

논문접수일 : 2014.09.23

심사일 : 2014.10.05

게재확정일 : 2014.10.28

미디어 디자인 포맷의 변화가 수용자태도에 미치는 영향

- 신문 매체 판형변화를 중심으로 -

Effects of Media Design Platform on the Audience Attitudes

- With a Particular Reference to Newspaper Media Design -

주저자 : 이철영

홍익대학교 광고홍보대학원

Lee, Chull Young

Hongik University

공동저자 : 이성환

파슬미디어

Lee, Sung Hwan

Parcel Media

1. 서론

- 1.1. 연구배경
- 1.2. 연구목적과 연구문제

2. 이론적 배경과 선행연구

- 2.1. 신문 디자인 구성요소와 특성
- 2.2. 신문 디자인 개념의 진화
- 2.3. 신문 판형 디자인

3. 연구방법

- 3.1. 측정변수와 정의
- 3.2. 조사방법과 절차

4. 연구결과

- 4.1. 지면선호도 분석결과
- 4.2. 지면호감도 분석결과

5. 결론 및 제언

참고문헌

논문요약

세계적으로 신문 매체의 디자인 변화가 지속되어 왔고, 국내에서도 적용되고 있지만, 실제 독자들이 이러한 변화를 어떻게 받아들이는지에 대한 학술적 연구나 발표는 국내에 매우 부족한 실정이다. 본 연구는 국내 신문의 일반적 사이즈인 대판과 유럽의 국가들에서 사용하는 판형 디자인으로 국내에 도입된 베를리너판을 비교하여, 판형 디자인의 차이가 지면 선호도와 지면 호감도에 어떠한 영향을 미치는지 파악하는 것을 연구목적으로 신문 판형 디자인의 변화가 독자의 지면 선호도에 미치는 영향이 어떠한지를 실증조사를 통해 규명하였다. 본 연구결과를 요약하면, 신문판형별 선호도, 호감도에 대하여 대판에 비하여 베를리너 판에서의 선호도와 호감도가 통계적으로 유의미한 수준에서 높은 것으로 나타났으며, 두 가지 지면 안을 통합한 분석에서도 마찬가지로의 결과가 나타났다.

주제어

미디어디자인, 수용자태도, 신문디자인

Abstract

Formation and development of new media are rapidly taking place in the modern society, and opportunities for acquiring information using the internet for the younger generation is increasing. Major newspapers of the US and of England were focusing on their layout format to the point that they can easily identified at vendors even when the title is hidden, but Korean newspapers use similar "large" formats, making it difficult to identify them when their title is hidden. Based on these points, this study aims to determine the readers' attitude toward daily newspaper press format. Based on various documents, in order to observe the influences of newspaper press format. Paper preference and paper attractiveness, both were found to be higher in the Berliner format than in the large format. This shows consistencies in both domestic and international cases, and it can be interpreted that attitude toward overall press type improves as the newspaper press format is smaller.

Keyword

Media design, Audience Attitudes, Newspaper design

1. 서론

1.1 연구배경과 필요성

세계 유수의 권위 신문사들은 오랜 기간 동안 자사 매체들의 독특한 정체성을 구축하기 위한 편집정책과 지면디자인으로 독자시장을 유지 강화하기 위한 노력을 기울여 왔다.

미국의 뉴욕 타임스, 영국의 가디언, 독일의 프랑크푸르트 알게마이네 차이퉁 등 일류 매체들의 경우 신문 가판대에서 한 눈에 신문의 종류를 알아볼 수 있을 정도로 미디어 디자인 차원에서 차별적인 아이덴티티를 유지해 오고 있다. 신문들의 특유의 판형과 디자인 전략에 기초한 편집적인 미학으로 정체성 유지와 강화를 의도하는 것이다.

국내에도 2000년대 초 부터 최근까지 외양적 측면에서 신문 디자인의 변화는 지면 색션화, 제호, 신문 판형의 변화 등 신문 매체의 디자인 변화는 주로 세 가지로 대표된다. 이중에 가장 시각적으로 두드러지는 디자인의 변화는 신문 전체 사이즈를 바꾸는 판형 디자인의 변화이다. 더불어 변화된 틀 속에서 각 개별 색션 또는 지면의 레이아웃과 라인을 위주로 하는 에디토리얼 가이드라인의 변화를 들 수 있다.

국내에서는 해외에서 많이 적용되고 있는 타블로이드판과 베를리너판이 도입되었고 이외에도 기존 대판 판형과 지면 바탕색에 약간의 변형을 주는 디자인도 시도되었다.

세계신문협회(WAN)에 따르면 전 세계적으로 70개가 넘는 신문 판형이 존재한다고 한다. 다양한 판형과 신문 편집 디자인이 있지만, 21세기의 뚜렷한 흐름 중 하나는 신문의 외형 중에 크기를 변화시킨 신문 판형 디자인의 변화이다. 신문 판형은 대판(현재 한국 신문의 보편적 크기), 노르딕판, 베를리너판, 콤팩트판(또는 타블로이드판), 마이크로판으로 나열한 순서대로 판형의 크기가 작은 것으로 다양한 포맷을 선보이고 있다. 세계신문협회가 발표한 자료에 따르면 2001년 이후 전 세계적으로 100개가 넘는 권위지들이 신문 크기를 줄였다(김택환, 2008). 권위지들이 판형의 크기를

줄이는 이유는 독자들이 더욱 편하게 신문을 읽을 수 있도록 하기 위함이다(고종원 2010).

국내에서는 중앙일보가 2008년 1월 「중앙SUNDAY」의 판형 디자인을 베를리너판으로 전환하였다. 중앙일보 본지 역시 2009년 베를리너판으로 전환하였다. 국내의 종합 일간지의 베를리너판은 처음 도입이 된 것인데, 중앙일보의 판형 디자인 변화에 자극 받은 다른 신문 매체들도 신문 디자인의 변화를 다양하게 시도하였다.

세계적으로 이러한 신문 매체의 디자인 변화가 있어왔고, 국내에서도 적용되고 있지만, 실제 독자들이 이러한 변화를 어떻게 받아들이는지에 대한 학술적 연구와 발표는 국내에서 매우 부족한 실정이다.

인쇄매체의 구독률은 과거에 비해 많이 떨어진 것이 사실이나, 오프라인 구독 뿐 아니라 온라인 포털의 뉴스의 주요 정보원으로서 신문은 정치, 문화, 사회 등의 주요 분야에서 여론형성과 의제설정의 영향력은 여전히 크다고 할 수 있다.

방송매체의 경우, 매일 전국적으로 시행되는 시청자조사를 통해(예: 닐슨미디어 시청률조사) 변화되는 프로그램 편성에 대한 시청자들의 태도나 동향이 즉시 파악될 수 있으나, 신문과 같은 매체는 변화하는 편집정책이나 외형디자인, 편집디자인에 대한 수용자의 반응을 적시에 파악할 수 있는 적절한 연구조사 체제와 학술적 접근은 매우 미흡한 실정이다.

특히, 판형이나 색션화와 같은 신문의 외형적 디자인의 변화에는 매체사의 상당한 규모의 투자와 수용자의 부정적 태도변화의 가능성과 같은 위험이 따르기 때문에, 디자인 변화에 따른 독자들의 신문지면에 전반에 대한 태도에 대한 신뢰 타당한 체계적 연구조사가 필요하다.

1.2. 연구목적과 연구문제

본 연구는 국내 신문의 일반적 사이즈인 대판과 유럽의 국가들에서 사용하는 판형 디자인으로 국내에 도입된 베를리너판을 비교하여, 판형 디자인의 차이가 지면 선호도와 지면 호감도에 어떠한 영향을 미치는지 파악하는 것을 연구목적으로 설정하였다.

구체적으로, 본 연구가 실증적 조사를 통해 규명해 보려는 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1: 신문 판형 디자인의 변화가 독자의 지면 선호도에 미치는 영향은 어떠한가?

연구문제 2: 신문 판형 디자인의 변화가 독자의 지면 호감도에 미치는 영향은 어떠한가?

2. 이론적 배경과 선행연구고찰

2.1. 신문 디자인 구성요소와 특성

1940년대에 체계화되기 시작한 현대적 신문 디자인은 20세기 초 등장한 모더니즘의 영향을 많이 받았다. 기능적 모더니즘의 영향으로 기하학적 형태의 디자인과 넓은 여백 등이 선호되는 경향을 낳았다. 한편 표현주의적 모더니즘 측면은 극적인 이미지를 가진 커다란 사진을 사용하는 경향을 낳았다(이종수 1996).

신문디자인 구성요소는 편집디자인 관점에서 판형, 제호, 모듈러그리드, 서체, 단과 선, 이미지, 색상, 광고, 섹션 등으로 전통적인 구분을 하고 있는데(임준수 2001, 이제식 2007, 정태철 2009, 한칭보와 이지현 2012), 80, 90년대에 신문디자인 혁명이 시작된 유럽과 미국의 신문업계에서는 전통적 신문 편집디자인의 개념을 넘어 미디어디자인의 형태(form & function)와 내용(content & design)의 통합적 창의성을 중시하고 있다(Hutt & James 1989, 이종수 1996, Utgo 2009, Harrower 2012)

오늘날의 신문들은 과거와 비교해 볼 때 디자인이 복잡하고 다양해졌는데, 가장 눈에 띄는 변화로는 색선화와 콤팩트화의 경향을 들 수 있다. 면별 주제에 따라 별채 방식으로 편집이 되는 색선편집은 전문적인 주제를 심도 있게 다루는 심층적이며 분석적인 정보나 보도를 중시하는 것이며, 판형 디자인의 콤팩트화는 휴대가 간편한 것을 선호하는 현대 독자들의 기호에 맞추는 것으로 타블로이드판이나 베를리너판 신문이 세계적으로 증가하였다(이종수 1996, 강은미 2000, 신철우 2000, 김택환 2008, 이아람 2009).

2.2. 신문 디자인 개념의 진화

영국의 신문학자 Hutt가 1960년 그의 저서 제목으로 사용하면서부터 '신문디자인'이 학문적인 논제로 제기되었고, 그 후, 서양 신문의 인쇄 방식이 오프셋으로 전환된 1961년 이후부터 신문 디자인이란 용어가 보편적으로 사용되기 시작하였다(Hutt 1960, Hutt & James 1989). 1970년대는 미국 신문업계에 지면 개혁 바람이 일면서 그 중요성이 새롭게 부각되었는데(Barnhust & Nerone 1991), 우리나라에서는 1990년대 중반이 되어서야 신문 디자인에 대하여 관계 매체사들의 경영에 주요 지표로서 부각되기 시작하였다(임준수 1998, 강은미 2000).

신문디자인이란 기사의 콘셉을 시각화하는 작업이라고 하였다. 초창기에 잡지 등 인쇄물을 다루는 '편집 디자인'의 한 분파로 시작된 신문 디자인은 활판 시대에는 '타이포그래피'가 주류였으나, 현대 신문에선 지면의 레이아웃을 포함하여 사진 그래픽 서체 일러스트레이션 등 지면의 시각화 작업 전반을 망라하고 있다(임준수 2001, 이제식 2007, 정태철 2009).

해외 주요 신문 판형 크기			
신문명	판형(mm)	국가	판형명칭
르 몽드(Le Monde)	323×470	프랑스	베를리너판
가디언(Guardian)	315×470	영국	베를리너판
파이낸셜타임스(Financial Times)	333×560	영국	노르딕판 가로판 축소
USA 투데이(USA Today)	304×560	미국	노르딕판 가로판 축소
뉴욕 타임즈(New York Times)	390×585	미국	대판 축소
아사히 신문(Asahi)	405×545	일본	대판
프랑크푸르트 룬트샤우(Frankfurter Rundschau)	350×500	독일	노르딕 절반 크기
대부분의 국내 종합일간지	394×546	한국	대판

[표 1] 해외 주요 신문의 판형

Utt & Pasternack(1984)는 미국 신문에서도 디자인과 그래픽에서의 혁명은 신문을 보기 좋게 꾸미는 것뿐만 아니라 읽히기에도 쉽게 만드는 것이라고 하였다. 즉, 독자에게 정보를 효율적으로 전달하기 위한 커뮤니케이션

도구로서 신문디자인의 중요성을 강조한 것이다.

Barnhurst & Nerone(1991)는 신문 디자인의 기능을 사회에 대한 시각적 지도(visual mapping)라고 하였는데, 신문 디자인은 독자로 하여금 세상을 어떤 시각을 통해 체계적으로 파악할 수 있도록 지도를 그려 주는 역할을 한다는 것이다. 저널리스트들이 권위를 가지고 정보를 조직하고 뉴스의 중요성에 따라 위계질서를 지면에 부여하는 절차와 행위가 신문 디자인의 개념이라고 정의하였다.

최근에는 신문 디자인의 역할이나 기능을 리디자인(redesign)에서 리엔지니어링(reengineering)의 개념으로 확장하고 있다. 동유럽 국가의 여러 신문을 리디자인하여 감소하는 독자시장을 재건시키고 많은 미디어 디자인상을 수상했던 폴란드 출신 신문디자인 개혁전문가 Jacek Utko는 2009년 2월 TED 컨퍼런스에서 “디자인은 신문을 구할 수 있는가?”라는 특별 강의를 통해 신문디자인이란 단순히 신문의 디자인적 특성을 리디자인하는 것을 넘어서 기능, 형식, 내용, 디자인 등의 모든 신문제작 업무 과정에 전반적으로 참여하여 제품을 개혁하듯 신문을 혁신하는 것이 신문 디자이너의 역할이라고 설파하였다(Utko 2009).

2.3. 신문판형 디자인

판형의 차이는 단순히 크기의 축소만을 의미하지는 않는다. 기사와 디자인의 혁신, 나아가 편집정책, 기사내용과 레이아웃의 재편등의 신문 제작의 전반적 변화를 동반한다.

베를리너판은 판형이 작아지는 대신에 동일한 기사량을 기준으로 보면 지면 수는 늘어난다. 기사의 길이가 다양해지고 콤팩트 해지는 영향과 함께 뉴스의 선택과 집중이 강조되는 것이 기존의 대판 판형에 따른 신문디자인의 차이로 볼 수 있다(김택환 2008).

세계신문협회(WAN)는 신문의 판형은 70여 종의 판형이 존재하는데(김택환, 2008), 그 중에 세 가지 유형이 주를 이루고 있다. 대판과 베를리너판 그리고 타블로이드라고 불리는 콤팩트판이다. 국내 종합일간지의 대부분이 채택하고 있는 대판은 가로 391mm, 세로 545mm의 사이즈이며, 베를리너 판형은 대판의

약 82% 사이즈로 가로 323mm, 세로 470mm의 크기이다. 마지막으로 지하철 무가지나 주간 발행 신문들이 대부분인 타블로이드판은 가로 272mm, 세로 391mm로 제작된다.

위 세 가지 판형 중에 베를리너판은 국내 한 신문사가 2008년에 채택하여 기존의 대판에서 전환하였는데, 한국 신문시장에서는 낯선 판형디자인이지만 베를리너판은 유럽의 유력 고급지들이 채택하고 있는 포맷이다. 크기로는 한국 신문들의 보편적 형태인 대판과 타블로이드의 중간이다.



[그림 1] 신문 판형의 크기

베를리너판은 사이즈의 차원에서 대판과 달리 신문독자가 비교적 용이하게 잡을 수 있는 크기에 지면 넘기는 것이 편하며 시각적 범위가 작아 읽기에도 편한 판형으로 알려져있다. 신문을 펼쳐도 주위에 불편함을 주지 않을 뿐 아니라 두 개 면이 한 눈에 잡힌다.

Preston(2004)은 타블로이드 발행이 필연적 추세라고 강조한다. 타블로이드 신문은 지하철에서 편안하게 읽을 수 있으며 절제된 마무리와 명쾌한 문체를 갖는 장점을 지니고 있다고 하였다.

인디펜던트지의 타블로이드 판형 개편이 판매에 성공을 거두자 영국의 권위지 타임즈(Times)가 2003년11월 기존의 대판뿐 아니라 콤팩트판형(타블로이드 크기)으로 신문을 발행하기 시작했다. 그리고 미국의 권위지인 워싱턴 포스트는 타블로이드판 무료 신문 EXPRESS를 2003년 첫선을 보였다.

워싱턴 포스트는 다른 도시에서 발행되는 타블로이드판 무료 신문의 워싱턴 지역 시장 진입을 견제하고 인터넷 세대의 워싱턴 포스트에 대한 관심을 유도하기 위해 익스프레스를

창간했다. 또한 월스트리트 저널 또한 2005년 타블로이드판 발행을 발표하였고 말레이시아 영자지 뉴 스트레이트 타임즈는 2005년 4월 타블로이드 판으로 전환하였다.

세계신문협회가 발표한 자료에 따르면 2001년 이후 전 세계적으로 100개가 넘는 권위자들이 신문 크기를 줄였으며, 미국의 뉴욕 타임즈, 영국의 가디언과 더 타임스, 프랑스의 르몽드 등이 대표적인데 판형 디자인의 변화의 근거로는 공통적으로 독자들이 더욱 신문을 편안하게 읽도록 하는 의도하기 위함인 것이다(Botero 2004, 고종원 2010).

3. 연구방법

3.1. 측정변수와 정의

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 국내 신문판형의 대표적인 대판과 베를리너 판형을 비교하여 수용자(또는 독자)의 각 판형에 따른 신문 지면에 대한 태도의 차이를 보고자 한다. 앞서 살펴본 여러 관련 문헌을 바탕으로 다음과 같이 변수에 대한 측정 개념을 아래와 같이 정의하였다.

지면호감도는 대판 신문과 베를리너판 신문 등 판형이 각 신문에 대해 독자가 느끼는 호감의 정도이다. 구체적으로 '전체적인 느낌이 좋다', '호감이 간다', '신선하고 색다르다', '마음에 든다', '세련되었다'를 측정항목으로 하여 리커트 방식 5점 척도로 측정하였다.

지면선호도는 비교 샘플 지면디자인을 보여준 뒤 선호하는 판형디자인 지면을 선택하도록 하였다.

3.2. 조사방법과 절차

설문조사는 좌수와 우수의 간섭을 피하기 위해 1면으로 설정하고 설문 대상자의 기존 신문에 대한 인지도에 대한 간섭을 배제하고자 현재 발행되고 있지 않은 새로운 제호를 디자인하여 조사하였다.

서울 지역 소재의 20~30대 대학(원)생과 회사원을 대상으로 크게 2개의 그룹으로 나누어 조사하였다



(대판)

(베를리너판)

[그림 2] 조사용 지면디자인(A형)



(대판)

(베를리너판)

[그림 3] 조사용 지면디자인(B형)

즉, 한가지의 지면내용 디자인만으로 조사하는 경우 지면내용이나 사진, 광고 등의 간섭에 의한 응답의 영향을 줄이고 결과의 객관성을 제고하기 위하여 [그림 2]에 제시된 것과는 다른 별도의 스타일의 지면(B형)을 제작하였고, 응답자가 독립변수 처치의 조건을 인식하지 못하도록 응답자는 한 가지만 보고 평가하도록 조사를 실시하였다. 분석 또한 스타일별로 분석한 후 비교한 분석과 통합하여 분석하여 독자태도 차이를 살펴보았다. 그룹별로 각 160명씩 총 320명을 조사하였다.

4. 연구결과

4.1. 지면 선호도 분석결과

4.1.1. A지면 디자인 지면 선호도

A지면 디자인 대판과 베를리너판 신문의 전

체 지면 선호도를 살펴본 결과 대판은 62명(41.1%), 베를리너판은 89명(58.9%)으로 4단 37cm형 광고에 대하여 베를리너판이 대판보다 전체 지면 선호도가 더 높은 것으로 나타났다($\chi^2(1)=4.828$, $p<.05$).

	대판 N(%)	베를리너판 N(%)	계 N(%)	df	χ^2	p
선호도	62(41.1)	89(58.9)	151(100)	1	4.82	.028

[표 2] A지면 디자인에서 선호도 차이

4.1.2. B지면 디자인 지면 선호도

150×235(mm) 광고가 게재된 대판과 123×196(mm) 광고가 게재된 베를리너판 신문의 전체 지면 선호도를 살펴본 결과 대판은 55명(37.2%), 베를리너판은 93명(62.8%)으로 7단 15cm형 광고에 대하여 베를리너판이 대판보다 전체 지면 선호도가 더 높은 것으로 나타났다($\chi^2(1)=8.757$, $p<.01$).

	대판 N(%)	베를리너판 N(%)	계 N(%)	df	χ^2	p
선호도	55(37.2)	93(62.8)	148(100)	1	8.75	.003

[표 3] B지면디자인에서 선호도 차이

3) 전체 지면 선호도 (A지면 +B지면)

대판과 베를리너판 신문의 전체 지면 선호도를 살펴본 결과 대판은 117명(39.1%), 베를리너판은 182명(60.9%)으로 베를리너판이 대판보다 전체 지면 선호도가 더 높은 것으로 나타났다($\chi^2(1)=13.274$, $p<.001$).

	대판 N(%)	베를리너판 N(%)	계 N(%)	df	χ^2	p
선호도	117(39.1)	182(60.9)	299(100)	1	13.27	.000

[표 4] 지면 선호도(A지면+B지면)

4.2. 지면호감도 분석결과

4.2.1. A지면 디자인 지면 호감도

A지면의 대판과 베를리너판의 전체 지면 호감도에 대한 차이를 분석한 결과 대판 신문의 전체 지면 호감도는 2.97점, 베를리너판 신문의 전체 지면 호감도는 3.33점으로 나타났으며 이 차이는 유의수준에서 차이가 있는 것으로 나타났다($t=-4.14$, $p<.001$). 즉, 대판 신문에 비해 베를리너판 신문의 전체 지면 호감도가 더 높음을 알 수 있다.

구분	N	M	SD	t	p
대판	151	2.97	.69	-4.14	.000
베를리너판	151	3.33	.83		

[표 5] A지면디자인 호감도 차이

4.2.2 B지면 디자인 지면 호감도

대판과 베를리너판의 전체 지면 호감도에 대한 차이를 분석한 결과 대판 신문의 전체 지면 호감도는 2.94점, 베를리너판 신문의 전체 지면 호감도는 3.32점으로 나타났으며 이 차이는 유의수준에서 차이가 있는 것으로 나타났다($t=-4.48$, $p<.001$). 즉, 대판 신문에 비해 베를리너판 신문의 전체 지면 호감도가 더 높음을 알 수 있다.

구분	N	M	SD	t	p
대판	148	2.94	.71	-4.48	.000
베를리너판	148	3.32	.78		

[표 6] B지면 디자인 호감도 차이

4.2.3. 전체 지면 호감도(A+B)

대판과 베를리너판의 전체 지면 호감도에 대한 차이를 분석한 결과 대판 신문의 전체 지면 호감도는 2.95점, 베를리너판 신문의 전체 지면 호감도는 3.34점으로 나타났으며 이 차이는 유의수준에서 차이가 나는 것으로 나타났다($t=-6.62$, $p<.001$). 즉, 대판 신문에 비해 베를리너판 신문의 전체 지면 호감도가 더 높음을 알 수 있다.

구 분	N	M	SD	t	p
대판	299	2.95	.70	-6.62	.000
베를리너판	299	3.34	.80		

[표 7] 지면 호감도 차이(A+B)

5. 결론 및 제언

본 연구결과를 요약하면, 신문판형별 선호도, 호감도에 대하여 대판에 비하여 베를리너판에서의 선호도와 호감도가 통계적으로 유의미한 수준에서 높은 것으로 나타났으며, 두 가지 지면 안을 통합한 분석에서도 마찬가지로의 결과가 나타났다.

이는 신문 판형에 대한 국외의 사례들과 일치하는 것으로 작은 신문 판형에 대한 수용자의 지면에 대한 태도가 더 긍정적으로 나타나, 해외 사례와 같이 국내 수용자들의 경우도 다르지 않음을 볼 수 있다.

현대 사회는 다양한 신규 미디어의 생성과 발전 등 급격한 변화가 일어났으며, 젊은 층에서 인터넷을 활용한 정보 습득의 기회가 더욱 많아지고 있는 실정이다.

미국이나 영국 등의 주요 고급지들은 가판에서 제호를 가리고도 쉽게 식별할 수 있을 만큼 판형에 대해 신경을 쓰고 있으나, 국내의 종합 일간지는 모두 대판 사이즈로 제호를 가리면 어느 신문인지 모를 정도로 같은 판형을 적용하고 있으며 사용자들의 시각에서는 구분되기 힘든 유사한 편집디자인 정책을 지면제작에 사용하고 있는 것이 현실이다.

해외 유명 신문의 변화를 살펴보면 떨어지는 열독률 만회와 자사 신문만의 아이덴티티를 살리기 위한 노력의 일환인 콤팩트화와 리디자인이 국내에서도 적용 가능한 변화임을 입증하는 증거라고 볼 수 있는 연구결과이다.

이상의 연구결과와 논의를 바탕으로 본 연구의 한계점과 후속 연구를 위한 제안점은 다음과 같다.

첫째는 본 연구에서는 국내 신문에서 적용하고 있는 대표적인 판형인 대판(Blanket)과 베를리너판의 1면 지면 디자인을 중심으로

수용자들의 태도차이에 국한하여 조사하였다. 이들 판형과 다른 타블로이드판도 많이 적용되고 있는바 이에 대한 비교 연구도 필요하다.

또한, 판형디자인의 차이에 대한 수용자 반응을 심층면접법을 이용하여 좀 더 구체적인 독자들의 태도와 반응을 살펴볼 필요도 있다.

판형디자인에 따른 광고효과의 차이, 특히 광고주목도와 광고이해도 등의 광고와 관련한 연구도 거의 없는 실정이다. 변형광고의 변수 또한 같이 고려되어 조사할 필요성이 있다. 더불어, 신문 수용자의 열독정도에 따른 지면선호도와 호감도 차이, 광고주목도의 차이 등도 중요한 연구과제로 남아있다. 온라인매체와 대비하여 생존과 특화가 어느 때 보다 중대한 상황에서, 효과적인 편집정책을 위한 리디자인의 방향을 체계적으로 파악하는 것이 다매체 시대에 인쇄매체들에게 처한 공통의 중요한 정책적 연구 과제라고 할 수 있다.

참고문헌

- 장은미 (2000). 『디자인이 신문의 얼굴을 바꾼다』. LG상남언론재단.
- 고종원 (2010). 『미디어의 진화가 경제 지도를 바꾼다』 한국언론재단.
- 김택환 (2008). 중앙SUNDAY의 베를리너판 도입 배경 :작어진 신문 판형, 한국 시장에도 통할까. 신문과 방송. 1, 118-122
- 권혁남 (2004), 매체 이용과 신문구독 행태; 신문과 방송, 7, 17-19
- 신청우 (2000). 신문디자인의 변화요인 분석. 『기초조형학연구』, 1(1), 125-132
- 이아람 (2009), 신문판형변화, 신문경영 돌파구 되나, 신문과 방송, 1.
- 이종수 (1996). 『뉴미디어시대 신문디자인: 영미신문의 시각혁명』. 서울: 한국언론연구원.
- 임준수 (1998). 신문을 아름답게. 중앙 M&B.
- 임준수 (2001). 『멋진편집 좋은신문』. 한울.
- 한청보, 이지현 (2012). 신문디자인 구성요소의 특성 및 경향 연구. 『한국상품문화디자인학회 논문집』, 31, 145-154.
- 정태철 (2009). 『신문의 시각혁명과 모듈러 디자인』. 경성대학교출판부.
- 이제식 (2007. 『신문 리디자인』. 미담.
- Barnhurst, K. G., & Nerone, J. C. (1991). Design trend in U.S. front pages, 1885-1985; Journalism Quarterly, 68, 796-804.
- Botero, M. (2004). 한국신문협회 번역, 뉴포맷; World Report , 29-33
- Harrower, T. (2012). 『뉴스를 디자인하자: 신문 춘티 벗기기』 (원서명: Newspaper designer's handbook) 김영준 외 5인 공역. 나남.
- Hutt, A. (1960). Newspaper design, Oxford, Oxford University Press.
- Hutt, A., & Bob J. (1989). Newspaper design today: a manual for professionals, London: Lund Humphries.
- Utt, Sandra H. & Pastnack, S. (1984). Front page of U.S daily newspapers, Journalism Quarterly, 61, 879-884.
- Utko, J. (2009). - 디자인은 신문을 구할 수 있

는가? 인터넷 강의자료, 제공기관: TED.
[http://www.ted.com/talks/jacek_utko_asks_c_an_design_save_the_newspaper?language=ko,](http://www.ted.com/talks/jacek_utko_asks_c_an_design_save_the_newspaper?language=ko)

