

미디어 기반 정보교환과 개인 간 신뢰 관계에 관한 연구

Study on the Relationship between Media-based Information Exchange and Interpersonal Trust

조 남 재 (Namjae Cho) 한양대학교 경영대학 교수
오 진 옥 (Jinwook D. Oh) 가천대학교 경영학과 겸임교수, 교신저자

요 약

사회가 점차 복잡화, 고도화, 전문화됨에 따라 원격에 위치한 개인 간의 의사교환 필요성은 증가하고 있다. 정보교환 대상의 확대와 신속한 정보교환의 필요성이 증가함에 따라 의사소통방식은 면대면 방식에서 IT를 이용한 방식으로 발전하고 있다. 본 연구의 목적은 정보기술 기반의 정보교환과 개인 간 신뢰의 관계를 실증적으로 분석하고, 나아가 정보교환에 이용된 매체별로 신뢰 형성 수준에 차이가 존재하는지를 확인하는 것이다.

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 IT를 활발하게 이용하는 20~40대 남녀 193명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 회귀분석을 이용한 분석 결과에 의하면 정보교환의 빈도가 신뢰형성에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 정보교환에 소요된 시간은 개인 간의 신뢰형성에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 또한 개인 간 신뢰는 정보교환에 이용되는 매체의 특성에 따라 차이가 있는 것으로 나타났다.

키워드 : 신뢰, IT와 신뢰, 신뢰 형성, 정보 매체, 정보교환 시간, 정보교환 빈도

I. 서 론

인터넷이 우리 사회에서 중요한 정보통신 수단으로 자리 잡게 되었으며, 인터넷의 확산은 산업구조의 변화에도 영향을 미치고 있다(조남재, 오승희, 2012). 개인이 선택하여 사용할 수 있는 의사소통 매체(이하 매체)의 선택범위가 다양해짐에 따라 의사소통의 범위 또한 확대되는 양상을 보이고 있다. 이러한 매체는 전통적 방식에서 컴퓨터 또는 프로그램이 매개된 매체로 발전하고

있다. 이러한 시점에서 미디어를 통하여 확산되는 디지털 정보를 믿을 수 있는가에 대한 의구심과 논란이 있었다(Fritch and Cromwell, 2001). 또한 정보의 신뢰가치성(trustworthiness of information)은 컴퓨터에 저장되고 제공되는 지식의 신빙성(credibility)을 평가하는 중요한 요소가 되었다(Wathen and Burkell, 2002). 이러한 관점에서 Lerch *et al.* (1997)은 인터넷으로 대표되는 온라인 정보교환에서 신뢰의 중요성이 증가할 것이라고 하였다. 디지털로 교환되는 정보에 대한 사용자의 태도는

열렬히 지지하는 집단과 극도로 회피하는 집단으로 나누어진다(Fritch and Cromwell, 2001). 한 예로 우리나라에서 2008년 발생한 광우병 파동은 불분명한 출처와 상반된 정보가 혼재되었을 때 나타나는 사회현상을 극명하게 보여주고 있으며, 온라인에서 다양한 경로와 매체를 통하여 제공되는 정보는 개인의 의사결정 과정에 영향을 미치고 있음을 보여주고 있다.

신뢰 연구는 신뢰의 개념, 신뢰의 속성, 신뢰의 효과에 대한 연구가 주류를 이루고 있으며, IT와 관련하여 정보 시스템이나 컴퓨터 등을 사회적 행위자로 인식할 수 있다는 전제하에 IT가 제공하는 추천 시스템이나 검색 시스템의 신뢰성에 대한 연구는 매우 활발하게 진행되어 왔다. 반면 IT를 이용한 의사소통이 빈번하게 이루어지고 있는 현실에서 IT가 개인 간의 신뢰 형성에 어떤 영향을 미치고 있는지에 대한 연구는 상대적으로 부족하였다. 따라서 컴퓨터를 매개(computer-mediated)로 하여 짧은 시간에 대량의 정보가 유통되는 상황에서 IT와 신뢰 관계를 확인하고 IT가 개인 간의 신뢰 형성에 어떤 작용을 하는지 실증적으로 검증할 필요성이 존재한다.

본 논문에서는 첫째, 개인 간의 신뢰 형성 관계를 문헌으로 확인하고 둘째, 교환된 정보와 개인 간 신뢰를 실증적으로 분석하고 셋째, 정보교환에 이용된 매체별로 신뢰 형성의 차이가 존재하는지를 확인하고자 한다.

본 논문의 연구 범위는 동등 관계에 있는 개인 간 신뢰(Interpersonal trust)로 제한하였으며, 연구 결과는 IT를 이용한 의사소통이 주로 발생하는 분야에서 효과적으로 신뢰를 구축하는데 시사점을 제공하게 될 것이다.

II. 이론적 배경

2.1 신뢰의 개념과 수준에 관한 연구

신뢰(Trust)연구는 심리학, 사회학, 사회심리학, 경

제학 분야에서 오래전부터 논의되어 왔다(Rousseau *et al.*, 1998; Colquitt *et al.*, 2007). 심리학에서는 신뢰를 상대방(Trustee)에 대한 개인의 긍정적인 감정 상태로 인식하고(Mayer *et al.*, 1995; Lewicki *et al.*, 2006), 사회심리학에서는 구성원사이에 형성된 관계 속성으로 보며(Granovetter, 1985; Lewis and Weigert, 1985), 경제학 분야에서는 주체의 합리성, 제도의 규제 측면에서 신뢰를 다루어 왔다.

신뢰는 상대와 상호 교류를 통하여 형성된 감정의 한 종류이며, 자신의 경험에 근거하는 것이다. ‘신뢰 한다’란 표현이 가능하려면 주체와 신뢰 대상자가 존재하여야 하며 주체와 신뢰 대상자 사이에 경험이 존재하여야 한다. 결국 신뢰는 주체와 신뢰 대상자간 상호작용(Interaction)의 결과이다. 이러한 상호작용은 개인 간의 관계(Relation)를 형성하게 되고, 관계의 결과로 상대방을 신뢰하게 된다.

신뢰를 연구하는 관점은 크게 세 개의 관점을 유지하고 있는 것으로 분석되고 있다(문형구 등, 2011). 첫째, 신뢰를 개인의 성격관점에서 연구하는 경향이다. 성격이란 개인의 경험을 통하여 형성된 안정되고 지속적인 개인의 특성을 의미한다. 이러한 연구 관점은 개인의 성향을 상대방을 잘 신뢰하는 성향과 그렇지 않은 성향으로 구분하고 있다. 대표적 연구로는 Kramer(1999)의 신뢰성향(Dispositional Trust)과 상대방의 말이나 행동 등이 믿을 수 있는가에 대한 일반화된 기대(Generalized Expectation)로 정의한 Rotter(1967) 등이 있다. 둘째, 신뢰는 상대방이 신뢰할 수 있는 행동을 수행하였을 때 신뢰가 형성된다는 행동관점의 연구 경향이다. 이러한 경향의 연구로는 Lewicki *et al.*(2006) 연구로 그들은 신뢰 형성단계를 계산기반신뢰(CBT: Calculus Based Trust), 지식기반신뢰(KBT: Knowledge Based Trust), 일체감기반신뢰(IBM: Identification Based Trust)로 구분하고 있다. 셋째, 신뢰를 상대방의 행동이나 속성 등에 대한 긍정적 기대감을 바탕으로 불확실성과 위협의 전제하에 상대방과 협력하고자 하는 의지(Willingness)로 보는 관점이다.

신뢰의 개념 중에 중요한 요인으로 Colquitt *et al.* (2007)은 상대방이 특정 행동을 수행할 것이라는 기대감(Expectation)이라고 제시하고 있다. 이러한 기대감의 동인이 신뢰가치성(Trustworthiness)이라 하였으며, 신뢰와 동의어로 협력성(Cooperation), 확신성(Confidence) 예측가능성(Predictability)등을 제시하였다.

신뢰는 <표 1>과 같이 크게 4가지 영역에서 연구되어 왔다. 첫 번째 연구 영역은 ‘나는 신뢰 한다’와 같이 개인이 보유한 성향에 따라 다른 사람을 잘 신뢰하는 성향과 그렇지 않은 성향에 관한 연구로 개인 차원의 신뢰 영역을 대상으로 하며, 두 번째는 ‘나는 너를 신뢰 한다’와 같이 어떤 한 사람이 다른 사람에게 가지고 있는 신뢰 영역이며, 세 번째는 ‘너와 나는 서로 신뢰 한다’와 같은 관계형 신뢰이며, 마지막으로 ‘우리 모두는 신뢰 한다’와 같이 사회 전체 커뮤니티의 특징과 같은 사회 영역의 신뢰이다(Kelton *et al.*, 2008).

<표 1> 신뢰의 수준

신뢰의 수준	정의
Individual	Personality characteristic
Interpersonal	Social tie directed from one actor to another
Relational	Emergent property of a mutual relationship
Societal	Feature of a community as a whole

신뢰가 경험을 통하여 형성된 결과라고 한다면, ‘나’라는 주체가 처음 만나는 사람과 어떤 과정을 거쳐 신뢰가 형성되는지 분석할 필요가 있다. 즉 ‘내가 다른 사람을 신뢰하는 단계는 어떻게 형성될까?’라는 것이다. 이러한 신뢰 형성 단계에 대한 연구 중에서 Magrath and Hardy(1989)는 약속 이행과 신뢰의 감사(Audit) 과정의 연구를 통하여 신뢰 형성 단계에 대한 개념적 프레임틀을 제시하고 있다.

<표 2>와 같이 그들은 신뢰의 단계를 신뢰하지 않음, 중립상태, 협업상태, 신뢰상태와 같이 4가지로 구분하였다. 여기서 신뢰하지 않는 단계(mistrust)는 상대에 대하여 전혀 알지 못하는 완전하게 생소한 상태를 나타내며, 중립단계(neutral)란 조금 알고 있는 상태로 신뢰할 수도 신뢰하지 않을 수도 있는 중립적 상태를 나타낸다. 협업(cooperation)은 주변 이웃사람과 같은 상태로 특정 분야 또는 특정 상황에 대해서만 부분적 신뢰가 발생하는 상태이며, 신뢰 단계(Trusting)란 가까운 친구나 가족 구성원과 같이 거의 전적 신뢰 상태를 나타낸다.

<표 2> Magrath와 Hardy의 신뢰 구간

Trusting	a close friend or family member
cooperation (somewhat trusting)	a neighbor
neutral (neither trust nor mistrust)	a slight acquaintance
mistrust	a complete stranger

또한 Morgan(1991)은 선행된 신뢰 연구 결과를 근거로 하여 신뢰란 a) 믿음의 신뢰 대상자에게 해로운 행동을 하지 않는 것이며, b) 신뢰 대상자에게 도움이 되는 행동을 하는 것이며, c) 상대에게 믿을 수 있게 행동하는 것이라고 정의하였다. 이것은 Mayer *et al.*(1995)이 주장한 신뢰의 능력(Ability), 배려(Benevolence), 무결성 혹은 성실성(Integrity)과 같은 3가지 속성 중에서 배려의 속성을 강하게 암시하고 있다. Morgan(1991)의 연구에 따르면 신뢰는 자신이 가지고 있는 경험을 통한 주관적, 이성적, 감성적 판단의 결과라고 정의하였다. 이러한 결과는 신뢰 대상자에 대하여 상대에게 믿음과 관련한 특정한 언어적 표현이나 행동으로 나타나게 된다. 이러한 관점에서 Magrath and Hardy(1989)는 약속과 신뢰 관계를 연구하여 신뢰의 개념적 틀을 형성하였

으며, 신뢰란 자신감에 근거한 상대에 대한 믿음이라고 정의하였다.

결국 신뢰는 경험으로 얻어진 학습을 근거로 상대방의 미래행동에 대한 주관적 확신을 의미한다. 이러한 경험을 근거로 미래에 발생할 상황에 대한 판단을 하는 경우도 존재한다. 다시 말해서 미래의 불확실한 상황에 대하여 신뢰할 것인가 그렇지 않을 것인가를 판단하는 경우도 존재한다. 미래의 불확실한 상황은 발생 가능성과 위험 평가 등이 수반되어야 하기 때문에 경험만을 가지고 예측하는 데는 한계가 있다. Swan(1985)은 42명의 의료영업 담당자와 고객을 대상으로 인터뷰 결과를 분석하여 고객은 영업사원의 약속이 지켜지지 않았을 때 미래에 자신이 감당해야 할 문제 발생 가능성과 피해의 정도에 따라 영업사원의 말이나 약속을 신뢰한다고 하였다. 이러한 연구 결과는 단순히 경험이 신뢰 대상자를 신뢰하는데 영향을 미치는 것만이 아니고 미래의 불확실성과 예측 가능성이 신뢰에 영향을 미친다는 것을 보여준다.

Moorman(1993)은 779명의 시장 조사자를 대상으로 신뢰 형성 과정과 결과에 대한 실증적 연구를 실시하여, 미래의 불확실한 상황에 대처할 수 있는 능력이나 숙련도를 소유한 대상에게 신뢰를 느끼게 된다는 것으로 현재가 아닌 미래에 발생할 위험에 대처하는 능력이 신뢰의 중요한 요인이라고 해석할 수 있다. 이러한 관점은 신뢰 대상자의 말이나 약속은 미래의 실현 가능성을 전제로 하고 있으며, 미래의 실현 가능성이 신뢰형성에 매우 중요한 요소임을 의미하는 것이다. 결국 신뢰란 신뢰 대상자와 상호작용을 근거로 미래에 있을 불확실한 상황에 대한 주관적 감정의 결과이기 때문에 신뢰는 상대방과 다이내믹한 과정에서 형성된 정적인 마음의 상태이다. 이러한 관점에서 신뢰는 신뢰 대상자와의 경험과 미래 예측을 이어주는 연결 고리라고 볼 수 있다.

한편, 개인은 특정인을 신뢰하지 않는 상태로 부터 신뢰하는 상태에 이르는 과정에서 개인 간의

특별한 관계를 경험하게 된다. 수평적인 친구 관계, 조언을 구하는 상태, 또는 지시나 명령에 순종하는 상하관계와 같은 역학 관계를 경험한다. Magrath and Hardy(1989), Morgan(1991)의 연구는 개인 간에 존재하는 힘(Power)의 관계를 고려하지 않고 단순히 개인 간 신뢰 단계를 설명하였다.

개인 간의 경험과 신뢰 사이에 상대방에게 미칠 수 있는 힘의 균형이라는 새로운 요소를 고려하여 개인 간의 신뢰관계를 설명할 필요성이 존재한다. 힘의 불균형이 존재하는 상태에서는 상위의 힘을 소유한 상대방에게 경험과 미래의 예측 가능성만을 근거로 하는 이성적이거나 합리적인 결정만이 존재하는 것이 아니기 때문이다. 즉, 개인 사이에 힘의 균형이 존재하는 상황에서의 신뢰와 힘의 불균형이 존재하는 상황에서의 신뢰를 동일한 신뢰라고 보기에는 다소 무리가 있다. 예를 들어 의학 전문지식을 소유하고 있지 않은 사람이 의사의 전문적 의학 지식에 대하여 이성적이고 합리적으로 판단할 수는 없다. 결국 상호간에 존재하는 힘의 균형 상태는 신뢰에도 영향을 미치게 된다. 이렇게 신뢰와 힘의 균형 여부를 연계한 Hallén and Sandström(1991)의 연구는 흥미로운 연구이다.

이들은 개인 간의 관계에서 신뢰수준을 ‘신뢰 상태’와 ‘저항 상태’로 구분하고, 힘의 상태를 ‘힘의 균형 상태’와 ‘힘의 불균형 상태’로 2분화하여 개인 간에 나타나는 신뢰 현상을 연구하였다.

자신이 상대방보다 낮은 힘의 위치에 존재한다는 것은 자신의 취약점이 존재한다는 것이며, 상대방이 가지고 있는 힘의 우위를 오남용할 가능성이 있다는 것이다. 이는 상대방의 힘이 자신에게 위협의 대상임을 의미한다. 이러한 관점에서 상대적인 힘의 우위를 소유한 대상을 신뢰한다는 것은 자신의 취약성에 대한 상대의 행동과 관련이 있다. 이들의 연구에 의하면 힘의 불균형이 존재하는 상황에서, 상대방을 신뢰한다면 마치 가부장주의적인 신뢰관계로 나타나게 되며, 만약 힘의 불균형 상태에서 상대방을 신뢰하지

못한다면 약자로 굴복하는 상황이 발생한다고 하였다. 또한 힘의 균형이 이루어진 상태에서 상대방을 신뢰한다면 대등한 관계로 이어지게 되며, 만약 힘의 균형이 이루어진 상태에서 상대방을 신뢰하지 않는다면 경쟁적 관계로 발전한다고 주장하고 있다. 이들은 개인 간의 신뢰를 상대방의 부정적 역량에 대하여 관대해 질 수 있고, 긍정적 상황으로 발전할 것으로 기대하는 감정이라고 정의하였으며, 힘의 균형 상태가 신뢰를 설명하는데 중요한 속성이라고 하였다. 즉, 이들의 신뢰에 대한 정의에는 다른 연구자와 달리 힘의 균형여부가 신뢰를 이해하는데 중요한 부분이라고 주장하였다.

2.2 IT와 신뢰의 연구

정보의 이용과 IT가 인간사회에 깊숙이 자리 잡으면서 온라인 환경과 정보가 신뢰 형성에 많은 영향을 미치고 있는 상황이다. IT와 신뢰의 관계는 IT 연구자나 IT를 적용하는 현장 관리자 모두에게 중요한 개념이라 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 이제까지 정보과학분야에서 신뢰에 대한 연구는 다른 분야의 연구에 비하여 상대적으로 부족했다(Hertzum *et al.*, 2002). 최근까지 정보 과학 분야에서 활발하게 진행되어온 신뢰에 대한 연구는 신뢰할 수 있는 컴퓨팅(Schneider, 1999; Skosgrudet *et al.*, 2003; Viega *et al.*, 2001), 전자상거래(Gefen *et al.*, 2003; Pavlou and Gefen, 2004), 가상 팀과 조직(Brown, Poole, and Rodgers, 2004; Grabowski and Roberts, 1999; Ishaya and Mundy, 2004; Jarvenpaa and Leidner, 1999), 그리고 인공지능(Watanabe and Ishida, 2003) 등이라고 할 수 있다.

여기서 논의 대상이 되는 부분은 인터넷과 같은 IT를 이용하여 정보를 수집하는 과정에서 교환된 정보에 대한 신뢰 부분이다. IT를 이용하여 교환 또는 수집된 정보에 대한 진위 여부는 결국 이용자가 판단 가능한 문제이기 때문에(Kini

and Choobineh, 1998), 정보 수집과정에서 신뢰는 중요한 역할을 수행하지 않는다고 주장하기도 한다(Uslander, 2000). 또한 일부 연구자들은 신뢰라는 것은 사람에 대하여 적용 가능한 개념이지 컴퓨터나 시스템과 같은 것에는 적용하지 않아야 한다고 주장하고 있다(Lynch, 2001).

IT를 이용하는 상황에서 신뢰는 몇 가지 조건이 포함된 특별한 상황에서 발생한다. 보편적으로 인식되고 있는 조건은, 신뢰는 불확실성과 취약성이라는 두 가지 조건하에서만 발생한다는 것이다(Kelton *et al.*, 2008). 이러한 관점은 신뢰하는 사람과 신뢰 대상자 사이에 불확실성이라는 상황이 존재함을 의미한다. 불확실성은 정보의 부족으로부터 발생하게 되는 것이며(Giddens, 1990; Luhmann, 1979), 불확실성은 신뢰의 필요조건으로 강조된다(Doney and Cannon, 1997; Gambetta, 1988; Hardin, 2001). 결국 정보의 부족은 불확실성을 유발시키고 불확실성은 상대에 대한 불신을 형성한다는 것이다.

불확실한 상황이나 문제를 해결하는데 정확하고 관련성이 높은 정보를 공유하게 되면 신뢰는 향상된다(Zand, 1972). 인터넷과 같은 IT를 사용하는 사람들이 증가하면서 IT에서의 신뢰는 중요한 개념으로 인식되고 있다. 신뢰는 신뢰가 부족한 상태에서 더욱 강조되며, 상대방을 신뢰한다는 것은 책임의 이행이나 업무 수행 능력을 신뢰한다는 것을 의미한다.

IT와 관련하여 신뢰는 신뢰 주체가 원하는 업무를 수행하는데 필요한 기능이나 실용성을 가지고 있는지에 대한 인식이라고 할 수 있다. 결국 IT 이용 과정에서 형성되는 신뢰도 사람 간의 신뢰와 동일한 과정으로 형성된다(McKnight, 2005). 신뢰는 신뢰대상자에 대한 인지된 특성으로 인해 신뢰대상자에 의존하는 안정된 의지를 의미한다고 하였다(Rousseau *et al.*, 1998). McKnight(2005)는 이러한 Rousseau와 그의 동료들의 연구 결과에 이용된 3가지 개념을 *trusting beliefs*, *trusting intension*, *trusting behavior*로 정리하고, 이를 IT 신

〈표 3〉 IT와 신뢰의 프레임워크

Component	Trust	Trust in information
Preconditions	Uncertainty Vulnerability Dependence	Lack of standards and controls Potential harm from poor information Decision, Knowledge, Writings
Development Process	Prediction Attribution Bonding Reputation Identification	Experience of source Confirmation with multiple source Evocation of emotional response Authority, certification reviews, references Response with style, arguments, objectives
Trustworthiness	Competence Positive intentions Ethics Predictability	Accuracy, currency, coverage, believability Objectivity Validity Stability
Influences	Propensity Context Social trust	Disposition to information Relevance Recommendations
Elements	Confidence Willingness	Confidence, reliability, validity Freedom to accept or discard information

뢰에 적용할 수 있다고 하였다. 예를 들어, *trusting behavior-IT*는 웹 사이트에서 바이러스나 악성 코드와 같은 취약성이 존재할 가능성이 있음에도 불구하고 ‘다운로드’ 버튼을 누르는 것과 같은 것이며, *trusting intension-IT*는 ‘다운로드’ 버튼을 클릭하기 이전에 가지고 있는 심리적 상태이며, *trusting beliefs-IT*는 기술이 자신이 원하는 속성을 가지고 있을 것이란 확신과 같은 것이다. 결국 <표 3>과 같이 IT를 이용한 상호작용 과정에서 발생하는 신뢰 형성 과정도 면대면 방식에서 발생하는 신뢰 형성 과정과 유사한 것임을 알 수 있다.

III. 가설 개발 및 자료 수집

3.1 가설 개발

신뢰는 인간의 모든 상호작용 안에 존재하는 기본적인 변수이고, 특히 상호작용의 결과로 신뢰가 형성 된다(Gambetta, 1988). 이러한 상호작용은 직면한 문제를 해결하는데 필요한 것이다. Zand (1972)는 문제해결과 신뢰의 관계를 논하면서 상

대방에 대한 신뢰가 있으면 문제 해결에 적합하고 관련성이 높고 완전한 자료를 공유하게 될 것이며, 이러한 정보 공유는 상대방에 대한 불확실성과 취약성을 감소시켜 신뢰가 형성된다고 하였다. IT 이용 과정에서 형성되는 신뢰도 사람간의 신뢰와 동일한 과정으로 형성된다(McKnight, 2005). 상대방과 정보교환이 발생한다는 것은 자신이 기대하는 것을 충족하기 위함이라고 볼 수 있다. Rotter(1967)는 이것을 상대방의 말이나 행동 등이 믿을 수 있는가에 대한 일반적 기대라고 하였으며, 일반적 기대가 신뢰로 연결된다고 하였다. 또한 신뢰의 수준(Level)을 연구한 Rousseau *et al.* (1998)은 신뢰 수준을 계산기반신뢰(CBT), 지식기반신뢰(KBT), 일체감기반신뢰(IBT)로 구분하였으며, CBT를 합리적 선택과 경제교환에 기반된 상호작용의 특징으로 정의하고, CBT는 역제로부터 발생할 뿐만 아니라 상대방의 의도나 능력에 대한 신뢰할 수 있는 정보에서 발생한다고 하였다. Shapiro(1992)는 이것을 억제기반신뢰(Deterrence based trust)라고 하였다. 이것은 상대방과 상호작용을 했을 때 자신이 원하는 바를 만족할 수 있는

가를 계산 또는 기대하는 것에 대한 문제이며, 이러한 계산이 충족되면 CBT가 형성된다고 하였다. 결국 신뢰는 상호작용을 통하여 자신이 원하는 것을 획득할 수 있는가에 관한 것이며, 교환된 정보가 자신이 목적하는 바를 충족시켜 줄 수 있는가에 관한 문제이다. 이를 근거로 다음과 같은 가설이 성립된다.

가설 1-1: 교환된 정보의 만족도는 상대방에 대한 신뢰 형성에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

상호작용의 결과로 신뢰가 형성된다면 Gambetta (1988), 상호작용은 신뢰의 선행 요인이다. 이러한 상호작용은 일회성 상호작용에서 지속적인 상호작용으로 이어지게 된다. 또한 상호작용의 핵심은 상호작용 과정에서 교환되는 정보라고 할 수 있을 것이다. 아무런 정보교환이 없는 상호작용이란 존재할 수 없다는 것이다. 결국 상호작용은 정보교환이며, 정보교환은 교환횟수와 정보교환시간으로 표현이 가능할 것이다. 따라서 이를 근거로 다음과 같은 가설이 성립된다.

가설 1-2: 정보교환 빈도는 상대방에 대한 신뢰에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3: 정보교환에 소요된 시간은 상대방에 대한 신뢰에 긍정적 영향을 미칠 것이다.

상호 교환되는 정보는 일반적으로 정보교환 매체를 이용하게 된다. 음성을 이용한 정보교환 일 때는 공기라는 매질을 이용하는 반면에 IT를 이용한 정보교환에서는 다양한 매체가 이용된다. 최근 정보교환에 이용되고 있는 매체는 이메일을 이용한 정보교환으로부터 SNS에 이르기까지 매우 다양한 매체가 이용되고 있다. 즉, 작은 용량의 정보교환을 목적으로 하는 단문자 서비스(SMS)부터 대용량 정보를 교환하는데 유리한 e-Mail 서비스와, 멀티미디어 정보교환에 이르기까지 정보교환 매체는 매체별로 고유한 특성을

지니고 있다. 매체는 커뮤니케이션 모델, 협업 모델, 콘텐츠 공유 모델, 엔터테인먼트 모델로 분류할 수 있다(장윤정 등, 2012). 정보를 교환한다는 것은 주어진 상황에서 정보교환 목적을 달성하기 위한 것으로, 적절한 매체가 선택되어 이용된다. Nathan *et al.*(2002)은 Daytrader라는 사회적 딜레마 게임을 실시하였다. 이때 이들이 정보교환에 사용한 미디어는 대면 미팅, 고화질 비디오 회의, 3-way 전화 회의, 그리고 텍스트 차트였다. 이들의 연구 목적은 동일한 내용의 정보를 각기 다른 컴퓨터가 개입된 의사소통 도구(computer-mediated communications) 또는 미디어를 이용하여 교환하였을 때, 실험 참여자 간의 신뢰 수준에 차이가 있느냐 하는 것이다. ANOVA 분석결과, 동일한 정보이지만 이용된 매체가 투자 결정에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이를 근거로 다음과 같은 가설이 성립된다.

가설 2: 정보교환에 이용되는 매체에 따라 신뢰는 차이가 있을 것이다.

3.2 변수의 조작적 정의

본 논문에서는 상호작용의 결과로 신뢰가 형성된다는 Gambetta(1988)의 주장과, 미래에 자신이 감수해야할 피해 정도와 신뢰를 연계한 Swan (1985)의 주장 그리고 신뢰는 신뢰대상자에 의존하는 안정된 의지라고 주장한 Rousseau *et al.*(1998)의 연구결과를 근거로 신뢰란 ‘인간이 상대방과의 상호작용을 통하여 축적된 경험을 근거로 불확실한 상황에서 상대방의 말과 행동을 믿으려는 의지’라고 정의한다. 그리고 인간의 상호작용을 통하여 신뢰가 형성된다는 선행연구를 근거로, 신뢰 주체의 상호작용 경험을 IT를 이용한 정보의 교환 경험으로 정의한다.

정보교환은 교환된 정보의 만족도, 정보교환(또는 대화) 빈도, 정보교환에 소요된 시간으로 구분하며, 매체 이용 빈도는 특정인과 온라인으로

대화하는데 이용하는 매체 이용횟수를 의미한다. 자료 수집에 이용한 변수는 <표 4>와 같다.

<표 4> 연구에 사용한 변수 및 측정 방법

범주	변수명	조작적 정의
정보 교환	대화 빈도	· 정보교환 빈도/일
	정보교환 시간	· 정보교환 평균 시간/1회
	교환된 정보 만족도	· 교환된 정보의 만족도
정보 매체	매체 이용 빈도	· 매체 이용 빈도/1일
신뢰	신뢰	· 상대방을 인정하는 정도 · 상대방의 지식을 인정하는 정도 · 상대방의 배려를 받아들이는 정도 · 상대방의 권유를 받아들이는 정도 · 상대방과 공감성에 동감하는 정도

독립변수에 해당하는 변수를 살펴보면 다음과 같다. 1) 교환된 정보의 만족도는 대화의 주제와 내용에 대하여 대화 후에 느끼는 만족도를 측정하였으며 2) 대화 빈도는 하루에 특정인과 온라인에서 정보를 교환하는 평균횟수를 측정하였으며 3) 정보교환 시간은 1회 대화에 소요되는 평균 시간을 분 단위로 측정하였으며, 매체 이용 빈도는 하루 동안 온라인으로 대화하는데 이용하는 매체의 평균 횟수를 측정하였으며 모두 리커드 7점 척도를 이용하였다.

종속변수인 신뢰는 8가지 항목으로 측정하였으며 독립변수와 같이 리커드 7점 척도로 측정하였다.

기타 항목으로 측정된 변수는 특정인을 알게 된 동기, 알고지낸 기간, 대화 주제, 그리고 인구통계학적 항목으로 성별과 나이만으로 구성하였다.

3.3 자료 수집

설문은 2012년 6월 한 달 동안 정보교환 매체

를 활발하게 이용하는 20~40대 대학, 대학원생을 대상으로 220부를 배포하여 193부(회수율 87%)를 회수하였다. 수집된 자료를 SPSS Ver18.0을 이용하여 분석 하였다. 본 연구의 표본은 남자 94명(49%, 평균 연령: 25.9세), 여자 98명(51%, 평균 연령: 22.3세)의 성비를 보여주고 있다. 본 연구에서 사용된 표본은 IT의 활용 빈도가 높은 집단의 대표성을 나타낸다고 볼 수 있다

IV. 자료의 분석

수집된 자료에서 응답자들은 4년 이상 알고 지냈다고 응답한 비율(93건, 48.2%)이 가장 높았으며, 6개월 미만(24건, 12.4%), 2년 6개월 이내(19건, 9.8%), 1년 6개월 이내(17건, 8.7%), 순으로 나타났다. 알게 된 동기를 질문한 항목에서는 공부관련(140건, 72.5%), 기타(20, 10.4%), 동아리 활동(14건, 7.3%), 친구 소개(13건, 6.7%) 순으로 조사되었다. 온라인에서 주로 나누는 대화 주제는 친구이야기(59건, 30.6%), 학업관련 이야기(48건, 24.9%), 기타(43건, 22.3%), 문화/오락(31건, 16.1%), 취업관련(9건, 4.7%)순으로 조사되었다. 온라인에서 정보교환에 이용하는 매체 이용 순위는 문자(평균: 5.37)-음성통화(평균: 4.28)-페이스북(평균: 3.00)-인터넷 메신저(평균: 2.82)-블로그/싸이월드(평균: 1.70)-eMail(평균: 1.38)순으로 조사되었다.

신뢰를 측정항목 8문항 전체를 대상으로 요인분석을 실시하였다. 요인분석은 Varimax 회전법을 통한 주성분분석을 실시하였다. <표 5>와 같이 요인분석 결과 신뢰를 측정항목 8항목이 세 개의 요인으로 추출되었다.

첫 번째 요인으로 추출된 항목은 상대방 자체에 대한 신뢰, 상대방의 말을 신뢰, 상대방의 행동에 대하여 신뢰하는 정도로 이는 상대방과 상호작용이라는 경험을 통해서 상대방의 말과 행동이 일관성을 보여 온 결과로 해석할 수 있어서 이를 ‘일관성’이라고 하였다. 두 번째 요인으

로 묶인 항목들은 상대방의 지식을 신뢰, 상대방의 충고가 도움, 상대방이 주장하는 것에 대한 자신의 공감하는 정도로써 이는 상대방의 능력이나 주장하는 바에 대한 부분으로 해석할 수 있어 ‘능력’이라고 하였으며, 마지막 요인으로 묶인 항목은 상대방이 추천하는 행사에 자신이 참가하려는 정도, 상대방이 선호하는 것을 자신도 공감하는 정도 등이다. 이들 항목의 특징은 상대방과 공감하는 부분을 의미한다고 해석할 수 있어 ‘공감’이라고 하였다.

〈표 5〉 종속변수의 요인분석 결과

	성분		
	1	2	3
신뢰_사람	.882	.271	.212
신뢰_말	.877	.307	.274
신뢰_행동	.856	.307	.234
신뢰_지식	.358	.834	.085
신뢰_충고	.337	.767	.329
신뢰_동감	.200	.661	.484
신뢰_행사	.262	.300	.800
신뢰_선호	.220	.151	.872

다음 단계로 매체의 특성에 따라 신뢰에 미치는 영향에 차이가 발생할 수 있다는 가설 2를 검증하기 위하여 측정된 매체의 공통된 차원을 확인할 필요가 있다. 따라서 측정된 6가지 정보교환 매체에 대하여 Varimax 회전법을 통한 주성분분석을 실시하였다. 요인분석 결과는 <표 6>과 같다. 정보교환에 이용된 매체는 문자, 음성통화, 메신저가 하나의 요인으로 추출되고, 나머지 매체(페이스북, 이메일, 블로그 등)가 또 다른 하나의 요인으로 추출되었다. 첫 번째 요인으로 묶인 매체의 특성은 상대적으로 응답 시간이 빠르고, 교환되는 정보량이 적은 매체임에 비하여 두 번째 요인으로 묶인 매체들은 응답 시간이 상대적으로 느린 반면에 교환되는 정보량에서는 대용량에 적합한 매체로 볼 수 있어, ‘실시간형’,

‘비실시간형’로 명칭을 부여하였다. 심리변수에 해당하는 ‘신뢰’로 추출된 요인에 대하여 신뢰성 검증을 위해 Cronbach Alpha 계수를 구한 결과 <표 7>과 같이 모두 0.6을 넘는 것으로 확인되었다.

〈표 6〉 매체 요인분석 결과

	성분	
	1	2
문자 이용 빈도	.903	-.094
음성통화 이용 빈도	.869	.154
메신저 이용 빈도	.347	.211
페이스북 이용 빈도	.134	.684
이메일 이용 빈도	-.079	.641
블로그/싸이월드 이용 빈도	.353	.578

〈표 7〉 종속변수의 신뢰도 분석 결과

	항목이 삭제된 경우 척도 평균	항목이 삭제된 경우 척도 분산	수정된 항목-전체 상관 관계	항목이 삭제된 경우 Cronbach 알파
사람	38.99	44.693	.761	.896
말	39.10	43.916	.825	.890
행동	39.13	43.721	.778	.894
지식	39.50	45.220	.664	.904
충고	39.29	44.728	.757	.896
동감	39.65	46.832	.675	.903
행사	39.56	44.894	.672	.903
선호	39.87	46.040	.585	.911

4.1 선행변수와 신뢰의 상관관계 검증

가설 검증에 앞서 설정된 독립변수들과 신뢰 간에 상관관계가 존재하는지 확인하기 위하여 Pearson 상관관계 분석을 실시하여 <표 8>을 얻었다. 이러한 변수들 간의 관계를 알고 있다면 한 변수에 대한 지식을 가지고 다른 변수의 값을 추정할 수 있다. 종속변수인 신뢰는 요인분석

에서 3개의 요인으로 추출되어 각각의 평균을 구한 후 상관관계 분석에 투입하였다. <표 8>에 의하면, 교환된 정보 만족도, 정보교환 빈도와 매체 이용 빈도는 신뢰와 관계가 있는 것으로 나타났다. 반면에 정보교환에 소요된 시간은 신뢰와 관계가 없는 것으로 나타났다. 따라서 독립변수와 종속변수와의 상관관계는 성립하는 것으로 나타나, 상관관계가 검증된 변수 간의 회귀분석을 실시하였다.

<표 8> 선행변수와 신뢰와의 상관관계

		신뢰
교환된 정보 만족도	Pearson 상관계수	.162*
	유의확률 (양쪽)	.025
	N	192
대화 빈도	Pearson 상관계수	.361**
	유의확률 (양쪽)	.000
	N	193
매체 이용 빈도	Pearson 상관계수	.344**
	유의확률 (양쪽)	.000
	N	193
정보교환 시간	Pearson 상관계수	.132
	유의확률 (양쪽)	.068
	N	193

* 상관계수는 0.05 수준(양쪽)에서 유의합니다.
** 상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의합니다.

4.2 가설 1의 검증

가설 1-1~가설 1-3 검증을 위해 본 연구에서는 독립변수인 빈도와 시간과 종속변수인 신뢰를 측정된 8가지 항목의 평균을 각각 구하여 회귀분석을 실시하였다. 이때, 입력방법은 모든 독립변수를 동시에 투입하는 ‘입력’ 방식을 선택하였다. 회귀분석의 결과는 <표 9>와 같다.

회귀모델의 결과인 <표 9>의 통계량에 의하면 정보교환 빈도가 신뢰에 미치는 영향은 .359이며, 교환된 정보의 만족도가 신뢰에 미치는 영향은 .087로 나타났으며, 유의확률은 각각 .000과 .013으로 나타났다.

<표 9> 회귀분석 계수^a

모형	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
	B	표준 오차	베타		
1 (상수)	3.885	.304		12.766	.000
교환된 정보 만족도	.087	.035	.169	2.500	.013
대화 빈도	.359	.068	.357	5.255	.000

a. 종속변수: 신뢰
(R² = .162, Adj R² = .149)

독립변수만을 가지고 신뢰에 영향을 미치는 것에 대한 설명력인 R제곱과 수정된 R제곱은 각각 .162와 .149로 나타나 복잡하고 다양한 개념으로부터 영향을 받는 ‘신뢰’를 IT를 이용한 정보교환 빈도와 교환된 정보의 만족도만을 가지고 16.2%를 설명할 수 있는 것으로 나타났으며, 모형의 통계적 유의성을 검증하는 F변화량은 12.117로 나타났다. 통계량을 근거로 온라인에서의 교환된 정보의 만족도가 신뢰에 영향을 미친다는 가설 1-1과, 정보교환 빈도가 신뢰에 영향을 미친다는 가설 1-2는 채택되었으나, IT를 이용한 정보교환에 소요된 시간이 신뢰에 영향을 미친다는 가설 1-3은 유의한 결과가 나타나지 않아 기각한다.

한편 정보교환에 소요된 시간은 신뢰와 관계가 없다는 결과가 나타나고 있다. 이러한 현상이 표본에 의한 것인지, 다른 변수에 영향을 받고 있는 것은 아닌지 살펴볼 필요가 존재하여 수집된 표본에서 성별로 집단을 나누어 추가로 회귀분석을 실시하여 보았다. 분석 결과 성별로 분리된 2개의 집단에서도 정보교환에 소요된 시간은 신뢰에 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다. 수집된 표본에서는 상호작용에 소요되는 시간은 성별과 무관하게 신뢰에 영향을 미치지 않는 것으로 밝혀졌다.

4.3 가설 2의 검증

다음 단계로 가설 2를 검증하기 위하여 다음 절차와 같이 t-Test를 실시하여 <표 10>의 결과를 얻을 수 있었다. (Step 1 : 응답자별로 매체 이용 빈도의 평균을 계산하였다. Step 2: 전체 응답자의 매체 이용 빈도의 평균을 계산하였다. Step 3: 전체 이용 평균값보다 실시간형 매체를 이용한 평균값이 높은 집단을 1, 그렇지 않은 집단을 0으로 변환하였다.)

그리고 정보교환에 이용된 매체의 요인분석 결과인 <표 6>에 의하면 문자, 음성통화, 메신저가 성분 1로, 페이스북, 이메일, 블로그/싸이월드가 성분 2로 분류되었다. 이는 전술한 바와 같이 실시간형, 비실시간형으로 명명하였다. 이때 실시간형 매체가 비실시간형 매체보다 더 신뢰가 있는지를 확인하기 위하여 이러한 매체 이용 빈도와 신뢰와의 상관관계를 확인하여 <표 11>을 얻을 수 있었다. <표 11>에 의하면, 실시간형인 문자, 음성통화, 메신저와 신뢰의 상관관계를 나타내는 상관계수는 각각 .313(유의확률 .000), .322(유의확률 .000), .347(유의확률 .000)을 보여 주고 있다. 반면에 비실시간 매체인 이메일, 페이스북, 블로그/싸이월드와 신뢰의 상관관계를 나타내는 상관계수는 각각 -0.021(유의확률 .771), .202(유의확률 .005), .017(유의확률 .817)로 나타나고 있어, 비실시간형 매체 중에서 페이스북만이 신뢰와 상관관계가 있는 것을 확인할 수 있다.

<표 11> 매체와 신뢰와의 상관관계

			신뢰_평균
실시간형	문자	Pearson 상관계수	.313**
		유의확률 (양쪽)	.000
		N	193
	음성통화	Pearson 상관계수	.322**
		유의확률 (양쪽)	.000
		N	193
메신저	Pearson 상관계수	.347**	
	유의확률 (양쪽)	.000	
	N	193	
비실시간형	이메일	Pearson 상관계수	-0.021
		유의확률 (양쪽)	0.771
		N	193
	페이스북	Pearson 상관계수	.202**
		유의확률 (양쪽)	0.005
		N	193
블로그/싸이월드	Pearson 상관계수	0.017	
	유의확률 (양쪽)	0.817	
	N	193	

** 상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의합니다.

* 상관계수는 0.05 수준(양쪽)에서 유의합니다.

<표 10> 독립표본 검정

		Levene의 등분산 검정		평균의 동일성에 대한 t-검정						
		F	유의확률	t	자유도	유의확률 (양쪽)	평균차	차이의 표준 오차	차이의 95% 신뢰구간	
								하한	상한	
신뢰	등분산이 가정됨	2.782	.097	5.071	191	.000	.65469	.12909	.40006	.90931
	등분산이 가정되지 않음			5.118	175.403	.000	.65469	.12793	.40221	.90716

빈도의 평균은 이메일(1.378), 페이스북/트윗(3.000), 블로그/싸이월드(1.699)로 나타났으며 전체 평균은 2.026으로 나타나 실시간형 매체의 평균이 높은 것을 알 수 있다.

t-Test는 정보교환에 이용하는 매체에 따라 집단의 차이가 있다는 것을 검증하기 위한 것으로 이것은 등분산 가정을 전제로 한다. 이러한 등분산가정을 확인할 수 있는 지표가 Levene의 등분산 검정의 유의확률이다.

<표 10>의 Levene의 등분산검정의 유의확률이 .097로 나타나 $\alpha = .05$ 에서 두 모집단의 분산이 같다는 가설을 기각할 수 없다. 따라서 등분산 가정에는 문제가 없음을 확인하였으며, t-Value가 5.071이고 p-Value는 .000으로 나타나, 이용하는 매체에 따라 신뢰에 미치는 영향이 없다는 귀무가설은 기각되고 이용하는 매체에 따라 신뢰에 차이가 있을 것이라는 가설 2를 채택한다.

V. 결론 및 향후 연구 방향

본 연구는 직접적인 대면 접촉보다 IT를 이용한 접촉이 증가하는 현대사회에서 IT를 이용한 정보교환이 신뢰에 미치는 영향을 밝히기 위해 연구 모형과 가설을 설정하였다.

심리적 변수인 신뢰를 측정하기 위하여 개발된 척도의 요인분석 결과는 상대방의 말과 행동의 일관성, 상대방의 능력, 상대방과의 공감성으로 나타났다.

정보교환에 이용하는 매체의 요인분석 결과는 실시간으로 정보교환이 이루어지는 매체와 그렇지 않은 매체로 분리되었다.

분석 결과, 가설 1-1은 채택되었다. 교환되는 정보의 만족도는 개인이 가지고 있는 관심사와 관련성이 높다고 유추할 수 있다. 관심을 가지고 있지 않은 주제에 대하여는 온라인상에서 대화의 빈도가 점차 줄어들 수 있기 때문이다. 따라서 개인이 가지고 있는 관심사와 관련성이 높은 대화나 정보교환은 신뢰 형성에 효과적이라는

것을 알 수 있다. 가설 1-2 또한 채택되었다. 정보교환 빈도는 상호작용의 횟수로 해석될 수 있어, 빈번한 온라인상의 접촉이 신뢰 형성에 도움이 된다는 것으로 해석할 수 있다. 가설 1-3은 기각되었다. 이는 가설 1-2와 연계하여 고찰해 볼 때, 온라인상에서 1회 대화나 정보교환에 많은 시간을 소비하는 것보다는 짧은 시간이지만 많은 접촉이 신뢰 형성에 도움이 된다는 것으로 해석할 수 있다. 온라인상에서의 대화 또는 정보교환은 서로가 동시에 집중하여야 한다는 점에서 오프라인상에서의 대화와 차이가 있다. 온라인상에서는-외부인의 방문/다른 전화의 벨소리/동료의 질문 등등-대화나 정보교환 시 오프라인보다 집중도를 저하시킬 요인이 더 많이 발생할 수 있다. 따라서 온라인상에서 대화가 길어진다는 것은 대화나 정보교환의 내용에 집중하는데 한계가 있어 상대방과의 대화 내용에 만족도를 저하시키고 이는 신뢰 형성에 긍정적이지 않다고 해석할 수 있다.

가설 2는 t-Test결과 이용하는 매체에 따라 신뢰 형성에 차이가 있음을 확인하게 하였다. 특히 실시간형 매체는 모두 신뢰 형성에 긍정적 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이는 대화나 정보의 주고받음이 단속적이지 않고 연속적으로 이어지는 것이 신뢰 형성에 도움이 된다는 것으로 해석할 수 있다. 빠른 응답 또한 신뢰형성에 도움이 되는 것으로 해석이 가능하다. 가설 2와 관련하여 비실시간 매체 중에 페이스북만이 유일하게 신뢰 형성과 상관관계가 있는 것으로 나타나고 있다. 이는 다른 비실시간형 매체에 비하여 상대적으로 최근에 등장한 매체이고 모바일 폰을 통한 접근이 용이하며 최근 이용자수가 증가하는 추세와 관련이 있다고 해석할 수 있다.

본 연구는 정보교환 매체의 보편성, 접근성, 편리성이 점차 증가하는 사회에서 정보교환 매체와 IT 이용이 개인 간의 신뢰 형성에 어떤 영향을 미치는지를 연구하는데 단초를 제공한다고 할 수 있다.

신뢰가 지속적인 상호작용의 결과로 발생하는 것인지 1회의 대화나 정보교환만으로 발생할 수 있는 것인지 본 연구 결과만으로는 판단할 수 없으며, 본 연구에서 사용된 표본의 결과만을 가지고 신뢰가 형성되었기 때문에 대화 빈도가 증가하는 것인지, 대화 빈도가 증가하여 신뢰가 형성된 것인지 인과 관계를 분명하게 밝히는 것은 한계가 있다. 따라서 정보교환과 신뢰의 인과 관계를 분명히 밝힐 수 있는 세심한 질적 연구나 실험연구가 필요하다.

참고 문헌

- 문형구, 최병권, 내은영, “국내 신뢰 연구의 동향과 향후 연구방향에 대한 제언”, *경영학연구*, 제40권, 제1호, 2011, pp. 139-186.
- 조남재, 오승희, “디지털 변환으로 인한 기업생태계 구조 변화 연구: 한국 영화산업의 생태계 분석”, *Information Systems Review*, Vol.13, No.2, 2011, pp. 55-72.
- 장윤정, 손정은, 이소현, 김희웅, “소셜미디어 기반 사회적 자본 증대 방안 연구: 시스템 사고 접근 방식”, *한국경영정보학회 추계학술대회*, 2012, pp. 589-605.
- Brown, Poole, and Rodgers, “Interpersonal Traits, complementarity and Trust in Virtual Collaboration”, *Journal of Management Information Systems*, Vol.20, No.4, 2004, pp. 115-138.
- Colquitt, J. A., B. A. Scott, and J. A. LePine, “Trust, trustworthiness, and trust propensity: A meta-analytic test of their unique relationships with risk taking and job performance”, *Journal of Applied Psychology*, Vol.92, pp. 902-927.
- Doney and Cannon, “An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships”, *Journal of Marketing*, Vol.61, No.2, April 1997, pp. 35-51.
- Fritch and Cromwell, “Evaluating Internet Resources: Identity, Affiliation, and Cognitive Authority in a Networked World”, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Vol.52, No.6, 2001, pp. 500-507.
- Gambetta, D., *Trust: Making and Breaking cooperative Relations*, New York: Basil Blackwell, 1988.
- Gefen, D., E. Karahanna, and D. W. Straub, “Trust and TAM in online shopping: an integrated model”, *MIS Quarterly*, Vol.27 No.1, 2003, pp. 51-90.
- Giddens, A., *The consequence of modernity*, Stanford, CA: Stanford University Press, 1990.
- Grabowski, M. and K. H. Roberts, “Risk mitigation in virtual organizations”, *Organization Science*, Vol.10, No.6, 1999, pp. 704-721.
- Granovetter, M., “Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness”, *American Journal of Sociology*, Vol.91, No.3, 1985, pp. 481-510.
- Hallén, L. and M. Sandström, “Relationship atmosphere in international business”, *New Perspectives of International Marketing*, 1991, pp. 108-125.
- Hardin, “Social Influence Effects on Automatic Racial Prejudice”, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.81, No.5, 2001, pp. 842-855.
- Hertzum, M., H. H. K. Andersen, V. Andersen, and C. B. Hansen, “Trust in information sources: Seeking information from people, documents, and virtual agents”, *Interacting with Computers*, Vol.14, No.5, 2002, pp. 575-599.
- Ishaya, T. and D. P. Mundy, “Trust development and management in virtual communities”, *iTrust*, 2004, pp. 266-276.
- Jarvenpaa, S. L. and D. E. Leidner, “Communication and trust in global virtual teams”, *Organization Science*, Vol.10, 1999, pp. 791-815.
- Kelton, K., K. R. Fleischmann, and W. A. Wallace, “Trust in digital information”, *Journal of the American Society for Information Science and*

- Technology*, Vol.59, No.3, 2008, pp. 363-374.
- Kini, A. and J. Choobineh, "Trust in electronic commerce: definition and theoretical considerations", *Proceedings of the 31st Hawaii International Conference on System Sciences*, Maui, HI, 1998, pp. 51-61.
- Kramer, R. M., "Trust and distrust in organizations: Emerging perspectives, enduring questions", *Annual Review of Psychology*, Vol.50, 1999, pp. 569-598.
- Lerch, F. J., M. J. Prietula, and C. T. Kulik, *The Turing effect: The nature of trust in expert system advice*, In P. J. Feltovich and K. M. Ford, 1997.
- Lewicki, R. J., E. C. Tomlinson, and N. Gillespie, "Models of interpersonal trust development: Theoretical approaches, empirical evidence, and future directions", *Journal of Management*, Vol.32, No.6, 2006, pp. 991-1022.
- Lewis, J. D. and A. Weigert, "Trust as a social reality", *Social Forces*, Vol.63, No.4, 1985, pp. 967-985.
- Luhmann, N., *Trust and power*, Chichester: Wiley, 1979.
- Lynch, C. A., "When documents deceive: Trust and provenance as new factors for information retrieval in a tangled Web", *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Vol.52, No.1, 2001, pp. 12-17.
- Magrath, A. J. and K. G. A. Hardy, *Conceptual framework for assessing the level of mutual trust between manufacturers and their resellers*, Proceedings of the 5th IMP Conference, 1989.
- Mayer, R. C., J. H. Davis, and F. D. Schoorman, "An integrative model of organizational trust", *Academy of Management Review*, Vol.20, 1995, pp. 709-734.
- McKnight, D. H., "Trust in information technology", *Management Information Systems*, Malden, MA: Blackwell, Vol.7, 2005, pp. 329-331.
- Moorman, C., R. Deshpand, and G. Zaltman, "Factors affecting trust in market research relationships", *Journal of Marketing*, Vol.57, 1993, pp. 81-101.
- Morgan, R. M., *Relationship commitment and trust in marketing*, Ph.D. thesis, Texas Tech University, 1991.
- Nathan B., J. Olson, D. Gergle, G. Olson, and Z. Wright, *Effects of four computer-mediated communications channels on trust development*, Proceedings of the SIGCHI, 2002.
- Pavlou, P. A. and D. Gefen, "Building Effective Online Marketplaces with Institution-based Trust", *Information Systems Research*, Vol.15, No.1, 2004, pp. 37-59.
- Rotter, J. B., "A new scale for the measurement of interpersonal trust", *Journal of Personality*, Vol.35, 1967, pp. 651-665.
- Rousseau, D. M., "The problem of the psychological contract considered", *Journal of Organizational Behavior*, Vol.19, 1998, pp. 665-671.
- Schneider, F., *Trust in Cyberspace*, Washington, DC: National Academy Press, 1998.
- Shapiro, D., B. H. Sheppard, and L. Cheraskin, "Business on a handshake", *Negotiation Journal*, Vol.8, 1992, pp. 365-377.
- Skosgrud, H., B. Benatallah, and F. Casati, "Model-driven trust negotiation for web services", *IEEE Internet Computing*, Vol.7, No.6, 2003, pp. 45-52.
- Swan, J. E., F. I. Trawick, and D. W. Silva, "How industrial salespeople gain customer trust", *Industrial Marketing Management*, Vol.14, 1985, pp. 203-211.
- Uslaner, E. M., "Social Capital and the Net", *Proceedings of the ACM*, Vol.43, December 2000, pp. 60-64.
- Viega, J., T. Kohno, and B. Potter, "Trust (and mis-

- trust) in secure applications”, *Communications of the ACM*, Vol.44, No.2, 2001, pp. 31-36.
- Watanabe, Y. and Y. Ishida, “Distributed credibility evaluation of an information gathering mobile agent system”, *Systems and Computers in Japan*, Vol.34, No.9, 2003, pp. 758-766.
- Wathen, C. N. and J. Burkell, “Believe it or not: Factors influencing credibility on the web”, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Vol.53, No.2, 2002, pp. 134-144.
- Zand, D. E., “Trust and managerial problem solving”, *Administrative Science Quarterly*, Vol.17, 1972, pp. 229-239.

Study on the Relationship between Media-based Information Exchange and Interpersonal Trust

Namjae Cho* · Jinwook D. Oh**

Abstract

Social interaction becomes increasingly complicated, sophisticated and specialized. Popular methods of communication has expanded from face-to-face to the use of IT media, as the amount of needs for remote communication increases rapidly as well as the scope of the contents of communication.

The purpose of this study is to empirically examine the relationship between the use of IT media and the level of interpersonal trust, and further examine the differences in interpersonal trust across the use of different IT media.

A questionnaire survey was performed against 193 individuals in the age group between 20s and 40s, which is considered most active group of IT media. According to a series of regression analysis, the frequency of mediated information exchange is found to be correlated to the level of interpersonal trust. The effect of the amount of time spent with the media was not significant. We also found that the effects on interpersonal trust differed across the use of different types of communication media.

Keywords: Trust, IT and Trust, Trust Building, Media, Information Exchange Time/Frequency

* Processor of MIS at the School of Business of Hanyang University

** Adjunct Professor of Gachon University

◎ 저 자 소 개 ◎



조 남 재 (njcho@hanyang.ac.kr)

산업공학 학사, 한국과학기술원에서 경영과학 석사, 미 보스턴대학교에서 경영정보학 박사학위를 취득하였다. 현재 한양대학교 경영학부 교수로 재직 중이다. 주요 관심 분야는 IT planning, 전자상거래와 E-비즈니스, 지식경영, 디지털 산업 전략 및 정책, 디지털 컨버전스, 기술 로드맵 등이다.



오 진 욱 (jwoh0915@naver.com)

대전대학교에서 이학사(수학), 한양대학교 경영대학원에서 경영정보 석사, 한양대학교 대학원에서 박사과정(경영정보)을 수료하였다. 현재 가천대학교 경영학과 겸임교수로 재직 중이다. 주요 관심분야는 정보보호, 신뢰, 빅데이터, IT 전략 및 정책 등이다.

논문접수일 : 2014년 03월 19일

게재확정일 : 2014년 06월 27일

1차 수정일 : 2014년 06월 07일