

뉴스의 제공 형태 차이에 따른 호감도·이해도·신뢰도·만족도·지속사용 의도에 관한 연구

조운성*, 김종무**

단국대학교 방송영상미디어학과*, 단국대학교 커뮤니케이션학부**

A Study on Likability·Understanding Level·Reliability·Satisfaction·Continuous Usage Intention According to a Difference in a News Providing Type

Yun-Seong Cho*, Jong-Moo Kim**

Dept. of Broadcasting and Video Media, Dankook University*

School of Communications, Dankook University**

요 약 본 연구는 카드뉴스와 스트레이트 뉴스 형태 차이에 따른 호감도, 이해도, 신뢰도, 만족도 및 지속사용 의도에 대한 수용자의 태도를 알아보기 위해 232명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 연구결과 첫째, 카드 뉴스는 스트레이트 뉴스보다 이용자가 이해하기 쉽고, 지속적으로 사용하고자 하는 욕구도 강했다. 둘째, 뉴스에 대한 이용자들의 태도 요인은 서로 간에 정(+)의 방향으로 영향을 주고 있었는데 호감도, 이해도, 신뢰도는 만족도에 영향을 미치며, 만족도는 다시 지속사용 의도에 영향을 미쳤다. 이 영향의 강도는 카드 뉴스와 스트레이트 뉴스가 각각 달랐는데 카드 뉴스에서 만족도에 영향을 미치는 정도는 호감도, 이해도, 신뢰도 순으로 강했으며, 스트레이트 뉴스는 신뢰도, 호감도, 이해도 순으로 영향력이 강했다. 본 연구 결과는 수용자에게 선택받는 뉴스를 생산해 정보의 전달력과 파급력을 높여 뉴스의 정보 제공 기능을 강화할 수 있는 방법을 찾아가는데 실증적인 자료가 될 것이다.

주제어 : 뉴스, 호감도, 이해도, 신뢰도, 만족도, 지속사용 의도

Abstract The purpose of this study was to examine users' attitude toward likability, understanding level, reliability, satisfaction, and continuous usage intention depending on a difference in a type between card news and straight news. A questionnaire survey was conducted targeting 232 people. As a result of the research, compared to the straight news, the card news was easy for a user to understand, was strong even in a desire to use continuously. Second, a factor of users' attitude toward news was having influence upon the mutually positive(+) direction. Likability, understanding level and reliability had an effect on satisfaction. The satisfaction had an impact again on continuous usage intention. The intensity of this impact was varied, respectively, in card news and straight news. The influential level upon satisfaction in card news was strong in order of likability, understanding level and reliability. The influence in the straight news was strong in order of reliability, likability and understanding level. The outcome of this study will become empirical data in proceeding with seeking a method available for strengthening the function of offering information in news through increasing delivery and impact in information with producing news chosen by consumers.

Key Words : News, Likability, Understanding, Reliability, Satisfaction, Continuous Usage Intention

Received 1 June 2017, Revised 30 June 2017
Accepted 20 July 2017, Published 28 July 2017
Corresponding Author: Jong-Moo Kim(Dankook University)
Email: isaac55@dankook.ac.kr

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ISSN: 1738-1916

1. 서론

1.1 연구 배경 및 목적

무선 인터넷 기술의 발전과 스마트폰(모바일)의 보급으로 정보와 문화, 생활, 커뮤니케이션의 다양한 기능들이 손 안에서 이뤄지게 됐다[1]. 이 같은 변화에 따라 이용자가 뉴스를 접하는 플랫폼도 모바일 비중으로 늘어나는 것은 당연한 흐름이 되었다. 휴대전화로 모든 것을 할 수 있고, 현대생활의 중심으로 자리 잡으면서 모바일 매체는 시청자와 독자를 만나는 중요한 접점이 되었다[2]. 뉴스가 제공되는 플랫폼의 변화는 언론사나 뉴스 제작자의 역할과 입장도 바꾸어 놨다. 뉴스 제작자가 뉴스의 중요도를 결정해 이용자에게 제공하는 것에서 이용자가 개인의 직업, 취미, 관심 분야에 따라 뉴스를 선택하는 시대가 되었다. 신문 제작자가 탑(Top), 세컨드(Second) 기사를 결정하고 기사의 중요도에 따라 신문 지면 제일 위에 위치시키던 것에서, 이용자가 많이 보는 기사가 포털 사이트나 모바일 사이트의 제일 위에 위치하게 되었다. 이처럼 뉴스 제작자가 뉴스를 선택해서 이용자에게 일반적으로 제공하던 것에서 이용자에게 선택받는 것으로 역할과 입장이 바뀌면서 뉴스 제작자가 이용자의 뉴스에 대한 반응을 고려하지 않을 수 없게 되었다. 뉴스 이용자의 확보라는 목적 외에도 정확한 정보, 팩트(Fact)의 제공이라는 뉴스 제작자 본연의 책임을 수행하기 위해서, 이용자들이 정확한 뉴스를 선택하도록 유도하기에 적합한 뉴스 형태를 연구할 필요성이 커지고 있는 것이다. 따라서 본 연구에서는 이용자의 반응을 비교하기 위해 모바일 플랫폼에서 새로운 뉴스 포맷인 카드 뉴스와 기존의 스트레이트 뉴스를 중심으로 뉴스의 형태에 따라 이용자의 호감도와 이해도, 신뢰도, 만족도 및 지속사용 의도 등의 반응이 어떻게 바뀌는지를 파악해 효과적인 뉴스 제공 방식을 알아보고자 한다. 본 연구 결과는 이용자에게 선택받는 뉴스를 생산해 정보의 전달력과 파급력을 높여 뉴스의 정보 제공 기능을 강화할 수 있는 방법을 찾아가는데 실증적인 자료가 될 것이다.

2. 이론적 논의

2.1 카드 뉴스의 정의와 현황

신문에서 그래픽과 차트로 제공되던 이미지화 된 정보들은 인터넷 포털 사이트에서 인포그래픽(Info graphics)이라는 형태로 단순한 수치 제공에서 구체적인 정보와 의미가 부여되어 이용자들에게 제공되었다. 인포그래픽은 다시 카드 뉴스의 형태로 발전하였는데 1장의 이미지로 만들어졌던 인포그래픽이 다수 묶여 하나의 세트로 구성된 카드 뉴스의 형태를 가지게 되었다. 선행 연구에서 카드 뉴스를 사진이나, 표, 인포그래픽, 그림 등 이미지나 동영상 및 간단한 텍스트를 함께 5-10페이지 남짓으로 구성한 것이라 하였다[3]. 한성은, 김성태(2016)는 카드뉴스를 내용카드, 제목, 날짜, 기자명으로 구성되며, 짧은 글이나 그림으로 구성된 형식의 뉴스와 내용과 맞는 이미지와 간단한 텍스트로 구성된 것으로[4] 정의하였으며, 강민아, 박홍원(2017)은 모바일 카드 뉴스에 대한 연구에서 카드 뉴스를 카드 한 장에 1-3줄의 간략한 텍스트와 이슈를 뒷받침하는 이미지가 들어간 것으로, 이것들이 이야기를 이루어 독자들이 가볍게 소화할 수 있는 것을 카드 뉴스라고 정의 하였다[5]. 이런 선행 연구를 종합해보면 카드 뉴스는 5-10페이지의 분량에 사진, 표, 인포그래픽, 그림, 동영상 등 미디어와 뉴스의 내용을 담고 있으며 뉴스를 직관적이거나 스토리텔링으로 내용을 전달하는 형식을 뜻한다.

2.2 수용자 태도 변화 측정 요인

수용자 태도 변화 요인으로 호감도, 이해도, 신뢰도, 만족도, 지속사용 의도 등이 있다.

첫째, 호감도는 “사건적으로 호감성의 줄임말로, 대상이나 현상을 좋게 여기는 감정”[6]으로 정의하고 있다. 김명기(2005)는 쇼핑호스트에 대한 호감도가 수용자의 구매에 어떠한 영향을 끼치는지에 대해 연구하였는데 같은 내용이라도 화자에 따라 내용이 다르게 해석될 수 있다[7]고 밝혔다. 이는 뉴스에서 동일한 기사라도 제공 형식에 따라 수용자에게 미치는 호감도의 차이가 존재할 수 있다는 것이다.

둘째, 이해도는 수용자가 정보를 처리하면서 받아들인 정보의 내용을 조직화 하고 의미를 해석하는 것으로[8], 개인마다 정도의 차이를 보인다. 이해도는 수용자의 지각에 따라 다른 태도와 행동을 유발하게 되는데 이는 같은 내용이더라도 수용자의 지각에 따라 해석이 각각 달라 질 수 있다는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 박준홍

(2016)은 이해의 필요성을 언급했는데 뉴스를 제대로 이해하지 못하면 편향되거나 왜곡된 정보를 근거로 판단을 내리게 된다고 하였다[9]. 이는 어떠한 견해를 갖거나 선택을 할 때 이를 위한 정보가 필요한데 이 같은 정보 중 상당 부분의 원천이 뉴스라는 것이다.

셋째, 신뢰도는 하나의 개념으로 정의되지 않고 다양한 개념으로 접근되었는데 양성관, 양성운(2003)은 뉴스 신뢰도의 개념을 수용자 신뢰도, 메시지 신뢰도, 정보원 신뢰도 등으로 다양하게 개념화 하고 그 중 정보원 신뢰도는 메시지를 받는 사람의 각각에 반응에 영향을 주는 주 요인으로 강조했다[10]. 장정현, 하주용, 김선호(2014)의 연구에서는 미디어 신뢰도가 수용자에게 전달된 메시지나 내용이 얼마만큼 믿을만한지로 정의하였다[11]. 이는 신뢰도가 언론이 이용자에게 제공하는 뉴스에 대한 사회적 책임과 관련되었다고 볼 수 있다.

넷째, 만족도는 기대와 불일치를 경험할 때의 감정과 소비경험에 대해 소비자가 갖게되는 감정이 복합적으로 불러일으키는 전체적인 심리 상태를 말하며[12], 기간에 걸쳐 서비스나 제품의 구매와 소비경험에 대한 평가로 고객의 욕구 및 요구를 충족시키는 정도를 뜻한다[13]. 만족은 서비스나 제품을 구매하는 이용자의 욕구나 요구와 같은 감정적 심리를 충족시키는 정도라고 볼 수 있으며, 마케팅, 정보 시스템 등의 분야에서 제공되는 물질적, 서비스적 제품에 대한 이용자의 반응을 측정할 수 있는 요인이라 보았다.

다섯째, 지속사용 의도는 이용자가 미래에 어떻게 행동할지를 예측할 수 있다는 측면에서 실제 구매행동을 측정하는 지표로 사용돼 왔으며[14], 고재성(2013)의 연구에서는 높은 지속사용 의도로 고객 유지율이 5% 늘어나면 이윤은 25%에서 최대 95% 증가하고 마케팅 비용은 18% 감소되는 실질적 효과가 입증됐다[15]. 지속사용 의도는 앞서 설정한 호감도, 만족도 등의 수용자 태도 요인과 밀접한 관계가 있으며 콘텐츠 제작자와 이용자와의 관계 구축과 미래 소비 예측과도 높은 관계가 있음을 알 수 있다.

3. 연구 설계

3.1 연구 문제

본 연구는 첫째, 카드 뉴스와 스트레이트 뉴스 이용자를 대상으로 뉴스의 제공 형태가 수용자에게 어떠한 영향을 미쳤는지를 살펴보기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였으며, 연구문제 1에 대한 변인은 <Table 1>과 같다.

연구문제 1. 뉴스 제공 형태가 수용자 태도(호감도/이해도/신뢰도/만족도/지속사용 의도)에 어떠한 영향을 미치는가?

<Table 1> Variables in study question one

Independent variable	Dependent variable
News Providing Type	News Reliability
	News Understanding
	News Likability
	News Satisfaction
	News Continuous Usage

둘째, 수용자의 뉴스에 대한 태도 측정을 위한 호감도, 이해도, 신뢰도, 만족도, 지속사용 의도 등 5개 요인들 사이에 어떠한 관계를 가지는지 구체적으로 알아보기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였으며, 연구문제 2에 대한 변인은 <Table 2>와 같다.

연구문제 2. 뉴스에 대한 수용자 태도변인들 간의 관계는 어떠한가, 뉴스 제공형태에 따라 어떠한 차이가 존재하는가?

<Table 2> Variables in study question two

Independent variable	Mediator variable	Dependent variable
News Reliability	News Satisfaction	News Continuous Usage
News Understanding		
News Likability		

3.2 연구 방법

본 연구는 뉴스 이용자에게 제공되는 뉴스 형태에 따른 호감도, 이해도, 신뢰도, 만족도, 지속사용 의도를 측정하기 위해 주된 뉴스 이용자인 20-50대 232명을 대상으로 2017년 4월 23일부터 2017년 5월 7일까지 설문조사를 실시하였다. 설문은 뉴스 제공 형태에 따라 설문대상을 임의로 2개 그룹으로 나누어 동일한 뉴스의 내용을 카드 뉴스 형태와 스트레이트 뉴스 형태로 각각 보여준

뒤 실험을 실시하였다. 설문 척도는 인구통계적인 특성을 제외한 변인의 설문은 5점 척도(1점='전혀 그렇지 않다', 5점='매우 그렇다')로 측정하였다.

3.3 변인에 대한 조작적 정의 및 내용

3.3.1 호감도

호감도는 “좋게 여기는 감정”의 정도로[16], 실험에 사용한 설문문항은 이민형(2017)[17], 김효경, 권상희(2015)[18], 루홍위, 이효성(2014)[19]의 선행연구에 사용한 설문을 본 연구에 맞게 재구성하였으며, 총 7개 문항(1. 뉴스의 내용에 공감한다. 2. 뉴스가 흥미 있었다. 3. 뉴스에 관심이 높았다. 4. 이 뉴스를 접하는 것이 즐겁다. 5. 이 뉴스가 나에게 의미있는 지식이 된다. 6. 뉴스가 유익해 보인다. 7. 뉴스가 호기심을 유발한다.)으로 구성되었다.

3.3.2 이해도

이해도는 “시청자가 뉴스를 이해할 수 있는 정도”로 [20], 실험에 사용한 설문은 박경희, 김정탁(2008), 이민형(2017), 루홍위, 이효성(2014)의 선행연구에 사용한 설문을 본 연구에 맞게 재구성하였으며, 총 6개 문항(1. 뉴스 내용이 이해가 잘 된다. 2. 뉴스를 읽기가 편하다고 생각한다. 3. 뉴스의 의미를 쉽게 파악할 수 있다. 4. 뉴스의 정보를 정확히 해석할 수 있다. 5. 뉴스의 정보가 눈에 잘 들어온다. 6. 뉴스에서 제공하는 정보가 읽기 쉬운 형태로 돼 있다.)으로 구성되었다.

3.3.3 신뢰도

신뢰도는 “수용자에게 전달된 내용 또는 메시지가 얼마나 믿을만한가”로[21], 실험에 사용한 설문은 왕영균, 김철중(2017), 이민형(2017), 김효경, 권상희(2015), 박홍식, 한은경(2008)[22]의 선행연구에 사용한 설문을 본 연구에 맞게 재구성하였으며, 총 7개 문항(1. 뉴스의 콘텐츠 내용은 출처가 분명하다. 2. 뉴스의 콘텐츠 내용은 정확하다. 3. 뉴스에 믿음이 간다. 4. 뉴스가 객관적인 듯하다. 5. 뉴스의 내용이 공정하다. 6. 뉴스의 내용에서 과장된 표현이 적다. 7. 뉴스가 편향적이지 않다.)으로 구성되었다.

3.3.4 만족도

만족도는 “모자람이 없이 충분하고 느끼는 만족의 정도”로[23], 실험에 사용한 설문문항은 박홍식, 한은경(2008), 루홍위, 이효성(2014), 장정욱, 류춘렬(2012)[24]의 선행연구에 사용한 설문을 본 연구에 맞게 재구성하였으며, 총 5개 문항(1. 뉴스를 보면서 즐거움을 느낀다. 2. 뉴스에 대해 만족감을 느낀다. 3. 뉴스 내의 정보의 편리함과 구성에 만족한다. 4. 뉴스를 이용하다보면 시간이 빨리 지나가는 것 같다. 5. 뉴스를 읽은 후 다른 사람들과 이야기할 소재를 제공해 준다.)으로 구성되었다.

3.3.5 지속사용 의도

지속사용의도는 “수용된 후 한번 이상 사용한 사람이 지속적으로 사용하려는 것”으로[25], 실험에 사용한 설문은 왕영균, 김철중(2017), 김효경, 권상희(2015)(8번 문항), 루홍위, 이효성(2014)의 선행연구에 사용한 설문을 본 연구에 맞게 재구성하였으며, 총 6개 문항(1. 관련 기사를 선택하여 새로운 뉴스를 찾아보실 의향이 있다. 2. 같은 내용이라면 다른 뉴스보다 카드 뉴스(또는 스트레이트 뉴스)를 이용하겠다. 3. 나는 내가 읽은 뉴스가 있는 언론사의 다른 기사를 읽어볼 것이다. 4. 나는 내가 읽은 뉴스가 있는 언론사를 다른 사람에게 추천할 것이다. 5. 나는 내가 읽은 뉴스가 있는 언론사의 뉴스를 주변 사람에게 긍정적으로 이야기할 것이다. 6. 나는 다음에도 카드 뉴스(또는 스트레이트 뉴스)를 계속해서 이용할 것이다.)으로 구성되었다. 실험 대상자는 카드 뉴스와 스트레이트 뉴스 중 1가지 변수에만 노출되도록 분리하였기 때문에 2번, 6번 문항은 각각 주어진 뉴스 제공 형태에 맞게 수정해 설문을 실시하였다.

4. 연구 결과

4.1 표본에 대한 기초통계 분석

본 연구에 참여한 실험자는 카드뉴스 유형 129명(55.6%), 스트레이트뉴스 유형 103명(44.4%)이며, 66.4%가 매일 뉴스를 접하는 응답자들로 구성되어 있다. 성별은 남자 164명(70.7%), 여자 68명(29.3%), 연령대는 20대가 52명(92.4%), 30대가 56명(92.4%), 40대가 63명(92.2%), 50대 이상이 61명(26.3%), 학력은 대학교 졸업 이상의 학력이

전체의 2/3수준으로 나타났으며(146명, 62.9%), 직업은 회사원이 100명(43.1%)으로 많은 비율을 보였다.

4.2 변인들에 대한 타당도 및 신뢰도 확인

본 연구는 수용자들의 뉴스수용 관련 요인들에 대한 관계를 주로 다루고 있으며, 이러한 요인들의 관계에 대해 최종적으로 구조방정식 모형을 통해 검증하고자 한다. 이러한 구조방정식모형 분석을 진행하기에 앞서, 본 연구에서 활용하고자 하는 뉴스수용 관련 요인들에 대한 타당도를 확인하고자 하였으며, 이를 위해 확인적 요인 분석(CFA)을 실시하였다.

<Table 3> Confirmatory factor analysis result

Confirmatory factor analysis(CFA) path		Estimate	S.E.	C.R.	Sig
Clear source	< News Reliability	1.00			
Exact		0.94	0.09	10.30	***
Trust		1.04	0.09	11.92	***
Not biased		1.07	0.10	11.02	***
Objectivity		1.06	0.09	11.51	***
Fair		1.08	0.09	11.52	***
Little exaggeration		0.96	0.09	10.31	***
Accurate interpretation	< News Understanding	1.00			
Understand		0.97	0.09	10.43	***
Legibility		1.12	0.10	11.73	***
Easy to understand meaning		1.11	0.10	11.42	***
Easy to see		1.13	0.10	11.79	***
Readability		1.13	0.09	12.23	***
Joy	< News Understanding	1.00			
Interest		0.89	0.11	8.39	***
Curiosity		1.27	0.15	8.72	***
Attention		0.97	0.12	8.36	***
Meaning Knowledge		1.17	0.14	8.64	***
Benefit		1.13	0.12	9.15	***
Continuous Usage	< News Continuous Usage	1.00			
A positive word of mouth		1.19	0.09	12.62	***
News search intention		1.09	0.11	10.06	***
Recommendation		1.26	0.11	11.63	***
Subscribe to other articles		1.11	0.11	9.73	***
Time is fast		< News Satisfaction	1.00		
Satisfaction	1.10		0.10	11.31	***
Fun	1.09		0.11	10.15	***
Offer story material	0.68		0.08	8.02	***
Convenient configuration satisfaction		1.04	0.09	11.30	***

<Table 4> Model fit summary for confirmatory factor analysis

Division	CMIN/df	RMSEA	CFI	TLI
Standard	3under	0.1under	0.9over	0.9over
Model value	2.053	0.068	0.905	0.895
Discrimination	Very suitable	Very suitable	Very suitable	limit suitable

분석결과 <Table 3>과 같이 5개의 변인에 세부 문항들이 모두 통계적으로 유의미하게 포함되는 것으로 확인되었으며(p<.05), 이러한 확인적 요인분석모형에 대한 적합도를 <Table 4>를 통해 검증한 결과, TLI수치 측면에서만 다소 제한적으로 적합하고, 나머지 수치들에 대해서는 매우 적합한 것으로 나타나 전반적으로 통계적 차원의 문제가 없는 구조방정식 모형인 것으로 확인되었다. 이러한 확인적 요인분석모형이 통계적으로 적합한 것으로 확인되었다. 결과적으로 본 연구에서 활용하고자 하는 5개 변인에 대한 타당성이 통계적으로 검증되었다. 이어서 타당도가 검증된 5개 요인들에 대해 Cronbach's Alpha 값을 활용하여 요인의 신뢰도를 검증하였으며, 그 결과 <Table 5>와 같이 5개 요인의 Cronbach's Alpha 값이 모두 .800이상으로 나타나 충분한 신뢰도가 확인되었다.

<Table 5> Reliability analysis result

Factor	Cronbach's alpha
News Reliability	.865
News Understanding	.897
News Likability	.905
News Continuous Usage	.836
News Satisfaction	.870

4.3 연구문제 검증

4.3.1 연구문제 1. 뉴스 제공 형태가 수용자 태도에 어떠한 영향을 미치는가?

본 연구의 연구문제는 뉴스의 제공형태(카드뉴스, 스트레이트뉴스)에 따라 뉴스를 이용하는 수용자의 태도가 어떻게 달라지는지를 살펴보고자 하는 내용이며, 수용자 태도의 경우 뉴스 호감도, 뉴스 이해도, 뉴스 신뢰도, 뉴스 만족도, 뉴스 지속사용의도 등과 같은 5개 요인을 활용하였다.

카드뉴스에 노출된 수용자들과 스트레이트뉴스에 노출된 수용자들 간에 이러한 5개 요인 평균차이가 통계적으로 존재하는지에 대해 살펴보기 위해서 분산분석(ANOVA)을 진행하였다. 분석결과 뉴스에 대한 수용자의 태도 5개요인 중 뉴스이해도, 뉴스 지속사용의도에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며($p < .05$), 뉴스만족도의 경우 제한적인 수준에서 통계적 차이가 검증되었다($p < .10$). 반면 뉴스호감도와 뉴스신뢰도 측면에서는 뉴스 제공 형태에 따른 차이가 존재하지 않는 것으로 확인되었다($p > .10$). 즉, 카드뉴스가 스트레이트뉴스에 비해 수용자로 하여금 더 높은 뉴스 이해도와 뉴스 지속이용의도, 만족도를 유발한다고 할 수 있다. 결과는 <Table 6>과 같다.

<Table 6> Difference in attitude according to type of news delivery

Type	Average	SD	F	Sig.	
Likability	Card News	3.62	.65	.002	.968
	Straight News	3.62	.66		
	Total	3.62	.66		
Understanding	Card News	4.12	.59	6.462	.012
	Straight News	3.92	.60		
	Total	4.03	.60		
Reliability	Card News	3.61	.69	2.535	.113
	Straight News	3.75	.56		
	Total	3.67	.64		
Satisfaction	Card News	3.60	.61	3.826	.052
	Straight News	3.43	.72		
	Total	3.52	.66		
Continuous Usage	Card News	3.46	.68	5.276	.023
	Straight News	3.25	.71		
	Total	3.37	.70		

4.3.2 연구문제 2. 뉴스에 대한 수용자 태도변인들 간의 관계는 어떠한가, 뉴스 제공형태에 따라 어떠한 차이가 존재하는가?

본 연구에서는 수용자의 뉴스에 대한 태도로서 뉴스 호감도, 뉴스 이해도, 뉴스 신뢰도, 뉴스 만족도, 뉴스 지속사용의도와 같은 5개 요인을 활용하고 있으며, 이러한 요인들 간에 서로 어떠한 관계가 존재하는지를 살펴보고자 한다. 구체적으로 독립변인으로서 뉴스신뢰도, 뉴스이해도, 뉴스호감도를 설정하였으며, 이 같은 독립변인들에 영향을 받는 매개변수로서 뉴스만족도를, 그리고 독립변인과 매개변인을 통해 영향을 받는 최종 종속변수로서 뉴스 지속사용의도를 설정하였다.

이러한 5개 뉴스 태도 관련 요인들 간의 영향관계에 있어서 뉴스 제공형태에 따라 어떠한 차이가 나타나는지 살펴보기 위해 카드뉴스에 노출된 집단과 스트레이트뉴스에 노출된 집단으로 데이터를 나누어 각각 구조방정식 분석을 진행하였다.

<Table 7> Difference of path coefficients to relation between news attitude factors related to news provision form

Route	Route	Estimate	S.E.	C.R.
Card News	Satisfaction <- Reliability	0.229	0.053	4.309***
	Satisfaction <- Understanding	0.315	0.066	4.792***
	Satisfaction <- Likability	0.428	0.067	6.417***
	Continuous Usage <- Satisfaction	0.901	0.185	4.857***
Straight News	Satisfaction <- Reliability	0.674	0.164	4.106***
	Satisfaction <- Understanding	0.199	0.077	2.572**
	Satisfaction <- Likability	0.580	0.102	5.703***
	Continuous Usage <- Satisfaction	0.883	0.144	6.119***

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

분석결과 뉴스의 제공형태에 따라 뉴스 태도 요인간 영향관계에 차이가 존재하는 것을 확인할 수 있었다.

구체적으로 <Table 7>에서 보듯이, 카드뉴스의 경우 뉴스신뢰도와 뉴스이해도, 뉴스호감도 3개 독립변인이 매개변인인 뉴스만족도에 정(+)의 영향력이 있어서 뉴스 호감도(Estimate=.428), 뉴스이해도(Estimate=.315), 뉴스 신뢰도(Estimate=.229)순으로 뉴스 만족도에 강한 영향력을 미치는 것으로 확인되었으나, 스트레이트뉴스의 경우 뉴스신뢰도(Estimate=.674), 뉴스호감도(Estimate=.580), 뉴스이해도(Estimate=.199)순으로 뉴스 만족도에 강한 영향력을 미치는 것으로 확인되었다. 즉, 카드뉴스의 경우 뉴스에 대한 호감도와 뉴스에 대한 이해도가 수용자의 뉴스 만족도에 큰 기여를 하나, 전통적인 스트레이트뉴스의 경우 뉴스에 대한 신뢰도와 뉴스에 대한 호감도가 뉴스 만족도에 큰 기여를 하는 것으로 나타나 뉴스의 제공 형태에 따라 수용자들에게 뉴스 만족도 및 이에 기인한 뉴스 지속이용의도가 형성되는 과정이 상이한 것을 알 수 있다.

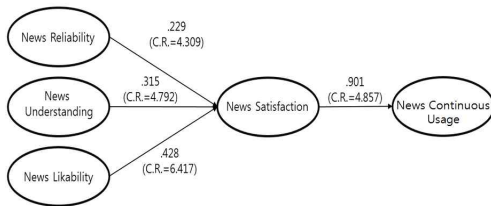
이러한 구조방정식모형 분석결과에 대한 통계적인 적합성의 경우 <Table 8>과 같이 CMIN/df와 RMSEA 기준에서는 매우 적합, CFI, TLI기준에서는 제한적인 수준에서 적합한 것으로 나타나 전반적으로 통계적 차원의 문제가 없는 구조방정식 모형인 것으로 확인되었다.

<Table 8> Statistical conformity of relation between housed news attitude factors by news delivery form

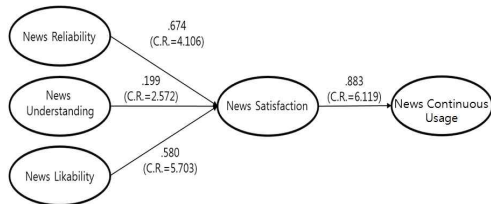
Division	CMIN/df	RMSEA	CFI	TLI
Standard	3under	0.1under	0.9over	0.9over
Model value	1.907	0.063	0.840	0.826
Discrimination	Very suitable	Very suitable	limit suitable	limit suitable

4.3.3 뉴스 제공 형태에 따른 수용자 뉴스 태도 요인간의 관계에 대한 도식

뉴스 제공 형태에 따른 수용자 뉴스 태도 요인간의 관계에 대한 도식을 표현하면 카드뉴스 [Fig. 1], 스트레이트 뉴스 [Fig. 2]와 같다.



[Fig. 1] Card News



[Fig. 2] Straight News

5. 결론

5.1 연구 결론

본 연구는 뉴스의 제공 형태 차이가 수용자의 호감도, 이해도, 신뢰도, 만족도, 지속사용 의도 등에 어떠한 영향을 미치고, 또 각 태도 측정 요인이 서로간에 어떠한 관계를 가지는지를 연구하기 위하여 뉴스 이용 형태의 변화와 카드뉴스의 정의, 현황, 수용 태도 측정을 위한 변인에 대한 선행 연구를 살펴보았다.

본 연구의 결과를 종합한다면, 첫째, 카드 뉴스는 스트레이트 뉴스보다 이용자가 이해하기 쉽고, 지속적으로 사용하고자 하는 욕구도 강했으며, 만족도도 일부 높았다. 반면 뉴스에 대한 호감도와 신뢰도는 카드 뉴스와 스트레이트 뉴스가 차이가 없었다.

둘째, 뉴스에 대한 이용자들의 태도 요인은 서로간에 정(+)의 방향으로 영향을 주고 있었는데 호감도, 이해도, 신뢰도는 만족도에 영향을 미치며, 만족도는 다시 지속사용 의도에 영향을 미쳤다. 이 영향의 강도는 카드 뉴스와 스트레이트 뉴스가 각각 달랐는데 카드 뉴스에서 만족도에 영향을 미치는 정도는 호감도, 이해도, 신뢰도 순으로 강했으며, 스트레이트 뉴스는 신뢰도, 호감도, 이해도 순으로 영향력이 강했다.

이러한 연구 결과를 종합해보면 카드 뉴스는 스트레이트 뉴스보다 이용자가 이해하기 쉽고, 지속적으로 사용하고자 하는 욕구도 강했으며, 만족도도 일부 높았다. 반면 뉴스에 대한 호감도와 신뢰도는 카드 뉴스와 스트레이트 뉴스가 차이가 없었다. 뉴스에 대한 이용자들의 태도 요인은 서로간에 정(+)의 방향으로 영향을 주고 있었는데 호감도, 이해도, 신뢰도는 만족도에 영향을 미치며, 만족도는 다시 지속사용 의도에 영향을 미쳤다. 이 영향의 강도는 카드 뉴스와 스트레이트 뉴스가 각각 달랐는데 카드 뉴스에서 만족도에 영향을 미치는 정도는 호감도, 이해도, 신뢰도 순으로 강했으며, 스트레이트 뉴스는 신뢰도, 호감도, 이해도 순으로 영향력이 강했다.

본 연구를 토대로 실제 뉴스 제작에 적용시킨다면 뉴스 제작자 즉 언론사가 뉴스를 제작할 때에 카드 뉴스 형식을 사용하면 스트레이트 뉴스보다 독자들이 이해하기 쉽고, 다시 그 언론의 뉴스를 보도록 하는데 도움이 될 것이다. 각각의 뉴스 제작 형태에 있어서는 카드 뉴스를 제작할 때에는 독자의 호감을 이끌어 내는 뉴스일수록 만족도를 높일 수 있고 지속이용 독자로 확보하기가 용이할 것이며, 스트레이트 뉴스의 경우 객관성, 출처 등 신뢰도가 높은 뉴스 일수록 독자의 만족도와 지속이용 의도를 높일 수 있을 것이다.

5.1 연구의 한계점

본 연구는 다음과 같은 한계점이 있기 때문에, 향후 한계점을 보완한 연구 수행이 필요하다.

첫째, 본 연구는 카드 뉴스와 스트레이트 뉴스 2가지

형태로만 수용자의 태도 변화 요인을 측정해 다양한 형태의 뉴스에 대한 수용자의 태도 변화를 담지 못하고 있다. 따라서 향후 연구에서는 동영상 뉴스, 카툰 뉴스 등 더욱 다양한 형태의 뉴스를 통해 수용자의 태도 변화를 측정하면 보다 적합한 뉴스 제작 형태를 연구하는데 도움이 될 것으로 보인다.

둘째, 본 연구에서는 수용자의 배경이나 지식, 경험이 태도 측정에 영향을 미치지 않도록 경제분야 기사를 측정에 사용하였다. 그러나 본 연구에 사용한 기사도 수용자의 배경이나 지식 경험에서 완전히 자유롭진 못하기 때문에 결과 신뢰도가 다소 떨어질 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 정치, 경제, 문화 등 다양한 분야의 기사와 제공 형태 차이를 교차해 종합한다면 보다 신뢰성 있는 결과가 나올 것으로 기대된다.

셋째, 연구에서 연령대는 매우 고르게 분포되었으나, 성별, 직업이 특정 항목에만 편중되어 있기 때문에 결과에 대한 신뢰성이 떨어질 수 있다. 향후 이러한 점을 고려해 연구를 진행하는 것이 바람직하다고 본다.

REFERENCES

- [1] KT Economic Research Institute, "Mobile Trend in the first half of 2016", pp.16-20, 2016.
- [2] Lee Sang-hun, "Press into the cell phone", Korea Press Foundation Newspaper and Broadcasting, No.421 Issue, pp.75-77, 2006.
- [3] Won Young-kyun, Chung Joong Kim, "The Effects of Card News Format Contents on User Satisfaction and Continuous Use Intention : Based on the mobile Facebook", Master dissertation, Gachon University, 2017.
- [4] Han Sung, Kim Sung Tae, "A Study on Recognition and Evaluation of Cardholder News", Master dissertation, Korea University, 2016.
- [5] Kang Min-ah, "A Study on the users' motives of using mobile card news and their satisfactions", Ph.D. dissertation, Pusan National University, 2017.
- [6] Park, Ran Hee, Lee Sihoon, Kim Kwang-hyo, "The Impact of Voice Construction on Communication", Speech and Communication, volumes 11, pp.293-428, 2009.
- [7] Kim Myung-ki, "Study on the Effectiveness of the Scarcity Message & Favorite of Shopping-Host in Purchase Intention", Master dissertation, ChungAng University, 2005.
- [8] Choi Mi Sun and Ryu Myeong Sik, "A study on news understanding of audience in visual structure of digital news page", Master dissertation, Hongik University. 2015.
- [9] Park, Jun-Hong, "A Study on Korean Language Education Contents for Improving Competency in News Understanding", Ph.D. dissertation, Seoul National University, 2016.
- [10] Yang Sung kwun, Yang Sung Un, "Effect of Perceived Credibility of the News Media on Risk-Related Perceptions" Korean Journal of Public Relations Vol. 47, No. 6, pp.279-305, 2003.
- [11] Chang Jung Heon, Ha Joung Yong, Kim Sun Hee, "Credibility of the Internet as a Source of Political Information - A Survey Analysis the 2012 Korean Presidential Election Campaign Period", Korean Journal of Public Relations Vol.5 No.4, pp.96-128, 2014.
- [12] Oliver, R. L. "A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions", Journal of Marketing Research, Vol.17, No.4, pp.460-469, 1980.
- [13] Kim, Jae-Hoon, Bai Lin-zheng, Byun, Jeoung-Woo, "The Impact of Tourism Mobile App Characteristic on Perceived Value, User Satisfaction, Continuous Use Intention : Focused on Chinese Tourist", Tourism and Leisure Studies, Vol.27, No.9, 2015.
- [14] Han Jin Soo, Hyun Kyung Sok, "Effect of Family Restaurants' Customer Value on Satisfaction and Behavior Intention", Hotel Management Studies Vol.18, No. 1, pp.135-150, 2009.
- [15] Ko Jae sung, "The effect of fashion advertising characteristics of the social network service on advertising satisfaction, and purchase intention", Master dissertation, Konkuk University, 2013.
- [16] Park, Ran Hee, Lee Sihoon, Kim Kwang-hyo, op.cit., p.42, 2009.
- [17] Lee Min-Hyung, "A study of the influence of user

experience factors of newspaper and smartphone news mediated by flow of reading on understanding of news information”, Ph.D. dissertation, p.122, Hong Ik University, 2017.

- [18] Kim Hyo-kyung, Kwon Sang-hee, “A study on how different methods of news contents visualization affect the perception of news users”, Ph.D. dissertation, pp.118-120, Sungkyunkwan University, 2015.
- [19] Luo Hong, Lee Hyo Sung, “A study on the effect of components of mobile news contents on the user satisfaction and continuous intention to use”, Master dissertation, pp.69-71, Cheongju University. 2014.
- [20] Kim Ju Ha, “Audience recognition and understanding of DVE in broadcasting news”, dissertation, p.24, Hanyang University, 2010.
- [21] Kang, Gil-hong, Lee, Min Kyu, “A Study on Media Credibility in the Era of Mobile News”, Master dissertation, p.12, ChungAng University, 2015.
- [22] Park, Heung Sik, “The influence of news anchors’ reputation on the crdeibility and satisfaction of news programs”, Ph.D. dissertation, p.177, Sungkyunkwan University, 2008.
- [23] Chung Sung-Yong, “A Study on the Influential Factors of the Continuous Usage Intention of O2O Service”, Ph.D. dissertation, p.62. ChungAng University, 2017.
- [24] Chang Jung Wook, Ryu Chun Ryul, “A Study on the Reliability of News Media by Media”, Ph.D. dissertation, .p.139, Kookmin University, 2012.
- [25] Chung Sung-Yong op.cit pp.61-62, 2017.

조 윤 성(Cho, Yun Seong)



- 2017년 3월 : 단국대학교 방송영상 미디어학과 (방송영상미디어학석사)
- 2014년 7월 ~ 현재 : 중부일보 재직
- 관심분야 : 정책, 미디어, 뉴스
- E-Mail : joys3355@naver.com

김 중 무(Kim, Jong Moo)



- 2011년 9월 ~ 현재 : 단국대학교 커뮤니케이션학부 부교수
- 관심분야 : 영상제작, 영상미디어, 미디어 융합, 미디어콘텐츠
- E-Mail : isaac55@dankook.ac.kr