

포털 뉴스 이용이 전통 미디어 이용에 미치는 영향에 관한 연구

대학생 집단을 중심으로*

원숙경**

(동아대학교 강사)

김대경***

(아이다호 주립대학교 교수)

이범수****

(동아대학교 교수)

본 논문은 포털 뉴스 이용이 전통 미디어 이용에 미치는 영향에 관한 연구이다. 이를 밝히기 위해, 먼저 이용시간 및 이용 동기 차원에서 포털 뉴스가 기존의 전통 뉴스미디어 이용에 미치는 영향 그리고 포털 뉴스와 전통적인 미디어 대체 간의 상관관계를 살펴보았다. 또한, 포털 뉴스 이용 및 전통적 뉴스미디어 이용 감소가 수용자의 이용 동기 및 뉴스 선택과 어떠한 상관관계가 있는지를 연구했다.

상기 문제에 대한 연구 결과, (1) 인터넷 미디어 이용과 텔레비전 뉴스 이용과는 유의미한 부적인 관계로 나타났다. 즉 인터넷 미디어 이용은 텔레비전 이용시간을 감소시킴을 확인할 수 있었다. 한편, 포털 뉴스 이용과 관련해, 신문 이용시간과 유의미한 부적인 관계로 나타났다. 즉 포털 뉴스 이용이 신문 이용시간을 감소시키는 것으로 확인되었다. 그러나 텔레비전 뉴스 이용과는 관련성이 없는 것으로 나타났다. (2) 포털 뉴스의 이용 동기는 편의 및 정보 추구가 가장 높게 나타났다. 포털 뉴스 및 뉴스미디어 이용 증감과 관련해서는, 텔레비전뉴스 이용시간과 포털 뉴스의 편의 및 정보 추구하고 흥미 추구는 유의미한 부적인 관계로 나타났다. 이는 텔레비전을 보는 선택하는 동기요인 중, 편의 및 정보 추구하고 흥미

* 게재가 될 수 있도록 많은 지적과 조언을 해주신 익명의 세 분 심사위원님께 진심으로 감사드립니다.

** weonsk@donga.ac.kr

*** kimdk@isu.edu

**** bslee@dau.ac.kr

추구 부분이 포털 뉴스로 대체되었음을 설명한다. 또한 신문의 이용과 포털 뉴스 이용 동기변인 중 환경감시 요인은 유의미한 정적 관계를 나타내었다. 신문과 포털 뉴스의 환경감시 요인은 서로 상호보완적인 관계임을 설명한다. 이러한 연구 결과를 토대로 할 때, 포털 뉴스의 이용은 미디어 이용 동기에 의해 결정됨을 시사한다.

주제어: 포털 뉴스, 뉴스미디어 이용 동기, 미디어대체, 이용과 충족이론

1. 서론

인터넷의 급속한 보급은 수용자들의 정보이용 형태와 그 수용방식에 많은 변화를 가져다주었다. 특히 포털 사이트를 통한 뉴스 공급은 그 이용 면에서 기존 뉴스미디어를 능가하는 것으로 나타났다. 지난해 5월 한국 인터넷진흥원(2006)의 조사결과에 따르면, 인터넷 등장 이전에 주요 정보습득 수단이었던 텔레비전, 신문, 서적·잡지 순이었던 것이 인터넷 등장 이후 인터넷, 텔레비전, 라디오 순으로, 전통 미디어 이용이 전반적으로 감소한 것으로 나타났다. 특히, 정보습득을 위한 인터넷 검색 중에서도 포털 사이트를 찾는 것이 81.3%로 나타나 포털 사이트를 통한 정보획득이 보편화되고 있음을 보여주고 있다. 또한 인터넷 뉴스 이용자들의 90%는 포털 사이트를 이용하고 있는 것으로 나타났다(권기덕, 2006). 랭키 닷컴의 조사에 따르면, 인터넷 뉴스미디어 이용에 있어서도, 포털 뉴스 섹션 방문자의 34% 이상이 100페이지 이상의 페이지뷰를 한 반면, 기존 언론사들의 웹페이지 방문자들 중의 약 60% 정도가 3페이지 이하로 이용하는 것으로 나타났다(성연광, 2007. 2. 14). 이는 포털 뉴스의 경우, 뉴스검색을 통해 여러 페이지를 방문하지만, 기존 언론사들의 웹페이지의 경우에는 해당 뉴스 외의 다른 콘텐츠 이용이 떨어짐을 반영한다.

이러한 일련의 사회적 현상을 두고 최근에는 학문적으로 접근하려는 시도가 늘고 있다. 포털 뉴스에 대한 연구는 뉴스생산, 유통, 소비 메커니즘,

의제설정 등을 중심으로 이루어지고 있다(임종수, 2005). 이 연구 결과들을 살펴보면, 다양한 정보를 일목요연하게 정리 배열해서 보여줌으로써 뉴스 이용자들이 간편하고 쉽게 뉴스를 접근 가능하다는 긍정적인 시각과, 포털 뉴스 대부분이 연예 등 가십성 뉴스와 감성적인 연성 뉴스에 너무 집착을 함으로써 다양한 뉴스 이용과 접근의 기회를 상실하여, 저널리즘의 고유의 기능이 손실될 수 있다는 부정적인 시각을 두고 학문적인 논의가 활발하게 일어나고 있다(김재영, 2006; 원용진, 2005; 이상현, 2005; 최영재, 2006). 무엇보다도 언론학자들이 관심을 가지고 주목하고 있는 것은 급속히 진행되고 있는 포털 사이트의 뉴스 독점화이다. 전통 미디어는 물론 새롭게 등장하고 있는 신생 온라인 매체들 대부분이 포털 사이트에 뉴스 콘텐츠를 제공하고 있다. 또 인터넷을 통해 뉴스를 접하는 대부분의 이용자들이 포털 사이트에 의존하고 있어 기존 언론사의 사이트는 정체 상태에 놓여 있다(김재영, 2006). 이와 같이 포털 뉴스에 대한 학문적 해석은 각기 다른 입장에서 이루어지고 있지만, 뉴스생산자에 포커스를 맞춘 연구들이 대부분이다. 그러나 뉴스 내용을 선택·소비하고 재생산해내는 수용자들을 중심으로 한 연구들은 아직 미비하다고 할 수 있다.

따라서 본 연구는 새로운 뉴스 공급원으로서 영향력이 커지고 있는 포털 뉴스에 주목하고, 이것이 수용자들의 전통 미디어 이용에 미치는 영향을 우선적으로 고찰하고자 한다. 이는 전통 미디어가 포털 미디어 이용에 따른 그 영향을 살펴봄으로써, 궁극적으로는 기존 미디어들이 담당하고 있는 저널리즘적 기능이 수용자들의 수용과정에서 어떻게 변화되고 있는가를 알고자 함이다. 구체적으로는 수용자들이 어떠한 이용 동기가 기존 뉴스미디어에서 포털 뉴스로 이전하게 하였으며, 이로 인해 수용자들의 뉴스 수용방식이 어떻게 변화되었는지를 알아보하고자 한다. 이러한 연구는 결국, 매체에 따른 수용자들의 뉴스 선택과 수용, 그리고 사회적인 참여의 변화를 가늠하는 좋은 잣대로 작용할 수 있을 것이다. 또한 이러한 포털 뉴스 이용에 따른 수용자 이용 동기와 전통 미디어 이용의 변화에 대한 연구는 앞으로 포털 뉴스가 다른 매체와 구별되는 저널리즘기능을 발견하는 이론적인 근거가 될 것이다.

2. 이론적 배경

1) 미디어 대체이론(Media Substitution Theory)

새로운 미디어가 등장할 때마다, 기존의 전통 미디어는 사라질 것이라는 비관적인 전망이 대두되기도 하였다(Fidler, 1997). 이 같은 관점은 새롭게 등장한 미디어가 기존의 전통 미디어의 기능과 역할을 대체함으로써 이용자들의 전통 미디어 사용이 줄어든다는 것이다(Lin, 2001). 초기 연구 대부분은 새로운 미디어 등장에 따른 전통 미디어에 대한 이용자의 소비 시간 감소에 중점을 두고 진행되었다(Lazarsfeld, 1940; Robinson, 1981). 맥콤스(McCombs, 1972)는 이를 상대적 일관성(relative consistency)이라는 개념으로 설명하고 있다. 즉, 수용자들의 미디어 이용시간은 한정이 되어 있기 때문에, 새로운 미디어의 등장은 전통 미디어의 이용시간을 감소시키는 현상을 동반한다는 것이다.

그러나 이러한 미디어 가용 시간이라는 제한된 관점은 이용자의 미디어 내용에 대한 다양한 욕구와 이용 형태를 고려하지 않은 연구 결과라 할 수 있다(Dutta-Bergman, 2004). 즉, 미디어 이용은 미디어 속성, 콘텐츠, 그리고 이용자의 속성에 따라 다르게 나타날 수 있음을 간과한 것이다. 단순히 미디어 이용 경쟁의 관점에 한정하여 미디어 이용의 변화를 설명하는 것은 오늘날 이용자의 다양하고 복잡한 미디어 이용 욕구, 동기, 양식 등을 포괄적으로 해명해낼 수 없다. 케이애니와 예슬마(Kayany & Yelsma, 2000) 역시 뉴미디어에 의한 전통 미디어의 대체 현상은 다소 복잡한 과정이며 신규 미디어 가용 시간의 제로섬 관계로는 충분히 설명할 수 없다고 주장했다. 이는 기존 선행 연구들에서도 뉴미디어와 전통 미디어 간의 대체관계에 관한 일관된 결과가 나타나지 못한 것을 통해서도 반증된다. 예를 들어, 텔레비전의 등장은 다른 미디어의 이용시간을 감소시키는 영향을 미치기도 하였고(Robinson, 1981), 케이블 텔레비전의 경우는 기존의 텔레비전의 시청 시간을 오히려 증가시키는 것(a complementary relationship)으로 나타났다(Grotta & Newsom, 1982).

또한, 이러한 제한된 미디어 가용 시간의 관점은 왜 라디오 청취가 신문의 구독시간에 영향을 미치지 못하는가에 대한 적절한 설명을 해주지 못하고 있다.

따라서 많은 연구자들은 미디어 대체 현상을 보다 효과적으로 설명하기 위해서, 다양한 미디어 혹은 그 미디어가 가지고 있는 콘텐츠의 기능적 유사성(functional similarity)에 주목을 하였다. 히멜웨이트, 오펜하임, 그리고 빈스(Himmelweit, Oppenheim, & Vince, 1958)는 새로운 미디어의 등장으로, 미디어 대체 효과에 영향을 많이 받는 것은 이전 미디어이며, 특히 전통 미디어가 뉴미디어와 유사한 기능을 수행할 때, 영향을 더 많이 받을 것이라고 설명하고 있다. 이러한 관점은 이용자들이 미디어를 선택하고 이용하고자 할 때, 어떤 미디어가 자기들의 욕구를 충분히 충족시켜 줄 수 있는가를 판단할 수 있다는 것을 전제로 하고 있다(Jeffres, 1978).

린(Lin, 2001) 역시 미디어 대체 현상은 뉴미디어가 기능적으로 기존의 미디어를 대체할 수 있을 때 발생하며, 그 조건으로 콘텐츠의 우월성(superior content), 기술적 혜택(technical benefits), 비용의 효율성(cost efficiency)을 제시 하였다. 린은 이러한 세 가지 조건을 중심으로, 수용자들은 새로운 미디어 등장 이후, 이 미디어들이 기존의 미디어가 자신들의 욕구를 충족시켜 왔던 기능을 대체할 수 있는가를 평가한 이후에 어떤 미디어를 이용하는 것이 더 효율적인가를 판단한다는 것이다. 따라서 미디어 대체 현상에 대해 보다 심층적인 이해를 도모하기 위해서는 이용자들이 뉴미디어를 이용하게 되는 동기에 대한 접근이 필요하다. 그런 측면에서, 이용과 충족 이론은 이러한 미디어 수용자의 동기를 고찰하는 데 유용한 이론적 틀을 제공해준다고 할 수 있다(Stempel III., Hargrove & Bernt, 2000).

2) 이용과 충족 이론(Uses & Gratifications Theory)

이용과 충족 이론은 미디어 혹은 미디어 메시지의 효과에 대한 기능적인 접근 방식을 가지고 있다. 또한, 주로 미디어 이용자가 자신들의 필요와 욕구

를 충족하기 위해 미디어를 어떻게 이용하는가에 초점을 맞추고 있다(Rubin, 2002). 이용과 충족 이론은 미디어 이용자를 수동적인 존재로 보는 이전의 미디어 효과 연구와는 달리, 미디어 이용자를 어떤 미디어가 자신들의 이용 욕구와 필요를 충족해주는지에 대한 능력을 가진 적극적이고 목적 지향적인 존재로 가정이 된다. 따라서 이용과 충족 이론의 등장은 “미디어가 이용자들에게 무엇을 하는가(what the media do to people)”에서 “이용자들이 미디어를 가지고 무엇을 하는가(what people do with the media)”로의 미디어 효과 이론의 주요한 전환을 이루었다(Katz, 1959; Klapper, 1963).

전통 미디어에 대한 이용과 충족 연구에 따르면, 신문은 정보 습득과 환경 감시 요구를 충족하는 것으로 나타났다. 반면 텔레비전은 이용자들의 개인적인 즐거움이나 유희와 오락 등을 위해 주로 이용되는 것으로 드러났다(Katz, Gurevitch, & Hass, 1973; Kippax & Murray, 1980). 실제로 위버(Weaver, 1980)의 연구에서도 신문의 이용이 텔레비전의 시청보다 더 개인의 정치적 토론과 관련이 있는 것으로 나타났다. 한편 다른 연구에서는 텔레비전 뉴스 역시 신문의 이용 동기와 유사하게 개인적 유용성, 환경감시, 사회적 상호작용, 그리고 유희와 오락 등에 대한 욕구를 충족하는 것으로 밝혀졌다(Levy & Windahl, 1984; Palmgreen, Wenner, & Rayburn, 1980). 웨너(Wenner, 1985)는 환경 감시, 정체성 확인, 개인적 관계와 오락·유희적 욕구 등 네 가지를 뉴스 이용을 위한 주요한 동기로 분류하고 있다. 인터넷의 등장 이래, 많은 연구자들은 이용과 충족 이론이 이 새로운 미디어의 커뮤니케이션 현상을 분석하는데 유용한 이론적 틀을 제공할 수 있다고 전망했다(Kaye & Johnson, 2002; Morris & Ogan, 1996; Rubin, 2002). 이는 인터넷 미디어가 기존의 미디어보다 이용자들에게 보다 다양한 미디어콘텐츠를 이용할 수 있는 기회를 부여해 주었기 때문이다(Perse & Dunn, 1998; Ruggiero, 2000). 따라서 이러한 인터넷 미디어의 기술적 속성은 이용자들이 어떻게 이용하는가에 따라 미디어의 이용 폭과 그 사회적 영향력이 달라질 수 있다는 것이다. 즉, 인터넷 미디어는 기존의 전통적인 미디어와 달리, 통합적인 미디어 환경을 제공하고 있기 때문에(Kaye & Medoff, 1999), 인터넷에 대한 이용과 충족의 연구들은 기존의

미디어의 이용 동기를 포괄하는 다양한 욕구를 가지고 있다고 할 수 있다.

초기 인터넷 미디어 연구에서는, 인터 미디어를 이용하는 동기 중 정보추구가 가장 높은 것으로 나타났다(James, Worthing & Forrest, 1995). 그러나 린(2001)의 연구에서는 인터넷을 이용을 위한 18가지 동기를 발굴하였고, 이를 토대로 실험한 결과, 개인적 도피와 상호 작용성이 정보 습득과 유희와 오락 등에 대한 욕구가 더 높게 나타났다. 한편, 파크와 플랭크(Parker & Plank, 2000)는 새로운 뉴스 공급원으로서 인터넷 역시 기존의 뉴스미디어와 유사한 동기들, 즉 사회적 유용성, 환경 감시, 기분 전환 등을 발견하였다. 최근 연구에서는 인터넷의 대중화로 인해, 보다 많은 수용자들이 정보 습득의 편의성을 위해 인터넷을 이용하는 것으로 나타났다(Kaye & Johnson, 2004; Papacharissi & Rubin, 2000). 본 연구는 포털 뉴스 사이트가 전통적 뉴스미디어를 대체하고 있는 가를 보기 위해 시간과 기능 대체(time and functional displacement) 효과를 동시에 살펴보고자 한다. 그렇게 함으로써 포털 뉴스의 이용이 전통 미디어에 미치는 시간적 그리고 기능적 대체 현상에 대한 보다 심층적인 이해를 돕고자 한다.

3. 선행연구

1) 인터넷과 전통 미디어의 대체

1990년대 중반 이래 인터넷은 새로운 뉴스 매체로서 급속한 성장을 해왔다. 따라서 인터넷 역시 기존의 전통적인 뉴스미디어의 역할을 대체할 것이라는 우려를 자아냈다. 나아가 전통적인 방식과 전혀 다른 새로운 형태의 저널리즘 양식의 도래를 촉진시킬 것이라는 전망이 제기되었다(Alves, 2001). 전통적인 미디어들 간의 대체 연구와 마찬가지로 인터넷과 기존 미디어 간의 대체 효과 연구들 역시 일관된 결과를 내지는 못했다.

컴퓨터의 이용은 텔레비전의 시청 시간을 감소시키는 것으로 나타났으나

(Vitalari, Venkatesh & Grohaug, 1985), 컴퓨터 매개 커뮤니케이션(CMC)의 형태인 채팅이나 게시판 이용 등은 신문의 구독 시간을 오히려 증가시키는 보완적인 관계(supplemental relationship)인 것으로 밝혀졌다(Robinson, Barth, & Kohut, 1997). 그러나 미국지역의 1995년부터 1999년 기간 동안은 신문의 구독률과 방송의 시청률이 지속적으로 하락한 반면 인터넷의 이용은 증가한 시기임에도 불구하고, 이 원인이 전통 미디어의 이용의 감소가 인터넷 때문이라는 직접적인 인과관계는 발견되지 못하였다(Bromley & Bowles, 1995; Stemplel III, et al., 2000).

알튀세와 특스부리의 연구(Althaus & Tewksbury, 2000)에서도, 뉴스원으로 인터넷 이용이 신문의 구독과 정적인 관계에 있으며, 텔레비전 시청과는 유의미한 관계가 없음을 밝혀냈다. 이런 연구 결과는 많은 인터넷 뉴스 이용자들이 전통 미디어를 이미 이용하고 있는 사람들이며 인터넷은 하나의 보완적인 뉴스원(complementary source of news)으로서 작용하고 있음을 보여준 실패라 할 수 있다(Finberg & Stone, 2002).

한편, 다른 연구 결과에서는 뉴스 습득을 위해 인터넷에 의존하는 사람들이 지속적으로 증가하고 있음을 보여주고 있다. 2004년 미국 저널리즘 보고서에 따르면, 대부분의 전통적인 미디어 수용자가 감소하는 추세인 반면 인터넷은 이용자가 유일하게 증가하는 영역이다(The Project for Excellence in Journalism, 2004). 케이와 존슨(Kaye & Johnson, 2003) 역시 대부분의 인터넷 이용자가 기존의 전통적 뉴스미디어로부터 빠른 속도로 이탈하고 있다고 주장하고 있다.

최근 한 연구에서는 인터넷 이용이 전통적인 미디어 이용 감소의 가장 중요한 예측 요인임을 제안하고, 온라인 뉴스에 대한 오프라인 뉴스의 대체 현상은 엄연히 존재하는 현실임을 주장했다(Lin, Salwen, & Abdulla, 2005). 또한 카네기 보고서에 따르면 앞으로 3년 이내에 많이 사용할 뉴스원으로 거의 열 명 중 4명인 39%가 인터넷이라고 응답을 하였고, 텔레비전 뉴스(14%), 케이블 텔레비전 뉴스(10%), 신문(8%), 그리고 전국 네트워크 텔레비전 뉴스(5%)가 그 뒤를 따랐다. 이러한 결과들은 많은 사람들이 뉴스를 습득

함에 있어, 인터넷에 더 의존하게 될 것이라는 것을 의미한다. 한편, 전통 미디어에 대한 인터넷의 영향력에 대한 많은 논의와 우려에도 불구하고, 대부분의 기존 연구들은 단순히 미디어 이용시간의 상관관계를 살펴보는 데 그치는 경우가 많았다. 이는 어떤 측면에서는 많은 연구들이 인터넷에서 제공되는 뉴스원의 다양성을 간과하고, 인터넷 그 자체를 하나의 전체(a single entity) 뉴스원으로 보는 데서 비롯된 한계라 할 수 있다(Kaye & Johnson, 2003). 또한, 온라인 뉴스가 미치는 오프라인 뉴스 대체 현상을 설명할 수 있는 예측 변인들에 대한 연구가 미비한 실정이었다. 따라서 본 연구는 최근 새로운 뉴스 공급원으로서 그 영향력을 확대해가고 있는 포털 뉴스에 주목하면서, 포털 뉴스의 이용 패턴과 동기가 전통 미디어 이용에 미치는 영향에 대해 고찰해보고자 한다.

2) 포털 뉴스의 매체적 특성과 뉴스적 가치

(1) 포털 뉴스 서비스 현황 및 매체적 특성

대부분의 포털 사이트가 뉴스를 제공함에도 불구하고, 그동안 새로운 뉴스 공급원으로서 포털에 대한 관심이 미비한 수준이었다(Kalyanaraman and Sundar, 2003). 이는 대부분의 포털 사이트가 자체적으로 뉴스를 생산하기 보다는 기존 언론사의 뉴스 콘텐츠에 의존하며 뉴스를 전달하는 유통 기능을 우선시하였기 때문이다. 2004년 미국 저널리즘 보고서(The Project for Excellence in Journalism, 2004)에 따르면, AOL과 야후의 뉴스 사이트는 전체적으로 주요 신문과 방송, 통신사에 의존하고 있는 것으로 밝혀졌다. 켈야난 멘와 선더(Kalyanaraman & Sundar, 2003)는 포털에 대한 정확한 정의가 부족한 상황을 지적하고, 일반적으로 포털은 인터넷 접속을 위한 관문으로 정의 내리고, 무수한 인터넷 사이트를 분야별·영역별로 구분하여 정보를 찾아주는 역할을 한다고 주장하였다.

콘필드와 레이니(Cornfield & Rainie, 2003)는 열 명 중 여덟 명이 주요한 포털을 통해서 인터넷을 접속하고 있다는 것을 밝혀냈다. 설웬 등의 학자들

(Salwen, et al., 2005)은 AOL, MSN, 그리고 야후 등, 세 주요한 포털 사이트는 CNN.com과 함께 가장 많은 사람들이 방문하는 뉴스 사이트임을 밝혀졌고 온라인 뉴스원으로서 포털 뉴스의 영향력에 대한 학문적인 고려가 되어야 한다고 지적하였다. 한편으로는 포털 뉴스에 대한 신뢰가 온라인상의 텔레비전과 신문서비스보다 높게 평가되고 있다는 결과도 나왔다(Palser, 2002).

우리나라에서 뉴스 서비스를 처음 시작한 포털 사이트는 1998년 ‘야후 코리아’이다. 이후 대부분의 포털 사이트에서는 뉴스 서비스를 제공하고 있다. 포털 뉴스가 사회적인 주목을 받게 된 것은 국회의원 당선자들의 ‘광주 술판 사건’, SOFA 개정축구 촛불 시위, 2002년 대선 등 포털 뉴스가 이슈화함에 따라 사회적 파장을 불러일으킨 때부터다(권상희, 2006. 3. 4). 이러한 일련의 사건들을 통해 포털에 대한 사회적 인식이 달라지고, 자연 저널리즘으로서의 학문적 관심이 뒤따랐다.

현재, 포털 사이트에서 제공하고 있는 뉴스들은 한 사이트에서 다양한 출처의 기사를 동시에 볼 수 있는 새로운 양식을 만들어냈다. 현재 포털 뉴스들은 30~50개의 매체에서 뉴스를 공급받고 있다. 미디어 ‘다움’과 같이 자체 취재 인력을 확보하고 있는 회사의 경우, 기존 매체들이 다루지 않는 내용까지 제공하고 있다. 한편 포털 뉴스는 기사의 원소스는 다른 매체를 통해 제공받고 있지만, 기사의 헤드라인, 위치와 노출 등 편집권을 가지고 있기 때문에 매체로서의 영향력도 가진다고 할 수 있다(이재영 외, 2004, 118쪽). 이러한 포털 뉴스미디어의 자체 성장 외에도, 송경재(2006)는 시대적 변화, 기존 언론의 미숙한 대응, 수용자의 뉴스 이용형태의 변화, 포털 중심의 인터넷 정보유통 구조, 그리고 편의성과 상호지향성으로 대변되는 인터넷 기술의 장점과 맞물려 언론으로 자리 잡게 되는 계기가 되었다고 평가하고 있다.

뉴스미디어로서 포털 뉴스의 연구를 시도한 임종수(2005)는 대학생들의 포털 사이트의 이용과 접근동기에 대한 실험을 통해 포털 사이트의 집중현상은 편리한 접속성, 대중성, 속보성 등 3가지 미디어 특성이라고 밝혔다. 여기에 포털 미디어만이 갖는 재매개성은 미디어의 특성과 맞물려 이용자들의 증가현상을 더욱 부추기고 있다고 주장한다. 특히, 그는 포털 뉴스의 재매개

성에 주목하고, 이러한 특징이 단발성 매체, 의제소비의 선차성, 탈미디어적 성격을 가지게 하는 요인으로 분석하고 있다. 조정현과 반현(2006)의 연구에서는 대학생들의 포털 사이트 이용행위를 습관적 클릭형, 일상적 뉴스 추구형, 능동적 활용의 카테고리로 구분 짓고, 그러한 포털 사이트 이용행위는 포털 뉴스가 가지는 편리성, 정보성, 접근성, 그리고 상호작용성에 기인한 것이라 밝히고 있다. 또한 성동규 외(2006)는 포털 뉴스의 특징을 상호작용성으로 인한 능동적인 수용자들의 부상, 뉴스제공자와 시민기자들의 등장, 선택성, 콘텐츠의 무제한성, 하이퍼 텍스트성, 뉴스의 유연성, 정보원의 다양성을 들고 있다. 이러한 요인이 기존의 저널리즘과 비교해 한층 성숙된 여론을 형성할 있는 기반이 될 수 있을 것이라 예측하고 있다. 이런 일련의 연구 결과들은 포털 뉴스가 가지는 기술적인 이점에 주목하고 있으며, 이것이 포털 뉴스를 다른 뉴스미디어에 비해 급격한 성장을 이루어내는 요인으로 분석하고 있다.

따라서 본 연구에서는 정보 수용자적 관점에서 출발하고자 한다. 즉, 새로운 뉴스전달자로서 포털 뉴스가 과연 전통 미디어가 담당해왔던 역할과 또한 미디어로서 가지는 새로운 특징들을 충분히 수용자들이 인식하고 있는지를 통해, 기존의 미디어를 대체할 수 있는가에 그 초점을 맞추고자 한다.

(2) 포털 뉴스의 사회적 영향력과 뉴스적 가치

커뮤니케이션 기술은 민주주의의 토대를 형성하고 일반대중의 사회적 관심을 불러 일으키는 데 아주 중요한 요인으로 간주되어 왔다. 특히 최근의 정보통신기술의 진보와 더욱 풍요로워진 정보환경은 일반대중의 사회 참여수준을 많이 향상시켰다(Hardy & Scheufele, 2005, p.73). 신문이 처음 등장하는 시기로부터 미디어는 사회적 활동에 중요한 매개체로 발전되어왔으며, 이어 전화, 라디오, 텔레비전이 등장함에 따라 다양한 정보의 공유와 비판기능이 더욱 부각되어왔다. 이렇듯 뉴스미디어와 저널리즘의 기본 사명은 공중에게 정확하고 양질의 정보를 제공함으로써 그들이 중요한 사회적 정치적 이슈에 대한 결정을 하는 데 도움을 주고 있으며, 그러한 언론의 기능은 민주주의의 실현의 중요한 가치 척도가 된다(Gans, 2003; Kovach & Rosenstiel, 2001).

뿐만 아니라 일반적으로 대부분의 사람들은 공공 이슈에 대한 주요 정보를 미디어로부터 습득을 하고 있다(Graber, 2004; Zaller, 2003). 따라서 뉴스미디어의 사회적 기능은 현실을 정의하는 강력한 도구일 뿐만 아니라 인간의 사회화 과정에서도 중요한 역할을 수행하고 있다고 밝히고 있다(송종길·박성호, 2005, 127쪽).

최근 포털 뉴스의 등장이 주목받게 된 것은 신문과 텔레비전과 더불어 중요한 정보원으로 등장하고 있으며, 그 사회적 영향력 역시 여타의 미디어 못지않게 크기 때문이다. 이러한 포털 뉴스는 다른 뉴스미디어와 구별하여, 그 영향력이 커진 주요한 요인은 접근성, 속보성, 상호작용성, 편리성에 기인한 것으로 누구나 접근 가능하고 참여 가능하다는 점이다. 이에 따라 기존의 미디어와 더불어 인터넷에서 제공하고 있는 온라인 뉴스미디어를 비롯하여 포털 뉴스에 대한 연구도 이루어지고 있다.

우선 미디어별로 연구를 살펴보면, 텔레비전이 정치적 이미지를 생성하는데 중요한 역할을 수행하는 것으로 나타났으나(김진영, 2006), 신문의 경우는 텔레비전보다 공중에게 사회적 이슈 및 정보 전달에 보다 나은 기능을 수행하고 있다는 결과가 나왔다(Berkowitz & Pritchard, 1989; Patterson, 1980). 또한, 하디와 쉐펠레의 연구(Hardy & Scheufele, 2005)에서는 인터넷 뉴스 이용자들 중 하드뉴스를 많이 이용하는 사람들은 시민의무(civic duty)가 높을 뿐만 아니라, 직접 사회적 의제에 적극적으로 참여하는 사람들도 많은 것으로 나타났다. 이런 유형의 사람들은 온라인상에서의 대화를 통해 자신들의 의견을 표현하고, 이슈에 대한 토론을 즐긴다고 나타났다. 즉, 인터넷 미디어가 가지는 기술적 속성으로 인해 사회적 참여 기회를 부여해준다는 것이다. 또한, 온라인상의 여타의 언론 매체보다 포털 뉴스가 주요한 뉴스원으로 부상된 것은, 포털 뉴스의 재매개 과정을 통해 특성 사안을 게이트 키펡함으로써 의제설정이나 프레이밍 기능의 뉴스미디어의 역할을 한다는 점이다(임종수, 2005). 포털 뉴스의 이러한 뉴스적 가치는 이재현(2005)의 연구와 최민재와 김위근(2006)의 연구에서도 찾아볼 수 있다. 포털 뉴스는 그 편집양식에 의해 뉴스소비가 결정되어지며, 포털 사이트가 제공하는 뉴스 박스는 수용자들의 제1차 의제

설정을 결정하는 주요한 요인이 된다고 밝히고 있으며, 이에 따른 사회적 책임성이 중요하다고 강조한다. 또한, 정보 수용자를 중심으로 한 연구에서는, 포털은 이미 뉴스를 읽는 수용자들로 하여금 이미 언론으로 인식되고 있으며, 포털 뉴스가 선정하는 이슈에 의해 사회적 의제설정이 되는 경우를 통해 이러한 사실이 입증되고 있다(변희재, 2005).¹⁾ 유승현과 황상재(2006)의 포털 미디어의 뉴스 프레임 연구에서도, 포털 미디어를 단순히 뉴스공급의 수단으로 여긴 기존의 견해를 수정할 필요가 있다고 밝히고, 포털 미디어가 사회적 갈등양상으로 보이는 특정 이슈나 사안에 대해 특정한 입장의 프레임을 선택하고 이는 포털 뉴스를 소비하는 이용자들에게 받아들여져 인식과 사고를 틀 지우는 과정으로 이어진다고 주장하고 있다. 이러한 연구들은 포털 사이트가 단순히 뉴스를 나열하는 것이 아니라, 선택하고 편집하는 과정을 통해 사회적 영향력을 행사할 뿐만 아니라, 대중들로 하여금 사회적 참여도 가능하게 한다는 것으로 인식할 수 있다.

또한, 사회적 분위기 역시 이러한 포털 뉴스의 사회적 영향력을 인식하여, 저널리즘으로 인정하지는 움직임이 강하게 일어나고 있다. 최근에는, 포털사이트에서 제공하는 뉴스에 대해 언론사와 동일하게 사회적 책임을 제시하는 법령이 제시되고 있으며(윤휘중, 2007. 2. 23), 기존의 전통 미디어처럼 오보를 책임져야 한다는 주장이 늘어나고 있다는 것이 그 실례이다(노형석, 2006. 11. 23). 또한 포털 뉴스의 사회적 영향력과 뉴스가 가지는 힘에 대한 학문적인 관심과 사회적 반향을 비추어볼 때, 포털 뉴스는 저널리즘적인 역할과 영향력을 행사하고, 매체 자체가 능동성을 띤 뉴스미디어임을 알 수 있다.

이러한 연구 결과들을 정리해보면, 뉴스미디어들 중 텔레비전의 경우 정치적 이미지 형성에 중요한 역할을 수행하지만, 공공이슈나 토론의 기반이 되는 뉴스미디어는 신문과 인터넷상에 존재하는 기존 언론사 사이트를 포털 뉴스임을 알 수 있다. 특히 포털 뉴스의 경우, 그 기술적인 속성으로 인해 사회적 참여를 가져다주며, 하드뉴스를 많이 이용하는 수용자들의 경우에는 사회적

1) 연예인 X 파일 사건은 포털의 편집이 얼마나 사회적 영향력을 가지는가를 보여주는 대표적인 실례라 할 수 있다.

참여의식이 높은 것으로 나타났다. 따라서 본 연구에서는 포털 뉴스에서도 인터넷미디어가 가지는 기술적 속성을 충분히 인식하여, 수용자의 이용 동기를 통해, 포털 뉴스가 저널리즘적 기능을 수행할 수 있는지를 예측하고자 한다.

4. 연구문제 및 연구방법

1) 연구문제

본 연구는 포털 뉴스에 대한 인식과 이용 동기가 전통 미디어에 미치는 영향에 대해 알고자 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1 포털 뉴스 이용이 시간 및 이용 동기 차원에서 기존 뉴스미디어 이용에 영향을 미치는가?

이러한 문제의식은, 포털 뉴스 이용이 기존의 뉴스미디어 이용에 크게 영향을 미친 것은 사실이나, 그러한 영향이 기존 수용자들의 전반적인 미디어 이용형태를 바꾼 것은 아닐 것이라는 가정에서 출발한다. 따라서 여기서는 어떠한 이용 동기가 기존 뉴스미디어 이용에 영향을 주었으며, 이러한 영향을 미디어 이용시간에 어떤 변화를 주었는지에 주목하고자 한다. 또한 어떤 이용 동기가 수용자들의 포털 뉴스 선택에 영향을 주는가를 알아보고자 한다.

연구문제 2 포털 뉴스 이용과 전통 뉴스미디어 간의 대체에 어떤 상관관계가 있는가?

포털 뉴스 이용과 관련하여 전통 뉴스미디어의 관계에서 완전한 대체인가, 아니면 상보적인 관계인가를 이용 동기 변인에서 찾고자 한다. 이는 기존의

전통 뉴스미디어가 가지는 기능을 그대로 포털 뉴스미디어에 이전되었는가 아니면, 포털 뉴스미디어가 가지는 기술적인 장점과 아울러 전통 뉴스미디어가 가지는 고유한 기능을 훼손하지 않는 범위 내에서 서로 상보적인 관계로 발전되어가는가를 예측하기 위해서이다.

연구문제 3 포털 뉴스 이용 및 전통 뉴스미디어 이용 증감은 수용자의 이용 동기 및 뉴스 선택과 어떠한 상관관계가 있는가?

포털 뉴스 이용 및 전통 뉴스미디어 이용증감에 영향을 준 수용자의 이용 동기 및 뉴스 선택에서 찾고자 함은, 기존의 연구들에서 보여준 포털 뉴스의 가지는 저널리즘적 기능을 예측하는 데 주요한 잣대가 될 수 있을 것이라는 판단에서이다. 이는 포털 뉴스의 오락적인 기능이 부각됨에 따라 저널리즘적 기능을 훼손할 것이라 비판적인 입장과 기존 저널리즘적 형태와 다른 양상의 저널리즘적 기능을 수행하고, 수용자들에게 능동성을 부여할 것이라는 긍정적인 입장, 양자 입장 차이를, 뉴스 생산자적 차원에서보다는 수용자 입장에서 찾고자 한다.

2) 연구대상

본 연구는 2006년 6월 1일부터 12일까지 2주간 부산·경남지역에 거주하는 대학생 300명을 대상으로 설문을 실시했다. 연구대상을 대학생집단으로 선정 한 것은 미디어 이용과 이론적인 측면의 고려에서 나온 것이다. 이들은 온라인 뉴스 이용이 타 연령대별보다 높으며, 전통 미디어로부터 이탈속도가 다른 집단에 비해 빠른 편이기 때문이다. 자료의 대표성의 측면에서, 연구 대상으로서 대학생 집단에 대한 논의는 미디어 이용과 효과 연구에서 지속적인 논의가 이루어져 왔다(Basil, 1996; Peterson, 2001). 그러나 이러한 한계에도 불구하고, 대학생 집단은 다른 연구 대상들과 비교해서 상대적으로 집단적인 동질성 높고 다른 외부 변인에 덜 영향을 받는 경향이 있다. 그러한 측면은

연구자로 하여금 새로운 현상에 대한 기존 이론을 통한 가설 검증을 용이하기 때문이다(Basil, 1996; Peterson, 2001; Calder, Phillips, & Tybout, 1981). 이는 연구 대상으로서 대학생 집단은 “일반적이지는 않지만 이론적으로 중요한 집단(an unusual but theoretically important group of people)”인 것이다(Althaus & Tewsbury, 2000, p. 22). 따라서 대학생이라는 표본의 제한성에도 불구하고 뉴스미디어의 대체와 정치적 태도와의 관계에 대한 이론적 설명의 단초를 제공할 수 있는 연구 집단이라 할 수 있다. 300개의 설문지 중 유효한 설문지는 총 263부로, 남여 구성비는 남학생 132(50.2%)명, 여학생 131(49.8%)명이다.

3) 주요 변인 측정

포털 뉴스의 이용이 전통 미디어 이용에 미치는 영향을 규명하기 위해, 본 연구에서는 기존 연구의 문항을 토대로 하여 뉴스미디어의 이용시간과 의존도, 포털 뉴스 이용의 동기, 그리고 포털 뉴스 사용 이래 전통적 뉴스미디어의 이용 증감 여부를 측정하였다. 우선 기본적인 조사를 위해, 각 뉴스미디어의 이용시간들을 묻는 문항과 더불어 각 뉴스미디어의 의존도를 묻는 문항으로 구성하였다. 미디어 의존도와 이용시간의 차이는 이용시간은 단순히 미디어에 접촉하고 있는 물리적 측면의 고려라면, 미디어 의존도는 “미디어 내용과 프로그램이 수용자들에게 미치는 영향의 차이에서 오는 메커니즘” 즉, 미디어에서 얻어지는 만족감이라 할 수 있다(Becker & Whitney, 1980; 김진영, 2003, 135쪽 재인용). 따라서 이용시간과 의존도를 분리해서 조사한 것은 실제로 미디어 이용시간과 미디어를 통한 목표달성이나 미디어에 의해 얻어지는 욕구의 만족감에 의한 미디어 의존도를 분리해서 보고자 함이다. 이용시간은 분단위로 측정했으며, 미디어 의존도는 ‘1점 전혀 그렇지 않다’, ‘5점 매우 그렇다’의 5점 척도로 구성하였다.

포털 뉴스의 주제별 사이트 이용과 관련하여, 총 12개의 카테고리로 구분하여 조사하였다. 정치, 경제, 사회, 생활/문화, 과학기술, 건강/스포츠, 시설의견,

연예, 이슈/토론, 사진/만화, 국제, 날씨 등으로 기존 포털 사이트들에서 제공하고 있는 카테고리를 중심으로 구분했다. 이들 관련 분야의 이용 정도를 알기 위해 5점 척도를 이용하였다. '1점 전혀 이용하지 않음', '5점, 자주 이용한다(거의 매일)'로 구분하였다. 또한 포털사이트에서 제공하고 있는 뉴스와 정보에 대한 평가는 공정성, 정확성, 신뢰성, 심층성 등으로 카테고리화 하여 '1점 전혀 그렇지 않다', '5점 매우 그렇다'의 5점 척도를 이용하였다.

포털 뉴스 이용 동기를 알기 위해, 기존의 이용과 충족 연구로부터 도출(Kaye & Johnson, 2002; MeLeod & Becker, 1981)한 이용 여부와 더불어 이에 따른 충족여부를 4개의 카테고리로 나누었다. ① 편의와 정보추구의 차원, ② 유희와 오락, ③ 환경감시, ④ 사회적 참여가 그것이다. 첫 번째, 편의와 정보추구 차원에서는 시간, 장소, 접근성에 관련된 질문을 하였다. 두 번째, 유희와 오락에서는 흥미성과 편리함에 관련된 질문을 배치하였다. 세 번째, 환경감시의 기능에서는 중요한 이슈분석과 보편적 지식전달 등에 관련된 질문과 네 번째, 사회적 참여에 관한 질문은 포털 뉴스가 토론과 참여의 장으로써 공론영역의 역할을 수행하고 있는가에 대한 질문을 배치하였다. 이를 측정하는 방법으로 '1점 전혀 동의하지 않음', '5점 매우 동의함'의 5점 척도를 이용하였다. 마지막으로 포털 뉴스 이용 후, 뉴미디어 이용시간의 변화에 대해 신문, 텔레비전 뉴스 그리고 라디오 뉴스, 시사주간지를 대상으로 시간의 감소와 증가에 대한 내용을 구성하였다. 이를 측정하는 단위로, '1점 매우 감소', '5점 매우 증가'로 5점 척도로 하였다(Kaye & Johnson, 2003).

이러한 설문을 바탕으로 각 항목에 대한 기술적인 통계분석과 더불어 응답자들의 포털 뉴스 이용 동기를 추출하기 위해 요인분석을 실시하였고, 포털 뉴스와 전통적 뉴스미디어의 이용의 상호 관련성을 살펴보기 위해 각 변수들 간의 상관관계 분석을 실시하였다. 특히, 인터넷 및 포털 뉴스 이용과 전통적 뉴스미디어 이용간의 인과관계를 규명하기 위해 위계적 회귀분석을 실시하였다. 인구학적 변인인 성별과 나이가 가장 먼저 투입이 되었고 일반적인 인터넷의 이용과 인터넷 뉴스 이용량이 그 뒤를 이었다. 특히, 본 연구의 주 초점이 포털 뉴스 이용이 전통적인 뉴스미디어 이용시간의 증감에 미치는 영향임을

감안하여, 포털 뉴스 이용의 주요한 세 가지 항목들, 즉 의존도, 뉴스 주제 영역분야, 그리고 이용 동기가 그 뒤를 이어 회귀분석 모델에 투입되었다. 다시 말해, 포털 뉴스에 대한 의존도와 분야별 뉴스 이용이 전통적인 뉴스미디어 이용량에 어떤 영향을 미치는가를 먼저 살펴보고 포털 뉴스 이용 동기가 선행된 모든 변인들을 통제한 이후에도 전통적 뉴스미디어의 이용 증감과 통계적으로 유의미한 인과관계를 가지는가를 고찰하고자 하였다. 인터넷은 기존의 미디어와는 달리 통합적인 미디어 환경을 가능하여 이용자들로 하여금 보다 다양한 미디어 이용 동기를 부여하고 있다(Kaye & Medoff, 1999; Perse & Dunn, 1998; Ruggiero, 2000). 따라서 그러한 다양한 이용 동기들이 기존의 전통적인 미디어 이용 증감에 더 큰 영향을 발휘할 것으로 믿어지기 때문이다.

5. 연구 결과

1) 각 매체별 이용시간과 의존도 및 포털 뉴스의 주제별 이용 정도

정보습득을 위해 뉴스미디어를 이용하는 평균시간을 살펴보면, 인터넷 미디어가 51분으로 가장 많았다. 이 중 포털 사이트를 통한 뉴스 서비스의 이용시간은 48.5분으로 나타났다. 즉, 인터넷 미디어에서 정보습득의 대부분은 포털 뉴스(94%)를 통해 이루어짐을 알 수 있다. 다음으로 텔레비전 37.1분, 신문 18.2분이며, 라디오 4.8분, 시사주간지는 2.6분 이내로 그 이용시간이 매우 짧게 나왔다. 한편, 뉴스나 정보습득을 위해 인터넷 포털 사이트 이용에 대한 질문에서 전체 이용자 252명(95.8%)이 '사용한다'고 답하였고, '그렇지 않다'가 11명(4.2%)으로 거의 인터넷 포털 사이트를 이용함을 알 수 있었다.

뉴스미디어의 의존도를 살펴보면, 포털 뉴스에 대한 의존도(4.05)가 가장 높게 나타났으며, 다음으로 텔레비전(3.68), 신문(3.13), 시사주간지(1.81), 라

<표 1> 각 매체별 이용과 의존도

매체 종류	매체 이용시간 (표준편차)	매체 의존도 (표준편차)	N
신문	18.2(22.5)	3.13(1.15)	263
텔레비전뉴스	37.1(28.8)	3.68(0.96)	263
라디오뉴스	4.8(13.2)	1.77(1.01)	263
시사주간지	2.6 (9.3)	1.81(0.95)	263
포털 뉴스	48.5(33.7)	4.05(0.06)	252

디오 뉴스(1.77) 순으로 나타났다. 이용시간과 의존도를 비교해보면, 그 결과는 유사하게 나타났다. 그러나 시사주간지와 라디오뉴스의 경우는 미디어이용시간은 라디오가 많았지만, 의존도면에서는 시사주간지가 높은 것으로 나타났다.

포털 뉴스 이용 시 각 주제 영역별, 이용 정도를 묻는 질문에는 <표 2>와 같은 결과를 얻었다. 이용 빈도가 가장 많은 것은 연예 영역이며, 다음으로 건강/스포츠, 생활/문화, 사회, 날씨, 이슈토론, 정치, 사진/만화, 국제뉴스, 경제, 사설의견, 과학기술 순으로 나타났다. 포털 뉴스의 이용 빈도를 통해, 부산·경남지역의 대학생들의 경우, 연성뉴스의 이용에 비해, 경성뉴스 이용은 떨어짐을 알 수 있다.

포털 사이트에서 제공하는 뉴스와 정보에 대한 평가에 대한 답을 5점 척도로 놓고 평균값을 구한 결과, 신뢰성에서는 3.13, 정확성은 3.01, 공정성에서는 2.74, 심층성에서는 2.51의 결과가 나왔다. 대체로 수용자들은 포털뉴스에 대해, 신뢰성은 높게 평가하지만, 상대적으로 심층성은 낮게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

2) 포털 뉴스의 이용 동기

대학생들의 포털 뉴스 이용 동기를 추출하기 위해, 배리맥스 직각 회전방식(varimax rotation)을 이용한 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시

<표 2> 포털 뉴스 주제별 이용 정도 (N=252)

	전혀 이용하지 않음	1달에 1회 정도	2주에 1~2회	일주일에 2~3회	거의 매일	평균값 (표준편차)
정치	23(9.1)	58(23.0)	61(24.2)	80(31.7)	30(11.9)	3.14(1.17)
경제	33(13.1)	64(25.4)	65(25.8)	60(23.8)	30(11.9)	2.96(1.22)
사회	11(4.4)	27(10.7)	68(27.0)	79(31.3)	67(26.6)	3.65(1.11)
생활/문화	12(4.8)	18(7.1)	73(29.0)	78(31.0)	71(28.2)	3.70(1.09)
과학기술	56(22.2)	68(27.0)	68(27.0)	50(19.8)	10(4.0)	2.56(1.15)
건강/스포츠	8(3.2)	24(9.5)	68(27.0)	70(27.8)	82(32.5)	3.76(1.10)
사설의견	55(21.8)	68(27.0)	67(26.6)	44(17.5)	18(7.1)	2.61(1.20)
연예	5(1.9)	11(4.4)	40(15.9)	85(33.7)	111(44.0)	4.13(0.97)
이슈토론	38(15.1)	38(15.1)	48(19.0)	71(28.2)	57(22.6)	3.28(1.37)
사진/만화	38(15.1)	47(18.7)	62(24.6)	61(24.2)	44(17.5)	3.10(1.31)
국제	31(12.3)	52(20.6)	80(31.7)	70(27.8)	19(7.5)	2.97(1.32)
날씨	38(15.1)	32(12.7)	47(18.7)	61(24.2)	74(29.4)	3.40(1.41)

하였다. 그 결과 4개의 요인이 추출되었으며, 전체적으로 56.4%의 설명력을 가진다.

결과요인 1에는 편의와 정보추구 항목(5.24, 30.8%)이 적재되어 있었다. 이 항목은 언제, 어디서든지 뉴스에 접근하기 수월하고, 최근의 이슈와 사건에 대해 신속한 접근과 중요한 이슈가 무엇인지를 알기 위해서 포털 뉴스를 이용한다는 것이다. 이 항목의 특징은 주로 타 매체에 비해 포털 뉴스가 가지는 기술적인 장점이 두드러지는 부분이다. 임종수(2005)의 연구에서도 언급한 3가지 요인인 속보성, 대중성, 편리한 접근성과 관련이 있다고 하겠다. 이와 같이, 포털 뉴스는 다양한 사건이나 정보의 접근이 용이하고, 사회적 큰 이슈를 손쉽게 접근할 수 있는 하나의 통로임을 알 수 있다. 특히 대학생들의 경우, 인터넷을 접하는 시간이 많으며, 수시로 접근하여 사회적 제반 문제를 인식할 수 있는 기회가 많기 때문에 포털뉴스를 이용하는 것으로 나타났다.

결과 요인 2에는 유희와 오락 항목(2.14, 12.6%)이 적재되어 있었다. 이 항목은 포털 뉴스를 찾는 이용 동기가 내용의 흥미로움, 이용의 편안함, 재미 있는 이야기거리를 찾기 위함에 있다는 것이다. 이 항목에서는 인터넷 접근 시 포털 뉴스를 통해 흥미거리나 화제의 다양성을 추구하는 것이다. 이는

<표 3> 포털 뉴스의 이용 동기 요인분석

	factor matrix			
	동기 1	동기 2	동기 3	동기 4
요인 1. 편의/정보추구				
언제든지 뉴스와 정보를 이용하기 쉬워서	0.83	0.17	0.02	-0.01
어떤 장소에서든 뉴스를 이용하기 쉬워서	0.78	0.06	0.04	0.06
최근 이슈와 사건에 대한 정보를 얻기 위해	0.76	-0.06	0.05	0.09
뉴스와 정보에 대한 신속한 접근이 용이해서	0.73	0.17	0.13	-0.18
뉴스와 정보를 이용하기 쉬워서	0.64	0.36	0.24	0.01
매일 중요한 이슈가 무엇인지 알기 위해서	0.56	0.40	0.16	0.14
요인 2. 유희/오락				
포털 뉴스 내용이 흥미롭기 때문에	0.04	0.82	-0.03	0.09
포털 뉴스 이용 시 편안함 때문에	0.31	0.66	0.12	0.08
재미있는 이야기 꺼리를 찾기 위해서	0.12	0.60	0.18	0.09
요인 3. 환경감시				
편향된 관점을 가지지 않기 위해	0.13	0.03	0.76	0.06
폭넓은 관점을 가지기 위해서	0.06	0.22	0.65	0.18
중요한 이슈에 대한 상세한 분석을 위해서	0.41	0.02	0.58	-0.07
요인 4. 사회적 참여				
온라인에서 다른 사람과 토론하기 위해서	-0.02	0.05	0.12	0.85
온라인에서 나의 의견을 표현하기 위해서	0.01	0.22	0.08	0.82
Eigenvalue	5.24	2.14	1.16	1.06
Variable explained	30.8	12.6	6.8	6.2

오락적인 요인들이 있기는 하지만, 인간관계의 형성하는 데 중요한 화젯거리를 포털 뉴스를 통해 구하는 것으로, 지금까지 이용과 충족 연구에서 단순히 즐기는 차원을 넘어서 이를 통해 새로운 관계를 형성하자는 것을 발견할 수 있었다.

결과요인 3은 환경감시 항목(1.16, 6.8%)이 적재되어 있었다. 환경감시 항목은 편향된 관점을 가지지 않기 위해, 폭넓은 관점을 가지기 위해, 중요한 이슈에 대한 상세한 분석이다. 환경감시 항목은 뉴스미디어가 가지는 중요한

역할 중 하나로, 포털 뉴스가 가지는 장점인 다양한 뉴스소스를 접할 수 있다는 점과 이슈에 대한 여러 가지 정보를 한꺼번에 열람 가능하다는 점이 포털 뉴스를 선택하는 요인으로 나타났다.

결과요인 4는 사회적 참여 항목(1.06, 6.2%)이 적재되어 있었다. 이 항목은 온라인에서 다른 사람과 토론하기 위해, 온라인에서 자신의 의견을 표출하기 위해이다. 이 항목의 특징은 활동성에 있다고 할 수 있다. 뉴스정보 습득의 목적이 정치적 행위나 태도형성을 위한 것이다. 즉 포털 뉴스는 이용자 댓글은 물론이고 이슈토론방 등 다양한 상호작용성 기제가 마련되어, 온라인상에서 적극적인 활동이 가능함을 보여주고 있다. 즉, 포털 뉴스가 가지는 기술적인 유용성은 수용자들의 능동적인 참여를 가능하게 해주고 이것이 포털 뉴스를 선택하는 주요한 요인으로 나타났다.

3) 포털 뉴스와 전통 뉴스미디어 이용 간의 상호관련성

포털 뉴스와 전통 뉴스미디어 이용 간의 상호관련성을 파악하기 위해, 전체 변수들 간의 상관관계를 분석하였다.

<표 4>에서 나타났듯이, 포털 뉴스 의존도와 신문 및 텔레비전 뉴스 의존도 간에 유의미한 부적인 관계를 나타냈다. 또한 인터넷 이용과 텔레비전 뉴스와도 부적인 관계가 나타났다. 그러나 인터넷 뉴스 이용은 신문과 텔레비전 이용과는 관련이 없음을 알 수 있다. 신문 및 텔레비전 의존도와 이용자가 지각하는 신문 및 텔레비전 뉴스의 이용증감 여부와는 유의미한 정적인 관계로 나타났다. 즉 신문과 텔레비전 뉴스를 많이 이용하는 사람들은 인터넷을 통한 뉴스 접근에도 불구하고 그 이용시간이 더욱 증가하고 있다는 기존의 연구 결과와 비슷한 것을 알 수 있었다.

포털 이용 동기에서도, 편의 및 정보추구와 흥미추구를 위한 이용자는 텔레비전 뉴스를 많이 이용하지 않는 것으로 나타났다. 그러나 환경감시 욕구를 가진 이용자들은 오히려 다른 미디어들을 활용하는 것으로 나타났다.

<표 4> 전체 변수들 간의 상관관계 분석

변수	이용자가 지각하는	
	신문 이용량 증감 여부	TV뉴스 이용량 증감 여부
인터넷 이용	-.071	-.199**
인터넷 뉴스 이용	-.090	-.035
신문 의존도	.407**	.091
텔레비전뉴스 의존도	.096	.343**
포털 뉴스 의존도	-.153*	-.148*
포털 뉴스		
정치	.111	.086
경제	.098	.181**
사회	.051	.026
생활/문화	.034	.118
건강/스포츠	.009	-.092
사설/의견	.047	.082
연예	-.087	-.060
포털 이용 동기		
편의/정보추구	-.005	-.131*
흥미추구	-.022	-.144*
환경감시	.238**	.193**
사회적 참여	-.064	-.046
신문대체		.350**
텔레비전뉴스 대체	.350**	

상관계수의 유의도 * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$ (양방검증)

4) 포털 뉴스 이용이 전통 뉴스미디어 대체에 미치는 영향

<표 4>에서 살펴본 변수 간의 단순한 상관관계를 토대로 보다 심층적으로 다른 선행변인을 통제한 이후, 본 연구의 주목적인 포털뉴스의 의존도, 뉴스 주제 분야, 그리고 전통 미디어 이용 증감 여부에 미치는 영향을 살펴보고자 여기서는 위계적 회귀분석을 실시하였다.

<표 5>에서 알 수 있듯이, 일반적인 미디어 이용 변화에 있어서는 인터넷 이용이 이용자가 지각하는 텔레비전 이용 증감 여부와 유의미한 부적 관계로

<표 5> 전통 미디어 대체 인터넷 미디어의 위계적 회귀분석

변수	이용자가 지각하는 신문 이용량 증감 여부	이용자가 지각하는 TV뉴스 이용량 증감 여부
인터넷 이용	.054	-.180*
인터넷 뉴스 이용	-.101	.075
포털 뉴스 의존도	-.190**	-.120
포털 뉴스		
정치	.042	.021
경제	.052	.224**
사회	.000	-.065
건강/스포츠	.009	-.025
연예	-.074	.069
포털 이용 동기		
편의/정보추구	.071	-.148*
흥미추구	.028	-.131*
환경감시	.232**	.135*
사회적 참여	-.086	-.051
R2	.117	.174
Adjusted R2	.065	.125
Significance	.004	.007

유의도 *p<0.05, ** p<0.01

나타났다. 즉, 인터넷 이용은 텔레비전 이용시간을 감소시키는 것으로 확인되었다. 포털 뉴스 이용과 관련해서는, 포털 뉴스의 의존도가 이용자가 지각하는 신문 이용 증감 여부와 부적의 유의미한 관계로 나타났다. 즉, 포털 뉴스 의존도가 신문 이용시간을 감소시키는 것으로 확인되었다. 그러나 텔레비전 이용과는 관련이 없는 것으로 나타났다. 한편 포털 뉴스가 제공하는 주제별 영역에서는 이용자가 지각하는 신문 및 텔레비전 뉴스 이용 증감 여부와는 대체로 아무런 관련성이 없는 것으로 나타났다. 그러나 포털 뉴스의 경제뉴스

의 경우, 이용자가 지각하는 텔레비전 이용 증가 여부와는 유의미한 정적인 관계가 나타나는 흥미로운 결과가 도출되었다.

동기변인에 있어서, 포털 뉴스의 편의 및 정보추구와 흥미추구는 이용자가 지각하는 텔레비전 이용 증감 여부와는 유의미한 부적인 관계로 나타났다. 즉 포털 뉴스 사이트는 신문보다는 텔레비전 뉴스 이용의 편의, 정보추구 요인을 대체됨을 설명한다. 이는 기능적 유사성(Functional similarity) 개념으로 설명 가능하다고 볼 수 있다. 신문의 경우, 환경감시 동기와는 유의미한 정적인 관계를 나타냈다. 이는 환경감시의 요인에 의해 포털 뉴스를 이용하는 사람들의 경우에는 신문을 읽는 시간이 증가함을 설명한다. 즉, 포털 뉴스의 환경감시의 요인과 신문은 서로 상보적인 관계를 가진다고 할 수 있다.

한편, 포털 뉴스 이용 동기 중, 미디어의 기능적 특성을 잘 살린 사회적 참여 동기의 경우, 이용자가 지각하는 신문 및 텔레비전 이용시간 증감 여부와 관련성이 없다고 나타났다.

6. 결론 및 요약

본 연구에서는 새로운 뉴스공급원으로 급속하게 성장하고 있는 포털 뉴스에 주목하여, 이것이 전통 미디어 이용에 미치는 영향을 고찰하고자 했다. 이를 설명하고자 우선 이론적 배경으로 미디어대체가설과 이용과 충족이론을 도입하였다. 미디어대체가설에 대한 논의에서는 이용자들의 미디어 이용시간 증감 여부에 초점을 맞추었다. 이용과 충족이론 연구는 미디어 이용자가 자신의 욕구와 필요를 충족하기 위해 어떻게 미디어를 이용하는가에 중점을 두고 있는 이론으로, 본 연구에서는 미디어의 진화와 관련 기술적 발전이 이용자들의 미디어 이용에 어떻게 작용할 수 있는가를 이론적으로 검토한 결과, 정보추구, 사회적 참여, 환경감시, 기분 전환 등으로 나타났다. 이것은 기존 전통 미디어 이용 동기와 유사한 것으로 나타났다. 이러한 이론적인 검증틀 토대로, 세 가지 연구문제를 설정하고, 이를 검증하기 위해, 부산경남

지역에 거주하는 대학생 300명을 대상으로 설문을 실시한 결과, 다음과 같은 결과를 얻었다.

먼저 <연구문제 1>을 통해, 포털 뉴스 이용이 시간 및 이용 동기 차원에서 뉴스미디어에 끼친 영향을 살펴본 결과, 일반적으로 인터넷 이용이 텔레비전 이용시간을 감소시키며, 포털 뉴스와 관련해서는 신문의 이용시간을 감소시킨 것으로 나타났다. 이용 동기 차원에서는 포털 뉴스의 편의 및 정보추구와 흥미추구 요인이 텔레비전 뉴스 이용시간을 감소시키는 것으로 나타났다. 또한 환경감시 요인의 경우에는 신문 이용시간을 증감시키는 것으로 나타났나, 서로 상보적인 관계임을 알 수 있었다. <연구문제 2>를 통해, 포털 뉴스와 전통 미디어 간의 대체관계를 살펴본 결과, 미디어대체는 편의 및 정보추구와 흥미추구 요인으로 포털 뉴스를 이용하는 사람들의 텔레비전 뉴스 이용감소에서 찾을 수 있었다. 이는 기능적 유사성(Functional similarity) 개념으로 설명 가능하다. 또한 신문 이용시간과 포털 뉴스의 환경감시요인과는 상보적인 관계로 나타났다. 즉, 다변하는 미디어 환경에서 이용자들의 미디어 이용 동기 역시 미디어 대체과정을 설명하는 주요한 요인이 될 수 있음을 설명한다. <연구문제 3>을 통해, 포털 뉴스 이용 및 전통적 뉴스미디어 이용 감소는 수용자의 이용 동기 및 뉴스 선택과 상관관계에서 살펴보면, 포털 뉴스의 편의 및 정보추구와 흥미추구 요인은 텔레비전 이용 감소와 관련이 있으며, 환경감시 요인은 신문 이용과 관련이 있는 것으로 나타났다. 그러나 사회참여 동기요인은 관련성이 없는 것으로 나타났다. 이전 연구들에서 보여주는 잿(박성희·박수미, 2005; Won, et al., 2006)과 같이 인터넷 미디어 및 포털 뉴스가 가지는 가능성에 비해, 현실적으로는 뉴스 제공자와 이용자들 간의 상호지향성은 부족하다는 결과를 반영하는 것이다. 포털 뉴스의 주제 영역과 이용자들이 지각하는 전통 미디어 이용시간 증감 여부와 관련해서는 대체로 관련성이 없는 것으로 나타났으나, 포털 뉴스의 경제영역과 텔레비전 뉴스 이용 간에는 상보적인 관계인 것으로 나타났다. 즉, 미디어 대체과정에 있어서는 포털 뉴스의 주제영역과 연관성이 대체로 없으며, 오히려 경성뉴스인 경제 영역에서 텔레비전 뉴스 이용과 상보적인 관계를 가짐을 알 수 있다. 이는 포털

뉴스의 주제별 영역 이용에서 연성뉴스가 경성뉴스의 우위에 있음에도 불구하고 대체과정에서 이러한 결과가 도출된 것을 통해 볼 때, 기존의 연구자들이 우려하는 전통적인 저널리즘 기능을 해칠 것이라는 우려는 성급한 판단이 아닌가 생각된다.

이러한 연구 결과들을 통해, 포털 뉴스 이용이 전통 미디어 대체과정에서 포털 뉴스의 이용 동기가 주요한 요인으로 작용함을 알 수 있었다. 또한 포털 이용 동기에서 주시해야 할 점은 기술적인 유동성이 수용자들의 미디어 이용 동기에 전적으로 영향을 미치지 않는다는 점이다. 그 실례로, 사회적 참여 동기요인은 포털 뉴스가 가지는 가장 큰 기술적인 장점 중에 하나이기는 하나, 실제로 수용자들의 선택요인과는 크게 관련이 없음을 알 수 있었다. 따라서 인터넷 미디어 특히 포털뉴스 이용은 전통미디어를 전적으로 대체하는 것이 아니라 수용자의 이용 동기에 결정됨을 알 수 있었다. 이는 새로운 미디어가 등장할 때마다 전통 미디어가 사라지는 것이 아니라, 수용자들의 이용 동기 요인에 의해 서로 간에 상보적인 관계를 유지하거나, 서로 유사한 기능을 가질 때 대체됨을 알 수 있다.

한편, 본 연구에서 흥미로운 점은, 인터넷 뉴스 이용과 포털 뉴스 의존도가 다른 결과를 나타낸 것이다. 이러한 관계를 충분히 밝히기에는 본 연구가 가지는 기본 한계점은 존재한다. 그러나 이 부분은 좀 더 복잡한 요인에 의해 설명 가능한 것이라 생각된다. 즉, 뉴스 의존도에는 시간요인 외에도 매체 친밀도, 노출 정도, 접근도, 사회적 환경요인 등과도 관련이 있으리라 예측된다. 이는 차후 연구에서 좀 더 세밀하게 검토되어야 할 사항이라 생각된다. 또한 이 연구의 한계점은 실험조사 대상자에게서 얻어진 자료와 일반화의 문제 등을 들 수 있다. 대학생집단이 주요한 이론적 집단이기는 하나, 그 연구 결과를 일반적인 뉴스 소비자들에게 적용하는 것은 분명히 한계점이 있다고 할 수 있다. 그럼에도 불구하고, 이 연구가 가지는 의의는 포털 뉴스의 기술적 장점이 포털 뉴스를 이용하는 동기가 절대적인 영향을 주지 않고, 오히려 수용자들의 이용 동기 요인이 포털 뉴스의 기술적 요인을 부각시킴을 알 수 있다. 즉, 이러한 연구 결과를 통해, 포털 뉴스에 의해 기존 뉴스미디어

의 기능에 부정적인 영향을 줄 수 있다는 점과 시민의식(혹은 시민의무, civic duty)에 해악적인 요소로 작용할 수 있다는 것이 지나친 우려임을 밝혀냈다. 이 연구는 그러한 의미에서 앞으로 포털 뉴스와 관련하여 저널리즘으로서의 기능과 그 사회적 영향력을 논의하는 데 있어 단초적인 역할을 할 수 있을 것이다.

Ⅱ 참고문헌

- 권기덕 (2006). 인터넷이 바꾸는 미디어 산업. 『CEO information』, 554호, 삼성경제연구소.
- 김영인 (2005). 청소년의 불안해 폐기장 갈등참여와 시민의식 형성의 관련성 고찰. 『청소년학 연구』, 12권 1호, 151~182.
- 김진영 (2003). 미디어의존 연구: 미국유학생들의 인터넷 이용, 민족정체성, 미디어 의존, 그리고 인지적 행동적 변화와의 관계를 중심으로 『언론과학연구』, 3권2호, 119~154.
- 김진영 (2006, 봄). 후보자 이미지 형성에 관한 미디어의 차별적 효과와 미디어 이용, 대인커뮤니케이션, 투표참여 간의 상호관계에 관한 연구. 『한국언론정보학보』, 32권, 113~146.
- 박성희·박수미 (2005). 포털 뉴스 제공자와 이용자 간 상호지향성 연구. 『한국언론정보학보』, 30권, 1~33.
- 변희재 (2005. 6). 거대 미디어권력 포털 사이트 『문화과학』, 42, 문화과학사, 361~370.
- 성동규·김인경·김성희·임성원 (2006, 10월), 포털사이트의 뉴스 콘텐츠 전략에 관한 연구: 인터넷 뉴스의 이용 동기와 지각된 뉴스 가치를 중심으로 『한국언론학보』, 50권 5호, 132~415.
- 송경재 (2006). 포털의 의제설정과정에 관한 연구: 네이버, 네이트, 다음뉴스서비스를 중심으로 『사회이론』, 사회이론학회, 178~210.
- 송종길·박상호 (2005). 뉴스미디어 이용이 정치형태에 미치는 영향에 관한 연구.

- 17대 총선에서 나타난 유권자의 정치뉴스이용과 투표행위를 중심으로 『한국방송학보』, 19권 2호, 126~163.
- 유승현·황상재 (2006, 봄), 포털미디어의 뉴스 프레임에 대한 탐색적 연구: 미디어 다음, 조선일보, 한겨레신문의 비교를 중심으로 『사이버커뮤니케이션학보』, 20권 1호, 197~232.
- 이상현 (2005). 책임 다해 새로운 미디어로 발전해야: 다시 떠오른 포털 저널리즘 논쟁. 『신문과 방송』 5, 160~163.
- 이재영·이광훈·이경원·유선실·권지인 (2004). 초고속인터넷환경에서의 미디어 간 소비대체에 관한 실증 연구, 『연구보고서』, 정보통신정책연구원.
- 이재현.(2005). 인터넷, 전통적 미디어, 그리고 생활시간패턴: 시간재할당가설의 제안. 『한국언론학보』, 49권 2호, 224~255.
- 이희완 (2006). 제목 바꾸기로 뉴스의 진정성 하락: 포털 사이트의 뉴스 편집권. 『신문과 방송』, 2, 128~132.
- 임중수 (2005). 포털 미디어 채택에서의 뉴스 소비: 하나의 탐색적 연구. 『한국방송학보』, 19권 2호, 8~46.
- 조정현·반현 (2006). 포털 뉴스 이용 동기가 이용행위에 미치는 영향 연구: 20대 이용자를 중심으로 『사이버커뮤니케이션학보』, 17권 1호, 193~232.
- 최만재·김위근 (2006) 포털사이트 뉴스서비스의 의제설정 기능에 관한 연구: 제공된 뉴스와 선호된 뉴스의 특성 차이를 중심으로. 『한국언론학보』, 50권 4호, 437~511.
- 최영재 (2005). 사라지는 신문독자모델: 구독이탈 및 전환분석. '국민에게 신문은 어떤 존재인가?' 미디어 오늘 창립 10주년 기념 세미나 발제문.
- 한국인터넷진흥원 (2006). 웹2.0시대의 네티즌 인터넷 이용현황: 참여와 공유의 인터넷. 『2006년 인터넷 이슈 심층조사 요약보고서』.
- Althaus, S. L., & Tewksbury, D. (2000). Patterns of Internet and traditional news media use in a networked community. *Political Communication*, 17, 21~45.
- Alves, R. C. (2001). The future of online journalism: Mediamorphosis or mediacide? *Info*, 3(1), 63~72.
- Basil, M. D. (1996). The use of student samples in communication research. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40(3), 431~441.

- Becker, L. B & Whitney, D. C. (1980). Effect of media dependencies : Audience assessment of government, *Communication Research*, 7(1), 95~120.
- Bromley, R. V., & Bowles, D. (1995). The impact of Internet on use of traditional news media. *Newspaper Research Journal*, 16(2), 14~27.
- Calder, B. J., Phillips, L. W., & Tybout, A. M. (1981, September). Designing research for application. *Journal of Consumer Research*, 8, 197~207.
- Cornfield, M., & Rainie, L. (2003). Untuned keyboards: Online campaigners, citizens, and portals in the 2002 elections. Retrieved September 2, 2004. from <http://www.pewinternet.org>.
- Durta-Bergman, M. J. (2004). Complementarity in consumption of news types across traditional and new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48, 41~60.
- Fidler, R. F. (1997). *Mediamorphosis: Understanding the new media*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
- Finberg, H., & Stone, M. L. (2002). Digital journalism credibility study. Online News Association. Retrieved November 3, 2003. from http://journalists.org/Programs/Credibility_study.pdf.
- Grotta, G. L., & Newsom, D. (1982). How does cable television in the home relate to other media use patterns? *Journalism Quarterly*, 59, 588~609.
- Hardy, B. W & Scheufele, D. A. (2005, march), Examining Differential Gains From Internet Use: Comparing the Moderating, Role of Talk and Online Interactions, *Journal of communication*, 71~84.
- James, M. L., Wotring, C. E., & Forrest, E. J. (1995). An exploratory study of the perceived benefits of electronic bulletin board use and their impact on other communication activities. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 39, 30~50.
- Kalyanaraman S., & Sundar, S. S. (2003). Gateways, billboards, communities, niches, or brands: Explicating Web portals for communication research. A paper presented to the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication(AEJMC), Kansas city, MO, 2003.
- Katz, E. (1959). Mass communication research and the study of popular culture:

- An editorial note on a possible future of this journal. *Studies in Public Communications*, 2, 1~6.
- Katz, E., Gurevitch, M., & Hass, H. (1973). On the uses of mass media for important things. *American Sociology Review*, 38, 164~181.
- Kayany, J. M., & Yelsma, P. (2000). Displacement effects of online media in the socio-technical contexts of households. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 215~229.
- Kaye, B. K., & Johnson, T. J. (2002). Online and in the know: Uses and gratifications of the Web for political information. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46(1), 54~71.
- Kaye, B. K., & Johnson, T. J. (2004). A web for all reasons: Use and gratifications of Internet components for political information. *Telematics and Informatics*, 21, 197~223.
- Kippax, S., & Murray, J. P. (1980). Using the mass media: Need gratification and "perceived utility." *Communication Research*, 7, 335~360.
- Klapper, J. T. (1963). Mass communication research: An old road resurveyed. *Public Opinion Quarterly*, 27, 515~527.
- Lazarsfeld, P. F. (1940). *Radio and the printed page*. New York: Duell, Sloan & Pearce
- Levy, M. R., & Windahl, S. (1984). Audience activity and gratifications: A conceptual clarification and exploration. *Communication Research*, 11, 51~78.
- Lin, C. A. (2001). Audience attribute, media supplementation, and likely online service adoption. *Mass Communication & Society*, 4, 19~38.
- Lin, C., Salwen, M. B., & Abdulla, R. A. (2005). Uses and gratifications of online and offline news: New wine in an old bottle? In M. B. Salwen, B. Garrison, & P. D. Driscoll (Eds.), *Online news and the public* (pp. 221~236). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- McCombs, M. (1972). Mass media in the marketplace. *Journalism Monographs*, 24, 1~104.
- Morris, M., & Ogan, C. (1996). The Internet as mass media, *Journal of Communication*, 46(1), 39~50.
- Nojin Kwak, Skoris, M. M., Williams, A. E. & Poor, N. D (2004). To Broadband

- or Not to Broadband : The Relationship Between High-speed Internet and Knowledge and Participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(3), 421~445.
- Palmgreen, P., Wenner, L. A., & Rayburn, J. D., II. (1980). Relations between gratification sought and obtained: A study of TV news. *Communication Research*, 7, 161~192.
- Palser, B. (2002). Is it Journalism? *American journalism Review*, 24(5), 62.
- Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet use. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 44, 175~196.
- Park, B. J., & Plank, R. E. (2000). A uses and gratifications perspective on the Internet as a new information source. *American Business Review*, 18, 43~49.
- Perse, E. M., & Dunn, D. G. (1998). The utility of home computers and media use; Implications of multimedia and connectivity: *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42, 435~456.
- Peterson, R. A. (2001). On the use of college students in social science research: Insights from a second-order meta-analysis. *Journal of Consumer Research*, 28, 450~461.
- Robinson, J. (1981). Television and leisure time: A new scenario. *Journal of Communication*, 31, 120~130.
- Robinson, J. P., Barth, K., & Kohut, A. (1997). Social impact research: Personal computers, mass media and use of time. *Social Science Computer Review*, 15(1), 65~82.
- Poindexter, P. M., & McCombs, M. E. (2001). Revisiting the civic duty to keep informed in the news media environment. *Journalism and mass communication quarterly*, 78(1), 113~126.
- Rubin, A. M. (2002). The uses-and-gratifications perspective of media effects. In J. Bryant & D. Zillmann (2nd Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 525~548). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication and Society*, 3(1), 3~37.
- Stempel III, G. H., Hargrove, T., & Bernt, J. P. (2000). Relation of growth of

use of the Internet to changes in media use from 1995 to 1999. *Journal of Mass Communication Quarterly*, 77, 71~79.

Vitalari, N. P., Venkatesh, A., & Grohaug, K. (1985). Computing in the home: Shifts in the time allocation patterns of households. *Communications of the ACM*, 28, 512~522.

Weaver, D. H. (1980). Audience need for orientation and media effects. *Communication Research*, 7, 361~376.

Wenner, L. A. (1985). *The nature of news gratification*. In K. E. Rosengren, L. A. Wenner, & P. Palmgreen (Eds.). *Media gratification research: Current perspectives* (pp. 171~193). Beverly Hills, CA: Sage.

Won, Suk-kyoung, Yeo, Eun-ho & Lee, Bum-soo & Arabi, Afif, Prairie (2006). CMPC(Computer Mediated Political Communication) and Its Impact on The Political Process in Korea, *Journal of Humanities & Social Sciences*, vol. 1.

www.scientificjournals.org

권상희 (2006. 3. 4). 포털저널리즘과 전통 저널리즘. 『경향신문』, 23.

김재영 (2006. 1. 26). 여론에서 독립해야 할 언론? 『한겨레신문』, 25.

노형석 (2006. 11. 23). “포털 언론처럼 오보 책임져라” 언론중재위 간부 주장. 『한겨레신문』, 21.

성영광 (2007. 2. 14). 포털이용자 87%, 월 100페이지 이상 본다. 『머니 투데이』, 1.

윤휘중 (2007. 2. 23). 대형포털. 언론사, 7월 제한적 본인확인제 도입 시행령 마련. 『아이뉴스 24』.

원용진 (2006. 4. 12). 포털은 영혼을 잠식한다. 『한겨레 21』.

(최초 투고 2007.3.1, 최종 원고 제출 2007.4.24)

A Study of the Impact of Portal News Use on Traditional Media : among College Students

Suk-Kyoung Won

Lecturer

(Department of Communication, Dong-a university)

Dae-Kyung Kim

Assistant Professor

(Department of Mass Communication, Idaho State University)

Bum-Soo Lee

Professor

(Department of Communication, Dong-a university)

Amid the rapid growth in use of portal news, this study examined whether portal news would substitute traditional news media, in particular newspapers and television news. To answer the research question, this study attempted to investigate how the decrease in use of traditional news media was associated with online news use, reliance on, and motivations for portal news. First, this study found that there was a negative and significant relationship between the Internet use and television news viewing, suggesting that those who are more likely to use the Internet are less likely to watch television news programs. Also, portal news was negatively associated with time spent with newspaper reading, while it was not related to television news viewing. Second, this study found that convenience/information-seeking needs appeared as the major motivations for using portal news, which were negatively and significantly associated with the decreased time spent with watching television news programs. In other words, those who used portal news for convenience/information-seeking needs are less likely to watch television news programs, which may indicate that portal news could be a substitute for television news in terms of convenience/information-seeking motivations. In addition, the result of this study showed that there was a complementary

relationship between portal news and newspapers in terms of surveillance needs. Those findings could be explained by the concept of “functional similarity” in the process of media substitution. Based on the findings, implications of this study were discussed.

Key words : portal news, motives of news media, media substitution, use and gratification theory