선호와 관련된다. 또한 뉴스를 집중적으로 탐색하고 능동적 활용성이 강한 이용자들일수록 인터넷 신문 빈도가 높게 나타났다. 뉴스를 추구하고 능동적 활용성을 보이는 이용자들은 서비스 내용 측면과 기능적 측면에서 인터넷 신문이 갖는 장점을 가장 잘 활용하고 있으며, 그에 따라 인터넷 신문의 이용빈도도 높게 나타나는 것으로 보인다.

기존 인쇄신문과의 관계에 대해서는 인터넷이 기존매체와 갖는 관계와 유사하게 나타난다. 이것은 인터넷 신문이 독자적인 매체이지만 인터넷을 기반으로 하는 매체이므로 인터넷의 특성이 곧 인터넷 신문의 특성과 일치되며 인터넷 신문의 이용은 인터넷의 이용과 중복된다. 인터넷의 이용이 인쇄매체와 보완관계를 보이고 있는 기존 연구결과들과 유사하게 인터넷 신문과 인쇄신문과는 보완관계를 보이는 것으로 나타났다. 이것은 현재 인터넷 신문이용자들이 독립적인 인터넷 신문 사이트보다는 오프라인 의존형 신문사이트에 많이 의존하고 있는 것도 한 가지 이유로 보인다. 최근에 독립형 인터넷 신문사이트들이 급속히 확장하고 있지만 아직은 오프라인 의존형

인터넷 신문사이트들의 이용자수가 압도적으로 많은 편이다.

인터넷 신문 이용자들의 이용행위를 분석한 결과 이용자들은 인터넷 신문이 갖는 특성과 장점을 잘 이해하고 있고 그러한 장점을 충분히 활용하고자 한다. 따라서 인터넷 신문이 더 많은 이용자들을 확보하고 독자적인 저널리즘으로 발전하기 위해서는 이용자들이 인터넷 신문의 차별적 기능과 장점에 거는 기대에 부응할 수 있는가의 여부에 달려 있을 것이다. 그 기대는 인터넷 신문이 기존 인쇄신문과의 차별적 기능을 강화하고 그에 따른 내용서비스의 차별화가 수반될 때 가능할 것이다.

본 연구는 인터넷 신문의 이용행위에 대한 탐색적 분석이다. 따라서 이 분석에서 이용된 변수들이 엄격한 논리적 분석이나 몇 차례의 검증을 거쳐 만들어지지 못했다는 점을 이 논문의 한계로 지적하지 않을 수 없다. 이것은 부분적으로 인터넷 신문 이용에 대한 기존의 연구가 매우 부족하여 선행연구의 도움을 받지 못하였다는 점도 한 가지 이유가 될 수 있을 것이다. 향후 이 연구를 토대로 좀더 구체적이고 정교한 후속 연구들이 많이 이루어지길 기대한다.

◆ 참고문헌

- 강미은(2000). 인터넷과 기존매체 이용의 상호관계에 관한 연구, 『방송연구』, 여름호, 179-208.
- 강미은(2002). 온라인 저널리즘의 현황과 미래, 『관훈저널』, 83호, 관훈클럽.
- 김재영(2002). 인터넷 뉴스 사이트 유형별 비교분석, 『한국방송학보』, 통권 16-3호, 한국방송학회, 135-166.
- 성동규, 최낙진, 서보윤(2000). 한국 인터넷 신문 이용자의 수용성에 관한 연구, 2000년 춘계 사이버커뮤니케이션학회 발표 논문.
- 윤영철(2001). 온라인 저널리즘과 뉴스 패러다임의 변화, 『사이버 커뮤니케

- 이선 학보』, 제7호, 한국사이버커뮤니케이션학회, 182-213
- 장호순(2002). 인터넷 언론의 경쟁력, 『관훈저널』, 83호, 관훈클럽.
- 황용석(2001). 인터넷 뉴스와 수익모델, 한국언론재단.
- 황용석, 양승찬(2002). 온라인 저널리즘의 공공이슈보도, 한국언론재단.
- 현경보, 이미영(2001). 인터넷 신문 평가 요인에 관한 탐색적 연구, 『사이버 커뮤니케이션학보』, 제7호, 한국 사이버 커뮤니케이션 학회. 258-307.
- Eighmey, J.(1997). Profiling User Responses to Commercial Web Sites, *Journal of Advertising Research*, May/June 1997, 59-66.
- Ferguson, D.A., Perse, E. M.(2000). The world wide web as a functional alternative to television, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 155-174.
- Jeffres, L., Atkin,D.(1996). Predicting use of technologies for communication and consumer needs, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40(3), 318-330.
- Kaye, B.K., Johnson,T.J.(2002). Online and in the know : use and gratifications of the web for political information, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46(1), 54-71.
- Levy,M.R., Windahl,S.(1984). Audience activity and gratifications: a conceptual clarification and exploration, *Communication Research*, 11, 1. 51-78.
- Lin. C. A.(1999). Online-service adoption likelihood, *Journal of Advertising Research*, March/April 1999, 79-89.
- Palmgreen, P., Wenner, L.A.,Rosengren,K.E.(1985), Uses and gratifications research: the past ten years. In K. E. Rosengren, L. A. Wenner, P. Palmgreen, eds, *Media Gratifications Research:Current Persepectives*, Beverly Hills, CA:Sage.
- Papacharissi, Z., Rubin,A.M.(2000). Predictors of internet use, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 175-196.
- Len-Rio, M.(2001). Online news habit, AEJ 01 Len-RioM CTM Online news habit<AEJMC@LIST.MSU.EDU>
- Rubin, A.(1984). Ritualized and instrumental television viewing. *Journal of Communication*, 34(3), 66-77.

Stempel, Guide H., Hargrove, T., Bernt J.(2000). Relation of Growth of Use of the Internet to Changes in Media Use, *J&MC Quarterly*, Vol, 77, No.3, 71-79.

Tewksbury, D., Althaus, S.C.(2000). Differences in Knowledge Acquisition among Readers of the Paper and Online Version of a National Newspaper, *J&MC Quarterly*, Vol, 77, No.3, 457-479.

[http://people-press.org/reports\(1999\)](http://people-press.org/reports(1999)). The Internet News Audience Goes Ordinary.

<http://www.internetmetrix.com/>

(최초투고 2003. 2. 28, 최종원고 제출 2003. 4. 20)

A Study of Factors Influencing Reading the Online Papers

Eun-Mee Lee

Director

Research & Survey Division, Korean Broadcasting Commission

This study was designed to explore behaviors of readers of online papers. First, the factor analysis of the online paper motive statements yielded three interpretable factors : informativeness, convenience, economicalness. For online paper use habits, a similar factor analysis procedure resulted in three factors : active utilization, news seeking, information seeking. Informativeness motive and active utilization habit were strongly related, convenience motive and news seeking habit related. Online papers and newspapers were found to be in complementary relationship. Internet access and newspaper reading, active utilization and news seeking habits were significant predictors of online paper use. The result of this study showed online paper readers perceived interactive services online papers offered, and want to utilize those effectively. This study suggests that online papers need to develop various interactive services to attract readers.

Keyword: online paper reading motives, habits, interactive service