한국언론학보
2019년 63권 3호 69~114쪽
https://doi.org/10.20879/kjjcs.2019.63.3.003
http://www.comm.or.kr

신문이 사라지는 이유
저널리즘 VS. 미디어 대체 가설*

박혜영 서강대학교 언론문화연구소 선임연구원**

매해 계속되는 신문 위기 국면에서, 신문 위기의 원인 중 뉴미디어의 대체와 보완, 신문의 신뢰도 저하 등이 원인임을 실증적으로 밝히고 무엇이 더 영향력을 미치는가와 그 변화에 대한 종단적 연구를 진행해 보았다. 본 연구에서는 인터넷, SNS 등을 통해 뉴스가 유통되는 가운데, 뉴미디어 뉴스 신뢰도와 신문뉴스 신뢰도가 각각의 미디어에, 그리고 서로의 미디어에 미치는 영향력에 대한 고찰이 동시적으로 필요하다고 보았다. 이에 2013년, 2015년, 2017년 인터넷 및 SNS 뉴스 이용량과 신문뉴스 이용량을 비교하고, 각 매체의 신뢰도가 미치는 영향 관계를 고찰해보았다. 분석 결과, 첫째, 신문뉴스 신뢰도가 신문뉴스 이용량에 정적 영향을 미치며, 이에 대한 영향력은 줄어들고 있었다. 모바일뉴스 신뢰도는 신문뉴스 이용량에 부적 영향관계인데 이 또한 줄어들고 있었다. 둘째, 모바일뉴스 이용량이 신문뉴스 이용량에 미치는 영향관계는 정적인데 반해 모바일 이용량이 신문뉴스 이용량에 미치는 영향관계는 부적이며 증가하였다. 셋째, 모바일뉴스 신뢰도와 모바일뉴스 이용량의 영향관계가 정적 영향관계인데, 2017년에는 부적으로 변화되는 것을 알 수 있었다. 넷째, 모바일뉴스 이용량의 모바일 이용량과 신문뉴스 이용량에 대한 매개적 효과가 꾸준히 나타났다. 본 연구를 통해, 시간의 변화에 따라 두 개 미디어 모두 '신뢰'가 미치는 영향력이 작아지고 있는 것을 알 수 있었다. '미디어 대체 가설'이 더욱 영향력을 행사하는 추이 가운데, 모바일뉴스 이용량의 매개적 역할, 신문이용량 예측 등을 고려하여 신문 이용량 증가 방향에 대해 제언했다.

핵심어: 신문 위기, 신문뉴스 신뢰도, 미디어 대체 가설, 인터넷 뉴스, 모바일 이용량

* 본 연구는 제 3회 언론수용자 언론인 의식조사 통계 활용 학술대회에서 발표된 내용을 기반으로 하였으며 수정된 내용을 2018년 가을철 언론정보학회 신진학자 세션에서 발표하고 이후 일부 내용을 보완 및 수정하였습니다.

** cheerupyou@naver.com

1. 서론

우리나라의 신문뉴스 이용량은 해마다 감소하고 있다. 특정 미디어의 감소는 뉴미디어의 등장이 그 원인으로 논의되어 왔다(Berte & de Bens, 2008). 우리나라의 경우에도 신문/방송 등 전통 미디어의 이용량은 감소되고 있으며 인터넷을 통한 뉴스 이용시간은 증가세를 나타내고 있다(오대영, 2017). 2015년 하루 평균 신문뉴스 이용량은 7.9분으로, 이는 2014년에 비해 2.5분 줄어든 것이며 2004년 이후 가장 적은 수치이다(한국언론진흥재단, 2015). 반면, 소셜미디어를 통한 뉴스 이용은 미디어 중 지속적인 증가세를 나타내고 있다(한국언론진흥재단, 2015). 이는 라디오가 5억 명의 청취자를 만드는데 38년이 걸렸으며, 텔레비전은 13년이 걸린데 비해, 인터넷은 4년, 페이스북은 2년이 채 걸리지 않은 것으로(강시은, 2012, 10, 27), 뉴미디어 도입과 기존 미디어 대체 현상은 점점 더 빨라질 것으로 예상 가능하다. 이처럼 신문뉴스 이용량 감소에 있어 뉴미디어의 영향이 크게 작용하는 것으로 보인다. 그러나 종이신문이 인터넷 및 SNS 뉴스로 대체되는 현상을 단순히 미디어가 대체되는 현상으로 보기에는 종이신문과 인터넷 및 SNS 뉴스가 제공할 수 있는 뉴스의 질과 가치에 있어 차이점이 존재한다. 이는 〈2016 언론수용자 의식조사〉에 나타난 SNS 뉴스 신뢰도가 다른 미디어에 비하여 가장 낮은 것을 통해서도 알 수 있다(한국언론진흥재단, 2016). 신뢰도가 낮은 뉴스를 소비하는 것은 뉴스 연성화, 출처망각, 그리고 언론사 뉴스에 대한 외면으로 이어져 저널리즘에 심각한 손상을 입힐 우려가 있다(김영주, 2017).

인터넷 및 SNS를 통해 다양한 관점과 무한대의 정보가 생산 및 제공되고 있지만, 진위 여부를 확인하기는 매우 힘들다. 따라서 온라인 저널리즘 환경에서 기존의 언론이 제공해왔던 정보와 기사는 필요한 영역이 분명하다(이상기・김주희, 2013). 그럼에도, 신문이 외면 받는 현실에 대하여 저널리즘적 접근이 필요하다. 신문의 불공정성과 신뢰도의 하락은 수용자로 하여금 신문매체를 외면하게 만들었다(이준웅, 2010). 이는 신문사업의 위기에 있어 단순한 열독률 하락뿐만 아니라 언론 기능의 훼손, 사회적 역할에 대한 방기 등이 위기의 원인으로 함께 검토되어야 함을 의미한다(이준웅・최영재, 2005). 다시 말하면, 뉴미디어의 등장과 동시에 저널리즘의 측면에서 신문뉴스 이용량 감소가 논의되어야 한다.

신문 이용의 감소가 전 세계적 현상으로 볼 수 있지만(Meyer, 2004; WAN, 2004) 미국의 경우에는 1990년대 초 최악의 상황을 맞이하다가 이후 신문 상품에 대한 지속적 혁신을 거듭했으며(장호순, 1999) 영국 역시 타블로이드 전환, 포맷 변환 등의 노력으로 새로운 국면을 맞게 되었다(김세은, 2004). 무엇보다 미국, 영국 등의 나라에서 기존의 언론사가 지닌 언론의 역

할, 저널리즘에 대한 계승이 인터넷과 SNS 뉴스의 홍수에도 언론사로서의 위치를 확고하게 해 주었다.

그에 비해 우리 언론의 신문에 대한 가치를 높이기 위한 노력은 미미하였으며(이준웅・최영재, 2005) 그 결과 매해 계속되는 '위기'의 국면을 맞고 있다. 뉴스 이용자들이 포털 등에서 접할 수 없는 예외적 정보, 고급 논평, 통합적 관점 등을 신문을 통해 접하고, 신문을 구독할 만한 가치가 있다고 여겨야 하는데, 그러지 못하고, 신문 뉴스 자체에 대해 불신하므로 더 이상 신문을 읽지 않게 된 것으로 볼 수 있다(이준웅, 2010).

본 연구에서는, 신문뉴스가 포털 등 인터넷 신문사에만 있는 신문사 뉴스와의 차별점을 독자들에게 인식시키지 못하므로, 신문뉴스로서의 가치를 인정받지 못하고 외면 받는 것을 신문의 위기로 보고자 하였다. 신문의 위기에 있어 뉴스 신뢰도 하락이 한국적 상황에서 나타난 심각한 현상으로, 외국의 경우 신문사 뉴스가 포털사이트나 인터넷 뉴스와는 다르게 팩트 체킹 등 전문적 역할을 담당하였으며, 이용량 감소에 있어서도 그 수준이 우리와 같지 않았다(김승일・이호진, 2007; 이준웅, 2010; 한국언론재단, 2008).

본 연구에서는 그간 논의되어온 신문 위기의 원인인 뉴미디어의 대체와 보완, 신문의 저가치 및 불공정성 등 신문뉴스의 부정적 인식으로 인한 신뢰도 저하, 이 2개 주요 원인 중심으로 실증적 연구를 진행해보고자 한다. 인터넷, SNS 등을 통해 뉴스가 유통되는데, 뉴미디어 뉴스 신뢰도 및 신문뉴스 신뢰도의 영향력과 이에 대한 변화에 대한 고찰이 동시적으로 필요하다고 보았다. 이에 인터넷 및 SNS 뉴스 이용량과 신문뉴스 이용량 등의 연도별 변화량을 비교하고, 각각의 미디어 신뢰도가 이용량에 미치는 영향관계 및 그 변화까지 고찰해보고자 한다. 이는 한국 저널리즘이 위기라고 우려하는 가운데, 신문 이용량에 영향을 미치는 변인 및 그 변화에 대한 종단적 연구로서, 신문뉴스 이용량에 대하여 누가 책임을 져야할 것인가에 대한 단순한 책임론을 떠나, 한국 저널리즘에 대한 시사점을 제공하고자 함이다. 더하여 신문 사업이 나아가야 할 방향을 제시해보고자 하는데, 이는 단순히 신문사 뉴스가 뉴미디어 기반으로 플랫폼 형식을 변화하는 문제 이상의 논의가 필요할 것으로 보아, 실증적 연구를 통해 그 논의의 근거를 확보하고자 한다.

2. 이론적 배경

1) 신문뉴스 이용량의 변화

한국언론진흥재단의 〈2016 언론수용자 의식조사〉에서 신문 열독률은 2002년 82.1%를 기록한

이후 매해 지속적으로 감소하였다(한국언론진흥재단, 2017). 2006년 신문열독률은 68.8%이었으며, 2010년 52.6%까지 떨어진 것으로 나타났다. 또한 국민의 신문뉴스 이용량 또한 매년 줄어, 2015년 수용자의 경우 하루 평균 7.9분 신문뉴스를 이용하는 것으로 나타났다(한국언론진흥재단, 2015). 이는 2014년의 10.4분보다도 줄어든 수치로, 2004년 이후 이용시간이 매해 줄어들고 있다.

이 같은 현상은 전 세계적 현상으로, 퓨리서치센터의 2016년 조사에 따르면, 미국인들은 TV(57%) 다음으로 소셜 미디어(38%)를 뉴스 소비를 위한 미디어로 이용하고 있다(김영주, 2017). 이처럼 전문성, 속보성 등 신문의 장점은 사라지고 있으며 기자들 또한 페이스북을 통해 이슈를 찾고 있는 형편이다(박찬수, 2017).

특정 미디어의 이용량이 줄어드는 이유로 저널리즘(이준웅・최영재, 2005; 이준웅, 2010), 미디어 대체가설(김전영, 2004; 심미선・김은실・하예린, 2009; Berte & de Bens, 2008) 등이 원인으로 논의되었고, 경험적으로 연구되었다. 이렇듯 신문의 위기에 있어 이용 감소를 종속변수로 보았을 때, (1) 새로운 미디어에 의한 기능적 대체, (2) 신문 뉴스의 저가치, (3) 공정성 위기 등이 설명변수로서 제안되었다(이준웅・최영재, 2005). 첫 번째 '기능적 대체'는 인터넷 등 새로운 미디어의 등장으로 인한 전 세계적 현상이며, 나머지 두 개는 신문뉴스의 저 가치와 공정성 위기를 의미한다(이준웅, 2010).

이밖에 신문뉴스 이용량의 변화를 설명하기 위해 연령, 시기, 세대에 따른 뉴스 이용의 차이가 검증되었다(이종혁・최윤정, 2018). 분석 결과, 연령은 정치 뉴스 이용에 정적 영향관계가, 문화 뉴스에는 부적 영향관계가 성립되었으며 시기 효과는 정치/경제/문화/사회 뉴스 등 모든 뉴스에서 유의미하였다. 세대효과는 문화뉴스를 제외한 전 뉴스에서 유의미하였다. 이처럼 연령, 시기, 세대가 신문뉴스 이용량에 미치는 영향관계를 밝혔는데 젊은 세대일수록 뉴스 이용은 줄어들고 있는 것으로 나타났다.

이는 연령과 사회 이슈 관심도의 관계를 나타나는데 외국에서도 비슷하게 논의되고 있다. 젊은 세대는 뉴스 이용이나 신문 읽기가 나이든 세대에 비해 떨어지는 것으로 나타났다(Delli Carpini, 2000). 이것은 연령별 정치 사회 이슈에 대한 관심도의 차이로, 젊은 세대는 오락과 교류 중심의 디지털 미디어를 사용하는 반면, 나이 든 세대는 뉴스 중심의 전통미디어를 주로 이용한다는 것이다(Henn & Foard, 2012).

본 연구에서는 신문 이용량 감소의 원인으로 경험적으로 논의되던 변수들을 활용하고자 하며, 이준웅과 최영재(2005)의 3개 설명변수에서 '신문 뉴스의 저가치', '공정성 위기' 등을 통합하여 이를 '뉴스 신뢰도' 변수로 확인해 보고자 한다. 즉, '저널리즘', '미디어 대체 가설' 등을 중

심으로 사용 변수 간 구조적 관계를 모델링하여 영향관계를 파악하고, 연령 간 평균 변화를 통해 향후 신문 이용량에 대한 예측을 시도해보고자 한다.

2) 저널리즘의 위기, 신문의 신뢰도 하락

신문이용량에 영향을 미치는 변수로 언론인에 대한 평가, 미디어 신뢰도, 뉴스 신뢰도 등을 들 수 있다. 이는 많은 연구에서 논의된 바 언론에 대한 평가에 있어 보도의 정확성과 공정성 하락 등이 지적되었으며(마동훈・오택섭・김선영, 2013) 언론사 이기주의가 만연한 것 또한 원인으로 제안되었었고(송종길, 2006), 언론 보도의 정확성 부족(우병동, 1996) 등이 논의된 가운데 그 평가가 과히 좋지 않음을 알 수 있었다(오대영, 2017). 또한 언론인의 전문성 부족(김성해, 2007), 정파성(김동윤・김성해・유용민, 2013) 등은 한국 저널리즘 위기의 원인으로 지적되기도 하였다. 수용자들은 언론의 공정성을 평가할 때 정확성 등 객관적 판단을 중요시 하므로, 자신의 정치적 이념과 상관없이 중도적 보도를 하는 경우에 더욱 긍정적으로 평가하는 것으로 나타났다(이종혁, 2015).

이처럼 신문, 방송 뉴스 등에 대한 수용자의 공정성 평가는 뉴스 활용과 이용량에 결정적 요인으로 작용하게 되는데, 공정성이 의심되는 경우에 뉴스 활용 및 이용시간이 감소하는 것으로 나타났다(배선영・이봉규・이상우, 2010). 오대영(2017)의 연구에서는 신문뉴스 이용시간이 계속적으로 줄어들었는데, 수용자의 언론인 평가 또한 계속 낮아지는 것으로 나타났다.

이는 미디어가 제공하는 뉴스가 공정하고 정확하며 자세하다고 평가될 때, 미디어에 대한 전반적 신뢰도가 상승될 수 있음을 의미한다(송종길, 2007). 그런데 뉴스는 미디어에 의해 전달되므로, 미디어 자체에 대한 신뢰도가 높은 수용자들이 그 해당 뉴스의 이용 및 수용 확률이 높은 것으로 연구되었다(류춘열, 1999; 박정의, 2001; 이종경, 2000; Sherif & Hovland, 1961; Roper, 1986; 성동규・박상호, 2005 재인용). 또한 미디어 형태와 무관하게, 뉴스는 재미를 기준으로 하는 여타 콘텐츠와 달리 특정 미디어 관련 높은 신뢰도, 충성도 등을 바탕으로 선택되는 것으로 보고되었다(강남준 외, 2001, 2003; 박선희, 2004; 임정수, 2007; Johnson & Kaye, 2000). 즉, 미디어가 가지는 저널리즘적 속성을 통해 미디어 신뢰도가 높아질 수 있다고 보았다(Johnson & Kaye, 1998).

뉴스에 대한 신뢰도 역시 뉴스 이용량에 영향을 미치는 것으로 연구되었는데(이준웅・최영재, 2005; 배선영・이봉규・이상우, 2010; 오대영, 2015) 한국언론진흥재단의 〈언론수용자 의식조사〉 자료 분석 결과를 통해 수용자의 언론인 평가, 신문뉴스 신뢰도 등이 신문뉴스 이용에 미치는 영향 관계가 통계적으로 유의미함을 알 수 있었다(오대영, 2017). 이 연구에서 신문뉴스

이용시간에 대한 신뢰도의 영향력은 증가하고 있는 것으로 나타났다.

반대로, 미디어 이용이 미디어 신뢰도를 증가시키고, 증가된 미디어 신뢰도가 뉴스 신뢰도로 전이될 수 있음이 논의되었다. 이용자가 특정 미디어를 많이 이용하면, 해당 미디어에 대해 의존도와 신뢰도가 높아지는데(박노일, 2008; 반현·권영순, 2007; Johnson & Kaye, 2000), 이 때 사람들은 신뢰도가 높은 미디어가 전달하는 뉴스를 더욱 신뢰하게 된다. SNS 뉴스의 경우에도, 이용량, 상호작용적 동기, 정부의 언론 정책, 정치적 성향 등이 뉴스 신뢰도에 영향을 미치는 것으로 나타났다(수신·육건엽·정용국, 2015).

이처럼 미디어 신뢰도는 보다 구체적으로 미디어의 저널리즘적 특성, 예컨대 특정 미디어가 제공하는 뉴스나 정보에 대한 평가에 의해 영향을 받을 가능성이 크다(Johnson & Kaye, 1998; Schweiger, 2000). 다시 말해 미디어가 제공하는 뉴스나 시사정보에 대한 수용자의 평가와 수용자가 미디어 자체에 대해 가지게 되는 전반적인 신뢰도 사이에는 '개념적 인과관계'가 성립한다는 것이다(박정의, 2001). 정보제공자로서의 미디어적 특성, 즉 뉴스나 정치 사회적 정보를 제공하는 미디어의 역할에 대한 수용자들의 평가는 해당 미디어에 대한 총체적 신뢰도에 대한 평가로 연결될 수 있다는 점을 간과해서는 안 된다(하승태·이정교, 2011).

전체 미디어 구조로 볼 때, 기성의 신문 및 방송은 뉴스를 소비하게 만드는 핵심 경로였음에 분명하나 점차 신문은 이념적 과잉 등의 문제로 신뢰성, 공정성 등에서 낮은 평가를 받고 있다(임종수, 2007). 한국언론재단 조사팀은 2002년 조사부터 매체로서 인터넷에 대한 신뢰도, 만족도, 이용에 대한 분석에 중점을 두었는데, 인터넷 이용이 많을수록 신문만족도 및 신뢰도가 낮아지는 것을 발견하였다(한국언론재단, 2002: 성동규·박상호, 2005 재인용).

한편, 미디어 신뢰도 연구는 호블랜드와 웨이즈(Hovland & Weiss, 1951)에 의해 시작되었는데 이들은 미디어 신뢰도를 전문성(expertness)과 진실성(trustworthiness)으로 구분하였다. 미디어 신뢰도 지수를 연구한 가지노와 맥그래스(Gaziano & McGrath, 1986)는 신문과 TV뉴스 신뢰도에 대해 공정성, 편향성, 완전성, 정확성, 프라이버시의 존중, 사람들의 흥미, 지역사회에 대한 관심, 의견과 사실의 분리, 신뢰, 공중의 흥미에 대한 관심, 사실에 입각했는지 여부, 단련 수준 등의 항목을 제시했다. 이후 메이어(Meyer, 1988)는 가지노와 맥스래스의 항목을 두 개 차원으로 구분하여 뉴스의 믿음성, 지역 귀속성으로 단순화했는데, 후속 연구들이 메이어의 연구를 바탕으로 진행되고 있다(송종길, 2007).

또한 미디어 신뢰도는 뉴스의 공정성, 정확성 등의 뉴스의 저널리즘적 차원과 미디어에 대한 종합적 신뢰도 등이 함께 고려되어야 한다(박정의, 2001). 더불어 미디어별 특성에 맞는 뉴스 신뢰도 평가 요인 또한 필요하다. 인터넷과 기존 미디어 간의 뉴스 신뢰도 평가 요인에 차이

가 있음을 12가지 뉴스 신뢰도 항목을 통해 분석한 연구가 진행되었다(반현, 2003). 분석 결과, 인터넷은 뉴스 가치성, 공공성, 선정성, 공정성으로, 기존 미디어는 뉴스 가치성, 공공성, 상업성의 요인으로 평가할 수 있는 것으로 나타났다. 텔레비전은 신문과 인터넷보다는 공공성이 더 강조되고 있었으며, 신문보다는 즉시성, 공정성이 뉴스 신뢰도에서 중요하게 평가되었다. 신문의 경우에는 사회적·정치적 역할 등 내용적 깊이와 독자의 신뢰도가 더 중요한 뉴스 신뢰도 평가요소인 것으로 나타났다(송종길, 2007). 종이신문과 인터넷 신문 간의 신뢰도 구성 요인과 차이를 분석한 연구에서는 전문성의 경우 종이신문이 높게 나타났으며 적극성과 개방성은 인터넷 신문이 종이신문보다 높게 평가되는 것으로 나타났다(이창현·김은영, 2004).

모바일 콘텐츠의 정보 품질은 명확성, 신뢰성, 적시성, 다양성, 적합성 등으로 평가할 수 있는데(한희선·박기호, 2005) 신뢰성이 정보 품질을 구성하는 하위 요인인 것을 알 수 있다. 이는 모바일 뉴스 콘텐츠의 정보품질 요소 중 신뢰성 등이 사용자 만족도에 유의미한 영향을 미치는 등 실증적 연구를 통해서 나타났으며(루홍위·이효성, 2015) 사용자 만족도는 지속사용 의도에도 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 뉴미디어 신뢰도 관련 연구에서는 뉴미디어의 이미지, 경험 여부, 이용량 등이 신뢰도에 영향을 미치는 요인임을 밝혔다(Kiousis, 2001). 이처럼 미디어에 따라 뉴스 신뢰도 평가 및 평가요소가 다르게 적용될 수 있다. 한편, 국내 미디어 신뢰도 연구는 주로 총체적 신뢰도 조사로 진행되고 있는 한계점을 내포하고 있다(송종길, 2007).

3) '미디어 대체 가설'의 영향

피들러(Fidler, 1997)가 '미디어 변형(Mediamorphosis)'개념을 통해 미디어의 기술적 진화, 변화, 발전에 대해 미디어는 서로 의존하는 시스템 안에서 일어난다고 보았다. 즉 미디어는 기존의 미디어에서 점진적 변형을 꾀한다는 것이다. 미디어 역사를 통해 라디오의 등장은 신문에, 텔레비전은 라디오의 미래에 영향을 미칠 것으로 주목하는 가운데, 변화의 시점에서 뉴미디어가 전통 미디어에 미치는 영향에 대한 연구가 진행되었다(김전영, 2004). 이처럼 미디어 이용에 있어 기존 미디어와 뉴미디어의 대체 및 보완 관계에 대한 논의는 꾸준히 이어져왔다.

미디어 대체가설은 전통 미디어가 인터넷의 발달로 인해 어떻게 변화해 나가는가를 설명하기 위한 이론으로 채택되어 왔다. 인터넷 뉴스와 전통 미디어 뉴스를 미디어 대체가설, 이용과 충족 이론 등을 통해 설명하고자 하였는데, 인터넷은 전통 미디어의 뉴스를 대체하는 것으로 나타났다(Dimmick, Chen, & Li, 2004). 많은 학자들이 미디어 대체가설과 이용과 충족 이론을 통해 인터넷의 대체에 대한 변화를 설명하고자 하였는데(Lee & Leung, 2008; Ha & Fang,

2012) 특히 뉴스 배출 수단으로써 인터넷이 대체되고 있음에 주목했다(Ha & Fang, 2012). 또한 스마트폰은 기존 미디어가 지닌 기능을 하나의 단말기에서 제공 가능하며, 수용자에게 뉴미디어로 인식될 가능성이 높으므로, 스마트폰의 출현으로 미디어 간 경쟁은 더욱 심화되며 그 관계는 더욱 복잡해질 것으로 전망했다(김형지 · 김정환 · 정세훈, 2013).

스마트폰 관련 연구에서는 스마트폰을 기존의 인터넷의 진화로써 인식하는 경향이 있었는데(박인곤 · 신동희, 2010; 손승혜 · 최윤정 · 황하성, 2011; 양일영 · 이수영, 2011) 스마트폰을 활용한 모바일 이용은 인터넷, TV, 라디오, 신문, 게임 이외에도 여러 유형의 미디어 관련 어플리케이션이 제공되는 통합형 미디어로 평가받을 수 있다(삼성경제연구소, 2010). 스마트폰 등 모바일 관련한 연구에서 모바일, 인터넷, 텔레비전 등의 대안적 관계를 비교한 경우는 많지 않으며 모바일, 인터넷, 텔레비전에 있어 모바일과 인터넷이 경쟁 관계임이 나타났다(유은경, 2011).

그런데, 미디어 이용의 보완 및 대체 관련 논의는 결과들에 있어 일관되지 않거나 시기별로 다르게 나타났다. 인터넷이 텔레비전을 대체하는 것으로 나타났으며(Lee & Leung, 2008; Liebowitz & Zenter, 2012; Waldfogel, 2002) 특히 온라인 뉴스가 종이 신문 뉴스를 대체하는 현상을 밝혔다(Gentzkow, 2007). 그러나 인터넷과 전통 미디어 관련해서 유의미한 상관관계가 나타나지 않은 결과도 있었다(Anderson & Tracey, 2001; Jeffries & Atkin, 1996). 이는 종이신문과 인터넷 신문과의 잠재적 복잡성이 내재되고 있음을 의미하는데(Chyi & Lasorsa, 2002) 온라인 뉴스를 이용하는 이용자 역시 여전히 전통적 미디어를 통해 정보를 얻고 있기 때문이다(Nguyen & Western, 2006).

그러나 이러한 결과가 나타난 것은 인터넷이 1950년대 등장하였지만 보편적으로 적용되기 시작한 것은 1990년대로, 해외 초기 연구결과가 일관적이지 않은 것이 어느 정도 이해 가능하며, 최근의 일관적이지 않은 결과 또한 횡단자료를 비롯해 다양한 종류의 데이터가 제각각 연구에 사용되는 것이 원인으로 작용할 수 있다(Jang & Park, 2016).

국내에서도 많은 연구에서 뉴미디어 이용에 대해 '미디어 대체 가설(media substitution hypothesis)'이 적용되었다(심미선 · 김은실 · 하예린, 2009). 미디어 대체 가설에 대한 내용을 요약해보면 (1) 뉴미디어 이용량 증가 시 기존 미디어의 이용은 감소하는 부적 상관관계가 있다 (2) 뉴미디어 이용량이 증가하면 기존 미디어 이용량도 같이 증가하는 보완적인 관계가 있다 (3) 뉴미디어와 기존 미디어 사이에 경쟁이나 보완 관계가 발견되지 않는 경우도 있다. 대체성의 수준을 새로운 미디어의 '유용성', '충족'에 기인한다고도 보는데 유용성 및 충족이 높을 경우에는 대체 관계가 발생하며, 기능적 상이함이 높은 경우에는 보완 혹은 보충 관계가 나타나는 것으로

논의되었다(강미은, 2000; Atkin, Jeffries, & Neuendorf, 1998).

국내 미디어 대체 가설의 결과로서, 매체별 보완 및 대체관계에 대한 결과로 방송과 인터넷은 부적인 상관관계를, 신문과 인터넷은 정적 상관관계로 논의되었다(강미은, 2000; 유세경, 2004). 그러나 인터넷이 보편적 매체로 부각되면서 방송과는 보완관계이나 신문과는 대체관계라는 주장도 제기되었다(이준웅・심미선・김은미, 2007). 또한 대체되는 미디어의 유용성(강미은, 2000), 충족감(임종수, 2007), 목적(심미선 외, 2009) 등에 따라 대체 및 보완 관계 등이 재설정될 수 있는 것으로 나타났다. 예를 들어, 텔레비전이 처음 도입되었을 당시에 정보 제공의 기능이 강했는데 이때는 신문매체와 대체 관계에 있었으며 점차 텔레비전이 오락적 기능을 담당하면서 신문과 보완 관계를 형성하게 된 것을 알 수 있다.

이처럼 뉴미디어의 등장과 미디어 이용에 있어 기존의 연구 결과가 일관적이지 않다. 앞선 요인(Jang & Park, 2016) 외에 좀 더 근본적인 원인은 기능 대체나 보완 등으로 뉴미디어 이용을 모두 설명하기 힘들다는 것이다. 어느 한 매체가 다른 매체를 전적으로 대체하는 것이 아니라, 뉴미디어가 등장함에 뉴미디어의 기능이 점차 고려되는 가운데 변화가 수반되므로, 기능의 재분배가 이루어지는 것으로 이해할 수 있다(심미선 외, 2009). 이는 다양한 미디어가 이용 가능함으로 수용자 세분화는 더욱 다양해졌으며, 수용자의 미디어 레퍼토리 또한 더욱 복잡해지고 있음을 뜻한다(Tewksbury, 2005). 이는 점차 더 높은 수준으로, 미디어 이용이 동시다발적, 중첩적으로 이용 가능함을 의미하며, 이로 인한 수용자 세분화는 더욱 더 증가할 것으로 볼 수 있다(Webster & Ksiazek, 2012). 따라서 미디어 레퍼토리에 대한 접근은 연구자들에게 수용자 관련 연구에서 평소 사용하는 미디어들에 대한 동시적인 고찰이 필요함을 시사하며, 이는 미디어 이용 연구에 있어 더욱 더 많은 단서를 제공할 수 있다(Hasebrink & Popp, 2006; Jang & Park, 2016; Jung, Kim, & Chan-Olmsted, 2014).

한편, 인터넷이 뉴미디어로 등장한 이후 텔레비전 등의 전통적 미디어에 미치는 영향 관계에 대한 고찰에서, 임종수(2005)의 연구에서는 포털미디어가 종이신문을 대체하는 것으로 나타났으며 20대~30대가 고연령층 보다 그 정도가 심하다고 보았다. 또한 포털미디어에 의한 뉴스 미디어가 텔레비전에 대해서는 부분적으로, 인쇄 신문에 대해서는 뚜렷한 기능적 대체성이 있는 것으로 나타났다(임종수, 2007). 또한 동일한 콘텐츠 사용에서 미디어 이용량을 연구한 결과, 특정 미디어의 이용량이 많은 사람이 다른 미디어 사용량도 많은 것으로 나타나 동일 장르에서는 미디어 이용 간 보완관계가 성립되는 것으로 나타났다(손승혜, 2005). 뉴미디어가 미디어에 할애하는 시간들을 재조정하는 것이 아니라 생활시간의 변화로 귀결될 가능성도 제기되었다(이재현, 2005).

또한 국가별로 미디어 이용에 있어 다차원적 측면이 존재함으로 한국적 특성으로서 미디어 대체에 대한 접근이 필요하며 이는 사회문화, 정치경제적 요인 등이 작동할 것으로 예상 가능하다. 장과 박(Jang & Park, 2016)의 연구에서는 방송법, 신문법, 인터넷 등 멀티미디어 관련 사업법 등이 제각각 미디어에 적용되고 있는 상황으로 비슷한 콘텐츠를 수반한다 하더라도 미디어 대체 관련하여 일관된 결과를 도출하기에 한계점으로 작용할 수 있음을 말했다. 미디어 대체와 보완은 특정 사회문화적 맥락에서 기존 미디어에 대해 뉴미디어가 가지는 '상대적 이점'이 해당 사회의 특성과 상호작용하여 결정되는 것으로 나타났다(임종수, 2007; Rogers, 1983). 즉 새롭게 등장하는 미디어는 집단에 따라 대체나 보완 등이 다르게 나타날 수 있다. 따라서 한국적 상황에서의 미디어 이용에 대해 중점적으로 고찰할 필요가 있다.

신문이 밀려난 자리를 포털사이트와 독립형 인터넷 매체가 대체하고 있다(김당, 2012). 인터넷의 발전은 인터넷 뉴스를 만들었고, 인터넷 뉴스와 기존 신문사의 뉴스의 내용이 같다고 한다면, 우리는 인터넷으로 뉴스를 보는 것을 택할 것이다(Jang & Park, 2016). 그러나 영국의 경우, 2013년 조사결과, 2007년 이후 15세 이상은 63.6%가 온라인 뉴스를 소비했다고 응답했는데, 실제 가정의 신문 구독률 감소는 25% 정도로 간극이 존재한다(Jang & Park, 2016). 2016년 아메리칸 프레스 인스티튜트(American Press Institute)의 연구에 소셜미디어 뉴스 이용에 비하여 신뢰도는 상대적으로 낮게 조사되고 있다(김영주, 2017). 〈2016 언론수용자 의식조사〉에서도 SNS 뉴스에 대한 신뢰도는 가장 낮았다. 그럼에도 신문 이용량은 감소하고 있으므로, 결국 신문 이용량의 감소는 뉴스콘텐츠에 대한 낮은 평가에서 기인하였음을 알 수 있다. 따라서 본 연구에서는 '저널리즘', '미디어 대체 가설' 등을 중심으로 사용 변수 간 구조적 관계를 모델링하여 영향관계를 파악하고, 변수 영향력의 차이 및 변화를 살펴보고자 한다. 본 연구에서는 이준웅·최영재(2005). 오대영(2017)의 연구에서 활용한 변수들을 활용하고자 하며, '신문뉴스 이용량'에 대한 설명변수로 '신문뉴스 신뢰도', '모바일뉴스 신뢰도', '모바일뉴스 이용량', '모바일 이용량' 등의 변수를 구조적 관계 안에서 해석해보고자 한다. 본 연구에서는 연도별 동시효과 분석을 통해 영향력의 변화를 살펴보고 연령집단에 따른 잠재변수의 평균점수 변화 등을 통해 신문 이용량 예측도 목적으로 한다. 본 연구의 연구문제 및 가설은 다음과 같다.

〈연구문제 및 가설〉

가설 1. 신문뉴스 신뢰도는 신문뉴스 이용량에 정적 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 모바일뉴스(인터넷에만 있는 신문사) 신뢰도는 신문뉴스 이용량에 부적 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 모바일 이용량은 신문뉴스 이용량에 부적 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 신문뉴스 신뢰도는 모바일뉴스 이용량에 부적 영향을 미칠 것이다.

가설 5. 모바일뉴스 신뢰도는 모바일뉴스 이용량에 정적 영향을 미칠 것이다.

가설 6. 모바일 이용량은 모바일뉴스 이용량에 정적 영향을 미칠 것이다.

가설 7. 모바일뉴스 이용량은 신문뉴스 이용량에 부적 영향을 미칠 것이다.

연구문제 1. 신문뉴스 이용량, 모바일뉴스 이용량, 신문뉴스 신뢰도, 모바일뉴스 신뢰도, 모바일 이용량은 어떻게 변화하고 있는가?

연구문제 2. 모바일뉴스 이용량의 매개효과가 나타나고 있는가?

연구문제 3. 뉴스 신뢰도, 뉴스 이용량의 영향관계 모델링에서 연령 고저 집단에 따른 평균 차이가 나타나고 있는가?

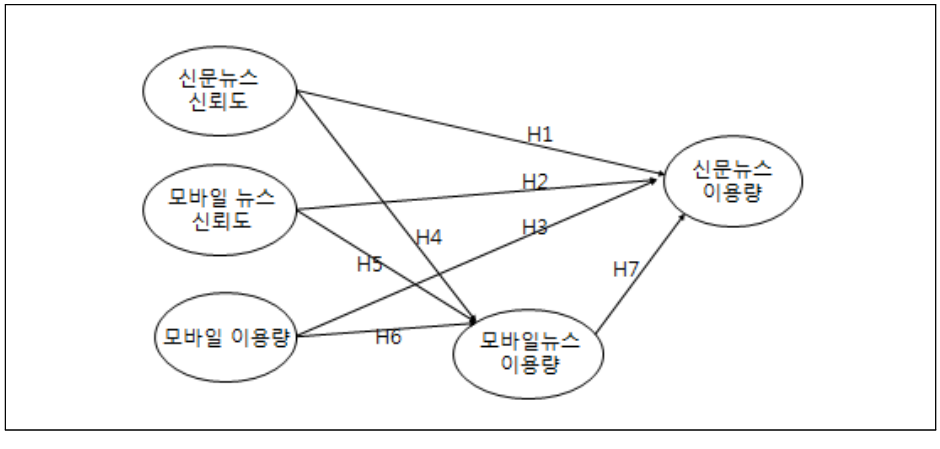

그림 1. 연구모형

3. 연구 방법

본 연구에서는 신문뉴스 신뢰도, 모바일뉴스 신뢰도, 모바일 이용량, 모바일뉴스(인터넷에만 있는 신문사) 이용량이 신문뉴스 이용량에 미치는 영향을 살펴보기 위해 2013년, 2015년, 2017년의 자료를 구조방정식 모형으로 모델링하여 각 모델링 결과를 통해 투입된 변수 간 영향력의 차이를 살펴보고, 연도별 변화 등을 고찰한다. 또한 연령 고저 집단에 대한 잠재변수의 평균의

차이와 그 변화를 통해 신문뉴스 이용량을 예측해보고자 한다. 본 연구에서는 3개년 자료를 통해 종단적 연구를 진행해 보고자 한다.

1) 분석대상

한국언론진흥재단은 〈언론수용자 의식조사〉를 1984년부터 실시하고 있으며, 미디어 이용자의 뉴스 이용행태 및 방법, 이용 경향, 인식 등의 조사 분석을 통해, 향후 미디어 트렌드를 예측하고 미디어 산업 분야의 정책 수립에 기여하고자 기초 자료를 제공하고 있다. 층화확률비례통계방식으로, 전국 만 19세 이상 국민 약 5,000명을 표본으로 수집하는데 일대일 대인면접조사를 통해 자료를 수집하며, 2011년부터는 매해 실시되고 있다. 본 연구는 언론진흥재단의 〈언론수용자 의식조사〉 자료를 바탕으로 하였으며 자료 가운데 2013년, 2015년, 2017년 자료를 분석대상으로 하였다. 〈언론수용자 의식조사〉의 자료는 예측을 위한 종단연구로, 서로 다른 시점에 서로 다른 사람들을 추출하는 경향연구(trend studies)로 총체적 결과를 통해 변화량을 알 수 있다. 본 연구에서는 최근의 5개년 변화를 비교하고자 2013년, 2015년, 2017년을 격년으로 분석하고자 하였다.[1] 〈언론수용자 의식조사〉의 2013년 조사에는 5082명, 2015년 조사에는 5062명, 2017년 조사에는 5010명이 참여하였다. 우선적으로, 신문뉴스 이용량, 모바일뉴스 이용량, 신문뉴스 신뢰도, 인터넷신문 신뢰도 등의 평균점수의 변화를 연도별로 비교한 이후, 연도별로 이들의 영향관계를 구조적으로 모델링하여 영향관계, 매개효과 등에 대한 변화 또한 살펴보고자 하였다.[2]

2) 분석유목

(1) 신문뉴스 이용량

〈언론수용자 의식조사〉에서 종이신문 뉴스의 하루 평균 이용량을 평일(주중)과 주말(토, 일)로 구분하여 시간과 분 단위로 조사하였다. 이에, 본 연구에서는 평일 및 주말의 시간을 분 단위로 환산하여, 평일의 이용량에 5를 곱하고 주말의 이용량에 2를 곱한 후 이를 합산하여 신문뉴스 이용량으로 계산하여 연도별 변화량을 확인하였다. 영향관계 예측을 위한 구조적 모델링에서는 평일

1) 〈언론수용자 의식조사〉는 1984년에 시작되었지만, 2011년 이후 매해 조사하는 것으로 설정되었으며 설문문항에 있어서도 매해 척도가 조금씩 바뀌어 종단적 연구를 위한 변수 활용에 오차범위가 커질 수 있어 가장 최근 자료 중 격년자료를 활용하였음을 밝힌다.

2) 한국언론진흥재단의 〈언론수용자 의식조사〉의 자료 수집은 상이한 시점의 상이한 연구대상자를 대상으로 한 경향연구(trend study)로 연속적 측정을 통해 추이를 확인할 수 있다(Wimmer & Dominick, 2009).

및 주말의 이용량을 각각 측정 변수로 활용하여 신문뉴스 이용량 잠재변수를 설명하도록 했다.

(2) 모바일뉴스 이용량

〈언론수용자 의식조사〉에서 모바일뉴스의 하루 평균 이용량을 평일(주중)과 주말(토, 일)로 구분하여 시간과 분 단위로 조사하였다. 이에, 본 연구에서는 평일 및 주말의 시간을 분 단위로 환산하여 평일의 이용량에 5를 곱하고 주말의 이용량에 2를 곱한 후 합산하여 이를 모바일뉴스 이용량으로 계산하였다. 영향관계 예측을 위한 구조적 모델링에서는 평일 및 주말의 이용량을 각각 측정 변수로 활용하여 모바일뉴스 이용량 잠재변수를 설명하도록 했다. 단, 2013년과 2015년 자료에서는 이동형 인터넷 뉴스 이용량 측정에 있어 스마트폰과 태블릿 PC를 구분하지 않고 이들 단말기에서 이용한 인터넷 뉴스 이용량을 측정하였는데, 2017년에는 스마트폰과 태블릿 PC를 구분하여 측정하여 2017년 자료에서는 스마트폰의 이용량만을 변수로 활용하였다.[3)]

(3) 신문뉴스 신뢰도

〈언론수용자 의식조사〉에서 각 매체에서 제공하는 뉴스에 대한 신뢰도를 조사하였는데, 본 연구에서는 '전국종합신문뉴스', '지역종합일간신문뉴스', '지역종합주간신문뉴스'의 3개 항목을 활용하여 종이신문 신뢰도를 측정하였다. 신문뉴스 신뢰도는 리커트 척도로 1점 '전혀 신뢰하지 않는다'에서부터 5점 '매우 신뢰한다'로 측정하였다. 2013년, 2015년, 2017년의 신문뉴스 신뢰도를 측정하기 위해 3개 항목의 크론바흐의 알파 값을 확인한 이후 세 개 항목을 신문뉴스 신뢰도의 측정문항으로 활용하였다.

(4) 모바일뉴스 신뢰도

〈언론수용자 의식조사〉에서 각 매체에서 제공하는 뉴스에 대한 신뢰도를 조사하였는데, 본 연구에서는 모바일뉴스 신뢰도와 종이신문 신뢰도를 확실하게 구분하기 위해 '인터넷신문(인터넷에만 있는 언론사 뉴스)', '포털 뉴스(Daum, Naver, Nate 등)', '소셜미디어 뉴스'의 3개 항목을 활용하여 모바일뉴스 신뢰도를 측정변수로 활용하였다. 신뢰도는 리커트 척도로 1점 '전혀 신뢰하지 않는다'에서부터 5점 '매우 신뢰한다'로 조사되었다. 2013년, 2015년, 2017년의 신뢰도 중위에 해당하는 3개 항목에 대해 크론바흐의 알파 값을 확인한 이후 측정문항으로 사용하였다.

---

3) 2017년에 스마트폰과 태블릿PC를 구분하여 측정하였는데, 태블릿PC 관련하여 전체 응답자의 96.14%가 응답하지 않아 이를 합산하여 사용하지 않고, 스마트폰 이용시간을 이용하였다.

(5) 모바일 이용량

〈언론수용자 의식조사〉에서 모바일 관련 하루 평균 이용량을 평일(주중)과 주말(토, 일)로 구분하여 시간과 분 단위로 조사하였다. 이에, 본 연구에서는 평일 및 주말의 시간을 분 단위로 환산하여 평일의 이용량에 5를 곱하고 주말의 이용량에 2를 곱한 후 합산하여 주간 평균 모바일 이용량을 계산하여 연도별 총 변화량을 비교해보았다. 연도별 영향관계 예측을 위한 구조적 모델링에서는 평일 및 주말의 이용량을 각각 측정 변수로 활용하여 모바일 이용량 잠재변수를 설명하도록 했다. 단, 2013년과 2015년 자료에서는 모바일 이용량 측정에 있어 스마트폰과 태블릿 PC를 구분하지 않고 이들 단말기에서 이용한 이용량을 합쳐 조사하였는데, 2017년에는 스마트폰과 태블릿 PC를 구분하여 조사하여 2017년 자료에서는 스마트폰의 이용량만을 변수로 활용하였다.

3) 분석방법

본 연구의 자료처리 및 분석은 SPSS 22.0과 Mplus 7.0을 사용하였다. 본 연구에서는 주요 변인 간 구조적 관계를 검정하기 위하여 구조방정식 모형 분석을 실시하였으며, 모수치 추정 방법으로는 최대우도법(maximum likelihood)을 사용하였다. 또한 매개효과 검정을 위한 간접효과 유의성 검정을 위하여 붓스트래핑(bootstraping) 방법을 활용하였다. 인구통계학적 조사 항목 중 성별, 연령은 신문의 구독지수에 영향을 미치는 변수로 밝혀져(언론진흥재단, 2012) 연도별 연령 고저 집단에 따라 종이신문 뉴스 이용량, 모바일 뉴스 이용량, 종이신문 뉴스 신뢰도, 모바일 뉴스 신뢰도, 모바일 이용량 등에 대한 잠재변수의 평균을 비교하기 위해 MIMIC모형[4]을 활용하여 연령고저 집단에 따른 차이점에 변화가 나타나는지를 분석하여 향후 신문이용량 예측에 활용하고자 하였다.

4. 연구 결과

1) 뉴스 신뢰도, 뉴스 이용량에 대한 연도별 변화(〈연구문제 1〉의 결과)

2013년, 2015년, 2017년도의 신문뉴스 이용량, 모바일뉴스 이용량, 신문뉴스 신뢰도, 모바일뉴스 신뢰도, 모바일 이용량의 연도별 평균 점수에 대한 차이 분석은 통계적으로 모두 유의미한 것

4) MIMIC(Joreskog & Goldbergre, 1975) 모형은 CFA 모형에 공변인(covariate)이 더해진 모형으로, 잠재변수에 대한 공변인의 효과를 확인하기 위한 모형이다. 즉, 잠재변수의 평균적 차이를 확인할 때 사용한다(김수영, 2016).

으로 나타났다.

신문뉴스 이용량은 2017년이 33.32분으로 가장 낮았으며, 2015년이 54.36분, 2013년 80.51분인 것으로 나타나 신문뉴스 이용량이 지속적으로 감소하는 것을 알 수 있었다. 반면, 모바일뉴스 이용량은 2017년 127.28분으로 가장 높았으며, 2015년이 114.82분, 2013년이 101.00분으로 지속적으로 증가하였다.

신문뉴스 신뢰도 또한 평균점수의 차이가 유의미한 것으로 나타났으며 2013년 3.32점에서 2015년 3.68점, 2017년 3.73점으로 점차 증가하는 것으로 나타났다. 모바일뉴스 신뢰도 또한 연도별 평균점수의 차이가 유의미한 것으로 나타났으며 2013년 3.29점, 2015년 3.53점, 2017년 3.82점으로 해마다 증가하는 것으로 나타났다.

모바일 이용량 역시 연도별 평균점수의 차이가 유의미한 것으로 나타났으며, 2017년이 가장 길었는데, 487.04분이었으며, 다음으로 2015년이 401.52분이었고 2013년은 362.99분이었다.

그러나 본 연구에서는 동일한 연구대상자의 뉴스 이용량 및 뉴스 신뢰도를 비교한 것이 아닌, 연도별 연구대상자의 평균 점수를 비교하여 제시한 것으로 변화를 설명하기에는 한계점이 있다. 각 변수의 평균 점수가 연도별로 상승하고 있다는 총체적 변화량만 제시할 수 있을 뿐이다. 특히, 신문뉴스 신뢰도의 경우, 표면적인 상승만으로 신뢰도가 상승하고 있다고 판단하기는 어려울 것이라 생각된다.

표 1. 연도별 뉴스 이용량 및 뉴스 신뢰도, 모바일 이용량의 평균 비교

		N	평균	표준 편차	F	df	p-vaule
신문뉴스 이용량	2013년	5082	80.51	168.25	144.19	2, 15151	0.000
	2015년	5062	54.36	142.40			
	2017년	5010	33.32	99.97			
모바일뉴스 이용량	2013년	5082	101.00	194.00	22.55	2, 15151	0.000
	2015년	5062	114.82	203.53			
	2017년	5010	127.28	192.20			
신문뉴스 신뢰도	2013년	5082	3.3269	.84	239.39	2, 15151	0.000
	2015년	5062	3.6845	.85			
	2017년	5010	3.7366	1.35			
모바일뉴스 신뢰도	2013년	4966	3.2912	.72	251.83	2, 15035	0.000
	2015년	5062	3.5343	.96			
	2017년	5010	3.8201	1.59			
모바일 이용량	2013년	5082	362.99	554.97	68.99	2, 15151	0.000
	2015년	5062	401.52	510.64			
	2017년	5010	487.04	560.73			

2) 연도별 뉴스 신뢰도와 뉴스 이용량에 대한 영향관계(〈가설 1〉~〈가설 7〉의 결과)

(1) 2013년 모델링 결과

2013년 구조 모형의 평가 결과, x^2 = 1633.486(p = 0.000), RMSEA는 0.084, CFI는 0.956, TLI는 0.933, SRMR은 0.023으로 전반적으로 적합도 지수를 충족하는 수준임을 확인하였다(Boomsma, 2000; Kline, 2011; McDonald & Ho, 2002; West, Taylor, & Wu, 2012). 모형적합도 지수로서 CFI와 SRMR 2개 적합도 지수를 동시에 만족하는 경우 타당도를 인정받도록 제안하였는데(Hu & Bentler, 1999) 본 모형에서 CFI가 0.95 이상이면서 SRMR이 0.08 미만인 경우이므로, 역시 자료가 모델에 부합한다고 볼 수 있겠다. 따라서 2013년 자료는 〈그림 2〉와 같이 구조모델링이 적합한 것으로 판단할 수 있다.

2013년 구조모델링 결과, 변인 간 영향관계는 모바일뉴스 이용량이 신문뉴스 이용량에 미치는 영향관계를 제외하고는 모두 성립하였다(〈가설 7〉만 기각). 구조 모형 분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 〈가설 1〉 신문 구독자의 이용량은 신문뉴스가 제공하는 정보에 대해 신뢰할수록 신문뉴스 이용량이 증가하는 것으로 나타났다(β = 0.164, p < .001). 둘째, 〈가설 2〉 역시 채택되어, 모바일뉴스 신뢰도와 신문뉴스 이용량의 부적 영향관계가 성립되었다. 모바일뉴스 신뢰도가 긍정적일수록 신문뉴스 이용량은 감소한 것으로 나타났다(β = -0.142, p < .001). 셋째, 〈가설 3〉 모바일 이용량과 신문뉴스 이용량의 부적 영향관계는 통계적으로 유의미하였다. 모바일 이용량이 많을수록 신문뉴스 이용량은 감소하였다(β = -0.071, p < .001). 이는 기존의 선행된 연구 결과를 뒷받침하는 결과로 뉴미디어 이용으로 인한 신문뉴스가 감소된 것을 검증한 결과이다. 넷째, 〈가설 4〉는 신문뉴스 신뢰도와 모바일뉴스 이용량의 부적 관계로, 신문뉴스 신뢰도가 긍정적일수록 모바일뉴스 이용량은 감소하는 것으로 나타났다(β = -0.056, p < .001). 다섯째, 〈가설 5〉는 모바일뉴스 신뢰도가 긍정적일수록 모바일뉴스 이용량은 증가하는 것으로 나타났다(β = 0.072, p < .001). 여섯째, 〈가설 6〉은 성립되었는데, 모바일 이용량이 증가할수록 모바일뉴스 이용량은 증가하는 것으로 나타났다(β = 0.567, p < .001). 모바일 이용량과 모바일뉴스 이용량의 영향관계는 다른 변수와의 영향력과 비교해볼 때 다소 강력한 것으로 나타났다. 일곱째, 〈가설 7〉 모바일뉴스 이용량이 신문뉴스 이용량에 미치는 영향관계는 통계적으로 유의미하지 않았다.

표 3-1. 구조적 모형적합도

	x^2	RMSEA	CFI	TLI	SRMR
2013년 모델	1633.486 (0.000)	0.084 (0.081~0.088)	0.956	0.933	0.023

표 3-2. 2013년 영향 관계

경로				비표준화	표준오차	표준화
H1	신문뉴스 신뢰도	→	신문뉴스 이용량	5.159***	0.700	0.164***
H2	모바일뉴스 신뢰도	→	신문뉴스 이용량	-4.767***	0.788	-0.142***
H3	모바일 이용량	→	신문뉴스 이용량	-0.022**	0.007	-0.071**
H4	신문뉴스 신뢰도	→	모바일뉴스 이용량	-2.014**	0.630	-0.056**
H5	모바일뉴스 신뢰도	→	모바일뉴스 이용량	2.735***	0.700	0.072***
H6	모바일 이용량	→	모바일뉴스 이용량	0.201***	0.005	0.567***
H7	모바일뉴스 이용량	→	신문뉴스 이용량	0.020	0.018	0.022

**p < .01, ***p < .001

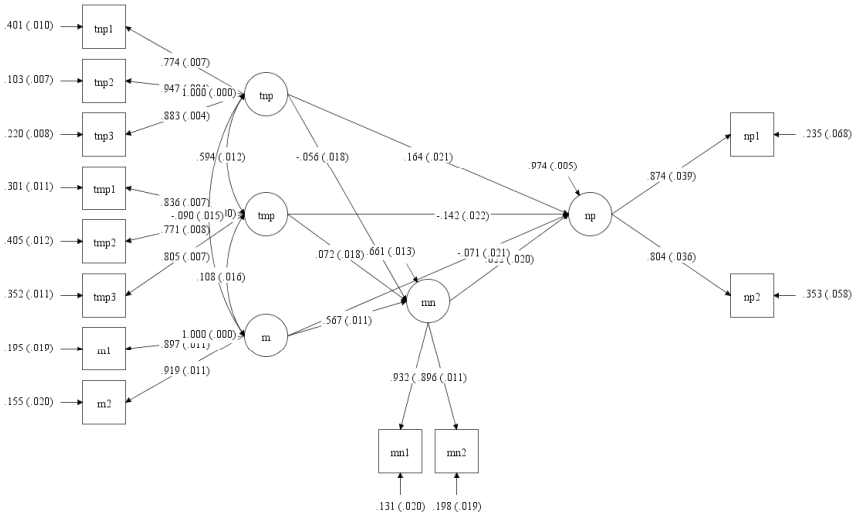

그림 2. 2013년 영향 관계

(2) 2015년 모델링 결과

2015년 구조 모형의 평가 결과, x^{22}= 1148.701(p = 0.000), RMSEA는 0.070, CFI는 0.966, TLI는 0.949, SRMR은 0.018로 샘플사이즈의 영향을 받는 χ^2지수를 제외, 모든 적합도 지수를 충족하는 수준임을 알 수 있었으며(Boomsma, 2000; Kline, 2011; McDonald & Ho, 2002; West, Taylor, & Wu, 2012) 2015년 자료는 〈그림 3〉과 같다.

2015년 구조 방정식 모델링 결과, 변인 간 영향관계는 모바일뉴스 신뢰도가 모바일뉴스 이용량에 미치는 영향관계를 제외하고는 모두 성립하였다(〈가설 5〉만 기각). 구조모형 분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 〈가설 1〉 신문뉴스 신뢰도가 긍정적일수록 신문뉴스 이용량은 증가하는 것으로 나타났다(β = 0.082, p 〈 .001). 신문 구독자의 이용량은 신문뉴스가 제공하는 정보에 대해 신뢰할수록 신문뉴스 이용량이 증가하는 것으로 나타났다. 둘째, 모바일뉴스 신뢰도와 신문뉴스 이용량의 영향관계는 부적 영향관계로 모바일뉴스 신뢰도가 높을수록 신문뉴스 이용량은 감소하는 것으로 나타났다(β = -0.082, p 〈 .001). 이는 모바일뉴스 신뢰도를 인터넷신문사 신문에 대한 신뢰도로 한정한 결과로, 모바일뉴스 신뢰도에 대해 긍정적으로 평가한 사람의 신문뉴스 이용량은 감소하는 것을 알 수 있다. 셋째, 〈가설 3〉은 모바일 이용량과 신문뉴스 이용량과의 관계로, 모바일 이용량이 많을수록 신문뉴스 이용량은 감소하였다(β = -0.127, p 〈 .001). 넷째, 〈가설 4〉는 신문뉴스 신뢰도가 긍정적일수록 모바일뉴스 이용량은 감소하는 것으로 나타났다(β = -0.052, p 〈 .001). 다섯째, 〈가설 5〉는 모바일뉴스 신뢰도와 모바일뉴스 이용량과의 관계로 통계적으로 유의미하지 않았다. 여섯째, 〈가설 6〉 모바일 이용량이 증가할수록 모바일뉴스 이용량은 증가하는 것으로 나타났다(β = 0.557, p 〈 .001). 모바일 이용량과 모바일뉴스 이용량의 영향관계는 다른 변수와의 영향력과 비교해볼 때 다소 강력한 것으로 나타났으며 2013년과 유사한 결과이다(2013년 결과 : β = 0.567, p 〈 .001). 일곱째, 〈가설 7〉은 모바일뉴스 이용량과 신문뉴스 이용량과의 관계로 모바일뉴스 이용량이 많을수록 신문뉴스 이용량도 증가하는 것으로 나타났다(β = 0.080, p 〈 .001). 이는 기존의 선행된 연구 결과와는 다소 다른 결과인데, 미디어 대체가설에 있어 대체에서 보완의 관계가 적용되는 변화의 과정으로 해석 가능하다.

표 4-1. 구조적 모형적합도

	x^2	RMSEA	CFI	TLI	SRMR
2015년 모델	1148.701 (0.000)	0.070 (0.067~0.074)	0.966	0.949	0.018

표 4-2. 2015년 영향 관계

경로				비표준화	표준오차	표준화
H1	신문뉴스 신뢰도	→	신문뉴스 이용량	2.305**	0.671	0.082***
H2	모바일뉴스 신뢰도	→	신문뉴스 이용량	-1.750***	0.494	-0.082***
H3	모바일 이용량	→	신문뉴스 이용량	-0.032***	0.005	-0.127***
H4	신문뉴스 신뢰도	→	모바일뉴스 이용량	-2.326**	0.748	-0.052**
H5	모바일뉴스 신뢰도	→	모바일뉴스 이용량	0.044	0.561	0.001
H6	모바일 이용량	→	모바일뉴스 이용량	0.224***	0.007	0.557***
H7	모바일뉴스 이용량	→	신문뉴스 이용량	0.050***	0.012	0.080***

**p < .01, ***p < .001

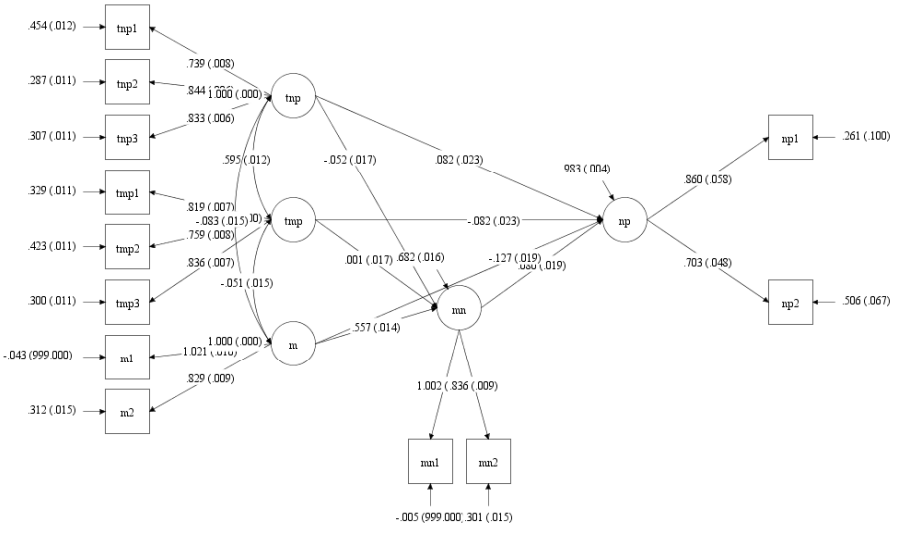

그림 3. 2015년 영향 관계

(3) 2017년 모델링 결과

2017년 구조 모형의 평가 결과, x^2 = 1298.398(p = 0.000), RMSEA는 0.075, CFI는 0.965, TLI는 0.947, SRMR은 0.037로 적합도 지수를 충족하는 수준임을 확인하였다(Boomsma, 2000; Kline, 2011; McDonald & Ho, 2002; West, Taylor, & Wu, 2012).

2017년 구조모델링 결과, 변인 간 영향관계는 신문뉴스 신뢰도와 신문뉴스 이용량과의 영향 관계, 모바일뉴스 신뢰도와 신문뉴스 이용량과의 영향 관계를 제외하고 성립하였다. 구조 모형 분석 결과는 다음과 같다(〈가설 1〉, 〈가설 2〉 기각).

첫째, 〈가설 1〉은 신문 구독자의 이용량에 신문뉴스 신뢰도가 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 2013년, 2015년의 신문뉴스 신뢰도와 신문뉴스 이용량의 정적 영향관계가 통계적으로 유의미하게 나타난 결과와는 상반된 결과이다. 둘째, 〈가설 2〉는 모바일뉴스 신뢰도와 신문뉴스 이용량의 영향관계로 모바일뉴스 신뢰도는 신문뉴스 이용량에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이 역시 2013년과 2015년의 모바일뉴스 신뢰도와 신문뉴스 이용량의 부적 영향관계가 나타난 것과는 다른 결과이다. 셋째, 〈가설 3〉은 모바일 이용량과 신문뉴스 이용량과의 관계로 모바일 이용량이 많을수록 신문뉴스 이용량은 감소하였다(β = -0.132, p < .001). 이는 기존의 선행된 연구 결과를 뒷받침하는 결과로 뉴미디어 이용으로 인한 신문뉴스가 감소된 것을 검증한 결과로 2013년 이후 부적 영향관계가 계속 커지고 있다. 넷째, 〈가설 4〉는 신문뉴스 신뢰도와 모바일뉴스 이용량과의 영향관계로 신문뉴스 신뢰도가 긍정적일수록 모바일뉴스 이용량 역시 증가하는 것으로 나타났다(β = 0.035, p < .001). 이는 2013년, 2015년의 부적 영향관계 성립과는 다른 결과이다. 다섯째, 〈가설 5〉는 모바일뉴스 신뢰도와 모바일뉴스 이용량과의 영향관계로, 모바일뉴스 신뢰도가 긍정적일수록 모바일뉴스 이용량은 감소하는 것으로 나타났다(β = -0.047, p < .001). 이 역시 2013년 정적 영향관계 및 기존의 결과와는 다른 결과이다. 여섯째, 〈가설 6〉은 모바일 이용량과 모바일뉴스 이용량과의 영향관계로 모바일 이용량이 증가할수록 모바일뉴스 이용량은 증가하는 것으로 나타났다(β = 0.555, p < .001). 이는 다소 강력한 영향력으로 2013년, 2015년 결과와도 동일하다. 일곱째, 〈가설 7〉은 성립되었는데, 모바일뉴스 이용량이 증가할수록 신문뉴스 이용량이 증가하는 것으로 나타났다(β = 0.046, p < .05). 2015년에 비해서는 영향력이 많이 감소한 것을 알 수 있다.

표 5-1. 구조적 모형적합도

	x^2	RMSEA	CFI	TLI	SRMR
2017년 모델	1298.398 (0.000)	0.075 (0.072~0.079)	0.965	0.947	0.037

표 5-2. 2017년 영향 관계

경로				비표준화	표준오차	표준화
H1	신문뉴스 신뢰도	→	신문뉴스 이용량	0.250	0.234	0.019
H2	모바일뉴스 신뢰도	→	신문뉴스 이용량	-0.409	0.282	-0.028
H3	모바일 이용량	→	신문뉴스 이용량	-0.027***	0.004	-0.132***
H4	신문뉴스 신뢰도	→	모바일뉴스 이용량	0.808*	0.342	0.035*
H5	모바일뉴스 신뢰도	→	모바일뉴스 이용량	-1.187**	0.411	-0.047*
H6	모바일 이용량	→	모바일뉴스 이용량	0.195***	0.005	0.555***
H7	모바일뉴스 이용량	→	신문뉴스 이용량	0.026*	0.011	0.046*

*p < .05, **p < .01, ***p < .001

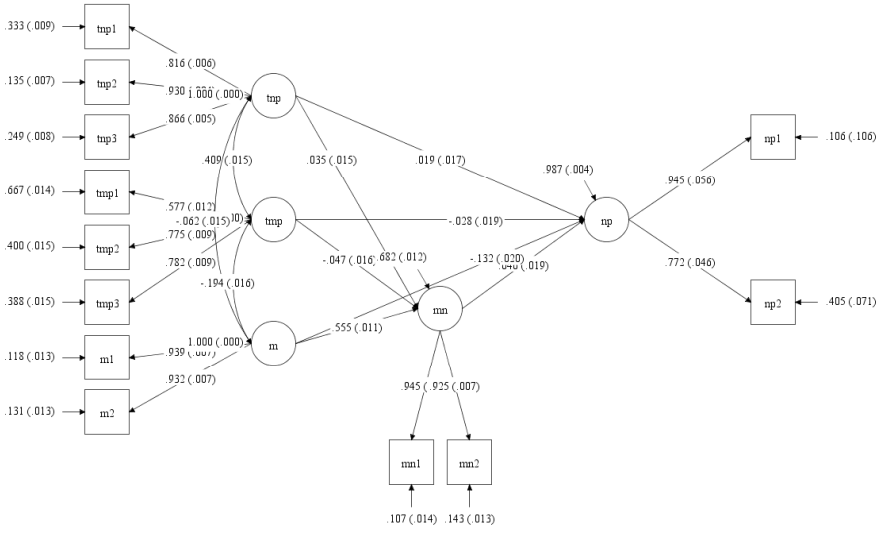

그림 4. 2017년 영향 관계

(3) 2013년, 2015년, 2017년 연도별 영향관계 비교

첫째, 신문뉴스 신뢰도와 신문뉴스 이용량의 영향 관계는 2013년에 β = 0.164의 정적 관계이었다가 2015년 β = 0.082로 절반 수준으로 감소하였다. 2017년에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 2017년을 제외하고, 뉴스 신뢰도가 뉴스 이용량에 영향을 미친다는 기존 논의를 뒷받침한다(오대영, 2015; 이준웅・최영재, 2005; 배선영・이봉규・이상우, 2010)

둘째, 모바일뉴스 신뢰도와 신문뉴스 이용량의 영향 관계는 2013년과 2015년 부적 영향관계가 성립하였으며 영향력은 감소하였다(2013년 : β = -0.142, 2015년 : β = -0.082). 2017년에는 영향관계가 나타나지 않았다.

〈가설 1〉과 〈가설 2〉의 결과를 통해 흥미로운 점은 신문뉴스 신뢰도 및 모바일뉴스 신뢰도가 신문 이용량에 미치는 영향관계가 방향이 다를 뿐 비슷한 수준이며, 그 변화 양상 또한 비슷하다는 점이다. 이를 통해서 신문뉴스가 모바일 뉴스로 대체되는 현상임을 어느 정도 짐작 가능하다.

셋째, 모바일 이용량과 신문뉴스 이용량의 영향 관계는 부적 영향 관계가 모두 성립하였으며 시간이 지남에 따라 증가하였다(2013년 : β = -0.071, 2015년 : β = -0.127, 2017년 : β = -0.132). 〈가설 3〉은 기존의 선행된 연구 결과를 뒷받침하는 결과로 뉴미디어 이용으로 인한 신문뉴스가 감소된 것을 검증한 결과로, 2013년 이후 부적 영향관계가 계속 커지고 있다.

넷째, 신문뉴스 신뢰도와 모바일뉴스 이용량의 영향 관계는 부적 영향 관계이다가 2017년 정적 영향 관계인 것으로 나타났다(2013년 : β = -0.056, 2015년 : β = -0.052, 2017년 : 0.035). 〈가설 4〉의 결과를 통해 미디어 이용에 대한 대체가설에서 기능적 측면이 대체에서 보완으로 바뀌는 가운데 변화되는 것으로 볼 수 있으며, 2017년의 자료에서는 모바일뉴스 이용량의 경우 측정방식이 2013년 및 2015년과 다소 상이하였으므로 추후 연구가 진행되어야 할 부분이다.

다섯째, 모바일뉴스 신뢰도와 모바일뉴스 이용량의 영향 관계는 2013년 정적 관계에서 2017년 부적 관계로 바뀐 것으로 나타났다(2013년 : β = 0.072, 2017년 : β = -0.047). 〈가설 5〉는 상반된 결과로 나타났는데, 모바일뉴스 신뢰도 역시 부정적으로 변화하고 있다고 조심스럽게 해석 가능하다. 결국, 미디어에 상관없이 모든 미디어 신뢰도가 부정적으로 변화할 가능성을 내포한다.

여섯째, 모바일 이용량과 모바일뉴스 이용량의 영향 관계는 정적 영향 관계이며 시기별로 비슷한 영향력으로, 각각의 시기별 모델링에서 가장 크게 영향력을 미치는 것으로 나타났다(2013년 : β = 0.567, 2015년 : β = 0.557, 2017년 : β = 0.555).

일곱째, 모바일뉴스 이용량과 신문뉴스 이용량의 정적 영향 관계는 2015년 β = 0.080에서 2017년 β = 0.046으로 영향력이 감소하는 것으로 나타났다. 〈가설 7〉은 포털미디어가 종이신문을 대체하는 것으로 나타난 결과와는 다른 결과(임종수, 2005)라 볼 수 있다. 그러나 동일한 콘텐츠 사용에서 특정 미디어의 이용량이 많은 사람이 다른 미디어 사용량도 많으며, 동일 장르에서는 미디어 이용 간 보완관계가 성립된다는 결과가 있었다(손승혜, 2005).

표 6. 연도별 영향 관계 비교

경로				2013년	2015년	2017년
H1	신문뉴스 신뢰도	→	신문뉴스 이용량	0.164***	0.082***	0.019
H2	모바일뉴스 신뢰도	→	신문뉴스 이용량	-0.142***	-0.082***	-0.028
H3	모바일 이용량	→	신문뉴스 이용량	-0.071**	-0.127***	-0.132***
H4	신문뉴스 신뢰도	→	모바일뉴스 이용량	-0.056**	-0.052**	0.035*
H5	모바일뉴스 신뢰도	→	모바일뉴스 이용량	0.072***	0.001	-0.047*
H6	모바일 이용량	→	모바일뉴스 이용량	0.567***	0.557***	0.555***
H7	모바일뉴스 이용량	→	신문뉴스 이용량	0.022	0.080***	0.046*

*p 〈 .05, **p 〈 .01, ***p 〈 .001

3) 연도별 모바일 이용량 및 모바일뉴스 이용량의 매개효과 검정(〈연구문제 2〉의 결과)

본 연구에서는 매개효과에 대한 검정을 진행하였다. 2013년 모델에서는 매개효과가 나타나지 않았다.

2015년 모델에서는 모바일 이용량 → 모바일 뉴스 이용량 → 신문뉴스 이용량의 매개효과가 통계적으로 유의미하였다. 모바일 이용량은 모바일 뉴스 이용량을 매개로 하여 신문뉴스 이용량에 영향을 미치는 것으로 나타났다(β = 0.044, p 〈 .05). 또한 신문뉴스 신뢰도 → 모바일뉴스 이용량 → 신문뉴스 이용량의 매개효과가 통계적으로 유의미하였다. 신문뉴스 신뢰도는 모바일뉴스 이용량을 매개로 하여 신문뉴스 이용량에 영향을 미치는 것으로 나타났다(β = -0.004, p 〈 .01). 즉, 모바일뉴스 이용량의 매개적 역할이 양쪽 모두에서 성립되었다.

2017년 모델에서는 모바일 이용량 → 모바일 뉴스 이용량 → 신문뉴스 이용량의 매개효과가 통계적으로 유의미하였다. 모바일 이용량은 모바일 뉴스 이용량을 매개로 하여 신문뉴스 이용량에 영향을 미치는 것으로 나타났다(β = 0.025, p 〈 .05). 이는 2015년에도 성립된 매개효과이나 그 영향력은 다소 감소되었다. 2015년 모델에서는 성립되지 않았는데, 2017년에는 모바일뉴스 신뢰도 → 모바일뉴스 이용량 → 신문뉴스 이용량의 매개효과가 통계적으로 유의미하였다. 모바일뉴스 신뢰도는 모바일뉴스 이용량을 매개로 하여 신문뉴스 이용량에 영향을 미치는 것

으로 나타났다(β = -0.002, p < .01).

2015년 검정된 매개효과를 통해, 모바일뉴스 이용량이 많아지면, 이를 통해 신문뉴스 이용량을 증가할 수 있음을 의미한다. 모바일 이용량은 꾸준히 증가세에 있으므로, 모바일뉴스 이용량의 증가가 신문뉴스 이용량 증가로 이어지게 된다. 이는 동일 장르에서는 미디어 이용 간 보완관계가 성립된다는 결과를 뒷받침한다(손승혜, 2005). 이는 2017년에도 통계적으로 유의미한 것으로 나타나 시사점을 제공해준다. 모바일뉴스 이용량의 확보가 신문뉴스 이용량의 증가로 연결될 수도 있겠다.

더하여 2017년에 나타난 매개효과는 모바일뉴스 이용량의 모바일뉴스 신뢰도와 신문뉴스 이용량의 매개적 역할이다. 이것은 모바일뉴스 신뢰도가 낮은 경우에, 신문뉴스 이용량이 증가할 수 있음을 의미한다. 이는 기존의 신문의 전문성 확보를 통해 모바일뉴스와의 차이점을 수용자들로 알게 하고, 이를 통해 신문뉴스 이용량을 증가시켜야 한다(이준웅, 2010)는 논의에 대한 근거로 작용할 수 있는 결과이다.

표 7-1. 2013년 매개효과 검정 결과

	경로	비표준화 계수	표준오차	표준화 계수
2013년	모바일 이용량 → 모바일 뉴스 이용량 → 신문뉴스 이용량	0.004	0.003	0.013
	모바일뉴스 신뢰도 → 모바일뉴스 이용량 → 신문뉴스 이용량	0.053	0.047	0.002
	신문뉴스 신뢰도 → 모바일뉴스 이용량 → 신문뉴스 이용량	-0.039	0.038	-0.001

† p < .1, **p < .01, ***p < .001

표 7-2. 2015년 매개효과 검정 결과

	경로	비표준화 계수	표준오차	표준화 계수
2015년	모바일 이용량 → 모바일 뉴스 이용량 → 신문뉴스 이용량	0.011(0.053)	0.006	0.044*
	모바일뉴스 신뢰도 → 모바일뉴스 이용량 → 신문뉴스 이용량	0.002	0.027	0.000
	신문뉴스 신뢰도 → 모바일뉴스 이용량 → 신문뉴스 이용량	-0.117	0.073	-0.004† (0.077)

표 7-3. 2017년 매개효과 검정 결과

	경로	비표준화 계수	표준오차	표준화 계수
2017년	모바일 이용량 → 모바일 뉴스 이용량 → 신문뉴스 이용량	0.005*	0.002	0.025*
	모바일뉴스 신뢰도 → 모바일뉴스 이용량 → 신문뉴스 이용량	-0.031† (0.073)	0.017	-0.002† (0.074)
	신문뉴스 신뢰도 → 모바일뉴스 이용량 → 신문뉴스 이용량	0.021	0.017	0.002

† p < .1, **p < .01, ***p < .001

표 7-4. 연도별 매개효과 검정 결과(표준화계수)

	경로	2013년	2015년	2017년
간접 효과	모바일 이용량 → 모바일 뉴스 이용량 → 신문뉴스 이용량	0.013	0.044*	0.025*
	모바일뉴스 신뢰도 → 모바일뉴스 이용량 → 신문뉴스 이용량	0.000	0.000	-0.002† (0.074)
	신문뉴스 신뢰도 → 모바일뉴스 이용량 → 신문뉴스 이용량	-0.001	-0.004† (0.077)	0.002

† p < .1, **p < .01, ***p < .001

4) 연도별 연령 고저 집단에 따른 잠재변수의 평균차이 검정(〈연구문제 3〉의 결과)

MIMIC 모형은 CFA 모형에 공변인(covariate)이 더해진 모형으로, 잠재변수의 평균적 차이를 확인할 때 사용한다(김수영, 2016). MIMIC 모형에서는 요인구조를 확인하는 동시에 공변인의 요인에 대한 영향력을 검정할 수 있으므로, 공변인을 집단변수로 둘 때 집단 간에 요인 점수의 차이가 있는지를 검정하게 된다. 본 연구에서는 2013년, 2015년, 2017년 각 연도별로 변수들의 영향 관계를 확인했으며, 또한 각각의 모델링에서 연령 고저 집단의 차이 또한 살펴봄으로써 향후 신문뉴스 이용량을 예측해보고자 하였다. 본 연구에서는 연령집단을 49세까지를 저연령 집단으로, 50세 이상을 고연령 집단으로 구분하였으며 저연령 집단을 0, 고연령 집단을 1로 더미변수화 하였다.

(1) 2013년 연령 고저 집단에 따른 잠재변수의 평균차이 검정

분석 결과, 2013년 모델에서는 연령이 높아짐에 따라 신문뉴스 신뢰도, 신문뉴스 이용량은 평균

점수가 더욱 컸다(신문뉴스 신뢰도 : β = 0.088, p〈 .001, 신문뉴스 이용량 : β = 0.205, p〈 .001). 그러나 나머지 변수인 모바일뉴스 신뢰도, 모바일뉴스 이용량, 모바일 이용량은 연령이 높아짐에 따라 감소하는 것을 알 수 있다(모바일뉴스 신뢰도 : β = -0.148, p〈 .001, 모바일뉴스 이용량 : β = -0.306, p〈 .001, 이용량 : β = -0.470, p〈 .001). 특히 연령이 높아짐에 따라 모바일 이용량의 격차가 심해지는 것을 알 수 있었다. 그 다음으로 모바일뉴스 이용량, 모바일뉴스 신뢰도 순이었다.

표 8-1. 2013년 연령 집단에 따른 잠재변수의 평균 차이

경로			비표준화	표준오차	표준화
연령집단	→	신문뉴스 신뢰도	0.137***	0.023	0.088***
연령집단	→	모바일뉴스 신뢰도	-0.215***	0.,022	-0.148***
연령집단	→	신문뉴스 이용량	10.308***	0.769	0.205***
연령집단	→	모바일뉴스 이용량	-17.091***	0.791	-0.306***
연령집단	→	모바일 이용량	-74.065***	2.184	-0.470***

***p〈 .001

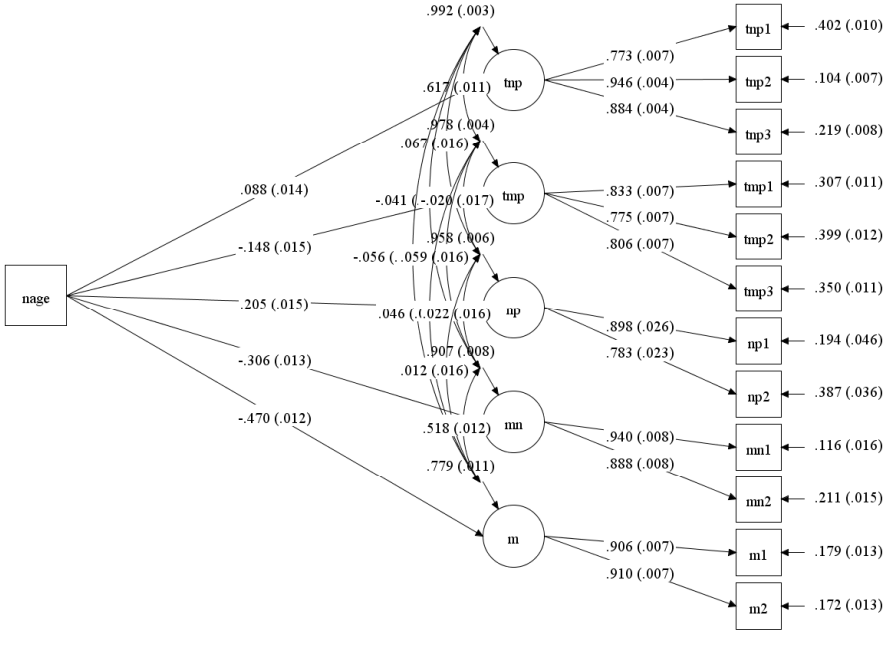

그림 5. 2013년 연령집단에 따른 잠재변수의 평균 차이

(2) 2015년 연령 고저 집단에 따른 잠재변수의 평균차이 검정

2015년 모델에서는 연령이 높아짐에 따라 신문뉴스 신뢰도, 신문뉴스 이용량은 평균점수가 더욱 컸다(신문뉴스 신뢰도 : β = 0.035, p〈 .05, 신문뉴스 이용량 : β = 0.160, p〈 .001). 그러나 모바일뉴스 이용량, 모바일 이용량은 연령이 높아짐에 따라 감소하는 것을 알 수 있다(모바일뉴스 이용량 : β = -0.228, p〈 .001, 이용량 : β = -0.390, p〈 .001). 2013년과 비교할 때, 모바일뉴스 신뢰도는 연령 집단 간 평균 차이가 나타나지 않았다. 그러나 2013년과 동일하게 연령이 높아짐에 따라 모바일 이용량의 격차가 가장 심한 것을 알 수 있었다. 그 다음으로 모바일뉴스 이용량이었다.

표 8-2. 2015년 연령 집단에 따른 잠재변수의 평균 차이

경로			비표준화	표준오차	표준화
연령집단	→	신문뉴스 신뢰도	0.050*	0.022	0.035*
연령집단	→	모바일뉴스 신뢰도	0.023	0.029	0.012
연령집단	→	신문뉴스 이용량	6.982***	0.653	0.160***
연령집단	→	모바일뉴스 이용량	-14.082***	0.869	-0.228***
연령집단	→	모바일 이용량	-59.283***	2.021	-0.390***

*p〈 .05, ***p〈 .001

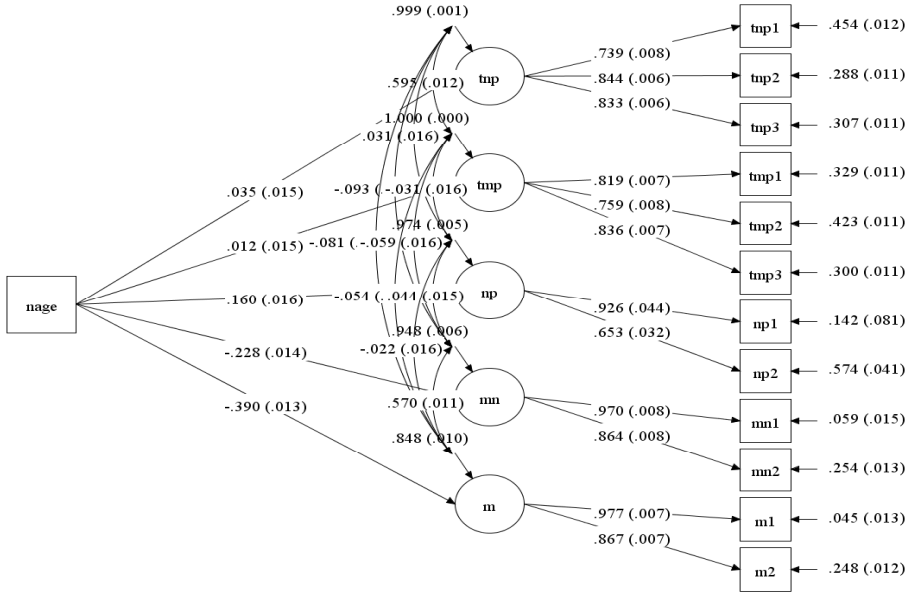

그림 6. 2015년 연령 집단에 따른 잠재변수의 평균 차이

(3) 2017년 연령 고저 집단에 따른 잠재변수의 평균차이 검정

2017년 모델에서는 연령이 높아짐에 따라 신문뉴스 신뢰도, 모바일뉴스 신뢰도, 신문뉴스 이용량의 평균점수가 더욱 커졌다(신문뉴스 신뢰도 : β = 0.047, p〈 .01, 모바일뉴스 신뢰도 : β = 0.176, p〈 .001, 신문뉴스 이용량 : β = 0.152, p〈 .001). 그러나 모바일뉴스 이용량, 모바일 이용량은 연령이 높아짐에 따라 감소하는 것을 알 수 있다(모바일뉴스 이용량 : β = -0.235, p〈 .001, 이용량 : β = -0.445, p〈 .001). 그러나 2013년, 2015년에 비해서 동일하게 연령이 높아짐에 따라 모바일 이용량의 격차가 가장 심한 것을 알 수 있었다. 그 다음으로 모바일뉴스 이용량이었다. 특이점은 모바일뉴스 신뢰도가 2013년에는 저연령 집단에서 높았는데, 2017년에는 고연령 집단에서 평균점수가 높았다는 것이다.

표 8-3. 2017년 연령 집단에 따른 잠재변수의 평균 차이

경로			비표준화	표준오차	표준화
연령집단	→	신문뉴스 신뢰도	0.113**	0.036	0.047**
연령집단	→	모바일뉴스 신뢰도	0.393***	0.036	0.176***
연령집단	→	신문뉴스 이용량	4.975***	0.480	0.152***
연령집단	→	모바일뉴스 이용량	-13.240***	0.807	-0.235***
연령집단	→	모바일 이용량	-71.307***	2.159	-0.445***

***p〈 .001

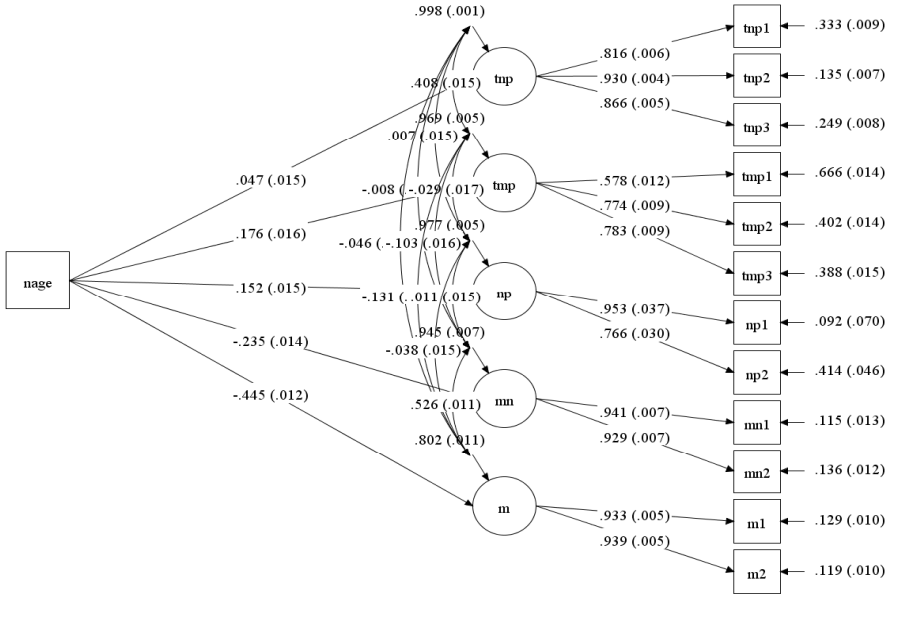

그림 7. 2017년 연령 집단에 따른 잠재변수의 평균 차이

(4) 연도별 잠재변수 평균 차이 변화

연도별 결과를 통해 신문뉴스 이용량은 연령이 높아짐에 따라 증가하는데(2013년 : β = 0.205, p〈 .001, 2015년 : β = 0.160, p〈 .001, 2017년 : β = 0.152, p〈 .001) 그 격차는 점차 줄어드는 것을 알 수 있다. 모바일뉴스 이용량은 연령이 낮아짐에 따라 증가하는데(2013년 : β = -0.306, p〈 .001, 2015년 : β = -0.228, p〈 .001, 2017년 : β = -0.235, p〈 .001) 격차는 다소 줄어들고 있었다. 이는 미디어 대체 가설에서 뉴미디어 사용 관련하여 20대~30대가 고연령층 보다 그 정도가 심하다고 나타난 결과와 일맥상통한다(임종수, 2005). 모바일뉴스 신뢰도의 경우, 2013년에는 저연령 집단에서 높았는데, 2017년에는 고연령 집단에서 평균점수가 높았다. 저연령 집단의 경우, 모바일뉴스 신뢰도가 낮음에도 모바일뉴스 이용도는 고연령 집단보다 많은 것을 통해, 뉴스의 신뢰도 하락 문제가 팽배해지는 가운데 저연령집단은 모바일뉴스를 신뢰하지 않지만 기능적으로 모바일뉴스를 이용하고 있는 것으로 볼 수 있다.

표 8-4. 연도별 연령 집단에 따른 잠재변수의 평균 변화(표준화 값)

경로			2013년	2015년	2017년
연령집단	→	신문뉴스 신뢰도	0.088***	0.035*	0.047**
연령집단	→	모바일뉴스 신뢰도	-0.148***	0.012	0.176***
연령집단	→	신문뉴스 이용량	0.205***	0.160***	0.152***
연령집단	→	모바일뉴스 이용량	-0.306***	-0.228***	-0.235***
연령집단	→	모바일 이용량	-0.470***	-0.390***	-0.445***

*p〈 .05, ***p〈 .001

5. 결론 및 논의

본 연구에서는 신문 위기의 원인으로 경험적으로 연구된 뉴미디어의 대체와 보완, 뉴스의 신뢰도 저하 등이 주요 원인임을 실증적으로 밝히고, 두 개 변수에 대한 영향력과 연도별 변화 양상을 살펴보고자 하였다. 이에, 신문뉴스 이용량과 모바일뉴스 이용량에 각각의 미디어 신뢰도가 미치는 영향력과 교차되어 미치는 영향력 등을 동시적으로 고찰하고자 하였다. 언론진흥재단의 〈언론 수용자 의식조사〉 자료 중 신문뉴스 이용량을 설명하기 위해, 신문뉴스 신뢰도, 모바일뉴스 신뢰도, 모바일뉴스 이용량, 모바일 이용량 등의 변수를 활용하였다. 변수 간 영향력을 살펴보기 위해 2013년, 2015년, 2017년의 자료를 구조방정식 모형으로 모델링하고, 각 모델링 결과를 통해 투입된 변수 간 영향력의 차이, 영향력의 변화 등을 살펴보았다. 이를 통해 신문뉴스 이용량

에 더욱 영향을 미치는 변수를 연도별로 고찰하였으며, 또한 연령고저집단의 평균 비교를 통해 향후 신문뉴스 이용량에 대한 예측을 시도하는 등 종단적 연구를 진행하였다. 본 연구의 분석 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 2013년, 2015년, 2017년 연도별 평균에 대한 변화가 나타났는데 신문뉴스 이용량의 평균은 꾸준히 줄어들어 2017년 가장 낮은 수치였다. 반면, 모바일뉴스 이용량과 모바일 이용량은 꾸준히 증가하여 2017년의 이용량이 가장 많았다. 이는 인터넷이 전통 미디어의 뉴스를 대체하는 것에 기인한(Dimmick, Chen, & Li, 2004) 평균적 변화로 해석 가능하다. 많은 학자들이 미디어 대체가설과 이용과 충족 이론을 통해 인터넷의 대체에 대한 변화를 설명하였는데(Lee & Leung, 2008; Ha & Fang, 2012) 뉴스 배출 수단으로써 인터넷이 대체됨을 논의했다(Gentzkow, 2007; Ha & Fang, 2012). 그런데, 신문뉴스 신뢰도와 모바일뉴스 신뢰도의 평균점수가 해마다 증가하는 것을 알 수 있었다. 신문뉴스 신뢰도 및 모바일뉴스 신뢰도의 연도별 평균점수의 차이는 통계적으로 유의미하며 점차 증가하는 것으로 나타났다. 그러나 신뢰도 점수는 모두 3점대였으며, 본 패널자료가 경향연구로서 연구대상자가 차수별로 바뀌어, 총 변화량만을 알 수 있으므로 실제 신뢰도가 증가하였다고 보기에는 무리가 있을 것으로 판단된다. (연도별 평균점수 비교를 위해, 연도별 파일들을 롱포맷의 통합버전으로 전환하였는데 이를 통해 2013년, 2015년, 2017년 신문뉴스 이용량, 모바일뉴스 이용량, 신문뉴스 신뢰도, 모바일뉴스 신뢰도, 모바일 이용량의 평균 점수의 차이에 대한 분산분석을 진행할 수 있었으며 평균점수에 있어 모두 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.)

둘째, 연도별 변수 간 영향력의 차이 및 변화는 다음과 같았다. (1) 신문뉴스 신뢰도와 신문뉴스 이용량의 정적 영향 관계는 2013년에 비하여 2015년 절반 수준으로 감소하였다. (2) 모바일뉴스 신뢰도와 신문뉴스 이용량의 부적 영향 관계는 꾸준히 감소하였다. (1)번과 (2)번을 통해 뉴스 신뢰도가 해당되는 미디어와의 정적 영향관계는 물론, 교차되는 미디어에 관한 부적 영향관계 역시 그 영향력의 크기가 줄어드는 것을 알 수 있었다. 또한 그 영향력의 크기 및 변화 양상은 비슷하였다. (3) 모바일 이용량과 신문뉴스 이용량의 부적 영향 관계는 모두 성립하였으며 지속적으로 증가하였다(2013년 : β = -0.071, 2015년 : β = -0.127, 2017년 : -0.132). (3)번은 기존의 미디어 대체 가설에 관한 논의를 뒷받침하는 결과로 뉴미디어 이용으로 인해 신문뉴스가 감소된 것을 검정한 결과로 볼 수 있다(이준웅・심미선・김은미, 2007; 임종수, 2005). (4) 신문뉴스 신뢰도가 모바일뉴스 이용량에 미치는 영향관계는 모두 성립하였으며 2013년, 2015년 부적이었다가 2017년 정적으로 바뀌었다(2013년 : β = -0.056, 2015년 : β = -0.052, 2017년 : 0.035). (4)번은 종이신문과 인터넷 신문과의 잠재적 복잡성이 나타

난 결과로(Chyi & Lasorsa, 2002) 온라인 뉴스를 이용하는 이용자 역시 여전히 전통적 미디어를 통해 정보를 얻고 있기 때문에(Nguyen & Western, 2006) 신문뉴스 신뢰도가 높을 때 신문뉴스가 아니지만 모바일뉴스 이용량 또한 높아질 수 있는 것으로 해석 가능하다. (5) 모바일뉴스 신뢰도와 모바일뉴스 이용량은 2013년 정적 관계에서 2017년 부적 관계로 바뀌었다. 이는 연도별 미디어 신뢰도 관련해서, 수치상으로는 지속적으로 상승했지만 상승하지 않았음을 유추할 수 있는 결과이기도 하다. 모바일뉴스 신뢰도와 모바일뉴스 이용량 간의 부적 관계는, 모바일뉴스 이용량이 많아지는 추세에서, 모바일뉴스 신뢰도는 높아지는 것이 아닐 수 있다는 해석이 가능한 것이다. (6) 모바일 이용량과 모바일뉴스 이용량의 정적 영향관계는 다른 변수의 영향력에 비하여 비교적 컸으며, 연도별로 비슷한 수준이었다(2013년 : β = 0.567, 2015년 : β = 0.557, 2017년 : 0.555). (7) 모바일뉴스 이용량과 신문뉴스 이용량의 영향 관계는 정적 영향관계이며 영향력의 크기가 줄어들고 있었다. 신문과 인터넷은 정적 상관관계로 논의되기도 하지만(강미은, 2000; 유세경, 2004) 본 연구에서는 대체하는 것을 예상했는데(임종수, 2007), 이러한 결과가 나타난 것은 잠재적 복잡성에 의한 결과이며(Chyi & Lasorsa, 2002) 온라인 뉴스를 이용하는 이용자 역시 여전히 전통적 미디어를 통해 정보를 얻고 있기 때문(Nguyen & Western, 2006)으로 해석 가능하다. 본 연구 결과를 통해 영향관계가 변화되는 것을 통해 미디어 대체 가설 결과가 언제나 일관적이지 않음(심미선 외, 2009; Jang & Park, 2016)이 재차 확인되었다.

셋째. 모바일뉴스 이용량의 모바일 이용량과 신문뉴스 이용량에 대한 매개적 효과가 2015년, 2017년 모델에서 모두 나타났다. 모바일 이용량과 모바일뉴스 이용량은 정적 영향관계이며 투입된 변수 가운데 가장 영향력이 컸다. 또한 모바일뉴스 이용량은 신문뉴스 이용량과 정적 영향관계이며, 모바일 이용량은 꾸준히 증가하는 추세이므로 모바일뉴스 이용량을 늘릴 때 신문뉴스 이용량 역시 증가가 가능할 것으로 예측할 수 있다. 이는 동일 장르에서는 미디어 이용 간 보완관계가 성립된다는 결과를 뒷받침한다(손승혜, 2005). 모바일뉴스 이용량의 매개효과는 2017년에도 통계적으로 유의미한 것으로 나타나 시사점을 제공해준다. 모바일뉴스 이용량의 확보가 신문뉴스 이용량의 증가로 연결될 수 있겠다. 향후 신문사가 온라인 신문 사업으로의 확장 등을 통해 모바일뉴스로 신문뉴스 이용량을 다시금 증가시킬 수 있는 것이다. 2017년에 나타난 매개효과는 모바일뉴스 이용량의 모바일뉴스 신뢰도와 신문뉴스 이용량의 매개적 역할이다. 모바일뉴스 신뢰도와 모바일뉴스 이용량이 2017년에 부적 관계이므로, 이것은 모바일뉴스 신뢰도가 낮은 경우에, 신문뉴스 이용량이 증가할 수 있음을 의미한다. 이는 기존의 신문의 전문성 확보를 통해 신문뉴스와 모바일뉴스와의 차이점을 수용자들로 알게 하고, 이를 통해 신문뉴스 이용량을

증가시켜야 한다(이준웅, 2010)는 논의에 대한 근거로 작용할 수 있는 결과이다. 그러나 매개적 효과에 대한 해석은 통계적 유의미성만으로는 판단하기 힘들며, 전후 관계에 대한 영향관계 설정이 중요하므로 향후 연구로서 보완되어야 할 부분이라 생각된다.

넷째, 연령집단에 대한 평균점수의 변화 등을 종합하여 보면, 신문뉴스 이용량의 평균은 시기별로 꾸준히 줄어들고 있었으며 신문뉴스 이용량에 대한 연령고저 집단의 격차는 지속적으로 감소하고 있었다. 이를 통해 신문뉴스 이용량이 점차 줄어드는데, 모든 연령에서 신문뉴스 이용량이 감소할 것으로 예측 가능하다. 또한 신문뉴스 신뢰도에 있어 연도별로 평균점수가 증가하였다. 그러나 모델링 분석결과, 연도별로 연령이 높아짐에 따라 신뢰하는 경향이 지속적으로 증가하고 있으므로 이러한 격차가 지속될 경우, 시간이 지남에 따라 50세 이상의 집단에서만 신뢰도가 증가할 것으로 판단 가능하며 이는 신문뉴스 신뢰도가 추후 다시 감소할 가능성이 있을 것으로 예측할 수 있다. 모바일뉴스 이용량과 모바일 이용량은 시기별로 다른 양상을 보여 변화율 예측이 불가능하나, 연도별 평균점수는 모바일뉴스 이용량 및 모바일 이용량에 있어 지속적으로 증가하였다. 이는 미디어 대체 가설에서 뉴미디어 사용 관련하여 20대~30대가 고연령층 보다 그 정도가 심하다고 나타난 것과 동일하다(임종수, 2005). 모바일뉴스 신뢰도는 2013년에는 저연령 집단에서 높았는데, 2017년에는 고연령 집단에서 평균점수가 높았다. 저연령 집단의 경우, 모바일뉴스 신뢰도가 낮음에도 모바일뉴스 이용도는 고연령 집단보다 높았다. 고연령 집단은 신문뉴스 신뢰도, 모바일뉴스 신뢰도 모두 높았다. 저연령 집단에게 뉴스의 신뢰도 하락 문제가 심각하다는 것을 알 수 있다.

본 연구의 한계점 및 제언은 다음과 같다. 첫째, 본 연구에서 활용한 자료의 연구대상자가 연구 차수별로 계속 바뀌므로 잠재성장모형(LGM) 등을 이용하여 변화율을 통한 미래 예측은 시도할 수 없었다. 본 연구에서는 연도별 모델링을 통해 영향력의 변화와 각 모델링에서의 잠재변수의 평균점수 등을 논의한 결과로 예측을 시도했다. 그러나 연구 참여자가 동일하게 참여한 패널자료를 활용한다면, 다양한 변수와의 영향관계에 있어 기대치, 영향관계 등의 예측이 가능하므로 보다 풍부한 설명이 가능하겠다. 둘째, 본 연구자의 개인적 능력 부족으로 인해 고려하지 못한 변수가 다수 존재하며 사실상 변수 간 관계에 있어서도 피드백 루프(feedback Loop)가 발생할 수 있으며 본 연구에서는 영향관계를 가정하고 진행했지만 변수 간 상호 영향관계가 가정되어야 하는 경우도 있을 수 있으므로 논의된 결과를 좀 더 면밀히 정리할 필요가 있겠다. 본 연구결과 연도별로 일치되지 않는 영향관계가 있는데 이는 연도별 변화일 수도 있는데, 미디어 대체 가설이 일관된 결과를 가져오지 않으며, 뉴미디어의 보완이 대체로 변화할 수 있음을 보여주는 결과일 수도 있다. 셋째, 미디어 대체 가설 연구에 있어 적소분석 등 더 유의미한 결과를 도출

할 수 있는 양적 방법이 있으며, 뉴스 이용에 대해 새로운 연구 분야를 개척해나감에 있어 양적 연구 외에 질적 연구를 통해 검증되어야 할 필요성도 제기된다. 질적 연구로 자기기술(Self description), 심층 인터뷰, 참여 관찰 등을 통해 미디어 소비환경에 대한 면밀한 통찰이 필요한 시점이다. 넷째, 미디어 대체 가설과 관련하여 범주의 레벨을 세분화해야 할 필요가 있다. 미디어 대체 가설 관련하여 일관된 결과가 나오지 않는 이유로 단순한 기계의 대체나, 뉴스 등 특정 콘텐츠만 고려되는 등 한 가지 층위에서 미디어 대체를 설명하려고 했기 때문으로 설명되었다(Jang & Park, 2017). 다섯째, 신뢰도의 변수 측정항목에 있어 총제적 신뢰도가 사용되었는데, 미디어 신뢰도는 뉴스의 공정성, 정확성 등 뉴스의 저널리즘적 차원과 미디어에 대한 종합적 신뢰도가 함께 고려될 때 개념신뢰도가 보다 확보될 것으로 생각된다.

본 연구를 통한 시사점은 다음과 같다. 첫째, 신문뉴스 이용량이라는 특정 미디어 이용량에 있어 모바일뉴스 이용량과 모바일 이용량 등 뉴미디어의 이용과 각각의 미디어 신뢰도 등이 영향을 미칠 것으로 논의되었다. 이에, 변수 간 영향력 차이를 검증하고자 이들 변수를 동시에 투입하여 결과를 확인하였다. 또한 연도별로 이를 구조적으로 모델링하여 이에 대한 영향력의 변화를 살펴보았으며, 잠재 평균의 연령 고저 집단 간 차이 등을 분석하여 신문뉴스 이용량 변화에 대한 예측을 어느 정도 시도해 볼 수 있었다. 둘째, 본 연구 결과를 통해 신문뉴스 이용량이 점차 줄어드는데, 모든 연령에서 신문뉴스 이용량이 감소할 것이며, 신문뉴스 신뢰도가 표면적으로 증가하였지만 연도별 모델링 분석결과, 연도별로 연령이 높아짐에 따라 신뢰하는 경향이 지속적으로 증가하는 양상을 통해, 향후 신문뉴스 신뢰도가 하락할 것을 예상할 수 있었다. 셋째, 모바일 이용량이 지속적으로 증가하는 가운데, 모바일이용량과 신문뉴스 이용량의 영향 관계에 있어 부적 영향관계가 지속적으로 증가하므로, 신문뉴스 이용량은 감소할 가능성이 있음을 알 수 있었다. 넷째, 신문뉴스 이용량 및 모바일뉴스 이용량의 변화에 있어 뉴스 신뢰도가 더욱 영향을 미칠 것으로 예상하였지만, 뉴스신뢰도가 미치는 영향력이 감소되는 경향을 보이는 반면 모바일 이용량의 신문뉴스 이용량에 대한 부적 영향관계는 지속적으로 증가하였다. 다섯째, 모바일뉴스 이용량의 매개적 역할을 통해 신문뉴스 이용량이 증가할 수 있음을 밝혔다. 이는 신문사가 온라인 신문 사업으로의 확장 등을 통해 모바일뉴스로 신문뉴스 이용량을 다시금 증가시킬 수 있다는 것이다. 또한 모바일뉴스 이용량의 모바일뉴스 신뢰도와 신문뉴스 이용량의 매개적 역할을 통해, 신문뉴스와 모바일뉴스와의 차이점을 수용자들로 알게 하고, 이를 통해 신문뉴스 이용량을 증가시켜야 한다(이준웅, 2010)는 논의의 실증적 근거를 확보했다.

끝으로 신문 이용량 증가를 높이기 위한 제언을 해보자면, 실증적 결과에서 미디어 대체 가설이 더 우세한 것으로 나타났으나 뉴스 신뢰도가 이용량에 미치는 영향력과 모바일뉴스 이용량

과 모바일뉴스 신뢰도의 매개적 역할도 발견되었다. 또한 인터넷 및 SNS 뉴스의 신뢰도가 다시 신문 이용량에 영향을 미칠 수 있음을 확인하였다. 따라서 신문의 온라인 디지털 영역으로의 확장에서 기자의 전문성이 드러나는 기사의 질로 승부를 볼 것을 제안한다. 온라인 공간에서는 모든 기사가 독립적으로 존재하지만 신문의 장점은 전체적인 조망이라 할 수 있다(박찬수, 2017). 언론인은 전문직 규범과 공익성, 보도의 객관성 및 공정성 등을 통한 공익 구현의 가치를 통해 전문직으로서 인정받는 것이다(박진우·송현주, 2012). 언론인은 언론사의 경제적 이익을 추구하는 가운데 있지만 언론사 소유주로부터 독립되어 있으며, 국가 권력을 비판하고 그 권력의 정당성을 해석하는 역할을 담당할 때(Nerone, 2013) 신문뉴스 이용량은 증가될 수 있다.

신문이용량이 감소되는 것이 단순히 미디어가 대체되는 현상에서 일어나는 자연스러운 현상으로 치부되어서는 안 된다. 신문이용량의 감소는 신문의 가치 절하로 인한 신뢰도 하락이며 저널리즘의 위기로 봐야한다. 이는 신뢰도 문제가 신문뉴스 이용량에 있어 핵심 키워드가 될 수 있음을 의미한다. 사실의 정확성에 의거한 기사 작성이 다시금 신뢰를 회복할 수 있는 방안이 될 수 있으며, 온라인 뉴스와 그냥 뉴스를 구분 짓는 주요한 특징이 될 것이다. '가짜 뉴스'가 전 세계적으로 유행처럼 번져나고 있지만, 뉴스는 진짜와 가짜로 구별되어 존재할 수 없다(임종섭, 2017). 새로운 미디어 환경에서 SNS가 새로운 뉴스 전달 미디어로 자리를 잡았지만, '진짜 뉴스'를 생산하는 신문의 저널리즘 정신을 통해 신문의 위기 탈출을 기대해본다.

참고문헌

강남준 외 (2001). 〈텔레비전 수용자 보고서〉. 방송문화진흥회.

강남준 외 (2003). 〈텔레비전 수용자 보고서〉. 방송문화진흥회.

강미은 (2000). 인터넷과 기존 매체 이용의 상호관계에 관한 연구. 〈방송통신연구〉, 50호, 179-208.

강시은 (2012, 10, 27). [시론/강미은]페이스북 이용자 1000만 명 시대의 명암. 〈동아일보〉 URL: http://www.donga.com/news/article/all/20121027/50425313/1

김당 (2012). 인터넷 저널리즘의 현주소. 〈관훈저널〉, 통권 125호, 228-279.

김동윤 · 김성해 · 유용민 (2013). 의견지면을 통해 본 한국 신문의 정파성 지형. 〈언론과학연구〉, 13권 3호, 75-122.

김성해 (2007). 미디어와 교육. 〈한국언론정보학보〉, 통권 37호, 7-42.

김세은 (2004). 〈신문산업의 경쟁과 변화: 영국을 중심으로〉. 미디어연구소.

김수영 (2016). 〈구조방정식 모형의 기본과 확장: MPLUS 예제와 함께〉. 서울: 학지사.

김승일 · 이호진 (2007). 〈대책없는 한국신문 일본에 길을 묻다〉. 서울: 커뮤니케이션북스.

김영주 (2017). 소셜미디어, 저널리즘을 구할까 망칠까. 〈관훈저널〉, 통권 144호, 26-38.

김주현 (2018). 모바일 OTT 동영상 서비스 이용이 홈 TV 시청에 미치는 영향에 관한 연구. 〈한국콘텐츠학회논문지〉, 18권 8호, 434-445.

김전영 (2004). 미디어 대체에 관한 연구: 전통적 미디어에 대한 인터넷 이용의 영향을 중심으로. 〈한국언론정보학보〉, 통권 24호, 37-67.

김형지 · 김정환 · 정세훈 (2013). 스마트폰 이용이 기존 미디어 이용에 미치는 영향. 〈미디어 경제와 문화〉, 11권 1호, 88-119.

루홍위 · 이효성 (2015). 모바일 뉴스 콘텐츠의 정보품질 요소가 사용자 만족도와 지속사용 의도에 미치는 영향. 〈사회과학연구〉, 31권 3호, 113-132.

류춘열 (1998). 사회적 판단 이론과 미디어 신뢰성. 한국언론학회 98 가을철 정기학술대회, 97-108.

마동훈 · 오택섭 · 김선영 (2013). 〈저널리즘 공공성 실현을 위한 한국형 팩트체킹 모델 연구〉. 서울: 한국언론진흥재단.

박노일 (2008). 블로그 이용자의 뉴스미디어 신뢰도 연구. 〈한국언론학보〉, 52권 3호, 422-439.

박노일 · 정지연 · 장정헌 (2017). 고령자 집단의 뉴스 미디어 이용과 신뢰도 연구. 〈언론정보연구〉, 54권 1호, 314-347.

박선희 (2004). 주류 인터넷 언론과 대안 인터넷 언론의 이용 비교: 이용자집단의 특성, 이용자의 뉴스사

이트에 대한 태도, 뉴스이용패턴. 〈한국언론정보학보〉, 통권 26호, 259-289.

박인곤 · 신동희 (2010). 스마트폰 이용자들의 이용과 충족, 의존도, 수용자 혁신성이 스마트폰 이용만족에 미치는 영향에 관한 연구. 〈언론과학연구〉, 10권 4호, 192-225.

박정의 (2001). 다 매체 시대의 매체별 신뢰도 분석. 〈한국방송학보〉, 15권 3호, 129-154.

박진우 · 송현주 (2012). 저널리스트 전문직에 대한 인식의 변화. 〈한국언론정보학보〉, 57호, 49-68.

박찬수 (2017). 신문의 위기, 혁신의 강박. 〈관훈저널〉, 통권 144호, 3-7.

반현 (2003). 인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도에 관한 실험 연구. 〈한국방송학보〉, 17권 2호, 207-231.

반현 · 권영순 (2007). 포털 뉴스와 기존 뉴스 매체의 이용행위에 대한 상관관계성 연구. 〈한국언론학보〉, 51권 1호, 399-426.

배선영 · 이봉규 · 이상우 (2010). 언론 수용자의 공정성 평가가 매체 이용에 미친 영향 분석. 〈방송통신연구〉, 70호, 87-116.

삼성경제연구소 (2010. 2.). 〈스마트폰이 열어가는 미래〉.

성동규 · 박상호 (2005). 지상파 3 사의 미디어 신뢰도와 TV 뉴스 이용에 관한 연구. 〈방송통신연구〉, 60호, 213-242.

손승혜 (2005). 미디어 이용량, 연령, 성별에 따른 디지털 미디어간 경쟁 및 대체 관계 연구. 〈사이버커뮤니케이션학보〉, 통권 16호, 273-308.

손승혜 · 최윤정 · 황하성 (2011). 기술수용모델을 이용한 초기 이용자들의 스마트폰 채택 행동 연구. 〈한국언론학보〉, 55권 2호, 227-251.

송종길 (2006). 기자들의 미디어 신뢰도에 관한 연구. 〈언론과학연구〉, 6권 4호, 172-202.

송종길 (2007). 매체별 신뢰도의 유사성 및 차별성 분석연구. 〈한국언론학보〉, 51권 2호, 180-202.

수신 · 육건엽 · 정용국 (2015). SNS 뉴스 신뢰도 결정요인 연구. 〈사회과학연구〉, 22권 3호, 7-30.

심미선 · 김은실 · 하예린 (2009). 미디어 이용의 보완 및 대체에 관한 연구. 〈한국방송학보〉, 23권 3호, 317-364.

양일영 · 이수영. (2011). 이용 동기에 기반한 스마트폰 초기 이용자 유형에 관한 탐색적 연구. 〈한국언론학보〉, 55권 1호, 109-139.

오대영 (2015). 언론사 대학평가 기사가 고교생의 대학평가와 언론 신뢰도에 미치는 영향. 〈한국언론학보〉, 59권 4호, 102-130.

오대영 (2017). 수용자의 언론인, 신문뉴스 문제, 신문뉴스 신뢰도 평가가 신문뉴스 이용량에 미치는 영향에 대한 종단적 연구. 〈한국언론정보학보〉, 통권 83호, 96-129.

우병동 (1996). 뉴스 보도의 정확성 연구: 오보 발생의 구조를 중심으로. 〈언론과 사회〉, 11권, 34-65.

유세경 (2004). 텔레비전과 인터넷 이용행위의 상호관계성에 관한 연구. 〈한국방송학보〉, 18권 3호, 475-520.

유은경 (2011, 10). 〈모바일 커뮤니케이션 미디어의 매체 이용에 따른 기능적 대체 및 보완에 관한 연구〉. 한국언론학회 가을철 정기학술대회. 서울: 연세대학교.

이상기 · 김주희 (2013). 기자의 전문성 및 온라인 언론 활동에 대한 인식과 평가. 〈방송과 커뮤니케이션〉, 14권 2호, 41-82

이재현 (2005). 인터넷, 전통적 미디어, 그리고 생활시간 패턴. 〈한국언론학보〉, 49권 2호, 224-254..

이종경 (2000). 조사보고: 제10회 미디어의 영향과 신뢰도 조사. 〈신문과 방송〉, 358호, 22-27.

이종혁 (2015). 언론 보도에 대한 편향적 인식이 공정성 평가에 미치는 영향. 〈한국언론학보〉, 59권 1호, 7-36.

이종혁 · 최윤정 (2018). 세대별 사회 이슈에 대한 관심도 변화 추적. 〈한국방송학보〉, 32권 1호, 66-95.

이준웅 (2010). 언론 체계와 신문의 가치 창출. 〈한국언론학보〉, 54권 4호, 253-275.

이준웅 · 심미선 · 김은미 (2007). 〈매체융합시대의 이용자 복지개념의 확장을 위한 매체이용조사〉. 방송위원회.

이준웅 · 최영재 (2005). 한국 신문위기의 원인: 뉴스 매체의 기능적 대체, 저가치 제공, 그리고 공정성 위기. 〈한국언론학보〉, 49권 5호, 5-35.

이창현 · 김은영 (2004, 6). 〈인터넷 신문과 종이신문 이용자의 매체 공신력과 수용자능동성 차이 분석〉. 사이버커뮤니케이션학회 춘계학술대회. 서울: 이화여자대학교.

임종수 (2005). 포털 미디어 재매개에서의 뉴스 소비. 〈한국방송학보〉, 19권 2호, 8-46.

임종수 (2007). 포털미디어에 의한 뉴스 미디어의 기능적 대체와 미디어 레퍼토리 연구. 〈한국언론학보〉, 51권 4호, 437-465.

임종섭 (2017). 언론의 위기와 가짜 뉴스 파동. 〈관훈저널〉, 통권 142호, 87-93.

장호순 (1999). 경영시대: 시장경제 논리와 신문경영. 〈신문과 방송〉. 41-44.

하승태 · 이정교 (2011). 미디어 이용량과 선호 콘텐츠 유형이 미디어 신뢰도에 미치는 영향. 〈한국언론학보〉, 55권 1호, 413-434.

한국언론재단 조사분석팀 (2002). 수용자가 본 언론: 언론과 언론인에 대한 신뢰도. 〈신문과 방송〉, 52-56.

한국언론재단 편집부 (2000). 〈수용자 의식조사〉. 서울: 한국언론재단.

한국언론재단 (2002). 〈2002 언론수용자 의식조사〉. 서울: 한국언론재단

한국언론진흥재단 (2010). 〈2010 언론수용자 의식조사〉. 서울: 한국언론진흥재단.

한국언론진흥재단 (2012). 〈2012 언론수용자 의식조사〉. 서울: 한국언론진흥재단.

한국언론진흥재단 (2014). 〈2014 언론수용자 의식조사〉. 서울: 한국언론진흥재단.

한국언론진흥재단 (2015). 〈2015 언론수용자 의식조사〉. 서울: 한국언론진흥재단.

한국언론진흥재단 (2015). 〈2015 언론수용자 의식조사〉. 서울: 한국언론진흥재단.

한국언론진흥재단 (2017). 〈2017 언론수용자 의식조사〉. 서울: 한국언론진흥재단.

한희선 · 박기호 (2005, 6). 〈모바일 콘텐츠 품질요인 (MCQ) 이 사용자의 유용성에 대한 지각과 기대가치 충족에 미치는 영향 연구〉. 한국디지털정책학회 학술대회.

허윤 · 이상우 (2012). 다매체 환경에서의 미디어 간 경쟁과 대체. 〈한국언론학보〉, 56권 4호, 29-54.

Anderson, B., & Tracey, K. (2001). Digital living: The impact (or otherwise) of the Internet on everyday life. *American Behavioral Scientist, 45*(3), 456-475.

Atkin, David J., Leo W. Jeffries., & Kimberly A. Neuendorf (1998) 'Understanding internet Adoption as Telecommunications Behavior', *Journal of Broadcasting and Electronic Media, 42*(4), 475 - 490.

Berte, K., & De Bens, E. (2008). Newspapers go for advertising! Challenges and opportunities in a changing media environment. *Journalism studies, 9*(5), 692-703.

Boomsma, A. (2000). Reporting analyses of covariance structures. *Structural equation modeling, 7*(3), 461-483.

Chyi, H. I., & Lasorsa, D. L. (2002). An explorative study on the market relation between online and print newspapers. *The Journal of Media Economics, 15*(2), 91-106.

Delli Carpini, M. X. (2000). Gen. com: Youth, civic engagement, and the new information environment. *Political communication, 17*(4), 341-349.

Dimmick, J., Chen, Y., & Li, Z. (2004). Competition between the Internet and traditional news media: The gratification-opportunities niche dimension. *The Journal of Media Economics, 17*(1), 19-33.

Fidler, R. (1997). 〈*Mediamorphosis: Understanding new media*〉. Pine Forge Press.

Gaziano, C., & McGrath, K. (1986). Measuring the concept of credibility. *Journalism quarterly, 63*(3), 451-462.

Gentzkow, M. (2007). Valuing new goods in a model with complementarity: Online newspapers. *American Economic Review, 97*(3), 713-744.

Jang, S., & Park, M. (2016). Do new media substitute for old media?: A panel analysis of daily media use. *Journal of Media Economics, 29*(2), 73-91. doi:10.1080/08997764.2016.
1170021

Jeffries, L.W., & Atkin, D.J. (1996, Autumn). Dimensions of student interest in reading newspapers. *Journalism and Mass Communication Educator, 51*, 15-23.

Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (1998). Cruising is believing?: Comparing Internet and traditional sources on media credibility measures. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 75*(2), 325-340.

Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (2000). Using is believing: The influence of reliance on the credibility of online political information among politically interested Internet users. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 77*(4), 865-879.

Joreskog, K. G., & Goldberger, A. S. (1975). Estimation of a model with multiple indicators and multiple causes of a single latent variables. J*ournal of the American Statistical Association, 70*, 631-639.

Jung, J., Kim, Y., & Chan-Olmsted, S. (2014). Measuring usage concentration of smartphone applications: Selective repertoire in a marketplace of choices. *Mobile Media & Communication, 2*(3), 352-368.

Kline, R. B. (2011). 〈*Principles and Practice of Struuctural equation modeling*〉. NewYork: The Guilford Press.

Kiousis, S. (2001). Public trust or mistrust? Perceptions of media credibility in the information age. *Mass Communication & Society, 4*(4), 381-403.

Lee, P. S., & Leung, L. (2008). Assessing the displacement effects of the Internet. *Telematics and Informatics, 25*(3), 145-155.

Liebowitz, S. J., & Zentner, A. (2012). Clash of the titans: does Internet use reduce television viewing?. *Review of Economics and Statistics, 94*(1), 234-245.

McDonald, R. P., & Ho, M. H. R. (2002). Principles and practice in reporting structural equation analyses. *Psychological methods, 7*(1), 64.

Meyer, P. (1988). Defining and measuring credibility of newspapers: Developing an index. *Journalism quarterly, 65*(3), 567-574.

Meyer, P. (2004). 〈*The vanishing newspaper: saving journalism in the Information. Age*〉. University of Missouri Press.

Muthén, L. K., & Muthén, B. O. (2012). 〈*Mplus Version 7 user's guide. Los Angeles*〉. CA: Muthén & Muthén.

Nerone, J. (2013). The historical roots of the normative model of journalism. *Journalism, 14*(4), 446-458.

Nguyen, A., & Western, M. (2006). The Complementary Relationship between the Internet and Traditional Mass Media: The Case of Online News and Information. Information Research: *An International Electronic Journal, 11*(3), n3.

Ha, L., & Fang, L. (2012). Internet experience and time displacement of traditional news media use: An application of the theory of the niche. *Telematics and Informatics, 29*(2), 177-186.

Hasebrink, U., & Popp, J. (2006). Media repertoires as a result of selective media use. A conceptual approach to the analysis of patterns of exposure. *Communications, 31*(3), 369-387.

Henn, M., & Foard, N. (2012). Young people, political participation and trust in Britain. *Parliamentary affairs, 65*(1), 47-67.

Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public opinion quarterly, 15*(4), 635-650.

Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal, 6*(1), 1-55.

PEJ. (2004). 〈*The state of the news media journalism 2004*〉. Project for Excellence in Journalism.

Rogers, E. M. (1983). 〈*Diffusion of innovations*〉 (3rd. ed.). New York: Free Press.

Roper, B. W. (1986). 〈*Public attitudes toward television and other media in a time of change*〉. NewYork: The television Information Office.

Schweiger, W. (2000). Media credibility—experience or image? A survey on the credibility of the World Wide Web in Germany in comparison to other media. *European Journal of Communication, 15*(1), 37-59.

Sherif, M., & Hovland, C. I. (1961). 〈*Social judgment: Assimilation and contrast effects in communication and attitude change*〉. Oxford, England: Yale Univer. Press.

Tewksbury, D. (2005). The seeds of audience fragmentation: Specialization in the use of online news sites. *Journal of broadcasting & electronic media, 49*(3), 332-348.

Waldfogel, J. (2002). Consumer substitution among media. *Media Ownership Working Group Study, 3*.

WAN (2004). 〈*Measuring the newspaper business for profit and growth, 2003*〉. World Forum on Newpaper Strategy.

Webster, J. G., & Ksiazek, T. B. (2012). The dynamics of audience fragmentation: Public attention in an age of digital media. *Journal of communication, 62*(1), 39-56.

West, S. G., Taylor, A. B., & Wu, W. (2012). 〈*Model fit and model selection in structural equation modeling*〉. Handbook of structural equation modeling, 209-231.

Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2009). 〈*Research in media effects. Mass media research: An introduction*〉. Cengage Learning: Wadsworth.

최초 투고일 2018년 12월 7일
게재 확정일 2019년 5월 27일
논문 수정일 2019년 5월 31일

부록 1. 2013년 확인적 요인 분석 모형

모수			추정치			C.R	CR	AVE
			비표준화 계수	표준화 계수	표준오차			
신문뉴스 신뢰도	←	신문뉴스 신뢰도1	1.000	0.774	0.000	-	0.9977	0.9934
신문뉴스 신뢰도	←	신문뉴스 신뢰도2	1.092	0.947	0.015	72.401		
신문뉴스 신뢰도	←	신문뉴스 신뢰도3	0.986	0.883	0.015	66.897		
모바일뉴스 신뢰도	←	모바일뉴스 신뢰도1	1.000	0.836	0.000	-	0.9962	0.9887
모바일뉴스 신뢰도	←	모바일뉴스 신뢰도2	0.937	0.771	0.017	54.248		
모바일뉴스 신뢰도	←	모바일뉴스 신뢰도3	0.949	0.805	0.017	56.753		
신문뉴스 이용량	←	신문뉴스 이용량1	1.000	0.875	0.000	-	0.9740	0.9495
신문뉴스 이용량	←	신문뉴스 이용량2	0.741	0.804	0.066	11.268		
모바일뉴스 이용량	←	모바일뉴스 이용량1	1.000	0.932	0.000	-	0.9934	0.9870
모바일뉴스 이용량	←	모바일뉴스 이용량2	0.963	0.896	0.024	40.494		
모바일 이용량	←	모바일 이용량1	1.000	0.897	0.000	-	0.9933	0.9868
모바일 이용량	←	모바일 이용량2	0.950	0.919	0.024	40.068		

부록 2. 2015년 확인적 요인 분석 모형

모수			추정치			C.R	CR	AVE
			비표준화 계수	표준화 계수	표준오차			
신문뉴스 신뢰도	←	신문뉴스 신뢰도1	1.000	0.739	0.000	-	0.9965	0.9880
신문뉴스 신뢰도	←	신문뉴스 신뢰도2	1.207	0.844	0.022	55.046		
신문뉴스 신뢰도	←	신문뉴스 신뢰도3	1.225	0.833	0.023	54.199		
모바일뉴스 신뢰도	←	모바일뉴스 신뢰도1	1.000	0.819	0.000	-	0.9962	0.9888
모바일뉴스 신뢰도	←	모바일뉴스 신뢰도2	0.872	0.759	0.016	54.916		
모바일뉴스 신뢰도	←	모바일뉴스 신뢰도3	1.061	0.836	0.081	58.746		
신문뉴스 이용량	←	신문뉴스 이용량1	1.000	0.860	0.000	-	0.9584	0.9208
신문뉴스 이용량	←	신문뉴스 이용량2	0.757	0.703	0.103	7.364		
모바일뉴스 이용량	←	모바일뉴스 이용량1	1.000	1.002	0.000	-	0.9947	0.9895
모바일뉴스 이용량	←	모바일뉴스 이용량2	0.778	0.836	0.016	47.718		
모바일 이용량	←	모바일 이용량1	1.000	1.021	0.000	-	0.9944	0.9891
모바일 이용량	←	모바일 이용량2	0.835	0.829	0.018	47.602		

부록 3. 2017년 확인적 요인 분석 모형

모수			추정치			C.R	CR	AVE
			비표준화 계수	표준화 계수	표준오차			
신문뉴스 신뢰도	←	신문뉴스 신뢰도1	1.000	0.816	0.000	-	0.9978	0.9934
신문뉴스 신뢰도	←	신문뉴스 신뢰도2	1.200	0.930	0.016	76.866		
신문뉴스 신뢰도	←	신문뉴스 신뢰도3	1.163	0.866	0.016	72.028		
모바일뉴스 신뢰도	←	모바일뉴스 신뢰도1	1.000	0.577	0.000	-	0.9934	0.9809
모바일뉴스 신뢰도	←	모바일뉴스 신뢰도2	1.245	0.775	0.037	33.982		
모바일뉴스 신뢰도	←	모바일뉴스 신뢰도3	1.695	0.782	0.049	34.443		
신문뉴스 이용량	←	신문뉴스 이용량1	1.000	0.945	0.000	-	0.9665	0.9358
신문뉴스 이용량	←	신문뉴스 이용량2	0.583	0.772	0.070	8.369		
모바일뉴스 이용량	←	모바일뉴스 이용량1	1.000	0.945	0.000	-	0.9960	0.9920
모바일뉴스 이용량	←	모바일뉴스 이용량2	0.948	0.925	0.016	59.549		
모바일 이용량	←	모바일 이용량1	1.000	0.939	0.000	-	0.9960	0.9920
모바일 이용량	←	모바일 이용량2	1.018	0.932	0.016	61.792		

Abstract

Why the newspaper disappears

Journalism VS. Media Supplementation or Substitution

Hyeyoung Park
Senior Researcher, Institute of Media & Culture at Sogang Univ.

In the crisis of newspaper, never-endingly, the purpose of this study is empirically demonstrating the cause of the newspaper crisis. This study analyzes which influence is stronger between Journalism and Media Supplementation or Substitution. In addition, it concluded that the influence of 'internet news reliability' and 'newspaper news reliability' on each of them and mutual influence on both of them are needed to be addressed simultaneously, while the news is distributed through the Internet and SNS. This study compared the amount of 'Internet news usage' with 'newspaper news usage' in each period and examined the influence of each media reliability.

The results of the analysis are as follows. Firstly, the average of newspaper news usage decreased steadily over the period of 2017, while 'mobile news usage' and 'mobile usage' were the highest in 2017. Secondly, 'newspaper reliability' has a statistically significant impact on 'newspaper usage' and its influence on 'newspaper usage' has been decreasing. 'Mobile news reliability' was negatively influenced by 'newspaper news usage' and this was also decreasing. 'Mobile news usage' was influenced by 'newspaper news usage' positively, whereas the 'mobile usage' is influenced by 'newspaper news usage' negatively. Thirdly, the influence of 'moblie news reliability' and 'newspaper news usage' is negatively influenced. From 2017, 'mobile news reliability' and 'mobile news usage' also changed from positive to negative. Fourth, the mediating effects of 'mobile news usage' on 'newspaper news usage' and 'mobile usage' have steadily increased over time.

Through this study, the fact that Media Supplementation or Substitution exerts a more significant influence is clarified while comparing the influences of two variables which were most frequently pointed out as the cause of decrease in newspaper usage. In addition, considering the role of

newspaper news, if the newspaper news usage should be increased, it is predictable that increasing 'mobile news reliability' which may result in the increase of 'mobile news usage' will contribute to increase the 'newspaper news usage'

Keywords: crisis of newspaper, newspaper reliability, newspaper usage, Media Supplementation or Substitution