

인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도에 관한 실험 연구*

반 천**

(인천대학교 신문방송학과 교수)

본 연구의 목적은 영향력이 점점 커지고 있는 새로운 뉴스 매체인 인터넷이 전반적인 뉴스 매체의 신뢰도 회복을 위해 어떤 역할을 할 수 있는지를 살펴보는 데 있다. 이를 위해 인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도는 어떤 요소들로 구성되어 있는지 알아보고 기존 뉴스 미디어의 신뢰도 요인과는 어떻게 다른지 비교분석 하였다. 더 나아가서 인터넷의 매체적 특징인 쌍방향성이 인터넷 뉴스 미디어 사용자들의 신뢰도에 어떤 영향을 미칠 것인가를 살펴보았다. 이를 위해 본 논문은 가상의 인터넷 뉴스 사이트를 가지고 실험연구를 실시하였다.

연구 결과는 인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도는 크게 4가지 구성요소인 뉴스 가치성, 공공성, 선정성, 그리고 공정성 영역으로 이루어졌음을 보여주었다. 반면, 기존 뉴스 미디어의 신뢰도 구성요인들은 뉴스가치성을 중심으로 공공성과 상업성으로 이루어졌다. 종합하면, 새로운 매체인 인터넷이 뉴스 미디어로서 신뢰도를 구성하는데 전통적 뉴스 미디어와는 달리 상대적으로 다양한 요인들을 반영하는 반면 기존 뉴스 미디어의 경우 전통적인 뉴스 가치를

* 본 연구는 2001년도 인천대학교 학술연구조성비 지원에 의하여 수행되었습니다. 또한 본 논문을 심사해주신 익명의 심사위원들께 감사드립니다.

** hban@incheon.ac.kr

중심으로 신뢰도가 형성된다는 것을 알 수 있었다. 한편, 인터넷 뉴스 사이트의 쌍방향성과 이용자들의 신뢰도 사이에는 유의미한 관계가 발견되지 않았다. 그 이유를 다각적인 측면에서 논의하였다.

키워드: 인터넷 뉴스 미디어, 쌍방향성, 신뢰도, 뉴스가치성

1. 문제제기

최근 국내에서도 뉴스 미디어 수용자들의 신뢰도 연구에 대한 관심이 늘어나고 있다. 특히 텔레비전 뉴스나 신문을 비롯한 기존 뉴스 미디어에 대한 신뢰도 연구가 대부분을 이루고 있는데, 관련 연구들에 의하면 미디어나 미디어 종사자들에 대한 일반 시민들의 신뢰는 지속적으로 감소하고 있다고 한다. 한국언론재단의 수용자조사 결과는 전반적으로 국내 언론에 대한 국민들의 신뢰도가 낮아지고 있다는 사실을 보여주고 있다. 특히, 최근 2000년과 2002년을 비교해보면 신뢰도 수치는 크게 감소하고 있다는 것을 알 수 있다(한국언론재단, 2002).¹⁾

이러한 뉴스미디어의 신뢰도 감소 문제를 극복하기 위해 언론계와 학자들이 제안한 원인 분석 및 대안들 중 하나는 쌍방향 커뮤니케이션을 통해 수용자들과의 거리감(psychological distance)을 줄이자는 것이며 이는 본 논문의 관심 영역이기도 하다. 즉, 불신의 원인인 공중의 소외감(alienation)이나 거리감을 해결하기 위해서는 시민들이 좀 더 적극적으로 커뮤니케이션 과정에 참여하게끔 기회를 부여하는 언론사의 노력과 시민들의 관심이 필요하다는 것이다.

이런 대안은 인터넷이라는 새로운 매체의 등장으로 자연스럽게 구체화되었다. 인터넷을 통한 쌍방향 커뮤니케이션은 사용자들을 수동적인 존재에서 적극적인 존재로 만들고있고, 이는 전통적 커뮤니케이션 패러다임의 변화를

1) 좀 더 구체적으로 살펴보면 일반 수용자들의 국내 언론에 신뢰도 지수는 5점 척도 기준으로 2000년의 3.06점에 비해 2002년에는 2.77점으로 크게 낮아졌음을 알 수 있다(한국언론재단, 2002).

보여주는 것이라 할 수 있다(이강수, 1986). 예를 들면, 디지털 기술 기반의 인터넷 미디어는 아날로그 기술을 기반으로 한 기존 매체와 차별된 특징들을 가지고 있다. 문자와, 소리, 그리고 동영상이 모두 융합된 멀티미디어 정보 제공, 무한대의 저장 공간, 실시간 새로운 정보 서비스, 하이퍼텍스트로 대표되는 비선형적 구조, 그리고 실시간 채팅이나 게시판, 그리고 이메일 등 이러한 다양한 인터넷의 특징은 단순히 커뮤니케이션 기술의 발달이란 의미를 넘어 커뮤니케이션 과정에서 중요한 역할을 하는 송신자, 메시지, 그리고 수용자에게 적지 않은 변화를 가져다주고 있으며, 그 중에서도 쌍방향적인 특징은 이용자를 단순히 소극적인 수용자가 아니라 적극적으로 자신들이 원하는 정보를 검색하는 능동적 수용자 혹은 이용자(users)로 만들어주었다. 특히, 지난 16대 대선 기간 동안 미디어 선거를 주도했던 주인공은 바로 쌍방향 커뮤니케이션을 통한 시민들의 여론 형성에 중요한 역할을 한 인터넷 뉴스라 해도 과언은 아닐 것이다.

따라서, 기존 뉴스 미디어의 신뢰도는 감소하고 있는 반면, 새로운 뉴스 매체인 인터넷의 영향력이 커지는 현 상황에서, 본 연구는 인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도를 형성하는 요인들은 무엇이며 그것은 기존 뉴스 미디어와는 어떻게 다른지를 비교분석하고, 과연 인터넷의 매체적 특징 중 대표적인 기능인 쌍방향성이 어떻게 인터넷 사용자들의 인터넷 뉴스 미디어에 대한 신뢰도에 영향을 미칠 것인가를 살펴보고자 한다.

2. 관련 문헌 및 연구문제

1) 전통적 미디어 신뢰도 연구

전통적으로 뉴스 미디어의 신뢰도 연구는 미국을 중심으로 체계적으로 이루어져왔다(Hovland and Weiss, 1951; Westly and Severin, 1964; Greenberg, 1966; Gaziano, 1987; ASNE, 2000 등). 호브랜드와 바이스(Hovland and Weiss, 1951)의 정보원 신뢰도(source credibility)에 관한 연구를 시작으로 그 후에 발표된 로퍼(Roper) 보고서(1959) 이후 다양한 접근을 통한 신뢰

도 연구들이 활발히 진행되었다(Rimmer & Weaver, 1987). 호브랜드의 선구자적인 신뢰도 연구에도 불구하고, 후속 세대 연구자들은 호브랜드의 취재원 신뢰도 연구가 단순하고 역동적이지 못하다고 지적했다(Markham, 1968). 또한, 벨로와 그의 동료들(Berlo et al., 1970)도 신뢰도 연구는 보다 '다차원적(multidimensional)'으로 수행되어야 하며, 호브랜드의 연구에는 이론적 배경이 부족하자고 꼬집었다.

로퍼 보고서는 수용자들이 뉴스를 접할 때 같은 내용의 메시지라도 어떤 매체가 전달하는지에 따라 전달되는 내용에 대한 수용자의 신뢰도가 다르다는 것을 증명했으며, 그 후의 연구들은 더 나아가서 어떤 요인들이 매체별로 다른 신뢰도를 가져오는지를 분석했다.

초기 매체 신뢰도 연구들은 주로 수용자의 특성을 중심으로 신뢰도를 설명하려고 시도하였다. 예를 들면, 웨슬리와 세브린(Westly and Severin, 1964)은 매체간, 즉 텔레비전과 신문의 신뢰도 차이에 대한 원인을 분석하면서 뉴스미디어가 가지는 저명도(*prestige*)와 수용자들이 가지는 신뢰도는 구별되어야 하며, 수용자들의 신뢰도에 미치는 요인으로는 사회·경제적인 요소들이 중요한 역할을 한다는 것을 알아냈다. 수용자의 사회·경제적인 위치와 본인 그리고 부모의 교육수준이 높을수록 그리고 전문직에 종사하며 대도시에 거주할 경우 방송매체보다 신문에 실린 뉴스를 현저하게 더 많이 신뢰한다고 주장했다. 그러나, 전반적으로 남자보다는 여자들이, 그리고 나이와 상관없이 텔레비전을 신문뉴스보다 더 신뢰한다고 발표했다. 그린버그(Greenberg, 1966)도 수용자의 성별, 나이, 교육 정도 등 인구통계학적 요인에 따라 차이가 난다는 것을 밝혀냈다. 특히, 남성보다는 여성이 나이가 젊을수록 그리고 교육정도가 높을수록 신문보다는 텔레비전을 더 신뢰한다고 밝혔다.

한편, 카터와 그린버그(Carter & Greenberg, 1965)는 매체 차원에서 신뢰도에 영향을 미치는 요인을 분석했다. 그들은 텔레비전의 시각적 효과(*visual dimension*)가 텔레비전 뉴스를 신문보다 더 신뢰하게 하는 주요 요소라고 주장했다. 이는 텔레비전에서 방송된 뉴스의 시각적인 면이 신뢰도 상승 요인이 된다고 간주한 것이다. 그러나, 단순히 텔레비전이 신문이 가지고 있지 않은 시각 매체라는 이유만으로 신뢰도가 높게 평가되었다고 결론짓기에는

우리가 따른다. 같은 뉴스 매체라도 어떤 환경에서 뉴스가 전달되는가에 따라 차이가 날 수 있다. 예를 들어, 사전트(Sagent, 1965)는 인지도가 높은 뉴스 앵커가 전달하는 뉴스가 지명도가 낮은 앵커가 전달하는 뉴스보다 시청자들의 신뢰도가 높게 나온다고 했다. 또한 모지어와 알그렌(Mosier & Ahlgren, 1981)은 뉴스 기사의 표현 방식(presentation)이 뉴스미디어의 신뢰도에 영향을 미칠 수 있다는 연구결과를 발표하기도 했다. 같은 뉴스매체 내에서도 다양한 도표나 그래프 제시, 여론조사 분석이나 기사 속의 과학적 데이터 분석 결과의 언급 등은 독자들에게 노출되었다는 사실만으로도 신뢰도를 증가시키는 데 영향을 줄 수 있다는 것이다.

한편, 미국신문편집인협회(ASNE)는 뉴스미디어의 신뢰도에 영향을 미치는 요소들을 설문조사를 통해 분석했다. 보고서는 언론인과 독자 사이에 존재하는 거리(psychological distance)가 불신(distrust)의 주요 원인이라고 판단하고 근본적 원인으로 오보, 선정성, 왜곡 보도, 빈번한 익명의 출처 사용 등을 지적했다. 보고서는 독자의 신뢰도를 회복하기 위한 방안으로 정확성, 선정성 배제, 편견 배제(공정성), 독자와의 유대 등 4가지를 지목하고 있다(ASNE, 2000). 가시아노(Gaziano, 1987)도 일반 수용자들이 가지는 뉴스 매체에 대한 불신의 가장 근본적인 원인은 뉴스 매체와의 거리감 혹은 소외감(alienation)이라고 지적한 바 있다. 그는 언론이 거대화되고 막대한 영향력을 갖게 되자 과거 시민들의 눈과 입이 되어주던 언론이 이제는 시민들 편에서 기보다는 기업이나 정치 권력의 편에서 서기 시작했고 시민들의 요구나 고통에는 소홀해지기 시작했다고 언급하면서, 언론에 대한 시민들의 불만은 시청률하락이나 구독률 저하라는 현실적인 문제로 가시화될 수 있다고 경고한다.

반면 국내에서는 뉴스 미디어 신뢰도에 관한 학문적 연구는 거의 이루어지지 않았다. 대부분의 관련 문헌들은 보고서 형식이나 미디어비평에서 부분적으로 다뤄져왔다. 예를 들면, 2001년 한국언론재단에서 발간된 「한국언론의 신뢰도」에서는 국내 언론의 신뢰도는 1987년 사회 전체의 자유화 물결을 타고 꾸준히 상승하다가 1993년과 1994년을 정점으로 하강곡선을 그리고 있으며 이에 대한 부분적 원인으로는 한국적 상황에서 특징적으로 나타나는 ‘자사이기주의’ 때문이라고 지적하고 있다(한국언론재단, 2001). 광고를 수주하기 위해 광고주에 대한 비판적 기사를 쓰지 못하거나, 마라톤, 미술전

등 자사 언론사의 사업이나 행사를 지나치게 크게 보도하는 경우 등을 예로 들면서 이러한 상업주의 속에서 언론에 대한 독자나 시청자들의 신뢰도는 저하될 수밖에 없었다고 꼬집는다(언론재단, 2001).

2) 인터넷 뉴스와 신뢰도

최근 들어 인터넷 뉴스와 신뢰도에 관련된 연구는 많은 관심을 받고 있지만 일관된 연구 결과들을 보여주고 있지는 않는다(Ognianova, 1998; Johnson & Kaye, 1998; Sundar, 1999; Flanagan & Metzger, 2000; Kim, Weaver, Willnat, 2000; Schweiger, 2000; Kiouisis, 2001 & 2003; 박정의, 2001). 이 가운데, 오그니아노바(Ognianova, 1998)는 실험연구를 통해 정보원(content provider)의 신원이 언론사의 기자로 밝혀진 경우와 아무런 소속을 밝히지 않은 경우 언론사 기자가 제공한 정보가 그렇지 않은 경우보다 더욱 신뢰도가 높게 나왔음을 증명했다. 그러나 이 연구는 인터넷이 뉴스 매체로써 신뢰도를 가지는지 보다는 인터넷 뉴스의 출처(news source)가 언론사인지 비언론사인지를 단순하게 비교한 것에 초점을 맞추고 있다.

본 연구와 비슷한 논문이 최근 발표되었는데, 인터넷 뉴스 사이트의 쌍방향성이 이용자들의 신뢰도에 어떤 영향을 미치는지를 실험 연구를 통해 분석하였다(Kiouisis, 2003). 그러나 본 연구와 차이점은 바로 쌍방향성을 멀티미디어 자료의 포함 정도로 조작화했다는 것이고, 다른 하나는 종속변인이 매체의 신뢰도가 아닌 인터넷 뉴스 기사에 대한 신뢰도였다는 점이다. 연구 결과에 따르면, 쌍방향성이 인터넷 뉴스 기사의 신뢰도에 유의적인 영향을 끼치지 못했다고 발표했다(Kiouisis, 2003).

국내에서 최근에 발표된 논문에서도 위의 Kiouisis(2001) 연구와 비슷하게 TV나 신문 등 기존 매체의 신뢰도와 인터넷 신뢰도에 미치는 영향을 설문조사를 통해 비교분석하고 있다(박정의, 2001). 연구 결과에 따르면, 일반적으로 수용자들이 생각하는 전체 언론의 신뢰도를 평가할 때 TV 뉴스와 신문의 신뢰도를 근거로 평가한다는 점으로 미루어 인터넷이 아직은 언론으로써 일반 수용자들에게 크게 인식되어지고 있지 않다고 볼 수 있다. 또한 크게 전문성과 진실성 차원이라는 두 가지 차원에서 신뢰도에 영향을 미치는 요인

을 각 매체별로 분석했는데, 연구결과 TV와 신문은 인터넷과 차이를 보였다. 즉, 수용자가 언론이라고 인식되어지는 TV 뉴스와 신문의 신뢰도에서는 뉴스의 공공성이 중요한 요인으로 고려되어지지만 언론으로 인지되지 못하는 인터넷 뉴스의 경우 뉴스의 공공성은 무의미하게 나타났다. 결론적으로 비록 인터넷의 신뢰도에 영향을 미치는 요인으로는 '정보의 양'이 중요한 역할을 하는 반면 전체적으로 신문이나 TV와 비교할 때 뉴스 매체로서 인터넷이 신뢰도를 얻기 위해서는 전통적인 언론의 역할인 사회적 책임성을 갖추어야 한다고 제안한다. 한편, 2002년 한국언론재단의 『언론 수용자 의식조사』에서는 비록 국내 기존 언론들의 신뢰도가 전반적으로 하향곡선을 그리고 있지만 유독 인터넷의 신뢰도는 꾸준히 상승하고 있다고 보고했다(한국언론재단, 2002).²⁾

이처럼, 기존 연구들의 결과가 비록 상반되는 부분은 있지만 인터넷이 뉴스 미디어로써 수용자들에게 어느 정도 가능성을 시사해준다는 점에서 그 의의를 찾을 수 있을 것이다. 이런 가능성은 미국의 편집자협회(NCEW, 1997)가 발표한 보고서에서도 잘 나타나고 있다. 보고서는 인터넷 매체는 수용자들이 더욱 적극적으로 그리고 쌍방향적으로 공공 문제에 관한 토론에 참여할 수 있는 기회를 마련해주었고 공공 저널리즘을 실천할 수 있는 장을 마련해준 것이라고 발표했다.

위에서 논의된 대부분의 기존 신뢰도 관련 연구들은 설문 조사나 실험을 통해 이루어져왔다. 특히, 어떤 현상에 대한 원인에 대해 설명할 경우 대부분은 실험 연구들이었으며, 이런 차원에서 본 연구도 우선 인터넷이 뉴스 매체로서 신뢰를 얻기 위해서는 어떤 요인들이 중요하게 고려 되어야 할지를 실험연구를 통해 알아보았으며 기존 매체들과는 어떤 차이가 있는지 살펴보고자 한다.

2) 매체별 신뢰도를 5점 만점의 점수로 환산해서 비교해보면 라디오가 3.46으로 가장 높았고 이어서 공중파 TV(3.27), 인터넷(3.23) 중앙지(3.13), 케이블 TV(3.12), 지방지(2.97), 잡지(2.79) 순이었다. 공중파 TV와 중앙지의 경우 2000년에 비해 각각 0.14와 0.9점 정도 하락한 대신(중략) 특히 인터넷은 라디오, 공중파 TV에 이어 3위를 차지한 점이 두드러진다

- 연구문제 1: 인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도를 구성하는 요인은 무엇인가?
- 연구문제 2: 인터넷 뉴스 미디어는 신뢰도 구성요소에서 기존 미디어와는 어떤 차이가 있는가?

3) 쌍방향성(interactivity)과 신뢰도

인터넷이 새로운 매체로써 정보화 시대에 커뮤니케이션 패러다임의 혁명적 전환을 가져올 수 있었던 여러 요인들 중에 하나는 기존 매체와 구별되는 쌍방향성(interactivity)이라는 특징을 가지고 있기 때문이다(Morris & Organ, 1997). 위에서 언급했지만 쌍방향성은 커뮤니케이션 전 과정에 상당한 영향을 미쳤다. 그중에서 가장 두드러진 것이 수용자 개념의 변화이다. 기존 매스 미디어의 상황에서 수용자는 말 그대로 송신자가 전달하는 메시지를 거의 일방적으로 수용하는 매우 소극적(passive)인 개념에서의 독자이자 시청자 혹은 청취자들이다. 이 상황에서 수용자들은 자신들의 의견이나 생각을 송신자에게 제한적인 피드백(feedback)만을 할 수 있다. 그러나 인터넷은 여러 유형의 상호작용적 기체들을 통해 이용자들이 다양한 경로를 통해 정보 제공자에게 자신들의 의견을 전달할 수 있도록 도와준다. 예를 들어, 인터넷 신문이나 방송사의 뉴스 사이트의 특정 뉴스 기사나 그것을 쓴 기자에게 독자는 이메일이나 게시판 등을 통해 자신의 생각이나 의견을 표현할 수 있다. 이것은 기존 커뮤니케이션 환경에서보다 더욱 즉각적이고 신속하며 당사자에게 정확히 전달할 수 있는 정확성도 가지고 있다. 더 나아가서 인터넷 사용자들은 기자뿐 아니라 다른 이용자들 간에 상호 의견교환을 통해 특정 사안에 대해 여론을 형성하기도 한다.

커뮤니케이션 영역에서 인터넷의 쌍방향성 혹은 상호작용성에 관한 연구는 많은 학자들에 의해 이루어져왔다(Williams, Rice, and Rogers, 1988; Newhagen, 1997; Hoffman and Novak, 1996; 최영·김병철, 2000). 대부분의 연구들은 매체별로(신문, TV 등) 쌍방향성의 정도가 얼마나 차이가 나는지에 초점을 맞추고 있다. 그러나 대부분의 기존 연구들은 쌍방향성 자체를 분석대상으로 하고있으며 그 다음 단계 즉, 쌍방향성이 이용자들에게 어떤 영향을 미치는지에 대해서는 연구가 소홀하였다. 쌍방향성의 영향력 혹은 효

과에 관한 몇몇 연구들 중, 순다 등(Sundar et al., 1999)은 쌍방향성과 다른 변인들과의 관계, 즉 공중의 정치적 무관심 정도, 특정 후보자의 호감도, 그리고 후보자의 정치적 입장에 대한 인식 등을 조사했다. 그 결과 온라인상의 커뮤니케이션의 기술적 요소들도 이용자가 내용을 이해하고 반응하는 심리적인 측면에 영향을 미친다는 것을 증명했다. 이러한 차원에서 본 연구도 인터넷의 기술적 요소인 쌍방향성이 인터넷 뉴스 미디어의 이용자들의 신뢰도에 어떤 영향을 미칠 것인가에 관심을 가지고 실험연구를 실시했다.

그렇다면 쌍방향성과 신뢰도는 어떤 관련성이 있을까? 인터넷의 다양한 기술적 특징들은 이용자와 기자 혹은 이용자들간의 쌍방향성을 촉진시킨다. 예를 들면, 독자와 기자와의 이메일 혹은 게시판 등을 통한 질문과 답변(Q&A), 특정 이슈에 대한 대화방을 통한 토론 등은 특정 인터넷 뉴스 사이트에 대한 독자들의 방문을 증가시킬 수 있으며 이는 그 사이트와 보이지 않는 연결고리를 형성하게 된다. 마찬가지로 독자와 기자간뿐만 아니라 어느 특정 뉴스 사이트를 중심으로 독자들 간의 쌍방향적 커뮤니케이션이 활발히 일어날 수 있으며 그 안에서 공동체가 형성되고 그 공동체 안에서 특정 관심사나 이슈를 중심으로 여론이 형성되기도 한다. 이런 과정 속에서 독자들은 그 사이트를 반복적으로 방문하게 되고 그 사이트에 대해 충성도(loyalty)가 증가할 수 있다. 이는 자연스럽게 결국 신뢰의 단계에 이를 수 있는 것이다.

인지심리학 측면에서 볼 때, 상호작용을 한다는 것은 서로 간의 공통점을 찾아가는 과정이다. 이런 과정 속에서 서로에게 친근감(familiarity)을 느낄 수 있으며 서로 관계하는 자신들을 하나의 공동체 일원이라고 생각한다(Arkin and Burger, 1980). 여기서 상호작용을 한다는 의미는 서로 간의 관계를 일정하게 유지하고 지속시키는 것이며 심리적으로 상대와 보이지 않는 연결고리를 형성한다는 것이다. 즉, 서로 교감을 통해서 친근해진 대상을 좋아하게 되고 그 감정은 대부분 그 대상을 신뢰하는 감정으로 발전하게 된다(Newcomb, 1961; Hill, 1978; Grush, 1979, Rusbult, 1983).

결국, 독자나 시청자들이 뉴스를 작성하는 기자나 혹은 그것을 전달하는 매체(TV이나 신문 혹은 인터넷이든지)와 상호작용 기회가 많을수록 심리적인 연결 고리가 더욱 강해질 것이며 이는 신뢰로 발전될 수 있는 가능성이 증가되는 것이라 할 수 있다. 본 연구는 이런 가정 하에서 다음과 같은 연구

문제를 제기했다.

- 연구문제 3: 인터넷 뉴스 미디어의 쌍방향성은 사용자들의 신뢰도에 어떤 영향을 미치는가?

3. 연구방법

위에서 제기된 연구문제들에 답하기 위해 본 연구는 실험을 실시하였다. 총 95명의 신방과 수업을 듣는 학부 학생들이 피험자로 실험에 참여했다. 실제 실험을 시작하기 전에 학생들은 실험의 목적이 인터넷 뉴스 사이트의 디자인이 기사 내용에 어떤 영향을 미치는지를 측정하기 위한 실험이라고 교육받았다. 학생들은 쌍방향성 정도에 따라 두 가지 조건(high vs. low)에 무선배치 되었다. 이 과정에서 성별이나 다른 기준을 의도적으로 나누지는 않았다.

1) 실험과정

가상의 인터넷 뉴스 사이트가 본 실험의 처치물로 제작되었다. 쌍방향성의 정도 즉 실험처치가 제대로 이루어졌는지를 점검하기 위해 사전에 본(main) 실험에 포함되지 않은 20명의 학생들을 대상으로 점검이 이루어졌다. 즉, 고 쌍방향성 집단과 저 쌍방향성 집단 학생들 각각 10명을 대상으로 사이트의 쌍방향성 정도를 7점 척도로 측정한 후 t-검증 결과 두 집단 간의 유의미한 차이가 나왔으므로 처치는 제대로 이루어졌다고 판단되었다.

본 실험이 실시되는 동안 한 번에 모든 학생들이 참여할 수 있는 공간이 없었을 뿐더러 개개인의 학생들의 참여 가능한 시간들이 모두 달랐기 때문에 여러 번으로 나누어 실험이 진행되었다. 피험자들이 실습실에 도착하면 위에서 언급된 실험의 목적³⁾을 간단히 설명했고 구체적인 실험 요령을 지시

3) 학생들에게는 본 실험연구의 목적을 두 가지 측면에서 설명하였다. 첫번째는

했다. 즉, 각각의 학생들은 인터넷 주소가 적힌 종이를 받은 후 컴퓨터 앞에 앉은 다음 종이에 적힌 URL을 웹브라우저에 입력하면 모든 학생들은 똑같이 컴퓨터 화면에서 “여기를 클릭 하시오”라는 문장을 보게 된다. 그 다음 클릭을 하면 쌍방향성의 정도를 조정한 가상의 온라인 뉴스 사이트로 이동하게 된다. 약 20분 동안 두 집단의 학생들은 자유롭게 사이트를 돌아다니며 기사를 읽게 하였다. 특히, 쌍방향성이 높은 사이트에 배정된 참여자들은 기사에게 이메일을 보내거나 게시판에 자신의 의견을 올리는 등 좀 더 적극적인 상호작용에 관여하게 했다. 20분이 지난 후 인터넷 뉴스 사이트 이용을 멈추고 설문지를 작성하고 난 후 실험은 종결되었다.

2) 독립변인과 종속변인

본 실험연구의 독립변인인 쌍방향성은 뉴스 기사와 관련된 쌍방향적 기제의 정도가 높고 낮은 정도 두 가지 수준으로 처리되었다. 즉, 검색엔진, 기사를 쓴 기자의 이메일 주소, 특정 이슈나 기사에 대한 의견 게시판 등을 쌍방향성이 높은 인터넷 뉴스 사이트에 포함시켰고 피험자들의 시야에 잘 띠도록 시각화 시켰다. 반면 쌍방향성이 낮은 사이트에는 단순히 텍스트 위주로 구성되었고 ‘사이트 관리자(webmaster)’에게 보내는 이메일 주소만을 포함시켰다. 본 실험 연구의 독립변인 처리 과정에서 연구자가 신중히 고려한 사항 중 하나는 비록, 인터넷 뉴스 사이트에 쌍방향성 기능들이 많이 포함되어 있다고 반드시 사용자들의 상호작용이 활발하다고는 볼 수 없지만 최소한 그럴 가능성을 충분히 제공한다는 의도에서 쌍방향성 정도를 조절했다.

실험에서 이용된 가상의 인터넷 뉴스 사이트에는 모두 세 개의 뉴스 기사를 포함시켰다. 지역 뉴스와 경제뉴스, 그리고 스포츠 뉴스 기사이며 기사 내용은 실제 뉴스 기사를 이용했다. 프론트 페이지에는 세 가지의 주요기사

인터넷 뉴스 기사의 독이력(readerbility)과 기억력(memory)을 측정하는 것이고 두번째 목적은 전반적인 인터넷 뉴스의 평가에 관한 것이다. 그중 첫번째 목적을 위해 실제 실험에 사용된 인터넷 신문 기사내용에 관한 질문을 설문지에 포함시켰다. 이는 학생들이 좀 더 실험에 집중하도록 유도하기 위한 시도였다.

가 제목과 요약문 형식으로 실렸고 요약문 끝 부분에는 ‘계속’이라는 말과 함께 링크로 연결되어 클릭할 경우 전체 기사를 볼 수 있게 하였다.

본 연구에서 종속변인은 인터넷 뉴스 미디어에 대한 신뢰도이다. 관련 연구들의 신뢰도 측정 방법을 검토한 결과, 비록 논란의 대상은 되었지만 미국의 조사기관인 로퍼(Roper)사가 매체들의 신뢰도 측정을 한 이후 많은 신뢰도 연구들은 로퍼사의 측정방법을 기본으로 이용했다는 것을 알 수 있었다 (Gazino and McGrath, 1986). 예를 들면, 리머와 위버(Rimmer & Weaver, 1987)는 로퍼사의 측정방법을 수정한 가지노와 맥스라스(Gazino & McGrath, 1986)의 신뢰도 지수(credibility index)를 가지고 내적 신뢰도를 측정할 결과 Cronbach's α 값이 .90이나 되는 높은 수치를 얻기도 했다. 이것의 함의하는 바는 기존 매체뿐만 아니라 인터넷 미디어 신뢰도라는 새로운 변인도 다차원적인 하위 변인(multidimensional subvariables)들로 구성된 하나의 복합적 지수를 통해 성공적으로 측정될 수 있다는 것을 말한다.

그러므로, 본 연구에서도 기존의 신뢰도 측정방법을 사용하되 인터넷과 관련된 몇 가지 사항을 추가로 보완하여 측정했다. 즉, 신뢰도 측정은 로퍼 보고서와 가지노와 맥스라스(Gazino & McGrath, 1986)의 연구에서 사용된 설문 측정 문항과 ASNE(1999) 보고서 결과를 바탕으로 수정된 12개의 항목이 만들어 졌다. 각 항목은 “1=전혀 동의하지 않는다”와 “7=매우 동의한다” 사이의 7점 척도로 구분되었고 측정은 피험자들이 실험이 끝난 후에 이루어졌다. 12개의 문항은 ‘공정하다’, ‘신뢰감을 준다’, ‘객관적이다’, ‘정확하다’, ‘왜곡되어 있다’, ‘문법이나 철자에 부주의하다’, ‘사회복지에 무관심하다’, ‘개인의 사생활을 보호한다’, ‘선정적이다’, ‘상업적이다’, ‘독자(이용자)의 이익을 생각한다’ 그리고 ‘공공의 이익을 위해 노력한다’ 등이다. 마지막으로 피험자들의 설문을 통해 인구통계학적인 정보들이 수집되었다.

3) 자료 분석 및 통계

실험이 끝난 후 수집된 자료들은 SPSS/9.0을 이용하여 요인분석과 t-검증 등 통계분석을 실시하였다. 위에서 언급했듯이 12 문항의 신뢰도 지수는 7점 리커트 척도(Likert scale)로 이루어 졌으며, 7점이 “매우 동의한다”에서 1

점인 “매우 동의하지 않는다” 순으로 측정되었다. 그러므로 결과가 높은 수치일수록 각 문항에 대해 피험자들은 더욱 동의한다는 의미가 된다. 여기서 부정적 의미를 가진 5개 문항들(‘왜곡되어있다’, ‘선정적이다’, ‘지역사회 발전을 고려하지 않는다’, ‘상업적이다’, ‘문법이나 철자에 부주의하다’)은 다시 재코딩(reverse coding)되었다. 즉, 7점은 1점으로, 6점은 2점 등으로 재조정되었다. 본 연구의 설문 문항간의 내적 신뢰도 측정 결과 α (Cronbach's Alpha) 수치는 인터넷 뉴스 미디어가 .73, 기존 뉴스 미디어가 .80으로 믿을 만한 수준이었다.

4. 연구결과

실험에 참가한 피험자 95명중에서 76%인 72명이 여자였고 나머지 24%인 23명이 남자였다. 자신이 가장 선호하는 뉴스 매체 하나를 선택하라는 질문에는 52%가 텔레비전을 16%는 신문을 선택했으며, 12%가 인터넷을 선택했다. 그러나 인터넷상으로 뉴스를 접하는 시간은 일주일에 평균 1.2시간에 불과했다. 텔레비전 뉴스 시청시간은 평균 일주일에 3.4시간이었으며, 신문은 거의 절반이 일주일에 한 번에서 두 번 정도 본다고 대답했다.

본 연구는 요인분석을 통해 인터넷 뉴스 미디어 신뢰도를 구성하는 요인을 측정하고 기존 뉴스 미디어의 신뢰도를 구성하는 요인과 비교하였다. 그 전에 우선 인터넷 뉴스 미디어와 기존 뉴스 미디어 사이의 각 항목별 신뢰도 평균값을 비교하였다.

<표 1>에 따르면 인터넷 뉴스 미디어에 대한 이용자들의 신뢰도 평가를 항목별로 평균하였을 때 모든 항목이 7점 척도의 중간인 4점을 넘었으며 상대적으로 평균값도 높았다. 그중에서도 ‘문법이나 철자에 부주의하다’(5.38), ‘공정하다’(5.32), ‘객관적이다’(5.17), ‘정확하다’(5.17) 등은 모두 5점을 넘는 것으로 나타났다. 즉, 인터넷이 뉴스 미디어로써 공정하고, 객관적이고 정확한 정보를 전달한다는 측면에서는 신뢰하며, 속보성 등으로 인해 소홀해지기 쉬운 ‘문법이나 철자의 오류’에도 주의를 기울이고 있다는 데 동의하는 것으로 나타났다.⁴⁾

<표 1> 인터넷 뉴스 미디어와 기존 뉴스미디어의 항목별 신뢰도 평균 분포

신뢰도 측정 항목	평균 (표준편차)	
	인터넷 뉴스미디어	기존 뉴스미디어
공정하다	5.32 (1.18)	3.68 (1.60)
신뢰감을 준다	4.88 (1.09)	3.60 (1.51)
객관적이다	5.17 (1.20)	3.57 (1.44)
정확하다	5.17 (1.23)	4.57 (1.33)
왜곡되어 있다*	4.40 (1.30)	2.87 (0.95)
문법이나 철자에 부주의하다*	5.38 (1.54)	5.12 (1.44)
지역사회의 발전에 무관심하다*	4.96 (1.41)	4.41 (1.28)
개인의 사생활을 보장한다	4.96 (1.23)	2.73 (1.41)
선정적이다*	4.27 (1.55)	2.59 (1.36)
상업적이다*	4.07 (1.43)	2.15 (1.24)
독자(이용자)의 이익을 고려한다	4.82 (1.06)	4.86 (1.26)
공공의 이익을 위해 노력한다	4.80 (1.37)	4.50 (1.35)
평균	4.85 (0.66)	3.72 (0.76)

주: * 다른 문항들의 척도와 반대로 부정문이므로 재코딩(recoding) 후 전혀 동의하지 않는다=7에서 매우 동의한다=1로 해석되어진다.

기존 뉴스 미디어의 신뢰도 측정 결과 ‘문법이나 철자에 부주의하다’(5.12), ‘독자의 이익을 고려한다’(4.86)와 ‘정확하다’(4.57) 등이 높은 평균치를 나타낸 주요 영역들이었다. 또한, 두 미디어 유형의 전체 신뢰도 평균값을 비교해보면, 인터넷 뉴스 미디어의 평균값(4.86)이 기존 뉴스 미디어의 평균값(3.72)보다 높다는 것을 알 수 있었으며, 두 평균값을 t-검정한 결과 통계적으로도 유의미하게 나타났다. 그러나, 본 연구는 대학생 집단을 대상으로 하였으므로 이들의 인터넷 이용률은 일반인들에 비해 높기 때문에 결과를 일반화하기에는 한계를 가진다고 할 수 있다.

본 연구의 ‘연구문제 1’은 인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도의 구성 요인을 분석하는 것이다.<표 2>는 인터넷 뉴스 미디어에 대한 이용자들의 신뢰도에 영향을 미치는 요인을 주성분 분석과 베리맥스 회전에 의해 추출된 고유값(eigen value)이 1 이상인 4개의 요인들을 나타내고 있다. ‘객관적이다’와 ‘상업적이다’는 두 요인에 걸쳐있거나 하나의 요인에만 포함되어 있기 때문

- 4) 위에서 언급한 대로 부정적인 의미를 가진 항목들은 데이터 입력 후 재코딩(recode) 처리되어 평균점이 높을수록 동의하지 않는 것으로 해석했다.

<표 2> 인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도 요인 분석

문항	신뢰도 요인				공통량
	요인1: 뉴스가치성	요인2: 공공성	요인3: 선정성	요인4: 공정성	
문법이나 철자에 부주의하다	.817				.728
신뢰감을 준다	.737				.748
정확하다	.622				.550
공공의 이익을 생각한다		.894			.833
독자의 이익을 고려한다		.744			.724
왜곡되어있다			.785		.751
선정적이다			.725		.722
지역사회 발전에 무관심하다			.608		.627
개인의 사생활을 보호한다				.831	.799
공정하다				.620	.721
아이겐 값	3.445	1.826	1.230	1.108	
설명변량 (%)	18.4	14.9	14.8	14.7	

에 표에서 제외시켰다. 즉, ‘객관성’이 빠진 이유는 인터넷 뉴스 기사의 내용이 기존 뉴스 기사에 비해 상대적으로 개인의 주관적인 의견이 포함된 경우가 더 자주 있기 때문이라고 추론할 수 있다. 또한, ‘상업성’의 경우 5번째 요인에 유일하게 포함되어 있었기 때문에 제외시켰다.

각 요인들에 포함되어 있는 항목들의 의미를 고려하여, 각각 ‘뉴스가치성’, ‘공공성’, ‘선정성’, ‘공정성’이라고 명명하였다. 이 가운데 인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도를 설명할 수 있는 변량의 크기가 가장 큰 요인은 뉴스가치성(18.4%)으로 나타났다. 즉, 사람들은 인터넷 뉴스의 신뢰도를 뉴스가치(journalistic news value), 즉 뉴스 기사에 오타가 있는지, 정보 내용이 정확한지 등을 기준으로 판단한다는 것을 알 수 있다. 그 외의 다른 세 요인들의 설명변량은 거의 유사했다. 두번째 요인인 공공성(14.9%)의 경우 인터넷 뉴스 미디어가 공공의 이익을 고려하는지 혹은 독자의 이익을 고려하는지에 따라 구성되었으며, 선정성(14.8%)은 인터넷 뉴스 기사가 선정적인지 혹은 왜곡되었는지를 말해준다. 결국 선정적인 기사에 치우치다보면 지역사회 발전에는 무관심하게 된다는 것이다. 마지막으로 인터넷 뉴스 기사가 공정한지 혹은 개인의 사생활을 보호해주는지는 인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도 구성 요인 중 공정성(14.7%)에 해당한다.

<표 3> 기존 뉴스 미디어의 신뢰도 요인 분석

문항	신뢰도 요인			
	요인1: 뉴스가치성	요인2: 공공성	요인3: 상업성	공통량
객관적이다	.729			.689
개인의 사생활을 보호한다	.720			.534
신뢰감을 준다	.695			.621
공정하다	.680			.833
정확하다	.677			.612
문법이나 철자에 부주의하다	.606			.463
공공의 이익을 생각한다		.838		.721
독자의 이익을 고려한다		.769		.663
상업적이다			.782	.644
선정적이다			.725	.544
아이젠 값	4.123	1.405	1.326	
설명변량 (%)	25.9	17.3	13.9	

‘연구문제 2’는 인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도 구성요인을 기존 미디어와 비교하는 것이다. 이를 위해, <표 3>은 기존 뉴스 미디어에 대한 신뢰도에서 나타나는 주요 요인들을 보여주고 있다. 요인분석 결과 고유값이 1 이상인 요인들이 3개 추출되었다. 각 요인들에 포함되어 있는 문항들을 기준으로 각각 ‘뉴스가치성’, ‘공공성’, ‘상업성’ 등으로 이름이 붙여졌다. 기존 뉴스 미디어의 신뢰도를 설명할 수 있는 변량의 크기가 가장 큰 요인은 뉴스가치성(25.9%)으로 이는 인터넷 뉴스 미디어의 경우와 비교하였을 때 신뢰도를 판단하는 더욱 비중있는 요인으로 작용하였다. <표 3>에 따르면, 기존 뉴스 미디어의 신뢰도를 판단할 때 수용자들은 객관성이나, 공정성, 정확성, 문법이나 철자에 대한 부주의 등 전통적인 저널리즘 가치들을 고려하는 것으로 나타났다. 이 밖에도 공공성(17.3%)과 상업성(13.9%) 순으로 기존 뉴스 미디어의 신뢰도는 구성되어졌다.

두 매체간의 요인분석표를 비교해보면 인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도가 뉴스가치성을 중심으로 공공성, 선정성, 공정성 등 상대적으로 다양한 요인들로 설명되어지는 반면에 기존 뉴스 미디어는 신뢰도를 판단하는 데 뉴스가치성이 다른 요인에 비해 비중 있게 작용했다고 해석할 수 있다. 또한 흥미 있는 사실은 인터넷 뉴스미디어의 ‘공정성’ 항목이 기존 뉴스미디어에서는

뉴스가치성 요인에 포함된 것을 알 수 있었다. 이는 기존 뉴스 미디어의 경우 좀 더 포괄적인 뉴스가치성 요인이 작용한다고 볼 수 있다. 반면, 인터넷이라는 매체적 특성상 개인의 사생활이나 여러 측면을 다양하게 보도하는 방식이 기존 뉴스 미디어와는 차별적으로 이용자들이 신뢰를 가지게 하는 원인으로 작용함을 시사한다. 결론적으로, 인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도는 기존 뉴스 매체보다 좀 더 다각적인 측면에서 평가된다고 할 수 있을 것이다.

<표 4> 쌍방향성 정도에 따른 인터넷 뉴스 미디어에 대한 신뢰도 차이

	N	평균	표준편차
저 쌍방향성	45	4.85	.60
고 쌍방향성	50	4.83	.72

주: $t=-0.26$, $p=.97$

‘연구문제 3’은 인터넷의 매체적 특징 중 하나인 쌍방향성이 사용자들의 신뢰도에 어떤 영향을 미치는지를 분석하였다. 본 연구는 실험을 통해 쌍방향성이 높은 인터넷 뉴스 사이트를 이용한 집단과 그렇지 않은 집단간의 신뢰도 차이를 t -검증을 통해 분석하였다. 위의 <표 4>에 따르면, 쌍방향성이 높은 집단과 낮은 집단 간의 인터넷 뉴스 미디어에 대한 신뢰도는 통계적으로 유의미한 차이를 나타내지 않았다. 즉, 인터넷의 매체적 특징인 쌍방향성은 인터넷 뉴스 사이트를 이용하는 사람들의 신뢰도에는 아무 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

5. 논의 및 결론

뉴스 미디어에 대한 시민들의 불신(distrust)이 점점 증가하고 있는 상황에서 인터넷 뉴스의 영향력은 증가하고 있으나 신뢰도에 대한 논란은 계속 진행 중이다. 본 연구는 인터넷 뉴스의 신뢰도에 영향을 미치는 요인이 정확히 밝혀지지 않은 현 시점에서 인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도를 설명하는 요인

은 무엇이며, 그것은 기존 뉴스 미디어의 신뢰도와 어떤 차이가 있는지 살펴 보았다. 특히, 인터넷의 대표적인 특징인 쌍방향성이 이용자들의 인터넷 뉴스 미디어에 대한 신뢰도에 어떤 영향을 미치는지 그 가능성을 조사하였다.

연구 결과 인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도 형성에 중요한 영향을 미치는 요인들은 기존 뉴스 미디어와 비교할 때 비교적 다양한 측면에서 고려되었음을 알 수 있다. 물론 가장 크게 작용하는 요인은 전통적 뉴스가치성이었으나 공공성이나 선정성 등 다른 요인들도 서로 비슷한 비중으로 설명되었다. 이 결과는 박정의(2001) 연구 결과와는 일부 다르게 나타난 부분이 있는데 예를 들면, 박정의 연구에서는 인터넷에서는 공공성이 무의미하게 나타났는데 본 연구 결과에서는 의미 있게 나타났다. 그 원인으로는 '공공성'의 의미가 이전 논문에서는 단항목 측정(a single-item measure) 방식으로써 인터넷 미디어가 공정한지를 5점 척도로 측정했기이지만, 본 논문에서 '공공성' 개념은 복수항목 혹은 지수(index)를 통해 측정된 결과이다. 또한, 박정의 논문의 경우 특정 뉴스 사이트를 규정하지 않고 TV와 신문 등 기존 매체와 함께 인터넷 매체의 신뢰도를 서베이를 통해 측정했기 때문에, 본 연구의 경우 구체적인 가상의 뉴스 사이트를 대상으로 실험을 통해 측정했다는 점이 다르다고 할 수 있다. 결론적으로 본 연구에서의 다양한 항목으로의 '공공성' 측정은 상대적으로 특정 개념이 의미있게 인식되어질 가능성을 높여줄 수 있다고 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 박정의 연구를 비롯한 선행연구들과의 공통적 결과는 새로운 저널리즘 환경의 인터넷 뉴스 미디어에서도 지속적으로 전통적 저널리즘의 가치는 그대로 유지된다는 점이며, 결국 이 말은 뉴미디어의 매체적 특성을 활용한 기사의 독창성(박정의, 2001)이나 뉴스 사이트의 멀티 미디어를 이용한 쌍방향성(Kiousis, 2003), 그리고 본 연구에서 사용한 토론방이나 하이퍼링크 등 다양한 쌍방향적 기제들은 아직까지는 신뢰도에 큰 영향을 주지 않는다고 결론 내릴 수 있다.

그렇다면 새로운 온라인 저널리즘 환경에서도 전통적인 뉴스가치성이 지속적으로 비중 있게 설명되어진 이유는 무엇일까? 본 실험 연구의 요인분석 결과는 인터넷 뉴스의 이용자들이 기사 내용에 오자나 문법이 틀린 곳이 있는지, 기사 내용은 얼마나 정확한지, 그리고 정보가 신뢰성이 있는지 등을 인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도에 대한 판단기준으로 여기고 있는 것으로 해

석된다. 마감시간이 없고 시시각각 새로운 뉴스를 업데이트할 수 있는 장점을 가진 인터넷 뉴스는 자칫 확인이 안된 부정확한 정보를 전달할 수 있으며, 기존 신문에서처럼 신중한 편집과정을 거치지 않으므로 오보(誤報)나 오자(誤字) 등이 빈번하게 나올 수 있는 문제점을 가지고 있다. 물론, 이런 잘못된 정보나 철자의 실수 등은 편집 기자들의 손을 거쳐 온라인상에서 바로 수정되거나 다른 뉴스로 교체될 수 있지만 한번 잘못 보도된 사실 자체가 신뢰도를 떨어뜨릴 수 있다는 것이다.

따라서, 잘못된 기사 내용이나 오자 등은 뉴스 미디어나 언론인들의 신뢰를 저하시킬 수 있는 요인임을 인식하고, 인터넷 언론사에서 일하는 기자들은 이에 좀 더 세심한 주의를 기울일 필요가 있다. 반면 인터넷 뉴스 미디어의 경우 기존 뉴스 미디어에서 보다 일반 독자나 이용자들이 게이트키퍼(gatekeeper)로서 뉴스 생산과정에 참여가 더욱 활발하기 때문에 검증이 안된 정보들, 예를 들어, 개인의 주관적 의견들이 많이 전달될 수 있다는 점을 고려하여 인터넷 뉴스의 독자들도 기자들 못지 않게 뉴스나 정보를 받아들일 때 더욱 신중해야 할 것이다.

또한, 본 연구는 인터넷 뉴스 미디어의 신뢰도 형성 요인들이 비교적 다면적으로(multidimensional) 설명되는 것에 비해 기존 미디어의 신뢰도를 형성하는 주요 요인들은 주로 전통적 뉴스가치성에 집중되어 있는 것을 발견하였다. 오랜 저널리즘 관습 속에서 주요한 전달기능을 담당해오던 신문을 포함한 기존 뉴스 미디어에 대한 수용자들의 신뢰도는 자연스럽게 저널리즘 가치를 중심으로 형성되어왔다. 바꾸어 말하면 인터넷이라는 새로운 매체는 아직까지 전문적 뉴스 미디어로써 역할보다는 이메일이나 채팅 등 통신이나, 오락기능, 교육기능 등 더욱 다양한 기능을 하고 있기 때문에 이용자들은 좀 더 다양한 신뢰도 기준을 가지고 판단한다고 볼 수 있다.

끝으로, 본 연구에서 관심을 가졌던 쌍방향성과 신뢰도의 관계에 대한 분석 결과, 단순히 인터넷의 쌍방향적인 기능들은 이용자의 인터넷 뉴스 미디어에 대한 신뢰도에 유의미한 영향을 미치지 않는다는 것을 알 수 있었다. 이에 대한 원인은 몇 가지로 설명될 수 있을 것이다. 우선은 인간이 '신뢰감'을 가지기 위해서는 단기간이 아닌 어느 정도 오랜 시간을 필요로 한다는 것이다. 위에서 언급한 것처럼, 신뢰는 지속적인 접촉이나 다양한 상호작용을

통해 서로가 친근(familiarity)해지는 과정을 거치는 동안 자연스럽게 호감(liking)을 가지게 되며 마지막으로 믿음이라는 감정이 형성되는 것이다.

본 실험 연구에서 비록 쌍방향성이 높은 그룹의 피험자들이 뉴스 사이트에서 자유롭게 검색엔진으로 지난 기사를 찾아보게 하고, 링크를 통해 관련 기사들을 검색하며, 게시판에 글을 올리게 해보았으며, 기자에게 이메일을 써보게 하면서 능동적으로 커뮤니케이션 과정에 참여시킬 수 있는 기회를 주었지만, 단 한번의 짧은 시간 동안 인터넷 뉴스 사이트에 노출만으로는 충분하지 않았을 가능성이 높다. 이런 측면에서, 본 논문과 유사하게 설계된 최근 키우시스(2003)의 인터넷 뉴스의 쌍방향성과 신뢰도에 관한 실험 연구도 본 연구와 똑같은 한계를 가진다고 할 것이다. 이런 문제점을 극복하고 좀 더 완성도 높은 연구를 위해서는 기존 뉴스 사이트를 선정하여 이미 장기적으로 축적된 사용자들의 신뢰도를 측정하는 것도 의미있는 작업이 될 것이다.

더 나아가서 본 연구에서 이용된 독립변인, 즉 인터넷의 기술적 특징인 쌍방향성만으로는 신뢰도에 영향을 미치는 요인으로는 충분하지 않을 수 있다. 그 보다는 좀 더 근본적이고 복합적인 요인들이 존재할 수 있다. 예를 들면 뉴스 기사의 내용이나 시각, 이용자의 특성, 미디어 기업 자체의 구조적인 문제, 혹은 사회 전체의 이데올로기 등 환경적인 요인들은 본 연구에서는 여건상 측정하지 않았다.

특히, 기존 연구에서도 일부 밝혀졌지만, 이용자들의 개인적 특성은 신뢰도에 중요한 영향을 미칠 수 있다. 기존 신뢰도 연구에 의하면 개인의 특정 미디어 이용 성향에 따라 그 매체에 대한 신뢰도에 영향을 미친다고 했다. 즉, 특정 매체의 사용이 증가할수록 그 매체에 대한 개인의 신뢰도는 증가한다고 주장했다(Westley & Severin, 1994; Greenberg, 1966; Shaw, 1973).

인터넷 사용자들의 매체이용 경향 등은 차후 연구에서 또 다른 독립변인으로 중요한 역할을 할 수 있을 것이다. 이런 측면에서 볼 때, 인터넷 뉴스 사이트를 운영하는 기업은 우선 자신의 사이트를 자주 방문하는 사용자들의 다양한 정보, 특히 사용자들의 매체이용 성향이나 인구 통계학적인 정보들을 정확히 파악한 후 현황이나 변화의 경향 등을 토대로 사이트의 구성을 더욱 유동적이고 이용자들 위주로 제작할 필요가 있다. 더 나아가서 반드시 현재

의 이용자들을 중심으로 사이트를 구성하는 것을 넘어 잠재적인 이용자들을 고려한 전략을 세울 수도 있을 것이다.

최근 인터넷 기술의 발달로 인해 대부분의 인터넷 뉴스 사이트들에서는 비슷한 수준의 쌍방향적인 기능들을 제공하고 있다. 결국, 독자들의 참여가 활발히 일어나고 있는 뉴스 사이트들은 단순히 쌍방향적인 기능들을 어느 정도 제공하는지 여부를 떠나 그 사이트의 오프라인 매체의 명성(reputation)이나 혹은 ‘오마이뉴스’ 같은 독립 인터넷 뉴스의 차별화된 특성에 따라 독자들의 참여가 결정된다고 볼 수 있다. 결국, 단순히 어느 한 가지 주요인만이 신뢰도에 영향을 미치기보다는 여러 요인들이 서로 상호작용을 하면서 복합적으로 영향을 미칠 수 있다는 가능성을 암시한다. 이런 점을 고려하여 추후 연구에서는 기존의 특정 뉴스 사이트를 선정하여 어떤 요인들이 서로 다른 유형의 사이트에 대한 신뢰도에 영향을 미치는지를 비교 분석하는 것도 중요한 연구 과제가 될 것이다.

또한, 현실적으로 국·내외 대부분의 인터넷 뉴스 사이트들은 이런 쌍방향적인 기능들은 충분히 이용되고있지 않다(Tankard & Ban, 1998; Schultz, 2000; 최영 & 김병철, 2000; 박성희, 2001). 다시 말하면 인터넷 상의 쌍방향적 기제들이 반드시 상호작용을 야기한다고 할 수 없다.

그럼에도 불구하고, 다양한 쌍방향적인 기능들을 제공하고 있는 뉴스 사이트들의 경우 그렇지 않은 사이트에 비해 상대적으로 상호작용이 일어날 가능성이 높을 뿐 아니라 최근 인터넷 상에서 네티즌들의 여론이 현실 세계에 미치는 영향력을 고려하여 본 논문에서는 인터넷 뉴스 미디어에서 제공하는 다양한 쌍방향적 서비스들과 이용자들의 심리적 태도 사이에는 상관관계의 존재 가능성을 측정을 시도한 것이다.

결국 본 연구는 그동안 설문조사 중심의 기존 매체에 대한 신뢰도 관련 연구들의 축적된 이론적 바탕 위에 인터넷이라는 새로운 매체를 대상으로 인과관계를 좀 더 명확히 살펴보기 위한 시도로 실험연구를 실시했다는 데 의의를 가진다.

끝으로 본 연구의 함의는 인터넷 뉴스 미디어의 쌍방향성이나 다른 기술적 기능들이 뉴스 매체의 신뢰도와 전혀 상관관계가 없다는 말은 아니다. 그러나 오늘날 직면하고 있는 전반적인 뉴스 미디어들에 대한 수용자들의 불

신은 좀 더 근본적인 변화들을 요구한다. 그것은 내용을 만들어 내는 기자들의 의식이나 뉴스 미디어 기업의 소유주, 매체 시장에서 막강한 영향력을 가지고 있는 광고주들, 그리고 수용자 자신들의 변화도 필요하다. 그리고 그것들은 단시간 내에 쉽게 이루어지지 않는다.

참고문헌

- 박성희(2001). 온라인 신문의 기사 게재 과정에 대한 질적 연구—미국 'chicago-tribune.com'과 한국의 '디지털 조선일보' 사례 비교연구. 『한국언론학보』, 제45호, 128-156.
- 박정희(2001). 다매체시대의 매체별 신뢰도 분석: 온라인과 전통매체의 변별요소-뉴스의 사회성. 『한국방송학보』, 제15-3호, 129-150.
- 이강수(1986). 『커뮤니케이션 미디어 연구의 패러다임 논쟁』. 서울: 나남.
- 최영·김병철(2000). 인터넷 신문의 상호작용성에 관한 연구—국내 인터넷 신문의 상호작용 매커니즘에 대한 실증 분석. 『한국언론학보』, 제44-4, 72-200.
- 한국언론재단(2001). 『한국언론의 신뢰도: 위기현황 분석과 극복방안』, 서울: 한국언론재단.
- _____ (2002). 『언론 수용자 의식조사』, 서울: 한국언론재단.
- American Society of Newspaper Editors(1999). Why newspaper credibility has been dropping. [On-line] Available: <http://www.asne.org/works/jcp/credibility.htm>.
- Arkin, R. M. and Burger, J. M.(1980). Effects of unit relation tendencies on interpersonal attraction. *Social Psychology Quarterly*, 43, 380-391.
- Berlo, D. K., Lemert, J. B., and Mertz, R. J. (1970). Dimensions for evaluating the acceptability of message sources. *Public Opinion Quarterly*, 33, 563-576.
- Gaziano, C. (1987). News people's ideology and the credibility debate. *Newspaper Research Journal*, 9, 1-18.
- Gaziano, C. and McGrath, K. (1985). Newspaper credibility and relationships of newspaper journalists to communities. *Journalism Quarterly*, 62, 317-329, 345.
- Greenberg, B.(1966). Media use and believability, some multiple correlates. *Journalism Quarterly*, 43, 665-732.
- Grush, J. E.(1979). A summary review of mediating explanations of exposure phenomena. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 5, 154-159.
- Hill, G. W.(1978). Effects of mere exposure on preferences in nonhuman animals. *Psychological Bulletin*, 85, 1178-1198.
- Hoffman, D. L. and Novak, T. P.(Jan-Mar. 1996). A new marketing paradigm for electronic commerce. *The information society, Special issue on electronic commerce*, 13, pp. 43-54. <http://www2000.ogsm.vanderbilt.edu/novak/new.marketing.paradigm.html>

- Hovland, C. I., and Weiss, W.(1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15, 633-650.
- Kiousis, S.(2001). Public Trust or Mistrust? Perceptions of Media Credibility in the Information Age. *Mass Communication & Society*, 4(4), 381-403.
- _____(2003). Equal Trust: An Experiment exploring the impact of interactivity and sources on individuals' perceptions of credibility for online news stories. Paper presented to the ICA annual conference, San Diego, CA.
- National Conference of Editorial Writers(Oct. 18, 1996). *Public journalism*. <http://www.ncew.org/civic.html>.
- Newcomb, T. M.(1961). *The acquaintance process*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Newhagen, J.(1997). On hitting the agenda reset button for net research, and getting it right this time. Paper presented to the AEJMC annual convention, Chicago, IL.
- Ognianova, E.(1998). The value of the journalistic identity on the World Wide Web. Paper presented to the AEJMC annual convention, Baltimore, MD.
- Rimmer, T. & Weaver, D.(1987). Different questions, different answers? Media use and media credibility. *Journalism Quarterly*, 64, 28-36, 44.
- Rusbult, C. L.(1983). *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 101-117.
- Shaw, E.(1973). Media credibility: taking the measure of a measure. *Journalism Quarterly*, 50, 306-311.
- Sundar, S. S.(1998). Effects of source attribution on perception of online news stories. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 75, 55-68.
- _____(1999). Exploring receivers' criteria for perception of print and online news. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 76, 373-386.
- Tankard Jr., J. and Ban, H.(1998) Online Newspapers: Living Up to Their Potentials?. Association for Education in Journalism and Mass Communication(AEJMC), Baltimore, MD.
- Westley, B. H. and Severin, W. J.(1964). Some correlates of media credibility. *Journalism Quarterly*, 41, 325-335.
- Williams, F., R., Rice, E., and Rogers, E. M.(1988). *Research methods and the New Media*. New York: Free Press.

Experimental study of user credibility on Internet news media

Ban, Hyun

Professor, Dept. of Mass Communication, University of Incheon

The purpose of the study is to examine a causal relationship between interactivity and users' credibility in Internet news media. To achieve the purpose, the study examined the factors influencing the credibility. And, the credibility factors of traditional news media were analyzed and compared. Finally, this study was interested in examining a causal relationship between interactivity and Internet news credibility.

An experiment was conducted to measure Internet news credibility under two different conditions. One news site has a higher level of interactive features, such as a search engine, e-mails to individual reporters, opinion forum, and so on. The other has a lower level of interactivity, only including an e-mail to webmaster. A total of 12 credibility items were measured for this study.

The study found four major factors explain the credibility of Internet news media. They are journalistic value, public responsibility, sensationalism, and fairness. On the other hand, three factors which affect on the credibility of traditional news media were journalistic value, public responsibility, and market-oriented journalism. This implies that while more various factors explain the Internet news credibility, mainly traditional journalistic value plays a significant role in the formation of traditional new credibility. Finally, given that no significant relationship was found between interactivity of Internet news media and credibility, this study discusses some reasons: first, interactivity might not be an important predictor variable on Internet news credibility; second, the experimental design of the study has some methodological limitations, such as being restricted to one exposure or not having much difference in two levels of experimental treatment.

Keywords: interactivity, internet news media, media credibility, journalistic news value.