

정치뉴스에 대한 사전지식 수준이 관여도와 기사신뢰도, 소셜 커뮤니케이션 행위에 미치는 영향

김미경(청운대학교 미디어커뮤니케이션학과)

김봉덕(청운대학교 미디어커뮤니케이션학과)

1. 문제제기

뉴스 미디어 이용이 시민들의 정치 지식을 향상 시킬까? 정치 대화가 시민들의 정치 지식을 증대시킬 수 있을까? 개인이 가지고 있는 정치지식은 어떠한 영향을 미칠까? 등 정치 커뮤니케이션 분야에서 가장 많은 관심과 논쟁을 이끄는 주제가 뉴스 미디어 이용, 정치대화, 그리고 정치 지식 간의 관계이다. 하버마스에 따르면 사회적 이슈에 대한 토론을 위해서는 시민의 의견 형성이 선행되어야 하며, 이러한 의견 형성은 대부분 미디어를 통해 이루어진다. 즉 정치 이슈에 대한 시민들의 지식은 정치지식획득 활동과 관계가 깊으며, 이러한 정치지식은 주로 미디어를 통해 이루어진다고 말하고 있다. 최근 한국사회를 소용돌이치게 했던 박근혜대통령 탄핵과 같은 폭발적인 집단행동의 근원은 각종 언론과 인터넷 커뮤니케이션의 활성화와 대의 민주주의 제도에 있다고 한다. 즉 여론의 형성 기제가 다양해졌고, 직접적인 시민의 의견이 대의민주주의를 통해 구현되지 않기 때문일 것이다.

이에 따라 시민들은 인터넷 뉴스 이용 패턴에서 보듯이 직접 댓글을 달아 자신의 의견을 직접적으로 표현하고 있는 것이다. 특히 최근 스마트폰의 보급으로 모바일 인터넷 환경이 빠른 속도로 바뀌면서 시간과 공간적 제한에서 벗어나 SNS 등을 통한 정보교환이 실시간으로 이루어지게 되기 때문에 뉴스 생산자인 기자나 언론사로부터 뉴스를 제공받아 소비만 하던 것에서 나아가 뉴스 이용자인 독자들이 기자나 언론사에 직접적으로 신속하게 반응을 보일 수 있는 길이 열렸다는 점을 주목해 볼 수 있다. 그러나 그보다 더 의미있는 것은 독자가 뉴스에 대한 다른 사람들의 반응을 서로 알아 볼 수 있는 공동체적인 과정이 뉴스의 개인적 소비와 동시에 이루어지고 있다는 점이다. 또한 이러한 행위는 지인들에게 자신이 의미 있다고 생각되는 기사를 전달하기도 하는 등 행위로 이어 질 수 있기 때문에 인터넷에서의 뉴스 이용행위로 얻어지는 지식에서 그치는 것이 아닌 더욱 의미 깊은 소통양식이 되어 가고 있다.

정치지식의 학습에 있어서 미디어의 역할을 검증하는 많은 연구들은 매체이용 동기의 효과(David, 2009; Gantz, 1978), 매체 유형별 학습효과(권상희·김위근, 2004; 김관규·김무곤, 2005; Chaffee & Frank, 1996; Robinson & Levy, 1986), 주목도에 따른 효과 차이(예, Chaffee & Schleuder, 1986), 매체별 의존도에 따른 차이(Culbertson & Stempel, 1986) 등을 밝혀 왔다. 또한 정치지식 습득과정을 개인의 정보처리과정과 같은 변인을 이용해 그 메커니즘을 살펴보고자 하는 연구도 있었다(송종길·박상호, 2007). 그러나 이들 연구들은

대부분 커뮤니케이션 행위와 정치지식 간의 인과관계 방향성에 대해서는 상세히 다루지 않았으며, 논의 및 결론 부분에 다소 명확하지 않은 연구의 제한점으로 언급하는데 그치고 있다.

대체로 정치지식 및 민주주의 사회에서 미디어의 역할에 대한 기존 연구는 지식습득에 있어서 교육수준, 사전지식, 정치적 관여 등이 중요한 예측변인임을 일관되게 밝혀왔다. 정치뉴스 노출도 정치지식 습득에 영향을 줄 것이라고 쉽게 예측이 가능하지만, 이는 아직 경험적으로 잘 지지되지 못하고 있다. 그럼에도 불구하고 연구자들은 정치정보 습득과정에 있어서 인과관계, 즉 정치지식과 커뮤니케이션 행위라는 두 변인 사이의 방향성에 대해 일관성 없이 서로 다른 결과를 제시하고 있다.

본 연구에서는 정치지식이 가치관여에 어떠한 영향을 미치며 정치기사를 신뢰하는데 어떠한 영향을 미치는지와 자신의 의견을 표출하는 커뮤니케이션 행위로 '좋아요'클릭, 댓글작성, 지인에게 공유하는 행동의도와 어떠한 관계를 가지고 있는가에 대해 살펴보고자 한다. 이는 이미 개인이 가지고 있는 정치관련 사전 지식수준이 가치관을 어떻게 형성해 나가고 주변과 소통하는 행위들로 이어지는 관계를 살펴봄으로써 정치뉴스의 생산과 소비영역의 소비자들의 상대적 가치와 의미를 평가하는데 중요한 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

2. 기존문헌검토

1) 사전지식과 커뮤니케이션의 효과

사전지식에 대한 전통적인 연구는 Chase & Simon(1973)의 체스게임에서 시작되었다. 이들에 의하면 체스게임에 숙달된 사람이 그렇지 못한 사람에 비해 말의 위치를 더 많이 기억하였으며, 이러한 장기 말의 위치에 대한 우수한 기억은 일반적인 기억능력이 아닌 전형적인 게임형식에 대한 지식에 근거한다는 것이다. 즉, 기존지식은 정보처리 활동에 깊은 영향을 미치고 있으며, 높은 지식 수준은 메시지에 대한 정보를 처리할 때 부정확한 해석을 할 가능성을 줄여 준다는 것이다.

사전 지식은 특정 대상에 대해 공중이 다양한 경로를 통해 이미 습득한 정보 또는 경험을 의미한다(Alba & Hutchinson, 1987). 어떤 어젠다에 대한 사전지식은 의제에 대한 친숙성과 전문지식을 포함하고 있으며, 정보의 수집과 구성, 뉴스를 선택하고 이용하는데 영향을 미친다. 사전 지식에 대한 기존 연구들을 보면 특정 쟁점에 대한 사전 지식의 높고 낮음은 이해도, 정보탐색의 의도, 정보탐색 정보, 정보처리 정도, 신념, 그리고 행동의 방향이 달라진다고 주장한다(김현숙 · 한상필, 2012; 최자영 · 김용범, 2014; Voss & Silfies, 1996). 사전 지식이 많으면 특정 쟁점에 대해 좀더 정교하게 평가하기도 하고 정보를 더욱 세분화하고 체계화라는 경향이 있다고 한다.(Hong & Sternthal, 2010, Johnson & Mervis, 1997). 또한 정보탐색의 행동이 적극적으로 이루어져 타인에 대한 구전 욕구도 강해진다고 한다(김성훈, 2003).

한편, 사전 지식수준이 정보탐색의 노력을 기울이지 않는다는 연구결과도 나왔는데, 샤토우(Shanteau, 1992)는 사전지식이 많을수록 인지적 노력을 배제한 간편화된 전략을 자주 사용한다고 주장하고 있다. 이는 자칫하면 의사결정에 오류를 범하기도 하지만 그와 동시에

효율적으로 의사결정을 하는데 도움을 주기도 한다. 지식의 효과는 단순하지만 효율적인 전략에 사용하는 것이 특정 전략에 사용하는 것보다 유용하다고 볼 수 있다.

또한 사전 지식은 정보처리 능력과 밀접하게 관련되어 있는데, 사전지식이 인간의 정보처리 활동에 영향을 미친다는 것은 많은 실증연구들을 통해 증명되어 왔다. 사람들은 자신이 가진 지식을 바탕으로 새로운 정보를 해석하고 이해하기 때문에 사전 지식이 많은 사람들은 적은 노력을 가지고 보다 효율적으로 기존의 정보와 새로운 정보를 조직하여 처리할 수 있다. 사전지식 수준이 높은 사람들은 제시된 외부 자극에 대한 이해도가 높기 때문에 자신이 기존에 가지고 있던 스키마에 외부의 자극을 연결시키는 일이 매우 용이하지만, 사전지식 수준이 낮은 사람들은 외부 자극과 자신의 스키마 간의 연결 작업이 용이하지 않다.

Heuristic-Systematic Model에 의하면 사전지식 수준이 낮은 사람은 정보처리 능력이 부족하거나 또는 정보처리 경험이 부족하기 때문에 제한된 정보처리를 하게 되고, 따라서 다양한 정보를 포괄적으로 고려하기 보다는 처리하기 쉬운 정보를 바탕으로 휴리스틱 정보처리를 하는 경향이 높다. 한편, 사전지식 수준이 높은 사람은 시스템적인 정보처리를 하기 때문에 정보를 처리하는데 있어 어떤 하나의 정보에 의해서 정보를 처리하기보다는 제시된 다양한 정보를 바탕으로 포괄적인 정보처리를 하는 경향이 높다.

또한, 일반적으로 지식수준이 높은 사람은 다양한 속성을 고려하되 특히 주요 속성 위주로 세밀한 정보탐색과 의사결정을 하는데 비해, 지식수준이 낮은 경우에는 정보에서 제시되는 혜택 위주로 정보를 탐색하거나 의사결정을 하는 경향을 보인다. 이와 같이 동일한 내용의 정보라도 사전지식 수준에 따라 수용자마다 서로 다른 정보처리 과정을 거치게 되고 그에 따라 다른 결과에 도달 할 수 있다.

2) 관여도와 커뮤니케이션 효과

관여의 개념은 1940-50년대의 태도 변용에 관한 연구에서 처음 사용되었으며, 사회 판단이론(Social judgement theory)의 태도변용이론에서 중요한 변인의 하나로 연구되어 왔다 (Sherif, 1960). 사회적 운동과 사회적 이슈가 개인들의 삶에 중요하다는 것을 인식하는 것에서부터 시작된 관여도 연구는 어떤 이슈가 어떤 개인에게 중요한 정도에 따라 그 사람의 태도는 커뮤니케이션의 지각과 판단의 심리적 과정 속에서 계류점(anchor)으로 작용한다고 보았으며, 이를 '자아 관여도'라고 명명하였다. 자아 관여라는 개념은 사회적 판단 이론의 중요한 개념으로서 중심적이며, 총체적인 개념이다. 어떤 이슈에 대한 사람들의 태도는 그 이슈에 대한 자아 관여가 되어 있는 정도에 따라 사회적 관계와 사회적 자극에 대한 반응에 있어서 그 사람의 경험과 행동에 작용한다는 것이다.

따라서 관여도란 어떤 공적 이슈가 개인에게 얼마나 중요한가에 대한 인지정도라고 말할 수 있을 것이다. 관여도는 사회적 중요성과 개인적 중요성의 두 가지 차원으로 나눌 수 있다(박정의, 2002). 사회적 중요성은 이슈가 사회적으로 얼마나 중요한가의 정도를 말하고 개인적 중요성은 이슈가 개인적으로 얼마나 중요한가의 정도 즉 대인적으로 얼마나 관련되어 있는가를 말한다.

<표 1> 관여도의 개념

연구	정의	주요요소
크루그만 (Krugman, 1966)	수용자가 설득적 메시지의 내용과 자신의 삶의 내용을 1분 동안 의식적으로 연결하는 횟수, 또는 개인적인 관련성의 횟수	개인/메시지
휴스턴, 로스차일드 (Houston & Rothschild, 1978)	상황적 관여: 개인과 행동이 일어나게 될 상황 간에 이미 존재하고 있는 관계의 강도 지속적 관여: 개인과 행동이 일어나게 될 상황 간에 이미 존재하고 있는 관계의 강도 반응관여: 전체적인 의사결정 과정을 특정 짓는 인지적, 행위적 과정의 복잡성 또는 광범위성	개인/상황/ 인지과정
미첼(Mitchell, 1979)	특정자극 또는 상황에 의해 야기된 환기, 흥미 및 의욕의 양을 나타내는 개인적 수준, 내적 상태 변인	개인/상황
페리, 카치오포 (Perry & Cacioppo, 1981)	고관여 상황에서 고려되는 설득적 메시지가 수용자에게 높은 개인적 관련성을 갖는 반면, 저관여 상황에서는 메시지의 개인적 관심성이 적다.	개인/메시지
블로쉬(Bloch, 1981)	특정개인에게 있어서 제품에 의해 야기된 흥미, 환기, 감정적 집착의 양을 반영하는 관찰할 수 없는 상태	개인/메시지
셀시, 올슨 (Celsi & Olson, 1988)	지각된 관여(Felt involvement): 대상, 상황, 행동에 대한 수용자의 개인적 관련성에 대한 주관적 감정	개인/상황

선행 연구들은 관여도 정도에 따라 제 3자 지각이 달라진다는 지적을 공통적으로 하고 있다. 하지만 관여도가 높을 때 제 3자 지각이 작아진다는 반대의 연구결과들이 제시되고 있다. Mutz(1989)는 이슈관여도가 높은 사람들이 이슈관여도가 낮은 사람들에 비해 더 큰 제 3자 지각을 가진다고 지적했다. 반면 Atwood(1994)는 미국 미주리 지역의 지진에 대해 관심이 적은 사람들일수록 제 3자 지각을 크게 느낀다는 결과를 제시하였다.

크루그만(Krugman, 1965)는 개인적인 관여도에 중점을 두고, 관여를 어떤 감정적인 상대라기보다는 인지적인 관점으로 파악하였다. 최근 관여도 개념에 대해 특정 대상에 대한 개인적 관련성 또는 중요성의 지각 정도라는 정의를 내리고 관여도가 개인의 태도 형성에 어떠한 영향을 미치며, 그러한 태도형성의 매개 원인이 무엇인가를 밝히고자 하는 연구들이 진행되고 있다. 이러한 연구들은 관여도가 높아지면 정보메시지에 대해 나타나는 개인의 사고의 양을 증가시켜 설득과정에 영향을 준다고 본다. 즉, 정보 메시지가 개인이 가지고 있는 본래의 태도와 일치하지 않을 때 개인은 제시된 정보 메시지에 대해 반대 주장을 나타내려는 동기를 갖게 되므로 관여도가 높을 때는 보다 많은 사고가 나타나게 되며 그 결과로 반대 주장에 대한 저항이 증가하게 된다. 반면 정보 메시지가 개인의 태도와 일치할 때에는 호의적인 사고를 할 동기를 갖게 되어, 관여도가 증가하면 정보메시지에 대해 보다 호의적인 태도를 형성하게 된다.

가치관련 관여는 “중요한 가치와 연계된 태도의 활성화에 의해 발생하는 심리적 상태”(Johnson & Eagly, 1989, 290)라 정의한다. **가치관련 관여도**는 자아관여와 동일한 개념으로 취급되며(Cho & Boster, 2005) 외부 세계에 자기 이미지를 표현하는데 관심을 가지

기 때문에 이에 대해 얼마나 관심이 있는가에 따라 관여수준이 결정된다(Assael, 1998). 가치관련 관여도는 어떤 주제가 한 개인의 가치나 자아개념에 관련될 때, 해당 주제에 대해 자아가 관여되어 있는 것이다. 관여도가 높을 사람일수록 그 사안에 대해 확고한 입장을 가지기 쉽고, 반대 입장을 쉽게 받아들이지 않는다. 가치관련 관여도가 낮은 사람은 어떤 주제에 대해 확고한 입장이 없으므로 자신의 기존태도와 상반되는 입장일지라도 쉽게 받아들일 수 있다. 가치관련 관여도가 높을 경우 설득에 대한 저항 및 기존 태도를 고수하는 방어적 정보처리가 발생할 가능성이 높다는 연구결과도 있다(Hart et al., 2009).

이슈관련 관여도는 해당 사안이 개인에게 얼마나 중요한가를 평가하는 것이다. 중요성 정도에 따라 커뮤니케이션 지각과 판단의 심리적 과정 속에 영향을 미치는 것으로 보았다(Sherif, 1961). 이슈관여도가 높으면 관련 정보를 추구하고자 하는 동기가 높아지고 메시지를 폭넓고 깊게 처리할 가능성이 높은 것으로 나타났다. 또한 극단적 의견을 가질 가능성도 높아지는 것으로 나타났다(박현갑 외, 2016). 사키 등(Sawicki et al., 2011; 2013)의 연구에서는 잘 모르는 이슈에 대해서는 불확실한 태도를 보이지만, 잘 알고 있는 이슈에 대해서는 확실한 태도를 보임으로써 확증편향이 강화되는 것으로 보고 있다. 이슈관여도는 이슈에 대한 정확한 판단을 촉진하는 동기를 부여하기 때문에 이슈관여도가 높은 집단은 습득한 정보를 심층적으로 처리할 수 있고, 더 영향을 많이 받을 것이다. 이에 따라 정보처리와 정보추구행동이 보다 적극적일 것이다.

정치 관여도는 정치에 대한 관심과 개인 관련성을 의미하는 것으로, 정치 또는 공공 정보에 대한 정보추구를 자극하는 동기를 부여한다(Kanihan & Chaffee, 1996). 정치와 공공의 일에 대한 메시지 관여도가 증가하면 국민들의 정치적 태도와 행위에 직접적인 영향을 미친다고 한다. 또한 정치관여도는 능동적 미디어 이용과 정치 효능감에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다(송종길, 박상호, 2005).

3) 소셜 커뮤니케이션 행위: 좋아요, 댓글, 공유하기

정보추구행동은 주어진 주제에 대해 정보를 의도적으로 찾으려는 능동적 커뮤니케이션 행동으로 정의된다. 구체적으로 정보추구 행동은 매스미디어, 온라인 미디어, 대인 커뮤니케이션 채널등을 등을 활용하여 정보를 습득하고 사회적 감시자로서의 정보를 전달하거나 의견을 표명함으로써 사회적 영향력을 행사하고자 한다(Levy, 1987). 정보추구행동은 쟁점 관련 정보를 찾고 그 정보를 이해하려는 적극적이고 능동적인 커뮤니케이션 행동이다(Grunig & Hunt, 1984). 정보추구행동은 대인간 커뮤니케이션을 포함한다. 따라서, 정보 추구행동은 특정 문제에 관한 정보를 얻기 위해 주변 사람들과 의견을 나누거나 다른 수단을 통해 직접 정보를 탐색, 혹은 검색하는 행위로 정의될 수 있다. 이러한 행위는 여론 공간에서 자신의 의견위치를 확인하고 유사의견을 수용함으로써 심리적인 불안정성을 제거하는 태도강화적 성격을 갖고 있다. 특히 소셜미디어는 자신과 유사한 가치와 정체성을 가진 사람들과 관계를 형성하고 있다. 소셜미디어에서 자신의 가치와 신념을 반영하는 정보를 공유함으로써 자신의 위치를 확인하려는 적극성을 보인다. 소셜미디어에서 뉴스공유와 같은 적극적인 정보추구행위는 뉴스의 선호도에 의해 영향을 받는다(Ma, Lee, & Goh, 2014). 또한 소셜미디어를 통해 정치사회적인 이슈를 접하는 경우 자신의 의견과 반대되는 이견에 노출되는 정도는 미미한 것으로 보고됐으며(Baumgartner & Morris, 2010), 소셜미디어의 정보추구동기는 정치적 활동과 정적 연관성을 보이며, 이용자가 소셜미디어를 통해 공적 이슈를 확

특하려는 동기가 높을 경우 정치적 활동이 더 활발한 것으로 관찰됐다(Park, Kee, & Valenzuela, 2009).

3. 연구문제

본 연구는 정치뉴스와 관련해서 **정치적 쟁점에 대한 사전 지식수준이 관여도와 뉴스신뢰도 및 소셜 커뮤니케이션 행위에 어떤 영향을 미치는 지 살펴보았다. 더욱이 사전지식 수준의 고저 집단의 소셜 커뮤니케이션 행위에 영향을 주는 조절요인은 무엇인지를 살펴보기 위해 관여도의 3요인과 뉴스신뢰도에 의한 영향을 살펴보고자 한다.**

정치뉴스에 대한 사전 지식이 많은 집단과 부족한 집단 사이의 정치적 안전에 대한 인식과 태도의 차이를 살펴보는 것은 매우 의미가 있다고 판단된다. **현재 대중들이 정치적 인식과 태도에 대한 사전 지식수준의 영향력을 알지 못한다면 정치적 안전에 대한 정확한 메시지 전략을 수립하기 어렵다.** 본 연구가 설정한 연구문제는 다음과 같다.

1. 정치뉴스에 대한 사전 지식수준(고/저)가 관여도(정치관여도, 가치관여도, 이슈관여도)에 어떤 영향을 미치는가?
2. 정치뉴스에 대한 사전 지식수준(고/저)가 뉴스신뢰도에는 어떤 영향을 미치는가?
3. 정치뉴스에 대한 사전 지식수준(고/저)가 소셜 커뮤니케이션 행위에는 어떤 영향을 미치는가?
4. 정치뉴스에 대한 사전 지식수준(고/저)에 의한 소셜 커뮤니케이션 행위에 영향을 주는 조절요인은 어떠한가?

4. 연구방법

1) 설문절차

사전 지식의 수준에 의한 관여도, 뉴스신뢰도, 소셜 커뮤니케이션 행위를 살펴보기 위해서 실험연구를 실시하였다. 사전 지식 수준의 고저 효과 차이를 살펴보기 위해서 본 연구는 2017년 5월 1일부터 2017년 6월 1일까지 수도권(인천), 충청권, 전라권에 있는 10대부터 50대까지 남녀를 대상으로 실험과 설문을 실시하였다. 본 연구는 피험자들의 사전 지식 수준에 따른 정치적 인식과 태도 및 행위를 살펴보기 위해서 ‘사드’와 관련한 문항 9개를 만들었다. 설문의 외적 타당도를 위해 URL을 생성하여 카카오톡을 통해 전달하였다. 문항의 9개에 대해 O와 X로 표기하도록 했다. ‘사드’관련 지식이 높은 집단은 7개 이상 정답을 맞힌 집단으로 상정하였고, ‘사드’관련 지식이 낮은 집단은 3개 이하의 정답을 맞히었다. 총 243명 중 사전 지식이 높은 참가자는 사전 지식이 높은 참가자는 117명, 낮은 참가자는 126명이었다.

사전 지식 피험자 집단에게 '사드'와 관련된 뉴스 두 편이 포함된 URL을 카카오톡으로 전달하였다. '사드'관련 뉴스 두 편을 읽고 설문에 답하도록 하였다.

2) 종속변수의 측정

본 연구의 독립변인 사전지식의 수준(고/저)는 관여도와 뉴스 신뢰도, 소셜 커뮤니케이션 행위를 종속변인으로 한다.

정치 관여도는 정치에 대한 관심과 개인 관련성을 의미하는 것으로, 정치 또는 공공 정보에 대한 정보추구를 자극하는 동기를 부여한다(Kanihan & Chaffee, 1996). 이를 측정하기 위해서 ①뉴스 쟁점은 정치적으로 중요한 것인가 ②뉴스 쟁점이 개인의 정치적 입장을 반영하는가 ③뉴스 쟁점에 주목하게 되는가 등으로 측정하였다.

가치 관련 관여도는 정치적인 이슈가 개인의 가치나 자아개념에 관련될 때, 해당 주제에 대해 자아가 관여되어 있는 것이다. 이를 측정하기 위해서 ①뉴스는 내가 중요하게 생각하는 가치를 반영하는가, ②뉴스는 나의 신념과 관련되어 있는가 ③뉴스는 나의 정치적 정체성을 보여주고 있는가 등으로 측정하였다.

이슈 관련 관여도는 정치적인 이슈가 개인에게 얼마나 중요한지를 평가하는 것이다. 이슈의 결과가 개인에게 미치는 영향에 따라 그 중요성이 달라지며 그로 인해 관여도가 달라지는 것이다. 이를 측정하기 위해서 ①뉴스 쟁점에 대해 얼마나 관심이 있는가, ②뉴스 쟁점이 개인의 삶에 얼마나 관련성이 있는가, ③뉴스 쟁점의 결과는 얼마나 영향을 미칠 것인가 등으로 측정하였다.

뉴스 신뢰도는 저널리즘에서 진실과 동일한 의미로 사용된다. McQuail(2005:200)은 진실은 상호변화가능한 것으로 진실은 신뢰도의 의미로 쓰인다고 하였다. 따라서 신뢰도는 실질과 사실과 부합하는 실제적인 상태나 조건과 일치함을 의미한다. 이를 측정하기 위해서 ①뉴스 쟁점은 충실한가 ②뉴스 쟁점은 정확한가 ③뉴스 쟁점은 이해가능한가 등으로 측정하였다.

소셜 커뮤니케이션 행위는 주어진 주제에 대해 정보를 의도적으로 찾으려는 능동적 커뮤니케이션 행동으로 정의된다. 소셜 커뮤니케이션 행위는 특정 문제에 관한 정보를 얻기 위해 주변 사람들과 의견을 나누거나 다른 수단을 통해 직접 정보를 탐색, 혹은 검색하는 행위로 정의될 수 있다. 이러한 행위는 여론 공간에서 자신의 의견위치를 확인하고 유사의견을 수용함으로써 심리적인 불안정성을 제거하는 태도 강화적 성격을 갖고 있다. 이를 검증하기 위해서 ①뉴스 쟁점에 좋아요를 누를 의향이 있는가 ②뉴스 쟁점에 댓글을 달 의향이 있는가 ③뉴스 쟁점을 공유할 의향이 있는가 등으로 측정하였다.

2) 분석방법 및 신뢰도 검증

설문지 응답결과 유효한 자료를 SPSS 21.0 Version을 사용하여 통계 처리하였다. 각 변인에 포함된 측정문항의 타당도를 파악하기 위하여 탐색적 요인분석 (Exploratory Factor Analysis)을 실시하였다. 연구문제를 바탕으로 집단 간 정치관여, 이슈관여, 가치관여, 기사 신뢰도, 소셜커뮤니케이션 행위를 검증하기 위하여 독립표본 t검증(T-test) 실시하였다. 유의수준은 $p < 0.05$ 로 정하였다.

이와 함께 본 연구에서는 다항목 척도들의 신뢰도를 검증하는 과정으로 크론바흐 알파계수(Cronbach's α)를 분석하였다. 본 연구에서 척도로 사용한 변인들은 <표 2>에서 제시한

바와 같은 결과로 신뢰도가 검증되었다. 본 연구에서 사용된 척도들은 모든 경우에서 크론바흐 알파계수의 결과 값이 0.7 이상인 것으로 나타나 본 연구의 분석에 적합하다고 판단하였다. 각 변인을 살펴보면 정치관여와 이슈관여, 기사신뢰도 등이 0.83이상으로 높은 신뢰도를 보이고 있어 모든 변인들이 적합하게 적제 되었다고 볼 수 있다.

<표 2> 신뢰도 분석

변인		Cronbach's α
관여도	정치관여	.865
	이슈관여	.834
	가치관여	.777
기사신뢰도		.888
행동의향		.789

4. 연구결과

1) 인구통계학적인 변인

본 연구에서는 사전 설문을 통해 정치에 관련된 사전지식을 조사한 뒤 신문기사를 발송하여, 읽고 난후 정치 기사에 대한 관여도, 기사 신뢰도, 행위의향 등의 설문조사를 실시하였다. 성별, 연령대별, 뉴스정보를 얻는 주 미디어에 대한 다양한 조사대상자들의 특성이 다음과 같이 나타났다.

<표 1> 조사대상자의 성별, 미디어 이용시간

구분		조사대상자 구성	
		사례수 (N)	응답자 전체(%)
성별	남성	126	51.9
	여성	117	48.1
연령대	10대	27	11.1
	20대	137	56.4
	30대	20	8.2
	40대	43	17.7
	50대	14	5.8
정보 미디어	신문	2	.8
	라디오	3	1.2
	TV	46	18.9
	컴퓨터	22	9.1
	휴대기기	170	70.0

전체 조사대상자 243명 중 126명(51.9%)가 남성, 117명(48.1%)가 여성으로 남녀 성별 비율은 거의 비슷하게 분포하고 있다. 연령대 구성을 살펴보면 아직 만 20세가 되지 않은 학생들로 인해 10대가 27명(11.1%), 20대가 137명(56.4%), 30대가 20명(8.2%), 40대 43명(17.7%), 50대 이상이 14명(5.8%)로 조사대상자를 구분 할 수 있었다. 하지만 평균 나이가 25.3세(SD= 11.29)조사되어 연령대별 차이를 측정하기에는 20대 비율이 높아 연령대에 따른 효과는 측정하지 않았다.

뉴스 정보를 어디에서 얻느냐는 질문에 스마트폰을 포함한 휴대기기가 170명(70%), TV가 46명(18.9%), 컴퓨터 22명(9.1%), 라디오 3명(1.2%), 신문 2명(0.8%)순으로 나타났다. 마지막으로 소득정도를 알아본 결과 300-400만원이 70명(28.8%), 200-300만원이 68명(28%), 500만원 이상 61명(25.1%)로 200만원 이상 소득자가 전체 80%이상을 차지하고 있는 것으로 나타났다.

2) 사전지식 고저에 따른 관여도와 기사신뢰도

사전 지식의 높고 낮음에 따라 관여도(정치, 이슈, 가치)와 뉴스 신뢰도에 어떤 영향을 미쳤는지를 확인하고자 독립 대응 T 검증을 실시하였다. 그 결과 사전지식의 고저는 이슈 관여와 가치관여에서 유의미한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 먼저 **사전 지식이 낮은 그룹이 높은 그룹보다 이슈 관여도와 정치관여도가 높았고 두 번째로 사전 지식이 높은 그룹이 낮은 그룹보다 가치관여도 높게 나타났다. 두 집단 간의 차이는 이슈관여도와 가치관여도 측면에서 차이를 크게 보였다.**

한편 사전 지식의 고저에 따른 뉴스 신뢰도는 크게 차이가 나타나지 않았다. 이는 사드와 관련된 뉴스가 전문적인 지식 중심이 아니라 사실 중심의 지식이었기 때문에 신뢰에 큰 차이를 보이지 않은 것으로 보인다.

<표 2> 사전지식의 고저에 따른 관여도와 뉴스 신뢰도

구분			정치관여		이슈관여		가치관여		뉴스 신뢰도	
			평균	편차	평균	편차	평균	편차	평균	편차
사전 지식	低	126	3.31	0.70	3.72	0.66	2.65	0.72	2.69	0.82
	高	117	3.40	0.77	2.85	0.99	3.02	0.72	2.76	0.71
평균차			-0.084		0.868		-0.369		-0.073	
t값			-0.887		8.084		-3.984		-0.743	
유의확률			0.376		0.000		0.000		0.458	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

3) 사전 지식 고저에 따른 소셜 커뮤니케이션 행위

사전지식의 고저에 따른 커뮤니케이션 행동의 차이를 살펴보기 위해 독립 T검증을 실시하였다. 그 결과 소셜 커뮤니케이션 행동인 ‘좋아요’ 클릭, ‘댓글’작성, 지인 공유 세 곳 모두 사전 지식의 높고 낮음과는 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 사전 지식의 고저가 정치적 쟁점에 대해 의견을 나누거나 여론 공간에서 자신의 의견위치를 확인하고 유사의견을 수용하는 등의 태도 강화적 특성을 나타내지는 않았다. 사전 지식이 낮은 그룹은 정치관련 주변 뉴스를 탐색하여 부족한 부분을 채우고 사전 지식이 높은 그룹은 정치관련 뉴스에 대한 식견에 대한 소셜 위치와 동조 및 여론 형성에 적극적일 것이라고 기대했으나 실제로 유의미한 결과는 나타나지 않았다. 이는 소셜 커뮤니케이션 행위는 소셜 확산에 더 강조된 것으로 사전 지식 고저는 확산에는 영향을 미치지 못한다는 시사점을 발견하게 한다.

<표 3> 사전지식의 차이에 따른 소셜 커뮤니케이션 행위의 차이

구분			‘좋아요’		댓글		공유	
			평균	편차	평균	편차	평균	편차
사전 지식	저	126	2.38	1.03	2.44	0.95	2.49	1.03
	고	117	2.41	1.02	2.49	0.94	2.50	0.92
평균차			-0.029		0.043		-0.038	
t값			-0.222		-0.31		-0.238	
유의확률			0.824		0.726		0.977	

4) 사전 지식 고저에 따른 소셜 커뮤니케이션 행위에 미치는 조절요인

사전지식이 많고 적음은 소셜 커뮤니케이션 행위에 직접적인 영향을 미치지 못하는 것으로

로 나타났다. 실제로 소셜 커뮤니케이션 행위를 촉발시키는 요인은 수용자 개인의 특성에 의해 영향을 받을 것으로 기대되는데, 본 연구는 사전지식의 고저 그룹의 행동의향에 영향을 미치는 조절요인으로 관여도(정치관여, 가치관여, 이슈관여)요인과 기사신뢰도를 살펴보았다. 그 결과 먼저, **사전지식이 낮은 그룹의 경우 가치관여와 기사신뢰도에 영향을 미쳤다.** 두 번째로 **사전 지식이 높은 그룹은 기사 신뢰도에 영향을 미친 것으로 나타났다.**

<표 4> 사전지식의 고저에 따른 커뮤니케이션 행위에 대한 조절요인

구분		constant	정치 관여	이슈 관여	가치 관여	뉴스 신뢰도	adjusted R ²	F	
사 전 지 식	低	β	.041	.112	.377	.034	0.377	19.874***	
		t	-.595	.551	1.489	4.482			3.632
		p	0.553	0.583	0.139	0.000			0.000
사 전 지 식	高	β	.148	.126	.132	.406	0.193	7.951***	
		t	-.156	1.766	1.484	1.502			4.645
		p	0.876	0.080	0.141	0.136			0.000

행동의향을 세분화 하여 살펴보면 기사에 대해 3단계로 나누어 살펴 볼 수 있다. 먼저 기사에 대해 ‘좋아요’ 버튼을 누르고, 두 번째로 ‘댓글’을 작성하며, 마지막으로 지인들에 공유하는 3단계로 인터넷 뉴스의 행동을 설정하였다.

첫째로 ‘좋아요’ 버튼을 누르는 행동에 영향을 미치는 조절요인은 무엇인지를 살펴보았다. ‘좋아요’ 버튼을 누르는 행위는 가장 소극적인 커뮤니케이션 태도의 표현으로 정치뉴스에 대한 동조의를 나타내는 것이다. 소셜 커뮤니케이션 행위의 ‘좋아요’ 버튼의 동조행위에 영향을 주는 조절요인은 행동의향 변인에 영향을 미친 요인과 동일하게 나타났다.

사전지식이 낮은 그룹은 가치관여와 기사신뢰도의 영향을 받아서 ‘좋아요’ 버튼을 누르는 것으로 나타났고, 사전지식이 높은 그룹은 기사신뢰도의 영향으로 조절되어 ‘좋아요’ 버튼을 누르는 것으로 나타났다. ‘좋아요’ 버튼을 누르는 커뮤니케이션 행위는 본 결과는 사전지식이 낮은 그룹은 약 46%, 사전지식이 높은 그룹은 약 35%의 설명력을 가진다.

<표 5> 사전지식의 고저에 따른 ‘좋아요’를 누르는 행위에 대한 조절요인

구분		constant	정치 관여	이슈 관여	가치 관여	뉴스 신뢰도	adjusted R ²	F	
사 전 지 식	低	β	.016	.014	.317	.467	.459	27.552***	
		t	-1.137	.222	.197	4.041			5.989
		p	.258	.825	.844	.000			.000
사 전 지 식	高	β	.007	.029	.123	.573	.353	16.833***	
		t	-833	.092	.379	1.559			7.309
		p	.407	.927	.705	.122			.000

둘째로 ‘댓글’을 작성하는 것은 단순히 좋고 싫음이 아니라 뉴스기사에 본인의 의견을 작성하여 기자나 신문사, 기사를 읽는 사람에게 개인의 의견을 전달하는 행위이다. 이와 같은 적극적인 커뮤니케이션 행위는 지식의 유무에 의해서 영향을 받을 수 밖에 없다. 지식이 댓글

글작성의 근거가 될 것이기 때문이다. 먼저 사전지식이 낮은 그룹은 약 10% 설명력을 가지며 이슈관여도가 ‘댓글’작성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 다음으로 사전지식이 높은 그룹은 ‘댓글’작성에 어떤 것에 의해서도 영향을 받지 않는 것으로 나타났다.

<표 6> 사전지식의 고저에 따른 ‘댓글’작성하는 행위에 대한 조절요인

구분		constant	정치 관여	이슈 관여	가치 관여	뉴스 신뢰도	adjusted R ²	F	
사전 지식	低	β	.049	.109	.315	.003	.111	.105	4.647**
		t	.541	1.207	3.125	0.33	1.166		
		p	.589	.230	.002	.973	.246		
	高	β		.154	.076	.161	.111	.037	2.120
		t	.862	1.683	.818	1.681	1.166		
		p	.391	0.95	.415	.096	.246		

마지막은 뉴스를 지인들에게 ‘공유’하는 행위에 영향을 미치는 조절요인을 검토하였다. 이것은 자신의 의견에 대한 동조세력을 확대하고 여론을 확산하기 위한 적극적인 커뮤니케이션 행위이다. 먼저 사전지식이 낮은 그룹의 경우 30%의 설명력을 가지는 결과로 이슈관여, 가치관여, 기사신뢰도가 지인들에게 기사를 공유하는 것에 유의미한 영향을 미친다는 결과를 나타냈다. 다음으로 사전지식이 높은 그룹의 경우 15%의 설명력을 가지는 결과로 정치관여, 이슈관여, 기사신뢰도가 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지인공유의 경우 ‘좋아요’와 ‘댓글’ 작성과는 다르게 주변 사람들에게 중요하다고 생각되는 뉴스를 ‘공유’하는 것이기 때문에 기존의 정치적 태도 뿐만 아니라 정치적인 지식도 중요한 영향을 미칠 것이라 판단된다.

<표 6> 사전지식의 고저에 따른 ‘공유’ 행위에 대한 조절요인

구분		constant	정치 관여	이슈 관여	가치 관여	뉴스 신뢰도	adjusted R ²	F	
사전 지식	低	β	.041	.161	.315	.273	.302	14.27***	
		t	-1.327	.514	2.015	3.535			3.082
		p	.187	.608	.046	.001			.003
	高	β		.225	.224	.046	.323	.153	6.259***
		t	-.539	2.620	2.561	.514	3.602		
		p	.591	.010	.102	.608	.000		

5. 결론 및 시사점