

# 온라인 뉴스 형태와 분야에 따른 사용자 경험 연구

## User Experience Study on Online News Forms and Fields

### 주저자

우지혜 (Woo, Ji-hye) jihye5127@naver.com  
홍익대학교 일반대학원 시각디자인 전공  
Visual Communication Design, Hongik University

### 교신저자

윤재영 (Yun, Jae-young) ryun@hongik.ac.kr  
홍익대학교 시각디자인과 교수  
Professor, Visual Communication Design, Hongik University

### 공동저자

신민아 (Sin, Min-a) mina9998@naver.com  
홍익대학교 일반대학원 영상학과  
Film and Digital Media Design, Hongik University

김시원 (Kim, Si-won) cool.siwonkim@gmail.com  
홍익대학교 일반대학원 시각디자인 전공  
Visual Communication Design, Hongik University

박선하 (Park, Seon-ha) seonhapp@naver.com  
홍익대학교 일반대학원 시각디자인 전공  
Visual Communication Design, Hongik University

이은비(Lee eun-bee) eunb0708@naver.com  
홍익대학교 일반대학원 시각디자인 전공  
Visual Communication Design, Hongik University

이유경(Lee You-gyeong) sk151548@naver.com  
홍익대학교 일반대학원 시각디자인 전공  
Visual Communication Design, Hongik University

한인정(Han In-Jung) injung0110@naver.com  
홍익대학교 일반대학원 시각디자인 전공  
Visual Communication Design, Hongik University

투고일	2020.09.10	심사일	2020.10.22	게재확정일	2020.10.26
-----	------------	-----	------------	-------	------------

# 온라인 뉴스 형태와 분야에 따른 사용자 경험 연구

## User Experience Study on Online News Forms and Fields

### 목 차

1. 서론
  - 1-1. 연구목적 및 배경
2. 이론적배경
  - 2-1. 뉴스 전달 형태의 변화
  - 2-2. 뉴스형태의 정의와 현황
3. 연구방법
  - 3-1. 연구문제 및 연구가설
  - 3-2. 연구절차
  - 3-3. 실험도구
  - 3-4. 설문조사
4. 연구결과
5. 결론
  - 참고문헌

### Abstract

As the use of mobile devices increased, various functions of life, culture, and lifestyle became available in the hands of people. As a result, competition among media companies is heating up and online news consumption is rapidly changing.

In the past, it was a form where news producers selected news and provided it to users unilaterally, but now the form has changed to a form where readers select articles, and news producers have been more concerned with the user's reaction.

The purpose of this study was to study 'general', 'card' and 'story' types of news to see what form of online news the reader can prefer, trust understand easily. Online news readers in their 20s and 50s were evaluated favorability, understanding, reliability, satisfaction, and intention to use news articles (economic, social and cultural) according to news format.

As a result, for age-specific user experience, all ages generally preferred 'card' - 'general' - 'stories' in order. When looking at each variable, in terms of preference and understanding, and satisfaction, all age groups preferred the 'card' form the most, but in terms of reliability, all age groups preferred the 'paper' form the most. This is because there is no abbreviation of information due to the nature of the "paper" form, and the specific content is described in accordance with the logic.

As such, based on the analysis of user attitudes according to news types, this study attempts to propose appropriate news forms in consideration of age and sector so that the users can be more satisfied by providing different types of news by age and situation.

#### keyword

News form, Card-news, Straight-news, Stories-news

### 논문요약

본 연구에서는 '사회', '경제', '문화' 분야의 뉴스를 '지면형', '카드형', '대화형'의 형태를 활용하여 모바일 플랫폼에서 어떠한 내용의 뉴스를 어떠한 형태로 제공해야 사용자가 호감을 느끼고, 이해하기 쉬우며, 신뢰하고, 만족하는지 그리고 나아가 독자가 어떤 분야의 뉴스를 어떤 형태로 보았을 때 그 매체를 다시 이용하는지를 알아보는 것을 목적으로 하였다. 이를 위해 20~50대 연령층의 뉴스 사용자를 대상으로 뉴스 분야와 형태에 따른 호감도, 이해도, 신뢰도, 만족도를 측정하고 분석하였다.

그 결과 카드형-지면형-대화형 순으로, 카드형 뉴스를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 변인 별로는 호감도 이해도, 만족도에서 전 연령대에서 '카드' 형태가 가장 선호되었지만, 신뢰도의 경우 전 연령층에서 '지면' 형태가 가장 선호되었다. 이는 '지면형' 뉴스의 특성상 정보의 축약이 크게 없으며, 구체적인 내용이 논리에 맞게 서술되어 있기 때문인 것으로 나타났다.

뉴스 형태에 따른 사용자 경험을 분석한 결과를 바탕으로, 상황에 따라 다른 형태의 뉴스가 선호됨을 알 수 있었다. 본 연구가 온라인 뉴스의 형태를 디자인하는 방향성에 기여할 수 있게 되기를 바란다.

#### 주제어

뉴스 제공 형태, 카드형 뉴스, 지면형 뉴스, 대화형 뉴스

## 1. 서론

### 1-1. 연구목적 및 배경

모바일 장치의 사용이 증가함에 따라 생활, 문화, 라이프 스타일의 다양한 기능들이 사람들의 손안에서 이루어지게 되었다. 디지털 환경은 전통적인 미디어에 비해 심화된 경쟁 관계 속에서 짧은 주기로 새로운 생태계가 형성되고 있다. 특히 인터넷 뉴스는 언론사 간

생존 경쟁이 치열하게 전개되며 그에 따른 뉴스 소비도 빠르게 변화되고 있음을 알 수 있다.

기존에는 뉴스 제작자가 뉴스를 선택하여 사용자에게 일방향적으로 제공하던 때가 있었던 반면, 지금은 사용자가 선택하는 식으로 역할과 입장이 바뀌며 뉴스 제작자는 뉴스 전달 방식에 대한 사용자의 반응을 더욱 고려하게 되었다.

본 연구에서는 사회, 문화, 경제 분야의 뉴스를 지면

형, 카드형, 대화형 총 3가지의 형태로 구분하여 실험하였으며, 사용자의 연령에 따라 이해도, 신뢰도, 만족도를 조사하였다. 이를 통해 효과적인 뉴스 형태 제공 방식에 대해 살펴보고 방향성을 제안하고자 한다.

## 2. 이론적배경

### 2-1. 뉴스 전달 형태의 변화

뉴스 형태의 변화는 매체와 플랫폼의 변화에 따라 플랫폼에 맞춘 뉴스 형태가 생겨나고 있으며, 뉴스 제작자들은 다양한 뉴스 전달 형태를 시도하고 있다. 이러한 뉴스 전달 형태는 뉴스 사용자의 사용자 경험에 다양한 변수로 작용하고 있기 때문에, 모바일 매체의 활용도가 높은 최근 상황에서 뉴스 전달 형태의 변화 추세를 이해하기 위해 선행 연구를 분석하였다.

뉴스 이용 매체의 가장 큰 변화의 시작은 스마트폰의 등장이다. 모바일 뉴스 이용 현황에 대해 연구한 김위근(2011)은 모바일 뉴스의 등장과 뉴스 이용의 변화를 이용자의 심층 인터뷰를 통해 분석하였다<sup>1)</sup>. 스마트폰의 웹브라우저나 애플리케이션으로도 PC 인터넷과 동일한 뉴스 이용이 가능하기 때문에 스마트폰을 이용 늘어나면서, PC 인터넷 뉴스 이용이 줄어들고 있는 경향을 발견하였다. 반면, 사용자 경험과 관련하여서는 스마트폰의 이용은 뉴스라는 콘텐츠를 재발견하게 했는데, 지면과 TV, 라디오 등의 전통 매체를 통한 뉴스는 사용자가 시간을 많이 할애해야 하는 형태였지만 스마트폰의 웹브라우저나 애플리케이션은 짧은 시간에도 효과적으로 이용할 수 있게 되어 사용성에 있어 긍정적 반응을 보이며 모바일 뉴스의 이용을 높였다고 논하였다.

정성욱·홍종윤(2017)은 오프라인, 온라인, 모바일 형식의 진화로 새로운 형태의 TV 뉴스 유형을 [표 1]과 같이 정리하였다<sup>2)</sup>. 이를 통해 점차 플랫폼이 모바일 환경으로 바뀌고 있음을 알 수 있으며, 온라인 및 모바일 뉴스 플랫폼의 부상에 따른 TV 뉴스 포맷이 다양해지고 있다.

<표 1> 뉴스 포맷과 유형 (정성욱, 홍종윤, 2017)

구분		기존 뉴스 및 재가공 포맷	전용 뉴스 및 독자적 포맷
플랫폼	오프라인 TV	TV 뉴스	
	온라인 (컴퓨터)	온라인 TV 뉴스	온라인 전용 동영상 뉴스
	모바일 (휴대전화)	모바일 TV 뉴스	모바일 카드 뉴스

김선호·양정애·박대민(2014)은 [표 2]와 같이 인터랙티브 뉴스 전달 형태의 사례를 모아 12가지 유형 카드 뉴스, 타임랩스, 타임라인, 차트, 이미지 클릭, 퀴즈, 리스티클, 투표, 영상 변환, 대화 편집, 뉴스 맵, 트리맵을 제안하였다<sup>3)</sup>.

<표 2> 뉴스 전달 형태 (김선호·양정애·박대민, 2014)

뉴스 전달 형태	설명
카드 뉴스	모바일 화면 최적화 카드형 콘텐츠
타임랩스	움직임을 일정한 간격으로 촬영한 다음 정상 속도로 영상
타임라인	선형 타임라인으로 기사를 나열
차트	다양한 형식의 원 차트, 막대그래프, 지도 등
이미지 클릭	이미지를 클릭하여 링크 연결
퀴즈	퀴즈형 기사 등 제공 공유
리스트클	"죽기 전에 해야 할 ~가지"처럼 리스트와 기사를 결합
투표	기사와 투표 접목
영상변환	기사를 영상으로 자동 변환
대화 편집	SNS 큐레이팅
뉴스 맵	네이버, 다음, 구글 등의 오픈 API 활용해 지도에 기사 임베딩
트리맵	가중치에 따라 뉴스 보여주는 타일형 맵 형태

본 연구에서는 선행 연구를 기반으로 미디어 형식에 따라 뉴스 전달 형태를 [표 3]과 같이 분류하였다. 미디어 형식 유형은 이미지와 텍스트, 그래프, 비디오, 인터랙티브, 오디오의 형태로 분류했다. 이 중 이미지와 텍스트로 이루어진 뉴스 전달 형태가 모바일 환경에서 가장 많이 활용되고 있다.

<표 3> 미디어 형식에 따른 분류

미디어 형식	뉴스 전달 형태	설명
이미지 & 텍스트	지면형	서술 형태를 띠는 줄글
	카드형	모바일 화면 최적화 카드형 콘텐츠
	대화형 스토리텔링	선형 타임라인으로 기사 나열
그래프	차트	다양한 형식의 원 차트, 막대그래프 지도 등
비디오	타임랩스	움직임을 일정한 간격으로 촬영한 다음 정상 속도로 연사
	VR	기사에 VR을 활용하여 현장에 있는 것처럼 여출
인터랙티브	타임라인	선형 타임라인으로 기사 나열
	뉴스 맵	네이버, 다음, 구글 등의 오픈 API 활용해 지도에 기사 임베딩
	트리맵	가중치에 따라 뉴스 보여주며 타일 형 맵 형태
	큐레이션	SNS 큐레이팅
	퀴즈	퀴즈형 기사 등 제작 공유
오디오	음성 브리핑	기사 텍스트 음성 브리핑

## 2-2. 뉴스 형태의 정의

뉴스 형태와 관련한 선행 연구[표 4]를 기반으로 지면형, 카드형, 대화형 뉴스에 대해 다음과 같이 정의하였다. 지면형 뉴스는 지면의 형식으로 발전해온 전통적

형태이기 때문에, 가장 오래된 뉴스 전달 형태이며, 지면 기사의 서술 형태를 띠고 있는 뉴스이다. 카드형 뉴스는 이미지와 간단한 핵심적 텍스트로 구성된 템플릿의 형태를 띠는 뉴스이다. 대화형 뉴스는 중앙일보에서 제작되어 친숙하게 사용자에게 다가가기 위해 메신저 UI 형태의 뉴스이다.

이를 바탕으로 본 연구에서는 이미지와 텍스트로 이루어진 3개의 뉴스 전달 형태를 비교하고, 이에 따른 뉴스 사용자의 사용자 경험을 연구하고자 한다.

<표 4> 뉴스 형태와 관련한 선행 연구

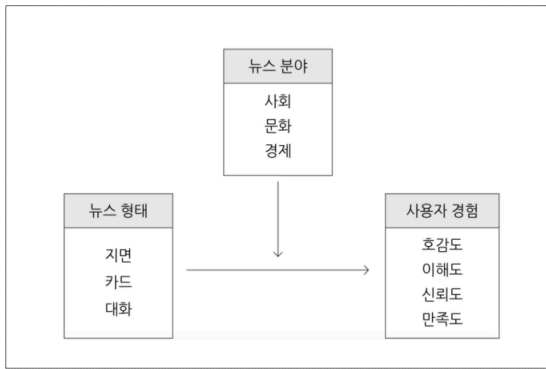
형태	연구자	관련 연구
지면형	Schudson, 1997	지면 뉴스 방식은 역 피라미드 형식으로 구성되어 있으며, 기사의 의미 관계를 분석해 기사의 특성과 한계를 밝혔다.4)
	Barnhurst, 2002	뉴스의 길이가 점차 길어지고 how와 why에 대한 설명이 늘어나고 있다.5)
	신명선·박재영 2004	지면 뉴스는 지면의 한정으로 인해 텍스트적 특성의 스타일의 유형으로 일정하게 전달하는 형식이다.6)
	김경희 2017	매체가 온라인으로 넘어오면서 기사 형식이 점차 파괴되고 멀티미디어 형식으로 변화가 일어났으며, 문어체에서도 벗어나고 있다.7)
	박광순 2018	지면 형태의 신문은 뉴스 서비스, 범주, 형식 등 여러 차원에서 종이 신문과 차별화하고 있지만, 뉴스 편집의 포맷과 원리는 기존 관행을 따르고 있다.8)
카드형	조윤성·김종무 2017	카드 뉴스는 인포그래픽에서 발전했으며, 사진이나 표, 인포그래픽, 그림 등 이미지나 동영상 및 간단한 텍스트를 함께 5-10 페이지 남짓으로 구성한 것이다.9)
	강민아·박홍원 2017	카드 뉴스는 제목, 내용, 날짜, 기자명으로 구성되며, 핵심문장의 텍스트와 이미지로 구성되어 형식에 맞게 뉴스 내용을 전달한다.10)

대화형	중앙일보 2018	대화형 뉴스는 메시지 UI 형태를 도입하여 텍스트 기사 대신 친숙하게 사용자들에게 다가가는 뉴스 형태이다. <sup>11)</sup>
-----	-----------	--

### 3. 연구 방법

#### 3-1. 연구 모형과 가설

조윤성·김종무(2019)의 선행 연구에서 지면 형태와 카드 형태의 두 가지 형태를 비교 분석하였을 때 ‘카드형’이 ‘지면형’보다 이해도, 만족도 부분에서는 높은 수치를 보였으며, 신뢰도, 호감도 부분에서는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다<sup>12)</sup>. 최근 지면 형태와 카드 형태 외에도 다양한 뉴스 형태가 나오고 있어 챗봇 기능을 가진 대화 형태를 추가하여 사용자 경험을 조사하였으며, 보다 면밀한 조사를 위해 다양한 분야의 뉴스를 다양한 형태로 조사하고자 다음과 같이 연구 모형 [그림 1]과 가설을 설계하였다.



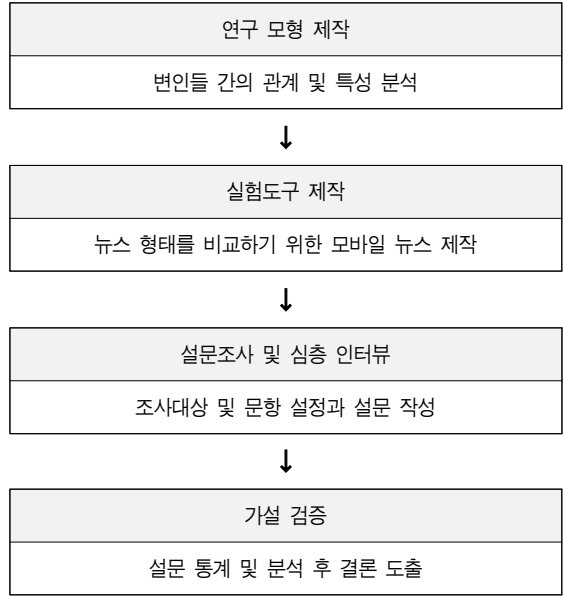
<그림 1> 연구 모형

#### [연구 가설]

1. 뉴스 제공 형태에 따라 사용자 경험에 차이가 있을 것이다.
2. 뉴스 분야에 따라 사용자 경험에 차이가 있을 것이다.
3. 뉴스 형태와 뉴스 분야 간 상호작용 효과가 있을 것이다.

실험에 대한 예상 결과로 난이도와 경험을 통제한 사회, 문화, 경제 분야의 뉴스 기사 내용을 전달했을 경우 지면형, 카드형, 대화형 뉴스에서 호감도, 이해도, 신뢰도, 만족도와 같은 측정 변인 요소에 대한 사용자 경험의 차이가 존재할 것으로 예측하였다. 연구를 위한

절차는 [그림 2]와 같다.



<그림 2> 연구 절차

#### 3-2. 실험도구

[표 5]와 같이 모바일 환경에 적합한 형태로 설문시 내용이 겹치지 않도록 분야를 조합하였다.

조사자의 경험과 글의 난이도를 통제하고 기사의 내용이 편중되지 않도록 해외 기사를 활용하였으며 또한, 뉴스 형태별 시각적 격차를 최소화하기 위해 동일한 사진을 2개 이상 적용하며, 같은 색깔을 주어 변인을 통제하였다.

<표 5> 실험도구

구분	지면	카드	대화
사회			

으로 불러일으키는 심리적 상태이다(Oliver, 1980)<sup>16)</sup>.

사용자 경험 평가 요소의 세부 질문으로 호감도는 호기심 유발과 흥미 정도를, 이해도는 내용의 이해도와 정보를 읽을 때의 편리성을, 신뢰도는 기사의 객관성, 편향성, 내용에 대한 믿음을 만족도는 추후 이용 의향, 뉴스 내 정보의 편리함과 구성에 만족하는 정도를 물었다.

설문 절차는 참가자에게 먼저 세 가지 형태의 실험 도구를 제시한 후, 사용자 경험에 관한 문항을 리커트 5점 척도(Likert scale)로 평가하도록 하였다.

설문 후 선택에 대한 상세 이유를 알기 위해 인터뷰에 참여를 희망한 20대 2명, 30대 3명, 40대 2명, 50대 2명으로 총 9명의 대상자에게 심층 인터뷰를 실시하였다.

#### 4. 연구 결과

자료 분석 방법은 신뢰도와 통계적 유의도를 검정하는 방법으로 이원 분산분석(Two-Way Anova)을 실시하였다. 실험에 대한 신뢰도 분석 결과 0.671로 실험에 대한 타당도를 검증하였으며, 사후검증을 통한 분석 후 뉴스 분야와 뉴스 형태 간에 상호 작용과 그에 따른 사용자 경험 차이를 [표 6]과 같이 정리하였다.

<표 6> 뉴스 형태와 뉴스 분야에 따른 사용자 경험 차이

	구분	SS	df	MS	F	P
호감도	뉴스 형태(A)	16.183	2	8.092	14.058	.000*
	뉴스 분야(B)	.996	2	.498	.865	.422
	A × B	2.669	4	.667	1.159	.330
이해도	뉴스 형태(A)	27.538	2	13.769	23.448	.000*
	뉴스 분야(B)	2.477	2	1.239	2.109	.124
	A × B	4.397	4	1.099	1.872	.117
신뢰도	뉴스 형태(A)	52.048	2	26.024	58.285	.000*
	뉴스 분야(B)	.319	2	.160	.357	.700
	A × B	1.395	4	.349	.781	.539
만족도	뉴스 형태(A)	34.218	2	17.109	27.079	.000*
	뉴스 분야(B)	.376	2	.188	.297	.743
	A × B	2.334	4	.584	.924	.451

\*p<.05

먼저, 가설 1인 뉴스 제공 형태에 따라 사용자 경험에 차이가 있을 것인지에 대해서는 모든 항목에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다(호감도: F=14.058, p<.05; 이해도: F=23.448, p<.05; 신뢰도: F=58.285, p<.05; 만족도: F=27.079, p<.05). 이를 통해 연구가



#### 3-3. 설문조사

본 연구는 20,30,40,50대 각 18명씩 총 72명을 설문 대상으로 하였다. 설문 문항 구성으로는 선행연구를 통해 사용자 경험 측정을 위한 변인 요소로 허니콤 모델의 요소를 참고하여 ‘호감도, 이해도, 신뢰도, 만족도’ 4가지 항목으로 설정하고 평가하였다. 무작위 순으로 3가지 뉴스 유형에 대해 4가지 측정항목을 각 2문항씩 피험자들은 총 24문항에 대해 답하였다.

본 연구에서 사용된 측정 변인에 대한 조작적 정의는 다음과 같다. 호감도란 대상이나 현상을 좋게 여기는 감정(박관희·이시훈·김광엽, 2009)이다<sup>13)</sup>. 이해도는 사용자가 정보를 처리하면서 받아들인 정보의 내용을 조직화하고 의미를 해석하는 것(최미선·류명식, 2015)이다<sup>14)</sup>. 신뢰도는 전문성과 진실성을 수행할 능력이 있는지의 여부이다(강길홍·이인규, 2015)<sup>15)</sup>. 만족도는 사용자의 만족이 기대와 불일치를 경험할 때의 감정과 소비 경험에 대해 사용자가 갖게 되는 감정이 복잡적

설 1은 성립되는 것으로 채택되었다.

가설 2인 뉴스 분야에 따라 사용자 경험에 차이가 있을 것인지 대해서는 모든 항목에서 통계적 유의미한 차이를 보이지 않았다(호감도:  $F=.865, p>.05$ ; 이해도:  $F=2.109, p>.05$ ; 신뢰도:  $F=.357, p>.05$ ; 만족도:  $F=.297, p>.05$ ). 때문에 연구 가설 2는 기각한다.

가설 3인 뉴스 형태와 분야 간의 상호 작용 효과가 모든 항목에서 통계적 유의미한 차이를 보이지 않았다(호감도:  $F=1.159, p>.05$ ; 이해도:  $F=1.872, p>.05$ ; 신뢰도:  $F=.781, p>.05$ ; 만족도:  $F=.924, p>.05$ ). 때문에 연구 가설 3은 기각한다.

[표 7]은 뉴스 형태와 사용자 경험 요소 간의 기술 통계이다. 분야별로 나타나는 뉴스 형태와 사용자 경험 요소 간에 나타나는 평균(M)과 표준편차(SD) 값을 표로 정리하였다.

뉴스 형태와 사용자 경험 간 통합적 분석 결과 카드>대화>지면 순으로 카드 형태의 사용자 경험 만족이 가장 높게 나타났다. 통계 결과에 대한 해석의 근거는 심층 인터뷰를 통해 보충하였으며 정리한 내용은 다음과 같다.

<표 7> 뉴스 형태와 뉴스 분야에 따른 사용자 경험 기술통계

사용자 경험	뉴스 형태	뉴스 형태					
		지면		카드		대화	
		M	SD	M	SD	M	SD
호감도	사회	3.28	.65	3.88	.71	3.56	.89
	문화	3.42	.87	3.80	.68	3.33	.58
	경제	3.30	.72	4.24	.69	3.50	.93
	전체	3.34	.75	3.98	.71	3.47	.81
이해도	사회	3.30	.75	4.16	.67	3.79	.90
	문화	3.38	.68	3.91	.84	3.21	.95
	경제	3.24	.71	4.36	.51	3.48	.81
	전체	3.31	.70	4.15	.70	3.49	.91
신뢰도	사회	3.89	.52	3.56	.67	2.75	.77
	문화	4.00	.72	3.30	.37	2.79	.85
	경제	3.98	.65	3.64	.55	2.75	.77
	전체	3.96	.63	3.51	.56	2.76	.78
만족도	사회	3.54	.82	4.00	.70	3.29	.82
	문화	3.65	.91	3.98	.66	2.92	.83
	경제	3.54	.75	4.20	.61	3.04	.95
	전체	3.58	.83	4.06	.66	3.08	.87

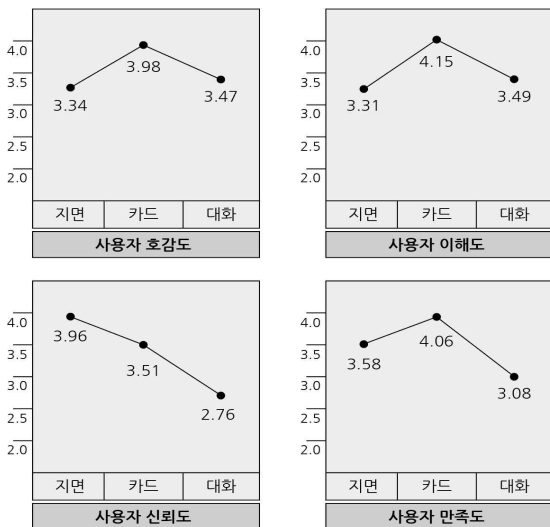
첫 번째, 뉴스 형태와 호감도의 기술 통계 분산분석에 따르면 카드 형태( $M=3.98$ )에서 가장 높은 호감도가 나타났으며 지면 형태( $M= 3.34$ )와 대화 형태( $M=3.47$ )

는 유의한 차이가 없었다. 이 결과에 대한 분석으로 심층 인터뷰 내용에 따르면, "이미지 위주로 되어 있어 재미있고 가독성이 좋다", "카드의 이미지, 하드카피 구성이 핵심적이다", "핵심 키워드가 보기 편하다"라는 답변을 통해, 카드 뉴스는 이미지와 핵심 키워드로 이루어져 재미와 가독성을 높임으로써 호감도에서 높은 점수를 받았음을 알 수 있다.

두 번째, 뉴스 형태와 이해도의 기술 통계 분산분석에 따르면, 카드 형태( $M=4.15$ )에서 가장 높은 이해도가 나타났으며 지면 형태( $M=3.31$ )와 대화 형태( $M=3.49$ )는 유의한 차이가 없었다. 이 결과에 대한 분석으로 심층 인터뷰 내용에 따르면, "간결한 문장으로 글의 핵심 내용이 쉽게 전달된다", "관련 이미지가 매치가 되어 이해하기 쉽다"라는 카드에 대한 이해도에 긍정적인 의견을 보인다. 반면 지면 형태에 대해서는 "모바일로 긴 텍스트를 읽는 데 시간이 많이 소요되므로 좀 더 요약된 형태로 볼 수 있으면 좋을 것 같다"라는 의견이 있었으며, 대화 형태에 대해서는 "필요 없는 문장들로 집중도가 떨어진다"라는 의견이 있었다. 즉, 카드의 간결한 문장과 그림이 내용의 가독성과 이해도를 높였음을 알 수 있다.

세 번째, 뉴스 형태와 '신뢰도'의 기술 통계 분산분석에 따르면 지면 형태( $M=3.96$ )에서 가장 높은 신뢰도가 나타났으며 다음으로는 카드 형태에서 가장 높은 신뢰도가 나타났다( $M=3.51$ ). 대화 형태( $M=2.76$ )는 가장 낮은 신뢰도를 보이는데 이는 다른 형태와 가장 큰 격차를 보인다. 이 결과에 대한 심층 인터뷰 내용에 따르면 "지면 형태는 세세한 내용까지 전달해 줌으로써 신뢰감을 향상시킨다"라는 답변을 통해 논리적이고 분석적인 지면 형태가 신뢰감을 향상시켜줄 수 있다. 다음으로 카드 뉴스 형태는 "실제 정보에 비해 축약된 내용이 많은 것 같이 느껴진다", "다른 형태와 다르게 칸으로 내용이 나뉘지는 느낌이라 글의 흐름이 끊어지는 느낌을 받는다"라는 답변을 통해 기존 지면 뉴스에 비해 축약된 정보가 많아 신뢰도가 상대적으로 저하됨을 알 수 있다. 가장 낮은 결과를 보인 대화 형태는 "대화라는 방식이 주관적 느낌을 준다", "누군가 내용을 전달해 주는 것 같다"라는 답변을 통해 대화라는 형식이 다소 가벼운 느낌을 주어 신뢰감을 저하시킬 수 있다.

네 번째, 뉴스 형태와 ‘만족도’의 기술 통계 분산 분석에 따르면 카드 형태(M=4.06), 지면 형태(M=3.58), 대화 형태(M=3.08) 순으로 유의한 차이를 보였다. 이결과에 대한 심층 인터뷰에 따르면, 카드 형태는 “이미지 활용으로 호기심을 유발하며 집중도가 좋다”, “글이 적고 요약되어 한눈에 간단히 볼 수 있어서 좋다” 라는 답변 등을 통해 간결한 문장과 이미지가 함께 제공되어 이해력을 높여 가장 만족도가 높음을 확인할 수 있다. 지면 형태는 “사실을 더 객관적으로 다룬 것 같다”, “예전부터 보던 형식이라서 편하다”라는 답변등을 통해 지면 형태가 신뢰감을 주어 만족도를 높여줄 수 있다. 다음으로 대화 형태는 “신선한 방식으로 흥미가 생긴다”, “편안하게 대화하는 기분으로 자연스럽게 어려운 기사들을 접하기 좋은 형태 같다”라는 답변 등을 통해 대화하는 느낌의 친근감이 어려운 내용에 대한 접근성을 높여 만족도를 주는 것을 확인할 수 있다. 하지만 “장난 같아 보이는 가짜 뉴스 같고 진정성이 떨어진다.”라는 답변 등을 미루어 보아 이러한 대화 형태가 주는 비전문적인 느낌이 더 큰 영향을 미치는 다른 유형에 비해 낮은 만족도를 보인다. [그림3]은 뉴스 형태와 사용자 경험 간 기술 통계 분산분석결과를 한눈에 보기 쉽게 그래프로 나타내었다.



<그림 3> 뉴스 형태와 사용자 경험 간 기술 통계 분산분석 결과

호감도 부분에서는 지면 형태(M=3.34), 카드 형태(M=3.98), 대화 형태(M=3.47)로 카드>대화, 지면 순으로 유의함이 나타났다.

=4.15), 대화 형태(M=3.49)로 카드>대화, 지면 순으로 유의함이 나타났다.

신뢰도 부분에서는 지면 형태(M=3.96), 카드 형태(M=3.51), 대화 형태(M=2.76)로 지면>카드>대화 순으로 유의함이 나타났다.

만족도 부분에서는 지면 형태(M=3.58), 카드 형태(M=4.06), 대화 형태(M=3.08)로 카드>지면 >대화 순으로 유의함이 나타났다. 호감도, 이해도, 만족도에서는 카드 형태가 가장 높았고 신뢰도에서는 지면 형태가 가장 높았다.

## 5. 결론

본 연구는 대화 형태와 같은 새로운 뉴스 전달 방식을 다루는 연구가 필요하다고 주목하여 사용자 경험에 대해 조사하였다. 새로운 뉴스 형태를 기존 뉴스 형태와 비교하여 효과적인 뉴스 형태를 제안하고자 실증조사를 통해 검증하였다. 이를 통해 본 연구는 다음과 같은 시사점을 얻을 수 있다.

첫째, 분석 결과에 따르면, 난이도와 경험을 통제된 뉴스 제공 형태(지면 형태, 카드 형태, 대화 형태)는 뉴스 사용자 경험에 통계적으로 유의미한 주효과가 있는 것으로 나타났으며, 호감도와 이해도에서 지면 형태와 카드 형태를 제외하고, 세 가지 뉴스 형태에 따라 유 측정 변인 요소에 대한 차이가 일부 나타났다.

둘째, 뉴스 형태에 따른 호감도와 이해도에 대한 효과를 분석한 결과, 카드 형태가 가장 높은 점수를 얻었다. 반면, 상대적으로 낮은 점수를 받은 지면 형태와 대화 형태는 유의미한 차이가 없었다. 인터뷰 조사 결과, 높은 가독성과 이미지에 대한 선호가 호감도와 이해도에 높게 반영됐다. 난이도가 높은 뉴스 주제의 경우 카드 형태와 같이 핵심 키워드로 내용이 잘 보이고, 그림과 함께 설명해 주는 형태로 제공하는 것이 효과적일 것으로 판단된다.

셋째, 뉴스 형태에 따른 신뢰도에 대한 효과를 분석한 결과, 지면, 카드, 대화 형태 순으로 나타났다. 인터뷰 내용에 따르면, 내용이 상대적으로 자세한 지면 형태가 신뢰감을 향상시켰고, 카드 형태는 축약되는 내용이 많아서, 대화 형태는 객관성을 떨어뜨리고 가벼운 느낌 때문에 상대적으로 낮게 평가받았다.

## 참 고 문 헌

- 1) 김위근, 『스마트 미디어 시대 의 모바일 뉴스 이용』, 한국언론진흥재단, 2011
- 2) 정성욱, 홍종윤, 『모바일 플랫폼 시대의 TV 뉴스 : 뉴스 형식이 의제 설정 효과에 미치는 영향에 대한 연구』, 방송통신연구, No. p9-37, p98, 2017
- 3) 김선호, 박대민, 양정애, 『스마트 미디어 뉴스 생태계의 혁신 전략』, 한국언론진흥재단, No. p40, 2014
- 4) 조운성, 김종무, 『뉴스의 제공 형태 차이에 따른 호감도, 이해도, 신뢰도, 만족도, 지속사용 의도에 관한 연구』, 디지털융복합 연구, 15:7, p383 -391, 2017
- 5) 박란희, 이시훈, 김광협, 『목소리 구성요소의 커뮤니케이션 효과에 관한 연구 :화자의 호감도와 공신력에 미치는 영향을 중심으로』, 계명대학교 신문방송학과 박사학위논문, 2009
- 6) 최미선, 류명식, 『디지털뉴스페이지의 시각적 구성이 사용자의 기사 이해에 미치는 영향 연구』, 홍익대학교 디자인콘텐츠대학원 석사학위논문, 2015
- 7) 강길홍, 이민규, 『모바일뉴스 시대의 미디어 신뢰도에 관한 연구』, 중앙대학교 석사학위논문, 2015
- 8) Oliver,R.L, 『a cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions』 Journal of Marketing Research, Vol.17, No.4, pp.460-469, 1980
- 9) Schudson M, 『The sociology of news production』, Social meanings of news : A text-reader, p.7-22, 1997
- 10) Barnhurst, Kevin G, 『News Geography & Monopoly: the form of reports on US news paper internet sites.』 Journalism Studies 3.4: p477-489. 2002
- 11) 신명선, 박재영, 『신문기사의 텍스트 언어학적 분석』, 서울 미디어연구소, 2004
- 12) 조운성, 김종무, 『뉴스의 제공 형태 차이에 따른 호감도, 이해도, 신뢰도, 만족도, 지속사용 의도에 관한 연구』, 디지털 융복합 연구, 15:7, p383 -391, 2017
- 13) 박란희, 이시훈, 김광협, 『목소리 구성요소의 커뮤니케이션 효과에 관한 연구 :화자의 호감도와 공신력에 미치는 영향을 중심으로』, 계명대학교 신문방송학과 박사학위논문, 2009
- 14) 최미선, 류명식, 『디지털뉴스페이지의 시각적 구성이 사용자의 기사 이해에 미치는 영향 연구』, 홍익대학교 디자인콘텐츠대학원 석사학위논문, 2015
- 15) 강길홍, 이민규, 『모바일뉴스 시대의 미디어 신뢰도에 관한 연구』, 중앙대학교 석사학위논문, 2015
- 16) Oliver,R.L, 『a cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions』 Journal of Marketing Research, Vol.17, No.4, pp.460-469, 1980
- 강길홍, 이민규, 『모바일뉴스 시대의 미디어 신뢰도에 관한 연구』, 중앙대학교 석사학위논문, 2015
- 강민아,박홍원, 『모바일 카드의 이용 동기와 만족에 관한 연구』, 부산대학교 대학원 석사학위논문, 2017
- 김경희, 『뉴스 소비의 변화와 뉴스의 진화 - 포털뉴스와 언론사 뉴스 사이트를 중심으로』, 언론정보연구 49권 2호, p.5-36, 2012
- 김선호, 박대민, 양정애, 『스마트 미디어 뉴스 생태계의 혁신 전략』, 한국언론진흥재단, No. p40, 2014
- 김위근, 『스마트 미디어 시대 의 모바일 뉴스 이용』, 한국언론진흥재단, 2011
- 박광순, 『네이버 뉴스스탠드의 신문지면에 대한 비교 분석-10 개 종속형 온라인 신문의 홈페이지를 중심으로』, 디지털융복합연구 16.9 : p365-374, 2018
- 박란희, 이시훈, 김광협, 『목소리 구성요소의 커뮤니케이션 효과에 관한 연구 :화자의 호감도와 공신력에 미치는 영향을 중심으로』, 계명대학교 신문방송학과 박사학위논문, 2009
- 신명선, 박재영, 『신문기사의 텍스트 언어학적 분석』, 서울 미디어연구소, 2004
- 정성욱, 홍종윤, 『모바일 플랫폼 시대의 TV 뉴스 : 뉴스 형식이 의제 설정 효과에 미치는 영향에 대한 연구』, 방송통신연구, No. p9-37, p98, 2017
- 조운성, 김종무, 『뉴스의 제공 형태 차이에 따른 호감도, 이해도, 신뢰도, 만족도, 지속사용 의도에 관한 연구』, 디지털 융복합 연구, 15:7, p383 -391, 2017
- 최미선, 류명식, 『디지털뉴스페이지의 시각적 구성이 사용자의 기사 이해에 미치는 영향 연구』, 홍익대학교 디자인콘텐츠대학원 석사학위논문, 2015
- Barnhurst, Kevin G, 『News Geography & Monopoly: the form of reports on US news paper internet sites.』 Journalism Studies 3.4: p477-489. 2002
- Oliver,R.L, 『a cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions』 Journal of Marketing Research, Vol.17, No.4, pp.460-469, 1980

- Schudson M, 『The sociology of news production』, Social meanings of news : A text-reader, p.7-22, 1997
- 중앙일보『대화형 뉴스서비스 썰리앱 출시..』<https://news.joins.com/article/22527204>