

한국사회의 방송·통신 패러다임 변화 연구 08-18

미디어에 대한 신뢰와 사회여론의 변화

김세은/이종성

2008. 12



Korea Information Society Development Institute

한국사회의 방송·통신 패러다임 변화 연구 08-18

미디어에 대한 신뢰와 사회여론의 변화

2008. 12

연구기관: 한국방송학회

연구책임자: 김세은(강원대학교 교수)

참여연구원: 이종성(수원대학교 겸임교수)

제 출 문

정보통신정책연구원 원장 귀하

본 보고서를 『미디어에 대한 신뢰와 사회여론의 변화』의 최종보고서로 제출합니다.

2008. 11. 28

연구기관: 한국방송학회

연구책임자: 김 세 은(강원대학교 교수)

참여연구원: 이 종 성(수원대학교 겸임교수)

목 차

제 1 장 신뢰와 미디어의 위상	7
제 1 절 문제제기	7
제 2 절 신뢰도와 여론	9
제 3 절 미디어 신뢰도의 유사성과 차별성	12
제 2 장 여론형성에 대한 미디어의 효과	15
제 1 절 미디어와 여론	15
제 2 절 디지털 시대와 사이버 여론	17
제 3 절 여론에 대한 디지털 미디어의 의제설정효과	18
1. 의제설정효과	18
2. 디지털 미디어와 의제설정효과	20
제 3 장 미디어와 신뢰도 변화	22
제 1 절 미디어 신뢰의 요인들: 공정성, 객관성, 정파성 등에 관한 논의	22
제 2 절 미디어 신뢰도의 변화	23
제 3 절 신뢰도 하락의 요인과 진단	30
1. 기능적 대체 가설	31
2. 저가치 제공 가설	32
3. 공정성 위기 가설	32
제 4 장 인터넷의 신뢰도와 사회적 영향력	34
제 5 장 인터넷 미디어와 인터넷 저널리즘	37
제 1 절 인터넷 공간의 미디어 환경적 특징	37

제 2 절 포털의 이해와 온라인 공론장의 가능성, 그리고 대인미디어	39
1. 포털의 이해	39
2. 포털이 제공하는 온라인 공론장	40
3. 시민 저널리즘으로서 블로그와 BJ(broadcasting jockey)	41
제 6 장 표현의 수단과 인식의 공간으로서 인터넷	43
제 7 장 포커스 그룹 인터뷰	45
제 1 절 조사방법	45
제 2 절 그룹 인터뷰 - 블로거	45
제 3 절 그룹 인터뷰 - 대학원생을 중심으로	54
제 4 절 보완 설문조사 - 대학원생	60
제 8 장 결론과 제언	68
참고문헌	71
〈부 록〉 FGI 가이드라인	78

표 목 차

〈표 4-1〉 가장 영향력 있는 매체와 가장 신뢰하는 매체(상위 10순위)	34
---	----

그 립 목 차

[그림 3-1] 신문 정기구독률 변화 추이	24
[그림 3-2] 매체 속성별 평가	25
[그림 3-3] 매체별 만족도 및 신뢰도	25
[그림 3-4] 가장 신뢰하는 매체	26
[그림 3-5] 2004년 이후 가장 신뢰하는 매체 변화	27
[그림 3-6] 가장 영향력 있는 매체 (상위 10개)	28
[그림 3-7] 가장 신뢰하는 매체 (상위 10개)	28
[그림 3-8] 매체별 기사 및 보도에 대한 평가 (2008년)	29
[그림 3-9] 전국종합일간신문, 지상파 TV, 인터넷 비교	29
[그림 7-1] 뉴스 소비의 매체별 차이	61
[그림 7-2] 매스미디어에 대한 이용자 불만	61
[그림 7-3] 매스미디어의 뉴스보도에 대한 신뢰도	62
[그림 7-4] 일/월 평균 타 미디어 방문 수	65

제 1 장 신뢰와 미디어의 위상

제 1 절 문제제기

언론이 사회와 여론형성 과정에 미치는 효과는 여전히 논쟁중이다. 그럼에도 불구하고 언론이 여론을 형성하는데 영향력을 행사한다는 점에는 반론의 여지가 없다. 매스미디어로써 기존 언론은 커뮤니케이션의 일방향성으로 인하여 사회적 이슈들을 일방적이고 수직적으로 전달하게 된다. 그렇게 전달된 메시지는 정도의 차이는 있지만 개인의 머릿속에 그려지고 인식되는 과정, 즉 미디어가 제공하는 정보에 의존할 수밖에 없다.

80년대 중반 이후 한국사회의 민주화와 함께 한국 언론의 신뢰도는 지속적인 감소추세를 보이고 있다. 한국언론재단의 2004년 언론 수용자 의식조사에 따르면 언론 전반에 대한 신뢰정도를 묻는 질문에 ‘신뢰한다’는 응답은 19.5%(매우 신뢰한다 0.2%, 대체로 신뢰한다 19.3%)뿐이었고 ‘신뢰하지 않는다’는 응답이 더 많은 31.6%였다. ‘보통이다’라는 응답이 절반에 가까운 48.8%로 조사되었다. 또한 언론 보도의 공정성에 대한 질문에서도 ‘공정하지 않다’고 응답한 사람이 46.7%(별로 공정하지 않다 44.7%, 전혀 공정하지 않다 2.0%)에 달함으로써 언론을 신뢰하지 않는 독자를 포함한 다수의 독자들이 한국 언론의 보도행태에 대하여 공정하지 못하다고 생각하는 것으로 나타났다.

이와 같은 언론에 대한 인식은 가장 먼저 신문의 위기로 나타나고 있다. 특히 신문의 지속적인 구독률의 감소와 열독률의 하락이 이를 방증하고 있다(한국언론재단 2008). 비록 신문의 위기가 우리사회만의 문제가 아닌 세계적인 현상(PEJ 2004; WAN 2004)이라고는 하지만 한국사회에서 신뢰도에 대한 낮은 평가가 근본적으로 공정성에 기인하는지 아니면 다른 요인에서 비롯된 것인지를 규명하는 것은 언론환

경의 현실을 이해하고 미래를 설계하는데 중요하다. 뿐만 아니라 뉴미디어의 등장과 함께 재편되고 있는 언론환경에서 신문의 위기가 저널리즘의 위기 그리고 나아가 언론전반의 위기로 확대될 것인지를 진단하고 규명하는 것도 시급한 일이라 하겠다.

다른 한 편으로 우리는 인터넷으로 대변되는 뉴미디어를 일상으로부터 분리할 수 없는 세상에 살고 있다. 더 이상 ‘검색’이나 ‘지식인’이 낯설지 않다. 인터넷은 우리에게 가까이 다가와 있고, 그 만큼 인터넷의 영향력 역시 증대되고 있다. 1990년대 후반 인터넷은 급격하게 보급되기 시작하고, 신문과 TV와 더불어 주요 정보원으로 대두되었다. 또한 인터넷이 대안 매체로서 만족도 측면에서도 신문과 방송을 앞지르고 있는 상황이다. 그리고 그 중심에는 포털미디어가 자리 잡고 있다. 포털미디어는 매체의 접근 용이성과 대중성을 토대로 향후에도 발전 가능성이 높은 매체로 인식되고 있다. 게다가 포털미디어를 대중을 만나는 미디어 공간으로 이용하는 기관이나 기업들이 늘어가고 있는 실정이다. 포털미디어의 매체영향력이 커져가고 있음을 보여주고 있는 것이다.

최근 들어 이러한 포털미디어는 광우병 쇠고기, 공영서비스 민영화, 독도문제 등 사회적 이슈를 보도하고 있다. 즉, 전통적 미디어가 담당했던 의제설정 영역에 포털미디어의 도전이 이뤄지고 있는 것인데, 막강한 매체영향력을 등에 업은 포털미디어의 의제설정의 과급효과는 강력할 수밖에 없다. 왜냐하면 포털미디어의 진정한 매체영향력은 포털미디어가 다양한 부가서비스(이메일, 카페, 검색, 게임 등)를 통해 이미 확보된 수용자에게 영향을 미칠 수 있기 때문이다. 그리고 그 영향력은 여론형성과 변화로 구체화된다. 최근 이슈로 불거진 미국산 쇠고기 문제도 과거처럼 오프라인 미디어를 통해서가 아닌 포털사이트 다음의 아고라 등 포털미디어를 통해만 들어지고 확산되었다.

포털미디어의 여론형성 기능을 강화시키는 또 다른 한 축은 수용자들의 다양한 의견을 제기할 수 있는 토론공간을 제공한다는 것이다. 게재된 토론이슈는 이슈에 대한 대중들의 의견이 일차적으로 댓글을 통해 토론이 진행되고, 진행 중인 혹은 완

료된 토론 결과는 텍스트도 아닌 블로그 같은 1인 미디어나 UCC 같은 동영상(최근 광우병과 관련해서 인터넷에서 통용되는 여러 가지 담론은 거의 모두 동영상 사용자제작콘텐츠 형태이다)을 통해 정보의 유통이 확산된다. 관련된 현안에 대해 즉석 투표를 통해 여론을 가늠해볼 수 있게 하는 확인절차(실시간 설문조사)를 거치고 나면, 블로그나 카페 같은 개인화된 서비스로 신속하게 확장된다. 물론 이런 편리한 전달수단과 서비스는 모두 포털미디어를 통해 제공된다. 포털의 유통과워인 것이다. 포털미디어의 여론형성은 이와 같은 과정을 통해 이뤄지며, 이 부분이 포털미디어의 진정한 매체영향력일 수 있다.

이러한 인식을 바탕으로 다음과 같은 연구 과제를 설정하였다.

첫째, 각 미디어별 신뢰도의 차이와 그 원인은 무엇인가?

둘째, 미디어에 대한 신뢰가 수용자의 참여를 유발하는가?

셋째, 수용자 참여를 통해 여론의 변화가 가능한가?

궁극적으로는 인터넷의 신뢰도와 여론형성과 변화의 상관관계에 대하여 탐색해 보고자 한다.

제 2 절 신뢰도와 여론

사회구성원들 간의 기본적인 신뢰와 정직은 시민사회의 도덕적 가치의 핵심이며 사회제도가 기능하기 위한 전제라 하겠다. 최근 한국사회는 광우병 쇠고기, 대운하 건설, 공공서비스 민영화, 경제문제 등 사회적 이슈들이 쟁점화된 이유는 정부정책에 대한 불신이 지배하고 있으며 그 배경으로는 정부의 정책과 시민사회를 연결해주는 언론의 보도에 대한 불신이 팽배해 있기 때문이라 하겠다. 이재열의 주장에 따르면 “한국 사회의 최대의 걸림돌이자 장애 요인은 중립적이고 공정한 리바이어던(leviathan)이 존재한다고 믿지 못하는, 심판에 대한 강한 불신”(이재열 2002, 230)이

라고 지적한다. 한국사회와 미국사회의 신뢰도를 경험적 조사를 통해 비교한 이재혁은 한국사회에서 제도적 기관들 특히 정부 및 정치제도에 대한 신뢰도가 낮음을 지적하면서 한국사회에서의 신뢰 문제는 제도적 측면에서 먼저 공정하고 투명한 ‘게임의 규칙’을 확립하는 것이 우선적으로 필요하며, 사회적 자원이 탈집중화되고 권력이 분권화된 시민사회의 투명하고 공정한 제도의 확립이 필요하다고 주장한다(이재혁 2006, 91-94). 이와 같이 시민사회의 기존 제도에 대한 불신은 새로운 의사소통 채널을 갈구하게 되었고 마찬가지로 기존 제도에 안주하고 있는 언론에 대한 불신은 신뢰도의 감소로 나타나게 되었다.

신뢰는 사회 성원들 간의 가장 기본적인 사회관계로서 신뢰관계는 불안과 경계로부터의 해방 및 보다 많은 자발성과 개방성을 허용한다(Sztompka 1999, 103). 루만(N. Luhmann)은 신뢰(trust)를 확신(confidence)과 구별하여 신뢰와 확신 양자가 모두 어떤 기대와 관련되어 있으나, 확신이 대안을 고려하지 않는 상황에서 이루어지는 반면에 신뢰는 실망 가능성이 존재하더라도 여러 가능한 대안들 중에서 특정 행위를 선택하는 상황에서 발생한다고 하였다. 따라서 신뢰는 다원화된 근대 사회체계의 환경과의 복잡성을 줄이는 기능을 수행하고 타인에 대해 창의적이고 혁신적으로 행동할 수 있도록 하는 기능을 수행한다. 루만에 의하면 신뢰는 적어도 장기간의 사회관계에 있어 일반적이고 강화된 상호작용으로 사회 성원들 간에 자유롭고 능동적인 행동의 자유를 낳는다(Luhmann 1979, 64).

기든스(A. Giddens)는 “자아를 보호해주는 ‘보호막(protective cocoon)’의 근원”(1992, 3)으로 신뢰를 규정하고, 그러므로 신뢰의 교환은 친밀성(intimacy)과 밀접한 관련이 있다. 따라서 사회 성원들 간에 상호작용을 통해 상대방과의 친밀한 교류를 유지하기 위해서는 자율성(autonomy)과 상호 개방성(mutual disclosure)에 대한 균형감이 필요하다고 주장한다(1992, 96). 그리고 근대세계에서의 사회관계는 친밀성을 지니는 사람들뿐만 아니라 다양한 영역에서 일하는 이질적이고 낯선 사람들과의 신뢰 또한 발전시키기를 강요한다고 본다. 하지만 신뢰를 받고 있다는 인식, 즉 개인이나 집단 그리고 제도를 포함하여 ‘신뢰의 신용장(credit of trust)’을 얻게 되면 그

들은 직접적인 사회적 감시와 통제로부터 일시적으로 벗어나 해방되기도 한다 (Sztompka 1999, 104). 한 번 신뢰를 준 개인이나 미디어에 대해서 지속적인 관심과 기대를 표명하는 기저에 믿음이 깔려있기 때문이다.

기술의 발전, 특히 정보통신기술의 혁명적 변화는 토플러(Toffler, 1990)가 주장했던 ‘제3의물결’과 같이 데이터, 아이디어, 상징체계 등의 생산과 보급이 새로운 부를 창출하는 정보화 사회로 이끌었다. 정보통신기술의 도입은 이전의 어떤 사회보다 정보의 흐름이 자유롭고 공유가 확대되며 인적, 물적 자원의 흐름이 보다 투명하게 포착될 수 있는 상황으로 바뀌었다. 그렇지만 정보 흐름의 중심에는 정보통신기술의 발전으로 등장한 뉴미디어뿐만 아니라 기존의 매스미디어가 여전히 놓여있다. 특히 매스미디어는 공공성과 공익성을 근거로 문화를 창출하고 전수하는 사회문화적 기능을 보유하고 있고 커뮤니케이션의 개방성으로 인해 신뢰문화를 정착시키기 위한 공적 역할을 수행하기에 적합하다.

스톰카는 신뢰문화의 형성을 위해서는 사회조직의 투명성이 필요하다고 주장한다(Stompka 1999, p. 134 이하). 사회조직의 개혁이 필요한 경우 확고한 의지와 함께 명백한 논리에 따라 추진해야 신뢰문화를 정착시킬 수 있으며 투명성을 높이기 위해서는 조직의 활동이 최대한 공개적으로 진행되어야 하고 결국 이를 감시할 수 있는 독립적이고 공정한 보도를 전제로 한 미디어의 역할을 강조한다. 사회를 투명하게 유지하는 역할에서 매스미디어, 즉 신문과 방송이 매스커뮤니케이션의 중심에 있었다. 그 중 가장 오래된 매스미디어인 신문은 많은 부분 오락기능을 떠안고 있는 TV와는 달리 저널리즘의 전통을 고수하며 사회적, 정치적 역할을 통하여 신뢰의 문화를 형성하였다. 하지만 정보통신기술의 발전과 인터넷의 등장으로 오랜 기간 쌓아왔던 신문의 신뢰와 신뢰문화가 쇠퇴하고 있는 현실에 직면하여 미디어 조직의 투명성을 포함한 그 배경과 원인에 대한 진단의 필요성이 절실하게 다가온다. 고도로 복잡해진 현대사회에서의 신뢰는 다양하고 복잡한 사회관계 속에서 미디어의 역할은 시민사회가 유지될 수 있는 근간이기 때문이다. 신뢰가 무너진 사회에서는 정치, 경제, 문화 등 모든 영역에 걸쳐 협동적 행동이 이루어질 수 없다는 점에서 미디어

어의 신뢰는 사회발전의 내재적 동력이라 하겠다.

제 3 절 미디어 신뢰도의 유사성과 차별성¹⁾

대체로 미디어 신뢰도는 그 미디어가 얼마나 뉴스의 정보원으로서의 역할을 잘 수행하는가에 의해 결정되며, 따라서 각 미디어별 특성을 고려한 분석이 필요하다. 즉, 미디어에 따라서 공중이 중요시하는 신뢰도의 평가요인이 달라 질 수 있다. 신문의 신뢰도의 경우, 중요시되는 뉴스 평가 요인들은 인터넷이나 TV 신뢰도에서도 동일하게 영향력이 발휘되리라고 기대하기 어렵다(박정의, 2001; 반현, 2003) 예를 들어, 수용자에게 인터넷 뉴스의 신뢰도를 평가하게 한다면, 인터넷이 제공하는 정보의 양을 중요한 것으로 간주할 수 있다(Bucy, 2003). 이러한 연구는 ‘특정 매체의 신뢰도가 높다’ 또는 ‘낮다’는 식으로 천편일률적인 결과를 초래하게 된다(김세은 2006).

미디어 신뢰도에 관한 연구들은 수용자가 인식하고 있는 미디어에 대한 이미지나 사용경험 그리고 이용량 등과 미디어 신뢰도와의 상관관계를 밝혀내려는 시도였다(Kiousis 1999; Johnson & Kaye 1998; Lukaszewski 2000). 뉴스 이용자의 개인적인 속성들이 미디어 신뢰도와의 관계에서 독립변인으로 작용할 수 있기 때문이다. 즉 개인의 정치적 성향이나 미디어 사용경험의 정도, 신문 열독의 정도 외에도 다양한 인구사회학적 변인들이 미디어 신뢰도와 상관관계를 맺고 있다는 점에서 충분한 고려의 대상이 된다(김세은 2006). 그러나 뉴스미디어에 대한 신뢰도가 개인의 사용경험이나 이용량보다는 미디어가 뉴스 전달 역할을 어떻게 수행하는가에 의해 결정된다는 사실이 밝혀지면서 최근 연구들은 수용자가 어떠한 평가기준으로 미디어의 뉴스를 수용하는지 밝혀내고 이들 평가기준의 유사성과 차이점을 비교하는 데 초점을 두고 있다(박정의 2001; 반현 2003; 이창현/김은영 2004; Abdulla/Garrison/ Salwen/

1) 송종길 2007 참조

Driscoll & Casey 2002; Bucy 2003). 따라서 미디어 신뢰도 연구는 미디어가 제공하는 뉴스의 정확성이나 공정성과 같은 미디어의 현실반영에 관한 측정과 동시에 미디어 현실을 반영하는 신뢰도에 영향을 미치는 요인들을 미디어의 신뢰도를 구성하는 ‘피라미드’ 속에서 함께 고려하는 것이 중요하다(Hovland & Weiss 1951, 김세은 2006 재인용). 결국 미디어 신뢰도에 관한 연구는 뉴스의 공정성이나 정확성과 같은 ‘뉴스의 저널리즘적 특성에 대한 평가(뉴스 신뢰도 평가)’와 ‘미디어에 대한 총체적인 차원에서 얼마나 신뢰할 수 있는지에 관한 평가’가 함께 이루어져야 하는 것이다(박정의 2001).

수용자가 중요시하는 뉴스 신뢰도 평가는 미디어에 따라 달라질 수 있고 기존 연구들은 신뢰도에서 중요시되는 뉴스평가가 신문, 방송, 인터넷을 비교할 때 동일하지 않다는 것을 제시하고 있다(박정의 2001; 반현 2003; Abdulla et al. 2002; Sundar 1999). 공공성 요인은 TV가 신문과 인터넷보다 더 강조되는 미디어이며, 즉시성과 공정성 요인 또한 TV뉴스 신뢰도의 평가요소로서 중요한 위치를 점한다. 반면 신문은 사회적, 정치적 역할에 대한 역사적 경험과 기대감으로 보도의 다양성과 심층성이 중요한 뉴스 신뢰도 평가요소이다. 인터넷은 정보의 양, 신속성과 쌍방향성 등이 중요한 뉴스 신뢰도 평가요인에 해당한다. 결국 미디어별 특성에 따라 다르게 나타나는 뉴스 신뢰도 평가들이 미디어의 총체적 신뢰도에 영향을 미치게 되는 것이다. 그리고 미디어별 뉴스평가 요인과 총체적 신뢰도 평가와의 관계를 밝힘으로서 각 뉴스미디어가 추구하여야 할 뉴스 신뢰도 요인을 알아낼 수 있다. 하지만 미디어의 신뢰도는 단기간에 이루어진다고보다는 장기적인 축적과정을 통해 형성되는 것으로 수용자 집단이 강조하고 있는 미디어의 정확성과는 달리 기자들은 사회의 흐름을 정확히 독자와 시청자에게 전달하는가가 신뢰를 규정하는 중요한 요인으로 간주하는 시각차를 보이고 있다(강명구 2001, 179).

미디어 신뢰도와 뉴스 신뢰도를 비교 분석한 송종길(2007)의 연구에 따르면 미디어별 뉴스 신뢰도에서 기자들은 수용자보다 신문과 TV의 뉴스 신뢰도를 높게 평가하였으며, 수용자들은 기자들보다 인터넷의 뉴스 신뢰도를 높게 평가하는 것으로

나타났다. 기자들과 수용자들의 미디어별 신뢰도 차이는 인터넷의 위상에 대한 시각차로서 수용자 대중은 인터넷을 TV와 신문에 버금가는 뉴스매체로서 인정하고 있음을 반증하고 있다. 매체별 뉴스 신뢰도의 요인 분석에서는 기자와 수용자 집단이 기존의 매스미디어에 대하여 유사한 결과를 보이고 있다. 지상파TV에서 기자 집단에서는 ‘전문성’과 ‘진실성’을, 수용자 집단에서는 ‘전문성’, ‘진실성’에 ‘객관성’이라는 요인이 추가로 나타났다. 신문의 뉴스 신뢰도에서 기자 집단에서는 ‘공정성’, ‘진실성’, ‘뉴스 가치성’, 수용자 집단에서는 ‘진실성’, ‘공정성’, ‘정확성’이라는 요인구성을 보였다. 반면에 인터넷의 뉴스 신뢰도를 평가함에 있어서 기자 집단에서는 ‘공정성’, ‘진실성’, ‘뉴스 가치성’ 등을 꼽았고 수용자 집단은 ‘언론성’, ‘정확성’, ‘현시성’의 요인을 강조하는 것으로 나타났다.

결론적으로 수용자들의 인식은 기자들과 달리 인터넷을 뉴스미디어로 인정하고 있고 따라서 뉴스미디어에 관하여는 기존의 매스미디어에 대한 신뢰도와 인터넷에 대한 그것이 별반 차이가 없다는 점을 지적할 수 있고 미디어별 신뢰도 요인분석에서는 기자들이 전통적인 저널리즘적 차원에서 접근하고 있는 반면에 수용자들은 미디어의 기술적 특성을 중심으로 뉴스 신뢰도를 평가하고 있는 것으로 보인다(2007, 199이하). 따라서 수용자들은 인터넷에 ‘언론성’(199), 즉 뉴스미디어로서의 속성을 부여하고 있다는 점에서 인터넷의 사회적 영향력을 추론할 수가 있다.

제 2 장 여론형성에 대한 미디어의 효과

제 1 절 미디어와 여론

커뮤니케이션의 대상, 미디어의 노출 대상, 그리고 본 연구의 주제와 관련된 대상, 이러한 논의 대상의 중심에 ‘여론’이 있다. 미디어의 여러 특징 중 신뢰도가 중요한 이유도 결국 여론의 형성과 변화에 미치는 관계와 영향 속에 있다. 따라서 여론이 무엇이고 그 형성되는 과정은 어떠한지 살펴볼 필요가 있다.

기존연구들에 따르면, 여론에 관한 논의는 여론을 어떻게 정의하느냐가 중요한 문제로 제기되고 있다. 베렐슨(Berelson, 1950)에 따르면 전통적 개념에서 여론은 단순히 많은 사람의 태도의 집합체가 아니다. 오히려 여론은 넓은 의미에서 토론과 대화의 산물이다. 단순히 많은 사람들이 각각 가진 생각의 집합체가 아니라, 커뮤니케이션 과정을 거쳐서 나타나는 산물인 것이다. 커뮤니케이션이 일어나기 전에는 단순한 군중(crowd)이었다가 공유된 정서적인 경험과 대화, 논쟁을 거쳐서 공중(public)으로 발전한다(Blumer, 1946; Price, Cappella, Nir, 2001). 여기서 우리는 공중에 대해 보다 구체적으로 살펴볼 필요가 있다. 공중은 연구자들에 따라 여러 갈래로 분류되는 까닭이다. 또한 우리가 살펴보고자 하는 여론 역시 이러한 공중의 여러 부분과 접하고 있기 때문이다.

하버마스(Harbermas, 1989)는 공중, 즉 ‘Public’이란 용어는 사람들(people)을 의미하는 라틴어 ‘Poplicus’ 또는 ‘Populous’에서 유래되었다. 초기 사람들은 ‘public’이란 용어를 서로 다른 두 개의 뜻으로 사용하였는데, 하나는 공공장소(public place)와 같은 일반인의 접근을 뜻하는 ‘공개성’(openness)과 ‘이용가능성’(availability)을 의미하였고, 다른 하나는 ‘공공이익’(common interest) 또는 ‘공공선’(common good)을 의미하였다. 이러한 개념들에서 유래된 공중 개념은 이후 현대적 의미로 발전하게 된다.

프라이스(Price, 1992)는 군중(crowd), 대중(mass), 공중(public)의 차이점을 비교분석함으로써 각 집단간 차이를 규정하였다. 우선 군중(Crowd)은 정치적인 군중심리에 의해 형성되는 집단으로 다른 사람의 감정과 행동을 쉽게 흉내내고, 전염성도 강하며, 군중 속의 개인은 무의식적으로 설득에 무방비한 상태로 존재한다. 대중(Mass)은 현대사회의 특징을 그대로 반영하고 있는데, 구성원들간 상호교류와 커뮤니케이션이 없으면서도 사회 전체 범위에서 동원되는 힘을 지닌다. 대중을 이어주는 끈은 공통적으로 가지게 되는 ‘관심’ 뿐이다. 그런 의미에서 대중의 결집력은 개인적이며 익명성을 바탕으로 한다.

이에 반해 공중(public)은 이슈를 둘러싸고 반대와 이성적인 담론 과정에서 형성된다(Park, 1972). 군중이 단지 감정적인 경험의 일치에 근거한 공유된 감정을 필요로 한다면, 공중은 이슈를 둘러싼 커뮤니케이션 행위를 통해 형성되고 이성적으로 사고하는 능력이 요구되는 것이다. 하버마스에 의하면 공중은 신뢰라는 자율적 시민의 전제조건을 갖추어야 한다. 신뢰는 상호이해를 기반으로 하는 생활세계의 주원리가 되기 때문이다(Habermas 1992/2000, 576).

노엘레 노이만(Noelle-Neumann 1996)은 여론을 의미 차원에서 두 가지로 분류하고 있다. 하나는 책임감 있고 정보를 가진 시민들 사이에서 이루어지는 이성적 토론을 바탕으로 한다. 또 다른 하나는 동화되기를 요구하는 사회적 압력의 결과로 나타나는 것이다. 특히 노엘레 노이만은 두 번째 종류의 여론에 보다 관심을 가진다. 사람들은 자신의 의견이 소수파에 속한다고 볼 때 소외의 두려움 때문에 침묵하게 된다고 본다. 그러므로 다수의 의견에 속한다고 여겨지는 의견은 점점 더 강해지고, 소수의 의견은 없는 것처럼 보이게 된다.

노엘레 노이만과 함께 하버마스의 여론 역시 살펴볼 필요가 있다. 하버마스는 공중개념의 분류와 함께, 여론은 자유로운 환경에서 이성적 토론을 거쳐서 형성되어야 한다고 본다. 다른 사람들의 의견에 반대되는 것이라고 할지라도 자유롭게 서로의 의견에 도전할 수 있어야 한다고 본다. 이런 점에서 의도적이건 아니건 매스미디어가 여론 형성에 직접적으로 참여해서 강한 영향을 미치는 것에 비판을 가한다. 뒤

이어 살펴볼 미디어가 갖고 있는 의제설정 역할에 대한 일종의 반론이라고 볼 수 있다.

프라이스 등(Price et al. 2001)은 토론과 의견의 불일치가 여론을 형성하는 과정과 더불어 효율적 민주주의를 위해서 꼭 필요하다고 본다. 정치토론에서 의견의 불일치가 의견의 질에 어떠한 영향을 미치는 가를 알아보기 위해, 그는 조사(2002년)를 실시하였다. 연구결과 의견의 불일치를 많이 겪을수록 토론과정에서 참여자들은 스스로의 주장을 뒷받침하는 이유를 많이 만들어 낼 수 있었고, 다른 사람들이 왜 자신의 의견과 견해를 달리하는지에 대한 이유도 짚을 수 있었다. 즉, 반복된 토론과 문제제기는 의견의 질을 향상시킬 수 있다는 점을 시사한다.

여론에 대한 기존 논의들을 살펴보면 중요한 공통점이 발견된다. 그것은 모든 여론 형성의 기저에는 ‘토론과 대화’가 중심이 된다는 것이다. 즉 이러한 특성을 기반으로 발전하는 여론이라면, 상호작용성과 수평적 대화가 보장된 인터넷이라는 새로운 환경에서는 어떻게 여론을 형성시켜 나아가는 지 살펴볼 필요가 있다.

제 2 절 디지털 시대와 사이버 여론

사이버 공간에서 여론이 형성되는 과정은 크게 두 가지로 나눌 수 있다. 첫 번째는 기존의 언론에서 알려진 사안에 대해 사이버 공간에서 누리꾼들이 의견을 제시하면서 기존 언론에 대한 의제에 반응을 보임으로써 형성되는 여론이다(강미은, 2001). 즉, 전통적인 매스미디어(신문 또는 방송)에서 설정된 의제가 누리꾼들 사이에서 토론을 통해 다시금 확산되고, 이러한 토론 과정 속에서 발생된 새로운 의제가 다시 기존 언론매체에 보도되는 순환구조를 말한다. 곧 미디어의 의제설정이라고 볼 수 있다. 두 번째는 인터넷에서 어떤 쟁점이 먼저 알려지고, 인터넷의 무한 확장성을 통해 사이버 공간에서 큰 이슈가 된 다음, 기존의 언론이 이를 받아 보도함으로써 사안이 더 확대되는 경우이다(강미은, 2001). 다시 말해, 인터넷이 기존 언론에 의제를 설정하는 경우이다. 전통적인 연구들에 의하면 대부분의 미디어 간 의제설정은 기존 미디어로부터 인터넷 미디어로 흘러가는 방향성을 가졌다. 그러나 최근

연구들에 따르면 오히려 인터넷으로부터 기존 매체로 의제가 재설정 되는 경향을 보인다. 즉, 의제 파급(*agenda-rippling*) 또는 역의제설정(*reversed agenda-setting*)이 가능한 것이다(김성태 2006, 177). 여기서 특히 주목해야 할 점은 이러한 역의제 설정을 가능하게 하는 것은 인터넷의 여론형성에 주요한 역할을 하는 누리꾼의 공공의제라는 점이다. 물론 사이버 공간에서 시작된 이슈나 쟁점이 기존 신문이나 방송이 해당 이슈를 증폭시킬 때 그 파장이 확산된다는 것은 주지할 필요가 없는 사실이다.

지금까지 기술한 논의들을 살펴보면, 결국 커뮤니케이션과 여론, 보다 구체적으로 미디어와 여론과의 관계 형성에 중요한 역할을 하는 기제가 확연히 드러난다. 바로 미디어의 의제설정기능 또는 의제설정효과이다.

제 3 절 여론에 대한 디지털 미디어의 의제설정효과

1. 의제설정효과

맥콤스(McCombs, 2004)에 따르면, 의제설정효과 이론은 미디어에서 수용자들의 ‘중요성 이동 또는 현저성 전이’라는 기본 개념을 가지고 있다. 여기서 현저성 전이는 “대중매체에서 중요한 것이라고 나타난 요소들을 독자들도 중요하게 생각하게 된다.”는 내용을 기본 개념화한 말이다. 이러한 기본 개념 밑에서 개발된 대표적인 요소들은 다음과 같다. 의제설정 1차 단계, 의제설정 2차 단계, 미디어 간 의제 설정, 정향욕구, 점화효과(*priming*)와 같은 5가지로 정리된다.

먼저 1차 단계는 이 중요한 요소를 이슈나 대상에 한정해, 미디어가 보도한 이슈나 대상에 대한 인식이 수용자들에게 어떻게 각인되는가를 탐색하는 것이다. 초기 의제설정 연구자들은 이슈의 추상성, 효과의 지속성 등 1차 단계와 연관된 주제들의 연구에 집중했다(Soroka, 2002, Wanta, 1997). 의제설정 2차 단계(*second level agenda setting*)는 미디어가 어떤 개체를 보도하는 과정에서 그 개체의 부분적인 특성을 돌출시켜 묘사하면, 결국 독자들은 그 개체를 생각할 때 그 특성들을 중요하게

떠올리게 된다는 설명이다. 부연하면, 1차 단계가 다루는 이슈의 하부 이슈, 즉 ‘이슈의 속성’에 관한 것이다. 맥콤스와 동료들은 속성을 “각 대상을 채우는 속성이나 특징”으로 정의하면서 매체의 보도에서 수용자의 머리로 이동하는 중요 내용이 이슈를 구성하고 있는 속성들도 있다는 점이 부각된 것이다(McCombs et. al, 2000). 이렇듯 의제설정이 1차와 2차로 구분되어 진다는 것은, 전체적인 이론의 틀을 확장시킨 결과를 가져왔다. 즉, 의제 설정 이론이 “미디어가 사람들에게 무엇에 대해 생각해보라(what to think about)”는 수준에서 “미디어가 사람들에게 어떻게 생각해보라(how to think about)”는 단계를 설명가능해진 것이다(McCombs et. al, 2000).

접화효과(priming)는 “미디어가 어떤 이슈는 버리고 어떤 이슈를 선택해 보도하면서 사람들이 판정하는 기준을 변화하게 만드는 과정”이라는 개념이다(severin & Tankard, 2001). 접화효과론자들은 수용자들이 특정 대상에 대한 판단 기준을 세울 때 미디어가 보도한 내용들을 가이드라인(판단기준)으로 삼는다는 점을 부각시켰다(Iyengar et al, 1982; Iyengar & Kinder, 1987). 결국 미디어가 수용자들에게 중요한 이슈를 전달하는 의제설정 기능을 수행하면서, ‘의견 설정가’로서의 역할을 동시에 담당한다는 점을 명확히 했다.

지금까지 살펴본 의제설정이론이 수용자에 대한 미디어의 영향력을 설명하는 내용이라면, 정향욕구이론은 의제설정 효과의 심리적 배경에 관한 것이다(Weaver, 1977). 정향욕구는 개인이 소유한 정보의 적절성(relevance)과 정보에 대한 불확실성(uncertainty)라는 독립변인에 따라, 수용자의 의제설정 효과에 차이가 난다는 것이다. 즉, 의제설정효과는 정보에 대한 개인의 적절성과 불확실성이 높을 때 효과가 크게 나타난다는 것이다. 지금까지 다룬 의제설정이론이 미디어와 수용자의 관계라면, 미디어 간 의제설정 이론은 미디어 상호 간의 의제설정효과를 다룬 것이다. 한 미디어가 의제를 정해 보도하면 다른 미디어가 이를 따라 보도한다는 것으로, 한 미디어가 다른 미디어의 의제를 선도한다는 것이 주요 내용이다(McCombs et al. 2000).

지금까지 소개된 의제설정 이론은 주로 전통 미디어, 즉 매스미디어에 관한 것이

다. 그렇다면 인터넷이라는 새로운 미디어 환경에서 과연 전통 미디어에 적용시킨 의제설정이론은 어떠한 위치에 있는 것일까? 특히 수용자에 대한 뉴스 메시지의 일 방향적인 영향력이 인터넷 공간에서는 어떻게 변화되고 있을까?

2. 디지털 미디어와 의제설정효과

디지털 미디어, 즉 온라인 미디어에서의 의제설정의 특징은 상호작용성의 극대화를 통해 일반 시민에 의한 미디어 의제 수립의 가능성과 대안미디어로서 가능성을 제시해 줄 수 있다는 점이다(김학수, 오연호, 2003; 박선희, 2001, 2002). 사실 온라인 미디어는 현실적으로 의제설정 기능을 충실히 수행하고 있음이 밝혀졌다. 즉 사회적으로 중요하게 평가받는 공중의제(public agenda)의 형성에 기여하는 온라인 미디어의 의제설정 기능이 확인되고 있다(구교태, 2002; Althaus & Tewksbury, 2002; Garcia, 1007; Roberts, Wanta and Dzwo, 2002).

최근에는 앞서 언급한 온라인 미디어의 2차적 의제설정 혹은 속성 의제설정(second-level or attribute agenda-setting) 기능이 밝혀지고 있다(윤태일, 심재철, 2003; 이병혜 2005; 조수선, 김유정, 2004;).

그러나 현재 온라인 공간에서 뉴스미디어의 영향력은 개별 미디어 사이트에서 포털 사이트의 뉴스서비스로 이전되었다(최민재, 김위근 2006). 최근 들어 온라인상에서 이루어지는 누리꾼들의 빈번한 정치참여활동에 대한 연구가 이루어지고 있다. 라인골드(Rheingold, 2002)는 네트워크 형태의 시민운동과 참여 확대에 주목하였다. 여기서 참여자들을 ‘참여군중’ 혹은 ‘영리한 군중’(smart mobs)으로 표현하며 온라인 참여자들에 대한 관심을 고조시켰다. 조화순과 송경재(2004)의 경우에도 이러한 현상에 주목하여 자발적으로 온라인 네트워크를 통해 의제가 형성되고 정책 채택과 집행에 반영되는 과정을 특정 이슈들을 중심으로 분석하였다. 한편 김성태와 이영환(2006)은 최근 국내에서 사회적인 관심을 끈 구체적인 온라인 의제 사례들을 수집하여 그 과정을 추적하였다. 그 결과 온라인상에서 확산된 주요 의제의 대부분은 최초의 발화자가 무명의 시민이며, 적극적인 의제 확산자라고 할 수 있는 누리꾼들을

통해 제기된 의제가 확산됨을 발견하였다. 또한 이들은 이 과정에서 온라인 공간 속에서 누리꾼 사이에 중요하게 인정받은 의제를 온라인 언론뿐만 아니라 신문과 방송 같은 전통미디어가 보도함으로써 더욱 중요한 의제로 발전한다는 것을 증명했다.

지금까지의 논의를 종합하면, 인터넷이라는 새로운 미디어환경 내에서는 수용자에 대한 기존미디어의 영향력을 일방향적인 측면에서 바라본 기존미디어와는 달리, 새로운 미디어환경에서는 이러한 양방향성으로 확장시키고 있다. 이에 따라 인터넷 환경 내에서 발전하고 있는 다양한 서비스들의 미디어적 특성이 여론형성에 크나큰 영향을 미치고 있음이 곳곳에서 드러나고 있다. 하지만 무명의 누리꾼에 의해 발화되어 수많은 누리꾼들에 의해 확산되어 가는 과정에서 사안에 대한 신뢰가 전제되지 않을 때 예기치 않은 부정적 결과를 초래할 수 있다는 점에서 신뢰의 문제는 그 중심에 놓이게 된다. 신뢰는 기존 미디어에서와 마찬가지로 온라인 공간에서도 간과해서는 안되는 부분이다. 사안과 내용에 대한 신뢰가 전제되지 않고서는 사회에 대한 무책임한 행위만이 따를 뿐이기 때문이다. 신뢰는 미디어와 수용자를 연결해주는 요인 중의 하나이면서도 핵심적인 부분이라 하겠다. 그런 의미에서 기존 미디어와 인터넷의 신뢰도와 그 변화를 살펴보고 변화의 요인에 대하여 고민하고자 한다.

제 3 장 미디어와 신뢰도 변화

제 1 절 미디어 신뢰의 요인들: 공정성, 객관성, 정파성 등에 관한 논의

인터넷이 이처럼 영향력을 확대하고 있는 한 편으로 기존의 매스미디어는 매체별 특성에 따라 차이를 보이고 있다. 매스 미디어는 공동체의 신뢰에 영향을 미칠 뿐 아니라, 올바른 정보전달과 여론 형성을 통해서 민주사회의 유지·발전에 기여하고 있으며, 이러한 점에서 미디어의 신뢰문제는 사회적으로 매우 중요한 의미를 갖는다(Ladd, 2004). 특히, 각각의 매체가 제공하는 뉴스에 대한 평가에 있어서, 미디어 신뢰도가 가장 주요한 영향을 미치는 요인이 됨에 따라, 시대의 발전과 함께 주요 논의 대상이 되고 있다.

대체로 미디어 신뢰도는 그 미디어가 얼마나 뉴스의 정보원으로서의 역할을 잘 수행하는가에 의해 결정되며, 따라서 각 미디어별 특성을 고려한 분석이 필요하다. 즉, 미디어에 따라서 공중이 중요시하는 신뢰도의 평가요인이 달라 질 수 있다. 신문의 신뢰도의 경우, 중요시되는 뉴스 평가 요인들은 인터넷이나 TV 신뢰도에서도 동일하게 영향력이 발휘되리라고 기대하기 어렵다(박정의, 2001; 반현, 2003) 예를 들어, 수용자에게 인터넷 뉴스의 신뢰도를 평가하게 한다면, 인터넷이 제공하는 정보의 양을 중요한 것으로 간주할 수 있다(Bucy, 2003).

호블란드와 바이스(Hovland & Weiss, 1951)에 의하면, ‘신뢰도(credibility)’라는 용어는 수용자 신뢰도(audience credibility)와 정보원 신뢰도(source credibility)의 개념으로 분류할 수 있다. 정보원에 대한 신뢰도라는 말은 크게 전문성(expertness)과 진실성(trustworthiness)으로 구성된다고 한다. 여기서 전문성이 커뮤니케이터가 관련된

일을 수행할 능력(competence)이 있는지 혹은 없는지와 관련된 부분이라면 진실성은 커뮤니케이터가 특정 방향으로 메시지 수용자의 태도나 행동을 유도하기 위해서 거짓 정보를 흘릴 가능성(likelihood)이 있느냐의 여부라고 말할 수 있다. 한편, 메이어(Meyer, 1988)는 뉴스 미디어의 신뢰도를 측정하기 위해 5가지 차원(신뢰성, 정확성, 공정성, 완전성, 비편향성)을 사용하였다. 일반적으로 미디어에 대한 총체적 신뢰도 평가는 미디어의 저널리즘적 특성에 따라 달라진다(반현 2003; Abdulla et al. 2002; Busy 2003). 텔레비전의 공정성, 속보성이나 인쇄매체의 전문성, 보편성 등이 기존미디어의 저널리즘적 특성이라면 뉴미디어 특히 인터넷은 정보의 양과 쌍방향성이 신뢰도 평가의 주요인이 될 것이다.

제 2 절 미디어 신뢰도의 변화

또한 미디어 신뢰도에 대한 국내 연구를 살펴보면, 2002년 조사부터 매체로서 인터넷에 대한 신뢰도, 만족도와 이용에 대한 조사가 중심적으로 이루어졌으며, 인터넷 이용이 많을수록 신문 만족도와 신뢰도가 낮아지는 현상이 제시되었다(박정의, 2001, 한국언론재단 조사분석팀, 2002; 황치성, 2004). 또한 반현(2003)은 국·내외 선행연구를 통해서, 인터넷 뉴스의 신뢰도에는 전통적 뉴스가치성, 공공성 그리고 선정성을 중요한 요인으로 보았다.

그러나 미디어 신뢰도에 대해 가장 포괄적이고 체계적인 조사는 한국언론재단에 의해 수행되고 있다. 한국언론재단은 사회여론의 변화를 이해하고 파악하는 수단으로서 1984년부터 격년으로 수용자조사를 통해 총체적인 미디어 신뢰도에 대한 평가를 실시한다. 한국언론재단의 ‘2008 언론수용자 의식조사’²⁾ 결과를 보면 미디어의 신뢰도 변화가 한 눈에 들어온다. 다음은 〈신문과 방송〉 8월호에 제시된 조사결과³⁾

2) 언론수용자들의 매체 이용 행태와 언론에 대한 인식 등을 알아보기 위해 1984년부터 2년 주기로 언론수용자 의식조사를 실시하고 있다. 표본오차는 95% 신뢰수준 하에 $\pm 1.4\%$ 이며, 2008년 5월 3일부터 6월 9일까지 1:1 대인면접 방식으로 이루어졌다.

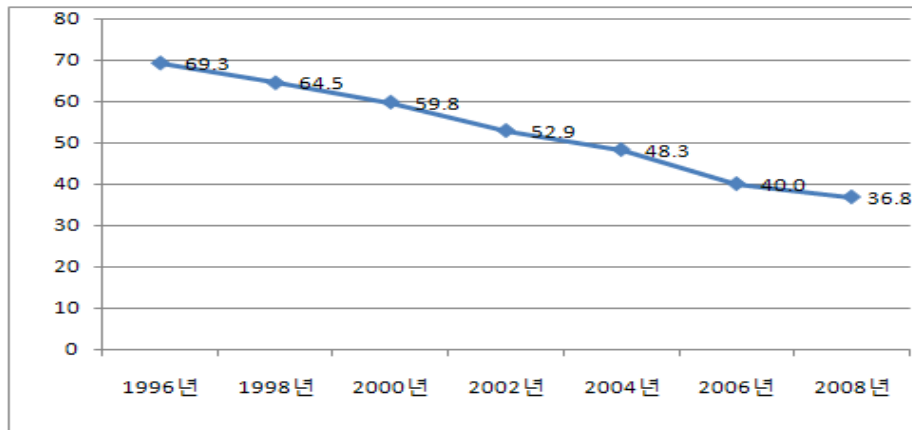
중에서 미디어의 신뢰도에 관련된 부분을 간추린 것이다.

2008년 조사 결과, 신문 정기구독률은 36.8%로 나타나 지속적으로 가파른 하락세를 보이고 있다. 신문구독률은 지난 96년 69.3%, 2002년 52.9%였으나 2004년 48.3%로 절반을 넘기지 못했고 이번 조사에서는 40% 이하로 떨어졌다. 이는 지난 12년간 연 평균 2.7%포인트 정도의 구독률 하락세가 나타나고 있음을 의미한다(오수정, 2008. 7, 146-148쪽).

언론수용자들은 가장 친근하고 중요하며 유익한 매체, 그리고 가장 재미있고 영향력 있으며 필요하고 편리한 매체로 ‘방송’을 꼽았다. ‘인터넷’은 가장 풍부하며 신속한 매체로 인식되고 있었고 그 외 다른 속성에서는 ‘방송’ 다음 순위를 차지했다(오수정, 2008. 7, 148쪽).

[그림 3-1] 신문 정기구독률 변화 추이

(단위: %)

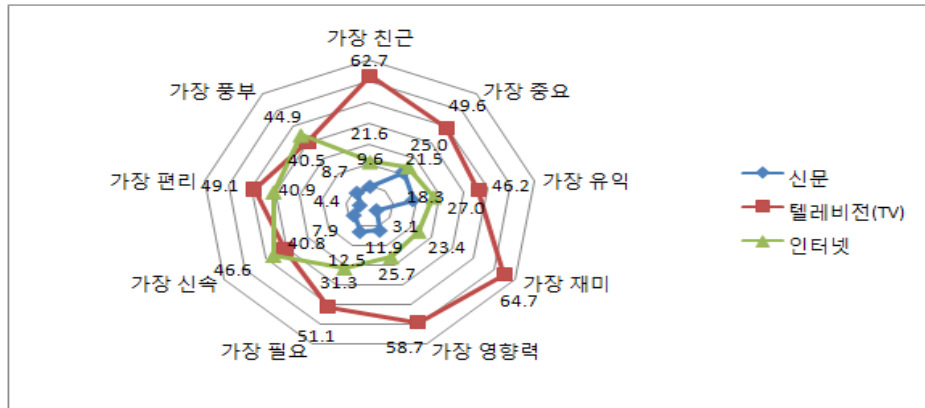


* 오수정 (2008. 7). 2008 언론수용자 의식조사 ①. 『신문과 방송』, 147쪽.

3) 오수정 (2008. 7). 2008 언론수용자 의식조사 ①. 『신문과 방송』, 146-149.

[그림 3-2] 매체 속성별 평가

(단위: %)

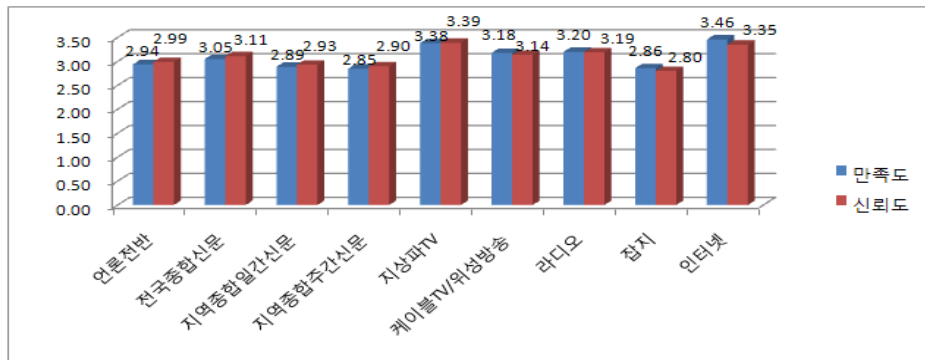


* 오수정(2008. 7). 2008 언론수용자 의식조사 ①. 『신문과 방송』, 147쪽.

[그림 3-3]에서 나타나듯 매체별 만족도는 인터넷이 그리고 신뢰도는 지상파TV가 가장 높은 점수를 얻었다. 언론전반 및 매체별 만족도와 신뢰도를 5점 척도(전혀 만족하지 않는다 1점, 매우 만족한다 5점)의 평균점수로 알아본 결과, 언론전반에 대한 만족도는 2.94, 신뢰도는 2.99로 나타나 2006년(만족도 3.12, 신뢰도 3.18)에 비해 상대적으로 낮은 점수를 받았다(오수정, 2008. 7, 149쪽).

[그림 3-3] 매체별 만족도 및 신뢰도

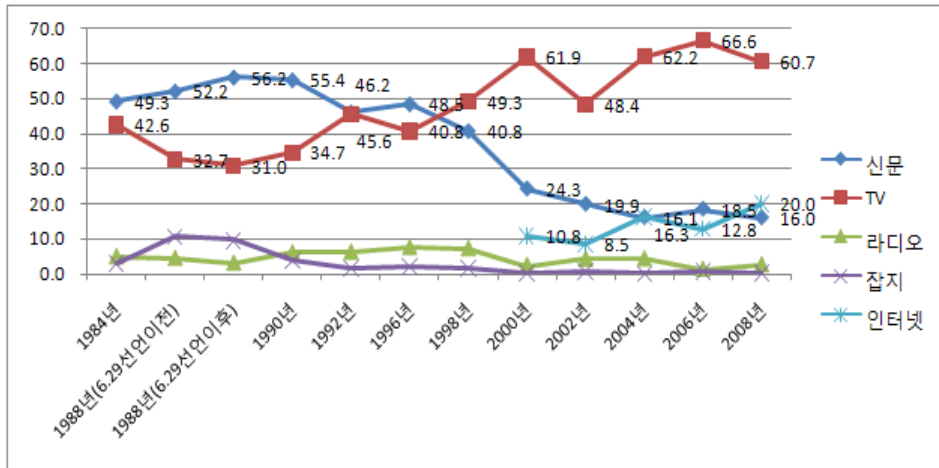
(단위: 5점 척도의 평균점수)



* 오수정 (2008. 7). 2008 언론수용자 의식조사 ①. 『신문과 방송』, 148쪽.

[그림 3-4] 가장 신뢰하는 매체

(단위: %)

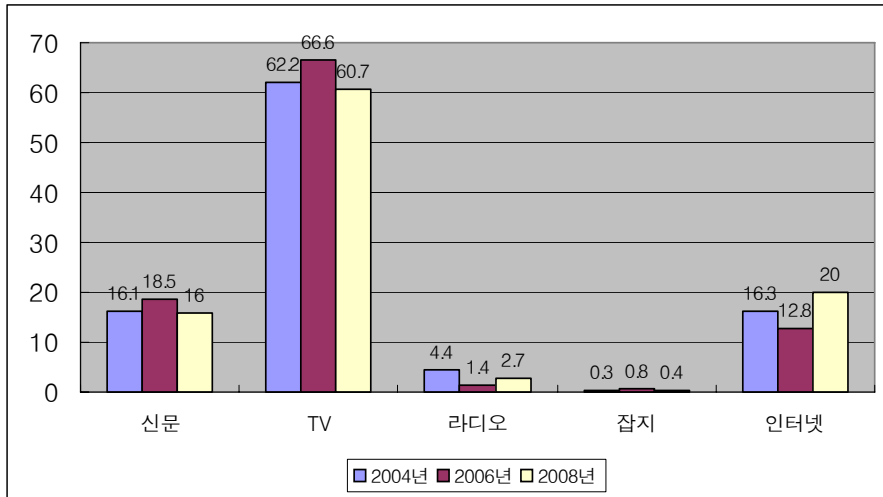


* 오수정 (2008. 7). 2008 언론수용자 의식조사 ①. 『신문과 방송』, 148쪽.

특정 사안에 대해 신문, TV, 잡지, 라디오, 인터넷 등 5개 매체가 동시에 보도했을 경우 어떤 매체의 보도내용을 가장 신뢰하는지 알아본 결과, TV를 ‘가장 신뢰한다’는 응답이 60.7%로 가장 많았고, 다음은 인터넷(20.0%)이었으며 동시 보도 시 가장 신뢰하는 매체의 연도별 변화 추이를 보면 신문 신뢰도 저하가 심각한 상황임을 알 수 있다(오수정, 2008. 7, 149쪽).

최근의 변화를 살펴보면 신뢰하는 매체의 이동은 더욱 뚜렷이 관찰된다. [그림 3-5]가 보여주듯이 2004년과 2006년, 그리고 2008년의 조사결과를 비교해 볼 때 신문과 TV, 라디오, 잡지 등의 다른 미디어들은 대부분 하락하고 있는 반면 인터넷은 20%에 이르는 상승세를 보여준다.

[그림 3-5] 2004년 이후 가장 신뢰하는 매체 변화 (단위: %)

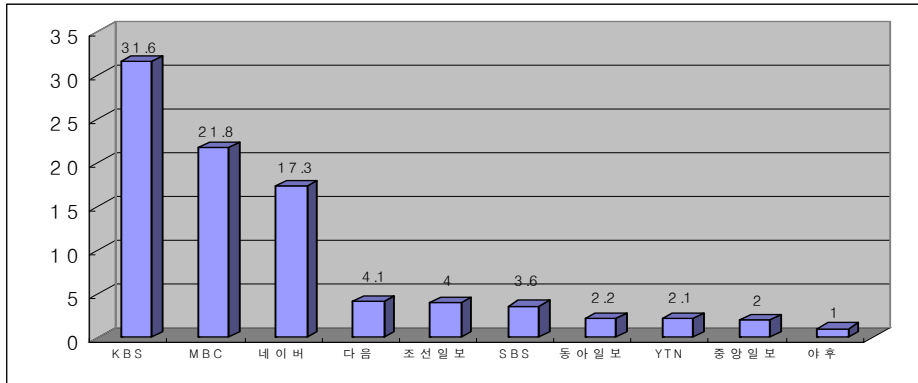


* 한국언론재단(2008). 『언론수용자 의식조사』, 22쪽. 재구성.

인터넷에 대한 수용자들의 인식은 가장 영향력 있는 미디어와 가장 신뢰하는 미디어가 무엇인가 하는 점에 있어서도 그대로 드러난다고 할 수 있다. 2008년 조사에서 가장 영향력 있는 미디어는 [그림 3-6]에서 한 눈에 드러난다. KBS, MBC, SBS 등 세 개의 지상파 텔레비전과 조선일보, 동아일보, 중앙일보 등 세 개의 전국종합일간신문, 그리고 YTN이라는 뉴스전문채널과 함께 네이버, 다음, 야후 등의 인터넷 포털인 것으로 나타났다. 특히 네이버와 다음은 KBS와 MBC를 이어 3위, 4위를 차지함으로써 5위 조선일보와 7위 동아일보를 제친 것으로 드러났다. 이 중 네이버는 4.1% 정도를 기록한 다음과 달리 17.3%를 기록함으로써 31.6%의 KBS, 21.8%의 MBC와 함께 3강 구도를 성립시키는 약진을 보였다고 할 수 있다.

〔그림 3-6〕 가장 영향력 있는 매체 (상위 10개)

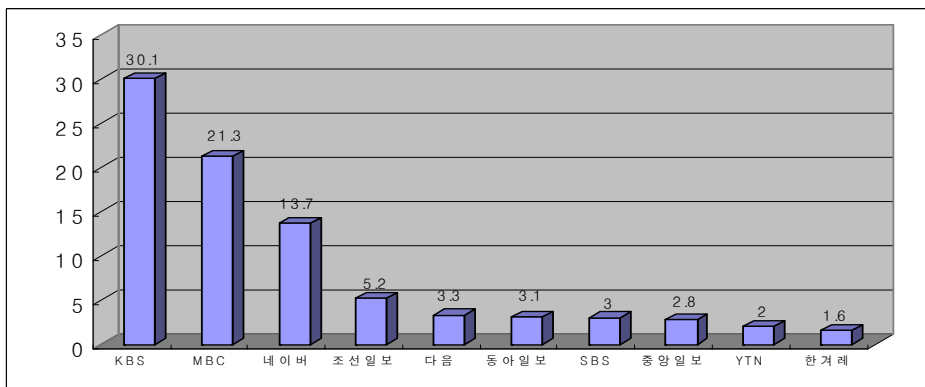
(단위: %, N=5,014)



이러한 인식의 변화는 가장 신뢰하는 미디어에 있어서도 그대로 드러난다. [그림 3-7]에서 보면 네이버와 다음은 3위와 5위를 기록하여, KBS, MBC, SBS 등의 지상파 텔레비전, 조선일보, 동아일보, 중앙일보, 한겨레 등의 전국종합일간신문, YTN이라는 뉴스전문채널과 함께 가장 신뢰하는 10대 매체에 포함되었다. 여기서도 네이버는 13.7%를 기록함으로써 30.1%의 KBS, 21.3%의 MBC와 함께 3장의 구도를 만들어내고 있다. 4위 조선일보는 5.2%였고 5위부터는 모두 4%에도 미치지 못했다.

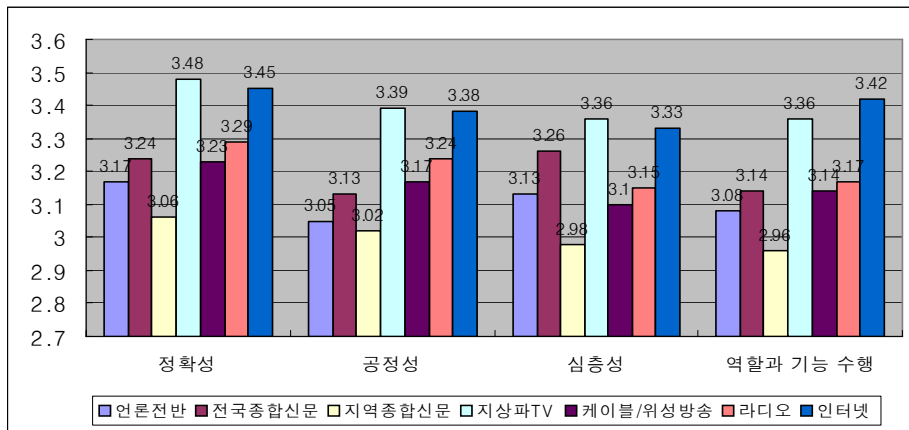
〔그림 3-7〕 가장 신뢰하는 매체 (상위 10개)

(단위: %, N=5,014)



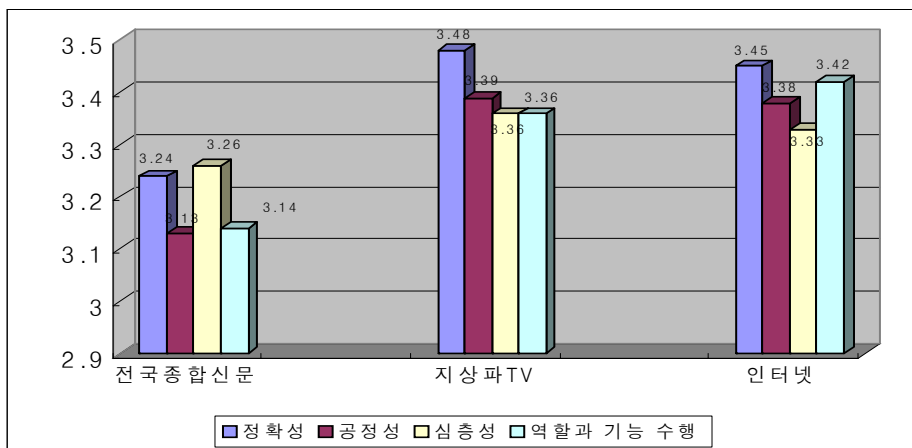
그렇다면 수용자들은 매체별로 기사와 보도에 대한 평가를 어떻게 하고 있는가? 2008년 조사결과는 인터넷이 지상파 TV에 버금가는 정확성, 공정성, 심층성을 가지고 있다는 수용자들의 인식을 보여주고 있다. 역할과 기능 수행에 있어서는 인터넷이 지상파 TV를 제치고 1위를 차지했다(참조, [그림 3-8]).

(그림 3-8) 매체별 기사 및 보도에 대한 평가 (2008년)
(단위: 5점 척도 평균점)



* 출처: 한국언론재단 (2008). 『언론수용자 의식조사』, 23쪽. 재구성.

(그림 3-9) 전국종합일간신문, 지상파 TV, 인터넷 비교



이를 전국종합일간신문, 지상파 TV, 인터넷만을 떼어내어 비교해보면, 적어도 수
 용자 인식에 있어서는 인터넷이 신문보다 모든 면, 즉 기사와 보도의 정확성, 공정
 성, 심지어 심층성에 있어서도 높은 평가를 받고 있음을 알 수 있다. 이제 바야흐로
 지상파 텔레비전과 인터넷이 주도하는 상황이 되었다고 해도 과언이 아니다.

제3 절 신뢰도 하락의 요인과 진단

미디어의 신뢰도 하락은 미디어별로 우선 신문의 위기로 나타나고 있다. 그 원인
 으로는 먼저 기술적 특성과 연관되어 있다. 정보통신기술의 발전은 미디어의 융합
 현상을 초래하였고 기술변화의 거대한 물결은 외부적인 미디어의 차별성을 제거하
 였다. 다시 말해 당면하고 있는 신문의 위기는 뉴스를 소비하는 수용자들이 신문미
 디어를 이용하는 대신 방송이나 특히 인터넷을 이용함에 따른 자연적인 감소현상이
 일차적인 원인이라 하겠다. 즉, 신문의 위기가 저널리즘의 위기 전반으로 확대될 것
 으로 보기에선 성급한 결론이라 하겠다. 외부적인 요인 외에도 신문의 위기가 내부
 적인 으로서만 치부하기에는 그럼에도 신문의 신뢰도 하락은 저널리즘 전반에 시사하
 는 바가 크고 미래의 언론환경을 위해서도 바람직하지 않다.

이준웅과 최영재(2005)에 따르면 신문의 위기에 대해서는 다양한 의견과 해석이
 있지만, 대체로 다음과 같이 분류하여 제시하고 있다.

- 가) 경영 합리화의 소홀과 시장 지배력의 약화 (이은주 2005; 장호순 2005)
- 나) 인터넷 등 새로운 뉴미디어의 도전에 따른 대응 부족 (황용석 2003)
- 다) 신문 저널리즘 활동의 구조적 환경문제와 이에 근거한 신문의 내용적 부실
 (임영호 2005)
- 라) 신문의 정치적 개입에 따른 정파성 (강명구 2005; 이재경 2004)
- 마) 한국 사회구성원의 이념적 분화에 따라 신문에 대한 요구와 평가기준이 근본
 적으로 변화하면서 공정성 위기와 신뢰의 위기가 초래 (이준웅 2004)

이와 같은 신문의 위기에 대한 다양한 진단들을 이준웅과 최영채는 다시금 종합하고 재구성하여 기능적 대체, 저가치 그리고 공정성 위기 가설 등 세 가지 가설들을 세우고 이를 검증하고자 하였다(2005, 8쪽 이하).

1. 기능적 대체 가설

뉴스 미디어의 기능적 대체 가설은 기능이 유사한 새로운 미디어의 등장으로 인하여 신문이용의 감소는 자연스러운 이동에 따른 현상이라고 결론짓는다. 신문이 제공하고 있는 뉴스보도의 기능은 인터넷 등의 새로운 미디어가 충실히 수행하고 있다는 점에서 설득력이 있다는 것이다(강미은 2000; 이재현 2005; 황용석 2004; Kayany & Yelsma 2000; Robinson, Barth, & Kohut 1997). 다매체 다채널 시대에 방송에서 제공하는 다양한 보도는 신문 독자들을 방송으로 유인하는 촉매체가 될 수 있고 특히 인터넷의 경우 별도의 비용지출이 없이 그리고 활자와 사진에 머무르지 않는 동영상 등의 새로운 서비스를 포함하고 있다는 점에서 이용자의 특정한 요구를 충족시켜 주고 있다. 결국 이용자의 관점에서 보면 미디어가 기존의 미디어인 신문이든 방송이든 또는 새로운 미디어인 인터넷이나 DMB 등의 휴대용 단말기이든 중요하지 않다는 것을 의미한다. 문제는 미디어가 특정 시간과 공간에서 이용자에게 접근가능하며 접근가능한 미디어가 이용자의 특정한 요구를 충족시켜 주는가이다(Flanagin & Metzger 2001; Reagan 1996).

이런 관점에서 볼 때 뉴스미디어의 기능적 대체 가설은 신문이라는 기존 미디어의 위기를 진단하는 수단으로는 의미를 찾을 수가 있지만 미디어의 신뢰도와는 별연관성이 없어 보인다. 이용자들의 선택이라는 점에서 미디어 접근 측면의 용이성이나 효율성으로 설명이 가능하기 때문이다. 또한 뉴미디어인 인터넷의 다양한 특성들 가운데 매스미디어적 특성만으로 한정하여 관찰하는 오류를 범하고 있다. 주지하듯이 인터넷은 네트워크의 네트워크로서 기존의 매스미디어와 같은 보도의 기능은 일부에 지나지 않을 뿐이다.

2. 저가치 제공 가설

저가치 제공 가설은 보도의 질, 제공하는 정보와 서비스 대비 비용 등 신문이 제공하는 질적 가치의 하락을 신문위기의 원인으로 진단한다(김세은 2004; 장호순 2005; 황용석, 김희경 2005; Lacy & Simon 1993; Martin 1998; Meyer 2004b). 다시 말해 신문사의 내부적 역량과 능력을 규정하는 자원관리, 방만한 조직과 경영, 불합리한 의사결정 구조 등이 경쟁력 있는 뉴스를 생산하는데 장애요인으로 작용한다고 한다. 그에 따라 경쟁 미디어인 방송이나 인터넷과 비교하여 보다 가치 있는 정보를 제공하지 못하고 있다. 기능적으로도 타 미디어와 중복되어 있는 상황에서 이용자들을 유인할 수 있는 질적 가치를 추구할 수 없다면 시장에서 도태되는 것은 당연한 결과이다.

보도의 질, 제공하는 정보와 서비스에 대한 이용자의 평가라는 측면에서 저가치 제공 가설은 미디어의 신뢰도와 일정 부분 연관성을 찾을 수가 있다. 고품질의 정보를 제공할 수 있는 능력에 대한 이용자들의 의문은 미디어와 그 내용에 대한 신뢰도의 저하로 연결되고 미디어에 대한 신뢰도 하락은 미디어 시장에서 경쟁력을 잃게 되는 결과를 초래하게 된다. 거의 무료로 제공되면서도 다수의 미디어에 대한 직접 비교가 가능한 인터넷의 등장으로 독과점적 미디어 시장에서 누리던 권위와 명성은 추락하고 있다.

3. 공정성 위기 가설

한국 신문의 위기와 관련하여 또 다른 측면은 신문의 불공정성 특히 정치적 편파성에 원인을 두고 있다는 지적이 있다(강명구 2005; 문종대 2004; 이재경 2004, 이준웅 2004). 신문들이 정치적 편파성을 띠는 원인은 사실 한국 사회의 특수성인 역사적 배경에서 찾을 수가 있다. 광복이후 독재권력의 비호하에 성장한 신문들이 민주사회로의 변화에 적응하여 과거에 대한 반성과 성찰을 통한 위상을 재정립하기 보다는 현상유지 또는 과거로의 회귀를 갈망하는 듯한 보도태도를 보인다는 것이다.

이러한 보도태도에 대한 불만은 ‘비판적 담론 공중(critical discursive publics)’(이준웅 2005, 12)을 형성하게 만들고 이들은 전통적인 신문 전반에 대한 불신을 표출하게 된다. 비판적 담론 공중의 기존 미디어에 대한 불신은 뉴미디어를 통하여 검색하고 비교하며 비판적으로 수용하는 행태를 보인다.

결론적으로 세 가지 가설을 종합하여 현재의 신문의 위기를 진단하는 것은 ‘산업으로서의 신문’이라는 차원에서 의미가 있다. 하지만 기존 미디어에 대한 신뢰도는 정치적 편파성에 따른 신문 전반의 불공정성이 핵심으로 보인다. 이준웅(2005, 31 쪽 이하)은 “신문에 대한 신뢰를 구성하고 신문에 대한 신뢰는 신문이용을 유도한다”고 지적하면서 “‘공정성-신뢰-이용증가’의 선순환 구조”가 존재하는 문제들을 일거에 해결해 주지는 않겠지만 다매체 환경에서 기능적 보완의 역할을 유지할 수 있는 최소한의 전제라고 주장한다.

제 4 장 인터넷의 신뢰도와 사회적 영향력

선행연구에서 매체에 따른 신뢰도를 정의한 바에 따르면, 인터넷 매체에 대한 신뢰도는 ‘정보의 양’(Bucy, 2003), 전통적 뉴스 가치성, 공공성, 선정성 등이 중요한 요인(반현, 2003)으로 나타난다. 그리고 매체별 미디어 뉴스 이용과 신뢰도는 정적인 영향관계가 지속되는 것(Hovland & Weiss, 1951; Johnson & Kaye, 2000, 2002; Westley & Severin, 1964)으로 제기 되고 있다. 즉, 신뢰도는 뉴스 미디어 이용에 영향을 미치고 있다. 반대로 이용을 많이 할수록 충성도가 생겨나고 충성도에 의해 신뢰가 증진되는 결과도 보여진다(김세은, 2003). 그렇다면 인터넷 이용시간이 긴 한국 사회가 인터넷에 대해 높은 신뢰를 보여주는 것은 그리 이상한 일이 아니다.

〈표 4-1〉에서 보는 것처럼, 신문, 방송, 잡지, 라디오, 인터넷 등 매체 종류를 불문하고 우리나라에서 가장 영향력 있는 매체, 또 신뢰하는 매체를 물어본 결과, ‘네이버’의 영향력과 신뢰도는 KBS, MBC 다음이며 조선일보보다 앞선 것으로 평가됐다(오수정, 2008. 7, 149쪽).

〈표 4-1〉 가장 영향력 있는 매체와 가장 신뢰하는 매체(상위 10순위)

(단위: %)

영향력 있는 매체						신뢰하는 매체					
순위	언론사명	비율	순위	언론사명	비율	순위	언론사명	비율	순위	언론사명	비율
1	KBS	31.6	6	SBS	3.6	1	KBS	30.1	6	동아일보	3.1
2	MBC	21.8	7	동아일보	2.2	2	MBC	21.3	7	SBS	3.0
3	네이버	17.3	8	YTN	2.1	3	네이버	13.7	8	중앙일보	2.8
4	다음	4.1	9	중앙일보	2.0	4	조선일보	5.2	9	YTN	2.0
5	조선일보	4.0	10	야후	1.0	5	다음	3.3	10	한겨레	1.6

* 오수정 (2008. 7). 2008 언론수용자 의식조사 ①. 『신문과 방송』, 149쪽.

그러나 인터넷의 영향력이 커진 만큼 인터넷의 강자 포털을 둘러싼 논란도 끊이지 않고 있다. 신뢰성, 효용성, 역할과 위상 문제 등 다차원의 복잡한 문제들이 끊임없이 제기되고 있다. 그러한 틈바구니 속에서도 포털미디어가 각종 여론을 형성하는 기능은 여전히 인정하고 있다. 그렇다면 포털미디어의 여론형성 기능의 원천은 무엇일까? 오프라인 신문사나 동종 경쟁업체들이 포털미디어를 공격하는 무기를 살펴보면 알 수 있다. 그것은 포털 미디어들의 뉴스편집 기능이다. 포털 미디어의 뉴스편집 기능은 언론사 고유의 영역을 침범하는 것이라는 비판과 함께, 편향된 뉴스편집으로 인한 부정적 여파를 지적하고 있다. 구체적으로 뉴스의 편집은 메인 뉴스의 선정의 자의성과 선정성, 의제설정, 검색어 조작이나 자동 완성기능 조작 등으로 나타날 수 있다.

사회여론 형성 변화와 관련 지어 포털에 주목하지 않을 수 없는 상황이 된 것이다. 여기에서 주목할 점은 특히 포털의 뉴스편집기능이다. 뉴스편집은 여론 형성의 시초를 제공하고, 또 포털 미디어가 갖춘 여러 부가서비스는 여론의 씨앗을 성장시키는 토양 역할을 한다는 것이다. 한 마디로 포털미디어는 뉴스 편집기능, 여론형성의 장(場)(부가서비스)의 제공, 그리고 유통과위가 여론을 형성하고 여론의 변화를 이끄는 중요한 원동력으로 볼 수 있다. 다시 말해, 기존 매체가 뉴스 미디어 신뢰도의 효과가 수용자의 미디어 이용과 그에 따른 여론형성에 영향을 미친다면, 포털미디어의 경우 뉴스 미디어의 신뢰도의 효과가 모든 공중에게 획일적이지 않고, 포털미디어의 특징들과 같은 미디어의 개별적 특성에 따라 여론 형성과 변화에 차별적인 효과가 있음을 시사한다고 볼 수 있다. 즉, 포털의 경우 포털미디어의 특수성으로 인해 형성된 여론이 다시 포털미디어와 상호작용을 하며, 그 상호작용 효과로 인해 포털미디어 신뢰도의 효과가 재구성된다고 생각해 볼 수 있을 것이다.

하지만 인터넷의 다양한 서비스는 소위 ‘포털’에만 국한되어 있는 것이 아니다. 비록 한국사회의 특수성은 몇몇 포털사이트에 의한 독과점 형식을 띠고 있지만 네트워크의 네트워크에 걸맞게 현재도 여전히 진화하고 있는 진행형이기 때문이다. 미디어로서 신뢰를 얻고 그에 따른 영향력을 행사한다는 점에서는 이전의 소지가

없지만 기존 미디어와 비교하여 그 생명력은 풍전등화의 모습이다. 신뢰를 얻은 오프라인 미디어가 시장에서 외면 받는 경우는 거의 드물지만 여론형성에 지대한 영향력을 끼쳤던 대표적인 인터넷 미디어 ‘딴지일보’와 포털 ‘아이러브스쿨’, ‘네티앙’ 등은 과거의 명성에 비하면 초라할 정도로 이미 이용자들의 뇌리에서 사라져 버린 지 오래다.

제 5 장 인터넷 미디어와 인터넷 저널리즘

제 1 절 인터넷 공간의 미디어 환경적 특징

인터넷은 기존 미디어와 다른 미디어적 특성을 가지고 있고 그런 연유로 기존 미디어환경의 정보독점구조를 변화시킬 것으로 주목받아 왔다. 인터넷 공간의 구조적 특징은 디지털화된 데이터를 다양한 형태로 편집하여 DB화할 수 있고, 필요할 때 바로 확인할 수 있는 즉시성을 지니고 있으며, 콘텐츠 생산자와 이용자 또는 이용자 상호 간에 커뮤니케이션을 할 수 있는 상호작용성과 쌍방향성이라는 특징을 지니고 있다. 다시 말하면, 온라인에서는 뉴스를 발굴한 즉시 기사를 써서 보도하면 된다. 즉시성의 특성을 살리는 것이다. 또 상호작용성은 온라인에 제공된 뉴스에 대해서 수용자들이 즉각적으로 의견을 개진할 수 있도록 해준다. 따라서 이러한 인터넷 공간을 기반으로 하는 인터넷미디어는 통합성, 즉시성, 상호작용성, 쌍방향성이라는 구조적 장점을 활용할 수 있다.

또한 시장 진입과 퇴출이 용이하기 때문에 다양한 미디어 콘텐츠 생산자가 참여할 수 있으며 내용과 시각의 다양성도 확보되고 있다. 그 결과 전통적인 미디어인 신문 및 TV의 구독률과 시청률은 지속적인 하락을 하는 와중에도 인터넷미디어들의 이용량과 시장 규모는 급속한 발전을 지속해 왔다(배선기, 최민재, 김위근 2007).

이러한 인터넷미디어 환경에 기반한 인터넷미디어의 특징은 이용자들의 평가에서 명확히 드러난다. 윤선희(2006)의 인터넷뉴스 이용자 조사에 따르면, 신속한 기사제공이 이루어지는 미디어로 인터넷을 선택하고 있다. 이는 타 미디어보다 인터넷이 신속한 뉴스 제공에 적절한 매체로 평가받고 있음을 보여준다. 또한 다양성, 오락성이라는 측면에서도 응답자들은 긍정적 평가를 내리고 있는 것으로 확인되었다. 유용성 측면에서도 역시 타 미디어에 비해 높은 평가를 하고 있었다.

이러한 요인들을 종합해보면 인터넷을 통한 뉴스이용은 이미 익숙한 상태이고, 타 매체 형태보다 다양하고 많은 정보를 종합적으로 편한 검색시스템을 통해 재미 있으면서도 신속하게 접할 수 있기 때문이라고 요약된다. 즉, 디지털 공간이 지니는 특수성이 반영된 뉴스 이용환경이라 할 수 있다.

이와 같은 인터넷의 미디어적 특성으로 인한 수용자들의 뉴스 소비는 광고시장의 확대로도 확인된다. 2006년 인터넷 광고비 보고서에 따르면, 인터넷 광고비가 2005년을 넘어서면서 시장점유율에서 급상승을 보여주고 있다. 즉, 이러한 이용자 평가와 광고시장 규모를 보면 인터넷 공간은 미디어 콘텐츠를 이용하는 이용자들에게 선호되며, 산업적 기반도 갖춘 미디어 환경이 되었다고 할 수 있다.

결국 인터넷 미디어적 특성은 언론사 닷컴의 등장과 포털 뉴스서비스 등 다양한 인터넷 기반 뉴스미디어를 생산해내며, 기존 전통매체와 대비되는 새로운 지형을 만들어냈다. 특히 포털은 인터넷에서 제공하는 거의 모든 미디어나 다양한 콘텐츠를 제공하고 있고, 검색이라는 차별적인 서비스를 제공하고 있기 때문에 인터넷의 대표적인 미디어로 자리잡고 있다. 포털의 통합미디어적 특성은 포털 이용과 관련된 몇 가지 시사점을 준다. 먼저, 통합미디어로서 포털은 대인 미디어적 특성과 매스미디어적 특성을 동시에 지니고 있다. 물론 이것은 인터넷 자체의 특성이기도 하지만, 이러한 두 특성과 관련된 서비스를 한 공간에서 체계적으로 제공하고 있는 것이 포털이다. 이메일, 커뮤니티, 개인 홈페이지 등은 대인 미디어적 기능이고, 뉴스, 검색 등은 매스 미디어적 기능이라고 볼 수 있을 것이다.

이러한 포털의 대인 미디어적 기능과 매스 미디어적 기능은 여론을 형성하고 변화시킬 수 있는 모든 형태의 가능성을 포함하고 있다. 부연하면 매스 미디어적 기능은 여론형성을 위한 의제를 설정한다는 측면에서, 대인 미디어적 측면은 생산된 의제를 확산시키고 강화시키는 데서 그 의의를 찾아 볼 수 있다. 따라서 포털의 매스 미디어적 측면에서 바라본 의제설정 기능을 앞서 확인한 것처럼, 다음은 포털이 갖고 있는 대인 미디어적 특성이라는 미시적인 부분과 함께 포털의 이해와 여론형성의 기반이 되는 온라인 공론장의 가능성에 대한 거시적인 부분까지 함께 살펴본다.

제 2 절 포털의 이해와 온라인 공론장의 가능성, 그리고 대인미디어

1. 포털의 이해

포털 없이 인터넷을 이용한다는 것은 냉매 없이 에어컨을 이용하는 것과 같다. 포털은 거의 모든 인터넷 이용자가 이용하는 웹사이트이고, 인터넷의 거의 모든 콘텐츠가 직접 서비스되거나 연결되어 있다. 즉, 포털의 접속 없이는 내가 찾고자하는 서비스나 콘텐츠를 활용하는데 문제가 발생할 수 있다. 백선기(2006) 등에 따르면, 이러한 사이버 공간상에서의 영향력 확대를 통해 포털은 현실 공간에서도 막대한 영향력을 발휘하게 되었다. 개별적이고 전문적인 인터넷 서비스마저도 네이버, 다음, 구글, 야후 등과 같은 포털에 흡수되어, 웹이 인터넷의 대명사인 것처럼 포털 이용이 웹 이용, 나아가 인터넷 이용의 대명사가 되어버렸다. 특히 언론학적인 측면에서 포털뉴스는 뉴스 이용에 있어서 많은 변화를 야기 시켰다. 포털뉴스 이용자는 더 이상 언론매체의 정체성에 대하여 관심을 두지 않는다.

포털은 이용자의 편리성을 극대화하는 방향으로 발전하고 있다. 이용자 편리성을 극대화하는 방향으로 발전하고 있는 포털의 특성을 살펴볼 수 있다. 첫째, 포털은 통합미디어로 발전하고 있다. 이용자의 욕구에 맞춘 서비스와 콘텐츠를 한 공간에 모은 미디어 아카이브의 역할을 함으로써 포털은 통합미디어가 되었다. 둘째, 포털은 복합미디어로 발전하고 있다. 포털은 단순히 서비스와 콘텐츠를 한 공간에 모으는 것뿐만 아니라, 테크놀로지를 통해 이것들을 유기적으로 결합시키고 있다. 따라서 포털은 통합미디어를 넘어 복합미디어로 발전하고 있다. 셋째, 포털은 개인 미디어로 발전하고 있다. 최근 포털은 개인화된 여러 서비스나 콘텐츠를 강화함으로써 단순한 인터넷 이용을 위한 도구를 넘어서 인터넷 이용의 주된 목적이 포털의 이용이 되도록 노력을 기울이고 있다. 이러한 포털 미디어의 특성을 종합해보면, 왜 포털이 제공하는 공간과 서비스들이 여론형성과 여론변화에 영향을 미치는지 유추해 볼 수 있다.

2. 포털이 제공하는 온라인 공론장

온라인 공간의 특성은 즉시적 접근성, 상호작용성, 하이퍼링크성, 멀티미디어적 특서 등으로 표현된다(Wood & Smith, 2005). 모리스(Morris & Ogan, 1996) 등에 따르면 다양한 온라인 공간의 특성 중에서 상호작용성(Interactivity)은 인터넷을 중심으로 하는 온라인 공간과 매스미디어의 차별화를 가능하게 했고, 인터넷 공간은 상호작용성을 기반으로 콘텐츠와 서비스의 진화를 이루어 왔다. 초기 상호작용의 기제는 이메일과 댓글이었다. 특히 댓글 공간은 오프라인 상에서는 하기 어려웠던 미디어 콘텐츠에 대한 평가를 가능하게 한 중요한 상호작용 기제로 자리 잡게 되었다. 즉, 익명성이 보장되었기에 가능한 것이었다. 하지만 익명성 보장은 역기능을 낳기도 하는데 욕설이나 성적인 표현과 같은 명예훼손에 대한 부작용이 있다. 그럼에도 불구하고 댓글의 익명성은 과거 사회적인 해방감을 사회적으로 관습화시킨, 카니발, 가면무도회, 탈춤 등과 같이 사회적 억압에서 개인적 카타르시스를 얻을 수 있는 기제로 평가받기도 한다(박정순, 2004). 즉, 댓글이라는 토론 공간은 다수의 평범한 시민들에 의해 활용되면서 상호 의견교환이 이루어질 수 있고, 미디어의 기사나 머릿글에서 다루어지지 않는 심층적인 내용이 담길 수 있으며, 편집이라는 과정을 거치지 않기 때문에 정보의 왜곡이 발생하지 않고 직접적이며 솔직한 내용이 담길 수 있다고 평가한다(김병철, 2004; 정일권, 김영석, 2006).

이러한 댓글 형태의 온라인 상호작용 채널은 지속적으로 발전하여 기능과 참여자에 따라 세분화가 이루어지게 된다. 댓글을 통한 온라인 공간의 참여 경험은 온라인 공간에서 자기표현의 확대와 전문화된 공적인 토론 공간의 확대로 발전하게 된다. 즉, 카페, 싸이월드, 미니홈피, 블로그 등의 사적인 온라인 공간의 활성화와 함께 단순히 텍스트에 대한 소비자에 불과했던 누리꾼을 직접적이고 적극적인 텍스트 생산자로 전화시키게 되었고, 자신이 생산한 텍스트를 중심으로 한 누리꾼과의 상호작용의 계기를 제공하고 있다(백선기, 최민재, 김위근, 2006). 특히 포털이 제공하는 토론방은 전문화된 의제를 중심으로 활성화된 토론공간으로 기능한다. 논객사이트의

경우 초기에는 인터넷 논객이 제시한 주요 의제에 대한 토론에서 출발하여 다수의 참여자가 의제를 생산하고 토론의 활성화가 이루어졌다. 이러한 논객사이트가 활성화 되자, ‘미디어 다음’의 ‘아고라’ 페이지와 같은 포털 중심의 토론장들이 활성화되고 있다. 현재는 가장 활성화된 토론 공간으로 평가된다. 포털은 토론장에서 더 나아가 블로거 뉴스와 같은 1인 미디어를 활성화시킬 수 있는 공간도 마련하고 있다. 즉 포털은 토론장과 함께 토론으로부터 생산된 의제를 확산시킬 채널까지 제공하고 있다. 시민저널리즘의 또 다른 시작이다.

3. 시민 저널리즘으로서 블로그와 BJ(broadcasting jockey)

포털의 매스미디어적 기능이 여론형성과 관련하여 주목을 받고 있다면 다른 한편으로 웹 2.0을 기반으로 하는 블로거나 영상 콘텐츠(UCC: user created contents)를 활용하여 개인방송을 하는 BJ(broadcasting jockey) 등은 1인 미디어 또는 개인 미디어의 시대를 열어가고 있다. 이용자의 욕구에 맞춘 서비스와 콘텐츠를 한 공간에 모은 통합미디어에서 이들 이질적인 다양한 서비스를 유기적으로 결합시키는 복합미디어로 진화하였고 포털은 이제 불특정 다수의 개인들에게 열린 공간을 제공하는 개인 미디어로 발전하고 있다(정완진 외 2008). 정보의 소비자이자 동시에 생산자로 활동하는 개인들이 사회여론을 형성하고 이끌어 가는 파워집단으로 등장한 것이다.

웹 + 로그인(Web + login)의 합성어로서 2004년 웹스터사는 ‘올해의 단어’로 블로그를 선정하였고 ABC뉴스는 블로거들을 ‘올해의 인물’로 뽑았다. 텍스트 중심의 외국 블로그와는 달리 한국사회는 대다수가 그림이나 사진이 중심이 되어 블로그가 구성되어 있고 내용적으로는 개인적 차원의 관계를 유지하기 위한 성격이 강하다. 하지만 일부 블로그는 전문적인 분야를 형성하여 사회와 기존 언론의 비판자 또는 감시자의 역할을 수행하고 있다(김영주 2006). 개인 미디어로서 블로그는 개인이 사유하는 공간으로서 사적 공간이면서 동시에 포털에 연결되어 있는 구조로 인하여 그 속성이 점차 미디어로서의 기능을 담당하고 있다.

동영상뿐만 아니라 텍스트를 포함하여 이용자가 창작한 콘텐츠인 UCC는 그러나 동영상위주의 BJ의 등장과 더불어 한국사회의 특성 때문에 그 파급효과가 확대 되었다. 선거를 치루면서 UCC의 파급효과를 확인한 정치권에서는 선거에서 홍보수단으로 적극 활용하고자 시도하기도 하였다. 휴대폰, 디지털 카메라 등 단말기의 발전과 편집과 가공 등 기술적 접근성이 쉬워짐에 따라 그 이용폭도 확대되고 있다. 2008년 촛불집회에서 이슈가 되었던 개인방송 포털 ‘아프리카닷컴(www.afreeca.com)’의 사례에서 보듯 UCC의 확산은 기존 미디어 권력의 지형을 바꾸어 놓게 되었다. BJ들의 참여와 역동성으로 만들어진 UCC는 기존 언론의 의제설정권을 분산시키고 이전시켰다.

이들 개인미디어들은 정보를 직접 생산하는 것뿐만 아니라 재매개하고 확산시키는 역할을 수행하고 있다. 이러한 역할은 자신들이 직접 생산한 정보에만 국한되는 것이 아니라 기존 언론이 생산한 정보 또한 동일한 과정을 거쳐 확대재생산함으로써 보완적 기능과 대안적 네트워크로 발전할 수 있는 가능성을 지니고 있다.

개인미디어가 공통적으로 안고 있는 문제점으로는 사생활 침해, 명예훼손 가능성, 저작권 침해 등이 대두된다. 또 다른 문제점은 포털과 개인미디어의 관계에서 찾을 수가 있다. 한국의 포털구조는 중앙집중적이고, 폐쇄적이라고 할 수 있다. 이는 웹 2.0의 공유, 개방, 분산의 원리와는 모순된다. 블로그나 개인방송이 포털의 울타리에 동지를 틀고 있고 블로그나 BJ에 의해 순수 제작된 UCC는 포털의 선택에 의해 접근성의 차이가 생기게 된다. 기존 미디어의 독과점적 의제설정권을 분산시킨 개인 미디어가 포털의 의제설정권에 자리를 넘겨주는 것으로 이해할 수가 있다.

제 6 장 표현의 수단과 인식의 공간으로서 인터넷

이러한 객관적인 미디어 내적요인 외에도 한국사회의 미디어 신뢰도에 따른 사회 여론의 변화를 평가함에 있어서 역사적 맥락은 간과할 수 없는 부분이다. 하버마스는 한국사회에 대하여 “한국의 교육열에서 왜곡된 의사소통 상황을 극복할 수 있는 희망을 읽었다”는 평가를 하였다. 그의 소통행위이론에 따르면 오늘날 자본주의의 상황 속에서 사회를 주도적으로 이끌어가는 권력을 가진 집단들에 의해 세계가 식민화되고 그 식민화 된 구조 속에서 일반 시민들은 왜곡된 정보들만을 취득하게 된다(1999). 하버마스가 주장하는 생활세계의 탈식민화는 권력을 가진 집단들에게서 박탈당한 ‘알 권리’와 ‘말 할 권리’를 찾아 이성적 비판을 통해 ‘상호이해’를 추구하는 과정이라 하겠다.

생활세계의 탈식민화를 위해 사회가 갖추어야 할 기본적인 전제조건은 ‘알 권리’와 ‘말 할 권리’이다. 그 가운데 하버마스가 지적한 ‘한국의 교육열’은 이성적 비판을 통해 상호이해할 수 있는 최소한의 토대를 이루었다는 점에서 긍정적으로 평가할 수 있다. 마찬가지로 인터넷 강국이라는 명칭에 걸맞게 발달된 정보망을 통하여 언제 어느 곳에서나 타자와 접속하고 커뮤니케이션을 할 수 있는 웹 2.0시대에 살고 있는 한국의 시민들은 사회의 담론과정 즉 매스커뮤니케이션에 직접 참여할 수 있는 도구인 기술적인 해결방안을 소유하게 되었다.

참여의 수단으로서 그리고 공간으로서 등장한 정보통신망을 확보한 21세기 한국사회는 기존 권력, 특히 매스미디어가 제공하던 일방적인 담론에 일정한 거리를 두고 나아가 거부하게 된다. 기존언론이 전달해주는 정보들을 무비판적으로 수용하기 보다는 적극적으로 정보를 구하고 다중과의 커뮤니케이션으로 정보를 확인하며 그러한 과정에서 상호이해를 바탕으로 사회담론을 형성하는 ‘권리’를 뉴미디어를 통

해 실현하고 있는 것이다. 이제 기존언론 특히 인쇄매체는 이전처럼 자신들의 이해에 따라 유리한 쪽으로 사회담론을 이끌어갈 수 있는 영향력을 상실하였다.

기존언론에 대한 수용거부와 그에 따른 영향력 감소는 미디어에 대한 신뢰도에서 기인한다. 김세은(2006)에 따르면 한국 사회의 민주주의의 지체 현상과 맞물려 있는 미디어 신뢰는 “국가권력에 휘둘리다가 스스로의 이익을 좇아 자신마저 권력기구화의 길을 택한 것”에 기인한다. 한국 언론의 신뢰도 하락은 이처럼 역사적 맥락에서 보면 당연할 귀결이다. 권력과 권력의 정책을 감시하고 비판해야 할 언론 본연의 역할이 지난 세기 정언유착으로 변질되었고 시민들에게는 하나의 권력집단으로 생활세계를 식민화시킨 ‘체계’로 군림하였다.

한편으로 군림하고 있는 기존 미디어에 대한 불신과 다른 한 편으로 직접 소통할 수 있는 사회문화적 조건들과 정보통신의 기술적 확보는 더 이상 시민들에게 기존 언론이 제공하는 정보에 대한 일방적 수용을 허용하지 않고 있다. 2002년의 ‘효순, 미선이의 미 장갑차에 의한 사망’과 관련한 촛불집회에서 시작하여 2008년 ‘쇠고기 수입’문제에서의 촛불집회까지 오히려 ‘알 권리’를 그리고 ‘말 할 권리’를 충분히 표출하고 있는 것이다. 비록 부분적으로는 감성이 앞선 부분도 있지만 그 본질에 있어서는 이성적 비판을 통해 ‘상호이해’를 실천하며 ‘탈식민지화’를 실현하고 있다.

상호이해를 바탕으로 하는 시민들의 정당한 사적 공간에서의 소통행위는 정당성 있는 공적 제도(박성진, 2003)로 변모하여 사회여론을 주도하고 변화시키고 있다. 하버마스의 주장대로 “공적 의사소통은 ‘일반성의 설립’ 자체에 있는 것이 아니라 질적 조건을 갖춘 공적 의견이 등장하기 위해 충족해야 할 형식적 기준”이 사회에 확산됨으로써 ‘대안 공론장’이 등장하게 되었다. 따라서 기존의 미디어는 더 이상 시민들 위에 일방적으로 군림하려는 자세를 버리고 소통하려는 노력을 기울임으로써 체계에서 나와 생활세계의 일원으로 신뢰를 얻을 수 있을 것이다.

제 7 장 포커스 그룹 인터뷰

제 1 절 조사방법

미디어의 신뢰도와 여론 변화의 상관관계를 분석하기 위해 인터넷에서 활동하고 있는 블로거와 미디어 다음의 아고라 논객 그리고 개인방송을 제공하는 아프리카의 BJ를 선정하여 포커스 그룹 인터뷰(FGI)를 기획하였다. 포커스 그룹은 블로거, 아고라 논객, BJ 등 세 부류로 나누어 진행하려 시도했으나 비용과 시간의 제약, 신변 안전, 약속과기 등 인터뷰 대상자 선정과 대상자의 사정으로 아고라 논객과 BJ는 섭외가 원활치 않았다. 연구진은 이에 따라 아고라에 최소한 글을 올려 본 적이 있는 대학원생으로 대체하였다. 포커스 그룹 인터뷰의 참여자는 총 11명(블로거 3인, 대학생 8인)이었고 이들은 남성 5명과 여성 6명으로 구성되었으며 블로거 3인은 40대 후반, 30대 중반 그리고 20대 중반의 남성이었다. 블로거 인터뷰는 10월 25일 토요일 신촌의 한 북카페에서 오후 5시에서 11시까지 3인의 블로거와 함께 진행되었다(2명은 예고 없이 불참). 대학원생 인터뷰는 11월 16일 일요일 동일한 장소에서 오후 1시에서 4시까지 8명이 참여한 가운데 진행하였다. 대학원생 인터뷰의 경우 포커스 그룹 인터뷰를 진행하기에는 인원이 많았다는 점과 그에 따른 시간의 문제 등으로 추후에 설문지를 통하여 보완을 하였다.

제 2 절 그룹 인터뷰 - 블로거

인터뷰에 참여한 3인의 블로거는 현재 미디어 다음에서 활동 중인 파워 블로거들이다. 블로그 명 ‘발가는대로’와 ‘독설닷컴’은 40대 후반의 현직 일간지 기자와 30대 중반의 시사잡지 기자이면서 텍스트를 중심으로 자신의 블로그를 별도로 관리 운영

하는 전문 블로거이고 ‘몽구’라는 아이디를 가진 블로거는 20대 중반으로서 텍스트 보다는 영상으로 자신만의 영역을 구축하고 있는 전업 블로거이다. 이들과의 인터뷰를 요약 정리하면 다음과 같다.

그룹 인터뷰 주요내용 요약 정리

인터뷰 일시: 2008년 10월 25일 (토) 오후 5시-11시

인터뷰 장소: 연세대학교 동문 북카페 프린스턴

참석자: <다음> 블로거 3인: “발가는대로”, “독설타کم”, “몽구”

연구진 3인, 녹취 1인

중앙 일간지의 현직 편집부 기자이면서 블로그를 운영하는 ‘발가는대로’님은 신문의 위기에 관하여 “조중동같은 경우에는 노무현과 맞서면서 젊은 사람들 층에서 신뢰를 많이 잃어갔습니다. 지금 아이들은 우리 중고등학교 때보다도 훨씬 뉴스를 많이 섭취하는 것 같아요. 인터넷에서 굳이 찾지 않아도 널려있으니까 볼 수 있잖아요.. 지금 종이신문 누가 봅니까. 예전에... 지하철에서 사람들 신문 다들 보고 있었는데, 지금은 신문을 던져줘도 안 봐요”라고 진단을 하였다. ‘발가는 대로’님의 지적은 인터넷의 등장과 출퇴근 길 무가지의 출연으로 기능적 대체가 충분히 존재하는 현실에 따른 원천적인 기피와 권력과의 갈등에서 발생한 공정성 문제 대두에 따른 신뢰도 하락이라는 두 가지 요인으로 나누어진다. 그렇다면 블로거로서 공정성 문제를 블로그에서 어떻게 해결하고 또 그에 대한 이용자들의 반응에는 어떻게 대처하고 있는지에 대한 의문은 오히려 공정성을 염두에 두지 않는 글쓰기의 장점, 즉 안티가 많아야 팬도 많아진다는 인터넷의 특성으로 설명하였다.

연구자: 현재 신문 위기에 관한 진단을 한다면...

발가는대로: 지금 아이들은 우리 중고등학교 때보다도 훨씬 뉴스를 많이 섭취하는

- 것 같아요. 인터넷에서 굳이 찾지 않아도 널려있으니까 볼 수 있잖아요.
- 연구자: 신문의 신뢰도가 정권과의 갈등이라 생각하시는지요.
- 발가는대로: 조중동같은 경우에는 노무현과 맞서면서 젊은 사람들 층에서 신뢰를 많이 잃어갔습니다.
- 연구자: 이용자와의 관계에서 신뢰가 중요하다면 블로그의 공정성 문제는...
- 발가는대로: 많이 쓰면 많이 쓸수록 안티가 많아지는 것 같아요... 인터넷 장점이 뭐냐 하면 안티가 많아야 팬도 많아요...
- 연구자: 블로그를 시작한 배경과 원동력은 무엇인지요?
- 발가는대로: 내가 17년 동안 마음대로 글을 써 본적이 없고... 기자를 그만두면 다른 일을 해야 하는데, 글을 쓰는 일을 평생 직업으로 하고 싶기 때문에 블로그를 해야겠구나라고 생각했어요.
- 연구자: 그러면 블로그와 기자와의 상관관계, 즉 직업정신 유지의 수단으로 의미가...
- 발가는대로: 엄밀하게 보면, 기자에게 블로그라는 것은 도움이 되지 않아요. 연예기 자라면 몰라도... 글을 써도 위에서 손대버리면 그만이지. 내 이름만 파는 거지, 그런데서 보면 블로그는 그런 게 없어요, 데스크가 없으니까. 자기 검열만 필요하죠.
- 연구자: 자기 검열이라 하면...
- 발가는대로: (소속되어 있는) 신문사가 있으니까... 똑같은 글을 조인스에서 보면 후광효과가 생기는데, 다음에서 보면 그렇지 않아요. (반대로) 객관적인 글을 써서 다음 블로그 같은 데 올리면 제가 기자이기 때문에 사람들이 좋게 보는 경향은 있어요. 이것도 후광효과라고 할 수 있죠.
- 연구자: 초기의 이용자들은 어떤 사람들인가요?
- 발가는대로: 그냥 들어오는 사람들이 있는 것 같아요. 그리고 나서 글을 쓰면... 댓글이 쌓이다 보니 일이년 지나고 삼사백 명이 친구가 돼요. 다 블로거죠.
- 연구자: 블로그를 처음 시작할 때와 현재 다른 점을 꼽는다면?
- 발가는대로: 개인적으로 블로그도 마약과 같다고 생각해요. 인기 같은 부분이 스타를 망치잖아요. 인기 있는 블로그 같은 경우에는 원치 않는 길로 빠져들 수 있다고 봐요.

다른 두 분(몽구, 독설닷컴) 블로거의 도착으로 잠시 자리를 정돈하였고 블로거로서의 전문영역이 있느냐는 질문에 '독설닷컴'님은 미디어 규제를 전문으로 미디어

블로그를 운영한다고 답하였고 아이디 ‘몽구’님은 동영상 위주로 블로그를 구성하고 있고 동영상의 매력은 역시 파워풀(파급효과)한 점이라고 밝혔다. 문자로 구성된 텍스트에서 영상 텍스트로 옮겨가는 현 사회추세를 문자와 사진이 주가 되었던 블로그 조차도 비켜갈 수 없어 보인다.

연구자: 인터넷은 미디어 신뢰도 지형의 변화를 가져 왔고 여론의 변화까지 선도하고 있습니다. 블로거로서 블로그의 영향력에 대한 생각을 알고 싶습니다.

독설닷컴: 어떻게 보면 당연히 필요했던 공론장 기능이 기존 미디어에 없었기 때문에, 블로그를 통해서 이루어지게 된 것이 아닌가. 사실은 블로그에 나오는 자체 영향력이기 보다는 유통망에 기댄 영향력인데요, 다음 같은 경우 메인 페이지에 올라갔을 때, 20~30만이 보게 돼요. 흥미위주의 사안이었을 때는 몰라도 이슈와 관련이 있을 때는 영향이 관계가 있더라고요.

연구자: 블로그의 성패는 유통망으로서 포털 미디어 다음의 역할이 중요한 변수겠네요.

독설닷컴: 어떻게 보면 블로거들의 대형마트죠, 진열을 안 해주면 안 되는 거니까.

연구자: 진열이 그렇게 중요하다면 좋은 자리를 얻기 위한 노력은 하시나요?

독설닷컴: 블로거와 다음뉴스와의 관계는 오마이뉴스와 시민기자 관계하고도 비슷하거든요, 편집권이 그 쪽에 있기 때문에 질적으로나 양적으로 관리를 해야죠.

연구자: 메인 페이지에 올라가는 블로그의 선택기준은 무엇인가요?

독설닷컴: 최근에는 자동으로 돌아가는 시스템으로 바뀐 것 같습니다. 올라가는 것이 분야가 다양합니다. 또, 기존에 올랐던 검증된 블로그의 새로운 글이 뜨기도 하고요, 상위 추천자들이 추천하는 글이 뜨기도 하고요, 여러 가지 패턴으로 뜬니다.

말가는데로: 인터넷이라는 게 매일 사용하는 것이기 때문에 제일 중요한 것은 고정 방문자라는 것이죠... 뉴스 매체로 따지면 법적인 책임을 져야하는 게 있는데, 포털과 같은 경우에는 비교적 규제가 완화돼서 소비형 뉴스가 많이 생기는 것 같아요.

독설닷컴: 그런데 재미있는 사실은 상위 랭크된 블로거들이 정부 뉴스 블로거라는 거예요.

말가는데로: 여론의 영향으로 생각하는 경우가 많기 때문에 청와대에서 민감하게 구는 부분이 있을거예요... 청와대 블로그에서 소식지도 보내고...

독설닷컴: 다음에서 주목할만한 특성이 초기에 괜찮은 블로거가 나타난다 싶으면, 좀 밀어주고 그러더라고요. 블로거들이 느끼는 장벽들이 몇가지 있는데, 우선 악플과의 장벽들, 또 자기 소속사와의 장벽들이 생겨요... 또, 그 다음 대목에 가면 내가 할 수 있는 콘텐츠가 유행이 지났다고 느낄 때예요. 인터넷의 템포가 너무 빨라서 흐름을 못 맞추면 도태될 수 있는 것 같아요. 발가는대로: 작년까지만 해도 활동적으로 하던 사람들이 40~50명이었는데 지금은 열 명도 안 될거예요. 일부는 팀만 두고 있기도 하고요.

블로그의 사회적 영향력과 관련하여 블로거들의 생각은 일반에서 의미를 부여하고 있는 것보다 훨씬 못한 것으로 보여진다. 비록 정치권에서도 관심을 표명하곤 하지만 아직까지는 유통망을 가진 포털의 편집권에 블로그들이 종속되어 있다는 점을 확인하였다. 대형마트인 포털의 메인페이지에 배치되느냐, 못하느냐에 따라 이용자와의 소통범주가 확연히 규정된다는 점에서 진열대를 차지하기 위한 노력들이 블로거에게는 필요하다는 것이다. 고정 방문자를 확보해야 하는 블로거의 입장에서 결국 유인수단으로서 흥미위주의 사안이나 유행에 민감한 이슈 등 소비형 뉴스를 생산하게 되는 이유다.

연구자: 블로그를 운영하시는 이유는?

발가는대로: (1인 미디어의 독자생존 가능성을 확인하는) 실험이라고 봐야겠죠.

독설닷컴: 블로거들의 가장 큰 시장이 연예 콘텐츠라서 방문자 확보를 위해서... 블로그의 다양성을 보여주기 위해서라도 일주일에 한 번 정도 연예 콘텐츠 글을 올리기도 해요.

연구자: 수익은 어떠한가요?

몽구: 저같은 경우에는 영상을 제공해주거나 광고를 해주기 때문에 댓가를 받아요. 그래서 수익이 좋은 편이에요. 또 열심히 한다고 후원해 주시는 분들도 있고요... 일종의 프리랜서죠. 현재까지는 돈을 번다는 개념은 없고 취재하면서 경비를 쓰는 것이예요. 2006년 제1회 미디어 다음 블로그 기자상 대상을 수상하고 나서 언론사에서도 섭외가 들어왔으나 조직에 얽매이는 것을 싫어해서 거절했어요.

연구자: 지향하는 목표는 무엇인가요?

몽구: 영상으로 나중에 미디어 관련한 산업에 대한 가능성을 살펴보는 거예요.

독설닷컴: 나중에 때가 되면 뜻이 맞는 몇 명에서 인터넷 미디어를 운영해볼 생각이 있습니다.

말가는대로: (독자생존을 위해서) 갖고 있는 자료를 꺼내서 금방 보여줘야 할 능력 (을 갖추는 것이) 파워블로거의 덕목이죠.

독설닷컴: 파워블로거가 되려면 어떤 것을 지향해야 하는지가 중요해요. 자료수집이 가장 중요하고 전문적 분야가 있어야 한다는 것이며 타이밍을 정확하게 잡을 줄 알아야 한다는 것이죠. 평양 갔다 온 것을 단순하게 평양 갔다왔다고 할 수 있지만, ‘김정일 사망설이 도는 평양은 어떠한가’라고 제목을 달면 상황이 달라지죠. 저 같은 경우에 자체 콘텐츠와 외부에서 보내주시는 게 반반이에요... 파워블로거들도 데뷔하는 경우를 보면 자전적 기사로 하시는 분들이 많아요. 블로거로서 취재하다 경찰에 잡혀가신 분들도 있고...

말가는대로: 서럽다고 할 수 있죠. 소속사가 있으면 괜찮았을텐데...

인터뷰 대상자들은 모두 개인미디어를 활용한 재정적 자립이라는 측면에서 일정 정도 수익성 탐색을 하고 있다는 점에서 관계맺기의 소통을 우선으로 하는 다수의 일반 블로거들과는 차이를 보인다. 흥미로운 점은 연령이 낮아질수록 수익성보다는 경험과 사회참여에 안정보다는 변화에 보다 개방적인 모습이 블로그에서도 예외는 아니었다. 블로거들에게 사회적 영향력을 부여하고 미디어적 가능성을 논하는 것은 블로거가 사회적 이슈에 대하여 정보를 제공하고 자신의 주장을 전개하여 여론을 설득하고 변화시키려는 의도가 있기 때문이다. 하지만 개인미디어인 블로거들은 “취재하다 경찰에 잡혀가신 분들”에 해당되면 “소속사가 있으면 괜찮을” 미디어의 기능은 즉시 그리고 기약 없이 중단될 수가 있다.

연구자: 조직에 속해 있는 분들과는 달리 몽구님은 전업 블로거이므로 주위의 눈치를 볼 필요가 없다는 장점을 가진 반면에 이른바 이용자를 낚기 위해 왜곡을 시도하신 적은 없나요?

몽구: 왜곡이라기보다는 촛불집회 때 순간포착을 한 적이 있는데, 짧게 찍어서 메시지를 담은 적이 있는데, 워낙에 장면이 짧다보니까 제대로 전달이 안 돼서... 왜곡 같은 것은 아닌데, 연출됐다고 생각해서 그런 일이 벌어졌어요. 저는 연출이라고 생각하지 않았는데...

독설닷컴: 블로그 방문자는 충성도가 떨어지죠. 대개 5분 이내로 머물 뿐이구요... 블로거판이 촛불집회 이후로 바뀌었어요. 예전에는 구라형이었는데, 이제는 현장에서 직접 담는 현장에서 이야기하는 블로거들을 더 좋아해요. 그런 사람들이 파워 블로거가 되는 것이죠. 신변잡기형에서 시사형으로 바뀐 것도 연관이 있죠.

몽구: 블로그는 끝장 취재를 할 수 있기 때문에, 더 오래도록 뉴스가 남는 것 같아요. 기자들도 블로그 뉴스를 참고하기도 하고요.

말가는데로: 네티즌들이 무서운 게 블로그 기사랑 신문 기사랑 내용이 안 맞으면 타박을 받아요. 기자와 블로그가 양립하기 힘들다고 볼 수 있는 거죠.

독설닷컴: 지금 과도기예요. 스텝 2로 가려고 하는데... 빠져나가는 것에 대한 회사 측의 거부감이 있어서요. 그래서 블로그 조직을 확보하고 했지요. 회사와 병행하려면 다른 모형을 한 번 생각해 봐야 할 것 같아요. 일종의 뉴스 신디케이트 같은.

블로그를 운영하는 부류는 미디어와 상관이 없는 순수 개인이 소통의 수단과 공간으로 활용하는 경우와 미디어 조직에 몸담고 보완 또는 대안 미디어로 활용하는 그룹으로 구분할 수가 있다. 이들 모두에게 블로그 방문자의 충성도는 블로그의 성패를 가르는 중요한 요소이다. 따라서 짧은 시간 스쳐 지나가는 이용자들을 머무르도록 하기 위해서는 각별한 노력을 기울여야 하는데 그러다 보니 자극적인 제목과 선정적인 내용에 대한 유혹을 떨치기 힘들다. 미디어 조직에 속한 블로거는 소속사가 주는 유무형의 압력으로 조심스러운 태도를 보이지만 소속감이 없는 자유로운 개인 블로거들은 유혹에 노출되어 있으며 윤리적, 법적 사전지식마저도 부족하여 문제의 소지를 안고 있다. ‘몽구’님의 경우 촛불집회에서 차 안의 전경과 거리의 여학생이 창문에 손을 맞대고 서로 이야기를 주고 받는 따스한 광경을 영상에 담았지만 분량이 너무 작아 두 사람에게 동일한 행위를 부탁하여 영상 분량을 조절하였다.

실제 일어난 상황이었기에 의도적인 조작이나 왜곡은 아니었지만 연출이었음에는 분명하다. 이 경우에는 해당되지 않겠지만 경우에 따라서는 법적인 책임공방도 열마든지 가능한 사안으로 발전 가능성이 있는 것이다. 그 외 저작권, 초상권, 명예훼손, 프라이버시 등의 문제도 언제든지 야기될 수가 있다.

연구자: 인터넷의 영향력에 관하여 블로거들끼리만의 상호작용 차원 또는 사회여론을 형성한다는 차원에서 활동을 하시는 것인지 나아가 자신들의 블로그 행위가 여론변화와 관련하여 어떤 역할을 수행하는지에 대한 평가를 부탁드립니다.

발가는대로: 블로그에 8만 명이 몰려드는데 저한테 그런 숫자는 중요하지 않다고 생각해요. 제가 살면서 몇이나 만나겠어요. 굳이 내가 쓰면서 영향력을 발휘해야겠다는 생각은 별로 없어요.

연구자: 다른 분들은 소통과 설득 가운데 어떤 선택을 할 수 있을까요?

독설닷컴: 설득이라는 표현보다는 화두를 던지는 것이라고 하고 싶어요. 설득은 과도하게 자기의견을 관철시키려는 것이잖아요. 미디어에 대한 화두를 던지는 것도 중요한 역할이고, 어떤 토대를 다지는 것도 중요한 일인 것 같거든요. 블로그에서 어떻게 통하는가도 중요한 문제이고요.

몽구: 저는 처음에 네티즌과 소통하기 위해 블로거로 활동하기 때문에, 이슈가 생겼을 때 네티즌들이 많이 보잖아요. 그 때 기자들이 보도를 안 했던 것들을 영상으로 보여주는 일을 해요. 그래서 설득을 하는 쪽에 더 초점을 맞춘 것이라고 할 수 있어요.

연구자: 그렇다면 현재의 1인 미디어를 가지고 설득이 가능하다고 생각하는지요? 정부에서 인터넷을 규제하려는 움직임도 결국 설득력과 파급효가가 크다고 판단하기 때문으로 보이는데 공감하시나요?

몽구: 사회적 파급효과라고 하면 오히려 포털의 편집기능이 아닐까요?

독설닷컴: 문제를 알고, 생각해보게 하는 것이 가장 중요한 것 같아요. 결론을 내기 보다는 관심을 불러 일으키고... 설득은 그 뒤에 이루어지는 것 같아요.

발가는대로: 설득이라는 것이 과연 합리적인 개념인지에 대한 의문이 들고, 어쨌든 중요한 것은 화두는 던지는 것 같아요.

독설닷컴: 촛불시위를 생중계했던 아프리카 닷컴 사장을 구속하는 것은 탄압이라는

의견을 블로그에 게시하려다가 혼자 푸쉬한 적이 있어요. 한 번도 그 글이 노출이 안 되었어요. 댓글도 몇 개 안 달리고 그랬는데 한 번 오른 거예요. 한 주 지났을 무렵에 서명운동 같은 운동이 벌어지고 있다고 인터넷 기사에 뜨게 된 걸 보면서, “인터넷으로도 되는구나”라는 생각이 들었어요... 제 기사의 편파성이 있을지도 모르지만, 그런 기사들이 전체적인 밸런스를 맞추면서 공정성을 확보한다고 생각해요.

발가는대로: 사람들은 자기 안에만 있다 보니까 자신의 문제점을 몰라요. 오히려 비판이 잘못된 점을 고쳐줄 수 있는 계기가 될 수 있는 건데.

독설닷컴: 블로그에 나선다는 것은 영화 <글레디에이터>에서 처럼 무기 하나만 가지고 전장에 나간다는 것과 똑같은 각오를 필요로 하는 거예요. 그런데터성취도 얻어가는 것이고요... 결국 여러 가지 패턴을 일인 미디어로서 블로그를 개발했고, 다양한 형태로서의 실험이 행해질 수 있어요. 우선 여러 형태로 실험을 해보려고요.

발가는대로: 50대 넘으시는 분들도 많이 변해가고, 편집국장이신 분도 얼마 전에 보니까 쓰고 계시더라고요.

연구자: 어떻게 보면 출발점에 서 있는 블로그의 미래에 대하여 확정지으려는 시도 자체가 터무니없지만 그래도 블로그를 포함한 인터넷이 젊은 세대만의 전유물에서 벗어나 전 세대를 아우르는 소통과 공론 그리고 논쟁의 공간으로 진화하기를 기대하면서 바쁘신 데도 불구하고 많은 시간 내주셔서 고맙습니다.

개방성이나 상호작용성 등 기존 미디어나 미디어 공간이 제공할 수 없는 수많은 장점들과 그에 따른 이용자들의 능동적인 참여로 이어졌고 이용자들의 자발적 참여는 사회여론의 변화를 유도하게 되었다. 하지만 블로그 전반의 영향력과 개인 블로그 행위에 대한 인터뷰 참가자 스스로의 평가에서는 상이한 반응을 보인다. ‘발가는대로’님은 방문자의 숫자가 중요하지 않다고 하면서 말한다. “영향력을 발휘해야겠다는 생각은 별로 없어요.” 그럼에도 “사회적으로 화두는 던지는 것”은 인정하고 있다. 유사한 맥락에서 ‘독설닷컴’님도 상대방을 설득하기 보다는 알리는 차원 그리고 결론을 내기보다는 관심을 불러 일으키는 차원에서 의견일치를 보고 있다. 이는 다

시 말해 의도적은 아니더라도 의제설정의 기능은 수행하고 있다는 인식을 하는 것으로 판단할 수 있다. 반면에 ‘몽구’님은 자신의 블로그 행위에 설득이라는 보다 적극적인 의미를 부여하고자 한다. 그렇지만 개인미디어의 직접적 설득력에는 의문을 제기하면서 편집기능을 가진 포털의 파급효과를 강조하였다.

제 3 절 그룹 인터뷰 - 대학원생을 중심으로

인터뷰에 참여한 8인의 대학원생은 최소한 미디어 다음의 토론공간인 아고라에 최소한의 활동경험이 있는 학생들이다. 남학생 2명과 여학생 6명으로 구성되었고 연령은 모두 20대 중후반으로서 인터넷을 가장 잘 ‘아는’ 집단으로의 분류가 가능하다는 점에서 공통점을 찾을 수가 있다. 전문적인 블로거들과 비교하면 이들은 대부분 ‘눈팅’족으로서 사안에 따라서 직접 참여 여부를 결정한다. 앞서 언급한 대로 그룹 인터뷰를 하기에는 인원의 압박감과 그에 따른 시간의 한계로 부족한 부분에 대한 설문을 추후에 받았다. 블로거들의 신분이 공개된 것과는 달리 인터뷰에 응한 대학원생들의 신원은 비공개로 처리하였다. 미디어 다음의 아고라 논객이나 개인방송 포털사이트 아프리카의 BJ들과 채팅이나 메일 등 수차례 접촉을 시도하였지만 대부분의 대상들은 심리적 위축감 또는 거부감을 표현하였다. 촛불집회가 한창 진행 중일 때에 놀라울 정도로 적극적이었던 태도와는 달리 마음을 닫게 된 배경에는 촛불집회가 불법으로 규정되고 주동자뿐만 아니라 단순 참가자들까지도 처벌을 받을 수 있다는 강압적 사회 분위기가 그 배경이 아닌가 추측해 본다. 따라서 인터뷰를 허락한 대학원생들이 보다 열린 마음으로 인터뷰에 자신의 생각을 드러낼 수 있도록 유도하기 위해 비공개로 정하였다. 이들과의 인터뷰를 먼저 요약 정리하면 다음과 같다.

그룹 인터뷰 주요내용 요약 정리

인터뷰 일시: 2008년 11월 16일 (일) 오후 1시-4시

인터뷰 장소: 연세대학교 동문 북카페 프린스턴

참석자: <다음> 대학원생 8인: 남 2, 여 6

연구진 3인, 녹취 1인

연구자: 뉴스소비 형태부터 시작해서 보도되는 뉴스에 대한 여러분들의 생각, 그리고 소위 기존 미디어와 뉴미디어에서 똑같은 뉴스를 접할 때의 신뢰도의 문제 또 그 변화, 생활세계라고는 이야기했는데 여러분들이 현실(정치)에 얼마나 관심을 갖고 있는지, 다른 사람과의 소통이 인간관계의 차원에서의 소통인지 아니면 설득이라는 의미에서의 소통인지가 궁금하고요, 뉴스 소비 행태에 관하여 먼저 시작하지요.

남1: 종이신문을 잘 안보는 것 같아요. 포털을 통해서 개인적으로 소비하는 뉴스는 경성, 연성 이런 차원이 아니라 짧은 시간 안에서 잠깐 시간 날 때 주로 가십을 보고 다른 정보에 대한 욕구를 종이신문으로 대체, 주말이나 한꺼번에 몰아서 보는 편입니다.

여1: 기사를 읽고 댓글을 보고 사람의 반응을 보고 사안에 관심을 가집니다. 헤드라인 정도는 매일 확인하고 TV 뉴스를 주로 보면서 가끔 인터넷을 활용합니다. 아고라 등을 활용해 새로운 대안책을 볼 수 있다는 점에서 개인과의 소통이 가능하다고 봅니다. 이는 여론 형성 과정에 큰 역할을 한다고 봅니다. 제 개인적으로는 확실히 사회에 영향을 주고 있다고 생각합니다. 생각을 바꾸게 하지는 않아도 이런 생각이 있다는 것을 알게 해줍니다.

남1: 블로그를 정기 구독하는 사람이 몇 명 있습니다. 내일신문의 이정환기자 블로그 등 지속적으로 정치나 경제적 이슈에 대해서 보다 보니까 관점이나 다른 시각을 잡아낼 수 있어서 개인적으로 많은 도움이 됩니다. 조선일보나 중앙일보 등의 신문은 신뢰가 안가는 편이라서 블로그의 글들을 신뢰합니다.

남2: 아고라를 많이 활용했었는데 순수 인터넷 여론이 여론만이 아니라는 사례가 될 것 같습니다. 3년 전 스크린쿼터와 관련해서 글을 썼는데 의견을 내세웠을 때 내 의견이 과연 옳은가 아닌가 댓글을 통해 확인하고 잣대로 사용하는 경향이 있었는데 아무도 보지 않았습시다. 그런데 다음 메인뉴스에 뜨고 나서 갑자기 조회 수가 증가했고, 순수히 우리가 생각하는 여론으로 해서 여론이 형성되는 경우도 있겠지만, 포털 자체에서 주목도를 높이는 힘의 영향을 받는다는 느낌

을 받았습니다. 즉, 게이트키퍼의 힘을 느꼈습니다.

여1: 댓글이 별 반응도 없고 그런 것들이 메인으로 올라가 화제가 되는 경우도 많습니다. 따라서 포털이 모든 부분에 영향을 주고 있는 걸로 보입니다.

여2: 포털이 미디어나 아니냐 논란이 있었는데 네이버의 메인글 등은 문제가 많았었는데, 편집에 따라서 영향을 많이 받습니다. 소비하지 않는 뉴스도 관심이 가고 클릭을 자주하는 습관이 습니다. 따라서 포털이 게이트키퍼를 한다고 생각하며, 인터넷 뉴스를 많이 보는 편이고 신문을 구독합니다. 인터넷 뉴스를 통해 미리 보는 경우가 많고 같은 기사를 신문을 통해 볼 때 자세하게 보는 경향이 있습니다. 이런 차이가 있습니다.

연구자: 신문을 자세하게 본다는 의미가 신뢰와 연결되는가?

여2: 신문에 대한 신뢰도는 높은 편이 아닌데, 인터넷 뉴스와 비교해봤을 때 더 집중이 되는 편입니다. 관념 관련 없는 뉴스에서 볼 때....

남1: 인터넷에 너무나도 방대한 자료가 많아서 기자가 기사를 실었다는 점에서 신뢰가 갑니다.

연구자: 기사가 신문에 실렸다는 사실만으로도 소위 언론이라는 전문가 집단의 권위를 인정한다는 말이네요.

여2/남1: 꼭 그렇다는 건 아니지만... 미디어를 대하는 습관이랄까...

여5: 수용자들의 댓글로 기사를 작성하는 경우가 있다고 들었습니다. 비전문가들로 인하여 일반사람들이 느끼기에는 전문적 기자들을 신뢰할 수 밖에 없지 않은가. 지면 신문의 경우 명확한 기사 작성자가 있고 확실한 정보가 있으니까 기사가 실리지만 인터넷은 그런 신뢰감을 줄 수 있는 매개체가 부족하다고 봅니다. 환경적 요인의 차이가 존재한다고 봅니다.

남2: 예전에 책을 읽다가 블로거가 힘을 넓히는 방법으로 영향력을 넓히는 조건 중에 하나가 기존 매체에서 자기 기사를 활용해서 기존 매체에 실리느냐 안실리느냐에 따라서 자신의 신뢰도가 달라진다고 합니다. 뉴 미디어가 형성이 되고 그 안에서 인정을 받는다는 점에서 중요하겠지만 사회 흐름에 있어서 인정을 받아왔던 매체에서 신뢰도를 얻는 형식이 되고 있는 것 같습니다.

남1: 권위와 전문성을 부여하는 과정 자체가 상호보완적인 것 같습니다. 출처 등에 대해 밝힘에 따라 신뢰 등에 차이와 단발성이 아닌 지속적인 주장해왔는지 여부와 같은 것 등.

여3: 블로거 뉴스를 더 많이 보는 편인데 연예 뉴스를 많이 보는 편입니다. 드라마를

보면 다 알 수 있는 내용들인데 봐도 정보를 얻는 뉴스가 별로 없는 것 같아요. 사회문제를 심도있게 다루고 추천수가 항상 붙고 어떤 한 문제에 있어서 기자들은 단발성이고 의문점이 드는 기사가 많이 드는 반면, 블로거들의 글들은 심도있게 내용이 정리되어 있어서 신뢰도가 가는 편이다. 한 가지 주제나 사회문제를 여러 방면에서 글을 쓰기 때문에 신뢰도가 갑니다.

연구자: 블로그 기사가 좀 더 심층적이고 그래서 신뢰를 갖고 집중하여 살펴본다는 말이네요.

여3: 블로거 이용 동기가 정보를 얻거나 지식이 필요할 때 전문적일 수 있다는 생각이 듭니다. 어느 전문가 집단들보다 더 정확하고 수준 높다고 생각하기 때문에 일반인들도 자신만의 전문화 되고 특성화적인 부분을 발전시켜나갈 수 있다는 점에서 블로그를 활용합니다. 아고라의 이용 동기는 찬반을 떠나서 사람들의 생각이 어떤지 확인합니다. 이슈에 대한 여러 의견을 찾아보기 위해서 댓글들을 살펴봅니다.

여2: 아고라는 여론을 주도하는 글들은 심도 있고 신뢰감 주는 글들은 더 논의가 활성화 되는 부분이 있다. 어떤 주제에 있어서 처음에는 패러디식의 글들이 올라오다가 어떤 분의 심도있는 글들로 인해 활성화 되고 여론을 주도하게 되는 방식으로 이루어진다고 봅니다. 그런데 왜곡하는 문제가 있음에도 불구하고, 깊이있는 글들이 올라오게 되면 좀 더 이해가 쉬워지고 구체화되며 더 적극적으로 개입하게 됩니다.

남2: 글이 심도 있고 긴 경우에 외면당하는 경우가 오히려 더 많다. 게이트키퍼로 설정되어 있는 글들은 어쩔 수 없이 읽게 되는 경우도 많은데 그런 경우도 있다고 말하고 싶습니다. 미네르바 같은 경우 블로거가 없음에도 불구하고 아고라에서 활동하는데 아이디어의 주목성으로 파워를 가지게 되는지 궁금합니다.

연구자: 경제와 관련 글들을 많이 썼는데 그런 것들이 예언을 하듯이 잘 맞아 떨어져 아이디어에 대한 신뢰도가 상승한 사례라고 보입니까.

여1: 다음 아고라를 정보 이용으로 들어가는 것이 아니라 같은 의견에는 공감을 하는 것이고, 의견 활성화가 이루어지는 곳에서 마음의 지지를 받는 것입니다. 의견 반대가 있는 경우 다시 안 들어가게 됩니다. 어떤 사안이 터지면 내가 원하는 의견을 찾아서 보고 같은 의견에 심적 안정감을 느낍니다. 정보를 얻기 위해 들어가는 것은 절대 아닙니다.

연구자: 촛불집회에서 개인방송 포털 아프리카의 역할에 대한 평가는?

남1: 현장성 있는 화면을 본다는 자체가 큰 의미가 온다고 생각하지 않았고, 화면을 찍었다고 신뢰감을 준다고 생각하지 않는다. 1인 미디어로써 가능성을 열어줬다는 점에서는 의미가 있지만 기존 미디어가 원하는 소리가 들려주지 않았기 때문에, 대안적 채널로써 1인 방송국을 생각하게 되는 것입니다. 민감한 이슈는 제외시키고 제한적으로 제공하기 때문에 대안적 방안으로 아프리카를 이용하는 것 같습니다. 한국에서는 기존 미디어의 책임이 크다고 생각하며, 만족스러운 퀄리티를 제공해주지 않는다고 생각합니다. 질적 수준이 떨어지기 때문에 자연스럽게 색깔 안경을 쓰고 있다고 생각되고 신뢰감도 떨어지게 됩니다. 그런 부분의 해결이 필요하다고 생각합니다. 즉 기존 미디어가 그런 부분을 회복해야, 질적 부분을 개선하고 전문성과 저널리즘을 확보한다면 사회가 긍정적으로 바뀔 수 있다고 생각합니다. 기존 매체가 신뢰도를 확보한다면 대안 매체는 채널의 문제로 바뀔 거 같습니다. 기존 미디어는 일반적인 부분의 영역을 보도하는 편에서 그칠 것이고, 대안 채널들은 사회의 다양한 목소리를 내고 연대하는 소통의 채널로서 역할을 할 것이라고 봅니다.

연구자: 기존 미디어의 신뢰도 하락이 일정 부분 대체효과로 연결된다는...

남1: 대체 개념이 아니라 기존 미디어가 가지고 있지 않은 소통의 문제를 해결하고, 세분화된 분업의 문제를 해결하고 있다고 봅니다. 자신들을 나타내는 하나의 방법, 도구로 이용되고 있는 것들을 보면 새로운 소비로 생각합니다.

남2: 기존 미디어가 가지고 있지 않은 소통의 문제, 세분화된 분업의 문제, 아프리카 TV의 경우 직접 촛불 집회에 참석하지 못하거나 하는 상황 등에 대해 인터넷 상에 촛불집회, 자신들의 작전에 대한 도구나 방법으로 이용합니다. 이것은 기존 미디어와는 소비가 다른 차원이라고 생각합니다.

여2: 권력의 흐름 이동이라고 생각합니다. 예전같은 경우에는 정보의 접근성이 떨어졌을 경우 다른 곳에서 정보를 얻을 수 없으니 그냥 믿어보기 일수인데 지금은 인터넷의 방대한 역할로 인해 기자의 권위가 떨어졌다고 보며, 자신도 방송을 할 수 있는 환경 여건이 마련되었기 때문에 미디어 환경이 변화에 따라서 기존 미디어가 갖고 있던 권력이 하향되는 것이 아닌가 생각합니다.

여4: 개인이 1인 매체가 주목받고 생겨난 것이 기존 미디어에 대한 반감일수도 있지만 개인이 영향력을 행사한다는 것은 장점이나 이점이 될 수 있다고 봅니다. 사람들은 기본적으로 다른 사람에게 영향력을 행사하고 싶다는 생각을 갖고 있다고 보며, 관심의 분야가 다양하기 때문에 좀 더 전문적인 지식을 이용해 블로그

나 방송을 통해서 다른 사람에게 알려주게 하고, 그리고 관심의 분야를 찾는 과정에서 더 많아진다고 생각합니다.

남1: 정보 환경이 변했기 때문에 이런 변화가 생겨났다고 생각합니다. 신뢰도를 떠나서 지면이 아니더라도 검색엔진이 발달하였기 때문에 접근이 용이해졌고 기존 매체가 아니더라도 누구나 다 자신에게 유리한가를 평가하는 것이라고 생각합니다. 어떤 정보는 올드 미디어를, 다른 쪽에서는 여러 목소리를 듣는 것이 좋다는 경험 때문에

여3: 기존 미디어의 신뢰도가 높아진다고 해도 대안 미디어는 살아남을 것이라 생각합니다. 지면의 한계와 시간의 한계로 인해 내가 궁금한 것들을 기존 미디어가 모든 것들을 알려주거나 할 수 없기 때문에 이런 방면에서 스스로 찾게 될 것이라 생각합니다. 사회적 이슈는 많은 이야기들을 할 수 있겠지만 다른 다루지 못한 내용들은 대안 미디어들이 목소리를 낼 것이라 생각합니다

여5: 신뢰도를 떠나서 기존 매체는 방송 신문에 의지할 수 밖에 없지만 지금은 소비와 생산이 가능하기 때문에 타미디어에 대한 의존도가 높아질 수도 있지만, 그 뉴스 외에도 전문인이 아니지만 생산과 소비가 가능하기 때문에 매체 환경이 변화된다면 떠나서는 말을 할 수 없고 지금의 흐름이 지속되리라 생각합니다

남1: 자신의 접근성에 따라서 소비가 달라진다고 봅니다. 어떤 매체가 아니라 자신의 생활 안에서 어떤 것이 접근성이 가장 편한가에 따라 영향력을 받는다고 생각합니다.

연구자: 기존 미디어와 신뢰도를 연관 지어 마지막으로 한 말씀씩 부탁드립니다.

여1: 공익성과 공공성을 떠나서 상업적인 측면에서 봤을 때 각자의 목소리를 낸다는 것이 공익성과 공공성을 지킬 수 있을지 의문이 듭니다. 전문성은 갖추었다고는 생각하지만 공익성의 부분은 기존 미디어가 지금의 부분과 같이 가지 않겠나 생각합니다.

여4: 폭력 성향으로 흐를 때 폭력을 저지하는 글들이 올라왔었는데 실질적으로 자신의 의견을 피력하고 있는데 스스로가 지금의 사태에 기여할 수 있고 흐름에 기여한다는 측면이 같이 뭔가를 하고 있다는 측면들이 아고라 활성화의 좋은 계기라고 생각합니다. 심도 있는 글 외에도 짧지만 의미심장한 글들도 많고 파격적인 제목들도 많고 댓글을 달며 희열을 느끼는데 이런 소통의 문제들을 통해서 누군가 나와의 소통이 이루어진다는 점이 아고라를 즐기고 활용시키는 계기가 된다고 생각합니다. 댓글의 여부와 조회수를 통해서 자신의 생각을 정리할

수 있다는 점에서 아고라의 잠재성이 있다고 생각합니다. 더하여 익명성도 같이 존재한다고 생각하고요

남1: 인터넷의 참여 가능성은 높아졌지만 사람의 전체 비율은 많지 않다고 생각합니다. 전문성을 갖추고 글을 쓰는 사람들은 한정되어 있고, 많은 사람들이 참여하는 환경은 아니라고 생각합니다. 모두가 다 사용 가능하다는 관점은 잘못된 것이라고 생각합니다. 비전문성에 대한 불인정의 점들이 팽배해 있기 때문이다. 전문성을 갖춘 사람들은 적고 참여하는 사람의 수는 실제로는 적다고 봅니다. 정보의 생산자는 많지 않지만 가능성이 있다는 측면에서는 긍정적이라 생각합니다.

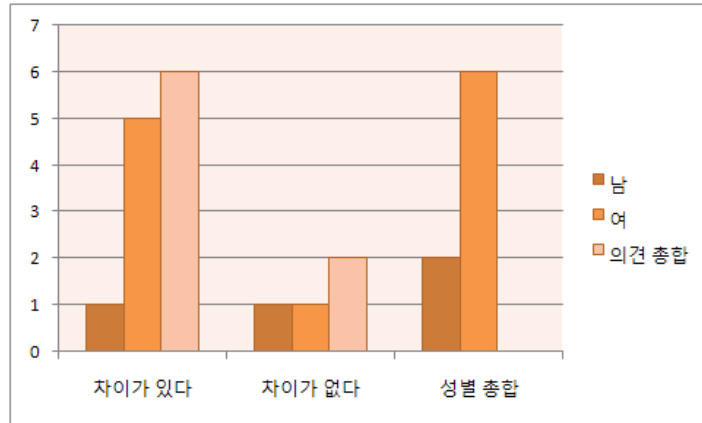
여1: 글쓴이의 비전문성을 느낄 수 있는데 결국 나와 비슷한 사람들이 썼다는 생각으로 인해 걸러야 하는 장치가 있어야 한다고 생각합니다. 판단의 노력이 가끔은 불필요하다고 생각하는데 걸리적 글들을 걸러는 장치가 있어야 한다고 봅니다.

여2: 신문은 기호에 맞는 구독층이 있는데 우리나라 신문같은 경우에 사건, 사고 기사가 다른 나라보다 많은데 그런 것들 보다는 정치적 성향이나 이념을 좀 더 깊이있고 풍부한 내용적, 질적 여론 형성 콘텐츠를 전해주는 것이 독자층의 신뢰도에 영향을 주지 않을까....

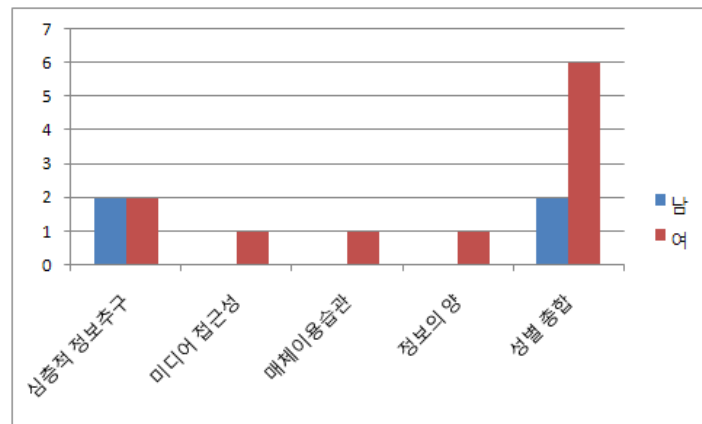
제 4 절 보완 설문조사 - 대학원생

수용자가 기존 매스미디어(신문/방송)와 인터넷 미디어(포털/뉴스메일/인터넷신문 등)의 뉴스를 소비하는 데 어떤 차이가 있다고 생각하느냐는 질문에 6명이 차이가 있다는 답을 하였다. 매체별 속성과 관련하여 “어떤 미디어가 가장 접근성과 사용의 용이성이 높은가의 문제”(남1)라는 판단을 하고 있었다. 즉 사용공간에 따른 접근성, 정보 추구 동기에 따른 접근성에서 그와 같은 차이를 보이고 있다. 집에서는 신문과 텔레비전 뉴스가 컴퓨터보다 접근성과 사용의 용이성이 편한 반면에 직장이나 학교에서는 주로 컴퓨터를 사용하는 환경이기 때문에 인터넷 미디어를 사용하게 된다. 물론 정보 추구 동기에 따라 좀 더 심층적인 정보 또는 다양한 정보의 비교를 원할 때에는 검색기능이 있는 인터넷 미디어를 선택하게 된다.

[그림 7-1] 뉴스 소비의 매체별 차이



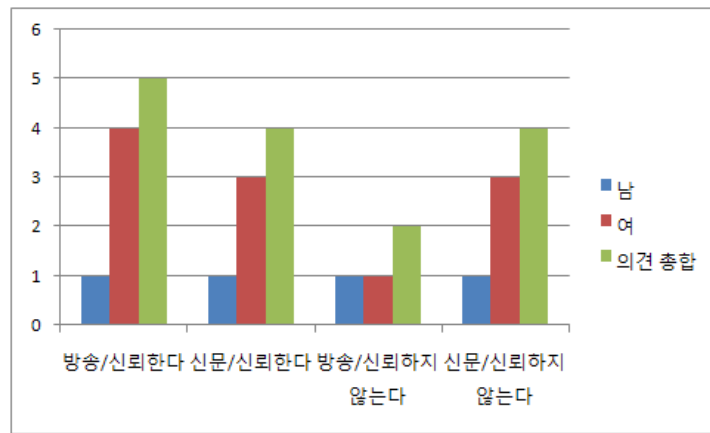
[그림 7-2] 매스미디어에 대한 이용자 불만



수용자가 기존 매스미디어 이외의 특정 미디어의 기사/보도를 소비하는 이유에 대해서는 4명(남2, 여2)이 심층적 정보추구에 대한 갈망을 해소하기에는 “기존 매스 미디어가 충분한 정보를 전달하고 있지 못하기 때문”이며 그 원인으로는 “방송과 신문의 공간적, 시간적 제약”(남2)을 들었다. 또한 기존 미디어의 신뢰도 하락이 대안미디어를 찾는 하나의 요인이며 신뢰도 하락은 보도 태도나 관점에서 편향된 시

각을 일방적으로 전달하는 행태에서 비롯된다는 지적이다. 미디어 신뢰에 대한 거부는 “정치적 이슈나, 좀 큰 이슈와 같은 것들은 매체사 별로 비교... 종합”(여3)의 행태로 나타나고 비교와 종합적 해석은 결국 인터넷 포털이나 검색기능으로 충족될 수가 있다.

(그림 7-3) 매스미디어의 뉴스보도에 대한 신뢰도



신문과 방송 등 기존 매스미디어의 뉴스보도에 대한 신뢰도를 묻는 질문에 방송은 5명(남1, 여4), 신문은 4명(남1, 여3)이 그렇다고 대답하였다. 신뢰의 근거로는 기존 매스미디어의 공신력 있는 정보원과 기자들의 전문성을 바탕으로 한 필터링과 에디팅이 주 원인이었다. 신뢰하지 않는다는 응답자가 제시하는 이유는 “권력이나 자본으로부터 자유롭지 못한” 미디어 환경을 지적하였고 “역사적으로 편향된 모습”(남1)이 각인되어 있는 현실을 지적하였다. 응답자 자신만이 아니라 자신이 판단하는 주변인들의 매스미디어에 대한 신뢰도 역시 비슷한 수준에서 정리되었다.

가장 신뢰하는 뉴스미디어와 평소 즐겨 이용하는 뉴스미디어가 차이가 있을까라는 질문에 관한 답은 반비례하는 것으로 나타났다. 즉 방송, 신문, 인터넷 순으로 신뢰를 하고 있지만 평소 즐겨 찾는 뉴스미디어는 인터넷, 신문, 방송 순이었다. 걸러

지지 않은 인터넷의 뉴스 또는 정보보다는 기존의 매스미디어가 전달하는 뉴스를 여전히 신뢰하고 있다는 점과 20대의 연령층이라는 것과 학생들이라는 특수성(도서관 이용, 자취나 하숙으로 신문구독 불필요 등)이 즐겨 이용하는 미디어로 인터넷을 선택한 것이 아닌가하는 추론이 가능하다.

뉴미디어의 등장과 기존 미디어의 뉴스신뢰도의 변화에 관계가 있는지 여부에 관해서는 없다는 답이 5명(남1, 여4)으로 기존 미디어와 뉴미디어가 상호 신뢰도의 경쟁관계에 있는 것이 아니라, 뉴미디어를 통해서 대중의 정보 접근이 훨씬 용이해지면서, 기존 미디어의 신뢰도를 판단할 수 있는 다양한 정보를 접하고, 유통시킬 수 있게 되었고 인터넷은 주로 기존 매스미디어의 보도에 대한 비교와 소통의 장으로 역할을 수행한다는 점에서 설명이 가능하다. 신뢰도의 변화가 있다고 응답한 응답자들 또한 인터넷의 등장이 “독점적 지위를 확보하고 있는 기존 미디어의 뉴스 신뢰도가 낮았기 때문에 뉴미디어가 대안적 미디어로서의 역할을 할 수 있을 것”(남1)이라는 점을 지적하였다. 그렇지만 “포털을 통해서 소비되고 있는 뉴스를 보면 그것이 다른 새로운 매체에서 나오는 것이라기보다는 기존의 언론사를 통해서 생산되고 있는 뉴스이기 때문에 크게 달라진 것이 없다”(여3)고 언급하고 있다.

인터뷰 응답자 8명 전원은 현재 어떠한 정당이나 시민사회 단체 등에 가입되어 있지 않고 있고 그와 관련된 인터넷 커뮤니티 활동도 전무하다. 그럼에도 불구하고 블로거, 아고리언, 아프리카 BJ로 활동하게 된 주된 동기는 “나의 의견을 다른 사람들에게 인지시키기 위한 측면보다도, 내가 어떠한 뉴스나 사안에 대해서 의견을 보여주고, 답글을 통해서 그 의견에 동의하는 사람들이 많은지, 혹은 반대되는 의견에는 어떤 것들이 있는지”를 알아보고자 하는 호기심 정도에서 대부분 시작한 것으로 답하였다. 하지만 시간의 흐름에 따라 적극적인 활동은 하지 않는 경우가 대부분이었고 블로그는 개인적인 생각을 게재하는 등 부정기적으로 지극히 개인의 일상을 정리하는 수준으로 변화했다.

여론의 동향에 대한 호기심은 사회적 이슈의 등장과 연관을 맺고 있지만 ‘촛불집회’와 관련하여 글을 작성한 경험은 유일하게 한 학생(남2)이 있다고 답하였다. 작

성하게 된 동기나 배경, 또는 목적에 대하여 “단순히 쇠고기 수입의 문제에서 촛불 집회를 하는 것인가에 대해서 고민해보고자 작성하였다”고 답하였다. “이명박 정부의 소통의 문제점이 촛불집회를 더욱 확대시킨 것 같다고 작성하였고, 그것에 대한 사람들의 동의 여부”를 확인하려는 의도였지만 대다수의 인터넷 글들처럼 반향은 거의 전무했다고 한다.

응답자들은 블로그, 아고라, 아프리카를 이용자들을 설득하기 위한 공간(2명)이라기보다는 의사표현의 공간(6명)으로 주로 인식하고 있었다. “내 의견에 대한 동의횟수와 반대되는 의견에 대한 내용”에 대한 확인을 통해 여론 동향, 즉 인터넷 공간의 여론(소위 네티심)과약을 위한 수단일 뿐이다. 물론 사람들은 신체적으로 직접적인 접촉을 갖지 않고서도 타인의 태도나 신념, 경험을 지각하는 비개인적 영향력 (impersonal influence)을 받곤 한다(Mutz 1998: 박성희, 박은미 2007 재인용). 댓글이나 추천 수에 대한 민감한 반응은 이로써 설명할 수가 있다.

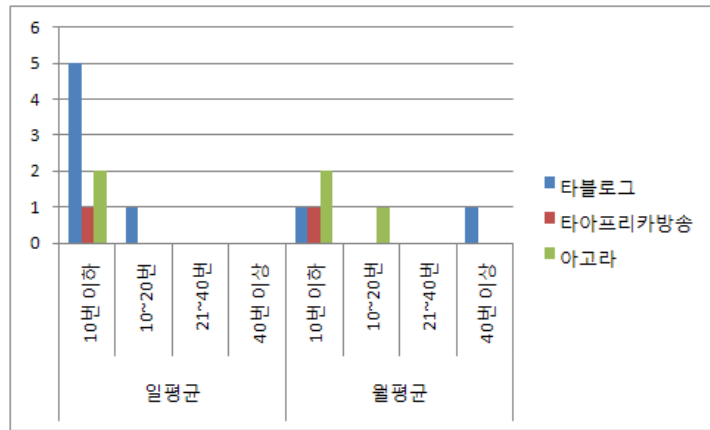
기존 매스미디어의 신뢰도 하락과 대안 미디어(블로그, 아프리카 방송) 뉴스 생산 관계에 대하여 다음과 같은 주장은 보편화되어 있다. “기존 미디어의 신뢰도 하락이 대안 미디어의 뉴스 생산을 부추긴 측면이 많다... 대안 미디어에는 일반적으로 그들(기존 미디어)이 국민의 목소리를 대변하고 있지 못하기 때문에 우리(대안 미디어)라도 정확하고 정직하게 보도하겠다는 의지가 반영되어 있다고 생각합니다.”(남2)

블로그와 아프리카 방송 등에서 생산된 뉴스의 객관성을 일정 부분 인정하는 응답자는 2명에 불과하였고 나머지 6명은 객관성을 부정하였다. “콘텐츠에 따라서 달라진다”(여4)는 점을 인정하면서도 “사실 객관적이기 기대하지 않습니다. 다른 목소리를 들을 수 있다는 것을 더 중요하게 생각합니다.”(여2) 사회조직의 일부로써 기능하는 기존 미디어와는 달리 자유롭게 생산되고 표현되어야만 하는 인터넷 공간에 객관성을 요구하는 것이 무리일 수는 있다. 오히려 그와 같은 시각, 목소리도 있음을 확인할 수 있다는 점에선 사회 일면을 보여주는 측면이 있고 수많은 주관들이 비교대상이 되고 그 가운데 이용자들이 의해 선택된다는 점에서 객관성이 부정되는 것은 당연하다. “개인의 생각을 심도 있게, 또한 자유롭게 작성 혹은 발언할 수 있으

며, 형식이나 규제에 얽매이는 면이 적다는 특징이 있다. 게이트 키퍼링 절차도 생략된다”(여5)는 언급에서 확인이 가능하다.

인터뷰 응답자들은 기본적으로 블로그나 아고라 참여 또는 아프리카 방송에 직접 참여한 적이 있는 대상들이었지만 현재는 거의 활동이 정체되어 있었고 주로 방문객을 맞이하기 보다는 방문객으로서 타 미디어를 기웃거리는 경우(눈팅족)가 대부분이었다. 이들의 일/월 평균 타블로그, 타아프리카 방송, 아고라 방문 수를 볼 때 10번 이상이라고 답한 남학생 1명을 제외하고는 그리 두드러지지 않았다. 비록 대표적인 포털인 네이버나 다음의 일 방문객 수가 천만을 넘는다고 하지만 실제 뉴스나 사회적 이슈에 관하여 관심을 갖고 클릭을 하는 수는 많지 않다는 것을 시사하고 그에 따른 사회적 영향력과 파급의 의미도 반감할 수 있다는 것을 암시한다.

[그림 7-4] 일/월 평균 타 미디어 방문 수



응답자들의 적은 방문횟수와 그에 따른 사회적 영향력 평가에 대해서는 이들의 방문 목적에서도 잘 드러난다. 다른 사람의 블로그나 아프리카 방송, 아고라 토론방 등 방문 목적에 대한 설문에서 가장 두드러지게 나타나는 분야는 흥미위주의 글로 “딱히 특정한 뉴스를 찾고 있기 때문은 아니고”(여4) 정보검색이나 취미생활을

위한 웹서핑의 결과로 볼 수가 있다. “언론인들이 아닌 일반인들의 생각을 보고 공유하기 위해서이며, 아프리카 방송은 주로 방송 다시 보기의 목적으로 활용”(여5)하는 수단으로 활용한다는 점에서 인터넷의 영향력을 과대평가하고 있지는 않은가라는 의문이 든다.

그러나 포털에서 제공하는 블로그, 토론, UCC 등의 서비스 제공과 여론형성의 관계는, 사람들이 끊임없이 관계를 맺고 유지 발전시켜나가고 싶어 한다는 점에서, 블로그나, 토론, UCC는 사람들의 이러한 호기심과 욕구를 충족시켜 주고 있다. 물론 이러한 서비스들이 모두 공론장으로 발전해 나가는 것은 아니지만 일정 부분 여론형성에 기여하는 부분이 있다. 특정 이슈에 대해 관심이 없었던 사람도 (인터넷 접근성 때문에) 이슈 메이커에 계속해서 접촉함으로써, 여론의 장에 참여할 수 있다. 인터넷은 여러모로 수용자들과의 접촉 범위가 넓다는 점에서, 그 가능성이 열려있다.

마지막으로 설문 응답자들에게 기존 미디어에 대한 신뢰도 제고를 위해 필요한 조치를 물었고 제시되어진 다양한 아이디어를 간단하게 요약 정리하였다.

- 여1: 무엇보다도 공익성과 공공성이라는 사회적 책무를 성실히 수행해야 한다고 생각하는 바입니다. 기존 미디어는 정치적으로 편향되어 있다는 지적이 많이 제기되고 있으므로 이 문제에 대한 재고가 필요하겠으나 현실적으로 얼마나 잘 반영될지는 의문입니다.
- 여2: 전문적이고 조금 더 깊이 있는 뉴스 생산. 이해관계를 떠나 조금 더 공정한 뉴스, 공익적인 뉴스를 생산하여야 한다고 생각한다.
- 여3: 객관적인 시각이 가장 필요하다. 미디어는 시간과 공간의 한계를 가지고 있다. 그렇기 때문에 빠르게 올라오는 인터넷에 비해 강점은 정확한 기사 제공이라 생각한다. 인터넷에서는 빨리 빨리 올리는 게 추세이고, 어느 신문사에서 그걸 먼저 올리냐에 따라 이득이 생긴다고 알고 있다. 그렇기 때문에 질이 낮고, 오타자도 많이 있다. 그리고 그 기사 자체가 사실인지 아닌지 잘 모를 경우도 있다(실제로 수정 보도가 상당히 일어나고 있다). 그렇기 때문에 정확하고 객관적인 기사 제공이 기존 미디어가 할 수 있는 최대라고 생각한다.
- 여4: 기존 미디어에 대한 신뢰도제고를 위하여 기존 미디어는 뉴미디어와의 공유를

통하여 발전을 역점에 두어야 된다고 생각합니다. 기존의 미디어에서 국민들의 정보를 제공하고 맞춰나가기엔 뉴미디어에 익숙해진 기존의 소비자들에게 비춰지는 정보의 양은 적습니다. 그리고 기존의 미디어가 가지고 있는 제약 때문에 많이 위축 되고 있는 것 또한 사실입니다. 그렇기에 뉴미디어와 공유하여 새로운 미디어의 창출에 역점을 뒤편이라고 생각합니다.

여5: 단순 보도나 전달이 아니라, 심도있는 정보 전달이 필요하다. 지금은 정보를 소비하고 생산하기 쉬운 환경에서 단순 정보 전달은 신뢰도를 제공할 수 없다. 탐사 보도 등의 깊이있는 정보가 필요하다고 생각한다.

여6: 민감한 사안일 경우 교묘하게 기사 보도 및 배치를 하려하지 말고 자신들의 입장을 명확히 한 후 아예 내놓고 그렇게 하는 것이 오히려 신뢰를 줄 거라고 생각한다. 그렇지만 그 경우에도 기본적으로 다른 각도에서 다뤄지는 이야기들에도 일정 지면을 할애할 수 있어야 할 것이다. 입장도 명확히 밝히고 필요한 정보도 주되 판단은 독자의 몫으로 남긴다면 애독자든 비판자든 해당 신문의 신뢰성 자체에 의혹을 품는 일은 없어질 것이라고 생각한다.

남1: 저널리즘의 기본요소를 갖추어야 한다고 생각합니다. 신뢰라는 것이 하루 아침에 형성되는 것이기 때문에 지속적으로 자신의 뉴스 품질을 높이는 노력이 필요하고, 권력과 자본으로부터의 독립을 추구하려는 의지를 보여주어야 합니다.

남2: 공익성, 진실추구, 권력의 감시자와 같은 기본적인 원칙을 지키는 것이 중요하다. 그리고 경제적인 독립이 중요시되는데 프랑스의 르몽드지가 좋은 사례가 될 것이다. 기자가 직접 회사의 주주를 취함으로써 국가로부터의 지원이나 기업으로부터의 광고압박에서 벗어나서 좀 더 독립적인 의사표현이 가능해지는 것이다.

제 8 장 결론과 제언

본 조사연구는 최근 한국사회에서 일어나고 있는 일련의 미디어 환경변화를 점검하고 진단하고자 하였다. 다매체 환경에서 전통적 미디어의 영향력이 급격히 쇠퇴하고 있는 징후가 여기저기서 감지되면서 신문의 위기에 대한 목소리가 끊이지 않고 있다. 신문의 위기는 산업으로서의 위기와 저널리즘으로서의 위기로 나누어질 수 있는데 저널리즘의 위기는 사회적 영향력이라는 차원에서 심도 있는 고려의 대상이 된다. 만약 저널리즘의 위기가 미디어에 대한 신뢰에서 시작하였다면 한국사회 전반의 문제가 되기 때문이다. 신뢰는 사회를 구성하는 그리고 사회를 지탱하는 기본 전제이다.

한 편 인터넷의 등장은 이러한 신뢰도 지형의 변화를 가져왔다. 미디어 컨버전스 현상과 맞물린 인터넷이 미디어로서 부상함에 따라 기존의 미디어 환경과 그 역할 관계를 바꾸고 있는 중이다. 미디어로서 인터넷이 받는 우려 가운데 신뢰도에 대한 문제이다. 특히 포털 등 인터넷의 정보 전달 및 의견 확산 기능은 여론의 형성과 변화에 주요 변수로 작용하고 있다. 이와 관련하여 인터넷을 기반으로 활동하는 사람들의 인식이 어떠한 지에 대한 해명이 필요한 시점이다.

각 미디어별 신뢰도의 차이와 원인은 다양하게 나타난다. 한국언론재단이 2008년 9월초 중·고교생 408명을 대상으로 조사한 결과 주류 언론, 특히 조·중·동에 대한 불신이 큰 것으로 나타났다. 언론 및 사회기관 30개를 선정해 ‘전혀 신뢰하지 않는 경우 0점, 중립적인 신뢰는 50점, 매우 신뢰하는 경우 100점’으로 해서 점수를 매기게 한 결과 MBC(59.2), KBS(55.69), 네티즌(55.05), 포털(54.57), ‘한겨레’(52.87)가 1위에서 5위를 차지했다. 반면 ‘중앙일보’는 36.42로 22위, ‘동아일보’는 34.82로 24위, ‘조선일보’는 33.81로 25위에 그쳤다. 또한 10대가 대학생이나 성인이 됐을 때 이용할 것으로 예상되는 뉴스매체로 46.1%가 인터넷 포털을, 24.8%가 지상파TV를, 11.5%

가 인터넷 신문을 꼽은 반면 무료신문은 6.9%, 신문은 4.9%에 불과했다. 이 조사결과대로라면 머지않아 신문(특히 유료신문)은 시장에서 사라지고 포털과 TV만이 남게 되리라는 우려가 현실이 될 가능성이 높다. 이 경우 기능적 대체 가설이 설득력을 얻는다. 포커스 그룹 인터뷰에 참여했던 응답자들도 ‘신뢰 여부’보다는 용이한 접근성이나 검색 등 효율성을 내세웠다. 반면에 전문 블로거와의 인터뷰에서는 각기 다른 정치적 성향에 따라 그 진단이 다르게 내려졌다. 한국사회의 특수성인 역사적 배경을 전제로 신문의 불공정성을 신뢰도 하락이 원인이라는 지적이다. 비록 일반 인터넷 이용자와 전문 블로거 사이의 차이는 보였지만 그러나 승승장구하고 있는 포털에 제공되는 콘텐츠가 또한 신문에서 출발하는 것으로 보아 상호 보완이 더 설득력이 있어 보인다.

두 번째 연구과제인 미디어에 대한 신뢰와 수용자 참여의 상관관계는 그다지 큰 함수관계에 놓여있지 않다는 결론이다. 문제는 신뢰도로서 미디어 자체만 놓고 신뢰도의 평가는 현실의 그것과 정반대로 진행되어 왔다. 신문의 신뢰도는 꾸준히 떨어지는 것으로 되어 있지만 시장을 장악하고 있는 신문들은 여전히 ‘불신’을 받고 있는 신문들이기 때문이다. 인터넷에서의 신뢰 또한 비슷한 차원에서 설명이 가능하다. 전문가 중심의 개인 블로그는 차치하더라도 익명이 난무하는 토론방, 게시판 등에 올려진 글들이 신뢰를 얻는다는 것은 매우 희귀한 사례에 불과할 뿐이다. 포털이 신뢰를 받는 것은 어쩌면 일방적인 전달이 아니라 상호작용성 즉 여러 의견들을 종합, 비교를 통해 이용자 각자가 취사선택하는 과정이 있기 때문이다. 결국 누가 쓴 글인지도 모르면서 신뢰를 보낸다는 것은 역으로 자신의 판단과 선택에 대한 신뢰라고 하겠다.

세 번째는 수용자 참여를 통해 여론의 변화가 가능한 지에 대한 부분이다. 인터넷 이용자의 참여는 원칙적으로 개인의 공간을 사적인 욕구를 충족하는 공간으로 활용하는 차원에서 우선적으로 이해하는 것이 가능하다. 전문 블로거들조차도 자신의 글쓰기를 설득차원이 아닌 정보 전달로 이해하고자 하였고 일반 인터뷰 응답자들은 ‘눈팅’을 통한 뉴스 또는 타인의 논리와 주장을 비교한다는 의사를 표명하였다. 그

러나 대다수의 ‘클릭’은 신변잡기와 연예관련 글들과 연관되어 있다는 점이 전문 블로거들의 언급에서도 확인되었다. 따라서 몇몇 사회적 이슈 등 아주 특별한 사례를 제외하고는 미디어 신뢰도와 여론의 변화는 상관관계가 없다는 것이 본 연구조사의 결과라 하겠다.

이 연구조사는 여러 이유로 앞으로의 연구과제를 위한 탐색적 수준에 머무른다. 특히 포커스 그룹 인터뷰는 설계의 반복된 수정과 수정을 거치는 과정에서 예기치 않은 방향으로 흘러버렸고 그 사이 연구시간마저 함께 흘렀다. 인터넷 상에서 다양한 형태(블로그, 토론방, 개인방송 등)로 자신의 의견을 개진하는 적극적인 이용자들을 대상으로 설계한 포커스 그룹 인터뷰가 적절하게 진행되지 못한 것이 큰 아쉬움으로 남지만 시위대 구속 등 강압적 사회 분위기와 연구자의 설득력 부족이 한 원인이었음을 밝히지 않을 수 없다. 오히려 그룹 인터뷰가 아닌 개별 인터뷰로 설계를 하는 것이 바람직하지 않았나 하는 생각이 든다. 또한 다음 연구에서는 보다 많은 ‘눈팅’족들을 인터뷰에 참여시킴으로써 부족하지만 결론의 일반화가 설득력을 가질 수가 있을 것이다.

참 고 문 헌

<국내문헌>

- 강명구 (2005). 언론, 이렇게 변해야 산다: 언론의 당파성. 『신문과 방송』. 1월호 43-48.
- 강명구·양승목·엄기열 (2001). 『한국언론의 신뢰도: 위기 현황 분석과 극복 방안』. 서울: 한국언론재단.
- 강미은. (2001). 『인터넷 저널리즘과 여론』. 서울: 나남출판.
- 구교태 (2002). 웹사이트 캠페인이 기존 뉴스미디어 의제와 공중 의제에 미치는 영향: 의제설정기능을 중심으로. 『한국언론학보』, 46권 4호, 46~75.
- 김병철·안종묵. (2004). 『커뮤니케이션 이론과 실제』. 서울: 한국외국어대학교 출판부
- 김성태·이영환 (2006). 인터넷을 통한 새로운 의제설정 모델의 적용. 『한국언론학보』, 50권 5호, 175~204.
- 김세은 (2003). 『독자와 신문 신뢰도』. 서울: 미디어연구소.
- 김세은 (2006). 민주주의와 언론의 신뢰. ‘옳은’ 언론과 ‘좋은’ 언론에 대한 이론적 모색. 『한국언론학보』, 50권 5호, 55~78.
- 김영주 (2006). 블로그의 미디어적 기능과 한계. 블로그 이용자의 블로그 이용행태와 평가를 중심으로. 『한국언론학보』, 50권 2호, 59~88.
- 김은미 (2004). 『인터넷 상에서 사회적 의사소통 양식과 합의 형성』. 정보통신정책연구원 보고서.
- 김종길 (2006). 시민참여 미디어로서의 인터넷 미디어 토론방. 가능성과 한계. 『담론』, 9권 3호, 33~79.
- 박선희 (2001). 인터넷 신문의 뉴스 특성과 대안언론의 가능성: 오마이뉴스 기사분

- 석. 『한국언론학보』, 45권 2호, 117~155.
- 박선희 (2002). 인터넷 신문이용자의 뉴스 생산 참여: 오마이뉴스 사례연구. 『한국방송학보』, 16권 2호, 149~177.
- 박선희·주정민 (2004). 16대 대통령선거에서 인터넷 대안언론의 영향력. 『한국언론학보』, 48권 5호, 214~242.
- 박성호 (2005). 여론형성공간으로서의 인터넷 자유게시판의 저널리즘적 특성과 사회적 영향에 관한 연구. 『언론과학연구』, 5권 3호, 91~226.
- 박정의 (2001). 다매체 시대의 매체별 신뢰도 분석: 온라인과 전통 매체의 변별요소 - 뉴스의 사회적. 『한국방송학보』, 15권 3호, 129~154.
- 반현 (2003). 인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도에 관한 실험 연구. 『한국방송학보』, 17권 2호, 207~231.
- 백선기 · 최민재 · 김위근 (2007). 『인터넷 공간의 진화와 미디어 콘텐츠』. 커뮤니케이션북스.
- 송종길 (2007). 매체별 신뢰도의 유사성 및 차별성 분석연구: 기자와 수용자 비교분석을 중심으로. 『한국언론학보』, 51권 2호, 180~202.
- 양승목 (1997). 언론과 여론: 구성주의적 접근. 『언론과 사회』, 17권, 6~40.
- 엄묘섭 (2007). 시민사회의 문화와 사회적 신뢰. 『문화와 사회』, 3권, 7~45.
- 오수정 (2008. 8). 2008 언론수용자 의식조사 ①. 『신문과 방송』, 146~149.
- 윤선희 · 황용석 · 이원섭 (2006). 『한국의 인터넷신문』. 한국언론재단.
- 윤성이 (2003). 16대 대통령 선거와 인터넷의 영향력. 『한국정치학회보』, 2003/3, 71~87.
- 윤태일·심재철 (2003). 안티사이트의 의제설정 기능: 공중의제 설정의 선행변인과 그 행동적 귀결을 중심으로. 한국언론학회 봄철 정기학술대회 발표논문집. 449~466.
- 이병혜 (2005). 『종이신문과 인터넷신문의 의제설정효과에 관한 연구』. 경희대학교 대학원 신문방송학과 박사학위논문.

- 이상길 (2003). 공론장의 사회적 구성: 가브리엘 타르드의 논의를 중심으로. 『한국언론학보』, 47권 1호, 5~30.
- 이원태 (2006). 인터넷 포퓰리즘과 한국 민주주의. 『시민사회와 NGO』, 4권 1호, 81~110.
- 이은주 (2005). 신문 사업과 경영: 현황과 문제점, 개선 및 지원 방안. 『위기의 한국신문』. 한국언론재단.
- 이재경 (2004). 한국 저널리즘의 세 가지: 저널리즘의 위기와 미래. 『신문과 방송』. 4월호 240-246.
- 이재열 (2006). 신뢰와 시민사회 - 한 미 비교연구. 『한국사회학』. 제40집 5호. 61-98.
- 이준웅 (2004). 비판적 담론공중의 등장과 한국 언론에 대한 공정성 요구. 『전환기의 한국언론』. 한국언론학회.
- 이준웅·최영재 (2005). 한국 신문위기의 원인: 뉴스 매체의 기능적 대체, 저가치 제공, 그리고 공정성 위기. 『한국언론학보』. 49권 5호. 5-35.
- 임영호 (2005). 신문 저널리즘. 현황과 문제점, 개선 및 지원 방안. 『위기의 한국신문』. 한국언론재단.
- 장호순 (2005). 신문위기에 대한 해외 언론인의 대응과 한국 신문의 과제. 『국민에게 신문은 어떤 존재인가』. 미디어 오늘 창립 10주년 기념 세미나.
- 정완진 외 (2008). 1인 미디어의 힘. 빌 게이츠와 IT전문가들이 예측하는 넥스트 미디어. 매경출판사.
- 정일권·김영석 (2006). 온라인미디어에서의 댓글이 여론형성에 미치는 영향. 『한국언론학보』, 50권 4호, 302~327.
- 조수선·김유정 (2004). 온라인신문의 의제 및 의제설정 연구. 조선닷컴과 오마이뉴스의 비교 연구. 『한국언론학보』, 48권 3호, 302~329.
- 조화순·송경재 (2004). 온라인을 통한 시민 정책 참여: 단일이슈 네트워크의 정책 결정과정. 『한국행정학보』, 38권 5호, 197~214.

- 최영 · 이종민 · 김병철 (2002). 인터넷 신문의 공론장 역할에 관한 연구. 『언론과학 연구』, 2권 2호, 115~158.
- 한국언론재단 (2008). 언론 수용자 의식조사.
- 한국언론재단 조사분석팀 (2002. 12). 수용자가 본 언론: 언론과 언론인에 대한 신뢰도. 『신문과 방송』, 52~56.
- 한혜경 (2003). 여론지각매체로서 인터넷에 관한 연구. 『한국언론학보』, 47권 4호, 5~33.
- 황용석 (2004). 시간과 공간의 맥락에서 본 텔레비전과 인터넷 이용의 상호관계성 탐구. 『방송연구』, 59호. 309-338.
- 황치성 (2004. 7). 신뢰도와 공정성: ‘신뢰한다’ 19.5% 뿐, 문제는 정치적 편파와 자 사이기주의. 『신문과 방송』, 8~12.

<외국문헌>

- Abdulla, R. A., et al. (2002). The credibility of newspapers, television news, and online news. Paper presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication Annual Convention. Miami Beach. FL. Aug. 2002.
<http://www.miami.edu/com/car/miamibeach1.htm>
- Althaus, S. L., & Tewksbury, D. (2002). Agenda Setting and the “New” News: Patterns of Issue Importance Among Readers of the Paper and Online Versions of the New York Times. *Communication Research*, 29, 180~207.
- Bucy, E. P. (2003). Media credibility reconsidered: Synergy effects between on-air and online news. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80(2), 247~264.
- Finberg, H. I., & Stone, M. L. (2002). Digital journalism credibility study. Washington DC. Online News Association.

- Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2001). Internet use in the contemporary media environment. *Human Communication Research* 27(1), 153-181.
- Garcia, M. (1997). *News evolution*. Lexington: Virginia.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity*. Stanford University Press.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of ourgeois society*. Cambridge, MA: MIT press.
- Habermas, J. (1992). *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats*. 한상진/박영도 공역(2000). *사실성과 타당성: 담론적 법이론과 민주주의적 법치국가 이론*. 나남.
- Hovland, C. I. & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15, 635~650.
- Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). *News That Matter: Television and American Opinion*, Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Iyengar, S., Peters, M. D., & Kinder, D. R. (1982). Experimental demonstrations of the “not-so-minimal” consequences of television news programs. *American Political Science Review*, 76, 848~858.
- Johnson, T. & Kaye, B. (1988). Crusing is believing?: Comparing internet and traditional sources on media credibility measrues. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 75(3), 325~340.
- Kayany, J. M. & Yelsma, P. (2000). Displacement effects on online media in the socio-technical contexts of households. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 44(2). 215-230.
- Ladd, J. (2004). Attitudes toward the News Media and the Acquisition of Political Information. Annual meeting of the Midwest Political Science Association.
- Luhmann, N. (1979). *Trust and Power*. New York. John Wiley.
- Maratea R. (2008). *The e-Rise and Fall of Social Problems: The Blogosphere as a*

- Public Arena.. *Social Problems*, 55(1), 139~160.
- Martin, H. J. (1998). Measuring newspaper profits: Developing a standard of comparison. *Journalism and Mass Communication Quarterly* 75(3). 500-517.
- McCombs, M. (2004), *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge, England: Polity Press
- McCombs, M., Lopez-Escobar, E., & Llamas, J. P. (2000) Setting the Agenda of Attributes in the 1996 Spanish General Election. *Journal of Communication*, 50, 77~92.
- Meckel, M. (2001). *Die globale Agenda. Kommunikation und Globalisierung*. Wiesbaden. Westdeutscher Verlag.
- Meyer, P. (1988). Defining and measuring credibility of newspapers: Developing an index. *Journalism Quartely*, 65, 567~574, 588.
- Meyer, P. (2004). Saving Journalism. *Columbia Journalism Review* 43(4). 55-58.
- Noelle-Neumann, E. (1996). *Öffentliche Meinung: die Entdeckung der Schweigespirale*, 4., erw. Ausg., Frankfurt a.M./Berlin. Ullstein.
- Park, R. E. (1972). *The Crowd and the Public and Other Essay*. Chicago: University of Chicago Press.
- Price, V. (1992). *Public Opinion*. Newbury Park. CA: Sage.
- Roberts M., Wanta, W., & Dzwo, T.H. (2002). Agenda Setting and Issue Salience Online. *Communication Research*, 29, 452~465.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2001). *Communication Theories: Origins, Methods and Uses in Mass Communication*, 5th ed. New York: Addison-Wesley Publishing.
- Soroka, S. N. (2002). *Agenda-Setting Dynamics in Canada*. Vancouver and Toronto: UBCPress.
- Sundar, S. (1999). Exploring receivers criteria for perception of print and online news.

- Journalism & Mass Communication Quarterly 76(2). 373-386.
- Sztompka, P. (1999). Trust: A Sociological Theory. Cambridge: Cambridge University Press.
- Toffler, A. (1981/1990). The Third Wave. New York. Bantam Books.
- Wanta, W. (1997). The Public and National Agenda, Hillsdale, NJ: Erlbaum Associates.
- Wathen, N. (2002). Believe It or Not: Factors Influencing Credibility on the Web. Journal of the American Society for Information Science and Technology, 55(2), 134~144.
- Weaver, D. H. (1977). Political issues and voter need for orientation. In M. McCombs & D. Shaw (Eds.), The Emergence of American Political Issues. St. Paul. MN: West.
- Westley, B. H., & Severin, W. J. (1964). Some correlates of media credibility. Journalism Quarterly, 41, 325~335.

〈부 록〉 FGI 가이드라인

〈항목에 대해 평소 귀하의 생각을 자유롭게 서술하여 주시면 감사하겠습니다.〉

- 1-1. 수용자가 기존 매스미디어(신문/방송)와 인터넷 미디어(포털/뉴스메일/인터넷 신문 등)의 뉴스를 소비하는 데 어떤 차이가 있다고 생각하십니까?
- 1-2. 수용자가 기존 매스미디어 이외의 특정 미디어의 기사/보도를 소비하는 이유는 무엇이라고 생각하십니까?
- 2-1. 신문과 방송 등 기존 매스미디어의 뉴스보도에 대해 신뢰하십니까?
- 2-2. 기존 매스미디어의 뉴스보도에 대한 주변사람들의 신뢰도는 어떻다고 생각하십니까?
- 2-3. 가장 신뢰하는 뉴스미디어는 무엇이며, 그 원인은 무엇입니까? (순위를 매긴다면)
- 2-4. 평소 즐겨 이용하는 뉴스미디어는 무엇입니까?
- 3-1. 뉴미디어의 등장과 기존 미디어의 뉴스신뢰도의 변화에 관계가 있다고 생각하십니까?
- 3-2. (3-1에 동의하신다면) 기존 미디어의 뉴스신뢰도 변화의 주된 배경은 무엇이

라고 생각하십니까?

3-3. 기존 미디어의 뉴스신뢰도 변화가 수용자의 기존 뉴스미디어 수용행태 변화(언론사별/개별기사별)와 관계가 있다고 생각하십니까?

3-4. 기존 미디어의 뉴스신뢰도 변화가 수용자의 새로운 뉴스미디어의 수용행태 변화(언론사별/개별기사별)와 관계가 있다고 생각하십니까?

3-5. (3-3, 3-4 항목에 동의하지 않으신다면) 미디어 신뢰도 하락과 미디어 소비행태가 변하지 않는 이유는 무엇이라고 생각하십니까?

4-1. 귀하는 정당/시민사회 등에 가입되어 있습니까?

4-2. 귀하는 정당/시민사회 활동과 관련된 인터넷 커뮤니티에서 활동하고 있습니까?

4-3. 블로거로 활동하게 된 주된 동기는 무엇입니까?

4-4. ‘촛불집회’와 관련된 기사를 작성하신 경험이 있습니까?

4-5. ‘촛불집회’ 관련 기사를 작성하신 동기, 배경, 그리고 목적은 무엇입니까?

5-1. 귀하는 블로그를 어떤 공간으로 활용하십니까?

* 단순 의사표현의 공간으로 / * 수용자 설득 공간으로

5-2. 귀하는 스스로 생각하는 정치적 성향은 어떻습니까?

- 5-3. 기존 매스미디어의 신뢰도 하락과 대안 미디어(블로그) 뉴스 생산은 어떤 관계가 있다고 생각하십니까?
 - 5-4. 블로그 뉴스는 얼마나 객관적이라고 생각하십니까?
 - 5-5. 블로그 뉴스와 여론형성은 어떤 관계가 있다고 생각하십니까?
 - 5-6. 경성뉴스(정치, 경제 중심의 기사)를 접한, 블로그 방문자들의 성향과 반응은 무엇입니까?
 - 5-7. 블로그 뉴스는 기존 매스미디어에 비해 어떤 특징이 있습니까?
 - 5-8. 블로그의 일/월 평균 방문자 수는 몇 명입니까?
 - 5-9. 귀하의 일/월 평균 타블로그 방문 수는 몇 번입니까?
 - 5-10. 타블로그 방문 목적은 무엇입니까?
 - 5-11. 포털에서 제공하는 블로그, 토론, UCC 등의 서비스 제공은 여론형성에 어떤 영향을 미친다고 생각하십니까?
6. 기존 미디어에 대한 신뢰도 제고를 위해 기존 미디어는 무엇에 역점을 두어야 한다고 생각하십니까?

<The Questions of the Main Interview>

1. 뉴스소비 행태(기존미디어, 뉴미디어)
2. 사회적 이슈를 다루는 기존 매스미디어의 기사/보도에 대한 생각(신뢰도)
3. 뉴미디어(인터넷)의 등장 이후 미디어에 대한 신뢰의 변화 유무
4. 정치/사회운동에 대한 관심/관여
5. 뉴스생산(글쓰기)을 통한 여론형성 과정에서의 역할 진단(담론의 생산자)
6. 기존 미디어에 대한 신뢰도 제고를 위해 기존 미디어가 역점을 둘 부분

* 블로거 인터뷰

- @ 블로거로 언제, 어떤 이유로 활동하게 되었는가?
- @ 블로거 활동 기간은 얼마나 되었는가?
- @ 자신의 블로—에서 다루는 주요 기사 내용은 무엇인가?
- @ 블로거 뉴스의 장점은 무엇인가?

1. 가장 즐겨 이용하는 미디어는 무엇인가?<미디어 선호도 관련>

1-1. 그 미디어를 선택한 이유는 무엇인가?

1-2. 그 미디어를 통해 무엇을 얻을 수 있는가?

2. 가장 신뢰하는 뉴스미디어는 무엇인가?

2-1. 즐겨보는 뉴스미디어는 무엇인가?

2-2. 즐겨보는 뉴스미디어를 신뢰하는 미디어라고 볼 수 있는가?

2-3. (즐겨보는 미디어와 신뢰하는 미디어의 차이가 있을 때) 즐겨보는 미디어와 신뢰하는 미디어 간의 차이는 무엇 때문인가?

3. 기존 미디어(신문, 방송 등)를 신뢰할 수 있는가?

3-1. (신뢰 의문시) 기존 미디어 신뢰도 하락의 원인은 무엇일까?

3-2. 기존 미디어의 신뢰도 하락은 대안 미디어(기존 미디어 이외의 미디어)로의 이동의 요인이 되는가?

3-3. 기존 미디어로부터 얻을 수 없는 뉴스를 개인들은 어디서 얻을 수 있다고 생각하는가?

3-4. 아고라, 블로그, 아프리카 방송(이하 시민저널리즘) 같은 시민저널리즘은 기존 미디어로부터 얻을 수 없는 정보 출처의 대안이 될 수 있는가?

3-5. (온라인 상에서) 시민 저널리즘을 통해 생산된 뉴스는 기존 미디어의 뉴스에 비해 어떤 특징이 있는가?

3-6. 촛불집회 당시, 시민저널리즘의 활동이 두드러졌는데 그 이유가 무엇이라고

생각하는가?

3-7. 촛불집회 당시, 시민저널리즘이 촛불집회 확산에 기여한 바가 있다고 생각하는가?

3-8. (기여했다면) 구체적으로 어떻게 기여할 수 있었는가?

3-9. 시민저널리즘이 여론을 형성하고 변화시킬 수 있는 기능이 있다고 생각하는가?

3-10. (있다면) 어떻게 형성 변화에 기여하는가?

3-11. 촛불집회 당시, 시민저널리즘의 활동과 기존 미디어 신뢰도의 하락과 관계가 있다고 생각하는가?

4. 포털에서 제공하는 블로그, 토론, UCC 등의 서비스 제공은 시민저널리즘 형성에 어떤 영향을 미치는가?

4-1. 포털의 이러한 서비스가 시민저널리즘이 성장할 수 있는 기반이 되어주는가?

4-2. 포털이 제공하는 이러한 서비스가 공론의 장이 될 수 있다고 생각하는가?

4-3. 공론장의 한계는 어디까지라고 보는가?

4-4. 포털이 이러한 서비스를 제공하지 않았다면, 촛불집회는 어떤 방향으로 나아갔을까?(평화적, 폭력적 등등)

5. 촛불집회 형성과 확산에 가장 크게 기여한 미디어는 무엇인가?

6. 기존 미디어에 대한 신뢰도가 하락했다면, 신뢰도 회복을 위해 무엇에 역점을 두어야 하는가?

한국사회의 방송·통신 패러다임 변화연구 시리즈 안내

- 08-01 한국사회의 방송·통신 패러다임 변화연구-총괄보고서 (황주성, KISDI)
- 08-02 방송통신융합의 철학과 비전 (황주성, KISDI)
- 08-03 방통융합시대 시민참여 변화와 정책적 함의 (이원태, KISDI)
- 08-04 방통융합에 따른 개인과 기업의 경제활동 변화 (손상영, KISDI)
- 08-05 방통융합 시대의 행복감 연구 (최항섭, KISDI)
- 08-06 방통융합 시대의 미디어 이용과 라이프스타일 변화 (이호영, KISDI)
- 08-07 방통융합의 갈등관리를 위한 정책결정 거버넌스 연구 (정국환, KISDI)
- 08-08 방통융합시장의 특성과 경쟁정책기조의 변화 (손상영, KISDI)
- 08-09 이용자 중심의 방통융합성과 분석방안 연구 (황주성, KISDI)
- 08-10 컨버전스 시대 지속가능한 미디어 환경을 위한 정책연구 (이호영, KISDI)
- 08-11 온라인 세대의 네트워킹과 집단지성화에 대한 미래 정책 연구 (최항섭, KISDI)
- 08-12 컨버전스 시대의 한국사회 메가트렌드 연구 (최항섭, KISDI)
- 08-13 뉴미디어에 대한 매체철학적 해석 (이승중, 연세대)
- 08-14 탈근대사회에서의 개인과 공동체 관계의 변화 (노명우, 아주대)
- 08-15 뉴미디어의 의사소통성과 쌍방향성 (노기영, 한림대)
- 08-16 커뮤니케이션 방식 진화에 따른 세대 간 인간관계의 변화 (구철모, 조선대)
- 08-17 사이버공간의 도움행동과 현실에서의 인간관계 (임영식, 중앙대)
- 08-18 미디어에 대한 신뢰와 사회여론의 변화 (김세은, 강원대)
- 08-19 공론장과 집단행동의 변화 (송현주, 한림대)
- 08-20 일상생활에서의 사회적자본과 미디어 이용 (정재기, 숭실대)
- 08-21 시민문화의 형성과 생활세계의 변화 (이재신, 중앙대)
- 08-22 복잡계와 네트워크 사회의 변화 (이명진, 고려대)
- 08-23 가상현실 내에서의 사회구조의 형성과 변화 (이연호, 연세대)
- 08-24 컨버전스로 인한 공적공간과 사적공간의 경계 변화 (남기범, 서울시립대)
- 08-25 글로벌 미디어 환경의 수용과 문화정체성 (김영찬, 한국외국어대)
- 08-26 미디어과잉과 사회의 불확실성의 증가 (구교태, 계명대)
- 08-27 다중미디어환경에서의 수용자의 특성과 미디어선택 (황하성, 동국대)

1. 본 연구보고서는 정보통신진흥기금으로 수행한 정보통신연구개발사업의 연구결과입니다.
2. 본 연구보고서의 내용을 발표할 때에는 반드시 방송통신위원회 정보통신 연구개발사업의 연구결과임을 밝혀야 합니다.

08-18

미디어에 대한 신뢰와 사회여론의 변화

2008년 12월 일 인쇄

2008년 12월 일 발행

발행인 방 석 호

발행처 정보통신정책연구원

경기도 과천시 주암동 1-1

TEL: 570-4114 FAX: 579-4695~6

인쇄 크리홍보(주)

ISBN 978-89-8242-443-4 94330



Korea Information Society
Development Institute

<http://www.kisdi.re.kr>



정보통신정책연구원 경기도 과천시 주암동 1-1
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE Tel. 570-4114 Fax. 579-4695~6