creative commons
COMMONS DEED

저작자표시-비영리-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

석 사 학 위 논 문

스마트시대의 신문구독 매체별 이용동기와 만족도에 관한 연구

- 인터넷 PC, 스마트폰 중심으로 -

2012년

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

융 합 기 술 학 과

기 술 전 략 전 공

김 유 석

HANSUNG UNIVERSITY

석 사 학 위 논 문
지도교수 주형근

스마트시대의 신문구독 매체별 이용동기와 만족도에 관한 연구

- 인터넷 PC, 스마트폰 중심으로 -

A Study on Use Motives and Satisfaction by Newspaper Subscription Media of Smart Age
-Focused on Internet PC and Smart Phone-

2012년 6월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
융 합 기 술 학 과
기 술 전 략 전 공
김 유 석

석 사 학 위 논 문
지도교수 주형근

스마트시대의 신문구독 매체별 이용동기와 만족도에 관한 연구

- 인터넷 PC, 스마트폰 중심으로 -

A Study on Use Motives and Satisfaction by Newspaper Subscription Media of Smart Age
-Focused on Internet PC and Smart Phone-

위 논문을 융합기술학 석사학위 논문으로 제출함

2012년 6월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

융 합 기 술 학 과

기 술 전 략 전 공

김 유 석

HANSUNG UNIVERSITY

김유석의 융합기술학 석사학위논문을 인준함

2012년 6월 일

심사위원장 _____ 인

심 사 위 원 _____인

심 사 위 원 _____인

HANSUNG UNIVERSITY

국 문 초 록

스마트시대의 신문구독 매체별 이용동기와 만족도에 관한 연구
- 인터넷 PC, 스마트폰 중심으로 -

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
융합기술학과
기술전략전공
김 유 석

본 연구는 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기와 만족도를 중심으로 비교분석하였다. 이용동기(다양성, 신뢰성, 오락성, 정보성)와 만족도를 비교하여 보고, 이용동기 변인이 만족도에 어떠한 영향을 미치는지도 알아보았다.

표본의 특성을 알아보기 위하여 단순 빈도분석을 실시하였고, 타당성 검사를 위해 요인분석을 실시하였다. 신문구독 매체의 이용동기와 만족도 비교를 위해 대응표본 T-검증을 실시하였고, 각 매체의 이용동기에 따른 만족도에 영향을 살펴보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 또한, 성별, 직업, 학력, 연령에 따라 신문구독 매체별 이용동기와 만족도에 차이가 있는지 성별은 T검증, 연령, 직업, 학력은 ANOVA 검증을 실시하였다.

연구결과는 다음과 같다. 이용동기를 비교분석한 결과에서는 인터넷 PC가 정보성, 다양성에서 더 높은 값을 가진 것으로 나타났고, 스마트폰은 신뢰성이 더 높은 값을 가졌다.

각 매체의 만족도에 영향을 미치는 이용동기 변인을 다중회귀분석을 통해 알아본 결과, 인터넷 PC 에서는 신뢰성, 오락성, 정보성 동기가 만족도에 유의미한 영향을 미쳤다. 스마트폰에서는 신뢰성, 오락성, 정보성, 다양성 동기가 만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

특히, 인터넷 PC와 스마트폰 모두 신뢰성이 만족도에 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다.

성별, 직업, 학력, 연령에 따라 이용동기와 만족도에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 특히 30~40대 대졸 학력의 남성 회사원, 공무원 집단의 평가가 가장 높은 것으로 나타났다.

【주요어】신문, 인터넷 PC, 스마트폰, 이용동기, 만족도

HANSUNG UNIVERSITY

목 차

제 1 장 서 론 ····· 1

제 1 절 연구의 목적과 배경 ····· 1
제 2 절 연구의 구성과 방법 ····· 2

제 2 장 이론적 배경 ····· 4

제 1 절 인터넷 PC의 개념 ····· 4
1. 인터넷 신문의 정의 ····· 4
2. 인터넷 신문의 특성 ····· 6
제 2 절 스마트폰의 개념 ····· 6
1. 스마트폰의 정의 ····· 6
2. 스마트폰의 특성 ····· 7
제 3 절 이용동기와 만족도의 개념 ····· 10
1. 이용동기의 개념 ····· 10
2. 만족도의 개념 ····· 13
제 4 절 이용과 충족이론 ····· 18
1. 이용과 충족이론의 개념 ····· 18
2. 이용과 충족이론의 전개 ····· 19
제 5 절 국내신문구독 이용현황 ····· 20
1. 신문구독 이용형태 ····· 20
2. 미디어 이용정도 및 형태 ····· 22

제 3 장 연구모형 및 연구방법 ····· 24

제 1 절 연구모형 ····· 24
제 2 절 연구가설의 설정 ····· 25
제 3 절 자료의 수집 ····· 25
제 4 절 분석방법 ····· 29

제 4 장 연구의 결과 ····· 30

제 1 절 표본의 특성 ····· 30
제 2 절 신뢰성 및 타당성 검증 ····· 31
제 3 절 연구가설의 검증 ····· 36

제 5 장 요약 및 결론 ····· 49

제 1 절 연구의 요약 ····· 49
제 2 절 연구의 시사점 ····· 52
제 3 절 연구의 한계점 및 향후 연구방향 ····· 53

【참고문헌】 ····· 54

【부 록】 ····· 59

ABSTRACT ····· 65

【 표 목 차 】

[표 2-1] 전통적 미디어와 인터넷 특성 비교 ····· 6
[표 2-2] 일반 폰과 스마트폰의 특징 비교 ····· 8
[표 2-3] 매체 이용동기 변인 ····· 10
[표 2-4] 서비스 품질과 고객만족도의 개념 비교 ····· 13
[표 2-5] 사용자 만족도에 대한 정의 ····· 14
[표 2-6] 매체 만족도 변인 ····· 17
[표 2-7] 지난 1주일간 신문기사 이용 경로(복수 응답, %) ····· 21
[표 3-1] 이용동기, 만족도 평가 항목 ····· 27
[표 3-2] 설문지의 구성 ····· 28
[표 4-1] 인구통계학적 특성 ····· 30
[표 4-2] 신뢰성 분석 ····· 32
[표 4-3] 인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기 요인분석 ····· 34
[표 4-4] 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기 요인분석 ····· 35
[표 4-5] 인터넷 PC와 스마트폰의 신문구독 이용동기 차이 분석 ····· 36
[표 4-6] 인터넷 PC와 스마트폰의 신문구독 만족도 차이 분석 ····· 37
[표 4-7] 인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기가
만족도에 미치는 영향 ····· 38
[표 4-8] 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기가
만족도에 미치는 영향 ····· 39
[표 4-9] 성별에 따른 인터넷 PC 이용동기 및 만족도 차이 ····· 39
[표 4-10] 성별에 따른 스마트폰 이용동기 및 만족도 차이 ····· 40
[표 4-11] 직업별 인터넷 PC 이용동기 및 만족도 차이 ····· 41
[표 4-12] 직업별 스마트폰 이용동기 및 만족도 차이 ····· 43
[표 4-13] 학력별 인터넷 PC 이용동기 및 만족도 차이 ····· 44
[표 4-14] 학력별 스마트폰 이용동기 및 만족도 차이 ····· 45
[표 4-15] 연령별 인터넷 PC 이용동기 및 만족도 차이 ····· 46
[표 4-16] 연령별 스마트폰 이용동기 및 만족도 차이 ····· 48

【 그 림 목 차 】

<그림 2-1> 신문 열독률 비교 ····· 20
<그림 2-2> 지난 1주일간 본 신문기사 경로(복수응답) ····· 22
<그림 2-3> 하루 평균 미디어 이용시간 변화 추이 ····· 22
<그림 3-1> 연구 모형 ····· 24

HANSUNG UNIVERSITY

제 1 장 서 론

제 1 절. 연구의 배경과 목적

스마트시대 디지털 기술과 정보통신 매체의 발달에 따른 인터넷 사용의 확산으로 종이에 인쇄하여 배달되는 전통적인 방법으로 신문기사를 읽기보다는 언제 어디서든 빠르고 편리하게 이용할 수 있는 On-line 매체를 통하여 신문을 많이 이용하고 있다.

한국언론진흥재단의 “2011 언론수용자 의식조사” 결과에 따르면 신문 열독률은 2010년보다 8.0%가 하락한 44.6%로 조사되었다. 신문 열독률은 2002년 82.1%, 2004년 76.0%, 2006년 68.8%, 2008년 58.5%, 2010년 52.6%로 지속적인 하락추이를 보이고 있다.

미디어 환경변화에 따른 이용자 행태조사에서 지난 1주일간 어떤 경로를 통해 신문기사를 읽었는지 중복응답으로 묻는 질문에서는 “PC를 통한 인터넷”이 51.5%, “종이신문”(44.6%), “스마트폰과 태블릿PC 등 모바일 기기를 통한 인터넷”(19.5%) 등의 순으로 뒤를 이었다.

신문기사의 이용 경로의 결과를 보면, 종이신문뿐만 아니라 여러 가지 다양한 방법으로 신문기사를 접하고 있음을 알 수 있다. 특히 PC로 인터넷을 통해 신문기사를 보는 것이 종이신문으로 보는 것보다 높으며, 스마트폰과 태블릿PC 등 모바일 기기를 통해 인터넷으로 신문기사를 보는 비율도 약 20% 정도로 나타난 것은 향후 인쇄신문이 아닌 다른 방식을 통해 신문기사를 점점 더 많이 보게 될 것이란 예측이 가능하게 한다. 때문에 미래 독자 개발에 대한 고민이 요구되며, 뉴미디어를 통해 신문기사를 다양하고 효율적으로 전달하는 방식 또한 모색할 필요가 있다.[1)]

이에 본 연구자는 사람들이 신문기사를 어떤 매체를 통해 접했을 때 가장 만족하는지 의문점이 들었으며, On-line매체 중에서 인터넷 PC와 스마

1) 『2011 언론수용자 의식조사』, 한국언론진흥재단, 2011, pp.27~28, pp.100~101

트폰을 중심으로 신문기사를 접하는 이용자들의 매체별 이용동기와 만족도를 비교분석하고자 한다.

따라서 본 연구는 인터넷 PC와 스마트폰의 개념과 의의를 살펴보고, 첫째, 각 On-line 신문구독 매체 수용자들의 이용동기에는 어떠한 차이가 있는지 알아보고자 한다. 이용동기는 선행연구에서 가장 많이 이용된 다양성, 신뢰성, 오락성, 정보성 을 중심으로 살펴보고자 한다. 둘째, 신문구독 매체의 전체만족도를 비교하여 보고, 이용동기가 만족도에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 한다. 셋째, 인구통계학적 특성(성별, 직업, 학력, 연령)에 따라 신문구독 매체별 이용동기와 만족도에 차이가 있는지 알아볼 것이다.

이에 본 논문에서는 이용과 충족 이론을 바탕으로 설문조사 방법에 의한 실증분석을 실시할 것이며, 연구결과를 토대로 각 매체별 한계와 개선점을 파악하여 각 신문 매체가 상호 발전할 수 있는 방향을 모색해 보고자 한다.

제 2 절 연구의 방법과 구성

본 연구에서는 기존의 연구들을 바탕으로 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 매체 수용자들의 이용동기 요인들이 어떠한 차이가 있는지 살펴보고, 또한 신문구독 매체의 전체 만족도에 어떠한 이용동기 변인들이 영향을 미치는지를 설문조사를 통해 실증 연구를 하였다.

기존 문헌 연구는 인터넷 PC, 스마트폰 이용동기와 만족도, 신문구독현황에 관한 논문, 보고서, 학회 발표 자료 등을 바탕으로 작성하였다. 실증연구를 위해 설문조사를 실시하고 설문결과는 통계분석 프로그램인 SPSS 13.0 for Window를 이용하여 분석하였다.

본 연구는 총 5장으로 구성되어 있다.

제 1장 서론에서는 연구의 배경 및 목적, 연구의 방법 및 구성에 관하여

설명하였다.

제 2장에서는 이론적 고찰로서 인터넷 PC, 스마트폰의 개념, 이용동기와 만족도의 개념, 국내신문구독 이용현황 등에 대한 선행문헌 연구를 실시하였다.

제 3장은 연구 모형의 설계 및 연구가설로 변수의 추출과 연구가설을 만들고 변수의 조작적 정의와 설문의 구성 및 자료의 수집과 분석방법에 대해서 기술하였다.

제 4장에서는 실증분석 및 가설 검증을 위해 요인별 측정항목을 분석하고 가설에 대해서 검증하였다.

제 5장에서는 본 연구에 대한 결론을 요약하고 연구의 시사점과 연구의 한계를 기술하며, 향후 연구의 방향을 제시하였다.

HANSUNG UNIVERSITY

제 2 장 이론적 배경

제 1 절. 인터넷 PC의 개념

신문기사의 이용 경로의 결과를 보면, 특히 PC를 통해 인터넷으로 신문기사를 보는 비율이 가장 높았다. 즉, PC를 통해 인터넷신문을 구독하고 있는 것이다. 그러므로 인터넷신문에 대해 더 기술하고자 한다.

1. 인터넷 신문의 정의

우리나라 정기간행물 등록에 관한 법률 제2조에는 인터넷신문의 정의를 '정치, 경제, 사회, 문화, 시사 등에 관한 보도, 논평 및 여론 등을 전파하기 위하여 인터넷이라는 망(net)을 통해 텍스트 중심의 정보를 제공하는 온라인 미디어' 라고 정의하고 있다.[2] 그러나 인터넷신문은 서비스 주체와 형태가 매우 다양하기에 한마디로 정의 내리기가 쉽지 않다. 형태나 이용측면에서 방송이나 통신에 가깝고 내용측면에서는 뉴스를 전달하고 있어 신문에 가깝기 때문이다.[3]

인터넷신문은 보는 시각에 따라 온라인신문(On-Line Newspaper), 전자신문(Electronic Newspaper) 등으로 혼용되어 사용되고 있다. 온라인신문은 전자적 표현(내용적인 측면-전달)에 역점을 둔 개념이고 전자신문은 전자적 출판(형식적인 측면-인쇄)을 중요시하는 의미로 볼 수 있다.[4]

선행 연구자들이 내린 인터넷신문에 대한 정의를 잠시 살펴보면, 이인희(1997)는 인터넷신문이란 인터넷을 통해 이용자가 자유롭게 뉴스와 정보를 검색할 수 있도록 만들어진 '온라인 저널리즘'이라고 규정했다.[5]

---

2) 김채환,『디지털과 미디어』, 이진출판사, 2000, p.121.
3) 김화선,「국내 인터넷신문의 상호작용 매커니즘활용에 관한 연구 중앙종합일간지 인터넷신문을 중심으로」, 성균관대학교 언론정보대학원 석사학위논문, 2001, p.11.
4) 신종호,「인쇄신문과 인터넷신문이용자의 내용인식에 관한비교연구」, 한양대학교대학원 석사학위논문, 2000, p.7.
5) 이인희,「뉴미디어 이용과 커뮤니케이션 모델 행위」, 『네트워크 트렌드』 삼성경제연구소, 1997, p.322.

윤태진(1997)은 컴퓨터와 통신망을 이용한 새로운 형태의 저널리즘을 '온라인 저널리즘'이라고 규정하고 기자들이 컴퓨터를 통해 취재하고 자료를 분석하며 기사를 작성하는 행위도 넓은 의미에서 온라인 저널리즘에 포함된다고 주장했다.[6)]

김영재(1998)는 온라인신문을 인터넷상의 신문이라고 정의하고 있으며, 신문의 개념은 오프라인의 일반적인 범주와 다를 바 없다고 말했다. 다만 인터넷신문이 인터넷이라는 가상의 세계에서 전개되는 신문이라고 하여 온라인신문, 전자신문이라고 말할 수 있다고 부연하고 있다.[7)]

최낙진(2000)은 인터넷신문이 <multi newspaper>, <flexible newspaper>, <easy to use newspaper>로도 불린다고 했고,[8)] 김민주(2001)는 일정한 규모를 가진 조직이 통신사 등 여러 매체나 독자적인 취재망을 이용하여 수집한 정보들을 분석 평가하여 직간접적인 게이트키핑 과정을 거친 후 인터넷을 통해 수용자에게 구체적으로 제공하는 시사적인 정보 또는 그 데이터베이스를 제공하는 신문이라고 정의하고 있다.[9)]

HANSUNG UNIVERSITY

6) 윤태진,『인터넷신문의 현재와 미래』, 한국언론연구원, 1997, pp.9～10.
7) 김영재,「언론개혁과 언론 민주화 운동의 새로운 대안」,『인물과 사상』, 11월호, 인물과 사상사, 1998, pp.111～113.
8) 최낙진,『인터넷신문』,세계사, 2000, p.17.
9) 김민주,「온라인 저널리즘의 특성에 관한 연구」, 한국외국어대학교 대학원 석사학위논문, 2001, p.5.

2. 인터넷 신문의 특성

인터넷신문은 인터넷을 기반으로 서비스되는 매체다. 그래서 기존 매스미디어와 달리 인터넷의 특성을 그대로 가지고 있다.

[표 2-1] 전통적 미디어와 인터넷 특성 비교

내용	전통적인 미디어	인터넷
운영형태	관료적/중앙집권적	비조직적/모자이크적 구성
법률적용	매체의 사회적 성격에 따른 법적용의 차이성	개방/병렬형 구조의 기술적 특징으로 법 규제가 어려움
시장진입	메시지 전달 체계의 체계성 진입장벽이 높음	비공식적 커뮤니케이션 진입장벽이 낮음
소유방식	사적 공적 소유 공존	영리적 소유와 비영리적 소유 방식간의 경쟁 단계
정보주체의 성격	정보생산자와 수용자 분리	정보생산자와 이용자 역할 공존

출처 : 윤영우 (2003) 석사학위논문 p.7.

제 2 절. 스마트폰의 개념

1. 스마트폰의 정의

스마트폰에 대한 표준화된 정의가 있지는 않으며 그 개념 또한 시대별로 진화하고 있다.[10] 단순하게 “PC수준의 고기능 휴대폰”, 혹은 오픈 OS를 사용하는 휴대폰으로 정의하는 경우가 많다. 현재 최신형 스마트폰은 마치 “손안의 컴퓨터”, 혹은 “휴대폰 한 대로 모든 것이 가능한 만능 단말기”처럼 종합적인 기능을 제공한다. 검색, 이메일, 지도 등의 인터넷 기능, 음악, 사진, 비디오 등 미디어 기능, PDF, MS오피스 등 비즈니스 기능 등 다채로운 기능을 제공한다. 외형적으로도 QWERTY키보드, 터치스크린 등

10) 전철호,「스마트폰 사용자 만족도와 재구매의도 요인연구」, 영남대학교 석사학위 논문 2011, pp.16~17

을 통해 직감적이고 보다 편리한 인터페이스를 구현하고 있다.[11]

한국콘텐츠학회 자료에 따르면, 스마트폰이란 기존의 음성통화 중심의 휴대전화 기능에 통신기능뿐만 아니라 본격적인 네트워크 기능과 개인용 휴대단말인 PDA(Personal Digital Assistant)가 가진 스케줄 기능, 개인정보 관리기능 등 다양한 기능을 가진 단말기를 말한다. 차세대 휴대전화라고도 불리며, 휴대용 단말기를 통해 음성통화는 물론 화상통화, MP3기능을 통한 음악 감상은 물론 DMB로 방송 콘텐츠도 즐길 수 있다. 심심하면 게임을 즐기기도 하고 소설이나 만화를 볼 수도 있는 등 컴퓨터와 비슷한 기능이 가능하다. 즉 휴대전화 단말기에 PDA와 컴퓨터의 기능이 부가되어 인터넷 정보 검색, 일정관리 등 수많은 기능을 활용할 수 있게 된 것이다.[12]

스마트폰은 응용 프로그램 개발자를 위한 표준화된 인터페이스와 플랫폼을 제공하는 완전한 운영체제 소프트웨어를 실행하는 전화로 볼 수도 있다. 혹은 전자우편, 인터넷, 전자책 읽기 기능, 키보드 내장, 다양한 외부 장치 연계를 통한 기능 확대 등 고급 기능이 있는 전화로 볼 수 있다. 다시 말하면 스마트폰은 전화 기능이 있는 소형 컴퓨터라 볼 수 있다.[13]

2. 스마트폰의 특성

스마트폰의 주요 특성은 PDA기능을 겸비한 휴대폰으로서, 휴대폰의 형태를 갖추고 음성과 데이터 통신, 전화번호부, 문자 메시지, 무선 인터넷 그리고 일정관리 등의 다양한 어플리케이션을 탑재하고 있으며, PC와의 동기화를 지원한다. 또한 스마트폰은 일반 폰 보다 뛰어난 CPU를 사용하여 멀티미디어 처리에 우수하다. 마지막으로 스마트폰은 기능의 확장이 가능하며 고객 맞춤화가 용이하다.

---

11) 권기덕,「모바일 빅뱅시대의 비즈니스 모델 진화」,『SERI경영노트』, 제3호 삼성경제연구소, 2010, p.314
12) 정현우,「스마트폰과 미래의 변화」,『한국콘텐츠학회지』,제8권 제2호, 2010, pp.28-33
13) 김창환,「스마트폰 제품기술 및 시장동향」,『한국인터넷정보학회 논문지』, 제 11권, 제1호, 한국인터넷정보학회, 2010, pp.13-23.

[표 2-2] 일반 폰과 스마트폰의 특징비교

일반 폰	스마트폰
음성 중심의 서비스	원도우 모바일, 심비안, 리녹스 등 범용OS
카메라, MP3등 멀티미디어 기능	멀티태스킹, 데이터 중심 서비스
SMS, MMS 위주	외부 SD/CF 장치 내장
3rd-paery애플리케이션 설치불가	3rd-paery 애플리케이션 설치 /사용 가능 서비스 오퍼레이터 인증 필요

출처: 스마트폰 시장/기술 및 연관산업 동향리포트 재인용

스마트폰 특징 중 하나는 조작방식이다. 한 손 조작이 강조되는 이유는 휴대폰의 이동성(Mobility) 때문이다. 이는 사용자가 이동하면서 단말기를 조작하는 것이 가능하도록 한손에 쥐고 사용할 수 있는 사이즈와 조작방식을 의미한다.[14)]

스마트폰은 키패드를 주로 입력방식으로 사용한다. 손가락만으로 조작이 가능하므로 모바일 상황에 매우 적합하다. 그리고 스마트폰의 주 기능은 역시 음성통화이므로 휴대폰의 초기화면은 항상 곧바로 음성통화를 할 수 있도록 되어있다.

스마트폰과 관련 연구는 주로 시스템이나 기술, 산업에 대한 이론적인 내용 또는 구조적인 측면의 연구나 보고서에 집중되었다. 그러나 스마트 환경에서 최근 개인의 일상생활에 스마트폰이 빠질 수 없는 중요한 일부분이 되어가고 있으며, 이를 반영하듯 최근에는 기술적, 산업적 측면 외에 스마트폰을 연구한 사례가 늘고 있다.

주요 선행연구들은 다음과 같다.[15)] 이선영(2009)은 미국의 AT&T, 캐나다의 Rogers Wireless, 일본의 Softbank등 주요국의 이동통신사 실적에 아이폰이 미치는 영향을 살펴보았다.[16)]

오규환, 이광호(2009)는 스마트폰 시장 및 스마트폰 기반 애플리케이션 중 게임 시장의 동향을 살펴보고 또한 아이폰을 비롯한 터치, 중력센서 등

14) 김재욱,「국내 신문기업의 스마트폰 뉴스 어플리케이션에 과한 연구」, 건국대학교 석사학위 논문, 2010, pp.27-28. 재인용
15) 전철호, 전게서, pp.43-45. 재인용
16) 이선영,「아이폰이 이동통신사 실적에 미치는 영향」, 『방송통신정책』, 제21권, 제11호 통권464호,.정보통신정책연구원, 2009, pp.102-113.

새로운 인터페이스를 탑재한 스마트 폰이 가져올 게임 디자인 측면에서의 변화를 정리하고자 하였다.[17]

권기덕(2009)은 스마트폰과 관련된 산업에서 진행되는 변화의 흐름을 분석 하였으며, 공영일(2010)은 스마트폰이 정보통신에 가지는 의미를 알아보고 국내기업과 정책에 대한 시사점을 제시하였다.[18]

삼성경제연구소(2010) 보고서에 의하면 스마트폰 확산에 따른 미래의 변화에 대한 시사점 및 방안에 대해 대응 정책을 마련해야 할 것이라고 예측하고 있다.[19]

한국인터넷진흥원(2010)에서도 스마트폰 확산으로 인한 네트워크 산업의 기회와 그로인한 위협에 대비한 대응방안을 제안하고 있다.[20]

위에서 기술한 바와 같이 스마트폰이나 애플리케이션 스토어, 아이폰, 휴대폰 이용동기 등에 대한 이론적 연구가 많이 이루어지고 있다. 이는 스마트폰의 보급, 기능 발전이 현재 진행 중이고, 애플리케이션 스토어 등 스마트폰과 관련된 변화들도 최근에 발생하고 있다고 볼 수 있다. 그러나 스마트폰으로 인한 다양한 산업의 현황에 대한 연구나 보고서는 아직 미미한 실정이다. 따라서 앞으로 스마트폰을 활용하는 많은 소비자들의 생활패턴 변화 및 스마트폰의 기능과 스마트환경으로 인한 새로운 시장에 대한 연구가 활발히 이루어져야 할 것이다.[21]

---

17) 오규환,이광호,「스마트폰기반 게임시장 동향」,『한국멀티미디어학회지』,제13권 제1호. 2009, pp.14-23.

18) 공영일,「스마트폰의 함의와 시사점」,『방송통신정책』, 방송통신정책연구원, 2010, pp.1-22.

19)「스마트폰이 열어가는 미래」,『CEO information』, 제741호, 삼성경제연구소 2010, pp.1-22

20)「스마트폰의 기회와 위협」,『인터넷&시큐리티 이슈』, 제2010-03호, 한국인터넷진흥원, pp.8-11.

21) 김재욱, 전게서, pp.50-51.

제 3 절. 이용동기와 만족도의 개념

미디어 이용동기에 관한 연구는 주로 이용과 충족 접근을 중심으로 수행되었다.

1. 이용동기의 개념

최근 신문과 관련된 선행연구들 중 수용자 중심 연구에서 빠지지 않는 변인으로 이용동기를 들 수 있다.

김채환(2002)은 인터넷 신문 수용자들은 접근의 편리성과 뉴스의 다양성, 그리고 상호작용성과 검색용이성, 경제성 등을 이용동기로 갖고 만족을 얻고 있음을 밝혔다.[22)]

윤영우(2003)는 인터넷신문의 이용동기와 만족도에 따른 이용행태에 관한 연구에서 이용동기 요인으로 일탈탈출가능성, 이용편의성, 오락성, 습관성, 정보성, 신속성 총 6가지로 살펴보았다.[23)]

조숙현(2005)은 포털사이트 뉴스 수용자의 이용동기를 알아보았는데 습관성, 편리성, 정보성, 상호작용성, 종합적 해독/뉴스통제로 총 5개 변인으로 구성하여 연구한 결과, 습관성, 편리성, 정보성, 상호작용성, 종합적 해독/뉴스통제의 순으로 이용동기가 나타났다고 밝혔다.[24)]

김채환, 안수근(2004)은 온라인 신문의 이용변화에 관한 연구에서 1999년과 2004년 5년 사이 이용자들의 이용동기 변화에 대해 정보/편리성, 상호작용성, 여가성 총 3개의 변인으로 살펴본 결과, 정보/편리성은 온라인 신문의 이용동기와 만족도는 낮아진 것을 알 수 있었다.

이영희(2006)는 포털사이트 뉴스 서비스의 이용과 만족에 관한 연구에서 포털사이트 이용동기 변인으로 정보추구의 동기, 사회적 동기, 대리 참여

---

22) 김채환,「인터넷신문의 이용과 뉴스의 충족에 관한 연구」,『저널언론정보』, 제1권, 동명정보대학교, 2002, pp.43-52.

23) 윤영우,「인터넷신문의 이용동기와 만족도에 따른 이용행태에 관한 연구」, 동국대학교 언론대학원 석사학위논문, 2003, 재인용

24) 조숙현,「이용과 충족 관점에서 본 포털사이트 뉴스의 이용행태」, 경북대학교 신문방송학과 석사학위논문, 2005, 재인용

동기, 휴식 동기 총 4개의 변인을 가지고 알아본 결과 휴식 동기가 제일 높은 것으로 나타났다. 이것은 포털 사이트의 뉴스가 기존의 인쇄신문보다 다양한 분야와 내용의 뉴스를 보다 쉽고 재밌게 제공하여 볼거리를 만족시키기 때문인 것으로 풀이하였다.[25)]

박우람(2010)은 경제성, 오락성, 다양성, 편리성 총 3개의 변인을 가지고 무료신문 수용자의 이용동기를 살펴보았다. 그 결과 무료신문 수용자들은 경제성, 편리성, 다양성, 오락성 순의 이용동기를 갖고 있다고 나타났다.[26)]

이민규, 이완수, 김양은, 김영은(2005)은 신문읽기 동기유발 요인연구를 매체 진화론적 관점을 중심으로 연구하였다. 이용동기 변인으로는 정보성, 오락성, 서비스 추구 3개의 변인을 중심으로 본 결과 종이신문과 인터넷신문의 이용행태는 정보적 동기에, 휴대폰 신문단말기는 오락적 동기에 영향을 받은 것으로 나타났고, 이용자의 연령대에 따라 인터넷 신문과 휴대용 신문 단말기의 이용행태가 다르게 나타난다는 연구결과를 도출하였다.[27)]

이지선(2011)은 종이신문과 인터넷신문 이용행태 연구에서 이용동기 변인으로 정보성, 오락성, 다양성, 신뢰성, 선정성 총 5가지 변인을 중심으로 살펴본 결과, 종이신문은 인터넷 신문보다 정보성, 신뢰성 요인에서 더 높은 값을 가졌고, 반면 인터넷신문은 오락성, 다양성, 선정성 요인에서 더 높은 값을 가진다는 결과를 도출하였다.[28)]

다음 [표 2-3] 에서 선행연구들이 어떠한 매체 이용동기 변인을 가지고 조사했는지 표로 나타내어 보았다.

---

25) 이영희,「포털사이트 뉴스서비스의 이용과 만족에 관한 연구」, 동국대학교 석사학위논문, 2005, 재인용

26) 박우람,「무료신문 수용자의 이용행태에 관한 연구」, 한국외대 신문방송학과 석사학위논문, 2010, 재인용

27) 이민규, 이완수, 김양은, 김영은,「신문읽기 동기유발 요인연구」,『한국출판학연구』, 제56호, 한국출판학회, 2005, pp.299-325.

28) 이지선,「종이신문과 인터넷신문 이용패턴비교」, 숙명여자대학교 석사학위 논문. 2011, 재인용

[표 2-3] 매체 이용동기 변인

논 문	이용동기 변인
김채환(2001) “인터넷 신문의 이용과 뉴스의 충족에 관한 연구”	편리성, 다양성, 상호작용성, 검색용이성, 경제성
윤영우(2003) “인터넷신문의 이용 동기와 만족도에 따른 이용행태에 관한 연구”	오락성, 습관성, 이용편리성, 일상탈출성, 신속성
조숙현(2005) “이용과 충족 관전에서 본 포털사이트 뉴스의 이용행태에 관한 연구	습관성, 편리성, 정보성, 상호작용성, 종합적 해독/뉴스통제
김채환,안수근(2004) “온라인 신문의 이용변화에 관한 연구“	정보/편리성, 상호작용성, 여가성
이영희(2006) “포털사이트 뉴스 서비스의 이용과 만족에 관한 연구”	정보추구, 사회적, 대리참여, 휴식
박우람(2010) “무료신문 수용자의 이용행태에 관한 연구”	경제성, 오락성, 다양성, 편리성
이민규,이완수,김양은,김영은(2005) “신문읽기 동기유발 요인 연구”	정보성, 오락성, 서비스 추구
이지선(2011) “종이신문과 인터넷신문 이용패턴 비교”	정보성, 오락성, 다양성, 신뢰성, 선정성

출처: 이지선(2011) 석사학위논문 재인용

앞선 연구들을 종합하여 볼 때, 신문매체의 이용동기로는 편리성, 다양성, 상호작용성, 오락성, 습관성, 신속성, 정보성, 선정성 등 수많은 변인들이 있었다.[29] 본 연구에서는 선행연구들을 토대로 가장 많이 이용되었던 다양성, 신뢰성, 오락성, 정보성 중심으로 신문매체별 동기는 어떠한지 비교하여 보고 각 매체의 만족도에 영향을 미치는지 살펴볼 것이다.

29) 이지선, 전게서, 재인용.

2. 만족도의 개념

만족(satisfaction)이란 고객의 요구와 기대에 부응하여 그 결과로서 상품과 서비스의 재구매가 이루어지고 고객의 신뢰감이 연속되는 상태라고 정의 할 수 있다. 일반적으로 만족에 대한 정의는 결과와 과정 중 어디에 중점을 두느냐에 따라 각각 다르게 나타난다.[30]

고객 만족 개념은 크게 두 가지로 나뉜다. 하나는 결과에 두는 것이고, 또 하나는 과정에 두는 것이다. 이 두 가지 모두 소비 경험이 최소한 기대되었던 것보다는 좋았다는 평가 등으로 정의하고 있다.[31]

고객만족과 서비스 품질이라는 개념은 서로 혼동되어 사용되기 쉬운데 그것은 성과와 기대의 비교에 의해 결정되기 때문에 명확한 개념이 정립이 되지 않으면 그 차이를 구별하기 어려우며 고객만족은 고객의 사전기대와 지각사이의 불일치의 함수로 가정되는데, 고객만족문헌에서는 '불일치 패러다임'으로 불리고 서비스품질 문헌에서는 "Gap Model"로 부른다.[32] [표 2-4] 와 같이 양원석의 연구에서 서비스 품질과 고객만족의 개념을 비교하면 다음과 같다.

[표 2-4] 서비스 품질과 고객만족도의 개념비교

비교 항목	고객만족	서비스 품질
기대불일치의 개념상의 차이	기대: 기업이 제공해야만 한다고 고객이 생각하는 성과, 성능 성과:고객이지각하는서비스의 성과 또는 성능	기대: 기업이 제공할 것이라고 고객이 생각하는 성과, 성능 성과: 실제 혹은 객관적인 제품 및 서비스의 성과, 성능
시간적위치	사후 결정	사후 결정
개념적 평가범위	비교적 지속적이고 전반적인 고객평가	특정거래와 관련된 비교적 좁고 단기적인 고객 평가
상황지향성	비교적 덜 상황지향적임	매우 상황지향적임

출처: 김정희(2009) 석사학위논문 재인용

30) 김민, 「블로그 사이트에서 개인화가 사용자만족에 미치는 영향연구」, 홍익대학교 석사학위논문, 2008, 재인용.
31) 이준웅,김은미,심미선, 「다매체 이용자의 성향적 동기:다매체 환경에서 이용과 충족 이론의 확장」,『한국언론학보』, 한국언론학보, 2006, pp.252-384.
32) 양원석,「지상파 양방향 데이터방송 콘텐츠서비스의 시청자 만족에 관한 연구」, 경기대학교 박사학위논문, 2004, 재인용.

고객 만족은 기업이 제공해야만 한다고 느끼는 전반적인 고객 평가인 반면, 서비스 품질은 비교적 작은 범위 안에서 고객이 예상하는 소극적 기대와 같다. 서비스 품질이 고객 만족도에 영향을 미치며, 고객만족은 구매의도에 영향을 미치지만 반면에 전반적 서비스 품질은 구매의도에 직접적인 영향을 미치지 않는다. 임진혁(2008)의 연구에 의하면 사용자 만족도의 정의는 [표 2-5] 와 같다.[33)]

[표 2-5] 사용자 만족도에 대한 정의

연구자	고객만족도의 정의
이유재(1994)	소비경험에서 발생하는 것과 평가과정에서 발생하는 것으로 구분될 수 있는 반응. -소비경험에서 발생하는 만족은 고객이 경험한 희생에 대해 적절한 보상을 받았다고 느끼는 인지적 상태. -평가과정에서 발생하는 만족은 소비경험이 최소한으로 기대한 입장에 기초한 평가 혹은 사전적 기대와 사용 후 느낀 제품의 실제 평가사이에 지각된 불일치 평가에 대한 고객의 반응.
Parasuraman, etal.(1994)	고객의 욕구와 기대에 부응하여 제품 또는 서비스의 재구매가 이루어진 후, 그 결과가 자신의 욕구와 기대에 일치된 상태
Anderson, etal.(1994)	전반적 만족(overallsatisfaction)또는 누적적 만족(cumulativesatisfaction)으로 구분되는 재화나 서비스에 대한 구매 및 소비 경험에 근거한 전반적인 평가.
Zeithaml& Bitner(1997)	개인의 만족은 한 거래시점에서의 만족으로부터 장기적 관점의 만족으로 하나의 연장선상에 있는 것
Oliver(1997)	충족상태에 대한 반응. -제품/서비스의 특성 또는 제품/서비스 자체가 소비에 대한 충족상태, 미 충족, 충족 수준을 포함하여 유쾌한 수준에서 제공되었는가에 대한 판단. 제품이나 서비스에 대한 소비경험이 고객이 기대하였던 것보다 좋았다는 평가.
Hunt(1997)	제품이나 서비스에 대한 소비경험이 고객이 기대하였던 것보다 좋았다는 평가.
Babin& Griffin(1998)	일련의 경험에 대한 평가 결과 유발되는 정서적 반응.

33) 임진혁, 「모바일 프로모션의 보상물 유형과 제공시기가 소비자 태도에 미치는 영향에 관한 연구」, 홍익대학교 석사학위 논문, 2008, 재인용.

제품에 대한 서비스 사용 후 느끼는 고객 만족의 느낌을 고객 만족의 관점으로 제시하였다. Anderson 외(1994)는 고객만족을 기대와 지각된 제품성과의 일치, 불일치 과정이라고 정의하고 있으며,[34] Oliver(1997)는 만족이란 소비자의 충족상태에 대한 반응으로서 제품, 서비스 특성, 또는 제품 서비스 자체가 소비에 대한 충족상태를 유쾌한 수준(pleasurable level)에서 제공하였는가에 대한 판단으로 정의하고 있다. 전해인(2004)의 연구에 의하며 불만족을 구매와 소비과정의 단계에서 고객들에 의해 쓰이는 제원에 대한 불충분한 결과에 의해 기인하는 인지적, 감정적 불일치의 상태로 정의하고 있다. 고객만족이란 제품 및 서비스의 사용 결과 및 경험에 따른 개인의 주관적 평가라고 할 수 있다.[35]

이러한 주관적 평가는 고객들이 제품이나 서비스로부터 실질적으로 얻을 수 있는 기대감을 비교하는 인지적 과정에 기준을 두고 있으며, 기대가 실현되는 정도는 만족 경험의 수준과 관련이 있다. 어떤 특정서비스에 대하여 만족을 느낀 소비자들은 다음에 그 서비스를 이용하고자 할 때, 재구매 할 가능성이 높다.[36]

최근 신문과 관련된 선행연구들 중 수용자 중심 연구는 만족도에 영향을 미치는 변인들을 밝혀내는 것이 연구의 핵심이라고 할 수 있다. 김채환(2002)은 인터넷 신문 수용자들의 이용동기와 만족에 대해서 살펴보았는데 그 결과, 접근의 편리성과 뉴스의 다양성, 그리고 상호작용성과 검색용이성, 경제성 등을 이용동기로 갖고 만족을 얻고 있음을 밝혔다. 윤영우(2003)는 인터넷신문의 이용동기와 만족도 상관관계를 알아보는 연구에서 전반적으로 이용동기가 뚜렷하면 만족도 또한 높아지는 것으로 나타났다.[37] 김채환, 안수근(2004)은 온라인 신문의 이용변화에 관한 연구에서 1999년과 2004년 5년 사이 이용자들의 이용동기 변인으로 정보/편리성, 상

34) Anderson,E.,W.,Fornell, & D.R.Lehman. “Customer Satisfaction, Market Share and Profitability; Findings from Sweden”. *Journal of Marketing*,58(July), 1994, pp.53-66.
35) 전해인,「모바일 게임의 만족에 영향을 미치는 요인 및 구매의도에 관한 연구」, 서울대학교 석사학위논문, 2004, 재인용
36) 김정희,「 IPTV의 상호작용성과 개인특성이 이용만족도에 미치는 영향에 관한 연구」, 홍익대학교 광고홍보대학원 석사학위논문, 2009, pp.50-53.
37) 윤영우, 전게서, 재인용

호 작용성, 여가성 총 3개의 변인으로 살펴본 결과, 정보/편리성은 온라인 신문의 이용동기와 만족도는 낮아졌고, 상호작용성과 여가성은 높아졌다. 온라인 신문에서 뉴스의 이용정도에서는 전체적으로 낮아졌다.

조숙현(2005)은 이용충족 관점에서 본 포털사이트 뉴스의 이용행태에 관한 연구에서 포털 사이트 뉴스 수용자의 이용동기를 알아보고, 이용동기와 만족도와의 어떠한 차이가 있는지 보았다. 이용동기와 만족변인으로 습관성, 편리성, 정보성, 상호작용성, 종합적 해독/뉴스통제로 총 5개 변인으로 구성하여 연구한 결과, 습관성, 편리성, 정보성, 상호작용성, 종합적 해독/뉴스통제의 순으로 이용동기가 나타났고, 습관성, 정보성, 종합적 해독/뉴스통제는 만족이 동기보다 크다는 것으로 밝혀졌다.[38)]

이영희(2006)는 포털사이트 뉴스 서비스의 이용과 만족에 관한 연구에서 포털사이트 이용동기 변인으로 정보추구의 동기, 사회적 동기, 대리 참여 동기, 휴식 동기 총 4개의 변인을 가지고 알아보았다. 정보추구 동기, 사회적 동기, 대리참여 동기, 휴식 동기, 인지적 관여도, 감성적 관여도 등 총 6개의 변인 모두 만족도에 유의미한 영향을 미치는 변인이었고, 그 중 감성적 관여도가 가장 큰 영향을 미치는 변인이었다. 이러한 결과는 포털 뉴스의 이용자들이 포털 뉴스를 이용하는데 재미가 있고, 내용이 자극적이며 뉴스와 정보가 매력적이고 흥분하거나 동조하게 하며 안타까워하거나 함께 긴장하기도 하면서 가장 많은 만족을 느낀다고 풀이하였다.[39)]

박우람(2010)은 무료신문 수용자의 이용행태에 관한 연구에서 오락성, 편리성, 다양성, 경제성 이용동기가 높을수록 전반적인 만족도가 높은 것을 알 수 있었다.[40)]

이지선(2011)은 종이신문과 인터넷신문 이용행태 연구에서 종이신문이 인터넷 신문보다 더 만족도가 높다는 것을 알 수 있었다.[41)]

다음 [표 2-6] 에서 선행연구들이 살펴보았던 매체 만족도 요인을 표로 나타내어 보았다.

---

38) 조숙현, 전게서, 재인용
39) 이영희, 전게서, 재인용
40) 박우람, 전게서, 재인용
41) 이지선, 전게서, pp.22-25.

[표 2-6] 매체 만족도 변인

논문	만족도 변인
김채환(2001) “인터넷 신문의 이용과 뉴스의 충족에 관한 연구”	편리성, 다양성, 상호작용성, 검색용이성, 경제성
윤영우(2003) “인터넷신문의이용동기와 만족도에 따른 이용행태에 관한 연구”	전체만족
조숙현(2005) “이용과충족 관점에서 본 포털사이트 뉴스의 이용행태에 관한연구“	습관성, 편리성, 정보성, 상호작용성, 종합적 해독/ 뉴스통제
김채환,안수근(2004) “온라인 신문의 이용변화에 관한 연구“	정보/편리성, 상호작용성, 여가성
이영희(2006) “포털사이트 뉴스 서비스의 이용과 만족에 관한 연구”	내용만족감, 과정만족감, 정화효과로 본 전체만족
박우람(2010) “무료신문 수용자의 이용행태에 관한 연구”	전체만족
이지선(2011) “종이신문과 인터넷신문 이용패턴 비교”	전체만족

출처: 이지선(2011) 석사학위논문 재인용

살펴보았던 선행연구들의 만족도 연구는 습관성, 정보성, 편리성 등 각 요인에 대한 만족도 연구와 전체 만족도에 관한 연구로 나누어졌다.

본 연구에서는 지금까지 살펴보았던 선행 연구들을 토대로 신문구독 매체별 인터넷 PC, 스마트폰 이용자들의 매체별 이용동기와 만족도를 비교 분석해보고자 한다. 즉, 각 매체의 이용에 영향을 미치는 이용동기 변인들과 각 매체의 만족도에 영향을 미치는 변인들이 무엇인지 밝혀내어 각 신문매체가 상호 발전할 수 있는 방향을 모색해 보고자 한다.

제 4 절. 이용과 충족이론

1. 이용과 충족이론의 개념

이용과 충족이론(The theory of Uses and Gratifications)은 1959년 Katz 등에 의해 주창되었다. 이들은 매스미디어가 사람들에게 무엇을 하고 있느냐(What the media do to people?)는 식의 기존 효과 이론의 입장에서 탈피, 사람들이 매스미디어를 가지고 무엇을 하느냐(What people do with the media?)는 입장에서 매스커뮤니케이션 현상을 연구하자고 제안했다. 이들이 제시한 이론은 매스커뮤니케이션의 효과를 과소평가하고 있던 당시의 제한효과이론에 대한 반작용으로 효과 연구에 새로운 활로를 찾기 위한 하나의 연구방법론이었다.[42]

이용과 충족이론은 이론이라고 부르기도 하지만 사실상은 매스커뮤니케이션 연구를 위한 하나의 접근 방법(an approach) 내지는 연구 모형(a model)이라고 볼 수 있다.[43]

이론과 충족 연구를 처음 제시한 Katz & Blumler(1984) 등은 이용과 충족이론이 다음과 같은 요소를 포함하고 있다고 말했다.[44] ①요구의 사회적 심리적 기원이 ②요구를 발생시키는데 ③이러한 요구가 미디어로부터 총족 될 것이라는 기대를 야기하거나 ④미디어 이외의 다른 대안을 추구하게 한다. ⑤따라서 미디어 혹은 다른 대안의 이용을 통해 ⑥요구에 대한 만족을 얻거나 혹은 얻지 못함으로써 ⑦의도하지 않았던 또 다른 결과를 파생하게 된다는 것이다. ①~⑦번 중 어느 한 부분을 연구하는 경우 통상 이용과 충족 접근이라고 부른다. 이용과 충족 모델을 연구하는 일부 학자들은 Katz 일행이 실제로 주목한 부분은 위의 요소 가운데 ②~⑥번까지라고 판단한다.

---

42) 차배근, 『매스커뮤니케이션 효과이론』, 나남, 1999. p.306
43) 상게서, p.306
44) 서정범, 「이용과 충족 모델로 본 인터넷 이용행태」, 『충청대학논문집』 21호, 2001. p.195.

2. 이용과 충족이론의 전개

커뮤니케이션 연구에 있어서 이용과 충족 이론이 갖는 핵심적인 가정은 적극적 수용자(Active Audience)란 개념이다. 적극적 수용자는 대중매체와 수용자 사이에 이루어지는 상호작용을 놓고 볼 때 수용자가 행사하는 임의적(Voluntaristic), 선택적 속성을 강조한 개념이다.[45]

Levy와 Windahl에 의하면, 수용자는 자신에게 필요한 커뮤니케이션 상황을 스스로 선택하며, 더 나아가서 자신이 설정한 이용목적에 따라 커뮤니케이션에 노출된다고 한다.[46]

Katz, Blumler와 Gurevitch는 Lundberger와 Hulten은 1968년 이용과 충족이론에 관해 제기됐던 문제들에 대한 논평 형식으로 이용과 충족 이론의 기본가정들을 5가지로 밝힌 바 있다. 이를 소개하면 다음과 같다.[47]

1. 매스미디어의 수용자는 능동적인 것으로 간주된다. 즉, 수용자들에 의한 매스미디어 이용의 중요한 부분은 목표 지향적인 것으로 가정한다.
2. 매스커뮤니케이션 과정에서 수용자는 미디어 선택 결정권을 갖는다.
3. 매스미디어는 욕구충족의 다른 소스들과 경쟁하고 있다. 인간 욕구는 매스커뮤니케이션에 의해 충족되기도 하지만, 그것은 일부분에 지나지 않는다. 또한 매스미디어의 이용을 통하여 적당하게 충족될 수 있는 욕구들의 충족도는 변화한다.
4. 방법론에 있어서 매스미디어 이용의 여러 가지 목적들은 개별적 수용자에 의해 제공되는 자료들로부터 추출되어야 한다.
5. 매스커뮤니케이션의 문화적 의의에 대한 가치 비판은 수용자들의 정향(定向)이 그들 자신의 입장에서 탐색적인 동안에는 유보되어야한다.[48]

---

45) 정만수,「정보추구행동과 심리적 만족감에 관한 연구-이용과 충족 모델을 중심으로」, 『사회과학 논집』, 수원대학교 사회과학연구소, 1991, pp.114-115.
46) Levy & Windahl, "Audience Activity and Gratifications : A Conceptual Clarification and Exploration", *Communication Research*, 1984, pp.51-78.
47) 김화선, 전게서, pp.39-40.
48) 윤영우, 전게서, pp.24-26,

제 5 절. 국내신문구독 이용현황

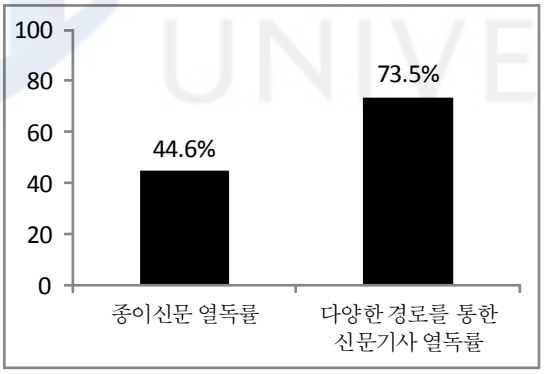
멀티미디어시대에 신문기사이용이 줄어든 것이 아니며 다양한 경로를 통해 활발히 이용되고 있는 것으로 나타났다. 특히 20대의 신문기사 이용률은 91%에 달하는 것으로 조사됐다.

한국언론재단은 이 같은 내용의 "2011 언론수용자 의식조사" 결과를 발표했다. 올해는 태블릿 PC나 스마트폰 등 모바일 기기 이용급증에 따른 이용자 행태조사를 강화한 것이 특징이다. 조사는 갤럽이 지난해 9-10월 전국 만18세 이상 5000명 대상 가구 방문을 통한 일대일 대인면접조사를 실시했다.[49)]

1. 신문 이용 행태

지난 1주일간 종이신문 열독률은 44.6%지만, 다양한 경로를 통한 신문기사 열독률은 73.6%로 나타났다. 특히, 18-29세의 신문기사 이용률은 무려 91.0%에 달했다. 이어 30대 87.5%, 40대 80.8%, 50대 65.4% 순이었다.

<그림 2-1>신문 열독률 비교



출처 :"신문협회보" 한국신문협회 제454호 (2012)

49) 『2011 언론수용자 의식조사』, 한국언론진흥재단, 2011, p.21.

이는 젊은층은 종이신문에 대한 이용률은 낮지만 PC나 모바일기기 등을 통해 다양한 방식으로 신문기사를 매우 활발히 이용하고 있는 것으로 풀이됐다. 때문에 미래 독자 개발을 대한 고민이 요구되며, 뉴미디어를 통해 신문기사를 다양하고 효율적으로 전달하는 방식 또한 모색할 필요가 있다.

[표 2-7] 지난 1주일간 신문기사 이용경로(복수응답.%)

	사례수	PC를 통한 인터넷	종이신문	모바일 기기를 통한 인터넷	휴대전화기의 뉴스서비스	IPTV의 신문 지면 서비스	기타	없다	모름/무응답
전체	5000	51.5	44.6	19.5	1.3	0.5	1.4	23.5	2.9
18-29세	1017	83.5	31.2	47.2	2.6	0.4	0.2	7.9	1.1
30대	1006	75.9	42.9	31	2.2	0.2	1.1	11.2	1.3
40대	1067	56.1	58.8	12.9	1.5	0.5	1.2	17.5	1.7
50대	896	30.7	53.9	4.4	0.2	0.5	1.5	31.2	3.4
60대이상	1014	9	36.3	0.4	0.1	0.7	3	50.7	7.1

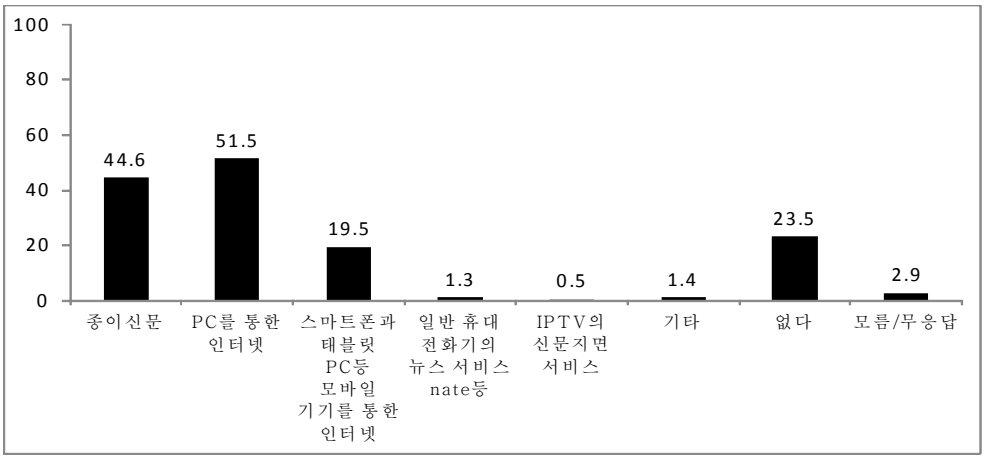
출처 :“신문협회보” 한국신문협회 제454호 (2012) p.1

지난 1주일간 어떤 경로를 통해 신문기사를 읽었는지 중복응답으로 묻는 질문에서는 “PC를 통한 인터넷”이 51.5%로 가장 높게 이용률을 보였고, “종이신문”(44.6%), “스마트폰과 태블릿PC등 모바일 기기를 통한 인터넷”(19.5%)등의 순으로 뒤를 이었다. 즉 신문기사를 읽는 방식 및 기기가 다변화 되고 있음을 알 수 있다.

특히 20대와 30대의 경우 “PC를 통한 인터넷”으로 보는 비율이 각 83.5%, 75.9%를 차지해 종이신문(각31.2%, 42.9%)보다 높게 나타났다. 40대와 50대는 인터넷보다는 종이신문으로 신문기사를 본다는 비율이 높은 특징을 보였다.[50]

50) 『신문협회보』 , 제454호 한국신문협회, 2012. p.1.

<그림 2-2>지난 1주일간 신문기사 경로(복수응답)

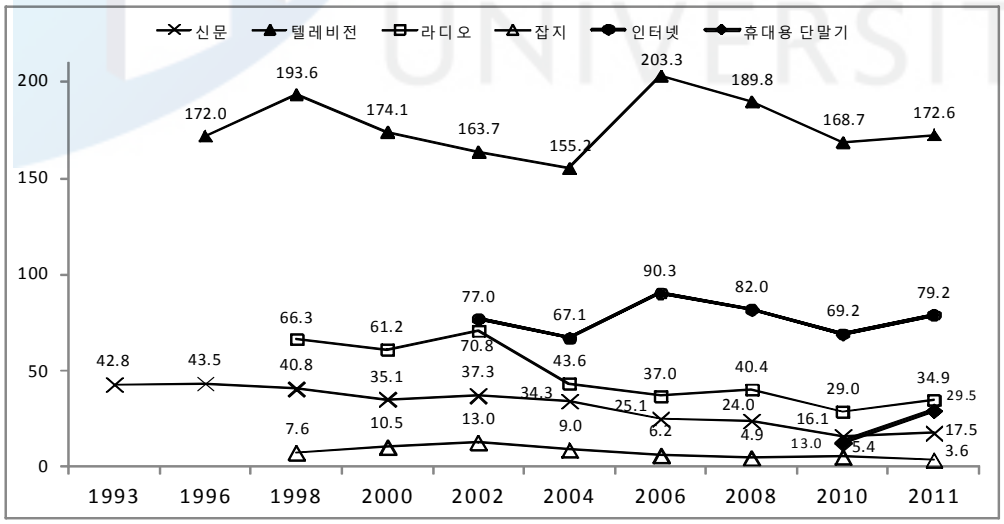


출처 : “2011 언론수용자 의식조사” 한국언론진흥재단. p.28

2. 미디어 이용정도 및 형태

2011년 언론수용자의식조사 전체 응답자중 미디어별 이용자의 비율은 신문44.8%, 텔레비전97.6%, 라디오34.6%, 잡지13.9%, 인터넷64.7%, 휴대용 단말기 36.7%였다. 미디어별 이용자의 지난1주일간 하루 평균이용시간은 신문39.1분, 텔레비전177.0분, 라디오101.0분, 잡지25.8분, 인터넷122.5분, 휴대용 단말기80.3분 이었다.

<그림 2-3> 하루 평균 미디어 이용시간 변화 추이



출처 : “2011 언론수용자 의식조사” 한국언론진흥재단. p.23

신문 열독률은 2010년보다 8.0%가 하락한 44.6%로 조사 되었다. 신문열독률은 2002년 82.1%,2004년 76.0%,2006년 68.8%,2008년 58.5%,2010년 52.6%로 지속적인 하락추이를 보이고 있다. 열독신문 상위3사의 점유율은 44.6%였다.(조선:19.0%,중앙:13.4%,동아:12.2%) [51]

신문, 텔레비전, 라디오, 잡지, 인터넷 등 5개 미디어가 특정 사안을 동시에 보도했을 경우 어떤 미디어의 보도를 가장 신뢰하는지 물은 결과, “텔레비젼”(72.1%)을 꼽은 응답자가 가장 많았다. 다음으로 “인터넷”(13.8%), “신문”(11.8%), “라디오“(20.0%), ”잡지“(0.2%)의 순이었다.
2010년과 비교해보면 인터넷만 소폭 상승하였고, 이외 미디어에서는 낮아진 결과를 보였다.

기존 언론수용자 의식조사의 결과를 비교하면, 1996년 조사까지 가장 신뢰하던 미디어로 꼽혔던 신문은 계속해서 하락하는 양상을 보여주고 있다. 한편 인터넷은 조사 시기에 따라 등락을 보이고는 있지만, 신문과 비슷한 정도의 신뢰도는 갖고 있는 것으로 보여 진다. 그러나 인터넷 콘텐츠 유통 플랫폼의 성격이 강해 인터넷에서 서비스되는 콘텐츠에는 각 신문, 방송사의 뉴스, 순수인터넷 신문의 뉴스 등이 혼재되어 있으므로 신문, TV 등의 미디어와 동등하게 비교 할 수는 없다.[52]

51) 『2011 언론수용자 의식조사』, 한국언론진흥재단. 2011, p.27.
52) 『2011 언론수용자 의식조사』, 한국언론진흥재단. 2011, p.123.

제 3 장 연구모형 및 연구방법

제 1 절. 연구모형

신문기사의 이용경로의 결과를 보면, 종이신문뿐만 아니라 여러 가지 다양한 방법으로 신문기사를 접하고, 특히 PC를 통한 인터넷이나 스마트폰을 통해 신문기사를 점점 더 많이 보게 될 것이란 예측이 가능하게 한다.

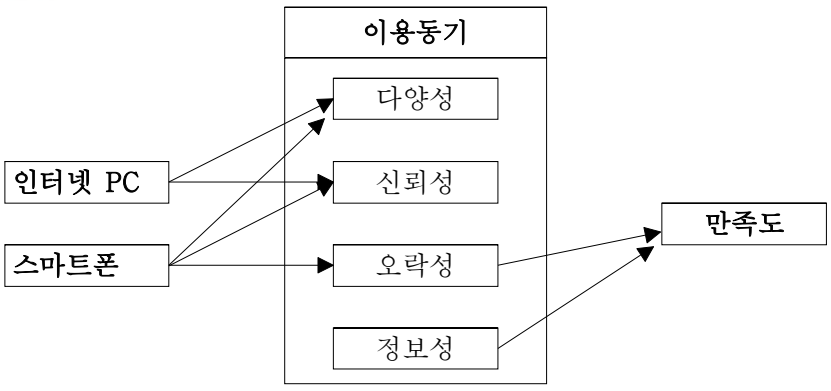
이용과 충족 이론에 의하면 수용자는 능동적으로 자신의 욕구나 필요에 의해 어떤 매체를 이용한다. 그동안 많은 신문매체와 관련된 연구에서도 수용자의 능동성에 주목하여 연구가 이루어져 왔다.

따라서 본 연구는 신문의 이용행태 변화에 따라 등장한 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 이용자들의 전체 만족도에 어떠한 요인들이 영향을 미치는지에 대하여 분석하고자 한다.

선행연구에서 신문구독 이용동기 요인 중 가장 많이 이용되었던 다양성, 신뢰성, 오락성, 정보성 중심으로 신문매체별 동기는 어떠한지 비교하여 보고 각 매체의 만족도에 영향을 미치는지 살펴볼 것이다.

연구모형은 이용동기, 인지된 가치, 이용자 충족, 충성도와 재이용의도에 관한 박우람(2010)의 모형과 종이신문과 인터넷신문의 이용동기, 관여도, 만족도에 관한 이지선(2011)의 모형을 참고로 하여 아래와 같은 <그림 3-1> 설정하였다.

<그림 3-1> 연구 모형



제 2 절. 연구가설의 설정

첫째, 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기에는 각각 어떠한 차이가 있는지 알아보고자 한다. 이용동기는 선행연구에서 가장 많이 이용된 다양성, 신뢰성, 오락성, 정보성을 중심으로 살펴 볼 것이다.

둘째, 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 만족도에는 어떤 차이가 있는지 알아보고자 한다.

셋째, 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기가 만족도에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 한다.

넷째, 인구통계학적 특성(성별, 직업, 학력, 연령)에 따라 신문구독 매체별 이용동기와 만족도에 차이가 있는지 알아볼 것이다.

이에 본 논문에서는 이용과 충족 이론을 바탕으로 설문조사 방법에 의한 실증분석을 실시할 것이며, 연구결과를 토대로 각 매체별 한계와 개선점을 파악하여 각 신문 매체가 상호 발전할 수 있는 방향을 모색해 보고자 한다.

제 3 절. 자료의 수집

1. 조사 대상 및 기간

본 자료의 모집단은 경기, 서울지역의 시민을 대상으로 하였다.

설문조사는 2012년 4월 10일에서 4월 24일까지 설문지를 배포. 회수하였으며, 본인이 직접 기입하는 자기기입법을 사용하였다.

총 500부의 설문지를 배포하여 482부를 회수하였으며 불성실한 응답과 내용의 일부 누락 기입한 20부를 제외한 462부를 실제 분석에 사용하였다.

2. 주요변인의 조작적 정의

1) 인터넷 PC

개인컴퓨터(PC)에 인터넷이 연결되어 있는 형태로 현재 거의 모든 컴퓨터는 인터넷 신문구독이 가능하다.

인터넷 신문에 대한 정의를 살펴보면, 이인희(1997)는 인터넷신문이란 인터넷을 통해 이용자가 자유롭게 뉴스와 정보를 검색할 수 있도록 만들어진 '온라인 저널리즘'이라고 규정했다.

김영재(1998)는 온라인신문을 인터넷상의 신문이라고 정의하고 있다.

2) 스마트폰

스마트폰은 응용 프로그램 개발자를 위한 표준화된 인터페이스와 플랫폼을 제공하는 완전한 운영체제 소프트웨어를 실행하는 전화로 볼 수도 있다. 혹은 전자우편, 인터넷, 전자책 읽기 기능, 키보드 내장, 다양한 외부 장치 연계를 통한 기능 확대 등 고급 기능이 있는 전화로 볼 수 있다. 다시 말하면 스마트폰은 전화 기능이 있는 소형 컴퓨터라 볼 수 있다.(김창환 , 2010)

3) 이용동기

미디어 이용동기에 관한 연구는 주로 이용과 충족 접근을 중심으로 수행되었다. 본 연구에서는 선행연구들을 토대로 가장 많이 이용되었던 다양성, 신뢰성, 오락성, 정보성을 이용동기 변인으로 설정하였다.

[표 3-1]은 이용동기, 만족도 설문문항으로 선행연구 박우람(2010), 이지선(2011), 윤영우(2003), 이미경(2004), 반현(2001)의 연구를 바탕으로 재구성하였다. 이용동기는 총 20가지 설문문항으로 구성하였다. 설문지상의 척도는 리커트 5점 척도를 사용하였으며, 5점은 "매우 그렇다"로 매우 긍정적인 반응을 의미하고, 1점은 "전혀 그렇지 않다"로 내용에 대해서 매우 부정적인 반응을 의미한다.

4) 만족도

본 연구에서는 “매체 이용 후 느끼는 전체 만족도”에 대해 박우람(2010)과 이지선(2011)의 선행연구를 바탕으로 설문지를 구성하였다. 만족도는 총 8가지 설문문항으로 구성하였으며, 설문지상의 척도는 리커트 5점 척도를 사용하였다.

[표 3-1] 이용동기, 만족도 평가항목

구분	요인	평가항목	연구자
이용동기	다양성	세상 돌아가는 것을 알기 위해서 이용한다.	박우람(2010)
		다른 사람과 대화의 소재를 얻기 위해서 이용한다.	
		생활에 필요한 정보나 조언을 듣기위해서 이용한다.	
		최신뉴스와 기사가 많기 때문에 이용한다.	
		원하는 기사를 볼 수가 있어서 이용한다.	
	신뢰성	기사내용이 공정하기 때문에 이용한다.	이미경(2004) 반 현(2003)
		기사내용이 객관적이기 때문에 이용한다.	
		기사내용에 왜곡이 없기 때문에 이용한다.	
		과장된 표현이 적기 때문에 이용한다.	
		문법과 철자는 정확한편이기 때문에 이용한다.	
		내용이 정확하기 때문에 이용한다.	
	오락성	휴식을 얻기 위해서 이용한다.	이지선(2011)
		흥미 있는 오락거리 및 기사를 제공해주기 때문에 이용한다.	
		재미와 즐거움을 얻기 위해서 이용한다.	
		긴장을 풀기위해서 이용한다.	
	정보성	이슈에 대한 나의 의견과 주장을 형성할 수 있어서 이용한다.	윤영우(2003)
		사회의문제점과 해결책의 이해에 대한 도움을 주기 때문에 이용한다.	
		중요한 이슈에 대한정보를 습득할 수 있어서 이용한다.	
		유익한 정보/학습을 위한 자료를 얻을 수 있을 것 같아서 이용한다.	
		다른 매체에 비해 편안하게 이용할 수 있어서 이용한다.	
만족도		이용후 긴장과 피로가 풀리고 스트레스가 풀린다.	박우람(2010) 이지선(2011)
		이용에 적극적으로 참여하고 싶다.	
		이용에 대해 전반적으로 만족한다.	
		이용하고 나서 만족감을 느꼈다.	
		기사의구색이 잘 갖추어져 있다.	
		편집과 디자인은 시각적으로 마음에 들었다.	
		이용하고 싶은 정보나 기사가 많다.	
		기사와 서비스 질에 만족한다.	

출처 : 이지선(2011) 석사학위논문 인용 p31-34

3. 설문지의 구성

본 연구에서는 조사도구로 [표 3-2] 와 같은 내용을 포함한 설문지를 사용하였다. 설문지의 각 항목은 이론적 근거와 각종 선행연구를 근거로 연구자가 본 연구목적에 적합하도록 구성하였다.

설문지는 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 이용현황과 인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기, 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기, 인터넷 PC를 통한 신문구독 만족도, 스마트폰을 통한 신문구독 만족도, 인구사회학적 특성이 6가지 영역으로 나누어져 있으며, 총 63문항으로 구성하였다.

[표 3-2] 설문지의 구성

영역	문항내용		문항번호	문항수
매체별 이용현황		이용여부	Ⅰ-1 ~ Ⅰ-3	3
인터넷 PC를 통한 신문구독	이용동기	다양성	Ⅱ-1 ~ Ⅱ-5	5
		신뢰성	Ⅱ-6 ~ Ⅱ-11	6
		오락성	Ⅱ-12 ~ Ⅱ-15	4
		정보성	Ⅱ-16 ~ Ⅱ-20	5
	만족도	전체 만족도	Ⅲ-1 ~ Ⅲ-8	8
스마트폰을 통한 신문구독	이용동기	다양성	Ⅳ-1 ~ Ⅳ-5	5
		신뢰성	Ⅳ-6 ~ Ⅳ-11	6
		오락성	Ⅳ-12 ~ Ⅳ-15	4
		정보성	Ⅳ-16 ~ Ⅳ-20	5
	만족도	전체 만족도	Ⅴ-1 ~ Ⅴ-8	8
인구통계학적 특성		성별,직업,학력,연령	Ⅵ-1 ~ Ⅵ-4	4
TOTAL				63

인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 이용현황과 인구통계학적 특성은 명목척도로 측정하였으며, 인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기, 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기, 인터넷 PC를 통한 신문구독 만족도, 스마트폰을 통한 신문구독 만족도의 응답은 Likert형 5단계 평정법을 이용하

였다.

즉, “매우 그렇다(5점)”, “그렇다(4점)”, “보통이다(3점)”, “그렇지 않다(2점)”, “전혀 그렇지 않다(1점)”로 측정하였다. 각 요인별 문항의 점수를 더하여 평균을 낸 후 평균값이 3.0이상이면 연구대상자가 해당 항목의 매체에 대한 신문구독 이용동기와 만족도가 높음을 의미하며, 3.0미만이면 해당항목의 이용동기와 만족도가 낮음을 의미한다.

제 4 절. 분석방법

설문조사 방법에 의한 실증분석으로 본 연구의 통계적 자료처리를 위해 SPSS 13.0 for Window 프로그램을 사용하여 분석하였다.

첫째, 각 문항에 대한 신뢰도 검사를 실시하여 문항간의 신뢰도를 측정하여 각 변수들의 각 유형들에 대한 측정도구로서의 신뢰성을 밝혔다.

둘째, 표본으로 선정된 집단의 인구통계학적 특성을 알아보기 위하여 단순 빈도분석(simple frequency analysis)을 실시하였다.

셋째, 각 문항에 대한 타당성 검사를 위해 요인분석(factor analysis)을 실시하여 독립변수의 판별타당성을 확보하였다.

넷째, 각 신문구독 매체의 이용동기 그리고 만족도 비교를 위해 대응표본 T-검증(Paired t-test)을 실시하였다.

다섯째, 각 신문구독 매체의 이용동기에 따른 만족도에 영향을 살펴보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

여섯째, 인구통계학적 특성(성별, 직업, 학력, 연령)에 따라 신문구독 매체별 이용동기와 만족도에 차이가 있는지 성별은 독립표본 T검증을 실시하고, 연령, 직업, 학력은 ANOVA 검증을 실시하였다.

결과에 대한 통계적 유의수준은 $p < 0.05$에서 검증하였다.

제 4 장 연구의 결과

제 1 절. 표본의 특성

1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

본 연구의 설문 조사에 실질적으로 사용한 462명의 응답자들의 인구통계학적 속성을 빈도 분석한 결과이다. 인구 통계학적 특성은 [표 4-1]과 같다.

[표 4-1] 인구통계학적 특성

항목		빈도(명)	비율(%)
성별	남성	247	53.5
	여성	215	46.5
직업	학생	78	16.9
	회사원	232	50.2
	공무원	16	3.5
	자영업	36	7.8
	주부	100	21.6
학력	고졸 이하	104	22.5
	대재	30	6.5
	대졸	289	62.6
	대학원졸 이상	39	8.4
연령	10대	53	11.5
	20대	58	12.6
	30대	194	42.0
	40대	130	28.1
	50대	27	5.8
전체		462	100.0

성별은 남성이 247명(53.5%), 여성이 215명(46.5%)으로 남성 응답자의 비율이 다소 높았다. 직업은 회사원 232명(50.2%)으로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 주부 100명(21.6%), 학생 78명(16.9%), 자영업 36명(7.8%), 공무원 16명(3.5%) 순으로 나타났다. 학력은 대졸이 289명(62.6%)으로 과반수를 넘고 있으며, 다음으로 고졸이하 104명(22.5%), 대학원졸 이상 39명(8.4%), 대재 30명(6.5%) 순으로 대졸 이상의 학력수준이 응답자의 71%로 높게 나타났다. 연령은 30대가 194명(42.0%), 40대가 130명(28.1%), 20대가 58명(12.6%), 10대 53명(11.5%), 50대 27명(5.8%)순이며 30대의 비중이 가장 큰 것으로 나타났다.

이상을 종합해 볼 때, 본 연구의 표본대상은 남성의 응답비율이 약간 높고, 주로 대졸이상의 학력을 가진 30~40대의 회사원이 많은 것으로 나타나고 있다.

제 2 절. 신뢰성 및 타당성 검증

1. 신뢰성 분석

신뢰성(reliability)이란 안전성, 일관성, 예측 가능성 등과 관련이 있는 개념으로 비교 가능한 독립된 측정방법에 의해 대상을 측정하는 결과가 비슷하게 나타나야 하는 것을 의미한다.

즉, 설문 응답자로부터 정확하고 일관되게 측정되었는가를 확인하는 것이다. 신뢰성성 분석은 측정도구의 정확성이나 정밀성을 나타내는 것이다.

본 연구에서는 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기와 만족도를 측정하기 위한 항목에 대한 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's Alpha 방법을 이용하였으며, 그 결과 신뢰도가 [표 4-2]와 같이 모두 일반적인 수용기준인 0.6보다 높게 나타나고 있기 때문에 각 변수들은 각 유형들에 대한 측정도구로서의 신뢰성이 있다고 할 수 있다.

[표 4-2] 신뢰성 분석

인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기 및 만족도	항목1	항목2	항목3	항목4	
	신뢰성	오락성	정보성	다양성	만족도
Cronbach's Alpha	0.900	0.824	0.798	0.752	0.875

스마트폰을 통한 신문구독 이용동기 및 만족도	항목1	항목2	항목3	항목4	
	신뢰성	오락성	정보성	다양성	만족도
Cronbach's Alpha	0.815	0.930	0.875	0.813	0.901

2. 요인분석

측정항목의 타당성을 분석하고자 요인분석을 실시하였다. 타당성(validity)이란 측정하고자 하는 개념을 얼마나 정확하게 측정하였는가를 파악하는 것을 의미한다.

타당성의 확보를 위해 요인분석(factor analysis)을 실시하였으며, 사용된 요인분석은 요인 추출 과정의 주성분 분석을 이용하여 실시하였다. 요인분석은 수많은 변수들을 상관관계가 높은 것끼리 묶어줌으로서 그 내용을 단순화 시킨다.

요인분석은 변수들 간의 관계를 찾아내기 위해 사용하는 것으로 변수에 포함된 모든 항목을 동시에 분석하는 것이 원칙이므로 변수에 해당된 모든 항목을 동시에 회전시켜서 어떤 요인이 적재되는지를 구별하기 위해 베리맥스(varimax)를 사용하였다.

다음의 [표 4-3]은 인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기 요인분석을 [표 4-4]는 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기 요인분석을 표로 작성하였다. 분석결과, 기존연구를 토대로 구성하였던 총 4가지의 이용동기 변인들이 요인분석을 통해 동일하게 묶임을 확인하였다. 따라서 사전에 예상했던 대로 모든 설문문항을 분석에 사용하였다.

인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기 및 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기 요인별로 아이겐 값(eigen value)이 모두 허용치인 1.0을 상회하고

있으며, 각 요인 적재량도 적정 수준을 보이고 있으며, 분산에 의한 설명력의 정도에 있어서 4개 요인의 총 설명 분산 비율은 인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기에서는 61.326%, 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기에서는 67.405%로 나타났다. 각 요인은 동일하게 4개 하위요인으로 나타남으로써, 독립변수는 판별타당성을 확보했음을 알 수 있다.

요인1은 신뢰성 변인으로 “기사내용에 왜곡이 없기 때문에 이용한다.” “과장된 표현이 적기 때문에 이용한다.” “문법과 철자는 정확한편이기 때문에 이용한다.” “내용이 정확하기 때문에 이용한다.” “기사내용이 공정하기 때문에 이용한다.” “기사내용이 객관적이기 때문에 이용한다.” 총 6개의 문항으로 구성 되었다. 요인2는 오락성 변인으로 “휴식을 얻기 위해서 이용한다.” “흥미 있는 오락거리 및 기사를 제공해주기 때문에 이용한다.” “재미와 즐거움을 얻기 위해서 이용한다.” “긴장을 풀기위해서 이용한다.” 로 4개 항목으로 구성되었다. 요인3은 정보성 변인으로 “이슈에 대한 나의 의견과 주장을 형성할 수 있어서 이용한다.” “사회의문제점과 해결책의 이해에 대한 도움을 주기 때문에 이용한다.” “중요한 이슈에 대한정보를 습득할 수 있어서 이용한다.” “유익한 정보/학습을 위한 자료를 얻을 수 있을 것 같아서 이용한다.” “다른 매체에 비해 편안하게 이용할 수 있어서 이용한다.”로 5개 항목으로 구성되었다. 요인4는 다양성 변인으로 “세상 돌아가는 것을 알기 위해서 이용한다.” “다른 사람과 대화의 소재를 얻기 위해서 이용한다.” “생활에 필요한 정보나 조언을 듣기위해서 이용한다.” “최신뉴스와 기사가 많기 때문에 이용한다.” “원하는 기사를 볼 수가 있어서 이용한다.”등 5개 항목으로 구성되었다.

[표 4-3] 인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기 요인분석

	요인1	요인2	요인3	요인4	공통성
	신뢰성	오락성	정보성	다양성	h^2
기사내용에 왜곡이 없기 때문에 이용한다.	0.863	0.048	0.112	0.107	0.771
기사내용이 객관적이기 때문에 이용한다.	0.856	0.072	0.135	0.144	0.777
기사내용이 공정하기 때문에 이용한다.	0.825	0.044	0.122	0.183	0.731
과장된 표현이 적기 때문에 이용한다.	0.825	0.045	0.073	0.026	0.689
문법과 철자는 정확한 편이기 때문에 이용한다.	0.707	0.121	0.139	-0.024	0.535
내용이 정확하기 때문에 이용한다.	0.703	0.198	0.140	0.039	0.554
재미와 즐거움을 얻기 위해서 이용한다.	0.102	0.845	0.048	0.161	0.753
흥미있는 오락거리 및 기사를 제공해주기 때문에 이용한다.	0.101	0.811	0.097	0.184	0.711
휴식을 얻기 위해 이용한다.	0.115	0.747	0.124	0.109	0.598
긴장을 풀기위해서 이용한다.	0.134	0.679	0.241	0.155	0.561
중요한 이슈에 대한 정보를 습득할 수 있어서 이용한다.	0.064	0.117	0.777	0.245	0.682
사회의 문제점과 해결책의 이해에 대한 도움을 주기 때문에 이용한다.	0.225	0.046	0.761	0.211	0.676
유익한 정보/학습을 위한 자료를 얻을 수 있어서 이용한다.	0.170	0.155	0.707	0.186	0.587
이슈에대한나의의견과주장을형성할 수있어서이용한다.	0.296	0.105	0.647	0.118	0.531
다른 매체에 비해 편안하게 이용할 수 있어서 이용한다.	-0.056	0.366	0.503	0.269	0.462
세상 돌아가는 것을 알기위해서 이용한다.	0.025	0.037	0.204	0.795	0.675
최신뉴스와 기사가 많기 때문에 이용한다.	0.052	0.236	0.169	0.711	0.593
원하는 기사를 볼 수가 있어서 이용한다.	0.039	0.115	0.295	0.662	0.540
생활에 필요한 정보나 조언을 듣기 위해서 이용한다.	0.081	0.136	0.204	0.629	0.463
다른 사람과 대화의 소재를 얻기 위해서 이용한다.	0.265	0.212	0.019	0.509	0.375
Eigenvalues	6.405	2.900	1.768	1.192	
설명비율(%)	32.024	14.502	8.838	5.962	
누적비율(%)	32.024	46.526	55.364	61.326	

[표 4-4] 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기 요인분석

	요인1	요인2	요인3	요인4	공통성
	신뢰성	오락성	다양성	정보성	h^2
기사내용에 왜곡이 없기 때문에 이용한다.	0.894	0.060	0.118	0.094	0.825
과장된 표현이 적기 때문에 이용한다.	0.871	0.085	0.042	0.081	0.773
기사내용이 객관적이기 때문에 이용한다.	0.869	0.066	0.154	0.152	0.807
기사내용이 공정하기 때문에 이용한다.	0.850	0.104	0.150	0.130	0.773
내용이 정확하기 때문에 이용한다.	0.761	0.175	0.151	0.203	0.673
문법과 철자는 정확한 편이기 때문에 이용한다.	0.745	0.124	0.090	0.120	0.593
재미와 즐거움을 얻기 위해서 이용한다.	0.096	0.867	0.188	0.083	0.804
흥미있는오락거리및기사를제공해주기 때문에이용한다.	0.079	0.864	0.174	0.115	0.796
휴식을 얻기 위해 이용한다.	0.137	0.773	0.199	0.149	0.679
긴장을 풀기 위해서 이용한다.	0.238	0.733	0.149	0.149	0.638
최신뉴스와 기사가 많기 때문에 이용한다.	0.046	0.138	0.780	0.215	0.675
세상 돌아가는 것을 알기위해서 이용한다.	0.161	0.118	0.774	0.148	0.661
생활에 필요한 정보나 조언을 듣기 위해서 이용한다.	0.145	0.139	0.720	0.231	0.612
다른 사람과 대화의 소재를 얻기 위해서 이용한다.	0.309	0.188	0.633	0.062	0.535
원하는 기사를 볼 수가 있어서 이용한다.	0.042	0.299	0.610	0.187	0.499
중요한 이슈에 대한 정보를 습득할 수 있어서 이용한다.	0.135	0.105	0.209	0.857	0.808
유익한 정보/학습을 위한 자료를 얻을 수 있어서 이용한다.	0.150	0.123	0.156	0.800	0.702
사회의 문제점과 해결책의 이해에 대한 도움을 주기 때문에 이용한다.	0.373	0.130	0.220	0.684	0.673
이슈에 대한 나의 의견과 주장을 형성할 수 있어서 이용한다.	0.421	0.132	0.215	0.512	0.503
다른 매체에 비해 편안하게 이용할 수 있어서 이용한다.	-0.055	0.381	0.277	0.476	0.452
Eigenvalues	7.571	2.903	1.720	1.286	
설명비율(%)	37.857	14.516	8.602	6.430	
누적비율(%)	37.857	52.374	60.976	67.405	

제 3 절. 연구가설의 검증

가설 1. 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기에는 각각 어떠한 차이가 있는지 알아보고자 한다.

각 개인의 이용동기는 변인(신뢰성, 오락성, 정보성, 다양성)값은 요인분석을 통해 묶여진 각 설문항목의 평균값으로 측정하였다. 그 후, 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기 요인을 대응표본 T-test를 실시하였다. 설문에서 인터넷 PC와 스마트폰 모두를 이용하여 신문구독을 이용하는 표본만을 대상으로 분석하였다.

그 결과, 신뢰구간 95%와 자유도 390에서 오락성요인은 유의미한 차이가 없었으며, 신뢰성, 정보성, 다양성 요인에서는 통계적으로 유의미한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

[표 4-5] 인터넷 PC와 스마트폰의 신문구독 이용동기 차이분석

동기요인	대응차		t	자유도	p (양쪽)
	평균	표준편차			
다양성	0.137	0.536	5.039	390	0.000
신뢰성	-0.091	0.416	-4.340	390	0.000
오락성	-0.033	0.516	-1.249	390	0.212
정보성	0.110	0.505	4.302	390	0.000

[표 4-5]의 t값에 따르면 인터넷 PC 의 다양성($t(390)=5.039$, $p<0.05$)과 정보성($t(390)=4.302$, $p<0.05$)에서 스마트폰보다 높은 값을 가졌고, 스마트폰은 신뢰성($t(390)=-4.340$, $p<0.05$)에서 인터넷 PC보다 높은 값을 보여주고 있다.

즉, 인터넷 PC가 중요한 이슈에 대한 정보습득, 의견과 주장형성, 사회문제점과 해결책의 이해에 대한 도움 등 정보성과 다양성에서 스마트폰보다 강하다는 것을 알 수 있다. 반면, 스마트폰은 기사내용에 대한 왜곡이 없고 객관적이고 공정한 구독 이용동기인 신뢰성 부분에서 인터넷 PC보다 강하다는 점을 알 수 있다.

이러한 결과는 인터넷 PC가 정보성이나 다양성 면에서 더 높은 경쟁력을 갖추고 있고, 스마트폰은 신뢰성에 있어서 더 높은 경쟁력을 갖추고 있다는 것을 알 수 있다.

가설 2. 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 만족도에는 어떠한 차이가 있는가?

각 개인의 만족도 값은 요인분석을 통해 묶여진 각 설문항목의 평균값으로 측정하였다. 그 후, 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 만족도 비교를 위해 대응표본 T-test를 실시하였다.

설문에서 인터넷 PC와 스마트폰 모두를 이용하여 신문구독을 이용하는 표본만을 대상으로 분석하였다.

그 결과, 신뢰구간 95%와 자유도 390에서 유의확률이 0.05를 초과하는 0.964로 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다.

[표 4-6] 인터넷 PC와 스마트폰의 신문구독 만족도 차이분석

동기요인	대응차		t	자유도	p (양쪽)
	평균	표준편차			
만족도	-0.001	0.425	-0.045	390	0.964

즉, 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 만족도에는 유의미한 차이가 없다는 것을 알 수 있다.

가설 3. 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기가 만족도에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 한다.

각 개인의 이용동기는 요인(신뢰성, 오락성, 정보성, 다양성), 만족도 값은 요인분석을 통해 묶여진 각 설문항목의 평균값으로 측정하였다. 그 후, 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기가 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기가 만족도에 미치는 영향을 다중회귀분석을 통해 알아본 결과, 회귀식이 유용성을 판단하기 위한 F의 유의확률은 p값이 .000으로 회귀식은 의미가 있었다. [표-4-7]에 따르면 신뢰성, 오락성, 정보성이 만족도에 유의미한 영향을 주는 것으로 나타났다. 다양성은 유의미한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

즉 신뢰성, 오락성, 정보성 동기를 가지고 인터넷 PC를 통해 신문을 구독하는 사람의 만족도가 높은 것으로 나타났다.

만족도에 미치는 영향력의 크기를 비교해 보면, 신뢰성(β=0.358), 정보성(β=0.264), 오락성(β=0.204)순으로 만족도에 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

[표 4-7] 인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기가 만족도에 미치는 영향

	Beta(β)	t	p	자유도	F	R^2
다양성	0.066	1.498	0.135	450	88.100	0.441
신뢰성	0.358	9.270	0.000*			
오락성	0.204	5.013	0.000*			
정보성	0.264	5.867	0.000*			

* p<0.05 수준에서 유의미함을 나타냄.

스마트폰을 통한 신문구독 이용동기가 만족도에 미치는 영향을 다중회귀분석을 통해 알아본 결과, 회귀식이 유용성을 판단하기 위한 F의 유의확률은 p값이 .000으로 회귀식은 의미가 있었다. [표 4-8]에 따르면 신뢰성, 오락성, 정보성, 다양성이 만족도에 유의미한 영향을 주는 것으로 나타났다.

즉 신뢰성, 오락성, 정보성, 다양성 동기를 가지고 스마트폰을 통해 신문을 구독하는 사람의 만족도가 높은 것으로 나타났다.

만족도에 미치는 영향력의 크기를 비교해 보면, 신뢰성(β=0.358), 정보성(β=0.264), 오락성(β=0.204), 다양성(β=0.066) 순으로 만족도에 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

[표 4-8] 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기가 만족도에 미치는 영향

	Beta(β)	t	p	자유도	F	R^2
다양성	0.066	3.178	0.002*	392	121.836	0.557
신뢰성	0.358	7.597	0.000*			
오락성	0.204	6.352	0.000*			
정보성	0.264	6.686	0.000*			

* $p<0.05$ 수준에서 유의미함을 나타냄.

가설 4, 인구통계학적 특성(성별, 직업, 학력, 연령)에 따라 신문구독 매체별 이용동기와 만족도에 차이가 있는지 알아볼 것이다.

집단 별 평균간 차이 검정으로서 성별은 두 집단 간의 비교이므로 독립표본 T검증을 실시하고, 연령, 직업, 학력은 두 집단 이상이 한 변수에 대한 평균의 차이를 검정하는 것이므로 ANOVA 검증을 실시하였다.

1. 성별에 따른 차이

인터넷 PC를 통해 신문구독을 하는 남자 집단과 여자 집단의 명목척도로 구분된 두 집단이 설명변수에 대하여 어떤 차이를 보이는지 비교하기 위하여 T검증(독립표본 T-test)을 실시하였다.

[표 4-9] 성별에 따른 인터넷 PC 이용동기 및 만족도 차이

구분	평균(M)		표준편차(SD)		t값	p값
	남성 (n=243)	여성 (n=208)	남성	여성		
다양성	3.851	3.703	0.613	0.559	2.665	0.008
신뢰성	2.586	2.385	0.723	0.611	3.189	0.002
오락성	3.582	3.397	0.773	0.696	2.660	0.008
정보성	3.542	3.500	0.694	0.584	0.704	0.481
만족도	3.186	2.975	0.626	0.574	3.720	0.000

[표 4-9]의 T-test 검정결과에 따르면 다양성(남자M=3.851, 여자 M=3.703), 신뢰성(남자M=2.586, 여자 M=2.385), 오락성(남자M=3.582, 여자 M=3.397)과 만족도(남자M=3.187, 여자 M=2.975)에서 성별에 따라 유의한 차이가 있음을 알 수 있다. 정보성에서는 p값이0.05 이상이므로 유의한 차이가 없다는 것을 알 수 있다.

즉, 인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기 및 만족도는 성별에 따라 다양성, 신뢰성, 오락성, 만족도에서 유의한 차이가 있으며, 남자의 평가가 여자보다 높다는 것을 알 수 있다.

스마트폰을 통해 신문구독을 하는 남자 집단과 여자 집단의 명목척도로 구분된 두 집단이 설명변수에 대하여 어떤 차이를 보이는지 비교하기 위하여 T검증(독립표본 T-test)을 실시하였다.

[표 4-10] 성별에 따른 스마트폰 이용동기 및 만족도 차이

구분	평균 (M)		표준편차(SD)		t값	p값
	남성 (n=243)	여성 (n=208)	남성	여성		
다양성	3.704	3.591	0.684	0.595	1.696	0.091
신뢰성	2.656	2.492	0.800	0.670	2.204	0.028
오락성	3.606	3.424	0.804	0.737	2.293	0.022
정보성	3.449	3.379	0.735	0.674	0.959	0.338
만족도	3.135	3.056	0.703	0.620	1.157	0.248

[표 4-10]의 T-test 검정결과에 따르면 신뢰성(남자M=2.656, 여자 M=2.492), 오락성(남자M=3.606, 여자 M=3.424)에서 성별에 따라 유의한 차이가 있음을 알 수 있다. 그러나 다양성, 정보성, 만족도에서는 p값이 0.05 이상이므로 유의한 차이가 없다는 것을 알 수 있다.

즉, 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기 및 만족도는 성별에 따라 신뢰성, 오락성에서 유의한 차이가 있으며, 남자의 평가가 여자보다 높다는 것을 알 수 있다.

2. 직업에 따른 차이

직업에 따른 인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기 요인과 만족도의 평균간 차이를 검증해보고자, 분산분석 ANOVA(Analysis of variance) 검증을 실시하였다. 여기서는 다음과 같이 귀무가설을 설정하였다.

H_0 : μ 학생= μ 회사원 = μ 공무원 = μ자영업 = μ주부

H_1 : 네 평균이 반드시 같지는 않다.

[표 4-11] 직업별 인터넷 PC 이용동기 및 만족도 차이 분산분석표는 아래와 같다.

[표 4-11] 직업별 인터넷 PC 이용동기 및 만족도 차이

	직업	N	M	SD	F	유의확률	Duncan
다양성	학생(a)	74	3.538	0.744	5.524	0.000	a<b,e,c
	회사원(b)	231	3.865	0.553			
	공무원(c)	16	3.963	0.415			
	자영업(d)	35	3.886	0.505			
	주부(e)	95	3.705	0.552			
신뢰성	학생(a)	74	2.351	0.567	2.860	0.023	-
	회사원(b)	231	2.592	0.753			
	공무원(c)	16	2.510	0.566			
	자영업(d)	35	2.329	0.656			
	주부(e)	95	2.421	0.564			
오락성	학생(a)	74	3.493	0.763	2.652	0.033	a,b,d,e<c
	회사원(b)	231	3.530	0.752			
	공무원(c)	16	3.891	0.341			
	자영업(d)	35	3.571	0.764			
	주부(e)	95	3.324	0.724			
정보성	학생(a)	74	3.273	0.687	4.897	0.001	a < b,c
	회사원(b)	231	3.626	0.654			
	공무원(c)	16	3.638	0.427			
	자영업(d)	35	3.531	0.713			
	주부(e)	95	3.444	0.532			
만족도	학생(a)	74	2.958	0.632	5.199	0.000	e,a,d<c
	회사원(b)	231	3.192	0.620			
	공무원(c)	16	3.336	0.681			
	자영업(d)	35	3.029	0.576			
	주부(e)	95	2.921	0.514			

위 가설의 검정을 위한 분산분석표를 살펴보면 N(사례수), M(평균), SD(표준편차), F값, 유의확률, 사후검정 값이 나타나 있다.

여기서 F값이 나타내는 통계적 유의확률이 다양성(p=0.000), 신뢰성(p=0.023), 오락성(p=0.033), 정보성(p=0.001), 만족도(p=0.000)으로, 유의수준 α=0.05 보다 작으므로 귀무가설을 기각한다. 즉 학생, 회사원, 공무원, 자영업, 주부집단 간의 다양성, 신뢰성, 오락성, 정보성, 만족도 모두 유의한 차이가 있다고 할 수 있다.

어느 요인수준들이 평균차이를 보이는지 사후검정을 하였다. 일반적으로 Scheffe, Turkey, Duncan 등의 방법을 많이 사용하는데 본 연구에서는 Duncan 방법을 사용하였으며 유의수준은 0.05로 하였다.

다양성에 있어서는 공무원, 자영업, 회사원의 평가가 학생에 비해 높으며. 오락성에 있어 공무원의 평가가 높았다. 정보성에 있어서는 공무원, 회사원의 평가가 학생에 비해 높았고. 만족도에 있어 공무원의 평가가 주부, 학생, 자영업에 비해 높은 것을 알 수 있었다.

직업에 따른 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기 요인과 만족도의 평균 간 차이를 검증해보고자, 분산분석 ANOVA(Analysis of variance) 검증을 실시하였다. [표 4-12] 직업별 스마트폰 이용동기 및 만족도 차이 분산분석표 는 아래와 같다.

여기서 F값이 나타내는 통계적 유의확률이 정보성(p=0.034)과 만족도(p=0.012)는 유의수준 α=0.05 보다 작으므로 귀무가설을 기각한다. 즉 학생, 회사원, 공무원, 자영업, 주부 직업별 집단 간의 정보성, 만족도는 유의한 차이가 있다고 할 수 있다.

그러나 다양성, 오락성, 신뢰성은 유의한 차이가 없었으므로 귀무가설을 채택하였다.

어느 요인수준들이 평균차이를 보이는지 사후검정을 하였다. Duncan 방법을 사용하였으며 유의수준은 0.05로 하였다.

만족도에 있어서만 공무원의 평가가 주부, 학생, 자영업에 비해 높았다.

[표 4-12] 직업별 스마트폰 이용동기 및 만족도 차이

	직업	N	M	SD	F	유의확률	Duncan
다양성	학생(a)	71	3.611	0.736	1.047	0.383	-
	회사원(b)	210	3.700	0.670			
	공무원(c)	12	3.650	0.460			
	자영업(d)	31	3.742	0.426			
	주부(e)	69	3.536	0.597			
신뢰성	학생(a)	71	2.444	0.762	1.370	0.244	-
	회사원(b)	210	2.660	0.782			
	공무원(c)	12	2.653	0.645			
	자영업(d)	31	2.473	0.779			
	주부(e)	69	2.556	0.634			
오락성	학생(a)	71	3.585	0.752	1.941	0.103	-
	회사원(b)	210	3.573	0.798			
	공무원(c)	12	3.688	0.490			
	자영업(d)	31	3.573	0.783			
	주부(e)	69	3.297	0.771			
정보성	학생(a)	71	3.276	0.696	2.636	0.034	-
	회사원(b)	210	3.509	0.714			
	공무원(c)	12	3.367	0.697			
	자영업(d)	31	3.523	0.803			
	주부(e)	69	3.261	0.634			
만족도	학생(a)	71	3.065	0.617	3.281	0.012	e,a,d<c
	회사원(b)	210	3.170	0.703			
	공무원(c)	12	3.438	0.779			
	자영업(d)	31	3.085	0.643			
	주부(e)	69	2.882	0.557			

3. 학력에 따른 차이

학력에 따른 인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기 요인과 만족도의 평균간 차이를 검증해보고자, 분산분석 ANOVA(Analysis of variance) 검증을 실시하였다. 여기서는 4가지 학력 종류별로 집단을 나누고 다음과 같이 귀무가설을 설정하였다.

H_0 : μ 고졸이하= μ 대재 = μ 대졸 = μ대학원 이상

H_1 : 세 평균이 반드시 같지는 않다.

[표 4-13] 학력별 인터넷 PC 이용동기 및 만족도 차이 분산분석표는 아래와 같다.

[표 4-13] 학력별 인터넷 PC 이용동기 및 만족도 차이

	직업	N	M	SD	F	유의확률	Duncan
다양성	고졸이하(a)	99	3.537	0.646	7.842	0.000	a<b,c,d
	대재(b)	30	3.927	0.694			
	대졸(c)	283	3.839	0.532			
	대학원이상(d)	39	3.887	0.634			
신뢰성	고졸이하(a)	99	2.515	0.733	1.152	0.328	-
	대재(b)	30	2.328	0.630			
	대졸(c)	283	2.519	0.680			
	대학원이상(d)	39	2.376	0.567			
오락성	고졸이하(a)	99	3.338	0.786	1.944	0.122	-
	대재(b)	30	3.567	0.890			
	대졸(c)	283	3.537	0.706			
	대학원이상(d)	39	3.551	0.759			
정보성	고졸이하(a)	99	3.311	0.709	5.031	0.002	a<c,d
	대재(b)	30	3.480	0.674			
	대졸(c)	283	3.586	0.613			
	대학원이상(d)	39	3.636	0.582			
만족도	고졸이하(a)	99	2.999	0.682	1.183	0.316	-
	대재(b)	30	3.021	0.630			
	대졸(c)	283	3.125	0.585			
	대학원이상(d)	39	3.106	0.587			

여기서 F값이 나타내는 통계적 유의확률이 다양성(p=0.000)과 정보성(p=0.002)는 유의수준 α=0.05 보다 작으므로 귀무가설을 기각한다. 학력별 집단 간의 다양성과 정보성은 유의한 차이가 있다고 할 수 있다.
그러나 오락성, 신뢰성, 만족도는 유의한 차이가 없었으므로 귀무가설을 채택하였다.

어느 요인수준들이 평균차이를 보이는지 사후검정을 하였다. Duncan 방법을 사용하였으며 유의수준은 0.05로 하였다.

다양성에서 대재이상 학력을 가진 집단의 평가가 고졸이하 집단보다 높았다. 정보성에서는 대졸이상 집단의 평가가 고졸이하 집단보다 높았다.

학력에 따른 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기 요인과 만족도의 평균

간 차이를 검증해보고자, 분산분석 ANOVA (Analysis of variance) 검증을 실시하였다. [표 4-14] 학력별 스마트폰 이용동기 및 만족도 차이 분산분석표 는 아래와 같다.

[표 4-14] 학력별 스마트폰 이용동기 및 만족도 차이

	직업	N	M	SD	F	유의확률	Duncan
다양성	고졸이하(a)	91	3.481	0.751	3.571	0.014	a<b
	대재(b)	27	3.844	0.536			
	대졸(c)	244	3.707	0.609			
	대학원이상(d)	31	3.613	0.649			
신뢰성	고졸이하(a)	91	2.628	0.797	1.803	0.146	-
	대재(b)	27	2.364	0.888			
	대졸(c)	244	2.622	0.735			
	대학원이상(d)	31	2.387	0.567			
오락성	고졸이하(a)	91	3.379	0.797	2.108	0.099	-
	대재(b)	27	3.676	0.829			
	대졸(c)	244	3.585	0.768			
	대학원이상(d)	31	3.411	0.746			
정보성	고졸이하(a)	91	3.262	0.795	2.318	0.075	-
	대재(b)	27	3.363	0.750			
	대졸(c)	244	3.487	0.664			
	대학원이상(d)	31	3.406	0.713			
만족도	고졸이하(a)	91	3.037	0.715	0.491	0.689	-
	대재(b)	27	3.046	0.711			
	대졸(c)	244	3.128	0.658			
	대학원이상(d)	31	3.133	0.597			

여기서 F값이 나타내는 통계적 유의확률이 다양성(p=0.014)에서만 유의수준 α=0.05 보다 작으므로 귀무가설을 기각한다. 학력별 집단 간의 다양성은 유의한 차이가 있다고 할 수 있다.

그러나 오락성, 신뢰성, 정보성, 만족도는 유의한 차이가 없었으므로 귀무가설을 채택하였다.

어느 요인수준들이 평균차이를 보이는지 사후검정을 하였다. Duncan 방법을 사용하였으며 유의수준은 0.05로 하였다.

다양성에서 대재 학력을 가진 집단의 평가가 고졸이하 집단보다 높았다.

4. 연령에 따른 차이

연령에 따른 인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기 요인과 만족도의 평균간 차이를 검증해보고자, 분산분석 ANOVA(Analysis of variance) 검증을 실시하였다. 다음과 같이 귀무가설을 설정하였다.

H_0 : μ 10대= μ 20대 = μ 30대 = μ 40대 = μ50대 이상

H_1 : 네 평균이 반드시 같지는 않다.

[표 4-15] 연령별 인터넷 PC 이용동기 및 만족도 차이 분산분석표는 아래와 같다.

[표 4-15] 연령별 인터넷 PC 이용동기 및 만족도 차이

	직업	N	M	SD	F	유의확률	Duncan
다양성	10대(a)	49	3.367	0.656	7.722	0.000	a<e,d,b,c
	20대(b)	58	3.845	0.634			
	30대(c)	190	3.855	0.528			
	40대(d)	129	3.828	0.581			
	50대이상(e)	25	3.672	0.588			
신뢰성	10대(a)	49	2.357	0.604	3.852	0.004	e<c,d
	20대(b)	58	2.296	0.631			
	30대(c)	190	2.584	0.721			
	40대(d)	129	2.552	0.646			
	50대이상(e)	25	2.227	0.631			
오락성	10대(a)	49	3.398	0.703	5.387	0.000	e<a,d,c,b
	20대(b)	58	3.651	0.772			
	30대(c)	190	3.580	0.703			
	40대(d)	129	3.452	0.709			
	50대이상(e)	25	2.930	0.959			
정보성	10대(a)	49	3.192	0.665	5.065	0.001	a,e<d,b,c
	20대(b)	58	3.562	0.671			
	30대(c)	190	3.604	0.615			
	40대(d)	129	3.555	0.611			
	50대이상(e)	25	3.296	0.735			
만족도	10대(a)	49	2.903	0.680	3.708	0.006	e,a<c
	20대(b)	58	3.063	0.627			
	30대(c)	190	3.194	0.597			
	40대(d)	129	3.063	0.560			
	50대이상(e)	25	2.845	0.660			

여기서 F값이 나타내는 통계적 유의확률이 다양성(p=0.000), 신뢰성(p=0.004), 오락성(p=0.000), 정보성(p=0.001), 만족도(p=0.006)으로 유의수준 α=0.05 보다 작으므로 귀무가설을 기각한다. 연령별 집단 간의 다양성, 신뢰성, 오락성, 정보성, 만족도는 모두 유의한 차이가 있다고 할 수 있다.

어느 요인수준들이 평균차이를 보이는지 사후검정을 하였다. Duncan 방법을 사용하였으며 유의수준은 0.05로 하였다.

다양성에서 20대 이상 집단의 평가가 10대 집단보다 높았다. 신뢰성에는 30~40대 집단의 평가가 50대 이상의 집단보다 높았다. 오락성에는 10~40대 집단의 평가가 50대 이상의 집단보다 높았다. 정보성에는 20~40대 집단의 평가가 10대, 50대 이상의 집단보다 높았다. 만족도에는 30대 집단의 평가가 50대 이상과 10대 집단보다 높았다.

연령에 따른 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기 요인과 만족도의 평균 간 차이를 검증해보고자, 분산분석 ANOVA (Analysis of variance) 검증을 실시하였다. [표 4-16] 연령별 스마트폰 이용동기 및 만족도 차이 분산분석표는 아래와 같다.

여기서 F값이 나타내는 통계적 유의확률이 다양성(p=0.002), 신뢰성(p=0.016), 오락성(p=0.000)으로 유의수준 α=0.05 보다 작으므로 귀무가설을 기각한다. 연령별 집단 간의 다양성, 신뢰성, 오락성은 유의한 차이가 있다고 할 수 있다.

어느 요인수준들이 평균차이를 보이는지 사후검정을 하였다. Dancan 방법을 사용하였으며 유의수준은 0.05로 하였다.

다양성에서 20대, 30대 집단의 평가가 10대와 50대 이상 집단보다 높았다. 신뢰성에는 30대, 40대 집단의 평가가 50대 이상의 집단보다 높았다. 오락성에는 40대 이하의 집단의 평가가 50대 이상의 집단보다 높았다.

[표 4-16] 연령별 스마트폰 이용동기 및 만족도 차이

	직업	N	M	SD	F	유의확률	Duncan
다양성	10대(a)	47	3.460	0.768	4.434	0.002	e,a<b,c
	20대(b)	57	3.860	0.544			
	30대(c)	170	3.731	0.612			
	40대(d)	99	3.556	0.660			
	50대이상(e)	20	3.420	0.677			
신뢰성	10대(a)	47	2.461	0.783	3.089	0.016	e<d,c
	20대(b)	57	2.418	0.827			
	30대(c)	170	2.680	0.697			
	40대(d)	99	2.657	0.760			
	50대이상(e)	20	2.233	0.700			
오락성	10대(a)	47	3.527	0.692	5.732	0.000	e<d,a,c,b
	20대(b)	57	3.724	0.851			
	30대(c)	170	3.604	0.696			
	40대(d)	99	3.429	0.826			
	50대이상(e)	20	2.850	0.868			
정보성	10대(a)	47	3.200	0.761	1.818	0.125	-
	20대(b)	57	3.530	0.668			
	30대(c)	170	3.469	0.671			
	40대(d)	99	3.396	0.744			
	50대이상(e)	20	3.320	0.793			
만족도	10대(a)	47	3.072	0.637	1.625	0.167	-
	20대(b)	57	3.121	0.696			
	30대(c)	170	3.178	0.667			
	40대(d)	99	3.025	0.662			
	50대이상(e)	20	2.850	0.684			

제 5 장 요약 및 결론

제 1 절. 연구의 요약

신문기사의 이용 경로의 결과를 보면, 종이신문뿐만 아니라 여러 가지 다양한 방법으로 신문기사를 접하고 있음을 알 수 있다. 그러나 기존 선행 연구에서는 인터넷 신문에 대한 연구이거나, 신문과 스마트폰에 관한 연구가 일부 진행 되었을 뿐 인터넷 PC와 스마트폰을 함께 연구한 적은 없었다.

따라서, 본 연구의 목적은 신문의 이용행태 변화에 따라 등장한 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 이용자들의 전체 만족도에 어떠한 이용동기 요인들이 영향을 미치는지에 대하여 분석하고자 하였다.

신문구독 이용동기 요인은 다양성, 신뢰성, 오락성, 정보성 중심으로 비교하여 보고, 각 매체의 만족도에 영향을 미치는지 분석하였다. 만족도가 높다는 것은 다시 그 매체를 이용하고자 하는 동기가 높아짐을 의미한다. 따라서 각 신문구독 매체들은 어떤 방법으로 각자의 경쟁력을 키울 것인지 제시하고자 하였다.

이를 위해, 기존연구를 토대로 4개의 연구문제를 도출하여 서울, 경기 지역의 인터넷 PC 또는 스마트폰을 이용하여 신문을 구독하는 시민을 대상으로 설문지 조사를 실시하여 분석하였다.

본 연구의 표본대상의 인구통계학적 속성을 빈도 분석한 결과, 남성의 응답비율이 약간 높고, 주로 대졸이상의 학력을 가진 30~40대의 회사원이 많은 것으로 나타나고 있다. 가설에 대한 검증에 대한 결과를 기술하자면,

첫 번째, 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기에는 각각 어떠한 차이가 있는지 알아본 결과, 인터넷 PC가 중요한 이슈에 대한 정보습득, 의견과 주장형성, 사회문제점과 해결책의 이해에 대한 도움 등 정보성과 다양성에서 스마트폰보다 강하다는 것을 알 수 있었다. 반면, 스마트폰은 기사내용에 대한 왜곡이 없고 객관적이고 공정한 구독 이용동기인

신뢰성 부분에서 인터넷 PC보다 강하다는 점을 알 수 있다.

즉, 인터넷 PC가 정보성이나 다양성 면에서 더 높은 경쟁력을 갖추고 있고, 스마트폰은 신뢰성에 있어서 더 높은 경쟁력을 갖추고 있다는 것을 알 수 있다.

두 번째, 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 만족도에는 어떠한 차이가 있는지에 대한 결과는 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 만족도에는 유의미한 차이가 없다는 것을 알 수 있었다. 연구를 진행함에 앞서, 인터넷 PC와 스마트폰을 통한 신문구독 만족도에는 차이가 있을 것으로 예상했었다. 그러나 분석결과 만족도에서는 유의한 차이가 없었다.

세 번째, 인터넷 PC 와 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기가 만족도에는 어떠한 영향을 미치는지 살펴본 결과, 인터넷 PC를 통한 신문구독 하는 집단에서는 신뢰성, 오락성, 정보성 이용동기 가지고 구독하는 사람의 만족도가 높은 것으로 나타났다. 만족도에 미치는 영향력의 크기를 비교해 보면, 신뢰성, 정보성, 오락성 순으로 만족도에 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

그리고, 스마트폰을 통한 신문구독 집단에서는 신뢰성, 오락성, 정보성, 다양성 이용동기를 가진 사람의 만족도가 높은 것으로 나타났다. 만족도에 미치는 영향력의 크기를 비교해 보면, 신뢰성, 정보성, 오락성, 다양성 순으로 만족도에 영향을 미치는 것을 알 수 있었다.

네 번째, 인구통계학적 특성(성별, 연령, 직업, 학력)에 따라 신문구독 매체별 이용동기와 만족도에 차이가 있는지 살펴보았다.

그 결과, 인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기 및 만족도는 성별에 따라 다양성, 신뢰성, 오락성, 만족도에서 유의한 차이가 있으며, 남자의 평가가 여자보다 높다는 것을 알 수 있다.

또한, 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기 및 만족도 역시 성별에 따라 신뢰성, 오락성에서 유의한 차이가 있으며, 남자의 평가가 여자보다 높다는 것을 알 수 있었다.

직업에 따른 인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기 요인과 만족도의 평균간 차이를 검증한 결과는 집단 간의 이용동기와 만족도 모두 유의한 차

이가 있었으며, 다양성에 있어서는 공무원, 자영업, 회사원의 평가가 학생에 비해 높으며. 오락성에 있어 공무원의 평가가 높았다. 정보성에 있어서는 공무원, 회사원의 평가가 학생에 비해 높았고. 만족도에 있어 공무원의 평가가 주부, 학생, 자영업에 비해 높은 것을 알 수 있었다.

직업에 따른 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기 요인과 만족도의 평균간 차이에 대해서는 집단 간의 정보성, 만족도는 유의한 차이가 있었다.
전반적으로 공무원이나 회사원의 평가가 주부, 자영업, 학생 보다 높았다. 이는 실질적으로 스마트폰이나 인터넷 PC를 이용하여 업무에 활용하는 빈도가 높은 직업군인 회사원이나 공무원이 상대적으로 스마트폰이나 인터넷 PC를 덜 활용하는 주부, 자영업, 학생 집단보다 높은 이용동기와 만족도를 나타낸 것으로 해석할 수 있다.

학력에 따른 인터넷 PC 및 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기 요인과 만족도의 평균간 차이를 검증 평가는 전반적으로 대재이상의 평가가 고졸이하보다 높았다.

연령별 인터넷 PC를 통한 신문구독 이용동기 요인과 만족도의 평균간 차이를 검증한 결과는 집단 간의 다양성, 신뢰성, 오락성, 정보성, 만족도는 모두 유의한 차이가 있다고 할 수 있다.
연령에 따른 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기 요인과 만족도의 평균간 차이를 검증한 결과, 집단 간의 다양성, 신뢰성, 오락성은 유의한 차이가 있다고 할 수 있었다.
연령에 의한 인터넷 PC 및 스마트폰을 통한 신문구독 이용동기 요인과 만족도의 평균간 차이는 전반적으로 20~30대의 평가가 50대 이상보다 높았다. 이는 실질적으로 스마트폰이나 인터넷 PC를 상시 활용하는 20~30대의 평가가 상대적으로 스마트폰이나 인터넷 PC를 덜 활용하는 50대 이상 보다 높은 이용동기와 만족도를 나타낸 것으로 해석할 수 있다.

제 2 절. 연구의 시사점

본 논문의 연구결과를 통해 알 수 있는 시사점은 두 가지로 정리할 수 있다. 첫째는 인터넷 PC을 통해 신문구독 하는 집단은 정보성이나 다양성 면에서 더 높은 경쟁력을 갖추고 있고, 스마트폰을 통해 신문구독 하는 집단은 신뢰성에 있어서 더 높은 경쟁력을 갖추고 있다는 것이다.

그러므로 인터넷 PC 매체에서는 신뢰성 요인의 경쟁력을 키우는 것이 중요하다. 반면, 스마트폰은 정보성, 다양성 요인에 있어서 경쟁력을 키우는 것이 필요하다.

둘째는, 인터넷 PC와 스마트폰을 통해 신뢰성, 정보성, 오락성 이용동기를 가지고 구독하는 사람의 만족도가 높은 것으로 나타났으며, 신뢰성, 정보성, 오락성 순으로 만족도에 영향을 미치는 것을 알 수 있었다.

즉, 매체별 신문구독 만족도에 가장 중요한 이용동기는 신뢰성이라는 것을 이번 설문을 통한 실증분석에서 확인 할 수 있었으며, 이것은 바로 신문구독을 인쇄된 종이가 아닌 스마트폰이나 인터넷 PC를 통해 이용한다고 해서 신문을 읽는 본질까지 변하는 것은 아니라는 것을 느끼게 해 준 결과라 할 수 있다. 우리가 신문을 읽는 이유는 다름 아닌 사실을 보다 빠르고 정확하게 접하기 위해서이기 때문이다.

그러므로, 신문업계에서는 인터넷 PC나 스마트폰을 이용하는 신문구독자들을 만족시키기 위해서 가장 중요하게 생각해야 하는 것 역시 신뢰성이라는 것을 간과하지 말고, 더욱 더 신뢰성 부분에 경쟁력을 키우는 노력을 기울여야 할 것으로 사료되며 그 위에 매체별 특성에 맞는 정보성과 오락성 동기를 차별화시켜 나간다면 각 매체가 더욱 발전할 것이다.

제 3 절. 연구의 한계점 및 향후 연구방향

본 연구의 한계점은 두 가지로 요약 할 수 있다. 첫째는 설문 대상의 한계점이다. 서울, 경기 지역의 남녀에 대해서만 국한하여 설문조사를 실시하고, 응답자 대부분이 30~40대 대졸 남자 회사원이었다.

이를 분석한 결과를 토대로 한 연구이므로 전체적인 인터넷 PC와 스마트폰을 이용하는 전체 수용자들에 대한 분석이라고 하기에는 무리가 있다. 분석 집단이 적은 경우에는 일반화의 오류가 발생하기도 하기 때문에 추후에는 전국적인 모집집단을 통해 연구의 일반화를 검토해 보아야 할 것이다.

둘째는 매체의 이용형태에 대한 설문이 부족했다는 점이다. 단순히 인터넷 PC와 스마트폰의 이용여부에 그치지 않고, 이용시간이나 선호하는 기사의 종류 등 보다 구체적인 항목을 조사한다면 보다 구체적이고 현실적인 설문이 되었을 것이다.

향후 연구방향에 대해서 기술하자면 신문구독 매체의 다양성에 관해서이다. 사실 본 연구 초기에는 IPTV를 통한 신문구독에도 관심이 있었으나, 관련 논문이나 사용자에 대한 자료의 접근이 쉽지 않아 도중에 대상에서 제외시켰다. 그러나 현재 IPTV시장의 신문구독 이용자들의 수요가 늘어나는 추세이므로 향후 관련 연구에서는 충분히 연구할 만한 매체라고 생각한다.

【참고문헌】

1. 국내문헌

강한나,「모바일 OS의 지각된 품질과 만족도에 따른 사용자의 충성도」, 고려대학교학교 언론대학원 석사학위논문, 2010

고미정,「인터넷뉴스 만족도가 이용자 충성도 및 재방문 의도에 미치는 영향에 관한 연구」, 숙명여자대학교 석사학위논문, 2005

김무곤,「한국 신문 위기의 현상과 그 대응방안에 관한 고찰」, 일반논문, 2010

김미선,「상호작용적 TV 초기 이용자의 이용 인식과 이용 행태에 관한 연구」, 이화여대 대학원 박사학위논문, 2009

김 민,「블로그 사이트에서 개인화가 사용자만족에 미치는 영향 연구」, 홍익대학교 석사학위논문, 2008

김민주,「온라인 저널리즘의 특성에 관한 연구」, 한국외국어대학교 대학원 석사학위논문, 2001

김은영,「인터넷신문과 종이신문의 매체 공신력과 수용자 능동성의 차이 분석」, 국민대학교 석사학위논문, 2002

김재욱,「국내 신문기업의 스마트폰 뉴스 어플리케이션에 과한 연구」, 건국대학교 석사학위논문, 2010

김정희,「IPTV의 상호작용성과 개인특성이 이용만족도에 미치는 영향에 관한 연구」, 홍익대학교 광고홍보대학원 석사학위논문, 2009

김준일,「경향신문의 통합룸 구축 과정 연구」, 고려대학교 언론대학원 석사학위논문, 2010

김현진,「미디어 의존 유형에 따른 신문 이용 연구 : 뉴미디어 환경 에서 신문 독자의 뉴스 소비」, 숙명여자대학교 석사학위논문, 2008

김화선,「국내 인터넷신문의 상호작용 매커니즘 활용에 관한 연구 중앙종합일간지 인터넷신문을 중심으로」, 성균관대학교 언론정보대학원 석사학위논문, 2001

박신윤,「뉴스 전문 채널에 대한 시청자 만족도 연구」, 연세대 언론홍보대학원 석사학위논문, 2008
박우람,「무료신문 수용자의 이용행태에 관한 연구」, 한국외대 신문방송학과 석사학위논문, 2010
박윤정,「포털뉴스서비스의 이용동기와 수용자 만족 연구」, 서강대학교 석사학위논문, 2006
박희석,「신문산업 위기에 대한 조직생태학적 분석 1987~2007」, 연세대학교 석사학위논문, 2009
송광섭,「광고미디어로서 신문 매체의 새로운 쟁점에 대한 광고 전문가 인식 연구」, 서강대 언론대학원 석사학위논문, 2006
신종호,「인쇄신문과 인터넷신문이용자의 내용인식에 관한 비교연구」, 한양대학교 대학원 석사학위논문, 2000
양원석,「지상파 양방향 데이터 방송 콘텐츠서비스의 시청자 만족에 관한 연구」, 경기대학교 박사학위논문, 2004
엄호동,「모바일미디어 확산과 신문의 대응전략에 관한 연구」, 성균관대학교 언론정보대학원 석사학위논문, 2010
윤영우,「인터넷신문의 이용동기와 만족도에 따른 이용행태에 관한 연구」, 동국대학교 언론대학원 석사학위논문, 2003
이미경,「인터넷뉴스 만족도에 영향을 미치는 요인에 관한연구」, 숙명여자대학교 석사학위논문, 2004
이영희,「포털사이트 뉴스서비스의 이용과 만족에 관한 연구」, 동국대학교 석사학위논문, 2005
이은주,「한국신문산업의 시장, 정책, 운동의 딜레마」, 서강대학교 박사학위 논문, 2004
이지선,「종이신문과 인터넷신문 이용패턴비교」, 숙명여자대학교 석사학위 논문, 2011
이찬란,「매체 이용 성향이 뉴스 주제별 관심에 미치는 영향에 관한 연구」, 연세대학교 언론홍보대학원 석사학위논문, 2009
임진혁,「모바일 프로모션의 보상물 유형과 제공시기가 소비자 태도에 미

치는 영향에 관한 연구」, 홍익대학교 석사학위 논문, 2008
전철호,「스마트폰 사용자 만족도와 재구매의도 요인연구」, 영남대학교 석사학위 논문, 2011
전해인,「모바일 게임의 만족에 영향을 미치는 요인 및 구매의도에 관한 연구」, 서울대학교 석사학위논문, 2004
정대연,「IPTV 상용화로 인한 미디어 산업의 환경 변화에 의한 경쟁 분석 연구」, 광주대학교 석사학위 논문, 2009
정지연,「정보통신 전문뉴스의 매체별 이용 행태 분석과 인터넷 뉴스 서비스 유료화 가능성에 영향을 미치는 요인」, 고려대학교 석사학위논문, 2006
조숙현,「이용과 충족 관점에서 본 포털사이트 뉴스의 이용행태」, 경북대학교 신문방송학과 석사학위논문, 2005
공영일,「스마트폰의 함의와 시사점」,『방송통신정책』, 방송통신정책연구원, 2010, pp.1-22.
권기덕,「모바일 빅뱅시대의 비즈니스 모델 진화」,『SERI경영노트 제3호』, 삼성경제연구소, 2010, pp.314-486.
김영재,「언론개혁과 언론 민주화 운동의 새로운 대안」,『인물과 사상』, 11월호, 인물과 사상사, 1998, pp.104-116.
김창환,「스마트폰 제품기술 및 시장동향」,『한국인터넷정보학회 논문지』, 제 11권, 제1호, 한국인터넷정보학회, 2010, pp.13-23.
김채환, 『디지털과 미디어』, 이진출판사, 2000, p.121
_____,「인터넷신문의 이용과 뉴스의 충족에 관한 연구」,『저널언론정보』, 제1권, 동명정보대학교, 2002, pp.43-52.
서정범,「이용과 충족 모델로 본 인터넷 이용행태」,『충청대학논문집』,제21집, 2001, 충청대학, pp.193-211.
오규환,이광호,「스마트폰기반 게임시장 동향」,『한국멀티미디어학회지』, 제13권 제1호, 한국멀티미디어학회, 2009, pp.14-23.
윤태진, 『인터넷신문의 현재와 미래』, 한국언론연구원, 1997
이민규, 이완수, 김양은, 김영은,「신문읽기 동기유발 요인연구」,『한국출

판학연구』, 제56호, 한국출판학회, 2005, pp.299-325.
이선영,「아이폰이 이동통신사 실적에 미치는 영향」,『방송통신정책』, 제21권, 제11호, 통권464호, 정보통신정책연구원, 2009, pp.102-113.
이인희,「뉴미디어 이용과 커뮤니케이션 모델 행위」,『네트워크 트렌드』, 삼성경제연구소, 1997, p.322.
이준웅, 김은미, 심미선「다매체 이용자의 성향적 동기 : 다매체 환경에서 이용과 충족이론의 확장」,『한국언론학보』, 한국언론학보, 2006, pp.252-284.
정만수,「정보추구행동과 심리적 만족감에 관한 일연구-이용과 충족 모델을 중심으로」,『사회과학 논집』, 수원대학교 사회과학연구소, 1991, pp.114-126.
정현우,「스마트폰과 미래의 변화」,『한국콘텐츠학회지』, 제8권 제2호, 한국콘텐츠학회, 2010, pp.28-33.
차배근,『매스커뮤니케이션 효과이론』,나남, Vol.17 No.2. 1999, p.306.
최낙진,『인터넷신문』, 세계사, 2000, p.17.

『2011 언론수용자 의식조사』, 한국언론진흥재단, 2011, pp.27~28, pp.100~101 p.123.
「스마트폰의 기회와 위협」,『인터넷& 시큐리티이슈』, 제2010-03호 한국인터넷진흥원, 2010, pp.1-21.
「스마트폰이 열어가는 미래」,『CEO information』 ,제741호 삼성경제연구소, 2010, pp.1-25.
『신문협회보』, 제454호 한국신문협회, 2012. pp.1-4.

2. 국외문헌

Anderson, E., W. Fornell, and D. R. Lehman, “Customer Satisfaction, Market Share and Profitability; Findings from Sweden”. *Journal of Marketing*, 58(July) 1994, pp.53-66.

Blumler, J. G., “The role of theory in use and gratifications studies”, *Communication Research*, 1997, pp.107-135.

Hunt, S. D., “Relationship Marketing in the Era of Network Competition”, *Marketing Management*, 3(1), 1997, pp.18-27.

Katz, E., J. G. Blumler, and M. Gurevitch, “Uses and Gratifications Research”, *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 1973, pp.509-523.

_____, M. Gurevitch, and H. Hass. “On the use of the mass media for important things”. *American Dociological Review*, 38, 1973, pp.164-181.

Levy, and Windahl, “Audience Activity and Gratifications : A Conceptual Clarification and Exploration", *Communication Research*, 1984, pp.51-78.

Palmgreen, P., “Gratification discrepancies and news program choice”. *Communication Research*, 8(4), 1981, pp.451-478.

HANSUNG UNIVERSITY

【부 록】

설 문 지

본 조사의 내용은 통계법 제13조에 의거하여 비밀이 보장되며 통계적 목적 이외에는 사용되지 않습니다.

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 귀중한 시간을 내시어 설문에 응해 주신 점에 깊이 감사드립니다.

본 설문지는 **스마트시대 신문구독매체별 이용동기와 만족도**에 관하여 알아보고자 작성하였습니다.

답해주신 내용은 모두 무기명으로 처리되고 연구목적 이외의 용도로는 절대 사용되지 않으며 비밀이 철저히 보장됨을 알려 드립니다.

조사내용에 대한 문의는 아래의 연락처로 연락주시기 바라며, 효과적인 연구가 진행 될 수 있도록 협조 부탁드립니다.

감사합니다.

2012년 04월

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 융합기술학과

지도교수 : 주 형 근
연 구 자 : 석사과정 김유석
연 락 처 : 010-2412-1829
이 메 일 : redraink@naver.com

Ⅰ. 다음은 인터넷 PC 와 스마트폰을 통한 신문구독 이용현황을 알아보기 위한 질문입니다.

－ . 해당하는 항목에 V 표시해 주십시오.

1. 귀하는 인터넷 PC를 통해 신문기사를 이용하신 경험이 있습니까?

① 있다　　② 없다

2. 귀하는 스마트폰을 통해 신문기사를 이용하신 경험이 있습니까?

① 있다　　② 없다

3. 귀하는 인터넷 PC 와 스마트폰 모두를 사용해서 신문기사를 이용하신 경험이 있습니까?

① 있다　　② 없다

* 1-3번 문항 **모두 "없다"** 인 경우 면접 중단.
한 가지라도 "**있다**"인 경우 **뒷장으로 계속**

HANSUNG UNIVERSITY

Ⅱ. 다음은 인터넷 PC를 통해 신문기사를 이용하는 이유에 관한 질문입니다.

- . 해당하는 항목에 V 표시해 주십시오.

번호	문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	세상 돌아가는 것을 알기위해서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
2	다른 사람과 대화의 소재를 얻기 위해서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
3	생활에 필요한 정보나 조언을 듣기 위해서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
4	최신뉴스와 기사가 많기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
5	원하는 기사를 볼 수가 있어서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
6	기사내용이 공정하기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
7	기사내용이 객관적이기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
8	기사내용에 왜곡이 없기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
9	과장된 표현이 적기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
10	문법과 철자는 정확한 편이기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
11	내용이 정확하기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
12	휴식을 얻기 위해 이용한다.	①	②	③	④	⑤
13	흥미 있는 오락거리 및 기사를 제공해주기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
14	재미와 즐거움을 얻기 위해서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
15	긴장을 풀기 위해서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
16	이슈에 대한 나의 의견과 주장을 형성할 수 있어서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
17	사회의 문제점과 해결책의 이해에 대한 도움을 주기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
18	중요한 이슈에 대한 정보를 습득할 수 있어서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
19	유익한 정보/학습을 위한 자료를 얻을 수 있어서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
20	다른 매체에 비해 편안하게 이용할 수 있어서 이용한다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 다음은 인터넷 PC를 통해 신문기사를 이용후 만족도에 관한 질문입니다.

- . 해당하는 항목에 V 표시해 주십시오.

번호	문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	이용 후 긴장과 피로가 풀리고 스트레스가 풀린다.	①	②	③	④	⑤
2	이용에 적극적으로 참여하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
3	이용에 대해 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
4	이용하고 나서 만족감을 느꼈다.	①	②	③	④	⑤
5	기사의 구색이 잘 갖추어져 있다.	①	②	③	④	⑤
6	편집과 디자인은 시각적으로 마음에 들었다.	①	②	③	④	⑤
7	이용하고 싶은 정보나 기사가 많다.	①	②	③	④	⑤
8	기사와 서비스 질에 만족한다.	①	②	③	④	⑤

HANSUNG UNIVERSITY

Ⅳ. 다음은 스마트폰을 통해 신문기사를 이용하는 이유에 관한 질문입니다.

- . 해당하는 항목에 V 표시해 주십시오.

번호	문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	세상 돌아가는 것을 알기위해서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
2	다른 사람과 대화의 소재를 얻기 위해서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
3	생활에 필요한 정보나 조언을 듣기 위해서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
4	최신뉴스와 기사가 많기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
5	원하는 기사를 볼 수가 있어서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
6	기사내용이 공정하기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
7	기사내용이 객관적이기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
8	기사내용에 왜곡이 없기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
9	과장된 표현이 적기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
10	문법과 철자는 정확한 편이기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
11	내용이 정확하기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
12	휴식을 얻기 위해 이용한다.	①	②	③	④	⑤
13	흥미 있는 오락거리 및 기사를 제공해주기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
14	재미와 즐거움을 얻기 위해서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
15	긴장을 풀기 위해서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
16	이슈에 대한 나의 의견과 주장을 형성할 수 있어서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
17	사회의 문제점과 해결책의 이해에 대한 도움을 주기 때문에 이용한다.	①	②	③	④	⑤
18	중요한 이슈에 대한 정보를 습득할 수 있어서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
19	유익한 정보/학습을 위한 자료를 얻을 수 있어서 이용한다.	①	②	③	④	⑤
20	다른 매체에 비해 편안하게 이용할 수 있어서 이용한다.	①	②	③	④	⑤

Ⅴ. 다음은 스마트폰을 통해 신문기사를 이용후 만족도에 관한 질문입니다.

- . 해당하는 항목에 V 표시해 주십시오.

번호	문 항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1	이용 후 긴장과 피로가 풀리고 스트레스가 풀린다.	①	②	③	④	⑤
2	이용에 적극적으로 참여하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
3	이용에 대해 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
4	이용하고 나서 만족감을 느꼈다.	①	②	③	④	⑤
5	기사의 구색이 잘 갖추어져 있다.	①	②	③	④	⑤
6	편집과 디자인은 시각적으로 마음에 들었다.	①	②	③	④	⑤
7	이용하고 싶은 정보나 기사가 많다.	①	②	③	④	⑤
8	기사와 서비스 질에 만족한다.	①	②	③	④	⑤

Ⅵ. 인구통계학적 특성에 대한 질문입니다.

- . 해당하는 항목에 V 표시해 주십시오.

1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?
   ① 남자 ② 여자

2. 귀하의 직업은 어떻게 되십니까?
   ① 학생 ② 회사원 ③ 공무원 ④ 자영업 ⑤ 주부

3. 귀하의 학력은 어떻게 되십니까?
   ① 고졸 이하 ② 대재 ③ 대졸 ④ 대학원졸 이상

4. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?
   ① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 이상

[설문에 응해주셔서 진심으로 감사합니다]

ABSTRACT

A Study on Use Motives and Satisfaction by Newspaper Subscription Media of Smart Age

-Focused on Internet PC and Smart Phone-

Kim, Yu Seok
Major in Technology Strategy
Dept. of Convergence Technology
Graduate School of Knowledge
Service Consulting
Hansung University

Focused on newspaper subscription the use motives and the satisfaction through internet PC and smart phone, this study is made with comparisons and analyses.

The result after study, Firstly in the comparison of use motives of the media, the appraisal of internet PC was high in the area of the information and variety assessment and the appraisal of smart phone was high in the area of the credibility.

Secondly, after examining what influence the use motives has to the satisfaction, in the internet PC it turned out that the factors of the credibility, entertainment, and information affect the satisfaction in the meaningful way and in smart phone it turned out that the factors of credibility, entertainment, information, and variety affect satisfaction in the meaningful way.

Thirdly, according to demographic features (gender, occupation,

level of education, age) there was a difference between use motives and satisfaction, especially male employees who are 30s~40s with a graduation from university and civil servants appraisal were highest.

Keyword : Newspaper, Internet PC, Smart Phone, Use Motives, Satisfaction.

HANSUNG UNIVERSITY