



다매체 환경에서 뉴스 이용자의 뉴스 선택 과정과 유형

강주현 부산대학교 미디어커뮤니케이션학과 강사

News User's News Selection Process and Type in a Multiple-Media Environment

Ju Hyun Kang*

Instructor, Dept. of Media & Communication, Pusan National University

This study investigated the reasons and processes of news selection, in which users chose news media and content in a multiple-media environment. And this study examined what type of news users use and what its specific attributes are. To this end, this study conducted in-depth interviews with 13 news users in their 20s to 60s, and analyzed the results using the grounded theory method. According to the research results, the news selection process of news users was heavily influenced by the characteristics of the media and news content. Further, it was found that the social conditions and social contexts of news users were affecting the selection of news media and content. The media selection process was mainly influenced by the media usage habits, that were adopted in the process of growth, and the ease of access in individual's social space. In other words, familiarity from childhood, the characteristics of the environment and social space, and the value of the news influenced media selection. In addition, the choice of news content was influenced by the relevance of the news to users, reliability of news, and political inclination. News users actively search for information, avoid specific news content, use biased news, and spread news through sharing. Through this process, news users continued to use and combine the existing media but there was also a shift to other news media. The types of news users' use of news were found to be Entertainment news type, Life Information news type, Navigational news type, and Confirmation-biased news type. News users of Life Information/Navigational news type mainly use the existing media rather than the new media, and they use new media as a supplement when additional information is needed. The users of Entertainment/Confirmation-biased news type have a high probability that the media or platform mainly used depends on the news content. For Entertainment news type news users, the convenience of the news media or their interest in the news could influence the choice of the media or platform. Confirmation-biased news users were able to change news media or platforms according

* kmunhak@hanmail.net

to their political views and the political party they supported. Through this study, news user's news selection process can appear in a variety of ways depending on the social context. And it is not an unconditional flood of sensational news that enhances the competitiveness of news in a multiple-media environment. Instead, it is necessary to provide news content suitable for individuals by examining the selection process and type of news users.

Keywords: News selection process, News use type, Social context and media use, Use and gratification, News repertoire

1. 들어가며

인터넷과 멀티미디어 기술의 발달로 뉴스 이용자들은 뉴스 매체와 플랫폼 선택의 기회가 많아졌다. 오늘날 뉴스 이용자가 가장 많이 이용하는 뉴스를 살펴보면 뉴스 이용자의 53.2%가 텔레비전, 39.1%가 인터넷 포털 이용으로 나타났고, 종이신문은 1.8%, 온라인 동영상 플랫폼이 1.5%, 라디오가 0.8%로 그 뒤를 이었다. 세대별로 주로 이용하는 뉴스 매체를 보면 60세 이상의 경우 89.5%가 텔레비전이었지만, 20대 뉴스 이용자의 77.7%는 포털을 주로 선택했다(한국언론진흥재단, 2019). 한국 사회에서 종이 신문, 라디오 같은 전통 뉴스 매체는 쇠퇴하고 포털 뉴스 등 온라인 플랫폼이 그 공백을 대체하는 양상이다.

그런데 이러한 뉴스 이용 변화를 단순히 기술적 환경의 변화로만 설명하기에는 무리가 있다. 다양한 매체가 등장하는 환경에서 종이 신문의 이용은 급격히 감소했지만, 같은 전통적 매체라 할 수 있는 텔레비전 뉴스는 포털 뉴스보다 더 많이 이용하는 경로를 확인되기 때문이다. 텔레비전 뉴스 점유율 역시 자세히 살펴보면 2015년 52%를 차지했던 지상파 4사(KBS 1, KBS 2, MBC, SBS)의 뉴스 이용 점유율은 2018년 39.6%까지 지속적으로 감소한 반면, 보도전문 채널 2사(YTN, 연합뉴스 TV)의 뉴스 점유율 비중은 2015년 14.8%에서 23.2%로 오히려 증가했다(한국언론진흥재단, 2019). 또한 온라인 동영상 이용률은 2018년 33.6%에서 2019년 47.1%로 증가했는데, 세대별 증가율을 보면 20대의 8.7% 상승률에 비해, 60세 이상의 99% 이용 증가율을 엿볼 수 있다(한국언론진흥재단, 2019). 온라인 동영상 플랫폼 이용 증가율이 왜 젊은 세대인 20대보다 고연령층인 60세 이상에서 두드러지는지를 생각하면 뉴스 이용 매체의 변화 원인을 단순히 기술 환경의 변화로만 설명하기 어렵다.

사람들의 미디어와 콘텐츠 이용은 인구 통계학적 변인처럼 사회적 요소가 반영되어 있으며 수용자들은 각자의 가치, 태도, 성향 등 요인에 의해 미디어 이용을 결정한다(김정기, 2016). 이소은(2017a)은 사람들의 TV 시청관습을 분석한 결과 텔레비전 시청 시간이 저녁 8시~11시, 주말의 비중이 가장 높다는 점을 근거로 텔레비전 매체 이용은 노동 시간과 마찬가지로 사람들의 일상생활과 연관된다고 말한다. 세대별 분석에서 베이비붐 세대는 TV시청 시간대의 유사성이 두드러지고, 80년대 출생인 Y세대는 3개의 집단에서 밀집되어 있었다. 이처럼 사람들의 미디어와 콘텐츠 이용은 단순히 기술의 발달과 채택으로 이뤄지는 것이 아니라 사회 구조적 요인 역시 적지 않은 영향을 미친다.

오늘날 매체 환경을 살펴보면 디지털 기기와 플랫폼의 발달로 과거에 비해 그것의 이용이 늘어났다. 하지만 여전히 음반이나 라디오를 애용하는 사람이 있고, TV를 즐겨 시청하는 사람도

있고, 스마트폰 시대에 여전히 책과 신문을 즐겨 읽는 사람도 있다. 이런 점은 매체와 콘텐츠의 선택이 도식적인 발달과 퇴보의 개념이 아니라 매체 이용자가 각자의 사회적 맥락에서 무엇을 주목하고, 어떤 감각에 길들여져 있는지에 따라 특정 매체와 콘텐츠를 선택적으로 이용할 가능성이 높다는 점을 시사한다. 이제까지 매체의 등장과 소멸, 변신을 살펴보면 미디어는 구매체에서 신매체로 진화하는 선형적 발전 형태를 보이지만 한편으로는 매체 이용자의 사회적 요인 때문에 특정한 매체나 방식을 차용하고, 포기하는 것에 가깝다. 볼터와 그루신은 새로운 미디어는 존재하지 않으며 과거에 쓰이던 특정 미디어 형식을 어느 순간의 필요성에 의해 선택하거나 개조하며 재매개할 뿐이라고 말한다(Bolter & Grusin, 1999/2006). 그 시대의 테크놀로지 수준에 따라 미디어의 기능과 편의성이 확대되었지만, 매체 이용자들은 사회 문화적 맥락에 따라 익숙한 매체의 특징을 선택할 개연성도 있다.

정보나 특정 사건이 “일정한 보도의 틀에 따라 구성되어 독자들에게 알려져야”(36쪽) 비로소 뉴스가 되며, 뉴스는 사건, 보도, 독자의 세 요소를 통해 성립하는 사회 현상이다(임영호, 2013). 독자의 선택에 따라 생존의 갈림길에 놓인 뉴스 매체들은 전통적인 뉴스 형식에 구애받기보다 독자들의 흥미와 ‘유용성(utility)’을 중심으로 뉴스 가치를 판단하며 새로운 기사 형식을 모색한다(임영호, 2013). 매체 환경이 달라지면서 뉴스는 더 이상 기존의 뉴스 형식에 얽매인 정보가 아니라 무수한 플랫폼에서 다양한 방식으로 콘텐츠가 유통되고 소비되는 현상이 되었다. 문제는 뉴스 변화의 방향이 뉴스 이용자의 다양한 뉴스 욕구의 본질을 제대로 파악하고 방향을 설정하고 있는지 여부이다.

다매체 뉴스 환경에서 포털 뉴스의 이용자 수가 종이 신문, 심지어 언론사 앱보다 높다는 점은 얼핏 뉴스 이용의 변화 트렌드를 보여주지만, 뉴스 이용의 주 경로는 여전히 전통적 매체인 TV가 차지하고 있다. 그리고 지상파 방송 4사의 텔레비전 뉴스 점유율이 지속적으로 하락함에도 불구하고 뉴스전문채널 2사의 점유율이 증가하고 있다는 점은 단순히 텔레비전 뉴스의 퇴조라기보다 지상파 방송 뉴스의 한계와 뉴스전문채널의 강점을 시사하는 근거가 된다. 또한 동영상 플랫폼 이용률 증가가 젊은층이 아닌 고령층에서 가파르다는 점은 새로운 기술이 등장하면 새로운 세대 중심으로 새로운 매체를 채택한다는 주장들과 다른 경향을 보인다. 다시 말해 뉴스 매체 이용 변화는 기술의 발전과 새로운 매체의 등장이 영향을 미치기도 하지만 그것만으로 설명할 수 없는 여러 사회 요인이 존재할 수 있음을 생각할 수 있다.

따라서 이 연구가 살펴볼 점은 다매체 환경에서 뉴스 이용자들은 무엇에 주목하며 어떤 과정을 통해 뉴스 매체를 선택하는가이다. 김정기(2016)는 뉴미디어와 새로운 플랫폼이 등장하는 미디어 환경에서 이것들이 전통 미디어와 어떻게 경쟁하거나, 대체, 보완을 하는지에 관한 연구

가 필요하다고 주장한다. 또 사람들이 특정 뉴스 매체를 선택하는 이유가 단순히 기술의 발달과 편의성 때문만이 아니라 사회적 요인에 따라 영향을 받을 수 있다는 점을 주목하며 뉴스 이용 동기를 살펴볼 필요가 있다(이소은, 2017a, 2017b).

이 연구는 20대부터 60대까지 각기 다른 매체를 이용하는 뉴스 이용자들을 대상으로 심층 인터뷰를 통해 뉴스 이용에 관한 맥락과 선택 과정, 인식 등을 살펴보았다. 심층 인터뷰를 통한 조사 방법은 대상자의 경험과 인식을 구체적으로 엿볼 수 있다는 장점이 있다(Seidman, 2006/2009). 또한 이 연구는 근거이론 분석 방법을 활용해 심층 인터뷰 대상자들의 뉴스 매체 선택 과정과 유형을 체계적으로 분석했다(Charmaz, 2014). 이 연구는 이를 통해 뉴스 이용자들이 중요시하는 뉴스의 속성이 무엇이며, 저널리즘이 나아갈 방향이 단순한 기술적 변화 요인에 좌우되는 것이 아니라 뉴스의 어떤 속성을 더 주목해야 하는 지에 관해 논의하고자 한다.

2. 이론적 배경

1) 다매체 환경에서 뉴스 이용자의 매체 선택

수용자의 미디어 이용 동기를 설명하는 일반적 이론은 ‘이용과 충족’ 이론이다. 카츠(Katz, 1959)는 1950년대까지 이뤄지던 설득 효과 연구에 의문을 제기하며 미디어가 사람들에게 무엇을 하는가(What do the media do to people?)가 아니라 사람들이 미디어를 통해 무엇을 하는가(What do people do with the media?)를 살펴야 한다는 점을 역설한다. 카츠는 미디어가 사람들의 미디어 이용에 영향을 미친다기보다, 사람들의 가치, 흥미, 연관성, 사회 역할 등에 따라 미디어 선택과 이용이 이뤄진다고 지적한다. 그는 수용자를 설득 대상이 아닌 능동적 주체로 접근하며 수용자의 미디어 이용과 충족(use and gratification)을 살펴볼 필요가 있다고 제안했다.

이용과 충족 이론은 이전의 미디어 연구들이 효과 중심으로 경도된 연구 환경에서 수용자의 능동성을 주목하며 사람들이 왜 특정 미디어를 이용하는지를 정서적 욕구나 인지적 욕구처럼 동기의 측면에서 살펴봤다는 점에서 의의를 둘 수 있다(Ruggiero, 2000). 사람들이 시간을 보내기 위해 TV를 시청하는 행위가 그 사람의 외로움과 관련된다든지, 텔레비전 폭력 프로그램을 오락용으로 시청하는 행위가 시청자의 공격성과 관련된다든 점을 밝히는 것은 심리적 측면의 접근이라 볼 수 있다(Haridakis & Whitmore, 2006).

이용과 충족 이론에 바탕한 연구들을 살펴보면 셰이드, 콘필드, 그리고 올리버(Shade,

Kornfield, & Oliver, 2015)는 사람들이 특정 미디어를 선택하거나 변경하는 이유로 오락적 동기가 가장 높았고, 다음으로 자신의 생각과 일치하는 내용 노출, 습관이나 사회적 상호작용 등이 있다고 했다. 카츠, 구레비치, 그리고 하스(Katz, Gurevitch, & Haas, 1973)는 이스라엘 사람들을 대상으로 한 조사를 통해 사람들은 오락적 기능을 가진 영화와 텔레비전을 다른 사람들과 함께 이용하며 우정이나 가족 유대감을 유지하는 수단으로 활용한다고 했다. 벤틀리(Bentley, 2012)는 CCM(Contemporary Christian Music) 라디오 방송 웹사이트 이용자들에 대한 조사를 통해 이 웹사이트를 이용자들이 찾는 이유가 정보 때문이라고 설명한다. 이 웹사이트 이용자들은 콘서트나 행사에 관한 정보를 얻거나 최근 무슨 노래가 연주되는가를 보기 위해서 이 웹사이트를 찾는다고 답했고, 충족 역시 정보를 얻을 수 있다는 점이 주요 이유가 되었다. 이처럼 이용과 충족 이론은 사람들이 특정 매체나 콘텐츠를 왜 이용하는지를 설명할 수 있다. 그런데 이 이론에 관한 연구들을 보면 수용자 각자의 미디어 이용 동기를 설명할 수 있지만 미디어를 이용하는 구체적인 사회 맥락을 분석하는데 다소 부족한 점이 있다. 즉, 사람들의 미디어 이용은 사회 구조, 생애, 그 순간의 상황 등 여러 요소의 산물임에도 이용과 충족 이론은 미디어 이용의 사회 맥락적 요소를 구체화시키지 못한다(McQuail, 2005).

사람들의 매체 이용은 그 사회의 매체 보급 정도, 사회적 조건, 문화, 교육 수준, 세대, 젠더 등 사회 구조적 환경에 따라 달라질 수 있다. 예를 들어 헤이스브링크, 쟈센, 반 덴 불크, 홀리크, 그리고 매실(Hasebrink, Jensen, van den Bulck, Hölig, & Maesele, 2015)은 유럽의 9개 국가를 대상으로 디지털 미디어 환경에서 사람들의 미디어 이용 패턴을 분석했다. 우선 같은 유럽이라 할지라도 국가별로 인터넷 이용률은 차이를 보였다. 2012년을 기준으로 국가별 인터넷 이용 현황을 보면 덴마크(90%), 독일(83%), 벨기에(81%)의 국민들이 인터넷을 많이 활용했지만 이탈리아(58%)와 포르투갈(55%) 국민들은 인터넷 이용이 저조했다. 인터넷을 활용하는 이유도 국가별로 차이가 있었다. 가령, 독일과 이탈리아의 인터넷 이용자들은 인터넷 활용에서 공통적으로 블로그 읽기와 쓰기가 두드러졌지만, 독일 이용자들은 온라인 신문, 책을 읽기 위해 인터넷을 많이 활용한 반면, 이탈리아 이용자들은 영화 다운로드와 게임을 위해 인터넷을 주로 이용했다. 헤이스브링크 등은 이를 근거로 디지털 미디어의 사회적 채택이 선형적(linear) 변화 과정을 거친다기보다 각국의 사회적 맥락과 문화 전통 차이가 새로운 매체의 이용 여부에 영향을 미치며, 올드 미디어는 사회 문화적 조건에 따라 여전히 미디어 이용에서 큰 비중을 차지할 수 있다고 주장한다.

또한 사람들은 세대에 따라 생애 형성 단계에서 익숙한 미디어가 있으며, 평소에는 그 매체를 이용하는 습관이 잘 변하지 않는다. 거제티와 베스트룬트(Ghersetti & Westlund, 2018)

의 연구를 보면 젊은 세대로 갈수록 디지털 미디어 이용이 압도적 비중을 차지했지만 장년 세대는 여전히 레거시(legacy) 미디어 이용의 비중이 압도적이었다. 푸어펠트와 반 데 구츠(Voorveld & van der Goot, 2013)의 연구는 네덜란드인을 대상으로 한 조사에서 모든 세대가 미디어 멀티태스킹을 하지만 세대에 따라 결합하는 미디어가 다르다는 점을 보여준다. 13~16세의 그룹은 소셜 미디어로 온라인 활동을 하며 음악과 영상을 이용했다. 반면 50~65세 그룹은 다른 세대에 비해 신문을 많이 읽고 라디오를 더 많이 청취했다. 이들의 연구는 젊은층과 장년층의 미디어 선호도뿐만 아니라 멀티태스킹 매체 역시 다르다는 점을 보여준다.

물론 세대 차이에도 불구하고 미디어 이용 격차가 급격히 감소할 수도 있다. 가령, 베스트런트와 거제티(Westlund & Ghersetti, 2015)는 가스 누출, 지진, 테러와 같은 사회적 위기 사건이 발생할 때 각 세대의 미디어 이용 패턴은 세대 간 차이가 감소하는 동질화 경향이 나타날 수 있다고 한다. 장년층은 평소와 달리 온라인 뉴스와 소셜 미디어 이용을 늘리고, 젊은 세대 역시 평소 활용 빈도가 상대적으로 적었던 종이 신문, TV, 라디오를 더 많이 이용한다. 위기 사건은 사람들의 정보에 대한 수요를 증가시키고, 사람들은 사건 정보를 실시간으로 파악하기 위해 복수 매체를 이용하는 경향이 증가하기 때문이다. 결국 이들 연구에서 알 수 있는 점은 세대라는 각자의 사회 인구학적 변수가 미디어 이용의 차이를 발생시키지만, 다른 한편 위기 사건이라는 사회적 상황이 세대 간 매체 이용의 변화에 또 다른 영향을 미칠 수 있다는 것이다.

김예란, 김경모, 임영호, 김은미, 그리고 유경한(2008)은 인구사회학적 속성과 부르디외가(Bourdieu)가 말하는 문화 자본이 뉴스 이용과 어떠한 관계가 있는지를 분석했다. 부르디외가 말하는 문화 자본은 단독으로 온라인 뉴스 소비에 영향을 미치기 어려웠고, 그것이 인구사회학적 요인과 상호작용할 때 뉴스 이용 형태에 영향을 주었다. 인구사회학적 요인 가운데 젠더의 측면을 보면 여성의 뉴스 이용이 남성보다 '온라인 이슈형'에 가까웠다. 온라인 이슈형은 그 순간 부각되는 사회 의제 혹은 흥미 중심의 뉴스 소비 유형을 말한다. 또한 뉴스 이용자들은 연령이 높거나 무직자일 때, 중소도시 이하에 거주할 때 '사이버 토론형'의 뉴스 이용 형태에 가까웠다. 윤, 김, 그리고 엄(Yoon, Kim, & Eom, 2011)은 아시아 이주 여성들의 미디어 경험을 인터뷰한 결과, 이주 여성들은 모국과 한국의 미디어를 동시에 소비했지만 이들의 한국 미디어 이용은 제한적이었다. 하지만 이주 여성들은 한국사회에 정착하는 과정에서 자국 미디어 이용을 병행하면서도 점차 한국의 미디어 이용을 늘려갔다. 이처럼 미디어 이용자의 미디어 선택과 이용 양식은 단순히 미디어가 존재하기 때문에 이용한다기보다 미디어 이용자의 사회적 맥락에 따라 나타나는 결과물로 볼 수 있다.

물론 새로운 매체의 등장과 확산은 전통적인 매체를 위축시키거나 소멸시킬 수 있다는 우

러를 갖게 한다. 과거에 라디오와 텔레비전이 등장했을 때, 오늘날 PC와 스마트폰처럼 전자 미디어가 확산될 때 반복되는 주장이다. 스티슨(Steensen, 2011)은 온라인 저널리즘이 하이퍼텍스트, 상호작용, 멀티미디어라는 기술적 자산과 생산 환경에서 뉴스 룸의 변화, 뉴스 이용자들의 신기술 이용으로 전통적 매체를 대체할 것이라고 전망했다.

그런데 라디오의 등장과 확산이 신문 구독을 줄이지는 못했다. 왜냐하면 라디오는 신문이 갖고 있는 사진, 인터뷰, 일상적 의례, 익숙함 등의 특색을 가지지 않았기 때문이다. 텔레비전의 등장 역시 라디오 뉴스의 범위를 전국(national)에서 지역(local)으로 축소시켰지만 라디오를 사라지게 만들지는 못했다(Straubhaar, LaRose, & Davenport, 2016/2016; Turow, 1999/2001). 터먼(Thurman, 2018)은 영국의 11개 전국지 이용자 조사를 통해 이들 이용자들의 88.5%가 종이 신문으로 뉴스를 이용하며, 7.49%가 모바일, 4%가 PC를 통해 이용한다는 의외의 결과를 제시했다. 비록 인쇄 신문 구독자가 감소하고 있지만, 터먼은 인쇄 신문이 온라인 뉴스에 비해 여전히 선호되는 이유로 읽기 용이한 종이 신문의 특징을 제시한다. 즉, 종이신문은 온라인 뉴스와 비교해서 깜박거림(flicker)이 없고, 밝은 날 강한 주변 빛에서도 읽기 편리하다. 또한 종이 신문의 디자인 문법은 2세기 동안 연구를 통해 가장 적절한 방법으로 진화해왔고, 장시간 집중하기 좋은 속성을 갖고 있다. 이러한 종이 신문의 장점으로 인해 온라인 뉴스의 확대와 종이 신문 구독자의 감소에도 불구하고 여전히 종이 신문의 매력을 찾는 사람들이 존재한다는 주장이다.

프랭클린(Franklin, 2008)은 종이 신문 비판론을 실증적 데이터로 반박하기도 했다. 가령, 2002년에서 2006년까지 일간지 숫자는 9533개에서 11,142개로 17% 성장했고, 1965년부터 2007년까지 통계를 보면 타블로이드 신문은 감소했지만 질 좋은 일간지는 오히려 발행부수가 증가했다고 지적한다. 온라인 저널리즘 환경에서 대중지는 58%가 감소하는 결과를 낳았지만 고급지의 감소폭은 대중지와 달리 8%에 불과했다고 말한다. 그는 신문 독자의 감소가 업무 스타일이나 라이프 스타일 변화처럼 사회적 요인이 더 크다고 주장한다(Franklin, 2008). 신문은 새로운 미디어 환경에서 생존하기 위해 각 페이지 기사와 단어를 줄이고 컬러 사진과 그래픽을 많이 넣으며 “viewpapers”로 진화한다고 그는 말한다. 또한 그는 <가디언(Guardian)>의 구독자가 1985년 387,000명에서 2007년 363,562명으로 감소했지만 온라인 판은 매달 1천 6백만 명의 독자와 1억 4천 7백만 페이지 뷰를 통해 오히려 영향력을 더 키웠다고 말한다. 앤더슨, 다우니, 그리고 섯슨(Anderson, Downie, & Schudson, 2016)도 오늘날 60%의 미국인이 전문적인 뉴스 조직이 제작한 뉴스를 선호하고, <뉴욕 타임스(The New York Times)> 같은 미국의 유력지들은 신문의 위기를 겪기보다페이 월(pay wall) 등의 디지털 구독료로 오히려 수익

을 증대시킨다고 말한다.

이를 통해 알 수 있는 점을 정리하면 첫째, 매체 이용자들의 매체 이용은 단순히 매체의 기술적 발달에 영향을 받아 앞서 나온 매체를 포기하고 새로 나온 매체를 선택한다고 도식적으로 보기 어렵다. 매체의 역사를 기술적(technology)으로 접근한다면 과거에 존재하지 않던 기술과 기능, 편리함의 증대를 근거로 선형적 발전 과정 차원에서 이해할 수 있다(Turow, 1999/2001). 하지만 미디어의 본질적 기능으로 볼 수 있는 오락이나 정보 전달, 소통의 측면을 본다면 미디어는 선형적 발달 과정으로만 이해하기보다 과거에 있던 각기 다른 미디어의 특성을 차용하는 재매개의 과정으로 이해할 수 있다. 볼터와 그루신(Bolter & Grusin, 1999/2006)은 한 미디어가 다른 미디어에 표상하는 것을 재매개(remediation)라고 했다. 가령, CD-ROM은 그림 모음이나 문학 텍스트 모음이다. 텔레비전 영상 역시 영화 장르에 영향을 받고, 시청자의 시청 행위도 영화 관객의 관람 행위와 유사하며, 텔레비전 광고는 인쇄물과 라디오의 광고를 변형한다. 이처럼 매체의 속성은 본질적으로는 과거의 매체와 다르지 않지만 기술의 발달과 함께 변형된 형태로 선보이고, 사람들은 사회적 맥락에 따라 익숙하고 편리한 미디어를 선택하고 이용한다.

둘째, 특정 매체와 콘텐츠 선택은 뉴스 이용자들의 사회적 맥락에서 이뤄지는 구조적 산물에 가깝다(김정기, 2016; 이소은, 2017a, 2017b; Schröder, 2015). 가령, 사람들이 특정 뉴스 매체를 선택하는 이유는 각자의 사회적 환경에서 이뤄지는 매체의 접근성, 익숙해진 매체 이용을 말할 수 있다. 슈뢰더(Schröder, 2015)는 2013년 덴마크인들에 대한 설문조사를 통해 사람들이 주로 활동하는 공간에 따라 다른 매체의 뉴스를 이용한다고 말했다. 가령 같은 집이라 할 지라도 거실에 있는 동안 사람들은 텔레비전 뉴스를 이용하지만 각자의 방에서는 컴퓨터로 뉴스를 이용하는 사람들이 약간 더 많다. 사무실, 가게, 공장 등 일터에서는 컴퓨터로 뉴스를 이용하는 비중이 압도적으로 많았고, 여행할 때나 대중교통 수단을 이용할 때는 모바일 폰 뉴스를, 승용차나 자전거를 이동할 때는 라디오 뉴스 이용이 우세했다. 반 더 워프(Van der Wurff, 2011)는 네덜란드 대학생들을 대상으로 한 서베이 연구에서 뉴스 미디어 이용이나 뉴미디어 대체는 단순히 충족이나 콘텐츠 유형과 같은 기능적인 등가(equivalence) 때문에 이뤄지는 것이 아니라 매체 이용 습관과 접근성 때문에 이뤄진다고 말한다. 뉴스 이용자들은 뉴스 이용 시간이 많아지더라도 다른 미디어 이용으로 확장하지는 않았다.

셋째, 특정 매체의 이용은 각자의 사회적 구조에 따라 갖게 된 정치적 관점에 따라 특정 매체를 활용하거나 기피할 수 있다. 알바란 등(Albarran et al, 2007)의 연구를 보면 전통적인 AM/FM 이용자들이 다매체 환경에서도 지상파 라디오가 뉴스와 정보를 접근하는데 도움이 많이 된다고 답했다. 그런데 이들의 매체 선택과 이용은 매체가 제공하는 콘텐츠의 정치적 성격에

따라 특정 매체를 선호하거나 기피할 수 있다는 점을 보여주었다. 자말라와 멜코테브(Jamala & Melkoteb, 2008)의 연구에서 알자지라 방송 시청을 피하는 사람들은 알자지라 방송의 당파성, 편향된 보도를 지적했다. 또한 정치적 무관심이 큰 수용자들 역시 정치적 색채가 강한 알자지라 방송을 기피했다. 이런 점 역시 사회 구조 속에서 형성된 개인의 정치적 성향이 뉴스 매체의 선택적 이용에 영향을 미치는 근거로 볼 수 있다.

이처럼 사람들의 미디어 이용 동기는 단순히 매체의 기술적인 발달로 말하기 어려운 복합적인 요소가 있다. 뉴스 이용자들의 매체 선택을 제대로 이해하기 위해서는 기술 결정적 논리보다 정치 환경, 사회적 요소, 문화적 맥락을 고려할 필요가 있다. 매체 이용자들의 특정 뉴스 매체 이용 동기가 각자의 사회적 맥락에서 생겨나는 익숙함과 편리함 때문일 수도 있지만, 한편으로 각자의 사회적 맥락에서 선호하거나 기피하는 뉴스 콘텐츠가 뉴스 매체 선택에 영향을 줄 수도 있다. 그래서 이 연구는 다매체 환경에서 뉴스 이용자들이 전통적 매체와 새로운 매체를 왜 선택적으로 활용하는지 사회적 맥락에 주목하며 살펴보고자 한다.

2) 뉴스 이용자들이 주목하는 뉴스 가치

뉴스 가치란 “어떤 사건이 뉴스로서 갖는 속성”을 의미한다. 저널리스트들은 오랜 저널리즘 활동을 통해 어떤 사건의 뉴스 가치를 판단한다. 뉴스 가치로 자주 언급되는 속성은 “시의성(timeliness), 근접성(proximity), 저명성(prominence), 영향성(consequence), 인간적 흥미(human interest) 등”(36-37쪽)이 있다(임영호, 2013).

그런데 언론사 혹은 저널리스트가 판단하는 뉴스 가치란 절대적 기준이 정해져 있다기보다 사회적 조건이나 시대에 따라 다르게 나타날 수 있다. 예를 들어 갠스(Gans, 1979/2004)는 뉴스의 내용적 측면에서 미국 언론이 중시하며 문제 제기하는 가치와 관점을 뉴스 가치로 보았고, 구체적으로 자민족 중심주의, 이타적 민주주의, 책임 자본주의, 목가주의, 개인주의, 온건주의가 언론 보도에 나타난다고 지적한다. 자민족 중심주의에서는 미국의 가치를 기준으로 해외 뉴스를 판단하며 애국심을 강조한다. 미국의 언론은 자유, 인권 등을 중시하고 정치는 공익과 공공 서비스를 위함이라는 이타적 민주주의적 관점이 언론 보도에 담겨 있다. 기업 활동과 관련해서는 정부 규제에 민감하며, 혁신을 긍정적으로 바라보는 책임 자본주의 경향이 있다. 목가주의 속성에서 사람을 위해 짐을 짓는 행위는 뉴스의 가치가 없지만 개발 이익을 위해 자연을 파괴하는 행위는 뉴스의 가치를 갖기도 한다. 미국의 언론은 그룹보다 개인을 중시하며 프라이버시 침해 문제에 민감하다. 또한 미국의 언론 보도는 정치, 소비 등에서 극단적 행동 그룹을 경멸적인 어조로 보도하며 온건주의 속성을 보이기도 한다.

하컵과 오네일(Harcup & O'Neill, 2001)이 영국 언론 보도에서 분석한 뉴스 가치는 갠스와 접근이 달랐다. 하컵과 오네일은 갈통과 루지(Galtung & Ruge, 1965)가 4개의 노르웨이 신문사의 콩고, 쿠바, 키프로스 위기 당시 보도한 해외 뉴스 구조를 토대로 영국의 <데일리 텔레그래프(Daily Telegraph)>, <선(Sun)>, <데일리 메일(Daily Mail)> 등의 영국 3사 언론 보도를 분석했다. 그들은 내용 분석을 통해 대표적인 뉴스 가치 10개로 파워 엘리트, 유명 인사(celebrity), 엔터테인먼트, 서프라이즈, 갈등과 비극 등의 나쁜 뉴스, 구조나 치유처럼 좋은 뉴스, 수많은 사람들이 관여되거나 영향을 줄 수 있는 내용(magnitude), 수용자와 관련성(relevance), 이미 다뤄진 주제에 관한 후속 보도(follow-up), 뉴스 조직 스스로 설정한 의제(newspaper agenda)가 있다고 지적했다.

엄브리트와 에서(Umbricht & Esser, 2016)는 미국, 영국, 독일, 스위스, 프랑스, 이탈리아 6개국, 18개 언론사의 언론 보도 가운데 1960년대부터 2010년까지 6000개의 정치 뉴스를 내용 분석했다. 시대가 달라지며 이들 언론 보도에서 점차 뉴스의 대중화(popularization)가 강하게 나타났다. 그렇지만 뉴스 대중화의 구체적인 요소에서 빈도의 변화 경향은 국가와 시기에 따라 차이가 있었다. 독일과 이탈리아는 1960년대와 70년대 다른 나라와 마찬가지로 언론 보도의 선정적인 내용(sensationalization)이 증가했지만 1990년대를 기점으로 오히려 선정적인 보도가 감소했다. 자국 뉴스의 스캔들 보도 역시 영국, 미국, 이탈리아, 스위스가 전반적으로 증가했지만 독일은 1970년대부터 오히려 감소했다.

뉴스 가치나 속성과 관련된 이들 연구에서 알 수 있는 점은 뉴스 가치란 절대적 기준을 갖기보다 사회적 조건과 시대에 따라 다르게 나타날 수 있고, 각국의 여러 언론들은 주요 뉴스 가치를 다르게 판단할 수 있다는 것이다. 어떤 사건이 발생한 이후 저널리스트나 언론이 그 사건의 뉴스 가치를 판단하고 언론 보도가 최종적으로 이뤄지기까지의 과정은 슈메이커와 리즈의(Shoemaker & Reese, 1996) 설명처럼 언론인의 가치관, 미디어 관행, 조직, 광고나 권력, 이데올로기 등이 복합적으로 반영된다. 저널리스트가 세계를 바라보는 시각은 그 저널리스트의 젠더, 인종, 사회적 위치, 교육 수준 등이 영향을 미칠 수밖에 없는 사회 구조적 환경의 산물이다. 언론 보도는 수많은 사건 가운데 선택할 수밖에 없기 때문에 미디어 관행을 통해 형식화되고 효율적인 작업이 이뤄진다. 또한 미디어 조직은 이윤을 남겨야 한다는 경제적 논리가 작동한다. 그래서 미디어 조직은 광고나 권력 등 외적 요소의 영향력과 조정 과정을 거칠 수밖에 없다. 이처럼 언론사가 선택하는 뉴스란 미디어 조직과 정치, 사회, 경제 등 외적 요소의 복합적 산출물이다. 그래서 뉴스 가치란 그 사회나 시대가 어떠한지에 따라 달라질 수밖에 없는 속성을 갖고 있다.

한편 온라인 저널리즘 환경의 뉴스 가치는 전통적 저널리즘에서 중시했던 가치와 또 다르

게 나타난다. 즉, 전통적 저널리즘에서 언론사 중심의 게이트키퍼 구조에 의해 결정되던 뉴스 가치와 달리 온라인 저널리즘 환경에서는 뉴스 이용자의 선택이 무엇보다 중요해졌다. 하킵과 오네일(2017)은 앞서 언급한 뉴스 가치에 관한 그들의 2001년 연구 결과를 분석틀로 2014년 영국의 10개 신문사의 711개 언론 보도와 소셜 미디어의 랭킹 상위권에 나타난 뉴스 가치를 비교했다. 신문사들이 자주 다루는 뉴스들은 나쁜 뉴스, 서프라이즈, 엔터테인먼트, 후속 보도, 파워 엘리트, 수용자 관련성, 규모(magnitude), 유명 인사, 좋은 뉴스, 신문사 의제 순이었다. 하지만 소셜 미디어에서 사람들이 주목하는 뉴스들은 엔터테인먼트, 서프라이즈, 나쁜 뉴스, 후속 이야기, 수용자 관련성, 규모, 좋은 뉴스, 유명 인사, 파워 엘리트, 신문사 의제 순으로 나타났다. 언론사가 중시했던 뉴스 가치와 소셜 미디어에서 사람들이 주목했던 뉴스는 공통적으로 나쁜 뉴스, 엔터테인먼트, 서프라이즈가 상위에 랭킹된다는 특징이 있었다. 그러나 순위는 다소 차이가 있었고, 소셜 미디어에서 파워 엘리트의 순위는 9위로 언론이 다루는 뉴스 순위 5위보다 밀리고 있었다. 이점은 미디어가 중시하는 뉴스 가치와 뉴스 수용자가 주목하는 뉴스 가치에 괴리가 존재할 수 있음을 시사한다.

클라크와 마치(Clark & Marchi, 2017)의 연구 역시 온라인 저널리즘 환경에서 성장한 젊은 세대가 언론이 판단한 뉴스 가치를 수용하는 것이 아니라 각자의 입장에서 관심 있거나 필요한 뉴스를 선택하고 공유하거나 의견을 덧붙인다는 점을 보여준다. 클라크와 마치는 2006년부터 10년간 민속지학적 조사를 통해 미국의 젊은 세대에겐 뉴스란 무엇인지를 조사했다. 젊은 세대는 <뉴욕 타임스>나 <CNN>처럼 레거시 미디어(legacy media)를 직접 이용하는 대신에 페이스북이나 트위터 같은 소셜 미디어를 통해 뉴스를 접하고, 의견을 덧붙여 사람들과 공유하거나 토론(produsing = producing + using)한다. 클라크와 마치는 이것을 정확한 이야기(accuracy story)를 중시했던 전통적 저널리즘과 구별해서 연결적 저널리즘(connective journalism)이라고 명명했다. 젊은 세대 뉴스 이용자들은 소셜 미디어를 통해 그 시점에 발생한 사건들 가운데 무엇이 중요하고 어떻게 느껴야 하는지에 대한 관점을 서로 공유하고, 분노, 혐오, 기쁨 등의 정서를 표출한다. 또한 이들은 수동적으로 뉴스를 소비하는 것이 아니라 자신을 뉴스 이야기 속에 투사하며 새로운 이야기 만들기에 적극 참여한다.

클라크와 마치의 연구를 보면 온라인 저널리즘 환경에서 성장한 뉴스 이용자들에게 뉴스 가치란 갠스(1979/2004)가 과거의 미국 주요 언론사의 언론보도를 중심으로 분석했던 뉴스 가치 결과와 차이가 클 수 있다. 임영호(2013) 역시 뉴스 가치란 시대 상황에 따라 달라질 수 있는 상대적 기준에 불과하다는 점을 지적한다. 언론사는 뉴스 이용자의 선택을 중심으로 뉴스 가치를 판단하며 인간적 흥미를 복돋우는 기사, 실생활에 도움이 되는 기사가 뉴스 가치로 새로이 부각

된다는 것이다.

뉴스 이용자들을 기준으로 뉴스 가치를 판단하면 우선 뉴스의 뉴스 이용자와 해당 뉴스의 관련성을 언급하지 않을 수 없다. 맥콤스(McCombs)는 의제설정 효과가 발생하는 이유 중 하나로 이용자와 해당 이슈의 관련성을 지적했다. 즉, 사회적 이슈가 뉴스 이용자의 이해관계와 관련될 때 뉴스 이용자들은 해당 이슈를 주목한다(McCombs, 2004). 또한 뉴스 이용자들의 뉴스 선택은 이념 성향에 따라 이뤄지며 가치를 갖기도 한다. 가령, 영화 <화씨 9/11(Fahrenheit 9/11)>이 개봉되었을 때 사람들은 정치 성향에 따라 관람 여부를 선택했다. 당시 미국 대통령이었던 부시 대통령에 비판적이었던 사람들은 그렇지 않은 사람들보다 이 영화를 더 많이 보고, 부시 행정부에 비판적인 영화 의견을 더 적극적으로 표출했다(Knobloch-Westerwick & Meng, 2011; Stroud, 2007, 2010). 이런 점을 본다면 사람들은 자신이 가진 정체성이나 이념적 성향과 유사한 뉴스는 선택하지만, 반대 속성의 뉴스는 선택하지 않는 선택적 정보 노출과 기피가 나타날 수 있다.

그런데 뉴스 이용자 중심의 뉴스 가치 판단은 뉴스 이용자들에게 필요한 뉴스를 제공할 수 있다는 장점도 있지만 저널리즘의 질적 하락을 가져올 수밖에 없다는 한계점 역시 분명 존재한다. 칼스네스와 라슨(Kalsnes, & Larsson, 2018)은 소셜 미디어인 페이스북과 트위터에서 주로 공유되는 뉴스의 속성을 분석했다. 2014년 11월부터 1년간 노르웨이인들이 소셜 미디어를 통해 공유하거나 리트윗한 4개 언론사의 뉴스를 보면 아동 학대, 부모 이혼, 마약, 질병, 이슬람 테러, 유명 인사 이야기처럼 주로 선정적 내용이 많았다.

오늘날 한국 사회에서 뉴스 이용자들이 가장 많이 활용하는 매체는 포털 뉴스이지만(한국 언론진흥재단, 2019), 포털 뉴스의 연성화와 질적 하락에 관한 문제제기는 그동안 계속 이뤄졌다. 송해엽과 양재훈(2017)은 2004년부터 2017년까지 포털 뉴스 기사를 분석했더니 사회 뉴스가 23%, 경제 뉴스 21%, 연예 뉴스 16%, 스포츠 뉴스 12%로 포털 뉴스가 연성화 경향이 뚜렷하다고 지적한다. 김위근(2014)은 포털의 뉴스 캐스트를 분석했더니 사회 뉴스 23%, 연예 뉴스 15%로 높은 비중을 차지했으며, 뉴스 제목을 선정적으로 자주 변경하는 어뷰징(abusing)이 기사 1개당 평균 1.32회가 나타났다고 말한다. 김위근, 김성해, 그리고 김동윤(2013)은 2012년 네이버 뉴스 캐스트 분석을 통해 선정적이고 자극적인 기사 제목과 기사의 비중이 높아지면서 뉴스의 질이 낮아졌다고 비판한다. 이처럼 오늘날 한국 사회에서 포털 중심의 뉴스 유통 환경은 뉴스의 연성화와 선정성을 강화하는 결과를 낳았다.

포털 뉴스에서 저널리즘 기능이 약해지는 이유 가운데 하나는 포털과 언론사가 상업성에만 주목한 나머지 저널리즘 가치나 뉴스 이용자의 뉴스 선택 기준을 협소하게 판단한 결과물일 수도

있다. 물론 뉴스의 선정성은 사람들의 뉴스 클릭을 높이는 주요 방법이 될 수 있다. 하지만 뉴스 이용자들이 뉴스를 선택하거나 기피하는 이유는 다양하게 존재한다. 슈뢰더와 라센(Schröder & Larsen, 2010)은 덴마크 사람들이 한 주 동안 가장 많이 보았던 뉴스 매체와 깊이 있다고 판단한 뉴스 매체를 조사한 바 있다. 뉴스의 깊이에 대해 물었을 때 조사 대상자들은 신문(28%), 주요 덴마크 TV 채널들(24%), 덴마크 TV의 시사 프로그램(14%), 인터넷 뉴스 사이트(9%) 등으로 나타났다. 즉, 뉴스 이용자들은 온라인 뉴스가 전통적 뉴스 매체에 비해 심층성이 부족하다고 지각하며, 이것이 해당 매체의 뉴스 기피로 이어질 수 있다.

이준웅(2010)은 언론이 정치, 경제, 교육, 종교 등의 다른 체계와 구별되는 고유의 속성을 갖고 있다고 지적한다. 언론은 우리 사회에서 무엇이 문제이고, 왜 그것이 문제인지에 관한 정보를 제공함으로써 갈등을 조정하고 문제를 예방하거나 해결할 수 있는 공론장의 역할을 할 필요가 있다. 하지만 언론이 경제적 어려움을 극복하기 위한 방안으로 언론의 가치 창출보다 비용 효율화나 돈벌이, 권력 추구로 나아갈 때 언론은 본연의 기능을 상실하고 다른 체계에 식민화되는 결과를 낳을 수밖에 없다는 점을 그는 우려한다. 온라인 저널리즘 환경에서 언론의 질을 높이는 방안으로 뉴스의 심층성을 살릴 수도 있다. 김사승(2008)은 인터넷 뉴스가 전통적인 뉴스와 달리 하이퍼텍스트를 통해 주석적 뉴스를 생산할 수 있고, 그 결과로 더 깊이 있는 뉴스가 가능하다고 말한다. 김경희와 이소현(2011)은 <로이터 통신(Reuters)>과 <CNN>의 온라인 뉴스가 맥락적 정보를 풍부히 제공하고 수용자와 소통하려는 시도를 통해 뉴스의 질을 높이려는 시도가 나타난다고 말했다. 이처럼 저널리즘의 가치가 실종되는 온라인 저널리즘 환경에서도 사실 온라인 저널리즘이 갖고 있는 심층성과 같은 속성을 발굴하면 언론 본연의 역할을 살릴 수 있는 방안이 될 수 있다.

이 연구는 뉴스 이용자들의 뉴스 선택 과정에서 뉴스 매체가 제시하는 콘텐츠를 뉴스 이용자가 어떻게 선별적으로 수용하며 결과적으로 뉴스 매체 선택에 어떻게 영향을 미칠 수 있는지를 살펴보고자 한다. 또한 뉴스 이용자의 유형을 좀 더 세분화된 영역으로 분류를 시도하고자 한다. 이를 통해 다매체 환경에서 저널리즘적 가치를 살리기 위해서는 콘텐츠 측면에서 뉴스 이용자들에게 어떻게 소구해야 할지를 논의하고자 한다.

3. 연구 문제 및 연구 방법

1) 연구 문제

종이신문, 라디오, TV처럼 전통적인 매체가 기술의 발달로 사라지고 새로운 매체로 대체될 듯

했지만, 많은 사람들은 스마트폰, PC 등을 활용하면서도 여전히 전통적인 매체를 찾고 있다. 반면 SNS나 유튜브처럼 새로운 온라인 플랫폼이 지속적으로 등장하는 환경 속에서 사람들은 포털 뉴스를 계속 이용하기도 하지만 새로운 뉴스 플랫폼으로 이동하기도 한다. 이 연구는 다양한 매체 환경 속에서 사람들이 왜 특정 매체와 콘텐츠를 선택하는지 그 과정과 뉴스 이용 유형을 알아보고자 한다. 또한 매체와 콘텐츠의 선택은 지속, 변화가 어떻게 이뤄지는지를 살펴보고자 한다. 다매체 환경에서 사람들의 특정 매체, 플랫폼, 뉴스 콘텐츠를 선택하는 이유와 뉴스 선택 과정을 살펴보는 것은 뉴스 이용이 사회적 맥락에서 사람들의 관습, 정보 활용 특징, 사회적 활동 등이 반영될 수 있기 때문이다.

이 연구는 뉴스 이용자에 대한 심층 인터뷰를 통해 전통적 매체와 새로운 매체의 차이점이 무엇인지를 뉴스 이용자의 시각에서 분석하고자 한다. 또한 뉴스 이용자들의 뉴스 플랫폼과 콘텐츠 선택과 이동이 발생하는 이유를 사회적 맥락에서 파악함으로써 뉴스의 존재 가치를 높이기 위해서는 어떠한 방향으로 뉴스 콘텐츠 소구가 이뤄져야 할지를 알아보하고자 한다.

연구 문제 1. 다매체 환경에서 뉴스 이용자들이 뉴스 매체와 콘텐츠를 선택하는 이유와 과정은 어떠한가?

연구 문제 2. 다매체 환경에서 뉴스 이용자들의 뉴스 이용 유형은 어떠한가 그것의 구체적 속성은 무엇인가?

2) 연구 방법

(1) 질적 연구방법으로 살펴보는 이유

다매체 환경에서 뉴스 이용자들의 뉴스 소비를 파악하는 방법은 설문조사도 있다. 실제 여러 언론 관련 기관에서 매체 이용이나 뉴스 이용 행태에 관한 서베이는 지속적으로 이뤄지고 있다. 가령, 정보통신정책연구원(2020)은 사람들이 2019년을 기준으로 이용하는 매체에 관한 조사를 한 바 있다. 그 결과에 따르면 우리나라 사람들은 TV를 평균 약 3시간 시청하며 가장 많이 이용했다. 다음으로 유무선 전화기 2시간, 컴퓨터 1시간 9분, 종이 매체 29분이 뒤를 이었다. 한국언론진흥재단(2019)의 한국언론연감은 <2018 언론수용자 의식조사> 결과를 인용해서 종이신문 정기 구독률이 9.5%이지만 다양한 매체를 통한 결합 열독률은 약 80% 가량 된다고 한다. 인터넷 이용 현황 역시 코리아 클릭 자료를 인용해 2019년 6월 기준으로 포털 뉴스의 순 이용자 숫자가

17,759,501명(PC), 8,246,876명(모바일)으로 뉴스 소비의 절대적인 강자임을 확인시키고 있었다(53쪽). 텔레비전 뉴스 이용률 역시 82.8%에 하루 평균 이용 시간이 44.3분으로 나타났다(230쪽). 그런데 이들 연구가 사람들의 매체 이용과 뉴스 이용에 관한 현황을 결과 추이로 말하고 있지만 사람들이 매체와 뉴스를 선택할 때 전통적인 매체와 새로운 매체 사이에서 혹은 플랫폼이나 콘텐츠 사이에서 어떠한 교섭(negotiation) 과정을 통해 이뤄지는지를 제대로 설명하지는 못했다. 뉴스 이용자들이 왜 전통적 매체를 고수하거나, 왜 새로운 매체나 특정 콘텐츠를 선택하는지 제대로 설명하지 못했다. 특정 매체의 속성과 뉴스 콘텐츠의 특징을 뉴스 이용자의 시각에서 제대로 설명하는데 한계가 있었다.

사람들이 뉴스를 이용할 때 무엇을 뉴스로 인식하는지 뉴스에 관한 특징 연구는 실증적으로 이뤄졌다. 임영호, 김은미, 김경모, 그리고 김예란(2008)의 연구에서는 요인 분석을 통해 온라인 이용자들은 뉴스의 속성을 정보 제공, 공정/심층/해설, 재미/토론, 계몽으로 이해하고 있으며 뉴스 이용량에 따라 다르게 나타나는 뉴스관의 관계를 밝힌 바 있다. 문화적 속성에 관해서도 김예란 외(2008)는 인구 통계학적 속성에 따라 뉴스 소비 유형을 전통적 종합형, 사이버 토론형, 온라인 이슈형, 유희형이 있다는 점 등을 설명했다. 최지향(2018) 연구 역시 설문조사를 통해 온라인 뉴스 환경에서 사람들이 뉴스를 선택하는 단서를 뉴스 배치 방식, 뉴스 출처, 추천수 등을 변수로 살펴보았다. 이들 실증적 연구 방법은 새로운 매체 환경에서 사람들이 생각하는 뉴스의 속성이 무엇인지를 밝혀줄 수 있었다.

그런데 뉴스 이용자들이 뉴스 매체, 플랫폼, 콘텐츠 등을 선택하는 과정에서 사회적 조건과 맥락이 어떻게 작용하는지를 살펴볼 필요가 있다. 뉴스 이용이 일종의 문화라는 관점(Allan, 2010)에서도 뉴스 이용의 각 단계와 과정 속에 담긴 사람들의 인식이 무엇인지를 보다 섬세하게 분석할 필요가 있다. 가령, 김은미, 심미선, 김반야, 그리고 오하영(2012)은 스마트 미디어의 이용이 일상 경험에 어떠한 변화를 가져오는 지에 관해 포커스 그룹 인터뷰(FGI)를 통해 수량으로 나타낼 수 없는 경험과 인식을 설명한 바 있다. 강주현과 임영호(2019) 역시 근거이론 방법론으로 온라인 공간에서 토론이 어떻게 전개되며 여론의 지속과 변화는 어떠한 이유로 달라질 수 있는지에 관한 과정을 제시한 바 있다.

질적 연구는 이처럼 수량으로 나타내기 어려운 사람들의 인식을 살펴보거나 사람들의 행위가 어떠한 과정을 통해 이뤄지는지 알아보는 데 유용하다. 또한 뉴스 이용이라는 혼란 주제 속에서도 왜 다매체 환경에서 기술의 발달과 별개로 특정 뉴스를 선택하는지 사회적으로 문화적으로 살펴보는 것은 뉴스 선택 과정의 탐색적 연구에 가깝다. 그래서 이 연구는 심층 인터뷰와 근거이론 분석 방법론과 같은 질적 연구방법을 선택했다. 질적 연구방법은 계량적 연구방법과 달리 해

석적 탐구 방법으로 연구 대상을 직접 관찰하는 연구이기 때문이다. 질적 연구는 주로 어떤 쟁점에 관한 사회적 상황, 사람들의 행위의 의미를 행위자 시각을 중심으로 구성해서 전체적 그림을 이해하고 해석하고자 할 때 쓸 수 있다(Creswell, 2007/2010). 이 연구는 뉴스 이용자들의 일상 속에서 뉴스와 관련된 그들의 경험 세계와 가치관을 이해하고, 뉴스의 선택이라는 사회적 현상이 어떻게 생성되는지를 사회적 맥락에서 살펴본다는 점에서 질적 연구 방법이 가진 강점을 활용하고자 한다.

(2) 심층 인터뷰

이 연구가 질적 연구방법 가운데 심층 인터뷰 방법을 선택한 이유는 뉴스 이용자들의 경험과 인식, 뉴스 이용 변화 과정에 대한 탐색적 연구가 필요하다는 판단 때문이었다. 다매체 환경에서 뉴스 선택의 중요한 속성은 각자 이용하는 매체와 이용자의 사회 구조적 맥락적 환경에 따라 의미가 다를 수 있다고 보았다. 사이드먼(Seidman, 2006/2009)은 심층 인터뷰를 하는 이유가 “사람들의 생생한 경험과 그 경험으로부터 만들어내는 의미를 이해”(31쪽)하기 위함이라고 말했다. 이런 점을 생각하며 뉴스 이용자들의 뉴스 매체와 콘텐츠 선택의 의미를 구체적으로 파악하기 위해서는 뉴스를 많이 이용하는 사람들을 만나 개별적으로 인터뷰를 통해 그 의미를 파악하는 것이 필요하다. 그래서 이 연구는 뉴스 이용자에 대한 심층 인터뷰를 통해 뉴스 이용자들이 매체의 특성과 뉴스의 속성을 어떻게 이해하며, 뉴스 선택 과정이 어떻게 달라질 수 있는지 알아보고자 했다.

Table 1. In-depth Interviewee Information

Interviewee	Age	Job	Gender	Main news media
A	24 (born 96)	university student	F	portal news
B	23 (born 97)	university student	F	portal news
C	34 (born 86)	university instructor	M	radio, podcast
D	26 (born 94)	university student	F	radio, portal news
E	27 (born 93)	university student	F	TV news, portal news
F	25 (born 95)	university student	M	portal news
G	30 (born 90)	graduate student	M	portal news, YouTube
H	40 (born 80)	instructor at private educational institute	M	podcast, twitter
I	41 (born 79)	housewife	F	TV news, portal news
J	52 (born 68)	housewife	F	TV news, online news
K	52 (born 68)	director at private educational institute	M	TV news
L	58 (born 62)	social worker	F	newspaper
M	68 (born 52)	self-employment	M	newspaper, YouTube

심층 면접 대상자 찾기는 주변 사람들부터 시작해서 뉴스를 지속적으로 많이 이용하는 사람들을 탐문하는 형태인 '눈덩이(snow ball)' 표집 방식으로 시작했다. 물론 뉴스 이용자의 다양한 매체 활용과 관련된 특성을 알아보기 위해 신문, 라디오, 텔레비전, 포털 뉴스, 유튜브, 뉴스 큐레이션 등의 뉴스 레퍼토리를 물어보고, 인터뷰 대상자가 고루 분포할 수 있도록 조정해서 인터뷰 섭외를 했다. 그런데 인터뷰 대상자 섭외 과정에서 포털 뉴스 이용자를 찾기는 어렵지 않았지만 젊은 층에서 신문 이용자를 찾기가 쉽지 않아 신문 이용자는 장년층에서 찾을 수밖에 없었다.

이 연구의 1차 인터뷰는 2019년 3월부터 5월까지 8명의 뉴스 이용자들을 대상으로 이뤄졌다. 하지만 1차 인터뷰에서 세대별 차이를 분석할 필요성이 제기되었다. 가령, 20대는 종이 신문 이용자를 찾기 어려웠지만 60대에서 종이 신문 이용자를 찾기는 상대적으로 쉬웠다. 또한 1차 인터뷰에서 20대와 30대에 치우친 조사가 다른 세대인 40대와 50대의 다른 사회적 맥락 속에서 이뤄지는 뉴스 선택 과정을 설명하기에 한계가 있다는 판단을 했다. 그래서 2019년 12월과 2020년 1월까지 중장년층 5명을 추가로 인터뷰 했고, 인터뷰 대상자는 총 13명이었다.

인터뷰를 시작하기 전에 인터뷰 대상자의 말문을 트기 위해 간단한 라포 형성 시간을 가졌고, 본격적인 질문을 시작했다. 연구자는 인터뷰 대상자에게 최근 본 뉴스는 무엇이며, 어떤 매체를 통해 보았으며, 어떠한 생각이 들었는지를 질문하며 인터뷰 대상자가 최근 경험을 잘 떠올려 진술할 수 있도록 인터뷰를 했다. 그 과정에서 주로 이용하는 매체와 거기서 본 뉴스가 구체적으로 드러났고, 그것에 관한 추가 질문을 계속 하였다. 또한 뉴스 콘텐츠에서 주목하는 속성이 무엇인지에 관한 인식과 경험을 직접적으로 물었다. 인터뷰 시간은 라포 형성 시간을 포함해 보통 2시간 전후였고 인터뷰 대상자로부터 새로운 내용이 없을 때 인터뷰는 마무리 되었다. 13명의 인터뷰를 했을 때 더 이상 새로운 이야기가 나오지 않는 이론적 포화 상태가 되었다는 판단이 들었고 추가 인터뷰를 중단하고 인터뷰 자료를 분석했다(Seidman, 2006/2009). 이 연구에서 인터뷰한 대상자와 대상자의 특징은 위의 <Table 1>과 같다.

(3) 근거 이론적 분석

이 연구는 심층 인터뷰를 통해 수집한 자료를 근거이론 방법으로 분석했다. 근거이론 연구방법은 인터뷰나 관찰 등을 통해 수집한 자료를 다른 인터뷰에서 나타난 사건이나 경험, 관찰 자료와 비교 분석 함으로써 근거 개념들(concepts)을 만들고, 유사한 개념들을 모아 범주(categories)를 형성한 후, 다시 관련된 범주를 모아 범주적 특성(properties)으로 만들어간다. 1967년 글레이저와 스트라우스(Glaser & Strauss)에 의해 소개된 근거이론 방법은 철저히 선입견을 배제하고 수집된 자료를 통해 개념과 범주를 만들어가며 사회적 과정을 분석했다. 1990년 이후 스트라

우스와 코빈(Strauss & Corbin)은 근거이론 방법에서 입증(verification)을 더 강조하며 비교 방법을 발전시켜왔다(Charmaz, 2014). 근거이론 분석 방법은 자료를 바탕으로 행동과 상호 작용 등 어떤 현상의 과정(theory as process)을 설명할 때 유용한 접근 방법이다(Glaser & Strauss, 1999/2011). 이 연구는 다매체 환경에서 사람들이 특정 매체를 선택하는 과정, 그것을 지속하거나 병행, 대체하는 과정을 살펴보고자 한다. 그런 점에서 어떤 현상의 과정을 설명하기에 적합한 근거이론 분석 방법이 매체와 뉴스 이용 과정을 분석하는데 유용한 분석 방법으로 판단했다.

근거이론 방법으로 자료를 분석하는 과정은 우선 개방 코딩(open coding) 단계에서 자료에서 관찰할 수 있는 특징, 사건, 현상 등에 관한 자료들을 바탕으로 근거 개념들(concepts)을 만든다. 각 근거 개념들을 비교하며 유사한 속성들을 중심으로 그룹을 만들며 근거 개념을 추상화시키는 과정을 거치는데 이것을 범주화(categorizing)라고 한다. 이렇게 범주화 된 내용들은 다시 그룹화 과정을 통해 범주화 특성(properties)이 정리된다(Glaser & Strauss, 1999/2011; Strauss & Corbin, 1990). 다음으로 축 코딩(Axial coding) 단계에서는 개방 코딩 과정에서 만들어진 범주화 특성들을 근거이론의 패러다임 모델에 따라 배열한다. 근거이론의 패러다임 모델은 중심 현상(phenomenon), 그것이 발생한 원인(causal conditions), 맥락(context), 중재적 조건(intervening conditions), 상호작용(action/interaction strategies), 결과(consequences)를 통해 주목하는 어떤 현상의 과정을 설명해 줄 수 있기 때문이다(Strauss & Corbin, 1990). 마지막으로 선택 코딩(selective coding) 단계에서는 앞 과정에서 발견된 범주 특성의 차원적 범위(dimensional ranges)에 따라 그룹을 분류한다. 축 코딩 단계에서 나타난 중심 현상과 그것이 나타나는 과정을 특정 속성에 따라 분류하고 그것에 관한 스토리를 구성한다. 이를 통해 주로 말하고자 하는 가설이나 명제를 발달시킨다(Strauss & Corbin, 1990).

근거이론 연구방법은 최근 미디어 연구 분야에서도 활용되어 왔다(강주현·임영호, 2019; 성동규·염선규, 2013; 임영호·김정아, 2011). 가령, 강주현과 임영호(2019)는 온라인 공간에서 이뤄지는 토론과 여론 전개 양상을 근거이론 방법으로 분석해서 침묵의 나선 현상이 어떠한 과정을 통해 발생하고 어떻게 균열될 수 있는지에 관한 설명을 시도했다. 또한 이슈의 속성에 따라 다르게 나타날 수 있는 온라인 토론 양상의 유형화를 통해 온라인 공론장의 유형별 특징을 도출하고, 온라인 공론장이 활성화 될 수 있는 조건이 무엇인지 탐색한 바 있다. 이 연구 역시 뉴스 이용자에 대한 심층 인터뷰 결과를 바탕으로 뉴스 이용자들의 뉴스 선택 과정이 어떠한지를 근거이론 연구방법론으로 분석하고자 한다.

4. 연구 결과

1) 개방 코딩: 근거 자료의 범주화와 특성

근거이론 개방코딩 단계에서는 자료에서 근거 개념을 만들고, 각 개념을 비교를 통해 범주로 추상화시킨 후, 각 범주가 가진 특성을 정리한다(Strauss & Corbin, 1990). 여기서 근거의 개념이란(concepts) 자료에 포함된 생각을 나타내는 단어, 해석, 분석의 산물 등을 의미한다. 범주화(categorizing)는 낮은 수준의 개념들을 속성 간 비교를 통해 묶은 후 높은 차원의 개념으로 만드는 과정이다. 범주적 특성(properties)은 앞서 범주화한 높은 수준의 개념들이 가진 특징을 의미한다(Corbin & Strauss, 2008). 이 연구의 개방코딩 단계에서는 뉴스 이용자들을 대상으로 한 인터뷰 자료들로부터 진술과 특징을 개념화(100개)하고, 그것의 그룹화를 통해 추상화시켜 범주(42개)를 만든 다음, 각 범주를 다시 그룹화 과정을 통해 범주의 특성(17개)을 밝히고자 했다.

(1) 뉴스 선택 과정의 중심 현상

근거이론 방법론의 패러다임에서 중심 현상은 연구 과정에서 관찰할 수 있는 핵심적인 아이디어, 사건, 발생을 의미하며, 이것은 상호작용 등의 과정에 직접적으로 연관되거나 영향을 미칠 수 있다(Strauss & Corbin, 1990). 다매체 환경에서 뉴스 이용자들은 특정 뉴스 매체를 선호하고, 그 매체를 정기적으로 혹은 자주 이용한다. 반면 어떤 뉴스 이용자들은 오랫동안 익숙했고 많이 활용했던 뉴스 매체라 할지라도 현재에 그 매체의 필요성이 사라지기 때문에 더 이상 찾지 않는다. 이 연구에서 주목한 뉴스 선택 과정의 중심 현상은 <Table 2>에서 볼 수 있듯이 뉴스 이용자의 특정 뉴스 매체 선택 혹은 다른 뉴스 매체 선택이다.

우선 뉴스 이용자의 특정 뉴스 매체나 콘텐츠 선택 요인을 살펴보면 구조적으로 뉴스 이용자의 사회적 활동이나 맥락이 큰 영향을 미친다는 점을 알 수 있다. 즉, 뉴스 이용자들은 평소 각자의 사회적 환경 속에서 가장 익숙하고 활용이 쉬운 뉴스 매체를 선택해서 이용한다. 40대와 50대의 가정주부는 오전에 다른 가족 구성원들이 출근이나 등교 이후 자연스럽게 휴식하며 TV 뉴스를 본다. 자영업자는 가게에서 여가 시간에 매일 무료로 배달되는 신문을 펼쳐본다. 뉴스 이용자들은 또한 등교나 출퇴근할 때 각 교통수단에서 활용이 편리한 스마트 폰을 보거나 라디오 등을 듣는다.

다음으로 뉴스 이용자들은 각자의 관점과 유사하거나 이해관계에 도움이 되는 뉴스 콘텐츠와 매체를 선호한다. 전통적 매체의 경우 콘텐츠에 대한 특별한 거부감이 없다면 기존에 이용하

던 매체를 지속적으로 이용한다. 뉴스 이용자들은 또한 특별한 사회적 이슈가 발생하거나 그것에 관한 정보를 제대로 얻고 싶을 때 우선적으로 찾는 매체가 있다. 가령, 어떤 뉴스 이용자는 평소에 온라인 뉴스를 이용하지만 북미정상회담 혹은 대형사건/사고처럼 특정 이슈가 발생할 때 자세한 시청각 자료와 구체적인 정보를 얻기 위해 TV 뉴스를 찾는다.

그런데 어떤 뉴스 이용자들은 다매체 환경에서 기존에 활용해왔던 특정 매체의 뉴스를 적게 이용하거나 다른 뉴스 매체를 탐색한다. 그 이유는 우선 뉴스 이용자들이 각자의 사회적 환경이 달라지면서 과거에 자주 이용하던 매체를 쉽게 확보하기 어렵기 때문이다. 가령, 대학생들은 가정에서 TV를 볼 수 있었지만 자취 생활을 하는 경우 컴퓨터나 스마트폰이 TV를 대신할 수밖에 없다. 또 뉴스 이용자들의 사회 활동이 바깥 활동을 중심으로 재편될 경우 이용할 수 있는 매체로 신문이나 텔레비전은 한계를 가질 수밖에 없다. 그래서 뉴스 이용자들은 과거에 많이 활용했던 전통적 매체에서 벗어나 쉽게 활용 가능한 다른 뉴스 매체를 탐색한다. 한편 뉴스 이용자들은 선택할 수 있는 매체나 플랫폼이 많기 때문에 콘텐츠의 질이나 성향 역시 이용 매체를 변경하는 주요 원인이 된다. 가령, 과거에는 깊이 있는 정보를 습득하기 위해 신문을 활용할 수밖에 없었지만 오늘날은 굳이 신문이 아니라도 활용 가능한 매체가 무수히 많다. 전통적인 주류 뉴스 매체의 콘텐츠 성향에 대한 뉴스 이용자들의 불신은 전통 매체에 대한 의존도를 떨어트리며 다른 매체를 탐색하도록 촉진하는 배경이 된다.

Table 2. Central Phenomenon of the News Selection Process

Concepts	Categories	Properties
I watch TV news every morning after my family goes out.	Daily media consumption	Selection of specific news media
The newspaper is delivered free of charge to my store and I read it.		
Whenever I have time, I look at my smartphone.		
I use radio/podcast/TV when I do other things at the same time.		
I use a platform with a lot of news content similar to my perspective.	Preference for specific news media	
I always look for TV news when there is a particular issue.		
Currently, there is no TV, so it is replaced with a computer or smartphone.	Search for easy to use media	Explore other news media
I need a medium that can be used in parallel with other work.		
I need a medium that can be used at the desired time and speed.		
Currently, there are many media and content available to view the news.	Weakened dependence on traditional media	
I lack trust in traditional mainstream news media.		

(2) 뉴스 매체 선택 과정의 중심 현상이 나타나는 원인

근거이론 방법론의 패러다임에서 원인(causal conditions)은 중심 현상이 발생하도록 하거나 그것을 유도하는 사건(events, incidents)을 말한다(Strauss & Corbin, 1990). 뉴스 이용자들이 주로 이용하거나 선호하는 매체나 콘텐츠는 제 각기 다르다. 이 연구에서 뉴스 이용자들의 특정 뉴스 매체 결정에 영향을 미치는 가장 큰 요인은 <Table 3>에서 볼 수 있듯 오래된 매체 이용 습관, 이용하기 쉬운 미디어 특징, 특정 뉴스 미디어의 불편함이 있었다.

뉴스 이용자들의 매체 이용은 어린 시절부터 각 가정에서 주로 이용하던 매체의 영향을 많이 받았다. 어린 시절 가정에서 텔레비전을 많이 시청했던 뉴스 이용자들은 성인이 된 이후에도 TV를 찾았다. 60대의 한 뉴스 이용자는 20대 초반부터 공무원 생활을 시작했는데, 그 때부터 40년 가까이 신문을 보는 습관이 들어 현재에도 신문을 본다고 했다. 뉴스 이용자들은 주로 이용하는 매체가 전통적 매체에서 컴퓨터나 스마트폰처럼 달라지더라도 오랫동안 이용하던 매체의 속성과 유사한 속성의 플랫폼을 이용했다. TV를 주로 이용했던 뉴스 이용자는 온라인 공간에서 유튜브나 넷플릭스 같은 영상 플랫폼을 선호했고, 라디오를 자주 청취했던 가정에서 성장한 뉴스 이용자들은 팟캐스트처럼 청각에 소구하는 매체 플랫폼을 찾았다.

뉴스 이용자들은 각 가정에서 식사 시간이나 휴식 시간에 뉴스와 관련된 이야기를 가족과 함께 나누며 특정 뉴스 매체에 친숙해졌다. 어떤 뉴스 이용자는 스포츠에 관심이 없었지만 가정에서 남편과 아들의 영향으로 현재는 스포츠 뉴스를 자주 보게 되었다. 이런 점에서 뉴스 이용자들의 매체 이용 습관은 가정이나 직장이라는 삶의 맥락 속에서 형성되었고, 오랫동안 특정 뉴스 매체나 콘텐츠 선택에 영향을 미쳤다.

뉴스 이용자들이 특정 매체의 뉴스를 이용하는 또 다른 이유로 매체 이용의 편리함을 들 수 있다. 이 연구의 뉴스 이용자들은 매체 접근의 용이성, 다른 일과 병행 가능하다는 점 때문에 특정 매체를 이용했다. 어떤 뉴스 이용자는 늘 이동하며 수시로 스마트폰을 꺼내어 이용하고 싶은 뉴스 플랫폼을 찾거나 콘텐츠를 검색한다. 가정에서 주로 생활하는 뉴스 이용자는 텔레비전 접근이 용이하기 때문에 수시로 텔레비전을 볼 수 있다. 어떤 뉴스 이용자는 과거에 비해 신문을 주변에서 쉽게 접하기 어렵다보니 신문 자체를 과거보다 덜 보게 된다고 말했다.

뉴스 이용자들은 이용의 편리성 가운데 다른 일과 병행하며 이용할 수 있는 매체의 속성 역시 중요 요소로 꼽았다. 뉴스 이용자들은 퇴근 후 식사를 하면서 TV 뉴스를 시청했고, 승용차로 이동하며 시사 라디오를 청취했다. 뉴스 이용자들은 지하철을 통해 이동할 때 스마트 폰의 포털 뉴스를 이동과 병행할 수 있는 매체 플랫폼이 되었다. 어떤 뉴스 이용자는 시사 유튜브를 들으면서 수면에 들곤 했다. 이처럼 뉴스 이용자들은 단일한 매체 이용에 집중하기보다 멀티 활동의 맥

락 속에서 가볍게 뉴스 매체를 이용했다.

한편 뉴스 이용자들은 특정 매체를 이용하지 않는 이유로 그 매체를 이용하기 불편한 속성을 거론했다. 어떤 뉴스 이용자는 종이 신문의 경우 집중해서 보고 있을 시간 여유가 없다는 점 때문에 비빨수록 신문을 외면한다고 했다. 다른 뉴스 이용자는 포털 뉴스를 볼 때 인터뷰처럼 긴 기사가 나오면 대체로 스크롤하며 자세히 읽지 않고 핵심만 찾아서 본다고 했다. 또한 뉴스 이용자들은 매체의 속성이 갖는 번거로운 요소도 특정 매체를 찾지 않는 이유로 지적했다. 가령, 라디오의 경우 원하는 특정 내용을 찾아 청취하고 싶은데, 그것을 검색하거나 찾기가 쉽지 않다. 즉, 어떤 뉴스 이용자들은 뉴스 이용이 삶에서 부수적인 활동에 불과했고, 뉴스 이용에 과도한 시간이나 에너지 집중을 원하지 않았다. 뉴스 이용자들은 원하는 정보나 콘텐츠를 빨리 찾고 그것만 보기를 원했다.

Table 3. The Causes of the News Selection Process

Concepts	Categories	Properties
Since childhood, my parents have turned on the radio in the morning to listen to it.	A news medium that has been familiar for a long time	Media usage habits
I am used to reading newspapers from my early 20's to my 60's as a civil servant.		
My father used to turn on TV news all the time, so I watched it.		
When my parents watch TV news, I watch two or three news items 2~3 times a week.	Use with family	
Families talk about public issues dealt with on TV/radio at home		
I often watch sports news due to family influence.		
Portal news is familiar with existing mail or portal services.	Ease of access	Easy-to-use media characteristics
I only read the newspaper when I'm next to it.		
I don't listen to radio news because I don't have a radio.		
If I stay at home for a long time, it is easiest to use TV.	Can be combined with other tasks	
TV news, current affairs radio, and podcasts are available in parallel with other work.		
Portal news is convenient to use when moving.		
Turning on YouTube and lying down before bedtime	Lack of time	Inconvenient news media
No time to read the newspaper.		
Not all interviews are viewed on portal news.		
Radio is inconvenient to search.	Hassle	
Finding and choosing podcasts is a hassle.		

(3) 중심 현상에 영향을 미치는 맥락적 조건

근거이론 방법론의 패러다임에서 맥락(context)은 사건의 장소, 시간, 방법처럼 중심 현상에 포

관될 수 있는 범주적 특성을 의미한다(Strauss & Corbin, 1990). 이 연구의 뉴스 이용자들은 특정 매체, 플랫폼이나 콘텐츠를 이용할 때 그 매체의 특징이나 장점을 언급했다. <Table 4>에서 볼 수 있듯이 뉴스 이용자가 인지하는 특정 매체의 특징은 뉴스 매체나 콘텐츠를 선택하는 맥락을 제공했다.

종이 신문 이용자들은 종이 신문이 내용 전달에서 상세할 뿐만 아니라 깊이가 있고, 구체적으로 제시하는 데이터가 설득력이 있다고 말한다. 어떤 뉴스 이용자는 사회적 이슈에 관한 사실 관계를 정확히 알고 싶을 때 신문을 찾았다. 라디오/팟캐스트 이용자들은 이 매체나 플랫폼이 이용자들에게 사회 이슈에 관한 심층 정보를 제공한다고 주장했다. 시사 라디오 프로그램은 특정 이슈와 관련된 사람들을 인터뷰하거나 전문가 초청으로 특정 이슈에 관한 다양한 시각과 정보를 제공한다는 것이다. 팟캐스트 이용자들 역시 팟캐스트가 '우리 편'처럼 같은 시각에서 특정 이슈에 대한 진실과 팩트가 무엇인지 크로스 체킹을 하며 심층 이해를 돕는다고 말한다.

텔레비전 뉴스 이용자들은 텔레비전 뉴스의 흐름대로 시청하면 그 날 있었던 여러 이슈를 자연스럽게 접할 수 있고, 텔레비전 뉴스가 어려운 주제를 그림이나 도표 등의 자료화면으로 쉽게 설명해준다고 말했다. 또한 특정 이슈가 있을 때 텔레비전 뉴스는 집중 보도나 특집 편성을 통해 심층적인 정보를 제공한다고 텔레비전 뉴스 이용자들은 말한다. 이처럼 텔레비전 뉴스 이용자들은 텔레비전 뉴스의 특징으로 다양성, 쉬운 이해, 주요 사건에 대한 심층 정보를 제공한다는 점을 언급했다.

포털 뉴스 이용자들은 포털 뉴스의 특징으로 직접 정보 탐색과 특정 뉴스나 사회적 이슈에 관한 여론 파악이 가능하다는 점을 언급했다. 포털 뉴스 이용자들은 포털의 개별 뉴스 길이가 짧지만 사진이나 그림이 많기 때문에 이해가 쉽고, 심층성 역시 여러 뉴스를 모아서 보거나 검색을 통해 보완할 수 있다고 말한다. 또한 포털 뉴스 이용자들은 포털 뉴스의 댓글을 통해 특정 이슈에 관한 여론을 파악한다. 한편 정치 유튜브 이용자들은 유튜브가 알고리즘에 따라 각자의 정치 성향에 맞는 콘텐츠를 제공해준다고 말한다. 이들 이용자는 정치 유튜브가 내용도 길고 채널도 많기 때문에 알고리즘을 통해 여러 채널들을 보면 특정 이슈에 관한 정보를 충분히 소화할 수 있다고 주장한다.

Table 4. The Context of the News Selection Process

Concepts	Categories	Properties
Newspapers are needed when I want to know the facts in detail.	Detailed and accurate newspaper	Advantages of mainly used media
The newspaper specifically presents compelling data.		
Radio provides in-depth information through daily interviews or invitations from experts	Radio/podcast In-depth information	
Podcasts provide cross-checking from our perspective		
TV news naturally provides various issues.	TV makes it easy to understand a variety of issues	
TV news makes it easy to understand hard and difficult topics.		
TV reports in depth through data screens, comparative analysis, and diagrams.		
Portal news is in-depth if I collect and look at it.	Portal news can search for information and grasp public opinion.	
Portal news is highly readable by using photos and pictures.		
I can get other interpretations and opinions through comments on portal news.		
Current Affairs YouTube is an algorithm that provides information from a similar political perspective.	YouTube provides the desired information with algorithms.	
Each YouTube channel provides a different judgment and complements it.		

(4) 뉴스 이용자들의 뉴스 이용에 영향을 미치는 중재적 조건

근거이론 연구방법 패러다임에서 중재적 조건(intervening conditions)은 사람들의 행동/상호 작용 전략에 영향을 미치는 요소를 의미한다(Strauss & Corbin, 1990). 뉴스 이용자들의 뉴스매체 선택 과정에 영향을 미치는 요소 가운데 뉴스 콘텐츠의 특징을 살펴보면 <Table 5>에서 나타나듯, 뉴스 이용자와 뉴스 내용의 관련성, 뉴스 매체나 콘텐츠의 전문성, 뉴스 매체의 정치 진영성을 들 수 있다. 이들 요소는 뉴스 이용자들이 콘텐츠 측면에서 뉴스 매체를 선호하거나 기피하는데 영향을 미칠 뿐만 아니라 적극적 정보 탐색이나 미디어 내용의 공유 등에도 영향을 줄 수 있다.

뉴스 이용자들은 뉴스 내용이 뉴스 이용자의 이해관계와 관련되거나, 생활과 관련된 정보일 때, 과거나 현재의 거주 지역과 관련된 내용일 때 해당 뉴스를 주목하고, 뉴스를 이용한다. 청년층 뉴스 이용자들은 취업 뉴스를 꼼꼼히 읽고, 장년층 뉴스 이용자들은 경제나 부동산 뉴스를 꼼꼼히 보거나 시청한다. 학부모 뉴스 이용자들은 교육 관련된 뉴스가 나오면 해당 뉴스에 주목한다. 또한 뉴스 이용자들은 건강 관련 정보, 미세먼지처럼 생활 정보나 가족의 삶과 관련된 정보를 적극 챙기기도 한다. 한편 뉴스 이용자들은 뉴스에서 현재 거주지나 과거 거주지에서 발생한 사건 사고 등이 다뤄질 때 해당 뉴스를 좀 더 주목한다.

다음으로 뉴스 이용자들은 뉴스의 전문성을 중요시 여겼다. 뉴스 이용자들은 뉴스가 신뢰

받을 수 있어야 하고, 공론적 역할을 제대로 할 필요가 있다고 말한다. 뉴스 이용자들에게 뉴스 ‘신뢰성’이란 세상일을 판단하고 어떤 선택을 할 때, 뉴스가 판단 근거가 될 수 있는 객관적 정보를 제대로 전달하는 것이다. 그래서 뉴스 이용자들은 전문가가 제공하고, 사실 여부를 신뢰할 수 있는 뉴스를 선호했다. 또한 뉴스 이용자들은 언론 보도가 이슈나 현상에 관한 특정 측면만 부각하기보다 입체적 시각에서 해당 이슈의 원인 진단이나 해결책을 제시할 수 있는 본질적 접근을 기대했다. 포털 뉴스 이용자들은 조회수를 높이기 위한 의도가 엿보이는 ‘자극적 뉴스’에 대해서 비판적 태도를 보였다. 어떤 포털 뉴스 이용자들은 포털 뉴스의 자극적 제목만 봐도 내용이 예상되기 때문에 오히려 그러한 기사 클릭을 기피하고, 연예인 뉴스의 경우 기사를 클릭하더라도 스크롤하며 자세히 읽지 않는다고 말했다.

끝으로 뉴스 매체의 정치 진영성 역시 뉴스 이용자들에게 뉴스 선택의 주요 기준이 되었다. 뉴스 이용자들은 자신의 정치적 성향과 유사한 콘텐츠의 매체를 선택하는 경향이 있다. 뉴스 이용자들은 뉴스매체에서 자신과 비슷한 생각을 듣고 싶은 욕구가 있고, 뉴스가 자신과 비슷한 시각에서 정보를 전달해주기를 기대한다. 가령, 어떤 뉴스 이용자들은 종이 신문이 그동안 과장과 왜곡이 많았다는 불신 때문에 종이 신문을 선호하지 않는다고 했다. 또한 어떤 뉴스 이용자들의 경우 한겨레 신문은 서민을 대변하고 조선일보는 기득권을 대변한다는 도식화된 사고 역시 엿볼 수 있었다. 그로 인해 뉴스 이용자들은 과거 종이 신문에서 보이던 정치 성향과 상반된 성향의 언론 보도를 새로운 매체에서 찾으려는 경향이 나타났다.

Table 5. Intervening Conditions of the News Selection Process

Concepts	Categories	Properties
In twenties, they carefully read news related to employment or youth among portal news.	Interests	News relevance
In 50s, they carefully read or watch news related to the economy or real estate.		
Parents pay attention to the news related to education.		
Subscribe to Podcasts for health information	Information related to life	
Watching news related to life closely like fine dust.		
I searched further, sharing the murder case in the residential area.	Local news	
Watch with interest when news about hometown comes out.		
Find out more about the development news around our area.		
Preference for media to obtain information that will be the basis for judgment on the world.	Reliable news	Professional news
Prefer objective information or information provided by experts.		

Concepts	Categories	Properties
News only causes incident delivery and sympathy, and there is no cause diagnosis or solution.	The need for a public role in the news	Professional news
News should properly communicate the strengths and weaknesses of the policy.		
I scroll when celebrity privacy news is long.	Avoid sensational news	
Avoiding provocative news titles		
Political YouTube gives me a good understanding of issues by an expert with a strong political camp.	Look for similar ideas	Political faction of the news media
Using traditional news, I feel so frustrated that I want to hear similar thoughts.		
I have not changed my preconceived notion that newspapers are exaggerated and distorted.	Alternative choice of legacy media	
The press representing the common people and the press representing the vested interests.		
I can see perspectives that I couldn't see in conventional media.		

(5) 뉴스 이용자의 행동과 상호 작용

근거이론 방법 패러다임에서 행동과 상호작용(action/interactional) 전략을 살펴보는 것은 연구 대상이 어떻게 중심 현상을 다루고(managing) 실행하며 반응하는지를 알아보고자 하는 것이며, 근거이론에서 핵심 요소이다(Strauss & Corbin, 1990). 이 연구에서는 뉴스 이용자의 사회적 맥락에서 특정 매체와 뉴스 콘텐츠를 접할 때 어떤 판단과 행동이 발생하는지를 살펴 보았다. 뉴스 이용자들은 <Table 6>에 나타나듯 뉴스 선택 과정에서 행동/상호작용으로 적극적인 정보 탐색, 특정 뉴스 콘텐츠의 기피, 확증 편향적 뉴스 이용, 공유를 통한 정보 확산 행위가 있었다.

사회적 이슈가 발생할 때 뉴스 이용자들은 여러 뉴스 매체를 활용해 그 이슈와 관련된 정보를 적극적으로 탐색한다. 어떤 뉴스 이용자들은 박근혜 대통령 탄핵 이슈나 세월호 사건, 북미 정상회담 이슈 등이 발생할 때 포털에서 검색어 입력을 통해 정확한 정보를 파악하고자 시도했다. 어떤 뉴스 이용자들은 미세먼지 같은 건강 정보, 입시 정보처럼 가족이나 각자의 삶과 관련성이 깊은 정보를 꼼꼼하게 탐색했다. 어떤 뉴스 이용자는 TV 뉴스가 쉽고 상세한 보도를 한다는 인식 때문에 TV 뉴스를 선호했지만, 해당 이슈에 관한 의문이 해소되지 않으면 다른 매체나 콘텐츠를 탐색했다. 한편 뉴스 이용자들은 특정 이슈에 관한 정보를 파악할 때 미디어 콘텐츠뿐만 아니라 뉴스나 콘텐츠의 댓글 역시 중요한 단서로 활용했다. 뉴스 이용자들은 포털 뉴스의 추천수가 높은 댓글을 통해 여론이 어떠한지를 파악했고, 상대 정치 진영 사람들의 생각이 궁금할 때 상대 정치 진영의 유튜브 채널이나 게시판을 방문해서 게시물이나 댓글을 읽곤 했다. 그리고

북미회담처럼 해당 이슈에 관한 내용이 어려울 때 댓글에 올라온 내용을 통해 정보를 습득하기도 했다.

하지만 뉴스 이용자들은 특정 속성의 뉴스 콘텐츠를 기피하는 현상도 있었다. 뉴스 이용자들은 사회적으로 떠들썩한 내용이라 할지라도 그 뉴스가 본인과 무관하다고 여길 때나 복잡한 내용, 선정적인 뉴스라고 판단될 때는 해당 뉴스를 외면했다. 어떤 뉴스 이용자들은 포털에서 연예 뉴스를 클릭 하더라도 꼼꼼히 보지는 않았다. 뉴스 이용자들은 모든 사회적 이슈나 정보를 반드시 다 알아야 한대기보다 당장에 실질적으로 필요한 정보를 우선시하는 태도도 엿보였다. 어떤 뉴스 이용자는 어려운 정치, 경제 뉴스의 경우 굳이 그것을 이해하려고보다 피하게 된다고 했다. 특히 뉴스 이용자들은 여가 시간에 편하게 보는 뉴스가 머리와 감정을 복잡하게 만든다면 해당 뉴스를 피하고자 했다. 한편 어떤 뉴스 이용자들은 공포와 스트레스를 주는 뉴스, 자극적 뉴스에 대한 불신과 불편함을 토로하며 담백한 기사 제목과 전문가가 제공하는 객관적인 정보를 선호한다고 했다.

정치적 성향이 선명한 뉴스 이용자들은 확증 편향적 태도를 드러내며, 자신의 관점과 유사한 뉴스 콘텐츠를 적극 찾는 반면 다른 시각을 가진 매체나 콘텐츠를 기피한다고 했다. 이들 뉴스 이용자는 자신이 알고 싶은 팩트를 찾기 위해 여러 매체와 콘텐츠를 깊이 탐색했다. 하지만 이들 뉴스 이용자는 상반된 정치 시각의 뉴스나 유튜브 콘텐츠 등에 대한 거부감이 컸는데, 주류 언론이 자신의 시각과 다를 경우 과거에 많이 이용하던 매체라고 하더라도 해당 매체를 더 이상 이용하지 않고 다른 매체를 이용하려는 특징도 나타났다.

뉴스 매체를 통해 정보를 획득한 뉴스 이용자들은 그 정보를 가족이나 타인과 공유하며 뉴스를 확산시켰다. 뉴스 이용자들은 건강처럼 직접적인 생활과 관련된 정보를 식사 시간에 함께 공유하거나 카카오톡 등 메시지를 통해 가족이나 가까운 지인과 공유했다. 사회적 이슈를 다룬 뉴스들의 경우 어떤 뉴스 이용자들은 지인들과 SNS 등을 통해 공유하며 서로 공감하거나 그것과 관련된 대화나 의견을 제시했다. 뉴스 이용자들은 사회적 이슈의 경우 함께 공감하거나 화내고 싶을 때 카카오톡으로 뉴스를 공유하는 행위도 있었다. 또한 뉴스 이용자들은 청와대 청원 등 사회적 여론을 조성하기 위해 적극적으로 뉴스를 확산시키고 의견 제시 활동을 펼쳤다.

Table 6. Interaction of the News Selection Process

Concepts	Categories	Properties	
I look for various media to judge the truth about the issue.	Using multiple media to understand issues	Active Information Exploration	
I find the exact information by searching on the portal.			
In-depth understanding of information related to real estate and education issues	Take care of issues related to life/interest		
I watched the fine dust, environment and air purifier portal news carefully.			
I catch public opinion by reading highly recommended comments on portal news.	Get information through comments		
I read YouTube comments when I'm curious about what the other political camp thinks.			
I understand the news of difficult issues by referring to people's opinions.			
I don't look closely at meaningless articles in entertainment news.	Don't see unnecessary news		Turning away news content
Disappearing interest in incident/incident news as one grows older	Avoiding the news of complicated thinking		
Political and economic news is avoided when the content is difficult.			
In my spare time, I don't choose news where my head and emotions are hard.	Avoiding uncomfortable and provocative news		
I choose articles with plain titles that are not irritating and without exaggeration.			
Avoiding fear or stressful news	Identifying information similar to my point of view	Using confirmation-biased news	
I find the fact of the attribute I want to know.			
I read all the news I relate to, no matter how long.			
I don't go into YouTube channels in other political camps.	Refusal of news from a different perspective		
I want facts on the issue, not an interpretation of the media.			
Watch TV news and talk about fine dust with family	Sharing Living Issues with Families	Spreading information through sharing	
Remind my family of TV news instructions like a mask			
I share the news that I want to talk to, and I want to be angry with.	Actively engage in public opinion formation activities		
I recommend or disagree with the best comments on portal news.			
I give opinions or talk to others about the information I get.			

(6) 뉴스 이용자들의 뉴스 이용 결과

근거이론 방법의 패러다임에서 결과(consequence)는 앞 단계의 행동/상호작용을 통해 일어나는 어떤 결과를 말한다. 이 '결과'는 어떤 사건일 수도 있고, 반응일 수도 있으며, 현재나 미래에 잠재적으로 일어날 수 있는 것일 수도 있다. 근거이론 패러다임에서 나타나는 '결과'는 또 다시 행동/상호작용 등 패러다임 내의 다른 조건에 영향을 줄 수 있다(Strauss & Corbin, 1990). 뉴스 이용자들은 주로 활용하는 뉴스 매체가 있더라도 각자의 사회적 맥락에 따라 뉴스 매체나 콘텐츠를 판단하고 지속적 이용 여부를 판단한다. 즉, 뉴스 이용자들은 <Table 7>처럼 각자의

뉴스 활용 목적, 뉴스 이용 관습, 뉴스 콘텐츠의 속성에 따라 해당 매체를 지속적으로 이용하거나 병행할 수도 있지만, 이용하던 뉴스 매체를 대체할 수도 있다.

우선 뉴스 이용자들은 새로운 뉴스 매체가 전통적 뉴스 매체의 강점을 살리지 못한다는 인식 때문에 전통적 뉴스 매체를 지속해서 이용한다. 가령, 어떤 뉴스 이용자들은 TV뉴스가 소재의 다양성을 갖추고, 어려운 내용도 쉽게 이해할 수 있다는 점 때문에 TV 뉴스를 지속적으로 이용한다. 어떤 뉴스 이용자들은 전통적 매체가 새로운 매체보다 더 깊이가 있다는 판단 때문에 기존 매체를 선호했다. 가령 어떤 뉴스 이용자는 시사 라디오가 사회 이슈를 깊이 있게 정리해주지만 포털 뉴스의 개별 기사는 그러한 자세함이나 깊이가 떨어진다고 했다. 또한 뉴스 이용자들은 익숙했던 감각을 유지하고자 했다. 가령, 시사 라디오를 이용해왔던 뉴스 이용자는 청각 뉴스에 익숙했고, 포털 뉴스에서 같은 내용을 글로 옮겼을 때 잘 읽지 않는다고 했다.

그러나 뉴스 이용자들은 점차 새로운 뉴스 매체를 전통 매체와 병행하며 보완적으로 활용했다. 어떤 뉴스 이용자는 주로 이용하는 매체가 TV 뉴스이지만 인터넷을 검색하고, 어떤 뉴스 이용자는 신문을 주로 이용하지만 TV 토론 프로그램을 통해 해당 이슈의 장단점 등을 파악한다. 뉴스 이용자들은 다른 뉴스 매체를 함께 활용하는 이유로 심층성, 여론 파악을 거론했다. 어떤 뉴스 이용자들은 특정 이슈가 발생할 때 관련성이나 관심이 높을수록 여러 매체를 찾으며 크로스 체킹을 하고, 정보를 깊게 파악한다. 그리고 뉴스 이용자들은 주로 활용하는 매체에서 제대로 다루지 못하는 영역을 새로운 매체를 통해 보완한다. 어떤 뉴스 이용자는 주로 라디오를 이용하지만 국제 뉴스나 정치 뉴스의 경우 포털에서 찾아본다고 했다. 어떤 뉴스 이용자들은 전통적 매체를 주로 활용하면서도 특정 이슈가 발생할 때 여론 파악의 창구로 포털 뉴스 등의 댓글을 살핀다. 즉, 뉴스 이용자들은 사람들이 특정 이슈에 관한 입장이나 생각이 무엇인지를 파악하는 수단으로 온라인 공간에서 포털뉴스 댓글을 활용했다.

한편 다매체 환경에서 뉴스 이용자들은 기존에 활용하던 뉴스 매체를 더 이상 활용하지 않고 다른 뉴스 매체를 선택했다. 뉴스 이용자들은 과거와 달리 더 이상 찾지 않는 대표적 매체로 종이 신문을 꼽았다. 뉴스 이용자들은 굳이 종이 신문을 구독하지 않아도 뉴스 앱이나 포털 뉴스를 통해 필요한 정보를 다 얻을 수 있다고 생각했다. 어떤 뉴스 이용자는 TV 뉴스나 유튜브를 통해 이미 사회적 이슈를 파악했기 때문에 종이 신문을 펼쳤을 때 제목만 살펴봐도 대략 어떤 내용인지 파악할 수 있다고 했다. 또한 온라인 매체 환경에서 성장한 젊은 세대의 뉴스 이용자들은 전통적 뉴스 매체를 활용하기보다 온라인 공간에서 여러 플랫폼을 교차로 활용하며 뉴스를 이용했다. 가령 어떤 뉴스 이용자는 시사 유튜브를 통해 이슈를 알고 포털 뉴스에서 사실 여부를 검색한다. 그리고 해당 유튜브를 페이스북 등 SNS로 다른 사람과 공유한다. 이들이 어린 시절에

접하기도 했던 신문이나 TV등의 매체는 더 이상 효용적 가치가 없었다. 그런데 흥미로운 점은 학창 시절 종이 신문을 이용했던 뉴스 이용자는 현재 비록 종이 신문을 이용하지 않더라도 텍스트 중심의 온라인 뉴스를 주로 활용했다. 마찬가지로 TV 영상에 익숙했던 뉴스 이용자는 현재 TV뉴스를 많이 활용하지 않더라도 유튜브 같이 영상 자료를 찾는 경향이 있었다.

Table 7. Consequence of the News Selection Process

Concepts	Categories	Properties
I can't think of what makes portal news different from the subject of TV news.	The convenience of traditional media	Continuous use of existing media
TV news is easier to understand than portal news.		
TV news is available in parallel with other work.		
I can hear details on the radio what I haven't seen on the portal.	Traditional news media is deeper	
Individual articles of portal news are less detailed or in depth.	Maintaining a familiar media sense	
I don't read the news that transcribed current affairs radio broadcasts into text.		
I don't remember the simple event listing in the portal news.		
When I want to cross-check on issues, I use to multiple media.	The desire to know more about the issue	Complementary use of media together
When I hear about policies related to interests on the news, I search the Internet or visit businesses to find out more.		
I understand the pros and cons of the issues I saw in the newspaper through TV programs.		
I usually use radio, but I choose international and political news from portal news.	Functional division	
I look at the comments to see what other people think.	A means of grasping public opinion	
Unlike TV news, I get to know other interpretations and opinions through portal news comments.		
I can't think of the big difference between paper newspaper and online news app.	Information can be obtained without traditional media	Conversion of primary media
Just by looking at the title of the issue in the newspaper, I can get a sense of what I learned on TV and YouTube.		
I find it easier to find the story I want on YouTube/podcast than on TV/radio.	Find the information I want	
After knowing an issue on YouTube/podcast, I search for the fact on the portal.		
I used paper newspapers in the past, but now I mostly look for online news.	Medium switching that retains the attributes of the medium	
I was used to watching TV videos, but now I watch a lot of YouTube videos.		

2) 뉴스 이용의 지속과 변화의 축 코딩

근거 이론의 축 코딩 단계는 개방 코딩 단계에서 범주화된 특성들을 패러다임 모델에 따라 배열하는 과정이다. 근거이론의 패러다임 모델은 원인, 현상, 맥락, 중재적 조건, 행동/상호작용 전략, 결과로 구성된다. 연구자는 이 모델을 통해 수집한 자료들을 체계적으로 정리하며 분석할 수 있다. 이 패러다임 모델에서 말하는 ‘현상’이란 이 자료들이 나타내는 핵심 아이디어, 사건, 발생 등을 의미한다. ‘원인’은 이 현상이 나타나는 이유를 설명한다. ‘맥락’은 현상에 포함될 수 있는 특정 속성의 집합을 나타낸다. 즉, 특정 ‘현상’을 다루고, 실행하고 반응하는 특정 조건을 의미한다. ‘중재적 조건’은 행동/상호작용과 관련된 일반적 조건으로 시간, 공간, 문화, 경제 지위, 기술적 지위, 경력, 역사 등이 될 수 있다. ‘행동/상호작용 전략’은 연속적, 움직임, 시간 변화의 측면에서 과정(processual)을 의미하고, 결과와 관련된다. 어떤 현상에 반응하는 행동/상호작용은 ‘결과’를 낳게 되며, 이들 결과를 추적하는 것은 근거 이론에서 매우 중요하다(Strauss & Corbin, 1990). 다매체 환경에서 뉴스 이용자의 특정 매체 선택과 뉴스 소비의 과정, 그것의 전환 과정을 정리하면 <Figure 1>과 같다.

다매체 환경에서 뉴스 이용자의 뉴스 선택 과정에서 뉴스 이용자의 사회적 조건은 기존에 이용하던 뉴스 매체를 지속적으로 이용하거나 다른 매체를 탐색하는데 영향을 미친다. 즉, 특정 뉴스 매체의 익숙함과 편리한 접근, 선호하거나 기피하는 뉴스 콘텐츠의 속성은 뉴스 이용자의 사회적 맥락과 무관하지 않았다. 뉴스 이용자들은 매체의 특징과 콘텐츠의 속성을 활용해 각자 다양한 방식으로 뉴스를 이용했다. 그런데 뉴스 이용자들이 뉴스 매체를 이용하는 동기로 가장 두드러진 요소는 ‘정보’였다. 삶과 직접 관련된 정보일수록 적극적으로 정보를 탐색했고, 불필요하거나 자극적인 뉴스는 기피했다. 뉴스 이용자들은 각자의 사회적 조건과 뉴스 이용 과정에 따라 전통적 매체를 지속적으로 활용하거나 새로운 매체를 보완적으로 병행했다. 반면 어떤 뉴스 이용자들은 달라진 삶의 조건에 적합한 뉴스 매체를 찾거나 자신의 관점과 유사한 정치적 정보를 탐색하며 새로운 매체나 플랫폼의 뉴스 콘텐츠로 이동했다.

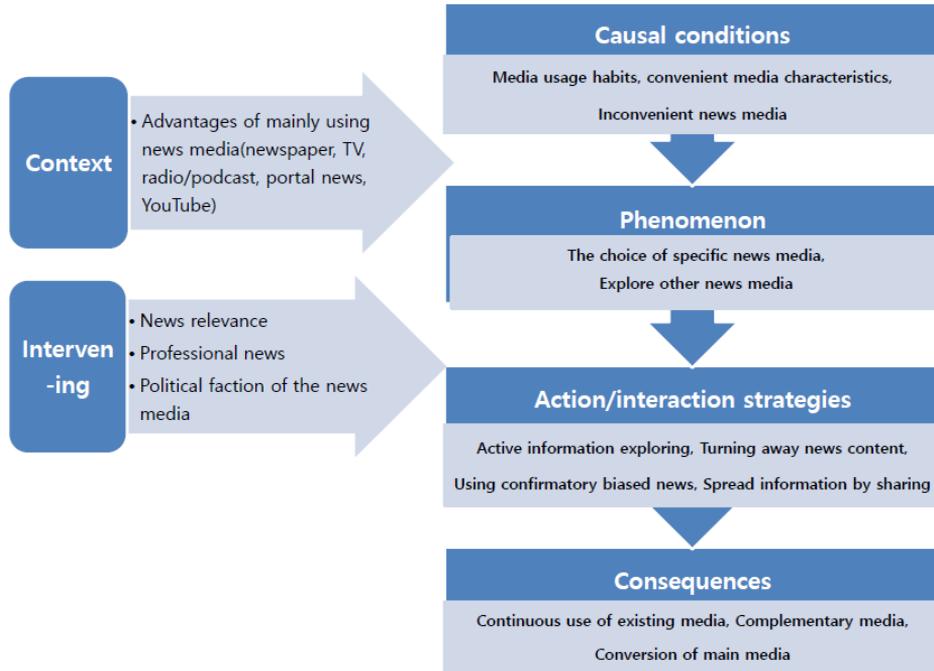


Figure 1. Axial coding of news selection process.

(1) 뉴스 이용자들의 사회적 조건이 뉴스 매체의 지속 이용과 재탐색에 영향

뉴스 이용자들이 특정 뉴스 매체를 지속적으로 이용하거나 다른 뉴스 매체를 선택할 때 결정적인 기준이 반드시 새로운 매체의 등장만으로 설명되지 않았다. 물론 온라인 공간에서 포털 뉴스, 시사 유튜브 등의 플랫폼 이용은 매체 기술의 발달 덕분에 가능한 일이다. 과거에 비해 신문과 라디오의 이용 역시 뚜렷하게 감소했다. 하지만 뉴스 이용자들은 가정에서 여전히 TV뉴스를 이용했고, 이동하거나 다른 일을 병행할 때 라디오를 활용했으며, 특정 이슈가 발생할 때 심층 정보를 얻기 위해 신문을 펼칠 때가 있었다. 결국 뉴스 매체 이용은 매체의 기술 발달 못지않게 뉴스 이용자의 사회적 조건 역시 중요한 요인이 될 수 있음을 의미한다.

뉴스 이용자들은 각자의 사회적 조건에 따라 오랫동안 이용하거나 편리했던 뉴스 매체가 있다. 어린 시절부터 가족이 함께 이용해왔던 매체, 오랫동안 유지했던 직업을 위해 이용하던 매체, 쉽게 접근할 수 있는 매체는 현재 주로 이용하는 뉴스 매체의 선택에 적지 않은 영향을 미친다. 하지만 또 다른 뉴스 이용자들은 사회적 환경이 달라졌을 때 기존에 이용하던 뉴스 매체의 이용에 불편한 속성들을 지각하며 달라진 환경에 적합한 뉴스 매체를 탐색한다. 가령, 현재 뉴스 이용자의 상황에서 해당 뉴스 매체의 접근이 용이한지 여부와 매체의 속성이 다른 일과 병행할

수 있는지 여부는 주로 이용하는 매체를 선택하는데 영향을 줄 수 있다. 만약 뉴스 이용자들이 신문처럼 특정 매체를 집중해서 이용할 시간적 여유가 부족하다고 판단하거나 라디오처럼 검색이 불편할 경우 해당 매체는 필요성을 상실하게 된다.

뉴스 이용자들이 지각하는 각 매체(신문, 라디오/팟캐스트, TV 뉴스, 포털 뉴스, 시사 유튜브)의 장점은 매체의 지속적 이용이나 선택 변화에 간접적 영향을 미친다. 뉴스 이용자들이 이해하고 있는 각 뉴스 매체의 장점을 살펴보면 신문은 상세하고 정확하다는 장점이 있었다. 어떤 뉴스 이용자들은 라디오/팟캐스트가 특정 이슈를 길게 다루며 여러 전문가를 초청하는 방법으로 심층 정보를 제공한다고 인식했다. 어떤 뉴스 이용자들은 TV뉴스가 다채로운 시청각 자료를 통해 딱딱하고 어려운 이슈를 쉽게 이해할 수 있도록 해 준다고 생각했다. 포털 뉴스는 이용자들은 포털 뉴스가 검색을 통한 정보 탐색과 여론 파악에 용이하다고 말했다. 유튜브 이용자들은 유튜브의 알고리즘이 선호하는 관점의 시사 정보를 찾아주기 때문에 비슷한 시각을 좀 더 보완할 수 있다고 말했다.

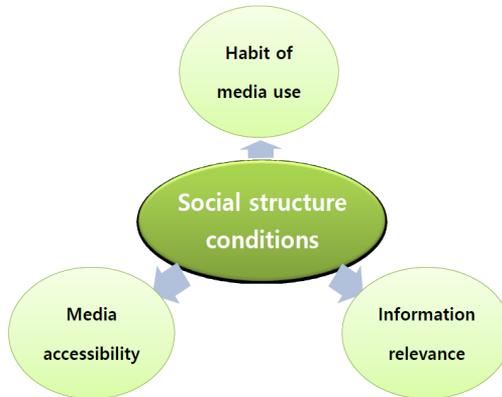


Figure 2. Media selection based on social structural conditions.

(2) 뉴스 이용자들이 주목하는 뉴스 콘텐츠의 가치

뉴스 이용자들은 뉴스 매체를 선택할 때 뉴스 매체의 편리한 속성뿐만 아니라 뉴스 매체나 플랫폼의 콘텐츠 가치에 주목했다. 즉, 뉴스 이용자들은 특정 뉴스가 자신과의 관련성, 뉴스 매체나 플랫폼이 제공하는 콘텐츠의 전문성, 뉴스 매체의 정치 성향에 따라 선별적으로 뉴스를 이용하는 경향이 있다.

뉴스 이용자들의 뉴스 가치를 살펴보면 우선 뉴스가 뉴스 이용자의 삶과 관련될 때 그 뉴스

의 주목도가 높았다. 취업 뉴스나 부동산 뉴스, 입시 정보 등은 사회적 맥락에서 특정 세대의 이해관계와 관련된다. 또한 뉴스 이용자들은 건강이나 미세먼지 정보처럼 생활에 직접 도움이 되는 정보 역시 유심히 보게 된다. 그리고 현재와 과거의 거주 지역에서 발생한 사건 사고 등은 일단 관심을 갖고 살펴본다. 다음으로 뉴스 이용자들은 뉴스의 전문성 요소로 뉴스 신뢰성, 공론적 역할에 주목했다. 뉴스 이용자들은 뉴스 이용이 세상에 대한 판단 근거가 될 정보를 수집하는 활동이기 때문에 뉴스 정보의 객관성, 사실을 믿을 수 있는 정도, 뉴스에서 인용하는 전문가의 권위 등을 살펴며 뉴스 신뢰도를 중요하게 인식했다. 그리고 어떤 뉴스 이용자들은 뉴스가 단순히 동정심만 유발하거나 이슈의 과편적 측면만 드러내기보다 입체적인 정보 제공과 해결책을 제시하며 우리 사회의 공론장 역할을 해야 한다고 주장했다. 뉴스 이용자들은 뉴스를 선택할 때 자극적인 뉴스 제목을 기피했고, 연예인 뉴스의 경우 클릭을 하더라도 스크롤하며 넘기는 경향도 있었다. 사회적으로 정치 진영화가 심화될수록 뉴스 매체나 콘텐츠의 정치 진영성 역시 뉴스의 가치 판단에 중요한 잣대가 되었다. 자신의 생각과 유사한 콘텐츠나 의견은 선호되었지만, 기존에 이용하던 미디어의 시각에 문제 인식을 많이 가질수록 대안적 미디어를 탐색했다.

(3) 매체의 특징과 콘텐츠의 속성을 활용한 뉴스 이용자의 뉴스 이용

뉴스 이용자들이 중요시 여기는 매체와 뉴스 콘텐츠의 속성에 따라 뉴스 이용자들은 다양한 방식으로 뉴스를 이용했다. 뉴스 이용자들은 대형 이슈가 발생하거나 뉴스 이용자와 관련된 사안을 접하게 될 때 적극적으로 정보를 탐색한다. 뉴스 이용자들은 TV, 포털 검색 등 복수의 매체를 활용해 정보를 수집했고, 포털뉴스 등의 댓글을 통해 사람들의 이슈에 관한 의견이나 다수 여론이 어떠한지를 파악하고자 했다. 반면 뉴스 이용자들은 자신과 무관한 뉴스, 복잡한 생각이 필요한 뉴스를 기피했고, 자극적 뉴스 역시 선호하지 않았다.

한편 뉴스 이용자들은 확증 편향적인 뉴스 이용 태도를 보였다. 즉, 뉴스 이용자들은 정보를 탐색할 때도 크로스 체킹을 통해 중립적 시선에서 정보를 파악하기보다 자신의 관점과 유사한 정보를 파악하기 위해 팩트를 찾는 경향이 있었다. 텔레비전이나 신문 등 전통적 주류 매체가 자신의 시각과 다르다고 판단할 경우 주류 매체를 거부하고 유튜브 등에서 대안 매체를 이용했지만 자신의 시각과 다른 유튜브 채널을 잘 들어가지 않았다.

이처럼 뉴스 이용자들은 각자의 선호하는 잣대를 통해 뉴스 매체와 콘텐츠를 선택했고, 어떤 뉴스의 경우 다른 사람들과 공유하기도 했다. 뉴스 이용자들은 생활 정보 뉴스를 가족과 공유했고, 사회적 이슈의 경우 정서적 공감을 받거나 특정 여론을 환기하고 싶을 때 공유나 의견 밝히기를 적극적으로 활동했다.

(4) 뉴스 매체의 이용 지속과 주 이용 매체의 전환

뉴스 이용자들은 특정 매체를 지속적으로 이용하면서도, 보완적 활용 매체를 탐색하거나, 주로 이용하던 뉴스 매체를 바꾸기도 한다. 물론 새로운 뉴스 매체가 등장하더라도 특별한 장점이 없다면 뉴스 이용자들은 굳이 새로운 매체를 이용할 필요성을 못 느낀다. 오히려 뉴스 이용자들은 전통적 뉴스 매체가 더 깊이 있다는 인식 때문에 전통적 매체의 뉴스를 더 이용했다. 결국 익숙함이란 특정 매체와 뉴스를 지속적으로 이용하는 근본적 이유가 되었으며, 새로운 뉴스 매체나 콘텐츠가 특별한 장점을 제시하지 못하면 뉴스 이용자들은 굳이 새로운 매체 활용으로 넘어가지 않았다. 그런데 다매체 환경에서 뉴스 이용자들은 기존 매체와 새로운 매체를 병행해서 활용하려는 시도가 나타났다. 특히 전통적인 뉴스 매체에서 제공하는 정보가 정보 욕구를 충족시키지 못할 때 다른 뉴스 매체를 통해 보완했다. 또한 전통적 매체의 이용만으로 다른 사람들의 생각을 알 수 없던 뉴스 이용자들이 여론 동향을 파악하기 위해서 새로운 매체를 병행적으로 이용했다.

한편 어떤 뉴스 이용자들은 전통적인 뉴스 매체의 가치를 부정하며 새로운 뉴스 매체 이용으로 전환했다. 굳이 종이신문이 없어도 다른 수단을 통해 정보 습득이 가능하다고 판단될 때 뉴스 이용자들은 종이신문 대신 포털 뉴스나 뉴스 앱을 통해 뉴스를 이용한다. 또한 어떤 뉴스 이용자들은 유튜브가 알고 싶은 정보를 빨리 찾을 수 있기 때문에 전통적 매체 대신 유튜브로 뉴스 이용을 대체했다. 온라인 매체 환경에서 성장했던 세대의 뉴스 이용자들은 새로운 매체로 전환이 과거 세대보다 자연스럽게 이뤄졌지만 기존에 이용하던 전통 매체의 뉴스 콘텐츠 속성은 유지되는 경향이 있었다. 신문물을 보았던 뉴스 이용자가 텍스트 중심의 포털 뉴스를 선호했고, TV 영상에 익숙했던 뉴스 이용자는 유튜브를 좀 더 찾는 경향이 보였다.

3) 선택 코딩

선택 코딩 단계에서는 동일한 범주화 특성을 기준으로 비교하며 집단을 선별한다. 즉, 공통적인 특징에 따라 개별 인터뷰 대상자는 같은 집단으로 묶이며, 근본적인 차이에 따라 다른 집단으로 분류된다. 각 집단 간 차이를 드러낼 때는 “범위, 연속체, 정도, 유형, 균일성, 다양성, 원인, 조건, 결과, 관계의 가능성, 전략, 과정, 구조적 메커니즘”(74-89쪽) 등에 따라 이론 생성을 위한 범위를 만들고, 이를 통해 도출된 특징으로 각 집단의 이론적인 특성을 예견할 수 있다(Glaser & Strauss, 1999/2011). 이 연구에서는 뉴스 이용자들이 뉴스를 주로 활용하는 방식을 기준으로 뉴스 이용을 <Table 8>처럼 뉴스의 오락 소비형, 뉴스의 생활 정보형, 뉴스의 두루 탐색형, 뉴스의 확장 편향형으로 분류하고, 각 유형의 특징을 분석했다.

(1) 뉴스의 오락 소비형 (인터뷰 대상자 A, B, F)

오락 소비형의 뉴스 이용자들은 다른 유형의 뉴스 이용자와 비교할 때 적극적으로 정보 탐색을 하지 않는다. 뉴스의 심층성 역시 이들에게 중요한 요소가 아니다. 이 유형의 뉴스 이용자들은 틈새 시간에 포털 뉴스를 잠깐 본다든지, TV에서 뉴스가 나오면 자연스럽게 볼 뿐이다. 그래서 TV뉴스를 보더라도 정치 경제 뉴스처럼 관심이 없거나 어려운 이야기가 나올 때 스마트폰으로 카카오톡이나 SNS 등 다른 플랫폼을 이용하며 뉴스에 집중하지 않는다.

이 유형의 뉴스 이용자들은 특정 매체에 대한 이용 습관이 있더라도 그 매체에 강하게 길들여져 있지 않다. 자신이 생활하는 조건이나 상황에서 쉽게 접할 수 있는 매체를 여가 시간에 이용할 뿐이기 때문이다. 오락 소비형의 뉴스 이용자들은 쉽게 이해할 수 있는 뉴스 매체를 선호하고 TV뉴스나 포털의 뉴스 영상, SNS의 이미지를 주로 찾는다. 즉, 이들이 뉴스 매체를 선택할 때 뉴스 콘텐츠 속성의 기준이란 핵심을 간단하게, 쉽게 잘 전달해줄 수 있는 콘텐츠이다. 또한 이들이 주목하는 뉴스의 속성은 연성 뉴스 혹은 이해관계처럼 관련성 있는 뉴스에 가까웠다. 이들 뉴스 이용자들은 복잡한 사고가 필요한 이슈를 기피하는 경향이 있다. 이들은 사건 사고 뉴스를 자주 보는 편이지만, 자극적인 뉴스를 일부러 찾아보다기보다 스킵해서 살펴본다. 이들은 뉴스를 선택할 때 정치 진영성이 나타나기도 했지만 확증 편향적 시각이 약했고, 뉴스 정보를 공유하는 활동 역시 약하게 나타났다.

이 유형의 뉴스 이용자들은 특정 매체나 뉴스 플랫폼을 고정적으로 이용하기보다 미디어의 편리성이나 환경에 따라 얼마든지 매체나 뉴스 플랫폼이 바뀔 개연성이 높다. 이들은 특정 주제에 따라 깊이 알고 싶을 때 보완적으로 다른 매체를 병행하기도 했다.

Table 8. Selecting Coding of News Selection Type

Paradigm	Type	Entertainment news type	Life information news type	Navigational news type	Confirmation biased news type
	Properties				
Causal	Media usage habits Easy-to-use media Inconvenient media	familiar(moderate) Ease of access Lack of time	familiar(strong) Ease of access Hassle	familiar(strong) multitasking -	familiar(weak) multitasking -
Context	Advantages of mainly used media	easy to understand	easy to understand	In-depth information	In-depth, desired information
phenomenon	Selection of specific news media Explore other news media	daily media consumption moderate	daily media consumption weak	daily media consumption weak	preference for specific news media moderate
Intervening	News relevance Professional news The political camp	Interests, Local Reliable moderate	Interests, Local, life Reliable moderate	Interests, life Reliable strong	- Reliable, public role strong

Paradigm	Type	Entertainment news type	Life information news type	Navigational news type	Confirmation biased news type
	Properties				
Interaction	Active information exploration	weak	moderate	strong	strong
	Turning away news content	complicated	unnecessary	provocative	uncomfortable
	Using news	weak	moderate	moderate	strong
	confirmation-biased Spreading through sharing	weak	moderate	moderate	strong
Consequences	Continuous use of existing media	moderate	strong	moderate	weak
	Complementary use of media together	desire to know more	desire to know more	Functional division	desire to know more , grasping public opinion
	Conversion of primary media	moderate	weak	weak	strong

(2) 뉴스의 생활 정보형 (인터뷰 대상자 I, J, K)

생활 정보형 뉴스 이용자들은 교육, 건강, 부동산, 금융 등 실제 삶과 관련된 정보를 중심으로 뉴스를 이용한다. 이들은 정치에 큰 관심이 없었지만 나이가 들면서 정치와 경제 등의 거시적 담론이 자신의 삶과 무관하지 않다는 인식을 하고, 정치 뉴스를 점차 많이 보게 된다. 생활 정보형 뉴스 이용자들은 자신의 삶과 직접 관련된 뉴스를 집중해서 이용하지만, 자신의 삶과 무관한 뉴스의 경우 다른 일과 병행하면서 여러 정보를 가볍게 탐색한다.

이 유형의 뉴스 이용자들에게 주로 익숙한 뉴스 매체는 TV 뉴스였다. 그 이유는 TV뉴스가 쉽게 접근할 수 있고, 다양한 이슈를 쉽게 이해할 수 있기 때문이다. 이 유형의 뉴스 이용자들은 연령대가 40대와 50대이고, 주로 자녀 교육이나 경제 활동이 한창인 연령이기 때문에 이해관계와 관련된 정보, 건강 같은 생활 정보 뉴스를 주목했다. 뉴스의 전문성 측면에서 보면 이들은 뉴스 매체의 신뢰성을 중요시 했고, 뉴스 매체가 편향성을 담은 정보를 제공하기보다 정확하고 있는 그대로의 정보를 전달해줄기를 원했다. 뉴스 매체의 정치 진영성 역시 이들의 뉴스 선택에 다소 영향을 미치고 있었지만 이 유형의 이용자들은 뉴스 매체의 편리함이나 뉴스 콘텐츠의 유용성이 우선했기 때문에 진영성이 이들의 뉴스 선택에 큰 요인으로 작용하지 않았다.

생활 정보형 뉴스 이용자들은 정보 탐색에서 이해관계나 생활 관련 정보를 꼼꼼하게 챙기는 경향이 있고, 뉴스의 정보 역시 확증 편향보다는 실용성 위주로 정보를 파악하고자 했다. 좀 더 알고 싶은 정보가 생길 경우 인터넷 등에서 추가로 정보를 탐색하는 활동이 이뤄졌다. 이들은 수집한 생활 정보를 가족 중심으로 공유했다. 이 유형의 이용자들은 주 이용 매체를 새로운 매체로 전환하기보다 필요할 때 기존 매체의 뉴스 정보를 보완하기 위해 인터넷 정보를 활용하는 뉴

스 이용이 나타났다.

(3) 뉴스의 두루 탐색형 (인터뷰 대상자 C, D, E)

두루 탐색형의 뉴스 이용자들은 일반적인 사회 이슈에 관심이 많고, 특정 이슈를 선택하기보다 사회적 이슈를 두루 알기를 원하며 그것과 관련된 정보를 수집한다. 주로 이용하는 뉴스 매체와 콘텐츠의 속성이 있지만, 좀 더 정보가 필요하다는 판단이 들 때 다른 매체를 통해 보완한다. 북미 정상회담 이슈처럼 거시적 담론뿐만 아니라 미세 먼지 사안처럼 생활 뉴스에도 주목한다.

이 유형의 이용자들은 텔레비전 뉴스나 시사 라디오처럼 오랫동안 익숙한 매체가 있다. 이들은 아침 식사 시간이나 등하교 시간에 라디오를 청취하는 등 학업이나 업무, 이동 활동 등을 병행하며 뉴스 매체를 이용한다. 이 유형의 이용자들은 다른 매체 뉴스를 보완적으로 활용하지만 주로 이용하는 매체를 잘 변경하지 않는다. 이들 이용자는 포털 뉴스의 깊이가 부족하다고 생각하지만 사람들의 의견을 알고 싶을 때 포털 뉴스의 댓글을 살펴본다. 이 유형의 뉴스 이용자는 일반적인 시사 뉴스도 눈여겨보지만 해당 내용이 이해관계(지역개발, 가족의 경제적 문제)나 생활정보(미세먼지)와 관련될 때 유심히 살펴본다. 두루 탐색형 뉴스 이용자들은 뉴스 신뢰성을 중요시하는 가운데 객관적 정보나 전문가가 제공하는 심층 정보를 선호한다. 이들은 정치 진영적 시각을 갖고 있지만 다른 진영의 주장이라 할지라도 내용을 알아보며 크로스 체크를 한다.

두루 탐색형 뉴스 이용자들은 뉴스를 이용한 후 임팩트가 있거나, 본인과 연관된 뉴스의 경우 SNS를 통해 공유하며 공감을 시도하거나 댓글에서 추천을 누르며 여론을 형성하고자 시도하는 경우가 있다. 이들 뉴스 이용자는 시사 라디오를 이용하다 텔레비전 등 다른 매체를 이용하더라도 시사 이슈의 토론이나 대담 형식처럼 비슷한 콘텐츠 속성을 선호하거나 유지한다. 이들은 콘텐츠의 속성 중심으로 형성된 매체 익숙함이 강하기 때문에 기존의 매체와 뉴스 속성을 유지하려고 하며 매체의 전환은 잘 이뤄지지 않는 편이다.

(4) 뉴스의 확증 편향형 (인터뷰 대상자 G, H, L, M)

확증 편향형 뉴스 이용자들은 과거에 주로 이용하던 전통 매체가 있었다. 하지만 이들은 정치 문제에 관심이 많고, 정치 진영과 관련된 이슈 정보를 파악하기 위해 뉴스 이용에 많은 시간을 투자한다. 이들의 뉴스 매체 선택에서 중요한 요소는 매체의 편리함보다 자신들의 관점에 부합하는 정보나 주장을 충족시킬 콘텐츠이다. 즉, 이들이 주로 이용하는 매체의 속성은 정치적 진영성이 강한 콘텐츠이다.

이 유형의 뉴스 이용자들은 특정 매체나 플랫폼을 이용함으로써 시사 정보를 많이 알게 된

다고 생각했다. 물론 이들은 정치, 경제, 교육 등 다양한 뉴스를 보지만 그것 역시 정치 진영과 관련된 뉴스 콘텐츠를 이용하고, 정치 진영적 패러다임에서 선택적으로 정보를 찾고 해석한다. 이들은 선호하는 뉴스 콘텐츠의 속성으로 진실성, 다양성, 정확성 등을 주장하지만 실제로는 정치적으로 편향적 태도가 반영되어 있었다. 이들 이용자들은 자신이 접한 편향적 정보를 근거로 다른 사람들에게 왜 자신이 그렇게 생각하는지를 설명하거나 자신의 관점과 유사한 여론을 형성하고자 시도한다. 이들 뉴스 이용자들은 지지하는 진영의 유불리에 따라 이슈의 옳고 그름을 판단하는 경향이 크다. 주류 미디어가 이들 유형 뉴스 이용자의 정치 진영적 시각에 부합하는 정보를 충분히 제공하지 못한다고 판단할 때 이 유형의 뉴스 이용자들은 기성 미디어 대신에 팟캐스트나 유튜브 등을 대안 매체로 선택한다.

확증 편향형 뉴스 이용자들은 습득한 정보를 근거로 지인과 대화를 하거나 공유하며 공감을 시도하고, 적극적으로 여론 형성에 기여하고자 한다. 이들 이용자들은 뉴스 매체와 콘텐츠가 자신의 정치적 관점과 유사한 정보를 사회에 제공하고 제대로 된 여론을 형성해야 한다고 주장했다.

(5) 뉴스 유형에 따른 매체 이용의 특징

뉴스 이용자의 뉴스 이용을 뉴스의 오락 소비형, 뉴스의 생활 정보형, 뉴스의 두루 탐색형, 뉴스의 확증 편향형으로 구분할 수 있다. 이 가운데 뉴스의 생활 정보형 뉴스 이용자들은 TV뉴스처럼 기존에 익숙하고 주로 활용하던 뉴스 매체가 있고, 다른 뉴스 매체로 이동이 적었다. 반면 오락 소비형의 뉴스 이용자들은 뉴스를 깊게 이용하지 않기 때문에 뉴스 매체의 편리함이 강조되지만, 언제든지 다른 매체나 콘텐츠를 찾아 이동할 개연성이 높다. 뉴스의 두루 탐색형 이용자들 뉴스 매체 이용을 다른 일과 병행하는 경향이 있었다. 이들은 새로운 매체를 찾기보다 친숙한 매체를 선호했다. 반면 확증 편향형 뉴스 이용자들은 정치 진영성을 기준으로 콘텐츠와 뉴스 매체의 선호도가 극명하게 드러났다. 이들은 자신의 정치적 시각과 유사한 매체에 대한 집중도가 높지만, 자주 이용하는 매체에서 다루는 콘텐츠의 속성이 자신이 지지하는 정치 진영과 상반될 경우 다른 매체나 뉴스 플랫폼으로 이동할 가능성이 높다.

정리하면 생활 정보형 뉴스 이용자나 두루 탐색형 뉴스 이용자는 새로운 매체로 이동하기보다 전통적인 뉴스 매체 혹은 익숙한 매체에 집중하면서, 새로운 이슈가 발생하거나 추가적인 정보가 필요할 때 다른 매체를 보조적으로 활용했다. 반면 오락 소비형 뉴스 이용자들은 뉴스 매체와 콘텐츠를 시간 보내기용으로 활용하기 때문에, 흥미성에 따라 언제든지 다른 매체나 콘텐츠로 이동할 개연성이 있다. 확증 편향형 뉴스 이용자들은 뉴스 콘텐츠에 대한 몰입과 콘텐츠에 대한 판단이 선명하게 나타나기 때문에 자신의 시각과 어긋날 때 언제든지 새로운 뉴스 매체나 플랫폼

으로 이동할 개연성이 높았다.

한편 미디어 기술의 발달, 이용 미디어의 편의성, 공론장과 의견의 다양성 등은 뉴스 매체 선택에 영향을 미칠 수 있는 요소이다. 오락 소비형 뉴스들이 미디어 기술의 발달과 그에 따른 편의성에 영향을 많이 받을 수 있다. 이용 미디어의 편의성은 기존 미디어를 주로 활용하는 생활 정보형, 두루 탐색형 뉴스 이용자들에게 매체 선택 과정에서 중요한 기준이 될 수 있다. 확장 편향성 뉴스 이용자들은 공론장을 중시한다. 한편으로 확장 편향형 뉴스 이용자의 편향성이 주류 미디어 성향과 상반될 때 다양성의 요소가 될 수도 있지만, 유튜브 알고리즘을 통해 크로스 체킹 없이 유사한 시각의 콘텐츠만 선택적으로 접근하면 극단적 진영성을 가질 우려가 있다.

생활 정보형 뉴스 이용자들은 미디어의 편리성을 기준으로 뉴스 매체를 선택하는 경향이 있었다. 두루 탐색형 뉴스 이용자들은 사회 이슈에 관한 추가적인 정보가 필요할 때 새로운 뉴스 매체나 플랫폼으로 이동했다. 이들 두 유형의 뉴스 이용자들은 매체 선택이 빈번하게 달라지지 않는다. 하지만 오락 소비형 뉴스 이용자들은 미디어 기술의 발달과 편리함에 가장 큰 영향을 받으며 뉴스 매체를 달리할 수 있다. 확장 편향형 뉴스 이용자들은 레거시 미디어 혹은 주류 미디어가 자신의 관점과 다를 때 유튜브처럼 새로운 뉴스 플랫폼으로 이동하는 경향이 나타났다.

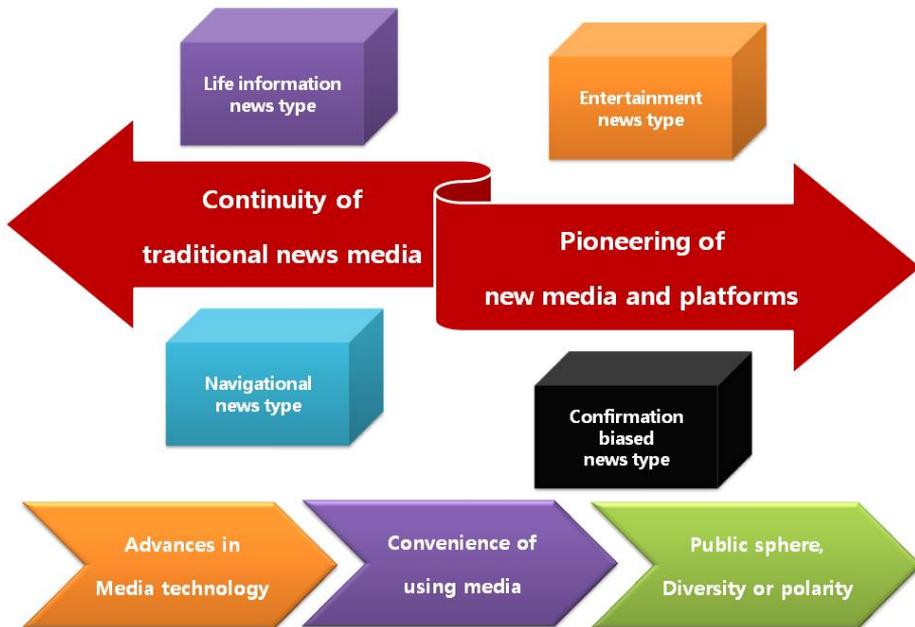


Figure 3. Continuing or replacing news media by news users.

5. 결론 및 논의

이 연구는 다매체 환경에서 뉴스 이용자들의 뉴스 선택 과정을 살펴보고 왜 특정 뉴스 매체와 콘텐츠를 지속적으로 이용하거나 다른 뉴스 매체로 이동하는지를 알아보고자 했다. 이 연구 결과에서 나타난 특징을 근거로 논의할 점은 다음과 같다.

첫째, 뉴스 이용자의 뉴스 선택은 사회적 맥락 속에 이루어진 산물이다. 우선 뉴스 이용자의 뉴스 매체 선택은 뉴스 이용자들이 주로 활동하는 공간과 밀접한 관계가 있다. 뉴스 이용자가 가정에서 보내는 시간이 많을 때 편하게 이용할 수 있는 텔레비전 뉴스를 많이 보게 된다. 학교처럼 집밖에서 주로 활동하는 대학생들은 활용할 수 있는 매체가 제한적이다. 가게에서 오랫동안 생활하는 자영업은 여유 시간에 무가지로 들어오는 일간지를 자주 펼치게 된다. 대학생은 지하철로 통학을 하면서 틈새 시간에 스마트폰을 이용하고 직장인은 승용차로 출퇴근을 하며 라디오를 자주 듣게 된다. 이처럼 뉴스 매체 이용은 각자의 사회적 활동 영역, 주로 생활하는 공간과 무관하지 않다. 이소은(2017a)은 사람들의 TV 시청 시간대가 사람들의 노동 시간, 세대(generation)간 활동 리듬의 차이, 젊은 세대 안에서 다른 활동 시간대에 따른 결과물로 분석했다. 이 연구에서도 사람들의 사회 구성적 조건에 따라 뉴스 이용자의 미디어 이용 습관, 뉴스 접근 환경, 정보 관련성 여부가 다를 수밖에 없었고, 이 점이 주로 이용하는 뉴스 매체와 콘텐츠 선택에 영향을 미치고 있었다.

또한 이 연구에서 뉴스 이용자들의 뉴스 선택 유형을 살펴보면 ‘오락 소비형’, ‘두루 탐색형’에 주로 젊은 세대가, ‘생활 정보형’에 중년층이, ‘확증 편향형’에 장년층이 주로 있다는 점을 알 수 있다. 이는 세대에 따라 뉴스를 이용하는 형태가 다를 수 있음을 의미한다. 젊은 세대는 무의식적으로 뉴스를 보며 정보를 탐색하거나 시간을 소비한다. 이들은 범죄, 갑질 등 사회적 사건/사고와 관련된 뉴스를 주목한다. 또한 자신의 세대와 관련된 취업 등과 관련된 뉴스를 살펴본다. 하지만 중년층은 자녀 교육과 부동산 등 그 세대와 밀접한 소재에 관심을 갖고 심층적으로 해당 이슈를 파악한다. 중년층과 장년층은 젊은 세대와 달리 사회적 사건/사고에 대한 관심이 적다. 대신에 정치, 경제와 같은 거시적 이슈가 개인적인 삶과 동떨어져 있지 않다는 점을 점차 깨달으며 정치, 경제 뉴스에도 관심이 적지 않다. 장년층 뉴스 이용자들의 경우 특정 정치 진영으로 생각이 굳어질 수 있기 때문에 뉴스를 통해 설득된다기보다 각자에게 맞는 뉴스를 찾게 되고, ‘확증 편향형’ 뉴스 이용을 할 수 있다. 각 세대의 경험, 사회적 활동 위치, 정치 진영은 뉴스 콘텐츠 선택에 영향을 미치고, 자신의 뉴스 욕구와 관련된 뉴스 콘텐츠를 가장 잘 전달하는 매체를 선택하기 마련이다. 이런 점에서 뉴스 이용자들의 뉴스 선택은 사회적 산물로 볼 수 있다.

둘째, 뉴스 이용자의 매체 선택은 매체의 기술적 발달로 인한 편리함도 영향을 미칠 수 있지만 전통적 매체의 익숙함과 그에 따른 편리한 특징 역시 결코 간과할 수 없는 영향 요소로 나타났다. 뉴스 이용자가 익숙한 매체란 젊은 세대에게는 어린 시절부터 가족 등의 영향으로 쉽게 접했던 매체이고, 중장년층에게는 젊은 시절부터 오랫동안 이용했던 매체를 말한다. 가령, 뉴스 이용자들은 가족 간 오랫동안 라디오 혹은 텔레비전 뉴스를 공유한 경험이 반복되었을 경우 젊은 세대일지라도 자주 이용하는 뉴스 매체 가운데 전통적인 매체를 선호했다. 젊은 시절부터 오랜 했수동안 공무원을 했던 뉴스 이용자는 현재 퇴직 후에도 여러 신문을 살펴보곤 했다. 새이드, 콘필드, 그리고 올리버(Shade, Kornfield, & Oliver, 2015)는 미디어 선택의 동기 가운데 이용 습관이 있다는 점을 밝힌 바 있다. 이 연구 역시 이용자의 뉴스 매체 선택은 과거의 습관과 무관하지 않음을 알 수 있었다. 다시 말해 현재의 미디어 선택은 과거의 미디어 습관과 현재 미디어 환경의 복합적 결과로 이해할 수 있다.

물론 뉴스 이용자들은 대학이나 직장 때문에 다른 사회적 조건에 놓이게 될 때 기존에 이용하던 신문이나 텔레비전을 쉽게 이용하기 어려운 상황이 될 수 있다. 그런데 흥미로운 점은 이용하던 매체가 달라지더라도 감각을 중심으로 익숙하던 매체의 속성은 유지될 수 있다는 점이었다. 가령, 책이나 신문처럼 문자 문화에 익숙했던 뉴스 이용자는 포털 뉴스에서 문자로 된 뉴스를 읽게 된다. 텔레비전처럼 영상 매체에 익숙했던 뉴스 이용자는 유튜브 가운데 TV 영상의 속성을 갖고 있는 매체를, 라디오에 익숙했던 뉴스 이용자는 시사 유튜브 영상 가운데 토크식 장르나 팟캐스트를 선호한다는 것이었다. 그 이유는 우선 사람들에게 길들여진 감각을 주목하지 않을 수 없다. 라디오에 익숙했던 뉴스 이용자가 포털 뉴스에서 문자로 옮긴 시사 라디오 글을 읽지 않는다는 것은 같은 내용이라 할지라도 익숙한 감각을 중심으로 매체 선택을 한다는 방증이 될 수 있다. 맥루한은 매체 발달 과정에서 등장하는 각 미디어가 소구하는 감각의 비중 변화를 설명한다. 구텐베르크 인쇄술의 시작과 발달로 문자 문화가 확대되었고, 그로 인해 상대적으로 청각이나 촉각 등은 외면되었다고 주장한다. 하지만 라디오나 TV의 등장과 전기 매체의 확산은 시각적으로 편향되었던 문자 문화와 달리 청각 등에 소구하며 사람들을 정서적으로 동질화시킨다고 주장했다(McLuhan, 2005). 테크놀로지 발달로 미디어의 기능과 편의성은 확대되었지만, 뉴스 이용자가 찾는 뉴스 매체의 소구 감각은 익숙했던 감각을 유지할 수 있는 매체를 선택할 개연성이 있다. 뉴스 이용자들은 특정 뉴스 매체를 편리하게 이용할 수 있을 때 선택한다. 그 편리함이란 오랫동안 이용했기 때문에 잘 활용할 수 있는 미디어, 익숙해진 감각에 잘 소구할 수 있는 매체의 특징을 의미한다고 볼 수 있다.

셋째, 뉴스 이용자의 뉴스 선택에서 뉴스의 가치는 매우 중요한 요소이다. 포털 뉴스 중심

으로 형성된 한국의 뉴스 소비 환경에서 쉽게 접할 수 있는 뉴스의 속성은 속보성을 내세우고, 사람들의 관심과 흥미를 충족시킬 수 있는 연성적이면서 자극적인 뉴스이다(김위근, 2014; 김위근·김성해·김동윤, 2013; 송해엽·양재훈, 2017). 미국 신문의 역사 초기에 나타났던 옐로우 저널리즘이 뉴미디어 환경에서 좀 더 포장되어 나타날 뿐이다. 문제는 그로 인한 부작용이다. 포털을 통해 뉴스를 보면 사건 사고가 뉴스 랭킹을 차지하며 끔찍하고 어두운 사회 현실이 나타난다. 그런데 여기서 드는 의문은 이 뉴스가 사회 문제 해결을 위해 던지는 고민인지, 단순히 사람들의 시선을 붙들기 위해 펼쳐놓은 뉴스들인지 모호하다는 점이다. 가령, 연예인 스캔들이 우리 사회에 어떠한 의미가 있는지 의문이고, 폭력이나 성범죄의 근원적인 원인 진단과 해법을 제시하지 못한 채 매일 쏟아지는 이런 보도가 문제의식을 통해 시민의 삶을 향상시키고자 하는 의도인지 아니면 클릭수를 위해 선정성을 드러내기 위한 의도인지, 실제 어떤 도움이 되는지는 의문이다. 또한 정책에 관한 논의보다 정치인의 파편적 발언이 쟁점이 되는 정치 뉴스가 공론의 영역에서 어떤 의미가 있는지 궁금할 따름이다.

이러한 뉴스가 지속적으로 생산되고 확산될 수 있는 요인은 사람들의 클릭을 유도할 수 있을 때 광고를 통한 재원 마련이 가능해지고, 영향력이 높아질 수 있다는 신화가 있기 때문이다. 그런데 사람들은 정말 흥미롭고 자극적인 뉴스만 찾을까? 이 연구에서 뉴스 이용자들은 뉴스 콘텐츠를 선택하는 기준으로 뉴스의 관련성, 뉴스의 전문성, 정치 진영성을 말하고 있었다. 즉, 뉴스 이용자들은 뉴스를 이용할 때 뉴스의 정보적 가치와 신뢰성, 이해관계가 자극적 뉴스보다 더 중요한 선택 기준으로 말하고 있다. 이준웅(2010)은 언론이 위기를 말하지만 정작 원인은 정치, 경제 등 다른 체계에 식민화되기 때문이며 언론의 본원적 기능을 살릴 때 언론의 위기를 극복할 수 있다고 주장한다. 미국의 뉴욕 타임스는 디지털 환경에서 자극적인 뉴스를 보도하는 전략이 아닌 고급화 전략을 선택했지만 뉴욕 타임스의 매출액은 과거보다 더 증가했다(Anderson et al., 2016).

이런 점을 본다면 미디어 경쟁에서 뉴스 수용자를 끌어들이기 위해서는 오히려 뉴스의 가치를 차별화하고 높이는 전략도 필요하다. 이는 뉴스 매체 선택이 정보 이용의 충족감과 밀접한 관련성이 있다는 선행 연구(Bentley, 2012)와 연결된다. 먼저 관련성과 관련해서 살펴보면 ‘생활 정보형’ 뉴스 이용자들은 정보의 직접적 이해관계를 매우 중요시한다. ‘오락 소비형’ 뉴스 이용자들도 뉴스에서 언급한 지역이 거주지역과 관련될 때, ‘두루 탐색형’ 뉴스 이용자들도 취업 관련 뉴스가 나올 때 주목한다. 클라크와 마치(2017)는 젊은 세대가 소셜 미디어로 뉴스를 공유할 때 자신을 뉴스 기사에 투사시켜(inserting oneself into the story) 말한다고 한다. 따라서 삶과 무관한 선정적인 뉴스는 단기적으로는 클릭수를 높일지 몰라도 결국 뉴스를 기피하는 요인이 될

수 있다. 오히려 뉴스 이용자들의 삶과 관련된 정보를 적극 발굴한다면 다소 딱딱하더라도 뉴스 이용자들은 꼼꼼히 읽어 볼 개연성이 높다.

그리고 뉴스 매체는 신뢰할 수 있는 뉴스를 심층적으로 제시하는 방향의 노력이 필요하다(Schröder & Larsen, 2010). 이 연구에서 뉴스 이용자가 생각하는 뉴스의 심층성이란 뉴스의 질적 측면에서 우선 문제의 본질을 잘 지적하며 원인과 해결책 등을 깊게 파고드는 뉴스이다. 동일한 이슈를 다루더라도 뉴스 이용자가 판단하기에 본질과 관련 없는 뉴스는 아무리 양이 많고 뉴스가 길더라도 심층적이라고 판단하지는 않는다. 또한 뉴스 이용자들은 뉴스가 믿을만한 것이어야 심층성의 조건으로 판단했다. 보도되는 내용이 사실과 부합해야 하고, 논리적 타당성이 뒷받침 되는 객관적인 뉴스가 심층적인 뉴스의 조건이 될 수 있다.

뉴스 이용자들은 시사 라디오나 정치 유튜브가 프로그램 내에서 이슈 당사자나 해당 사안과 관련된 전문가가 인터뷰하거나 출연하는 방식 등으로 이슈에 관해 체계적으로 구체적인 내용을 전달해준다는 점을 말하고 있었다. 텔레비전 뉴스의 경우에는 인터넷에서 뜨거운 이슈가 되더라도 단순 전달형으로 보도한다는 점에서 심층성이 부족하다는 주장이 있었다. 반면 텔레비전 영상은 자세하고 실재와 부합하기 때문에 심층적 측면이 있다고 볼 수도 있었다. 그래서 사건이나 이슈를 중심으로 접근하는 뉴스 이용자에게는 라디오나 정치 유튜브가 심층적 매체였지만, 보조 자료와 다양한 감각을 통해 구체적으로 전달한다는 측면에서는 TV가 심층적 매체가 될 수 있었다.

한편 포털 뉴스의 경우에는 뉴스 하나하나로 본다면 자극적이고 길이가 짧은 뉴스가 많기 때문에 심층적 뉴스 매체로 판단하기 어려웠다. 하지만 포털 뉴스는 하이퍼링크가 가능했고, 포털과 연동되어 필요한 내용을 검색할 수 있다는 특징이 있다. 그래서 포털 뉴스 자체는 심층적이라도 말하기 어렵지만 구체적 정보를 찾아 나서는 적극적 이용자에게는 포털 공간이 심층성을 구현할 수 있는 수단이 되었다. 김사승(2008)은 온라인 저널리즘이 전통적인 저널리즘과 달리 지식 생산과 이용자 참여를 통해 뉴스의 심층성을 높일 수 있다고 지적한 바 있다.

넷째, '확증 편향형' 뉴스 이용은 왜 최근에 장년층이 젊은층보다 유튜브 플랫폼의 이용 증가 속도가 빠른지를 설명할 수 있다. 한국언론진흥재단(2019)의 <2019 언론수용자 조사>에 따르면 유튜브 플랫폼 이용률은 20대의 8.7% 상승률에 비해, 60세 이상은 99%의 이용 증가율을 보였다. 이 연구에서 장년층의 '확증 편향형' 뉴스 이용자들은 정치에 대한 관심이 높고, 자신들의 관점과 해석에 부합하는 정보를 찾는다. 텔레비전 뉴스처럼 전통적인 미디어의 언론 보도가 이들 뉴스 이용자들의 관점이나 판단과 유사하면 장년층의 뉴스 이용자들은 굳이 유튜브를 찾기보다 전통적 뉴스 매체에 충족했을 가능성이 많다. 하지만 그 반대의 상황이라면 장년층이라 할지라도 자신의 관점과 유사한 정보를 가장 잘 전달할 수 있는 매체를 찾게 되고, 이것이 시사 유튜브의 급격한 이용

증가로 연결되었을 개연성이 있다. 이는 과거 정치 성향이 강한 젊은층 뉴스 이용자가 전통적인 미디어를 이탈해 <나꼼수>와 같은 정치 팟캐스트 이용이 높아진 이유(이동희·황성욱, 2013)와 비슷하다. 즉, '확증 편향형' 뉴스 이용자들은 정치권력의 정치 진영성과 주류 미디어의 보도 방향에 따라 해당 콘텐츠의 선호나 기피로 연결될 수 있다. 확증 편향형 뉴스 이용자들은 만약 주류 미디어의 뉴스 콘텐츠가 불만족스러우면 기피 현상과 함께 시사 유튜브 이용처럼 대안 매체를 찾는 현상이 나타날 수 있다. 이 점은 사람들의 정보 선택이 이념적 성향에 따라 이뤄진다는 '선택적 정보 노출' 이론과 관련된다(Knobloch-Westerwick & Meng, 2011; Stroud, 2007, 2010).

물론 언론의 역사에서 정치적 공정성, 객관성은 하나의 규범적 가치에 불과할 수 있다. 셋슨(2011/2014)은 정파성을 강하게 띠고 있던 미국 언론이 경제적 이해관계와 직업적 관행과 규범, 논리 실증주의라는 사회철학적 배경과 함께 공정성과 객관성을 내세우기 시작했다고 말한다. 그럼에도 오늘날 미국의 언론조차 정파성을 띠지 않는다고 말하기는 어렵다. 그런 면에서 언론사와 뉴스 보도의 정치적 성향만을 두고서 도덕적으로 비판하기에는 무리가 있다. 다만 특정 사회에서 다양한 시각이 존재할 수 있음에도 주류 매체가 특정한 관점만 강조되다보면 그것에 동의하지 않는 뉴스 이용자들은 대안 매체를 탐색하거나 선택할 수 있다는 점을 생각할 수 있다.

뉴스 이용자들의 뉴스 선택 과정과 뉴스 선택 유형을 알아보고자 했던 이 연구는 질적 연구 방법론의 양면성으로 인한 한계점 역시 존재한다. 양적 연구가 이론이나 가설의 검증이라면 질적 연구는 이론이나 가설을 만들기 위한 탐색적 연구에 가깝다. 그래서 질적 연구는 작은 규모의 연구 대상자를 조사하고, 연구 결과를 일반화하기보다 이런 현상이나 특징이 존재할 수 있다는 점을 보고한다(Creswell, 2007/2010). 이 연구는 스노우볼 형식으로 인터뷰 대상자를 섭외하다 보니 뉴스 이용자들을 좀 더 다양하게 구성하지 못한 점이 있다. 물론 성별, 연령, 직업, 정치 성향 등을 다양하게 구성하고자 했지만 지인들 가운데 뉴스 이용자들을 중심으로 인터뷰 대상자를 찾다보니 다소 학력이 높다는 특징이 있다. 하지만 인터뷰 대상자들이 뉴스 이용을 많이 하는 편이었기 때문에 뉴스 이용 행위에 대해 좀 더 구체적으로 기술할 수 있었다는 장점 역시 있다. 질적 연구가 탐색적 연구라는 점을 고려해서 이 연구 결과를 일반화하기 위해서는 좀 더 연구 대상자의 변인을 늘려 분석하는 작업이 필요하다.

References

- Albarran, A. B., Anderson, T., Bejar, L. G., Bussart, A. L., Daggett, E., Gibson, S., Gorman, M., Greer, D., Guo, M., Horst, J. L., Khalaf, T., Lay, J. P., McCracken, M., Mott, B., & Way, H. (2007). What happened to our audience? Radio and new technology uses and gratifications among young adult users. *Journal of Radio Studies*, 14(2), 92-101.
- Allan, S. (2010). *News culture* (3rd ed.). New York, NY: Mc Graw Hill.
- Anderson, C. W., Downie, L., & Schudson, M. (2016). *The news media: What everyone needs to know*. New York, NY: Oxford University Press.
- Bentley, J. M. (2012). A uses and gratifications study of contemporary christian radio web sites. *Journal of Radio & Audio Media*, 19(1), 2-16.
- Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory* (2nd ed.). London, UK: SAGE.
- Choi, J. (2018). How do users choose news in online news environment?: Investigating the predictors and consequences of using different news cues on online portal news sites. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 62(2), 143-169.
- Clark, L. S., & Marchi, R. (2017). *Young people and the future of news: Social media and the rise of connective journalism*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Creswell, J. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Franklin, B. (2008). The future of newspapers. *Journalism Studies*, 9(5), 630-641.
- Galtung, J., & Ruge, M. (1965). The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in four Norwegian newspapers. *Journal of International Peace Research*, 2, 64-90.
- Gans, H. J. (2004). *Deciding what's news: A study of CBS evening news, NBC night news, Newsweek, and Time*. Evanston, IL: Northwestern University Press. (Original work published 1979).
- Gherstet, M., & Westlund, O. (2018). Habits and generational media use. *Journalism Studies*, 19(7), 1039-1058.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1999). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*.

New York, NY: Routledge.

- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What is news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, 2(2), 261-280.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488.
- Haridakis, P. M., & Whitmore, E. H. (2006). Understanding electronic media audience: The pioneering research of Alan M. Rubin. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(4), 766-774.
- Hasebrink, U., Jensen, K. B., van den Bulck, H., Hölig, S., & Maesele, P. (2015). Changing patterns of media use across cultures: A challenge for longitudinal research. *International Journal of Communication*, 9, 435-457.
- Im, Y.-H. (2005). *The principle of a newspaper*. Seoul: Hannarae.
- Im, Y.-H., Kim, E.-M., Kim, K., & Kim, Y. (2008). News perceptions and uses among online-news users. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 52(4), 179-204.
- Im, Y.-H., & Kim, J.-A. (2011). Professional identity and career strategies among Korean freelance announcers: A grounded-theory analysis. *Media & Society*, 19(2), 49-109.
- Jamala, A., & Melkoteb, S. R. (2008). Viewing and avoidance of the Al-Jazeera satellite television channel in Kuwait: A uses and gratifications perspective. *Asian Journal of Communication*, 18(1), 1-15.
- Jang, H.-Y. (2011). A study on the Korean news media's reality perceptions based on the news characteristics and medium traits: An empirical analysis of '10 most important domestic news of the year'. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 55(6), 103-125.
- Jeong, I. (2010). A trend analysis of the metro sections of news media in Korea during 1998 and 2009. *Korean Journal of Communication & Information*, 50, 143-163.
- Kalsnes, B., & Larsson, A. O. (2018). Understanding news sharing across social media: Detailing distribution on Facebook and Twitter. *Journalism Studies*, 19(11), 1669-1688.
- Kang, J. H., & Im, Y.-H. (2019). Structural conditions of online public sphere for constructive discussions of social issues. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 63(1), 113-164.
- Katz, E. (1959). Mass communication research and the study of popular culture. *Studies in Public Communication*, 2, 1-6.
- Katz, E., Gurevitch, M., & Hass, H. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, 38(2), 164-181.

- Kim, E. M., Shim, M. S., Kim, B. Y., & Oh, H. Y. (2012). The mediatization of everyday life: Focus group interviews of “smart” media users. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 56(4), 133-159.
- Kim, J. (2016). *The study of use and gratification*. Seoul: Communication Books.
- Kim, K.-H., & Lee, S.-H. (2011). A study of news presentation and headline editing by news service agency web sites. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 25(1), 77-115.
- Kim, S. S. (2008). A theoretical analysis on the technological crisis of journalism: Concerning news production process. *Communication Theories*, 4(2), 7-47.
- Kim, Y., Kim, K., Im, Y.-H., Kim, E.-M., & You, K.-H. (2008). Cultural capital and news consumption of online news users. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 52(4), 129-151.
- Kim, W.-G. (2014). The influence of portal site news services on online journalism in Korea: The structural transformation or the power change in the news distribution. *Korean Journal of Communication & Information*, 66, 5-27.
- Kim, W.-G., Kim, S.-H., & Kim, D.-Y. (2013). The agent of news popularity or the poison of quality journalism: evaluating ‘newscast’ contents at the naver.com in terms of journalistic perspective. *Journal of Cybercommunication Academic Society*, 30(2), 33-72.
- Knobloch-Westerwick, S., & Meng, J. (2011). Reinforcement of the political self through selective exposure to political messages. *Journal of Communication*, 61, 349-368.
- Korea Information Society Development Institute (2020). *2019 Results of Korea media panel survey*. Jincheon: Korea Information Society Development Institute.
- Korea Press Foundation (2019). *2019 The Korea press yearbook*. Seoul: Korea Press Foundation.
- Lee, D.-H., & Hwang, S.-W. (2013). The usage motivation of political pod-cast Naneun Komsuda and its influence in on-and offline political participation: Based on the survey of 2040 users in Seoul. *Media, Gender & Culture*, 26, 141-175.
- Lee, S.-E. (2017a). Temporal changes in TV viewing convention: Focusing on the concept of synchronization. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 61(1), 175-213.
- Lee, S.-E. (2017b). Spatial changes in TV viewing convention: Focusing on the concept of domestication. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 61(2), 157-189.
- McCombs, M. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Cambridge: UK Polity Press.
- McLuhan, M. (2005). *Understanding media*. London, UK: Routledge. (Original work published 1964)

- McQuail, D. (2005). *Mass communication theory* (6th ed.). London, UK: SAGE.
- Rhee, J.-W. (2010). Media system and values of newspapers: Considerations of the crisis of Korean journalism. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 54(4), 253-275.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st Century. *Mass Communication & Society*, 3(1), 3-37.
- Schröder, K. C., & Larsen, B. S. (2010). The shifting cross-media news landscape: Challenges for news producers. *Journalism Studies*, 11(4), 524-534.
- Seidman, I. (2006). *Interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and the social science* (3rd ed.). New York, NY: Columbia University.
- Shade, D. D., Kornfield, S., & Oliver, M. B. (2015). The uses and gratifications of media migration: Investigating the activities, motivations, and predictors of migration behaviors originating in entertainment television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 59(2), 318-341.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the Message: Theories of influences on mass media content* (2nd ed.). New York, NY: Longman.
- Shudson, M. (2011). *The sociology of news* (2nd ed.). New York, NY: W.W.Norton & Company.
- Steensen, S. (2011). Online journalism and the promises of new technology: A critical review and look ahead. *Journalism Studies*, 12(3), 311-327.
- Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport. L. (2016). *Media Now: Understanding media, culture, and technology*. Boston, MA: Cengage Learning.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). Grounded theory research: procedures, canons, and evaluative criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), 3-21.
- Stroud, N. J. (2007). Media effects, selective exposure, and Fahrenheit 9/11. *Political Communication*, 24, 415-432.
- Stroud, N. J. (2010). Polarization and partisan selective exposure. *Journal of Communication*, 60, 556-576.
- Song, H., & Yang, J. (2017). Online news portal service and changes in news distribution: Big data analysis of naver news in 2000-2017. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 61(4), 74-109.
- Sung, D.-K., & Yeom, S.-K. (2013). Grounded theoretical analysis on online witch-hunt: Focused on the experiences of the vicious replies and strategic solutions. *Journal of Cybercommunication Academic Society*, 30(1), 145-189.

- Thurman, N. (2018). Newspaper consumption in the mobile age: Re-assessing multi-platform performance and market share using “time-spent”. *Journalism Studies*, 19(10), 1409-1429.
- Turow, J. (1999). *Media today: An introduction to mass communication*. Boston, MA: Houghton Mifflin company.
- Umbricht, A., & Esser, F. (2016). The push to popularize politics: Understanding the audience-friendly packaging political news in six media systems since the 1960s. *Journalism Studies*, 17(1), 100-121.
- Van der Wurff, R. (2011). Are news media substitutes? Gratifications, contents, and uses. *Journal of Media Economics*, 24, 139-157.
- Voorveld, H. A. M., & van der Goot, M. (2013). Age differences in media multitasking: A diary study. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(3), 392-408.
- Westlund, O., & Ghersetti, M. (2015). Modelling news media use: Positing and applying the GC/MC model to the analysis of media use in everyday life and crisis situations. *Journalism Studies*, 16(2), 133-151.
- Yoon, T., Kim, K-H., & Eom, H-J. (2011). The border-crossing of habitus: Media consumption, motives, and reading strategies among Asian immigrant women in South Korea. *Media, Culture & Society*, 33(3), 415-431.

최초 투고일 2020년 6월 12일
 게재 확정일 2020년 9월 28일
 논문 수정일 2020년 10월 5일

부록. 국내 참고 문헌 및 참고 번역서

- 강주현·임영호 (2019). 사회문제 해결을 논할 수 있는 온라인 공론장의 구조적 조건. <한국언론학보>, 63권 1호, 113-164.
- 김경희·이소현 (2011). 뉴스통신사 웹 사이트의 뉴스구성방식과 기사제목 편집에 대한 연구. <한국방송학보>, 25권 1호, 77-115.
- 김사승 (2008). 저널리즘의 기술적 재구성에 대한 이론적 고찰. <커뮤니케이션 이론>, 4권 2호, 7-47.
- 김예란·김경모·임영호·김은미·유경한 (2008). 온라인 뉴스 이용자의 문화취향과 뉴스 소비유형의 관계. <한국언론학보>, 52권 4호, 129-151.
- 김위근 (2014). 포털 뉴스서비스와 온라인 저널리즘의 지형: 뉴스 유통의 구조 변동 혹은 권력 변화. <한국언론정보학보>, 66권, 5-28.
- 김위근·김성해·김동운 (2013). 뉴스의 대중화 혹은 저널리즘의 계토화: 저널리즘 관점에서 본 네이티브뉴스캐스트 사례 분석. <사이버커뮤니케이션학보>, 30권 2호, 33-72.
- 김은미·심미선·김반야·오하영 (2012). 미디어화 관점에서 본 스마트미디어 이용과 일상경험의 변화. <한국언론학보>, 56권 4호, 133-159.
- 김정기 (2016). <이용과 충족 연구>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 성동규·염선규 (2013). 온라인 마녀사냥에 관한 근거이론적 방법론 분석. <사이버커뮤니케이션학보>, 30권 1호, 145-189.
- 송해엽·양재훈 (2017). 포털 뉴스 서비스와 뉴스 유통 변화. <한국언론학보>, 61권 4호, 74-109.
- 오미영 (2018). 국내 유권자의 미디어 이용과 언론사 및 여론조사 신뢰에 대한 연구. <정치커뮤니케이션연구>, 50호, 83-123.
- 이동희·황성욱 (2013). 정치 팟캐스트 콘텐츠 나는 꿈수다의 이용동기와 온오프라인 정치참여. <미디어, 젠더 & 문화>, 26호, 141-175.
- 이소은 (2017a). TV 시청 관습의 시간적 변화: 동시화 개념을 중심으로. <한국언론학보>, 61권 1호, 175-213.
- 이소은 (2017b). TV 시청 관습의 공간적 변화: 가내화 개념을 중심으로. <한국언론학보>, 61권 2호, 157-189.
- 이준용 (2010). 언론 체계와 신문의 가치 창출: 이른바 신문의 위기 극복을 위한 숙고. <한국언론학보>, 54권 4호, 253-275.

- 임영호 (2005). <신문원론>. 서울: 한나래 출판사.
- 임영호 · 김은미 · 김경모 · 김예란 (2008). 온라인 뉴스 이용자의 뉴스관과 뉴스이용. <한국언론학보>, 52권 4호, 179-204.
- 임영호 · 김정아 (2011). 프리랜서 방송 진행자의 직업 현실인식과 대응전략: 근거이론에 의한 분석. <언론과 사회>, 19권 2호, 49-109.
- 장하용 (2011). 뉴스의 속성과 매체 성격에 따른 언론사의 현실인식 차이에 관한 연구: '올해의 10대 국내뉴스' 분석. <한국언론학보>, 55권 6호, 103-125.
- 정보통신정책연구원 (2020). <2019년 한국미디어패널조사 결과>. 인천: 정보통신정책연구원.
- 정일권 (2010). 사회면 기사 분석(1998년~2009년)을 통해 본 뉴스 미디어의 현실구성. <한국언론정보학보>, 50권, 143-163.
- 최지향 (2018). 온라인 뉴스 환경에서 이용자들은 어떻게 뉴스를 선택하는가?: 포털 뉴스사이트에서 뉴스단서(new cue) 선택의 동기. <한국언론학보>, 62권 2호, 143-169.
- 한국언론진흥재단 (2019). <2019 한국언론연감>. 서울: 한국언론진흥재단.

- Bolter, J. D., & Grusin, R. (1999). *Remediation: Understanding new media*. Cambridge, MA: MIT Press. 이재현 (역) (2006). <재매개: 뉴미디어의 계보학>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- Creswell, J. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Thousand Oaks: SAGE. 조홍식·정선욱·김진숙·권지성 (공역) (2010). <질적 연구방법론: 다섯 가지 전통>. 서울: 학지사.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1999). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. New York, NY: Routledge. 이병식·박상욱·김사훈 (공역) (2011). <근거이론의 발견: 질적 연구전략>. 서울: 학지사.
- Seidman, I. (2006). *Interviewing as qualitative research: A guide for researchers in education and the social science* (3rd ed.). New York, NY: Columbia University. 박혜준·이승연 (공역) (2009). <질적 연구 방법으로서의 면담: 사회과학 분야의 연구자들을 위한 안내서>. 서울: 학지사.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the Message: Theories of influences on mass media content* (2nd ed.). New York, NY: Longman. 김원용 (역) (1997) <매스미디어 사회학>. 서울: 나남출판.
- Shudson, M. (2011). *The sociology of news* (2nd ed.). New York, NY: W.W.Norton & Company. 이강형 (역) (2014). <뉴스의 사회학>. 서울: 한국언론진흥재단.
- Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport. L. (2016). *Media Now: Understanding media, culture, and*

technology. Boston, MA: Cengage Learning. 김도연·김희진·손동영·이숙정·이혜림·채영길·최수진 (공역) (2016). <미디어 나우>. 서울: 한경사.

Turow, J. (1999). *Media today: An introduction to mass communication*. Boston, MA: Houghton Mifflin company. 고혜련 (역) (2001). <매스커뮤니케이션 개론>. 서울: 커뮤니케이션북스.

다매체 환경에서 뉴스 이용자의 뉴스 선택 과정과 유형

강주현

(부산대학교 미디어커뮤니케이션학과 강사)

이 연구는 다매체 환경에서 뉴스 이용자의 뉴스 매체와 콘텐츠를 선택하는 이유와 과정, 뉴스 이용 유형과 속성을 알아보았다. 이를 위해 20대부터 60대까지 뉴스 이용자 13명을 대상으로 심층 인터뷰를 실시한 후 근거이론 방법으로 분석했다. 뉴스 이용자의 뉴스 선택 과정을 보면 뉴스 이용자의 사회적 조건/맥락이 뉴스 매체나 콘텐츠 선택에 영향을 미치고 있었다. 뉴스 매체 선택은 성장 환경에서 주로 이용했던 매체 이용 습관, 각자의 사회 활동 공간에서 접근의 용이성이 영향을 주었다. 뉴스 이용자의 콘텐츠의 선택은 뉴스 이용자와 뉴스 관련성, 신뢰도 같은 뉴스 전문성, 뉴스 이용자와 뉴스의 정치적 성향이 변수가 되었다. 뉴스 이용자들은 뉴스를 이용하며 적극적 정보 탐색, 특정 뉴스 콘텐츠 기피, 편향적 뉴스 이용, 공유를 통한 확산 등의 행동이 나타났다. 이런 과정을 통해 뉴스 이용자들은 기존에 이용하던 미디어를 지속적으로 이용하기도 했지만, 다른 뉴스 매체와 병행하거나 대체가 이뤄지기도 했다. 한편, 뉴스 이용자의 뉴스 이용 유형은 오락 소비형, 생활 정보형, 두루 탐색형, 확증 편향형이 있었다. 생활 정보형/두루 탐색형 뉴스 이용자들은 익숙한 매체를 주로 이용하고, 추가적인 정보가 필요할 때 다른 매체를 보조적으로 활용했다. 반면 오락 소비형/확증 편향형 뉴스 이용자들은 주로 이용하는 뉴스 매체나 플랫폼이 경우에 따라 달라지곤 했다. 뉴스 매체의 편리성이나 뉴스 콘텐츠의 흥미가 오락 소비형 뉴스 이용자의 매체나 플랫폼 이동에 영향을 주었다. 하지만 확증 편향형 뉴스 이용자들은 정치적 관점에 따라 뉴스 매체나 플랫폼을 선택했다.

핵심어: 뉴스 선택 과정, 뉴스 이용 유형, 사회적 맥락과 미디어 이용, 이용과 충족, 뉴스 레퍼토리