

# 모바일 시대의 기사 길이에 관한 탐색적 연구

**정연구** 한림대학교 미디어커뮤니케이션학부 교수\*  
**정예현** 한림대학교 대학원 언론정보학과 박사과정\*\*  
**郭亚奇** 한림대학교 대학원 언론정보학과 박사수로\*\*\*  
**이푸름** 한림대학교 대학원 언론정보학과 석사과정\*\*\*\*

컴퓨팅과 이동통신이 결합되면서 완전히 새로운 취향의 콘텐츠가 만들어지고 있는 모바일 시대에 맞는 기사 길이는 어느 정도일까? 지금까지 고급 저널리즘의 기준으로 인식되기도 한 긴 기사가 여전히 모바일 시대에도 적절할까? 인터랙티브와 검색 기능을 이용한 짧은 기사의 조합이 가독성과 정보량이라는 가치를 만족시켜줄 수 있지 않을까? 이런 문제에 대한 해답을 찾고자 하는 것이 이 연구의 목표다. 연구 방법으로는 현장 실험(field experiment)을 채택했다. 사전 조사를 통해 모바일 기기에서 ‘손을 쓰지 않고 한 눈에 볼 수 있는’ 346자의 기사부터 신문과 방송 뉴스에서 자주 쓰이는 633자, 1033자, 1368자의 기사를 만들었다. 자극물은 길이만 다를 뿐 주요취지는 똑같아지도록 처치했다. 이를 성별, 계열, 학년을 동수로 할당된 대학생 샘플 384명을 대상으로 조사했다. 신문대판 혹은 모바일 페이지를 통해 자신에게 주어진 네 종류 중 하나의 기사를 접촉하고 선호도, 기사질 평가, 기억회상에 관련한 답을 하도록 했다. 분석결과 신문에서는 1033자와 346자의 기사가 고르게 좋은 평가를 받았다. 모바일에서는 손을 거의 움직이지 않고 볼 수 있는 346자와 633자가 고르게 좋은 평가를 받았다. 앞으로 점차 모바일 기계에 의존해 뉴스를 읽는 수용자가 늘어날 경우를 대비한다면 신문 지면의 기사도 346~633자를 기본으로 하는 다양한 전략을 고려해볼 필요가 있을 것으로 보인다.

**KEYWORDS** 모바일 시대, 기사 길이, 기사 조합, 인터랙티브 뉴스

---

\* ygcheong@hallym.ac.kr, 교신저자

\*\* jeongann@hanmail.net

\*\*\* argi.guo@gmail.com

\*\*\*\* lprdd@naver.com

## 1. 문제 제기

지금은 모바일 시대다. 우선 양적인 의미에서 그렇다. 2015년 기준, 한국의 스마트폰 가입자 수는 약 4천 3백만 명을 넘어섰고(정보통신정책연구원, 2015), 한 사람이 하루 평균 4.3 시간동안 모바일 기기를 이용하고 있다(한국정보화진흥원, 2015). 그러나 이런 이유만으로 모바일 시대라고 하긴 어렵다. 정보사회가 산업사회의 연장선 위에 있지만 산업사회와는 질적으로 다른 사회여야 그 개념이 성립할 수 있듯이 모바일 시대도 마찬가지다. 자신만의 고유한 뜻을 가진 말로 성립하기 위해서는 모바일 이전 시대와는 양적으로 뿐만 아니라 질적으로도 다른 사회여야 한다.

실제로 대한민국을 포함한 대부분의 후기 산업사회는 모바일 기기의 양적인 팽창이 사람들의 삶, 더 구체적으로는 사람들의 커뮤니케이션 양식을 질적으로 바꾸어 놓은 새로운 시대에 살고 있다고 해도 과언이 아니다. 모바일을 이용하는 사람이 적었을 때에는 주류를 형성했던 PC기반 인터넷이나 TV수상기, 신문의 문법에 모바일 기기를 맞추어야 했지만 모바일 이용자가 많아져 주류가 되면 콘텐츠의 외양과 내용은 이에 맞출 수밖에 없게 된다. 탁상 위나 무릎 위에 있는 컴퓨터를 통해 인터넷을 보거나 텔레비전 수상기라는 고정된 플랫폼을 통해 콘텐츠를 감상하는 환경에 맞게 제작되던 콘텐츠는 이제 주류가 되어 버린 모바일 기기라는 작고 동적인 환경에 맞게 변형되어야 하고 변형되고 있다.

동적인 환경에 있기 때문에 소형을 지향하는 일은 불가피한데 이런 소형기 속에 지금까지 개발된 이동통신, 컴퓨팅 기능이 고사양으로 집적되어가고 있는 경향이 모바일 시대의 현재이자 미래다. 그렇게 만들어진 결과물들이 바로 IoT, OTT, AR, VR 등이라 할 수 있다. 이런 환경에서는 지금까지의 콘텐츠가 그대로 활용되기가 어렵다. 변형을 해서 어렵사리 활용된다 하더라도 새롭게 생겨나는 취향을 만족시키는 내용이 아닐 가능성이 크다.

최근 붓물 터지듯 유행하고 있는 카드 뉴스는 기사 소비에 새로운 취향이 형성되고 있음을 보여주고 있다. 최근 5년간 다른 모든 뉴스미디어의 이용률은 하락했지만 모바일 뉴스 이용률은 19.5%에서 65.4%로 성장한 가운데 20대의 뉴스소비행태가 보여주는 특징도 새로운 방식의 뉴스 제작이 필요함을 암시하고 있다. 20대의 경우 종이신문과 텔레비전 이용률은 매년 하락하는 경향을 보였지만 인터넷, 소셜미디어를 통한 뉴스이용은 전체 연령층 중에 가장 높았다(한국언론진흥재단, 2015). 이런 매체를 통한 뉴스 소비를 하는 이유로 “무수하게 많은 뉴스, 이슈, 정보를 잘 정리해준다는 ‘편리함’ 때문에”(심미선·송현주·김유정, 2015, 112쪽)라고 답한 사람이 가장 많았다.

그런데 만약 이렇게 모바일 기기를 통해 새로운 방식의 콘텐츠가 생산되고 새로운 기

기와 새로운 콘텐츠에 맞춰 새로운 취향이 자리를 잡게 될 경우, 이른바 올드미디어의 콘텐츠에 대한 평가에도 변화가 생길까?

이 논문은 미디어 콘텐츠를 구성하는 다양한 차원 중 텍스트의 길이에 초점을 맞춘다. 특별히 모바일 환경 속에서도 전통적인 저널리즘 매체인 신문 지면에서도 여전히 굳건하게 자리를 지키고 있는 기사의 길이에 관심을 둔다.

움직이는 상황 속에서 작은 모니터를 통해 콘텐츠를 봐야 하는 모바일 환경에서 적절한 기사의 길이는 어느 정도일까? 이런 모바일 환경이 대세로 자리 잡을 경우 신문에 실리는 기사의 길이에 대한 수용자의 수요에는 변화가 없을까? 원 소스 멀티 유즈(One Source Multi Use)가 불가피한 매체 산업의 제작환경을 고려할 때 모바일과 전통매체 모두에서 통용될 수 있는 기사 길이가 가능할까? 이런 질문이 이 연구의 주요 문제다.

올드미디어의 사양화는 매체 자체의 특성보다는 새로운 취향이나 새로운 감수성에 맞게 기사의 길이와 같은 콘텐츠의 제작방법이 변신하지 않아서 생길 가능성이 크다. 그렇다면 현존하고 있는 올드미디어 산업은 이 부분에 대한 연구를 본격적으로 시도하지 않을 수 없다. 그러나 다른 방식의 뉴스 즉 카드뉴스와 같은 새로운 방식의 기사가 텍스트로만 이루어진 기사에 비해 선호도나 기능면에 있어 어떤 차이가 있는지에 관련된 연구는 다수 진행된 반면 기사의 길이 변화와 같은 기사 자체의 변형에 대해서 본격적으로 연구한 사례는 찾아보기 어렵다.

## 2. 기존문헌 검토

사람들이 부담 없이 읽게 되고 기사의 질도 일정 수준 이상 담보하려면 어느 정도의 길이로 기사를 쓰는 것이 적절할까? 이에 대해서는 크게 두 가지 입장의 연구가 존재해온 것으로 보인다. 모바일 사용이 본격화되기 이전과 이후로 나뉘면서 앞의 시기에서는 기사의 길이가 짧은 것을 질타하는 연구가 주를 이루었다. 뒤의 시기에는 기사 텍스트의 길이가 어느 정도여야 하는가를 직접 논의하는 내용은 찾을 수 없었으나 텍스트를 최소화한 다른 방식의 기사 작성 사례가 어떻게 시도되고 있는지, 수용자들에게는 어떤 반응을 불러 일으키고 있는지를 살피는 연구는 다수 발견되었다.

### 1) 기사의 길이가 길어야 한다는 입장의 연구

모바일 시대가 점차 모습을 드러내고 전통 매체인 신문 산업이 사양화되고 있다는 진단이

대세를 형성하면서 대안 찾기의 일환으로 많은 연구자들은 ‘긴 기사’를 하나의 대안으로 제시했다. 본격적인 모바일 시대가 되기 전인 20세기를 대부분 담고 있는 100년간(1894~1994) 미국의 3개신문을 조사한 결과 미국의 신문기사는 ‘긴 저널리즘(long journalism)’으로 변모해왔으나 신문의 위기라는 말이 본격화되는 21세기 접어들면서 이런 논의는 가속화되었다.

한국에서 기사 길이의 중요성을 가장 먼저 제기한 연구는 박재영(2004)의 연구다. 한미일 신문 지면의 구성요소를 비교하기 위해 뉴욕타임스, 요미우리신문, 조선일보 종합 1면, 섹션 1면, 광고, 사진 등을 내용분석 했다. 세 나라의 신문지면 구성요소를 비교하는 항목 중 하나로 기사 길이를 포함시켰다. 제목을 포함한 기사 본문의 글자 수로 기사의 길이를 비교한 결과 종합 1면은 점프된 기사 분량을 포함했을 때 뉴욕타임스의 경우 1주일 평균 3,890.9자, 요미우리신문 804.8자, 조선일보 722.8자로 나타났다. 섹션 1면도 점프된 기사 분량을 포함하여 뉴욕타임즈(2,644.8자)가 조선일보(1,206.5자)에 비해 두 배 이상 길다는 것을 확인했다.

다양한 이해당사자와 복합적인 관점, 스토리 구성 등을 고려할 수 있는 긴 기사의 필요성을 구체적으로 검증하기 위해 박재영(2006)은 미국 PEJ(Project for Excellence in Journalism)의 ‘뉴스미디어 현황’보고서에서 아이디어를 얻어 후속 연구를 진행했다. PEJ 측정문항을 한국 상황에 맞게 일부 수정해 투명 취재원, 복합적 관점 제시, 이해 당사자의 수를 토대로 보도 지수를 산출해 최고 수준의 보도(‘고급기사’)를 정할 수 있도록 했다. 분석결과 국내 4개 신문의 1면 머리기사는 고급 기사의 비율이 11.1%로 미국 신문 1면 전체(33%)의 3분의 1수준이며 뉴욕타임스, 워싱턴 포스트 등의 미국 대형 신문의 경우 고급 기사의 비율이 52%로 나타나는 데에 비해 현저히 낮다는 것을 확인했다. 이 논문에서 박재영은 기사 길이를 “기사의 구조, 내용, 질에 결정적인 영향을 미치는 변수”(181쪽)로 규정하면서 한국 신문 1면 머리기사가 원고지 6매 내외로 측정되었는데 이런 길이로는 많은 취재원과 이해 당사자, 복합적인 관점을 담기 어렵다고 진단했다.

기사길이에 대한 종단적 연구도 이루어졌다. 박재영과 이완수(2007)는 한국의 10개 전국 종합일간지의 1990년부터 2007년까지의 신문기사의 1면을 분석대상으로 선정했다. 연구결과 국내 10개 종합일간지 1면 전체기사의 평균 길이는 특정 연도에 짧아졌다가 다시 길어지는 것으로 나타나 일정한 경향성은 발견하지는 못했다. 하지만 기사의 길이가 이해당사자와 투명취재원 항목과 관련성이 높음을 제시하면서 2매 미만의 기사에 얼마나 많은 정보가 충실하게 담길 수 있는지에 대해 의문을 제기하며 원고지 2매를 뉴스평가지수 산출의 기준으로 삼았다.

한국과 미국 신문을 비교한 이재경(2006)의 연구와 이건호와 정완규(2007)의 연구도 이른바 선진국의 언론이라는 미국 신문의 기사가 한국보다 길다는 사실을 확인하며 긴 저널리즘을 역설했다. 이재경(2006)의 경우 한국의 조선일보와 미국의 뉴욕타임즈를 비교하였는데 짧은 조선일보가 파편적인 사실을 분리하여 기사를 구성하는 경향을 보이는 반면 뉴욕타임즈는 현실에 대한 복합적인 조망을 하려는 경향을 보인다고 했다. 이건호와 정완규(2007)의 경우 형식과 내용을 비교하기 위해 1면 기사 전체와 1면 머리 기사를 분석한 결과 미국 기사 평균길이가 한국에 비해 머리기사의 경우 1.36배, 1면 전체로 보면 1.55배 길었는데 점프와 같은 방법으로 간지로 연결될 경우에는 4.83배, 5.76배 차이로 확장됨을 확인했다.

기사의 평균 길이에서 미국이 한국보다 길다는 사실은 고영철(2012)의 연구에서도 확인되었다. 고급기사의 관점에서 한국과 미국의 지역일간지 1면 기사의 보도방식을 살펴봤다. 미국 지역신문 1면 전체 기사의 평균 길이(점프기사 포함)는 평균 9.81매로 관계 기사를 포함한 한국 지역신문(약 5.31매)보다 4.5매 정도 길었고, 관계 기사를 제외할 경우 6매 정도 긴 것으로 나타났다. 또 미국의 경우 발행규모가 큰 신문일수록 신문 1면의 평균 기사 길이가 긴 것에 비해 한국은 발행규모가 큰 중앙 일간지와 지역 일간지 사이에 기사 길이 차이가 없다며 편집·보도방식의 유사성과 취재관행을 원인으로 봤다.

지금까지의 연구가 기사의 길이를 통해 담아내는 정보량의 가치를 평가기준으로 삼아 기사의 질을 평가하려고 한 것이라면 독자들의 반응이라는 측면에서 기사의 길이가 길어지는 것이 불가피함을 역설하는 연구도 많다. 가령 곽민영(2011)과 서상희(2011)의 연구가 그런 예다. 이들 연구는 역피라미드 기사와 스토리텔링 기사에 대한 독자의 흥미, 신뢰, 기사 평가, 기억 등의 반응을 비교한 결과 독자들이 읽는 기사를 만들기 위해서 지금의 역피라미드 기사 작성법이 아닌 스토리가 있는 기사를 만들어야 한다고 주장한다. 이른바 내러티브 형 기사가 대안으로 제시되고 있는데 이렇게 이야기 구조를 만들기 위해서는 기사를 길게 쓸 수밖에 없게 된다.

1990년대부터 시작되어 최근까지 진행된 국내외의 연구나 업계의 논의들이 역피라미드의 구조가 지니는 한계를 지적하며 스토리가 있는 내러티브형 기사를 신문산업의 사양화를 막을 주요 대안으로 제시한 근거는 대부분 기사에 대한 독자의 흥미도였다(박재영·이완수, 2008; Shim, 2014).

시간적 제약성이 높아 무작정 기사의 길이를 길게 하기 어려운 방송뉴스이긴 하지만 짧은 기사보다는 긴 기사가 더 자유회상 기억을 높인다는 연구결과가 있다. 이혜미·장정우와 정용국(2009)의 경우 텔레비전 뉴스의 길이와 티커가 시청자의 기억에 미치는 영향

을 살펴보기 위해 티커를 세 가지로 구분하고, 짧은 뉴스와 긴 뉴스로 나눠 3×2의 분할 실험을 설계했다. 뉴스에 대한 기억력은재인 기억, 보조회상 기억, 자유회상으로 나눠서 측정했다. 연구결과 1분 23초~1분 31초의 뉴스가 39초~45초의 뉴스보다 자유회상 기억이 높은 것을 확인했다. 그러나 이와 다른 연구결과도 있다. 라디오 뉴스에 있어 기사 리포트의 시간과 문장수를 교차하여 조사한 권신오(2001)의 연구는 긴 기사보다는 짧은 기사가 수용자의 긍정적인 반응을 더 끌어냄을 발견했다. 예비조사를 통해 실제 방송되는 라디오 낮 종합뉴스 리포트의 평균시간과 가장 짧은 시간, 가장 긴 시간, 문장의 수를 산출했다. 50초, 80초, 110초 길이의 기사를 각각 5개, 8개, 11개의 문장으로 구성하는 3×3요인설계를 적용해 각 집단별로 30명씩 9개의 피험자 그룹을 대상으로 실험을 실시했다. 자신이 들은 뉴스의 간결성, 기억력, 이해도, 정보량, 난이도를 평가하게 한 결과 50초 리포트를 8문장으로 구성할 때 간결성 평가가 가장 좋았다. 또 기억력 평가에서는 50초와 80초 리포트를 8문장으로 구성할 때 기억력이 가장 높음을 확인할 수 있었다.

## 2) 짧은 기사의 새로운 가능성을 암시하는 연구들

모바일 시대의 기술적 특성으로 새로운 형식의 뉴스를 논의할 때 등장하는 한 가지 공통 단어는 인터랙티브다. 뉴욕타임스 혁신보고서를 모티브로 연구를 시작한 김선호, 박대민 그리고 양정애(2014)의 보고서에서 언급되고 있는 국내외의 다양한 저널리즘 실험들은 대부분 수용자의 참여를 요구하거나 참여에 개방적인 내용이었다. 모바일 시대 이전에도 수용자가 콘텐츠를 고르고 해석함에 있어서 적극적인 개입을 한다고 인정되고 있었지만 모바일 시대는 수용자와의 인터랙티브의 가능성이 더 넓고 깊어지는 상황이 되었다.

이런 환경 위에서 모바일 기기를 상정하는 다양한 언론사의 텍스트는 길이나 비중이 줄어드는 경향이 생겼다. 모바일 플랫폼에서는 이용자들이 깊게 보기보다는 피상적으로 훑어보고 오래보기보다는 짧게 보는 경향, 즉 스낵 컬처가 지배적이기 때문에 롱폼은 적합하지 않다는 의견이 지배적이다(김선호·김옥태, 2015, 83쪽). 뉴욕타임즈의 ‘Snow Fall’ 같은 사례를 인용하면서 ‘긴(롱폼) 저널리즘’이 기여할 수 있는 역할에 주목하고 있는 연구(Dowling & Vogan, 2015)가 있기는 하지만 인터랙티브가 원활히 진행되려면 ‘짧은(숏폼) 저널리즘’이 불가피하다는 주장은 새로운 기술 환경 속에서 무시할 수 없는 이야기가 되고 있다. 저널리즘 콘텐츠 제작에 다양한 주체가 한결 손쉽게 참여하기 위해서는 참여자의 한 차례(turn)가 너무 길어서는 안 되기 때문이다.

즉각적인 반응이 가능해 참여가 늘어나고 여기에 연관 검색 기능까지 원활이 이루어지게 된다면 앞서 ‘긴 저널리즘’을 주장하는 연구가 지향하는 가치 즉 충분한 정보량도 작

은 기사 포맷으로도 충분히 충족될 수 있다. 한 단위의 기사의 양이 적어지더라도 필요한 정보를 다양한 각도에서 다양한 방법으로 제시해주기만 한다면 높은 참여 속에서 충분한 정보를 획득할 수 있기 때문이다.

모바일 시대에 기사가 길어져서 안 되는 이유는 스마트폰이라는 모바일 시대의 핵심 기기의 화면이 작은 탓에도 있다. 이용자 특성과 뉴스 이용 행태의 변화를 알아본 김위근(2011)의 연구에서 이루어진 심층인터뷰 결과를 보면 스마트폰을 통해 잡지의 긴 기사를 읽을 경우 눈이 아프고 가독성이 떨어진다는 의견과 스마트폰의 작은 화면이라는 한계로 스마트 기기로 시사잡지를 본다면 태블릿 PC를 이용한다는 진술을 확인할 수 있다. 스마트폰 이용자들은 또 포털 뉴스서비스를 제외한 신문, 시사잡지, TV, 라디오, 인터넷신문 등의 나머지 뉴스미디어 이용이 줄었다고 인식했지만 스마트폰을 통해 이동 중에도 간편하게 뉴스를 이용할 수 있다 보니 전체적인 뉴스 이용량은 늘어난 것으로 평가했다. 이런 추세라면 모바일 기기에 적합한 새로운 형태의 새로운 기사를 만들어내는 데에 올드미디어와 뉴미디어가 적극적으로 나서지 않을 수 없는 상황이다.

스마트폰 이용자를 규칙적 이용자와 불규칙적 이용자로 나누어 조사를 실시한 김선호, 박대민, 그리고 양정애(2014)의 연구 결과도 뉴스매체는 스마트폰 이용자의 새로운 취향이나 행태를 빨리 간파해야 할 필요성을 분명하게 드러내고 있다. 스마트폰 규칙 이용자가 불규칙 이용자에 비해 하루 평균 PC기반 인터넷, 스마트 미디어, SNS 뉴스 이용량뿐만 아니라 전체 뉴스이용량도 많은 것으로 나타나 뉴스 소비의 주류가 점차 스마트폰 규칙적 이용자로 전환되고 있음을 보여주었다. 스마트폰 이용자 1000명과 비이용자 500명을 대상으로 설문조사를 실시한 김영주·이은주(2012)의 연구에서도 스마트폰 이용자가 비이용자에 비해 통계적으로 유의미한 수준에서 포털뉴스, 언론사닷컴, 인터넷신문, 소셜미디어 뉴스 이용량이 많음을 확인했다.

뉴스 소비의 주류 미디어가 변화되고 있는 와중에 미디어 산업 현장에서는 “기사 잘 만들어도 고양이 짤방)을 이길 수 없는 현실”(정상근, 2016. 01. 29)이라는 자조적인 말이 나오고 있다. 현업의 경험 속에서도 전통적인 의미의 기사 쓰기에 변화가 불가피함을 역설하고 있다고 해야 하겠다.

---

1) 포털사이트 다음 한국어사전에는 이 말을 ‘짤림방지의 줄임말로, 짤림방지용 게시물을 말함. 재미 없는 글만 쓰면 게시판 운영자가 삭제할지 모르니 흥미 있는 사진(여기서는 가장 사람들이 많이 사용하다는 고양이 사진) 등을 올리는 것’이라고 풀이하고 있다.

### 3. 연구 방법

#### 1) 연구문제의 정식화

모바일 시대라는 미디어 콘텐츠의 소비와 생산에 있어서 과거와는 질적으로 다른 특징을 가진 시대에 맞는 콘텐츠는 어떤 내용일까? 모바일 시대의 핵심 기기라 할 스마트폰과 같은 작은 화면에서 일상적으로 기사를 볼 경우, 화면을 움직이지 않을 정도의 분량이면서 필요한 정보를 일정 수준이상 넣어 만족도를 높일 수는 없을까? 이런 질문을 하면서 동시에 모바일 시대라는 새로운 환경에서 새로운 취향이 생겨날 수 있다고 가정할 수 있으므로 신문지면에서 만족도를 최대화하는 적정분량은 어느 정도인가? ‘긴 저널리즘’을 주장하는 연구에서 중요한 하나의 변인으로 추정하던 긴 기사가 만족도를 더 하는가를 이 연구는 주요 연구문제로 삼는다. 그리고 나아가 최종적으로는 이 두 문제를 종합하면서 신문사의 지면용으로도, 모바일 기기용으로도 만족할 수 있는 길이는 어느 정도일까를 찾고자 하는 것이 이 연구의 목표다.

연구문제에 대한 해답을 찾기 위해서는 기사의 질에 대한 평가 척도를 구성해야 하는데, 이 연구는 PEJ가 접근한 바와 같이 투명취재원이나 이해 당사자의 수와 같이 우수한 기사에 대한 전문가의 판단기준을 척도로 삼거나 독자의 인지반응과 태도를 척도도 삼을 수 있다. 이 가운데 이 연구는 후자의 척도를 채택하여 기사의 질에 대한 평가를 측정하고자 했다. 같은 내용을 담은 다양한 길이의 기사를 제시한 후 기사에 대한 선호도, 기사질 평가, 기억회상 세 가지 내용을 측정함으로써 신문지면이나 모바일 기기에 적절한 유용한 기사 인지 여부를 판단하고자 했다. 이를 정식화하여 정리한 연구문제는 아래와 같다.

연구문제 1: 신문지면에서 기사의 길이는 기사 선호도, 기사질 평가, 기억회상에 영향을 미치는가?

연구문제 2: 모바일 환경에서 기사의 길이는 기사질 평가, 기억회상에 영향을 미치는가?

연구문제 3: 신문지면과 모바일 환경을 동시에 만족시킬 수 있는 기사의 길이가 가능한가?

#### 2) 실험을 위한 사전 조작

기사 길이별로 수용자의 선호도와 반응, 기억 회상도에 차이가 있는가를 알아보기 위해 이 연구는 실험연구방법을 채택했다. 현실과 똑같은 상황에서 다양한 길이의 기사를 읽게 한 후 이에 대한 평가를 하게 할 경우, 길이에 의한 평가의 차이인지를 특정하기 어렵다는 점을 우선적으로 고려한 결과다.

실험은 2015년 11월 12일부터 12월 15일까지 강원지역 한 종합대학교 학생들을 대상



으로 실시했다. 자극물의 조작에서부터 조사 실시에 이르는 제반 과정은 다음과 같이 이루어졌다.

### (1) 실험자극물의 제작

실험기사의 길이를 선정하기 위해 조선일보 홈페이지를 통해 2년 동안의 1면 기사 길이를 확인한 결과 평균 1075.66자<sup>2)</sup>였다. 1면 기사 중 가장 짧은 기사는 339자였고, 가장 긴 기사는 3543자였다. 연구시기 기준 가장 최근에 신문 1면에서 사용하는 기사 길이를 확인하기 위해 주말 판을 제외한 2015년 10월 셋째 주 조선일보와 경향신문 1면을 살펴봤다. 그 결과 기사의 평균 길이는 952.81자였다.(조선일보 1014.71자, 경향신문 893.72자) 조선일보의 경우 가장 짧은 기사는 236자였고, 경향신문은 309자였다.

모바일 기기를 통해 포털사이트 뉴스를 이용할 때 첫 화면에 보이는 기사 길이도 확인했다. 네이버와 다음의 글씨 크기 중간으로 설정하고 한눈에 볼 수 있는 기사의 글자 수는 평균 349.8자였고, 최소 305자에서 최대 492자였다. 라디오 뉴스의 청이성에 관한 실험에서 사용한 5문장의 기사의 글자 수도 320자였으며(권신오, 2001), 연구 당시의 라디오 정오뉴스 기사의 길이를 확인한 결과에서도 300자를 넘어서는 기사를 찾을 수 없었다.

기사의 길이는 네 개로 정했다. 신문 1면의 평균 길이를 고려하여 1033자의 기사를 만들었다. 1면에서 가장 짧은 길이이며 동시에 모바일 기기로 한눈에 볼 수 있는 길이라는 기준을 적용하여 346자의 기사도 만들었다.<sup>3)</sup> 나머지 두 가지는 이 두 가지와의 경험적, 논리적 상관성 속에서 구했다. 346자 기사와 1033자 사이에 중간 정도 크기로 633자의 기사를 만들었으며<sup>4)</sup> 633자와 1033자 사이의 간격을 고려하여 1368자의 기사를 만들었다.

실험기사는 연구 당시 매체에 자주 등장하던 정부의 역사교과서 국정화 확정고시에 대한 강원지역 시민단체들의 성명과 강원지역의 여론을 보도하는 내용으로 정했다.<sup>5)</sup> 기

2) 띄어쓰기 포함 글자 수. 이하 모든 글자 수는 띄어쓰기를 포함한 내용임.

3) 참고로 라디오에서 스트레이트 뉴스로 보도하는 기사의 길이도 요즘 점차 짧아지는 경향을 보이면서 연구 당시 주요 라디오 방송의 뉴스를 임의로 표집해 분석해본 결과 가장 빈번히 등장하는 기사 길이는 약 300자 정도였다.

4) 오디오/비디오 포맷인 텔레비전 뉴스와 텍스트 기반의 신문 기사는 같은 글자 수라 할지라도 전달하는 정보량이 다르기 때문에 단순 길이 비교는 의미가 없지만 참고로 최근 2년간 KBS 9시 뉴스 헤드라인 기사의 평균 글자 수는 646자였다.

5) 국정화 교과서 문제를 실험기사로 고른 이유는 이 기사가 조사 전후에 보도가 계속되었기 때문이다. 전혀 생소한 내용을 실험기사로 고르지 않음으로써 실험상황이 아니라 일상적인 느낌을 주도록 하기 위해서였다. 그러나 내용은 국정화 확정고시에 대한 전국 소식이 아니라 강원 지역 시민단체의 성명과 강원 지역 여론으로 채웠는데 이는 지방 뉴스를 잘 접하지 않는 학생들의 성향을 감안했기 때문이다. 익숙한 내용을 담은 기사는 평가를 잘

사는 공동연구자로 참여한 25년 경력의 현직 언론인이 몇 가지 매체에 실린 관련 보도를 종합하여 새로이 작성했다. 346, 633, 1033, 1368자 기사가 길이만 다를 뿐, 내용은 동일해야 하므로 길이가 긴 기사일수록 성명을 발표하는 단체의 이름을 자세히 적어주거나 성명 내용을 조금 더 길게 인용해주는 방식으로 제작하였다.

## (2) 실험 자극물 내용의 동일성 확보

실험에 사용된 네 가지 길이의 기사가 길이만 다를 뿐이고 전달하려는 내용의 골자는 같아서 동일한 기사로 수용자가 인식할 때만이 기사의 길이가 기사에 대한 수용자의 평가와 반응에 다른 영향을 주는지를 정확히 파악할 수 있기 때문에 기사가 동일한 취지를 가진 내용 인지를 파악하기 위한 작업은 크게 세 단계의 과정을 거쳤다.

먼저 공동연구자인 현직 언론인이 작성한 네 종류의 기사에 대한 공동 연구자 4인의 비판적인 검토가 진행되었다. 공동연구자는 기사를 작성한 현직언론인이나 박사과정 학생인 사람 외에 현직 언론학 교수, 언론학과 박사과정 학생, 석사과정 학생으로 이루어졌다. 세 차례에 걸친 수정 작업으로 연구자들의 합의가 이루어진 후 2단계 작업으로 학생들에 대한 사전 조사를 실시하였다. 언론학 수업을 듣는 1, 2, 3, 4학년 학생 남녀 각 5명씩으로 구성된 대상자 40명에게 네 개의 기사를 보여주면서 각 기사를 읽고 그 밑에 기사의 핵심 내용을 최대 30자로 요약해달라고 요구했다(주관식 조사). 그리고 네 개의 기사가 자세함에만 차이가 있을 뿐, 같은 내용을 담고 있다고 생각하느냐에 대해 예, 아니오로 대답하도록 요구했다(객관식 조사). 주관식 조사에 대한 분석은 네 명의 공동연구자가 다른 내용을 이야기하고 있다고 판단하는 내용을 가려내는 형식으로 진행해 일치하는 정도를 코더간 일치도 계산법에 입각해 계산했다. 주관식과 객관식에서 만족할 만한 수준이 아니라는 판단 아래 원인을 찾아내고자 주관식 조사에서 불일치도가 높은 내용을 중심으로 대안을 모색했다. 가장 큰 차이는 1368자에서 마지막 문장으로 삽입한 내용이 결론 같은 느낌을 줘서 다른 기사와는 다른 요약문으로 쓰게 만들었다는 판단에 동의하고 이를 삭제하면서 단체의 이름이나 인용문을 조금 더 늘리는 방향으로 내용을 수정하였다. 이를 대상으로 다시 3단계 예비조사를 실시했다. 불성실한 태도로 엉뚱한 답을 했다고 판단되는 세 명의 응답자를 제외하고 일치도를 계산해본 결과 주관식 96.9%, 객관식 94.6%의 결과를 얻었다.

---

받을 수 있으므로 이를 피하기 위해 선택한 방안이다. 이런 디자인에도 불구하고 국정교과서 이슈에 대한 사전 관심이나 지식이 실험에 영향을 미쳤는지를 확인하기 위해 국정화 관심 정도, 본인이 생각하는 국정화에 대한 지식 정도 등을 측정하여 동질성 검토를 했다.

표 1. 신문지면 및 모바일 실험집단의 구성

		실험집단				전체
		346자	633자	1033자	1368자	
성별	남자	24 (50.0%)	24 (50.0%)	24 (50.0%)	24 (50.0%)	96 (50.0%)
	여자	24 (50.0%)	24 (50.0%)	24 (50.0%)	24 (50.0%)	96 (50.0%)
계열	문과	24 (50.0%)	24 (50.0%)	24 (50.0%)	24 (50.0%)	96 (50.0%)
	이과	24 (50.0%)	24 (50.0%)	24 (50.0%)	24 (50.0%)	96 (50.0%)
학년	1학년	12 (25.0%)	12 (25.0%)	12 (25.0%)	12 (25.0%)	48 (25.0%)
	2학년	12 (25.0%)	12 (25.0%)	12 (25.0%)	12 (25.0%)	48 (25.0%)
	3학년	12 (25.0%)	12 (25.0%)	12 (25.0%)	12 (25.0%)	48 (25.0%)
	4학년	12 (25.0%)	12 (25.0%)	12 (25.0%)	12 (25.0%)	48 (25.0%)
전체		48 (100.0%)	48 (100.0%)	48 (100.0%)	48 (100.0%)	192 (100.0%)

### 3) 조사와 분석 방법

#### (1) 표집

표집은 사전 조사에 참여했던 사람은 배제하는 전제하에 신문지면과 모바일 집단으로 먼저 나누는 후 신문과 모바일이 모두 동일한 인구사회학적 배경을 갖도록 하기 위해 <표 1>에서 보는 바와 같은 할당표집이 되도록 했다. 신문 지면의 경우 대형 강의 담당교수의 양해를 얻어 학생을 346, 633, 1033, 1368 글자를 보고 답할 네 그룹으로 나누어 수업을 시작하기 전 20분 정도의 시간을 얻어 조사를 시행했다. 시간이 진행할수록 모자라는 셀의 표본을 얻기 위해 수강생 전수를 사용하지 않고 필요한 표본만을 선정해 조사에 임하도록 했다.

모바일의 경우, 대형 강의에 들어가 인사말과 연락처, 모바일 페이지 주소를 담은 안내문을 전하면서 답을 해주도록 요구하고 할당이 채워지지 않는 셀에 대해서는 단체 SNS 방을 활용해 해당하는 인구사회학적 변인을 가진 피조사자를 구하는 방식으로 조사를 진행했다. 이런 과정 속에서 모바일 기기를 사용하지 않고 기사를 읽고 답한 응답자는 제외했다.

#### (2) 측정

실험은 신문지면과 모바일 환경에서 동시에 진행했다. 신문지면의 경우 실험을 진행하기 위해 별도로 대판 크기 신문 한 면을 4가지 버전으로 제작했다(<그림 1>). 신문에 사용된 기사는 텍스트 기사 5개, 보도사진 1개이고 실제 신문과 동일하게 하단에 광고를 실었다.

그림 1. 조사에 활용된 네 가지 신문기사 편집 형태

346자	633자	1033자	1368자

그림 2. 모바일 버전으로 제작된 실험기사 예

<p><b>N</b> 포스트 <span style="float: right;">수정</span></p> <p><b>한국사 교과서 국정화 3일 확정 고시</b></p> <p><b>곽아기기자</b> 2015.11.28. 13:56 435 읽음 <span style="float: right;">내 통계</span></p> <p>도내 시민사회단체·교육계 반발 확산</p> <p>[오마이뉴스 곽아기 기자] 정부가 한국사 교과서 국정화 방안을 확정 고시한 가운데 강원도에서도 반발이 확산되고 있다.</p> <p>원주시민연대는 3일 기자회견을 열어 한국사 교과서 국정화를 반대하는 국민들의 뜻을 철저히 외면한 쿠</p>	<p><b>N</b> 포스트 <span style="float: right;">수정</span></p> <p>데타이자 민주주의에 대한 심각한 도전이라고 규정했으며, 교과서 국정화 저지 강원네트워크도 정부의 교과서 국정화 시도는 민주주의를 역행하는 것이라고 비판했다.</p> <p>강원대 교수 111명도 역사 교과서 국정화는 학생들의 역사교육을 다시 암울한 유신시대로 돌리려 하고 있다고 주장한데 이어, 전교조 강원지부도 제2 유신의 서막을 보고 파시즘의 전조를 읽는다고 비판했다.</p> <p>곽아기 기자 <a href="mailto:ljrdd@naver.com">ljrdd@naver.com</a> 저작권자(c) 오마이뉴스(시민기자), 무단 전재 및 재배포 금지</p>
--	---

동일한 취지를 담되, 길이가 다른 네 개의 실험기사는 각 지면의 좌상단 머리기사에 위치했으며 바로 아래 머리기사와는 관련 없는 독립 사진 기사를 넣어 머리기사의 길이가 달라지는 데에 맞춰 보도사진의 크기를 조절하였다. 실험을 시작하기 전 ‘지난 신문의 일부로 평소 본인이 신문을 보듯이 읽어주시시오’라는 말과 함께 기사를 5분간 읽게 한 뒤, 설문지를 작성하도록 했다. 신문지면에서는 실험기사를 어떻게 읽었는지 조사하여 제목만 보거나 읽지 않았다고 응답한 사람들은 할당 표집 대상에서 제외했다.

모바일 조사는 네이버 포스트와 네이버폼을 이용해 실시했다. 네이버 포스트는 4개

의 기사를 각각 하나의 포스트로 만들었다. 모바일 조사는 기사를 읽은 후 기사 최하단부에 ‘위에 있는 기사를 다 읽으셨으면 아래의 링크를 눌러 설문에 참여해주시기 바랍니다.’라는 말로 네이버폼 링크를 눌러 실험에 참가하도록 했다. 실험기사의 글씨 크기는 네이버에서 사용되는 3단계 크기로 했으며, 모바일 버전 실험기사는 실제 네이버에 공급되는 기사와 비교한 뒤 유사하게 만들었다(〈그림 2〉). 모바일 실험의 경우 실험에 모바일 기기를 이용하여 참가하지 않은 사람들은 분석대상에서 제외시켰다.

## (2) 설문의 구성과 분석방법

신문지면과 모바일에서 공통으로 측정할 변인은 기사질 평가 변인과 기억회상 변인<sup>6)</sup>이다. 기사질 평가 변인은 용이성 평가, 가독성 평가, 정보량 평가로 나눠 측정했다. 용이성 평가는 내용을 이해하기 쉬웠는지, 가독성 평가는 읽기에 편했는지, 정보량 평가는 충분한 정보를 담고 있는지에 관한 것으로 각각 세 개의 문항을 사용하여 5점 리커트 척도로 측정했다. 기억회상 변인은 기사 내용을 기억하는지 측정하기 위한 것으로 4개의 실험기사에 공통으로 포함된 기사 내용을 객관식 2문항, 주관식 3문항으로 나누어 문제풀이식으로 제시했다.<sup>7)</sup> 기억회상 문항은 정답일 경우 1점, 오답이나 무응답의 경우 0점을 준 뒤 측정항목의 합산 점수를 사용했다.

신문지면 조사에서는 이런 공통 질문에 더하여 실험처치로 설정된 기사가 같은 지면의 다른 기사에 비해 선호<sup>8)</sup>되고 있는지를 알기 위해 세 가지 질문을 추가하였다. ‘방금 전,

6) 이 내용은 기사의 이해도 측정과는 명확한 차이가 있다. 피험자들이 스스로 느끼는 이해도를 측정하는 내용이긴 하나 실제 이해 정도와 일치하지 않을 수 있기 때문이다. 로빈슨과 레비(Robinson & Levy, 1986)가 밝히고 있듯이 뉴스기사는 보통 하나의 이야기 형식이어서 그에 담긴 세부적인 정보 하나하나에 대한 기억보다는 이야기의 핵심주제가 무엇인지를 파악하는가가 중요하지만 이 논문에서는 반영하지 않았다.

7) 모바일 환경에서 저널리즘 혁신을 만들어가기 위한 개념으로 ‘이용자 경험(UX: User experience)’이라는 용어가 쓰이고 있다. 노먼(Norman, 2013)이 만든 이 말은 해당 제품이나 콘텐츠가 이용자에게 이용과정에서 최적의 경험을 제공하는지를 파악하고자 하는 개념이다. 이런 개념을 적용하여 모바일 뉴스포맷과 디자인을 연구한 김선호와 김옥태(2015)는 혁신적인 저널리즘 콘텐츠가 가져야 할 미덕으로 접근용이성, 이해용이성, 몰입유인성, 정보유용성을 들고 있기도 하다. 그런가 하면 기사 외적인 부분(형식, 스타일)에 관한 실험연구들(곽민영, 2011; 서상희, 2011; 이미나 2011)에서는 독자의 반응이나 기사에 대한 평가, 행동 결과를 확인하기 위해 가독성, 흥미, 기억회상, 기사 이해, 용이성, 정보량, 몰입도, 신뢰도, 심층성 등을 주로 사용해왔다. 그러나 이 연구에서는 수업시간이라는 촉박한 환경에서 조사를 할 수 밖에 없었던 현실적 한계로 인해 이들 변수 가운데 얼마나 기사가 쉽게 느껴지는지(용이성), 보기 편한지(가독성), 정보가 많다고 판단되는지(정보량)와 기억이 잘 되는지(기억회상)만 탐색적으로 확인하고자 했다.

8) 선호도를 조사하기 위해서는 질문 내용이 ‘이 기사가 더 눈에 띄었는가’, ‘이 기사를 더 읽고 싶었는가’ 등 비교의 의미를 담은 표현을 써야 하지만 이 연구에서는 그렇게 하지 않았다. 뒤에서 표현하고 있는 바와 같이 ‘전 지면을 봤을 때’란 표현을 쓰는 것으로 비교의 의미를 담고자 하였다.

표 2. 실험기사에 대한 선호도, 기사질 평가, 기억회상 측정 문항

변인		항목
선호도		방금 전, 지면을 처음 봤을 때 A1* 기사가 귀하의 눈에 띄었습니까?
		방금 전, 지면을 처음 봤을 때 A1 기사를 읽고 싶었습니까?
		귀하는 A1 기사를 어떻게 읽으셨습니까?
기사질 평가	용이성	A1 기사는 사건을 정확하게 이해하기 힘들었다
		A1 기사는 이해하기 쉬웠다
		A1 기사는 내용이 어렵지 않았다
	가독성	A1 기사는 읽기에 편했다
		A1 기사는 읽기에 부담스러웠다
		A1 기사는 한 눈에 보기에 편했다
	정보량	A1 기사는 정보가 많다
		A1 기사는 충분한 정보를 담고 있다
		A1 기사는 담고 있는 정보가 지나치게 많다
기억회상		한국사 교과서 국정화 확정 고시일은 언제입니까?(주관식)
		한국사 교과서 국정화에 대해 기자회견을 했던 단체의 이름은 무엇입니까?(주관식)
		한국사 교과서 국정화에 대해 입장을 밝힌 강원대 교수의 인원은 몇 명입니까?(주관식)
		'정부의 교과서 국정화 시도는 민주주의를 역행하는 것'이라고 비판한 단체는 원주시민연대입니까?(예/아니오, 객관식)
		'제2 유신의 서막을 보고 파시즘의 전조를 읽는다'고 비판한 단체는 전교조 강원지부입니까?(객관식)

\* A1기서란 실험처치용 기사를 피험자가 알아 볼 수 있게 붙여 놓은 이름이다. 모바일 조사에서는 피험자가 네 유형 중 하나의 기사만 보기 때문에 이 표현은 쓰지 않았다.

지면을 처음 봤을 때 A1 기사(국정화 기사)가 귀하의 눈에 띄었습니까?', '방금 전, 지면을 처음 봤을 때 A1 기사를 읽고 싶었습니까?'(이상 '매우 아니다' - '매우 그렇다' 5점 리커트 척도로 답변)와 '귀하는 A1 기사를 어떻게 읽으셨습니까?'라는 질문을 사용했다. 세 번째 질문과 관련해서 '기사의 내용을 전부 읽었다', '기사의 내용을 대강이라도 읽었다', '제목(중간제목)만 읽었다', '제목도 읽지 않았다' 중 하나에 답하도록 했다. 이상의 설문 문항을 표로 간추리면 <표 2>와 같다.

연구문제에 대한 답을 얻기 위한 설문 외에도 역사교과서 국정화 보도를 소비하는 데에 있어 관련이 높을 것으로 보이는 질문 몇 가지를 추가로 던져 이들 변수와 관련한 무선택당(random assignment)이 제대로 설정되었는지를 확인하고자 했다. 이를 위해 세상 정보

를 얻기 위한 평소의 의존 매체, 평소의 기사 읽기 패턴, 한국 언론에 대한 평소의 의존도, 평소의 정치 성향, 국사 교과서 국정화와 관련한 국정화 지식과 관심 정도도 함께 조사했다.

모바일 조사에서는 이에 더하여 모바일 뉴스를 이용할 때의 사용하는 글씨 크기가 영향을 미칠 수 있다는 것을 고려하여 ‘평소 모바일 뉴스를 볼 때 글씨 크기 설정을 어떻게 하십니까’라는 질문을 추가하여 ‘매우 작게’에서 ‘매우 크게’에 이르는 5점 리커트 척도로 측정했다.

분석방법으로는  $\chi^2$  검증과 ANOVA 검증을 사용했다. 무선헌당과 관련한 동질성 검토에서는 변수의 성격에 따라  $\chi^2$  검증과 ANOVA 검증을 실시했으며 연구문제에 대한 답을 찾기 위한 각 집단별 수용자의 호감도, 독자 반응, 기억회상과 관련하여서는 ANOVA 검증을 실시했다.

## 4. 분석결과

### 1) 실험집단의 동질성 검토

실험연구에서는 실험조치를 위해 만들어진 자극물 외의 다른 변수가 영향을 미칠 가능성에 대해 사전에 통제하는 것이 필수다. 이 연구에서는 할당 표집을 통해 조사대상자의 인구사회학적 변인(성별, 계열, 학력)을 사전에 통제했다. 이 외에도 국사교과서 국정화에 영향을 미칠 것으로 판단되는 6개의 변인에 대해 조사했다. 카이제곱 검증과 일원배치 분산

표 3. 국정화 관련 미디어 소비에 영향을 미칠 만한 변인에 대한 동질성 검토

변인	신문 실험집단의 동질성		모바일 실험집단 동질성	
	$\chi^2/F$	유의확률	$\chi^2/F$	유의확률
정치 성향	16,079	.188	13,219	.353
의존 매체	13,796	.314	13,796	.314
신문 읽기 패턴	8,860	.885		
언론신뢰도	1,040	.376	2,102	.101
국정화 지식	0,600	.616	0,648	.585
국정화 관심	0,860	.463	1,468	.225
평소 모바일 화면 글씨 크기			0,673	.570

주: 정치 성향, 의존 매체, 신문 읽기 패턴은 교차분석으로 실험집단의 동질성 검사를 했고 언론신뢰도, 국정화 지식, 국정화 관심, 평소 모바일 화면 글씨 크기는 일원배치 분산분석으로 동질성을 검사를 실시했다.

분석을 통해 무선할당이 제대로 되었는지 실험집단의 동질성을 검토한 결과 신문 실험 네 집단의 언론신뢰도, 의존 매체, 평소 신문 읽기 패턴, 국정화 지식, 국정화 관심, 정치 성향에 통계적으로 유의미한 차이가 없었다. 모바일 조사에서도 네 개의 실험집단의 동질성을 검토한 결과 언론신뢰도, 의존 매체, 국정화 지식, 국정화 관심, 정치 성향 등에 통계적으로 유의미한 차이가 없었다. 이는 국사 교과서 국정화라는 기사 내용에 대해 기사의 길이 외에는 사전 선호도와 반응에 영향을 미칠 차이를 네 집단이 가지고 있지 않다는 사실을 지지하고 있는 것이다. 모바일 집단에 대해서는 사전에 선호하는 글자 크기가 다를 경우 기사의 길이에 대한 선호나 반응에 영향을 미칠 수 있을 것으로 판단하여 이를 질문하였으나 네 집단 사이에 통계적으로 유의미한 차이를 발견할 수 없었다.

## 2) 연구문제에 대한 분석결과

### (1) 신문지면에서 기사길이가 수용자의 선호도, 반응, 기억회상에 미치는 영향

#### ① 기사 길이가 기사 선호도에 미치는 영향

신문지면에서 가장 눈에 띄고 읽고 싶었던 기사 길이는 1033자였다. ‘눈에 띄다’의 경우 그 다음으로 346(4.02)자가 높았고, ‘읽고 싶다’는 633(3.71)자가 1033자의 뒤를 이었다(〈표

표 4. 신문지면 기사 길이가 기사 선호도에 미치는 영향 일원배치 분산분석

변인	집단	N	평균	표준편차	F	사후검증(LSD)
눈에 띄다	346자	48	4.02	0.8377	3.837*	1033자 > 346자 1033자 > 633자 1033자 > 1368자
	633자	48	3.96	0.7707		
	1033자	48	4.38	0.6058		
	1368자	48	3.85	0.9451		
읽고 싶다	346자	48	3.67	0.9528	5.928***	633자 > 1368자 1033자 > 346자 1033자 > 633자 1033자 > 1368자
	633자	48	3.71	0.7978		
	1033자	48	4.10	0.7217		
	1368자	48	3.35	0.9998		
어떻게 읽었는가	346자	48	0.67	0.4764	4.854**	346자 > 1368자 633자 > 1368자 1033자 > 1368자
	633자	48	0.54	0.5035		
	1033자	48	0.60	0.4942		
	1368자	48	0.31	0.4684		

\* $p \leq .05$ , \*\* $p \leq .01$ , \*\*\* $p \leq .001$

주: ‘눈에 띄다’와 ‘읽고 싶다’는 5점 척도로 측정. ‘어떻게 읽었는가’는 전부 읽었을 경우 1, 대강 읽었을 경우 0으로 코딩되었다.



4) 참조). 사후검증 결과 ‘눈에 띄다’는 1033자와 나머지 3개 기사 사이에 유의미한 차이가 있었다. ‘읽고 싶다’는 1033자가 다른 기사와 통계적으로 유의미한 차이가 있었고, 633자도 1368자와 차이가 있는 것으로 나타났다.

기사의 내용을 전부 읽었는지 살펴본 ‘어떻게 읽었는가’에서는 346자가 가장 높은 것으로 나타났다. 하지만 1033자가 두 번째로 높아 이 부분에서도 강세를 보였다. 사후 검증에서 세 개 기사 모두 1368자와 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

**② 기사 길이가 수용자의 반응에 미치는 영향**

독자의 주관적 만족도 평가를 알아보는 기사질 평가의 경우 용이성 평가에서 1033자 기사가 가장 높은 것으로 분석됐다. 정보량에서도 1033자가 가장 높은 평균점을 보였으나 통계적으로 유의미한 수준에서는 아니었다(〈표 5〉 참조).

가독성 평가의 경우 346자(9.9375)가 가장 좋은 것으로 나타났다. 사후검증을 살펴보면 용이성 평가의 경우 346자와 1368자, 1033자와 633자, 1033자와 1368자가 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났고, 가독성 평가에서는 346자와 1368자, 1033자와 1368자 사이에 유의미한 차이가 있었다.

표 5. 신문지면 기사 길이가 기사질 평가에 미치는 영향 일원배치 분산분석

변인	집단	N	평균	표준편차	F	사후검증(LSD)
용이성 평가	346자	48	10.38	1.7336	3.186*	346자 > 1368자 1033자 > 633자 1033자 > 1368자
	633자	48	9.73	1.7227		
	1033자	48	10.54	1.9125		
	1368자	48	9.60	1.8421		
가독성 평가	346자	48	9.94	2.0149	4.729**	346자 > 1368자 1033자 > 1368자
	633자	48	9.27	1.7227		
	1033자	48	9.67	1.9056		
	1368자	48	8.54	2.0727		
정보량 평가	346자	48	5.90	1.5192	2.151	
	633자	48	6.04	1.4286		
	1033자	48	6.58	1.1267		
	1368자	48	6.25	1.5229		

\* $p \leq .05$ , \*\* $p \leq .01$

주: ‘용이성 평가’와 ‘가독성 평가’는 5점 척도로 측정된 3개 문항의 합(최소 3점, 최대 15점)이고, ‘정보량 평가’는 2점부터 10점(2문항) 사이의 값을 가진다. 세 변인의 Factor score 값을 구해 다시 분석한 결과와 유의수준, 사후검증의 차이가 없었다.

표 6. 신문지면 기사 길이가 기억회상에 미치는 영향 일원배치 분산분석

변인	집단	N	평균	표준편차	F	사후검증(LSD)
기억 회상	346자	48	1.56	1.0500	2.691*	346자 > 1033자
	633자	48	1.17	1.1172		
	1033자	48	0.96	1.0306		
	1368자	48	1.15	1.0914		

\* $p \leq .05$

주: 기억회상은 기사의 내용을 문제풀이 식으로 객관식 2문항, 주관식 3문항 제시했다. 정답일 경우 1, 오답이나 무응답일 경우 0점을 부여했다. 최소 0점부터 최대 5점.

### ③ 기사 길이가 수용자의 기억 회상에 미치는 영향

실제 기사 내용에 대한 기억을 묻는 기억회상 점수에서는 346자(1.56)가 가장 높았고, 1033자(0.96) 기사가 가장 낮았다(〈표 6〉). 사후검증 결과 346자와 1033자 사이에 통계적으로 유의미한 차이가 있었다. 1033자 기사의 경우 눈에 띄고 읽고 싶으면서 용이성이 좋고 정보량이 높다고 평가받았지만 기억회상은 가장 낮으면서 동시에 346자와는 통계적으로 유의미한 차이가 있었다. 이는 독자가 기사를 선호하고 긍정적으로 평가하는 것과 실제 기사를 읽은 행동 결과는 다를 수 있다는 것을 의미한다.

## (2) 모바일 기기에서 기사길이가 수용자의 반응, 기억회상에 미치는 영향

### ① 기사 길이가 수용자의 반응에 미치는 영향

용이성 평가에서는 633자 기사가 가장 높았고, 1368자 기사와 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 346자 기사의 가독성이 가장 높았지만 사후검증에서 633자 기사와 차이가 없는 것으로 나타났다. 정보량 평가는 1368자와 1033자 기사가 346자 기사와 통계적으로 유의미한 차이가 있었다. 신문지면에서는 기사의 길이가 정보량 평가에 차이가 없었지만 모바일 환경에서는 1033자와 346자, 1368자와 346자, 1368자와 633자 사이에 통계적으로 유의미한 차이가 있었다(〈표 7〉).

정리해보면 상대적으로 짧은 기사는 용이성과 가독성에서 높은 점수를 받은 반면 정보량에 있어서는 기사가 길수록 높은 평가를 받고 있음을 확인할 수 있다.

### ③ 기사 길이가 수용자의 기억 회상에 미치는 영향

기억회상은 633자(1.90)가 가장 높았고 그 다음으로 346자(1.73)였다. 일원배치 분산분석

표 7. 모바일 기사 길이가 기사질 평가에 미치는 영향 일원배치 분산분석

변인	집단	N	평균	표준편차	F	사후검증(LSD)
용이성 평가	346자	48	10.06	2,2256	5.035**	346자 > 1368자 633자 > 1033자 633자 > 1368자
	633자	48	10.42	1,7725		
	1033자	48	9.44	1,6747		
	1368자	48	9.02	1,9946		
가독성 평가	346자	48	9.92	1,9333	7.035***	346자 > 1033자 346자 > 1368자 633자 > 1033자 633자 > 1368자
	633자	48	9.63	2,2936		
	1033자	48	8.69	1,8353		
	1368자	48	8.23	2,1560		
정보량 평가	346자	48	5.38	1,4086	6.201***	1033자 > 346자 1368자 > 346자 1368자 > 633자
	633자	48	5.77	1,4327		
	1033자	48	6.19	1,3314		
	1368자	48	6.52	1,3682		

\*\* $p \leq .01$ , \*\*\* $p \leq .001$

주: '용이성 평가'와 '가독성 평가'는 5점 척도로 측정된 3개 문항의 합(최소 3점, 최대 15점)이고, '정보량 평가'는 2점부터 10점(2문항) 사이의 값을 가진다. 세 변인의 Factor score 값을 구해 다시 분석한 결과와 유의수준, 사후검증의 차이가 없었다.

표 8. 모바일 기사 길이가 기억회상에 미치는 영향 일원배치 분산분석

변인	집단	N	평균	표준편차	F	사후검증(LSD)
기억 회상	346자	48	1.73	1,3798	2.100	633자 > 1368자
	633자	48	1.90	1,2588		
	1033자	48	1.52	1,2202		
	1368자	48	1.29	1,1291		

주: 기억회상은 기사의 내용을 문제풀이 식으로 객관식 2문항, 주관식 3문항 제시했다. 정답일 경우 1, 오답이나 무응답일 경우 0점을 부여했다. 최소 0점부터 최대 5점.

결과 유의확률은 .102였지만 사후검증에서는 633자와 1368자 집단 사이에 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다(<표 8> 참조).

### 3) 신문지면과 모바일 겸용 기사길이 탐색

연구문제 3은 연구문제1과 연구문제2의 검증결과를 바탕으로 신문지면과 모바일에서 사용할 수 있는 보편적인 기사 길이가 가능할 것인가를 논의하고자 설정한 내용이다.

가능성 타진을 위해 앞서 논의된 결과를 종합해보면 346~633자 사이의 기사를 뉴스 매체의 주종 길이로 활용한다면 기사의 다양한 활용이라는 측면에서이 유용성을 극대화할 수 있을 것으로 보인다.

신문 지면의 경우, 가장 눈에 띄는 기사 평가에서 기사량이 적었음에도 346자는 633자와 1368자와 크게 차이가 없었으며 실제로 다 읽은 비율은 가장 높게 나타났다. 독자의 반응 조사 결과에서도 용이성(1033자, 346자 순), 가독성(346자, 1033자 순)에서 고르게 높은 평가를 받았는가 하면 정보량에서는 다른 길이와 통계적으로 유의한 차이를 보이지 않았다. 기억회상에서도 346자가 가장 좋았다.

346자 못지 않게 1033자의 가능성이 신문지면 평가에서는 높았지만 모바일 매체로 넘어가면 양상이 달라진다. 633자가 대세를 형성하며 346자가 이에 필적하는 모습이다. 용이성 평가(633자, 346자 순), 가독성 평가(346, 633자 순)에서 346자와 633자가 고르게 높은 평가를 받았다. 정보량 평가에서는 1368자, 1033자 순이었는데 이는 연관기사 등 다양한 링크를 통하여 해결할 수 있다고 본다면 모바일 기기에서 기사를 읽기 위해 손을 안 움직이거나 덜 움직여도 되는 346자~633자 사이의 기사가 적당하다는 결론을 도출할 수 있는 내용이 된다.

신문지면 평가에서 면적이 더 넓은 1368자보다 더 독자의 시선을 끌고 읽고 싶은 욕구가 생기도록 한 1033자 기사의 경우 지면 편집에서 각 지면의 유인기사로 활용하면서 다른 기사들은 346자~633자 정도의 기사로 압축하여 쓰는 방법을 채택할 경우 지면과 모바일 겸용 기사의 생산이 용이해질 뿐만 아니라 기사 자체에 대한 수용자의 부담 없는 접근을 끌어낼 수 있는 좋은 방도가 될 수 있을 것으로 보인다.

## 5. 연구 결과의 요약 및 결론

이 연구는 신문지면과 모바일 환경에서 기사 길이가 기사 선호도, 기사질 평가, 기억회상에 미치는 영향을 실증적으로 확인하고자 했다. 또한 각 매체 환경에서 기사 길이의 영향력을 살펴보고 두 매체에서 보편적으로 사용할 수 있는 기사 길이는 어떤 것인지 살펴보았다. 이를 위해 신문지면과 모바일로 나누어 대학생들을 대상으로 각각 실험을 진행했다. 실험 기사의 길이는 현재 신문, 방송, 라디오, 모바일 기기를 통해 보도되는 기사 길이를 고려하여 구분했다. 실험 기사는 346자, 633자, 1033자, 1368자로 제작하였고, 기사의 내용은 역사 교과서 국정화에 관한 것으로 했다. 네 개의 실험기사가 길이에 차이만 있을 뿐 내

용에는 차이가 없는지 확인하기 위해 세 단계의 예비조사를 실시했으며 기사 길이 집단별 기사 선호도, 기사질 평가, 기억회상에 차이가 있는지 검증했다.

분석결과 신문지면에서는 기사 길이에 따라 기사 선호도, 기사질 평가, 기억회상에 차이가 있는 것으로 나타났다. 가장 눈에 띄고 읽고 싶은 기사는 1033자였고, 내용을 전부 읽은 기사는 346자였다. 독자의 주관적 만족도를 살펴본 기사질 평가에서 용이성 평가와 정보량 평가가 가장 높은 것은 1033자였고, 가독성 평가는 346자였다. 하지만 정보량 평가에서 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타나 신문지면을 읽을 때 독자들은 기사의 길이가 길다고 해서 정보량이 많다고 평가하지 않는다는 것을 확인할 수 있었다. 기사를 읽은 뒤 행동 측면의 결과를 살펴본 기억회상은 346자 기사가 가장 좋았으며, 1033자와 통계적으로 유의미한 차이가 있음을 확인했다.

신문지면 결과를 종합적으로 볼 때 독자를 기사의 유인력은 1033자가 가장 컸다. 하지만 기사질 평가에서도 346자와는 통계적인 차이가 없었고 오히려 기억회상에서 가장 낮은 점수를 받았기에 행동 결과적인 측면을 고려하면 신문지면상에서 제한적으로 사용해야 할 것으로 판단된다. 반면 346자 기사는 신문지면에서 활용할 가치가 높은 것으로 나타났다. 독자의 주관적 만족도와 행동결과를 같이 고려한다면 신문을 편집할 때 1033자 기사를 중심으로 346자 기사를 조합해보는 방식이 독자 유인 효과와 독자의 기사 평가 그리고 독자의 기억회상을 모두 높일 수 있을 것으로 보인다.

모바일 환경에서 기사 길이가 용이성 평가, 가독성 평가, 정보량 평가에 영향을 줄 수 있지만 기억회상에는 차이가 없었다. 용이성 평가에서는 633자 기사, 가독성 평가는 346자 기사, 정보량 평가는 1368자 기사가 가장 높았다. 정보량은 모바일 환경에서는 단일 기사에서 모두 해결해야 할 문제가 아닌란 점을 감안하면 '손을 안 움직이거나 덜 움직여도 되는' 346에서 633자 사이의 기사에 대한 수용자의 긍정적 평가를 눈여겨보아야 한다.

이 연구는 현재의 모바일 중심의 뉴스이용 환경에서 매체별로 보도되는 적정 기사의 길이가 어느 정도인지, 같을 수 있는지에 대한 의문을 바탕으로 기사 길이 차이가 독자의 기사 선호, 반응, 읽은 뒤 결과에 미치는 영향을 실증적으로 검증했다. 하지만 기사 길이에 주목한 실증적인 연구가 부족하고 미디어환경 변화에 따른 다양한 형식의 기사가 실험되는 상황에서 텍스트만을 분석대상으로 연구를 진행하다 보니 다양한 한계를 내포하고 있음도 부인할 수 없다. 모바일 시대에서는 거의 대부분의 기사가 텍스트와 함께 사진, 영상, 인포그래픽 등을 사용하고 있을 뿐만 아니라 텍스트보다 비텍스트적 요소가 중심이 되는 전혀 새로운 방식의 기사 작성이 실험되고 있는 상황인데, 이런 내용은 이 논문이 전혀 담아내지 못하고 있다. 실제로 뉴욕타임즈가 2013년 풀리처상을 수상한 '스노우폴'은 1만 7천여 자의 긴

스토리를 사진, 지도, 3D 그래픽, 비디오 등 동원가능한 모든 멀티미디어 콘텐츠와 함께 제시하여 워싱턴 주 캐스케이드 산맥을 덮친 눈사태에 대한 내용을 독자가 생생하게 바라보고, 이해할 수 있게 한 기사였다. 이를 분석한 다우링과 보간(Dowling & Vogan, 2015)에 따르면 롱폼 저널리즘이 트래픽을 유발하는 데에 좋은 소재는 못 될지 모르지만 전통 있는 언론사 브랜드 이미지를 강화하고 충성도 높은 이용자를 확보하는 데에 기여할 수 있는 가능성을 보였다. 이런 사례에 비추어볼 때 텍스트와 다른 형식의 자료가 함께 사용될 경우 효과적인 기사 길이가 어느 정도인지는 이 논문의 결론과 다를 수 있다. 같은 맥락에서 주제에 따라, 혹은 장르에 따라 최적의 기사 길이가 다를 수 있는지에 대해서는 아무런 정보를 제공하고 있지 못하다. 여전히 그 가치를 인정받고 있는 탐사보도나 기획기사와 같은 장르에서는 여전히 긴 기사가 선호될 수 있으나 이를 판단할 정보가 이 논문에는 없다.

무선할당이 잘 되었는지를 확인하기 위한 변인의 선정이 충분히 포괄적이었는지도 단정할 수 없다. 이 부분이 충분히 포괄적이지 못해 동질성 검토가 완전하지 못하다면 기사의 길이에 의해서만 기사 읽고 싶어지는 정도가 달라지는지는 확정할 수 없으므로 추후 연구에서 더 면밀히 고민해야 할 지점이다.

가르시아와 스타크(Garcia & Stark, 1991)의 연구결과를 참작해 지금의 이 연구는 여러 장의 사진이 있을 때는 사진의 크기가 시선을 유도하는 데에 영향을 미치지만 하나의 사진이 있을 때는 크기에 따라 시선 유도의 힘이 달라지지 않는다고 보았다. 따라서 실험자 극물의 사진 크기에 비례해 시선유인력이 클 수 있다고 해석하지 않았다. 그러나 이 해석은 논리적 추론일 뿐 검증되지 않은 결과이므로 추후연구가 주목해보아야 할 내용이다.

독립 변수 간의 상호작용 효과 등 새로운 난제를 제공하는 일이지만 새로운 기사에 관한 실험이 다양한 형태로 진행되고 있어 그 내용을 다 집어넣은 인과연구도 필요하다. 모바일 기기를 통해 어느 시간에 어떤 장소에서 어떻게 행동하며 뉴스를 소비하는지에 대한 상황적 맥락도 향후 시행해볼 만한 좋은 연구 주제라고 생각한다.

## 참고 문헌

- 고영철 (2012). 한미 지역일간지 1면 기사의 보도방식 비교: 기사의 길이, 리드 및 인용구 서술방법, 인용구의 수, 제목의 표현방식 등. <언론과학연구>, 12권 3호, 37-78.
- 곽민영 (2011). <기사 스타일이 독자의 흥미, 신뢰도, 기억에 미치는 영향: 내러티브와 역피라미드 스타일 비교를 중심으로>. 숙명여자대학교 대학원 박사학위논문.
- 권신오 (2001). <라디오 뉴스 리포트의 청이성 연구>. 전남대학교 대학원 석사학위논문.
- 김선호·김옥태 (2015). <모바일 뉴스 포맷과 디자인> (연구서 2015-04). 서울: 한국언론진흥재단.
- 김선호·박대민·양정애 (2014). <스마트 미디어 뉴스 생태계의 혁신 전략> (연구서 2014-10). 서울: 한국언론진흥재단.
- 김영주·이은주 (2012). <스마트 시대의 미디어 소비> (연구서 2012-03). 서울: 한국언론진흥재단.
- 김위근 (2011). <스마트 미디어 시대의 모바일 뉴스 이용> (연구서 2011-09). 서울: 한국언론진흥재단.
- 박재영 (2004). <신문 지면의 구성 요소>. 서울: 미디어연구소.
- 박재영 (2006). 뉴스 평가지수 개발을 위한 신문 1면 머리기사 분석. 한국언론진흥재단 (편), <한국의 뉴스미디어 2006> (147-218쪽). 서울: 한국언론진흥재단.
- 박재영·이완수 (2007) <한국 신문의 1면 기사> (연구서 2007-03). 서울: 한국언론재단.
- 박재영·이완수 (2008). 역피라미드 구조와 내러티브 스타일에 대한 기자와 에디터의 인식. <한국언론학보>, 52권 6호, 123-145.
- 박재영·전형준 (2006). 독자 중심의 신문 제작과 독자의 실제 열독률. <한국언론정보학보>, 통권 35호, 211-249.
- 서상희 (2011). <신문기사 스타일이 독자의 기사 인식에 미치는 영향>. 경북대학교 대학원 석사학위 논문.
- 심미선·송현주·김유정 (2015). <청년층의 뉴스 콘텐츠 이용 패턴과 전망 연구> (지정 2015-08). 서울: 한국언론진흥재단.
- 이건호·정완규 (2007). <한미 신문의 기사 형식과 내용> (조사분석 2007-03). 서울: 한국언론재단.
- 이미나 (2011). 신문 기사 제공 방식의 차이에 따른 기사 회상과 뉴스 가치 인식 차이에 대한 탐색적 고찰: 종이신문과 스마트폰 신문의 비교. <한국언론학보>, 55권 5호, 105-127.
- 이재경 (2006). 한미 신문의 대통령 취재관행 비교: 조선일보와 뉴욕타임스. <언론과 사회>, 14권 4호, 37-69.
- 이혜마·장정우·정용국 (2009). 텔레비전 뉴스의 형식적 특성이 시청자의 기억에 미치는 영향: 뉴스 길이와 티커의 영향. <언론과학연구>, 425-460.
- 정상근 (2016, 01, 29). “기사 잘 만들어도 고양이 짹방을 이길 수 없는 현실”. <미디어 오늘>. URL : [http://www.mediatoday.co.kr/?mod=news&act=articleView&idxno=127647&sc\\_code=&page=&total=](http://www.mediatoday.co.kr/?mod=news&act=articleView&idxno=127647&sc_code=&page=&total=)
- 정보통신정책연구원 (2015). 서비스 가입자 현황. URL : <http://www.itstat.go.kr/stat.it?no=1149>

- 한국언론진흥재단 (2013). <해외 미디어 동향> (조사분석 2013-04). 서울: 한국언론진흥재단.  
 한국언론진흥재단 (2015). <2015 언론수용자 의식조사> (조사분석 2015-05). 서울: 한국언론진흥재단.  
 한국정보화진흥원 (2015). <2014 인터넷중독 실태조사>. 대구: 한국정보화진흥원(미래창조과학부).

- Barnhurst, K. G., & Mutz, D. (1997). American journalism and the decline in event-centered reporting. *Journal of Communication, 47*(4), 27-53.  
 Dowling, D., & Vogan, T. (2015). Can we “Snowfall” this?. *Digital Journalism, 3*(2), 209-224.  
 Garcia, M. R., & Stark, P. (1991). *Eyes on the News*. St. Petersburg, FL: The Poynter Institute.  
 Norman, D. (2013). *The Design of Everyday Things*, New York, NY: Basic Books.  
 Robinson, J., & Levy, M. R. (1986). *The main source: Learning from television news*. Beverly Hills, CA: Sage.  
 Shim, H. (2014). Narrative journalism in the contemporary newsroom. *Narrative Inquiry, 24*(1), 77-95.

투고일자: 2016. 7. 31. 게재확정일자: 2016. 9. 24. 최종수정일자: 2016. 9. 28.



# An Exploratory Study on the Proper Length of Article in Mobile Era

**Yeon Goo Cheong**

Professor, Division of Media Communication, Hallym University

**Ye Hyun Cheong**

Doctoral Student, Department of Communication, Hallym University

**YaQi Guo**

Doctoral Candidate, Department of Communication, Hallym University

**Pu Reum Lee**

Master Student, Department of Communication, Hallym University

What is an appropriate length of an article in the mobile era producing new tastes of contents combining computing and mobile communication? Is it still valid to have a lengthy article as high level journalism even in the mobile era? Is there any possibility to have a short article combination to give us readability and the amount of information? This study aims to find some answers to these questions. The length of articles were controlled with a field experiment; from an article of 346 syllables(including spaces between syllables) which does not need finger scrolling on a mobile phone to articles of 633, 1033, 1368 syllables(including spaces between syllables) which frequently appear in newspapers and broadcasting news program. All the main themes were same for 4 articles which have different length. Three hundred and eighty four students viewed one of the 4 articles through mobile phone or newspaper. Each participant checked their preference and evaluated quality on the article, were asked to recall contents of the article. In newspaper group, articles with 346 or 1033 syllables were highly evaluated. Mobile group seemed to prefer articles of 346 or 633 syllables. In conclusion, we need to consider various strategies shortening the length of an article into 346 or 633 syllables as a basic format to meet the neEds of mobile era.

**KEYWORDS** Mobile Era, Article Length, Article Combination, Interactive News