

碩 士 學 位 論 文

# 인터넷신문의 공신력 평가에 관한 연구

; 제주지역 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문을 중심으로



濟州大學校 行政大學院

言論弘報 專攻

尹 澈 守

# 인터넷신문의 공신력 평가에 관한 연구

; 제주지역 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문을 중심으로

지도교수 김 희 정

이 논문을 행정학 석사학위 논문으로 제출함

2005년 12월 일

제주대학교 행정대학원

언론홍보 전공



윤철수의 행정학 석사학위 논문을 인준함

2005년 12월 일

심사위원장 \_\_\_\_\_ (인)

위 원 \_\_\_\_\_ (인)

위 원 \_\_\_\_\_ (인)

<국문초록>

## 인터넷신문의 공신력 평가에 관한 연구

; 제주지역 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문을 중심으로 -

윤 철 수

제주대학교 행정대학원 언론홍보 전공

일반적으로 언론매체의 공신력을 논의할 때 인터넷신문은 TV이나 신문 등 기존 매체에 비해 공신력이 다소 취약한 것으로 평가받고 있는 것이 사실이다. 여러 가지 이유가 있겠지만 기존 신문에 비해 빈약한 인력과 자금력으로 운용되는데 따른 신뢰성 문제가 크기 때문으로 풀이된다. 신뢰성 등을 포괄하는 개념인 공신력은 언론매체에 있어 매우 중요하게 다가설 수밖에 없다. 이는 뉴스를 소비하는 수용자의 신뢰를 받는 것, 매체로서 어떠한 인정을 받는 등 주로 메시지에 대한 수용자들의 수용태도를 나타내는 척도로 볼 수 있기 때문이다.

하지만, 제주지역에서 자체적으로 확보한 기자가 취재한 기사를 웹(web)상에서 제공하는 형태의 신문을 의미하는 ‘독립형 인터넷신문’이 등장한지 2년여가 지나고 있으나 아직 이 매체의 공신력에 관한 체계적인 연구는 진행되지 못하고 있는 실정이다. 바로 여기에 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문간의 공신력 비교평가의 필요성은 제기되고 있는 것이다.

지역언론이라는 지역적 범주를 설정하고 그 속에서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력평가는 의미가 있다고 하겠다. 지역언론에 있어서 이 두 인터넷신문간 공신력은 어떠한 차이를 보이는지 살펴보고, 그에 관한 과학적인 측정과 분석을 함으로써 인터넷신문이 나름대로의 공신력을 갖고 대안적 기능을 갖춘 대안언론 혹은 대안미디어로 발전하기 위한 목시적인 방안을 제시하는 것을 연구목적으로 한다.

이 연구에서는 개정된 신문법에 의해 2005년 10월 현재 '인터넷신문'으로 등록된 '미디어제주', '제주의소리', '제주투데이' 등 제주지역의 3개 독립형 인터넷신문과, 역시 제주지역에서 발행되는 '제민일보', '제주일보', '제주타임스', '한라일보' 등 4개 일간지의 종속형 인터넷신문을 연구대상으로 설정했다. 먼저 제2장 이론적 고찰을 통해 매체공신력(Media Credibility)의 개념과 구성요인에 대해 알아보았다. 다음으로 선행연구 및 인터넷신문의 공신력에 영향을 미치는 변인에 대해 살펴보았다. 그런 다음 3가지의 연구문제를 설정했다. 첫째, 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문은 공신력 평가에 있어서 어떠한 차이를 보이는가. 둘째, 인터넷신문 이용동기(도구적/관행적)는 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문 공신력 평가에 있어 어떠한 차이를 보이는가. 셋째, 이용자 특성에 따라 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문은 어떠한 차이를 보이는가.

이같은 연구문제와 함께 가설을 설정했다. 이어 개념의 조작적 정의를 함과 아울러, 조사내용의 측정항목을 설정했다. 그 중 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가를 수행하기 위해 공신력 구성요인을 선행연구에서 대체적으로 쓰였던 '전문성'과 '신뢰성' 두가지 차원에서 12개의 항목을 선정했다. 조사는 서베이 방법을 통한 실증조사방법으로 이뤄졌다. 사전테스트를 거친 후 인터넷신문을 접촉한 경험이 있는 이용자 400명을 표본으로 추출했다. 이 결과 총 395부의 설문지가 회수됐으며, 불성실 응답 9부를 제외한 386부를 SPSS 프로그램에 의한 T-test 방식으로 최종 분석했다.

분석결과 첫 번째, <연구문제 1>의 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가 간의 차이 및 매체별 공신력 평가 차이에 대해 알아보았다. 이 결과 전문성 요인에서 독립형 인터넷신문이 종속형 인터넷신문 보다 높은 공신력 평가를 부여받는 것으로 나타났다. 실시간 보도를 지향하는 독립형 인터넷신문이 갖는 신속성 등의 매체 특성에 대한 이미지가 이용자들에게 형성돼 있음을 보여주는 것으로 풀이할 수 있다. 그러나 신뢰성 요인에 있어서는 두 유형간 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 매체별 공신력 평가에 있어서는 한라일보>제주일보>제주의소리>제민일보>미디어제주>제주투데이>제주타임스 순으로 인터넷신문에 대한 공신력을 평가

하고 있는 것으로 나타났다.

두 번째, <연구문제 2>의 인터넷신문 이용동기, 즉 관행적 이용동기를 가진 이용자와 도구적 이용동기를 가진 이용자들은 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 있어서 어떠한 차이를 보이는지를 알아보았다. 그 결과, 관행적 이용동기를 지닌 이용자집단은 독립형 인터넷신문 보다 종속형 인터넷신문에 공신력을 다소 높게 평가하고 있으나 유의미하지는 않았다. 반대로 도구적 이용동기를 지닌 이용자집단의 경우 종속형 인터넷신문 보다 독립형 인터넷신문에 공신력을 높이 평가했다.

세 번째, <연구문제 3>의 이용자 특성에 따라 공신력 평가가 어떻게 달라지는지를 살펴보았다. 그 결과 우선, 1년 이상의 장기이용자를 대상으로 공신력을 평가내용을 분석했으나 독립형 인터넷신문에 대한 공신력 평가와 종속형 인터넷신문에 대한 공신력 평가 간에는 차이가 없는 것으로 나타났다.

성별에 따른 차이를 알아보기 위해 설정된 것으로, 남성들을 대상으로 공신력의 차이를 분석해 보았는데, 남성의 경우 종속형 인터넷신문 보다 독립형 인터넷신문에 보다 많은 공신력을 부여하는 것으로 나타났다. 그러나 여성의 경우 유의미한 차이가 발견되지 않았다. 직업별 특성에 있어서는 공무원의 경우 종속형 인터넷신문 보다 독립형 인터넷신문에 높은 공신력을 부여했다. 그러나 대학생의 경우 이와 반대로 독립형 인터넷신문 보다 종속형 인터넷신문에 높은 공신력을 평가했다.

이상과 같이 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 대해 알아봤는데, 이 두 유형의 매체는 서로 공통점을 갖고 있으면서도 수용자들에게는 일정 부분 다른 평가를 받고 있다는 것을 알 수 있었다. 이 두 유형의 매체가 앞으로 더욱 발전하기 위해서는 공신력 평가에서 나타난 부족한 부분을 채우려는 노력이 필요할 것이다.

**키워드 : 인터넷신문, 독립형 인터넷신문, 종속형 인터넷신문, 공신력, 공신력 구성요인**

# 차 례

## 국문초록

제 1 장 서론 .....	1
제1절 문제의 제기 .....	1
제2절 연구 목적 .....	3
제3절 논문의 구성 .....	5
제 2 장 이론적 고찰 .....	7
제1절 매체공신력(Media Credibility)의 개념과 구성요인 .....	7
1. 공신력(Credibility)의 개념 .....	7
2. 공신력의 구성요인 .....	10
제2절 인터넷신문의 공신력에 관한 선행연구 .....	16
1. 국외 연구사례 .....	17
2. 국내 연구사례 .....	19
제3절 인터넷신문의 공신력에 영향을 미치는 변인 .....	22
1. 인터넷신문 특성에 따른 변인 .....	23
2. 인터넷신문 유형에 따른 변인 .....	24
3. 인터넷신문의 이용동기에 따른 변인 .....	25
4. 인터넷신문 수용자별 특성에 따른 변인 .....	27
제 3 장 연구문제 및 연구방법 .....	30
제1절 연구문제와 가설 .....	30
제2절 개념의 조작적 정의 및 측정 항목 .....	32

1. 인터넷신문의 조작적 정의 .....	33
1) 인터넷신문 .....	33
2) 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문 .....	34
2. 도구적/관행적 이용의 조작적 정의 .....	35
3. 공신력의 구성요인 및 속성 .....	36
제3절 연구대상과 연구방법 .....	38
1. 연구대상의 선정 .....	38
2. 연구방법 및 조사대상 .....	38
3. 설문지의 구성 .....	41
4. 자료분석 .....	41
제 4 장 연구결과 .....	42
제1절 표본의 특성 .....	42
1. 뉴스정보 주 이용 매체 .....	42
2. 제주지역 인터넷신문 이용도 .....	42
3. 인터넷신문의 이용빈도 및 이용시간 .....	44
제2절 연구문제 및 가설의 검증 결과 .....	46
1. <연구문제 1>과 가설의 검증 .....	46
1) 가설 <1-1>의 검증 결과 .....	46
2) 가설 <1-2>의 검증 결과 .....	47
3) 가설 <1-3>의 검증 결과 .....	48
2. <연구문제 2>과 가설의 검증 .....	50
1) 가설 <2-1>의 검증 결과 .....	50
2) 가설 <2-2>의 검증 결과 .....	51
3. <연구문제 3>과 가설의 검증 .....	52
1) 가설 <3-1>의 검증 결과 .....	53

2) 가설 <3-2>의 검증 결과 .....	54
3) 가설 <3-3>의 검증 결과 .....	55
<b>제 5 장 결론 .....</b>	<b>58</b>
제1절 연구결과의 요약 및 결론 .....	58
제2절 연구의 한계 및 제언 .....	64

참고문헌

Abstract

부록-설문지





## 표 차 례

<표 1> Anderson의 공신력 구성요인 .....	11
<표 2> Berlo, Lemert, Merez의 공신력 구성요인 .....	12
<표 3> 공신력의 구성요인 .....	16
<표 4> 공신력 평가에 영향을 미치는 변인 .....	23
<표 5> 인터넷신문 이용동기 요인 .....	36
<표 6> 인터넷신문의 공신력 요인 .....	37
<표 7> 표본의 성별 분류 .....	39
<표 8> 표본의 연령별 분류 .....	40
<표 9> 표본의 직업별 분류 .....	40
<표 10> 표본의 학력별 분류 .....	40
<표 11> 뉴스정보 얻기 위해 주로 이용하는 매체 .....	42
<표 12> 제주지역 인터넷신문 중 주로 이용하는 매체 .....	43
<표 13> 인터넷신문의 이용빈도 .....	44
<표 14> 인터넷신문의 이용기간 .....	44
<표 15> 하루 인터넷신문 이용시간 .....	45
<표 16> 인터넷 이용장소 .....	45
<표 17> 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 전문성 차이 검증 .....	47
<표 18> 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 신뢰성 차이 검증 .....	48
<표 19> 인터넷신문 매체별 공신력 차이 검증 .....	49
<표 20> 관행적 이용동기에 따른 공신력 평가 차이 검증결과 .....	51
<표 21> 도구적 이용동기에 따른 공신력 평가 차이 검증결과 .....	52
<표 22> 장기이용자의 공신력 평가 차이 검증결과 .....	54
<표 23> 남성에게 있어서 공신력 평가 차이 검증결과 .....	54
<표 24> 여성에게 있어서 공신력 평가 차이 검증결과 .....	55
<표 25> 공무원에게 있어서 공신력 평가 차이 검증결과 .....	56
<표 26> 대학생에게 있어서 공신력 평가 차이 검증결과 .....	57

# 제 1 장 서 론

## 제 1 절 문제의 제기

일반적으로 언론매체의 공신력을 논의할 때 인터넷신문은 TV나 신문 등 기존 매체에 비해 공신력이 다소 취약한 것으로 평가받고 있는 것이 사실이다. 여러 가지 이유가 있겠지만 기존 신문에 비해 빈약한 인력과 자금력으로 운용되는데 따른 신뢰성 문제가 크기 때문으로 풀이된다. 신뢰성 문제의 가장 큰 요인으로는 ‘게이트키퍼(Gatekeeper)의 부재’를 들 수 있다. 기존 신문매체의 경우 일선 기자에서부터 편집국장에게 이르기까지 기사에 대한 신빙성과 출처 확인, 사건의 중요도, 사회적 파급효과 등 다양한 영역에서 비판과 견제, 그리고 추가적인 정보들이 결들여지는 ‘게이트키퍼(Gatekeeping) 제도’가 구축되어 있다. 하지만 인터넷신문은 그렇지 못하다. 대부분 소수인력으로 운영되는데다 심층성이나 전문성 보다는 속보성에 치중해 매체를 운영하다 보니 공신력 문제는 직면해 있는 최대 과제임에 틀림없어 보인다.

그러나 이러한 논의는 과학적 방법에 의한 매체별 공신력 분석 결과에 기인한 것은 아니다. 그렇다면 과학적 방법에 의해 매체별 공신력을 평가했을 때 ‘독립형 인터넷신문’의 공신력은 기존 인쇄신문에서 운영하는 ‘종속형 인터넷신문’과 비교해 어떻게 나타날까?! 이 물음에 대해 ‘인쇄신문’ 내지 인쇄신문에서 운영하는 ‘종속형 인터넷신문’의 공신력이 높게 나타나 것이라는 단정을 내리기에는 설부른 감이 없지 않다. 앞서 일부 이뤄진 인터넷신문에 대한 공신력 분석 연구나, 공신력을 구성하는 한 요인으로 볼 수 있는 신뢰성에 대한 각종 평가에서 인터넷신문의 공신력 혹은 신뢰성은 기존 인쇄신문에 비해 결코 뒤떨어지지 않는다는 결론이 제시되고 있기 때문이다(신윤진, 2004; 장행훈, 2004; 한국언론재단, 2004; 황치성, 2004).

1) 이 연구에서는 인터넷신문을 ‘독립형 인터넷신문’과 ‘종속형 인터넷신문’으로 구분해 공신력을 측정하고자 하는데, 이의 구분 및 조작적 정의에 대해서는 ‘제3장 연구문제 및 연구방법’에서 논하기로 한다.

실제 한국언론재단의 ‘2004년 언론수용자 의식조사’ 결과를 보면 매체별 신뢰도는 중앙지 27.9%, 지방지 10.7%, 공중파TV 39.4%, 케이블TV, 25.1%, 라디오 33.6%, 잡지 10.8%, 인터넷언론 28.5%로 나타났다. 인터넷언론의 신뢰도가 공중파 TV와 라디오 다음으로 3위를 차지했는데, 2000년 이후 처음으로 중앙지 신뢰도를 앞지른 것이다.<sup>2)</sup> 이 신뢰도 조사 결과와 관련해, 신문의 신뢰도가 계속해서 하락하는 것은 여러 가지 요인이 있을 수 있겠지만 인터넷 매체의 등장과 결코 무관하지 않을 것이라는 분석이 지배적이다. 어느새 인터넷이 신뢰도에 있어서 신문의 경쟁자 위치에 서게 된 것이다. 인터넷이 점점 더 신문의 위상을 위협하는 양상을 보여주게 될 것이라는 전망도 대두되고 있다(신윤진, 2004; 장행훈, 2004).

국내 인터넷신문의 공신력에 관한 연구에서도 인터넷신문의 공신력은 인쇄신문과 비교할 때 전반적으로 현저하게 떨어지는 것이 아니라, 어떤 요인에 있어서는 인터넷신문이 앞서고, 어떤 요인에 있어서는 인쇄신문이 앞서는 등 구성요인에 따라 차이가 있는 것으로 확인됐다(김광섭 2001; 김은영, 2002; 안주아·김봉섭, 2003). 제주지역 언론과 관련해서는<sup>3)</sup> 제주도내 공무원을 대상으로 연구조사한 결과 공정성에 있어서 인터넷신문이 TV보도 보다는 뒤떨어지지만 지방신문보다 앞선다는 연구

- 2) 한국언론재단에서 실시한 ‘2004년 언론수용자 의식조사’ 결과에 따르면 일상적으로 매체를 접하는 수용자들이 한국언론을 신뢰하는 정도는 극히 낮았다. 언론을 신뢰한다는 응답은 19.5%에 그쳤다. 언론보도를 믿는 수용자가 5명 중 1명에 지나지 않는다는 이야기이다. 그런데 이 조사에서 한가지 특이한 점은 국내 기존 언론들의 신뢰도가 전반적으로 하향곡선을 그리고 있지만, 인터넷 언론의 신뢰도는 다른 매체와 비교해 점차적으로 그 영향력을 확대하고 있다는 점이다. 3.13으로 중앙지와 대등한 수준을 보였다. 이와는 별도로 특정사안에 대해 각 매체들이 동시에 보도했을 때 어느 매체의 보도를 가장 신뢰하는지를 조사한 항목에서도 응답자의 62.2%가 ‘공중파 텔레비전’이라고 대답했고 그 다음이 16.2%를 차지한 인터넷이었는데, 신문은 16.1%로 인터넷보다 조금 뒤쳐지는 양상을 보였다.
- 3) 고영철(2005)은 제주지역에서 발행되는 신문을 대상으로 제주지역 지역신문 수용자 조사를 실시했는데, 이 결과 10개 항목에 대한 5점 척도의 지역신문에 대한 평가에서는 신뢰도(3.09), 생활에 도움(3.07), 지역사회발전에 도움(3.06), 지역신문의 역할과 기능(3.00) 등 4개 항목의 경우 어느정도 긍정적인 평가를 받았다. 반면 만족도(2.90), 정부로부터 자유도(2.92), 언론사주로부터 자유도(2.46), 공정성(2.82), 심층성(2.57), 다양성(2.61) 등 6개 항목은 부정적으로 평가되고 있는 것으로 조사됐다.

결과가 나와 눈길을 끌었다(김대희, 2005). 이러한 점을 놓고 볼 때 추론적 논의와 과학적 조사를 토대로 한 연구결과는 상당부분 차이가 있을 수밖에 없다. 특히 2005년 1월27일 공표된 ‘신문 등의 자유와 기능보장에 관한 법률’, 즉 신문법의 개정으로 인터넷신문이 법적지위를 부여받게 되면서 인터넷신문의 공신력에 적지 않은 영향을 미치게 될 것으로 전망된다.<sup>4)</sup>

신뢰성 등을 포괄하는 개념인 공신력은 언론매체에 있어 매우 중요하게 다가설 수밖에 없다. 이는 뉴스를 소비하는 수용자의 신뢰를 받는 것, 매체로서 어떠한 인정을 받는 등 주로 메시지에 대한 수용자들의 수용태도를 나타내는 척도로 볼 수 있기 때문이다(차배근, 1992). 뉴스를 소비하는 수용자의 신뢰를 받는 것 또한 중요한 일이 아닐 수 없다. 뉴스생산자와 뉴스소비자 간의 쌍방향 커뮤니케이션, 뉴스소비자들 간의 상호 작용적 의사소통이 매우 활발하게 나타나는 인터넷신문이라면, 그리고 궁극적으로는 독자 스스로가 뉴스생산자이면서 동시에 뉴스소비자이기도 한 프로슈머리즘(Prosumerism) 시대의 언론매체라면<sup>5)</sup>, 수용자의 신뢰도 내지 공신력 확보는 절대적으로 필요하다. 그 중에서도 수용자가 느끼는 커뮤니케이터 속성의 집합(sec)을 일컫는 공신력을 확보하는 일은 인터넷신문에 있어서 매우 중요한 일이 아닐 수 없다.

---

4) 개정 신문법에서는 인터넷신문에 대한 개념을 규정한 뒤, 각 조항 별로 ‘정기간행물 및 인터넷신문’이라는 병기 표현을 사용하는 방식으로 인터넷신문을 전통 매체와 동등한 지위와 권한, 의무를 부여하고 있다. 인터넷신문에 대해서는 “컴퓨터 등 정보처리능력을 가진 장치와 통신망을 이용해 정치·경제·사회·문화·시사 등에 관한 보도·논평 및 여론 및 정보 등을 전파하기 위하여 간행하는 전자간행물로서 독자적 기사생산과 지속적인 발행 등 대통령령으로 정하는 기준을 충족하는 것을 말한다”고 정의하고 있다. 즉, 전자간행물 중 독자적 기사생산과 지속적인 발행이 핵심적 기준으로 설정된다는 것이다.

또 개정된 시행령에 따라 2005년 7월28일부터 인터넷신문은 인쇄신문이 정기간행물등록에 관한 법률에 의거해 등록절차를 밟는 것처럼 문화관광부나 시·도지사에게 제호, 종별 및 간별, 발행인, 편집인, 인쇄인 및 인터넷신문 사업자 등의 성명, 생년월일, 주소, 발행소의 소재지, 발행목적과 발행내용, 주된 보급대상 및 보급지역 등을 등록하도록 하고 있다.

5) Livingstone(1999)은 온라인 미디어 수용자를 다양하고, 복합적이며, 분산적인 특성을 갖는 다원적 존재인 동시에, 선택적이고, 자발적이며, 소비자(Prosumer)적인 특성을 갖는 능동적 존재라고 정리했다.

하지만, 제주지역에서 자체적으로 확보한 기사가 취재한 기사를 웹(web)상에서 제공하는 형태의 신문을 의미하는 ‘독립형 인터넷신문’이 등장한지 2년여가 지나고 있으나 아직 이 매체의 공신력에 관한 체계적인 연구는 진행되지 못하고 있는 실정이다. 바로 여기에 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문간의 공신력 비교평가의 필요성은 제기되고 있는 것이다.

## 제 2 절 연구 목적

오마이뉴스와 같은 독립형 인터넷신문이 등장한 후 국내에서도 인터넷신문의 공신력에 관한 연구가 일부 이뤄져왔다. 그러나 대부분 인터넷신문의 공신력 측정요인이 무엇인지에 초점이 맞춰지면서 결론적으로 인터넷신문의 공신력 측정결과가 이렇다라는 해답을 얻기에는 불충분한 점이 있었다.

그동안 이뤄진 연구사례를 보면 우선 인쇄신문과 인쇄신문의 연장선상인 종속형 인터넷신문과 비교하는 경우(김광재, 2001; 김은영, 2002; 안주아·김봉섭, 2003)가 대부분이었다. 전국지 성격의 대표적 독립형 인터넷신문인 오마이뉴스 등 연구대상으로 설정한 경우도 있었지만, 비교대상이 지역에서 발행되는 종속형신문으로 설정되면서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문을 정확히 비교하는데는 한계를 보였다. 또한 연구시점 대부분이 인터넷신문의 법적 지위가 보장되지 않은 시기에 이루어진 것이 대부분이어서 연구결과가 개정 신문법이 시행되고 있는 현 시점과는 적지 않은 차이가 있을 것으로 예상된다. 그리고 지역언론에 있어서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문을 대상으로 한 공신력 비교연구는 사실 전무한 실정이다.

실제 제주에서도 2003년 9월 ‘제주투데이’를 비롯해 2004년 ‘제주의소리’와 ‘미디어제주’가 잇따라 창간되고 기존 일간지와는 다른 차별성있는 기사와 특성있는 보도패턴을 선보이면서 사회적으로 큰 관심을 끌었다. 하지만 공신력과 관련해서는 명확한 검증을 받지 못하고 있는 실정이다.<sup>6)</sup> 이러한 점을 종합할 때 인터넷신문에

6) 제주에서는 2003년 하반기 ‘제주투데이(www.ijejutoday.com)’가 창간된 것을 시작으로,

대한 공신력을 과학적으로 측정하는 일은 매우 중요하다. 이는 단순히 인터넷신문의 신뢰성 혹은 진실성, 객관성 등이 어느 정도인가를 파악하는 차원이 아니라 매체나 메시지에 대한 수용자들의 수용태도를 비롯해 커뮤니케이션 과정상 특성을 살펴보는 단서가 될 수 있기 때문이다. 또한 인터넷신문의 공신력은 언론으로서의 역할 뿐만 아니라 제공하는 서비스나 콘텐츠에 대한 신뢰성으로 연결된다는 점에서 그 중요성은 크다 하겠다.

이에 따라 이 연구에서는 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문을 비교하여 파악하려 한다. 지역 언론에 있어서 이 두 인터넷신문간 공신력은 어떠한 차이를 보이는지 살펴보고, 그에 관한 과학적인 측정과 분석을 함으로써 인터넷신문이 나름대로의 공신력을 갖고 대안적 기능을 갖춘 대안언론 혹은 대안미디어로 발전하기 위한 목시적인 방안을 제시하는 것을 연구목적으로 한다.

이 연구는 2005년 7월 개정된 신문법 시행으로 언론으로 정식 등록하기 시작한 시점에서, 지역 언론이라는 지역적 범주를 설정하고 그 속에서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력평가를 수행한다는 점에서 의미가 있다고 하겠다.



### 제 3 절 논문의 구성

본 논문은 다음과 같이 구성된다.

제1장에서는 인터넷신문의 매체공신력에 관한 연구를 하게 된 이유를 논하는 문제제기와 함께 연구목적을 밝혔다. 제2장은 이론적 고찰로 공신력의 개념과 구성요인, 선행연구, 공신력에 영향을 미치는 변인 등을 중점적으로 살펴보았다.

---

2004년 상반기에는 '제주의소리(www.jejusori.net)'가 창간했고 그해 하반기에는 '미디어제주(www.mediajeju.com)'가 창간하면서 독립형 인터넷신문은 3개사에 이르고 있다. 제주투데이의 창간초기 인쇄신문을 함께 발행해 오다 2004년 9월 인쇄신문 발행을 중단하고 온라인 전문체제로 운영하고 있다. 미디어제주 역시 2005년 8월까지 온라인 전문체제로 운영하면서도 주간종합지인 인쇄신문을 발행하는 '온-오프라인' 동시보도시스템을 선보이다 현재는 인터넷전문신문 전문체제로 전환, 운영하고 있다. 또한 제주투데이와 제주의소리, 미디어제주는 2005년 9-10월 중 모두 개정된 신문법에 의해 언론으로서 공식 등록을 마쳤다.

매체공신력과 관련해서는 선행연구 고찰을 통해 기존 전통 미디어에서 제기됐던 공신력 논의의 흐름을 정리해봤다. 특히 공신력 구성요인과 관련해서는 커뮤니케이션 학자들이 제기한 구성요인을 체계적으로 정리함으로써 이번 인터넷신문 공신력 평가에서 쓰일 구성요인이 어떠한 것이 있는지를 살펴봤다. 또한 공신력 논의의 흐름과 구성요인을 살펴봄과 동시에 공신력 평가와 관련한 선행연구를 다시 한번 살펴봤다.

제3장은 연구문제와 연구방법으로 제2장 이론적 배경을 바탕으로 연구문제를 제시했고 여기에서 제시한 중요개념들을 정의하고 자료의 수집, 처리, 분석방법 등 연구방법을 설명했다. 중요개념 정리에 있어서는 이 연구의 대상이 되는 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문, 공신력 등의 개념에 대한 조작적 정의를 내리기로 하겠다.

제4장에서는 연구결과를 제시하고 이에 대한 분석을 실시함으로써 가설을 검증해보았다. 마지막으로 제5장에서는 연구결과를 요약하고 결론을 내린 후 연구의 미비한 점과 후속 연구를 위한 제언을 했다.



## 제 2 장 이론적 고찰

### 제 1 절 매체공신력(Media Credibility)의 개념과 구성요인

#### 1. 공신력(Credibility)의 개념

설득커뮤니케이션에서 그 효과에 영향을 미치는 정보원 관계의 중요한 요인 중 하나가 바로 ‘정보원의 공신력’이다. 설득커뮤니케이션에 관한 연구의 한 지류라 할 수 있는 공신력(Credibility)에 대한 논의는 Aristotle로 거슬러 올라간다. Aristotle는 그의 저서 ‘Rhetoric’을 통해 ethos라는 개념을 지적하였다(차배근, 1992 재인용). 이를 정리해보면 ethos는 “청자(聽者)로 하여금 화자(話者)의 말을 믿게 하는 화자의 속성” 또는 “자신의 말에 설득력을 부여하기 위해서 연설가가 담화 안에서 구축하는 자기 자신에 대한 이미지”라고 할 수 있다.

Aristotle는 커뮤니케이션의 효과에 중요한 영향을 미치고 있는 커뮤니케이터의 속성을 가리켜 ethos라 부르면서 화자가 높은 지성과 선의 및 훌륭한 도덕적 성격을 지니고 있을 때 청자들은 화자의 말을 잘 믿게 된다고 보았다. 그후 이러한 견해는 여러 분야의 학자들에 의해 권력, 카리스마, 이미지, 매력, 믿음성 등으로 연구되어졌으며, C. I. Hovland를 중심으로 한 예일학과 이후에는 수용자에 의해 지각된 커뮤니케이터의 속성으로 인식되기에 이르렀다(김은영, 2002).<sup>7)</sup>

Hovland와 그의 동료들에 의하면 공신력이란 커뮤니케이션 효과에 영향을 미치는 커뮤니케이터의 특성으로서 수용자가 지각한 커뮤니케이터의 전문성(expertness) 및 신뢰감(trustworthiness)을 의미한다(차배근, 1992 재인용). 전문성은 한 정보원이 주어진 메시지의 주제 또는 이슈에 대하여 올바른 해답이나 정확한 판단을 제시할

7) 공신력과 신뢰성은 그 의미가 혼동되어 쓰이는 경우가 많았다. 공신력 개념에 대해 본격적으로 연구한 C. I. Hovland를 중심으로 하는 예일학과 이후에 공신력은 수용자에 의해 지각된 정보원 혹은 미디어의 속성으로 인식되기에 이르렀다.



수 있다고 수용자들이 지각하는 정도를 의미하고, 신뢰성은 정보원이 주어진 주제나 이슈에 대하여 편견 없이 순수한 동기에서 자신의 입장, 생각 또는 의견 등을 솔직하게 제시하고 있다는 수용자의 인식수준을 의미한다(정형원, 2002 재인용).

그 후 Sherif 등은 공신력을 수용자의 눈에 비치는 커뮤니케이터를 믿게 하거나 믿지 않게 하는 요인들로 정의하고 있고, Zimbardo 등은 공신력을 전달되고 있는 문제와 관련하여 수용자에 의해 지각된 커뮤니케이터의 속성으로 파악했다. McCroskey도 “공신력이란 어떤 주어진 경우에 수용자가 커뮤니케이터에 대하여 느끼는 이미지 또는 태도”라고 정의하면서 공신력이 한 커뮤니케이터에 있는 것이 아니라 수용자의 마음 속에 있다는 것을 강조했다. 그는 사회적 명성이나 지위 등과 같은 외적 공신력(extrinsic source credibility)과 주어진 경우에 실제 측정결과로 나타나는 내적 공신력(intrinsic source credibility)과는 구별되어야 한다고 제안하고 있다(차배근, 1992 재인용).

Bradley는 커뮤니케이터의 공신력을 설명하는데 있어서 Aristotle의 ethos 개념을 빌어와, ethos는 설득에 있어서 가장 강력한 요소이며, ethos란 화자 자신에게 존재하는 것이 아니라 수용자의 눈 속에 존재하며, 이러한 화자의 ethos는 ‘능력(competence)’, ‘신뢰성(trust worthiness)’, ‘유사성(similarity)’, ‘매력성(attraction)’, ‘성실성(sincerity)’ 등으로 구성된다고 하였다. Charles는 “공신력을 직관(直觀)<sup>8)</sup>적인 개념”이라고 정의했다. 여기서 직관이란 판단, 추리, 경험 따위의 간접적인 수단에 따르지 않고, 대상을 직접 파악하는 일을 의미한다. Charles의 논의는 즉, 수용자들은 어떤 개인이나, 기관의 정보원을 다른 사람이나 다른 기관의 정보원보다 더 믿는 성향이 있기 때문에 공신력이란 개인의 직관적인 개념이라고 강조한다(안주아·김봉섭, 2003 재인용).

국내 연구에서 차배근(1992)은 공신력 개념에 대한 이러한 논의들을 중심으로 “공신력이란 커뮤니케이션 과정에서 주로 메시지에 대한 수용자들의 수용태도(정보 습득 포함), 즉 커뮤니케이션 효과에 정적 또는 부적인 영향을 미치는 바의 정보원의 속성들의 집합”이라고 정의하고 있다. 최근 커뮤니케이션 공신력에 관한 연구를

---

8) 직관(直觀)이란 판단, 추리, 경험 따위의 간접적인 수단에 따르지 않고, 대상을 직접 파악하는 일을 의미한다.

수행한 학자들의 개념정리도 이상의 논의에서 크게 벗어나지 않고 용어와 문맥만 약간씩 달리하면서 정의를 내리고 있다.

고준환(1992)은 공신력의 구성차원별 커뮤니케이션 효과에 관한 실험연구를 통해 공신력 구성요인을 ‘전문성’과 ‘신뢰성’ 등 2가지 차원에서 제시하고 있다. 그는 전문성 차원에서는 ‘전문적-비전문적’, ‘권위있는-권위없는’, ‘경험이 풍부한-경험이 부족한’ 등 3개 항목을 제시했다. 또 신뢰성 차원에서는 ‘공정한-편파적인’, ‘존경할만한-존경할 수 없는’, ‘솔직한-솔직하지 못한’, ‘믿을만한-믿을 수 없는’, ‘이타적인-이기적인’, ‘선견지명이 있는-선견지명이 없는’ 등 6개 항목을 제시했다.

김광재(2001) 역시 공신력이란 커뮤니케이터의 특성의 집합으로서 수용자는 커뮤니케이터에 대하여 지각, 판단, 평가하게 되기에 수용자에 따라서 각각 상이할 수밖에 없는 주관적인 개념으로 파악되어야 한다고 제시하였다. 임정섭(2001)은 커뮤니케이터의 공신력이란 커뮤니케이션 효과에 영향을 미치는 커뮤니케이터의 속성으로서, 수용자들이 그 커뮤니케이터에 대해 가지고 있는 이미지라고 할 수 있다고 정리했다. 즉, 이러한 공신력은 분명 송신자에 따라서 달라지지만 그러한 차이는 수용자의 인식이 뒷받침되어야 의미가 있다는 것이다.

김은영(2002) 역시 공신력이란 정보원의 특성과 집합으로서 수용자는 정보원에 대하여 지각, 판단, 평가하게 되기에 수용자에 따라서 각각 상이할 수밖에 없는 주관적인 개념으로 파악되어야 한다고 주장했다. 그는 결국 공신력은 수용자의 인식을 기반으로 형성된다는 점을 지적하고 있는 것이다. 따라서 공신력에 영향을 미치는 변인은 수용자의 인식에 영향을 줄 수 있는 것들로 구성되어진다고 볼 수 있다고 설명했다.

안주아·김봉섭(2003)의 개념정리도 위와 비슷하다. 그들은 “공신력이란 커뮤니케이터 특성의 집합으로서, 수용자는 커뮤니케이터에 대하여 지각, 판단, 평가하게 되므로 각각의 수용자에 따라 상이할 수밖에 없는 주관적인 개념으로 파악될 수 있다”고 정리했다.

이상의 논의를 바탕으로 해 공신력에 대한 개념을 정리한다면 크게 두가지로 요약할 수 있다. 하나는 공신력은 수용자들이 커뮤니케이터에 대해 지각, 판단, 평가

하는 주관적 개념이라는 것이고, 다른 하나는 공신력 평가는 수용자 인식에 따라 달라질 수밖에 없다는 것이다. 따라서 공신력이란 커뮤니케이션 과정에서 나타나는 수용자의 인식을 기반으로 해 나타나는 주관적인 개념으로, 수용자들이 그 커뮤니케이터들에게 가지는 인식이라고 할 수 있다. 이를 다시 정리하면 “공신력은 주로 메시지에 대한 수용자들의 수용태도(정보습득 포함), 즉 커뮤니케이션 효과에 정적 또는 부적인 영향을 미치는 바의 정보원의 속성들의 집합”이라고 설명할 수 있다.

## 2. 공신력의 구성요인

수용자가 느끼는 커뮤니케이터 속성의 집합(set)이 공신력이라면 구체적으로 공신력은 어떠한 속성들로 구성되어 있는가를 살펴보는 것은 매우 중요한 일이다.

공신력 연구의 효시로 불리우는 Aristotle는 이의 구성요인을 ① 지능 ② 도덕적 성격 ③ 선의라고 지적한 것을 시작으로 여러 학자들이 관념적 혹은 실증적 연구로 이의 구성요인들을 제시하려고 많은 노력을 기울여 왔다. Hovland와 그의 동료들은 공신력의 요소를 수용자가 지각한 커뮤니케이터의 전문성(expertness) 및 신뢰감(trustworthiness)이라고 제시했다(차배근, 1992 재인용).

이와는 별도로 정보원으로서의 미디어와 개인의 차이와 구분을 무시하였다는 견해에서 커뮤니케이션은 내적, 외적 정보원을 다 포함하므로 메시지를 보내는 사람의 내적 공신력과 미디어의 외적 공신력이 모두 중요하다는 주장도 제기되었다(안주아·김봉섭, 2003 재인용).<sup>9)</sup>

Deutschman 등의 의미 분별척도를 사용하여 신문, TV, 라디오, 잡지 등의 4개 매체에 대한 수용자들의 평가 차원을 분석한 결과 사람들이 매체에 대한 판단을 할 때

---

9) Westley & Severin 역시 메시지를 운반하는 미디어의 상대적인 공신력에는 거의 주의를 기울이지 않았다고 지적하면서 이에대한 중요성을 강조하였다(안주아·김봉섭, 2003 재인용). 즉, 공신력의 개념은 또한 커뮤니케이터의 유형에 따라 분리될 수 있는 것으로, 정보원을 개인, 혹은 매스미디어의 경우로 나누어 볼 수 있다는 것이다. 대인적 속성이 제외된 미디어 자체와 미디어 정보에 대해 개인이 지각하는 신뢰도는 각각 구분되어 연구될 필요가 있다는 견해다.

최소 5가지 차원으로 판별한다고 추론하고 있다. 그 내용을 보면 다음과 같다. 첫째, 책임질 수 있는가의 여부(윤리적 차원). 둘째, 강한가 혹은 약한가(역동성 차원). 셋째, 흔쾌히 신뢰할 만한가 혹은 그렇지 못한가(믿음성 차원). 넷째, 참신한 정보를 담고 있는가 아니면 진부하고 무의미한 정보인가(정보적 활력 차원). 다섯째, 재미있고 유쾌한 것인가 아니면 지겹고 귀찮은 것인가(즐거움 차원). 이러한 5가지 기준에 의해 판단한다는 것이다. 특히 4개 매체를 각각 분석한 결과를 보면 공통적으로 윤리적 차원의 판단기준이 가장 큰 요인으로 나타나 어떤 매체이든지 간에 수용자는 윤리적 차원을 가장 중요시하는 경향을 보이는 것으로 연구됐다(차배근, 1992 재인용).

본격적으로 커뮤니케이션 연구 분야에서 커뮤니케이터의 공신력에 관한 체계적이고 과학적인 연구가 실시된 것은 1960년대 들어 Anderson에 의해서다. Anderson은 문헌연구를 통해 커뮤니케이터의 이미지와 관련된 120쌍의 형용사를 추출한 뒤 이들 중 22쌍을 선정해서 의미분별척도(semantic differential scale)를 만들었다. 그리고 나서 180명의 피조사자들에게 16명의 현존 사회저명인사들을 평가토록 했다. 이를 조사 분석한 결과 나타난 요인 I 을 평가적 요인으로, 요인 II를 역동적 요인으로 부르며 아래 <표 1>과 같이 공신력 구성요인을 제시했다(임정섭, 2001 재인용).

<표 1> Anderson의 공신력 구성요인

요인 I (평가적 요인)	요인 II (역동적 요인)
정직한-부정직한 도덕적-부도덕적 공정한-불공정한 동정적-비동정적 합리적-비합리적 좋아할 수 있는-좋아할수 없는	흥미있는-흥미없는 강한-약한 공격적-비공격적 능동적-수동적

\* 출처 : 차배근 외 공저, 『설득커뮤니케이션 개론』 (서울:나남, 1992). pp.404-406. 내용을 재정리한 것임.

요인 I 의 평가적 요인으로는 ‘정직한-부정직한’, ‘도덕적-부도덕적’, ‘공정한-불공

정한', '동정적-비동정적', '합리적-비합리적', '좋아할 수 있는-좋아할 수 없는' 등의 항목이 포함되었다. 또 요인Ⅱ의 역동적 요인으로는 '흥미있는-흥미없는', '강한-약한', '공격적-비공격적', '능동적-수동적' 등의 항목이 들어있다.

Berlo, Lemert, Merez의 연구에서도 아래 <표 2>과 같이 공신력 요인이 분석됐다. 이들은 커뮤니케이터들의 공신력 구성요인의 일반화를 시도하였는데 공신력을 3가지 요인으로 구성되었음을 밝혔다(차배근, 1992 재인용). 즉, 요인Ⅰ은 자격요인으로 '훈련된-훈련 안된', '잘 아는-잘 모르는', '경험이 풍부한-경험이 부족한', '교육받은-교육받지 않은', '자격 있는-자격 없는', '견문이 넓은-견문이 좁은' 등의 항목을 포함하고 있다. 요인Ⅱ는 안전요인으로 '안전한-불안전한', '객관적인-주관적인', '친절한-불친절한', '우정있는-우정 없는', '정직한-부정직한' 등의 요인이 포함되어 있다. 요인Ⅲ는 역동요인으로 '공격적인-온순한', '박력있는-주저하는', '용감한-비겁한', '외향적인-내성적인', '능동적인-피동적인' 등의 항목이 포함되어 있다.

<표 2> Berlo, Lemert, Merez의 공신력 구성요인

요인 Ⅰ (안전요인)	요인 Ⅱ (자격요인)	요인 Ⅲ (역동요인)
안전한-불안전한 객관적인-주관적인 친절한-불친절한 우정 있는-우정 없는 정직한-부정직한 개방된-개방 안된	훈련된-훈련 안된 잘 아는-잘 모르는 경험있는-경험없는 교육받은-교육받지 않은 자격있는-자격없는 견문 넓은-견문 좁은	공격적인-온순한 박력있는-주저하는 용감한-비겁한 다양한-무미건조한 외향적인-내성적인 능동적인-피동적인 정력적인-피로한

\* 출처 : 차배근 외 공저, 『설득커뮤니케이션 개론』(서울:나남, 1992). pp.404-406. 내용을 재정리한 것임.

McCroskey는 리커드 유형 척도를 사용하여 분석한 결과 권위, 성격을 공신력의 구성요인으로 제시하고 있다. Mills는 전문성과 믿음성 외에 커뮤니케이터의 열의, 커뮤니케이터에 대해 수용자가 느끼는 매력, 커뮤니케이터와 수용자 사이의 유사성

등으로 공신력을 설명했다(김은영, 2002 재인용).

Jacobson(1969)은 TV, 라디오, 신문에 대한 공신력의 평가차원을 요인분석한 결과, 다음과 같은 4개의 차원을 구별하고 있다. ① 믿음성(믿을만한, 정확성, 전문성, 개방적) ② 객관성(편견없는, 공식적) ③ 역동성(색채가 화려한, 용감한, 중요한, 쉬운) ④ 휴식(편안한, 유쾌한) 차원 등이다. 이와 같은 4개의 인자 중 TV는 특히 믿음성, 역동성, 휴식의 차원에서 타 매체에 비해 높은 평가를 받고 있다고 설명하고 있다.

이러한 논의를 바탕으로 차배근(1992)에 의하면 공신력 구성요인은 Anderson의 평가적 요인, Berlo 등의 자격요인, McCrosky의 권위요인 등은 내용적으로 거의 유사하며 이들은 Hovland가 지적한 전문성과 비슷하다. 그리고 나머지 요인들 즉 Anderson의 역동요인, McCrosky의 성격요인 등도 이름은 다르나 대체로 비슷하며 Hovland의 신뢰성 차원에 해당된다고 말할 수 있다.

고준환(1992)은 공신력의 구성차원별 커뮤니케이션 효과에 관한 실험연구를 통해 공신력 구성요인을 '전문성'과 '신뢰성' 등 2가지 차원에서 제시하고 있다. 그는 전문성 차원에서는 '전문적-비전문적', '권위있는-권위없는', '경험이 풍부한-경험이 부족한' 등 3개 항목을 제시했다. 또 신뢰성 차원에서는 '공정한-편파적인', '존경할만한-존경할 수 없는', '솔직한-솔직하지 못한', '믿을만한-믿을 수 없는', '이타적인-이기적인', '선견지명이 있는-선견지명이 없는' 등 6개 항목을 제시했다.

Johnson & Kaye(1998)은 믿음성, 공정성, 정확성, 심오함을 공신력의 구성요인으로 제시하고 있으며, Flanagin & Metzger(2000)은 믿음성, 정확성, 신뢰성, 편견 정보의 완전성을 공신력 구성요인으로 설정하였다. Eastin(2001)은 전문성과 신뢰성을 공신력의 구성으로 들고 있다.

김광재(2001)는 기존논의를 바탕으로 해 공신력을 전문성, 신뢰성, 공개성 등 3가지 요인으로 구분하고 모두 8가지 구성항목을 제시했다. 그는 전문성에서는 '전문적인', '권위있는', '숙련된' 등 3가지 항목을 들었고, 신뢰성에서는 '신뢰하는', '솔직한', '공정한' 등 3가지를 구성항목으로 제시했다. 또 개방성에서는 '개방적'과 '합리적'을 들었다.<sup>10)</sup> 임정섭(2001) 역시 공신력을 크게 전문성과 신뢰성 요인으로 분류하고 이를 다시 12가지 측정항목으로 제시했다. 전문성 차원의 측정항목으로는 '전문성

있는', '지적인', '능력있는', '권위있는', '경험있는', '자격있는', '통찰력있는' 등이다. 또 신뢰성 측정항목으로는 '믿을 수 있는', '개방적인', '정직한', '합리적인', '객관적인' 등을 제시했다.

정형원(2002)은 Hovland 등이 제시한 공신력의 구성요소를 토대로 해 각 항목을 다시 정리했다. 그가 제시한 구성요소는 인지된 전문성(perceived expertise), 편견(bias), 공정성(fairness), 진실성(truthfulness), 정확성(accuracy), 매체 이용정도(amount of use), 메시지의 깊이나 완전성(depth or completeness), 사전지식(prior knowledge), 메시지의 질적 수준(message quality) 등이다. 정형원 그 스스로는 공신력을 다섯가지 차원에서 구분하고 있다. 첫째, '매체공신력'이다. 매체 공신력은 가장 포괄적인 수준의 공신력으로 각각 상이한 특성을 가진 매체의 공신력 수준을 의미한다. 신문에 대한 공신력, 방송에 대한 공신력, 인터넷에 대한 공신력 등이 포함된다. 둘째, '채널 공신력'이다. 채널 공신력은 각 매체의 하위 채널에 대한 공신력을 의미한다. 신문은 각 신문사에 대한 공신력, 방송은 각 방송사에 대한 공신력 등이 포함된다. 셋째, '보도공신력'이다. 보도 공신력은 특정기사나 보도에 대한 공신력을 의미한다. 넷째, '저널리스트 공신력'이다. 저널리스트 공신력은 특정 뉴스를 보도하는 저널리스트나 앵커에 대한 공신력을 의미한다. 다섯째, '취재원 공신력'이다. 취재원 공신력은 저널리스트가 기사나 보도를 위한 취재시 정보원으로 활용하는 기관이나 출처에 대한 공신력을 의미한다.

김은영(2002) 역시 기존논의를 바탕으로 해 언급됐던 측정항목을 모두 이용하여 신뢰성, 전문성, 적극성, 개방성 등 4개 성분으로 분류한 다음, 22개 측정항목을 제시했다. 제1성분 신뢰성에서는 '공정하다', '도덕적이다', '존경할만하다', '통찰력이 있다', '정직하다', '합리적이다', '견문이 넓다' 등이 포함됐다. 제2성분 전문성에서는 '교육되었다', '훈련되었다', '경험이 많다', '잘 안다', '자격이 있다', '안정적이다' 등이 측정항목으로 제시됐다. 제3성분 적극성에서는 '용감하다', '정력적이다', '공격적

---

10) 공신력에 관한 국내 연구사례를 보면 주로 커뮤니케이션 일반적 범주에 맞춰 이뤄져 오다, 김광재(2001)의 연구를 전후해 인터넷신문을 대상으로 한 연구경향이 두드러지고 있다.

이다, '능동적이다' 등이 포함돼 있고, 제4성분 개방성에서는 '친근하다', '흥미가 있다', '동정적이다', '개방적이다' 등이 측정항목으로 분류됐다.

안주아 등(2003)은 공신력을 객관성 차원과 전문성 차원 2가지 요인으로 분류해 모두 13개 측정항목을 제시했는데, 연구결과 객관성 차원에서는 '객관적인', '공정한', '믿을 수 있는', '신뢰할 수 있는', '정확한', '편견이 없는', '편향적이지 않은' 등의 항목이 도출됐다. 또 전문성 차원의 측정항목으로는 '내용이 풍부한', '다양한', '신속한', '영향력이 있는', '유용한', '전문적인' 등이 제시됐다.<sup>11)</sup>

이상의 논의들을 종합해 정리해보면 <표 3>과 같다. 이렇듯 공신력의 구성요인은 학자 마다 약간씩 견해를 다르게 하며 구성요인과 측정항목을 내놓고 있으나 대체적으로 전문성과 신뢰성, 객관성, 공정성 등을 들고 있다.<sup>12)</sup> 그 중에서도 인터넷신문의 공신력을 연구했던 Flanagin & Metzger이나 Eastin, 김광재, 정형원, 김은영, 안주아·김봉섭은 전문성, 신뢰성, 객관성 등을 주요요인으로 제시하고 있다.

이상의 논의들은 종합해 공신력 구성요인을 정리해보면 크게 '전문성'과 '신뢰성' 요인으로 구분해 모두 12개 속성으로 정리할 수 있다. 제1 요인 '전문성'은 '전문적인', '신속한', '다양한', '숙련된', '권위있는', '심층적인'의 속성이다. 제2 요인 '신뢰성'은 '공정한', '믿을 수 있는', '정확한', '객관적인', '합리적인', '편향적이지 않은' 등의 속성이다.

---

11) 안주아 등(2003)의 연구에서 공신력 구성요소 중에서는 인터넷신문의 특성을 반영하 듯 '신속한'이라는 항목이 전문성 요인에서 추가됐다.

12) 안주아·김봉섭(2003)은 학자들간에 공신력 구성요인들의 차이가 나는 것을 요인분석 이전에 투입되는 변인 및 요인분석 결과에 대한 해석의 주관성과 사용하는 용어의 차이에서 비롯된 것으로 풀이했다.



<표 3> 공신력의 구성요인

연구자	공신력 구성요인
Hovland et al.(1953)	전문성, 신뢰성
Deutschman(1960)	윤리성, 역동성, 신뢰성, 정보의 활력, 즐거움
Anderson(1961)	평가적 요인, 역동적 요인
Berlo, Lemert, Merez(1963)	안전요인, 자격요인, 역동요인
McCroskey(1966)	권위, 성격
Scord(1966)	전문성, 믿음성
Mills(1969)	전문성, 믿음성, 설득의도, 매력, 유사성
Jacobson(1969)	신뢰성, 객관성, 역동성, 휴식
Mosier & Ahlgren(1981)	명확성, 정확성, 신뢰성
송순덕(1986)	안전성, 자격성, 역동성
고준환(1992)	전문성, 신뢰성
Johnson & Kaye(1998)	믿음성, 공정성, 정확성, 심오함
Flanagin & Metzger(2000)	믿음성, 정확성, 신뢰성, 편견, 완전성
Schweiger(2000)	명확한, 신중한, 철저히 밝혀낸, 세밀한, 비판적인, 믿을 수 있는, 중립적인, 균형잡힌, 능력있는, 전문적인, 신성한
Eastin(2001)	전문성, 신뢰성
김광재(2001)	전문성, 신뢰성, 공개성
임정섭(2001)	전문성, 신뢰성
정형원(2002)	전문성, 편견, 공정성, 진실성, 정확성, 매체이용정도, 메시지의 깊이나 완전성, 사전지식, 메시지의 질적 수준
김은영(2002)	신뢰성, 전문성, 적극성, 개방성
안주아·김봉섭(2003)	객관성, 전문성

\* 출처 : 안주아·김봉섭(2003)의 내용을 보완해 재정리한 것임.

## 제 2 절 인터넷신문의 공신력에 관한 선행연구

인터넷신문을 매스미디어의 한 분야로 인식하고 그에 따른 체계적인 공신력을 살펴보는 연구가 시작된 것은 그리 오래되지 않았다. 외국에서는 1990년대 들어 인터넷 미디어와 관련한 신뢰도 등 공신력에 관한 활발한 연구가 이뤄졌으나 국내에서

는 사실상 2000년 이후에야 인터넷신문의 공신력에 관한 논의가 시작됐다고 볼 수 있다. 물론 공신력의 한 요인으로 볼 수 있는 신뢰도와 관련한 논의는 국내에서도 2000년 이후 매우 활발하게 이뤄져 왔다. 한국언론재단이 2000년부터 언론매체 신뢰도 조사에 있어 ‘인터넷’을 포함시킨 것이 그 좋은 실례이다. 하지만 ‘인터넷신문’ 보다는 ‘인터넷’을 매스미디어로 간주하고 그에 대한 공신력, 또는 신뢰도 및 선호도를 측정하는 경우가 많았으며, 공신력 관련 주요 변인들을 찾으려 했던 연구들이 일부 눈에 띈 뿐이다.

## 1. 국외 연구사례

우선 외국의 연구사례에서 Ognianova(1997)는 월드 와이드 웹으로 제공되는 다양한 뉴스에 대해 수용자들이 신뢰를 가지고 있는지, 만일 신뢰를 가지고 있다면 온라인 뉴스 서비스와 그 내용이 어떤 영향을 미치는지에 대한 연구를 수행했다. 연구결과 응답자들은 미디어에 대해서는 텔레비전과 인터넷신문에 높은 신뢰성을 가졌고, 기사 내용에 대해서는 신문에 의해 제공되는 것에 더 높은 신뢰성을 나타냈다.

Chyi와 Lasorsa(1999)는 온라인 신문의 접속, 그 이용과 선호도에 대한 일반 대중의 인식은 어떠한지를 살펴보기 위해 전국지와 지역신문을 온라인매체와 인쇄매체라는 두 가지 다른 형식으로 접근한 결과, 전국지의 경우 온라인매체를, 지역신문의 경우는 인쇄매체를 선호한다는 결과를 밝혀냈다. 이러한 차이는 전국지와 지역신문에 대한 접근용이성에 대한 수용자의 인식과 각 신문매체의 특성에 따른 공신력의 차이로 인해 유발된다고 밝혔다.

Wolfgang(2000)은 독일 뮌헨시의 웹 사용자들을 대상으로 온라인 신문의 공신력을 TV, 인쇄신문 등 타 매체와 비교 연구했다. 그 결과 온라인신문에 대한 신뢰도가 인쇄신문이나 방송에 비해 떨어지는 것은 사실이나 일반적인 웹에 대한 절대적 신뢰도는 매우 높은 편임이 확인됐다. 또한 이러한 경향은 이용자의 매체 이용량과 직접적인 연관이 있었다고 밝히고 있다. 즉, 특정 매체 이용량과 그 매체에 대한 공신력이 높은 상관관계를 맺고 있다는 것이다.

이에앞서 Nelson(1997)은 미국의 대학생을 대상으로 한 온라인신문의 디자인에 대한 선호도를 연구했다. 이 결과 응답자의 85%가 온라인 신문 디자인을 새로운 형태인 메뉴/인덱스 방식이 아닌 기존의 인쇄신문과 같이 편집된 것을 더 선호하는 것으로 나타났다. 그러나 온라인상의 인터넷신문의 50%는 기존 인쇄신문과 차별화를 위하여 새로운 형태의 신문편집을 하고 있었다. 이러한 결과는 신문 구독자와 신문사간 선호의 차이는 1970년대에 있었던 전통적인 편집양식과 일치하는 것으로 인터넷신문 편집에서 참고할 만한 사항으로 여겨진다.

Andrew 등(2000)은 인터넷을 하나의 매체로 인식하고 인터넷 매체에 대한 공신력 이용자들의 정보추구 유형이 이용경험 유무의 측면에서 타 매체와 비교해 살펴 보았더니 연구결과 이용자들은 정보추구 유형에 따라 공신력을 부여하는 정도가 각각 상이한 것으로 나타났다. 인터넷 이용자들은 오락, 상업정보 추구 유형은 인터넷에, 뉴스추구 유형은 신문, TV 등과 같은 전통미디어에 공신력을 각각 더욱 많이 부여했다. 특히 중이용자 그룹일 수록 인터넷에 더욱 많은 공신력을 부여한 것으로 나타났다.

Flanagin & Metzger(2000)는 인터넷을 하나의 미디어로 인식하고 인터넷 미디어에 대한 공신력을 이용자들의 정보추구 유형측면에서 다른 미디어와 비교하였다. 연구결과 이용자들의 이용경험에 따라 인터넷에 공신력을 부여하는 정도가 달랐는데, 특히 중이용자일수록 인터넷에 더욱 많은 공신력을 부여하는 것으로 나타났다. 또 이용자들은 정보추구 유형에 따라 공신력을 부여하는 정보가 상이한 것으로 나타났다. 인터넷 이용자들 중 오락, 상업정보 추구 유형은 인터넷에, 뉴스 추구형은 신문이나 텔레비전과 같은 전통적 미디어에 더 높은 공신력을 부여했다. 이러한 연구들은 인터넷 이용자의 특성에 따라 인터넷이라는 미디어의 공신력을 지각하는 정도가 달라짐을 보여주는 결과라고 할 수 있다.

한편 Greenberg & Roloff(1974)는 미디어의 이용동기에 따라 공신력이 달라질 수 있음을 밝혔다. 즉, 이용동기에 따라 미디어의 공신력이 다르게 나타날 수 있다는 것이다.

## 2. 국내 연구사례

이러한 외국 연구사례에 반해 국내에서 인터넷신문을 대상으로 한 공신력 연구는 극히 드물다. 인터넷신문 이전에 고준환(1992)을 비롯한 일부 커뮤니케이션 학자들이 공신력에 관한 연구를 한 바 있는데, 이는 대부분 포괄적인 커뮤니케이션 선상의 연구가 대부분이고, 또 광고분야에서 주로 이뤄졌다. 그러다가 인터넷신문을 하나의 매체로 놓고 공신력을 연구하기 시작한 것은 엄격히 말해 김광재(2001)와 정형원(2002), 김은영(2002), 안주아·김봉섭(2003) 등에 의해서라고 볼 수 있다. 물론 임정섭(2001)이 TV 방송앵커의 공신력에 관한 연구를 수행하는 등 인터넷신문 이외의 분야에서는 공신력에 관한 연구가 간헐적으로 이뤄져 오고 있다.

인터넷신문의 공신력 연구가 본격적으로 이뤄지기에 앞서, 한국언론재단이 2000년부터 언론수용자 의식조사를 실시하면서 인터넷을 하나의 매체로 설정해 신뢰도 조사를 실시하기 시작한 것은 공신력 연구에 있어 새로운 전환점으로 작용했다. 수용자 의식조사에 인터넷매체가 신문 및 방송 등과 함께 나란히 매스미디어의 한 대열에 오른 것이다.<sup>13)</sup> 그런데 한국언론재단에서 실시한 ‘2004년 언론수용자 의식조사’ 결과에 따르면 2004년 언론수용자 의식조사에서 매체별 신뢰도를 보면 중앙지 27.9%, 지방지 10.7%, 공중파TV 39.4%, 케이블TV, 25.1%, 라디오 33.6%, 잡지 10.8%, 인터넷 28.5%로 각각 나타났다. 이 조사에서 한가지 특이한 점은 국내 기존 언론들의 신뢰도가 전반적으로 하향곡선을 그리고 있지만, 인터넷 언론의 신뢰도는 다른 매체와 비교해 점차적으로 그 영향력을 확대하고 있다는 점이다. 중앙지와 비교해서도 대등한 수준을 보였다. 이와는 별도로 특정사안에 대해 각 매체들이 동시에 보도했을 때 어느 매체의 보도를 가장 신뢰하는지를 조사한 항목에서도 응답자의 62.2%가 ‘공중파 텔레비전’이라고 대답했고 그 다음이 16.2%를 차지한 인터넷이었는데, 신문은 16.1%로 인터넷보다 조금 뒤쳐지는 양상을 보였다. 인터넷신문의

---

13) 장행훈(2004)은 한국언론재단의 2004년 언론수용자 의식조사 결과와 관련한 분석 글에서 “신문은 언론으로서의 무책임성을 강조해왔지만 어느새 인터넷이 신뢰도에 있어서 신문의 경쟁자 위치에 와 있음을 인정하지 않을 수 없게 됐다”고 지적했다.

이같은 매체신뢰도는 4년 전인 2000년의 10.8%에 비하면 5.5%포인트 상승한 것이다.

인터넷신문에 대한 이러한 신뢰도조사는 커뮤니케이션 학자들 사이에 인터넷신문의 공신력을 연구하게 하는 기폭제로 작용했다. 김광재(2001)는 인터넷신문의 공신력 구성요인간의 차이는 어떤 것이 있는지를 인쇄신문과의 비교관점에서 살펴보는 연구를 수행했다. 그는 이 연구에서 기존논의를 바탕으로 해 공신력을 전문성, 신뢰성, 공개성 등 3가지 요인으로 구분하고 모두 8가지 구성항목을 제시했다. 그의 연구결과 이용자들의 이용동기와 관련해, 관행적 이용동기를 지닌 이용자들은 인터넷신문보다 인쇄신문을 신뢰하는 것으로 나타났다. 반면 도구적 이용동기를 가진 이용자들은 인쇄신문보다 인터넷신문을 전문적이라고 인식하는 것으로 나타났다.

정형원(2002)은 공신력과 정치적 인식을 중심으로 해 인터넷신문에 대한 인식이 보도의 인식에 미치는 영향에 관한 연구를 수행했다. 그는 이 연구에서 공신력의 요소를 인지된 전문성(perceived expertise), 편견(bias), 공정성(fairness), 진실성(truthfulness), 정확성(accuracy), 매체 이용정도(amount of use), 메시지의 깊이나 완전성(depth or completeness), 사전지식(prior knowledge), 메시지의 질적 수준(message quality) 등으로 정리했다. 그의 연구에서는 인터넷상의 정보가 신뢰할 만한 것인지에 대한 양쪽 입장을 정리하면, 기존 매체와는 달리 게이트키퍼 과정에서 외적 압력이 거의 작용하지 않기 때문에 신뢰할 수 있다는 입장과 인터넷상의 정보가 책임성과 전문성이 결여돼 있다는 부정적 입장간의 갈등이 존재함을 확인할 수 있었다.

김은영(2002)은 인터넷신문과 인쇄신문에 있어서 매체공신력과 수용자 능동성의 두 가지 개념이 어떻게 다른 차원을 보이느냐, 그리고 이 두가지 개념간에는 어떤 관련성이 있는가를 밝히는 연구를 수행했다. 그 역시 기존논의를 바탕으로 해 공신력 구성요인을 신뢰성, 전문성, 적극성, 개방성 등 4개 요인으로 제시했다. 연구결과 4가지 요인 중 전문성을 제외한 나머지 분야에서는 인터넷신문이 종이신문을 앞서는 특성을 갖고 있는 것으로 연구됐다. 또한 인터넷신문의 매체공신력과 수용자 능동성 요인 사이의 상관관계는 모두 관련성을 갖고 있었던 것으로 확인됐다. 특히 매체공신력 중 전문성과 적극성이 수용자 능동성의 관련성과 연관이 있었고, 역시

적극성은 수용자 능동성의 선택성과 연관이 있음을 살펴볼 수 있었다. 이는 인터넷 신문의 경우 매체 공신력 중 적극성이 높을 수록 선택성이 높음을 보여주는 것이라 할 수 있다.

안주아·김봉섭(2003)은 급격한 이용자 증가에도 불구하고 공신력 차원에서 연구가 거의 이루어지지 않았던 인터넷신문을 대상으로, 공신력 구성요인을 도출하고 공신력의 차원들이 인터넷신문 브랜드와 성별, 연령, 인터넷 이용경험 및 인터넷신문 이용동기 등 이용자의 특성에 따라 어떻게 평가되는지 살펴보는 연구를 수행했다. 연구결과 인터넷신문의 공신력은 ‘객관성’과 ‘전문성’이 주요한 요인으로 밝혀졌다. 또한 인터넷신문의 공신력은 신문별로 차이가 있었으며, 이용동기에 따라서는 인터넷신문을 도구적으로 이용하는 사람들이 인터넷신문에 더 높은 공신력을 부여하고 있는 것으로 나타났다.

이밖에 인터넷신문의 공신력의 한 속성인 신뢰도에 관한 연구는 최근들어 비교적 활발하게 이뤄지고 있다. 김진국(2004)은 인터넷신문 시민기자제도에 관한 연구에서 인터넷신문의 수용자 신뢰도를 조사했다.<sup>14)</sup> 또 조수선(2005)도 온라인신문 기사의 제목과 개요 효과 연구에서 제목의 형태에 따라 기사의 신뢰도에 주는 영향을 조사했다.

이와는 별도로 제주지역에서는 제주지역 지역신문 수용자 조사가 이뤄진 바 있다(고영철, 2005). 조사결과 10개 항목에 대한 5점 척도의 지역신문에 대한 평가에서는 신뢰도(3.09), 생활에 도움(3.07), 지역사회발전에 도움(3.06), 지역신문의 역할과 기능(3.00) 등 4개 항목의 경우 어느 정도 긍정적인 평가를 받았다. 반면 만족도(2.90), 정부로부터 자유도(2.92), 언론사주로부터 자유도(2.46), 공정성(2.82), 심층성(2.57), 다양성(2.61) 등 6개 항목의 경우 부정적으로 평가되고 있는 것으로 조사됐다.

14) 김진국(2004)의 연구결과에 따르면 수용자들의 인터넷신문 선택기준은 언론사 권위 영향력 > 균형잡힌 시각 > 독자와 의견교환 > 신문의 논조 > 보도내용 신뢰 > 즐겨보는 기사 > 매체 이미지 > 풍부한 정보량 > 신속한 보도 순으로 나타났다. 또 인터넷신문의 매체신뢰도를 높이는데 있어 중요한 요인으로는 기사의 정확성이 가장 많았고 공정성, 신속한 보도, 신속한 보도, 기사의 진실성, 현장밀착보도 순으로 지적됐다.

이상에서 살펴본 바와 같이 앞선 연구들 대부분은 인터넷신문의 공신력 내지 신뢰도에 관한 연구가 점차 활발해지는 경향을 보이고 있으나 인터넷신문의 체계적인 비교분석은 이뤄지지 않고 있는 실정이다. 대부분 공신력에 영향을 미치는 변인들은 어떤 것이며, 그 변인들의 타당성은 어떠한지를 개괄적으로 살펴보는데 그치고 있다. 특히 지역언론의 선상에서 독립형 인터넷신문과 기존 인쇄신문의 종속형 인터넷신문의 공신력을 비교분석해보는 연구는 거의 이뤄지지 않고 있다.

따라서 지역언론에 있어서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력을 보다 체계적으로 측정해보는 연구는 매우 유의미하다 할 수 있겠다.

### 제 3 절 인터넷신문의 공신력에 영향을 미치는 변인

앞서 공신력에 관해 살펴보면서 공신력이란 커뮤니케이션 과정에서 나타나는 수용자의 인식을 기반으로 해 나타나는 주관적인 개념으로, 수용자들이 그 커뮤니케이터들에게 가지는 인식이라는 정의를 내릴 수 있었다. 즉, 공신력은 주로 메시지에 대한 수용자들의 수용태도(정보습득 포함), 즉 커뮤니케이션 효과에 정적 또는 부적인 영향을 미치는 바의 정보원의 속성들의 집합이라는 것이다. 이에따라 인터넷신문의 공신력은 수용자들이 인터넷신문의 특성을 어떻게 인식하고 있는가가 중요하다. 인터넷신문의 특성에 대한 수용자들의 인지는 인터넷신문의 공신력에 직접적인 영향을 미치게 되므로 인터넷신문의 특성에 대한 이용자들의 인식들이 인터넷신문의 공신력을 구성하는 요인이라고 볼 수 있다는 것이다(김광재, 2001).

이러한 점에서 인터넷신문의 공신력에 영향을 미치는 변인들은 매우 다양한 관점에서 지적할 수 있으나 크게 1) 인터넷신문의 특성 2) 인터넷신문의 유형 3) 인터넷신문의 이용동기 4) 수용자 특성으로 나누어 설명할 수 있다.

이를 다시 세분화시켜 정리해보면 <표 4>와 같다.

<표 4> 공신력 평가에 영향을 미치는 변인

구 분	변 인
매체특성별	내용적 특성(정보량 증대, 멀티미디어성 정보, 부가서비스 정보 등)
	기술적 특성(관련기사 링크, 다운로드 속도 등)
	상호작용적 특성(시민기자제, 댓글문화 등)
유형별	전국지 성격-지역신문 성격
	독립형 인터넷신문-종속형 인터넷신문
이용동기별	도구적 이용
	관행적 이용
수용자 특성별	연령별(저연령층, 고연령층)
	성별(남자, 여자)
	직업별(공무원, 회사원, 학생, 전문직, 주부 등)
	이용경험(이용경험이 많음, 이용경험이 적음)
	수용자 능동성



### 1. 인터넷신문 특성에 따른 변인

먼저 인터넷신문의 특성은 크게 기술적 특성, 상호작용적 특성, 내용적 특성으로 나눠 설명할 수 있다(김진국, 2004; 노은숙, 2003; 이동근, 2004; 이희승, 2003; 최기성 2001). 이를 구체적으로 설명하면 속보성과 상호작용성, 하이퍼텍스트성, 저장성, 그리고 멀티미디어성, 강력한 의제설정 기능과 게이트키퍼의 간소화 등이다. 이 특성은 TV, 신문, 라디오, 잡지 등 기존 전통미디어와 차별성을 갖고 있는 요소들이다. 이러한 일반적인 요소 외에 다운로드 속도, 관련기사 링크 정도, 메뉴기능의 정돈, 그래픽의 활용, 데이터베이스, 부가정보서비스, 멀티미디어정보 등도 인터넷신문의 공신력을 평가하는데 기여하는 요인이다.

앞선 김광재(2001)의 연구에서는 인터넷신문의 공신력 기여요인을 분석한 결과 기술적 특성에서는 1) 다운로드속도 2) 관련기사링크 3) 메뉴기능정돈 4)데이터베이스 등이, 내용적 특성으로는 1)부가정보서비스 2) 멀티미디어정보, 상호작용성 요인으로



는 1) 기자와의 접촉 2) 독자의 의견개진에 반응 3) 타인과 사귄기회 등이 유목화됐다.

따라서 선행연구를 바탕으로 해 인터넷신문의 특성을 구분하면 앞서 정리한대로 내용적 측면, 기술적 측면, 상호작용적 특성으로 나누어 설명할 수 있다.

내용적 측면에 있어서는 인터넷신문과 기존 인쇄신문은 여러 가지로 차이점을 확인할 수 있다. 우선 정보량의 증대이다. 즉 뉴스의 디지털화가 진행됨에 따라서 기존 인쇄신문에서는 지면제약으로 실리지 못했던 뉴스들이 온라인 판에서는 다양하고 풍부하게 실릴 수 있다는 것이다. 디지털 공간에서 수용할 내용량의 기술적 가능성으로 인해 검색엔진을 통한 부가서비스 뿐만 아니라 다른 내용들도 많이 포함하게 되었다. 이것은 웹 상에서 기술적으로 구현 가능한 하이퍼텍스트 구조상에서는 기사형식이 달라짐으로 인해서 방대한 양의 기사내용을 가질 수 있는 것이다.

또한 최근 등장한 인터넷신문은 기사작성법에서 기존 인쇄신문과는 달리 상당한 유연함을 보이고 있다. 스트레이트기사나 박스기사, 해설기사 등 대부분에서 인터넷신문은 고전적인 기사작성법을 탈피해 종전 TV가 갖고 있는 장점 중 생생한 내용 전달방식으로 기사가 작성, 전달되면서 수용자들의 흥미를 촉진시키고 있다.

기술적 변화를 반영하여 기존 신문이 갖고 있던 시간과 공간의 제약을 탈피한다는 점에서 제기된 논의들을 나열해보면 대략 7가지 정도로 정리된다. 그 내용을 보면 1) 속보성 2) 24시간 연속보도 3) 해설과 관련 정보자료의 제공 등 심층보도 기능을 들 수 있다. 또 인터넷이 갖는 상호작용성과 쌍방향성이라는 측면과 관련하여서는 1) 시민기자제도 2) 현장성 3) 뉴스소재 혹은 정보원의 다양화와 소외계층 밀착보도 4) 강력한 의제확산기능 등이다.

## 2. 인터넷신문 유형에 따른 변인

인터넷신문의 유형도 공신력에 영향을 미치는 변인 중 하나다. 우선 종인 인쇄신문의 연장선상에서 발행하는 종속형 인터넷신문인가, 독자적으로 운영되는 독립형 인터넷신문인가에 따라서도 공신력 평가는 다를 수 있다. 김광재(2001)는 독립형 인터넷신문인 ‘오마이뉴스’와 종속형 인터넷신문이라 할 수 있는 중앙일보의

‘조인스닷컴’ 등을 대상으로 연구한 결과 공신력평가에 있어서 유의미한 차이점이 있음을 확인했다.

박선희(2000)의 연구도 이를 뒷받침한다. 그는 인터넷 전용신문과 기존 언론의 인터넷신문의 공신력의 차이가 발생할 것이라며, 기존 언론은 역사적 경험과 전문성 등을 통해 인터넷상에서도 공신력을 확보하고 유지하지만 오마이뉴스 등과 같은 인터넷신문의 공신력은 네티즌들의 비판적 안목에 전적으로 의존할 수 밖에 없음을 강조한다.

또 인터넷신문이 전국지 성격을 띄는가, 아니면 지역신문 성격을 띄는가의 차이도 공신력 평가에 영향을 유발할 수 있다. Chyi와 Lasorsa(1999)는 인터넷신문의 공신력은 전국지와 지역신문인가 등 유형별에 있어서도 차이가 있음을 밝혀냈다. 그들은 온라인 신문에의 접속, 그 이용과 선호도에 대한 일반 공중의 인식은 어떠한지를 살펴보기 위해 전국지와 지역신문을 온라인매체와 인쇄매체라는 두 가지 다른 형식으로 접근해 연구했다. 그 결과 전국지의 경우 인쇄신문보다 온라인매체를, 지역신문의 경우는 온라인매체보다 인쇄매체를 선호한다는 점이 확인됐다.

이처럼 공신력은 매체의 특성 뿐만 아니라 유형에 있어서도 다르게 나타날 수 있다. 이에따라 이 연구에서는 매체 유형 중 독립형 인터넷신문과, 인쇄신문의 연상선상에 있는 종속형 인터넷신문을 연구대상으로 삼아 공신력을 평가해 보도록 하겠다.

### 3. 인터넷신문의 이용동기에 따른 변인

인터넷신문의 공신력에 있어서 ‘이용동기’는 무엇보다 큰 변인으로 작용할 수 있는 요소이다. 이용동기는 Katz에 의해 제기된 ‘이용과 충족이론’에 근거한다. 소위 ‘중효과이론’으로 불리우는 이 이론은 3개 가정에서 출발하고 있다. 첫째, 수용자는 능동적인 것으로 간주된다. 이 가정은 매스미디어의 효과에 대한 Bogart의 “수용자들에 의한 대부분의 매스미디어의 경험들은 목적적 행동이기 보다는 오락적인 것들

이며, 또한 그것들은 심리적 동기나 욕구를 표현해 주는 것보다는 이용가능의 한계 내에서 주위상황과 무의식적으로 접하게 되는 경험”이라는 가정과 상반되는 것이다. 둘째, 매스커뮤니케이션 과정에서는 욕구충족과 연관된 많은 ‘이니셔티브’(initiative)와 미디어 선택이 수용자 멤버들에 달려 있다. 셋째, 미디어는 욕구충족의 다른 ‘소스’(sources)들과 경쟁하고 있다. 인간의 요구들은 매스커뮤니케이션에 의해 충족되기는 하지만, 그것은 폭넓은 범위의 인간욕구들 중에서 그 일부분에 지나지 않으며, 또한 매스미디어의 이용을 통해서 적당하게 충족될 수 있는 욕구들의 충족도는 확실히 변화한다(차배근, 1994 재인용).

이 이론의 가정에 근거할 때 먼저 Katz, Gurevitch and Hass에 따르면, 모든 미디어 이용자는 욕구에서 동일한 5개 범주를 기본적으로 가지고 있다. 즉, 인지적 욕구(정보지식과 환경의 이해강화에 관련된 욕구), 개인적 통합욕구(신용·신뢰·안정 등 개인 상태의 강화와 관련된 욕구), 사회적 통합 욕구(가족·친구·세계와 접촉강화 등과 관련된 욕구), 현실도피 욕구(도피로 긴장완화 또는 기분전환에 대한 갈망과 관련된 욕구) 등이다(김채환, 2002 재인용).

미디어 이용동기는 수용자가 미디어를 이용할 때 어떠한 이유를 가진다는 것으로서 신문을 보는 이유, 텔레비전을 시청하는 이유, 잡지를 구독하는 이유 등 매체에 대한 일반적인 이용목적의 의미를 지닌다. 즉, 수용자가 다양한 미디어 메시지 중에서 특정 내용, 이슈, 프로그램, 주제 등을 찾아서 읽거나 보는 구체적인 미디어 이용행위도 이용동기와 연관되는 행위라 할 수 있다(김정기, 1999).

또한 충족은 인지차원, 정서차원, 습관적 이용차원, 충족기회 차원으로 나눌 수 있다. 정보기술이나 뉴미디어에 있어서 이용과 충족 측면의 이용에 대한 충족요인으로는 환경감시, 정보-학습-지식, 사회적 상호작용-동료의식, 습관적, 시간보내기, 도피, 흥분, 휴식, 오락, 경제성, 행동의 지침-조언-의사결정, 광고시청, 사회적 상호작용-사회생활의 유용성-대인적 유용성, 매체선택, 충족기회-시간과 공간 선택 등 15가지 유형으로 분류할 수 있다.

인터넷신문의 경우 이용자의 미디어 이용동기는 이용과 충족 연구에 기반하고 있다. 즉, 수용자는 능동적이며 자신의 욕구를 알고 미디어를 이용하며, 이것은 수용

자의 진술을 통해 밝힐 수 있다는 것이다. 이러한 가정을 토대로 다양한 미디어 이용동기를 크게 도구적(instrumental) 미디어 이용과 관행적(ritualized) 미디어 이용으로 구분할 수 있다(Rubin, 1981). 이러한 구분은 목적 추구적 접근인가, 아니면 미디어 자체에 대한 과정 추구적 접근인가를 바탕으로 한 것이다. 다시말해 도구적 이용이 미디어 내용에 관심을 가지고 이용하는 것이라면, 관행적 이용은 내용에는 크게 관심이 없으나 그 미디어를 이용하는 것이 자신에게 혜택을 주기 때문이라는 생각으로 이용하는 것을 의미한다. 따라서 도구적 이용은 메시지의 내용적인 특성과 직접적인 관계를 지니고 있는 의도적 또는 선택적인 매체이용을 의미한다. Perse(1990)는 특정 프로그램을 보는 것에 초점을 맞추며 지식을 획득하고 불확실성을 감소시키거나 기존의 사고를 지지하기 위한 정보의 추구 등 정보의 효용에 따라 미디어를 활용하는 것을 도구적 이용이라고 들었다.

그는 또 관행적 이용은 메시지의 내용적 특성과 직접적인 관련이 없는 외적 가치에 중점을 두고 미디어를 이용하는 것이다. 오락추구, 자극 추구 또는 외로움 해소 등의 목적으로 미디어를 이용하는 것이 이에 포함된다고 설명한다. 이에앞서 Greenberg & Roloff(1974)는 미디어의 이용동기에 따라 공신력이 달라질 수 있음을 밝힌 바 있다.

Flana & Metzger(2000)는 인터넷을 하나의 미디어로 인식하고 인터넷 미디어에 대한 공신력을 이용자들의 정보추구 유형 측면에서 다른 미디어와 비교 연구했는데, 연구결과 이용자들은 정보추구 유형에 따라 공신력을 부여하는 정도가 상이한 것으로 나타났다. 즉, 인터넷 이용자들 중 오락, 상업정보 추구 유형은 인터넷에 높은 공신력을 부여했고, 뉴스 추구형은 신문이나 텔레비전과 같은 전통적 미디어에 더 높은 공신력을 부여했다.

국내 연구에서도 이용동기에 따른 공신력 연구가 일부 있었는데 김광재(2001)의 연구에서는 도구적 이용동기를 가진 이용자들은 인쇄신문보다 인터넷신문을 보다 전문적이라고 인식한 반면 관행적 이용동기를 지닌 이용자들은 인터넷신문보다 인쇄신문을 보다 신뢰하는 것으로 조사됐다. 안주아·김봉섭(2003)의 종속형 인터넷신문별 공신력에 대한 연구에서는 인터넷신문을 도구적으로 이용하는 사람들이 관행적으로 이용하는 사람들보다 인터넷신문에 더 높은 공신력을 부여하고 있음이 확

인됐다. 이는 인터넷신문을 습관적으로 이용하는 사람들보다는 정보이용의 목적으로 이용하는 사람들이 공신력을 더 높이 평가한다고 볼 수 있다.

따라서 이 연구에서는 인터넷신문의 이용동기에 따라 공신력평가가 어떻게 달라지는지에 대해서도 살펴보도록 하겠다.

#### 4. 인터넷신문 수용자별 특성에 따른 변인

수용자별 특성도 공신력 평가에 있어 차이를 보일 수 있는 변인이다. 공신력 자체가 수용자들이 커뮤니케이터에 대해 지각, 판단, 평가하는 주관적 개념으로 정리될 수 있기 때문이다. 따라서 연령, 성별, 직업, 이용경험 등 수용자들이 저마다 갖는 특성은 공신력 평가에 있어 주요한 변인이 될 수 밖에 없다.

Kiousis의 연구결과에 따르면, 공신력은 수용자의 미디어 이용량과 직접적인 연관이 있는 것으로 나타났다(안주아·김봉섭, 2003 재인용). 즉, 특정 미디어의 이용량과 그 미디어에 대한 공신력은 높은 상관관계가 있다는 것이다. Flanagin & Metzger(2000)의 연구에서도 역시 이용자들의 이용경험에 따라 인터넷에 공신력을 부여하는 정도가 달랐는데, 경험이 많은 중이용자일 수록 인터넷에 더욱 많은 공신력을 부여하는 것으로 나타났다. 연령에 있어서도 저연령 집단이 고연령 집단보다 인터넷신문에 대하여 공신력을 높게 평가하는 국내 연구도 있었다.

이에 덧붙여 적극적 수용자 능동성도 인터넷신문만이 갖는 매체 특성의 한 유형으로 살펴볼 수 있다. 이러한 매체의 특성은 인터넷신문의 공신력에 영향을 미치는 변인으로 볼 수 있다. 즉, 수용자들이 인터넷신문의 특성을 어떻게 인식하느냐에 따라 공신력평가에 영향을 미치게 된다는 것이다. 오프라인 미디어와 온라인 미디어를 구별함에 있어서 그 구별의 가장 명백한 근거가 되는 것은 바로 이 수용자 특성이기도 하다. 온라인 미디어 수용자는 오프라인 미디어 수용자와는 달리 인터넷의 하이퍼텍스트가 제공하는 하이퍼링크 기능과 멀티미디어 기능을 통해 더욱 다양하고 많은 정보들을 추구할 수 있다.

온라인미디어 수용자는 정보를 적극적으로 선별하여 추구할 수도 있고, 제공되는 정보에 대해서 즉각적으로 의견을 제시할 수도 있으며, 직접 다양한 정보를 제공할 수도 있다. Livingstone(1999)은 온라인 미디어 수용자는 다양하고, 복합적이며, 분산적인 특성을 갖는 다원적 존재인 동시에, 선택적이고, 자발적이며, 소비자(prosumer)적인 특성을 갖는 능동적인 존재라고 설명했다. Biocca는 수용자의 능동성에 대한 정의를 5가지로 분류해 제시하고 있다(김은영, 2002 재인용).

첫째, '선택성(selectivity)으로서의 수용자 능동성이다. 여기서의 선택성의 의미는 미디어 이용에 관한 선택을 하는데 있어서 관여되는 활동을 의미한다. 이 선택성을 수용자의 활동 내지 능동성으로 보는 시각은 '선택적 주목', '선택적 지각', '선택적 기억' 등의 이론에 근거하고 있으며, 미디어와 프로그램, 그리고 내용 선택의 연속적인 과정으로 묘사되고 있다. 둘째, '공리성 또는 '유용성'으로서의 수용자 능동성이다. 선택성 개념의 확대로서, 연구자들은 선택과정의 유용성을 강조하고 있다. 이와같은 입장은 수용자들을 자아-이기주의적 소비자로 보는 것이다. 셋째, '의도성'으로서의 수용자 능동성이다. 이 개념에서 능동성은 인지적 차원을 강조한다. 넷째 '관여'로서 수용자 능동성이 일반적으로 수용자가 미디어를 경험하는데 '힘쓸리거나' 혹은 '몰두'하면 할 수록 관여성이 높다고 말한다. 다섯째, '영향의 부동성'으로서의 수용자 능동성이다.

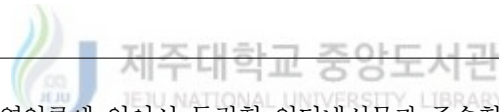
이처럼 공신력평가에 있어서는 여러 요소의 수용자별 특성이 변인으로 기여할 것으로 판단되는데, 여기서는 안주아·김봉섭(2003)의 종속형 인터넷신문을 대상으로 한 연구에서 유의미한 차이가 발견됐던 연령별, 이용경험별에 따른 변인을 대입시켜 연구해 보고자 한다.

## 제 3 장 연구문제 및 연구방법

### 제 1 절 연구문제와 가설

앞에서 공신력은 학자들마다 여러 가지 차원의 요인으로 구분될 수 있고, 그 요인에 따른 측정항목도 매우 다양하게 설정될 수 있음을 살펴봤다. 또한 인터넷신문의 공신력을 측정하는데 있어서는 인터넷신문이 갖고 있는 매체 특성을 비롯해 매체유형, 그리고 이용동기 등이 중요한 변인으로 작용될 수 있다는 내용도 확인했다.

이 연구에서는 앞서 밝혔듯이 독립형 인터넷신문의 공신력을 종속형 인터넷신문과 비교하여 파악하려 한다. 앞서 이뤄진 이론적 논의를 바탕으로 다음과 같은 연구문제와 가설을 설정했다.



<연구문제 1> 지역언론에 있어서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가는 어떠한 차이를 보이는가?

<가설 1-1> 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 전문성에는 차이가 있을 것이다.

<가설 1-2> 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문 이용자의 신뢰성에는 차이가 있을 것이다.

<가설 1-3> 인터넷신문 매체별 공신력 평가는 유의미한 차이가 있을 것이다.

연구문제 1은 지역언론에 있어서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력에는 어떠한 차이가 있는지를 살펴볼 것이다. 그리고 선행연구를 바탕으로 해, 공신력을 구성하는 요인들은 크게 전문성 차원과 신뢰성 차원으로 나눠 살펴보도록 하겠다.

앞서 Chyi와 Lasorsa(1999)은 공신력 부여에 있어 지역신문의 경우 온라인매체보다 인쇄매체를 선호한다는 결론을 얻은 바 있다. 이에따라 이 연구에서는 이러한

경향이 그대로 반영될 것인가에 주목하고자 한다. 또 신뢰성과 전문성을 구성하고 있는 각 요인들이 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문에 어떠한 차이를 보이는지에 대해 분석해 보기로 하겠다. 이에 덧붙여 신문별로도 공신력 평가가 유의미한 차이가 발견되는지에 대해서도 분석해 보겠다.

<연구문제 2> 인터넷신문 이용동기(도구적/관행적)는 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 있어서 어떠한 차이를 보이는가?

<가설 2-1> 관행적 이용동기가 높은 이용자들은 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 차이를 보일 것이다.

<가설 2-2> 도구적 이용동기가 높은 이용자들은 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 차이를 보일 것이다.

연구문제 2는 공신력 평가에 있어서 주요 변인 중 하나인 '이용 동기'를 접목시켜 인터넷신문과 인쇄신문을 비교하고자 하는 것이다. 앞서 살펴본 바와 같이 미디어를 도구적으로 이용하는가, 아니면 관행적으로 이용하는가에 따라 인터넷신문과 인쇄신문에 대한 공신력 평가는 달라질 수밖에 없다(Greenberg & Roloff, 1974; Perse, 1990). 국내 연구에서도 도구적으로 이용하는 사람들이 관행적으로 이용하는 사람들보다 인터넷신문에 더 높은 공신력을 부여하고 있는 점이 확인됐다(김광재, 2001; 안주아·김봉섭, 2003).

여기서는 인터넷신문과 인쇄신문이 아니라 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문을 놓고 이용동기에 따른 공신력 평가를 하도록 하겠다. 이 경우에도 관행적 이용동기를 가진 이용자들은 인쇄신문의 연장선상인 종속형 인터넷신문에, 도구적 이용동기를 가진 이용자들은 독립형 인터넷신문에 더 높은 공신력을 부여할지에 대해 주목하고자 한다.



<연구문제 3> 이용경험과 연령, 직업별 특성 등에 따라 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가는 어떠한 차이를 보이는가?

<가설 3-1> 이용경험이 많은 장기 이용자들은 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 차이를 보일 것이다.

<가설 3-2> 성별에 있어서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문은 공신력 평가에 차이를 보일 것이다.

<가설 3-3> 이용자의 직업적 특성에 있어서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문은 공신력 평가에 차이를 보일 것이다.

연구문제 3은 이용경험과 연령에 따라서도 공신력 평가가 어떠한 차이를 보이는가를 알아보기 위함이다. 이 부분과 관련해, Kioussis(1999)는 공신력은 수용자의 미디어 이용량과 직접적인 연관이 있다고 밝히고 있다. 즉, 특정 미디어의 이용량과 그 미디어에 대한 공신력은 높은 상관관계가 있다는 것이다. Flanagan & Metzger(2000)의 연구에서도 역시 이용자들의 이용경험에 따라 인터넷에 공신력을 부여하는 정도가 달랐는데, 경험이 많은 중이용자일 수록 인터넷에 더욱 많은 공신력을 부여하는 것으로 나타났다.

따라서 이 연구에서는 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문을 놓고 이용경험과 성별, 그리고 직업적 특성에 따라 어떤 유의미한 차이를 보이는지에 대해 연구해 보기로 하겠다.

## 제 2 절 개념의 조작적 정의 및 측정 항목

위와 같은 연구문제를 수행하기 위해서는 우선 실험에서 쓰일 개념들을 다시 정리할 필요가 있다. 또한 공신력 평가를 수행하기 위해 주요 구성요인 및 측정항목을 설정하는데 있어서 그에 따른 근거 및 설명이 필요할 것이다.

## 1. 인터넷신문의 조작적 정의

### 1) 인터넷신문

한국언론재단(2002)은 1차적으로 인터넷신문을 “집단 또는 개인이 정보 취재 및 가공과정을 거쳐 정기적으로 월드와이드웹을 통해 텍스트 위주로 뉴스를 서비스하는 사이트”라고 정의했다. 이 개념 정의에 포함된 기준은 ①전문가 집단에 의한 공동의 정보수집, 취재, 정보 가공과정, ②정기적으로 업데이트되는 주기성, ③월드와이드웹을 통한 서비스, ④텍스트 위주의 뉴스 등이다(신윤진, 2004).

이러한 맥락에서 2005년 1월27일 종전 ‘정기간행물의 등록 등에 관한 법률’이 ‘신문 등의 자유와 기능 보장에 관한 법률’로 개정되어 공포된 것은 인터넷신문에 대한 논의흐름에 새로운 전환점으로 작용하고 있다.

이 법률에서는 인터넷신문의 개념과 관련하여 “인터넷신문이라 함은 컴퓨터 등 정보처리능력을 가진 장치와 통신망을 이용하여 정치·경제·사회·문화·시사 등에 관한 보도·논평·여론 및 정보 등을 전파하기 위하여 간행하는 전자간행물로서 독자적 기사 생산과 지속적인 발행 등 대통령령이 정하는 기준을 충족하는 것을 말한다.”고 규정했다.<sup>15)</sup>

즉, 전자간행물 중 독자적 기사생산과 지속적인 발행이 핵심적 기준으로 설정된다는 것이다. 또 앞으로 인터넷신문은 인쇄신문이 정기간행물등록에 관한 법률에 의거해 등록절차를 밟는 것처럼 문화관광부나 시·도지사에게 제호, 종별 및 간별, 발행인, 편집인, 인쇄인 및 인터넷신문 사업자 등의 성명, 생년월일, 주소, 발행소의 소재지, 발행목적과 발행내용, 주된 보급대상 및 보급지역 등을 등록하도록 의무화했다.

뿐만 아니라 2005년 7월28일부터 시행되고 있는 이 법률의 개정 시행령에서는 신매체로 등장한 인터넷신문은 취재인력 2인 이상을 포함해 취재 및 편집인력 3인 이상을 상시적으로 고용하고 1주일간 게재기사 건수의 30% 이상을 자체생산 기사로 채울 것을 기준으로 제시했다.

이의 논의를 바탕으로 할 때 ‘독립형 인터넷신문’에 대한 구체적인 정의가 가능해

15) 신문등의 자유와 기능 보장에 관한 법률[전문개정 2005.1.27 법률 7369호]

진다.

이를 정리해보면 “인터넷신문이란 인터넷을 이용하여 정치·경제·사회·문화·시사 등에 관한 보도·논평·여론 및 정보 등을 전파하기 위하여 간행하는 전자간행물로서, 독자적 기사 생산과 지속적인 발행을 하는 전자적 형태의 신문”이라고 정리할 수 있다. 인터넷신문을 이같이 정의할 때, 언론사로부터 뉴스를 공급받아 단순히 전달 통로 역할을 하는 일반적인 포털 사이트나 인터넷서비스 공급업체와는 확연히 구분된다고 하겠다.

## 2) 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문

인터넷신문은 다양한 유형의 분류가 가능하지만, 크게 ‘독립형 인터넷신문’과 ‘종속형 인터넷신문’으로 구분짓는게 일반적이다(김은영, 2002; 김진국, 2004; 안주아·김봉섭, 2003; 이미경, 2003; 최기성, 2001; 한국언론재단, 2002).

김위근(2001)은 태생적 배경에 의해 ‘제도권 인터넷신문’과 ‘비제도권 인터넷신문’으로 구분되었고, 조수선·김유정(2004)과 진행남(2002)은 ‘일간 운영 온라인신문’과 ‘독립 온라인신문’으로 구분하여 사용했다. 앞서 조수선(2003)은 종속 인터넷신문을 일컬어 ‘연장지’, 독립 인터넷신문을 일컬어 ‘대안지’라는 명칭을 붙여 사용하기도 했다.

이처럼 국내 인터넷신문에 대한 연구에서 제시되는 구분과 관련한 경향이 ‘종속형 인터넷신문’과 ‘독립형 인터넷신문’의 구분이 주류를 이루고 있음에 따라 이 연구에서도 ‘종속형 인터넷신문’과 ‘독립형 인터넷신문’으로 구분하여 용어를 사용하기로 한다.

따라서 ‘독립형 인터넷신문’은 인쇄신문의 뉴스정보를 옮겨오는 것이 아니라 자체적으로 확보한 기사(시민기자 포함)가 취재한 기사를 웹(web)상에서 제공하는 형태의 온라인신문을 의미한다. 이에반해 종속형 인터넷신문은 기존 인쇄신문이 운영하는 것으로, 그 인쇄신문의 뉴스정보를 전자적 형태로 변형하여 옮겨오는 형식을 취한다고 할 수 있다.

이러한 논의와, 앞서 살펴본 개정된 신문법의 인터넷신문 정의 및 등록조건 등을 토대로 할 때 ‘독립형 인터넷신문’과 ‘종속형 인터넷신문’을 다음과 같이 정의할 수 있다. 우선 독립형 인터넷신문은 “인터넷을 이용하여 정치·경제·사회·문화·시사 등

에 관한 보도·논평·여론 및 정보 등을 전파하기 위하여 간행하는 전자간행물로서, 법률에 따라 발행등록을 하고 3인 이상의 취재 및 편집인력을 상시적으로 고용해 1주일간 게재기사 건수의 30%이상을 자체생산 기사로 업데이트하고 있는 전자적 형태의 신문”이라고 할 수 있다. 또 종속형 인터넷신문은 “인터넷을 이용하여 정치·경제·사회·문화·시사 등에 관한 보도·논평·여론 및 정보 등을 전파하기 위하여 간행하는 전자간행물로서, 법률에 따른 인터넷신문 등록을 거치지 않고 종이신문의 연장선상에서 운영되는 전자적 형태의 신문”으로 정리할 수 있다.

이러한 논의를 바탕으로 할 경우, 제주지역에서 발행되는 인터넷신문 중 미디어 제주, 제주의소리, 제주투데이 등 3개 매체는 독립형 인터넷신문으로, 제민일보, 제주일보, 제주타임스, 한라일보 등 4개 매체는 종속형 인터넷신문으로 구분할 수 있다.

## 2. 도구적/관행적 이용의 조작적 정의

선행연구자들의 연구결과에 따라 미디어 이용 동기는 크게 도구적(instrumental) 미디어 이용과 관행적(ritualized) 미디어 이용으로 구분하도록 하겠다(Rubin, 1981; Perse, 1990).

도구적 이용은 미디어 내용에 관심을 갖고 이용하는 것을 말한다. 즉, 메시지의 내용적인 특성과 직접적인 관계를 지니고 있는 의도적 또는 선택적인 매체이용을 의미한다. 도구적 이용은 또한 미디어 이용동기는 수용자가 미디어를 이용할 때 어떠한 이유를 가진다는 것으로서 신문을 보는 이유, 텔레비전을 시청하는 이유, 잡지를 구독하는 이유 등 매체에 대한 일반적인 이용목적을 의미한다. 즉, 수용자가 다양한 미디어 메시지 중에서 특정 내용, 이슈, 프로그램, 주제 등을 찾아서 읽거나 보는 구체적인 미디어 이용행위도 이용동기와 연관되는 행위라 할 수 있다(김정기, 1999).

이와는 반대로 관행적 이용은 내용에는 크게 관심이 없으나 그 미디어를 이용하는 것이 자신에게 혜택을 주기 때문이라는 생각으로 이용하는 것을 의미한다. 다시 말해 관행적 이용은 메시지의 내용적 특성과 직접적인 관련이 없는 외적 가치에 중심을 두고 미디어를 이용하는 것이다. 오락추구, 자극 추구 또는 외로움 해소 등의

목적으로 미디어를 이용하는 것이 이에 포함된다고 설명한다.

국내 선행연구자(김광재, 2001; 김정기, 1999; 김채환, 2002; 안주아·김봉섭 2003; 이성경, 2000)들의 도구적 이용과 관행적 이용 동기 중 공통적으로 사용한 10 가지 요인을 추출해 정리해보면 다음과 같이 <표 5>로 정리할 수 있다.

<표 5> 인터넷신문 이용동기 요인

구분	요인 I (관행적 동기)	요인 II (도구적 동기)
변인	무료함을 잊고 시간을 보내기 위해	나에게 관계되는 일을 배우기 위해
	잡다한 일들로부터 벗어나기 위해	타인과 나눌 주제를 얻기 위해
	외로움을 해소하기 위해	생활 또는 시사정보를 얻기 위해
	재미있기 때문에	원하는 시간에 뉴스를 이용하기 위해
	그저 습관적으로	다양한 신문내용을 골고루 보기 위해

이 연구에서는 위에서 추출한 변인 10가지를 이용해 인터넷신문 이용동기에 따른 공신력 평가 추이에 대해 알아보고자 한다.

### 3. 공신력의 구성요인 및 속성

앞서 이론적 고찰에서 살펴본 바와 같이 인터넷신문의 공신력에 관한 연구를 수행했던 대부분의 커뮤니케이션학자들은 공신력의 구성요인을 다양하게 제시하고 있다. 이를테면 안주아·김봉섭(2003)은 객관성과 전문성, 김은영(2002)은 신뢰성, 전문성, 적극성, 개방성 등 4가지를 각각 제시하고 있다. 여기에 정형원(2002)은 전문성, 공정성, 진실성 등을 공신력 구성요인으로 들었고, 김광재(2001)는 전문성과 신뢰성, 공개성을 제시했다.

그러나 이 연구에서는 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 구성요인의 차이를 의미분별척도를 통해 측정하기 위해 기존 문헌검토를 통해 ‘전문성’과 ‘신뢰성’ 등 두 범주를 설정하고 선행 연구자들이 공통적으로 사용했던 그에 따른

세부항목 12가지를 선정했다.

<표 6> 인터넷신문의 공신력 요인

구분	요인 I (전문성)	요인 II (신뢰성)
속성	전문적인	공정한
	신속한	믿을 수 있는
	다양한	정확한
	숙련된	객관적인
	권위있는	합리적인
	심층적인	편향적이지 않은

<표 6>에서 볼 수 있듯이, 제1 요인은 ‘전문적인’, ‘신속한’, ‘다양한’, ‘숙련된’, ‘권위있는’, ‘심층적인’의 속성으로 ‘전문성’으로 명명하였다. 제2 요인은 ‘공정한’, ‘믿을 수 있는’, ‘정확한’, ‘객관적인’, ‘합리적인’, ‘편향적이지 않은’의 속성으로 ‘신뢰성’으로 명명하였다.<sup>16)</sup>

제1요인인 ‘전문성’의 속성들은 Hovland의 전문성 요인, Berlo, Lemert, Merez의 자격요인과 유사하며, ‘신속한’과 ‘심층적인(내용이 풍부한)’은 안주아 등(2003)의 요인과 유사한 것이다. 제2요인인 ‘신뢰성’의 속성들은 Hovland의 신뢰성 요인, Anderson의 평가적 요인, Berlo, Lemert, Merez의 신뢰성 요인, 김광재(2001)의 신뢰성 요인, 안주아 등(2003)의 객관성 요인 등과 유사한 개념이다.

16) 김광재(2001)와 김은영(2002)은 전문성과 신뢰성 요인 외에 적극성, 공개성 등의 요인을 제시하고 있으나 구체적 속성의 내용들은 전문성·신뢰성의 속성 내용들과 별반 차이가 없다. 안주아 등(2003)은 이 연구에서 제시한 신뢰성의 속성들과 유사하게 정리한 후 이를 ‘객관성’으로 명명했다.

## 제 3 절 연구대상과 연구방법

### 1. 연구대상의 선정

인터넷신문의 공신력을 연구하는 본 논문에서는 현재 제주지역에서 발행되고 있는 독립형인터넷신문 3개 매체와 지방일간지에서 운영하는 종속형 인터넷신문 4개 매체 등 7개 매체를 연구대상으로 선정했다. 독립형 인터넷신문에서는 1) 미디어제주 (www.mediajeju.com) 2) 제주의소리 (www.jejusori.net) 3) 제주투데이 (www.ijejutoday.com) 등이다. 종속형 인터넷신문에서는 1) 제민일보 (www.jemin.com) 2) 제주일보 (www.chejunews.co.kr) 3) 제주타임스 (www.jejutimes.co.kr) 4) 한라일보 (www.hallailbo.co.kr) 등이다.

### 2. 연구방법 및 조사대상

이 연구는 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가가 어떠한 차이를 보이는가와 요인별 관계 등을 과학적으로 규명하는데 목적이 있다. 이를 위해 앞에서 정리한 측정항목 및 유목을 이용해 서베이(Survey) 방법을 통한 실증조사를 실시했다.

연구의 표본은 제주도내에서 근무하는 공무원을 비롯한 직업인과 제주대학교에 재학 중인 대학생을 대상으로 삼았다. 본 연구에 적합한 표본은 최소 300명 이상이다. 우선 직업군에서 제주지역 종속형 인터넷신문과 독립형 인터넷신문을 본적이 있다고 응답한 이용자를 우선적으로 선별해서 설문지 400부를 배포했다.

공무원 등 직업인을 우선 표본대상으로 선정한 이유는 공무원은 단순한 수용자가 아니라, 취재원의 입장에 서서 뉴스소재를 제공함과 동시에 독자의 입장에서 기사에 대한 평가 등을 적극적으로 개진하는 능동성이 매우 강한 속성을 갖고 있기 때문이다. 또 인터넷신문에 대한 노출이 빈번하게 이뤄질 수밖에 없는 직업적 특성을 갖고 있어 본 연구의 공신력 평가에 있어서는 중요한 조사대상 계층으로 분류되어

질 수 있다. 이와함께 대학생을 표본으로 삼은 것은 인터넷을 가장 많이 이용하는 층이 대학생집단에서 30대 초반의 직장인이라는 기존 통계조사 결과를 바탕으로 한 것이다(정보통신부·한국인터넷진흥원, 2004).

공무원 등 직업인과 대학생을 동시에 표본으로 삼는 것은 한쪽 집단, 즉 공무원이 나 대학생 집단에서 획일적 성향을 보이면서 객관적 조사가 이뤄지지 않을 가능성에 대비하는 차원도 감안됐다. 다시 이를 종합하면 이번 조사는 제주도내에 거주하는 대학생과 공무원 집단을 중심으로 이뤄졌으며, 이중 인터넷신문을 접한 경험이 있는 지를 먼저 묻고, '구독한 경험이 있다'고 응답한 수용자를 대상으로 표본을 추출했다.

대학생집단의 경우 제주대학교에 재학 중인 학생을 중심으로 이뤄졌으며, 공무원 집단의 경우 제주도를 비롯한 제주도의회, 제주시, 서귀포시, 북제주군, 남제주군, 제주도교육청, 제주해양경찰서, 제주도여성문화센터, 제주도농업기술원, 제주해양경찰서, 제주도소방재난관리본부 등에 근무하는 공무원을 선별했다. 또한 조사의 객관성 및 타당성을 높이기 위해 30명을 대상으로 사전 테스트를 실시해 설문지의 미비점을 보완했다.

설문조사는 2005년 10월11일부터 15일까지 프리테스트를 거친 후, 10월 17일부터 22일까지 이뤄졌다. 최종 설문 표본은 395명이었으며, 이중 불성실 응답 9부를 제외한 386부를 최종 분석했다. 최종 표본을 인구통계학적 특성으로 살펴보면 다음 <표 7>, <표 8>, <표 9>, <표 10>과 같다.

**<표 7> 표본의 성별 분류**

	빈도(명)	비율(%)
남자	217	57.0
여자	164	43.0
합계	381	100.0

\*결측 5명



<표 8> 표본의 연령별 분류

	빈도(명)	비율(%)
20대	190	49.7
30대	88	23.0
40대	86	22.5
50대	18	4.7
합계	382	100.0

\*결측 4명

<표 9> 표본의 직업별 분류

	빈도(명)	비율(%)
학생	163	42.7
공무원	152	39.8
사무직	26	6.8
자영업	1	.3
전문직	15	3.9
주부	7	1.8
1차산업	1	.3
기타	17	4.5
합계	382	100.0

\*결측 4명

<표 10> 표본의 학력별 분류

	빈도	비율(%)
고졸이하	39	10.3
전문대졸이하	46	12.1
대졸이하	252	66.3
대학원이상	39	10.3
기타	4	1.1
합계	380	100.0

\*결측 6명

### 3. 설문지의 구성

본 연구에서 사용된 설문은 기존 문헌조사를 통해 추출된 공신력 요인을 묻는 다양한 문항으로 구성, 폐쇄형 질문으로 꾸몄다. 폐쇄형 질문은 5점척도로 구성했다.

설문내용은 인터넷신문의 이용과 관련한 사항들을 먼저 묻는 질문, 공신력 평가와의 연계성을 살펴보기 위한 인터넷신문 이용동기, 인터넷신문의 유형 및 매체별 공신력 요인측정을 위한 문항, 인구통계학적 속성 등을 묻는 질문들로 구성됐다.

<부록 참조>

### 4. 자료분석

수집된 자료는 'SPSS version 10.0 for Windows' 통계 프로그램을 이용하여 분석했다. 연구결과 중 일반적 이용현황 및 인구통계학적 특성 등은 빈도분석(Frequency Analysis)을, 종속형 인터넷신문과 독립형 인터넷신문의 공신력 측정 및 이용동기에 따른 공신력 평가 등은 대응표본 T-분석(Paired T-test) 등을 통해 이뤄졌다.

인터넷신문의 매체별 공신력 측정에 있어서는 Friedman 검증 방법으로 분석됐다.

## 제 4 장 연구결과

### 제 1 절 표본의 특성

#### 1. 뉴스정보 주 이용 매체

본 연구의 표본인 대상자들은 뉴스를 보기위한 주 이용매체로 인터넷에 대한 선호가 뚜렷한 것으로 조사됐다. <표 11>에서와 같이 뉴스정보를 얻기 위해 주로 이용하는 매체로는 인터넷이 64.2%로 가장 높았다. 다음으로 TV 20.2%, 인쇄신문 13.7%, 라디오 0.8%, 잡지 0.3% 순이다.

<표 11> 뉴스정보 얻기 위해 주로 이용하는 매체

매체	빈도(명)	비율(%)
TV	78	20.2
인쇄신문	53	13.7
인터넷	248	64.2
라디오	3	.8
잡지	1	.3
무응답	3	.8
합계	386	100.0

#### 2. 제주지역 인터넷신문 이용도

본 연구에서는 공신력 측정에 앞서 제주지역 인터넷신문 중 주로 어떤 매체를 이용하는가에 대해 살펴보았다. 그 결과 아래 <표 12>에서와 같이 단일 매체에서는 제주소리 21.5%로 가장 많았다. 다음으로 한라일보 인터넷신문 12.7%, 제주일보

인터넷신문 7.5%, 미디어제주 4.9%, 제민일보 인터넷신문 3.6%, 제주투데이 2.6%, 제주타임스 인터넷신문 0.8% 등의 순으로 응답했다.

주 이용매체가 복수로 응답한 표본 중에서는 7개 인터넷신문을 모두 이용한다는 응답이 18.1%로 조사됐다. 이어 종속형 인터넷신문(제민일보, 제주일보, 한라일보, 제주타임스)을 중심으로 주로 본다는 응답자는 9.3%, 독립형 인터넷신문(미디어제주, 제주의소리, 제주투데이)을 중심으로 이용하고 있다는 응답자는 4.9%로 조사됐다. 여기서 '기타' 응답자 11.4%의 경우 대부분 네이버와 다음 등 포털사이트를 통해 제주 인터넷뉴스를 보고 있다고 답했다.

**<표 12> 제주지역 인터넷신문 중 주로 이용하는 매체**

매체	빈도(명)	비율(%)
제민일보 인터넷신문	14	3.6
제주일보 인터넷신문	29	7.5
제주타임스 인터넷신문	3	.8
한라일보 인터넷신문	49	12.7
미디어제주	19	4.9
제주의소리	83	21.5
제주투데이	10	2.6
종속형 인터넷신문 위주로 구독 (제민일보, 제주일보, 제주타임스, 한라일보)	36	9.3
독립형 인터넷신문 위주로 구독 (미디어제주, 제주의소리, 제주투데이)	19	4.9
모든매체 골고루 이용	70	18.1
기타	44	11.4
무응답	10	2.6
합계	386	100.0

### 3. 인터넷신문의 이용빈도 및 이용시간

<표 13>에서와 같이, 본 연구의 표본인 대상자들 중 54.1%는 거의 매일 인터넷신문을 이용하고 있는 것으로 조사됐다. 또 주 2-3회 정도 이용한다는 응답자는 17.6%에 달했는데, 주 1회 정도 본다 12.2%, 한달에 1-2회 정도 본다 7.8%, 일년에 몇 번 본다 7.5%순이다.

<표 13> 인터넷신문의 이용빈도

이용빈도	빈도(명)	비율(%)
거의 매일	209	54.1
주 2-3회	68	17.6
주 1회정도	47	12.2
한달에 1-2회정도	30	7.8
일년에 몇번	29	7.5
무응답	3	.8
합계	386	100.0

이용기간은 1년이상 되었다는 응답자가 61.4%(2년이상 36.3%, 1년이상 25.1%)로 가장 많았고, 1년 이내 12.7%, 6개월 이내 8.5%, 3개월 이내 4.9%, 2개월 이내 2.3%, 1개월 이내 9.1% 순이다. 이를 정리해보면 <표 14>와 같다.

<표 14> 인터넷신문의 이용기간

이용기간	빈도(명)	비율(%)
1개월이내	35	9.1
2개월이내	9	2.3
3개월이내	19	4.9
6개월이내	33	8.5
1년이내	49	12.7
1년이상	97	25.1
2년이상	140	36.3
무응답	4	1.0
합계	386	100.0

<표 15>에서와 같이, 하루 인터넷신문 이용시간은 1시간 이내가 83.2%(30분 이내 49.0%, 30분-1시간 34.2%)로 가장 많았다. 다음으로 1-2시간 10.6%, 2-3시간 2.1%, 3시간 이상 2.6% 등으로 조사됐다.

**<표 15> 하루 인터넷신문 이용시간**

이용시간	빈도(명)	비율(%)
30분이내	189	49.0
30분-1시간이내	132	34.2
1-2시간이내	41	10.6
2-3시간이내	8	2.1
3시간이상	10	2.6
무응답	6	1.6
합계	386	100.0

인터넷 이용장소로는 52.3%가 직장이라고 응답했고, 집 35.5%, 학교 8.3%, 편의점 등 인터넷설치장소 1.3%, PC방 1.0% 등으로 조사됐다. <표 16> 참조.

**<표 16> 인터넷 이용장소**

	빈도(명)	비율(%)
집	137	35.5
학교	32	8.3
직장	202	52.3
PC방	4	1.0
인터넷설치장소	5	1.3
기타	3	.8
무응답	3	.8
합계	386	100.0

## 제 2 절 연구문제 및 가설의 검증 결과

### 1. <연구문제 1>과 가설의 검증

<연구문제 1> 지역언론에 있어서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가는 어떠한 차이를 보이는가?

<가설 1-1> 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 전문성에는 차이가 있을 것이다.

<가설 1-2> 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문 이용자의 신뢰성에는 차이가 있을 것이다.

<가설 1-3> 인터넷신문 매체별 공신력 평가는 유의미한 차이가 있을 것이다.

<연구문제 1>은 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가 간의 차이가 있는지를 검증하기 위해 설정된 것이다. 즉, 이 두 유형의 매체가 공신력의 구성요인인 ‘전문성’과 ‘신뢰성’에 있어서 이용자들로부터 어떻게 인식되고 있는지를 먼저 살펴보고, 매체별로는 전반적인 공신력평가를 어떻게 받고 있는지를 살펴보고자 한 것이다.

이를 위해 앞서 정리한 12개 측정항목을 대상으로 분석을 실시했다. 이 분석에 있어서는 전문성과 신뢰성 평가에 있어서는 대응표본 T-검증(Paired T-test), 매체별 공신력 평가에 있어서는 Friedman 검증을 각각 사용했다.

#### 1) 가설 <1-1>의 검증 결과

독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 전문성 평가에 차이가 있을 것이라는 가설<1-1>은 지지되었다. 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 전문성 평가 간의 차이가 있는지 검증하기 위하여 대응표본 T-검증(Paired T-test)을 실시했다.

이 결과 <표 17>에서와 같이, 종속형 인터넷신문과 독립형 인터넷신문 집단 간에 유의수준 5%에서 통계적으로 유의적인 차이를 보였다( $t=-3.781$ ;  $p=0.000$ ). 즉, 독

립형 인터넷신문에 대한 전문성 평가가 종속형 인터넷신문에 대한 전문성 평가보다 더 높다고 볼 수 있다.

**<표 17> 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 전문성 차이 검증  
(기술통계량 및 대응표본 T-검증 결과표)**

구 분	N	평균	표준편차	대응차		t	유의확률 (양쪽)	
				평균	표준편차			
대 응	종속형 인터넷신문(전문성)	368	2.8976	.6586	-.1327	.6733	-3.781	.000
	독립형 인터넷신문(전문성)	368	3.0303	.6853				

결론적으로, 앞서 조작적 정의에서 정리한 바와 같이 전문성 요인으로 유목화한 ‘전문적인’, ‘신속한’, ‘다양한’, ‘숙련된’, ‘권위있는’, ‘심층적인’ 등 6개 항목에 있어서 본 연구 표본은 종속형 인터넷신문보다 독립형 인터넷신문에 보다 많은 점수를 주었다.

이는 실시간 보도를 지향하는 독립형 인터넷신문이 갖는 신속성 등의 매체 특성에 대한 이미지가 이용자들에게 형성돼 있음을 보여주는 것이라 할 수 있다. 종속형 인터넷신문이 인쇄신문에도 기사를 내보낼 것을 감안해 사전에 기사 자수 및 이미지 게재 등에 제한을 두는 반면 독립형 인터넷신문의 경우 아무런 제약없이 각 기사마다 내용을 구체화하는 방식의 심층성 면이 이용자들로부터 ‘전문성’을 높게 평가받았다고 볼 수도 있다.

## 2) 가설 <1-2>의 검증 결과

독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 신뢰성 평가에 차이가 있을 것이라는 가설 <1-2>는 지지되지 않았다. 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 신뢰성 평가 간의 차이가 있는지 검증하기 위하여 대응표본 T-검증(Paired T-test)을 실시했다. 그 결과, <표 18>에서와 같이 종속형 인터넷신문과 독립형 인터넷신문 집단 간에 유의수준 5%에서 통계적으로 유의적인 차이를 보이지 않았다( $t=0.849$ ;  $p=0.397$ ). 즉, 독립형 인터넷신문에 대한 신뢰성 평가와 종속형 인터넷신문에 대한



신뢰성 평가 간에 차이가 없는 것으로 나타났다.

**<표 18> 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 신뢰성 차이 검증  
(기술통계량 및 대응표본 T-검증 결과표)**

구 분	N	평균	표준편차	대응차		t	유의확률 (양쪽)	
				평균	표준편차			
대 응	종속형 인터넷신문(신뢰성)	372	3.0246	.6300	0.02867	.6516	.849	.397
	독립형 인터넷신문(신뢰성)	372	2.9960	.6808				

그러나 앞서 전문성 평가에서는 독립형 인터넷신문이 종속형 인터넷신문에 비해 유의미하게 높은 점수를 받았는데, 신뢰성 평가에서는 유의미하지는 않으나 종속형 인터넷신문의 평균이 독립형 인터넷신문보다 조금 높게 나왔다.

신뢰성의 평가 유목은 ‘공정한’, ‘믿을 수 있는’, ‘정확한’, ‘객관적인’, ‘합리적인’, ‘편향적이지 않은’ 등 6개 항목이다. 이는 전통과 엄격한 게이트키퍼 과정을 거치는 종속형 인터넷신문에 대한 이용자들의 믿음이 작용했다고 보여진다. 아직까지 독립형 인터넷신문은 믿을 만한 기사라는 인식을 이용자들에게 확고히 심어주지 못하고 있다는 반증으로 풀이될 수도 있다.

### 3) 가설 <1-3>의 검증 결과

인터넷신문 매체별로 공신력 평가에 차이가 있을 것이라는 가설 <1-3>은 지지되었다.

각 인터넷신문별로 공신력 평가의 차이가 있는지 검증하기 위하여 Friedman 검증을 실시한 결과, <표 19>에서와 같이, 각 인터넷신문 집단 간에 유의수준 5%에서 통계적으로 유의적인 차이를 보였다(카이제곱=78.218; p=0.000).

구체적으로 평균순위를 기준으로 살펴보면, 한라일보>제주일보>제주의소리>제민일보>미디어제주>제주투데이>제주타임스 순으로 인터넷신문에 대한 공신력을 평가하고 있다.

**<표 19> 인터넷신문 매체별 공신력 차이 검증  
(기술통계량 및 Friedman 검정 결과표)**

인터넷신문	통계량	N	평균	표준편차	평균순위	카이제곱	근사유의확률
제민일보(공신력)		317	2.9706	.5561	4.07	78.218	.000
제주일보(공신력)		317	3.0255	.5819	4.34		
제주타임스(공신력)		317	2.8252	.6179	3.26		
한라일보(공신력)		317	3.0465	.5803	4.36		
미디어제주(공신력)		317	2.9359	.6022	3.85		
제주의소리(공신력)		317	3.0197	.6373	4.29		
제주투데이(공신력)		317	2.9264	.5846	3.83		

이같은 분석결과는 앞선 <가설 1-1> 및 <가설 1-2>의 검증결과와는 다소 차이가 있는 것으로도 볼 수 있다. 즉, 전문성 평가에서는 독립형 인터넷신문이 종속형 인터넷신문에 비해 유의미하게 앞섰고, 신뢰성 평가에서는 유의미한 차이가 없는 것으로 분석됐으나 매체별 전반적인 공신력 평가에 있어서는 종속형 인터넷신문 매체인 한라일보와 제주일보의 공신력 평가가 상대적으로 높았다. 이는 매체를 종속형과 독립형 등 유형별로 분류해 이미지를 평가하게 할 때와, 각각의 매체별로 평가하게 할 때 다른 결과가 나타날 수 있음을 보여주는 것이라 하겠다.

## 2. <연구문제 2>와 가설의 검증

<연구문제 2> 인터넷신문 이용동기(도구적/관행적)는 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 있어서 어떠한 차이를 보이는가?

<가설 2-1> 관행적 이용동기가 높은 이용자들은 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 유의미한 차이를 보일 것이다.

<가설 2-2> 도구적 이용동기가 높은 이용자들은 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 유의미한 차이를 보일 것이다.

<연구문제 2>는 인터넷신문 이용동기, 즉 관행적 이용동기를 가진 이용자와 도구적 이용동기를 가진 이용자들은 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 있어서 어떠한 차이를 보이는지를 알아보기 위해 설정된 것이다.

이와 관련해 국내 선행연구에서는 도구적으로 이용하는 사람들의 경우 관행적으로 이용하는 사람들보다 인쇄신문에 비해 인터넷신문에 더 높은 공신력을 부여하고 있는 점이 확인됐다(안주아·김봉섭, 2003; 김광재, 2001). 여기서는 인터넷신문과 인쇄신문이 아니라 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문을 놓고 이용동기에 따른 공신력 평가를 할 경우, 관행적 이용동기를 가진 이용자들은 인쇄신문의 연장선상인 종속형 인터넷신문에 더 높은 공신력을 부여하는지에 주목하고자 했다. 또 도구적 이용동기를 가진 이용자들은 독립형 인터넷신문에 더 높은 공신력을 부여할지에 대해 살펴보고자 했다.

<연구문제 2>의 인터넷신문에 대한 관행적/도구적 이용동기가 인터넷신문의 공신력 평가에 어떤 변인으로 작용하는지를 살펴보기 위해 관행적 이용동기와 도구적 이용동기 측정항목 10가지를 대상으로 대응표본 T-검증(Paired T-test)을 실시했다.

### 1) 가설 <2-1>의 검증 결과

인터넷신문에 대한 관행적 이용동기가 높은 이용자들은 독립형 인터넷신문과 종속

형 인터넷신문의 공신력 평가에 차이가 있을 것이라는 가설 <2-1>은 지지되지 않았다.

관행적 이용동기가 높은 이용자들을 대상으로 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가 간의 차이가 있는지 검증하기 위하여 대응표본 T-검증(Paired T-test)을 실시한 결과, 아래 <표 20>에서와 같이 종속형 인터넷신문과 독립형 인터넷신문 집단 간에 유의수준 5%에서 통계적으로 유의적인 차이를 보이지 않았다( $t=0.102$ ;  $p=0.919$ ).

**<표 20> 관행적 이용동기에 따른 공신력 평가 차이 검증결과  
(기술통계량 및 대응표본 T-검증 결과표)**

구 분	N	평균	표준편차	대응차		t	유의확률 (양쪽)	
				평균	표준편차			
대 응	종속형 인터넷신문(공신력)	80	2.9833	.4869	0.0052	.4586	.102	.919
	독립형 인터넷신문(공신력)	80	2.9781	.5230				

즉, 미디어의 내용적인 특성과 직접적인 관련이 없는 ‘무료함을 잊기위해’, ‘잡다한 일들로부터 벗어나기 위해’, ‘외로움을 해소하기 위해’, ‘재미있기 때문에’, ‘그저 습관적으로’ 등 내용 외적 가치에 중심을 두고 매체를 활용하는 관행적 이용동기가 높은 이용자들은 인터넷신문에 대한 공신력 평가에 있어서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문 간에 차이를 나타내지 않았다. 다만 평균점수에 있어서 관행적 이용동기가 높은 이용자들은 종속형 인터넷신문에 약간 높은 점수를 부여했으나 유의미하지는 않았다.

## 2) 가설 <2-2>의 검증 결과

인터넷신문에 대한 도구적 이용동기가 높은 이용자들은 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문에 공신력 평가에 차이가 있을 것이라는 가설 <2-2>는 지지되었다.

도구적 이용동기가 높은 이용자들을 대상으로 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가 간의 차이가 있는지 검증하기 위하여 대응표본 T-검증

(Paired T-test)을 실시한 결과, 위의 <표 21>에서와 같이 종속형 인터넷신문과 독립형 인터넷신문 집단 간에 유의수준 5%에서 통계적으로 유의적인 차이를 보였다 ( $t=-2.621$ ;  $p=0.009$ ).

**<표 21> 도구적 이용동기에 따른 공신력 평가 차이 검증결과  
(기술통계량 및 대응표본 T-검증 결과표)**

구 분	N	평균	표준편차	대응차		t	유의 확률 (양쪽)	
				평균	표준편차			
대 응	종속형 인터넷신문(공신력)	281	3.0053	.5775	-0.08807	.5634	-2.621	.009
	독립형 인터넷신문(공신력)	281	3.0934	.6045				

즉, 다양한 미디어 메시지 중에서 특정내용, 이슈, 주제 등을 찾아서 읽거나 보는 구체적인 미디어 이용행위를 뜻하는 도구적 이용동기가 높은 이용자들은 인터넷신문에 대한 공신력 평가에 있어서 종속형 인터넷신문 보다 독립형 인터넷신문에 높은 공신력을 부여한다고 볼 수 있다.

### 3. <연구문제 3> 관련 결과

<연구문제 3> 이용경험과 연령, 직업별 특성 등에 따라 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가는 어떠한 차이를 보이는가?

<가설 3-1> 이용경험이 많은 장기 이용자들은 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 유의미한 차이를 보일 것이다.

<가설 3-2> 성별에 있어서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문은 공신력 평가에 유의미한 차이를 보일 것이다.

<가설 3-3> 이용자의 직업적 특성에 있어서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문은 공신력 평가에 유의미한 차이를 보일 것이다.

<연구문제 3>은 공신력을 평가하는데 있어 나타날 수 있는 다양한 변인 중 이용자 특성에 따른 영향을 살펴보기 위해 설정된 것이다. 즉, 이용자 특성 가운데서도 장기이용여부, 성별, 직업별 특성 등에 따라 공신력 평가가 어떻게 달라지는지를 살펴보고자 했다. 우선, 이용경험과 관련해서는 앞선 선행연구를 통해, 인터넷신문 이용경험이 많고 노출정도가 높은 이용자들이 그렇지 않은 이용자에 비해 인쇄신문보다 인터넷신문에 높은 공신력을 부여한 점이 확인됐다. 그 중 경험이 많은 중이용자일 수록 인쇄신문보다 인터넷신문에 더욱 많은 공신력을 부여하는 것으로 나타났다(Flanagin & Metzger, 2000). 이러한 점에 주목하며 인터넷신문에 대한 장기이용 경험자들의 독립형 인터넷신문과 인쇄신문의 연장선상인 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 어떠한 차이가 있는지를 분석해 보았다.

<연구문제 3>의 이용경험과 연령, 성별 등에 따른 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가 차이를 살펴보기 위해 대응표본 T-검증(Paired T-test)을 실시했다.

#### 1) 가설 <3-1>의 검증 결과

선행연구에서는 이용자들의 이용경험에 따라 인터넷에 공신력을 부여하는 정도가 다른 것으로 나타났는데, 경험이 많은 중이용자일 수록 인쇄신문보다 인터넷신문에 더욱 많은 공신력을 부여하는 것으로 나타났다(Flanagin & Metzger, 2000).

이러한 점에 주목하며 인터넷신문에 대한 장기이용 경험자들의 독립형 인터넷신문과 인쇄신문의 연장선상인 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 어떠한 차이가 있는지를 분석해 보았다.

인터넷신문에 대한 장기이용 경험자(1년이상 이용자)들을 대상으로 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 차이가 있는지 검증하기 위하여 대응표본 T-검증(Paired T-test)을 실시했다.

그 결과 아래 <표 22>에서와 같이 가설 <3-1>은 지지되지 않았다. 종속형 인터넷신문과 독립형 인터넷신문 집단 간에 유의수준 5%에서 통계적으로 유의적인 차이를 보이지 않았다( $t=-1.263$ ;  $p=0.208$ ).

**<표 22> 장기이용자의 공신력 평가 차이 검증결과**  
(기술통계량 및 대응표본 T-검증 결과표)

구 분	N	평균	표준편차	대응차		t	유의확률 (양쪽)	
				평균	표준편차			
대 응	종속형 인터넷신문(공신력)	223	2.9832	.5829	-0.0463	.5480	-1.263	.208
	독립형 인터넷신문(공신력)	223	3.0295	.6240				

즉, 공신력 평가의 변인 중 하나인 이용경험에 따른 공신력 평가가 어떻게 달라 지를 살펴보기 위해 1년 이상의 장기이용자를 대상으로 공신력을 평가내용을 분석했 으나 독립형 인터넷신문에 대한 공신력 평가와 종속형 인터넷신문에 대한 공신력 평가 간에는 차이가 없는 것으로 나타났다.

다만 장기이용자들의 경우 종속형 인터넷신문 보다 독립형 인터넷신문에 보다 높 은 평균점수를 부여했으나 그 차이는 유의미한 수준이 아니었다.



2) 가설 <3-2>의 검증 결과

공신력 평가의 변인 중 하나인 이용자 특성 중 성별에 따른 차이를 알아보기 위 해 남성과 여성의 공신력 평가 차이를 분석해 보았다.

그 결과 먼저 아래 <표 23>에서와 같이 남성의 경우 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 차이가 있을 것이라는 가설 <3-2>는 지지되었다.

**<표 23> 남성에 있어서 공신력 평가 차이 검증결과**  
(기술통계량 및 대응표본 T-검증 결과표)

구 분	N	평균	표준편차	대응차		t	유의확률 (양쪽)	
				평균	표준편차			
대 응	종속형 인터넷신문(공신력)	209	2.9825	.6176	-0.0805	.5139	-2.266	.025
	독립형 인터넷신문(공신력)	209	3.0630	.6470				

남성들을 대상으로 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 차이가 있는지 검증하기 위하여 대응표본 T-검증(Paired T-test)을 실시한 결과, 종속형 인터넷신문과 독립형 인터넷신문 집단 간에 유의수준 5%에서 통계적으로 유의적인 차이를 보였다( $t=-2.266$ ;  $p=0.025$ ). 즉, 남성에게 있어서는 독립형 인터넷신문에 대한 공신력 평가가 종속형 인터넷신문에 대한 공신력 평가보다 더 높다고 볼 수 있다.

이어 여성들을 대상으로 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 차이가 있는지 검증하기 위하여 대응표본 T-검증(Paired T-test)을 실시했다. 그 결과 아래 <표 24>와 같이 종속형 인터넷신문과 독립형 인터넷신문 집단 간에 유의수준 5%에서 통계적으로 유의적인 차이를 보이지 않았다( $t=-.112$ ;  $p=0.911$ ).

**<표 24> 여성에 있어서 공신력 평가 차이 검증결과  
(기술통계량 및 대응표본 T-검증 결과표)**

구 분	N	평균	표준편차	대응차		t	유의확률 (양쪽)	
				평균	표준편차			
대 응	종속형 인터넷신문(공신력)	155	2.9366	.5074	-.0053	.5971	-.112	.911
	독립형 인터넷신문(공신력)	155	2.9419	.5782				

즉, 여성들은 인터넷신문에 대한 공신력 평가에 있어서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문 간에 차이를 나타내지 않았다. 따라서 여성의 경우 가설 <3-2>는 지지되지 않았다. 다만, 평균점수에 있어서는 독립형 인터넷신문이 종속형 인터넷신문에 비해 높았으나 유의미하지는 않았다.

### 3) 가설 <3-3>의 검증 결과

이용자 특성 중 직업별에 있어서 공무원과 대학생 집단의 인터넷신문 공신력을 분석해 보았다. 먼저 공무원들을 대상으로 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 차이가 있는지 검증하기 위하여 대응표본 T-검증(Paired T-test)을 실시했다. 그 결과 아래 <표 25>에서와 같이, 종속형 인터넷신문과 독립형 인터넷신문 집



단 간에 유의수준 5%에서 통계적으로 유의적인 차이를 보였다( $t=-3.244$ ;  $p=0.001$ ).

**<표 25> 공무원에 있어서 공신력 평가 차이 검증결과  
(기술통계량 및 대응표본 T-검증 결과표)**

구 분	N	평균	표준편차	대응차		t	유의확률 (양쪽)	
				평균	표준편차			
대 응	종속형 인터넷신문(공신력)	146	3.0120	.6688	-.1587	.5910	-3.244	.001
	독립형 인터넷신문(공신력)	146	3.1707	.6977				

즉, 공무원들에 있어서는 인터넷신문에 대한 공신력 평가에 있어서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문 간에 차이를 보이고 있는데, 독립형 인터넷신문에 대한 공신력 평가가 종속형 인터넷신문에 대한 공신력 평가보다 더 높게 나타났다. 따라서 공무원의 경우 가설 <3-3>은 지지되었다.

이어 대학생들을 대상으로 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 차이가 있는지 검증하기 위하여 대응표본 T-검증(Paired T-test)을 실시했다.

그 결과 아래 <표 26>에서와 같이 종속형 인터넷신문과 독립형 인터넷신문 집단 간에 유의수준 5%에서 통계적으로 유의적인 차이를 보였다( $t=3.053$ ;  $p=0.003$ ).

**<표 26> 대학생에 있어서 공신력 평가 차이 검증결과  
(기술통계량 및 대응표본 T-검증 결과표)**

구 분	N	평균	표준편차	대응차		t	유의확률 (양쪽)	
				평균	표준편차			
대 응	종속형 인터넷신문(공신력)	156	3.0011	.4850	.1058	.4327	3.053	.003
	독립형 인터넷신문(공신력)	156	2.8953	.5142				

즉, 대학생들에 있어서는 인터넷신문에 대한 공신력 평가에 있어서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문 간에 차이를 보이고 있는데, 종속형 인터넷신문에 대한 공신력 평가가 독립형 인터넷신문에 대한 공신력 평가보다 더 높게 나타났다. 따라서 대학생의 경우에 있어서도 <가설 3-3>은 지지되었다.



## 제 5 장 결론

### 제 1 절 연구결과의 요약 및 결론

공신력이란 앞서 정리한 바와 같이 커뮤니케이션 과정에서 나타나는 수용자의 인식을 기반으로 해 나타나는 주관적인 개념이다. 즉, 수용자들이 그 커뮤니케이터들에게 가지는 인식 내지 이미지라고 할 수 있다. 주로 메시지에 대한 수용자들의 수용태도, 커뮤니케이션 효과에 정적 또는 부적인 영향을 미치는 바의 정보원의 속성이라고 설명할 수 있다.

이 연구는 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력을 비교해 차이점을 살펴보고자 했다. TV나 신문 등 기존매체들에 대한 신뢰도 내지 공신력에 관한 조사 및 연구는 꾸준히 이뤄지고 있으나 인터넷신문에 대한 공신력 평가는 극히 드물게 이뤄지고 있는 현실에서 이 연구는 출발됐다. 사실 인터넷신문 이용자가 급격히 증가하면서, 2005년 7월 개정된 신문법에 의해 신문등록이 가능하도록 법제화가 됐으나 인터넷신문 공신력에 대한 평가는 체계적으로 수행되지 못하는게 현실이다.

그동안 인터넷신문의 공신력 평가와 관련해서는 선행연구가 일부 있었다. 그러나 인쇄신문과 인쇄신문의 연장선상인 종속형 인터넷신문과 비교하는 경우가 대부분이었다. 일정한 지역 범주 속에서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력을 비교평가하는 연구는 거의 찾아볼 수 없었다. 따라서 지역언론이라는 지역적 범주를 설정하고 그 속에서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력평가는 의미가 있다고 하겠다.

이 연구에서는 개정된 신문법에 의해 2005년 10월 현재 '인터넷신문'으로 등록한 제주지역의 3개 독립형 인터넷신문과, 역시 제주지역에서 발행되는 4개 일간지의 종속형 인터넷신문을 연구대상으로 설정했다. 이를 위해 공신력의 개념과 선행연구를 살펴봤다. 또한 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 구성요인의 차이를 의미분별척도를 통해 측정하기 위해 기존 문헌검토를 통해 '전문성'과 '신뢰

성' 등 두 범주를 설정하고 선행 연구자들이 공통적으로 사용했던 그에 따른 세부 항목 12가지를 선정했다.

전문성 요인에서는 '전문적인', '신속한', '다양한', '숙련된', '권위있는', '심층적인' 등 6개 항목이 유목화 됐다. 신뢰성 요인에서는 '공정한', '믿을 수 있는', '정확한', '객관적인', '합리적인', '편향적이지 않은' 등 6개 항목이 선정됐다. 이를 바탕으로 해 우선 이용자들이 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문에 대해 공신력을 어떻게 평가하고 있는지를 살펴봤다. 또한 독립형과 종속형의 2가지 유형의 틀 속에서의 공신력 평가와 매체별 평가가 어떻게 다른지도 분석했다. 공신력평가가 여러 가지 변인들에 따라 어떻게 달라지를 살펴보기 위해 이용동기 및 이용자특성에 따른 공신력 평가의 차이도 알아봤다. 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

## 1. <연구문제 1>에 대한 결론

<연구문제 1>의 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가 간의 차이가 있는지를 검증하기 위하여 앞서 정리한 12개 측정항목을 대상으로 분석을 실시했다. 이 분석은 대응표본 T-검증(Paired T-test) 방법으로 전문성과 신뢰성 요인으로 나눠 살펴보았다. 이 결과 첫 번째 '전문적인', '신속한', '다양한', '숙련된', '권위있는', '심층적인' 등 6개 항목으로 유목화한 전문성 요인에 있어서는 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 평가에 유의미한 차이가 발견되었다. 즉, 독립형 인터넷신문에 대한 전문성 평가가 종속형 인터넷신문에 대한 전문성 평가보다 더 높게 나타났다. 전문성 요인에서 독립형 인터넷신문이 종속형 인터넷신문 보다 높은 공신력 평가를 부여받은 것은 실시간 보도를 지향하는 독립형 인터넷신문이 갖는 신속성 등의 매체 특성에 대한 이미지가 이용자들에게 형성돼 있음을 보여주는 것으로 풀이할 수 있다. 종속형 인터넷신문이 인쇄신문에도 기사를 내보낼 것을 감안해 사전에 기사 자수 및 이미지 게재 등에 제한을 두는 반면 독립형 인터넷신문의 경우 아무런 제약없이 각 기사마다 내용을 구체화하는 방식의 심층성 면이 이용자들로부터 '전문성'을 높게 평가받았다고 볼 수도 있다.

그러나 두번째 ‘공정한’, ‘믿을 수 있는’, ‘정확한’, ‘객관적인’, ‘합리적인’, ‘편향적이지 않은’ 등 6개 항목으로 유목화한 신뢰성 요인에 있어서는 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 다만, 평균에 있어서 유의미한 정도는 아니었으나 종속형 인터넷신문이 독립형 인터넷신문을 약간 상회한 점은 전문성 평가결과와는 나름대로의 의미를 갖는다 하겠다. 즉, 전통과 엄격한 게이트키퍼 과정을 거치는 종속형 인터넷신문에 대한 이용자들의 믿음이 작용했다고 보여진다. 아직까지 독립형 인터넷신문은 믿을 만한 기사의 내용이라는 인식을 이용자들에게 확고히 심어주지 못하고 있다는 반증으로 풀이될 수도 있다.

세 번째, 연구대상으로 설정한 7개 인터넷신문별 공신력 평가에 있어서는 유의적인 차이를 보였다. 구체적으로 매체별 공신력 평가에 있어서는 한라일보>제주일보>제주의소리>제민일보>미디어제주>제주투데이>제주타임스 순으로 인터넷신문에 대한 공신력을 평가하고 있는 것으로 나타났다. 이같은 분석결과는 앞선 <가설 1-1> 및 <가설 1-2>의 검증결과와는 다소 차이가 있는 것으로도 볼 수 있다. 즉, 전문성 평가에서는 독립형 인터넷신문이 종속형 인터넷신문에 비해 유의미하게 앞섰고, 신뢰성 평가에서는 유의미한 차이가 없는 것으로 분석됐으나 매체별 전반적인 공신력 평가에 있어서는 종속형 인터넷신문 매체인 한라일보와 제주일보의 공신력 평가가 상대적으로 높았다.

이는 매체를 종속형과 독립형 등 유형별로 분류해 포괄적으로 이미지를 평가하게 할 때와, 각각의 매체별로 평가하게 할 때 각기 다르게 나타날 수 있음을 보여주는 것이라 하겠다. 이러한 분석결과는 각 인터넷신문 매체가 갖는 이미지가 이용자에 따라 다양하게 인식되고 있는데 따른 것으로 분석된다.

<연구문제 1>을 종합해보면, 인터넷신문 이용자들은 전문성에 있어서는 독립형 인터넷신문을 높게 평가하나 신뢰성에 있어서는 종속형 인터넷신문에 좀더 긍정적인 반응을 보인다고 정리할 수 있다. 또한 각각의 매체별 공신력 평가에 있어서는 종속형과 독립형으로 분류했을 때와는 다른 평가가 이뤄진다는 사실을 확인했다.

## 2. <연구문제 2>에 대한 결론

<연구문제 2>는 인터넷신문 이용동기, 즉 관행적 이용동기를 가진 이용자와 도구적 이용동기를 가진 이용자들은 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 있어서 어떠한 차이를 보이는지를 알아보기 위한 것으로, 대응표본 T-검증(Paired T-test)을 실시했다. 그 결과, 첫 번째 관행적 이용동기가 높은 이용자를 대상으로 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가 간의 차이에 있어서는 유의적인 차이를 보이지 않았다.

즉, 미디어의 내용적인 특성과 직접적인 관련이 없는 ‘무료함을 잊기위해’, ‘잡다한 일들로부터 벗어나기 위해’, ‘외로움을 해소하기 위해’, ‘재미있기 때문에’, ‘그저 습관적으로’ 등 내용 외적 가치에 중심을 두고 매체를 활용하는 관행적 이용동기가 높은 이용자들은 인터넷신문에 대한 공신력 평가에 있어서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문 간에 차이를 나타내지 않았다. 다만 평균점수에 있어서 관행적 이용동기가 높은 이용자들은 독립형 인터넷신문보다 종속형 인터넷신문에 약간 높은 점수를 부여했으나 유의미하지는 않았다. 따라서 인터넷신문에 대한 관행적 이용동기가 높은 이용자들은 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문에 공신력 평가에 차이가 있을 것이라는 가설<2-1>은 지지되지 않았다.

두 번째, 도구적 이용동기가 높은 이용자들을 대상으로 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가 간의 차이가 있는지 검증한 결과, 유의적인 차이를 보였다. 즉, 다양한 미디어 메시지 중에서 특정내용, 이슈, 주제 등을 찾아서 읽거나 보는 구체적인 미디어 이용행위를 뜻하는 도구적 이용동기가 높은 이용자들은 종속형 인터넷신문 보다 독립형 인터넷신문에 보다 높은 공신력을 평가했다. 따라서 인터넷신문에 대한 도구적 이용동기가 높은 이용자들은 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문에 공신력 평가에 차이가 있을 것이라는 가설 <2-2>는 지지되었다.

이상과 같이 <연구문제 2>의 결과를 종합해 보면, 관행적 이용동기를 지닌 이용자집단은 독립형 인터넷신문 보다 종속형 인터넷신문에 공신력을 다소 높게 평가하고 있으나 유의미하지는 않았다. 반대로 도구적 이용동기를 지닌 이용자집단의 경

우 종속형 인터넷신문 보다 독립형 인터넷신문에 공신력을 높이 평가했다.

이러한 결과는 관행적 이용동기를 지닌 이용자집단이 기존의 매체인 인쇄신문의 축적된 역사, 전통적인 측면을 높게 평가하면서 종속형 인터넷신문에 좀더 무게를 두는데 반해 도구적 이용동기를 지닌 이용자들은 인터넷신문이 갖는 기술, 내용의 다양성, 상호작용성 등 매체적 특성을 상대적으로 높게 평가했기 때문으로 풀이된다. 또한 이 결과는 종속형 인터넷신문을 인쇄신문의 연장선상이라는 점을 감안할 때, 관행적 이용자는 인쇄신문에, 도구적 이용자는 인터넷신문에 보다 높은 공신력을 부여했던 선행연구 결과와 부합하는 결과라 할 수 있다.

### 3. <연구문제 3>에 대한 결론

<연구문제 3>은 공신력을 평가하는데 있어 나타날 수 있는 다양한 변인 중 이용자 특성에 따른 영향을 살펴보기 위한 것으로, 이를 검증하기 위하여 대응표본 T-검증(Paired T-test)을 실시했다. 그 결과, 이용자 특성에 따라 여러 가지 차이가 발견되었다.

첫 번째 이용경험이 많은 장기 이용자에 있어서는 종속형 인터넷신문과 독립형 인터넷신문 집단 간에 유의적인 차이를 보이지 않았다. 즉, 공신력 평가의 변인 중 하나인 이용경험에 따른 공신력 평가가 어떻게 달라지를 살펴보기 위해 1년 이상의 장기이용자를 대상으로 공신력을 평가내용을 분석했으나 독립형 인터넷신문에 대한 공신력 평가와 종속형 인터넷신문에 대한 공신력 평가 간에는 차이가 없는 것으로 나타났다. 다만, 장기이용자들은 종속형 인터넷신문 보다 독립형 인터넷신문에 평균 점수를 높게 부여했지만 유의미한 차이는 없었다.

두 번째 가설은 성별에 따른 차이를 알아보기 위해 설정된 것으로, 남성과 여성을 구분하여 공신력의 차이를 분석해 보았다. 이 결과 남성의 경우 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 유의미한 차이를 보일 것이라는 가설은 지지되었다. 남성을 대상으로 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평

가에 차이가 있는지 검증하기 위하여 대응표본 T-검증(Paired T-test)을 실시했는데, 종속형 인터넷신문과 독립형 인터넷신문 집단 간에 통계적으로 유의적인 차이를 보인 것이다. 따라서 남성의 경우 종속형 인터넷신문 보다 독립형 인터넷신문에 보다 많은 공신력을 부여하고 있다고 볼 수 있다. 그러나 여성의 경우 공신력 평가에 있어 유의적인 차이를 보이지 않았다. 즉, 여성들은 인터넷신문에 대한 공신력 평가에 있어서 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문 간에 차이를 나타내지 않았다.

세 번째 가설은 직업별 이용자특성이 공신력 평가에 어떠한 차이를 보이는가를 알아보기 위해 설정된 것이다. 직업별 특성에 있어서는 이번 설문조사에서 주요 표본으로 삼았던 공무원과 대학생을 분류해 대응표본 T-검증(Paired T-test)을 실시했다. 이 결과 우선 공무원들의 경우 종속형 인터넷신문보다 독립형 인터넷신문에 보다 높은 점수를 부여했다. 그러나 대학생들의 경우 종속형 인터넷신문에 대한 공신력 평가가 독립형 인터넷신문에 대한 공신력 평가보다 더 높게 나타났다.

이 결과에서는 대부분 20대 초반인 대학생 집단이 종속형 인터넷신문에, 대부분 30대 이상인 공무원 집단이 독립형 인터넷신문에 보다 높은 점수를 부여한 점이 주목된다. 그 중에서도 공무원 집단의 경우 단순한 이용자로서가 아니라, 취재원으로서 언론에 보다 적극적으로 임하는 점을 감안하면 이러한 결과는 독립형 인터넷신문이 나름대로의 공신력을 평가받고 있다는 것을 보여주는 한 단면이라고 할 수 있다.

<연구문제 3>을 종합해보면, 이용자 특성 중 장기이용자의 공신력 평가에 있어 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문간에 유의미한 차이가 발견되지 않았으나, 성별에 있어서는 남성의 경우 유의미한 차이가 있다는 점을 알 수 있었다. 또 직업별에 있어서는 공무원과 대학생 집단이 서로 다른 공신력 평가를 보이고 있다는 것을 확인했다.

이상과 같이 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문의 공신력 평가에 대해 알아봤는데, 이 두 유형의 매체는 서로 공통점을 갖고 있으면서도 수용자들에게는 일정



부분 다른 평가를 받고 있다는 것을 알 수 있었다. 또 앞서 서론과 이론적 고찰에서 살펴봤듯이 독립형 인터넷신문이 갖고 있는 매체적 특성 중 가장 취약한 부분이 바로 이 공신력이었는데, 이번 연구조사에서는 종전 추론과는 달리 독립형 인터넷신문도 나름대로의 공신력을 평가받고 있다는 점을 알 수 있었다. 이는 독립형 인터넷신문이 초반 ‘게이트키퍼’ 과정의 부족한 점 등으로 인해 발생하는 기사의 신뢰성 문제 등이 상당부분 보완되어 가고 있다는 것을 보여주는 것이라 할 수 있다. 기사 자수 및 이미지 게재 등에 제한을 두지 않을 뿐만 아니라 실시간 보도 등을 지향하는 독립형 인터넷신문의 장점이 이용자들로부터 신속성과 심층성 등의 ‘전문성’을 높게 평가받고 있다고 볼 수 있다.

반대로 종속형 인터넷신문의 경우 지나친 ‘게이트키퍼’ 등으로 기사가 출고과정에서 상당부분 정화되어지고 축약되어지는 경향을 보이면서 오히려 이 부분이 기사의 전문성 및 전반적인 공신력 평가에 부정적 측면으로 작용한 것으로도 풀이될 수 있다.

결론적으로 독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문은 어느 한쪽에 뚜렷한 공신력을 갖고 있다고 하기 보다는 매체적 특성 및 이용자 특성에 따라 나름대로의 공신력 평가를 받고 있다고 정리할 수 있다. 이 두 유형의 매체가 앞으로 더욱 발전하기 위해서는 공신력 평가에서 나타난 부족한 부분을 채우려는 노력이 필요할 것이다.

## 제 2 절 연구의 한계 및 제언

독립형 인터넷신문과 종속형 인터넷신문이 이용자들로부터 어느 정도의 공신력을 부여받고 있는지를 과학적으로 측정해 보고자 한 것이 이 연구의 중심이었다. 지역 언론의 범주 속에서 2005년 들어서야 비로소 법적지위를 보장받게 된 독립형 인터넷신문과 기존 인쇄신문의 연장선상에 있는 종속형 인터넷신문을 비교하며 공신력을 측정해 보려는 시도는 그런대로 만족할 만한 연구결과로 나타났다. 그러나 본

연구를 수행함에 있어 문제점과 한계 또한 노출되었다. 그 중에서도 몇가지를 정리한다면 다음과 같다.

첫째, 공신력에 영향을 미칠 수 있는 이용자의 사회적 특성 또는 심리적 특성 등은 고려되지 못했다. 이용동기나 성별, 이용경험 외에도 사회적 특성과 심리적 특성 등도 공신력 측정에 변인으로 작용할 수 있음에도 이러한 점이 감안되지 못한 것이다. 특히 표본 중 공무원 집단의 경우 단순한 인터넷신문 이용자가 아니라 취재원으로서, 특정시기 및 상황에 따라 각 매체에 대한 이미지가 달리 나타날 수 있는데도 이러한 점이 고려되지 못했다.

둘째, 인터넷신문의 유형별로, 그리고 매체별로 공신력을 측정해내기는 했으나 그러한 공신력이 부여된 이유 등에 대한 조사가 추가되지 않아 공신력 평가결과에 대한 논의를 보다 과학적으로 구체화하는데 한계가 있었다. 이를테면 매체별에 있어서 한라일보>제주일보>제주의소리>제민일보>미디어제주>제주투데이>제주타임스 순으로 공신력이 평가됐으나 한라일보가 가장 높은 공신력을 받게 된 이유 등에 대한 조사가 뒷받침되지 못한 부분이 있었다.

셋째, 본 연구에서 공신력을 평가하기 위해 유목화한 항목들은 선행연구의 문헌 검토를 통해 선정된 것인데, 지역언론의 공신력을 평가하는데에 있어 이를 그대로 대입시켜 조사하는데는 무리가 있었다. 즉, 지역실정을 감안한 공신력 구성요인을 새롭게 분석해 보는 시도가 필요하다는 것이다.

따라서 앞으로 이와 관련한 연구를 좀더 발전적으로 수행하기 위한 제언을 한다면, 우선 공신력 평가에 영향을 미칠 수 있는 변인 중 사회적·심리적 특성을 감안해야 할 필요성이 있다. 또한 단순한 공신력 측정 뿐만 아니라 공신력을 부여받게 된 원인 등에 대한 추가조사가 필요하다.

마지막으로, 앞서 한계로 제시한 공신력 구성요인을 지역언론 실정에 맞게 새롭게 분석, 추출해 이를 토대로 공신력을 평가해보는 것도 바람직하다 할 것이다. 여기에 덧붙인다면, 매체별 공신력 평가 뿐만 아니라 각 매체의 기사유형별 공신력에 관해 연구해보는 것도 의미가 있을 듯 하다.

# 참 고 문 헌

## 국내 연구논문 및 문헌

- 강호수·김채환 (2000). 『인터넷신문 수용행태 비교연구; The Technology Acceptance Model을 중심으로』, 『동명정보대학교 논문집』, 제3집, 315-321.
- 고영철 (2005). 『제주지역 지역신문 수용자 조사결과』, 언론개혁제주포럼 세미나 발표논문, 73-83.
- 고준환 (1992). 『공신력의 구성차원별 커뮤니케이션 효과에 관한 실험연구』, 중앙대학교 대학원 석사학위 논문.
- 권상희·김위근 (2004). 『뉴스 메시지 처리에 있어서 온라인 미디어 수용자와 오프라인 미디어 수용자의 차이』, 『한국언론학보』, 48권 3호(2004년 6월), 168-178.
- 김광재 (2001). 『인터넷신문의 공신력에 관한 연구; 인쇄신문과의 비교관점』, 전남대학교 대학원 신문방송학과 석사학위논문.
- 김대회 (2005). 『지방자치단체의 정책과정에 지방언론이 미치는 영향 연구; 제주도를 중심으로』, 제주대학교 행정대학원 지방자치전공 석사학위논문.
- 김위근 (2001). 『인터넷신문 독자의 메시지 수용행태 특성연구; 인쇄신문 독자와의 차이를 중심으로』, 동아대학교 대학원 석사학위논문.
- 김은영 (2002). 『인터넷신문과 종이신문의 매체공신력과 수용자 능동성의 차이 분석』, 국민대학교 대학원 언론학과 석사학위논문.
- 김정기 외 (1999). 『매스미디어와 수용자』. 서울: 나남, 65-66.
- 김진국 (2004). 『인터넷신문 시민기자제도에 관한 연구』, 서강대학교 언론대학원 석사학위논문.
- 김채환 (2002). 『인터넷신문의 이용과 뉴스의 충족에 관한 연구』, 『저널 언론

- 정보』, 제1권, 43-52.
- 나승안·손경수·이미영 (2000). 『인터넷신문 이용자의 만족요인 연구;대학생 이용자 집단을 중심으로』, 『언론사회문화』, 제8호, 113-115.
- 노은숙 (2003). 『인터넷신문이 오프라인 신문 논제설정(Agenda-Setting)효과에 미치는 영향 연구』, 서강대학교 언론대학원 언론전공 석사학위논문.
- 박선희 (2000). 『온라인 매체:인터넷신문의 의제 설정의 문제』, 『신문과 방송』, 2000년 8월, 100-103.
- 박성희 (2001). 『온라인 신문의 기사 게재과정에 대한 질적 연구: 미국 <chicagotribune.com>과 한국의 <디지털 조선일보> 사례비교 연구. 『한국언론학보』, 제45-특별호, 한국언론학회.
- ‘신문등의 자유와 기능 보장에 관한 법률’. 전문개정 2005년 1월 27일, 법률 7369호.
- 신윤진 (2004). 『수용자 의식조사에서 나타난 인터넷의 위상』, 『신문과 방송』, 2004년 8월호, 한국언론재단, 52-55.
- 신윤진·황용석 (2004). 『2004 한국의 인터넷신문』. 한국언론재단, 17-19.
- 신은영 (2001). 『인터넷신문 만족도에 관한 연구;수용자의 이용동기와 관여도를 중심으로』, 고려대학교 대학원 신문방송학과 석사학위논문.
- 안주아·김봉섭 (2003). 『인터넷신문의 미디어 공신력(Credibility)에 관한 연구』, 『한국방송학보』, 통권 17-3, 239-273.
- 이동근 (2004). 『온라인뉴스 미디어의 다양성에 관한 일고찰 ; 정보원 및 프레임 분석을 통하여』, 『한국언론학보』, 48권4호(2004년 8월), 218-224.
- 이미경 (2003). 『인터넷 뉴스 만족도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구』, 숙명여자대학교 정보통신대학원 E비즈니스전공 석사학위논문.
- 이성경 (2000). 『인터넷 신문 이용자에 관한 연구;이용동기와 규범적 이미지를 중심으로』, 고려대학교 대학원 신문방송학과 석사학위 논문.
- 이희승 (2003). 『인터넷신문의 기사특성과 보도과정 비교분석; 디지털조선과 오마이뉴스의 이라크파병 기사를 중심으로』, 세종대학교 대학원 신문방송학과 석사학위논문.

- 임정섭 (2001). 『TV 뉴스 앵커의 공신력 요인에 관한 연구』, 전남대학교 대학원 신문방송학과 석사학위논문.
- 장행훈 (2004). 『수용자가 본 오늘의 언론』, 『신문과 방송』, 2004년 7월호, 한국언론재단, 20-24.
- 정보통신부·한국인터넷진흥원 (2004). 『2004년 상반기 정보화실태조사 보고서』, 1-16.
- 정형원 (2002). 『인터넷신문에 대한 인식이 보도의 인식에 미치는 영향; 공신력과 정치적 인식을 중심으로』, 고려대학교 대학원 신문방송학과 석사학위논문.
- 조수선 (2005). 『온라인신문 기사의 제목과 개요 효과』, 『한국언론학보』, 49권 2호, 5-18.
- 조수선·김유정 (2004). 『온라인신문의 의제 및 의제속성 설정 연구 : <조선닷컴> 과 <오마이뉴스>의 비교연구』, 『한국언론학보』. 48권 3호(2004년 6월), 302-313.
- 진행남 (2000). 『인쇄신문과 독립 인터넷신문의 기사특성에 관한 비교연구』, 경희대학교 대학원 신문방송학과 박사학위 논문.
- 차배근외 공저 (1992). 『설득 커뮤니케이션 개론』. 서울 : 나남. 372-406
- 차배근 (1994). 『커뮤니케이션학 개론』, 서울 : 세영사. 669-674.
- 최기성 (2001). 『게이트키퍼 차이에 따른 뉴스가치 연구; 조선일보와 한겨레신문 그리고 오마이뉴스를 중심으로』, 고려대학교 대학원 신문방송학과 석사학위 논문.
- 한국언론재단 (2002). 『2002 언론수용자 의식조사』. 커뮤니케이션북스 : 한국언론재단.
- 현경보·이미영 (2001). 『인터넷신문 평가요인에 관한 탐색적 연구』, 『사이버커뮤니케이션학보』, 제7호.
- 황치성 (2004). 『수용자가 본 오늘의 언론』, 『신문과 방송』. 2004년 7월호, 한국언론재단, 8-12.

## 외국 연구논문 및 문헌

- Andrew J. Flanagin & Miriam J. Metzger (2000). Perceptions of Internet Information Credibility. *journalism and Mass Communication Quarterly*, vol 77(3), 515-540.
- Bert E. Bradlet (1988). Creating Credibility. *Fundamental of Speech Communication, Dubuque : Wm. C. Brown Publishers*, 70-84.
- Charles C. Self (1966). An Integrated Approach to Communication Theory and Research. *New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates Publishers*, 421-424.
- Chyi, H. I. & Dominic, Lasorsa, (1999). Access, Use and Preferences for Online Newspapers. *Newspaper Research Journal, Vol 20(4)*, 2-12.
- Eastin, M. S. (2001). Credibility assessments of online health information: The effect of source expertise and knowledge of content. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 6(4)  
<http://www.ascusc.org/jcmc/vol6/issue4/eastin.html>.
- Flanagin, A. J. & Metzger, M. J. (2000). Perceptions of internet information credibility. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(3), 515-540.
- Gilder, G. (1997). Filder's electronic news panel is a better bet for the future than home shopping. *The Bulletin the American Society of Newspaper Editors*, 756(Jan/Feb), 9-11.
- Greenberg, B. S., & Roloff, M. J. (1974). Mass media credibility: research results and critical issues. *News Research Bulletin, November(4)*, 29-44.
- Hanson, C. (1997). The dark side of online scoops. *Columbia Journalism Review*, May/June, <http://www.cjr.org/year/1997/3/scoops.asp>.
- Jacobson H. K. (1969). Mass Media Believability : A Study of Receiver Judgement. *Journalism Quarterly*, Vol. 46, 8-9.

- Johnson, T., & Kaye, B. (1998). Cruising is believing? : Comparing the internet and traditional source on media credibility measures. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 75(2), 325-340.
- Livingstone. S. (1999). New media, new audience?. *New Media & Society*, Vol. 1, No. 1.
- Nelson, Kaylene Dial (1997). A Study of Front-Page On-line Newspaper Design Preferences among College Students(Web site Design). *Doctoral Dissertations*, Utah State University.
- Nieman Reports (1995). Public Internet Journalism and New Technology. *The Nieman Foundation at Harvard University, Summer*.
- Ognianova, E. V. (1997). Audience processing of news and advertising in computer-mediated environments : Effects of the content provider's perceived credibility and identity. *Doctorial Dissertations*, Nova Southern University.
- Pavlik, J. V. (1997). The Future of On Line Journalism : Bonanza or Black Hole?. *Columbia Journalism Review*, July/August, 30-36.
- Perse, E. M. (1990). Audience selectivity and involvement in the newer media environment. *Communication Research*. 17(5), 675-697.
- Rafaeli, S, & Sudweeks, F. (1997). Networked Interactivity. *Journal of Computer Mediated Communication Research*, 2(4).
- Rubin, A. (1981a). An examination of television viewing motivations. *Communication Research*, 8, 141-165.
- Wolfgang Schweoger (2000). Internet Media's Credibility-Experience and Image, *European Journal of Communication*. vol 15(1), 37-59.

## Abstract

### A Study Evaluating Media Credibility in Internet Journalism

; Focused on the Independent Internet Journal and Subordinate Internet Journal in the Jeju Area

Journalism & Public Relations  
Graduate School of Public Administration, Cheju National University  
Yoon Cheol-Soo

Media credibility, a concept that encompasses trustworthiness, is essential to mass media because it is viewed as an index that gauges the attitude of readers in accepting the message on any given topic by the media in question. Obtaining and maintaining reader credibility is paramount for any news outlet in order to remain a viable entity.

Even though 2 years have passed since the inception of the '□□independent internet journal' that provides news articles on the web by reporters from the Jeju area, any scientific research on the credibility of this media has yet to be undertaken. That is why it is deemed necessary to compare the credibility of the two types of internet journal.

It is meaningful to set up a regional category and evaluate the credibility of both the independent and subordinate internet journal. The purpose of this study is to suggest implicational methods to develop the internet journal into an alternative press or media with equivalent functions by examining the difference in credibility of these two types of internet



journals and scientifically measuring and analyzing them.

This study investigated 3 independent internet journals. They were 'Media Jeju', 'The Sound of Jeju', and 'Jeju Today', all registered as an internet journal' under the revised Journalism Law as of October 2005 and 4 subordinate internet journals of 'Jemin Daily', 'Jeju Daily', 'Jeju Times' and 'Halla Daily' published in the Jeju area.

In chapter 2, we studied the concept and features of media credibility through theoretical review. Next we examined the variables that affect the credibility as well as preceding studies. From this evaluation, three research issues were decided upon. First, how are they different in evaluating credibility?

Second, how are the motives (instrumental/traditional) for using an internet journal different in evaluating credibility? Third, how are they different when comparing them to user characteristics?

An hypothesis was set up with these issues in mind. Then, the technical concept was defined as well as the items to measure the research results. The research was done through a survey. After a preliminary examination, four hundred subjects who had contacted the internet journal were targeted.

Among the 395 answered questionnaires finally collected, 386 (excluding the 9 with insufficient answers) were analyzed by the T-test under the SPSS program.

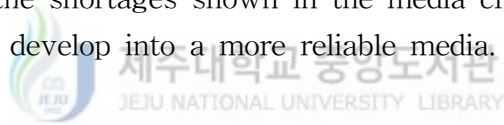
As a result of the <research issue 1>, the examination of the difference in media credibility of an independent and subordinate internet journal, the independent internet journal got a higher credibility rating than the subordinate internet journal in terms of professionalism. It meant that the speed with which the independent internet journal reported in real time had a greater appeal to internet journal users. However, in terms of reliability, no meaningful difference between the two types was noticed.

In terms of media credibility, Halla Daily lead, followed by Jeju Daily, The Sound of Jeju, Jemin Daily, Media Jeju, Jeju Today, and Jeju Times consecutively.

Male subjects assigned a higher credibility to the independent internet journal than the subordinate internet journal while female subjects showed no meaningful difference.

Civil servants assigned a higher credibility to the independent internet journal while college students evaluated the subordinate internet journal as more credible.

After evaluating the media credibility of the independent internet journal and the subordinate internet journal, it was concluded that they were evaluated differently by various users though these two types of media have some points in common. Both types of internet journal are required to complement the shortages shown in the media credibility evaluation in order to further develop into a more reliable media.



**Key words:** internet journal, independent internet journal, subordinateinternetjournal,mediacredibility

## <부록-설문지>

### 제주지역 인터넷신문의 공신력 평가를 위한 조사

제주지역 인터넷신문의 공신력 평가를 위한 본 설문지는 제주대학교 행정대학원(언론홍보 전공) 석사과정 논문에 필요한 자료조사를 위해 배포된 것입니다.

귀하께서 응답하신 내용은 익명성이 보장되며, 학술목적을 위한 통계적 처리 외에 다른 어떠한 용도로도 사용되지 않을 것임을 알려드립니다.

조사에 성심껏 참여해 주시면 감사하겠습니다.

참고로 아래 질문의 인터넷신문은 다음과 같습니다.

- 제민일보 인터넷신문([www.jemin.com](http://www.jemin.com))
- 제주일보 인터넷신문([www.chejunews.co.kr](http://www.chejunews.co.kr))
- 제주타임스 인터넷신문([www.jejutimes.co.kr](http://www.jejutimes.co.kr))
- 한라일보 인터넷신문([www.hallailbo.co.kr](http://www.hallailbo.co.kr))
- 미디어제주([www.mediajeju.com](http://www.mediajeju.com))
- 제주의소리([www.jejusori.net](http://www.jejusori.net))
- 제주투데이([www.ijejutoday.com](http://www.ijejutoday.com))

2005년 10월

지도교수 : 제주대학교 언론홍보학과 김희정

조사자 : 제주대학교 행정대학원 언론홍보전공 윤철수

\* 이 설문은 귀하의 독립형 인터넷신문(미디어제주, 제주의소리, 제주투데이)과 종속형 인터넷신문(제민일보, 제주일보, 제주타임스, 한라일보) 구독에 관한 물음입니다. 끝까지 읽고 답해주시기 바랍니다.

A. 먼저 귀하의 인터넷신문 구독에 관해 여쭙겠습니다.

1. 귀하는 뉴스정보를 얻고자 할 때 주로 어떤 매체를 이용하십니까?

- ① TV ② 신문(인쇄신문) ③ 인터넷 ④ 라디오 ⑤ 잡지 ⑥ 기타 ( )

2. 제주에서 발행되는 인터넷신문 중에서는 주로 어떤 매체를 이용하십니까?

- ① 제민일보 인터넷신문([www.jemin.com](http://www.jemin.com))  
② 제주일보 인터넷신문([www.chejunews.co.kr](http://www.chejunews.co.kr))  
③ 제주타임스 인터넷신문([www.jejutimes.co.kr](http://www.jejutimes.co.kr))  
④ 한라일보 인터넷신문([www.hallilbo.co.kr](http://www.hallilbo.co.kr))  
⑤ 미디어제주([www.mediajeju.com](http://www.mediajeju.com))  
⑥ 제주의소리([www.jejusori.net](http://www.jejusori.net))  
⑦ 제주투데이([www.ijejutoday.com](http://www.ijejutoday.com))  
⑧ 중속형 인터넷신문(제민일보, 제주일보, 제주타임스, 한라일보) 위주로 구독  
⑨ 독립형 인터넷신문(미디어제주, 제주의소리, 제주투데이) 위주로 구독  
⑩ 모든매체 골고루 이용  
(제민일보, 제주일보, 제주타임스, 한라일보, 미디어제주, 제주의소리, 제주투데이)  
⑪ 기타 ( )

3. 인터넷신문을 얼마나 자주 이용하십니까?

- ① 거의 매일 ② 주 2-3회 ③ 주 1회 정도  
④ 한달에 1-2회 정도 ⑤ 일년에 몇 번

4. 인터넷신문을 이용한지는 얼마나 되셨습니까?

- ① 1개월 이내 ② 2개월 이내 ③ 3개월 이내 ④ 6개월 이내  
⑤ 1년 이내 ⑥ 1년 이상 ⑦ 2년 이상

5. 귀하가 하루 인터넷신문을 이용하는 시간은 대략 어느 정도입니까?

- ① 30분 이내 ② 30분~1시간 이내 ③ 1~2시간 이내  
④ 2~3시간 이내 ⑤ 3시간 이상

6. 귀하의 주 인터넷 이용장소는 어디입니까?

- ① 집 ② 학교 ③ 직장 ④ PC방  
⑤ 인터넷 설치 장소(우체국, 커피숍, 편의점 등)  
⑥ 기타 ( )

7. 귀하가 인터넷신문을 구독하는 이유는 무엇입니까?

이 용 동 기	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통이다	조금 그렇다	매우 그렇다
1. 무료함을 잊고 시간을 보내기 위해	①	②	③	④	⑤
2. 잡다한 일들로부터 벗어나기 위해	①	②	③	④	⑤
3. 외로움을 해소하기 위해	①	②	③	④	⑤
4. 재미있기 때문에	①	②	③	④	⑤
5. 그저 습관적으로	①	②	③	④	⑤
6. 나에게 관계되는 일을 배우기 위해	①	②	③	④	⑤
7. 타인과 나눌 주제를 얻기 위해	①	②	③	④	⑤
8. 생활 또는 시사정보를 얻기 위해	①	②	③	④	⑤
9. 원하는 시간에 뉴스를 이용하기 위해	①	②	③	④	⑤
10. 다양한 뉴스를 골고루 보기 위해	①	②	③	④	⑤

B. 다음은 제주지역에서 발행되는 종속형 인터넷신문(제민일보, 제주일보, 제주타임스, 한라일보)과 독립형 인터넷신문(미디어제주, 제주의소리, 제주투데이)의 공신력을 평가하기 위한 질문입니다. 각 인터넷신문의 이미지를 나타내는 다음 단어들이 의미하는 바에 대해 귀하가 어떻게 느끼시는지를 해당하는 칸에 표시해 주십시오.

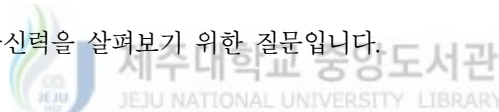
1. 제주지역에서 발행되는 종속형 인터넷신문(제민일보, 제주일보, 제주타임스, 한라일보)에 대해 어떻게 생각하십니까?

종속형 인터넷신문은	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통이다	조금 그렇다	매우 그렇다
1. 전문적인	①	②	③	④	⑤
2. 신속한	①	②	③	④	⑤
3. 다양한	①	②	③	④	⑤
4. 숙련된	①	②	③	④	⑤
5. 권위있는	①	②	③	④	⑤
6. 심층적인	①	②	③	④	⑤
7. 공정한	①	②	③	④	⑤
8. 믿을 수 있는	①	②	③	④	⑤
9. 정확한	①	②	③	④	⑤
10. 객관적인	①	②	③	④	⑤
11. 합리적인	①	②	③	④	⑤
12. 편향적이지 않은	①	②	③	④	⑤

2. 제주지역에서 발행되는 독립형 인터넷신문(미디어제주, 제주의소리, 제주투데이)에 대해 어떻게 생각하십니까?

독립형 인터넷신문은	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통이다	조금 그렇다	매우 그렇다
1. 전문적인	①	②	③	④	⑤
2. 신속한	①	②	③	④	⑤
3. 다양한	①	②	③	④	⑤
4. 숙련된	①	②	③	④	⑤
5. 권위있는	①	②	③	④	⑤
6. 심층적인	①	②	③	④	⑤
7. 공정한	①	②	③	④	⑤
8. 믿을 수 있는	①	②	③	④	⑤
9. 정확한	①	②	③	④	⑤
10. 객관적인	①	②	③	④	⑤
11. 합리적인	①	②	③	④	⑤
12. 편향적이지 않은	①	②	③	④	⑤

3. 다음은 매체별 공신력을 살펴보기 위한 질문입니다.



3-1. 제민일보 인터넷신문(www.jemin.com)에 대해 어떻게 생각하십니까?

제민일보 인터넷신문은	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통이다	조금 그렇다	매우 그렇다
1. 전문적인	①	②	③	④	⑤
2. 신속한	①	②	③	④	⑤
3. 다양한	①	②	③	④	⑤
4. 숙련된	①	②	③	④	⑤
5. 권위있는	①	②	③	④	⑤
6. 심층적인	①	②	③	④	⑤
7. 공정한	①	②	③	④	⑤
8. 믿을 수 있는	①	②	③	④	⑤
9. 정확한	①	②	③	④	⑤
10. 객관적인	①	②	③	④	⑤
11. 합리적인	①	②	③	④	⑤
12. 편향적이지 않은	①	②	③	④	⑤

3-2. 제주일보 인터넷신문(www.chejunews.co.kr)에 대해 어떻게 생각하십니까?

제주일보 인터넷신문은	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통이다	조금 그렇다	매우 그렇다
1. 전문적인	①	②	③	④	⑤
2. 신속한	①	②	③	④	⑤
3. 다양한	①	②	③	④	⑤
4. 숙련된	①	②	③	④	⑤
5. 권위있는	①	②	③	④	⑤
6. 심층적인	①	②	③	④	⑤
7. 공정한	①	②	③	④	⑤
8. 믿을 수 있는	①	②	③	④	⑤
9. 정확한	①	②	③	④	⑤
10. 객관적인	①	②	③	④	⑤
11. 합리적인	①	②	③	④	⑤
12. 편향적이지 않은	①	②	③	④	⑤

3-3. 제주타임스 인터넷신문(www.jeutimes.co.kr)에 대해 어떻게 생각하십니까?

제주타임스 인터넷신문은	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통이다	조금 그렇다	매우 그렇다
1. 전문적인	①	②	③	④	⑤
2. 신속한	①	②	③	④	⑤
3. 다양한	①	②	③	④	⑤
4. 숙련된	①	②	③	④	⑤
5. 권위있는	①	②	③	④	⑤
6. 심층적인	①	②	③	④	⑤
7. 공정한	①	②	③	④	⑤
8. 믿을 수 있는	①	②	③	④	⑤
9. 정확한	①	②	③	④	⑤
10. 객관적인	①	②	③	④	⑤
11. 합리적인	①	②	③	④	⑤
12. 편향적이지 않은	①	②	③	④	⑤

3-4. 한라일보 인터넷신문(www.hallailbo.co.kr)에 대해 어떻게 생각하십니까?

한라일보 인터넷신문은	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통이다	조금 그렇다	매우 그렇다
1. 전문적인	①	②	③	④	⑤
2. 신속한	①	②	③	④	⑤
3. 다양한	①	②	③	④	⑤
4. 숙련된	①	②	③	④	⑤
5. 권위있는	①	②	③	④	⑤
6. 심층적인	①	②	③	④	⑤
7. 공정한	①	②	③	④	⑤
8. 믿을 수 있는	①	②	③	④	⑤
9. 정확한	①	②	③	④	⑤
10. 객관적인	①	②	③	④	⑤
11. 합리적인	①	②	③	④	⑤
12. 편향적이지 않은	①	②	③	④	⑤

3-5. 독립형 인터넷신문 '미디어제주'(www.mediajeju.com)에 대해 어떻게 생각하십니까?

미디어제주는	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통이다	조금 그렇다	매우 그렇다
1. 전문적인	①	②	③	④	⑤
2. 신속한	①	②	③	④	⑤
3. 다양한	①	②	③	④	⑤
4. 숙련된	①	②	③	④	⑤
5. 권위있는	①	②	③	④	⑤
6. 심층적인	①	②	③	④	⑤
7. 공정한	①	②	③	④	⑤
8. 믿을 수 있는	①	②	③	④	⑤
9. 정확한	①	②	③	④	⑤
10. 객관적인	①	②	③	④	⑤
11. 합리적인	①	②	③	④	⑤
12. 편향적이지 않은	①	②	③	④	⑤



3-6. 독립형 인터넷신문 '제주의소리'(www.jejusori.net)에 대해 어떻게 생각하십니까?

제주의소리는	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통이다	조금 그렇다	매우 그렇다
1. 전문적인	①	②	③	④	⑤
2. 신속한	①	②	③	④	⑤
3. 다양한	①	②	③	④	⑤
4. 숙련된	①	②	③	④	⑤
5. 권위있는	①	②	③	④	⑤
6. 심층적인	①	②	③	④	⑤
7. 공정한	①	②	③	④	⑤
8. 믿을 수 있는	①	②	③	④	⑤
9. 정확한	①	②	③	④	⑤
10. 객관적인	①	②	③	④	⑤
11. 합리적인	①	②	③	④	⑤
12. 편향적이지 않은	①	②	③	④	⑤

3-7. 독립형 인터넷신문 '제주투데이'(www.ijejutoday.com)에 대해 어떻게 생각하십니까?

제주투데이는	전혀 그렇지 않다	별로 그렇지 않다	보통이다	조금 그렇다	매우 그렇다
1. 전문적인	①	②	③	④	⑤
2. 신속한	①	②	③	④	⑤
3. 다양한	①	②	③	④	⑤
4. 숙련된	①	②	③	④	⑤
5. 권위있는	①	②	③	④	⑤
6. 심층적인	①	②	③	④	⑤
7. 공정한	①	②	③	④	⑤
8. 믿을 수 있는	①	②	③	④	⑤
9. 정확한	①	②	③	④	⑤
10. 객관적인	①	②	③	④	⑤
11. 합리적인	①	②	③	④	⑤
12. 편향적이지 않은	①	②	③	④	⑤

C. 다음은 귀하의 신상에 관해 몇가지 여쭙겠습니다.

1. 성별

- ① 남    ② 여

2. 나이

- ① 20대    ② 30대    ③ 40대    ④ 50대    ⑤ 60대 이상

3. 직업

- ① 학생    ② 공무원    ③ 사무직    ④ 자영업  
⑤ 전문직    ⑥ 주부    ⑦ 1차산업 종사자    ⑧ 기타 (       )

4. 귀하의 최종학력은?

- ① 고졸이하    ② 전문대졸 이하    ③ 대졸 이하  
④ 대학원 이상    ⑤ 기타 (       )

