

온라인 댓글 인식과 댓글 활동의 관계에 관한 연구

댓글의 신뢰도와 인터넷뉴스 수용자의 수용경향 중심으로*

권상희**

(성균관대학교 신문방송학과 부교수)

김익현***

(아이뉴스24 기자)

본 연구는 댓글 저널리즘의 인식차원과 이에 따른 댓글 활동의 상관 정도를 측정하기 위한 논문이다. 이를 위해 댓글 사용자들이 인식하는 댓글의 특성, 뉴스 장르별 댓글유형, 사용자의 인식정도와 이에 따른 댓글 활동의 상관관계 등을 연구했다. 총 215명을 대상으로 설문 조사를 실시해 1) 댓글에 대한 인식 2) 댓글 읽기와 댓글 쓰기 활동 정도 3) 댓글에 대한 인식이 댓글 활동에 미치는 영향 등을 알아봤다.

조사 결과 사용자 유형과 뉴스장르, 댓글의 신뢰도의 차이에 따라 댓글에 대한 인식이 다르게 나타났다. 또 댓글 인식 정도에 따라 댓글 활동에도 차이가 나타났다. 더불어 세대별 댓글 인식과 선호도에도 차이가 나타났다. 즉 30대 이상 성인층들은 정치, 경제, 사회 같은 경성 기사들의 댓글을 주로 읽는 반면, 20대 이하 층은 연예, 스포츠, 생활 정보 같은 연성 기사들의 댓글을 주로 읽는 것으로 나타났다. 이는 연령에 따른 기사 구독 행태가 크게 다르지 않았다.

본 연구 결과 댓글의 기계적인 기능(상호작용, 신속성)은 높은 반면, 내용의 품질이나 효용성은 전반적으로 낮다는 것을 알 수 있었다. 또 댓글에 관한 신뢰도나 활동정도는 유형별로 차이가 나는 댓글 커뮤니케이션의 초기현상으로 설명될 수 있다. 댓글 공간을 개선하기 위해서는 실명제 같은 강제 요인보다는 트랙백처럼 사용자에게 책임감을 부여하는 방식이 더 바람직하다는 정책적 제언이 가능하다.

주제어: 융합저널리즘, 참여와 공유, 댓글 저널리즘, 인식, 신뢰도, 상호작용성

* 성균관대 BK21 지원논문. 본 논문의 완성도를 위해 세심한 지적을 해주신 심사위원님께 감사드립니다.

** skweon@skku.edu, 교신저자

*** sinfather@gmail.com

1. 문제 제기

디지털로 대표되는 인터넷은 새로운 커뮤니케이션 양식을 만들어낸다. 인터넷 뉴스는 멀티미디어성(multimedia), 하이퍼텍스트성(hypertextuality), 상호작용성(interactivity) 등의 특징이 있는 것으로 지적되고 있다. 인터넷뉴스의 커뮤니케이션 과정은 기존 매스미디어의 일방향적인 커뮤니케이션과는 달리 사용자에 의해 메시지와 정보가 선택되고 피드백(feedback)되는 상호작용적인 커뮤니케이션을 특징으로 한다(최영·김병철, 2000).

인터넷 저널리즘은 매스미디어적인 뉴스에 개인의 의사표현이라는 대인커뮤니케이션 요인이 복합되어 나타나는 융합저널리즘 양식이다. 더불어 인터넷은 송신자와 수신자의 이분법적 구분이 더 이상 유효하지 않는 상호작용의 조건을 창출한다. 인터넷의 확산으로 인해 사회적 의사소통 흐름의 수문장으로서 매스미디어의 지배적인 지위가 과거보다 약화될 수밖에 없다(홍성구, 2001). 이처럼 인터넷 언론의 상호작용성은 송신자 중심의 일방향적인 매스커뮤니케이션 구조를 개선할 수 있는 바람직한 특성이라는 데 이론의 여지가 없다. 특히 하버마스(Habermas)가 주창한 전통적 의미의 공론장(public sphere)을 사이버 공간에서 복원할 수 있다는 점에서 각별한 주목을 받고 있다(김경년·김재영, 2005). 사이버공간은 커뮤니티와 새로운 공공성이 대두되고 있는데 이를 가상공동체(the virtual community)라고 한다.

인터넷은 새로운 형태의 상호작용적인 포럼을 새로운 공론장 커뮤니티로 인식하게 된다. 이러한 공론장은 상호 의사소통의 자유를 인정하는 합리적인 인간들이 만나는 사회적 공간을 의미한다(박춘서, 2006, 18쪽). 따라서 인터넷의 새로운 커뮤니티 공간은 새로운 공론장 역할을 수행하게 된다. 이를 위해선 양방향적, 상호작용적 커뮤니케이션이 활발하게 이루어져야만 한다. 이런 관점에서 주목받는 것이 바로 인터넷을 기반으로 한 뉴스 유통과 상호작용 커뮤니케이션이다. 푸어(Poor, 2005)는 미국의 정보기술(IT) 전문 사이트인 슬래시닷(Slashdot) 분석을 토대로 하버마스의 공론장(public sphere) 개념에 잘 들어맞는다고 평가하기도 했다.¹⁾

인터넷의 상호작용적 특성은 일방향적인 정보 전달 방식을 고수했던 기자들에게도 적지 않은 영향을 미쳤다. 길모어(Gillmor)가 적절하게 지적했듯이 이제 기자들도 일방향적인 강의식 저널리즘(journalism as a lecture)에서 탈피해 대화 저널리즘(journalism as a dialogue)에 눈을 돌려야만 하는 상황이 됐다. 길모어는 또 일반인들도 저널리즘이라는 대화의 과정에 적극 참여하게 됨에 따라 보도 자료에만 의존하는 언론 문화는 서서히 사라지게 될 것이라고 강조했다(Gillmor, 2004, p.68). 이 과정에서 직접 펜과 종이를 손에 넣게 된 일반 시민들이 이제는 매스미디어라는 ‘타자’를 통하지 않고도 직접 자신들의 이야기를 할 수 있게 됐다. 미국의 저명한 블로거인 글렌 레이놀즈(Glenn Reynolds)는 이런 현상에 대해 ‘미디어에서 위-디어로(From Media to We-dia)’²⁾란 말로 표현하고 있다.

이처럼 인터넷 저널리즘이 일반 독자와 적극적인 상호작용성을 갖는데 있어 가장 중요한 역할을 하는 기제 중 하나가 바로 댓글이다. 댓글은 매스미디어 저널리즘에 대인커뮤니케이션이 융합된 새로운 공론장을 형성하면서 새로운 저널리즘 양식을 만들어 내고 있다. 최근 들어 ‘댓글 저널리즘’이라는 말까지 유행시킬 정도로 막강한 영향력을 과시하는 댓글은 특히 기자들이 쓴 기사에 대해 일반 독자들이 직접적으로 발언할 수 있는 공간으로 상당한 각광을 받고 있다.

댓글은 현재 가장 활성화되어 있는 상호작용(interactivity) 장치다. 같은 뉴스를 읽은 나와는 다른 사람들의 의견을 들을 수 있다는 점이 전통적인

1) 슬래시닷은 한 가지 이슈가 올라오면 보통 수백 개의 관련 댓글들이 따라 붙는다. 슬래시닷은 육설이 난무하는 일반 커뮤니티와 달리 진지하고 깊이 있는 토론이 오고 가는 것으로 유명하다. 특히 누구나 글을 올릴 수 있고, 또 올린 글에 대해서는 누구나 평가할 수 있는 것이 장점이다. 푸어는 특히 이런 점이 발화자의 신분이 아니라 장점에 의해 평가받았던 허버마스의 공론장 개념에 잘 들어맞는다고 평가했다(김익현, 2005, 157쪽).

2) we-dia란 용어를 처음 제안한 것은 짐 트래처(Jim Treacher)란 블로거이다. 자세한 내용은 Reynolds(2006, p.95)를 참고할 것. 트래처의 원문은 <http://jimtreaacher.com/archives/001281.html>에서 볼 수 있다.

뉴스 미디어와는 다른 인터넷 뉴스의 획기적인 특징이라고 할 수 있다. 특히 포털 뉴스의 경우 이용자의 규모가 크고 다양한 사람들이 모인다는 점에서 더 풍부하고 다양한 의견을 들을 수 있다는 점이 부각되고 있다(김은미·선유화, 2006). 댓글을 통해 다른 사람들의 인식정도와 사회적인 여론의 온도를 감지하고 세상을 이해하는 척도로 삼는다는 것이다.

전통적으로 상호작용성에는 컴퓨터 매개 커뮤니케이션인 CMC(computer mediated communication)와 미디어적인 상호작용을 하는 HCI(human computer interaction)라는 이차원의 상호작용성이 존재하는 것으로 나타났다(권상희, 2006). 이는 인터넷 미디어 사용자가 인식하는 상호작용성의 차원이 다르다는 것을 실증적으로 보여주고 있다. 메씨와 레비(Messy & Levy, 1999)는 인터넷 저널리즘의 상호작용성을 내용상 상호작용성(content interactivity)과 대인적 상호작용성(interpersonal interactivity)으로 구분하여 적용하고 있다. 그들에 의하면 내용상 상호작용성은 정보 이용자들이 기술적으로 내용을 자유자재로 이용할 수 있게 하는 정도를 가리키며, 대인적 상호작용성은 뉴스 수용자가 언론인의 기술적 도움을 통해 컴퓨터를 이용한 상호작용적인 대화를 할 수 있는 정도를 의미한다(최환진, 2004에서 재인용). 댓글은 바로 내용상 상호작용성의 밑바탕이 되는 기제로서 '이야기의 확산'에 큰 역할을 한다. 뉴스를 듣는 것에서 머물지 않고, 이를 매개로 대화를 이어나가는 것이 인간의 본능이라고 할 때 댓글은 바로 이 같은 본능을 가장 잘 충족시킬 수 있는 기제인 셈이다. 즉 전통 저널리즘 양식에 대인적 상호작용성을 첨부함으로써 이용자의 의견을 전달할 수 있다는 것이다.

뉴스는 여론의 흐름을 보여주는 사회지표(social index)이다. 더불어 이는 살아있는 생물체와 같다. 따라서 뉴스를 교환하지 않고 사는 사회가 없고, 뉴스 교환을 촉진하는 수단이 사회의식과 관습 속에 뿌리내리지 않은 사회가 없다. 대부분의 사회 구성원들은 뉴스를 교환하는 일로 그들의 시간과 관심의 대부분을 소비하고 있기 때문이다. 스티븐스(Stephens, 1995, 1997)가 적절하게 표현했듯이 인간은 대부분 뉴스를 들으면 열정을 가지고 즉시 전달하게 된다. 우리들 대부분은 자유롭고 열광적인 뉴스 전달자(news tellers)들이다.

그런 점에서 댓글은 형식적인 면에서는 인터넷과 함께 등장했지만, 그 근원을 따지고 들어가면 뉴스 전달자라는 인간의 본능에 가장 충실한 도구 중 하나라고 할 수 있다.

그렇다고 해서 댓글에 대한 인식이 긍정적인 것만은 아니다. 선행연구에서도 댓글 품질(quality)의 고저에 따라 이를 공론장의 한 요소로 보는 긍정적인 시각과 무책임한 난장 공간으로 간주하는 부정적인 시각이 맞서고 있다. 또 이런 인식 차이에 따라 댓글에 대한 인식 뿐 아니라 댓글 활동의 무게와 방향이 다르게 나타났다. 이 중, 김은미·선유화(2006)의 실험 연구는 뉴스기사에 첨부된 댓글의 품질에 따라 뉴스기사에 대한 독자들의 인식이 달라질 수 있다는 점을 보여주었고 있다. 정일권·김영석(2006)의 서베이 연구는 사용자의 댓글 읽기 행위 자체가 네티즌의 의견 형성과, 댓글이 전달하는 정보가 사실이라고 믿는 정도에 영향을 미친다는 점을 보여줬다. 특히 정일권·김영석(2006)은 댓글에 드러난 의견 분포가 여론동향과 일치한다고 믿는 정도 등과 같은 변인들이 개인의 의견 형성에 영향을 미친다고 지적했다.

본 연구는 이 같은 문제의식을 바탕으로 뉴스 이용자들의 댓글 인식이 댓글 수용과 댓글 활동, 더 나아가 인터넷 뉴스 수용에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 알아보고자 한다. 특히 다른 독자들이 댓글을 통해 많이 언급한 기사를 어떻게 받아들이는지를 살펴보고, 이를 통해 댓글이 상호작용적인 차원의 의제 설정(agenda-setting) 기능을 발휘하는지에 대해서도 함께 알아보게 된다.

웹 2.0시대를 맞이하는 시점에서 댓글은 참여와 공유를 실현하는 인터넷 미디어의 대표적인 상호작용 저널리즘 기제로 꼽힌다. 따라서 댓글의 가능성에 대해 고찰하고, 또 그 한계를 명확하게 하는 것은 시의 적절한 연구라고 할 수 있다.

2. 이론적 논의

1) 댓글 쓰기과 댓글 읽기

현실 공간에서는 말하기와 듣기가 연속적으로 같은 공간에서 이루어진다. 그러나 가상공간에서의 대화나 토론은 글을 읽고 쓰는 행위를 통해 이루어지는데, 이 두 행위는 서로 다른 공간에서 서로 다른 시간대에 이루어질 수도 있다(한해경, 2003).

최근 들어 인터넷 토론 공간의 쓰기 행위 못지않게 읽기에 대한 관심이 늘고 있다. 즉 인터넷 미디어 토론 공간이 여론에 미치는 영향을 ‘쓰기’를 통한 적극적인 참여보다는 ‘읽기’를 통한 소극적인 참여에서 찾아보고자 하는 시도를 하고 있다(정일권·김영석, 2006). 인터넷 게시판에서의 읽기는 실생활의 대화에 비해서는 상당히 능동적인 행위이다(송현주·신승민·박승관, 2006). 심지어 게시판이나 댓글에 자신의 의견을 남기지 않는 사람조차 다른 사람들이 올린 글들을 읽는 것만으로도 담론과정의 일부가 된 것 같은 느낌을 갖게 된다(Tremayne, 2007). 폴 앤드루스(Paul Andrews) 역시 블로거들이 기존 언론의 기사를 읽고, 그 기사에 링크를 걸고 하는 방식을 통해 나쁜 저널리즘을 가려내는 역할을 할 수 있다고 주장했다(Andrews, 2003). 따라서 게시판이나 댓글 공간에서 무엇인가를 읽는 것은 그 자체로 현실적인 이슈에 대해 참여하고 있다고 볼 수도 있다.

선다 등(Sundar et al, 2007, p.84)은 집단적인 게이트키퍼 시스템이 작동하는 온라인에서는 ‘밴드왜건 효과(bandwagon effect)’가 상당한 설득력을 갖고 있다고 주장했다. 실제로 구글 뉴스를 비롯한 각종 뉴스 서비스에서 집단적인 읽기가 뒷받침될 경우에는 그 뉴스 자체의 영향력이 급속도로 커지게 된다는 것이다. 선다 등은 이 같은 조사 결과를 토대로 집단성(collectivity)이 정보 가치와 인지에 큰 영향을 미친다고 주장했다.

이들은 비록 적극적으로 댓글을 쓰는 활동을 하지 않는다고 하더라도 ‘읽는 행위’를 통해 나름대로 여론 형성 과정에 기여하고 있다고 주장하고 있다.

이들의 문제의식은 소수의 슈퍼 댓글족들이 인터넷 공간의 댓글을 도배하다 시피 한다고 해서 댓글 공간을 ‘난장’으로 폼파해버리는 것은 성급하다는 점을 깨우쳐준다는 점에서 큰 의미가 있는 것으로 평가된다.

특히 김은미와 이준웅(2006)은 2004년 총선 당시 다음의 ‘하이슈 토론 광장’ 분석을 통해 ‘읽기의 재발견’을 시도하고 있어 관심을 끈다. 이들은 연구 결과를 토대로 인터넷 토론 공간에서 토론자들은 타인의 목소리에 주의를 기울이지 않고, 자신의 생각만을 일방적으로 설파하는 것이 아니라, 다른 사람들의 의견을 감지하기 위해 타인의 글을 주의 깊게 읽고, 때때로 자신의 의견을 개진하는 모습을 보인다고 주장했다. 또 인터넷 토론의 읽기와 쓰기 행위는 행위자의 차원에서 결합되어 있으며, 따라서 쓰는 자와 읽는 자의 인구사회학적 특징은 대체로 같은 것으로 나타났다고 밝혔다. 김은미와 김현주(2004) 역시 이용자의 대다수는 읽기 위주의 이용 행태를 보이고, 쓰기는 소수에 의해 주도되고 있다고 주장했다.

한혜경(2003)도 가상공간 참여자들은 자신의 글을 올리는 것보다 다른 시민들의 의견을 접하는 방식으로 참여하는 경향이 더 강하다고 주장했다. 특히 가상공간에서 글을 올리는 사람들은 즉흥적이고 무책임하게 쓰는 사람이 상당수 포함되어 있을 가능성이 존재한다면서 타인의 글을 읽는 것과 달리 자신의 글을 자주 올리는 행위가 반드시 토론 참여자로서 가져야 할 기본적인 자질은 아니라고 강조했다.

랜도우(Landow, 2006, p.7)는 블로그를 중심으로 한 ‘적극적인 읽기’를 바탕으로 한 토론에 많은 관심을 보이고 있다. 블로그 독자들은 네트워크로 연결된 컴퓨터 환경에서 글을 쓰기 때문에 ‘의견이 덧붙여진 블로그’(commented-on blog)는 트랙백³⁾을 통해 적극적인 독자의 텍스트에 연결할 수 있는

3) 트랙백이란 일종의 원격 댓글과 같은 역할을 하는 것이다. 해당 사이트에 가서 작성하도록 되어 있는 댓글과 달리 트랙백은 자신의 블로그에 글을 올린 뒤 나중에 해당 블로그의 글과 연결해주는 방식으로 운영된다. 댓글이 해당 블로그 내에서 대화를 하는 수단이라면, 트랙백은 일종의 네트워크 공간인 블로그스피어(blogsphere) 차원에서 대화를 촉진하는 기술이라고 볼 수도 있다.

것이다. 이렇게 함으로써 토론을 계속할 수 있게 된다는 것이다. 그는 또 “블로그에서 구현된 완벽한 읽기쓰기 텍스트는 탄압적이고 획일적인 목소리를 허용하지 않는다”(Landow, 2006, p.56)고 주장했다.

드렌저와 파렐(Drenzer & Farrell, 2004) 역시 네트워크 구조로 구성되어 있는 블로그스피어에서는 링크와 함께 페이지뷰가 화폐와 비슷한 역할을 한다고 주장했다. 블로그를 일종의 사회적 활동이란 관점에서 접근한 나디 등(Nardi, et al., 2004)도 블로그에서 쓰기 활동뿐 아니라 읽기 활동이 중요한 역할을 하고 있으며, 마찬가지로 ‘말하기’ 못지않게 ‘듣기’도 중요하다고 주장했다.

이들의 주장을 종합해보면 ‘읽기’ 역시 중요한 참여 행위라는 것을 알 수 있다. 이와 관련해서는 볼터(Bolter, 2001)의 주장을 새겨들을 필요가 있다. 볼터는 독자들의 선택 가능성을 글쓰기 공간의 발전 과정을 고찰하는 데 중요한 요소로 간주하고 있다. 볼터에 따르면 고대 파피루스에서는 독자들에게 별다른 선택을 제공하지 않는다. 이 때 글 읽기는 철저하게 선형적인 과정일 따름이다. 반면 두루마리와 인쇄된 책은 작가들이 같은 작업 내에서 다양한 경로를 제공할 여지가 있다. 하지만 이때도 한 경로가 다른 많은 경로들을 지배한다. 이전 글쓰기 공간에 비해 인터넷 글쓰기가 강점을 갖는 것은 바로 다양한 선택 가능성과 작가/독자의 대등한 관계 구축이다(Bolter, 2001, p. 110). ‘읽기 방식’이 발전하면서 미디어 민주화가 가능하게 됐다는 것이다.

이들의 연구는 그동안 ‘참여’나 ‘토론과정’에서 비교적 소홀하게 다루어졌던 읽기를 재조명하게 만들었다는 점에서 큰 의미가 있는 것으로 받아들여진다. 특히 인터넷 매체에서는 ‘읽기’를 통한 참여가 나름대로 중요한 역할을 한다. 각 매체들이 제공하는 ‘가장 많이 본 기사’ 코너는 다른 네티즌들의 ‘읽기’를 유발하면서 자연스럽게 의제 설정(agenda setting) 효과를 발휘하게 되는 것이다. 또 댓글 공간이나 게시판에서도 추천수와 함께 조회 수는 이후에 방문하는 독자들의 선택에 상당히 결정적인 역할을 하는 것을 쉽게 발견할 수 있다.⁴⁾

따라서 우리가 인터넷 공간에서의 참여와 공유를 이야기할 때는 적극적으로

로 발언을 하는 사람 못지않게 ‘읽는 행위’에 대해서도 관심을 기울여야 한다. 특히 최근 주요 인터넷 매체들이 기사뿐 아니라 게시판이나 댓글들도 ‘조회 수’ 순으로 볼 수 있도록 하는 서비스를 제공하는 점을 감안하면 읽기를 통한 참여 역시 비록 소극적인 차원이긴 하지만 여론 형성에 중요한 역할을 한다는 점을 인식해야 한다.

2) 댓글 저널리즘의 가능성과 한계

인터넷 뉴스생산과 소비양식 중 상호작용성과 매스 및 대인커뮤니케이션의 융합(convergence)은 새로운 댓글 저널리즘의 기능을 가져왔다. 그 첫째가 사용자의 참여이고 두 번째가 이로 인한 새로운 뉴스제공 프레임 형성이다.

(1) 사용자 참여로서 댓글 저널리즘

하버마스는 전통 미디어 공론의 장(場)에서는 언론의 독점화로 인해 소수(자본)가 여론을 독점하면서 진정한 공론의 장(場, champ)이 형성되기 어려운 것으로 파악했다. 하지만 인터넷 시대의 도래와 함께 하버마스가 지적했던 것과는 다른 새로운 형태의 공론장이 등장했다. 특히 이 중 블로그나, 댓글, UCC 등은 새로운 형태의 저널리즘의 가능성을 보여주고 있다. 물론 이들은 한계 또한 뚜렷하다. 아직까지는 성숙되지 못한 공공성과 규범성으로 인해 파괴적이고 공격적인 문제가 드러나고 있는 것이 사실이다.

전통적 미디어의 의제 설정 연구에 비해 인터넷 미디어의 의제설정 기능 연구들은 대체로 미디어 이용자의 적극적인 참여가 보다 중요한 변인으로

-
- 4) 물론 이런 효과가 긍정적인 작용만 하는 것은 아니다. 포털 기생형 인터넷 매체들 중에서는 ‘가장 많이 본 기사’에 선정되기 위해 상당히 작위적인 편집을 하는 경우가 적지 않기 때문이다. 일부 매체들은 눈길을 끄는 제목을 달아서 간단한 리드 형식의 기사만 전송한 뒤 주요 뉴스로 채택되면 다시 새로운 기사로 덧입히는 경우가 적지 않은 편이다. 또 네티즌들 역시 자신이 올린 댓글의 조회 수를 늘리기 위해 ‘낚시성 제목’을 다는 경우도 심심찮게 발견할 수 있다. 특히 포털들은 이런 ‘낚시 행위’에 현혹되지 않도록 좀 더 정교한 편집을 할 필요가 있을 것이다.

인식되고 있다(김성태·이영환, 2006). 이는 별도 공간이 선행되어야 하는 기존 공론장과 달리 인터넷 미디어 이용자들은 물리적 장소에 구애받지 않고 누구나 자유롭게 언제 어디서나 자신이 편리한 시간대에 인터넷신문 사이트에 접속한 뒤 가상의 토론 공간에 참여해 정보와 의견을 교환하고 의사소통을 할 수 있기 때문이다(김병철, 2004).

송현주 등(2006)은 인터넷 게시판을 공론장과 참여와 공유의 장으로 보고 인터넷 게시판 이용을 통해 참여자들은 자신들의 견해를 적극적으로 개진하고, 이견에 대해서는 좀 더 깊이 이해하게 됨에 따라 활발한 토론을 통해 새로운 합의를 만들어낼 수 있을 것으로 예상할 수 있다고 주장했다. 우드와 스미스(Wood & Smith, 2005)가 적절하게 지적했듯이 인터넷의 매력은 기술 자체의 신비함이 아니라 대화를 통해 사람들을 연결해줄 수 있다는 점에 있다.

이처럼 인터넷 미디어 이용자들의 적극적인 참여 공간 중 가장 중요한 역할을 하는 것이 바로 게시판과 댓글이다. 해당 뉴스의 끝 부분에 바로 글을 쓸 수 있는 댓글은 일반 독자들의 적극적인 참여 공간으로 큰 역할을 하면서 댓글 저널리즘이란 말까지 만들어내게 되었다.

다른 사람들의 의견을 들을 수 있는 인터넷 뉴스 공간에서, 특히 댓글은 손쉬운 이용자의 참여를 유도하며 현재 가장 활성화되고 있는 상호작용적인 장치다. 같은 뉴스를 읽은 나와는 다른 사람들의 의견을 들을 수 있다는 점이 전통적인 뉴스 미디어와는 다른 인터넷 뉴스의 획기적인 특징이라 할 수 있다(김은미·선유화, 2006).

그동안 부분적으로 논의됐던 댓글의 저널리즘적 가능성을 확인해준 것은 지난 2003년 미디어다음의 ‘위기의 지방대학’ 시리즈가 대표적이다. 미디어다음은 2003년 5월 3회 분량의 ‘위기의 지방대학’이란 기획 기사를 선보인 뒤 댓글 공간에 올라온 글들을 토대로 별도의 기사를 작성해 큰 반향을 불러왔다. 특히 이 시리즈는 기사보다는 댓글이 훨씬 더 많은 정보를 전달했다는 평가를 받았다(김익현, 2003, 169쪽).

김익현(2003)은 미디어다음의 이 시리즈를 토대로 “한 기사에 독자들의

댓글이 끊임없이 따라 붙고, 그 댓글에 또 다른 댓글이 붙으면서 내용을 풍성하게 만들어가는 글쓰기 방식”을 댓글 저널리즘이라고 규정했다. 일종의 네버 엔딩 스토리(never ending story) 방식인 댓글 저널리즘은 이슈에 대해 직접 반응하면서 관련된 정보를 확대 재생산한다는 점에서 상당히 긍정적인 역할을 하는 것으로 평가된다.

지난 2002년 6월에 있었던 미군의 여중생 압사사건에서도 댓글을 통한 사실 전달의 영향력을 확인할 수 있었다. 이 사건의 전개 과정에서 미군의 일방적인 발표에 대해 의혹을 제기하고 반박한 것은 전문적인 기자들이 아니라 온라인 미디어 토론 공간들에 글을 남긴 일반 시민(수용자)들이었다(정일권, 김영석, 2006). 또 지난 2004년 미국 CBS의 대표적인 앵커인 댄 래더(Dan Rather)를 낙마시킨 것 역시 블로그 공간의 이름 없는 블로거들이 올린 댓글이었다(Hewitt, 2004; 김익현, 2005).

이처럼 댓글은 다양한 관점을 제시하면서 뉴스기사에 대한 논의를 보다 풍부하게 만들어주는 소중한 이점을 갖고 있다. 댓글 등으로 풍부해진 글은 여러 관점들이 제시되면서도 독자 나름대로 필요한 부분만을 골라 읽을 수 있게 된다. 이런 과정을 통해 게시판의 글들은 내용이 풍요로워지고 신뢰성을 얻게 된다(김명근, 2005).

(2) 댓글과 새로운 뉴스 제공양식

댓글을 통해 뉴스의 흐름을 파악하고 또 특정 이슈에 관한 제3자의 의견을 통해 여론(public opinion)을 감지하기 위해 유사 통계적 감각(quasi-statistical sense)을 사용한다. 특히 사용자들은 이를 통해 뉴스프레임을 작동시킨다. 엔트만(Entman, 1993)은 프레임이란 ‘인지된 이슈의 몇 선택적인 상징, 언어, 톤(tone), 그리고 뉴스수요 과정에서 그러한 측면들을 중요한 것으로 만드는 것’이라고 한다. 따라서 댓글이 제시하는 언어 방향성, 심벌(symbol) 등은 상호작용을 하는 대화 저널리즘에서 매우 중요한 기제가 된다.

‘댓글 공간을 통한 대화’는 프레임 저널리즘의 구현이란 측면에서도 중요한 의미를 갖는다. 미국 인터넷신문들의 혁신에 관해 연구했던 파블로 보츠코

우스키(Pablo Boczkowski)는 앞으로 온라인 뉴스가 크게 세 가지 특징을 갖게 될 것이라고 주장했다. 우선 기자중심적인(journalist-centered) 뉴스가 독자 중심적인(user centered) 형태로 바뀌게 되며, 지역-전국 뉴스에 초점을 맞췄던 것에서 소지역적(micro-local) 뉴스가 득세하게 된다. 이와 함께 중요한 변화가 바로 대화의 가능성이라는 것이 보츠코우스키의 주장이다. 그는 앞으로 온라인 뉴스는 보다 다양한 목소리를 담으면서 대화의 가능성을 한층 많이 열어두게 될 것이라고 주장했다(Boczkowski, 2004, pp.185~186).

댓글 공간을 기반으로 한 토론은 참여와 속의 민주주의(deliberative democracy)의 한 형태로 기대를 갖게 만든다. 드라이젝(Dryzek, 2000, p.1)에 따르면 속의(토론)자(deliberator)들은 논의를 통해 자신들의 판단, 선호, 그리고 관점을 바꾸는 데 좀 더 유연한 자세를 보이는 것이 특징이다. 따라서 일반적으로 댓글 저널리즘이라고 할 때는 댓글 공간을 통한 시민참여 가능성에 대한 기대감을 담고 있는 것으로 평가할 수 있다.

이처럼 댓글 공간은 일방향적(one-way)인 기존 언론의 한계를 보완하는 매스미디어와 대인커뮤니케이션의 상호작용성(interactivity)이 작용하는 중요한 기제로 평가된다. 이와 관련해 애트킨 등(Atkin, et al., 2005)은 인터넷 미디어가 실시간 대인 커뮤니케이션을 통해 대중 매체로서 갖는 한계를 보완할 수 있다고 주장했다. 애트킨(Atkin, 2005) 등은 온라인 채팅룸 같은 것들만 거론했지만, 댓글이나 게시판 같은 상호작용 기제들 역시 비슷한 역할을 하는 것으로 평가할 수 있다.

댓글이 긍정 프레임 기능만 하는 것은 아니다. 연예인 X파일 사건이나 나훈아 괴담 사건 발생 당시 근거 없는 각종 소문들이 확대 재생산된 것도 바로 댓글 공간을 통해서였다. 또 익명, 비실명을 사용한 사건 기사 뒤에는 거의 예외 없이 특정인을 거론한 댓글들이 올라온다. 이 같은 상황은 소수의 슈퍼 댓글족들이 댓글 공간을 주도하는 최근 상황과 무관하지 않다.

실제로 국내 대표적인 포털 사이트인 네이버가 회원들의 뉴스 댓글란 이용 방식을 분석한 결과 이용자의 0.25%가 전체 댓글의 50%를 생산하는 것으로 조사됐다. 또 전체 하루 평균 이용자 120만 명 중 하루 평균 12만 건 가량의

댓글을 쓰는 네티즌은 전체 이용자의 25%인 3만 명에 불과한 것으로 확인됐다. 특히 뉴스 서비스 이용자의 0.25%가 전체 댓글의 50% 가량을 쓰고 있는 것으로 나타났다(강양구, 2006). 이처럼 극소수의 슈퍼 댓글족들이 댓글 공간을 주도한다는 것은 댓글을 통한 여론 조작 가능성에 대해서 우려하지 않을 수 없게 만든다. 댓글 공간(reply space)에 대해 ‘난장’(김경년, 김재영, 2005)이나 ‘게토’(이기형, 2004) 같은 평가가 가해지는 것 역시 이 같은 상황과 무관하지 않다.

(3) 댓글에 대한 인식과 댓글 수용

앞에서 논의했듯이 댓글은 새로운 뉴스 양식이란 가능성과 함께 여론 조작의 도구라는 함정을 동시에 갖고 있다. 그런 만큼 댓글에 대해 어떻게 인식하느냐는 것이 댓글 저널리즘이란 새로운 개념의 성립 여부에 절대적인 영향을 미친다. 독자들이 댓글 공간을 무분별한 난장이라고 인식할 경우엔 댓글 저널리즘 자체가 성립되기 힘들 수도 있다. 또 독자들이 댓글을 제대로 신뢰하지 않거나, 댓글 공간이 욕설이나 비방이 판치는 혼탁한 공간이라는 생각을 갖고 있을 경우엔 이 공간에 참여하는 것 자체를 꺼릴 수도 있다. 이는 곧 댓글의 영향력 저하로 이어질 수도 있다.

따라서 댓글 저널리즘에 대해 이야기할 때는 선스타인(Sunstein, 2007)의 지적처럼 비슷한 생각을 갖고 있는 무리들(like-minded)이 모여서 고립된(enclave) 공론장, 즉 파편화된 공론장을 형성할 가능성에 대해서도 고려해야만 한다. 댓글이 오히려 더 배타적이고 독선적인 프레임을 확대 재생산할 수도 있기 때문이다. 이민웅 등(2006, 357쪽)이 적절하게 지적했듯이, 지역·계층·종교·정치·취향 등 여러 이유로 고립된 공론장에 모이는 사람들이 그들의 선입견에 맞는 배타적인 정보와 편향된 의견만을 접촉하게 된다면, 그런 공론장은 사회를 더욱 분열적이고 대결적으로(balkanized) 만들 가능성이 많다.

특히 댓글에 근거 없는 비방이나 욕설이 난무할 경우엔 댓글 활동에 대한 부정적인 인식으로 이어질 수도 있다. 이럴 경우엔 댓글이 뉴스를 기반으로 한 대화와 토론을 극대화해 줄 것이란 기술적 가능성에도 불구하고, 실제로는

독자들에게 아무런 참여 유인이 되지 못할 가능성도 배제할 수 없다.

댓글에 대한 인식과 뉴스 읽기에 대한 상관관계에 대해서는 김은미와 선유화(2006)의 연구를 주목할 만하다. 이들은 댓글에 대한 노출이 뉴스 수용에 미치는 효과에 대한 연구를 통해 댓글이 이용자에게 미치는 영향은 전반적으로 약한 편이라는 사실을 밝혀냈다. 이들에 따르면 댓글을 통해 정보를 얻거나, 댓글에서 제시된 정보에 동의하는 정도가 낮은 것으로 나타났다. 이들은 또 댓글의 존재 자체가 기사의 평가에 영향을 미치지 않는다고 주장했다. 이는 댓글 저널리즘에 대한 무분별한 기대를 경계하게 만들어준다는 점에서 의미 있는 연구 결과인 것으로 판단된다. 김은미와 선유화는 자신들의 연구 한계를 지적하면서 뉴스 주제에 따른 댓글의 효과를 보는 것도 유의미한 연구가 될 것이라고 주장했다.

국내 주요 포털 뉴스의 의제 설정 과정을 연구한 최민재(2006)는 뉴스 장르와 댓글의 상관관계에 대해 의미 있는 결과를 내놓고 있다. 최민재는 독자들이 많이 읽는 뉴스는 주로 연예, 스포츠 같은 연성 뉴스들이었지만 댓글 활동은 주로 진지한 뉴스들에 집중적으로 이루어지고 있다고 밝혔다. “네티즌들은 기사를 볼 때 감정 유발성 내용을 담은 기사를 선호하지만, 많은 댓글이 달리는 기사는 감정적인 반응을 유발하는 기사보다는 이상적인 내용이 담긴 기사 형태였다”(최민재, 2006, 83쪽)는 것이다. 최민재는 이 같은 연구 결과를 토대로 “네티즌들이 댓글을 다는 기사는 감정적인 동인에서 출발하지만 ‘뉴스박스’에 올라온 기사나, ‘네티즌들이 많이 본 기사’보다 사회적 공익성이라는 기준으로 볼 때 긍정적인 면이 많았다”(88쪽)고 주장했다.

최민재(2006)의 연구는 기사 유형에 따른 댓글 활동에 대해 고찰했다는 점에서 큰 의미를 갖는다. 하지만 댓글 수만을 단순 비교 분석했다는 점에서는 한계가 있는 것으로 평가된다. 슈퍼 댓글족들이 전체 댓글 공간을 주도하고 있는 현실을 감안하면 단순히 댓글 수가 많다고 해서 독자들이 활발한 상호작용을 보이고 있다고 결론짓는 것은 다소 성급할 수도 있기 때문이다. 이런 한계를 보완하기 위해서는 독자들을 상대로 한 실증 연구가 덧붙여져야 할 것으로 판단된다.

3. 연구문제 및 연구방법

1) 연구문제

본 연구는 댓글 활동을 댓글 읽기와 쓰기라는 두 개의 다른 차원 커뮤니케이션 활동에서 살펴볼 필요가 있다는 문제의식에서 출발했다. 댓글이 가지는 융합저널리즘 기능과 댓글의 상관관계를 바탕으로 기사 장르와 수용자의 성별, 연령별 변인에 따라 댓글 읽기와 쓰기(참여와 공유) 활동에 어떤 차이가 나타나는지를 알아보고자 했다. 뉴스 주제나 성별, 연령별 차이에 대한 댓글 활동을 알아보려는 것은 선행연구(김은미·선유화, 2006; 최민재, 2006)에서 한계로 지적했던 부분을 보완하기 위한 것이기도 하다. 이와 함께 댓글에 대한 인식이 댓글 활동에 어느 정도의 영향을 미치는지에 대해서도 살펴보고 했다. 이를 위해 다음과 같은 연구 문제를 설정했다.

- 연구문제 1 인터넷 뉴스 이용자들의 댓글에 대한 인식은 어떠한가?
- 연구문제 2 인터넷 뉴스에서 기사 장르별로 댓글 읽기, 쓰기 활동에 차이가 나타나는가?
- 연구문제 3 성별 연령별에 따라 댓글 읽기, 쓰기 활동에 차이가 나타나는가?
- 연구문제 4 댓글에 대한 인식이 댓글 활동에 어떠한 영향을 미치는가?

2) 연구 방법

본 연구는 댓글이 독자들의 뉴스 수용 양식에 어떤 영향을 끼치는지를 알아보기 위한 것이다. 이를 위해선 수용자들을 의식을 조사하는 것이 필요하다고 판단하고 문헌연구를 통하여 기본적인 변인들을 추출해내고 이들의 관계를 검토하기 위해서 구조화된 설문지를 사용되었다. 따라서 본 연구는 총 38개 문항으로 구성된 자기기입식 설문지를 준비했다. 5점 척도로 된

설문지는 크게 인터넷 뉴스 이용 동기, 뉴스 이용 채널, 뉴스 이용 형태, 댓글에 대한 인식, 댓글 읽기쓰기 활동 정도 등으로 구성됐다. 또 설문 조사를 통해 댓글에 대한 독자들의 신뢰와 댓글 공간에 대한 기피 정도, 댓글을 통한 정보 습득에 얼마나 적극적인지 여부를 알아봤다. 이와 함께 독자들은 실제로 댓글이 많이 붙은 기사에 대해 더 많은 관심을 보이는지 등에 대해서도 함께 분석했다. 이런 분석 결과들을 토대로 댓글 읽기와 댓글 쓰기가 뉴스 수용과 어떤 상관관계가 있는지를 알아봤다.

서베이는 사용자가 인식하고 있는 댓글에 대한 인식과 활동 특성 등을 측정하기 위한 구조화된 질문지를 사용하여 실시하였다. 이번 연구를 위해 서울과 광주 지역의 대학생과 대학원생들, 그리고 경기 지역의 중고등학생을 대상으로 서베이를 실시했다. 대학생들은 주로 연구자들이 강의하고 있는 학교 학생들을 대상으로 했으며, 중·고등학생들을 대상으로 한 서베이는 현직 교사의 도움을 받았다. 이와 함께 서울 지역 직장인들에게도 설문지를 배포했다. 직장인들을 연구 대상에 포함시킨 것은 상대적으로 댓글 활동이 활발한 것으로 알려진 학생층과의 비교 분석이 의미 있을 것이란 판단에 따른 것이다. 설문 대상자들 중 20대 미만은 중고생이며, 20~29세는 대학생 및 대학원생들이다. 직장인들은 전원 30대 이상이었다. 이들을 대상으로 2006년 11월 20일부터 12월 5일 사이에 총 300부의 설문지를 배포했으며, 이 중 230부를 회수했다. 회수한 설문지 중 불성실하게 답변한 15부를 제외하고 총 215부를

<표 1> 응답자의 인구통계학적 특성

구분	변인	사례 수	비율(%)
성별	남성	87	40.5
	여성	128	59.5
나이	20세 미만	60	27.9
	20~29세	118	54.9
	30~39세	12	5.6
	40~49세	20	9.3
	50세 이상	5	2.3

분석에 사용했다. 설문 응답자들의 인구 통계학적 특징은 <표 1>과 같다.

3) 주요 변인에 대한 조작적 정의

댓글 저널리즘의 가능성과 한계가 독자들의 뉴스 수용에 어떤 영향을 미치는지를 알아보는 것이 본 연구의 목적이다. 따라서 댓글에 대한 독자들의 인식을 알아보는 것이 필요하다. 질문문항은 다음과 같이 구성된다. 먼저, 일반적인 댓글 저널리즘 이용에 대한 질문들이다. 1차원적으로 댓글 인식에 관한 측정 2차원적으로 댓글 활동(댓글 일기, 쓰기), 3차원적으로 활동하는 장르에 관한 측정이다. 더불어 이용하는 인터넷 미디어에 따른 이용 시간, 댓글 이용 동기 등이 측정된다. 측정은 리커트 5점척도를 사용하여 구조화된 설문지를 통해 자료를 수집하였다.

따라서 연구자들은 댓글의 신뢰도, 기피도, 선호도, 유인도라는 4개의 변인에 대한 조작적 개념을 아래와 같이 정의하였다.

① 댓글 신뢰도

댓글 신뢰도는 수용자들이 댓글에서 본 내용을 얼마나 믿는지에 대해 측정 한 것이다. 즉 “나는 댓글에서 본 내용을 믿는다”는 질문을 토대로 ‘1=전혀 신뢰하지 않는다’에서 ‘5=매우 신뢰한다’는 5점 척도로 측정했다.

② 댓글 기피도

이 연구에서 댓글 기피도란 독자들이 댓글에 대해 갖게 된 부정적인 인식으로 인해 댓글 활동을 하지 않으려는 정도를 의미한다. 따라서 조사대상자들에게 “댓글에 근거 없는 비방이 너무 많아 보지 않는다”는 설문문항을 제시한 뒤 이에 대한 답변을 5점 척도로 측정했다.

③ 댓글의 정보성(선호성)

댓글은 기사에서 제시되지 아니한 정보를 얻기 위한 공간으로 사용되기도

한다. 경우에 따라선 기사나 해당 매체의 게이트키퍼 망에 걸린 정보가 유통되기도 하는 것이다. 이번 연구에서는 실제로 독자들이 기사에 부족한 정보를 얻기 위해 댓글을 읽는 경우가 있는지에 대해서도 알아보기 위해 ‘댓글의 정보성’이라는 변인을 설정했다. 이를 어느 정도 선호하는가의 정도를 측정하는 댓글 정보 선호성을 추가하였다.

④ 댓글의 유인도

포털 뉴스의 댓글은 이용자에게 일종의 신호(signal) 역할을 할 수 있다. 뉴스 기사에 댓글이 있음으로 해서 다른 사람들도 그 뉴스에 주목하였다는 점을 가시적으로 알 수 있게 해준다(김은미·선유화, 2006). 따라서 댓글이 많이 붙은 기사는 독자들의 관심을 더 많이 끌 것이라는 가정을 해볼 수 있다. 이번 연구에서 댓글의 유인도란 댓글을 읽은 독자들이 기사를 읽고 싶은 마음이 들도록 만드는 것으로 조작적 정의를 내렸다. 따라서 댓글이 많이 붙어 있는 기사에 대해 더 많은 관심을 보일 경우에는 댓글의 유인도가 높은 것으로 평가했다.

4. 연구 결과

1) 댓글에 대한 인식

조사 결과 인터넷 뉴스 이용자들은 댓글이 인터넷 매체의 장점이다(3.22)는 데 대해서는 비교적 동의하는 편이었다. 또 댓글이 여론을 형성하는 데 중요한 역할을 하는냐는 질문에 대해서도 대체로 그렇다(3.03)고 응답했으며 댓글은 개인이 자기 의견을 표현할 수 있는 민주적인 공간이다(3.29)고 생각했다. 하지만 대다수 이용자들은 댓글에 근거 없는 비방이 너무 많다(3.93)고 응답해 댓글에 대해 부정적인 인식을 갖고 있는 것으로 조사됐다. 이는 뉴스 이용자들이 댓글에 대해 관심을 갖고 있긴 하지만, 댓글 공간에서 오가는 담론들에

<표 2> 댓글에 대한 인식

항목	평균
댓글은 인터넷 매체의 장점이다	3.25
댓글은 정보를 얻는 데 유용하다	2.80
댓글이 많은 기사는 정보도 많다	2.68
나는 기사보다 댓글에 담긴 내용들을 더 신뢰한다.	1.98
댓글은 여론을 잘 반영한다.	2.85
댓글은 여론을 형성하는 데 중요한 역할을 한다.	3.03
칭찬하는 댓글이 많은 기사는 좋은 기사이다.	2.88
악플이 많은 기사는 나쁜 기사이다.	2.51
댓글은 개인이 자기 의견을 표출할 수 있는 민주적인 공간이다	3.29
댓글을 쓰는 사람들은 나와는 다른 특별한 사람들이다	2.20
댓글에 근거 없는 비방이 너무 많다	3.93

* 크론바하 알파(Chronbach's α)=.81

항목별은 5점 척도(1=전혀 그렇지 않다. 3=보통이다. 5=매우 그렇다.)

대해서는 큰 신뢰를 보이지 않고 있다는 것을 알 수 있다. 전체적으로 댓글의 상호작용 기제에 관한 인식은 긍정적인 평가를 반대로 댓글 품질과 내용성은 낮은 평가를 나타내고 있다.

댓글 활동에 대한 반응 역시 비교적 낮은 편이었다. 댓글을 자주 읽는다(3.01)는 질문에 대해서만 보통이라고 응답했을 뿐 나머지 부분에 대한 척도들은 대체로 낮은 편이었다. 특히 조사 대상자들은 댓글을 거의 쓰지 않는다(1.75) 편이었으며, 댓글이 많다고 해서 기사에 대한 흥미를 더 많이 유발하는 것도 아니었다(2.81)고 응답했다.

이같은 조사 결과는 댓글 저널리즘이란 용어 자체가 실제보다는 다소 부풀려져 인식되고 있다는 것을 의미하는 것으로 해석할 수도 있다. 즉, 대다수 독자들에게 댓글 공간은 기사를 보완하는 추가 정보를 얻을 수 있는 곳이라기 보다는 욕설과 비방이 난무하는 '난장'과 비슷한 공간으로 받아들여지고 있다는 것이다. 또 댓글이 인터넷 매체의 장점이라는 점에 대해서는 비교적 동의를 하는 편이지만, 댓글에 대한 신뢰도는 그리 높지 않은 것으로 나타났으며,

<표 3> 댓글 활동에 대한 인식

항목	평균
댓글을 자주 쓴다	1.75
댓글을 자주 읽는다	3.01
댓글 읽는 것을 좋아한다	2.73
댓글 쓰는 것을 좋아한다	1.89
기사보다 댓글 읽는 재미가 더 좋다	2.30
기사에서 부족한 정보를 찾기 위해 댓글을 읽는다	2.58
댓글이 많은 기사에 더 관심을 갖는다	2.81
기사에 댓글이 많으면 나도 댓글을 쓰게 된다	1.84
댓글을 통해 욕설을 한 적 있다	1.53
욕설·비방 댓글에 반박하는 댓글을 쓴 적 있다	1.83
기사 내용이 내 생각과 다를 땐 댓글을 통해 지적한다	2.10
댓글이 내 생각과 다를 땐 반박 댓글을 쓴다	1.98
멋진 기사를 읽으면 댓글로 칭찬한다	2.34

* 크론바하 알파(Chronbach's α)= .876

항목별은 5점 척도(1= 전혀 그렇지 않다. 3=보통이다. 5=매우 그렇다.)

따라서 댓글 공간을 통해 부가적인 정보를 취득하는 등의 활동에는 극도로 소극적인 편이었다. 댓글 관련한 능동적인 활동보다는 수동적인 정보수용활동을 보이고 있다.

또 인터넷에서 뉴스를 보는 이유를 묻는 설문 조사 결과에서도 알 수 있듯이 전반적으로 댓글은 유인 효과가 약한 것으로 나타났다. 즉 댓글을 읽을 수 있기 때문(3.04)이라거나 댓글을 쓸 수 있기 때문(2.29)이라는 응답은 속보성이 뛰어나다(3.65)거나 다양한 기사를 한꺼번에 볼 수 있다(3.92)는 요인에 비해 상대적으로 응답 비율이 낮았다. 결국 독자들은 댓글보다는 속보성이나 기사의 다양성 때문에 인터넷 매체를 선호한다는 것을 알 수 있다. 즉 전체적으로 댓글이 제공하는 기계적인 기능이 콘텐츠적인 기능보다 효용성이 뛰어나다고 할 수 있다.

<표 4> 인터넷 매체에서 뉴스를 보는 이유

항목	평균
속보성이 뛰어나다	1.75
다양한 기사를 한꺼번에 볼 수 있다	3.01
다른 곳에서 볼 수 없는 기사가 많다	2.73
기사가 재미있다	1.89
인터넷을 많이 이용하기 때문이다	2.30
댓글을 읽을 수 있기 때문이다	2.58
댓글을 쓸 수 있기 때문이다	2.81

* 크론바하 알파(Chronbach's α)= .681

이번 조사 결과 독자들은 댓글이 개인의 의견을 표출하는 공간이라는 점에 대해서는 대체적으로 동의했다. 하지만 댓글이 독자들에게 미치는 영향은 비교적 미약하다는 것을 확인할 수 있었다. 또 댓글 읽기 활동은 비교적 많이 하고 있는 편이지만, 자신과 생각이 다른 글에 대해 반박하거나, 동의하는 글에 동의를 표하는 등의 댓글을 쓰는 행위는 극도로 소극적이었다. 이는 댓글이 독자를 유인하는 힘은 상당히 미약하다는 의미로 해석할 수도 있을 것 같다.

이는 그동안 온라인 저널리즘의 장점 중 하나로 꼽혔던 댓글을 통한 상호작용성에 대해 새롭게 인식할 필요성이 있다는 점에서 큰 의미를 갖는 것으로 평가된다. 기술적으로 상호작용적인 토론이 가능한 공간이라는 것과 실제로 상호작용성이 활발하게 이루어진다는 것은 다른 차원의 문제라는 것이다. 따라서 이 같은 연구 결과는 댓글의 상호작용성을 이야기할 때 좀 더 실증적이고 과학적으로 접근해야 한다는 것을 보여준다는 점에서 큰 의미를 찾을 수 있다.

2) 기사 장르별 댓글 활동

기사 장르별 댓글 활동을 조사한 결과 전반적으로 댓글 읽기 활동이 댓글

<표 5> 기사 장르별 댓글 읽기와 댓글 쓰기

기사 장르	댓글 읽기	댓글 쓰기
정치	2.40	1.70
경제	2.20	1.65
사회	2.60	1.78
문화	2.60	1.81
연예-오락	3.07	2.02
스포츠	2.51	1.73
생활-정보	2.66	1.83
사설-칼럼	2.39	1.74

쓰기에 비해서는 활발하다는 것을 알 수 있다. 이는 한 달 평균 70건 이상의 댓글을 작성하는 슈퍼 댓글 족이 인원으로는 전체의 3.4%에 불과하지만 이들이 전체의 절반이 넘는 무려 221만 건의 댓글을 올린다는 네이버 조사 결과에서 볼 수 있는 것처럼 네티즌들은 전반적으로 댓글 쓰기보다는 댓글 읽기 활동이 훨씬 활발하다는 것을 알 수 있다.

이 같은 조사 결과는 대다수 네티즌들이 아직 쓰기를 통한 적극적인 참여 뿐 아니라 읽기 활동을 통한 소극적인 참여 역시 제대로 하지 않고 있다는 것을 의미한다. 이는 또한 슈퍼 댓글 족으로 지칭되는 극소수 네티즌들이 댓글 공간을 지배하고 있는 상황을 그대로 반영하고 있는 것으로 볼 수도 있다.

기사 장르별 조사에서는 연예기사가 댓글 읽기(3.07)나 댓글 쓰기(2.02) 모두 가장 높은 비율을 차지했다. 하지만 연예 기사 이외에는 댓글 읽기나 쓰기 면에서 별다른 차이를 발견하기 힘들었다. 이는 네티즌들의 댓글 활동 자체가 극도로 소극적이기 때문에 조사 대상자 중 절대 다수를 차지하는 학생들이 관심을 갖는 연예-오락 뉴스 외에는 댓글에 대해 별다른 관심을 갖지 않기 때문으로 분석된다.

3) 성별-연령별 댓글 활동

남녀 성별에 따른 비교를 위해 t-테스트를 실시한 것이 <표 6>과 <표 7>이다. 레빈(Levene)의 등분산 검정 결과 유의 확률이 모두 0.05보다 크므로 등분산이 가정된다. 따라서 정치, 경제, 연예-오락, 생활-정보 기사에 대한 댓글 읽기 면에서 남녀 간의 차이를 보이고 있다. 즉 정치, 경제 기사 댓글은 남자들이 더 많이 읽는 반면, 연예-오락, 생활-정보 기사는 여성들이 남성에게 비해 댓글을 더 적극적으로 읽는 것으로 나타났다. 반면 댓글 쓰기 활동은 연예-오락 기사를 제외하고는 대체로 남성들이 조금 더 적극적인 것으로 나타

<표 6> 성별 댓글 읽기 비교

기사장르	성별	사례 수	평균	통계검정	
				t 값	유의확률
정치	남성	87	2.71	3.191	.002**
	여성	128	2.20		
경제	남성	87	2.44	2.873	.004**
	여성	128	2.03		
사회	남성	87	2.74	1.498	.136
	여성	128	2.50		
문화	남성	87	2.59	-.102	.918
	여성	128	2.60		
연예오락	남성	87	2.71	-3.515	.001**
	여성	128	3.30		
스포츠	남성	87	2.66	1.539	.125
	여성	128	2.41		
생활정보	남성	87	2.43	-2.548	.012*
	여성	128	2.81		
사설칼럼	남성	87	2.38	-.073	.942
	여성	128	2.39		

* P<.05. ** P<.01

났다. 하지만 정치, 경제, 사회 기사에 대해서만 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다.

이 같은 연구 결과는 남성들은 비교적 경성 기사를 선호하고, 여성들은 연성 기사에 더 많은 관심을 보인다는 기존 연구 결과가 댓글에도 그대로 적용된다는 것을 보여준다. 이는 관심 있는 기사일 경우에는 본문뿐 아니라 댓글에도 더 많은 시선을 보내게 된다는 추론도 가능하게 만들어준다.

연령별 댓글 활동의 차이를 검증하기 위해 20대 이하와 30대 이상 그룹으로 나눈 뒤 기술통계를 실시했다. 이는 20대 이하 표본들이 학생인 반면 30대 이상 그룹은 직장인들로 구성되어 있다는 점을 감안한 것이다. 이렇게

<표 7> 성별 댓글 쓰기 비교

기사장르	성별	사례 수	평균	통계 검정	
				t 값	유의확률
정치	남성	87	1.91	2.745	.007**
	여성	128	1.56		
경제	남성	87	1.85	3.074	.002**
	여성	128	1.52		
사회	남성	87	1.98	2.550	.011*
	여성	128	1.65		
문화	남성	87	1.91	1.233	.219
	여성	128	1.75		
연예오락	남성	87	1.90	-1.265	.207
	여성	128	2.10		
스포츠	남성	87	1.85	1.606	.110
	여성	128	1.64		
생활정보	남성	87	1.85	.228	.820
	여성	128	1.82		
사설칼럼	남성	87	1.92	2.290	.023*
	여성	128	1.63		

* P<.05. ** P<.01

<표 8> 연령별 댓글 읽기 비교

기사장르	성별	사례 수	평균	통계 검정	
				t 값	유의확률
정치	30대 이상	37	2.70	1.679	.095
	20대 이하	178	2.34		
경제	30대 이상	37	2.54	2.258	.025*
	20대 이하	178	2.12		
사회	30대 이상	37	2.95	2.081	.039*
	20대 이하	178	2.52		
문화	30대 이상	37	2.68	.498	.619
	20대 이하	178	2.58		
연예오락	30대 이상	37	2.65	-2.260	.025*
	20대 이하	178	3.15		
스포츠	30대 이상	37	2.24	-1.515	.131
	20대 이하	178	2.56		
생활정보	30대 이상	37	2.73	.445	.657
	20대 이하	178	2.64		
사설칼럼	30대 이상	37	2.59	1.250	.213
	20대 이하	178	2.34		

* p<.05 ** p<.001

분류한 뒤 조사한 결과 정치, 경제, 사회, 문화, 사설-칼럼, 생활문화 등에서는 30대 이상 그룹이 댓글을 많이 읽는 것으로 나타났으며, 연예오락과 스포츠 기사에서만 20대 이하 그룹의 댓글 읽기가 두드러지게 나타났다. 하지만 t검증 결과 경제, 사회, 연예오락 부문에서만 유의미한 차이를 나타냈다. 이 같은 연구 결과는 학생들이 주로 연예, 오락 기사에 흥미를 느끼는 반면, 직장인들은 상대적으로 경제, 사회 분야에 많은 관심을 갖고 있는 데 따른 것으로 분석할 수 있다.

반면 댓글 쓰기에서는 조금 다르게 나왔다. 경제, 사설-칼럼을 제외한 나머지 장르 기사에서는 30대 이상 그룹에 비해 20대 이하 그룹이 댓글을 더

<표 9> 연령별 댓글 쓰기 비교

기사장르	성별	사례 수	평균	통계검정	
				t 값	유의확률
정치	30대 이상	37	1.65	-.389	.697
	20대 이하	178	1.71		
경제	30대 이상	37	1.68	.204	.838
	20대 이하	178	1.65		
사회	30대 이상	37	1.73	-.367	.714
	20대 이하	178	1.79		
문화	30대 이상	37	1.73	-.609	.543
	20대 이하	178	1.83		
연예오락	30대 이상	37	1.68	-1.976	.049*
	20대 이하	178	2.09		
스포츠	30대 이상	37	1.68	-.353	.725
	20대 이하	178	1.74		
생활정보	30대 이상	37	1.73	-.721	.472
	20대 이하	178	1.85		
사설칼럼	30대 이상	37	1.81	.476	.635
	20대 이하	178	1.73		

* P<.05, ** p<.001

많이 쓴다고 응답한 것이다. 결국 30대 이상 그룹은 선호하는 기사 유형에 따라 댓글 읽기도 같이 늘어나긴 하지만 댓글 쓰기 면에서는 다소 소극적이라는 것을 알 수 있다. 하지만 연예오락 기사를 제외하면 통계적으로 유의미한 차이를 발견하기는 힘들었다.

이 같은 연구 결과는 통상적으로 학생층과 여성 독자들이 연예, 오락 같은 연성 기사를 선호하는 반면 남성 직장인들은 정치, 경제, 사회 같은 경성 기사에 더 많은 관심을 갖는다는 기존 연구들과 일치하는 것이다. 즉, 인터넷 뉴스의 댓글에 대한 관심은 그들이 선호하는 뉴스 장르와 크게 다르지 않다는 것을 알 수 있다.

하지만 이런 차이에도 불구하고 전반적으로 댓글 읽기나 쓰기 정도는 전반적으로 낮았다. 이는 앞서도 지적했듯이 극소수의 슈퍼 댓글 족들이 댓글 공간을 주도하고 있는 상황과 무관하지 않은 것으로 풀이된다. 따라서 기사 장르별 댓글 활동에 대한 차이보다는 댓글 자체에 대한 소극적인 반응에 더 관심을 기울여야 할 것으로 판단된다.

4) 댓글에 대한 인식과 댓글 활동의 상관관계

댓글에 대한 인식이 댓글 읽기와 쓰기에 미치는 영향을 알아보기 위해 상관관계 분석을 실시한 결과가 <표 10>과 <표 11>이다. <표 10>에서는

<표 10> 댓글에 대한 인식과 댓글 쓰기의 상관관계

		댓글 쓰기	댓글 신뢰도	댓글 기피도	댓글 정보 선호도	댓글 유인도
상관 관계	댓글 쓰기	1.000				
	댓글 신뢰도	.220	1.000			
	댓글 기피도	-.021	-.032	1.000		
	댓글정보 선호도	.218	.337	-.009	1.000	
	댓글 유인도	.095	.332	-.003	.391	1.000

N=215, 유의 확률 양쪽 .000.

<표 11> 댓글에 대한 인식과 댓글 읽기의 상관관계

		댓글 읽기	댓글 신뢰도	댓글 기피도	댓글 정보 선호도	댓글 유인도
상관 관계	댓글 읽기	1.000				
	댓글 신뢰도	.320	1.000			
	댓글 기피도	-.162	-.032	1.000		
	댓글정보 선호도	.466	.337	-.009	1.000	
	댓글 유인도	.433	.332	-.003	.391	1.000

N=215, 유의 확률 양쪽 .000.

댓글의 신뢰도가 댓글 정보선호도와 유인도와에는 상관관계가 높게 나타났다. 더불어 분석을 위해서 설문 항목 중 댓글에 대한 신뢰도, 근거 없는 비방 등으로 인한 댓글 기피도, 추가적인 정보를 찾기 위해 댓글을 읽는다는 댓글 정보에 대한 선호도($r=0.466$), 그리고 댓글이 많은 기사를 좀 더 적극적으로 읽게 된다는 댓글 유인도($r=0.433$) 등을 주요 요인으로 뽑았다.

<표 11>에서 알 수 있듯이 댓글에 대한 신뢰도가 높을 경우엔 댓글 읽기에 긍정적인 영향을 미친다. 특히 네 가지 요인(신뢰도, 기피도, 선호도, 유인도)들 중 댓글 정보에 대한 선호도가 댓글 읽기에 미치는 영향이 가장 높은 것으로 나타났다. 댓글이 많이 붙어 있는 기사일수록 더 많은 관심을 갖게 된다는 것이다.

이처럼 댓글 신뢰도나 유인도, 댓글 정보에 대한 선호도 등이 댓글 활동에 긍정적인 영향을 미치긴 하지만 그 상관관계는 극히 약한 것으로 나타났다. 즉 설문조사에 응답한 사람들은 댓글의 내용을 신뢰한다고 해서 댓글 쓰기에 더 적극적이라고 보긴 힘든 편이다. 정도는 다르지만 댓글 읽기 역시 비슷하게 나타났다. 댓글에 근거 없는 비방이 많다고 생각할 경우엔 댓글 읽기에 부정적인 영향을 미치긴 하지만 그 상관관계는 그렇게 높지 않은 편이었다. 이번 조사 결과 댓글 활동과 댓글에 대한 인식은 큰 상관관계가 없다는 것을 알 수 있었다.

이는 대다수 독자들이 댓글에 대해 심각하게 생각하지 않기 때문으로 추론해볼 수 있다. 댓글 쓰기뿐 아니라 댓글 읽기 역시 아직은 활발하지 않은 데다, 댓글에 올라온 내용들 역시 자신의 입장을 바꿀 정도로 강력한 외부 충격 요인이 되지 못하고 있다는 것이다. 이와 함께 아직은 댓글 공간 자체가 진지한 담론의 장으로 자리 잡지 못하고 있는 현 주소를 그대로 보여주고 있는 것으로 판단할 수 있다.

5. 연구 결과의 요약과 이론적 함의

댓글은 온라인 저널리즘 특유의 장점으로 기자들과 독자 간의 상호작용성을 극대화할 수 있는 도구로 각광을 받았다. 또 일방향 커뮤니케이션을 고수하는 기존 언론의 약점을 보완할 수 있는 대표적인 상호작용 기제로 작용할 것이란 기대를 받으면서 ‘댓글 저널리즘’이란 말까지 탄생시켰다. 온라인 저널리즘이 기존 오프라인 저널리즘과 차이를 나타낼 수 있는 것은 바로 댓글 공간을 통해 기사에서 제기된 이슈에 대해 양방향 커뮤니케이션을 할 수 있다는 점이 중요한 덕목으로 꼽혔다.

하지만 이번 조사 결과 댓글에 대한 독자들의 인식은 생각처럼 높지 않은 편이었다. 댓글이 인터넷 매체의 장점이란 점에 대해서는 대체로 동의했지만, 댓글을 통해 부가적인 정보를 얻거나 적극적으로 댓글 활동을 하는 사람은 드문 것으로 나타났다. 대다수 응답자들은 인터넷신문을 이용하는 요인으로 댓글보다는 속보성과 뉴스의 다양성 같은 것을 꼽았다.

전체적으로 매스미디어 내용에 관한 대인상호작용성의 기제인 댓글의 미디어적인 효용성에는 긍정적인 평가를 하는 반면, 댓글내용의 품질에 관한 평가는 부정적으로 나타났다. 이는 일반적인 뉴미디어 발달 과정에 나타나는 초기수용 과정 중 한 형태인 미디어의 긍정측면과 내용의 부정측면의 패턴을 보여주고 있다. 또한 장르별로 다른 댓글 활동과 인식이 나타났다. 장르별로는 연예오락, 생활정보 같은 연성 기사가 상대적으로 더 많은 댓글 활동을 유발하는 것으로 나타났다. 이는 인터넷을 적극적으로 이용하는 20대 이하 계층들이 연예오락, 스포츠 기사를 선호하기 때문으로 풀이된다. 포털들이 스포츠, 연예 콘텐츠를 전진매치하고 있는 것도 이 같은 독자들의 취향을 반영한 것으로 볼 수 있다. 연령별 조사 결과에서도 이 같은 성향은 비슷하게 나타났다. 즉 30대 이상 성인층들은 정치, 경제, 사회 같은 경성 기사들의 댓글을 주로 읽는 반면, 20대 이하 층은 연예, 스포츠, 생활 정보 같은 연성 기사들의 댓글을 주로 읽는 것으로 나타났다. 이는 연령에 따른 기사 구독 행태가 크게 다르지 않았다. 하지만 댓글 쓰기 활동에서는 이 같은 차이를

발견하기 힘들었다. 이 같은 결과는 30대 이상 층들이 필요한 정보를 찾기 위해 댓글을 읽기는 하지만 댓글을 쓰는 데는 소극적이기 때문으로 풀이된다. ‘댓글 파워’를 이야기할 때 댓글 쓰기보다는 ‘댓글 읽기’ 행위에 주목해야 한다는 이준웅·김은미(2006)의 연구 결과에 힘을 실어주는 것으로 볼 수 있겠다.

하지만 이런 미세한 차이에도 불구하고 대다수 독자들은 댓글 쓰기뿐 아니라 댓글 읽기도 상당히 소극적인 편이었다. 이는 댓글 공간이 여전히 거짓과 비방이 판치는 혼탁한 공간이라는 인식에서 벗어나지 못한 때문으로 볼 수 있다. 결국 댓글 공간은 아직까지는 진지한 토론과 의견공유의 공간으로 자리 잡지 못하고 있어 ‘댓글 저널리즘’이란 표현 또한 아직은 현실과는 다소 동떨어진 진단인 것으로 판단된다.

컴퓨터 매개 커뮤니케이션(Computer-mediated communication)에서 ‘댓글 읽기’는 대면 커뮤니케이션에서는 ‘듣기’ 혹은 ‘경청’과 비슷하다고 할 수 있다. 제대로 된 담론이 이어지기 위해서는 말하기 못지않게 듣기가 중요하듯이, CMC 환경에서의 담론 역시 진지한 읽기가 뒷받침되어야만 가능하다. 하지만 이번 조사 결과 아직까지 댓글 공간을 통한 진지한 속의 민주주의(deliberative democracy)를 논하기에는 다소 이르다는 것을 확인할 수 있었다.

이번 연구 결과 댓글의 의제설정 기능이 극히 미약하다는 것을 발견할 수 있었다. 댓글에 대한 인식 자체가 뉴스 수용에 미치는 영향은 그다지 크지 않았던 것이다. 댓글이 많이 붙어 있거나, 칭찬하는 댓글이 많다고 해서 그 기사에 더 많은 신뢰를 보내는 경우는 찾아보기 힘들었다. 이는 일시적인 호기심으로 댓글을 찾는 경우는 있겠지만, 댓글 공간에서 논의된 것들이 여론에 영향을 미치는 정도는 상당히 미약하다는 추론을 가능하게 해준다.

따라서 이 같은 연구 결과는 상호작용적 기제로 큰 기대를 모으고 있는 댓글에 대해 새롭게 접근할 필요가 있다는 것을 시사해 준다. 즉 댓글이 상호작용성을 극대화할 수 있는 가능성을 지닌 기제인 것은 분명하지만, 실제로 현재 운영되고 있는 방식은 그런 기대를 충족시켜주기엔 다소 문제가 있다는 것이다. 특히 조사 대상자들이 댓글 쓰기뿐 아니라 댓글 읽기 활동에 대해서도 소극적이고 부정적인 반응을 보인 것은 그동안의 선행적 추론과는 다소 다른

것으로 판단된다. 댓글을 통한 상호작용성에 대해 과도한 기대를 갖기 보다는 댓글 공간을 통한 소통에 대해 좀 더 냉정하게 접근할 필요가 있다.

하지만 댓글의 신뢰도나 기피도, 유인도 같은 것들이 실제로 댓글 읽거나 쓰기에 미치는 영향이 크지 않다는 연구 결과는 또 다른 관점에서 주목할 필요가 있는 것으로 판단된다. 즉 독자들이 댓글에 대해 큰 관심을 보이지 않는 것은 댓글에 대한 부정적인 인식 때문이라기보다는 댓글 공간 자체가 가치 있는 담론을 펼치기에는 적합하지 않은 측면이 있기 때문이라는 추론도 가능하다. 그렇기 때문에 최근 논의되고 있는 인터넷 실명제가 무분별한 욕설이나 일부 비방 글들을 슈아내는 데는 어느 정도 효력을 발휘할 수도 있겠지만, 댓글 공간을 좀 더 진지한 토론의 장으로 만드는 데는 여전히 역부족일 것이다. 댓글 공간의 진짜 문제는 욕설이나 비방이 아니라 제대로 참여할 수 있는 환경이 형성되어 있지 않은 데 있기 때문이다.

그런 측면에서 댓글 공간을 활용한 상호작용성 증대를 꾀하는 온라인 저널리즘 사이트들은 댓글 정책에 대해 전향적인 발상의 전환을 할 필요가 있을 것으로 판단된다. 즉 그동안 댓글 정책의 장점이 ‘악성 댓글’을 추방하려는 네거티브 방식에 초점을 맞추었다면, 앞으로는 ‘건전한 댓글’을 유도하는 포지티브 방식으로 바꿀 필요가 있다는 것이다. 그런 관점에서 블로그(Blog) 이용자들이 즐겨 활용하는 트랙백(Track-Back) 방식 같은 것들은 댓글 정책의 향후 방향을 결정하는 데 있어 진지하게 검토해볼 만한 것으로 판단된다.

자신만의 공간인 블로그를 바탕으로 한 ‘원격 댓글 쓰기’, 즉 트랙백을 할 때는 근거 없는 비방이나 무분별한 논박보다는 비교적 진지한 토론이 이어지는 편이다. 반면 댓글 공간에서는 진지한 담론보다는 깊이 생각하지 않고 내뱉듯이 덧붙여지는 소음들이 지배적인 상황이다. 이는 최근 관심의 대상으로 떠오르고 있는 인터넷 실명제 논의에도 상당한 시사점을 던져주는 것으로 평가된다. 즉, 무분별한 비방이나 욕설 같은 것들이 난무하는 댓글 공간을 정화하기 위해서는 ‘다소 억압적인’ 무차별적 실명제보다는 트랙백과 비슷한 유형의 새로운 댓글 쓰기 방식을 도입해보는 것도 의미가 있을 것 같다. 이 부분은 후속 연구 과제로 충분히 검토해볼 만한 것으로 생각된다.

이번 연구는 표본 추출 면에서 어느 정도 한계가 있다. 무엇보다 20대 이하 계층과 대학생에 지나치게 치중돼 있어 연구 결과를 일반화하는 데 다소 조심스러울 수밖에 없다. 따라서 본 연구는 일반화를 하기보다는 인터넷 신문 이용자들의 댓글 수용 형태에 대한 탐색과 시론적인 연구로 받아들여주었으면 좋겠다. 좀 더 정교한 연구들, 예를 들면 댓글의 신뢰도와 댓글의 품질이 이슈인식과의 상관성 또는 이슈 유형별 댓글 인식정도와의 상관관계 등은 향후 연구 과제로 남겨둔다.

참고문헌

- 강양구 (2006). 인터넷 공간 여론조작 사실로? ... 0.25%가 댓글 절반 생산. 『프레시안』, 2006. 1. 25.
- 권상희 (2006). 인터넷미디어의 상호작용성 차원연구. 『한국방송학보』, 21(2), 47~97.
- 권상희·김익현 (2005). 인터넷신문 기자들의 기사 취득 경로와 상호작용 활동 연구: '대화저널리즘'의 가능성을 중심으로. 『사이버커뮤니케이션학보』, 제16호, 309~344.
- 김경년·김재영 (2005). 오마이뉴스 독자 의견 분석: '난장으로서의 공론장' 가능성 탐색. 『한국방송학보』, 제19-3호, 7~41.
- 김명근 (2005). 인터넷 게시판의 가치. 『인물과사상』, 제33호, 서울: 개마고원.
- 김병철 (2004). 인터넷신문 댓글의 상호작용적 특성 분석. 『사이버커뮤니케이션학보』, 제14호.
- 김성태·이영환 (2006). 인터넷을 통한 새로운 의제 설정 모델의 적용: 의제파급과 역의제 설정을 중심으로. 『한국언론학보』, 제50-3호, 175~204.
- 김은미·김현주 (2004). 인터넷상에서의 사회적 의사소통 양식과 합의 형성. 『정보통신정책연구』, 제4권 54호.
- 김은미·선유화 (2006). 댓글에 대한 노출이 뉴스 수용에 미치는 효과. 『한국언론학보』, 50-4호, 33~65.
- 김은미·이준웅 (2006). 읽기의 재발견: 인터넷 토론공간에서 커뮤니케이션의 효과.

『한국언론학보』, 50-4호, 65~94.

- 김익현 (2003). 『인터넷신문과 온라인 스토리텔링』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- _____ (2005). 『블로그 파워』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- _____ (2006). 『웹 2.0 시대의 온라인 미디어』. 서울: KT문화재단.
- 박춘서 (2006). 『대항공론과 대안언론』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 송현주·신승민·박승관 (2006). 인터넷 게시판에서의 이견 위기와 논변 구성과 정치적 관용에 미치는 영향. 『한국언론학보』, 50-5호, 160-183.
- 이기형 (2004). 『인터넷 미디어: 담론의 공론장인가 논쟁의 게토인가』. 서울: 한국언론재단.
- 이민용 외 (2006). 『방송 저널리즘과 공정성 위기』. 서울: 지식산업사.
- 정일권·김영석 (2006). 온라인 미디어에서의 댓글이 여론에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국언론학보』, 50-4호, 302~328.
- 최민재 (2006). 『포털 뉴스의 의제 설정』. 서울: 한국언론재단.
- 최영·김병철 (2000). 인터넷 신문의 상호작용성에 관한 연구. 『한국언론학보』, 44-4호, 172~200.
- 최환진 (2004). 인터넷 뉴스의 정보처리 과정에 관한 연구. 『한국언론학보』, 48-1호, 5~27.
- 한혜경 (2003). 인터넷 이용자의 시민적 자질들과 가상공간의 속의 경험의 관계에 관한 연구. 『한국방송학보』, 제19-4호, 604~643.
- 홍성구 (2001). 『인터넷과 정치적 공론 영역의 복원: 속의 민주주의를 중심으로』. 고려대학교 신문방송학과 박사학위 논문.

Anderson, C. (2006). *The long tail: Why the future of business is selling less of more*. NY: Hyperion.

Andrews, P. (2003). Is blogging journalism? *Nieman Reports*, Vol.57, No.3.

Atkin, D. J., et al. (2005). Why they chat: Predicting adoption and use of chat rooms. In Salwen, M. B. (ed). *Online news and the public*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Boczkowski, P. J. (2004). *Digitizing the news: Innovation in online newspapers*. Cambridge: MIT Press.

Bolter, J. D. (2001). *Writing Space: Computers, hypertext, and the remediation of print*.

- New Jersey: Lawrence Earlbaum Associates.
- Bolter, J. D. & Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Dryzek, J. S. (2000). *Deliberative democracy and beyond: Liberals, critics, contestations*. NY: Oxford University Press.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43, 51~58.
- Gillmor, D. (2004). *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol: O'Reilly.
- Hewitt, H. (2005). *Blog: Understanding the information reformation that's changing your world*. Nashville: Nelson Books.
- Landow G. P. (2006). *Hypertext 3.0: Critical theory and new media in an era of globalization*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Messy, B & Levy, M. (1999). Interactivity, online journalism, and English-Language Web newspapers in Asia. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Spring.
- Nardi, B. A., & Schiano, D. J., & Gumbrecht, M. (2004). Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary? Available: <http://tc.eserver.org/25484.html>
- Poor, N. (2005). Mechanisms of an online public sphere: The website Slashdot. *Journal of Computer Mediated Communication*, 10(2).
- Reynolds, G. (2006). *An army of Davids: How markets and technology empower ordinary people to beat big media, big government and other goliaths*. Nashville: Thomas Nelson.
- Stephens, M. (1997). *A history of news*. Harcourt Brace & Company; 이광재·이인희 옮김(1999). 『뉴스의 역사』. 서울: 황금가지.
- Sundar, S. S. & Edwards, H. H. & Hu, Y. & Stavrositu, C. (2007). Blogging for better health: Putting the “public” back in public health. In Tremayne, M. (eds). *Bloggng, citizenship, and the future of media*(pp.83~102). NY: Routledge.
- Sunstein, C. (2007). *Republic.com 2.0*. Princeton: Princeton University Press.
- Wood, A. F. & Smith, M. J. (2005). *Online communication: Linking technology, identity,*

78 『한국언론정보학보』 2008년 여름, 통권 42호, 한국언론정보학회

and culture. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

(최초 투고 2008. 2. 25, 최종 원고 제출 2008. 4. 30)

A Study of the Relationship between Perception and Activities in the News Replies

Focused on News Perception and Credibilities

Sang-Hee Kweon

Associate Professor

(Department of Journalism and Mass Communication, Sungkyunkwan University)

Ik-Hyun Kim

Editor & Doctoral Candidate,

(iNews 24, Department of Journalism and Mass Communication, Sungkyunkwan University)

The present study explored the agenda setting effects of replies called “Daet-Gul”, and perception of the news replies. This study has established three research questions: 1) the recognition of the online communication 2) the degree of the reading and writing on online space 3) the amount of the effects on the online communication.

This study is performed using survey method. The survey results indicated in that the participants are very passive readers and writers on the online space. In addition, the survey repliers evaluated that replies’ mechanical device and antigravitational speed have high score, whereas they marked low score in the content and credibility of ‘the replies. Therefore, they did not estimate the effects of the replies highly.

All the results indicate that ‘the replies’ is not the fundamental factors of the deliberative democracy. It’s because online communication with ‘the replies’ are thought to be filled the abuse and slander. Therefore, it’s essential to improve the online communication with ‘the replies’, through the introduction of the ‘trackback’, which is a sort of the ‘remote replies’.

Key words: interactivity, co-operation journalism, online journalism, replies, credibility