



저작자표시-비영리-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

박사학위논문

미디어 이용 특성이 지역사회자본과
정치참여에 미치는 영향
: 제주지역을 중심으로

A Study on the Effects of Media Use Characteristics
on the Community Social Capital and
Political Participation in Jeju

정 용 복

한양대학교 대학원

2014년 8월

박사학위논문

미디어 이용 특성이 지역사회자본과
정치참여에 미치는 영향

: 제주지역을 중심으로

A Study on the Effects of Media Use Characteristics
on the Community Social Capital and
Political Participation in Jeju

지도교수 박 성 복

이 논문을 문학 박사학위논문으로
제출합니다.

2014년 8월

한 양 대 학 교 대 학 원

신문방송학과

정 용 복

이 논문을 정용복의 박사학위 논문으로 인준함.

2014년 8월

심사위원장 김재범



심사위원 전범수



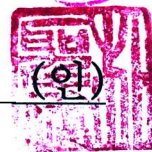
심사위원 박조원



심사위원 최명일



심사위원 박성복



한양대학교대학원

차 례

국문초록	vii
제 1 장 서 론	1
제 1 절 문제제기	1
제 2 절 연구목적	6
제 3 절 논문의 구성	8
제 2 장 이론적 논의 및 선행연구 검토	9
제 1 절 다중미디어 이용자 집단에 관한 선행연구	9
1. 다중미디어 환경으로의 변화와 지역언론	9
2. 미디어 레퍼토리 개념과 선행연구	10
3. 제주지역 언론산업 현황	18
제 2 절 미디어 장르 및 기능에 관한 선행연구	23
1. 다중미디어 환경과 미디어 장르 변화	23
2. 전국TV방송의 장르 구분	24
3. 지역TV방송의 장르 구분	25
4. 라디오방송의 장르 구분	26
5. 전국일간지의 섹션 구분	28
6. 지역일간지의 섹션 구분	29
7. 인터넷의 기능 구분	31
8. 휴대폰의 기능 구분	32
제 3 절 지역사회자본의 이론적 구성	34
1. 사회자본 개념과 이론의 발전	34
2. 미디어 이용과 사회자본의 형성	37

3. 지역사회자본의 성격과 범위	41
4. 제주지역 사회자본의 특징	52
제 4 절 지역사회자본이 정치참여에 미치는 영향	56
1. 미디어 환경과 정치참여	56
2. 지역사회자본과 정치참여	59
3. 제주 사회의 정치참여	62
제 3 장 연구문제	66
제 1 절 연구문제	66
제 2 절 연구모형	69
제 4 장 연구대상 및 연구방법	70
제 1 절 연구대상 및 조사설계	70
1. 사전조사	70
2. 본 조사	70
제 2 절 주요 개념의 조작적 정의와 측정방법	72
1. 인구사회학적 변인	72
2. 다중미디어 이용자 집단	72
3. 미디어 장르 및 기능 구분	74
4. 지역사회자본	80
5. 정치참여	82
제 3 절 자료의 분석방법	84
제 5 장 연구결과	88
제 1 절 인구사회학적 특성 및 측정척도의 신뢰도	88
1. 조사대상자의 인구사회학적 특성	88

2. 측정척도의 기술 통계 및 신뢰도	89
3. 인구사회학적 특성에 따른 미디어 이용 차이	92
제 2 절 미디어 레퍼토리 유형 추출과 지역사회자본, 정치참여와의 관계	104
1. 미디어 레퍼토리의 유형 추출	104
2. 미디어 레퍼토리 and 지역사회자본과의 관계	112
3. 미디어 레퍼토리 and 정치참여와의 관계	115
제 3 절 미디어 장르 및 기능이용이 지역사회자본과 정치참여에 미치는 영향	117
1. 미디어 장르 및 기능이용의 인구사회학적 특성	117
2. 미디어 장르 및 기능이용이 지역사회자본에 미치는 영향	129
3. 미디어 장르 및 기능이용이 정치참여에 미치는 영향	144
제 4 절 지역사회자본이 정치참여에 미치는 영향	150
1. 지역사회자본이 오프라인·온라인 정치참여에 미치는 영향	150
2. 지역사회자본이 투표참여 여부에 미치는 영향	151
제 6 장 결 론	153
제 1 절 연구결과의 요약	153
제 2 절 결론 및 함의	162
제 3 절 연구의 한계 및 제언	176
【참 고 문 헌】	178
【부 록】	201
【ABSTRACT】	212

표 차 례

〈표 1〉 국내 미디어 레퍼토리 선행연구	15
〈표 2〉 제주지역 언론사 현황	20
〈표 3〉 2012년 제주지역 일간신문 인증부수	21
〈표 4〉 2012년 제주지역 언론산업 매출액 및 종사자 현황	22
〈표 5〉 2012년 제주지역 언론산업 매출액 현황	22
〈표 6〉 제주지역 방송 편성제작 현황	76
〈표 7〉 지역사회자본 조사도구의 구성	81
〈표 8〉 정치참여 조사도구의 구성	83
〈표 9〉 인구사회학적 특성	88
〈표 10〉 측정척도의 기술 통계	90
〈표 11〉 측정척도의 신뢰도	92
〈표 12〉 인구사회학적 변인에 따른 매체별 이용시간	102
〈표 13〉 최종군집중심별 상대적 이용지수	105
〈표 14〉 다중미디어 이용 군집별 인구사회학적 특성	107
〈표 15〉 다중미디어 이용 군집별 미디어 장르이용 특성	110
〈표 16〉 다중미디어 이용 군집별 지역사회자본과의 관계	114
〈표 17〉 다중미디어 이용 군집별 지역사회자본과의 관계	114
〈표 18〉 다중미디어 이용 군집별 정치참여와의 관계	116
〈표 19〉 다중미디어 이용 군집별 정치참여와의 관계	116
〈표 20〉 인구사회학적 변인에 따른 전국TV방송 장르 이용	118

〈표 21〉 인구사회학적 변인에 따른 지역TV방송 및 라디오방송 장르 이용	120
〈표 22〉 인구사회학적 변인에 따른 전국일간지 장르 이용	123
〈표 23〉 인구사회학적 변인에 따른 지역일간지 장르 이용	125
〈표 24〉 인구사회학적 변인에 따른 인터넷 및 휴대폰 기능 이용	128
〈표 25〉 지역공동체 의식에 대한 위계적 회귀분석 검증	131
〈표 26〉 이웃과의 교류에 대한 위계적 회귀분석 검증	133
〈표 27〉 지역사회 애착에 대한 위계적 회귀분석 검증	137
〈표 28〉 제도신뢰에 대한 위계적 회귀분석 검증	139
〈표 29〉 정치효능감에 대한 위계적 회귀분석 검증	142
〈표 30〉 오프라인 정치참여에 대한 위계적 회귀분석 검증	145
〈표 31〉 온라인 정치참여에 대한 위계적 회귀분석 검증	148
〈표 32〉 정치참여에 대한 다중회귀분석 검증	151
〈표 33〉 투표참여 여부에 대한 로지스틱 회귀분석 검증	152

그림 차례

〈그림 1〉 연구모형	69
-------------------	----

국문 초록

본 연구는 미디어의 다중적인 이용 패턴에 따라 소비하게 되는 미디어 장르와 기능의 복합적인 환경에 대한 분석을 하고, 그것이 지역사회에서 사회적, 문화적으로 갖는 의미를 살펴볼 필요가 있다는 관점에서 미디어 이용 특성이 지역사회자본과 정치참여에 미치는 영향을 규명하고자 했다. 이를 위해 제주지역 만 19세 이상 1400명의 남녀를 대상으로 설문조사를 실시, 이 중 무효한 설문지 52부를 제외하고 최종적으로 1348부를 분석 대상으로 했다.

TV, 라디오, 신문, 잡지와 같은 전통적 미디어에서 모바일 인터넷 서비스와 소셜미디어의 확산은 미디어 콘텐츠 생산과 소비에 큰 변화를 가져왔다. 시간이 지날수록 미디어와 일상생활의 결합은 가속화되고, 미디어를 통한 사회적 활동이 날로 다양화하면서 사회생활을 영위하는데 없어서는 안 되는 존재가 됐다. 또한 멀티 플랫폼 환경에서 미디어는 개인의 협력과 사회거래를 촉진시키는 사회자본의 영역까지 영향력을 미치고 있다. 현재의 미디어는 정보의 공유와 배포를 통해 개인들간의 관계의 영역을 새롭게 만들고, 확장된 관계의 대상을 유지·발전시키는 가장 강력한 도구로 이용되고 있다. 이러한 맥락에서 본 연구는 특정한 지역사회인 제주특별자치도를 연구범위로 하여 미디어 레퍼토리를 통한 미디어 장르 및 기능이용의 특성을 살펴보고, 이러한 미디어 장르 및 기능이용이 지역사회자본과 정치참여에 미치는 영향을 검증했다. 이에 대한 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 본 연구에서는 전국미디어, 지역미디어, 개인미디어로 구분한 7개 미디어 이용시간을 활용해 미디어 레퍼토리 추출을 위해서 비계층적 군집화인 K-평균법(K-means)을 사용했다. 그 결과, 군집의 분포 정도와 최종 군집중심을 기준으로 6개의 군집수를 정할 수 있었다. 세부 집단은 <신문 중심>, <지역일간지 중심>, <휴대폰-인터넷 중심>, <다매체 중심>, <지역TV방송 중심>, <라디오방송 중심> 등 6개로 분류됐다. 제주특별자치도라는 한정된 지역을 연구대상으로 한 결과, 서울 중심이나 전국 단위의 미디어 레퍼토리에 도출되지 않았던 지역일간지 중심 집단과 지역TV방송 중심 집단을 새로이 도출할 수 있었다. 또한 다중미디어 이용 군집별로 미디어 장르 이용에 있어서 집단별 차이가 있었으며, 지역사회자본의 세부변인인 지역공동체 의식, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도 신뢰, 정치효능감에서 모두 유의미한 차이를 보였다. 이와 함께 다중미디어 이용자 집단별로 오프라인 정치참여에서는 유의미한 차이를 보였으나, 온라인 정치참여에서는 통계적

으로 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다.

둘째, 미디어 장르 및 기능이용이 지역사회자본에 미치는 영향을 분석한 결과, 5개의 지역사회자본(지역공동체 의식, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도신뢰, 정치효능감)에 영향을 미치고 있었다. 인구사회학적 특성에서 연령, 학력, 소득수준이 높을수록, 미디어 별 장르 이용에 있어서는 전국TV방송의 전국뉴스, 쇼/오락 프로그램, 교양 프로그램, 드라마, 지역TV방송의 지역뉴스, 시사토론 프로그램, 교양 프로그램, 라디오방송의 뉴스/시사, 음악 프로그램, 전국일간지의 1면/정치종합, 경제/생활정보, 오피니언, 연예/스포츠, 지역일간지의 문화와 사람들면, 인터넷의 정보형, 토론형 이용, 휴대폰의 관계형, 오락형 이용 등이 많아질수록 지역사회자본이 형성될 가능성이 높은 것으로 나타났다. 즉 어떤 종류의 미디어 장르와 기능을 즐겨 이용하느냐에 따라서 지역사회자본 형성이 달라지고 있으며, 미디어는 지역사회자본을 높이는데 어느 정도 기여하고 있다고 볼 수 있다.

셋째, 미디어 장르 및 기능이용이 오프라인·온라인 정치참여에 미치는 영향을 살펴본 결과, 인구사회학적 특성에서 연령이 많을수록 오프라인 정치참여에 대한 긍정적인 효과가 있었다. 인터넷 공간에서 정치/시사, 연예/스포츠와 각종 이슈 등에 대해 토론을 즐기는 사람들의 오프라인 정치참여가 높다는 것을 알 수 있었다. 라디오방송에서 뉴스/시사 프로그램을 많이 들을수록, 예능/오락은 적게 들을수록 오프라인 정치참여를 강화하는 것으로 해석됐다. 또한 전국일간지의 1면/정치종합을 많이 읽을수록, 지역일간지의 사회면은 적게 읽을수록 효과가 있었다. 휴대폰은 음성통화나 문자메시지 위주의 관계형일수록 오프라인 정치참여에 긍정적인 영향을 미치고 있었다. 또한 온라인 정치참여를 향상시킬 수 있는 변수들 간의 상대적 영향력을 평가하면, 연령은 적을수록, 드라마와 지역뉴스는 적게 볼수록 온라인 정치참여에 부적인 효과를 보였다. 반면에 지역TV방송의 시사토론 프로그램을 많이 볼수록, 전국일간지의 1면/정치종합을 많이 읽을수록, 인터넷을 관계형과 토론형으로 이용할수록 온라인 정치참여에 긍정적인 영향을 미치고 있었다. 오프라인·온라인 정치참여에 모두 영향을 미친 변수로는 인구사회학적 특성에서는 연령이, 미디어 장르에서는 전국일간지의 1면/정치종합, 인터넷 토론형이었다. 즉 연령이 높을수록 오프라인 정치참여에, 연령이 낮을수록 온라인 정치참여에 유의미한 영향을 미쳤고, 전국일간지의 1면/정치종합은 많이 읽을수록, 인터넷의 토론형 이용이 많을수록 오프라인과 온라인 정치참여 모두에 정적인 영향을 미치고 있었다.

마지막으로 지역사회자본이 정치참여 행위에 미치는 영향을 확인한 결과, 정치효능감과 이웃과의 교류가 많을수록 오프라인 정치참여가 높은 것으로 나타났다. 반면 지역사회 애

착, 소득수준, 연령은 부적인 영향을 미치고 있었다. 온라인 정치참여에 있어서는 정치효능감이 높을수록 매우 적극적임을 알 수 있었다. 연령은 낮을수록, 이웃과의 교류와 최종 학력은 높을수록 온라인 정치참여에 정적인 영향을 보였다. 지역사회 애착은 오프라인 정치참여와 마찬가지로 애착정도가 낮을수록 온라인 정치참여에 활발히 참여하는 것으로 나타났다. 투표참여 여부에 있어서는 인구사회학적 특성으로 남성일수록, 연령과 학력이 높을수록, 제주 도외 출신일수록, 지역사회자본에서는 지역공동체 의식과 정치효능감이 높을수록 그렇지 않은 경우에 비해 통계적으로 유의미한 수준에서 실제 투표에 참여하는 것으로 나타났다.

키워드 : 미디어 이용, 지역언론, 지역사회자본, 정치참여, 배타적 결속, 이타적 결사

제1장 서론

제1절 문제제기

새로운 미디어 기기의 등장과 확산, 팟캐스트·IPTV 서비스의 확대 등 방송과 통신의 융합으로 미디어 영역의 기술과 서비스의 변화가 급속히 진행되고 있다. 1990년대 말까지 유지됐던 지상파방송의 독과점은 인터넷 이용과 케이블TV방송 가입이 늘어나면서 그 위상이 흔들리고 있다. 2003년 위성방송이 처음 도입되고, 2005년 휴대용 수신기에 방송서비스가 제공되는 DMB가 등장하면서 본격적인 다매체·다채널 시대로 접어들었다. 또 2008년 인터넷을 통해 제공되는 IPTV와 2009년 스마트폰의 등장, 2013년 스마트TV가 본격적으로 서비스를 시작하면서 미디어 시장에 새로운 변화를 가져왔다. 불과 10여 년 만에 지상파 중심의 독과점 미디어환경에서 본격적인 융합 미디어 시대가 펼쳐진 것이다(심미선, 2010). 이렇게 본격적인 멀티 플랫폼 시대가 열리면서 이용자들은 이제 하나의 미디어를 이용하는 데 그치지 않고 다양한 미디어와 채널을 오가며 미디어 장르와 기능을 소비하고 있다.

미디어 환경의 급격한 변화를 반영하여 최근 다중미디어 이용에 관한 연구들이 속속 등장하고 있다. 이러한 연구들은 다매체 환경에서 미디어 이용 동기나 행위를 비교하거나, 특정 미디어가 다른 미디어의 콘텐츠나 기능을 보완 또는 대체하는지를 살펴보거나, 또는 미디어 이용자 집단별 레퍼토리 유형이나 형성 요인에 관한 연구들이 대부분을 차지한다(강남준·이종영·이혜미, 2008; 김은실·하예린·박원기, 2009; 심미선, 2007; 심미선·김은실·하예린, 2009; 윤해진·문성철, 2010; 이미영·김담희·김성태, 2010; 이찬구·이종영·성지연, 2009; Hasebrink & Popp, 2006; van Rees & van Eijck, 2003), 더 나아가 개인 이용자가 선택, 이용할 수 있는 미디어 테크놀로지들의 범위를 일컫는 미디어 매트릭스(이재현, 2006), 미디어 이용 조합(유선영·김영주·박주연·이강형, 2006; 유선영·나은경·이강형, 2007; 윤해진·문성철, 2011; 이준웅·김은미·심미선, 2007; 이창훈·김정기, 2013; 이현우·오형일, 2013; 조성동·강남준, 2009; 조은희, 2014)이라는 개념으로 수용자들이 주요 미디어들을 어떻게 조합하여 이용하고 있는지를 확인하고 있다. 이처럼 여러 가지 미디어를 가지고, 이를 복합적으로 사용하는 경향은 미디어 레퍼토리, 다매체 이용, 다중적 미디어수용, 복합미디어 이용이라는 다양한 이름으로 활발히 연구되고 있다(조은희·조성겸, 2013). 하지만 이러한 다중미디어 조합과 관련한 연구들은 미디어 이용에 대한 현상적인 분석에만 머

물러 있는 한계를 지닌다. 즉 다중미디어 이용 특성으로 각 집단을 구분한 후 미디어별 이용 차이를 보여주거나 인구사회학적 특성 차이만을 논의하는 경우가 대부분이다(나은경, 2009).

그런데 미디어 연구는 곧 사람에 대한 연구이다. 다름 아닌 나와 나, 나와 너, 개인과 조직, 개인과 사회, 개인과 국가 등의 관계에 관한 본질을 보고자 하는 것이다. 다매체다 채널 환경에서 다중미디어 이용이 사회구성원의 상호이익을 위해 조정과 협력을 가능케 하는 사회자본(social capital)에 미치는 영향에 대해 주목해야 하는 이유이기도 하다. 특히 사회자본은 다차원적인 연구가 가능하기 때문에 우리 사회의 정치·경제·사회 등 다양한 분야의 학자들뿐만 아니라 실무자들에게도 관심이 집중되고 있는 개념 중의 하나이다(황영호·박종관, 2004). 건강한 시민사회의 발전을 암시하는 지표인 사회자본의 축적은 경제적 성장과 정치적 안정을 통해 건전한 민주주의를 구축하는데 필요한 사회적 자원의 일부가 된다(이숙중·유희정, 2010). 특히 시민사회의 대표적 영역인 지역사회(local community)에서 사회자본을 활용한다는 것은 바로 지리적으로 일정한 공간을 공유하는 사람들 사이의 관계와 네트워크 같은 사회적 자원을 동원하는 것을 의미한다(곽현근, 2007a).

특정한 지역사회의 유대와 공동체 의식은 시간과 공간의 생활환경과 지역 내의 전통문화 및 생활방식과 같은 요소들에 의해 형성된다. 제주지역사회가 갖는 생활환경과 그에 대응하는 주민들의 삶의 방식, 그리고 역사적 경험을 종합적으로 고려할 때, 제주사회의 기본적 성격은 폐쇄적이고 접근이 용이하지 않은 지리적 조건의 섬(島)의 성격과 척박한 토양의 농토와 바람이 많은 열악한 기후적 조건으로 인한 영농규모의 협소성, 그리고 주변성과 피억압성으로 정리할 수 있다(신행철, 2004). 이는 제주도가 도서지역으로서 섬사람 특유의 문화가 있으며, 내륙지역과의 자연적 원거리성으로 인해 과거 정부의 경제와 교육, 문화와 같은 많은 측면에서 소외되어온 당연한 결과이기도 하다. 특히 제주사회는 다른 지역과는 크게 차별화되는 사회적 연결망인 ‘권당문화’가 존재한다. 권당이란 제주말로 친족과 외척, 고종, 이종 등¹⁾ 멀고 가까운 친척을 두루 일컫는 말로서 ‘돌보는 무리’라는 뜻인 권당(眷黨)의 제주어 표기이다(고재환, 2002). 제주의 지역적 특성으로 인해 마을 내에서의 혼인을 통해 지역주민들이 친인척으로 연결되면서 만들어진 독특한

1) 친족(親族)의 범위는 민법 제777조에 의해 8촌 이내의 혈족, 4촌 이내의 인척, 배우자로 규정돼 있다. 외척(外戚)은 어머니쪽의 친척을 말하며, 고종(姑從)은 고모의 딸이나 아들, 이종(姨從)은 이모의 딸이나 아들을 말한다.

문화라고 설명할 수 있다(한국일, 2007).

지역사회는 좁은 지리적 범위에 의한 생활공동체로서, 한정된 사회관계로 인해 서로의 관계망이 복잡하게 얽혀 있다. 제주지역에서는 윗사람에게는 삼촌이나 이모, 아랫사람에게는 조카나 아시(동생의 제주어) 등과 같은 친인척 관계로 호칭하는 게 일상으로 이뤄진다. 고립된 섬이라는 제주도의 자연적, 지리적, 사회적 특성에 따라 오랜 세월을 거치면서 자연스럽게 켄당문화가 형성돼 왔다(김영동, 2007). 이같은 지역사회의 켄당문화는 제주사회를 다중적 네트워크 사회로 만드는데 크게 영향을 미쳤다. 집안에 혼례나 장례를 비롯해서 관심사가 있을 때는 사람들이 모여들어 서로 돕고 걱정하며 정분을 돈독히 하는 것이 관습화되는 등 지역주민들을 결속시키는 강한 공동체 연결망을 형성한다. 따라서 켄당문화는 제주지역에서 개인과 개인을 엮는 사회적 관계로 이해할 수 있다. 또 지역사회 내의 사회 연결망의 특성과 기능을 설명하는 데 매우 유용한 개념이 될 수 있다. 제주사회의 켄당문화는 강력한 지역사회자본으로서 신뢰와 호혜 같은 사회자본의 인지적 측면을 생성하기도 한다. 개인의 켄당 관계는 또한 개인적 관계에 머무는 것이 아니라 개인의 관계를 넘어서서 사회적 연결망을 구성하며, 이 연결망이 지역의 결속력과 통합성을 높이는 일종의 문화적 장치의 역할을 한다(김창민, 2011). 이는 제주지역 내에서 제사와 명절, 지역연대·가족연대·일연대, 장례식 등에서 나타나며, 그 내용과 기능은 끈끈한 연대와 상호부조의 문화현상으로 볼 수 있다(김영동, 2007). 이렇듯 사회구성원의 상호이익을 위한 자발적 결사체의 중요성을 강조한 퍼트남(Putnam, 1993a)의 주장과 제주사회의 켄당문화는 국가와 지역을 넘어서서 그 뜻을 같이 한다고 할 수 있다.

이러한 특정한 지역 내에서의 사회자본은 그 지역의 사회문화적 요소에 의해서 형성되고 유지된다고 할 수 있지만, 사회현실을 재구성하는 강력한 도구로서의 역할을 하는 미디어가 어떠한 영향을 주고 있는지에 대한 의미는 매우 중요한 문제가 된다. 특히 지역주민들의 일상생활에서의 근접성과 어렵지 않은 접근가능성 때문에 지역사회 수준에서 새로운 미디어 환경의 변화에 따른 사회자본의 긍정적 혹은 부정적 효과에 대한 관찰이 용이해질 수 있다(이준웅·김은미·문태준, 2005). 그러나 현실적으로 특정지역을 기반으로 하는 지역언론은 새로운 언론환경의 구조적 변화 속에서 재정적 상대적 영세성과 더불어 인적 자원의 결핍, 취약한 지역의 산업구조에 따른 광고문제 등으로 언론기업의 경영 자체가 대체적으로 심각한 어려움에 놓여 있다(고재석, 2005). 이렇듯 지역신문과 지역방송 등 지역언론의 위기는 디지털 미디어 환경이 주요 배경으로 작용하고 있다(양선희, 2014). 뿐만 아니라 이제까지의 지역언론은 지역주민들이 가장 필요로 하는 정보를 제공하지 못

함으로써 이들로부터 관심과 사랑을 받지 못한 채 주어진 역할을 제대로 수행하지 못하고 있다. 이같은 지역언론의 구조적 모순에도 불구하고, 현 시점에서 볼 때 우리가 추구하고자 하는 올바른 지역사회의 정착을 위해서는 무엇보다도 지역언론의 역할이 가장 중요하다고 할 수 있다(고재석, 2005). 따라서 지역언론이 지역의 공론장 역할을 하거나 지역주민의 이해관계를 반영할 수 있는 대안적 전문 저널리즘 채널로서의 기능을 수행해야 한다(양선희, 2014). 이와 같은 필연적인 지역언론의 존재가치는 지방자치체의 정착과 더불어 주어진 지역문제를 올바르게 인식하고, 더 나아가 지역주민의 합의를 바탕으로 자주적인 지역사회를 만드는 데에 있는 것이다(김선균, 2004).

이러한 맥락에서 최근의 사회자본에 대한 연구들은 특정 미디어를 통한 사회자본 요소인 신뢰(trust), 규범(norm), 연계망(network) 간의 관계와 영향까지 넓혀가고 있으며, 특히 민주주의 요소인 사회정치적 관심과 정치참여까지 확대되고 있다. 다양한 사회적 관계를 토대로 형성되는 사회자본은 정치참여의 필요성과 효능감을 높여 정치참여의 양과 질을 향상시키는 것으로 설명하고 있다(이숙종·유희정, 2010). 또한 사회자본이 축적된 사회는 구성원의 신뢰와 상호관계가 활발해져 개인적 행복감을 증가시키는 동시에 사회적으로는 거래 비용을 감소시켜 경제발전을 촉진시키고, 정부의 효과성을 증진시킨다고 보고 있다(박희봉·김명환, 2000). 따라서 개인의 정치참여의 영향요인에 관한 연구는 인구사회학적 배경이나 정치심리적 태도 요인 이외에 개인의 사회자본 정도를 측정하고 이에 따른 영향 정도를 분석할 필요가 있다. 지역사회자본은 특정한 지역사회 내의 생활환경과 사고 및 사회집단의 특성, 혹은 지역 내의 전통문화와 생활방식과 같은 요소들에 의해서 형성되기도 하지만, 다매체·다채널이 상징하는 미디어 환경에 의해서도 형성되기도 한다. 미디어 콘텐츠가 시민들의 지식과 정보를 증가시키고 이것이 참여로 이어질 수 있는 가능성이 있기 때문이다(금희조, 2012).

이러한 점에서 특정한 지역에서 미디어 이용자들이 어떤 종류의 미디어들을 어떠한 조합으로 이용하는가와 더불어, 다양한 미디어들을 통해 이용되고 소비되는 내용의 속성도 중요하게 검토하고자 한다. 더 나아가, 개별 미디어의 다중적인 이용패턴에 따라 소비하게 되는 미디어 장르와 기능의 복합적인 환경에 대한 분석을 하고, 그것이 지역사회에서 사회적, 문화적으로 갖는 의미를 살펴보고자 한다. 하지만 개인의 다중미디어 이용 행태에 따른 사회자본 수준이 정치참여에 미치는 영향정도를 설명하는데 있어서 지금까지 특정 지역을 대상으로 한 지역사회 내에서의 실증연구가 거의 없는 실정이다. 따라서 본 연구는 제주지역이라는 한정된 영역 내의 지역사회에 대한 경험적 연구의 부재를 인식하고,

기존 연구들에서 확장해 다중미디어 환경의 미디어 레퍼토리를 구분하여 그 특징을 보여주는 것에 더해, 다중미디어 이용자들이 각 미디어별로 장르 및 기능을 어떻게 이용하고 있고, 이러한 변인들이 지역사회자본과 사회자본의 소유에 따른 결과로 간주할 수 있는 정치참여에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다.

제2절 연구목적

이용 가능한 미디어 플랫폼의 증가로 미디어 환경은 새로운 변화를 맞고 있다. 단일 미디어가 고유의 기능적 영역을 넘어 기술을 융합하여 다양한 미디어 역할을 수행하는 미디어 컨버전스의 시대가 도래한 것이다. 2012년 말을 기점으로 아날로그TV 수신이 종료되면서 디지털TV 시대가 열렸고, 전통미디어와 뉴미디어의 융합은 나날이 가속화되고 있다(심홍신·유경한, 2014). 무선 네트워크와 휴대성, 멀티미디어 기능을 모두 갖춘 스마트폰은 미디어 소유를 본격화시키고 미디어 이용의 중심을 개인으로 전환시키는데 큰 역할을 하고 있다(이창훈, 2014). 또한 인터넷은 물론 트위터와 페이스북, 카카오토티 등 소셜미디어의 등장은 미디어 이용자들이 미디어 콘텐츠의 주요 소비자이기에 앞서 공급원이 되기도 한다. 이처럼 최근 몇 년 사이 미디어지형이 변화하면서 우리의 일상생활에도 큰 영향을 미치고 있다. 미디어 플랫폼의 증가는 미디어와 일상생활의 결합을 가속화하고, 이제는 미디어를 통한 사회적 활동이 날로 다양화하면서 사회생활을 영위하는데 없어서는 안 되는 존재가 돼버린 것이다.

또한 멀티 플랫폼 환경에서 미디어는 개인의 협력과 사회거래를 촉진시키는 사회자본의 영역까지 지대한 영향력을 미치고 있다. 현재의 미디어는 정보의 공유와 배포를 통해 개인들간의 관계의 영역을 새롭게 만들고, 확장된 관계의 대상을 유지·발전시키는 가장 강력한 도구로 이용되고 있다. 아울러 2014년 6·4 지방선거를 통해 새로운 미디어에 의한 정치문화의 변화를 경험했다. 많은 정치인들이 트위터나 페이스북에 가입, 유권자라고 할 수 있는 소셜미디어 이용자와 상호 정치적 이슈를 공유하고, 의견을 교환하는 등 적극적인 정치적 소통매체로서 소셜미디어가 부상했다(이병혜, 2013). 선거후보자들의 유세일정이나 공약들이 개인의 소셜미디어로 실시간 보고되고, 이에 대한 유권자들의 목소리 역시 소셜미디어를 통해 피드백되는 것이다. 인터넷은 이미 새로운 선거 도구가 아닌 핵심 매체의 하나가 됐으며, 나아가 스마트폰과 소셜미디어를 장악하기 위한 치열한 전략이 추구하고 있다(안차수·진홍근, 2014)

이러한 맥락에서 본 연구는 특정한 지역사회인 제주특별자치도를 연구범위로 하여 미디어 레퍼토리를 통한 다중미디어 이용자 집단을 도출하고, 미디어 이용자 집단별로 미디어 장르 및 기능이용에 있어서의 특성을 살펴보고자 한다. 이어 다중미디어 이용 군집별로 미디어 효과라 할 수 있는 지역사회자본과 정치참여를 검증하고자 한다. 또한 미디어 장르 이용 특성에 따른 인구사회학적 특성과 지역사회자본에 미치는 영향, 미디어 장르 및

기능이용이 오프라인·온라인 정치참여에 미치는 영향, 지역사회자본의 정치참여에 미치는 영향 등을 검증하고자 한다. 이를 통해 제주지역 미디어 이용 특성 및 실태를 살펴보고, 이들이 현재 어떻게 미디어를 활용하고 있는가를 분석하며, 이를 토대로 지역사회의 발전적 토대인 지역사회자본 강화와 정치참여 활성화 등의 미디어 활용 정책 방안을 제시하고자 했다. 이에 대한 연구목적은 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 제주지역 미디어 이용자들이 어떤 미디어를 어떻게 조합하여 이용하고 있는지를 알아보기 위해 미디어 레퍼토리를 분석한다. 이후 다중미디어 이용자 집단의 인구사회학적 특성과 변수별 영향 관계를 알아본다. 또한 분류한 레퍼토리 집단별로 미디어 장르별 이용 특성을 알아봄으로써 미디어 이용자 집단의 특성에 대해 이해할 수 있다.

둘째, 다중미디어 이용자 집단의 미디어 장르 이용패턴에 따른 지역사회자본의 차이 규명이다. 우선 미디어 레퍼토리에 따라 분류된 다중미디어 이용자 집단별로 지역사회자본에 관계된 효과를 검증한다. 즉 다중미디어 이용자 집단이 지역사회자본에 어떠한 차별성을 보이는지를 규명하고자 한다. 이와 더불어 다중미디어 이용자 집단별로 오프라인과 온라인에서의 정치참여의 특성에 대해 살펴보고자 한다.

셋째, TV방송 시청자와 라디오방송 청취자, 신문 독자, 인터넷 이용자, 휴대폰 이용자들은 단순히 그들이 이용하는 미디어 플랫폼의 차이가 아니라 내용의 차이 그리고 이용과정의 차이를 갖는다. 우선 각 미디어 장르 및 기능이용에 따른 인구사회학적 특성과 변수별 영향 관계를 살펴보고, 이러한 차별적 미디어 이용을 통한 경험들이 지역사회 수준에서의 사회자본에 어떠한 영향을 미치는지를 분석한다.

넷째, 미디어 장르 및 기능이용이 오프라인·온라인 정치참여에 미치는 영향을 살펴보기 위해 인구사회학적 변인과 미디어 이용시간, 각 미디어 장르와 기능을 독립변인으로 단계적으로 투입하면서 오프라인·온라인 정치참여를 종속변인으로 하여 영향력 검증을 확인하고자 한다.

다섯째, 지역사회자본이 정치참여 행위에 미치는 영향에 관한 검증이다. 본 연구는 지역사회자본의 구성요소라 할 수 있는 지역공동체 의식, 이웃과의 신뢰, 지역사회 애착, 제도신뢰, 정치효능감 등 5가지 변인이 정치참여 행위에 미치는 영향을 살펴보고자 한다. 사회자본의 효과인 정치참여 행위는 오프라인 참여, 온라인 참여, 투표 참여 의향으로 구분하여 검증하고자 한다.

제3절 논문의 구성

본 연구는 미디어 이용 특성이 지역사회자본과 정치참여에 미치는 영향을 규명하고자 했다. 이러한 목적을 위해 본 연구는 모두 6장으로 구성됐다. 제1장 서론에 문제제기와 연구목적을 기술하며, 제2장은 4개의 절로 나눠 다중미디어 이용자 집단에 관한 선행연구, 미디어 장르 및 기능에 관한 선행연구, 지역사회자본의 이론적 구성, 지역사회자본이 정치참여에 미치는 영향에 대한 기존의 논의들을 제시했다.

먼저 제1절에서는 다중미디어 환경으로의 변화와 지역언론, 미디어 레퍼토리 개념과 지금까지의 선행연구 동향, 제주지역 언론산업 현황 등에 대해 정리했다. 제2절에서는 다중미디어 환경과 미디어 장르 변화에 대한 이해와 함께 주요 연구대상 미디어인 전국TV방송, 지역TV방송, 라디오방송, 전국일간지, 지역일간지, 인터넷, 휴대폰의 개념적 속성과 사회문화적 맥락을 별도 논의했다. 제3절에서는 지역사회자본 개념과 이론의 발전을 조망하고, 미디어 이용과 사회자본에 대한 선행연구들을 살펴본 뒤 지역사회자본의 성격과 범위, 제주지역 사회자본의 특징을 서술했다. 제4절에서는 미디어 환경과 정치참여의 의미를 살펴보고, 지역사회자본과 정치참여, 제주 사회의 정치참여 선행연구들을 분석했다.

지금까지의 이론적 논의를 토대로 제3장의 연구문제에서는 연구모형의 제시와 함께 연구문제를 종합적으로 설정했다. 제4장에서는 앞서 설정한 연구문제를 규명하기 위한 연구대상 선정과 함께 조사설계, 주요 개념의 조작적 정의와 자료의 측정방법을 제시했다. 또한 연구문제 해결을 위한 다양한 통계분석방법에 대해 설명했다. 제5장은 연구결과로써 인구사회학적 특성 및 측정척도의 신뢰도, 미디어 레퍼토리 유형과 지역사회자본 및 정치참여와의 관계, 미디어 장르 및 기능이 지역사회자본과 정치참여에 미치는 영향, 지역사회자본이 정치참여에 미치는 영향에 대해 체계화하여 제시하고자 했다. 제6장은 연구결과에 대한 논의와 함께 분석결과의 함의를 포함하고 있다. 또한 본 연구의 한계 및 향후 제언을 했다.

제2장 이론적 논의 및 선행연구 검토

제1절 다중미디어 이용자 집단에 관한 선행연구

1. 다중미디어 환경으로의 변화와 지역언론

2013년 지상파 방송의 디지털 전환과 소셜미디어의 보편적 확산, 스마트폰·태블릿PC 등 스마트 기기의 발달로 시시각각 미디어 환경이 급변하고 있다. 이에 맞춰 다양한 콘텐츠의 개발은 물론 미디어 기능의 융합과 통합은 새로운 미디어 시대를 예고하고 있다. 이러한 다중미디어 환경으로의 급속한 변화는 곧 지역언론의 위기를 촉진하고 있다. 지역언론의 중요한 활동단위인 지역은 무엇보다도 개인이 생활하는 정치적, 경제적, 문화적 공동체를 제공하고 있으며 주요한 문제의 해결 주체이자 개인의 복지를 실현하는 장으로서 의미를 지니고 있다. 그런데 지역공동체의 형성과 활동이 원활히 이뤄지기 위해서는 지역언론이 지역주민들에게 지역사회에서 발생하는 주요 사항에 대한 정보와 의견을 공유하게 하고 환경감시를 위한 비판기능을 수행하며, 정치적 및 경제적 합의를 이끌어 내는 등의 사소통적 합리성이 구체화된 공개장의 역할을 담당할 필요가 있다(이진로, 2002). 즉 지역언론은 지역에 존립기반을 두고 지역사회의 여론을 반영해 그 지역주민들을 지역사회의 주체적 공중으로 참여시키고 지역사회로 통합하면서 지역사회의 발전에 기여해야 하는 사명과 역할을 갖고 있다(이한웅·엄기열, 2010). 하지만 멀티 플랫폼 환경에서 디지털 기술 발전에 따른 언론환경의 구조적 변화는 지역 산업을 크게 위축시킨 것은 물론 자생적 토양이 미약한 지역을 기반으로 한 언론들은 험난한 생존 경쟁을 벌이고 있다. 지역언론의 미래는 기존의 지역신문·방송 등 전통적인 언론 매체와 소속된 기자들에게는 불안감으로, 끊임없이 변화를 원하는 독자들에게는 새로운 언론 환경의 가능성으로 다가왔다.

지역언론에 대한 관심은 1980년대 후반 지방분권화에 대한 논의가 활성화되면서 연구자들 사이에서 관심의 대상으로 부각됐다. 지방분권화 혹은 지방자치화를 위한 지역언론의 역할에 대한 인식이 제고되기 시작했기 때문이다. 그 이후 1990년대 지역신문산업의 몰락, 1990년대 중반 케이블TV와 지역민영방송의 출범, 2000년대 초 디지털 위성방송의 도입 등 지역언론을 둘러싼 환경이 급속하게 변화되면서 지역언론에 대한 학문적 관심은 더욱 더 증대됐다(최현주·이강형, 2008). 특히 지난 10여 년간 지역방송을 둘러싼 환경의 변

화는 지역방송의 위상과 존재가치를 근본적으로 흔들어왔다. 자본의 수도권 집중화와 지역 경제의 침체로 광고시장은 갈수록 위축되고 있는 반면에 새로운 방송 미디어들이 속속 등장했다. 위성방송, DMB, IPTV, 모바일방송 등 새로운 미디어들의 등장으로 인한 미디어 간 경쟁의 변화는 지역방송을 위협해왔다(한선·이오현, 2013). 서울을 중심으로 활동하는 언론사는 전국을 대상으로 국가적 차원의 주요 정보 및 오락을 제공하지만, 지역의 방송 및 신문은 지리적 한계를 극복하지 못하고 중앙언론에 종속돼 운영되고 있는 실정이다(김인경, 2012). 경제논리로만 접근한다면 지역언론은 진작 존재의 위기를 겪어야 했을 것이다. 하지만 지역언론은 공공재라는 사회일반의 인식에 힘입어 오히려 안이하게 대처해 온 경향이 있다. 지금보다 더 심각한 경쟁체제로 접어들기 전에 지역언론은 현재의 상황을 점검하고 존재의 이유를 지역주민들에게 알릴 필요가 있어 보인다(김연식, 2013).

물론 지역언론은 중앙 정치와 지역 정치의 협동 또는 갈등 공간에서 이뤄지며 중앙 언론에 비해 확실히 지역주민들과 밀착돼 있으므로 그에 부응하는 차별화된 역할을 요구받는다(최영재, 2013). 지역언론은 그 지역의 여론을 선도하며, 지역 발전을 견인하는 미디어로서의 역할이 매우 크다. 지방자치와 지역균형 발전이 강조되면서 지역언론의 중요성은 더욱 부각되고 있다. 따라서 지역사회가 당면하고 있는 각종 정책적 이슈들을 지역언론들이 어떻게 틀을 구성하여 관리하고 있는가 하는 점은 매우 중요한 문제라 하겠다(고영철·최낙진, 2006). 이제 언론산업의 균형발전은 우리나라 민주주의를 지키는 절체절명의 과제로 다가왔다. 융합 미디어 시대에 지역언론이 살아남을 수 있는 길은 지역언론의 과감한 변신과 뼈를 깎는 혁신의 자세로 지역주민들의 소중한 미디어로 살아남는 방법 밖에 없다. 지역 내의 권력기관으로 자리매김하려는 권력지향주의나 생계형 토착기업으로서의 지역언론들은 과감히 퇴출을 맞이해야 한다. 또한 국가나 지방자치단체 차원의 지원만을 바라지 말고 자구갱생의 자세로 건전한 기업윤리를 도입해야 할 때이다.

2. 미디어 레퍼토리 개념과 선행연구

지금의 미디어 선택의 폭이 넓은 다중미디어 환경과 미디어들 간의 연동성이 높아진 컨버전스 미디어 환경에서는 한 가지 미디어만 이용하기보다는 여러 미디어를 넘나드는 이용이 더 자연스럽다(김은미·심미선·김반야, 2012). 이용 가능한 미디어가 늘어난 다중미디어 환경 하에서 사람들은 다양한 미디어를 동시적으로 이용하기도 하고 비동시적으로 이용하기도 한다(심미선, 2010). 또한 DMB, 스마트폰, 노트북, 컴퓨터 같은 뉴미디어 기기

들은 때와 장소에 종속되지 않는 유비쿼터스 환경을 제공해 자신이 원하는 장소와 시간에 원하는 기기를 이용해 시청하는 다중·연속시청으로 시청행태가 변하고 있다(이창훈·박성복, 2012). 이용 가능한 미디어의 수가 증가하고 미디어 및 콘텐츠 이용에 대한 수용자의 접근성이 확대되는 멀티 플랫폼 환경에서 이용자의 능동성은 증대되고, 이용행태도 다중화 돼가고 있다(조성동·강남준, 2009). 즉 현 시점에서의 미디어 이용행태란 특정 이용자가 특정 미디어와 접하는 1대 1의 관계가 아니라 언제, 어떤 장소에서 어떤 미디어를 누구와 그리고 어떤 활동과 접하고 있는가를 의미한다고 할 수 있다(강남준·김은미, 2010).

다중미디어 이용자가 본격적으로 논의되기 시작한 것은 디지털 모바일 기기의 확산으로 시간과 장소를 가리지 않고 다양한 경로를 통해 미디어 콘텐츠가 소비되면서부터다(강남준·김은미, 2010). 이때부터 미디어 연구 또한 특정 단일 미디어에 한정되지 않고 미디어 간 경계를 넘나드는 조합적 이용패턴에 대한 이해가 중요해졌다(윤해진·문성철, 2010). 다중미디어의 복합적 이용행태에 대해서 체계적으로 접근하기 위해서는 우선 이종미디어를 함께 사용하는 이용패턴, 즉 미디어 레퍼토리를 규명하는 작업이 필수적이다(이찬구 외, 2009). 미디어 레퍼토리란 ‘이용자가 규칙적으로 이용하는 미디어의 수나 묶음’을 뜻하는데, 원래 1980년대 중반 케이블이 도입된 이후 미디어 이용패턴을 설명하기 위해 제시된 ‘채널 레퍼토리’ 개념에서 시작됐다(Heeter, 1985). 채널 레퍼토리가 이용자의 능동성을 전제로 하는 선호도 요인과 가시성 요인과 같은 구조적 요인이 함께 반영된 시청패턴을 설명해주고 있는 것처럼 미디어 레퍼토리 또한 개인의 능동적 선택과 범위를 바탕으로 장기적으로 습관화하는 환경요인이 혼합돼 나타나는 규칙적인 이용패턴을 설명해 줄 수 있다(윤해진·문성철, 2010).

최근 들어 등장한 다중미디어 이용에 관한 연구들은 새로운 수용자의 개념 및 미디어 이용행태들에 대한 분석을 시도하기 시작했다. 이들 연구들은 모든 미디어들을 고루 이용하는 다중미디어 이용자들의 특성과 이용패턴을 파악하는 데 그 목적을 가진다(김은미·이혜미, 2011). 즉 여러 개의 미디어를 이용하는데 있어서의 미디어 레퍼토리 연구는 이용 미디어의 묶음 목록을 탐색하고 이를 집단화하여 이에 대한 사회적 의미를 탐구해 나간다는 점에서 개별 미디어의 영향력을 측정하는 이전의 방향과 다르다고 할 수 있다(조은화·조성겸, 2013). 국내에서 미디어 레퍼토리에 대한 연구가 비교적 짧은 시간에 활발히 진행되고 있으며, 레퍼토리를 구분하는 방법론도 다양한 차원에서 정교화 되고 있는데 반해 미디어 레퍼토리에 따른 사용자 분류 기준은 아직 명확하게 제시되지 않았다. 사람들은 자신의 선호와 정보, 통찰력 혹은 기술 수용력에 따른 정보추구 행위와 사적인 상호작용

을 토대로 개인화된 레퍼토리를 지닌다(박진영·강태영, 2011). 미디어 레퍼토리 연구도 이
용자들의 미디어 조합패턴을 개별 미디어 이용시간에 따라 몇 가지 군집으로 유형화하고,
주로 이용하는 미디어 수와 조합을 밝혀내고 있다(강남준 외, 2008; 김은실 외, 2009; 심
미선, 2007, 2008; 윤해진·문성철, 2010, 2011; 이찬구 외, 2009; 조성동·강남준, 2009,
Hasebrink & Popp, 2006; Rees & Eijck, 2003). 미디어 이용행위에 중점을 둔 연구들은
미디어 레퍼토리 개념에 근거해 미디어 이용행위를 고찰하고 있는데, 이는 다중미디어 이
용행위를 설명함에 있어 미디어 레퍼토리 개념이 갖는 설명력이 크기 때문이다(심미선,
2010).

국내에서 처음 미디어 레퍼토리를 유형화한 심미선(2007)의 연구에서는 미디어를 지상
파, 케이블, 위성, 인터넷, 신문, 라디오, DMB 등 7개로 나눠 미디어 레퍼토리를 측정했
다. 측정방법은 개인의 총미디어 이용시간 중 특정 미디어 이용시간 점유율 35%를 기준으
로 유형화했다. 이에 따라 지상파 중심, 인터넷 중심, 케이블-위성 중심, 지상파-인터넷
중심, 다중매체 이용자로 분류했다. 강남준 등(2008)의 연구에서는 TV, 라디오, 신문, 잡
지/서적, 인터넷, 휴대전화, MP3를 대상으로 K-평균 군집분석을 통해 미디어 레퍼토리 군
집별로 개별 미디어 이용량의 차이를 비교하여 %가 높은 미디어를 중심으로 분류했다. 이
에 따라 휴대전화-MP3, 신문-TV 중심, 다매체 이용, 매체 저이용, TV 중심, 라디오-신문
중심, 휴대전화 중심으로 구분했다.

조성동·강남준(2009)은 TV, 라디오, 인쇄매체(신문, 잡지, 만화), 컴퓨터/인터넷, 비디
오/DVD, 극장, 음악매체(CD, MP3) 등 총 7개 미디어를 대상으로 개별 미디어 이용시간을
비율로 환산, 미디어 이용비율 중 10% 이상을 주 이용매체로 정했다. 그 결과 단일 매체
이용자, 이중매체 이용자(2개 이상 매체이용비율 10% 이상), 다중매체 이용자(7개 매체
이용비율 10% 미만)로 나뉘었다.

이찬구 등(2009)과 심미선 등(2009)의 연구에서는 공통적으로 지상파TV, 케이블TV, 위성
TV, 신문, 잡지, DMB, 인터넷 등의 연구대상 미디어를 선정하고, K-평균 군집분석을 통해
개별 미디어 이용량의 차이를 비교하여 %가 높은 미디어를 중심으로 미디어 레퍼토리를 명
명하는 측정방법을 사용했다. 그 결과 이찬구 등(2009)의 연구에서는 다중미디어 이용자
집단을 균형적 매체이용군, 인터넷 중심군, TV 중심군, 라디오 중심군, 전통적 매체이용군
등 5개 미디어 레퍼토리로 명명했으며, 심미선 등(2009)의 연구에서는 다중매체이용자, 지
상파 중심, 케이블/위성 중심, 지상파-케이블/위성 중심, 인터넷 중심, 케이블/위성-인터
넷 중심, 라디오 중심 등 7개 미디어 레퍼토리 유형으로 구분했다.

윤해진과 문성철(2010)은 미디어 레퍼토리 유형이 인구사회학적 특성과 라이프스타일과의 관계에 따라 어떻게 달라지며, 미디어 레퍼토리나 콘텐츠 소비의 상관관계를 살펴보기 위해 상대적 미디어 이용지수에 대한 K-평균 군집분석에 의해 5개의 미디어 레퍼토리를 추출했다. 추출된 미디어 레퍼토리는 미디어별 상대적 이용량에 따라 신문-TV 중심 이용군집, TV-인터넷 중심 이용군집, 오디오-인터넷-케이블 이용군집, 라디오-신문-지상파 중심 이용군집, 모바일 중심 군집으로 명명했으며, 미디어 레퍼토리 형성에 큰 영향을 미치는 요인으로 성별과 연령대임을 밝혔으며, 라이프스타일의 경우 차별적, 부분적으로 영향을 미쳤음을 확인했다.

이미영·김담희·김성태(2010)는 청소년 레퍼토리 연구를 위해 서울 거주 중고등학생 688명을 대상으로 자기기입식 설문조사를 통해 청소년들이 주로 사용하는 미디어는 인터넷과 텔레비전, 휴대폰임을 밝혔다. 또 미디어 레퍼토리 유형은 휴대폰 중심형과 다매체 중심형, 인터넷 중심형 그리고 텔레비전 중심형, 텔레비전과 인터넷 중심형, 라디오 중심형, 텔레비전과 휴대폰 중심형으로 명명했으며, 유형의 비중으로 보면 청소년의 미디어 이용은 주로 인터넷이나 휴대폰 등 뉴미디어를 중심으로 형성되고 있음을 밝혀냈다. 이와 더불어 텔레비전은 여전히 활발하게 이용되며, 라디오 또한 미디어 레퍼토리 유형으로 분류되고, 신문은 정보적 욕구 충족을 위한 레퍼토리로 구성돼 올드미디어의 위상은 여전히 존재하고 있다고 진단했다.

윤해진과 문성철(2011)은 미디어 레퍼토리가 아닌 TV시청자의 채널 조합에 주목한 지상파 프로그램 레퍼토리 구성과 영향을 미치는 요인을 파악하기 위해 1500명의 개인시청기록과 미디어별 이용량 등의 전화 설문자료를 활용, 177개의 군집분석을 실시했다. 그 결과, 평일의 경우 6개, 주말의 경우 7개의 레퍼토리를 추출했다. 이 연구에서 이용 프로그램 목록, 채널 등을 고려할 때 프로그램 레퍼토리는 시청가능성, 편성 요인과 시청자의 개인적 선호가 중첩적으로 작동해서 형성된 이용패턴이라는 점을 확인했다.

이창훈과 김정기(2013)는 공급자 중심 시각이 아닌 이용자 중심의 시각에서 다중미디어 이용 특성과 미디어 효과에 대해 접근하기 위해 포괄적으로 미디어를 적용하고 이용유형을 결합해 30개의 이용행태 리스트를 도출하고, 이를 이용해 7개의 레퍼토리로 분류했다. 7개 레퍼토리는 다중미디어 이용, 친교목적 뉴미디어 다중이용, 유선방송-라디오, 오락/친교형 유료방송-모바일-SNS, 오락형 인터넷-전화, 정보형 모바일-SNS-인터넷, 저미디어 이용 레퍼토리였다. 분석결과는 두 개의 다중미디어 이용 레퍼토리가 도출돼 젊은 세대에서 다중미디어 이용이 대중화되고 동시에 분화되고 있으며, 선행연구에서 가장 비중이

켰던 지상파TV 중심 레퍼토리가 나타나지 않고 모바일 미디어가 가장 중심적인 미디어로 나타났음을 확인했다. 미디어 효과 검증에서는 다중미디어 이용수준이 높은 이용자들의 신뢰, 호혜성, 시민적 관여와 같은 사회적 효과는 물론 만족감, 즐거움, 애착의 개인적 효과도 높게 나타났음을 밝혀냈다.

이현우와 오형일(2013)은 미디어 레퍼토리를 좀 더 세분화하여 살펴보기 위해, 개별 미디어가 제공하는 다양한 시청서비스 층위에서 수용자들의 지상파 콘텐츠 소비패턴을 분석했다. 14개 시청서비스 이용시간을 표준화한 뒤 2단계 군집분석을 실시해 최종적으로 6개의 군집을 추출했다. 각 군집들은 전통적 TV기반 서비스 중심형, IPTV기반 서비스 중심형, 다운로드 서비스 중심형, 실시간 시청서비스 중심형, TV기반 서비스 확장형, 다중 시청서비스 이용형 등으로 명칭을 부여했다. 시청서비스 이용패턴 형성에 많은 영향을 미치는 인구사회학적 변인은 연령, 성별, 학력이었음을 확인했다. 또 TV기반 서비스를 주로 활용하는 집단의 경우 다양한 장르를 소비하는 반면, PC 및 모바일기기기반 시청서비스를 주로 활용하는 집단은 예능 장르를 많이 소비하는 것으로 나타났다.

조은희(2014)는 선행연구들이 개별 미디어가 사회정치 참여에 미치는 영향의 관계를 탐구한 것에서 진일보해 다중미디어 상황에서 발생하는 수용자의 미디어 레퍼토리를 살펴보았다. 미디어의 여러 콘텐츠 가운데 뉴스이용 레퍼토리가 어떠한지에 초점을 두고 지상파, 종편, 보도전문채널 뉴스를 일주일에 5회 이상 높은 빈도로 시청하고 포털뉴스도 자주 접하는 집단 1(TV뉴스전반/포털뉴스 이용 집단), 종편이나 보도전문채널을 제외한 지상파 뉴스 위주로 높은 빈도로 시청하며 포털뉴스도 자주 이용하는 집단 2(지상파위주/포털뉴스 이용 집단), 전반적인 뉴스 이용이 저조한 집단 3(뉴스저이용 집단), TV를 통해 볼 수 있는 지상파, 종편, 보도전문채널은 물론 포털, 인터넷, 뉴스까지 주당 5회 이상 이용하고, 라디오, 모바일, SNS 경유 뉴스까지 주당 3~4회 이상 이용하는 집단 4(다매체 활용 뉴스이용 집단) 등 네 개 집단으로 구분했다. 국외 연구에서 헤스브링크와 팝(Hasebrink & Popp, 2006)의 미디어 레퍼토리 연구는 텔레비전, 신문, 라디오 3개 미디어를 경성뉴스 아이템에 따라 분류한 후 군집분석을 통해 미디어 레퍼토리 집단을 추출해냈다. 앞서 리스와 아이직(Rees & Eijck, 2003)은 텔레비전, 신문, 인터넷, 라디오, 잡지 등의 미디어를 콘텐츠 내용 차원으로 다시 세분화한 19개 미디어 아이템에 대해 군집분석을 실시하여 8개의 레퍼토리 집단을 분류했다.

<표 1> 국내 미디어 레퍼토리 선행연구

연구자 (게재연도)	조사대상 미디어	연구자료 및 연구방법	미디어 레퍼토리 유형
조은희 (2014)	지상파 텔레비전 뉴스, 종합편성채널 뉴스, 보도전문채널 뉴스, 라디오 뉴스, 인터넷 포털 뉴스, 언론사 닷컴 뉴스사이트, 인터넷 언론사 뉴스사이트, 모바일 어플리케이션 뉴스, 소셜미디어 경유뉴스 등 9개	<ul style="list-style-type: none"> •인터넷 조사기관이 전국 성인남녀 500명 인터넷 설문조사 •뉴스이용 미디어 빈도를 통한 K-평균 군집분석 	TV뉴스전반/포털뉴스 이용 집단, 지상파위주/포털뉴스 이용 집단, 뉴스저이용 집단, 다매체활용 뉴스이용 집단 등 4개
이현우 오형일 (2013)	지상파 본방송과 재방송, 케이블TV 재방송, 위성방송 재방송, IPTV 재방송, 케이블TV 다시보기, IPTV 다시보기, 방송사 홈페이지 ON-AIR서비스와 다시보기 서비스, PC 다운로드, 인터넷 기반 TV서비스, DMB, 휴대기기 다운로드, 어플리케이션 서비스 등 14개	<ul style="list-style-type: none"> •KBS 국민패널 2094명 온라인 서베이 자료 •2단계 군집분석 •각각의 개체들을 여러 개의 예비군집으로 나누는 사전군집화 단계와, 예비군집들을 이용해 적절한 수의 군집을 구하는 군집화 작업을 수행 	전통적TV기반 시청서비스 중심형, IPTV기반서비스 중심형, 다운로드서비스 중심형, 실시간시청서비스 중심형, TV기반서비스 확장형, 다중시청서비스 이용형 등 6개
이창훈 김정기 (2013)	지상파TV, 유료방송, 라디오, 신문/잡지/인쇄미디어, 비디오/오디오 재생기기, 컴퓨터/인터넷, 휴대폰, 모바일 미디어기기, SNS, 인터넷 기반 미디어 서비스 등 10개	<ul style="list-style-type: none"> •온라인 설문조사 업체 의뢰 400명 대상 •K-평균 군집분석 •재현성 평가 수치가 높은 6~10개 군집들을 대상으로 상대적 미디어 이용지수를 구해 미디어 이용특성 파악후 최종 군집수 결정 	다중미디어 이용, 친교목적 뉴미디어 다중이용, 유선방송-라디오, 오락/친교형 유료방송-모바일-SNS, 오락형 인터넷-전화, 정보형 모바일-SNS-인터넷, 저미디어 이용 등 7개

<p>이미영 김담희 김성태 (2010)</p>	<p>텔레비전, 라디오, 신문, 잡지, 인터넷, 휴대폰, 메신저, 미니홈피/블로그 등 8개</p>	<ul style="list-style-type: none"> •중고등학생 자기기입식 설문조사 •전체 이용 시간 중 특정 매체 이용시간 점유율 35%를 기준으로 유형화 	<p>휴대폰 중심, 다매체 중심, 인터넷 중심, TV 중심, TV-인터넷 중심, 라디오 중심, TV-핸드폰 중심 등 7개</p>
<p>윤해진 문성철 (2010)</p>	<p>지상파TV, 케이블/위성TV, 인터넷, 라디오/오디오, 신문, 모바일 등 6개</p>	<ul style="list-style-type: none"> •방송문화진흥회 2009년 QI자료 •K-평균 군집분석 •전체 그룹의 미디어별 평균 이용시간 산출 후 개인별 미디어 이용의 상대적 중요성 산정(개인의 특정 미디어 이용시간 / 전체 그룹의 특정 미디어 평균 이용시간) 	<p>신문-TV, TV-인터넷, 오디오-인터넷-케이블, 라디오-신문-지상파, 모바일 중심 균형 이용 등 5개</p>
<p>심미선 김은실 하예린 (2009)</p>	<p>지상파TV, 케이블/위성TV, 인터넷, 라디오, 신문, DMB 등 6개</p>	<ul style="list-style-type: none"> •한국방송공사 2007년 ‘소비자행태조사’ 6000명의 데이터를 이용하여 2차 분석 •K-평균 군집분석 •전체 이용 시간 중 특정 매체 이용시간 점유율 35%를 기준으로 유형화 	<p>다중매체이용자, 지상파 중심, 케이블/위성 중심, 지상파-케이블/위성 중심, 인터넷 중심, 케이블/위성-인터넷 중심, 라디오 중심 등 7개</p>
<p>이찬구 이종영 성지연 (2009)</p>	<p>케이블방송, 지상파TV, 위성방송, 신문, 잡지, 인터넷, 지상파DMB 등 7개</p>	<ul style="list-style-type: none"> •한국방송공사 2008년 ‘소비자행태조사’ 1000명의 데이터를 이용하여 2차 분석 •K-평균 군집분석 •전체 그룹의 미디어별 평균 이용시간 산출 후 개인별 미디어 이용의 상대적 중요성 산정(개인의 특정 미디어 이용시간 / 전체 그룹의 특정 미디어 평균 이용시간) 	<p>균형적 매체 이용군, 인터넷 중심군, TV 중심군, 라디오 중심군, 전통적 매체 이용군 등 5개</p>

<p>조성동 강남준 (2009)</p>	<p>TV, 라디오, 인쇄매체(신문, 잡지, 만화), 컴퓨터/인터넷, 비디오/DVD, 극장(영화), 음악매체(카세트, CD, MP3) 등 7개</p>	<ul style="list-style-type: none"> •KBS·서울대 언론정보연구소가 실시한 1995년, 2000년, 2005년 국민생활시간조사 데이터 •전체 이용 시간 중 특정매체 이용시간 점유율 10% 이상인 매체를 주 이용매체로 정함 	<p>단일 매체 이용자, 이중매체 이용자(2개 이상 매체이용 비율 10% 이상), 다중매체 이용자(7개 매체 이용비율 10% 미만) 등 3개</p>
<p>강남준 이종영 이혜미 (2008)</p>	<p>TV, 신문, 라디오, 잡지/서적, 인터넷, 휴대전화, MP3 등 7개</p>	<ul style="list-style-type: none"> •2006년 ‘인쇄매체 수용자조사’ 1만명의 데이터 활용 •K-평균 군집분석 •군집의 미디어적 특성 설명에 있어서 미디어별 절대 이용 시간량과 이용량의 상대적 위치 동시 사용 	<p>기존 주류 미디어 중심, TV 중심, 다매체 이용, 라디오 중심, 휴대전화 중심, 휴대전화-MP3 중심, 인터넷 중심 등 7개</p>
<p>심미선 (2007)</p>	<p>지상파, 케이블, 위성, 라디오, 신문, DMB, 인터넷 등 7개</p>	<ul style="list-style-type: none"> •온라인 설문조사업체 의뢰 600명 대상. 이 중 DMB 이용자 200명 쿼터 •개인의 미디어 이용 시간 합산 후 개인의 총미디어 이용시간 중 각 매체 이용량을 백분 비율로 환원. 다음으로 전체 이용시간 중 특정 매체 이용시간 점유율 35%를 기준으로 유형화 	<p>지상파 중심, 인터넷 중심, 케이블-위성 중심, 지상파-인터넷 중심, 다중매체 이용자 등 5개</p>

미디어 레퍼토리 연구는 지금까지 이용 가능한 미디어가 늘어난 멀티 플랫폼 환경에서 사람들이 얼마나 많은 미디어를 이용하고, 어떻게 조합하여 이용하는지에 대한 연구를 활발히 진행했지만, 주로 서울 중심이나 전국적 차원에서 머물러 있다. 그러나 서울 중심이나 전국적 차원에 비해 특정 지역의 미디어 이용이 미미하다고 해서 지역적 차원의 미디어 레퍼토리 연구가 지닌 의미가 미미한 것은 아니다. 따라서 지역 미디어에 대한 지역주민들의 독특한 이해와 관심이라는 지역성을 반영한 분석틀에 있어서는 새로운 접근이 필요하다. 즉 지역방송과 지역신문은 전파와 신문 구독의 한계적 도달 범위를 갖고 있고,

내용적 의미에서도 지역사회의 고유한 이해와 관심을 반영하고 있다. 또 지역언론이 갖는 지역에 대한 사회적 관계와 지역공동체와의 협력요소를 빼놓고는 논의하기 힘든 것이 사실이다. 따라서 특정 지역을 연구범위로 하여 다중미디어 이용유형을 밝히는데 있어서 중앙과 지역미디어를 동시에 경험하는 지역 이용자 중심의 시각에서 살펴볼 필요가 있다는 점이다. 즉 지역미디어 이용자들은 같은 TV 플랫폼이라도 중앙방송과 지역방송을 구분하는 시청행태를 보이거나, 같은 신문이라도 중앙일간지와 지역일간지를 따로 구독하는 행위가 빈번하다는 점이다. 또한 지역언론 연구자들이 활발히 제기하고 있는 지역의 관점과 시각을 조성하고 지역의 이해를 대변하며, 지역민의 참여를 독려하는(조항제, 2006) 지역언론의 지역성에 대한 강조와 맞물려 미디어 이용행위에 있어서 지역방송과 지역신문을 따로 구분하는 것이 타당할 것이다.

이에 본 연구는 다매체·다플랫폼 환경에서 지역의 다중미디어 이용자들이 미디어 소비를 위해 어떠한 미디어를 조합하여 이용하는지 등의 미디어 이용 특성을 살펴보고, 이를 기반으로 다중미디어 이용의 세분화된 유형과 차별적 특징을 살펴보고자 한다. 특히 본 연구가 주목하는 지역TV방송과 지역신문은 지역공동체의 유대감 형성과 공론장의 역할을 담당하는 중요한 토대라는 관점에서 다양한 미디어 이용집단과 이들 유형의 인구사회학적 특성이 무엇이며, 그것이 세분화된 미디어 장르와 기능과는 어떤 연관성이 있는지를 살펴본다면, 보다 구체적인 지역 미디어 환경의 변화를 이해할 수 있으리라고 본다.

3. 제주지역 언론산업 현황

하나의 지역사회는 지리적 근접성과 지역주민들의 지역에 대한 공동의식을 갖는 지역의식에 의해 유지된다. 이러한 지역의식을 배양시키고 고취시키기 위해서는 어떤 매개체가 필요한데, 이는 다름 아닌 지역언론이 담당한다고 할 수 있다. 우선 지역언론은 거대 중앙언론으로부터 소외받는 지역주민들에게 언론의 자유와 알 권리를 누릴 수 있게 해주고, 지역주민 상호간 정보와 의견의 교류를 통해 건설한 지역공동체를 형성케 한다(장호순, 2010). 지역언론은 언론으로서의 본질적인 기능은 다를 것이 없으나, 무엇보다도 지역사회의 개발과 복지증진 그리고 지역주민들의 관심사를 두루 수렴해야 한다는 전제 아래서 그 기능이 전국 언론과는 성격상 다르다고 할 수 있다(김세철, 2000). 지역언론은 우선 지역주민의 욕구와 취향에 맞게 지역사회 문제나 관심사를 심층보도하고, 애향심의 고취를 통해서 지역주민의 여론을 대변하고 합의를 도출해 내야 한다(이완용, 2003). 또한

지역사회 개발에 주민의 직접 참여를 유도하고, 그 지역사회의 고유한 문화와 전통 그리고 역사를 찾아내어 정리하고 보존 육성해야 한다(고재석, 2005). 지방분권 시대를 넘어서면서 그 지역사회가 정치공간, 경제공간, 문화공간으로서 독자성을 갖추고 그 역할이 증대될 것이기 때문에 지역사회의 언론활동에 대한 기대는 필연적으로 증대될 수밖에 없다(김영호, 1995). 이러한 시대적 상황을 반영하듯 지역언론은 학술적으로나 정책적으로나 오랫동안 언론학의 주요한 연구 주제이자 연구 영역으로 자리 잡았다(임영호, 2008). 제주지역 사회를 배경으로 한 언론학 연구에서도 정보통신기술과 커뮤니케이션 환경 변화와 함께 다루는 내용, 이론적 접근, 그리고 방법론적 기법의 측면에서 변화가 있었다. 즉 제주지역의 언론이나 수용자를 연구대상으로 하는 커뮤니케이션 연구 혹은 언론학 연구의 흐름은 미디어 발전의 역사와 밀접한 관계를 맺고 있다.

80년대 중반 지방분권화에 대한 논의가 시작됨과 동시에 1987년 6·29 선언에 따른 언론 자율화 조치 이후 지역언론은 양적으로 크게 성장했다. 전국적으로는 1981년 언론 통폐합 이후 6·29 선언까지 10개사이던 지역일간지는 2012년 말 기준으로 102개사로 크게 늘어났다(한국언론연감, 2013). 제주지역도 1945년 10월 1일 창간한 제주일보 외에 1989년 4월 22일 한라일보, 1990년 6월 2일 제민일보, 1999년 1월 11일 제주매일(주간발행체제에서 2004년 일간지 전환), 2010년 6월 15일 제주도민일보, 2013년 11월 22일 제주신문 등이 잇달아 창간되면서 제주지역 신문산업의 경쟁구도가 심화됐다. 또한 제주지역 인터넷신문도 2005년 9월 20일 제주투데이 창간을 시작으로 2005년 10월 14일 제주의소리, 2005년 10월 17일 미디어제주 등이 잇달아 창간하는 등 급속히 늘어나 2013년 말 기준 41개사가 제주특별자치도에 등록돼 있다. 이 가운데서는 운영하지 않고 있는 인터넷신문도 7개사가 있다. 지역방송에서도 1995년 5월 1일 KCTV제주방송 개국과 2002년 5월 31일 민영방송인 JIBS제주방송 개국 등의 영향으로 지역언론 환경이 급격히 변화했다.

1) 제주지역 언론사 현황

일반적으로 언론사는 정보라는 상품을 생산해서 수용자에게 판매하는 기업적 조직체이다. 그러나 자본주의하에서의 언론기업은 대체적으로 일반기업들이 추구하는 이윤창출이라는 경제적 목적뿐만 아니라, 수용자들에게 정보와 오락을 제공해 주고 교육하고 깨우쳐서 사회를 발전시켜 나가는 하나의 사회·문화적인 체계로서 이원적인 목적과 속성을 가진 특수기업이라고 볼 수 있다(고재석, 2005).

제주지역 언론사 현황을 살펴보면 신문은 일간지 5개, 주간지 9개이다. 또한 방송국은 6개이다. 서귀포신문을 제외한 모든 신문이 제주도청 소재지인 제주시에서 발행되고 있다. 제주지역 신문시장의 가장 큰 특징은 지역신문이 인구규모에 비해 전국에서 가장 많다는 사실이다. 우리나라 전체 인구의 최소 4% 이상을 차지하고 있는 경북, 전남, 강원, 인천지역 등에서 발행되는 지역일간지 수는 전체 일간지의 2.7~4.1% 밖에 되지 않는데 비해, 제주의 경우 인구는 전체의 1.13%에 불과한데도 지역일간지 수는 전체의 4.1%에 달하고 있다(한국언론재단, 2004). 이에 따라 인구규모, 지역내 총생산, 지역연고 기업체 수나 광고시장 규모 등이 한정돼 있고, 신문에 대한 수요가 점점 줄어들고 있는 상황에서 신문사들은 독자 확보나 수익성 제고에 상당한 어려움을 겪고 있다(한국언론재단, 2004).

<표 2> 제주지역 언론사 현황(2014년 6월 현재)

구 분	신문사	대표자	창간일
일간신문(5개사)	제민일보	백승훈	1990.06.02
	제주일보	오영수	1945.10.01
	한라일보	유병호	1989.04.22
	제주매일	김종배	1999.03.30
	제주신문	부임춘	2013.07.23
주간신문(9개사)	서귀포신문	김원범	1996.01.10
	제주여성신문	김재국	2003.04.28
	제주관광신문	강 삼	2003.08.21
	제주경제	이문교	2004.02.16
	제주위클리	송정희	2008.11.20
	제주광장	최은하	2012.11.19
	뉴스제주	남우엽	2013.08.26
	제주주간	김대홍	2013.10.28
	삼다신문	김재흡	2013.12.30
방송사(6개사)	KBS제주방송총국	전복수	1950.09.10
	MBC제주문화방송	최진용	1968.09.14
	JIBS제주방송	김양수	2002.05.31
	KCTV제주방송	김귀진	1995.05.01
	CBS제주방송	배재우	2001.06.12
	WBC복지TV제주방송	권대정	2013.09.26

출처: 제주특별자치도 공보관실

2) 제주지역 언론 경영 실태분석

한국ABC협회에 등록된 제주지역 일간신문의 평균 발행부수는 20,899부로 전국 평균치 60,000부의 절반에도 미치지 못하고 있다. 제주지역 전체 인구가 60만명에 달하지만 신문 총 발행부수는 62,000부 내외에 이르고 있다. 제주일보는 2012년 발행부수가 24,839부로 2위인 한라일보의 21,054부 보다 3,785부가 많았다. 유료 부수도 15,242부로 한라일보의 12,547부 보다 2,695부가 많았다. 2011년 발표 때는 발행부수에서는 제주일보가 23,370부(한라 21,776부, 제민 16,804)로 1위였지만, 유료부수에서는 한라일보(13,343부)가 제주일보(12,572부)·제민일보(9,581부)를 앞섰다. 제주지역 일간신문의 월구독료는 제민일보, 제주일보, 한라일보, 제주매일, 제주신문 등이 모두 월 10,000원이다.

<표 3> 2012년 제주지역 일간신문 인증부수(한국ABC협회·유가율)

구 분		발행부수	유료부수
일간신문	제민일보	16,804	9,581(57.02%)
	제주일보	24,839	15,242(61.36%)
	한라일보	21,054	12,547(59.59%)

*제민일보는 2011년 자료

신문산업의 매출액은 크게 인쇄신문 광고, 인쇄신문 판매, 인터넷신문 광고, 인터넷 유료콘텐츠 판매, 콘텐츠 재판매, 부가사업 및 기타 사업수입으로 이뤄진다. 제주지역 지역종합일간지의 2012년 매출액은 266억1800여만원, 지역종합주간지는 1억5200만원에 이르렀다. 전문주간지는 5억600여만원에 달했다.

방송산업의 매출액은 크게 방송사업수익과 기타 사업수익으로 이뤄지고, 방송사업수익은 수신료 광고, 협찬, 프로그램 판매, 기타 방송사업 수익으로 구성된다. 2012년 제주지역 방송사업자의 매출액을 살펴보면 공영방송이 175억3200여만원, 민영방송이 135억4800여만 원에 이르렀다. 2012년 제주지역 언론산업 기자직은 521명이며, 매체별로 살펴보면, 지역종합일간신문은 218명, 주간신문은 25명, 공영방송 71명, 민영방송 96명, 인터넷신문은 111명이다.

<표 4> 2012년 제주지역 언론산업 매출액 및 종사자 현황(단위: 백만원, 명)

구분	지역종합일간	지역종합주간	전문주간	공영방송	민영방송	인터넷종합신문	인터넷지역신문	인터넷전문신문	합계
33개 업체	26,618	152	506	17,532	13,548	287	1,946	164	60,753
종사자 현황	218	5	20	71	96	16	86	9	521

출처: 한국언론연감 2013

제주MBC의 매출액은 2007년부터 하락세를 보여 2009년은 157억400여만원을 기록했다. 그러나 2010년에 증가하기 시작해 2011년에는 204억1500여만원으로 성장했다가 2012년에는 다시 175억3200여만원으로 하락했다. 당기순이익은 2009년 2억4800여만원 흑자전환을 기록한데 이어 2010년에는 188억9600만원으로 흑자규모가 크게 증가했다. 이후 2011년에는 2010년에 비해 19억원 증가했고, 2012년에는 2011년에 비해 6억원 더 증가했다. 지역 민영방송인 JIBS제주방송의 2012년 매출액은 전년보다 크게 증가하며 135억4800여만원을 기록했다. 당기순이익은 2007년부터 꾸준히 흑자경영을 유지한 가운데 2011년 30억원에서 2012년 다시 30억원으로 증가했다. 제주일보는 2011년 본사 부지와 건물을 대기업에 매도 하면서 88억원의 흑자를 기록한 것을 빼고서는 매년 적자경영에서 허덕이고 있다.

<표 5> 2012년 제주지역 언론산업 매출액 현황(괄호안은 당기순이익, 단위: 백만원)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012
제주MBC	19,834 (-24)	18,580 (-291)	15,704 (248)	18,896 (1,911)	20,415 (1,959)	17,532 (665)
제주방송	14,470 (3,850)	13,478 (2,163)	12,219 (2,945)	12,452 (2,742)	13,839 (3,074)	13,548 (3,071)
제주일보	-	10,880 (-1,093)	11,848 (-2,414)	12,619 (-281)	12,317 (8,888)	-

출처: 한국언론연감 2013

제2절 미디어 장르 및 기능에 관한 선행연구

1. 다중미디어 환경과 미디어 장르 변화

미디어 장르와 기능은 미디어를 선택하는 중요한 변수이다. 미디어 장르는 다양한 특성과 의미를 가질 수 있으며 그만큼 다양하게 분석될 수 있다(김홍규·차찬영, 2008). 특히 현재의 멀티 플랫폼 환경에서 다양한 미디어들이 이용되고 있고, 기술의 발전과 함께 다양한 기능들이 접목되고 있다. 케이블TV의 채널 증가, 인터넷의 발달, 스마트기기의 등장은 사람들이 뉴스를 소비하는 방식에 많은 변화를 가져왔으며, 이용할 수 있는 미디어, 채널, 플랫폼의 증가는 필연적으로 이용자들의 선택을 증가시킬 수밖에 없다(양정애·이현우, 2013). 서로 다른 미디어와 콘텐츠로 개별적으로 존재하던 것들이 하나의 기기로 융합되면서 단일 미디어를 통해 이용할 수 있는 미디어 서비스와 콘텐츠의 종류도 다양해지고, 동일한 콘텐츠를 이용할 수 있는 미디어 역시 다양해져 미디어간 경계가 불확실해져 가고 있다(김은미 외, 2012). 특히 최근의 미디어 환경은 신규매체의 확산과 초다채널 환경이라는 특징으로 더욱더 극명한 이용차이를 만들어내고 있다(조성동·김규찬·강남준, 2010). 이렇게 새로운 미디어가 등장함으로써 미디어 소비행위에 변화가 초래될 때 이러한 변화를 미디어간 기능 대체로 보느냐 아니면 기능 보완으로 보느냐는 결국 시청량이 어떠한 관계에 있느냐에 달려있다고 할 수 있다(심미선, 2006).

수용자들에게 제공되는 다양한 장르 및 프로그램 유형이 사회적인 차원에서 다양한 정보를 제공하거나 중요한 사회적 사안을 회피하게 할 수 있다는 점을 고려할 때, 다매체 환경의 장르에 대한 논의는 매우 중요하다고 볼 수 있다(나은경, 2009). 하지만 프로그램에 대한 장르구분은 이러한 다중미디어 환경에서 더욱 쉽지 않은 과정이 된다. 프로그램이 다양해지고 프로그램 유형 파괴로 대표되는 인포테인먼트나 에듀테인먼트 등의 등장으로 인해 장르 구분 자체가 다양한 방식과 방법으로 이뤄질 수 있기 때문이다(주영호·황성연, 2004). 하지만 특정 뉴미디어들이 미디어의 프로그램, 콘텐츠 등의 내용을 제외한 여러 사회적 기능들을 제공하고 있을지라도 대부분의 주요 미디어 콘텐츠는 특정 장르에 속할 수밖에 없다(나은경, 2009).

2. 전국TV방송의 장르 구분

텔레비전이 발명된 이래, 텔레비전 기기를 통한 미디어 서비스는 지상파방송에서 시작해 케이블방송, 위성방송, IPTV 등으로 다양해지면서 발전해 왔다(임정수, 2010). 1995년 종합유선방송(CATV)이 등장하면서 다채널 시대가 열렸고, 1990년대 말부터 인터넷이 상용화되면서 인터넷을 통해 텔레비전 프로그램을 다운로드 해서 볼 수 있게 됐다(이동후, 2012). 2005년 12월 1일 이동 중 TV시청을 가능케 하는 지상파 DMB방송이 시작됐다. 지상파 DMB방송은 단말기만 있으면 언제든지 무료로 시청할 수 있다. 2008년에는 인터넷 케이블로 전송된 실시간 방송 및 주문형 비디오(VOD) 등 콘텐츠를 텔레비전 수상기를 통해 볼 수 있는 IPTV가 선보였으며, 최근에는 스마트폰과 태블릿 PC와 같은 휴대용 단말기 이용의 확산과 더불어 모바일 애플리케이션(앱)을 통해 TV 콘텐츠를 볼 수 있는 모바일 TV가 등장했다(이동후, 2012). 2011년 3월에 CJ헬로비전의 티빙, 같은 해 5월에 KT의 올레TV나우, 6월에 판도라TV와 HCN이 설립한 에브리온TV, 2012년 7월에 지상파연합으로 출범한 POCQ, 같은 해 10월에 출범한 SK브로드밴드의 BTVMobile 등은 텔레비전 콘텐츠의 VOD를 제공하는 대표적인 모바일 플랫폼이다(임정수, 2013).

또한 스마트폰에 들어가는 구글의 안드로이드, 애플의 iOS, 삼성전자의 바다 등의 운영체제를 탑재해 인터넷상에 있는 다양한 콘텐츠까지 자유롭게 이용할 수 있는 스마트TV가 선보이기 시작했다(이동후, 2012). 이처럼 다양한 미디어의 등장은 미디어 단위의 수용자 이용행위가 다양한 미디어로 흩어지는 파편화의 연속선상에 있음을 알 수 있다(조성동·강남준, 2009). 텔레비전, 인터넷, 이동통신 등이 융합하는 환경 하에서는 텔레비전 콘텐츠가 아예 텔레비전 기기를 떠나 이종의 미디어 기기를 통해서 소비될 수 있다(임정수, 2010). 즉 텔레비전이 사회적으로 수행해 왔던 역할이 기능적으로 대체되거나 축소됐다는 의미로 미디어의 지위 차원에서 그 위상이 감소하고 있다고 말할 수 있다(김은미·조성동, 2012). 실제로 다채널 텔레비전과 인터넷의 이용이 증가하는 것은 필연적으로 지상파 텔레비전의 시청량을 줄인다(최양수·황유선·이연경, 2010). 그러나 텔레비전의 주요 프로그램들은 여전히 높은 시청률을 유지하고 있고, 최신 기술들과 접목하여 디지털 케이블에서 IPTV까지 시청자 편의를 위한 발전들이 이뤄지고 있다(김은미·조성동, 2012). 또한 전통적인 텔레비전 시청시간은 줄어들고 있지만 다양한 태블릿이나 스마트폰 등을 통해 방송 프로그램을 시청하거나 보는 횟수는 증가하고 있다는 다양한 자료들이 나오고 있다(박웅기, 2014).

텔레비전 프로그램은 여러 장르들을 구분할 수 있게 하는 각 장르의 고유한 공식과 관습들을 가지고 있다(나은경, 2013). 다중미디어 환경에서 다채널 환경의 다양성이란 주로 스포츠, 게임, 음악, 애니메이션, 보도, 영화, 다큐멘터리 등 특정 장르에 관련된 내용만을 방송하는 전문 채널의 등장과 장르에 따른 주시청자의 세분화를 통해 드러나기 때문이다(김선미·김성태, 2007).

3. 지역TV방송의 장르 구분

지방화 시대에 있어서 지역방송의 역할과 책임은 점점 증가하고 있다. 하지만, 디지털·스마트 기술의 발전에 의한 다양한 미디어의 등장으로 방송시장은 빠르게 변하고 있다. 케이블TV와 위성방송, 그리고 인터넷방송의 등장으로 촉발된 방송시장의 경쟁은 DMB와 스마트폰 등의 이동형 방송매체의 등장으로 더욱 치열해지고 있다. 즉 미디어 시장의 치열한 경쟁 속에서 지역방송의 위상은 점차 약화되고 있다(주정민·한진만, 2011). 디지털 미디어환경에서 지역방송은 지역에 존재하기 때문에 지역사회에 밀착된 방송을 실시하고 지역의 정치, 경제, 사회, 문화 발전에 기여해야 하는 당위적 목적을 갖는다. 결국 지역방송의 역할은 언론의 가장 기본적인 이념인 보편성, 타당성, 다양성의 원칙을 견지하면서도 지역성 구현이라는 지역언론의 고유한 기능이 부가된 셈이다(김세철, 2000). 하지만 지역방송 하면 으레 떠올리는 것이 재미가 없으며 별로 유익하지 못하다는 선입견이다. 서울 중심의 우리 방송 현실에서 어찌하면 당연한 생각일지도 모른다. 대다수의 기본 연구들은 양질의 프로그램을 생산하지 못하는 가장 핵심적인 원인으로 지역방송의 열악한 제작환경 특히 인력과 제작비 부족의 문제를 제시한다(한선·이오현, 2013).

지역방송에 대한 논의는 ‘지역방송의 위기론, 지역방송의 당위적 존재론, 제도적·정책적 대안’의 논리가 반복 재생산돼 왔다(양선희, 2013). 지역의 대표적인 여론주도 미디어로서 역할을 담당해왔던 지역방송은 광고수입의 감소, 자체 제작프로그램의 감소, 인원 축소, 위상과 영향력 약화, 시청률 하락이라는 악순환의 고리로 빠져들고 있다(주정민·한진만, 2011). 종종 지역방송국의 가장 큰 문제점으로 지적되는 자체제작 프로그램 편성시간량의 절대 부족과 편성전략의 부재, 지역방송의 채널 간 중복편성의 심화와 채널 간 다양성 부족 등도 지적할 수 있다(김진영·이상훈·한태학, 2008). 지금까지 언론학계에서 많은 양의 연구와 다양한 차원의 논의가 있었고, 일부 법적 제도적 정비와 지역방송사의 자체 노력이 있어 왔다는 평가에도 불구하고 지역방송은 여전히 새로운 출구를 갈구하고 있

다(원용진·황상현, 2011). 그래도 적은 제작비와 인력, 그리고 서울을 중심으로 하는 전국 방송에 비해 턱없이 부족한 방송 인프라 등을 극복하고 제주다운, 제주만의, 제주도민들을 위한 방송 프로그램을 만들려고 방송제작자들은 부단히 노력하고 있다. 지역방송이 제주도민의 여론을 대변하면서 지역의 환경감시 기능을 통해 지역발전의 커다란 한 축을 해내고 있음은 두말할 나위가 없다. 지역방송은 뉴스와 탐사 프로그램을 통해 지방자치단체를 감시하고 견제하는 역할, 토론 프로그램을 통해 지역현안에 대한 공공 토론의 장을 마련하여 지역여론을 형성하는 역할, 광고를 통해 지역 내 상업 활동을 활성화하며 지역사회 경제 성장에 이바지하고 있다(최진봉, 2012).

지역주민들이 지역방송 중에서 가장 즐겨보고 필요로 하는 방송은 다수의 선행연구에서 저널리즘 프로그램을 꼽고 있다. 또 지역방송 프로그램 만족도는 뉴스, 정보/교양 프로그램, 시사/토론 프로그램 순으로 나타났다(김진영·이상훈·한태학, 2008). 주 시청 프로그램도 뉴스와 오락, 정보/교양 프로그램 순이며 지역방송에서 가장 경쟁력 있는 장르가 정보/교양 프로그램, 뉴스, 시사/토론 프로그램이라는 것도 밝혀졌다. 결국 제작인력의 부족과 저렴한 제작비로 인한 지역방송의 고충이 있긴 하지만 지역주민들은 지역방송의 필요성을 인정하고, 지역의 정보를 듣고 싶어 하는 것이다(김연식, 2013). 지역방송에 대한 주문은 비단 여기서 그치지 않는다. 지역방송이 현실적 어려움을 뒤로 하더라도 지역주민들간의 끊임없는 소통으로 이들의 삶의 현장을 기록함으로써 진정한 지역밀착형 방송이 돼야 한다. 또한 지역 시청자들이 원하는 방송 프로그램을 제작하기 위한 끊임없는 고민과 시청자 맞춤형 프로그램의 개발을 위한 노력을 게을리해서는 안 된다.

이러한 논의는 지역방송 뉴스가 보다 다양성, 객관성, 심층성을 띠어 지역성을 보이며, 지역에서 수행해야 할 저널리즘 특성을 지닐 수 있다는 것을 의미한다(주정민·박복길, 2007). 발 빠른 현장접근을 통해 지역주민들의 삶 속에도 더욱 가까이 다가가는 지역방송만의 킬러 콘텐츠를 키워나가야 한다. 또한 지역주민에게 용기와 희망을 주는 친근한 벗이 되는 방송으로 다가서야 한다. 이를 통해 지역방송이 소외되고 어두운 곳을 비추며, 힘 있는 곳에 당당한 비판을 하는 진정한 지역방송으로 거듭날 수 있다.

4. 라디오방송의 장르 구분

라디오는 가장 오래된 방송매체로 새로운 커뮤니케이션 기술이 등장할 때마다 그 기술을 적용하면서 진화발전하고 있으며(황정민·유세경, 2009), 라디오 콘텐츠는 스마트폰과

같은 각종 디지털 디바이스를 통한 유통 경로의 확장과 더불어 여전히 그 소비가 지속되고 있다(황유선·송인덕·김재선, 2014). 인터넷과 각종 방송 영역이 확장되면서 미디어 수가 급작스럽게 늘어난 현재에서도 전통적 방송매체인 라디오는 여전히 미디어로서의 차별적 가치를 지니고 있다(이민영·황장선, 2008). 라디오는 텔레비전과는 달리 말과 소리와 효과만으로 이뤄진 청각매체로서 개인적으로 친근한 미디어이며, 이동이 간편한 미디어이기 때문에 다양한 미디어들의 등장과 활발한 보급 속에서도 수용자들의 이용양식에 따라 그 기능과 범위를 확장, 축소 시켜가며 생존해 왔다(탁진영·옥동철, 2006). 즉 청각에 요구하는 친밀성과 일상성, 영상이 없어도 소리로써 사실을 전달할 수 있는 간편성과 현장성, 다른 활동을 하면서도 들을 수 있는 편의성과 한 가지 주제를 비교적 자세하게 다룰 수 있는 집중성, 이동하면서 원하는 시간에 들을 수 있는 신축성 등 라디오가 갖고 있는 장점은 매우 많다(한국언론재단, 2012). 라디오에는 지상파 방송사가 운영하는 채널에서부터 종교 채널, 전문 채널, 소출력 공동체 채널 등 매우 다양한 채널들이 존재하며, 이들은 뉴스와 시사 프로그램, 오락, 생활, 교통, 음악 등의 많은 기능을 하고 있다(한국언론재단, 2012).

2000년대에 들어서면서 텔레비전 시청시간은 줄어들기 시작한 반면, 라디오 청취시간은 증가세로 돌아섰다. 이는 다매체 상황에서 라디오가 다시 살아나고 있음을 보여주는 의미 있는 조짐이라고 할 수 있다(이호준·최명일, 2006). 라디오 청취 환경이 시각적 자극에 몰입되지 않고 다른 작업 혹은 운전 중에도 활용할 수 있는 기능적 특성을 지녔기 때문으로 여겨진다(도준호, 2001). 또한 커뮤니케이션 기술의 발달에 따라 전통적인 지상파 라디오 뿐만 아니라 위성방송, DMB, 인터넷, 케이블 등 다양한 전송 수단을 통해 라디오 방송을 수신할 수 있다(이호준·최명일, 2006). 이러한 특성들을 살펴볼 때 전통적으로 라디오는 미디어 접촉면에서 가장 인기 있고 친근한 미디어로 자리 잡고 있음을 알 수 있다(이해성, 1998). 이용자들의 참여에 있어서도 전통적으로 라디오 방송은 TV와 달리 일반인들의 참여가 높아 제공되는 대부분의 콘텐츠가 상대적으로 현실적이고 일상적인 개인들의 사연들로 구성되어온 것이 사실이다(이민영·황장선, 2008).

최근에 들어서는 라디오 서비스가 인터넷과 결합되면서 라디오 이용자의 증가를 불러오고, 새로운 서비스들이 가능해지면서 보다 적극적인 참여로 이어지는 새로운 라디오 이용시대가 열렸다. 미디어 융합현상에 따른 수신기능의 복합현상과 다채널 수신 가능 기기의 개발 등으로 한층 다양하고 질 높은 방송 플랫폼으로 그 서비스를 확대하고 있다(황정민·유세경, 2009). 국내 지상파 방송사들 역시 라디오의 ‘디지털화’ 변신을 보여주는 인터

넷 라디오 플레이어를 개발해 보급했고, 젊은 세대에게 신규 플랫폼으로서 라디오의 매력을 보여 주려고 시도했다(이재현, 2007). 따라서 이용자들의 라디오 이용 유형 역시 자연스럽게 변화되고 있다. 그러나 새로운 기술과의 접목이 지나치게 기술 중심으로 변화할 때 오히려 이를 제대로 활용하지 못하는 이용자가 느끼는 피로감뿐만 아니라, 라디오의 전통적 매력으로 자리 잡은 정서적 유대감이 상실되는 위험성 또한 존재하고 있다(은혜정·김광재·강신규, 2012). 또한 지역의 라디오방송은 미디어 플랫폼의 증가로 많은 청취자를 빼앗겼으며, 기능과 역할의 일부뿐만 아니라 광고시장마저 넘겨줌으로써 계속해서 존재 자체를 위협받아 왔다(김세철, 2000).

5. 전국일간지의 섹션 구분

신문은 오랫동안 다양한 사회적 역할과 기능을 수행하고 있지만, 최근 신문의 수가 증가하고, 뉴미디어 기술에 의한 여러 유형의 미디어가 등장함으로써 과거 독과점 형태의 신문시장이 다자간 경쟁구도로 전환되면서 신문 산업의 성장이 둔화되기 시작했다(박광순, 2008). 신문과 같은 전통적 뉴스미디어는 새로운 뉴스 생태계의 변화에 적응하기 위해 적지 않은 노력을 기울였다(한국언론재단, 2012). 신문의 변신 노력은 대체로 신문판형, 기사길이, 기사스타일, 뉴스 생산조직, 지면 편집 등 다양한 영역에서 이뤄져 왔다(남재일, 2009).

이러한 신문의 대대적인 혁신 작업이 미국의 경우는 60년대부터 본격화한 반면 한국은 90년대부터 시작됐다(남재일, 2009). 디지털 테크놀로지의 발달과 확산으로 뉴스생산 및 유통, 소비영역 전반에 걸쳐 새로운 변화상을 관찰할 수 있다(김송화·윤석년, 2009). 가로쓰기 도입, 활자 확대, 한글 전용, 섹션화, CTS조판 및 인쇄 시스템 변화, 전문기자 및 대기자체 도입, 미국식 에디터제 도입, 해설성 스트레이트 및 피쳐스토리 기사체 도입, 탐사보도팀 신설, 복수출입처와 통합 뉴스룸의 도입, 일요판 발간, 필자의 아웃소싱 확대, 판형변화 등의 시도가 꾸준히 이어져 왔다(남재일, 2009). 또한 신문기업은 텍스트 중심 콘텐츠의 한계를 극복하기 위해서 영상을 포함한 멀티미디어 콘텐츠를 개발을 추진하고, 인터넷 등으로 플랫폼을 확대하고 있으며, 신문기자들에게 동영상 촬영과 편집교육을 하는 등 오프라인과 온라인 뉴스 콘텐츠 통합도 이뤄졌다(김영수·김연식, 2011). 조선일보, 중앙일보, 동아일보, 매일경제신문 등 전국 중앙일간지들은 신문기업의 다각화 열풍 속에 종합편성 방송국과 뉴스전문 방송국 등으로 케이블 채널에 진출했다. 신문업계가 대

체로 공감하는 변화의 방향은 방송 및 인터넷과 차별화 되는 콘텐츠 확립, 뉴미디어 환경에 맞는 뉴스 생산 및 유통의 효율화, 새로운 독자층의 발굴과 마케팅 강화 등으로 요약할 수 있다(남재일, 2009). 그러나 아직 신문이 옛 명성을 되찾기 위한 새로운 돌파구를 찾지 못하고 있는 현실이다. 기술의 급격한 발전, 융합의 진전에도 불구하고 디지털 기술에 대응하거나 수용하여 신문 자체의 포맷이나 내용을 혁명적으로 변화시켜 왔다고 보기는 어렵다(김영주, 2011).

신문의 섹션은 통상 그 기능과 목적에 따라 분류섹션과 부가섹션으로 나뉘 볼 수 있다. 분류섹션은 신문지면의 급격한 증가로 인해 독자들이 신문 기사를 손쉽게 찾아보기 어렵게 되자 이 문제를 해소하는데 일차적인 기능이 있다. 다음으로 부가섹션이란 기존의 본체 신문을 두고 새로운 독자의 발굴을 위해 별도의 주제로 부록판을 만들어내는 것을 가리킨다(김신동, 1998). 따라서 분류섹션은 이른바 본지 개념에 속하는 고정 내용을 주제별로 분리하여 매일 같은 포맷으로 섹션을 고정시키는 것이고, 부가섹션은 요일별로 그 내용을 달리하는 가변 섹션의 포맷을 취한다(김신동, 1998). 신문은 뉴스라는 대범주 내에서 본지와 별지 등 각 지면별로 뉴스 정보에 대한 장르 구분이 가능하다.

6. 지역일간지의 섹션 구분

지역신문은 지역의 당면한 현안과 지역주민에게 필요한 정보를 다각도로 제공하는데 초점을 둔다. 더불어 지역사회 여론 수렴, 지방자치를 통한 풀뿌리 민주주의의 실현에 필수적이다. 아울러 지역신문을 통한 지역주민들의 의사소통은 지역공동체 유지에 기여한다는 측면에서 중요성이 더해진다(Howley, 2005). 다른 나라에 비해 지역공동체가 미약한 한국 사회에서 지역신문에 거는 기대는 적지 않다. 기초자치단체 규모의 소지역은 시민의 참여가 가장 잘 일어날 수 있는 장소이며, 민주적이며 상호 이해적인 삶의 양식이 새롭게 시도될 수 있는 가능성이 높은 장소이다(고재석, 2005). 따라서 지역신문은 한국 언론의 체질과 문화를 아래에서부터 개혁할 수 있는 가능성을 가진 미디어이기도 하다(김영욱이병영, 2000). 지역신문은 지역사회내의 여러 갈등현상에 대해 그 원인과 내용을 알려 여론을 환기시키고 바람직한 해결책을 제시하는 공기로서의 중요한 역할을 하고 있다. 지역공동체에서 주변 개개인들의 승진, 축하, 학위 취득과 같은 지역공동체적 일상사를 일간신문에서 접한다는 것은 우리나라에서는 제주도가 아니면 찾기 힘들다. 지역신문이 해당 지역에서뿐만 아니라 전국지를 능가하는 경쟁력 있는 미디어가 되기 위한 가장 기본적 조건은 지

역뉴스 전달에서는 최고의 수준을 유지하는 것이다(김희정·최낙진, 2005). 특히 지역신문의 특성은 지역 관련 뉴스의 근접성, 심층성, 전문성 등의 가치에서 접근할 수 있다(김선남·최용준·이영원, 2010).

하지만 지역신문에 대한 비판의 목소리도 많다. 지역신문을 구독하고 있는 독자 중 가장 확실한 유가독자와 광고주는 지방자치단체, 각급 국가기관과 단체, 금융기관, 학교 등의 기관독자라고 한다. 따라서 지역 내의 각 기관은 지역신문의 가장 중요한 취재대상이면서 한편으로는 가장 유력한 독자일 뿐만 아니라 광고주라는 삼중적 성격을 갖고 있기 때문에 여기에서 지역신문 보도의 한계가 드러난다(장호순, 2003). 또한 지방이라는 한정된 지역은 서울처럼 ‘익명의 공간’이 아니라 혈연, 지연, 학연 등으로 연결된 ‘인연의 공간’이기 때문에 이런저런 사적인 관계들이 보도 기사의 논조나 관점에 영향을 미치는 것도 무시할 수 없다(김영호, 1995). 실제로 제주지역 기자들은 언론보도에 있어서 직장 동료, 상사나 경영진·주주 등 조직적 통제요인으로 인한 영향을 상당부분 받고 있으며, 근무 경력이 오래될수록, 조직 내 직위가 높을수록 연고주의 영향력이 큰 것으로 나타났다(현동현·최낙진, 2009). 특히 지역신문은 구독자 감소는 물론이고 지역경기 침체로 지역 광고시장의 급격한 위축에 맞닥뜨리고 있다. 또 해당지역의 인구수나 산업규모를 고려하지 않고 무분별하게 확장돼 정상적 시장논리를 넘어서는 출혈경쟁이 경영악화를 초래하여 결국은 지면부실로 이어지고 있다(고영철·최낙진, 2006).

이처럼 지역언론이 지역사회에서 민주적 역할을 수행하는 건강성과 역동성을 보여주지 못하는 것은 근본적으로 지역언론이 정치적·경제적 독립성을 확보하지 못한 채, 지역 정치 권력과 유착된 종속구조에 갇혀 있기 때문이다(최영재, 2013). 뿐만 아니라 이제까지의 지역언론은 어느 특정 지역주민들이 필요로 하는 생활권 중심의 지역문제나 지역정보를 충분하게 제공할 수도 없는 어중간한 상태에서 정보유통의 불균형 현상을 초래함으로써 주어진 역할을 제대로 수행하지 못하고 있다(고재석, 2005). 지역 경제의 붕괴와 수용자들의 중앙지 선호현상이 겹치면서 지역신문은 더 큰 위기를 겪고 있다(김영수·강경수, 2014)

문제는 지역신문의 위기가 지역신문만의 문제가 아니라, 지역 민주주의의 후퇴와 지역 문화 침체를 동시에 의미한다는 점이다. 지역신문은 상업적 재원으로 운영되고 있지만 지역여론 형성을 위한 공론장이라는 공적 기능을 수행하고 있고, 지역민들에게 지역에 대한 정보를 충실히 전달해 줄 수 있는 효과적인 매체이다(김영수·김연식, 2011). 이러한 문제 의식 때문인지 지역신문을 주제로 한 연구는 다양한 측면에서 활발히 이뤄져 왔다. 그 결과 지역신문의 활성화 방안이라든지, 정치 및 사회적 이슈에 대한 보도태도, 신문의 기능

및 역할 등에 대해서는 상당수준의 연구결과들이 축적돼 있다(고영철, 2006). 하지만 지역신문의 현황을 진단하거나 평가한 연구는 거의 없었다. 그 이유는 다양한 차원에서 찾을 수 있겠지만, 무엇보다도 지역신문에 대한 관심의 부족에서 비롯된 것이라 할 수 있으며, 대부분의 연구가 장기적인 안목으로 추진되어 온 것이 아니라 그때그때의 필요와 수요에 따라 추진되어 온 때문이라고 할 것이다(김동윤·김성해, 2013).

대부분의 지역신문들은 1면에서 3~4면까지를 ‘종합’ 면으로 비중 있게 다루고 있으며, 정치, 경제, 사회, 문화, 지역, 오피니언 등의 순서로 지면을 배치한다. 게재면 유형도 상대적으로 중요한 기사와 그렇지 않은 기사를 살펴보면 유용하다. 전오열과 최동성(2010)의 연구에서는 갈등이슈에 대한 지역언론의 보도 비교 연구를 통해 지면 섹션을 종합, 정치, 경제, 사회, 오피니언, 기획특집, 지역, 기타 등으로 구분했다. 또한 지역일간지에 나타난 제주지역 공기업 이미지에 관한 연구를 수행한 이서현과 고영철(2013)의 연구에서는 지면 섹션을 1면, 종합면, 사회면, 경제면, 기타면(동정면, 오피니언면, 문화면)으로 분류했다.

7. 인터넷의 기능 구분

우리나라에서 인터넷은 1990년대 말부터 본격적인 상용서비스가 이뤄지기 시작하여 비약적인 발전을 거듭하고 있다. 인터넷의 발전은 단순히 미디어의 확장과 확산을 넘어 우리사회의 정치, 경제, 사회, 문화 등에 전방위적인 변화를 일으켰다. 정치적으로는 정보통신기술 혁명이 시민들의 삶을 획기적으로 바꾸며, 흔들리는 대의민주주의 체계를 수장·보완 혹은 근본적으로 대체할 수 있는 해법을 줄 수 있는 것처럼 인식되기 시작했다(정재관, 2013). 사회문화적으로 인터넷은 지식과 정보를 얻고 새로운 형태의 의사소통과 교류가 가능해 우리의 삶의 전반에 긍정적인 영향을 주고 있으며, TV나 비디오 같은 기존 미디어가 일방향 교류를 한데 반해 인터넷은 양방향의 교류를 가능하게 해 가상의 공간에서 자신의 개성을 표현할 수 있다(홍연란·도은영, 2014). 경제적으로는 인터넷 자체가 수많은 쇼핑사이트들을 통해 상품구매를 위한 플랫폼으로서의 역할을 하고 있고, 상품유통 시장의 파이 자체를 키웠으며, 현재는 오프라인 시장만큼이나 온라인 시장의 규모가 커져 있는 상황이다(양정애·장현미, 2014).

인터넷 이용은 콘텐츠 중심과 커뮤니케이션 행위 중심의 두 가지 방법으로 측정될 수 있다. 이는 인터넷에서 무엇을 어떻게 이용했는가라는 문제로 공간에 대한 인식에 결정적

인 요인으로 작용할 것이다(조윤경·정일권·김은미, 2012). 먼저 콘텐츠 중심 접근법은 무엇을 이용하는가에 관한 것이고, 선행연구들은 이용 콘텐츠를 고려하여 인터넷 이용을 설명해야 함을 보여주고 있다(이준웅 외, 2005). 인터넷 콘텐츠는 메신저, 블로그, 커뮤니티, 뉴스, 정보검색, 이메일, 음악, 동영상, 게임 등 주로 이용하는 서비스를 고려한 인터넷 이용 유형으로 설명될 수 있다. 인터넷 이용 유형은 일반적으로 정보적 이용, 교류적 이용, 오락적 이용 유형으로 구분되고 이용 유형에 따라 사회참여나 사회자본 등의 차이를 보인다(조윤경 외, 2012).

8. 휴대폰의 기능 구분

휴대폰은 과거 어떤 미디어보다도 인간 커뮤니케이션의 물리적 시공간에 대한 통제력을 급격하게 확장시키고 있다. 나아가 휴대폰은 음성 기반의 대인 커뮤니케이션 기능뿐만 아니라, 텍스트와 이미지, 영상 등 다양한 표현양식을 활용한 정보획득 기능과 공공서비스, 비즈니스, 오락, 그리고 자기표현의 기능까지 포괄하는 통합 모바일 멀티미디어 기기로서 진화하면서, 소위 ‘유비쿼터스 커뮤니케이션(ubiquitous communication)’의 시대를 열어가고 있다(송중현, 2004).

1984년 국내 이동통신서비스의 도입 이후 1997년 PCS(Personal Communication Services)가 상용화되면서 우리나라 휴대폰 가입 인구는 크게 급증해 2013년 1월 기준 휴대폰 가입자가 5363만9633명(방송통신위원회, 2013)에 이르고 있다. 현재 휴대폰은 단순한 통화나 연락 기능뿐만 아니라 다양한 부가기능을 제공하는 새로운 형태의 미디어로서 생활필수품이 됐다(이상기·김주희, 2009). 또한 SMS(Short Message Service), MMS(Multimedia Messaging System)와 같은 메시징 서비스, 음악, 캐릭터 등의 다운로드, 게임, 동영상 외에 텔레매틱스, 위치기반 서비스, 휴대폰 상거래 등 다양한 콘텐츠 영역을 제공하는 미디어로 확대되고 있다(배진한, 2006). 특히 PC와 같이 운영체제를 탑재하여 다양한 애플리케이션을 설치할 수 있는 스마트폰은 사람들의 미디어 이용행태에 크고 작은 변화를 가져왔고(한국언론재단, 2012), 그 변화에는 휴대폰 이용행태의 변화도 포함돼 있다. 2013년 1월 현재 스마트폰 가입자 수는 3329만8440명(방송통신위원회, 2013)에 이르는 등 2009년 스마트폰 보급이 본격화된 이래 폭발적 인기를 끌고 있다. 신문과 TV, 라디오와 같은 전통적인 미디어를 통해 접하던 뉴스와 정보의 상당 부분을 인터넷을 통해 이용하고 있는 현실에서 스마트폰의 확산과 보편적 이용은 뉴스와 정보이용의 일부분을

다시 스마트폰을 통한 모바일 웹과 애플리케이션으로 옮겨 놓고 있다(한국언론재단, 2012).

이와 같이 휴대폰의 사용이 증가하고 생활필수품으로 자리 잡으면서 휴대폰 이용에 관한 많은 연구들이 이뤄지고 있다. 휴대폰과 관련한 기존의 연구들은 휴대폰의 주요한 기능으로서 음성통화와 문자메시지에 대한 이용 동기, 집단적 특성에 따른 이용 유형을 규명하거나(김선남, 2007; 배진한, 2006; 성동규·조윤경, 2002), 휴대폰 이용을 예측하는 변인들에 대한 연구(우형진, 2007; 이해경, 2008)들이 있다. 또한 이에 더욱 확장해 휴대폰의 음성/영상통화, 문자메시지와 같은 기능뿐만 아니라 MP3, 사진 찍기, 게임, 모닝콜 등 다양한 부가기능에 대한 연구가 이뤄지고 있다(이상기·김주희, 2009). 전범수와 박주연(2009)은 모바일 이용 동기와 사회적 영향력, 인구사회학적 요인, 미디어 이용량 등의 선행요인들을 투입하여 모바일 인터넷 서비스 이용을 결정하는 요인들을 연구하기도 했다. 이렇게 휴대폰이 우리의 일상생활에 미치는 영향력이 광범위하고 다양해짐에 따라 휴대폰 이용자 및 이용행태와 관련한 기존의 연구논의가 대폭 확대되고 있다.

제3절 지역사회자본의 이론적 구성

1. 사회자본 개념과 이론의 발전

사회자본(social capital)은 모든 사회과학에 적용될 수 있는 개념이다. 커뮤니케이션 학은 물론 정치학, 행정학, 사회학 등 여러 학문 영역에서 등장하고 있고 개인과 개인, 개인과 조직, 개인과 사회와의 관계와 전반적인 사회현상을 이해할 수 있도록 하는 이론적 틀이라고 할 수 있다. 사회자본의 뿌리는 19세기 고전적 사회학에서 찾을 수 있으며, 현재와 같이 사회자본이 활발하게 연구 대상이 된 것은 부르디외(Bourdieu), 콜맨(Coleman) 등에 의해서 이뤄졌으며, 특히 퍼트남(Putnam)을 통해 정치 및 사회현상의 분석에 널리 사용되게 됐다.

사회자본은 프랑스 정치학자 토크빌(Tocqueville, 1984)이 미국사회를 서술하기 위해 처음으로 사용한 용어이다. 그는 사회자본이란 용어를 직접 언급하지는 않았지만, 사회자본을 사회 공동의 문제에 대한 자발적인 참여(civic engagement), 공공재(common good)에 대한 개인적 책무와 소속감이라는 의미로 사용했다(서순탁, 2011). 그는 신생 독립국가인 미국사회의 참여와 협력, 공동체 형성과 언론의 자유, 자발적 시민의식, 단체구성의 기술이 시민사회의 성숙에 기여한다며 문화제도적 요인에 의한 민주주의 건강성을 강조했다(Tocqueville, 1984). 앞서 제이콥스(Jacobs, 1961)는 오래된 도시 구성원들 간의 내적이고 조밀한 네트워크가 사회의 공적안전을 보장할 수도 있다는 점에 착안해 사회자본의 중요성을 강조했다. 이어 정치학, 행정학, 사회학 등에서 사회자본 연구는 더욱 심화됐는데, 사회적인 연대와 번영의 공유, 그리고 경제적 효율성을 중요시한 콜맨(1988, 1990)과 부르디외(1986)의 사회자본 논의는 이론적 발전에 큰 기여를 했다(Fukuyama, 1995; Norris, 2002). 이후 사회자본은 민주주의를 풍부하게 하고 참여와 의사결정, 사회의 협력적인 모델 제시, 시민의식의 함양을 통한 발전의 틀을 제시한다는 점에서 주목을 받았다(송경재, 2005). 학문적인 진전은 사회자본이 정치체도의 반응성과 효과성에 기여하고 경제발전과도 연결될 뿐만 아니라 개인수준에서 삶의 질, 행복, 만족과 효능감에 기여하는 효과까지 확대됐다(Putnam, 2000).

부르디외(1986)와 콜맨(1990)에 의해 사회자본 개념이 보다 체계적으로 논의되기 시작했지만, 이것이 경험주의적 커뮤니케이션 연구에 접목되기 시작한 것은 퍼트남(1993a, 1995a, 1995b, 2000)에 의해서부터다. 신뢰, 규범, 네트워크를 의미하는 용어로 사회자본

을 사용한 퍼트남은 이태리와 미국의 사회자본을 분석하여 모호했던 이론의 정립을 시도했다는 평가를 받았다(송경재, 2006). 퍼트남은 사회자본을 “호혜성에 바탕을 둔 신뢰, 규범 또는 네트워크로 구성된 협력적 행위를 촉진시켜 사회적 효율성을 향상시킬 수 있는 조직의 속성을 총칭하는 것”이라 규정하고, 이것이 공동체의 구성원들로 하여금 어떤 목적의 달성이나 협동적이고 집합적인 노력이 요구되는 경우라면 언제든지 도움이 되는 일종의 공공선(the public good)으로 작용하는 매우 기능적인 것으로 파악한다(Newton, 1997). 그에게 있어 사회자본은 개인의 목적 달성만을 위해 동원되는 자원이 아니라 복수의 개인이나 집단들이 공동의 목표를 효과적으로 달성하는데 반드시 필요한 자원이다(김도균·정선기, 2014). 그리고 현대국가의 사회자본 형성이 시민사회의 활력을 강화하고 민주주의와 사회 효율성, 협력을 증진시킬 것이라고 보았다. 퍼트남은 이처럼 사회자본의 구성요소를 신뢰와 규범, 호혜성을 바탕으로 한 상호작용의 수평적 네트워크로 분류하고 이를 구조적으로 사회적 네트워크와 문화적 현상으로서 사회적 규범을 포함하는 것으로 간주했다(송경재, 2006). 즉 구조적 요소는 개인들 간의 결합을, 문화적 요소는 이들 결합의 성격을 나타내는 것이다(Lin, 2001; Norris, 2002; Paxton, 1999; 박종민·김왕식, 2006).

신뢰, 규범, 연결망과 같이 축적된 사회자본은 스스로 강화되고 축적되는 경향이 있다(손은희, 2006). 그러나 퍼트남(2000)은 사회자본이 사유재의 성격을 지니는 전통적인 자본과는 달리 공공재라는 특성을 지닌다고 주장한다(정재기·배영, 2008). 사회자본을 ‘도덕적 자원’의 한 유형으로 이해했으며, 이는 사용할수록 점점 줄어드는 것이 아니라 공급이 늘어나는 무형적 자원이며, 경제자본과 다르게 사용하지 않으면 점차 소멸된다고 보았다. 경제자본과 같은 물질적 자본의 경우는 실체가 있는 유형의 모습을 갖추고 있지만 사회자본의 경우는 신뢰, 연결망 같은 보이지 않는 무형의 모습을 가지고 있기 때문에 지속적인 교환관계가 필요하다는 것이다(손은희, 2006). 또한 사회자본은 신뢰를 바탕으로 하는 협력적 행위를 촉진하는 것으로 공동체에서 사회자본 형성은 상호이익을 위한 조정과 협력을 강조하고 집단행동에 중요한 요소로 간주된다(Segageldin & Grootaert, 2000).

부르디외(1986)는 사회자본은 공동체의 구성원들 사이에서 서로의 관계를 끊임없이 확인하고 재확인함으로써 인정을 받는 일련의 지속적인 교환과정을 거쳐야만 유지되고 재생산될 수 있다고 보았다. 그는 사회자본을 ‘상호 인지적 관계로부터 제도화된 지속적 관계망을 소유함으로써 현재적이고 잠재적으로 존재하는 자본’ 또는 ‘친근감이나 서로가 알고 있는 관계의 제도화를 통해, 혹은 지속적인 연결을 통해 개인이나 집단이 실제적으

로 또는 가상적으로 얻게 되는 이익이나 기회 그리고 자원의 총합' 이라고 정의했다(이혜영·배영, 2011). 또한 사회자본의 목적을 경제적 자본의 확보로 보았으며, 분석단위를 계급경쟁 속에 있는 개인들에 초점을 두고 있다. 공동체의 구성원들이 만나서 신뢰를 바탕으로 연결망을 형성하면 그 안에서 사회자본을 획득하게 된다는 것이다. 만약 이러한 연결망이 형성되지 않는다면 사회자본은 생성·유지될 수 없다고 보았다.

콜맨(1988, 1990)은 규범을 갖추고 있는 대부분의 사회자본이 개인에게 사유되지 않고 그 이익이 관계망 내의 모든 사람들에게 돌아간다는 점을 들어서 공공재로서의 사회자본을 말하고 있다(정재기·배영, 2008). 그는 사회자본을 상대적인 개념으로 보고 개인과 집단사이의 관계가 계승되는 것으로 개인적 특성이 아닌 집합체적 특성으로 해석한다. 그는 “사회자본은 주어진 구조에 속하는 개인이나 집단으로 하여금 특정한 행위를 하도록 유도하고 촉진한다. 사회자본은 다른 형태의 자본과 마찬가지로 생산적이다” 고 보았다. 콜맨은 사회자본을 사회구조적인 맥락에서 기능적으로 정의하고 있다. 하지만 그 자신도 인정하고 있듯이 기능적 접근의 문제는 사회자본을 있는 그 자체로 받아들이기 보다는 그것이 가져다주는 효과를 중심으로 접근한다는 사실이다(Portes, 1998). 즉 콜맨은 사람들이 사회자본을 자신들이 성취하기 어려운 특정한 목적을 달성하기 위해서 사용한다고 보았다(손은희, 2006). 자발적인 공동체나 결사체 내에서 신뢰와 협력의 사회자본 형성을 통해 집단행동의 딜레마를 해결할 수 있다는 것이다. 부르디외가 콜맨과 대비되는 점은 사회자본을 효율성의 관점에서만 본 것이 아니라, 그것이 구조화되는 역사적 과정과 불평등의 측면에 주목했다는 것이다(이재열 외, 2005). 만일 오랜 기간에 걸쳐 많은 사람들과 관계를 형성해 온 사람과, 그렇지 못한 사람 사이에 사회적 혜택의 배분에서 차이가 난다면 그러한 차이가 과연 온당한 것인가에 대한 의문을 제기하게 된다는 것이다(이재열, 2006).

후쿠야마(Fukuyama, 2001)는 효율적인 공동체와 기업에서 거래비용(transaction cost)을 감소시킬 수 있는 중요한 요소로 사회자본의 신뢰에 주목하고 구체적인 신뢰의 범위를 언급했다. 뉴튼(Newton, 1999)은 사회자본이라는 개념을 새로운 분야의 연구에 적용하는데 있어서 다양한 해석이 가능하다고 했다. 사회자본을 일차적으로 신뢰, 상호관계, 협력 관계에 있는 시민들의 일련의 가치와 태도를 구성하는 것으로 본다면 사회자본은 사람들이 동료시민에 대해서 가지고 있는 집단적인 태도와 시민들이 관계하고 있는 방법을 말하는 사회·정치적 문화의 주관적인 현상이라고 했다(손은희, 2006). 지금까지 논의되어 온 사회자본 이론을 구성하는 개념은 학자마다 다양하게 제시되고 있다. 부르디외와 콜맨과

같은 사회학자들은 사회자본을 사회적 네트워크 또는 사회구조의 구성원이 된 상호적 혜택으로 행위자들이 이익을 확보할 수 있는 능력으로 본 반면, 퍼트남의 경우 사회자본을 지역사회나 국가가 갖는 집합적 자원으로 간주하고 있다(곽현근, 2007a). 퍼트남은 사회적 네트워크, 호혜주의를 들고 있으며, 후쿠야마는 신뢰를 강조했으며, 뉴튼은 규범과 가치, 연결망, 그 결과로 생긴 자발적으로 생산된 집합적 자원을 들기도 한다. 그 외에도 사회자본으로서 유대감, 협동, 공공정신, 제도와 규범 등을 들 수 있다.

이처럼 대다수의 연구자들은 연구목적과 관점에 따라 사회자본을 다양하게 정의하고 있다. 그럼에도 불구하고 사회자본에 관련된 학자들의 정의는 ① 사회 내 인간의 활동을 통해 축적되는 것이고 ② 개인과 사회의 공식·비공식적 모든 활동과 가치관에 영향을 주며 ③ 사회의 규범, 신뢰, 네트워크를 형성하고 ④ 사회의 발전과 퇴보에 영향을 주며 ⑤ 사회의 변화에 따라 변화되고, 축적할 수 있는 것이라는 공통점을 지닌다고 할 수 있다(박희봉, 2007).

2. 미디어 이용과 사회자본의 형성

복잡 다양한 사회로 진행되면서 신뢰와 규범, 네트워크에 기반을 둔 사회자본 이론이 주목받고 있다. 커뮤니케이션 영역에서 사회자본에 대한 연구들은 흔히 대인 커뮤니케이션과 미디어 이용이 개인의 사회적 교류와 다른 개인이나 사회집단과 맺는 관계에 대한 사회자본 효과를 탐구하고 있다. 최근 SNS 등의 이용이 늘어나면서 다양한 커뮤니케이션 형태에 따른 사회자본 형성에 대한 다각적 분석이 필요한 시점이다(이영원, 2013).

사회자본이 집단 구성원들의 제도에 대한 신뢰나 타인에 대한 신뢰 등과 같은 사회적 상호작용 기반을 포함하면서 동시에 관계나 연계망을 통한 영향력의 행사나 미디어를 통한 사회적 정보 및 규범의 습득을 포함하는 커뮤니케이션 효과 과정을 포함한다고 개념화되고 있다(이준용 외, 2005). 즉 대부분의 정보가 미디어에 의해 매개되고 있는 현대사회에서는 미디어가 사회적 자본을 형성하는데 중요한 역할을 수행하고 있는 것으로 볼 수 있다는 것이다(곽정래·박승관, 2005). 이 밖에도 각종 미디어 병리(media malaise) 현상에 대해 지적하는 이론들도 존재해 왔는데, 특히 문화계발이론(cultivation theory)은 텔레비전이 세상에 대한 어두운 이미지를 과장해서 전달함으로써 사람들 사이의 신뢰감과 유대감을 약화시킨다고 지적해 왔다(민영·주익현 2007). 반면 신문의 경우는 사회적 신뢰나 시민적 연계망과 긍정적인 관계를 보인다. 퍼트남(Putnam, 1995)이 40년 동안의 사회조사

자료를 분석한 결과, 소속가입 집단의 수와 사회적 신뢰는 신문 열독률과 비례 관계를 보였으며 투표율과도 정적인 관계를 나타냈다.

이상의 논의를 종합해 보면 텔레비전으로 대표되는 대중매체가 시민적 연계망과 사회적 신뢰 수준을 약화시켰으며, 이는 결국 정치적 신뢰와 관심, 그리고 참여의 격하로 이어졌다는 추론을 도출할 수 있다(민영·주익현, 2007). 하지만 이러한 주장에 대해 TV가 오히려 시민생활을 추구하는데 필요한 정보를 제공하고 정치참여를 고양한다고 주장하며, 시청하는 프로그램의 내용에 따라 사회자본의 증감 여부가 다르다는 반론을 펼쳤다(김지영, 2007). 노리스(Norris·1996) 등 많은 학자들이 텔레비전과 같은 미디어를 얼마나 이용하는가가 아니라 어떤 내용을 어떤 동기로 이용하는가가 미디어와 사회자본의 관계를 더 엄밀하게 밝혀줄 수 있다고 주장해왔다. 즉 텔레비전은 그 자체가 사회적 영향력을 갖는 실체가 아니라 이용량, 이용습관, 이용 동기, 이용 내용 등에 따라 다른 효과를 초래하는 사회적 채널, 즉 가변적 미디어의 하나일 뿐이라는 것이다(이준웅 외, 2005). 따라서 이용자의 사회경제적 위치, 성향, 습관 등에 따라 미디어 이용 동기가 달라지고, 결과적으로 미디어 이용의 패턴과 그 결과로서의 사회화의 방식도 달라질 것으로 예상할 수 있다(곽정래·박승관, 2005).

먼저 샤 등(Shah, Kwak & Holbert, 2001)의 연구에서도 신문과 텔레비전 뉴스 이용은 사회자본을 전반적으로 증진시키는 것으로 나타났지만 텔레비전 총이용량은 부정적인 영향을 미쳤다. 강내원(2005)이 수행한 18세 이상 서울 지역 성인들에 대한 조사 연구에서는 텔레비전 총 이용량이 늘어날수록 사회적 신뢰는 저하된 반면 시민적 관여 수준은 증가했으며, 텔레비전 뉴스 이용은 대인적 신뢰와 시민적 참여 모두를 증진시키는 것으로 나타났다. 김은미와 조성동(2012)의 연구에서는 사회자본의 하부 개념들인 시민규범, 사회신뢰, 사회활동 등에 대해 TV시청이 인식적 차원에서 지니는 영향력을 연구했다. 그 결과 ‘보도정보’ 시청의 효과는 유의미하지 않았다. ‘드라마오락’ 시청만이 시민규범에 부적 영향을 지녔으나, 사회신뢰나 사회활동에는 직접적인 효과를 보이지 않음을 확인했다.

텔레비전과 신문, 그리고 라디오와 같은 전통적 미디어와 사회자본과의 관련성에 대한 논의로부터 시작된 미디어와 사회자본의 관계에서 인터넷과의 관련성에 대해서도 주목하기 시작했다(김동윤·이강형, 2012). 텔레비전과 신문 등 전통적인 매스미디어 외에 인터넷 이용이 사회자본과 어떠한 관련을 맺는지에 대한 연구도 활발히 수행되고 있다. 인터넷 이용량 자체가 시민적 연계나 사회적 신뢰에 영향을 미치는지에 대해서는 주장이 엇갈리

는 가운데, 노리스와 존스(Norris & Jones, 1998)는 인터넷 이용을 정보탐색, 소비활동, 의견표현, 오락 등 크게 네 유형으로 구분하고 각 유형별로 상이한 효과가 발생하고 있다고 지적했다. 샤 등(2001)의 연구에서는 인터넷의 정보 교환적 이용(취미탐색, 교육적 이용, 이메일 교환 등)이 사회적 신뢰나 시민적 상호작용에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 강내원(2004)의 연구도 정보추구와 교환을 위한 인터넷 이용은 사회자본을 유의미하게 증진시킨 반면 인터넷 총 이용시간은 감소효과를 나타냈다. 이준웅 등(2005)의 연구에서는 인터넷 이용량이 대인적 신뢰와 사회적 연계 모두에 부정적인 효과를 보인 가운데, 오락적 인터넷 이용은 신뢰를, 교류 목적의 이용은 사회적 연계를 저하시킨 것을 확인했다. 즉 미디어에 상관없이 오락적 동기의 이용은 사회자본에 부정적 영향을, 정보적 동기의 이용은 긍정적인 영향을 미칠 가능성이 높다고 할 수 있다.

최근에는 소셜미디어와 마이크로블로깅 기술의 확산, UCC와 스마트기기 활용이 미치는 사회자본의 축적에 대한 연구가 늘고 있다(금희조, 2010; 김민하·신윤경, 2010; 신소연·이상우, 2012; 심홍진·황유선, 2010; 윤미선·이종혁, 2012; 이승민, 2013; 전은식·조인호, 2013; 최연태, 2012; 최영·박성현, 2011; 황유선, 2013).

금희조(2010)는 온라인 소셜미디어를 사용하는 한국과 미국 대학생들을 대상으로 친교활동, 시민 참여, 사회 운동 등 참여적 사회자본 축적에 어떻게 영향을 미치고 있는지를 연구했다. 분석 결과, 한국 대학생은 미국 대학생에 비해 상대적으로 친교활동보다는 시민 참여, 사회 운동과 같은 공동체를 위한 참여에 적극적인 것으로 밝혀졌다. 심홍진과 황유선(2010)은 마이크로블로깅 서비스인 트위터에서 형성되는 사회자본의 유형과 양상을 분석한 결과 트위터의 이용강도는 결속적 사회자본 형성에 비해 교량적 사회자본 형성에 상대적으로 큰 영향을 미치고 있음을 확인했다. 또한 트위터의 자아존중감이 높을수록 결속적 사회자본을 효율적으로 형성하는 것으로 밝혀냈다. 김민하와 신윤경(2010)의 연구는 UCC의 제작 동기 및 이용 동기에 어떠한 사회적 네트워크와 신뢰의 동기적 속성이 반영돼 있는지를 파악하기 위해 UCC를 제작하거나 이용한 경험이 있는 13명을 분석 대상으로 질적 연구방법인 포커스 그룹 인터뷰를 실시한 결과, UCC의 제작 동기 및 이용 동기에는 서로 다른 사회적 네트워크 및 신뢰 형성의 동기가 내포돼 있다는 것이 드러났다. 최영과 박성현(2011)은 소셜미디어의 이용 동기가 사회자본에 미치는 영향력을 알아보기 위해 사회자본과 관련한 논쟁을 중심으로 트위터를 개방형 SNS로, Cyworld를 폐쇄형 SNS로 규정하고 사회자본을 공적차원(대인신뢰, 제도신뢰, 공적활동 의사)과 사적차원(표출적 보상, 도구적 보상)으로 설정하여 소셜미디어 이용 동기에 따른 사회자본 형성에 대해 조

사했다. 그 결과, 소셜미디어의 이용 동기는 정보추구, 자긍심 표출, 추억공유, 사회상호 작용, 기분전환/여가, 정체성 표현, 유행성 등 7가지 차원으로 도출됐으며, 각각의 네트워크 특성에 따라 SNS 이용 동기에 차이가 있음을 알 수 있었다.

최연태(2012)의 연구는 마이크로블로그의 이용이 참여적 사회자본의 구성요소인 시민적, 정치적 참여에 미치는 영향을 연구한 결과 마이크로블로그 이용은 전반적으로 온-오프라인 상의 참여적 사회자본에 유의미한 영향을 미쳤으며, 마이크로블로그 이용유형별로 참여적 사회자본 유형들에게 미치는 영향이 달라지는 것으로 나타났다. 윤미선과 이종혁(2012)은 소셜미디어 이용에는 태도와 지각된 행동 통제가 유의미한 영향을 미치며, 소셜미디어 이용은 사회자본 가운데 신뢰보다 인적 네트워크 확장에 유의미하게 영향을 주고 있다고 분석했다. 신소연과 이상우(2012)는 트위터와 페이스북을 연구대상으로 선정해 인적네트워크의 특성을 살펴보고 이러한 네트워크 특성 및 이용행태가 사용자들의 인터넷 및 현실 정치 참여에 미치는 영향에 대해 알아보았다. 그 결과 두 미디어 이용집단이 결속적 사회자본보다 교량적 사회자본을 높게 형성하고 있지만 두 집단 간 비교에서는 트위터 주이용 집단은 교량적 사회자본을, 페이스북 주이용 집단은 결속적 사회자본을 상대적으로 높게 형성하고 있어 집단 간 네트워크 특성의 차이가 존재함을 확인했다. 전은식과 조인호(2013)의 연구에서는 SNS 사용으로 나타나는 커뮤니케이션 변인들이 사회자본 형성에 대한 독립적인 영향을 확인하고자 했다. 그 결과, 결속적 사회자본은 커뮤니케이션 관련 변인들인 커뮤니케이션 개방성, 대화의 적절성만이 관련성을 가지며, 교량적 사회자본은 인터넷 사용기간, 커뮤니케이션 능력, 그리고 커뮤니케이션 관련 변인 모두와 관련성이 있는 것을 확인했다. 또한 결속적 사회자본에 대해서는 개인적 속성변인들과 커뮤니케이션 관련 변인들이, 교량적 사회자본과는 기술사용 변인들도 관련성을 갖는 것으로 나타났다.

스마트기기와 SNS 활용이 사회자본 형성에 미치는 영향을 연구한 이승민(2013)은 스마트기기는 교량적 사회자본을 확장할 수 있는 기반을 마련해 주고, SNS는 오프라인에서 형성된 사회적 관계를 온라인으로 확장시킴으로써 결속적 사회자본을 강화하고 있음을 밝혀냈다. 황유선(2013)의 연구에서는 트위터 이용과 사회자본 강화 간의 관계를 트위터 정보에 대한 신뢰 및 트위터 사회에 대한 신뢰, 트위터 공동체 의식에 대한 인식적 특성을 중심으로 분석했다. 그 결과, 트위터에 대한 신뢰정도가 높을 때 트윗게시와 같은 트위터 활용과 사회참여 사이의 관계가 좀 더 높게 나타나며, 트위터 공동체 의식의 경우에는 이러한 인식 정도가 낮은 집단에서 트위터 네트워크 크기가 사회적 관심과 유의미한 관련성이 있는 것으로 확인했다.

지금까지 미디어별로 사회자본 축적의 가능성이 주로 연구된 것에 반해 미디어 이용자 집단을 확인하여 미디어 이용과 사회자본의 관계를 보다 구체적으로 점검한 연구도 있다. 박진영과 강태영(2011)의 연구는 6개의 미디어 이용자 집단을 구체화한 후 미디어 이용과 사회자본간의 상관성을 살펴봤다. 김동윤과 이강형(2012)의 연구는 텔레비전, 종이신문, 인터넷과 같은 미디어 이용이 사회자본과 어떠한 관련성을 맺고 있는지를 연구하기 위해, 미디어 이용량과 이용패턴이 신뢰, 호혜성, 연계망, 참여라는 네가지 차원으로 구분되는 사회자본의 개념적 구성 요소들과 어떠한 유기적 관련성을 맺고 있는지를 연구했다. 연구 결과 미디어 이용량과 이용패턴이 사회자본에 미치는 영향은 총체적이고 광범위하기보다는 부분적이고 지엽적임을 확인했고, 미디어와 사회자본의 관계가 미디어 이용량보다는 이용패턴을 통해서 드러났지만 그 효과는 뚜렷하지 않았다. 또한 최윤정(2008)도 미디어의 이용이 사회자본에 미치는 직접적인 영향력을 발견하지 못했으며, 대신 대인간 커뮤니케이션을 매개로 한 간접적인 효과만을 관찰했다. 이들 연구결과를 요약하면, 미디어 이용을 통한 직·간접적 사회 경험이 사회자본 요소인 신뢰나 네트워크 기반을 구축 또는 훼손할 수 있고, 더 나아가 사회정치적 참여의식을 높이거나 낮추는 데에 기여하는 것으로 보인다(이영수, 2008). 또한 동시에 고민해야 할 점은 사회자본이 시민사회의 신뢰나 규범을 형성해 나간다는 점에서, 기존연구들에서 논의해왔던 미디어 이용 특성이 사회자본에 대한 역할에서 일관적인 결과로 나타날지는 고민의 여지가 크다는 것이다(조성동·나은경, 2011).

3. 지역사회자본의 성격과 범위

지역사회(local community)란 ‘지리적으로 한정된 지역 안에 살면서, 상호간에 그리고 자신들이 살고 있는 장소에 대해 사회적이고 심리적인 유대를 가지고 있는 사람들’로 정의된다(정지웅·임상봉, 1999). 어느 공간적 범위의 지역사회에 초점을 두는가는 분석단위의 선정과 관련해서도 중요하지만, 실제 시민성을 띠는 사회적 관계의 성격과 특징을 파악하는 맥락이 될 수 있다는 면에서도 매우 중요하다.

지역공동체의 특성은 독특한 역사적 경험의 여부, 주민의 직업적·계층적 구성, 공동체 요소의 존재정도, 주민의 경제생활의 전반적인 추이 등이 포함된다(염미경, 2007). 지역공동체는 지리적 공유를 토대로 성장했지만 자연발생적이며 동질성을 갖춘 전통적 의미의 지역공동체 개념은 한계점을 노출하고 있다. 근대사회의 특징인 도시화, 산업화로 모든

영역에서 국가와 중앙이 중심의 축이 되면서 지역은 상대적으로 주변화, 타자화, 소외화의 길을 걸었고 지역공동체 붕괴와 해체는 가속화됐다(김송희·유종선, 2012). 이러한 점에서 퍼트남(2000)은 사회자본의 근간이라 할 수 있는 시민성이 발현되는 공간적 범위를 좁게 보려고 했다. 즉 국가나 광역이 아닌, 개인들의 참여의 결과가 가시적으로 나타날 경우, 좀 더 적극적으로 참여하는 성향을 가질 수 있는 공간을 지역사회로 보았다. 이는 사회자본이 자발적인 결사체의 참여를 통해 신뢰 및 상호호혜의 규범을 만들어내고, 궁극적으로 사회적 연결망과 시민참여의 역량을 형성하는 것이라면 시민행동의 가장 자연스럽고 기초적인 단위라고 할 수 있는 지역사회자본에 우선적인 관심을 가져야 한다는 당위성을 역설하고 있다(곽현근, 2007a). 지역사회자본은 몇 가지 전제가 따르는데 첫째 사회자본의 구축단위가 지역사회 수준이며, 둘째 사회자본의 여러 특징 중 자원적 성격이 강조되며, 셋째 사회자본의 구축이 궁극적으로 지향하는 것은 지역사회문제 해결능력의 맥락 하에 있다는 것이다(임관혁·유창근, 2010). 따라서 지역사회와 같이 주민들에게 구체적이고 직접적인 쟁점을 중심으로 주민의 관심과 참여가 이뤄짐으로써 사회적 자본이 형성될 가능성이 커진다(곽현근, 2007a).

사회자본은 개인 또는 지역 단위 모두에서 논의될 수 있다. 이러한 점에서 사회자본의 근본적인 전제는 사회자본이 사회적 하부구조로서 시민사회의 건전성을 결정하고, 지역사회의 개인과 집단 및 조직 간의 협동적이며 집단적인 관계에 있어서 문제해결을 위한 집단행동을 장려한다는 것이다(박희봉, 2006). 사회자본은 무엇보다도 지역사회 문제해결을 위한 능력을 제고시키는 것과 직접적인 관계가 있다(박희봉, 2002a). 예를 들어 한 개인이 영향력 있는 사람과 긴밀한 네트워크를 가진다면 그 네트워크는 개인의 성공을 위한 중요한 사회자본이 되며, 지역사회 주민 사이의 좋은 관계는 해당 지역의 문제를 주민들 스스로 해결하는데 기여할 수 있다는 측면에서 지역사회가 갖는 중요한 사회자본이 된다(곽현근·유현숙, 2011). 실제로 각종 사회문제를 해결하는 수단으로서 지역사회를 활용한다는 것은 바로 지리적으로 일정한 공간을 공유하는 사람들 사이의 관계와 네트워크 같은 사회적 자원을 동원하는 것을 의미한다(곽현근, 2007b). 퍼트남적 전통에서 사회자본에 접근하는 학자들은 사회자본을 타운, 도시, 또는 국가 전체와 같은 지역사회 시민성의 수준과 같은 것으로 간주하고 있다(Portes, 1988). 퍼트남은 지역의 결사체 또는 지역사회에 대한 참여의 수준이나 행태야말로 사회자본의 저장량을 보여주는 것으로 간주하고 신문구독, 자발적 결사체 멤버십, 정치적 기관들에 대한 신뢰와 같은 지표들을 통해 사회자본을 측정했다(곽현근·유현숙, 2011).

사회자본이 시민사회의 역량과 발전의 원동력을 나타내는 개념이라면, 이러한 시민사회를 만들 수 있는 지역사회의 공간적 범위에 대한 논의는 매우 중요하다. 일반적으로 지역사회는 지역성(territory), 사회적 상호작용(social interactions), 공동의 결속감(common ties) 등을 특징으로 실제 시민성을 띠는 사회적 관계의 성격과 특징을 파악하는 맥락이 될 수 있다는 면에서도 매우 유의미하다. 사회자본이 강조하는 시민성이 발현되는 공간적 단위로서 지역사회의 범위의 중요성에 대해 퍼트남은 국가를 매개로 한 통치 중심적 또는 국가 지향적 성향을 부정하고, 보다 작은 규모의 지역사회와 집단수준의 정치에 초점을 두고 있다(곽현근, 2007b). 여기서 사회연결망의 개념이 등장하는데 퍼트남(2000)은 이러한 사회연결망을 교량적(bridging) 속성과 결속적(bonding) 속성으로 분류하여 설명했다. 교량적 사회자본은 다양한 사회적 배경과 인구사회학적 또는 가치적 특성을 가진 사람들 간의 네트워크를 말하는 포괄적인 개념으로써 개인들로 하여금 사회적 활동반경이나 세계관을 확대시키고 새로운 정보나 지식을 얻을 수 있는 기회를 제공한다(김봉섭, 2010). 또한 교량적 사회자본은 폭넓은 관계망을 특징으로 하기 때문에 관계가 일시적이고 질적으로 약한 결속력을 보인다(신소연·이상우, 2012). 반면 결속적 사회자본은 인종, 나이, 사회계층 등에서 유사한 사람 간의 연결망이며, 집단 내의 결속을 강화하는 강한 유대를 의미한다(이창호·정낙원, 2014). 결속적 사회자본의 부정적인 의미로는 구성원의 동질성을 강조하며 이질적인 사람들에 대해서는 배타적이며 집단의 가입탈퇴를 용인하지 않는 폐쇄적인 집단을 일컫는다. 집단의 결속력은 매우 높으나 민주사회 발전의 촉진제라는 전제조건이 있는 사회자본의 형성에는 방해가 되는 존재가 된다(김지영, 2007).

교량적 속성을 지닌 사회집단으로 지역사회 주민조직을 들 수 있다. 지역사회 주민조직이란 지리적으로 일정한 지역에 근거를 두고 있고, 상당한 정도로 자율적이며, 자발적으로 운영되는 것과 동시에 하나의 집단으로서 어느 정도는 자원적인(voluntary) 이타성을 보여주는 공식적인 비영리 집단을 의미한다(곽현근, 2013). 지역사회 주민조직은 지방정부에 대한 서비스 요구자가 되기도 하고, 기존의 정당정치에 의해서는 해결할 수 없는 지역사회의 이익을 주민참여를 통해 발견하고, 정책결정과 집행에 영향을 미치게 됨으로써 정치권위의 분권화 및 민주주의 이념을 구현하는데 공헌하게 된다(곽현근, 2007c). 지역사회 주민조직 유형으로 유재원(2000)은 설립목적에 따라 이익단체, 사회운동단체, 봉사단체, 친목단체로 분류하고 있다. 노일래(1998)는 사회적 기능에 따라 중심역할조직, 주변역할조직, 매개역할조직 등으로 구분하며, 주민조직은 조직 활동의 방향에 따라 조직 활동이 성원지향적인 표현적 집단과 외부지향적인 사회영향력 집단으로 나뉘었다. 김해동

(1985)은 주민조직을 종합복지조직, 계층조직, 기능조직, 취미조직, 직능조직, 기타 문제별 주민조직 등의 6가지로 분류했다. 이처럼 지역사회의 특성과 사회자본은 다양한 분야에서 연구됐지만, 이들의 관계를 명확히 밝힌 연구는 많지 않다(원동재·김태룡, 2013).

본 연구에서는 사회자본의 다양한 차원분류와 관련해 우선 지역사회의 공간적 범위에 초점을 두고, 지역사회를 중심으로 한 구성원과의 관계와 지역사회 활동을 중심으로 지역 사회자본의 하위 차원을 구성해 보고자 한다. 이러한 논의에 기반을 두어 지역사회자본 그 자체로서 지역공동체 의식, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도신뢰, 정치효능감으로 나눠 살펴보고자 한다.

1) 지역공동체 의식

지역은 전체 영역과 대응되는 개념으로 지리적으로 어떤 보편적 영역이 아니라 한정된 영역을 지칭하는 개념이다(장호순, 2000). 그러나 지역은 단순히 물리적·지리적 의미의 범주로 정의되기는 힘들다. 지역은 인접 혹은 다른 지역과 구분되는 어떤 차이성을 가질 때 그 정체성을 갖는다. 이러한 차이성은 내적으로는 구성원의 의식과 실질적인 상호의존관계, 외적으로는 그 지역에 영향을 미치는 요소들에 의해 규정되는 정체성을 통해 형성된다(김영욱·이변영, 2000). 지역을 이해한다는 것은 지역거주민의 생활과 그 생활환경을 이해하는 것이다. 이러한 의미에서 이영민(1999)은 “지역은 그 안에서 생활하는 사람들에게 비슷한 생활의 경험을 제공하면서 끊임없이 재생산되는 인간과 사회의 상호작용의 매개체라 볼 수 있으며, 인간 및 사회가 역동적인 상호의존성의 관계 속에서 변화해 나가는 가변적 구성물”이라고 설명했다. 공동체라는 개념은 학자와 연구목적에 따라 다양하게 정의되고 있다. 힐러리(Hillery)는 공동체의 개념을 물리적 공간을 나타내는 지리적 영역(geographic area), 사회관계를 말해주는 사회적 상호작용(social interaction), 그리고 집단의를 나타내는 공동의 연대(common tie)의 세 차원으로 구성된다고 보았다(강대기, 2004). 이경희와 채혜원(2004)도 물리적으로 인접한 곳에 사는 사람들은 공통된 사회적 구조와 서비스에 의존하고 유사한 관심을 가지며 그 지역과 관련된 정체성을 갖는다고 했다. 이러한 정의들을 살펴보면 공동체라는 의미에는 ‘지역성’과 ‘공동성’ 두 요소가 내재해 있다고 할 수 있으며(오승환, 2009), 공동체 의식의 중요성에 대한 논의는 공동체 가치와 공동체 기능에서 설명될 수 있다(홍형욱·채혜원, 2004).

이러한 의미의 지역과 공동체의 개념 조합은 자연스럽게 지역공동체와 연결된다. 특정지

역의 사람들은 일상생활을 영위해 가는 과정 속에서 그 지역에 대한 친밀감을 획득하게 되고, 더 나아가서 그 지역을 공유하는 타인들과 집단정체성을 함양하게 된다(이영민, 1999). 지역공동체는 ‘지역을 중심으로 형성되는 사회적 관계를 의미하며, 그 관계 속에서 구성원들은 소속감과 일체감을 느끼고, 지역의 일에 적극적으로 참여하면서 서로를 인격체로 존중하며, 서로가 서로에게 필요한 존재라는 사실을 인식한다’고 정의할 수 있다(김영욱이변영, 2000). 즉 일정한 지리적 영역 내에서 사회, 경제, 문화적 상호작용을 하며, 공동체의식을 가진 사람들로 구성돼 있어 인간의 기본적인 욕구를 대부분 충족시켜주는 사회적, 지리적 조직단위를 의미한다(김구, 2010). 가장 보편적이면서 이상형에 가까운 사회공동체가 지역을 기반으로 한 지역공동체라면, 지역공동체를 중심으로 벌어지는 사회적 가치와 규범에 대한 논의는 사회의 목표를 설정하고 성찰하는 데 중요한 역할을 한다(김영욱이변영, 2000). 이러한 지역공동체에 물적 또는 신체적인 것에 대해 현실에서 체험되는 일체의 심적 또는 정신적인 경험을 말하는 의식을 지역공동체에 적용하면 지역공동체 의식이라고 할 수 있다.

지역공동체 의식(sense of community)은 일반적으로 지역사회 구성원들 전체의 공통된 의식 또는 지역공동체 구성원들의 사회적 결속과 관련된 집합의식을 나타내며, 충족감, 연대감, 소속감 및 상호영향의식, 정서적 친밀감을 의미한다(김경준·김경수, 1998). 충족감은 지역사회에 소속해 있음으로 인해서 받는 충만한 느낌을 말하며, 연대감은 지역사회 주민들과 함께 한다는 연대의식을, 소속감 및 상호영향 의식은 지역사회에 대한 일체감 및 지역사회와 구성원 상호간의 미치는 영향력에 대한 의미부여, 그리고 정서적 친밀감은 지역사회 및 구성원들과 친밀한 느낌을 가지는 것을 말한다(한장희·고영희, 2013). 즉 일정한 공간적 영역에서 ‘우리’라는 상호간에 신뢰와 끈끈한 유대감을 가지고 서로간의 상호작용이 이뤄지고 있는 주민집단의 단위라 할 수 있다(양덕순·강영순, 2008). 따라서 공동체 의식은 민주적 공공성을 내포하고 있으며 공동체 전체의 문제를 인식하고 이를 해결하는데 함께 참여하는 공동의 연대의식을 포함하는 구성원 공통의 집합의식을 의미한다(김상돈·전계영, 2014). 이같은 지역공동체 의식은 자기책임성을 갖고 그들 공동체의 공동의 목적을 위해 상호 신뢰감을 갖고 협력하며 합리적으로 공동체를 구성하고 운영하려 한다. 지역사회에 대한 자원봉사, 지역사회 토론회 및 공청회 참여, 각종 위원으로서의 참여경험을 통해 지역주민들은 지역사회에 대한 공동체 의식을 배양할 수 있다. 이러한 지역공동체의 형성을 위해 지자체들의 적극적인 지원은 물론 지역공동체의 자체적인 노력과 함께 지역주민들의 협력과 이해가 필요하다(박종관, 2012).

2) 이웃과의 교류

개인이나 가정의 생활공간에서 자연적으로 발생하는 사회적 관계는 친족, 친구, 이웃, 동료 등과의 관계를 의미하며, 자료교환, 정보제공, 대처 기술의 터득 등 도구적 기능과 정서적 지지, 자아동경과 존재가치를 느끼는 등 정서적 기능제공의 역할을 한다(장연진, 2001). 이 가운데서도 사회자본 형성과 시민성 발현을 위한 지역사회 공간단위로서 최소한의 단위는 ‘이웃(neighborhood)’ 이라 할 수 있다. 이웃의 사전적 의미는 ‘서로 가까이 인접하여 사는 집’ 이다(다음 인터넷사전, 2014). 지역사회에 속해 있는 하위환경이며, 거주공간의 인접성으로 인해 일상적으로 상호교류가 가능한 지리적 단위임과 동시에 인지된 환경이다(Sampson, Morenoff, & Cannon-Rowley, 2002). 버젤(Bergel, 1975)은 “지역적으로 근접하여 살고 있는 모든 사람들로 구성되는 일차적이고 비공식적인 집단이며, 이 한계는 뚜렷하지 않지만 비교적 작기 때문에 주민상호간에 면식적 관계가 성립되고 유지되는 집단” 이라 정의했다. 이와 같이 공통된 지역이라는 물리적 공간을 매개로 형성되는 사회관계로서의 이웃관계는 구성원들 간의 지역적 근접성으로 특징지어 지기 때문에, 이웃과 서로 대면적 접촉을 할 수 있는 기회가 많아진다(정유진, 2014). 이웃효과란 개인이 거주하는 이웃환경은 구조적·객관적 측면에서 뿐만 아니라 사회생태학적·기능적 측면에서 상이한 특성을 가지고 있기 때문에 일상적으로 그러한 환경에 노출돼 있는 개인은 삶의 다양한 측면에서 영향을 받는다는 것이다(김영미, 2008). 바로 이웃은 지역사회가 갖는 각종 사회문제 해결을 위한 도구적 가치 때문이기도 하다(곽현근, 2013). 주민들 사이에 형성된 심리적·사회적 유대 또는 신뢰와 호혜의 관계망은 현대사회에서 주민들 스스로 해당 지역문제를 해결할 수 있는 중요한 자원이자 역량으로 간주된다(곽현근, 2013). 하지만 현대 도시의 발전은 과거 우리의 마을에서 보였던 이웃관계나 커뮤니티의 형성을 어렵게 만들었으며, 이로 인한 익명성과 고립, 그리고 범죄의 증가는 과거와 같은 공동체 형성의 필요성을 증대시키고 있다(박지혜·조성희, 2006).

지역 및 마을 등의 공간을 기반으로 한 지역공동체 형성의 근간으로서 이웃과의 교류는 중요한 의미가 있다. 이와 관련된 행태는 이웃들 사이의 비공식적 상호부조 및 정보의 공유 등을 위한 것으로서, 일상생활에서 발생하는 사소한 상호작용을 의미하는 일상적 교류(routine neighboring)와 이웃과 좀 더 긴밀한 사회적 관계형성을 위한 활동들에 참여하는 사회적 교류(social neighboring)의 두 가지 측면을 포함한다(Woldoff, 2002; 곽현근, 2007b에서 재인용). 전자는 이웃 간의 인사와 대화를 통한 정보공유, 서로간의 비공식적

상호부조 등의 일상적인 상호작용을 의미하며, 후자는 이웃과 사적인 문제를 상의하거나 식사를 하는 등 이웃과 좀 더 친밀한 사회적 관계를 맺기 위한 활동에 참여하는 것을 의미한다(정유진, 2014). 이웃과의 이러한 교류는 주민들로 하여금 서로를 좀 더 잘 알 수 있도록 만들고, 공유된 문제를 논의할 수 있도록 하며, 집합적 행동에 대한 동기를 제공할 수 있다(곽현근, 2007c).

3) 지역사회 애착

애착(attachment)에 대한 개념은 발달 심리학에 근거를 두고 있으며, 좁게는 신생아와 어머니 사이의 유대관계를 의미하며 넓게는 사람과 특정 대상 사이의 강한 유대로써 정의할 수 있다(Bowlby, 1980; 정남호·한희정·구철모, 2012에서 재인용). 특히 공간적 개념에서의 애착 정도를 나타내는 지역사회 애착에 대해 스토클스와 슈마커(Stokols & Shumaker, 1981)는 ‘환경과 인간 사이에서 지각되는 장소에 대한 귀속’이라고 정의하고, 알트만(Altman, 1992)은 장소 애착(place attachment)의 중요성을 강조하며 인간의 환경에 대한 생각, 신념, 지식과 같은 인지적 요소와 실제적 행동이 통합되어 개인적 또는 집단적으로 나타나는 반응으로 ‘물리적 장소에 대한 친근감’으로 정의내리고 있다. 지역사회에 대한 애착은 개인이나 집단과 그들의 지리적 환경 사이에서 발생하는 감정의 결속이며, 다양한 인간관계를 설명하는 중요한 개념(김선희, 2013; 박현중·유재충, 2010; 최성범, 2009)으로 이해되고 있다. 즉 지역사회 애착(community attachment)은 사람들 간의 친분과 유대 즉, 사회적 관계망이라는 차원에서 지역사회에 참여하는 정도와 형태 그리고 지역사회에 대한 감정으로 정의(Kasarda & Janowitz, 1974; 최동희, 2013에서 재인용) 되거나 일정한 지리적 영역 속에서 사회적 상호작용과 실천과정을 통해 형성되며, 장소로서 지역사회와 지역사회 구성원간의 관계가 중요시된다(최승담·강신겸, 2001).

지금까지 지역사회 애착은 지역주민이 지역에 대해 느끼는 기능적, 심미적 애착으로써 지역에 대한 장소 정체성과 의존성 개념으로 설명되고 있다(윤유식·신혜숙·한지훈, 2008). 따라서 지역주민들이 해당 지역사회에 대한 태도와 소속감, 애착 정도에 따라 주민들의 지역사회 현안에 대한 관심표명과 참여 정도는 확연히 달라진다는 것이다. 이렇듯 애착도는 사회학, 환경심리학, 인문지리학 등 관련 분야에서 비교적 활발히 연구되어온 주제로서 사회학에서는 지역 애착도를 심리적 개념으로 ‘사람간의 친분과 연대’라는 차원에서 지역사회에 참여하는 정도와 형태 그리고 지역사회에 대한 감정으로 정의하고 있다(이수범, 2013).

조원섭과 최상수(2011)는 지역사회 애착은 사회적 참여, 유대감, 정서와 같은 사회적 결속 수준으로 정의돼 왔으며, 장소 애착의 개념보다 상위의 개념으로 장소 애착과 사회적 관계망으로 보는 사회학 분야의 관점을 포괄하는 개념이라고 했다. 이후석(2011)은 ‘지역주민이 해당 지역사회에 대해서 개인적 또는 집단적으로 느끼는 심리적 연대감’ 으로서 ‘기능적 측면에서의 의존성, 감성적 측면에서의 정체성, 사회적 측면에서의 친분 등으로 구성되는 개념’ 으로 정의하고 있다. 또한 지역사회 애착은 지역사회를 대상으로 하고 있으며 일정한 공간적 영역 내에서 지역주민 간에 상호작용을 한다는 점에서 폭넓고 복잡한 개념이기도 하다(송상섭·한범수, 2012). 이러한 지역사회에 대해 갖는 관심과 참여를 이끌어 낼 수 있는 기제는 그 지역에 대한 애착을 높이는 일이다(이수범, 2013). 지역사회에 높은 애착을 가진 개인들은 주민조직의 참여를 통해 다른 사람들에게 도움을 제공하려는 성향이 높다(곽현근, 2007c). 따라서 지역사회 애착은 지역사회를 대상으로 한다는 점에서 일반적인 애착 개념과는 차이가 있다.

지역사회 유대와 공동체 의식은 특정한 지역사회 내의 독특한 경제활동, 사회집단의 특성, 혹은 지역 내의 전통문화와 같은 요소들에 의해서 형성되기도 하지만 다양한 정보를 제공해주고 다양한 지역활동을 주관하거나 후원함으로써 지역구성원들을 연결시켜주는 언론매체에 의해서도 형성될 수 있다(오미영, 2008). 즉 일정한 지리적 영역 속에서 지역 내 미디어를 이용하면서 다른 사람들과 의견을 주고받는 상호작용이 가능하기 때문에 미디어를 이용하면 할수록 심리적 연대감과 공동체 의식을 불러일으키며 지역사회에 대한 애착에 영향을 미친다고 할 수 있다.

미디어와 관련하여 ‘애착’ 을 적용한 연구는 일부 있지만, 주로 온라인상에서의 ‘정서적 애착(emotional attachment)’ 이나 ‘커뮤니티 애착(community attachment)’ 을 변인으로 대인관계 형성과 발전에 미치는 영향을 찾고자 하거나(박성복, 2006, 2007), 사회자본이론 관점에서 소셜미디어에서 정보공유를 위한 애착의 매개역할을 검증하고자 하는 연구(정남호·한희정·구철모, 2012) 또는 SNS에 대해 느끼는 애착이 상호작용 활동과 이용 후 실제 대인관계에 영향을 미치는지를 검증하고자 한 연구가 있다(최세경·곽규태·이봉규, 2012). 또 청소년들의 이동전화의 심리적 애착을 통한 이용 행태를 연구(나은영, 2005) 하거나 휴대전화 애착을 개념적으로 정의하고, 이를 측정할 수 있는 도구를 제시하고자 한 탐색적 연구(최서윤, 2011) 등이 있다. 이러한 연구들에서는 대체적으로 애착이 높을수록 종속변수에 긍정적인 인식이 높은 것으로 나타나는 등 상관관계가 있음이 재검증됐다. 하지만 지금까지의 연구들은 미디어 고유의 환경적 특성과 개인의 대인관계 표현이

어떠한 메커니즘을 바탕으로 중재되거나 매개되어 종속변인에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 분석이 대부분이다.

4) 제도신뢰

신뢰는 개인생활뿐 아니라 조직, 사회, 국가 유지의 핵이라 할 수 있으며, 신뢰가 존재하지 않는다면 사회가 존속하기 어렵다(이희창·박희봉, 2010). 일반시민들의 자발적이고 직·간접적인 단체 활동은 신뢰의 형성을 가능하게 해주는 사회적 인프라 구축에 결정적인 역할을 하며 이는 다시 시민들의 신뢰형성에 대한 긍정적인 태도를 발전시켜 다시 인프라를 강화시키는 선순환을 하게 된다(김왕식, 2011). 신뢰는 특수한 집단을 결속시키는 접착제일 수 있으나 전체 사회를 통합하고 결속시키는데 기여하는 윤희유이기도 하다(박병진, 2007). 신뢰는 결국 사람들 간의 관계에 관한 것이고, 그 관계 속에서 존재하며, 신뢰관계는 사회적 안정, 사회적 결속, 협력을 증진시키는 기능을 할 수 있어서 자신이 속한 사회적 공동체 또는 조직구성원으로서 지속적으로 생성되는 것이다(진관훈, 2011).

신뢰의 정의를 보면, 루만(Luhmann, 1979)은 신뢰는 한 행위자가 어떤 행위가 일어날 것이라는 기대에 대한 자신감으로, 콜맨(Coleman, 1990)은 한 행위자가 택하는 위험이 다른 행위자의 행위에 따라 결정되는 상황이라고 정의했다. 바버(Barber, 1993)는 신뢰는 개인과 개인, 집단과 집단 사이를 튼튼하게 이어주는 고리임과 동시에 부패와 비효율을 없앨 수 있는 최소의 원리이면서 최소의 거래비용을 가져오는 효과가 있다고 보았다. 이들이 강조한 신뢰에 대해 좀 더 분석적으로 접근하기 위해 후속 연구에서는 신뢰의 대상을 구분하고 이에 기반을 두어 미시적 차원의 신뢰와 거시적 차원의 신뢰를 비교한다(Paxton, 1999). 여기에서 말하는 미시적 차원의 신뢰는 개인에 대한 신뢰(interpersonal trust), 즉 사적 신뢰라고 개념화 할 수 있으며, 거시적 차원의 신뢰는 사회 혹은 제도에 대한 신뢰(institutional trust)로서 공적 신뢰라고 의미를 부여하고 있다(정재기·배영, 2008). 다시 말해 타인에 대한 신뢰는 자신이 소속된 집단의 구성원들에 대한 대인적 신뢰와 일반화된 타자에 대한 사회적 신뢰로 구분할 수 있다(양소은·김은미, 2014). 제도에 대한 신뢰는 주요 사회제도에 대한 신뢰로 측정할 수 있으며, 제도 신뢰와 다르게 사회 신뢰는 보다 추상적이며 복잡적이다(박병진, 2007). 제도적 신뢰는 일반적으로 신뢰대상이 정부, 정치인, 정치체제, 공공기관 중 무엇이나에 따라 상이하게 나타난다(강내원, 2013).

일반적으로 한국 사회는 ‘사적 신뢰’는 과잉돼 있는 반면에 제도에 대한 신뢰인 ‘공

적신뢰'는 매우 결핍돼 있는 것으로 보인다(이재열, 2001). 실제로 한국은 신뢰 수준이 낮은 사회에 속한다. 신뢰를 측정하는 대표적 국제기구인 세계가치관조사(World Values Survey 2005~2006)의 결과에 따르면, 한국은 '대부분의 사람을 믿을 수 있는가'라는 질문에 10명 중 3명만이 그렇다고 응답해 선진국(스웨덴 6.8명)은 물론 중국(5.2명) 등 주변 국가에 비해서도 낮은 신뢰도를 나타냈다. 조사한 샘플 국가의 수가 더 많았던 1999~2004년 세계가치관 조사에서도 한국은 10명 중 2.7명만이 남을 신뢰한다고 응답해 OECD 평균인 3.4명 보다 낮은 신뢰도를 보였다. 각종 사회기관에 대한 신뢰도에서도 한국은 다수의 사회기관에 대해 외국과 비교해 전반적으로 낮은 신뢰도를 보였다(삼성경제연구소, 2009). 이같은 신뢰도 하락의 가장 큰 원인으로 우리 사회가 안고 있는 가장 큰 폐해로 연고주의를 들고 있으며, 이의 극복을 위해서는 시민사회의 활성화를 통한 사회적 감시체제의 확립이나 법의 투명성과 공정성을 확보함으로써 제도적인 신뢰를 높여야 한다는 주장이 주를 이루고 있다(유석춘, 2001). 또 한국사회에 광범위하게 퍼져 있는 연고 집단과 달리, 시민사회는 가입기준이 성취적이고 보편적이며 확장적인 연결망을 통해 사회자본으로서의 신뢰를 육성할 수 있을 것이다(최종렬, 2004). 하지만 연고주의를 서구 근대 시장이 탈인격화시킨 개인을 다시 공동체적 관계 속으로 복원시킬 수 있는 유용한 자원으로 보는 주장도 활발히 제기되고 있다(유석춘, 2001).

5) 정치효능감

자기효능감은 개인이 어떤 일을 잘 수행할 수 있다는 신념이나 자신에 주어진 임무를 잘 수행할 수 있다는 자신감을 바탕으로 개인이 소유하고 있는 기술을 어느 정도 행할 수 있는가에 대한 판단으로 정의한다(Bandura, 1982). 다시 말해, 자기효능감은 미래의 상황에 대처하기 위해 요구되는 일련의 활동들을 잘 수행할 수 있다는 신념으로 어떤 과업이나 행동을 효과적으로 수행하기 위해서는 실제 능력과 함께 자기효능감이 필요하다고 했다(진창현·여현철, 2011). 결국 자기효능감은 개인이 특정의 과업을 착수하고자 할 때 막대뜨리게 되는 걸림돌을 극복하고자 하는 노력 및 인내에 대한 자기평가로서, 개인의 기술이나 능력 그 자체를 의미하는 것이 아니라 수행하고자 하는 과업에 대해 개인이 가지고 있는 기술과 능력에 대한 믿음으로 정의할 수 있다(Eastin & LaRose, 2000).

자기효능감은 성과달성을 위한 성취, 대리 경험, 언어적 설득, 감정적 환기로부터 기인한다(Bandura, 1997). 누구나 처음은 어려운 법이다. 보통의 경우에 자신에게 닥친 어려

움을 회피하려거나 모면하려는 성향을 갖기 마련이다. 그래서 사회 곳곳에서 도전정신을 강조하고, ‘피하지 못하면 즐겨라’는 격언을 사용한다. 특히 어떤 임무에 대한 성취는 자기효능감에 가장 큰 영향을 미치며, 자기효능감에 대해서 긍정적인 믿음을 가지고 있는 사람은 더 어려운 임무를 시도하는 것을 주저하지 않으며, 다양한 상황에 직면했을 때 상대적으로 두려움을 적게 갖는다(박윤정, 2009). 또한 자기효능감은 사람들이 달성할 수 있다고 믿는 직무에 대한 어려움의 수준을 나타내는 증대성(magnitude)과 증대성에 대한 확신을 의미하는 강도(strength), 일반화(generality)의 3가지 구성요소를 가지며, 새로운 정보와 경험이 습득되거나 시간이 지남에 따라서 나타나는 역동적인 개념이라고 할 수 있다(이호배·권남경, 2006). 개인의 능력에 대해 높은 확신성을 갖고 있는 경우 새로운 과업에 도전하고자 하는 의지가 강한 반면 자신의 능력에 대해 확신성이 낮은 경우 주어진 과업을 피하고자 하는 경향이 크다(Bandura, 1999).

최근 들어 자기효능감은 사회자본의 중요성에 따라 정치참여에 대한 개인의 수용태도 연구로까지 확대됐으며, 정치효능감(political efficacy)이라는 개념으로 연구되기 시작했다. 정치효능감은 시민들이 정부 또는 정책의 결정에 영향력을 행사할 수 있다는 자신감을 나타내는 것으로서 오늘날 민주주의와 참여 이론에서 중요한 개념이다(김영인, 2003). 이러한 정치효능감은 정치를 이해하고 효율적으로 참여할 수 있다는 자신의 능력에 대한 믿음을 나타내는 내적 효능감과 개인의 요구에 대해 정치집단이나 정부가 응답할 것으로 믿는 외적 효능감의 두 가지로 나눌 수 있다(하종원, 2006). 정치적 신뢰가 개인이 정부나 정치체제 등에 느끼는 신임의 정도로 정부, 정치인 혹은 정치체제에 대한 개인의 믿음의 정도를 뜻한다면, 정치적 효능이란 개인이 행하는 정치적 행위가 정치과정에 영향을 미치거나 미칠 수 있다는 믿음의 정도를 의미한다(김상돈, 2006). 따라서 높은 정치효능감을 느끼고 있는 사람들은 그렇지 않은 사람들보다도 자신이 정치체제나 정치과정에 일정한 영향력을 행사할 수 있다고 믿는 경향이 높다(하종원, 2006).

국내외의 많은 연구들에 따르면 정치효능감은 유권자의 정치참여와 긍정적인 상관관계가 있으며, 유권자의 인구학적 속성 변인에 의해 영향을 받는 것으로 나타났다(권혁남, 2011). 또 기존의 많은 연구들은 정치효능감이 높을수록 사회정치 참여에 적극적이라는 일치된 연구결과를 보이고 있다(민병기·김도균·한상현, 2013; 박노일·한정호, 2008). 정치효능감은 정치 커뮤니케이션 연구와 합리적 결정 모델에서 모두 중요하게 포함되는 변인이다. 또한 정치적 냉소감과 같은 정서적 요인과 관련성이 높지만, 다른 한편으로는 선거 과정에 있어서 투표의 참여에 대한 기대 효용을 결정하는 인지적 요소들과도 깊은 관련성

을 갖고 있다(홍원식, 2012). 반두라(1997)는 능동적 미디어 이용은 정치효능감과 정치참여 행위에 정적 상관관계가 존재하며, 정치적 이슈에 고관여 돼 있는 수용자일수록 정보를 찾기 위해 더욱 능동적인 미디어 이용을 한다고 보았다. 이와 함께 정치효능감은 현실 안주나 정치냉담과 같은 정치참여에 부정적 영향을 미치는 요인과 부적인 상관관계를 맺고 있어 정치효능감이 정치참여에 직·간접적인 영향을 미칠 수 있다는 점 역시 규명됐다(안차수, 2013).

4. 제주지역 사회자본의 특징

제주는 육지로부터 멀리 떨어진 고립되고 닫힌 공간을 특징으로 하고 있다. 인간이 섬이라는 제한된 공간에서 적은 자원을 가지고 영속적으로 살아가기 위해서는 자원과 인력을 효율적으로 관리해야 했다. 아울러 화산섬이라는 척박한 토지에 의한 빈약한 농업생산의 영향은 삶의 조건을 힘들게 하고, 평등사회 지향의 모습으로 나타났다. 제주를 상징하는 삼무(三無·도둑, 거지, 대문) 정신의 토대는 생산 잉여의 축적이 어렵기 때문에 모두가 열심히 일해야만 생존할 수 있었던 자연적 조건에 기인한 것이다(이상철, 2000).

이를 위해 지역공동체나 결사체를 조직하여 강하게 결속하며 상부상조하는 사회적 전통을 형성해 왔다. 제주사람들은 많은 노동력을 필요하여 혼자하기 힘든 일은 함께 나눠서 치렀고, 여럿이 해야 될 일을 혼자서 할 수 있을 때는 순번을 정함으로써 인력을 절약했다. 그리고 지역의 경조사를 치르는데 필요한 재화나 혼자서 마련하기 힘든 물품들은 공동으로 마련해서 돌려씀으로써 자원을 절약했다(윤용택, 2010). 이러한 지역유대에 있어서 상호간의 관계가 신뢰에 기반을 두고 있지 않는 경우에는 노동력이나 재화의 교환과 전달이 제대로 이뤄지기 어렵다. 즉 결사체 구성원간의 신뢰가 없다면 그들의 관계에 있어서 정보가 원활하게 전달되지 못한다(박희봉, 2002a). 신뢰는 지식과 정보의 교환과 공유, 의사소통의 원활화, 각종 활동에의 참여를 위한 토대로서의 역할을 한다고 말한다(홍영란, 2007). 신뢰는 개개인이 가지고 있는 심리적인 현상이기 때문에 중요성에 비해 그 활용에 있어서는 매우 제한적으로 사용될 수밖에 없다(고삼석, 2010). 하지만 신뢰로 이어지는 관계가 가져다주는 다양한 혜택은 사회자본의 논의에 있어서 빠질 수 없는 하나의 요소로 자리 잡았다. 후쿠야마(1995) 같은 경우는 신뢰와 사회자본을 같은 개념으로 이해하기도 했고, 다른 많은 연구에서는 신뢰가 사회자본을 이루고 있는 중요한 요소이자 결과로 설명했다(Portes, 1998).

또한 제주지역 사회에서는 여럿사람이 집단을 이뤄 순번을 정해 돌아가면서 돕는 관행인 ‘수눌음’ 문화가 존재한다. 이 수눌음은 품앗이에 해당하는 제주어로, 농사일뿐만 아니라 온 동네가 서로 힘을 합쳐서 큰일을 치르는 행위도 포함된다(윤용택, 2010). 이 수눌음은 제주지역을 특징하는 일종의 규범(norm)이라고 말할 수 있다. 직접적인 강제성은 없더라도, 규범은 인간이 사회생활을 하는데 있어서 마땅히 따라야 하거나 따를 만한 본보기가 되는 행동양식을 말한다. 규범은 서로 특별한 혜택을 주고받는 호혜성을 기본 속성으로 하며, 이러한 일반적인 호혜성은 집합적 행위를 해결하는 단초를 제공해 주고, 공동체의 유대감을 강화시키는 역할을 한다(이재열, 1998). 이렇듯 규범은 비공식적인 사회통제이자 사회적 관습이라 할 수 있는데, 명시적이고 공식적인 통제가 아니고 비공식적이고 묵시적인 사회적 행위의 통제양식이라고 볼 수 있으며, 구성원 모두가 묵시적으로 이해하고 있는 사회적 공식이라고 말할 수 있다(장용호·김영주, 2004).

그리고 제주사람들은 혼자 모아서 쌓아놓기에 어려운 물품이나 재화를 마련하기 위해 다양한 형태의 계결사체를 만들었다. 계결사체에서 상호 부조의 일반적 행태는 현물 또는 현금에 의한 부조, 그리고 계원들의 집단적 노동력 부조의 세 가지다(김석준, 1993). 이러한 결사체는 제주어로 보통 ‘제’라고 하는데, 크게 재화증식이나 상호부조를 목적으로 하는 것과 인간관계의 유지를 목적으로 하는 것으로 나눌 수 있다(윤용택, 2010). 제주사회의 ‘제’는 일종의 지역 내에서의 연결망 또는 연계망으로써 사회자본의 요소라 할 수 있는 네트워크와 그 뜻을 같이할 수 있다. 네트워크는 연계와 연결을 의미하며, 누가 누구에게 유무형의 정보를 주고받는 관계구조이다. 따라서 네트워크는 집단 내 관계와 유대를 돈독히 하는 역할을 함으로써 사회자본의 축적에 그 일익을 담당한다(박희봉, 2002b). 특히 제주사람들은 친인척 모두를 포괄하여 일컫는 개념으로 ‘켄당’을 형성하여 서로의 도움이 필요한 때는 언제든지 함께할 수 있는 공동체 문화가 강하다. 제주지역에서는 당내나 문중 개념보다 켄당 개념이 더 중요하게 사용되며 사람과 사람 사이의 관계를 설정할 때도 가장 기본적으로 켄당관계에 있는지 여부를 파악한다(김창민, 2010).

제주지역은 촌락내혼으로 인해 동일마을 내에 친인척이 함께 거주하게 되어 복잡한 통혼망이 짜인다. 촌락내혼의 혼인망은 같은 마을이나 이웃마을에 부찌사돈(겹사돈) 관계를 맺게 되어 성가, 외가, 처가(시가)가 형성된다. 제주지역 사람들은 켄당에 있어 성켄켄당, 외켄켄당, 시켄당, 처켄당이란 개념을 사용한다(김혜숙, 1999). 대체로 켄당은 혈통으로 연결된 부계친뿐만 아니라 혼인으로 연결된 모든 친척들을 포함한다(김창민, 1992). 켄당은 단지 한 개인을 중심으로 형성된 인간관계의 연결망인 것이다(한석지·염미경,

2006). 따라서 제주지역 사람들은 타인을 켤당과 사둔으로 범주화한다. 이처럼 제주에서는 마을사람이 모두 친족으로 인식되기 때문에 마을 내부의 결속력은 높아지며 마을은 공동체로 기능할 수 있게 된다(김창민, 1992). 예로부터 역사적·지형학적 여건으로 인해 마을과 켤당을 중심으로 마을공동체가 발달했으며 이에 기반을 둔 ‘수놓음’ 전통이 강하고 마을마다 마을제, 마을축제 등의 행사가 지속적으로 이뤄져 왔다(진관훈, 2011). 따라서 제주지역은 사회자본의 특성은 물론 마을축제나 전통문화 계승과 같은 사회자본의 역량과 기반이 충분하다고 할 수 있다(진관훈, 2012). 특히 지역공동체가 상대적으로 쉽게 발전할 수 있는 농촌지역이 개인주의를 심화시킬 가능성이 높은 도시지역보다 지역사회단체가 발전하고 지역사회 활동도 활발하다(진관훈, 2013). 또한 커뮤니케이션 관점에서 보면 다중 네트워크의 연결망으로 촘촘히 엮어진 제주사회는 개인과 개인 사이의 생각을 공유하고, 원하는 정보를 쉽게 주고받을 수 있는 장점이 있다. 이러한 네트워크는 자신이 노력하지 않으면 소멸될 수도 있다. 계속적으로 개인이나 집단 등 사람들 간의 연계형태가 지켜져야지만 정보를 공유함으로써 사회자본이 소멸되지 않고 축적되는 것이다(손은희, 2006).

하지만 켤당문화가 긍정적 측면만 있는 것은 아니다. 켤당으로 대표되는 제주사회의 끈끈한 연고주의는 합리적 선택을 해야 할 때 비합리적 선택을 하게하고, 부정이나 비리에 대해서도 합리적 비판을 어렵게 하는 측면이 있다(윤용택, 2010). 혈연, 지연, 학연 중심의 연줄망 갈등은 제주사회의 전통적 기반인 켤당문화에 기인하기도 한다(신행철, 2013). 또한 개방화, 세계화와 신자유주의를 표방하고 있는 제주국제자유도시 추진으로 인해 개발과 성장과정에서 필연적으로 나타나는 난개발, 지역격차 등의 문제는 제주도민의 삶의 질을 급감시키고 있을 뿐 아니라 지역 간 갈등, 민관 간의 갈등이 날로 심화되고 있다. 아울러 공동체에 대한 이탈감이나 무관심이 증대하고 그 결과 ‘제주사회 공동체’는 점점 더 그 기능과 역할이 약화되고 있다. 이로 인해 도민간의 연대의식이 희박해 지며 상호부조 등의 전통적인 사회통합 요소도 급격히 소멸되는 현상이 나타나고 있다(진관훈, 2011).

제주지역의 사회자본과 관련해서는 김희정과 최낙진(2011)의 연구가 주목받는다. 김희정과 최낙진은 제주지역 A형 축하광고를 광고유형, 광고주인공유형, 광고주유형으로 나눠 지역사회의 연고주의 연결망인 켤당 네트워크를 분석했다. 연구 결과 정서적 유대가 강한 1차 연고주의라 할 수 있는 가족과 친족 중심의 켤당 네트워크에서 이해관계를 기반으로 하는 2차 중심의 새로운 켤당 네트워크로 중심이 이동하고 있는 것을 확인했다. 광고주

유형에서도 동문회가 최대의 광고주로 부상됐고, 단체 및 협회가 광고주인공과 광고주유형에서 주요한 위치를 점하고 있었다. 진관훈(2012)은 제주지역 사회적 자본의 인식 정도를 살펴보기 위해 제주도민들을 대상으로 설문조사를 한 결과 제주시에 비해 상대적으로 농촌특성이 있는 서귀포시의 사회자본 형성 정도가 높았고, 학력이 높을수록 사회자본의 인식정도가 높게 나타났다고 설명했다.

이경미·고영철·김경호(2007)의 연구에서는 제주지역 신문의 <사람면>을 10년간 분석한 결과, 지역사회의 행정 관료나 유지, 그 밖의 엘리트층에 편중되어 전체의 40% 이상이 공무원에 집중됐으며, 기사의 지면위치 분석에서도 중앙정부, 광역단체장, 기초단체장 등은 주로 시각적으로 집중도가 높은 윗부분에 위치하고 있는 반면 일반사회단체 구성원이나 일반인들은 주로 집중도가 낮은 아랫부분에 위치하고 있다고 분석했다. 그 결과 지역신문의 사람면 보도행태는 제주지역 특유의 켄당문화로 인해 나타나는 지역밀착형 특수성에서 기인한 것이라는 결론을 내렸다. 제주도 감귤생산농가들의 네트워크, 규범, 신뢰 등 사회자본 요인들이 감귤생산농가 간에 맺어진 공급량 감축협약이행에 어떤 역할을 했는지를 살펴본 민기(2006)는 ‘지역주민이 자신의 감귤원에 대한 정보를 알고 있는 정도(자기정보)’, ‘규범을 위반했을 때 느끼는 심리적 부담(심적부담)’ 그리고 ‘다른 사람이 자신의 위반을 알게 되는 정도(위반인지)’가 협약이행에 미치는 정도가 큰 것으로 밝혀져 지역문제를 해결하는데 있어서 지방정부의 개입을 최소화하고 지역주민 스스로 해결할 수 있는 자발적 협력을 증진시키는데 사회자본이 매우 유용하다는 점을 시사하고 있다.

제4절 지역사회본이 정치참여에 미치는 영향

1. 미디어 환경과 정치참여

민주주의란 모든 개개인이 정치의 주체로 참여하는 체제다. 모든 국민은 정치참여를 할 수 있는 선거권과 피선거권을 가지며, 언론·출판·집회·결사의 자유를 제약받지 않음으로써 정치에 참여할 수 있는 길을 보장받고 있다. 그리고 선거에 후보로 나서는 것이나 당을 설립하는 것을 헌법이 보장하는 등 모든 개인에게 정치참여의 길을 열어놓고 있다. 즉 개인의 정치적 참여를 보장하고, 그들의 의견과 주장을 수렴하고 그렇게 수렴된 의견과 주장을 정치에 반영하는 것은 자연스럽고 합리적이다. 이를 통해 특정 정당이나 후보자에 대한 지지·반대운동이나 온라인 정치커뮤니티 활동 등 다양한 형태의 정치참여로 민주주의 역량을 강화시킬 수 있다. 그러나 이러한 민주적 시민의 양성을 위해서는 사람들의 정치적 관심과 참여를 얼마나 이끌어 낼 수 있느냐에 달려 있다. 그런 의미에서 사회현실을 재구성하는 강력한 도구로서 역할을 하는 미디어가 개인의 정치참여에 어떠한 역할을 하고 있고, 어느 정도의 영향을 주고 있는지를 살펴보는 것은 매우 중요한 문제라고 할 수 있다.

종전 신문, 방송, 라디오, 잡지 등의 올드미디어 이용에서 케이블TV, 위성방송, DMB, IPTV 등 미디어 환경이 급격히 변모하면서 미디어 이용자들의 정치참여의 유형도 매우 다양해지고 있다. 정치참여는 직접적으로 공공정책의 입안이나 운영에 영향을 줄 수도 있고 간접적으로 정치적인 선출에 영향력을 행사함으로써 정부 활동에 영향을 주는 의도된 행위로 간주된다(Verba et al., 1995). 즉 정치참여의 범위는 선거나 투표, 특정후보 지지운동과 같이 공식적인 정치체도의 틀 내에서 이뤄지는 관습적 참여에 한정되지 않고 비공식적인 비관습적 참여까지 포함한다. 선거나 투표 참여는 선거 시기에 한정된 한시적 참여행위이며 정당 활동이나 정치행사, 집회, 캠페인 참여 등은 선거가 없는 시기에서 상대적으로 지속적으로 이뤄지는 행위라는 점에서 구분할 수 있다. 또한 온라인에서의 정치적 활동을 새로운 정치참여로 간주하거나, 직접적인 정치 커뮤니케이션 행위도 하나의 참여로 간주하고 있다(나은경·손영준·김옥태, 2012).

특히 선거는 현대 민주주의 사회의 유지와 발전을 위해 빼놓을 수 없는 중요한 사회적 수단이 되고 있다. 동서양을 막론하고 민주주의 사회의 시민은 누구나 성(性), 인종, 나이, 직업, 학력, 종교, 지역연고, 정치적 이념, 경제적 조건, 신체적 상태 등에 관계없이

평등하게 선거권이 주어지고 있다(김창남, 2000). 또한 정치참여는 개인이 처한 삶의 여건이나 사회적 수준 및 정치관 등을 반영하는 척도가 되며 보다 나은 공익적 가치를 추구하는 데 필수적인 요소가 된다(황유선, 2011). 유권자의 투표행태에 관한 선행연구들은 진보적인 이념을 가질수록 그리고 젊은 세대일수록 진보성향의 정당과 후보에게 투표하고, 보수적인 이념을 가질수록 그리고 기성세대일수록 보수성향의 정당과 후보에게 투표한다는 것이다(김재신·임재형, 2013).

미디어 이용과 정치참여 간의 관계는 미디어 연구자, 커뮤니케이션학자, 정치학자들의 주된 관심사 중 하나이다(이숙정·백선기·한은경, 2013). 정치커뮤니케이션 분야에서는 정치현실에 대한 부정적 감정, 정치효능감 상실, 그리고 선거불참으로 이어지는 과정에 미디어가 어떠한 영향을 미치는지를 둘러싸고 논의가 활발하게 전개돼 왔다(김관규, 2008). 정치적 참여에 영향을 미치는 요인으로는 연령과 수입, 교육수준, 직업 등 유권자의 사회경제적 지위를 구성하는 특성들과 개인의 가치관이나 신념, 정치적 관여도 등의 심리적 특성들, 제도나 정치적 의제, 선거 캠페인 양상과 같이 정치적 환경을 구성하는 요소 등이 있는데, 뉴스 미디어 역시 정치적 참여에 직접적인 영향을 미치는 요인으로 알려져 있다(Conway, 2000; 김현정, 2013에서 재인용).

미디어의 이와 같은 가능성과 관심을 반영하듯 국내에서 미디어의 정치적 역할과 영향에 대해 경험적이고 실증적인 분석을 시도한 연구들이 활발히 진행되고 있다. 인구사회학적 요인들의 특성을 통해 미디어 이용과 정치참여 간의 영향을 살펴보거나(김관규, 2008; 김무곤·김관규, 2004; 김준홍, 2012; 김춘식, 2010; 송종길·박상호, 2006; 이숙정·백선기·한은경, 2013; 이철한·현경보, 2007; 홍순식, 2011), SNS나 팟캐스트 등 뉴미디어 이용자의 이용동기나 특성을 통해 정치참여를 연구하거나(강진숙·김지연, 2013; 김성태·김여진·최홍규·김형지, 2011; 신동욱·양해술, 2010; 심홍진, 2012; 이동화·황성욱, 2013; 이창호·정낙원, 2014; 황유선, 2011), 사회자본의 효과적 측면에서 정치참여와 미디어의 영향을 경험적으로 분석한 연구가 있다(곽정래·박승관, 2006; 류정호, 2010; 민영·주익현, 2007).

시민사회 참여 퇴조와 미디어의 관계를 본격적으로 조명한 연구는 1990년대 중반 이후 등장했다(김춘식, 2013). 이러한 맥락에서 퍼트남(1995b)은 텔레비전이 정치참여를 저해하는 가장 주된 원인이라고 지적했다. 그는 1990년대 초반 발견된 미국 사회의 정치적 참여 부족의 원인을 사회자본의 하락으로 진단하고, 이러한 사회자본의 감소는 지난 수십 년 동안 지속적으로 증가해온 텔레비전 시청량의 증가에 따른 결과라고 주장했다(김동윤, 2007). 퍼트남의 연구에 따르면 텔레비전 보급률과 시청량이 급증하면서 시민들의 여가

시간의 대부분을 텔레비전이 독점하게 됐고, 이러한 시간대체(time displacement) 현상으로 자발적인 시민적 활동의 양이 급속히 감소해 왔다. 즉 텔레비전 시청량의 증가가 사람들로 하여금 대인간 만남이나 접촉과 같은 사회적 상호작용을 대체함으로써 그들 사이의 사회적 네트워크를 형성할 기회를 방해하고, 이는 다시 사회적 네트워크라는 구조 속에 속한 사람들로 하여금 공동체의 이익을 실현하는 데 효율적 기제인 사회적 신뢰와 상호성 형성의 기회를 빼앗아 버리는 부정적인 결과를 초래했다는 것이다.

반면 노리스(Norris, 1996)는 텔레비전의 효과는 시청자들이 보는 프로그램의 특징에 따라 달라진다고 주장한다. 그의 연구는 투표, 선거운동, 후원, 집회·시위, 비공식적 지역 사회 활동, 집단 가입 등 포괄적인 정치적 활동에 신문과 텔레비전 뉴스 이용은 거의 모든 분야에서 긍정적인 영향을 미쳤음을 보였다. 반면 텔레비전 이용 총량은 전체 정치활동 지수를 유의미하게 감소시켰다. 일부 국내 연구자들은 미디어 소비에 투자하는 이용시간 보다는 미디어 이용 목적이나 동기가 더 중요하다면서 단순 미디어 노출량을 중요한 예측변인으로 사용하는 접근법은 문제가 있다고 지적한다. 전통미디어와 대화를 통한 정치정보 습득이 정치 신뢰와 미디어 신뢰에 미치는 영향을 분석한 김춘식(2012)의 연구에서는 뉴스 혹은 정보 습득을 위한 인터넷 이용 시간이 정치 신뢰와 미디어 신뢰를 설명하지 못했다.

최근 들어 SNS와 정치 팟캐스트 같은 뉴미디어 이용과 정치참여 간의 연구가 활발히 이뤄지고 있다. 정치 팟캐스트 이용이 온·오프라인 정치참여에 미치는 영향을 연구한 이정기와 금현수(2012)의 연구는 정치 팟캐스트 이용자와 비이용자의 정치신뢰도는 유의미한 차이를 보이지 않았지만 정치효능감은 팟캐스트 이용자들이 비이용자보다 높았으며, 온·오프라인 정치참여 정도가 높게 나타나고 있음을 밝혀냈다. 역시 정치 팟캐스트의 이용동기와 온·오프라인 정치참여를 연구한 이동희와 황성욱(2013)의 연구에서는 정치정보의 이용과 충족이라는 이론적 관점을 바탕으로 이용동기와 효과의 2단계 연구를 설계했다. 이 연구에서 <나꼼수>의 이용동기로는 ‘정치풍자적 진행의 오락성’, ‘문화정치적 소통’, ‘정치정보 추구’, ‘매체이용의 편리성’, ‘정치적 소외감의 극복’, ‘휴식’, ‘탈권위적 진행’임을 밝혀내고, 이용동기 중 ‘문화정치적 소통’ 욕구가 온·오프라인 정치참여에 가장 큰 영향을 미치며 ‘정치적 소외감의 극복’은 다음으로 영향력이 높았다고 설명했다. 고등학생과 대학생 집단을 연구대상으로 팟캐스트 <나는 꼼수다>를 연구한 이창호와 류성진(2013)은 <나꼼수> 이용은 응답자들의 정치관심, 정치효능감, 정치지식 및 참여를 높이는 데 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났으며, 특히 고등학생과 대학생 집단별로 구분해

분석한 결과, <나꼼수> 이용은 고등학생의 정치관심을 높이는 데 이바지했고 대학생들의 정치, 사회적 참여를 활성화시키는데 중요한 역할을 했음을 발견했다.

신소연과 이상우(2012)는 트위터와 페이스북 이용자의 정치참여를 연구했다. 트위터 집단의 경우 정치적 관심, 정치적 지식, 정치참여의 수준이 페이스북 집단보다 높았으며 트위터의 이용과 관련, 이들의 인터넷 및 현실 정치참여를 설명해주는 영향력 있는 변수도 많이 발견됐다고 설명했다. 심홍진(2012)도 소셜미디어의 정치참여 효과를 연구했다. 그는 소셜미디어에서 자신의 정치적 견해를 적극적으로 표현하는 사람이 정치참여도 활발하게 수행하며, 소셜미디어에서 정치적 견해를 표현하는 개인이 자신의 주위에 형성되고 있는 여론을 지각할수록 정치참여도 보다 활발해졌음을 확인했다. 황유선(2011)의 트위터 이용과 사회정치 참여와의 관계를 분석한 연구에서 트위터를 활용한 정보 수집을 할 수 있을 때, 사회 참여적 행위가 상승될 수 있음을 확인했고, 트위터가 정보 소통 창구의 역할을 수행함으로써 시민들의 사회정치 참여 행위에 긍정적인 효과를 미칠 가능성을 발견했다. 그러나 일련의 선행연구들은 미디어, 특히 뉴스 이용이 시민참여에 미치는 영향에 대한 일반화된 결론을 도출하지 못하고 있다(양정애·송인덕, 2014). 미디어 이용이 정치참여를 증가시킨다고 보는 시각도 있으며, 일부 연구들은 미디어 이용이 개인의 정치참여를 저해하고 있다는 부정적 결론도 상존해 있다. 비판적 시각으로는 국내외의 많은 학자들의 정치참여의 저하에 대해 미디어의 비판적 또는 냉소적 뉴스보도가 정치에 대한 유권자의 부정주의와 무관심을 부추기고 있다고 보는 시각도 있다(박상호·성동규, 2005).

2. 지역사회자본과 정치참여

특정한 지역사회는 사회적 참여와 유대감, 정서와 같은 사회적 결속을 이뤄내는 삶의 공간일 뿐만 아니라 사회적, 정서적, 문화적, 친근감을 구현하는 공동체 공간이 된다. 사람들은 혈연, 지연, 학연 중심의 연고단위를 매개로 하여 다른 사람들과 다양한 사회적 관계를 맺고 있다. 개인이 타인과 관계를 맺어 집단을 구성하는 형태로는 크게 ‘자발적 결사’에 의한 연결망과 ‘연고’에 의한 연결망으로 구분할 수 있다(한석지·염미경, 2006). 이러한 연결망은 곧 사회자본의 결과물인 참여를 이끈다. 참여는 시민들이 어떤 이슈에 주목하는 인지적 차원에서부터 집회참가, 투표, 그리고 각종 봉사활동에 참가하는 행동적 차원까지를 모두 포괄한다. 제반 사회활동에 다수의 시민의 참여가 요구되고, 이러한 지역사회 내에서 인간의 활동을 통해 사회적 상호작용의 결과물이 축적된다. 그 전

제조건으로서 구성원간의 신뢰를 바탕으로 합리적 규범을 필요로 하며, 구성원 간의 합리적 네트워크에 의한 협동이 요구된다. 이전의 사회자본에 대한 참여와 관련된 연구들은 주로 정치적 행위와 관련하여 논의돼 왔다. 적극적인 시민은 민주적인 문제 해결과 의사결정에 있어 필수적이다. 자신들의 필요나 관심사항을 표현하는 시민들의 적극성이란 참여의 형태로 사회로 표출되며, 그 참여의 방식도 다양하다(강내원, 2004).

지역사회 참여는 지역사회 주민들이 지역공동체를 기반으로 하여 그 지역의 내외부에서 지역사회의 환경과 서비스를 개선시키고, 협력을 이루기 위해 이뤄지고 있는 다분히 목표 지향적인 의식적인 행위를 의미한다(박덕병·조영숙, 2005). 정부의 정책결정에 영향을 미치기 위해 의도된 일반 시민의 활동을 정치참여라고 정의한다는 점에서 주민참여는 지방자치단체수준에서 발생하는 주민의 정치참여이기도 하다(하정봉·길종백, 2013). 지역사회 참여는 지역사회에 대한 관심도를 높이고 공동체에 대한 만족감을 제고시키며, 공동체의식을 높이는 것으로 나타났다(이춘옥, 2001). 또한 인구사회학적 특성에서 남성일수록, 나이가 많을수록, 직능단체에 많이 참여할수록, 사회단체에 많이 참여할수록 공동체의식이 높은 것으로 나타났다(성희자·이강형, 2013). 주민참여는 지역유대를 강화시키고 지역문화를 꽃피우며, 개성이 풍부한 지역건설을 시도하는 등 지역문화를 이끌어 나가는 중요한 요소이다(이회경·박종관, 2012). 이러한 주민조직 참여의 중요성은 퍼트남(1993b)의 사회적 자본의 논의에서도 발견된다. 퍼트남은 주민조직과 같은 자발적 결사체를 사회적 자본의 중요한 구조적 측면으로 보면서 신뢰와 호혜의식 같은 사회자본의 인지적 측면을 생성하는 중요한 메커니즘으로 간주한다(곽현근, 2013). 우리나라에서도 단순한 친목조직뿐만 아니라 다양한 목적을 가진 지역사회 주민조직들이 형성되어 다채로운 역할과 기능을 수행하고 있지만, 주민조직의 역할과 기능을 사회자본 형성과의 관계 속에서 접근한 경우는 찾아보기 힘들다(곽현근·유현숙, 2011).

지역 구성원들에게 공통되는 문제를 해결하고 정책을 결정하는 과정은 지역정치에서 다루는 영역이다. 한국정치에서 지역은 유권자들의 정치적 태도와 성향에 강력한 영향력을 행사해 왔으며, 이른바 지역주의는 1987년 민주화 이후 거의 모든 선거에서 유권자들의 투표행태와 정당체제의 형성을 규정해 왔다(전용주·김도경·서영조, 2008). 지역주의를 바탕으로 한 정치성향은 어느 국가에나 일부 존재하고 있으며, 반드시 부정적인 시각으로 볼 필요는 없다. 하지만 우리나라에서 나타나는 지역주의는 국가발전을 위해 긍정적이기 보다는 부정적인 평가를 받는 것이 사실이다(박희봉, 2010). 다양한 정치참여 행동 중에서 투표는 시민들에 의해 가장 두드러지게 행해지는 것이기는 하지만, 사실 투표는 개인

적인 노력이 가장 적게 드는 행동이다. 그럼에도 선거에 있어서의 투표 행위는 뉴스 미디어 이용과 정치참여의 관계를 다룬 기존 연구들에서 가장 많은 관심을 받아온 정치참여 유형이다(한혜경·이상기·오창호, 2006). 정치참여는 정부의 국정운영, 정책의 수립과 집행, 정치인의 선택 등에 직간접적 영향을 미치려는 목적을 갖는 활동이다(권혁남, 2012). 시민들의 정치참여는 대의민주주의 틀 안에서 선거참여를 통해 대표자를 선출하고 권한을 위임하는 방식으로부터 공청회 또는 대중집회 참여를 통해 보다 직접적으로 의견을 표명하고 영향력을 행사하는 방식으로까지 다양한 형태로 나타나고 있다(이숙종·유희정, 2010).

정치참여의 구체적인 예를 보면 투표, 정당 혹은 캠페인 활동, 정치인 접촉, 로비, 청원, 서명, 합법적 시위나 집회에서부터 보이콧, 파업, 점거, 비합법적 시위 등에 이르기까지 매우 다양하다(권혁남, 2012). 젊은 세대는 기성세대에 비해 투표참여와 같은 제도적 방식의 참여는 상대적으로 저조하지만 보이콧이나 시위와 같은 비제도적 혹은 대안적 정치활동에는 더 높은 관심을 표명하고 있다(정일권, 2012). 이 가운데서도 투표에 참여하는 것은 일반대중이 정책결정 집단의 구성원을 선출함으로써 자신의 의사결정권을 위임하는 행위이다. 즉 투표행위는 민주사회에서 일반대중이 간접적으로 정책결정에 참여할 수 있는 제도화된 정치참여의 한 형태이며, 유권자들이 선거 때 어느 후보자에게 투표를 할 것인가는 유권자들의 개인적인 인구사회학적 및 사회경제적 특성, 후보자에 대한 정보, 후보자 제시 공약, 후보자와의 사회연결망 등 여러 요인들이 복합적으로 작용하여 결정된다. 이 요인들은 투표행위에 개별적으로 작용하기도 하고, 서로 얽혀 하나의 전체로서 복합적인 틀로 구성되기도 한다.

이러한 인구사회학적 특성 속에 반영되는 물적인적 자본과는 다르게 사회적 관계와 관련된 자원으로서 사회자본과 정치참여와는 밀접한 관계가 있다. 민주주의가 사회자본으로서 신뢰와 네트워크를 구축하는 제도적 환경이 된다면, 사회자본은 건전한 민주주의 제도가 기대되는 기능을 수행하고 확장하는데 중요한 역할을 하게 된다(이숙종·유희정, 2010). 사회자본은 개인의 개별적 특성뿐만 아니라 개인이 맺고 있는 인적 네트워크의 관계적 속성이 정치참여에 미치는 영향력을 밝혀냈다는 점에서 매우 유용하다고 할 수 있다(신소연·이상우, 2012). 높은 사회적 신뢰와 상호호혜의 규범, 자발적 결사체에 대한 참여 등을 포함한 사회자본은 정치적 무관심과 무임승차유인을 극복하여 지역사회 현안에 대한 참여를 활성화는 매개체가 된다(곽현근, 2007a). 이러한 지역사회문제에 대한 관심과 참여는 지역주민의 정치참여, 특히 정치행위로서 적극적인 투표참여에도 긍정적인 영향을 미칠

가능성이 높다.

일부 실증적 연구들이 사회자본과 정치참여와의 관계를 직접적으로 다루고 있다(이숙종·유희정, 2010; 이양수, 2006). 이숙정과 유희정(2010)은 사회자본 이론 및 선행연구를 바탕으로 정치참여 유형을 ‘선거참여’와 ‘비선거참여’로 분류하고, 인지적·구조적 사회자본의 영향정도를 살펴보았다. 연구결과를 보면 인지적 사회자본에 해당하는 사회신뢰는 ‘투표참여’와 ‘공직자 또는 정치인 접촉’에, 정부신뢰는 ‘정당원 활동’과 ‘집회 또는 시위 참여’에 통계적으로 유의미한 영향을 미쳤음을 발견했다. 또 구조적 사회자본에 해당하는 네트워크의 경우 일차참여는 ‘정당원 활동’에만, 2차 참여는 ‘비선거참여’로 분류되는 모든 정치참여 활동에 유의미한 영향을 미쳐 개인의 인지적·구조적 사회자본이 정치참여를 위해 지불해야 하는 시간과 비용을 절감하는데 도움이 되고, 개인의 정치효능감 및 행동 방식의 변화를 가져와 정치참여에 미치는 영향의 중요성을 시사했다. 이양수(2006)는 사회자본을 신뢰(민간제도, 공공제도, 정치인, 사회), 네트워크(1차 집단 소속, 2차 집단 소속), 규범(제도규범, 정책규범), 이웃간 유대로 구분하고, 각각의 범주하에 하위변수들을 세분화하여 설명변수로 사용하고 있다. 결과변수로서 정치참여를 순응적, 적극적, 항의적 유형으로 구분하고, 각 유형별 참여에 미치는 사회자본의 영향을 분석했다. 투표참여는 순응적 정치참여로 분류하고, ‘선거 때 항상 투표함’이라는 문항을 7점 척도로 측정했다. 결과는 네트워크(2차 집단), 규범(제도규범 및 정책규범) 및 연령이 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구에서는 사회자본의 고유영역으로서 사회신뢰, 상호호혜의 규범, 결사체 활동 등과 같이 지역사회를 기반으로 한 시민들 사이의 협력적 네트워크 또는 활동과 관련된 요인들에 우선적인 초점을 두고자 한다. 더불어 사회자본의 보완적 차원에서, 정치효능감, 제도신뢰 같은 개인수준의 정치 문화적 요인들을 광의의 지역사회자본 개념에 포함시켜 접근해 보고자 한다.

3. 제주 사회의 정치참여

현행 우리나라 지방행정의 계층구조는 자치계층(특별자치시·도, 특별시, 광역시·도, 시·군·구)과 지방자치단체 내의 행정계층(일반구, 읍·면·동)으로 구분된다(남재걸·김태운, 2013). 행정계층의 경우 읍·면·동이 있고, 읍·면의 밑에는 리를 두고 있으며, 또한 인구 50만명 이상의 일반시에는 자치단체가 아닌 행정구를 두고 있다(김현욱, 2007). 따라서 자치계층과

행정계층을 합치면, 3계층 내지 4계층제로 구성돼 있다고 볼 수 있다. 하지만 제주특별자치도는 2006년 7월 1일 종전 제주도와 제주시, 서귀포시, 북제주군, 남제주군의 네 개의 시·군을 폐지하고 단일 광역자치단체로 새롭게 출범했다. 이에 따라 1991년 지방자치제 실시로 만들어진 4개 시·군의회의가 폐지되고, 41명의 의원으로 구성된 ‘제주특별자치도의회’라는 광역의회가 신설됐다. 제주특별자치도는 4개 시·군의 통합으로 인해 지역문제의 복잡성과 이해관계자의 다양성이 증가했고, 제주특별자치도의회가 과거와 같은 지방의회의 역할에 머물러 있는 경우 제주지역 사회의 중추적 역할을 수행하기가 어렵게 됐다(민기·박철민·김경범, 2013). 제주지역에서 이뤄지는 투표행위에 의한 정치참여는 대통령, 국회의원, 제주특별자치도지사, 제주특별자치도의원, 제주특별자치도교육감 선거에 이르고 있다. 또한 지방자치단체의 의사결정과정에서 참여할 수 있는 주민투표제도가 2004년 7월 30일 효력을 내면서, 제주에서는 2005년 7월 27일 제주도 행정체제 개편을 위한 주민투표²⁾를 처음 실시했다. 일반적으로 주민투표 참여는 정치적 측면에서 주민자치의 구현, 나아가 국민주권의 실현이라는 측면과 대의제 민주주의의 보완이라는 측면에서 그 의의를 찾을 수 있다(양영철·고태호, 2010).

정치참여에 있어서 제주지역은 영·호남이나 충청지역과는 달리, 뚜렷한 지역주의 색채를 드러내지 않으면서 다른 지역과는 다른 선거결과를 내놓을 때가 많아 지역적 특이성이 두드러진다(김광우·백선기, 2012). 특히 제18대 총선³⁾과 제19대 총선⁴⁾에서는 전국적으로 새누리당(전신 한나라당)이 다수당을 차지했지만 제주에서는 단 한 석의 의석도 확보하지 못한 채 민주통합당(전신 통합민주당)이 완승했다. 이러한 현상은 17대 총선에서도 기존 열린우리당 후보들이 3석의 모든 선거구를 독차지했다. 오랫동안 계속된 친여 성향의 무소속 또는 여권 인사 중심으로 형성돼 온 당선 구도가, 야당의 석권이라는 독특한 정치적

-
- 2) 제주도 행정체제 개편을 위한 주민투표의 투표율은 36.73%를 기록했다. 주민투표 결과 제주도의 4개 시·군 행정구조를 단일 광역자치로 하고 그 밑에 2개 통합시(제주시+북제주군, 서귀포시+남제주군)로 개편하는 혁신안을 투표자의 56.7%가 선택했다. 또 현재의 행정구조를 그대로 유지하는 점진안에 대해서는 43.2%의 지지를 보였다. 제주 주민투표는 전국 첫 주민투표라는 기록과 함께 다른 지역의 행정계층구조 개편의 시험무대로 평가된다. 충북 청주시 및 청원군의 통합 주민투표, 방폐장 유치 주민투표에 앞서 지역 현안을 해결하기 위해 실시된 주민투표의 첫 선례로 남았다. 그러나 투표 이후에도 찬반 양측의 심한 갈등이 이어졌고, 당시 시장군수들이 헌법재판소에 권한쟁의 심판청구를 제기한 점, 투표율마저 낮아 대표성이 부족한 점, 남북 지역 간 선택이 뚜렷하게 갈린 점 등 주민 통합을 위해 앞으로 적극적으로 해결해야 할 과제가 산적해 있다고 지역언론들은 지적했다.
- 3) 2008년 4월 9일 치러진 18대 총선에서는 전체 총의석 299석 가운데 한나라당이 지역구 131석, 비례대표 22석 등 총 153석을 차지한 반면 통합민주당은 지역구 66석, 비례대표 15석 등 81석을 차지했다.
- 4) 2012년 4월 11일 치러진 19대 총선에서는 전체 총의석 300석 가운데 새누리당이 지역구 127석, 비례대표 25석 등 152석을 차지했고, 민주통합당은 지역구 106석, 비례대표 21석 등 127석을 차지했다.

형 구축으로 바뀐 것은 제주지역의 정치문화에 대한 일반적인 인식을 뒤엎는 것이며 이는 지역사회에 주는 의미가 매우 크다고 할 수 있다(김광우·백선기, 2009). 또한 특별자치도지사 선거 과정에서 과당적 갈등이 존재하는데, 2000년대 들어서면서 도지사 선거의 후유증으로 나타난 도지사 후보 진영 간의 갈등은 제주사회의 인간관계에 금을 그어놓는 심각한 갈등양상으로 변지고 있다(신행철, 2013). 제주지역의 투표율은 대통령 선거나 국회의원선거에서는 전국 평균에 가깝게 형성되지만, 2010년 제5대 동시 지방선거에서는 제주지역 투표율이 65.08%로 전국 투표율 54.4% 보다 10% 이상 높은 투표율을 기록함으로써 타지역보다 높은 관심을 보였다. 그러나 이러한 높은 투표율이 제주도민의 정치적 관심을 반영한 것이라고 보기는 어렵다. 오히려 제주가 지역적으로 좁고, 혈연 및 지연, 학연으로 인한 촘촘한 다중 네트워크 때문이라고 보는 것이 타당하다.

이처럼 학문적 차원에서 제주선거의 특이성이 무엇이고, 그것이 어디에서 비롯됐는지 원인을 규명한 연구는 매우 드물다. 특히 제주지역 선거 결과가 특이하게 나오는 것은 제주도민의 독특한 정서에 기인한 것이라고만 지적할 뿐, 그 독특한 정서가 무엇인지에 대한 구체적인 언급을 찾아볼 수 없다(양창윤, 2001). 한국갤럽조사연구소(1997)는 제주지역의 제15대 국회의원선거 결과를 평가하면서 예상 밖의 결과가 나온 원인에 대해 ‘제주도민의 독특한 정서에 기인한 것’ 이라고 제시했다. ‘독특한 정서’ 에 대한 기반은 43세에 대한 기억에 뿌리를 둔 제주도민들의 정치적 성향과도 연관이 있다. 또한 제주는 그 규모가 작아 한국정치에서 독자적 지분을 가질 수 없어 오히려 정권에 의해 동원되기 쉬웠다. 그럴 때 혜택을 받기도 했다. 제주는 집권세력의 동향에 예민하게 반응하거나 기껏해야 중립을 지킬 뿐이다. 반발의식이 있더라도 이를 노골적으로 드러내기에는 심적 부담이 컸다. 이 경향은 정치적 성향이나 투표 경향에 잘 반영되고 있다. 선거에서는 야당이 절대 약세였다. 선호도가 높은 무소속도 당선된 후 여당으로 당적을 옮기는 것이 다반사였다(이상철, 2000). 이처럼 제주지역의 정치참여나 정치문화에 대한 연구는 소수에 그치고 있으며, 그나마 제주지역 정치 연구에서는 쉐당사회와 강한 연고주의라 할 수 있는 학연, 지연에 따른 지역의 전통적인 ‘다중적 네트워크’ 에 따른 정치문화임을 밝히고 있다(김광우·백선기, 2009; 양창윤, 2001; 한석지·염미경, 2006). 많은 사람들이 지역주의를 ‘망국적 병폐’ 라고 지적하고 있음에도 불구하고 지역주의는 단순히 후보자가 자신의 동향출신이라는 연고를 넘어서서 하나의 구조적인 현상으로 고착화되고 있다(유석춘·장미혜·김태은, 2000).

알몬드와 버바의 정치문화 정향개념을 활용해 제주지역 정치문화 특성을 분석한 양창윤

(2001)의 연구에서는 제주지역 정치문화의 특성으로 범친척사회인 켄당사회, 강한 지역사회, 학연중시사회, 시민공동체 사회로 규정하고, 유권자가 정당의 정책이나 후보자의 공약을 살펴보고 투표하는 합리적 투표를 하기보다는 후보자와의 직·간접적인 인연 또는 인정을 보고 투표하는 경향을 보인다고 설명했다. 이를 통해 1973년 2월 27일 치러진 제9대부터 1992년 3월 24일 실시된 제14대 제주지역 국회의원 선거에서의 특징은 무소속 선호에서 정당 선호로의 변화와 높은 투표율이라고 설명했다.

한석지와 염미경(2006)은 지연 중심의 친족문화를 지칭하는 켄당문화가 지방선거에 어떻게 작용했는지를 1995년 6월 27일 실시된 제1회부터 2002년 6월 13일 시행된 제3회까지의 민선 제주도지사 선거에 입후보한 한 후보자의 출신지 유권자집단의 인식과 투표행태를 중심으로 살펴보았다. 분석결과, 노년층은 인물의 성품과 마을의 위신으로 인물과 지연위주의 투표성향을 보였으며, 청·장년층은 상대적으로 정책에 대한 이해를 통해 투표하는 경향이 나타났다고 밝혀 제주지역의 켄당문화가 단순히 혈통과 혼인망만이 아니라 정치적 연대를 위한 자원의 역할을 하고 있음을 밝혀냈다.

제주도 행정계층구조개편안에 대한 주민투표를 통해 미디어 이용과 정치참여 간의 관계를 규명한 고영철과 최낙진(2007)의 연구에서는 미디어 이용수준이 투표행위에 직접적인 영향을 미친다는 결과를 얻어내지는 못했지만, 지역신문의 적극적 이용자의 경우 투표행위에 긍정적인 영향을 미치고 있다고 설명했다. 또한 미디어 이용자가 언론의 ‘혁신안’ 보도내용에 대해 긍정적일수록 투표행위가 높게 나타났으며, ‘점진안’ 보도에 대해 긍정적일수록 투표행위는 낮게 집계돼 미디어 이용수준 자체 보다는 보도내용 즉 정책속성에 대한 수용자의 평가적 태도가 투표행위에 직접적인 영향을 미치고 있음을 밝혀냈다.

기존의 선거보도 경향과 제주지역의 정치문화 특성 등을 참고로 제18대 국회의원 선거가 제주지역 지상파방송에 의해 어떻게 보도됐는가를 분석한 김광우와 백선기(2009)의 연구에서는 지역방송이 선거를 특정시각이나 인물, 정파에 편향되지 않으면서 선거 사안에 접근하는 ‘보편성의 구조’를 지니고 있음을 밝혔으며, 나아가 이같은 심층구조가 제주지역의 ‘경쟁 이데올로기’, ‘중앙권력 지향 이데올로기’ 및 ‘평등 이데올로기’ 등을 복합적으로 반영하고 있어서 제주지역 정치특성은 물론 제주문화의 복합성과 다층성을 보여주고 있다고 설명했다.

제3장 연구문제

제1절 연구문제

첫 번째 연구문제에서는 미디어 이용자들이 어떤 미디어 레퍼토리 유형으로 분류되며, 인구사회학적 특성은 어떠한가를 분석한다. 제주지역 미디어 이용자들의 전국TV방송, 지역TV방송, 라디오방송, 전국일간지, 지역일간지, 인터넷, 휴대폰 등 7개 미디어에 대해 인구사회학적 변인으로 성별, 연령, 학력, 소득수준, 출신지역 등의 변수별 영향 관계를 파악한다. 또한 미디어 레퍼토리가 각 미디어 장르 이용에 있어서 어떠한 특성을 보이는가를 알아보기 위해 집단별로 미디어 장르이용 차이를 검증하고자 한다. 다음으로, 미디어 이용 변수를 기준으로 군집별로 유형화된 다중미디어 이용자 집단이 지역사회자본(지역공동체 의식, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도신뢰, 정치효능감)과 어떤 특성을 보이는지를 알아본다. 마지막으로 다중미디어 이용자 집단별 정치참여와의 관계에 대해 분석해 본다.

- 연구문제 1 : 미디어 레퍼토리 유형 추출은 어떻게 형성되는가?
 - 연구문제 1-1 : 다중미디어 이용에 있어서 미디어 레퍼토리 유형은 어떻게 분류되는가?
 - 연구문제 1-2 : 미디어 레퍼토리의 인구사회학적 특성은 어떠한가?
 - 연구문제 1-3 : 미디어 레퍼토리의 미디어 장르이용 특성은 어떠한가?
 - 연구문제 1-4 : 미디어 레퍼토리 와 지역사회자본 간에는 어떤 관계가 있는가?
 - 연구문제 1-5 : 미디어 레퍼토리 와 정치참여 간에는 어떤 관계가 있는가?

두 번째 연구문제에서는 인구사회학적 특성(성별, 연령, 교육수준, 소득수준, 출신지역)에 있어서의 미디어 이용 장르 및 기능이용의 차이를 각각의 미디어별로 분석해 본다. 본 연구에서는 연구대상 미디어를 전국미디어, 지역미디어, 개인미디어 등 3개로 나눠 전국미디어는 전국TV방송, 전국일간지, 라디오방송으로, 지역미디어는 지역일간지, 지역TV방송으로, 개인미디어는 인터넷(정보형, 오락형, 관계형, 토론형), 휴대폰(관계형, 오락형, 정보형)으로 구분했다. 선행연구에 따르면 연령이나 소득수준, 교육수준 등은 다매체 환경에서 어떤 미디어를 선택하여 이용하는지에 대해 중요한 결정요인이 되며, 미디어 콘

텐츠에 따른 장르나 기능이용 선택에 영향을 미칠 수 있다(박진영·강태영, 2011; 심미선, 2005, 이찬구 외, 2009)

- 연구문제 2 : 미디어 장르 및 기능이용의 인구사회학적 특성은 어떠한가?
 - 연구문제 2-1 : 전국TV방송 장르별 인구사회학적 특성은 어떠한가?
 - 연구문제 2-2 : 지역TV방송 및 라디오방송 장르별 인구사회학적 특성은 어떠한가?
 - 연구문제 2-3 : 전국일간지 장르별 인구사회학적 특성은 어떠한가?
 - 연구문제 2-4 : 지역일간지 장르별 인구사회학적 특성은 어떠한가?
 - 연구문제 2-5 : 인터넷 및 휴대폰 기능이용별 인구사회학적 특성은 어떠한가?

세 번째 연구문제에서는 미디어 장르 및 기능이용이 지역사회자본에 어떠한 영향을 미치는지를 분석해 본다.

- 연구문제 3 : 미디어 장르 및 기능이용이 지역사회자본에 미치는 영향은 어떠한가?
 - 연구문제 3-1 : 미디어 장르 및 기능이용이 지역공동체 의식에 미치는 영향은 어떠한가?
 - 연구문제 3-2 : 미디어 장르 및 기능이용이 이웃과의 교류에 미치는 영향은 어떠한가?
 - 연구문제 3-3 : 미디어 장르 및 기능이용이 지역사회 애착에 미치는 영향은 어떠한가?
 - 연구문제 3-4 : 미디어 장르 및 기능이용이 제도신뢰에 미치는 영향은 어떠한가?
 - 연구문제 3-5 : 미디어 장르 및 기능이용이 정치효능감에 미치는 영향은 어떠한가?

네 번째 연구문제에서는 미디어 장르 및 기능이용이 오프라인·온라인 정치참여에 어떠한 영향을 미치는지를 분석해 본다.

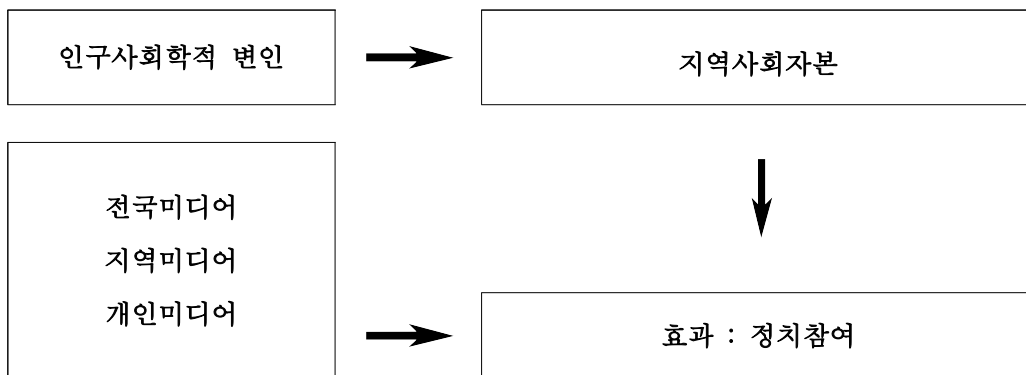
- 연구문제 4 : 미디어 장르 및 기능이용이 정치참여에 미치는 영향은 어떠한가?
 - 연구문제 4-1 : 미디어 장르 및 기능이용이 오프라인 정치참여에 미치는 영향은 어떠한가?
 - 연구문제 4-2 : 미디어 장르 및 기능이용이 온라인 정치참여에 미치는 영향은 어떠한가?

다섯 번째 연구문제에서는 지역사회자본 요소인 지역공동체 의식, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도신뢰, 정치효능감이 개인의 사회경제적 지위와는 독립적으로 정치참여에 어떠한 영향을 미치는가를 경험적으로 살펴보고자 한다.

- 연구문제 5 : 지역사회자본이 정치참여에 미치는 영향은 어떠한가?
 - 연구문제 5-1 : 지역사회자본이 오프라인·온라인 정치참여에 미치는 영향은 어떠한가?
 - 연구문제 5-2 : 지역사회자본이 투표참여 여부에 미치는 영향은 어떠한가?

제2절 연구모형

본 연구는 미디어 이용 특성이 지역사회자본에 각각 어떤 영향을 미치는지를 분석하는 것과 함께 ‘정치참여’라는 사회자본 효과를 가지는지를 경험적으로 파악하는 것이다. 또 지역사회자본의 축적이 사회자본의 효과로 발전할 수 있는가를 검증하는 것이기 때문에 지역사회자본(지역공동체 의식, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도신뢰, 정치효능감)이 ‘정치참여’에 미치는 독립적 영향력을 측정할 것이다. 앞서 문헌연구 등을 통해 다중미디어 이용자 집단의 미디어 장르별 이용이 지역사회자본 형성과 정치참여에 미치는 요인에 대해 도식화하면 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구모형

제4장 연구대상 및 연구방법

제1절 연구대상 및 조사설계

1. 사전조사

본조사의 시행에 앞서 사전조사를 실시했다. 이 과정은 문헌연구를 통해 선정된 조사도구가 타당성이 있고 신뢰성이 있는 자료를 수집할 수 있는가를 확인하고, 실증분석에 있어서 유의미성을 가지는 변인들을 변별해 내는데 이용됐다.

이러한 사전조사를 위해 제주대학교 사회학과·언론홍보학과 3~4학년 학부학생을 대상으로 설문 조사방법에 관한 기본적 소양을 교육시킨 후 본 조사에 적합하다고 판단한 면접원 6명(남 3명, 여 3명)을 선발했다. 사전조사는 2014년 1월 20일부터 1월 24일까지 5일간 면접원별 10부씩 총 60부를 실시했다. 사전조사의 결과를 대상으로 응답의 내용이 일관성이 있는지, 응답이 어느 한쪽으로 치우치는 경향이 있는지, 질문순서의 변화에 따른 응답 상태나 응답자의 질문내용에 대한 파악 정도, 응답을 기피하는 경우가 있는지 등의 원인을 검토하여 조사 항목을 수정·보완한 뒤에 최종 설문지를 작성했다.

2. 본 조사

제주특별자치도를 잘 대표할 수 있는 표본을 추출하고 이에 따른 효율적인 표본설계를 위해 제주도의 2013년 12월 31일 기준 제주특별자치도 인구통계조사표에 따라 제주시, 서귀포시 등 2개 행정시(市) 별로 연령별, 성별 표본 수를 비례배분 층화확률추출(proportional allocation stratified random sampling) 했다. 설문은 사전조사를 통해 수정된 측정항목으로 구성했다. 구조화된 설문지(structured questionnaire)를 이용한 표준화면접(standardized interview) 방식으로 실시하고, 면접원에 의한 비표본오차(non-sampling error)를 최대한 줄이도록 노력했다.

본 조사 기간은 2014년 2월 3일부터 2014년 2월 22일까지 20일간 진행됐다. 본 연구를 위한 실증분석을 위해 제주특별자치도에 거주하는 만 19세 이상 1400명의 남녀를 대상으로 설문조사를 실시했다. 아울러 조사의 신뢰성을 확보하기 위해 회수된 설문지 중 10%를

무작위 추출하여 응답자 선정과정의 적합성과 표준적인 진행절차에 따라 면접했는지의 여부 등의 검증작업을 실시하고, 신뢰성이 의심되면 모든 설문지를 파기하고 재조사를 실시했다. 이에 따라 당초 총 회수된 설문지는 1400부이며, 이중 기입을 잘못했거나 응답이 낮은 무효한 설문지 52부를 제외하고 최종적으로 1348부를 분석대상으로 했다.

제2절 주요 개념의 조작적 정의와 측정방법

앞서 제시한 선행연구를 토대로 본 연구에서 다루고자 하는 변인에 대한 조작적 정의(operational definition)와 측정방법을 구성했다. 이러한 조작적 정의는 막연한 개념을 한 단계 낮은 측정 가능한 하위개념(변수)들에 의해 개념을 정의하는 것으로, 개념에 대한 측정이 가능해진다.

1. 인구사회학적 변인

본 연구에서 인구사회학적 변인은 성별, 연령, 학력, 소득수준, 출신 지역 등 5가지이다. 여기서 성별은 남녀로 구분하고, 연령은 ① 20대(20~29세) ② 30대(30~39세) ③ 40대(40~49세) ④ 50대(50~59세) ⑤ 60대 이상(60세 이상)으로, 학력은 ① 중학교 졸업 이하 ② 고등학교 졸업 ③ 대학 재학 ④ 대학 졸업 ⑤ 대학원 재학 이상으로 구분한다. 소득수준은 가정의 월평균 소득수준을 기준으로 ① 100만원 이하 ② 101~200만원 ③ 201~300만원 ④ 301~400만원 ⑤ 401~500만원 ⑥ 501만원 이상으로 구분한다. 출신 지역은 ① 제주도내 ② 제주 도외지역으로 나뉘었다. 여기서 학력의 경우 일반적인 관례와 달리 ‘대학 재학’ 과 ‘대학 졸업’ 으로 나눈 것은 학생 집단과 사회인 집단 간 구분에 의미를 뒀기 때문이다.

2. 다중미디어 이용자 집단

본 연구에서 미디어 유형은 크게 전국미디어, 지역미디어, 개인미디어 등으로 구분해 ① 전국TV방송 ② 지역TV방송 ③ 라디오방송 ④ 전국일간지 ⑤ 지역일간지 ⑥ 인터넷 ⑦ 휴대폰을 대상으로 분석한다. 여기서 TV를 지상파와 케이블, 위성으로 나눠 미디어 이용자 집단을 구분하지는 않는다. 미디어는 플랫폼에 따라 구분돼야 하기 때문에 지상파와 케이블, 위성을 별개의 미디어로 구분하는 것은 미디어 개념을 혼동하는 것이라는 주장도 있다(심미선, 2010). 우선 제주지역 케이블TV방송 가입자 수가 2014년 4월 기준 18만9692명(한국케이블TV방송협회)에 이르고 있는 점을 고려하면 미디어 이용자들이 지상파와 케이블을 명확히 구분하기란 쉽지 않다. 반면 제주지역 위성방송 보급률은 2013년 11월 기준 5% 내외(방송산업 보고서)로 현저히 낮아 위성방송을 별도로 고려할 필요는 없을 것으

로 판단했다. 지역TV방송은 텔레비전 화면을 통한 제주MBC, KBS제주, JIBS제주방송 등의 제주지역 지상파 TV방송과 KCTV제주방송 시청을 포함한다.

또한 휴대폰 집단에는 스마트폰 사용자도 포함시킨다. 스마트폰은 일반 컴퓨터와 같이 범용 운영체제(OS)를 탑재하여 다양한 모바일 어플리케이션을 자유롭게 설치, 작동시킬 수 있는 고기능의 휴대전화를 의미한다(방송통신위원회·한국인터넷진흥원, 2011). 즉 통신과 방송의 기능이 공존하는 미디어를 지칭하지만, 사용자들의 행위관점에서 스마트폰의 주기능은 어디까지나 ‘통신’을 목적으로 하고, 특정 콘텐츠의 활용 등 다양한 기능은 부가적 기능을 의미한다. 따라서 스마트폰과 휴대폰과의 별개의 기능구분은 이용자 입장에서 혼란을 줄 수도 있을 것이다.

다중미디어 이용자 집단은 앞서 제시한 7개 미디어를 유형으로 하루 평균 사용량 조합으로 정의했다. ‘지난 1주일 동안 다음 매체를 하루 평균 얼마나 이용하셨습니다? 평일과 주말을 고려하여 하루 평균 이용시간을 말씀해 주세요’라고 질문했다. 개인에 따라 미디어 이용시간에는 분명한 차이가 존재하기 때문에 미디어 이용시간이 많은 사람들과 미디어 이용시간이 적은 사람들의 세부적인 미디어 이용 특성을 상호비교하기 위해서는 개인의 미디어 이용 특성을 반영한 보다 정교한 분석기준이 필요하다(조성동·강남준, 2009). 이에 따라 미디어 이용량에 따른 미디어 레퍼토리 수용자 집단을 분류하기 위해서 강남준 등(2008)과 이찬구 등(2009), 윤해진·문성철(2010), 이현우·오형일(2013)에서 사용된 상대적 미디어 이용지수에 근거한 K-평균 군집분석을 이용하고자 한다. 우선 군집분석은 미디어 이용량을 기준으로 미디어 이용행태가 유사한 사람들을 그룹으로 유형화시키는데 일반적으로 사용할 수 있다.

또한 상대적 미디어 이용지수는 개별 응답자의 미디어별 이용시간을 전체 표본집단의 미디어별 이용시간 평균으로 나눈 값인데, 이는 같은 10분의 이용시간이라 하더라도 TV, 신문, 인터넷, 휴대폰 등 미디어 종류에 따라서 그 의미가 다르게 해석돼야 한다는 점을 감안했다. 즉 하루 평균 이용량에서 현저한 차이를 보이는 TV와 신문을 비교하는데 있어서 TV시청에 사용되는 10분과 신문 읽기에 사용되는 10분이 다르게 해석돼야 한다는 것이다. 현재 지상파TV 시청시간이 여타 미디어 이용량에 비해 현저히 높은 점을 감안한다면, 군집별 미디어 이용특성을 살펴보기 위해 절대적 이용시간량만을 근거로 군집분석을 실시했을 때 대부분의 군집에서 지상파TV가 가장 중요한 미디어로 나타나 군집분류의 변별력이 떨어질 가능성이 있다(강남준·이종영·이혜미, 2008; 이현우·오형일, 2013).

따라서 이 연구에서는 각 응답자들의 미디어 이용시간을 전체 표본의 이용시간 평균으

로 나는 ‘상대적 미디어 이용지수’를 활용해 이용자 집단을 도출하고자 했다.

3. 미디어 장르 및 기능 구분

현재의 멀티 플랫폼 환경에서 다양한 미디어들이 이용되고 있고, 특히 기술의 발전과 함께 이용자 편의를 위한 다양한 기능들이 접목되고 있다. 그러나 특정 뉴미디어들이 미디어의 프로그램, 콘텐츠 등의 내용을 제외한 여러 사회적 기능들을 제공하고 있을지라도 대부분의 주요 미디어 콘텐츠는 기존의 방송매체 등의 것을 활용하고 있으며, 다매체 환경이라고 할지라도 기본적으로 제공되는 수용자들의 미디어 이용 콘텐츠는 특정 장르에 속할 수밖에 없다(나은경, 2009). 특히 수용자들에게 제공되는 다양한 장르 및 프로그램 유형이 사회적인 차원에서 다양한 정보를 제공하거나 중요한 사회적 사안을 회피하게 할 수 있다는 점을 고려할 때, 다매체 환경의 장르에 대한 논의는 매우 중요하다고 볼 수 있다(나은경, 2009).

1) 전국TV방송의 장르 구분

텔레비전 방송의 장르 구분은 연구자에 따라 적용기준을 달리하고 있다. 이은미(2001)는 뉴스, 다큐멘터리, 대담/토크, 드라마, 코미디, 영화, 버라이어티쇼, 토크쇼, 퀴즈/게임, 스포츠, 생활정보, 학습, 문화예술, 어린이, 기타 등으로 나눴다. 전범수와 박주연(2008)은 미디어 콘텐츠 서비스를 이용자들이 가장 쉽게 이해할 수 있도록 뉴스시사, 다큐, 교양교육, 오락, 스포츠, 드라마, 영화, 음악, 게임, 애니메이션 등 10개로 구분했다. 주창윤(2004)은 좀 더 세분화하여 17개 장르인 뉴스, 시사보도, 다큐멘터리, 생활정보, 토론, 교육/문화예술, 어린이, 애니메이션, 드라마, 버라이어티쇼, 음악쇼, 퀴즈와 게임쇼, 인포테인먼트, 영화, 코미디, 스포츠, 광고와 기타 등으로 구분했다. 이러한 방송의 장르구분을 통해 현재의 다양한 플랫폼을 통해 제공되는 미디어 콘텐츠들 역시 유사한 장르 및 프로그램 유형으로 구분될 수 있다(나은경, 2009). 케이블 및 위성방송의 경우 지상파와 크게 구분되지 않는 유사 장르 포맷으로 구분되며, 뉴미디어인 IPTV나 DMB, 스마트TV 역시 기존 방송에서 제공되는 포맷이 거의 동일하게 공급되는 등 콘텐츠의 자유로운 호환적 이용이 가능한 특징으로 인해 미디어가 플랫폼 및 제공창의 차이 등이 차별화된다고 하더라도 유사한 범위의 장르를 이용하게 된다(나은경, 2009). 특히 플랫폼이

나 제공창의 차이에 따른 장르 구분을 미디어 이용자들이 인식할 수 있느냐 하는 문제가 있다.

본 연구에서는 조성동·김규찬·강남준(2010)의 연구와 한국방송광고공사(2004)의 미디어 소비자 이용조사에 쓴 장르 구분을 혼합하여 사용했다. 조성동 등(2010)의 연구에서는 텔레비전 프로그램을 뉴스, 시사교양, 생활교양, 드라마, 오락, 기타(특집프로그램) 등의 6개 장르로 분류했고, 한국방송광고공사(2004)는 드라마, 뉴스, 쇼/오락, 스포츠, 영화, 토크쇼, 다큐멘터리 등 7개 장르로 나눴다. 본 연구에서는 뉴스, 시사토론 프로그램, 교양 프로그램, 쇼/오락(예능), 드라마, 스포츠, 영화, 기타 등의 8개 장르로 구분했다. 각 설문문항들은 ‘전혀 시청하지 않는다’를 1점으로 ‘매우 자주 시청한다’를 5점으로 하는 리커트 척도로 만들었다.

2) 지역TV방송의 장르 구분

제주지역 방송이 어떠한 편성패턴을 보이고 있는가를 알아보기 위해 제주MBC, KBS제주, JIBS제주방송⁵⁾ 등의 기본 편성표를 사용하여 지역 편성제작 프로그램, 시간대별 편성현황을 비교분석했다. 먼저, 3개사의 TV 프로그램 편성패턴을 보면, 비교적 제작비가 적게 드는 뉴스 프로그램은 매일 같은 시간대에 프로그램을 편성해 안정적 시청자를 확보하는 한편, 시사토론 프로그램과 쇼/오락, 교양 프로그램은 동일시간대 다른 유형의 프로그램을 편성하고 있다. 한편, 프로그램의 유형에서도 제주지역 방송들은 제작비가 많이 소요되는 드라마나 스포츠 행사가 거의 전무한 제주지역 특성을 감안해 스포츠 편성을 볼 수가 없었다.

시간대별로 살펴보면, 3개사 모두 지역뉴스의 경우 아침, 오전, 저녁, 밤 시간대에 10~20분 정도 뉴스 방송을 하고 있다. 지역TV방송 프로그램이 대체로 시간대별로 골고루 편성이 됐으나 15분가량의 저녁메인 뉴스시간을 제외하면 프라임시간대(오후 8시~11시)에는 대부분 벗어나 있는 실정이다. 다만 KBS제주는 시사파일 제주와 집중집단 제주가 프라임시간대에 편성됐으며, JIBS제주방송의 PD파일 365 역시 프라임시간대에 편성된 게 특징이다. 즉 지역 시사 프로그램의 프라임시간대 편성으로 지역과급효과를 고려한 특성을 보

5) JIBS제주방송은 제주지역 민영 지상파 방송으로 2002년 5월 개국했다. 최대 주주는 한주홍산이고, 제주지역 경제인들이 소주주로 참여하고 있다(한국언론재단, 2009). 소유 미디어로는 텔레비전과 FM 라디오를 방송하고 있으며 AM은 없어 라디오 뉴스방송은 제한되고 있다.

이고 있다. 본 연구에서는 지역 뉴스, 시사토론 프로그램, 교양 프로그램, 쇼/오락(예능) 프로그램 등의 4개 장르로 구분했다. 각 설문문항들은 ‘전혀 시청하지 않는다’ 를 1점으로 ‘매우 자주 시청한다’ 를 5점으로 하는 리커트 척도로 만들었다.

<표 6> 제주지역 방송 편성제작 현황(2014. 2. 28 현재)

장르	제주MBC	KBS제주	JIBS제주방송
뉴스	<ul style="list-style-type: none"> •뉴스투데이 아침 •정오뉴스 •이브닝뉴스 •뉴스데스크 제주 	<ul style="list-style-type: none"> •뉴스 7 제주 •뉴스 12 제주 •뉴스 5 제주 •뉴스 9 제주 	<ul style="list-style-type: none"> •JIBS 아침뉴스 •JIBS 낮뉴스 •JIBS 저녁뉴스 •JIBS 종합뉴스
시사토론프로그램	<ul style="list-style-type: none"> •제주MBC시사진단 금요일 23:05~00:05 	<ul style="list-style-type: none"> •시사파일 제주 화요일 22:00~22:30 •집중진단 제주 화요일 22:30~23:30 	<ul style="list-style-type: none"> •PD파일 365 금요일 20:55~21:40 •제주아젠다 직격토론 수요일 23:20~00:40
교양프로그램	<ul style="list-style-type: none"> •생방송 전국시대 월·화·수요일 8:30~9:30 •생방송 제주가 좋다 금요일 8:30~9:30 •테마기행-길 목요일 8:30~9:30 •JDC 청소년 아카데미 일요일 8:25~9:25 	<ul style="list-style-type: none"> •생생3도 금요일 17:20~18:00 •제주가 보인다 월~목 17:40~18:00 •제주문화 향 월요일 23:25~23:30 •제주읽기 메아리 일요일 06:10~07:10 •휴먼토크 제주와 나 월요일 22:55~23:25 •KBS초대석 월요일 13:00~15:00 	<ul style="list-style-type: none"> •생방송 혼저옵서예 금요일 18:20~19:20 •JIBS 토요일집 전국기행 토요일 08:35~9:45 •네트워크 현장! 고향이 보인다 월·화요일 14:10~05:10
쇼/오락프로그램	<ul style="list-style-type: none"> •얼씨구나 우리동네 화요일 18:20~19:15 •퀴즈쇼 제주야 놀자 수요일 18:20~19:15 	<ul style="list-style-type: none"> •보물섬 수요일 19:30~20:25 	<ul style="list-style-type: none"> •잘잘특공대 목요일 18:30~19:20

3) 라디오방송의 장르 구분

앞서 선행연구에서 살펴본 대로, 라디오는 편성표에 따라 프로그램이 운영되기 때문에 시간적인 제약은 있지만, 오디오 콘텐츠를 통해 언제 어디서나 이동 중에도 이용할 수 있어서 공간적인 제약은 없는 미디어라고 할 수 있다. 서비스적인 특성으로 보면, 오락적인 정보를 중심으로 하되 정보도 함께 제공하며, 많은 프로그램들이 문자나 전화 등을 이용해 청취자와 상호작용을 중시하는 매체라고 할 수 있다(심미선, 2006).

라디오방송 장르는 뉴스/시사, 생활/교통정보, 음악, 예능/오락, 기타 등 5가지로 구분했다. 각 설문문항들은 ‘전혀 청취하지 않는다’를 1점으로 ‘매우 자주 청취한다’를 5점으로 하는 리커트 척도로 만들었다.

4) 전국일간지의 섹션 구분

신문은 기존의 다른 미디어와 달리 장르에 따른 구분은 없다고 볼 수 있다(나은경, 2009). 다만 뉴스라는 대범주 내에 다양한 뉴스 정보의 구분이 가능하다.

이에 따라 종합일간지 조선일보, 중앙일보, 동아일보, 경향신문, 한겨레, 한국일보 등의 6개 일간지를 살펴보았다. 조선일보는 정치, 종합, 사회, 국제, 문화, 대중문화, 특집, 스포츠, 신문은 선생님, 신문활용교육, 사람들, 오피니언, 경제, 사이언스, TV프로그램, 건강 등으로 분류됐다. 중앙일보는 정치, 외교안보, 국제이슈, TV·운세, 스포츠, 사람 사람, 오피니언, 사회이슈, 사건과 사회, 국제, 문화, 경제 등으로 구분했다. 동아일보는 정치, 종합, 사회, 국제, 방송·가요, 영화, 공연리뷰, 미술, 스포츠, 투데이, 오피니언, 경제, 바둑·외국어·운세, TV프로그램 등이다. 경향신문은 정치, 종합, 국제, 사회, 경제, 사람과 사람, 문화, TV가이드, 스포츠, 오피니언 등이다. 한겨레는 정치, 종합, 기획, 사회, 스포츠, 지역, 국제, 경제, 문화, 사람, 오피니언, 방송연예 등으로 구분했다. 한국일보는 정치, 종합, 사회, 국제, 경제, 문화, TV마당, 교육, 스포츠, 웹터 배움터, 사람들, 오피니언 등으로 분류됐다.

종합일간지별로 용어의 사용이나 레이아웃 구성에 차이는 있었다. 종합적으로는 정치, 종합, 사회, 국제, 문화, 경제, 사람들, 오피니언, 생활정보, 연예/스포츠 등으로 구분할 수 있었다. 특히 신문의 1면을 종합면과 함께 구분한 것은 의제설정 이론 등이 시사하듯 신문의 1면은 해당 신문사의 기사의 중요도 판단을 알게 해주는 공간으로 독자들에게 가장 노출되는 지면이기 때문이다. 또한 신문의 1면은 정치, 경제, 사회, 문화 등 일반적인

기사 분류 방식에서 가장 중요한 뉴스를 보이는 종합면의 성격을 담고 있다.

이를 통해 각 전국일간지 섹션들을 1면/정치·종합면, 사회면, 국제면, 문화면, 경제/생활정보면, 오피니언면(칼럼, 사설, 기고), 연예/스포츠면, 기타 등 8가지로 구분했다. 각 설문문항들은 ‘전혀 읽지 않는다’를 1점으로 ‘매우 자주 읽는다’를 5점으로 하는 리커트 척도로 만들었다.

5) 지역일간지의 섹션 구분

제주지역 일간지⁶⁾는 제민일보, 제주일보, 한라일보, 제주매일, 제주신문 등 5개이다. 제민일보는 지역·종합, 종합, 사회, 청소년기자마당, 경제, 문화, 스포츠, 일과 사람들, 오피니언 등으로 분류됐다. 제주일보는 종합, 사회, 경제, 교육·문화, 스포츠, 사람과 사람들, 오피니언, 열린 페이지, 오피니언 등으로 구분됐다. 한라일보는 종합, 사회, 경제, 건강, 문화, 사람과 사람, 오피니언 등이다. 제주매일은 종합, 사회, 서귀포시, 스포츠, 경제, 사람과 사람, 종합계시관, 문화, 오피니언 등으로 분류됐다. 제주신문은 종합, 오피니언, 사회, 서귀포시, 스포츠, 경제, 정치·국제, 사람들, 교육·문화 TV·연예 등으로 구분됐다.

이를 통해 각 지역일간지 섹션들을 1면/종합면, 사회면, 문화면, 경제/생활정보면, 사람들면, 오피니언면(칼럼, 사설, 기고), 기타 등 7가지로 구분했다. 각 설문문항들은 ‘전혀 읽지 않는다’를 1점으로 ‘매우 자주 읽는다’를 5점으로 하는 리커트 척도로 만들었다.

6) 인터넷의 기능 구분

인터넷 이용행위를 장르별 이용패턴으로 측정했다. 우선 조윤경 등(2012)은 인터넷 이

6) 지난 1990년 석간체제로 창간한 제민일보는 1996년 4월부터 조간체제로 전환한 후 현재 16면을 발행하고 있다. 제주일보는 1945년 제주신보로 출발해 1962년에 제주일보로 제호를 변경했으며, 2004년 3월부터 24면 발행체제를 유지해오다 현재 16면으로 발행하고 있다. 1989년에 창간한 한라일보는 지난 2003년 10월 6일 조간체제로 전환해 현재 16면 발행하고 있다. 또 다른 제주지역 일간신문인 제주매일은 지난 1999년 3월 30일 화목요일 체제로 주간발행해 오다가 2004년 3월 30일 주간신문에서 조간체제로 전환해 일간발행되고 있으며, 2011년 3월 30일부터 제주타임스에서 제주매일로 제호를 변경해 현재 16면을 발행하고 있다. 2013년 11월 22일 창간한 제주신문은 현재 16면을 발행하고 있다.

용유형을 측정하기 위해, 11가지 인터넷서비스를 ① 정보 검색/지도 검색 ② 뉴스 보기 ③ 커뮤니티/카페/게시판 ④ 블로그 ⑤ SNS(페이스북, 트위터, 미투데이 등) ⑥ 문자 교환/ 메신저 ⑦ 이메일 ⑧ 동영상 보기(영화, UCC, TV다시보기) ⑨ 음악듣기 또는 음원 다운로드 ⑩ 게임하기 ⑪ 온라인 뱅킹, 상거래로 구분했다. 이를 다시 교류적 이용과 정보적 이용 그리고 오락적 이용으로 분류했다.

본 연구에서는 인터넷의 장르별 이용패턴을 12개의 인터넷 이용 항목 가운데 ‘포털에서 지식 정보검색을 한다’, ‘정치/시사 관련 정보를 본다’, ‘스포츠/연예/오락 관련 정보를 본다’ 등 인터넷을 자료와 정보를 찾는 것을 주된 이용목적으로 하는 3개 문항의 점수를 평균해서 ‘정보형’이라는 변수를 구성했고, ‘인터넷 게임을 한다’, ‘음악을 다운로드 하거나 감상한다’, ‘드라마나 영화 VOD를 본다’ 등 3개 문항의 평균점수를 구해서 ‘오락형’으로 측정했다. 또한 ‘인터넷 커뮤니티/카페/클럽 등을 이용한다’, ‘소셜네트워크(SNS)나 메신저를 통해 다른 사람들과 대화를 한다’, ‘인터넷으로 이메일을 주고 받는다’ 등 3개 문항에 대한 평균점수를 구해서 ‘관계형’이라는 변수를 측정했다. 마지막으로 ‘정치/시사 관련 온라인 토론에 참여한다’와 ‘연예/스포츠/오락 관련 토론에 참여한다’, ‘포털 기사나 블로그에서 각종 이슈에 대해 글을 올린다’ 등 인터넷 상에서 각종 이슈에 대해 토론에 참여하거나 자신의 글을 게재하는 것을 주된 이용목적으로 하는 3개 문항에 대한 평균점수를 구해서 ‘토론형’으로 측정했다. 각 설문 문항들은 ‘전혀 이용하지 않는다’를 1점으로 ‘매우 자주 이용한다’를 5점으로 리커트 척도를 만들었다.

7) 휴대폰의 기능 구분

휴대폰의 기능 분류로 김선남(2007)은 음성통화, 문자메시지, (동)영상 메일/메시지, 폰꾸미기(벨소리, 컬러링, 레터링), 상거래(폰뱅킹, 쇼핑, 주식거래), 사진찍기, mp3 파일로 음악듣기, 게임하기, 정보습득(날씨, 교통, 뉴스), 영화/비디오/드라마시청 및 애니메이션 감상, 편의기능(모닝콜, 계산기, 알람 이용), 일정 관리 등의 12개 항목으로 분류했다. 이상기와 김주희(2009)는 ‘휴대전화 이용 행태에 대한 조사’ 설문의 휴대전화 기능분류 13개 문항과 김선남(2007)의 12개 항목을 통해 휴대폰 기능을 14개 항목으로 정리했다. 여기에는 음성/영상통화, 문자메시지, 벨소리/컬러링/바탕화면꾸미기, 무선인터넷, 게임, 전자수첩기능, 전화번호부, MP3, 카메라, 위성/지상파 DMB, 모바일뱅킹, 블루투스,

이동식메모리, 국제로밍 등이 포함됐다.

위 두 연구자의 기능 항목을 참조하여, 휴대폰 기능을 음성(영상)통화, 문자(영상)메시지, 소셜네트워크 서비스 활용, 폰꾸미기(벨소리, 컬러링, 바탕화면), 사진찍기, MP3, 게임, 위성/지상파 DMB, 무선인터넷, 모닝콜, 계산기, 일정관리, 전자수첩기능, 전화번호부, 모바일뱅킹 등 14개 항목으로 분류했다. 이를 다시 휴대폰 기능 항목을 이용행위에 따라 ‘관계형’, ‘오락형’, ‘정보형’ 등 3개의 장르별 이용패턴으로 분류했다. ‘관계형’에는 음성(영상)통화, 문자(영상)메시지, 소셜네트워크서비스 등 3개 항목을, ‘오락형’에는 폰꾸미기(벨소리, 컬러링, 바탕화면), 사진 찍기, 음악감상, 게임, 위성/지상파 DMB 등 5개 항목을, ‘정보형’에는 인터넷 정보검색, 모닝콜, 전자수첩 기능, 전화번호부, 모바일뱅킹 등 5개 항목으로 분류했다. 기능이용 정도는 각 문항별로 ‘전혀 사용하지 않는다’를 1점으로, ‘매우 자주 이용한다’를 5점 리커트 척도로 측정했다.

4. 지역사회자본

사회자본에 대한 다양한 개념정의가 보여주듯, 사회자본의 복잡하고 다차원적 성격으로 인해 조작적 수준에서 합의된 개념정의에는 도달하지 못하고 있는 것이 현실이다(박희봉, 2002b; 유재원, 2000). 현재 단계에서는 사회자본으로 포함시킬 수 있거나 사회자본과 상관관계가 있다고 생각하는 일련의 개념들을 서로 분리하여 측정하는 방법이 사용되고 있다(유현숙, 2005). 앞서 논의된 선행연구들에서 사용되고 있는 설명변수로서의 사회자본의 구성은 신뢰, 상호호혜의 규범, 지역사회에 대한 기반, 지역사회 주민조직 또는 결사체에 대한 참여 등과 같이 주로 사회자본의 문화적 측면을 다루고 있다. 하지만 다차원성에서 초래되고 있는 개념화와 측정지표에 대한 불일치와 혼돈이 사회자본의 분석대상과 분석수준을 간과하고 있으며 단일한 연구에서 사회자본의 형성원, 연결망, 효과 등의 다차원적 속성을 모두 다루는 것은 사실상 불가능하다(김동윤, 2009)고 지적하고 있다.

본 연구에서는 사회자본의 다양한 차원분류와 관련하여 우선 지역사회의 공간적 범위에 초점을 두고, 지역사회를 중심으로 한 구성원과의 관계와 지역사회 활동을 중심으로 지역 사회자본의 차원을 구성해 보고자 한다.

이처럼 지역사회의 사회적 관계와 주민참여에 초점을 두고 사회자본의 차원을 구분한 예로 곽현근(2007a)의 변수를 고려해 일부 수정하고자 한다. 곽현근은 2000년 영국 통계청의 사회조사국이 개발한 일반가구서베이를 위한 설문조사에서 사회적 네트워크를 제외

한 ‘지역에 대한 관심’, ‘시민참여’, ‘지역주민에 대한 신뢰와 상호호혜’, 그리고 ‘사회적 지지’의 네 가지 차원에다가 기존의 다른 사회자본 연구의 측정도구를 참고로 하여 사회자본의 차원을 ‘지역공동체 의식’, ‘이웃과의 교류’, 그리고 ‘지역사회 애착’으로 분류했다. 그리고 지역사회에 대한 관심과 참여, 그리고 주민간의 관계를 넘어서서 주민의 정치참여는 정치적 제도와의 관계가 매우 중요하다는 판단 아래, 일반적으로 정치 문화적 관점에서 중요 변수로 채택하고 있는 ‘제도신뢰’와 ‘정치효능감’ 변수를 투표 참여의 설명변수로 포함시켰다(이건혁, 2002). 제도신뢰는 지역사회의 대표적인 기관인 지역언론, 광역자치단체, 동사무소, 지역출신 국회의원, 제주특별자치도 도의원, 검찰, 경찰 등 사법기관에 대해 각각 얼마나 신뢰하는지에 대해 물었다. 특히 높은 자기효능감은 관련된 분야의 행동을 할 가능성을 높이고 낮은 자기효능감은 그 가능성을 낮추고, 대체로 특정 과제를 수행하는 양과 자기효능감은 정적인 관계가 있다(정일권, 2012). 정치효능감은 정치에 대한 개인의 영향력을 측정하는 것으로 기존연구들에 따르면 정치효능감은 자기 자신에 대한 효능감과 체제에 대한 효능감으로 나타난다(송종길·박상호, 2006). 이러한 정치효능감은 정치적 행위를 통해 원하는 바를 달성할 수 있다는 믿음을 강화시켜 구체적인 참여 행위를 이끌어내 정치적 투표나 정치참여에 대한 매우 중요한 변인으로 간주되고 있다. 각 설문문항들은 ‘전혀 그렇지 않다’를 1점으로 ‘매우 그렇다’를 5점으로 리커트 척도를 만들었다.

<표 7> 지역사회자본 조사도구의 구성

측정요인	측정항목
지역공동체 의식(4문항)	<ul style="list-style-type: none"> · 나는 우리 동네에 살고 있는 대부분의 사람들을 믿을 수 있다. · 우리 이웃은 정서적으로 의지할 수 있는 사람들이 많이 살고 있다. · 나에게 어떤 문제가 생긴다면 이웃들로부터 도움을 받을 수 있다. · 우리 이웃사람들이 내 자신과 비슷하다고 생각한다.
이웃과의 교류(5문항)	<ul style="list-style-type: none"> · 나는 이웃과 종종 잡담을 나눈다. · 나는 종종 이웃을 도와주거나 도움을 받는다. · 나는 종종 이웃과 식사를 같이 하거나 함께 시간을 보낸다. · 나는 종종 이웃과 개인 문제에 대해 상의한다. · 나는 종종 이웃과 함께 사회적 모임을 갖는다.
지역사회	<ul style="list-style-type: none"> · 내가 살고 있는 지역에 대한 강한 애착을 가지고 있다.

애착(4문항)	<ul style="list-style-type: none"> · 다른 지역으로 이사 가야 한다면 지금 살고 있는 지역을 그리워할 것이다. · 내가 살고 있는 지역은 다른 지역보다 살기 좋은 곳이다. · 지금 살고 있는 지역에 자부심을 느끼고 있다.
제도신뢰(5문항)	<ul style="list-style-type: none"> · 신문과 방송 등 지역언론은 신뢰할 만하다. · 광역자치단체, 동사무소 공무원들은 신뢰할 만하다. · 지역출신 국회의원은 신뢰할 만하다. · 제주특별자치도 도의원은 신뢰할 만하다. · 검찰, 경찰 등 사법기관은 신뢰할 만하다.
정치효능감(5문항)	<ul style="list-style-type: none"> · 나는 지역사회의 중요한 정치적 쟁점들을 잘 이해하고 있다. · 나는 지역정치에 영향을 미칠 수 있을 만큼 충분한 자격을 갖추고 있다. · 나는 제주특별자치도가 한 일에 대해서 할 말이 많다. · 투표는 정부나 제주도가 하는 일에 대해서 영향을 주는 효과적 방법이다. · 나의 투표가 지역 발전과 변화를 가져올 것이라고 확신한다.

5. 정치참여

본 연구는 높은 수준의 지역사회자본은 지역의 정치발전을 도모하는 선행조건이라는 주장에 대해, 실제 사회자본이 지역주민의 정치참여에 영향을 미치는가를 실증적으로 파악하고자 한다. 사회자본은 지역사회 구성원들의 지역사회 활동의 정도나 사회관계를 대표하는 개념으로서, 정치참여 행위를 설명하거나 예측하는데 있어서 중요한 보완적 변수가 될 수 있다. 따라서 지역사회 구성원의 다른 지역사회 구성원과의 관계 및 지역사회에 대한 관심과 참여의 정도로서 사회자본이 개인의 정치참여 행위에 어떠한 관계에 있는지를 실증적으로 파악하는 것을 목적으로 한다. 사회자본의 효과적 측면 즉, 정치참여는 오프라인 정치참여와 온라인 정치참여로 구분해 오프라인 정치참여 3개 문항과 온라인 정치참여 4개 문항으로 구성한다. 이 측정 문항은 하종원(2006)과 류태건(2010)의 논문을 참고하여 재구성했다.

또한 정치참여와 관련하여 실제적인 투표 참여는 민주적 정부와 책임 있는 시민을 상징적으로 보여줄 뿐만 아니라, 한 지역의 정치적 건강상태를 보여주는 핵심이라고 할 수 있다. 아울러 투표 참여야말로 현대 민주사회에서 일반 대중들의 가장 보편적으로 제도화된 정치참여의 한 형태이므로, 가장 쉽고 일반적으로 측정할 수 있다. 이러한 목적을 위해 본 연구는 2014년 6월 4일에 치러지는 2014 전국동시지방선거에 초점을 두고자 한다. 이 이유는 가장 최근에 실시되는 선거이며, 지역사회 구성원들 사이의 사회적·심리적 유대로서

의 지역사회자본은 주민생활과 좀 더 밀접하고 직접적으로 상호영향력을 갖는 제주특별자치도지사, 제주특별자치도교육청교육감, 제주특별자치도의회의원 선거 등의 정치참여 기회를 통해 반영될 가능성이 높다고 보았기 때문이다.

이를 위해 투표참여 의향은 2014년 전국동시지방선거(2014년 6월 4일 시행)와 관련해 ① 투표에 참여할 것이다 ② 투표에 참여하지 않을 것이다 등의 2가지 문항을 가지고 측정한다. 제주지역 대통령 선거와 국회의원 선거 투표율은 전국평균과 비교해서 약간 높거나 낮은 것으로 나타나고 있다. 2012년 제18대 대통령 선거에서는 전국 평균 75.8% 보다 다소 낮은 73.3%를 보였다. 2012년 제19대 국회의원 선거에서는 전국 평균 54.3%보다 다소 높은 54.7%를 나타냈다. 하지만 2010년 제5대 동시지방선거에서는 제주지역 투표율이 65.08%로 전국 투표율 54.4% 보다 10% 이상 높게 나타나 제주지역의 지연, 학연, 혈연관계 등 복잡한 쉼당 중심의 지역적 특색이 여실히 드러났다.

<표 8> 정치참여 조사도구의 구성

측정요인	측정항목
오프라인 정치참여 (3문항)	<ul style="list-style-type: none"> · 정당·시민단체·사회운동 단체에 회원으로 가입한 경험이 있다. · 향의 시위나 집회에 참여한 경험이 있다. · 특정 정당이나 후보의 당선을 위해 선거자원봉사 활동에 참여한 경험이 있다.
온라인 정치참여 (4문항)	<ul style="list-style-type: none"> · 온라인 공간에서 진행되고 있는 청원·서명에 참여한 경험이 있다. · 정당이나 정치인, 시민단체와 SNS 친구 맺기를 한 경험이 있다. · 타인의 정치적 의사표현에 대해 댓글, 리트윗, 좋아요 등 지지를 표명한 경험이 있다. · 인터넷 블로그나 게시판에 사회문제에 관한 자신의 의견을 직접 작성한 경험이 있다.
투표참여 (2문항)	<ul style="list-style-type: none"> · 투표에 참여할 것이다 · 투표에 참여하지 않을 것이다

제3절 자료의 분석방법

본 연구의 연구문제 해결을 위해 앞서 제시된 방법과 절차에 따라 수집된 자료를 SPSS WIN 18.0패키지에 의해 분석했다. 최종 분석에 사용된 자료의 응답자는 모두 1348명이다. 본 연구문제 해결을 위해 실시된 통계분석 방법은 다음과 같다.

첫째, 주요 변인들을 기준으로 빈도, 백분율, 평균, 표준편차 등의 기술통계를 통해 변수들의 특성을 알아보았다.

둘째, 신뢰도 계수의 측정 방법인 크론바흐(Cronbach's) α 계수를 통해 응답자들이 얼마나 정직하게 설문조사에 응해주었는지를 알아보았다. 설문에서 얻어진 측정 자료의 신뢰도는 각 측정변인에 대해 크론바흐 α 계수를 산출한다. 크론바흐 α 계수는 문항의 내적 일관성에 대한 신뢰도로서, 복수의 문항으로 구성된 하나의 척도에서 문항 점수의 분산을 고려한 문항 간의 상호 상관의 평균을 의미한다(성태제, 2007). 크론바흐 α 계수는 0~1 사이의 값을 가지며, 계수가 높을수록 신뢰성이 높은 것으로 판단한다. 보통 사회과학에서는 .6 이상이면 신뢰도에 문제가 없는 것으로 간주하여 내적일관성이 있다고 판단한다(노경섭, 2014).

셋째, 인구사회학적 특성에 따른 미디어 이용 차이를 알아보기 위해 t-test와 일원변량 분석(One-Way ANOVA)을 실시했다. t-test는 모집단의 분산이나 표준편차를 알지 못할 때 모집단을 대표하는 표본으로부터 추정된 분산이나 표준편차를 이용해 검증하는 방법으로(이학식·임지훈, 2012), 본 연구에서는 성별과 출신지역별 차이를 알아보기 위해 쓰였다. 일원변량분석은 독립변수의 집단이 두 개 이상이며 종속변수가 등간척도 이상일 때 평균 값을 비교하여 통계적 유의성을 확인할 경우 변량분석을 사용한다. '집단 간에 차이가 있는가'에 대한 유의수준을 확인할 때, p값은 낮을수록, F값은 높을수록 집단 간에 차이가 있다는 의미이다. 또한 변량분석을 통해 집단 간에 차이를 확인할 수 있으나 정확한 차이를 알아보기 위해 사후분석을 추가로 실시한다. t-test에서는 연구가설이 채택되면 따로 사후분석이 필요 없이 A와 B 중 어떤 것이 큰 것인지 설명하면 되지만, 3개 이상의 집단을 비교하는 일원변량분석에서는 연구가설이 채택되면 반드시 사후분석을 해야 한다(이명천·김요한, 2014). 본 연구에서는 그 중 가장 일반적으로 쓰이는 Scheffe(C) 방법을 사용했다.

넷째, 다중미디어 이용에 있어서의 미디어 레퍼토리를 분류하기 위해 전체 집단을 특정한 기준으로 선별하는 군집분석(Cluster analysis)을 실시했다. 군집분석은 미디어 이용

량을 기준으로 미디어 이용행태가 유사한 사람들을 그룹으로 유형화시키는데 일반적으로 사용할 수 있는 방법이다(강남준 외, 2008). 군집분석은 먼저 기준을 정하고 그 기준에 부합하게 집단을 나누는 방법과 정해진 연산 규칙에 각각의 케이스를 조합해 가면서 데이터 스스로 집단 분류의 기준을 형성하는 방법이 있다. 이 두 가지 방법은 서로 장단점을 갖는데, 전자의 방법은 이미 검증된 이론적 기준에 따라 데이터를 분류하기 때문에 결과를 해석하기 용이하고, 비슷한 기준을 사용한 기존 연구와 비교가 가능하지만 합의된 검사나 측정도구 기준이 없거나 기준의 준거타당성(criterion-related validity)이 약한 경우에는 측정에 대한 타당도에 문제가 발생한다(신동호, 2010). 반면, K-평균 군집분석과 같이 일정한 연산 규칙에 따라 각 케이스를 조합하는 방법은 분류 기준이 따로 존재하지 않거나 합의하지 않을 경우 기준을 설정하는데 용이하지만, 그 결과를 해석하기는 쉽지 않다(강남준 외, 2008).

본 연구에서는 미디어 레퍼토리 분류를 위해 먼저 계층적 군집분석으로 적절한 군집의 수를 파악한 후 선행연구에서 사용한 미디어 이용량에 따른 상대적 미디어 이용지수를 활용하여 K-평균 군집분석을 실시했다. 상대적 미디어 이용지수는 개별 응답자의 미디어별 이용시간을 전체 표본의 미디어별 이용시간의 평균으로 나눈 값이다. 이는 동일한 이용시간이라 할지라도 개인별로 미디어에 따라 어떤 조합으로 이용하는지, 미디어 이용시간의 의미가 다를 수 있음을 반영하기 위해서다(성윤택, 2013). 예를 들어 TV시청이나 신문읽기, 인터넷 이용에 쓰인 시간은 각각 다르게 해석되어야 한다. 전체 응답자의 하루 평균 TV시청 시간이 60분, 신문읽기는 30분, 인터넷 이용시간이 120분이고, 한 응답자가 TV시청은 40분, 신문읽기는 25분, 인터넷은 80분을 이용한다고 응답한다면, 이 응답자의 미디어별 일평균 이용지수는 TV는 0.66, 신문은 0.83, 인터넷은 0.66이다. 결국 미디어의 절대적 이용시간을 기준으로 하면 ‘인터넷 중심’ 집단으로 분류되지만 상대적 미디어 이용지수를 활용하면 ‘신문 중심’으로 구분된다. 따라서 미디어 레퍼토리를 분석하고 유형화하기 위해서 미디어 이용의 상대성, 즉 일평균 미디어 이용지수를 사용하여 미디어 레퍼토리 유형을 구분하는 것은 미디어 레퍼토리 연구의 또 다른 방식이 될 수 있다(이찬구 외, 2009). 또한 상대적 미디어 이용지수는 현재 지상파TV에 집중돼 있는 국내 미디어 이용현황으로 인해 군집분류가 지상파TV를 중심으로 편향되게 이뤄지는 단점을 보완하기 위함이다(윤해진·문성철, 2010). 최종 분류된 유형은 각 미디어의 상대적 미디어 이용지수를 비교하여 순위를 매기고 미디어별 절대 이용 시간 및 미디어적 특징을 고려했다.

이와 함께 다중미디어 이용 군집별 인구사회학적 특성을 알아보기 위해 교차분석을 실

시했다. 교차분석은 모집단 간의 차이 또는 변수 간의 관계를 알아보기 위해 사용되는 분석방법이다. 차이 검증을 하고자 할 때, 종속변수가 등간척도이거나 비율척도로 측정됐을 때는 t-test를 사용하지만, 종속변수가 명명척도나 서열척도로 측정된 경우에는 교차분석을 사용해야 한다. 또한 다중미디어 이용 군집별로 미디어 장르 이용에 있어서 어떤 특성을 보이는가를 알아보기 위해 집단별 장르 이용 차이를 일원변량분석(One-Way ANOVA)을 통해 검증했다.

다섯째, 미디어 레퍼토리와 지역사회자본과의 관계를 알아보기 위해 종속변수가 2개 이상인 경우 집단 간 변수의 평균 차이를 비교하는 중다변량분석(MANOVA)을 실시했다. 또한 미디어 레퍼토리에 따라 오프라인과 온라인 정치참여 유형은 다르게 나타나는지를 중다변량분석을 통해 검증했다. 중다변량분석은 집단 간의 차이 분석방법으로 여러 종속변수를 함께 고려하는 ANOVA의 확장된 분석법으로 복잡한 관계성을 갖고 있는 종속변수의 효과를 동시에 고려하여 분석할 때 효과적이다. 특히 종속변수들의 상관관계가 높은 경우 ANOVA를 수차례 하는 대신 중다변량분석을 실시하는 것이 바람직하다(이학식·임지훈, 2012). 즉, 미디어 레퍼토리에 따라 종속변수인 지역공동체 의식, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도신뢰, 정치효능감 등 지역사회자본에 차이가 있는지를 검증할 수 있다. 더불어 미디어 레퍼토리에 따라 종속변수인 오프라인·온라인 정치참여에 차이가 있는지를 확인했다.

여섯째, 인구사회학적 변인, 미디어 이용자 집단, 미디어 장르별 이용, 지역사회자본의 5가지 요소, 사회자본 효과인 ‘정치참여(오프라인·온라인)’에 미치는 영향을 알아보기 위해 두변수 사이의 인과관계를 알 수 있고 이를 통해 한 변수로부터 다른 변수의 변화를 예측 가능케 하는 위계적 회귀분석(hierarchical regression analysis)을 실시했다. 위계적 회귀분석은 영향력이 큰 변수를 하나씩 투입해 가면서 독립변수들 가운데 가장 영향력이 큰 변수는 무엇이고, 가장 작은 영향력을 미치는 변수가 무엇인지를 확인할 수 있다.

또한 지역사회자본이 오프라인·온라인 정치참여에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중회귀분석(multiple regression analysis)을 이용했다. 다중회귀분석은 두 개 이상의 독립변수들과 하나의 종속변수의 관계를 분석하는 기법으로 단순회귀분석을 확장한 것이다(이학식·임지훈, 2012). 이와 함께 지역사회자본의 투표참여 여부에 대한 영향 요인을 알아보기 위해 종속변수가 가질 수 있는 결과가 단지 두 가지 밖에 없는 경우 사용하는 로지스틱 회귀(logistic regression) 분석을 실시했다. 로지스틱 회귀분석은 종속변수가 두 개의 집단과 같은 이분변수일 때 종속변수와 독립변수의 인과관계를 추정하는 통계적 모형이

다. 로지스틱 회귀분석은 독립변수가 선형임을 이용하여 사건의 발생 가능성을 예측하는 분석방법으로, 일반 회귀분석과 유사하지만 종속변수에 쓰이는 척도가 다르다는 차이가 있다(노경섭, 2014). 따라서 종속변수 값은 0과 1 사이의 값을 갖는다. 분석결과 종속변수 값, 즉 확률이 .5 보다 크면 그 사건이 일어나며 .5보다 작으면 그 사건이 일어나지 않는 것으로 예측한다(이학식·임지훈, 2012).

제5장 연구결과

제1절 인구사회학적 특성 및 측정척도의 신뢰도

1. 조사대상자의 인구사회학적 특성

본 연구에서 인구사회학적 특성으로 성별, 연령, 최종학력, 가계소득, 출신지역을 조사했다. 조사한 내용을 정리하면 <표 9>와 같다.

<표 9> 인구사회학적 특성

구분		사례수(N)	응답자 전체(%)
성별	남성	677	50.2
	여성	671	49.8
연령	20대	413	30.6
	30대	362	26.9
	40대	280	20.8
	50대	182	13.5
	60대 이상	111	8.2
학력	중학교 졸업 이하	77	5.7
	고등학교 졸업	281	20.8
	대학 재학	241	17.9
	대학 졸업	553	41.0
	대학원 재학 이상	196	14.5
소득수준	100만원 이하	77	5.7
	101~200만원	233	17.3
	201~300만원	377	28.0
	301~400만원	285	21.1
	401~500만원	227	16.8
	501만원 이상	149	11.1
출신지역	제주 도내	1177	87.3
	제주 도외지역	171	12.7
총계		1348	100.0

조사대상자의 성별에 따른 구분은 남성이 677명(50.2%), 여성이 671명(49.8%)으로 나타났다. 연령대별 구성은 20대가 413명(30.6%), 30대 362명(26.9%), 40대 280명(20.8%), 50대 182명(13.5%), 60대 이상 111명(8.2%)으로 조사대상자를 구분할 수 있다⁷⁾. 최종학력은 중학교 졸업이하가 77명(5.7%), 고등학교 졸업 281명(20.8%), 대학 재학 241명(17.9%), 대학 졸업 553명(41.0%), 대학원 재학 이상이 196명(14.5%)으로 나타났다. 가정의 월평균 소득수준은 100만원 이하가 77명(5.7%)을 차지했으며, 101~200만원 233명(17.3%), 201~300만원 377명(28.0%), 301~400만원 285명(21.1%), 401~500만원 227명(16.8%), 501만원 이상은 149명(11.1%)이다. 출신지역으로는 제주 도내가 1177명(87.3%), 제주 도외지역이 171명(12.7%)을 보였다.

2. 측정척도의 기술 통계 및 신뢰도

1) 측정척도의 기술 통계

<표 10>에서와 같이 미디어별 하루 평균 이용시간은 휴대폰이 133.07분으로 가장 많았고, 다음으로 전국TV방송 110.28분, 인터넷 90.42분, 라디오방송 33.46분, 지역TV방송 30.73분으로 나타났다. 반면에 전국일간지 10.98분, 지역일간지 9.42분으로 다른 미디어에 비해 신문을 읽는 시간이 크게 적은 것으로 나타났다.

또한 미디어 장르 및 기능이용에서 전국TV방송 시청은 전국 뉴스(3.55)와 쇼/오락(예능) 프로그램(3.28), 드라마(3.23) 시청 순으로 많았으며, 지역TV방송 시청은 지역 뉴스(3.01), 쇼/오락(예능) 프로그램(2.57), 시사·토론 프로그램(2.29) 순이다. 라디오방송 청취는 음악(2.50), 뉴스/시사(2.29) 순이다. 전국일간지는 1면/정치·종합(2.45), 사회(2.40), 연예/스포츠(2.34) 순으로 많이 읽었으며, 지역일간지는 1면/종합(2.39), 사회(2.30), 경제/생활문화(2.20) 순으로 읽기를 선호했다. 인터넷 이용은 지식 정보검색이나 정치/시사 관련 정보 습득, 스포츠/연예/오락 관련 정보를 알기 위한 정보형(3.27)이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 인터넷 커뮤니티나 소셜네트워크, 이메일 사용을 위한 관

7) 2014년 2월 28일 기준 제주특별자치도 인구통계조사표에 따르면 총인구수는 59만3806명으로 남성은 29만7504명(50.1%), 여성은 29만6302명(49.9%)이다. 연령대별 인구수는 20대가 6만8351명(남 3만6003명, 여 3만2348명), 30대 8만4793명(남 4만3559명, 여 4만1234명), 40대 10만5341명(남 5만4902명, 여 5만439명), 50대 8만7872명(남 4만4956명, 여 4만2916명), 60대 이상은 10만5588명(남 4만4097명, 여 6만1491명)으로 나타났다.

계형(2.65) 순이다. 휴대폰 이용은 통화나 메시지, SNS 활용을 통한 관계형(3.57)이 가장 높으며, 인터넷 정보검색 등 정보형(3.38) 순이다.

<표 10> 측정척도의 기술 통계

측정 척도		평균	표준편차	
미디어 이용 시간	전국TV방송	110.28	98.04	
	지역TV방송	30.73	44.84	
	라디오방송	33.46	83.70	
	전국일간지	10.98	22.56	
	지역일간지	9.42	21.80	
	인터넷	90.42	100.91	
	휴대폰	133.07	166.98	
미디어 장르 및 기능이용	전국TV 방송시청	전국 뉴스	3.55	1.93
		시사·토론 프로그램	2.61	1.16
		교양 프로그램	2.72	1.10
		쇼/오락(예능) 프로그램	3.28	1.18
		드라마	3.23	1.30
		스포츠	2.73	1.28
		영화	2.80	1.18
		기타	2.07	1.29
	지역TV시청	지역 뉴스	3.01	1.24
		시사·토론 프로그램	2.29	1.09
		교양 프로그램	2.26	1.05
		쇼/오락(예능) 프로그램	2.57	1.30
	라디오방송 청취	뉴스/시사	2.29	1.29
생활/교통정보		2.12	1.15	
음악		2.50	1.32	
예능/오락		2.12	1.19	
기타		1.70	0.93	

미디어 장르 및 기능이용	전국일간지 읽기	1면/정치·종합	2.45	1.35
		사회	2.40	1.30
		국제	2.17	1.18
		문화	2.27	1.23
		경제/생활정보	2.28	1.24
		오피니언(칼럼, 사설, 기고)	2.16	1.21
		연예/스포츠	2.34	1.26
		기타	1.82	0.99
	지역일간지 읽기	1면/종합	2.39	1.37
		사회	2.30	1.28
		문화	2.16	1.19
		경제/생활문화	2.20	1.21
		사람들	2.10	1.17
		오피니언(칼럼, 사설, 기고)	2.06	1.16
		기타	1.78	0.98
	인터넷 이용	정보형	3.27	1.09
오락형		2.35	1.10	
관계형		2.65	1.10	
토론형		1.59	0.82	
휴대폰 이용	관계형	3.57	1.03	
	오락형	2.52	0.92	
	정보형	3.38	1.06	

2) 측정척도의 신뢰도 결과

측정된 각 척도들에 대한 신뢰도(Cronbach's Alpha-내적 합치도 계수) 값이 <표 11>에 나타나 있다. 표와 같이 대부분의 척도들은 .70 이상의 비교적 만족할 만한 신뢰도를 보였다. 측정평균 중 가장 높은 값을 보인 것은 이웃과의 교류(0.93), 가장 낮은 값을 보인

변수는 정치효능감(0.78)으로 나타났다. 이상의 측정 항목 간 신뢰도 검증 결과, 양호한 결과가 나타났기 때문에 실제 연구문제 분석에서는 제외 항목 없이 모두 평균을 구해 사용했다.

<표 11> 측정척도의 신뢰도

측정 척도(문항수)		평균(항목분산)	신뢰도
지역사회 사회자본	지역공동체 의식(4)	3.01(1.05)	.87
	이웃과의 교류(5)	2.39(1.35)	.93
	지역사회 애착(4)	3.53(1.71)	.84
	제도신뢰(5)	2.78(1.10)	.82
	정치효능감(5)	2.90(1.17)	.78
정치참여	오프라인 정치참여(3)	1.91(1.31)	.80
	온라인 정치참여(4)	1.91(1.34)	.88

3. 인구사회학적 특성에 따른 미디어 이용 차이

인구사회학적 변인을 통해 대상 미디어의 이용차이를 분석한 결과는 <표 12>와 같다. 본 연구에서는 각 미디어를 기준으로 성별, 연령, 최종학력, 소득수준, 출신지역에 따라 이용차이가 발생하고 있는지 확인하고자 했다. 우선, 전체 이용자들의 각 미디어 평균 이용량은 전국TV방송이 110분, 지역TV방송이 31분, 라디오방송 33분, 전국일간지 11분, 지역일간지 9분, 인터넷 90분, 휴대폰 133분 정도로 나타났다. 이러한 전체 평균을 기준으로 각 인구사회학적 변인에 따른 미디어 이용량을 보면 다음과 같다.

첫째, 성별에 따른 각 미디어 이용차이를 살펴보면, 전국TV방송은 남성(105분)보다는 여성(115분)이 더 높은 평균이용량을 보였지만, 통계적으로 유의미하지는 않았다. 지역TV 방송은 남성(33분)이 여성(29분) 보다 많이 시청하고 있었지만 역시 통계적으로 유의미한 결과는 없었다. 라디오방송의 경우 남성(39분)이 여성(28분)보다 더 많이 청취하는 것으로 나타났다. 이를 전체 평균값과 비교해 보면 남성은 높은 평균청취량을, 여성은 낮은 청취량을 보이고 있었다.

이에 대한 통계적 검증결과(t-test)에서도 남성이 여성보다 높은 이용량을 유지하는 것이 통계적으로 유의미하게 확인됐다($t=2.61, p<.05$). 전국일간지와 지역일간지의 경우 남성과 여성 모두 저조한 평균이용량을 보였다. 구체적으로 보면 전국일간지는 남성(13분)이 여성(9분)보다 더 높은 평균이용량을 보이고 있었다. 전국일간지 이용에 대한 남성과 여성의 평균비교 결과는 통계적으로 유의미한 결과를 보였다($t=3.61, p<.05$). 지역일간지도 남성이 여성보다 평균이용량이 더 높았는데, 남성이 전체 평균보다 높은 13분 정도의 이용량을 보였고, 여성은 상대적으로 낮은 6분 정도의 평균이용량을 나타냈다. 이에 대한 평균의 차이는 통계적으로 유의미한 결과를 보였다($t=6.01, p<.05$). 인터넷의 경우 정보 매체로써 중요한 역할을 하고 있는데, 남성이 95분 정도로 여성 86분보다 평균이용량이 좀 더 높았지만, 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 못했다. 휴대폰은 남성(130분)보다 여성(137분)이 좀 더 이용하고 있는 것으로 나타났으나, 통계적으로는 유의미한 차이는 없었다. 성별을 기준으로 한 각 미디어 이용량을 분석한 결과 지역TV방송, 라디오방송, 전국일간지, 지역일간지, 인터넷은 남성이 높은 평균이용량을 보였으며, 여성은 전국TV방송, 휴대폰 등 단 2개 매체에서 더 높은 평균이용량을 나타냈다. 종합적으로 볼 때, 남성이 여성보다 전반적으로 뉴미디어나 이동가능한 미디어들을 더 높게 사용하고 있었다.

둘째, 연령에 대한 일원변량분석(One-Way ANOVA)을 실시한 결과를 보면 다음과 같다. 우선, 전국TV방송($F=9.16, p<.05$), 지역TV방송($F=13.42, p<.05$), 라디오방송($F=17.48, p<.05$), 전국일간지($F=11.31, p<.05$), 지역일간지($F=24.53, p<.05$), 인터넷($F=27.22, p<.05$), 휴대폰($F=73.45, p<.05$)은 5개 연령별 집단이 모두 유의미한 평균차이를 보이고 있었다.

구체적으로 우선, 전국TV방송을 보면, 나이가 들수록 높은 이용평가를 보이고 있었다. 20대는 95분, 30대는 104분, 40대는 113분, 50대는 131분, 60대 이상은 147분을 나타냈다. 이러한 결과를 기준으로 각 연령집단을 비교확인하기 위해 Scheffe(C) 사후검정으로 구체적인 평균차이를 분석했다. 그 결과, 전국TV방송에서는 20대가 30대보다 평균 10분을 덜 이용하는 것으로 확인됐지만 통계적으로는 유의미한 차이를 보이지 않았다. 20대와 40대는 평균 19분 차이로 20대가 덜 이용하는 것으로 확인됐고, 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았다. 다음 20대와 50대는 평균 36분 차이로 20대가 덜 이용하는 것으로 확인됐고, 통계적으로 유의미한 결과를 보였다($p<.001$). 또 20대와 60대 이상에서는 20대가 52분가량 덜 이용했고, 역시 통계적으로 유의미한 이용차이를 나타냈다($p<.001$). 30대는 40대(9분 차이), 50대(27분 차이)와 유의미한 이용차이를 보이지 않았지만, 60대 이상과

는 평균 43분 차이로 덜 이용했고, 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다($p=.003$). 40대는 50대와 유의미한 평균이용량 차이는 없었고(18분 차이), 60대 이상(34분 차이)은 유의미한 평균이용의 차이를 나타냈다($p=.046$). 마지막으로 50대와 60대는 16분 차이(50대 저조)가 있었지만 통계적으로 유의미한 차이는 없었다.

다음, 지역TV방송의 경우 연령이 높아질수록 평균이용량도 증가하는 차이를 보였다. 20대는 24분, 30대는 27분, 40대는 32분, 50대는 36분, 60대 이상은 56분 정도의 평균 이용량을 나타냈다. Scheffe(C) 사후검정을 통해 연령대별 차이를 살펴보면, 우선 20대는 30대보다 평균적으로 3분 정도를, 40대보다는 8분 정도를 덜 이용하고 있었지만 유의미한 차이는 없었다. 다음, 20대는 50대보다 12분 정도($p=.048$)를, 60대 이상보다는 33분 정도($p<.001$)를 이용하는 것으로 나타나 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다. 30대의 경우 40대 보다는 5분, 50대 보다는 9분 가량을 덜 이용하고 있었지만 통계적으로 유의미하지는 않았다. 다만 30대는 60대 이상보다는 29분가량 덜 이용해 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($p<.001$). 40대의 경우 50대 보다 4분 정도 덜 이용해 통계적으로 유의미한 차이가 없었지만, 60대 이상 보다는 24분 정도 덜 이용해 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($p<.001$). 50대의 경우 60대 이상과는 21분 정도 덜 이용해 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다($p=.005$).

다음, 라디오방송의 경우, 20~30대 보다는 40~60대 이상 연령에서 평균이용량이 높았다. 20대는 11분, 30대는 29분, 40대는 48분, 50대는 66분, 60대 이상에서는 40분의 평균 이용량을 보였다. Scheffe(C) 사후검정을 통해 구체적인 연령대별 차이를 보면, 20대는 30대 보다 18분 정도 덜 이용하고 있었지만, 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았다. 또한 20대는 40대보다 36분($p<.001$), 50대 보다 55분($p<.001$), 60대 이상보다 29분($p=.029$) 덜 이용하면서 통계적으로 유의미하지는 않았다. 30대는 40대 보다 18분, 60대 이상 보다 11분 정도 평균이용량이 적었지만, 통계적으로 유의미하지 않은 반면, 50대 보다는 37분 덜 이용하면서 통계적으로 유의미한 결과를 보였다($p<.001$). 40대의 경우 50대 보다는 19분 덜 이용하는 반면에 60대 이상보다는 8분 가량 더 이용하는 것으로 나타났으나, 모두 통계적으로 유의미하지는 않았다. 50대의 경우 60대 이상보다는 26분 가량 더 이용했지만 통계적으로는 유의미한 결과는 없었다.

다음, 전국일간지의 경우 연령이 많을수록 평균 이용량이 증가하는 특성을 보였다. 20대의 경우 평균 8분, 30대 7분, 40대 13분, 50대 18분, 60대 이상 14분 정도의 이용량을 나타냈다. Scheffe(C) 사후검정을 통해 구체적인 연령대별 차이를 보면, 20대는 30대 보

다 1분 정도를 더 이용했고, 40대 보다는 5분 덜 이용했지만, 통계적으로 유의미한 차이는 없었다. 또 20대는 50대와 10분 정도를 덜 이용하면서 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($p < .001$). 60대 이상과는 7분 정도 덜 이용했지만 통계적으로 유의미하지 않았다. 30대는 40대 보다 6분($p = .011$), 50대 보다는 12분($p < .001$) 덜 이용하면서 모두 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 60대 이상보다는 7분 정도 덜 이용했지만 통계적으로 유의미한 차이는 없었다. 40대는 50대 보다 5분 정도, 60대 이상보다는 1분 정도를 덜 이용했지만 통계적으로 유의미한 차이는 발견할 수 없었다. 50대의 경우 60대 이상보다는 4분 더 이용하고 있지만, 역시 통계적으로 유의미한 차이는 없었다.

다음, 지역일간지의 경우 전국일간지처럼 대체로 연령이 증가하면서 조금씩 평균이용량이 증가하는 특성을 보였다. 20대는 평균 4분, 30대는 7분, 40대는 12분, 50대는 13분, 60대 이상은 25분 정도의 평균 이용량을 나타냈다. Scheffe(C) 사후검정을 통해 구체적인 연령대별 차이를 보면, 20대는 30대보다 3분 정도를 덜 이용하고 있지만 통계적으로 유의미한 차이를 갖지는 못했다. 20대와 40대는 평균 7분의 차이로 20대가 덜 이용하는 것으로 확인됐고, 통계적으로 유의미한 결과를 보였다($p = .001$). 다음 20대와 50대는 9분($p < .001$) 정도를 덜 이용하고, 60대 이상과는 20분($p < .001$)을 덜 이용하고 있어 통계적으로 유의미한 평균 이용의 차이를 나타냈다. 30대는 40대보다 5분 정도 덜 이용했으나 통계적으로 유의미한 차이는 없었고, 50대(7분, $p = .020$), 60대 이상(18분, $p < .001$) 보다 덜 이용하면서 유의미한 평균 이용의 차이를 나타냈다. 40대는 50대 보다 2분 정도 덜 이용하면서 평균이용량에서 거의 차이가 없었고, 통계적으로 유의미하지 않았다. 50대는 60대 이상과 11분 정도를 덜 이용하면서 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다($p = .001$).

다음, 인터넷의 경우 전국TV방송, 지역TV방송, 라디오방송, 전국일간지, 지역일간지와는 정방대로 연령이 증가할수록 평균 이용량은 감소하는 차이의 패턴을 보였다. 20대는 118분, 30대는 104분, 40대는 78분, 50대는 60분, 60대 이상은 27분 정도의 평균이용량을 보였다. Scheffe(C) 사후검정을 통해 구체적인 연령대별 차이를 보면, 우선 20대는 30대보다 평균 14분을 더 이용하는데, 이러한 차이는 통계적으로 유의미한 차이는 없었다. 또한 20대는 40대보다 40분($p < .001$), 50대보다 58분($p < .001$), 60대 이상 보다 90분($p < .001$)을 더 이용하는 차이를 보이면서 모두 통계적으로 유의미한 결과를 보였다. 30대의 경우 40대 보다 26분($p = .027$), 50대 보다 44분($p < .001$), 60대 이상 보다 76분($p < .001$)을 더 이용하면서 통계적으로 유의미했다. 40대는 50대 보다 18분을 더 이용하고 있지만, 통계적으로 유의미한 차이는 없었다. 반면 40대는 60대 이상보다 51분을 더 이용하면서 통계적

으로 유의미한 차이를 나타냈다($p < .001$). 마지막으로 50대의 경우 60대 이상보다 32분가량을 더 이용했지만 통계적으로 유의미하지는 않았다.

다음, 휴대폰의 경우 인터넷처럼 연령이 증가할수록 평균 이용량은 대체로 감소하는 차이의 패턴을 보였다. 20대의 경우 평균 229분, 30대는 130분, 40대는 90분, 50대는 42분, 60대 이상은 43분 정도의 이용량을 나타냈다. Scheffe(C) 사후검정을 통해 구체적인 연령대별 차이를 보면, 우선 20대는 30대보다 99분($p < .001$), 40대 보다 139분($p < .001$), 50대보다 187분(.000), 60대 이상보다 186분($p < .001$)을 더 이용하면서 모두 통계적으로 유의미한 결과를 나타냈다. 30대는 40대 보다 40분($p = .028$), 50대 보다 87분($p < .001$), 60대 이상보다 87분($p < .001$)을 더 이용하면서 유의미한 차이를 보였다. 40대는 50대 보다 47분($p = .029$)을 더 이용하면서 통계적으로 유의미한 반면, 60대 이상보다는 역시 47분을 더 이용하지만 통계적으로 유의미한 차이는 없었다. 50대의 경우는 60대 이상과 평균이용량에서는 미미한 차이를 보이면서 통계적으로도 유의미하지 않았다.

셋째, 최종학력에 대한 일원변량분석(One-Way ANOVA)을 실시한 결과를 보면 다음과 같다. 우선, 전국TV방송($F = 10.33$, $p < .05$), 지역TV방송($F = 9.91$, $p < .05$), 라디오방송($F = 11.55$, $p < .05$), 지역일간지($F = 6.44$, $p < .05$), 인터넷($F = 15.83$, $p < .05$), 휴대폰($F = 31.72$, $p < .05$)은 5개 연령별 집단이 모두 유의미한 평균차이를 보이고 있다. 반면 전국일간지는 학력의 차이와는 무관한 것으로 유의미한 차이는 나타나지 않았다.

구체적으로 우선, 전국TV방송을 보면, 학력이 높아질수록 낮은 이용평가를 보이고 있다. 중학교 졸업 이하는 144분, 고등학교 졸업은 131분, 대학재학은 100분, 대학 졸업은 110분, 대학원 재학 이상은 82분을 나타냈다. 이러한 결과를 기준으로 각 학력별 집단을 비교 확인하기 위해 Scheffe(C) 사후검정을 통해 구체적인 학력별 차이를 보면, 중학교 졸업 이하는 고등학교 졸업보다 13분 더 이용하고 있지만, 통계적으로 유의미한 차이는 없었다. 대학 재학과는 44분을 더 이용하면서 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($p = .017$). 대학 졸업과는 35분을 더 이용했지만, 통계적으로 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 대학원 재학 이상과는 62분을 더 이용하면서 통계적으로 유의미한 결과를 보였다($p < .001$). 고등학교 졸업은 대학 재학보다 31분($p = .011$)을 더 이용하면서 유의미한 결과를 나타냈고, 대학 졸업보다는 21분을 더 이용했지만 통계적으로 유의미한 차이는 없었다. 대학원 재학 이상보다는 49분을 더 이용하면서 통계적으로 유의미했다($p < .001$). 대학 재학은 대학 졸업보다 9분을 덜 이용했고, 대학원 재학 이상보다는 18분을 더 이용했지만 모두 통계적으로 유의미하지 않았다. 대학 졸업은 대학 재학보다 9분을 더 이용했지만 통

계적으로 유의미하지 않은 반면, 대학원 재학 이상보다는 27분을 더 이용하면서 통계적으로 유의미한 결과를 보였다($p=.022$).

다음, 지역TV방송의 경우 전국TV방송처럼 학력이 높아질수록 낮은 이용평가를 보였다. 중학교 졸업이하는 54분, 고등학교 졸업은 38분, 대학 재학은 26분, 대학 졸업은 29분, 대학원 재학 이상은 22분의 평균 이용량을 보였다. Scheffe(C) 사후검정을 통해 구체적인 학력별 차이를 보면, 중학교 졸업 이하는 고등학교 졸업보다 16분 더 이용하고 있지만 통계적으로 유의미한 차이는 보이지 않았다. 반면 중학교 졸업 이하는 대학 재학보다 28분($p<.001$), 대학 졸업보다 24분($p<.001$), 대학원 재학 이상보다 32분($p<.001$)을 더 이용하면서 모두 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 고등학교 졸업은 대학 재학 보다 12분($p=.040$)을 더 이용하면서 유의미한 결과를 나타냈다. 또 대학 졸업보다는 9분을 더 이용했지만 통계적으로 유의미하지는 않은 반면 대학원 재학 이상보다는 16분을 더 이용하면서 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다($p=.005$). 대학 재학은 대학 졸업보다 3분을 덜 이용하고, 대학원 재학 이상보다는 4분을 더 이용했지만, 모두 통계적으로 유의미한 차이를 보여주지 못했다. 대학 졸업 역시 대학원 재학 이상보다 7분을 더 이용했지만 유의미한 차이는 나타나지 않았다.

다음, 라디오방송의 경우 대학 재학 학력의 집단에서 이용률이 매우 저조한 가운데 고학력자일수록 대체적으로 평균이용량이 떨어졌다. 중학교 졸업 이하는 55분, 고등학교 졸업은 55분, 대학 재학은 9분, 대학 졸업은 30분, 대학원 재학 이상은 34분의 평균이용량을 보였다. Scheffe(C) 사후검정을 통해 구체적인 학력별 차이를 보면, 전국TV방송의 경우 중학교 졸업 이하는 고등학교 졸업과 평균이용량에서는 거의 비슷했고, 통계적으로도 유의미한 차이를 발견하지 못했다. 또 중학교 졸업 이하는 대학 재학보다 46분 더 이용하면서 통계적으로 유의미한 결과를 보였다($p<.001$). 대학 졸업보다는 25분, 대학원 재학 이상보다는 21분을 더 이용했지만 통계적으로 유의미한 결과를 보여주지 못했다. 고등학교 졸업은 대학 재학보다 46분($p<.001$)을, 대학 졸업보다는 25분($p=.002$)을 더 이용하면서 모두 통계적으로 유의미한 결과를 나타냈다. 하지만 대학원 재학 이상보다는 21분을 더 이용했지만 유의미한 차이는 없었다.

다음, 전국일간지의 경우 중학교 졸업 이하에서 가장 낮은 이용량을 보이면서 대체로 학력별로 비슷한 평균 이용량을 보였다. 중학교 졸업 이하는 6분, 고등학교 졸업 12분, 대학 재학은 10분, 대학 졸업은 11분, 대학원 재학 이상은 11분 정도의 평균 이용량을 나타냈다. Scheffe(C) 사후검정을 통해 구체적인 학력별 차이를 보면, 어떤 경우에서도 통

계적으로 유의미한 차이를 보여주지 못했다. 중학교 졸업 이하에서는 고등학교 졸업보다 5분, 대학 재학보다 4분, 대학 졸업보다 5분, 대학원 재학 이상보다 5분 덜 이용했지만 유의미한 차이를 발견하지 못했다. 고등학교 졸업의 경우도 대학 재학보다 1분, 대학 졸업과 대학원 재학 이상과는 평균이용량에서 거의 차이가 없었고, 통계적으로 유의미하지 않았다. 대학 재학, 대학 졸업, 대학원 재학 이상간에서도 모두 통계적으로도 유의미하지 않았다.

다음, 지역일간지의 경우 중학교 졸업 이하에서는 15분, 고등학교 졸업은 12분, 대학 재학은 4분, 대학 졸업은 11분, 대학원 재학 이상은 7분 정도를 이용하고 있다. Scheffe(C) 사후검정을 통해 구체적인 학력별 차이를 보면, 중학교 졸업 이하는 대학 재학보다 11분을 더 이용하는 것으로 나타나 통계적으로 유의미했다($p=.005$). 하지만 고등학교 졸업보다 4분, 대학 졸업보다 5분, 대학원 재학 이상보다 8분을 더 이용했지만, 통계적으로 유의미하지 못했다. 고등학교 졸업도 대학 재학보다 7분을 더 이용해 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다($p=.004$). 반면에 대학 졸업과는 평균이용량에서 거의 차이가 없었고, 대학원 재학 이상보다 4분을 더 이용하고 있지만 통계적으로 유의미한 결과를 보여주지 못했다. 대학 재학은 대학 졸업보다 6분을 덜 이용하면서 유의미한 평균 이용의 차이를 나타냈다($p=.005$). 대학 졸업은 대학원 재학 이상보다 3분을 더 이용하고 있지만, 통계적으로 유의미하지 않았다.

다음, 인터넷의 경우 중학교 졸업 이하는 32분, 고등학교 졸업은 65분, 대학 재학은 113분, 대학 졸업은 99분, 대학원 재학 이상은 97분 정도의 평균이용량을 나타냈다. Scheffe(C) 사후검정을 통해 구체적인 학력별 차이를 보면, 중학교 졸업 이하는 고등학교 졸업보다 33분을 덜 이용하고 있지만, 통계적으로 유의미한 차이를 보여주지 못했다. 또 중학교 졸업 이하는 대학 재학보다 81분($p<.001$), 대학 졸업보다 67분($p<.001$), 대학원 재학 이상보다 64분($p<.001$)을 덜 이용하면서 모두 유의미한 차이를 보였다. 고등학교 졸업도 마찬가지로 대학 재학보다 48분($p<.001$), 대학 졸업보다 34분($p<.001$), 대학원 재학 이상보다 31분($p=.020$)을 덜 이용하면서 모두 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 대학 재학은 대학 졸업보다 14분, 대학원 재학 이상보다 16분을 더 이용했지만, 통계적으로 유의미한 차이를 보여주지 못했다.

다음, 휴대폰의 경우 중학교 졸업 이하와 대학원 재학 이상에서 평균이용량이 낮았고, 대학 재학에서 평균이용량이 매우 높게 나타났다. 중학교 졸업 이하는 85분, 고등학교 졸업은 132분, 대학 재학은 230분, 대학 졸업은 119분, 대학원 재학 이상은 73분의 평균이

용량을 보였다. Scheffe(C) 사후검정을 통해 구체적인 학력별 차이를 보면, 중학교 졸업 이하는 고등학교 졸업보다 47분 정도를 덜 이용하고 있지만, 통계적으로 유의미한 차이를 보여주지 못했다. 또 중학교 졸업 이하는 대학 재학보다 144분을 덜 이용하면서 통계적으로 유의미한 결과를 나타냈다($p < .001$). 대학 졸업보다는 34분을 덜 이용하고, 대학원 재학 이상보다는 13분을 더 이용했지만 통계적으로 유의미하지 못했다. 고등학교 졸업은 대학 재학보다 97분($p < .001$)을 덜 이용하면서 통계적으로 유의미한 결과를 나타냈고, 대학 졸업보다는 13분을 더 이용했지만 통계적으로 유의미하지 못했고, 대학원 재학 이상보다는 60분을 더 이용해 통계적으로 유의미했다($p = .003$). 대학 재학은 대학 졸업보다 110분($p < .001$), 대학원 재학 이상보다 157분($p < .001$)을 더 이용하면서 통계적으로 유의미한 결과를 보였다. 대학 졸업은 대학원 재학 이상 보다 47분을 더 이용하면서 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($p = .015$). 전체적으로 볼 때, 고졸 이하는 전국TV방송, 지역TV방송, 라디오방송 등의 올드 미디어에서 높은 이용량을 보였고, 대학 재학 이상은 인터넷, 휴대폰 등에서 높은 이용량을 보이며 유의미한 차이를 나타냈다. 하지만, 전국일간지나 지역일간지는 모두 평균이용량이 저조한 가운데 전국일간지는 유의미한 차이를 보여주지 못했다.

넷째, 가정의 월평균 소득수준에 대한 일원변량분석(One-Way ANOVA)을 실시한 결과를 보면 다음과 같다. 우선, 전국TV방송($F = 6.73, p < .05$), 지역TV방송($F = 5.90, p < .05$), 지역일간지($F = 2.79, p < .05$)는 소득수준별 집단이 유의미한 평균차이를 보이고 있다. 반면 라디오방송, 전국일간지, 인터넷, 휴대폰 등은 소득수준에 의한 이용량의 차이는 없었다.

구체적으로 우선, 전국TV방송을 보면, 대체로 소득수준이 높아질수록 평균이용량이 줄어드는 패턴을 보였다. 100만원 이하가 가장 높은 이용량(134분)을 보였고, 101~200만원 이하가 128분, 201~300만원 이하가 121분, 301~400만원 이하는 96분, 401~500만원 이하는 98분, 501만원 이상은 89분 정도의 평균이용량을 보였다. 구체적으로 Scheffe(C) 사후검정을 통해 소득수준별 차이를 보면, 100만원 이하 집단은 101~200만원 이하 집단보다 6분을 더 이용했고, 201~300만원 이하 집단보다는 13분, 301~400만원 이하 집단보다는 38분, 401~500만원 이하 집단보다는 36분, 501만원 이상 집단보다 45분을 더 이용했지만, 통계적으로 유의미한 차이는 없었다. 또 101~200만원 이하 집단은 201~300만원 이하 집단보다 7분 더 이용했으나, 통계적으로 유의미한 결과가 나타나지 않은 반면, 301~400만원 이하 집단보다는 32분($p = .017$), 401~500만원 이하 집단보다는 30분($p = .049$), 501만원 이상 집단보다는 39분($p = .013$)을 더 이용해 통계적으로 유의미한 결과를 나타냈다. 201~300만원

이하 집단은 301~400만원 이하 집단보다 25분, 401~500만원 이하 집단보다 23분을 더 이용했지만, 유의미한 결과는 나타나지 않은 반면 501만원 이상 집단보다는 32분을 더 이용해 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($p=.046$). 301~400만원 이하 집단은 401~500만원 이하 집단보다 2분을 덜 이용했고, 501만원 이상 집단보다는 7분을 더 이용했으나 통계적으로 유의미한 차이는 없었다. 401~500만원 이하 집단은 501만원 이상 집단보다 9분 정도를 더 이용했지만 유의미한 결과가 나오지는 않았다.

다음, 지역TV방송의 경우 100만원 이하가 가장 높은 이용량(47분)을 보였고, 101~200만원 이하가 40분, 201~300만원 이하가 31분, 301~400만원 이하는 24분, 401~500만원 이하는 27분, 501만원 이상은 27분의 평균이용량을 보였다. Scheffe(C) 사후검정을 통해 소득수준별 차이를 보면, 100만원 이하 집단은 101~200만원 이하 집단보다 7분, 201~300만원 이하 집단보다 16분 더 이용했지만, 통계적으로 유의미한 결과는 없었다. 301~400만원 이하 집단과는 23분($p=.006$), 401~500만원 이하 집단($p=.040$)보다는 20분 더 많이 이용해 통계적으로 유의미한 결과를 얻었다. 501만원 이상 집단과는 20분 더 이용했지만 유의미한 차이를 보이지 못했다. 101~200만원 이하 집단은 201~300만원 이하 집단보다 9분을 더 이용했지만 통계적으로 유의미한 차이가 없었고, 301~400만원 이하 집단보다 16분 더 이용해 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($p=.007$). 401~500만원 이하 집단보다는 13분, 501만원 이상 집단보다도 13분 더 이용했지만, 유의미한 차이를 보이지는 않았다. 201~300만원 이하 집단은 301~400만원 이하 집단보다 7분, 401~500만원 이하 집단보다 4분, 501만원 이상 집단보다 4분 정도를 더 이용하는 차이를 가졌지만 모두 유의미하지 않았다. 301~400만원 이하 집단은 401~500만원 이하 집단과 501만원 이상 집단보다 각각 3분씩을 덜 이용했지만 모두 유의미하지 않았다. 401~500만원 이하 집단은 501만원 이상 집단과 평균이용량에서는 차이가 미미했고, 통계적으로도 유의미한 결과를 보여주지 못했다.

다음, 라디오방송에서는 소득이 많을수록 대체로 이용량이 감소하는 경향을 보였다. 우선, 100만원 이하와 101~200만원 이하가 가장 높은 이용량(39분)을 보였고, 201~300만원 이하가 34분, 301~400만원 이하는 33분, 401~500만원 이하는 23분, 501만원 이상은 38분의 평균이용량의 차이가 있었다.

다음, 전국일간지는 대체적으로 저조한 이용 특성을 보이면서 소득에 상관없이 모든 소득 분포에서 10~12분 사이의 평균이용량을 보여 유의미한 차이를 갖지 못했다. 100만원 이하가 10분, 101~200만원 이하가 11분, 201~300만원 이하가 12분, 301~400만원 이하는 10분, 401~500만원 이하는 12분, 501만원 이상은 10만원의 평균이용량을 나타냈다.

다음, 지역일간지도 100만원 이하 집단이 좀 더 이용하면서 미미한 수준의 차이가 있었지만 Scheffe(C) 사후검정에서는 소득수준 차이에 따른 유의미한 차이의 결과는 없었다. 우선, 100만원 이하는 14분 정도, 101~200만원 이하는 10분, 201~300만원 이하는 12분, 301~400만원 이하는 9분, 401~500만원 이하는 6분, 501만원 이상은 7분의 평균이용량을 보였다.

다음, 인터넷에서는 소득이 높을수록 대체로 이용량이 증가했지만 유의미한 결과가 나오지는 않았다. 우선, 100만원 이하가 80분으로 가장 낮은 이용량을 보였고, 101~200만원 이하가 81분, 201~300만원 이하가 87분, 301~400만원 이하는 97분, 401~500만원 이하는 103분, 501만원 이상은 89분의 평균이용량을 보였다.

마지막으로 휴대폰에서는 소득수준이 높아질수록 이용량이 낮아지기는 했지만 그 차이가 그리 크지 않아 통계적으로 유의미하지 않았다. 우선, 100만원 이하는 124분, 101~200만원 이하는 146분, 201~300만원 이하가 140분, 301~400만원 이하는 136분, 401~500만원 이하는 129분, 501만원 이상은 100분의 평균이용량을 보였다.

다섯째, 출신지역에 따른 각 미디어 이용의 차이를 통계적 검증(t-test)에 따라 확인한 결과, 인터넷 평균이용량에서 도내 출신 집단이 도외 출신 집단보다 높은 이용량을 유지하는 것이 통계적으로 유의미하게 확인됐다($t=2.79$, $p<.05$). 그러나 전국TV방송, 지역TV방송, 라디오방송, 전국일간지, 지역일간지, 휴대폰 모두 출신지역과의 차이와 관계없이 유의미한 차이를 보이지 않았다.

우선, 전국TV방송의 경우 도내 출신 집단이 111분 정도를 이용해 도외 출신 집단(108분)보다 높게 나타났으나 통계적으로 유의미하지는 않았다. 지역TV방송은 도내 출신 집단이 31분, 도외 출신 집단이 27분으로 4분의 평균이용량 차이를 보였다. 라디오방송에서는 도내 출신 집단이 31분, 도외 출신 집단이 48분을 이용했다. 전국일간지는 도내 출신 집단과 도외 출신 집단이 모두 11분을 이용하는 것으로 나타났고, 지역일간지의 경우 도내 출신 집단은 10분, 도외 지역 출신집단은 8분으로 약간의 차이를 보였으나 통계적으로 유의미하지는 않았다. 인터넷은 도내 출신 집단이 93분으로 도외 출신 집단 73분보다 더 이용해 통계적으로 유의미한 차이를 보였다($p=.006$). 휴대폰은 도내 출신 집단이 135분, 도외 출신 집단이 120분의 평균이용량을 보였으나, 통계적으로 유의미한 차이가 검증되지 못했다.

<표 12> 인구사회학적 변인에 따른 매체별 이용시간 (평균, 표준편차)

구분	전국TV	지역TV	라디오	전국일간지	지역일간지	인터넷	휴대폰	
전체	110.28 (98.04)	30.73 (44.84)	33.46 (83.70)	10.98 (22.56)	9.42 (21.81)	90.42 (100.91)	133.07 (166.98)	
성별	남성	105.45 (93.26)	32.78 (44.72)	39.35 (98.21)	13.18 (24.15)	12.92 (26.17)	94.78 (101.69)	129.63 (165.22)
	여성	115.16 (102.48)	28.65 (44.91)	27.51 (65.45)	8.77 (20.62)	5.89 (15.49)	86.01 (100.01)	136.54 (168.78)
t값	-1.82	1.69	2.61*	3.61*	6.01*	1.60	-0.76	
연령	20대	94.58 (99.20)	23.77 (43.82)	11.30 (32.69)	8.40 (21.46)	4.28 (17.46)	117.72 (106.90)	229.28 (206.02)
	30대	104.35 (100.11)	26.98 (44.54)	29.24 (63.68)	7.04 (18.52)	6.89 (20.64)	103.68 (108.74)	129.82 (152.19)
	40대	113.16 (92.39)	32.27 (35.01)	47.64 (86.38)	13.46 (22.01)	11.59 (21.75)	78.05 (80.49)	89.93 (118.55)
	50대	130.88 (95.48)	35.91 (44.58)	66.32 (140.44)	18.74 (28.94)	13.43 (19.93)	59.53 (94.05)	42.47 (50.86)
	60대 이상	147.01 (90.47)	56.46 (59.94)	40.00 (113.36)	14.43 (23.95)	24.76 (32.15)	27.40 (52.46)	43.05 (72.45)
F값	9.16*	13.42*	17.48*	11.31*	24.53*	27.22*	73.45*	
학력	중졸	143.96 (108.53)	53.58 (65.39)	54.74 (139.82)	6.39 (19.66)	15.09 (33.46)	32.21 (82.85)	85.42 (202.10)
	고졸	130.89 (103.31)	38.02 (49.78)	55.00 (115.62)	11.69 (23.38)	11.55 (23.27)	65.11 (96.90)	132.15 (181.63)
	대재	100.05 (97.64)	25.68 (46.43)	9.19 (31.77)	10.41 (24.57)	4.09 (16.16)	113.31 (95.11)	229.66 (190.17)
	대졸	109.51 (97.62)	29.13 (39.67)	30.04 (66.06)	11.44 (21.87)	10.56 (22.99)	99.24 (104.68)	119.49 (145.77)
	대학원재학 이상	82.24 (76.19)	21.99 (34.03)	33.70 (79.83)	10.98 (22.56)	7.47 (13.84)	96.53 (94.15)	72.63 (89.55)

F값		10.33*	9.91*	11.55*	0.97	6.44*	15.83*	31.72*
소득	100 이하	133.90 (112.98)	46.95 (76.90)	39.22 (123.25)	10.13 (28.95)	13.64 (35.87)	79.62 (116.87)	124.10 (152.03)
	101~200	128.12 (105.47)	39.70 (48.52)	38.95 (92.25)	10.74 (22.41)	9.99 (22.48)	80.67 (91.52)	146.45 (177.97)
	201~300	120.86 (98.34)	30.98 (36.86)	33.65 (84.62)	12.27 (22.98)	11.68 (23.55)	86.82 (95.24)	140.07 (170.26)
	301~400	96.16 (78.03)	23.91 (36.63)	33.12 (77.07)	9.72 (20.26)	8.53 (21.12)	96.60 (107.61)	135.93 (181.28)
	401~500	97.93 (93.33)	26.94 (46.73)	23.28 (42.20)	11.63 (23.99)	6.43 (14.08)	103.08 (97.09)	128.66 (150.12)
	501 이상	89.25 (108.63)	26.50 (42.66)	37.55 (100.36)	9.97 (19.94)	6.88 (16.23)	89.21 (110.97)	100.30 (139.80)
F값		6.73*	5.90*	1.02	0.55	2.79*	1.65	1.68
출신 지역	도내	110.67 (97.69)	31.21 (44.16)	31.31 (79.26)	10.93 (22.12)	9.62 (21.79)	92.96 (102.74)	134.95 (168.33)
	도외	107.63 (7.70)	27.43 (49.27)	48.27 (108.63)	11.35 (25.45)	8.07 (21.96)	72.89 (85.55)	120.09 (157.192)
t값		0.38	1.03	-1.97	-0.23	0.87	2.79*	1.09

*P<.05

제2절 미디어 레퍼토리 유형 추출과 지역사회자본, 정치참여와의 관계

1. 미디어 레퍼토리의 유형 추출

미디어 레퍼토리 유형 추출을 위해 비계층적 군집화인 K-평균법(K-means)⁸⁾을 사용했다. K-평균법 군집분석을 실시한 이유는 계층적 군집분석에서는 자료의 수가 많을 경우 군집화 단계에 관한 정보의 산출이 느리고 복잡하며 난해하다는 단점이 있는 반면, K-평균 군집분석은 이러한 단점이 없으면서 군집화 속도가 빨라 자료의 수가 많을 경우 더욱 편리하다(김호정·허전, 2013). 특히 이 연구의 케이스가 1348명에 달하기 때문에 K-평균법을 사용했으며, 상대적 미디어 이용지수를 활용했다. 상대적 미디어 이용지수는 개별 응답자의 미디어별 이용시간을 전체 표본의 미디어별 하루 평균 이용시간의 평균으로 나눈 값이다. 이는 동일한 이용시간이라 할지라도 개인별로 미디어에 따라 그 이용시간의 의미가 달라짐을 반영하기 위한 것이다(성윤택, 2013). 이는 미디어 이용시간의 상대적 중요성 때문이다. K-평균법에서는 군집의 수를 정하는 것이 중요한 문제이다. 2, 3, 4, 5, 6, 7개 군집의 수를 모두 넣어보고 통계적 유의도와 군집중심값을 고려하여 반복 계산했다. 전국TV방송, 지역TV방송, 라디오방송, 전국일간지, 지역일간지, 인터넷, 휴대폰 등 개별 매체를 기준으로 최종적으로 군집의 분포 정도와 최종 군집중심을 기준으로 6개의 군집수를 정했다.

1) 미디어 레퍼토리 조합에 대한 분석 결과

7개의 모든 미디어 이용지수에 대한 군집분석을 실시해 6개의 세부 집단으로 분류할 수 있었다. 6개의 세부 집단은 신문 중심, 지역일간지 중심, 휴대폰-인터넷 중심, 다매체 중심, 지역TV방송 중심, 라디오방송 중심 등 6개로 구분됐다. 그 결과는 아래의 <표 13>에

8) K-평균법에서 K는 군집의 수를 의미한다. 이 방법은 대체로 다음과 같은 식으로 군집화가 진행된다. 먼저, 한 군집씨앗(cluster seed)이 선택되고 사전에 명시된 한정거리(threshold distance) 이내에 있는 대상들이 그 군집씨앗을 중심으로 군집화된다(이학식·임지훈, 2012). 다음으로 또다른 군집씨앗이 정해지고 같은 방식으로 군집화가 진행된다. 그런데 어떤 대상이 사전에 한 군집에 속해졌더라도 새로운 군집씨앗에 보다 가까우면 이 대상은 새로운 군집에 할당된다. 같은 방식으로 사전에 정해진 K개의 군집이 도출될 때까지 계속 진행한다. 군집화가 진행됨에 따라 각 군집의 중심점(centroid)이 달라진다(이학식·임지훈, 2012). 이 방법의 장점은 개체 수가 많은 큰 자료에 대해 신속하게 군집화를 할 수 있다는 점이다(허명희, 2013).

서 제시된 것과 같다.

군집 1은 235명으로 구성돼 있으며, 전국일간지 이용지수가 4.04로 가장 중심값이 높게 나타났고, 그 다음으로는 지역일간지 이용지수가 3.40으로 높게 나타났다. 즉, 신문 매체 이용시간이 지배적이고 여타 다른 매체의 이용률이 높지 않았다. 따라서 군집 1의 형태는 <신문 중심> 집단이라고 말할 수 있다. 군집 2는 가장 적은 19명으로 구성됐으며, 지역일간지 이용지수가 13.58로 다른 매체 이용과 비교했을 때 월등히 높았다. 따라서 <지역일간지 중심> 집단이라고 할 수 있다. 군집 3은 150명으로 구성됐으며, 휴대폰 이용지수가 3.53으로 나타났고, 다음으로 인터넷 이용지수가 2.20의 값을 보이고 있다. 인터넷과 휴대폰 이용지수가 다른 군집보다 2배 이상 많다. 즉, 군집 3의 형태는 <휴대폰-인터넷 중심> 집단이라고 할 수 있다. 군집 4의 경우는 가장 많은 825명으로 구성됐으며, 군집의 수를 달리하여 분석했을 때도 다른 집단에 비해 많은 케이스가 밀집해 있었다. 대체로 평균보다 낮은 값들을 보이고 있는 가운데 전국TV방송 이용지수, 인터넷 이용지수, 휴대폰 이용지수, 지역TV방송 이용지수, 라디오방송 이용지수 등이 비슷한 값을 보이고 있다. 따라서 7개의 모든 미디어에서 특정 매체의 이용지수가 눈에 띄게 높지 않아 <다매체 중심> 집단으로 분류할 수 있다. 군집 5의 경우는 71명으로 구성됐으며, 지역TV방송 이용지수가 5.27로 다른 미디어 이용지수에 비해 높은 값을 보이고 있다. 즉 <지역TV방송 중심> 집단으로 볼 수 있다. 마지막으로 군집 6은 48명으로 구성됐으며, 라디오방송 이용지수가 11.81로 월등히 높은 값을 보이고 있어, <라디오방송 중심> 집단으로 분류할 수 있다.

<표 13> 최종군집중심별 상대적 이용지수

요인명	군집분류						F값	유의확률
	군집1 n=235	군집2 n=19	군집3 n=150	군집4 n=825	군집5 n=71	군집6 n=48		
전국TV방송 이용지수	1.09	1.02	1.11	.89	1.79	.96	15.48	.000
지역TV방송 이용지수	1.31	2.41	.68	.56	5.27	1.16	307.23	.000
라디오방송 이용지수	.97	.93	.32	.54	.62	11.81	614.90	.000
전국일간지 이용지수	4.04	4.12	.14	.29	.24	.85	283.17	.000
지역일간지 이용지수	3.40	13.58	.07	.25	.38	.97	596.82	.000

인터넷이용 지수	1.06	1.09	2.20	.78	.97	.69	49.54	.000
휴대폰이용 지수	.70	.56	3.53	.63	1.33	.58	295.51	.000
	신문 중심	지역 일간지 중심	휴대폰- 인터넷 중심	다매체 중심	지역TV 방송 중심	라디오 방송 중심		

2) 인구사회학적 특성에 따른 미디어 레퍼토리 분석

인구사회학적 특성과 미디어 레퍼토리 유형 간에 어떤 관계를 나타내는지를 살펴보기 위해 응답자 성별, 연령, 최종학력, 소득수준, 출신지역과 미디어 조합 간에 교차분석을 실시했다. 분석 결과 모든 인구사회학적 특성에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였다⁹⁾.

우선, 성별에 따른 미디어 조합의 차이는 신문 중심(남성 60.9%, 여성 39.1%)과 지역일간지 중심(남성 78.9%, 여성 21.1%), 라디오방송 중심(남성 66.7%, 여성 33.3%)에서는 남성의 비율이 높게 나타난 반면 여성의 비율이 상대적으로 높게 나타난 집단은 없었다. 성별에 따른 미디어 조합의 차이는 통계적으로 유의미하게 나타났다($\chi^2=28.27$, $df=5$, $p<.001$).

연령별 미디어 조합의 차이에서는 신문 중심에서 40대 26.4%, 50대 22.6% 순으로 높았으며, 지역일간지 중심에서는 30대와 40대가 각각 26.3%로 가장 높게 나타났다. 휴대폰-인터넷 중심에서는 20대가 전체 응답자의 70% 비율로 월등히 높게 나타났으며, 30대도 22.0%에 달했다. 하지만 50대는 0%, 60대는 0.7%의 낮은 수치를 보였다. 다매체 중심에서는 30대(32.0%), 20대(28.5%), 40대(21.6%) 순으로 골고루 비슷한 수치를 나타냈다. 지역 TV방송에서는 20대(36.6%), 30대(23.98%), 60대 이상(16.9%)의 순으로 높게 나타났으며, 라디오방송 중심에서는 50대(33.3%), 40대(31.3%), 30대(16.7%)의 순으로 높은 수치를 보였다. 연령에 따른 미디어 조합의 차이는 통계적으로 유의미하게 나타났다($\chi^2=267.08$, $df=20$, $p<.001$).

최종학력별 미디어 조합의 차이에서 신문 중심에서는 대졸 이상(41.3%)에서 가장 높은 값을 보였으며, 고졸(25.1%)과 대학원 재학 이상(15.3) 순으로 높았다. 지역일간지 중심

9) χ^2 검증에서는 최소 기대빈도치가 5보다 작은 셀이 전체 셀의 20% 이하이면 이상적이다. 5보다 작은 기대빈도치가 많을 경우 사례수를 늘려서 재조사하거나, 두 문항을 합쳐서 빈도를 높이는 방법을 생각해 볼 수 있다(이석우, 2010, 141쪽). <표 14>에서는 5보다 작은 빈도치가 일부 있지만, 전체 셀의 20%를 넘지 않아 χ^2 검증을 실시했다.

에서는 대졸이 57.9%로 가장 높았으며, 휴대폰-인터넷 중심에서는 대재(43.3%)가 가장 높은 수치를 보였다. 다매체 중심과 지역TV방송 중심에서 모두 대졸이 각각 44.2%, 35.2%로 높게 나타났다. 라디오방송 중심에서는 고졸이 전체 응답자의 과반 이상이 되는 56.3%로 가장 높게 나타났으며, 대재가 2.1%로 가장 낮았다. 최종학력에 따른 미디어 조합의 차이는 통계적으로 유의미하게 나타났다($\chi^2=167.59$, $df=20$, $p<.001$).

소득수준별로는 신문 중심에서 201~300만원이 34.9%로 가장 높았으며, 지역일간지 중심에서도 31.6%로 201~300만원이 높게 나타났다. 휴대폰-인터넷 중심에서도 201~300만원에서 28.7%로 가장 높았다. 다매체 중심에서도 201~300만원이 26.2%, 301~400만원은 이보다 약 4% 낮은 22.1%를 보였다. 지역TV방송 중심에서 201~300만원이 25.4%로, 라디오방송 중심에서는 101~200만원이 29.2%로 가장 높게 나타났다. 소득수준에 따른 미디어 조합의 차이는 통계적으로 유의미하게 나타났다($\chi^2=60.81$, $df=25$, $p<.001$).

출신지역에 따른 미디어 조합에서는 지역TV방송 중심에서 93%로 가장 높게 나타난 반면, 라디오방송 중심에서 75%로 가장 낮은 수치를 보였다. 출신지역에 따른 미디어 조합의 차이는 통계적으로 유의미하게 나타났다($\chi^2=12.47$, $df=5$, $p=.029$).

<표 14> 다중미디어 이용 군집별 인구사회학적 특성(괄호는 %)

구분		신문 중심	지역일간지 중심	휴대폰-인터넷 중심	다매체 중심	지역TV 중심	라디오 방송 중심	전체	통계량
성별	남성	143 (60.9)	15 (78.9)	74 (49.3)	381 (46.2)	32 (45.1)	32 (66.7)	677 (50.2)	$\chi^2=28.27^*$ df=5 p<.001
	여성	92 (39.1)	4 (21.1)	76 (50.7)	444 (53.8)	39 (54.9)	16 (33.3)	671 (49.8)	
연령	20대	43 (18.3)	2 (10.5)	105 (70.0)	235 (28.5)	26 (36.6)	2 (4.2)	413 (30.6)	$\chi^2=267.08^*$ df=20 p<.001
	30대	35 (14.9)	5 (26.3)	33 (22.0)	264 (32.0)	17 (23.9)	8 (16.7)	362 (26.9)	
	40대	62 (26.4)	5 (26.3)	11 (7.3)	178 (21.6)	9 (12.7)	15 (31.3)	280 (20.8)	
	50대	53 (22.6)	1 (5.3)	0 (0)	105 (12.7)	7 (9.9)	16 (33.3)	182 (13.5)	
	60대	42 (17.9)	6 (31.6)	1 (0.7)	43 (5.2)	12 (16.9)	7 (14.6)	111 (8.2)	
	이상								

학력	중졸	12 (5.1)	2 (10.5)	5 (3.3)	43 (5.2)	8 (11.3)	7 (14.6)	77 (5.7)	$\chi^2=167.59^*$ df=20 p<.001
	고졸	59 (25.1)	5 (26.3)	28 (18.7)	140 (17.0)	22 (31.0)	27 (56.3)	281 (20.8)	
	대재	31 (13.2)	1 (5.3)	65 (43.3)	128 (15.5)	15 (21.1)	1 (2.1)	241 (17.9)	
	대졸	97 (41.3)	11 (57.9)	46 (30.7)	365 (44.2)	25 (35.2)	9 (18.8)	553 (41.0)	
	대학원 재학 이상	36 (15.3)	0 (0)	6 (4.0)	149 (18.1)	1 (1.4)	4 (8.3)	196 (14.5)	
소득	100 이하	10 (4.3)	2 (10.5)	10 (6.7)	37 (4.5)	12 (16.9)	6 (12.5)	77 (5.7)	$\chi^2=60.81^*$ df=25 p<.001
	101~200	41 (17.4)	5 (26.3)	30 (20.0)	129 (15.6)	14 (19.7)	14 (29.2)	233 (17.3)	
	201~300	82 (34.9)	6 (31.6)	43 (28.7)	216 (26.2)	18 (25.4)	12 (25.0)	377 (28.0)	
	301~400	45 (19.1)	4 (21.1)	33 (22.0)	182 (22.1)	11 (15.0)	10 (20.8)	285 (21.1)	
	401~500	36 (15.3)	1 (5.3)	27 (18.0)	152 (18.4)	11 (12.0)	0 (0.0)	227 (16.8)	
	501 이상	21 (8.9)	1 (5.3)	7 (4.7)	109 (13.2)	5 (7.0)	6 (12.5)	149 (11.1)	
출신 지역	도내	211 (89.8)	17 (89.5)	136 (90.7)	711 (86.2)	66 (93.0)	36 (75.0)	1177 (87.3)	$\chi^2=12.47^*$ df=5 p=.029
	도외	24 (10.2)	2 (10.5)	14 (9.3)	114 (13.8)	5 (7.0)	12 (25.0)	171 (12.7)	
전체		235 (100)	19 (100)	150 (100)	825 (100)	71 (100)	48 (100)	1348 (100)	

*P<.05

3) 미디어 장르이용 특성에 따른 미디어 레퍼토리 분석

다중미디어 이용 군집별로 미디어 장르 이용에 있어서 어떤 특성을 보이는가를 알아보기 위해 집단별 장르 이용 차이를 일원변량분석(One-Way ANOVA)을 통해 검증했다. 분석결과 모든 프로그램 장르에서 집단별 차이가 있는 것으로 나타났다.

분석결과를 전체 집단의 각 장르별 이용량 평균을 통해 살펴보면 신문 중심 집단은 전

국TV방송에서 전국뉴스, 시사토론 프로그램, 교양 프로그램, 스포츠, 영화에서 평균 이용량이 많았으며, 지역TV방송에서 지역뉴스, 시사토론 프로그램, 교양 프로그램을, 라디오 방송과 전국일간지, 지역일간지에서 모든 장르에 걸쳐 평균이용량이 높았으며, 인터넷 토론형 이용량이 상대적으로 다른 집단에 비해 많았다. 즉 신문 중심 집단은 전반적으로 인터넷과 휴대폰을 제외한 미디어에서 모든 장르 이용이 많은 것으로 나타났다.

지역일간지 중심 집단은 전국TV방송 장르에서 쇼/오락 프로그램만을 빼 나머지 장르에서, 지역TV방송, 전국일간지, 지역일간지 모든 장르에서, 라디오방송에서는 음악을 제외한 나머지 장르에서, 인터넷 관계형과 토론형에서, 휴대폰은 오락형에서 전체 평균보다 이용량이 많았다.

휴대폰-인터넷 중심 집단은 전국TV방송에서 쇼/오락 프로그램과 드라마, 영화를, 지역TV방송에서 쇼/오락 프로그램을, 라디오방송에서 예능/오락 프로그램을, 인터넷 토론형을 제외한 모든 인터넷, 휴대폰 장르에서 평균 이용량보다 장르 이용이 많은 것으로 나타났다. 즉 인터넷과 휴대폰에서 많은 이용량을 보이고 있는 가운데 TV와 라디오에서 예능/오락 프로그램 이용량이 많은 것으로 보아 오락과 여가목적의 미디어 이용패턴을 보이고 있었다.

다매체 중심 집단은 미디어별 모든 장르에 걸쳐 전체 평균 이용시간에 큰 차이가 없는 것으로 나타났다.

지역TV방송 중심 집단은 전국TV방송에서 쇼/오락 프로그램과 드라마, 스포츠 시청이, 지역TV방송 모든 장르 이용, 라디오방송에서 예능/오락 프로그램 이용이 상대적으로 많았으나, 다른 미디어의 장르에 걸쳐 전반적으로 이용량이 적었다.

라디오방송 중심 집단은 전국TV방송에서 뉴스와 시사토론 프로그램, 교양 프로그램, 지역TV방송에서 뉴스, 시사토론 프로그램, 교양 프로그램, 쇼/오락 프로그램이 상대적으로 이용량이 많았다. 라디오방송 이용에 있어서는 전 장르에 걸쳐 이용량이 가장 많았고, 전국일간지나 지역일간지 이용량은 전체 평균 이용시간에 별 차이가 없었다. 또 라디오방송 중심 집단은 인터넷과 휴대폰 장르이용에 있어서는 전 장르에 걸쳐 전반적으로 이용시간이 적었다.

<표 15> 다중미디어 이용 군집별 미디어 장르이용 특성(평균, 표준편차)

구분	신문 중심	지역일간 지 중심	휴대폰- 인터넷중심	다매체 중심	지역TV 중심	라디오방송 중심	전체	통계량 (F, df=5)	
전 국 T V 방 송	전국뉴스	4.06 (1.00)	4.21 (1.32)	2.83 (1.13)	3.45 (1.16)	3.37 (1.21)	3.75 (0.98)	3.50 (1.18)	24.65***
	시사토론 프로그램	3.20 (1.08)	3.53 (1.07)	1.89 (0.85)	2.55 (1.15)	2.46 (1.14)	3.02 (1.04)	2.61 (1.16)	31.41***
	교양프로 그램	3.10 (1.01)	3.05 (1.08)	2.08 (1.02)	2.71 (1.09)	2.68 (1.17)	3.02 (1.08)	2.72 (1.11)	17.66***
	쇼/오락 (예능) 프로그램	2.97 (1.15)	2.95 (1.22)	3.60 (1.22)	3.31 (1.17)	3.66 (1.08)	2.98 (1.19)	3.28 (1.18)	8.01***
	드라마	3.20 (1.25)	3.32 (1.57)	3.32 (1.36)	3.18 (1.30)	3.89 (1.00)	2.98 (1.31)	3.23 (1.30)	4.47***
	스포츠	3.00 (1.20)	3.26 (1.33)	2.69 (1.36)	2.65 (1.29)	2.72 (1.19)	2.79 (1.22)	2.73 (1.28)	3.53**
	영화	2.99 (1.18)	3.26 (1.60)	2.99 (1.22)	2.68 (1.17)	3.03 (1.01)	2.79 (1.18)	2.80 (1.19)	4.81***
지 역 T V 방 송	지역뉴스	3.59 (1.18)	3.53 (1.50)	2.37 (1.11)	2.92 (1.23)	3.21 (1.15)	3.38 (1.06)	3.01 (1.25)	22.20***
	시사토론 프로그램	2.86 (1.11)	3.42 (0.96)	1.79 (0.92)	2.19 (1.04)	2.28 (1.06)	2.54 (1.07)	2.29 (1.09)	27.56***
	교양프로 그램	2.64 (1.05)	2.79 (1.13)	1.89 (0.95)	2.18 (1.04)	2.58 (1.09)	2.40 (0.87)	2.26 (1.06)	13.82***
	쇼/오락 (예능) 프로그램	2.43 (1.17)	2.89 (1.15)	2.93 (1.43)	2.46 (1.30)	3.31 (1.25)	2.90 (1.13)	2.57 (1.30)	9.59***
라 디 오 방 송	뉴스/ 시사	2.68 (1.38)	3.11 (1.56)	1.79 (1.09)	2.20 (1.25)	2.15 (1.18)	3.25 (1.23)	2.29 (1.30)	17.32***
	생활/ 교통정보	2.39 (1.24)	2.68 (1.42)	1.75 (1.00)	2.04 (1.10)	2.08 (1.05)	3.19 (1.18)	2.12 (1.15)	16.47***
	음악	2.53 (1.30)	2.16 (1.21)	2.14 (1.30)	2.50 (1.30)	2.25 (1.25)	3.98 (1.30)	2.50 (1.33)	15.71***
	예능/ 오락	2.13 (1.14)	2.68 (1.49)	2.18 (1.38)	2.03 (1.14)	2.37 (1.37)	2.92 (1.09)	2.12 (1.20)	6.94***

전 국 일 간 지	1면/정치 종합	3.72 (1.12)	2.95 (1.47)	1.69 (1.02)	2.24 (1.26)	1.99 (1.10)	2.58 (1.18)	2.45 (1.35)	72.03***
	사회	3.51 (1.12)	3.21 (1.36)	1.73 (1.06)	2.22 (1.22)	2.00 (1.12)	2.52 (1.27)	2.40 (1.31)	57.76***
	국제	3.00 (1.15)	2.89 (1.48)	1.57 (0.89)	2.04 (1.13)	1.87 (1.04)	2.40 (1.11)	2.17 (1.19)	40.37***
	문화	3.05 (1.25)	3.00 (1.20)	1.75 (1.06)	2.13 (1.17)	2.03 (1.07)	2.40 (1.07)	2.27 (1.23)	31.43***
	경제/생활 정보	3.14 (1.18)	2.84 (1.26)	1.73 (1.04)	2.14 (1.18)	2.01 (1.10)	2.52 (1.24)	2.28 (1.24)	36.58***
	오피니언	3.20 (1.19)	2.74 (1.33)	1.61 (0.93)	1.95 (1.08)	1.99 (1.17)	2.48 (1.27)	2.16 (1.21)	57.85***
	연예/ 스포츠	3.11 (1.14)	2.95 (1.39)	1.97 (1.20)	2.18 (1.23)	2.28 (1.20)	2.48 (1.24)	2.34 (1.27)	25.77***
지 역 일 간 지	1면/종합	3.56 (1.29)	3.63 (1.42)	1.66 (1.02)	2.17 (1.25)	2.10 (1.20)	2.60 (1.33)	2.39 (1.37)	62.37***
	사회	3.27 (1.26)	3.58 (1.31)	1.62 (0.95)	2.12 (1.20)	2.15 (1.17)	2.42 (1.22)	2.30 (1.29)	49.85***
	문화	2.94 (1.21)	3.32 (1.29)	1.67 (0.98)	2.01 (1.13)	2.01 (1.10)	2.21 (1.03)	2.16 (1.20)	35.70***
	경제/생활 정보	3.00 (1.23)	3.21 (1.08)	1.70 (1.02)	2.04 (1.14)	2.10 (1.17)	2.33 (1.17)	2.20 (1.21)	34.89***
	사람들	2.94 (1.26)	3.37 (1.12)	1.59 (0.89)	1.94 (1.08)	1.92 (1.07)	2.13 (1.10)	2.10 (1.18)	42.91***
	오피니언	2.89 (1.27)	3.26 (1.24)	1.51 (0.83)	1.88 (1.03)	2.04 (1.13)	2.23 (1.34)	2.06 (1.16)	45.47***
인 터 넷	정보형	3.26 (1.14)	2.96 (1.21)	3.44 (0.88)	3.33 (1.10)	2.82 (1.10)	2.71 (0.99)	3.28 (1.09)	6.66***
	오락형	2.19 (1.07)	2.35 (1.35)	3.04 (1.07)	2.26 (1.04)	2.56 (1.21)	2.18 (1.25)	2.35 (1.10)	15.25***
	관계형	2.55 (1.20)	2.79 (1.34)	2.89 (1.01)	2.66 (1.09)	2.53 (1.12)	2.38 (1.07)	2.65 (1.11)	2.58*
	토론형	1.75 (1.00)	2.14 (1.04)	1.56 (0.80)	1.56 (0.78)	1.54 (0.78)	1.60 (0.66)	1.60 (0.82)	3.77**
휴 대 폰	관계형	3.38 (1.05)	3.23 (1.20)	4.16 (0.83)	3.57 (1.01)	3.41 (1.03)	3.08 (1.12)	3.57 (1.03)	15.09***
	오락형	2.32 (0.97)	2.57 (1.08)	3.07 (0.88)	2.47 (0.86)	2.73 (1.08)	2.39 (0.89)	2.52 (0.93)	14.88***
	정보형	3.12 (1.14)	3.24 (1.33)	3.74 (0.90)	3.43 (1.02)	3.29 (1.19)	2.90 (1.00)	3.39 (1.06)	9.22***

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

2. 미디어 레퍼토리와 지역사회자본과의 관계

미디어 이용 변수를 기준으로 군집별로 유형화된 다중미디어 이용자 집단이 지역사회자본과 어떠한 관계에 놓여있는지를 알아보기 위해 중다변량분석(MANOVA)을 실시했다. 이에 미디어 레퍼토리는 군집별로 분석된 모두 6개의 집단으로, 지역사회자본은 하부 구성개념들 즉, 지역공동체 의식, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도신뢰, 정치효능감 등 각각의 요인들을 합산하여 평균을 구하고 이를 지역사회자본으로 설정했다.

우선, 지역사회자본의 세부변인인 지역공동체 의식($F=15.66, p<.05$), 이웃과의 교류($F=24.00, p<.05$), 지역사회 애착($F=6.09, p<.05$), 제도신뢰($F=7.60, p<.05$), 정치효능감($F=12.82, p<.05$)에서 모두 유의미한 차이를 보인 것으로 나타났다. 지역사회자본의 세부요인의 상당 부분이 다중미디어 이용 군집에 의해 설명되고 있으며, 다중미디어 이용 군집별 지역사회자본 변수는 이웃과의 교류, 지역공동체 의식, 정치효능감, 제도신뢰, 지역사회 애착 순으로 설명력을 보였다. 즉, 각 종속변수에 대한 독립변수의 설명력을 나타내는 η^2 에 의하면 지역공동체 의식은 총 변화량의 6%, 이웃과의 교류는 8%, 지역사회 애착은 2%, 제도신뢰는 3%, 정치효능감은 5% 정도가 다중미디어 이용 군집에 의해 설명되고 있으며, 독립변수에 의해 가장 많이 설명되는 지역사회자본은 이웃과의 교류로, 종속변수들 중 이웃과의 교류가 다중미디어 이용 집단별 특성에 가장 많은 영향을 미치고 있다고 할 수 있다.

첫째, 지역공동체 의식에 대한 다중미디어 이용 군집별 차이를 살펴보면, 지역일간지 중심(3.41)에서 지역공동체 의식이 가장 큰 관계를 보였고, 휴대폰-인터넷 중심(2.57)에서 가장 낮은 값을 보였다. 즉 지역일간지를 이용하는 집단에서 지역공동체 의식이 가장 높았으며, 휴대폰-인터넷 중심 집단은 오히려 지역공동체 의식과는 가장 낮은 관계를 보이고 있었다. 이러한 결과를 기준으로 각 다중미디어 이용 군집별로 비교확인하기 위해 Scheffe(C) 사후검정으로 구체적인 평균차이를 확인했다. 그 결과, 신문 중심에서는 휴대폰-인터넷 중심($p<.001$), 다매체 중심($p<.001$), 지역TV방송($p=.038$)과 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 지역일간지 중심에서는 휴대폰-인터넷 중심($p=.006$), 휴대폰-인터넷 중심에서는 신문 중심($p<.001$)과 지역일간지 중심($p=.006$), 다매체 중심($p<.001$)과 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다. 다매체 중심에서는 신문 중심($p<.001$)과 휴대폰-인터넷 중심($p<.001$)과 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 지역TV방송 중심에서는 신문 중심($p=.038$)과 유의미한 차이를 보였으나, 라디오방송 중심에서는 다른 모든 다중미디어

이용 군집별로 통계적으로 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다.

둘째, 이웃과의 교류에서는 전반적으로 낮은 값들을 보이는 가운데 지역일간지 중심(3.03)에서 가장 높은 값을 보였고, 휴대폰-인터넷 중심(1.82)에서 가장 낮은 값을 보였다. Scheffe(C) 사후검정으로 구체적인 평균차이를 확인해보면 신문 중심은 휴대폰-인터넷 중심($p < .001$)과 다매체 중심($p < .001$)에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 지역일간지 중심은 휴대폰-인터넷 중심($p < .001$)과 유의미한 차이를 나타냈다. 휴대폰-인터넷 중심은 신문 중심($p < .001$), 지역일간지 중심($p < .001$), 다매체 중심($p < .001$), 지역TV방송 중심($p < .001$), 라디오방송 중심($p < .001$) 등 모든 군집별로 유의미한 차이를 보였다. 다매체 중심은 신문 중심($p < .001$)과 휴대폰-인터넷 중심($p < .001$), 라디오방송 중심($p = .006$)과 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 지역TV방송 중심은 휴대폰-인터넷 중심($p < .001$)과 유의미한 차이를 나타냈고, 라디오방송 중심은 휴대폰-인터넷 중심($p < .001$), 다매체 중심($p < .001$)과 통계적으로 유의미한 것으로 확인됐다.

셋째, 지역사회 애착에서는 전반적으로 높은 값들을 보이는 가운데, 지역일간지 중심(3.88)에서 가장 높은 값을 보였고, 휴대폰-인터넷 중심(3.14)에서 비교적 낮은 값을 나타냈다. Scheffe(C) 사후검정으로 구체적인 평균차이를 확인해보면 신문 중심은 휴대폰-인터넷 중심($p < .001$)에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 지역일간지 중심은 모두 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았다. 휴대폰-인터넷 중심은 신문 중심($p < .001$), 다매체 중심($p = .003$)에서 유의미한 차이를 보였다. 다매체 중심은 휴대폰-인터넷 중심($p = .003$)과 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 지역TV방송 중심과 라디오방송 중심은 각 군집에 대해 모두 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

넷째, 제도신뢰에서는 지역일간지 중심(3.06)에서 가장 높은 값을 보였고, 휴대폰-인터넷 중심(2.47)에서 가장 낮은 값을 나타냈다. Scheffe(C) 사후검정으로 구체적인 평균차이를 확인하면 신문 중심은 휴대폰-인터넷 중심($p < .001$)에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 지역일간지 중심은 모두 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았다. 휴대폰-인터넷 중심은 신문 중심($p < .001$), 다매체 중심($p = .002$)에서 군집별로 유의미한 차이를 보였다. 다매체 중심은 휴대폰-인터넷 중심($p = .002$)과 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 지역TV방송 중심과 라디오방송 중심은 모두 통계적으로 유의미하지 않았다.

마지막으로, 정치효능감에서는 지역일간지 중심(3.40)에서 높은 값을 보였고, 역시 휴대폰-인터넷 중심(2.65)에서 가장 낮은 값을 보였다. Scheffe(C) 사후검정으로 구체적인 평균차이를 확인해보면 신문 중심은 휴대폰-인터넷 중심($p < .001$)과 다매체 중심($p < .001$),

지역TV방송 중심(p=.002)에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 지역일간지 중심은 휴대폰-인터넷 중심(p=.008)과 유의미한 차이를 나타냈다. 휴대폰-인터넷 중심은 신문 중심(p<.001), 지역일간지 중심(p=.008), 다매체 중심(p=.002)에서 유의미한 차이를 보였다. 다매체 중심은 신문 중심(p<.001)과 휴대폰-인터넷 중심(p=.002)과 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 지역TV방송 중심은 신문 중심(p=.002), 휴대폰-인터넷 중심(p=.002)과 유의미한 차이를 나타냈고, 라디오방송 중심은 모두 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다.

<표 16> 다중미디어 이용 군집별 지역사회자본과의 관계(괄호는 표준편차)

구분	신문 중심	지역일간지 중심	휴대폰-인터넷 중심	다매체 중심	지역TV방송 중심	라디오방송 중심
지역공동체 의식	3.33 (0.87)	3.41 (1.14)	2.57 (0.86)	3.00 (0.84)	2.93 (0.95)	3.01 (0.86)
이웃과의 교류	2.83 (1.03)	3.03 (1.37)	1.82 (0.87)	2.31 (1.00)	2.53 (1.12)	2.92 (0.95)
지역사회 애착	3.73 (0.87)	3.88 (1.29)	3.14 (0.74)	3.55 (0.90)	3.40 (1.00)	3.51 (1.00)
제도신뢰	2.97 (0.76)	3.06 (0.92)	2.47 (0.75)	2.78 (0.81)	2.82 (0.82)	2.84 (0.70)
정치효능감	3.24 (0.69)	3.40 (0.96)	2.65 (1.01)	2.96 (0.74)	2.77 (0.84)	3.03 (0.86)

<표 17> 다중미디어 이용 군집별 지역사회자본과의 관계

종속변인	독립변인	Wilks의 람다	자유도	F	에타제곱(η^2)
지역공동체 의식	다중미디어 이용 군집	.87 (p<.001)	30	15.66*	.06
이웃과의 교류			30	23.10*	.08
지역사회 애착			30	6.09*	.02
제도신뢰			30	7.60*	.03
정치효능감			30	12.82*	.05

*p<.05

3. 미디어 레퍼토리와 정치참여와의 관계

다중미디어 이용자 집단이 오프라인·온라인 정치참여와의 관계에 대해 중다변량분석(MANOVA)을 실시했다. 이에 미디어 레퍼토리는 군집별로 분석된 모두 6개의 집단으로, 오프라인·온라인 정치참여에 대한 각각의 요인들을 합산하여 평균을 구하고 이를 정치참여로 설정했다.

우선, 오프라인 정치참여($F=9.27, p<.05$)에서는 다중미디어 이용 군집별로 유의미한 차이를 보였으나, 온라인 정치참여에서는 통계적으로 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다. 즉, 각 종속변수에 대한 독립변수의 설명력을 나타내는 η^2 에 의하면 오프라인 정치참여는 3% 정도가 다중미디어 이용 군집에 의해 설명되고 있다.

첫째, 오프라인 정치참여에 대한 다중미디어 이용 군집별 차이를 살펴보면, 라디오방송 중심(2.56)에서 가장 큰 관계를 보였고, 휴대폰-인터넷 중심(1.92)에서 가장 낮은 값을 보였다. 즉 라디오를 주로 이용하는 집단에서 오프라인 정치참여가 가장 높으며, 휴대폰-인터넷을 주로 이용하는 집단은 오히려 오프라인 정치참여와는 가장 낮은 관계를 보이고 있다. 이러한 결과를 기준으로 각 다중미디어 이용 군집별을 비교하기 위해 Scheffe(C) 사후검정으로 구체적인 평균차이를 확인했다. 그 결과, 신문 중심에서는 휴대폰-인터넷 중심($p<.001$), 다매체 중심($p=.004$), 지역TV방송($p=.457$)과 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 휴대폰-인터넷 중심에서는 신문 중심($p<.001$)과 라디오방송 중심($p=.002$)과 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다. 다매체 중심에서는 신문 중심($p=.004$)과 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 지역TV방송 중심에서는 신문 중심($p=.012$), 라디오방송 중심($p=.026$)과 유의미한 차이를 보였다. 라디오방송 중심에서는 휴대폰-인터넷 중심($p=.002$), 지역TV방송 중심($p=.026$)과 통계적으로 유의적인 차이가 있었다. 지역일간지 중심은 모두 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

둘째, 온라인을 통한 정치참여는 오프라인 정치참여보다 평균적으로 작은 값을 보이면서 통계적으로 유의미하지 않았다. 휴대폰-인터넷 중심(2.00)에서 가장 높은 값을 보였고, 지역TV방송 중심(1.67)에서 가장 낮은 값을 보였으나, 유의미하지 않았다. 이는 아직 까지도 인터넷이나 스마트폰을 통한 정치참여 수준은 미미하다는 풀이가 가능하다.

<표 18> 다중미디어 이용 군집별 정치참여와의 관계(괄호는 표준편차)

구분	신문 중심	지역일간지 중심	휴대폰-인터넷 중심	다매체 중심	지역TV방송 중심	라디오방송 중심
오프라인 정치참여	2.43 (0.95)	2.39 (1.07)	1.92 (0.86)	2.15 (0.86)	1.97 (0.80)	2.56 (0.98)
온라인 정치참여	1.98 (1.02)	1.78 (1.21)	2.00 (1.01)	1.91 (0.98)	1.67 (0.91)	1.80 (1.08)

<표 19> 다중미디어 이용 군집별 정치참여와의 관계

종속변인	독립변인	Wilks의 람다	자유도	F	에타제곱(η^2)
오프라인 정치참여	다중미디어 이용 군집	.95 ($p < .001$)	5	9.27*	.03
온라인 정치참여			5	1.53	.01

* $p < .05$

제3절 미디어 장르 및 기능이용이 지역사회본과 정치참여에 미치는 영향

1. 미디어 장르 및 기능이용의 인구사회학적 특성

1) 인구사회학적 특성에 따른 전국TV방송 장르 이용행태의 차이

성별, 연령, 최종학력, 소득수준, 출신지역의 인구사회학적 특성에 따른 전국TV방송 장르 이용행태를 분석했다. 우선, 성별에 따른 각 전국TV방송 장르의 이용차이를 살펴보면, 남성은 전국 뉴스, 스포츠, 쇼/오락 프로그램, 드라마, 영화 순으로, 여성은 전국 뉴스, 드라마, 쇼/오락 프로그램, 교양프로그램, 영화 순으로 높은 평균이용량을 보이고 있었다. 이에 대한 통계적 검증결과(t-test)에서는 시사토론 프로그램, 교양 프로그램, 쇼/오락 프로그램, 드라마, 스포츠, 영화에서 통계적으로 유의미하게 확인됐다($p < .05$). 연령별 전국TV방송 장르 이용행태에서 40대, 50대, 60대 이상의 높은 연령에서 전국 뉴스, 시사토론 프로그램, 교양 프로그램을 많이 시청하고 있으며, 20대, 30대는 쇼/오락 프로그램 시청량이 비교적 많았다. 드라마, 스포츠, 영화는 전 연령대에서 골고루 비슷한 평균이용량을 보였으며, 연령에 대한 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서도 모두 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($p < .05$). 학력별로는 전국 뉴스, 시사토론 프로그램, 교양 프로그램에서 학력에 상관없이 높은 값을 보였으나, 대학 재학생의 이용량이 가장 적었다. 반면 쇼/오락 프로그램과 영화에서는 대학 재학생의 평균이용량이 가장 높았다. 대학원 재학 이상의 고학력층은 전국 뉴스와 쇼/오락 프로그램, 교양 프로그램 순으로, 중졸 이하의 저학력층은 전국 뉴스, 드라마, 쇼/오락 프로그램 순으로 많이 시청하고 있다. 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서도 스포츠를 제외한 모든 전국TV방송 장르가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($p < .05$). 소득별로는 100만원 이하 저소득층이 드라마, 전국 뉴스, 쇼/오락 프로그램 순으로 시청을 많이 하고 있으며, 500만원 이상의 고소득층은 전국 뉴스, 쇼/오락 프로그램, 교양 프로그램 순으로 시청을 많이 하고 있었다. 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서는 전국 뉴스, 시사토론 프로그램, 교양 프로그램, 쇼/오락 프로그램은 소득에 상관없이 없으나, 드라마, 스포츠, 영화 등은 통계적으로 집단 간에 유의미한 차이가 있었다($p < .05$). 출신지역별로는 t-test 결과, 교양 프로그램과 쇼/오락 프로그램, 영화에서 유의미한 차이가 있었다($p < .05$).

<표 20> 인구사회학적 변인에 따른 전국TV방송 장르 이용(평균, 표준편차)

구분		전국TV방송 장르 이용							
		전국 뉴스	시사·토론 프로그램	교양 프로그램	쇼/오락 (예능) 프로그램	드라마	스포츠	영화	기타
성별	남성	3.54 (1.18)	2.70 (1.17)	2.63 (1.10)	3.18 (1.18)	2.96 (1.30)	3.25 (1.25)	2.94 (1.20)	2.10 (1.52)
	여성	3.55 (2.48)	2.53 (1.14)	2.81 (1.11)	3.39 (1.18)	3.50 (1.24)	2.21 (1.08)	2.66 (1.16)	2.04 (1.02)
t값		-.17	2.62*	-3.07*	-3.30*	-7.81*	16.27*	4.37*	0.94
연령	20대	3.03 (1.16)	2.17 (1.02)	2.41 (1.08)	3.69 (1.14)	3.25 (1.34)	2.67 (1.33)	2.95 (1.15)	2.15 (0.98)
	30대	3.34 (1.12)	2.42 (1.08)	2.57 (1.04)	3.39 (1.11)	3.19 (1.30)	2.61 (1.28)	2.67 (1.17)	2.07 (0.99)
	40대	3.94 (3.54)	2.95 (1.13)	2.99 (1.07)	3.03 (1.12)	3.10 (1.19)	2.71 (1.25)	2.82 (1.20)	2.02 (1.03)
	50대	4.14 (0.95)	3.17 (1.10)	3.22 (1.02)	3.01 (1.17)	3.25 (1.30)	3.05 (1.21)	2.71 (1.13)	2.20 (2.44)
	60대 이상	4.16 (1.01)	3.13 (1.27)	2.85 (1.20)	2.50 (1.12)	3.60 (1.34)	2.87 (1.20)	2.77 (1.40)	1.68 (0.98)
F값		19.13*	44.33*	25.41*	33.68*	3.19*	4.37*	3.22*	3.43*
학력	중졸	3.87 (1.03)	2.73 (1.24)	2.48 (1.15)	3.09 (1.33)	3.86 (1.27)	2.83 (1.24)	2.71 (1.30)	1.99 (1.03)
	고졸	3.77 (3.59)	2.78 (1.23)	2.79 (1.15)	3.13 (1.16)	3.45 (1.25)	2.89 (1.27)	2.90 (1.23)	1.91 (1.05)
	대재	2.99 (1.12)	2.15 (0.99)	2.40 (1.05)	3.77 (1.12)	3.28 (1.33)	2.71 (1.35)	3.03 (1.14)	2.20 (0.97)
	대졸	3.63 (1.12)	2.67 (1.14)	2.78 (1.06)	3.26 (1.12)	3.14 (1.26)	2.68 (1.23)	2.71 (1.14)	2.11 (1.61)
	대학원 재학 이상	3.55 (1.24)	2.76 (1.16)	2.93 (1.13)	3.04 (1.26)	2.88 (1.31)	2.64 (1.34)	2.68 (1.24)	2.04 (1.00)
F값		6.82*	12.55*	8.50*	14.42*	11.25*	1.78	4.28*	1.89

소득	100 이하	3.47 (1.22)	2.62 (1.32)	2.47 (1.24)	3.32 (1.31)	3.60 (1.36)	3.22 (1.28)	2.75 (1.23)	1.99 (0.99)
	101~200	3.56 (1.05)	2.55 (1.18)	2.70 (1.08)	3.42 (1.11)	3.46 (1.24)	2.75 (1.29)	2.96 (1.21)	2.01 (1.01)
	201~300	3.44 (1.19)	2.66 (1.10)	2.73 (1.04)	3.30 (1.15)	3.25 (1.26)	2.72 (1.22)	2.86 (1.18)	2.02 (1.00)
	301~400	3.72 (3.56)	2.62 (1.17)	2.76 (1.15)	3.28 (1.22)	3.16 (1.37)	2.74 (1.33)	2.75 (1.15)	2.19 (2.03)
	401~500	3.44 (1.21)	2.57 (1.17)	2.65 (1.11)	3.18 (1.24)	3.17 (1.28)	2.73 (1.30)	2.81 (1.16)	2.11 (1.00)
	501 이상	3.66 (1.21)	2.65 (1.17)	2.88 (1.15)	3.15 (1.15)	2.87 (1.25)	2.45 (1.21)	2.50 (1.21)	2.02 (1.04)
	F값	0.93	0.37	1.70	1.40	5.46*	3.75*	3.17*	0.86
출신 지역	도내	3.56 (2.02)	2.61 (1.14)	2.74 (1.10)	3.31 (1.17)	3.25 (1.29)	2.75 (1.28)	2.83 (1.18)	2.09 (1.33)
	도외	3.41 (1.24)	2.65 (1.33)	2.56 (1.15)	3.09 (1.25)	3.09 (1.36)	2.63 (1.26)	2.62 (1.23)	1.95 (0.97)
t값	0.98	-0.43	2.00*	2.24*	1.50	1.08	2.14*	1.32	

*P<.05

2) 인구사회학적 특성에 따른 지역TV방송 및 라디오방송 장르 이용행태의 차이

인구사회학적 특성에 따른 지역TV방송 장르 및 라디오방송 장르 이용행태를 분석했다. 우선, 성별에 따른 지역TV방송 장르의 이용차이를 살펴보면, 남성과 여성 모두 지역 뉴스 이용량이 가장 많았다. t-test 결과, 시사·토론 프로그램, 교양 프로그램, 쇼/오락 프로그램에서 통계적으로 유의미하게 확인됐다(p<.05). 연령별 지역TV방송 장르 이용행태에서 40대 이상 연령에서는 지역뉴스, 시사·토론 프로그램, 교양 프로그램을 많이 시청하고 있었다. 연령에 대한 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서도 모두 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다(p<.05). 학력별로는 지역 뉴스, 시사·토론 프로그램, 교양 프로그램에서 학력에 상관없이 높은 값을 보였으나, 대학 재학생의 이용량이 전 장르에서 가장 적었다. 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서도 모든 지역TV방송 장르가 통계적으로 유의미한 것으로 나타

났다($p < .05$). 소득별로는 501만원 이상 고소득층에서 전 장르에 걸쳐 지역TV방송 이용량이 가장 적었다. 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서는 쇼/오락 프로그램만이 통계적으로 유의미한 차이가 있었다. 출신 지역별로는 도외 출신지역 사람들은 도내 출신 보다 지역 TV방송 이용량이 전체적으로 낮았다. t-test 결과, 지역 뉴스와 교양 프로그램에서 유의미한 차이가 있었다($p < .05$).

인구사회학적 특성에 따른 라디오방송 장르 이용행태를 분석했다. 우선, 성별에 따른 각 라디오방송 장르의 이용차이를 살펴보면, 남성은 뉴스/시사, 생활/교통정보, 예능/오락에서 높은 청취량을, 여성은 음악에서 높은 값을 보였다. 이에 대한 통계적 검증결과(t-test)에서는 뉴스/시사, 음악에서 통계적으로 유의미하게 확인됐다($p < .05$). 연령별 라디오방송 장르 이용행태에서 40대는 모든 장르에서 가장 높은 청취량을 보였으며, 20대에서 가장 낮은 값들을 보였다. 연령에 대한 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서는 뉴스/시사, 생활/교통정보, 음악에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($p < .05$). 학력별로는 전반적으로 낮은 수치를 보이는 가운데, 재학 재학생의 라디오방송 청취율이 가장 떨어지는 것으로 나타났다. 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서도 뉴스/시사, 생활/교통정보, 음악, 예능/오락에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($p < .05$). 소득별로는 500만원 이상의 고소득층이 라디오방송 이용량이 전반적으로 낮은 가운데 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서는 예능/오락 장르만이 통계적으로 유의미한 차이가 있었다($p < .05$). 출신지역별로는 라디오방송 장르 이용에 있어서 골고루 비슷한 청취량을 보였으며, t-test 결과에서도 모든 라디오방송 장르에서 유의미한 차이가 없었다.

<표 21> 인구사회학적 변인에 따른 지역TV방송 및 라디오방송 장르 이용(평균, 표준편차)

구분	지역TV방송 장르 이용				라디오방송 장르 이용					
	지역 뉴스	시사 토론 프로그램	교양 프로그램	쇼/오락 (예능) 프로그램	뉴스/ 시사	생활/ 교통정보	음악	예능/ 오락	기타	
성별	남성	3.07 (1.23)	2.38 (1.11)	2.21 (1.04)	2.52 (1.27)	2.39 (1.34)	2.16 (1.15)	2.41 (1.29)	2.13 (1.17)	1.68 (0.91)
	여성	2.95 (1.27)	2.21 (1.07)	2.32 (1.08)	2.63 (1.33)	2.18 (1.24)	2.08 (1.15)	2.59 (1.36)	2.11 (1.22)	1.71 (0.95)
t값	1.77	2.83*	-1.97*	-1.43	2.91*	1.16	-2.53*	0.21	-0.71	

연령	20대	2.49 (1.20)	1.87 (0.89)	2.02 (1.04)	2.79 (1.44)	1.89 (1.12)	1.87 (1.05)	2.32 (1.32)	2.10 (1.28)	1.58 (0.86)
	30대	2.86 (1.22)	2.06 (0.99)	2.06 (1.01)	2.41 (1.30)	2.12 (1.19)	2.01 (1.08)	2.53 (1.31)	2.11 (1.20)	1.75 (0.97)
	40대	3.27 (1.14)	2.58 (1.10)	2.50 (1.05)	2.48 (1.15)	2.70 (1.28)	2.43 (1.17)	2.76 (1.28)	2.16 (1.11)	1.81 (0.95)
	50대	3.60 (1.03)	2.92 (1.11)	2.72 (0.99)	2.62 (1.19)	2.75 (1.41)	2.48 (1.28)	2.68 (1.37)	2.19 (1.17)	1.76 (0.96)
	60대 이상	3.83 (1.14)	2.88 (1.13)	2.46 (1.03)	2.48 (1.23)	2.54 (1.53)	2.08 (1.17)	2.11 (1.28)	1.99 (1.12)	1.59 (0.96)
F값	50.56*	55.35*	23.04*	5.09*	26.87*	15.89*	8.11*	0.61		3.61*
학력	중졸	3.62 (1.18)	2.61 (1.08)	2.43 (1.11)	3.06 (1.28)	2.32 (1.33)	2.26 (1.28)	2.40 (1.45)	2.22 (1.29)	1.68 (1.06)
	고졸	3.21 (1.24)	2.51 (1.12)	2.41 (1.03)	2.84 (1.25)	2.39 (1.34)	2.15 (1.15)	2.46 (1.33)	2.25 (1.17)	1.71 (0.95)
	대재	2.37 (1.08)	1.85 (0.87)	1.98 (0.99)	2.75 (1.47)	1.88 (1.10)	1.78 (1.01)	2.13 (1.27)	2.06 (1.33)	1.57 (0.88)
	대졸	3.05 (1.21)	2.31 (1.08)	2.33 (1.05)	2.49 (1.25)	2.38 (1.29)	2.20 (1.15)	2.61 (1.29)	2.16 (1.16)	1.76 (0.93)
	대학원 재학 이상	3.18 (1.30)	2.34 (1.18)	2.15 (1.11)	2.04 (1.11)	2.37 (1.39)	2.23 (1.22)	2.75 (1.38)	1.86 (1.08)	1.66 (0.93)
F값	25.02*	15.32*	7.10*	16.23*	7.60*	6.77*	7.68*	3.61*		1.80
소득	100 이하	3.14 (1.35)	2.40 (1.23)	2.25 (1.15)	2.97 (1.33)	2.27 (1.34)	2.16 (1.22)	2.55 (1.46)	2.34 (1.34)	1.79 (1.19)
	101~ 200	3.09 (1.17)	2.33 (1.13)	2.34 (1.08)	2.78 (1.31)	2.33 (1.24)	2.16 (1.05)	2.55 (1.30)	2.39 (1.26)	1.73 (0.90)
	201~ 300	3.01 (1.22)	2.34 (1.05)	2.27 (1.00)	2.66 (1.30)	2.32 (1.30)	2.20 (1.19)	2.51 (1.30)	2.21 (1.23)	1.73 (0.93)
	301~ 400	2.92 (1.26)	2.27 (1.09)	2.26 (1.10)	2.47 (1.31)	2.21 (1.26)	2.08 (1.13)	2.48 (1.31)	2.00 (1.09)	1.68 (0.92)
	401~ 500	3.03 (1.28)	2.33 (1.15)	2.33 (1.10)	2.48 (1.30)	2.29 (1.36)	2.09 (1.22)	2.45 (2.49)	1.99 (1.15)	1.67 (0.92)
	501 이상	2.99 (1.30)	2.05 (0.95)	2.03 (0.95)	2.17 (1.17)	2.30 (1.33)	1.97 (1.13)	2.49 (1.36)	1.79 (1.05)	1.58 (0.89)
F값	0.73	1.94	1.82	6.44*	0.28	0.99	0.17	6.84*		0.79

출신 지역	도내	3.05 (1.25)	2.31 (1.08)	2.28 (1.06)	2.58 (1.31)	2.29 (1.30)	2.12 (1.15)	2.50 (1.33)	2.12 (1.20)	1.69 (0.94)
	도외	2.75 (1.25)	2.18 (1.16)	2.11 (1.06)	2.51 (1.30)	2.30 (1.31)	2.16 (1.15)	2.51 (1.35)	2.15 (1.18)	1.71 (0.89)
t값		2.92*	1.51	2.08*	0.71	-0.11	-0.51	-0.15	-0.37	-0.26

*p<.05

3) 인구사회학적 특성에 따른 전국일간지 장르 이용행태의 차이

인구사회학적 특성에 따른 전국일간지 장르 이용행태를 분석했다. 우선, 성별에 따른 각 전국일간지 장르의 이용차이를 살펴보면, 남성은 여성보다 모든 전국일간지 장르에서 많이 이용하고 있으며, 통계적 검증결과(t-test)에서 1면/정치·종합, 사회, 오피니언, 연예/스포츠에서 통계적으로 유의미한 차이가 있었다(p<.05). 40대 이상이 20~30대에 비해 모든 장르에서 높은 이용량을 보이고 있었다. 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서도 모든 전국일간지 장르에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다(p<.05). 학력별로는 대학 재학생의 이용량이 가장 적었다. 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서도 연예/스포츠를 제외한 모든 전국일간지 장르가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다(p<.05). 소득별로는 소득이 커질수록 1면/정치·종합, 사회, 경제/생활정보 장르의 이용이 높아졌다. 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서는 사회, 국제면에서 통계적으로 집단 간에 유의미한 차이가 있었다(p<.05). 출신 지역별로는 t-test 결과, 모든 전국일간지 장르에서 유의미한 차이가 없었다.

<표 22> 인구사회학적 변인에 따른 전국일간지 장르 이용(평균, 표준편차)

구분		전국일간지 장르 이용							
		1면/ 정치·종합	사회	국제	문화	경제/ 생활정보	오피니언	연예/ 스포츠	기타
성별	남성	2.58 (1.38)	2.48 (1.31)	2.21 (1.17)	2.26 (1.18)	2.34 (1.24)	2.23 (1.22)	2.46 (1.28)	1.81 (0.99)
	여성	2.32 (1.31)	2.32 (1.30)	2.12 (1.20)	2.28 (1.28)	2.23 (1.23)	2.08 (1.20)	2.22 (1.25)	1.82 (1.01)
t값		3.57*	2.37*	1.42	-0.26	1.74	2.23*	3.54*	-0.19
연령	20대	2.22 (1.29)	2.18 (1.27)	1.95 (1.12)	2.12 (1.19)	2.04 (1.14)	1.97 (1.14)	2.29 (1.32)	1.79 (0.97)
	30대	2.10 (1.21)	2.09 (1.17)	1.95 (1.12)	2.06 (1.18)	2.06 (1.17)	1.86 (1.04)	2.17 (1.23)	1.74 (0.96)
	40대	2.76 (1.34)	2.74 (1.30)	2.46 (1.19)	2.57 (1.24)	2.61 (1.25)	2.42 (1.22)	2.44 (1.21)	1.96 (1.05)
	50대	2.87 (1.38)	2.75 (1.29)	2.55 (1.27)	2.59 (1.30)	2.62 (1.33)	2.52 (1.33)	2.55 (1.26)	1.88 (1.03)
	60대	2.95 (1.50)	2.77 (1.48)	2.31 (1.20)	2.19 (1.16)	2.54 (1.27)	2.59 (1.39)	2.50 (1.24)	1.70 (1.02)
	F값	22.39*	19.31*	16.42*	11.83*	17.09*	19.54*	3.98*	2.68*
학력	중졸	2.22 (1.24)	2.09 (1.25)	2.04 (1.25)	2.21 (1.21)	2.31 (1.30)	1.99 (1.22)	2.32 (1.35)	1.68 (1.10)
	고졸	2.48 (1.41)	2.43 (1.34)	2.10 (1.10)	2.14 (1.13)	2.25 (1.20)	2.15 (1.22)	2.39 (1.24)	1.76 (0.94)
	대재	2.16 (1.26)	2.15 (1.26)	1.89 (1.07)	2.06 (1.18)	1.98 (1.11)	1.98 (1.13)	2.20 (1.30)	1.73 (0.94)
	대졸	2.57 (1.34)	2.52 (1.27)	2.31 (1.20)	2.39 (1.23)	2.42 (1.24)	2.24 (1.19)	2.41 (1.25)	1.90 (1.03)
	대학 원재 학	2.49 (1.42)	2.45 (1.38)	2.26 (1.30)	2.38 (1.41)	2.30 (1.35)	2.24 (1.32)	2.25 (1.25)	1.85 (1.03)
	F값	4.51*	4.61*	6.06*	4.51*	5.37*	2.60*	1.54	1.98

소득	100 이하	2.19 (1.33)	2.12 (1.31)	2.10 (1.25)	2.13 (1.25)	2.19 (1.30)	1.87 (1.19)	2.40 (1.40)	1.70 (1.07)
	101~200	2.35 (1.29)	2.24 (1.20)	2.00 (1.11)	2.24 (1.17)	2.19 (1.14)	2.06 (1.18)	2.26 (1.22)	1.73 (0.93)
	201~300	2.47 (1.35)	2.44 (1.31)	2.09 (1.10)	2.17 (1.14)	2.23 (1.19)	2.23 (1.22)	2.37 (1.24)	1.84 (1.02)
	301~400	2.43 (1.37)	2.38 (1.31)	2.20 (1.21)	2.28 (1.27)	2.30 (1.28)	2.12 (1.20)	2.33 (1.28)	1.79 (0.98)
	401~500	2.59 (1.40)	2.59 (1.38)	2.39 (1.32)	2.43 (1.33)	2.44 (1.33)	2.32 (1.27)	2.41 (1.29)	1.90 (1.00)
	501 이상	2.50 (1.35)	2.44 (1.31)	2.25 (1.18)	2.34 (1.29)	2.36 (1.28)	2.12 (1.20)	2.30 (1.27)	1.91 (1.05)
	F값	1.34	2.43*	3.11*	1.61	1.36	2.33	0.41	1.23
출신 지역	도내	2.47 (1.35)	2.41 (1.31)	2.18 (1.18)	2.27 (1.30)	2.29 (1.23)	2.17 (1.22)	2.35 (1.26)	1.83 (1.01)
	도외	2.32 (1.35)	2.30 (1.31)	2.08 (1.22)	2.22 (1.24)	2.26 (1.289)	2.05 (1.16)	2.26 (1.30)	1.75 (0.94)
t값	1.30	1.03	1.02	0.58	0.24	1.23	0.88	0.91	

*p<.05

4) 인구사회학적 특성에 따른 지역일간지 장르 이용행태의 차이

성별, 연령, 최종학력, 소득수준, 출신지역의 인구사회학적 특성에 따른 지역일간지 장르 이용행태를 분석했다. 우선, 성별에 따른 각 지역일간지 장르의 이용차이를 살펴보면, 남성이 여성보다 지역일간지의 모든 장르에서 이용이 많았다. 이에 대한 통계적 검증결과 (t-test)에서는 1면/종합, 사회, 경제/생활정보, 사람들, 오피니언에서 통계적으로 유의미한 차이가 있었다(p<.05). 다만 문화면에서는 통계적으로 유의미하지 않았다. 연령별 지역일간지 장르 이용행태에서는 전국일간지와 마찬가지로 40대 이상 중장년층에서 높은 열독률을 보였다. 특히 50대, 60대 이상의 높은 연령에서 사람들에게 대한 이용률이 높았는데, 이는 제주지역의 지역성을 보여주고 있다. 주변 사람들의 관혼상제를 돌아보려는 특유의 켄당문화로 인해 나타나는 현상이라고 설명할 수 있다. 연령에 대한 일원변량분석 (One-Way ANOVA)에서도 모든 지역일간지 장르에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다 (p<.05). 학력별로는 대학 재학생들의 지역일간지 열독량이 다른 학력에 비해 낮은 수치

를 보이고 있었다. 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서도 모든 지역일간지 장르가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($p < .05$). 소득별로는 지역일간지 열독량에 영향을 미치지 못하고 있었다. 소득별 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서 모든 장르에서 집단 간에 유의미한 차이가 없었다. 출신 지역별로는 t-test 결과, 모든 지역일간지 장르에서 유의미한 차이가 없었다.

<표 23> 인구사회학적 변인에 따른 지역일간지 장르 이용 (평균, 표준편차)

구분		지역일간지 장르 이용						
		1면/종합	사회	문화	경제/생활 정보	사람들	오피니언	기타
성별	남성	2.57 (1.43)	2.45 (1.32)	2.20 (1.15)	2.29 (1.22)	2.16 (1.20)	2.16 (1.20)	1.83 (0.99)
	여성	2.20 (1.30)	2.14 (1.24)	2.12 (1.24)	2.11 (1.20)	1.96 (1.12)	1.96 (1.12)	1.74 (0.97)
t 값		4.92*	4.47*	1.21	2.86*	3.30*	3.17*	1.73
연령	20대	1.99 (1.20)	1.92 (1.12)	1.88 (1.09)	1.86 (1.04)	1.78 (1.00)	1.74 (0.99)	1.61 (0.87)
	30대	2.15 (1.27)	2.04 (1.76)	2.00 (1.15)	1.99 (1.14)	1.88 (1.08)	1.84 (1.05)	1.70 (0.91)
	40대	2.72 (1.36)	2.60 (1.31)	2.44 (1.22)	2.50 (1.26)	2.39 (1.19)	2.31 (1.18)	1.99 (1.05)
	50대	2.81 (1.39)	2.72 (1.28)	2.52 (1.22)	2.60 (1.27)	2.47 (1.19)	2.45 (1.21)	1.98 (1.09)
	60대 이상	3.14 (1.61)	3.07 (1.49)	2.48 (1.21)	2.72 (1.30)	2.71 (1.47)	2.70 (1.41)	1.86 (1.12)
F 값		30.98*	34.20*	18.29*	27.03*	29.05*	30.48*	9.13*

학력	중졸	2.31 (1.41)	2.32 (1.29)	2.12 (1.22)	2.29 (1.27)	2.01 (1.14)	1.99 (1.18)	1.75 (1.10)
	고졸	2.44 (1.39)	2.38 (1.33)	2.09 (1.07)	2.25 (1.20)	2.23 (1.25)	2.14 (1.19)	1.73 (0.94)
	대재	1.90 (1.12)	1.84 (1.06)	1.76 (0.99)	1.72 (0.91)	1.73 (0.99)	1.69 (0.95)	1.58 (0.85)
	대졸	2.54 (1.40)	2.41 (1.31)	2.33 (1.24)	2.34 (1.24)	2.18 (1.17)	2.14 (1.17)	1.88 (1.02)
	대학원재학 이상	2.53 (1.41)	2.39 (1.33)	2.32 (1.33)	2.30 (1.32)	2.20 (1.24)	2.19 (1.25)	1.87 (1.02)
F값		10.27*	9.55*	10.85*	12.27*	7.89*	8.02*	4.47*
소득	100 이하	2.12 (1.36)	2.17 (1.29)	2.05 (1.19)	2.09 (1.25)	1.97 (1.18)	1.96 (1.19)	1.69 (1.02)
	101~200	2.32 (1.31)	2.21 (1.17)	2.07 (1.10)	2.16 (1.15)	1.99 (1.07)	1.93 (0.98)	1.67 (0.85)
	201~300	2.44 (1.39)	2.34 (1.31)	2.14 (1.14)	2.19 (1.16)	2.14 (1.19)	2.10 (1.17)	1.82 (0.96)
	301~400	2.34 (1.35)	2.25 (1.29)	2.15 (1.21)	2.15 (1.22)	2.06 (1.20)	2.05 (1.20)	1.78 (1.03)
	401~500	2.50 (2.41)	2.42 (1.35)	2.30 (1.28)	2.35 (1.30)	2.25 (1.21)	2.19 (1.22)	1.83 (1.00)
	501 이상	2.41 (1.40)	2.27 (1.32)	2.22 (1.29)	2.21 (1.28)	2.11 (1.23)	2.03 (1.22)	1.85 (1.09)
F값		1.20	0.96	1.09	0.95	1.44	1.35	1.06
출신 지역	도내	2.40 (1.38)	2.31 (1.30)	2.16 (1.19)	2.20 (1.21)	2.11 (1.18)	2.07 (1.17)	1.79 (0.99)
	도외	2.29 (1.31)	2.18 (1.22)	2.15 (1.25)	2.20 (1.23)	2.08 (1.20)	1.99 (1.13)	1.77 (0.94)
t값		0.97	1.30	0.13	-0.05	0.25	0.78	0.26

*P<.05

5) 인구사회학적 특성에 따른 인터넷 및 휴대폰 이용행태의 차이

성별, 연령, 최종학력, 소득수준, 출신지역의 인구사회학적 특성에 따른 인터넷 및 휴대폰 이용행태를 분석했다. 우선, 인터넷에 대한 이용패턴을 살펴보면, 성별에 따라 남성

은 지식정보 검색 등의 정보형, 인터넷게임 등의 오락형, 온라인이나 블로그에서 이뤄지는 토론형에서 여성보다 많은 이용량을 보인 반면, 여성은 커뮤니티, 카페 활동 등의 관계형에서 높은 이용량을 보였다. 이에 대한 통계적 검증결과(t-test)에서는 오락형, 관계형, 토론형이 통계적으로 유의미하게 확인됐다($p < .05$). 연령별 인터넷 이용행태에서 고령일수록 인터넷 이용량이 가장 적었다. 이는 인터넷 접근성에 대한 정보격차에 따른 결과라고 볼 수 있다. 지식 정보 검색이나 인터넷 뉴스 이용 등의 정보형에서는 사회활동이 가장 활발한 30대에서 가장 높은 이용량을 보인 가운데 20대, 40대 순으로 나타났다. 인터넷 게임이나 드라마, 영화 등의 VOD시청 등의 오락형에서는 20대가 월등히 높은 이용량을 보인 가운데 연령이 증가할수록 이용량이 줄어들고 있음을 알 수 있었다. 인터넷 커뮤니티 활동 등을 나타내는 관계형에서도 20대에서 가장 높았다. 온라인으로 정치/시사 등의 토론을 즐기는 토론형에서는 전 연령대에 걸쳐 전반적으로 낮은 이용량을 보였다. 연령에 대한 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서도 모두 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($p < .05$). 학력별로는 인터넷 이용유형에서 고학력일수록 각 기능별로 이용량이 많음을 알 수 있었다. 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서도 모든 장르가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($p < .05$). 소득별로는 고소득자일수록 정보형과 관계형에 대한 이용량이 많은 반면, 오락형과 토론형에서는 그러하지 않았다. 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서는 모두 통계적으로 집단 간에 유의미한 차이가 있었다($p < .05$). 출신지역별로는 t-test 결과, 정보형과 오락형에서만 유의미한 차이가 있었다($p < .05$).

인구사회학적 특성에 따른 휴대폰 장르 이용행태를 분석했다. 우선, 성별에 따른 각 휴대폰 이용차이를 살펴보면, 남성이 여성보다 관계형, 오락형, 정보형 모두에서 이용량이 적었다. 이에 대한 통계적 검증결과(t-test)에서는 모든 이용패턴에서 통계적으로 유의미한 차이가 있었다($p < .05$). 연령별 휴대폰 이용행태에서는 모든 연령층이 음성통화나 문자 메시지 활용 등의 관계형으로 가장 많이 사용하고 있지만, 20~30대는 다른 고연령대에 비해 오락형과 정보형으로 많이 사용하고 있었다. 여기에서 50대 이상은 휴대폰의 고유기능인 주변사람과의 교류를 위한 통화목적으로 사용하고 있었음을 알 수 있다. 연령에 대한 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서도 모든 휴대폰 기능이용에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($p < .05$). 학력별로는 대학 재학생들의 휴대폰 기능이용이 가장 높았다. 반면 고졸 이하의 학력일수록 휴대폰 기능이용이 많이 낮았다. 일원변량분석(One-Way ANOVA)에서 모두 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($p < .05$). 소득별로는 관계형과 정보형에서 골고루 높은 이용량을 보인 가운데 오락형에서는 전반적으로 낮은 수치를 보였다. 소득별

일원변량분석(One-Way ANOVA)에서 모든 장르에서 집단 간에 유의미한 차이가 있었다 ($p < .05$). 출신지역별로는 t-test 결과, 휴대폰 이용에 있어서 차이를 발견하지 못했다.

<표 24> 인구사회학적 변인에 따른 인터넷 및 휴대폰 기능이용(평균, 표준편차)

구분		인터넷 기능이용				휴대폰 기능이용		
		정보형	오락형	관계형	토론형	관계형	오락형	정보형
성별	남성	3.26 (1.06)	2.42 (1.15)	2.59 (1.07)	1.69 (0.88)	3.49 (1.02)	2.44 (0.91)	3.26 (1.06)
	여성	3.29 (1.12)	2.28 (1.04)	2.71 (1.14)	1.51 (0.75)	3.66 (1.03)	2.60 (0.93)	3.51 (1.05)
t 값		-0.54	2.41*	-2.14*	3.96*	-2.92*	-3.20*	-4.46*
연령	20대	3.55 (0.90)	3.11 (0.96)	3.04 (0.95)	1.67 (0.84)	4.04 (0.88)	3.02 (0.85)	3.73 (0.87)
	30대	3.62 (0.90)	2.35 (1.02)	2.86 (1.04)	1.58 (0.82)	3.73 (0.89)	2.57 (0.85)	3.74 (0.88)
	40대	3.26 (0.97)	1.97 (0.94)	2.55 (1.14)	1.63 (0.88)	3.46 (0.97)	2.30 (0.86)	3.33 (1.02)
	50대	2.80 (1.17)	1.68 (0.85)	2.13 (1.02)	1.53 (0.74)	2.95 (1.02)	2.04 (0.79)	2.85 (0.97)
	60대 이상	1.94 (1.19)	1.61 (0.81)	1.57 (0.84)	1.40 (0.71)	2.59 (0.88)	1.86 (0.76)	1.99 (0.96)
F 값		80.81*	117.33*	62.81*	2.95*	81.94*	75.01*	105.75*
학력	중졸	2.03 (1.01)	1.75 (0.92)	1.58 (0.81)	1.39 (0.63)	2.70 (1.07)	1.98 (0.87)	2.29 (1.11)
	고졸	2.61 (1.16)	2.26 (1.14)	2.17 (1.07)	1.53 (0.75)	3.20 (1.09)	2.38 (0.95)	2.88 (1.10)
	대재	3.54 (0.84)	3.16 (0.94)	3.05 (0.91)	1.76 (0.89)	4.04 (0.90)	3.11 (0.89)	3.70 (0.82)
	대졸	3.52 (0.93)	2.31 (1.02)	2.79 (1.08)	1.62 (0.84)	3.64 (0.92)	2.53 (0.83)	3.62 (0.94)
	대학원재학 이상	3.68 (0.93)	1.83 (0.94)	2.86 (1.07)	1.52 (0.83)	3.68 (0.99)	2.18 (0.85)	3.49 (1.04)
F 값		87.11*	58.98*	50.09*	4.56*	41.27*	44.01*	57.97*

소득	100 이하	2.63 (1.13)	2.50 (1.26)	2.31 (1.22)	1.58 (0.79)	3.14 (1.15)	2.47 (1.10)	2.82 (1.25)
	101~200	3.12 (1.10)	2.44 (1.04)	2.54 (1.12)	1.62 (0.77)	3.43 (1.05)	2.61 (0.89)	3.27 (1.07)
	201~300	3.27 (1.15)	2.27 (1.05)	2.68 (1.13)	1.69 (0.88)	3.59 (1.04)	2.56 (0.96)	3.38 (1.07)
	301~400	3.32 (1.01)	2.36 (1.08)	2.63 (1.02)	1.54 (0.80)	3.55 (1.00)	2.48 (0.92)	3.39 (1.00)
	401~500	3.44 (1.04)	2.37 (1.08)	2.81 (1.10)	1.61 (0.88)	3.81 (0.97)	2.59 (0.91)	3.61 (0.95)
	501 이상	3.54 (0.95)	2.03 (1.00)	2.72 (1.10)	1.45 (0.75)	3.66 (0.97)	2.30 (0.79)	3.53 (1.09)
F값		9.66*	3.87*	3.15*	2.24*	6.31*	2.71*	7.66*
출신 지역	도내	3.30 (1.09)	2.37 (1.12)	2.65 (1.10)	1.60 (0.83)	3.58 (1.03)	2.53 (0.94)	3.39 (1.07)
	도외	3.11 (1.11)	2.21 (0.94)	2.64 (1.14)	1.59 (0.78)	3.51 (1.03)	2.50 (0.83)	3.36 (0.97)
t값		2.12*	2.09*	0.14	0.22	0.89	0.22	0.38

*P<.05

2. 미디어 장르 및 기능이용이 지역사회자본에 미치는 영향

미디어 장르 및 기능이용이 지역사회자본에 미치는 영향을 살펴보기 위해 연구문제 검증에 위한 독립변수들이 회귀분석에 투입됐다. 우선 기본적인 기술분석과 함께 상관관계를 확인한 후, 데이터의 안정성과 다중공선성에 대한 문제점을 파악했다. 인구사회학적 변인과 미디어 이용시간, 각 미디어별 장르들을 독립변인으로 단계적으로 투입하면서 지역사회자본의 하부 요인들에 대한 영향력 검증을 확인하는 위계적 회귀분석(hierarchical regression anal)을 실시했다. 각 미디어별 장르에서 장르 구분이 모호한 기타는 분석 변수에서 제외했다.

1) 지역공동체 의식에 미치는 영향

아래의 <표 25>는 지역공동체 의식에 영향을 미치는 변수들의 위계적 회귀모델이다. 먼

저 모델 1을 살펴보면, 인구사회학적 특성은 지역공동체 의식의 변량을 11.6%를 설명하고 있다. 연령($\beta=.32, p<.001$)과 소득수준($\beta=.12, p<.001$)이 높을수록 지역공동체 의식도 높아지고 있다. 또한 출신지역($\beta=-.07, p<.05$)에서 도내 출신이 도외 출신보다 지역공동체 의식이 높은 것으로 나타나고 있다.

모델 2는 미디어 이용시간을 추가로 회귀시킨 것으로, 모델 1에 비해 1.8% 더 설명하고 있다. 또한 전국TV방송($\beta=-.06, p<.05$)은 부적인 영향관계에 있는 반면, 전국일간지($\beta=.06, p<.05$), 지역일간지($\beta=.06, p<.05$)는 지역공동체 의식에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

모델 3은 모델 2에서 각 미디어별 장르 이용을 추가로 회귀시킨 결과이다. 모델 3은 지역공동체 의식의 변량을 21.5% 설명하고 있으며, 이는 모델 2에 비해 8.1% 더 설명하고 있는 결과이다. 전국TV방송에서 전국뉴스($\beta=-.06, p<.05$) 시청이 부적인 영향관계에 있으나, 드라마 시청($\beta=.07, p<.05$)은 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또 지역TV방송에서 지역뉴스($\beta=.07, p<.05$)와 교양 프로그램($\beta=.09, p<.05$)은 긍정적인 영향을 미쳤으나, 시사토론 프로그램($\beta=-.09, p<.05$)은 부적인 영향을 보였다. 전국일간지에서는 1면/정치종합($\beta=.15, p<.01$)과 오피니언($\beta=.13, p<.01$)이 긍정적인 효과를 보인 반면, 경제/생활정보($\beta=-.17, p<.01$)는 부적인 영향을 보였다. 지역일간지에서는 사람들($\beta=.11, p<.05$)만이 통계적 유의수준 하에서 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 휴대폰 이용에 있어서는 관계형($\beta=.15, p<.001$)일수록 지역공동체 의식에 긍정적인 영향을 미쳤다.

지역공동체 의식을 향상시킬 수 있는 변수들 간의 상대적 영향력을 평가하면, 연령($\beta=.25, p<.001$)이 지역공동체 의식에 가장 큰 영향력을 보이는 변수로 나타났다. 다음은 전국일간지의 경제/생활정보($\beta=-.17, p<.01$)가 두 번째로 큰 영향력을 보이는 변수이다. 세 번째로는 휴대폰 관계형 이용($\beta=.15, p<.001$), 네 번째로는 전국일간지의 1면/정치종합($\beta=.15, p<.01$)의 순으로 나타났다.

이를 정리하면, 우선 전국TV방송 시청에서는 전국뉴스를 많이 시청할수록 지역공동체 의식에는 부적 효과를 지녔고, 드라마를 많이 볼수록 지역공동체 의식을 강화하는 것으로 해석됐다. 다음, 지역TV방송 시청은 쇼/오락 프로그램 시청만 제외하고, 모두 효과가 있었다. 지역뉴스와 교양프로그램을 많이 시청할수록 지역공동체 의식에는 긍정적인 영향을 미쳤지만, 시사토론 프로그램을 많이 시청할수록 오히려 지역공동체 의식에는 부적 효과를 지녔다. 전국일간지는 1면/정치종합과 오피니언을 많이 읽을수록 지역공동체 의식에

대한 긍정적 효과가 있는 반면, 경제/생활정보는 부적 효과를 지녔다. 지역일간지 장르는 대체로 지역공동체 의식에 효과가 없지만 사람들 지면을 많이 읽을수록 긍정적인 영향을 미쳤다. 휴대폰은 통화 위주의 관계형일수록 지역공동체 의식에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 하지만 라디오방송 청취와 인터넷 이용은 지역공동체 의식에 아무런 효과가 없었다.

<표 25> 지역공동체 의식에 대한 위계적 회귀분석 검증(β)

구 분		모델1	모델2	모델3
인구사회 학적 특성	성별(남=0, 여=1)	-.02	.00	.00
	연령	.32***	.27***	.25***
	최종학력	.04	.03	-.01
	소득수준	.12***	.12***	.11***
	출신지역(제주 도내=0)	-.07*	-.07*	-.05*
미디어 이용시간	전국TV방송		-.06*	-.05
	지역TV방송		.03	.03
	라디오방송		-.01	-.03
	전국일간지		.06*	-.02
	지역일간지		.06*	.04
	인터넷		-.03	-.03
	휴대폰		-.06	-.04
전국 TV방송	전국뉴스			-.06*
	시사토론 프로그램			.02
	교양 프로그램			.01
	쇼/오락(예능) 프로그램			-.06
	드라마			.07*
	스포츠			.05
	영화			-.02
지역 TV방송	지역뉴스			.07*
	시사토론 프로그램			-.09*

	교양 프로그램			.09*
	쇼/오락(예능) 프로그램			-.03
라디오 방송	뉴스/시사			.00
	생활/교통정보			.04
	음악			.06
	예능/오락			-.02
전국 일간지	1면/정치종합			.15**
	사회			.05
	국제			-.08
	문화			.07
	경제/생활정보			-.17**
	오피니언			.13**
	연예/스포츠			-.01
지역 일간지	1면/종합			-.03
	사회			-.01
	문화			-.04
	경제/생활정보			.00
	사람들			.11*
	오피니언			-.03
인터넷	정보형			.01
	오락형			.00
	관계형			-.01
	토론형			.06
휴대폰	관계형			.15***
	오락형			-.07
	정보형			-.02
	R ²	.12	.13	.22
	R ² 변화량	.12	.01	.09
	F	35.39***	17.23***	7.59***

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

2) 이웃과의 교류에 미치는 영향

위계적 회귀분석으로 주요변인들의 단계적 투입을 통해 이웃과의 교류에 대한 각 변인들의 영향력을 확인했다. 모델 1에서는 인구사회학적 변인을 투입한 결과, 연령($\beta=.39$, $p<.001$)과 최종학력($\beta=-.09$, $p<.01$)에서 영향을 미쳤다. 인구사회학적 특성은 이웃과의 교류의 변량을 설명하는 정도는 16.8% 정도로 나타났다.

모델 2에서는 지역TV방송($\beta=.06$, $p<.05$), 라디오방송($\beta=.06$, $p<.05$), 전국일간지($\beta=.06$, $p<.05$), 지역일간지($\beta=.09$, $p<.01$)에서만 미디어 이용시간이 이웃과의 교류에 지니는 정적 효과가 확인됐다. 모델 1에 비해 2.4% 더 설명하고 있다.

모델 3에서 각 미디어별 장르들을 투입한 결과, 전국TV방송의 쇼/오락 프로그램($\beta=-.10$, $p<.01$)과 인터넷 토론형 이용($\beta=.16$, $p<.001$), 휴대폰 관계형 이용($\beta=.11$, $p<.001$)의 효과가 확인됐다. 모델 3은 이웃과의 교류를 29.3% 설명하고 있으며, 이는 모델 2에 비해 10.1% 더 설명하고 있는 결과이다.

이웃과의 교류를 향상시킬 수 있는 변수들 간의 상대적 영향력을 평가하면, 연령($\beta=.32$, $p<.001$)이 이웃과의 교류에 가장 큰 영향력을 보이는 변수이며, 다음은 인터넷 토론형($\beta=.16$, $p<.001$)이 두 번째로 큰 영향력을 보이고 있었다. 세 번째로는 휴대폰 관계형 이용($\beta=.11$, $p<.001$), 네 번째로는 전국TV방송 쇼/오락 프로그램($\beta=-.10$, $p<.01$) 순으로 나타났다.

이를 정리하면, 전국TV방송 시청에서 쇼/오락 프로그램을 많이 볼수록 이웃과의 교류는 낮게 나타났다. 반면에 인터넷 상에서 온라인 토론에 참여하거나 각종 이슈에 대한 관심을 표명하는 토론형일수록, 또는 통화 위주의 휴대폰 관계형일수록 이웃과의 교류에 긍정적인 영향을 미치고 있었다. 하지만 지역TV방송, 라디오방송, 전국일간지, 지역일간지 등은 아무런 영향력이 없었다.

<표 26> 이웃과의 교류에 대한 위계적 회귀분석 검증(β)

구 분		모델1	모델2	모델3
인구사회 학적 특성	성별(남=0, 여=1)	.01	.03	.04
	연령	.39***	.32***	.27***
	최종학력	-.09**	-.09**	-.10**

	소득수준	.04	.05	.05*
	출신지역(제주 도내=0)	.02	.02	.03
미디어 이용시간	전국TV방송		-.03	-.02
	지역TV방송		.06*	.04
	라디오방송		.06*	.03
	전국일간지		.06*	.01
	지역일간지		.09**	.04
	인터넷		-.01	.00
	휴대폰		-.05	-.05
전국 TV방송	전국뉴스			.01
	시사토론프로그램			-.03
	교양프로그램			.01
	쇼/오락(예능) 프로그램			-.10**
	드라마			.06
	스포츠			.05
	영화			.02
지역 TV방송	지역뉴스			.02
	시사토론프로그램			-.02
	교양프로그램			.07
	쇼/오락(예능) 프로그램			.02
라디오 방송	뉴스/시사			.03
	생활/교통정보			.05
	음악			.05
	예능/오락			.01
전국 일간지	1면/정치종합			.08
	사회			.00
	국제			-.01
	문화			.03

지역 일간지	경제/생활정보			-.07
	오피니언			.08
	연예/스포츠			-.05
	1면/종합			-.03
	사회			.07
	문화			-.03
인터넷	경제/생활정보			.00
	사람들			.05
	오피니언			.00
	정보형			-.06
휴대폰	오락형			-.01
	관계형			-.04
	토론형			.16***
	관계형			.11***
	오락형			-.03
	정보형			.01
	R ²	.17	.19	.29
	R ² 변화량	.17	.02	.10
	F	54.04***	26.52***	11.45***

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

3) 지역사회 애착에 미치는 영향

여기서는 지역사회자본 중 지역사회 애착에 영향을 미치는 변수들의 영향력을 확인했다. 먼저 모델 1을 살펴보면, 인구사회학적 특성은 지역사회 애착의 변량을 4.4%를 설명하고 있다. 연령($\beta=.19$, $p<.001$)과 소득수준($\beta=.09$, $p<.01$)이 높을수록 지역사회 애착도 높아지는 것으로 나타나고 있다.

모델 2는 미디어 이용시간을 추가로 회귀시킨 것으로, 모델 1에 비해 1.7% 더 설명하고 있다. 지역일간지($\beta=.11$, $p<.001$)를 많이 읽을수록 긍정적인 영향관계에 있는 반면, 휴대폰($\beta=-.08$, $p<.01$)은 많이 이용할수록 지역사회 애착에 대한 부적 효과가 있는 것으로 나타났다.

모델 3은 모델 2에서 각 미디어별 장르 이용을 추가로 회귀시킨 결과이다. 모델 3은 지역사회 애착의 변량을 11.1% 설명하고 있으며, 이는 모델 2에 비해 5.0% 더 설명하고 있는 결과이다. 지역TV방송에서 지역뉴스($\beta=.11$, $p<.01$)는 긍정적인 영향관계에 있으나, 시사토론 프로그램($\beta=-.12$, $p<.05$)은 부적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또 라디오 방송에서 음악($\beta=.09$, $p<.05$)이 유의미한 결과로 나타났다. 인터넷 정보형($\beta=.09$, $p<.05$)과 휴대폰의 관계형($\beta=.10$, $p<.01$)은 정적인 역할을 했고, 휴대폰의 오락형($\beta=-.11$, $p<.01$)은 지역사회 애착에 부적인 영향을 미쳤다.

지역사회 애착을 향상시킬 수 있는 변수들 간의 상대적 영향력을 평가하면, 연령($\beta=.16$, $p<.001$)이 지역사회 애착에 가장 큰 영향력을 보이는 변수이며, 다음은 지역TV방송의 시사토론 프로그램($\beta=-.12$, $p<.05$)이 두 번째로 큰 영향력을 보이는 변수이다. 세 번째로는 지역일간지 이용량($\beta=.11$, $p<.01$), 네 번째로는 지역TV방송의 지역뉴스($\beta=.11$, $p<.01$)의 순으로 나타났다.

이를 정리하면, 우선 지역TV방송에서 지역뉴스를 많이 시청할수록, 시사토론 프로그램을 적게 시청할수록 지역사회 애착에 긍정적인 영향을 미치고 있었고, 라디오방송의 음악 장르는 지역사회 애착에 정적인 역할을 하고 있었다. 인터넷 상에서의 지식정보 검색 등의 정보형과 통화나 메시지 위주의 휴대폰 관계형은 많이 이용할수록 지역사회 애착에 영향력을 지니는 것으로 확인됐다. 휴대폰을 이용한 인터넷 게임 등을 많이 할수록 지역사회 애착은 부적인 역할을 했다. 하지만 전국TV방송 시청과 전국일간지, 지역일간지 읽기 등은 지역사회 애착에 아무런 영향을 지니지 못했다.

<표 27> 지역사회 애착에 대한 위계적 회귀분석 검증(β)

구 분	모델1	모델2	모델3	
인구사회학적 특성	성별(남=0, 여=1)	-.01	.00	.01
	연령	.19***	.13***	.16***
	최종학력	.04	.03	-.03
	소득수준	.09**	.09**	.07*
	출신지역(제주 도내=0)	.00	.00	.01
미디어 이용 시간	전국TV방송		.00	.02
	지역TV방송		-.02	-.02
	라디오방송		-.02	-.05
	전국일간지		-.03	-.05
	지역일간지		.11***	.11**
	인터넷		-.01	-.02
	휴대폰		-.08**	-.07*
전국TV 방송	전국뉴스			-.01
	시사토론프로그램			.02
	교양프로그램			-.03
	쇼/오락(예능) 프로그램			-.02
	드라마			-.04
	스포츠			.04
	영화			.01
지역TV 방송	지역뉴스			.11**
	시사토론프로그램			-.12*
	교양프로그램			.05
	쇼/오락(예능) 프로그램			-.01
라디오 방송	뉴스/시사			.01
	생활/교통정보			.01
	음악			.09*
	예능/오락			-.02
전국 일간지	1면/정치종합			.01
	사회			.07
	국제			.00
	문화			.03

	경제/생활정보			-.10
	오피니언			.06
	연예/스포츠			-.06
지역 일간지	1면/종합			.03
	사회			-.05
	문화			-.08
	경제/생활정보			.04
	사람들			.03
	오피니언			.05
인터넷	정보형			.09*
	오락형			.02
	관계형			-.05
	토론형			-.04
휴대폰	관계형			.10**
	오락형			-.11*
	정보형			.07
	R ²	.04	.06	.11
	R ² 변화량	.04	.02	.05
	F	12.27***	7.24***	3.44***

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

4) 제도신뢰에 미치는 영향

아래의 <표 28>은 제도신뢰에 영향을 미치는 변수들의 위계적 회귀모델이다. 먼저 모델 1을 살펴보면, 인구사회학적 특성은 제도신뢰의 변량을 5.2% 설명하고 있다. 연령($\beta = .22, p < .001$)이 높을수록 제도신뢰에 정적인 영향을 미치고 있다.

모델 2는 미디어 이용시간을 추가로 회귀시킨 것으로, 모델 1에 비해 2.2% 더 설명하고 있다. 지역TV방송($\beta = .09, p < .01$), 지역일간지($\beta = .06, p < .05$) 이용량은 정적인 역할을 했고, 휴대폰($\beta = -.10, p < .01$)은 부적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

모델 3은 모델 2에서 각 미디어별 장르 이용을 추가로 회귀시킨 결과이다. 모델 3은 제도신뢰의 변량을 15.1% 설명하고 있으며, 이는 모델 2에 비해 7.7% 더 설명하고 있다. 지

역TV방송에서 지역뉴스($\beta=.12, p<.001$) 시청이 정적인 영향관계에 있으나, 시사토론 프로그램($\beta=-.10, p<.05$)은 부적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또 지역일간지에서 문화($\beta=.13, p<.05$)가 긍정적인 영향을 미쳤다. 인터넷 토론형($\beta=.10, p<.01$)과 휴대폰 관계형($\beta=.09, p<.05$)은 제도신뢰에 긍정적인 효과를 보였다.

제도신뢰를 향상시킬 수 있는 변수들 간의 상대적 영향력을 평가하면, 지역일간지의 문화면($\beta=.13, p<.05$)이 제도신뢰에 가장 큰 영향력을 보이는 변수로 나타나고 있다. 다음은 연령($\beta=.13, p<.01$)이 두 번째로 큰 영향력을 보이는 변수이다. 세 번째로는 지역TV 방송의 지역뉴스($\beta=.12, p<.001$), 네 번째로는 인터넷 토론형($\beta=.10, p<.01$)의 순으로 나타났다.

이를 정리하면, 우선 지역TV방송 시청에서는 지역뉴스를 많이 시청할수록 제도신뢰에는 정적 효과를 지녔고, 시사토론 프로그램을 많이 시청할수록 부적인 효과가 있었다. 다음, 지역일간지 문화면을 많이 읽을수록 제도신뢰에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 해석됐다. 또 인터넷 토론형일수록 제도신뢰에 대한 긍정적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 하지만 전국TV방송, 라디오방송 청취, 전국일간지 읽기와는 제도신뢰에 아무런 효과가 없었다.

<표 28> 제도신뢰에 대한 위계적 회귀분석 검증(β)

구 분		모델1	모델2	모델3
인구사 회학적 특성	성별(남=0, 여=1)	-.03	-.02	-.02
	연령	.22***	.14***	.13**
	최종학력	.02	.02	-.02
	소득수준	.05	.05	.05
	출신지역(제주 도내=0)	-.05	-.05	-.04
미디어 이용 시간	전국TV방송		-.01	-.02
	지역TV방송		.09**	.06*
	라디오방송		.02	.01
	전국일간지		.00	-.06
	지역일간지		.06*	.02
	인터넷 휴대폰		-.04 -.10**	-.06 -.08*
전국TV 방송	전국뉴스			.02
	시사토론 프로그램			.03

	교양 프로그램			-.04
	쇼/오락(예능) 프로그램			.00
	드라마			.02
	스포츠			.02
	영화			.02
지역TV 방송	지역뉴스			.12***
	시사토론 프로그램			-.10*
	교양 프로그램			.06
	쇼/오락(예능) 프로그램			-.05
라디오 방송	뉴스/시사			.02
	생활/교통정보			.03
	음악			-.03
	예능/오락			.06
전국 일간지	1면/정치종합			.05
	사회			.04
	국제			-.03
	문화			.06
	경제/생활정보			-.10
	오피니언			.06
	연예/스포츠			-.02
지역 일간지	1면/종합			-.07
	사회			-.03
	문화			.13*
	경제/생활정보			.02
	사람들			.02
	오피니언			-.01
인터넷	정보형			.06
	오락형			-.03
	관계형			.00
	토론형			.10**
휴대폰	관계형			.09*
	오락형			-.01
	정보형			-.05
	R ²	.05	.07	.15
	R ² 변화량	.05	.02	.08
	F	14.80***	8.92***	4.90***

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

5) 정치효능감에 미치는 영향

아래의 <표 29>는 정치효능감에 영향을 미치는 변수들의 위계적 회귀모델이다. 먼저 모델 1을 살펴보면, 인구사회학적 특성은 정치효능감의 변량을 8.0% 설명하고 있다. 연령($\beta=.20$, $p<.001$)과 최종학력($\beta=.15$, $p<.001$), 소득수준($\beta=.09$, $p<.01$)이 높을수록 정치효능감도 높아지는 것으로 나타났다. 성별($\beta=-.08$, $p<.001$)에서 남성은 여성보다, 출신지역($\beta=-.06$, $p<.05$)에서는 제주 도외지역 출신보다 도내 출신일수록 정치효능감이 높은 것으로 나타났다.

모델 2는 미디어 이용시간을 추가로 회귀시킨 것으로, 모델 1에 비해 3.3% 더 설명하고 있다. 전국일간지($\beta=-.08$, $p<.01$), 지역일간지($\beta=.11$, $p<.001$)는 정적인 효과를 보인 반면, 휴대폰($\beta=-.10$, $p<.05$)은 정치효능감에 부적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

모델 3은 모델 2에서 각 미디어별 장르 이용을 추가로 회귀시킨 결과이다. 모델 3은 정치효능감의 변량을 24.4% 설명하고 있으며, 이는 모델 2에 비해 13.1% 더 설명하고 있다. 전국TV방송에서 교양 프로그램($\beta=.10$, $p<.05$) 시청이 정적인 영향관계에 있었다. 라디오 방송에서 뉴스/시사($\beta=.13$, $p<.01$)는 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또 전국일간지에서 1면/정치종합($\beta=.18$, $p<.01$)은 정적인 영향을 보인 반면, 연예/스포츠($\beta=-.13$, $p<.01$)는 부적인 영향을 보였다. 인터넷 이용에 있어서는 정보형($\beta=.17$, $p<.001$)과 토론형($\beta=.07$, $p<.05$)이 긍정적인 효과를 미쳤다.

정치효능감을 향상시킬 수 있는 변수들 간의 상대적 영향력을 평가하면, 전국일간지의 1면/정치종합($\beta=.18$, $p<.01$)이 정치효능감에 가장 큰 영향력을 보이는 변수로 나타나고 있다. 다음은 인터넷 정보형($\beta=.17$, $p<.001$)이 두 번째로 큰 영향력을 보였다. 세 번째로는 연령($\beta=.14$, $p<.001$), 네 번째로는 라디오방송의 뉴스/시사($\beta=.13$, $p<.01$)와 전국일간지의 연예/스포츠($\beta=-.13$, $p<.01$)의 순으로 나타났다.

이를 정리하면, 우선 전국TV방송에서 전국뉴스를 많이 시청할수록 정치효능감에는 정적인 효과를 지녔고, 라디오방송의 뉴스/시사를 많이 청취할수록 정치효능감을 강화하는 것으로 해석됐다. 다음, 전국일간지에서 1면/정치종합은 많이 읽을수록, 연예/스포츠는 적게 읽을수록 정치효능감에 효과가 있었다. 인터넷 상에서 지식정보 검색 등을 많이 하거나 온라인 토론을 즐겨하는 사람일수록 정치효능감에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만 지역TV방송 시청과 지역일간지 읽기, 휴대폰 이용 등과 정치효능감 사이에는 아무런 효과가 없었다.

<표 29> 정치효능감에 대한 위계적 회귀분석 검증(β)

구 분		모델1	모델2	모델3
인구사회학적 특성	성별(남=0, 여=1)	-.08**	-.05	-.04
	연령	.20***	.13***	.14***
	최종학력	.15***	.13***	.01
	소득수준	.09**	.10**	.08**
	출신지역(제주 도내=0)	-.06*	-.06*	-.03
미디어 이용 시간	전국TV방송		-.04	-.03
	지역TV방송		.01	.02
	라디오방송		.03	.00
	전국일간지		.08**	-.03
	지역일간지		.11***	.09**
	인터넷		.02	-.02
	휴대폰		-.10**	-.06
전국TV 방송	전국뉴스			.00
	시사토론 프로그램			.00
	교양 프로그램			.10**
	쇼/오락(예능) 프로그램			.00
	드라마			-.01
	스포츠			.02
	영화			.02
지역TV 방송	지역뉴스			.03
	시사토론 프로그램			.04
	교양 프로그램			-.01
	쇼/오락(예능) 프로그램			-.04
라디오 방송	뉴스/시사			.13**
	생활/교통정보			-.03

	음악			.02
	예능/오락			-.03
전국 일간지	1면/정치종합			.18**
	사회			-.03
	국제			.01
	문화			.03
	경제/생활정보			-.05
	오피니언			.09
	연예/스포츠			-.13**
지역 일간지	1면/종합			-.01
	사회			-.09
	문화			.09
	경제/생활정보			.06
	사람들			-.02
	오피니언			-.04
인터넷	정보형			.17***
	오락형			-.01
	관계형			.04
	토론형			.07*
휴대폰	관계형			.05
	오락형			-.05
	정보형			.03
	R ²	.08	.11	.24
	R ² 변화량	.08	.03	.13
	F	23.29***	14.22***	8.94***

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

3. 미디어 장르 및 기능이용이 정치참여에 미치는 영향

미디어 장르 및 기능이용이 오프라인-온라인 정치참여에 미치는 영향을 살펴보기 위해 연구문제 검증을 위한 독립변수들이 회귀분석에 투입됐다. 우선 기본적인 기술분석과 함께 상관관계를 확인한 후, 데이터의 안정성과 다중공선성에 대한 문제점을 파악했다. 인구사회학적 변인과 미디어 이용시간, 각 미디어별 장르들을 독립변인으로 단계적으로 투입하면서 오프라인-온라인 정치참여를 종속변인으로 하여 영향력 검증을 확인하는 위계적 회귀분석(hierarchical regression anal)을 실시했다. 각 미디어별 장르에서 장르 구분이 모호한 기타는 분석 변수에서 제외했다.

1) 오프라인 정치참여에 미치는 영향

<표 30>은 미디어 장르 및 기능이용이 오프라인 정치참여에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보기 위해 3단계 입력의 방법으로 위계적 회귀분석을 실시했다. 먼저 공차한계는 모두 0.1 이상의 수치를 보여 다중공선성에는 문제가 없는 것으로 판단할 수 있고, Durbin-Watson은 1.84로 기준값인 2에 매우 근접하고 0 또는 4에 가깝지 않기 때문에 잔차들 간에 상관관계가 없는 것으로 판단된다. 이에 회귀모형이 적합하다고 해석할 수 있다.

모델 1을 살펴보면, 인구사회학적 특성은 오프라인 정치참여의 18.3%를 설명하고 있다. 연령($\beta=.16, p<.001$)과 최종학력($\beta=.11, p<.001$)이 높을수록 오프라인 정치참여가 높아지는 것으로 나타나고 있다.

모델 2는 미디어 이용시간을 추가로 회귀시킨 것으로, 모델 1에 비해 5.7% 더 설명하고 있다. 라디오방송($\beta=.10, p<.001$)과 전국일간지($\beta=.07, p<.05$)는 정적인 영향관계에 있는 반면, 휴대폰($\beta=-.07, p<.05$)은 부적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

모델 3은 모델 2에서 각 미디어별 장르 이용을 추가로 회귀시킨 결과이다. 모델 3은 오프라인 정치참여의 변량을 45.8% 설명하고 있으며, 이는 모델 2에 비해 21.8% 더 설명하고 있다. 라디오방송에서 뉴스/시사 프로그램($\beta=.09, p<.05$) 청취가 정적인 영향관계에 있으나, 예능/오락($\beta=-.10, p<.01$) 청취는 부적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또 전국일간지에서 1면/정치종합($\beta=.17, p<.01$)은 긍정적인 영향을 미쳤으나, 지역일간지의 사회면($\beta=-.16, p<.05$)은 부적인 영향을 보였다. 인터넷 토론형($\beta=.23, p<.001$)과 휴대

폰 관계형($\beta=.09, p<.05$)이 긍정적인 효과를 보였다.

오프라인 정치참여를 향상시킬 수 있는 변수들 간의 상대적 영향력을 평가하면, 인터넷 토론형($\beta=.23, p<.001$)이 오프라인 정치참여에 가장 큰 영향력을 보이는 변수이며, 다음은 전국일간지의 1면/정치종합($\beta=.17, p<.01$)이 두 번째로 큰 영향력을 보였다. 세 번째로는 지역일간지의 사회면($\beta=-.16, p<.05$), 네 번째로는 연령($\beta=.10, p<.01$)의 순으로 나타났다.

이를 정리하면, 인구사회학적 특성에서 연령이 많을수록 오프라인 정치참여에 대한 긍정적인 효과가 있었다. 인터넷 공간에서 정치/시사, 연예/스포츠와 각종 이슈 등에 대해 토론을 즐기는 사람들의 오프라인 정치참여가 높다는 것을 알 수 있다. 라디오방송에서 뉴스/시사프로그램을 많이 들을수록, 예능/오락은 적게 들을수록 오프라인 정치참여를 강화하는 것으로 해석됐다. 다음, 전국일간지의 1면/정치종합을 많이 읽을수록, 지역일간지의 사회면은 적게 읽을수록 효과가 있었다. 휴대폰은 음성통화나 문자메시지 위주의 관계형일수록 오프라인 정치참여와도 긍정적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다. 하지만 전국TV방송과 지역TV방송은 오프라인 정치참여에 아무런 효과가 없었다.

<표 30> 오프라인 정치참여에 대한 위계적 회귀분석 검증(β)

구 분		모델1	모델2	모델3
인구사 회학적 특성	성별(남=0, 여=1)	-.02	.00	.04
	연령	.16***	.10**	.10**
	최종학력	.11***	.10**	.03
	소득수준	-.02	-.02	-.03
	출신지역(제주 도내=0)	.02	.01	.02
미디어 이용 시간	전국TV방송		-.02	.02
	지역TV방송		.01	.00
	라디오방송		.10***	.06*
	전국일간지		.07*	-.02
	지역일간지		.04	.01
	인터넷		.03	.01
	휴대폰		-.07*	-.06*
전국TV 방송	전국뉴스			-.06
	시사토론프로그램			-.03
	교양프로그램			.07

	쇼/오락(예능) 프로그램			-.05
	드라마			-.05
	스포츠			.03
	영화			.05
지역TV 방송	지역뉴스			.01
	시사토론프로그램			.08
	교양프로그램			-.01
	쇼/오락(예능) 프로그램			.00
라디오 방송	뉴스/시사			.09*
	생활/교통정보			.06
	음악			.02
	예능/오락			-.10**
전국 일간지	1면/정치종합			.17**
	사회			.07
	국제			-.05
	문화			-.09
	경제/생활정보			-.02
	오피니언			.07
	연예/스포츠			-.04
지역 일간지	1면/종합			-.01
	사회			-.16*
	문화			.07
	경제/생활정보			.09
	사람들			.00
	오피니언			-.03
인터넷	정보형			.00
	오락형			-.02
	관계형			.06
	토론형			.23***
휴대폰	관계형			.09*
	오락형			-.05
	정보형			.03
	R ²	.18	.24	.46
	R ² 변화량	.18	.06	.22
	F	9.29***	6.80***	7.34***

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

2) 온라인 정치참여에 미치는 영향

위계적 회귀분석으로 주요변인들의 단계적 투입을 통해 온라인 정치참여에 대한 각 변인들의 영향력을 확인했다. 먼저 공차한계는 모두 0.1 이상의 수치를 보여 다중공선성 문제 없었고, Durbin-Watson은 1.89로 기준값인 2에 매우 근접하고 0 또는 4에 가깝지 않기 때문에 잔차들 간에 상관관계가 없는 것으로 판단된다. 이에 회귀모형이 적합하다고 해석할 수 있다.

모델 1에서는 인구사회학적 변인을 투입한 결과, 성별($\beta = -.07, p < .01$), 연령($\beta = -.20, p < .001$)과 최종학력($\beta = .14, p < .01$)에서 영향을 미쳤다. 인구사회학적 특성은 온라인 정치참여의 변량을 설명하는 정도는 6.7% 정도로 나타났다.

모델 2에서는 인터넷($\beta = .08, p < .01$)에서만 미디어 이용시간이 이웃과의 교류에 지니는 정적 효과가 확인됐다. 모델 1에 비해 1.5% 더 설명하고 있다.

모델 3에서 각 미디어별 장르들을 투입한 결과, 전국TV방송의 드라마($\beta = -.09, p < .01$)와 지역TV방송의 지역뉴스($\beta = -.08, p < .05$), 시사토론 프로그램($\beta = .10, p < .05$)의 효과가 확인됐다. 또 전국일간지의 1면/정치종합($\beta = .18, p < .01$), 인터넷의 관계형($\beta = .16, p < .001$)과 토론형($\beta = .30, p < .001$)의 효과가 확인됐다. 모델 3은 이웃과의 교류를 32.2% 설명하고 있으며, 이는 모델 2에 비해 29.9% 더 설명하고 있다.

온라인 정치참여를 향상시킬 수 있는 변수들 간의 상대적 영향력을 평가하면, 오프라인 정치참여처럼 인터넷 토론형($\beta = .30, p < .001$)이 가장 큰 영향력을 보이는 변수로 나타나고 있다. 다음은 전국일간지의 1면/정치종합($\beta = .18, p < .01$)이 두 번째로 큰 영향력을 보이고 있다. 세 번째로는 인터넷 관계형($\beta = .16, p < .001$), 네 번째로는 연령($\beta = -.10, p < .01$) 순으로 나타났다.

이를 정리하면, 연령은 적을수록, 드라마와 지역뉴스는 적게 볼수록 온라인 정치참여는 부적 효과를 보였다. 반면에 지역TV방송의 시사토론 프로그램을 많이 볼수록, 전국일간지의 1면/정치종합을 많이 읽을수록, 인터넷을 관계형과 토론형으로 이용할수록 온라인 정치참여에 긍정적인 영향을 미치고 있었다. 하지만 라디오방송과 지역일간지는 온라인 정치참여에 아무런 영향력이 없었다.

한편 온라인과 오프라인 정치참여에 인구사회학적 특성에서는 연령과 미디어 장르에서는 전국일간지의 1면/정치종합, 인터넷의 토론형이 공통적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 연령이 높을수록 오프라인 정치참여에, 낮을수록 온라인 정치참여에 유의한

영향을 미쳤고, 전국일간지의 1면/정치종합은 많이 읽을수록, 인터넷의 토론형 이용이 많을수록 온오프라인 정치참여 모두에 정적인 영향을 미치고 있었다.

<표 31> 온라인 정치참여에 대한 위계적 회귀분석 검증(β)

구 분		모델1	모델2	모델3
인구사회학적 특성	성별(남=0, 여=1)	-.07**	-.05	.01
	연령	-.20***	-.20***	-.10**
	최종학력	.14***	.12***	.03
	소득수준	-.02	-.03	-.03
	출신지역(제주 도내=0)	.05	.05	.05*
미디어 이용 시간	전국TV방송		-.05	-.02
	지역TV방송		.02	.03
	라디오방송		.04	.02
	전국일간지		.05	-.05
	지역일간지		.02	-.02
	인터넷		.08**	.04
	휴대폰		-.03	-.03
전국TV 방송	전국뉴스			-.06
	시사토론 프로그램			.00
	교양 프로그램			.05
	쇼/오락(예능) 프로그램			.04
	드라마			-.09**
	스포츠			.01
	영화			.04
지역TV 방송	지역뉴스			-.08*
	시사토론 프로그램			.10*
	교양 프로그램			-.03
	쇼/오락(예능) 프로그램			-.04

라디오 방송	뉴스/시사			.07
	생활/교통정보			-.03
	음악			-.02
	예능/오락			-.02
전국 일간지	1면/정치종합			.18**
	사회			.04
	국제			-.04
	문화			-.06
	경제/생활정보			-.03
	오피니언			.05
	연예/스포츠			-.04
지역 일간지	1면/종합			.03
	사회			-.08
	문화			.05
	경제/생활정보			-.01
	사람들			.08
	오피니언			-.04
인터넷	정보형			.05
	오락형			.00
	관계형			.16***
	토론형			.30***
휴대폰	관계형			.05
	오락형			.01
	정보형			.01
R ²		.07	.08	.32
R ² 변화량		.07	.01	.24
F		19.20***	9.87***	13.13***

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

제4절 지역사회자본이 정치참여에 미치는 영향

1. 지역사회자본이 오프라인·온라인 정치참여에 미치는 영향

정치참여에 미치는 영향 요인을 분석하기 위해 오프라인·온라인 정치참여를 종속변인으로 두고 다중회귀분석을 한 결과, 독립변인들이 설명하는 종속변인의 변량이 각각 19%, 21%임을 알 수 있다. Durbin-Watson은 각각 1.78, 1.89의 수치로 나타났는데, 그 수치가 2에 가깝고 0 또는 4와 가깝지 않으므로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다.

우선, 오프라인 정치참여에 있어서 연령과 소득수준, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 정치효능감이 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 정치효능감이 가장 큰 영향력을 미치고 있으며, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 소득수준, 연령 순으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 정치효능감($\beta=.34, p<.001$)과 이웃과의 교류($\beta=.21, p<.001$)가 높을수록 오프라인 정치참여가 높은 것으로 나타났다. 반면 지역사회 애착($\beta=-.09, p<.01$), 소득수준($\beta=-.09, p<.01$), 연령($\beta=-.06, p<.05$)은 부적 영향을 미치고 있었다. 하지만 지역공동체 의식, 제도신뢰는 오프라인 정치참여에 아무런 영향도 없었다.

또한, 온라인 정치참여에 있어서 연령, 최종학력, 소득수준, 출신지역, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 정치효능감이 유의미한 영향을 미치고 있었다. 정치효능감이 가장 큰 영향력을 미치고 있으며, 그 다음으로 연령, 이웃과의 교류, 최종학력, 지역사회 애착, 출신지역, 소득수준, 제도신뢰 순이다. 구체적으로 살펴보면 정치효능감($\beta=.37, p<.001$)이 높을수록 온라인 정치참여에도 매우 적극적임을 알 수 있다. 연령($\beta=-.30, p<.001$)은 낮을수록, 이웃과의 교류($\beta=.16, p<.001$)와 최종학력($\beta=.10, p<.001$)은 높을수록 온라인 정치참여에 정적 영향을 보였다. 지역사회 애착($\beta=-.07, p<.05$)은 오프라인 정치참여와 마찬가지로 애착정도가 낮을수록 온라인 정치참여에는 활발히 참여하는 것으로 나타났다. 하지만 지역공동체 의식과 제도신뢰는 오프라인 정치참여와 마찬가지로 아무런 영향이 없었다.

<표 32> 정치참여에 대한 다중회귀분석 검증

구 분		오프라인 정치참여		온라인 정치참여	
		β	t	β	t
인구 사회 학적 특성	성별(남=0, 여=1)	-.05	-1.95	-.05	-1.85
	연령	-.06*	2.02	-.30***	-11.26
	최종학력	.04	1.51	.10***	3.70
	소득수준	-.09**	-3.44	-.05*	-1.97
	출신지역(제주 도내=0)	.03	1.24	.06*	2.45
지역 사회 자본	지역공동체 의식	-.04	-1.06	-.03	-.82
	이웃과의 교류	.21***	6.13	.16***	4.74
	지역사회 애착	-.09**	-3.00	-.07*	-2.28
	제도신뢰	.02	.831	-.04	-1.44
	정치효능감	.34***	11.67	.37***	13.12
R ²		.19		.21	
수정된 R ²		.18		.20	
F		31.11***		34.96***	

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

2. 지역사회자본이 투표참여 여부에 미치는 영향

지역사회자본이 투표참여에 영향을 미치는 요인을 살펴보고자 로지스틱 회귀분석을 활용했다. 로지스틱 회귀모형은 인구사회학적 특성과 지역사회자본 변인들이 실제 투표참여 여부에 어떠한 영향을 미치는지를 제시하고 있다. 그 결과, 인구사회학적 특성에서는 소득수준을 제외한 성별, 연령, 최종학력, 출신지역이 통계적으로 유의한 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 또 지역사회자본에서는 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도신뢰를 제외한 지역공동체 의식과 정치효능감이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 투표참여 여부에 가장 큰 영향을 미친 변수는 출신지역(B=.78, p<.001)으로 나타났고 성별(B=-.66, p<.01), 정치효능감(B=-.64, p<.001) 순이다.

우선, B의 부호가 +이면 변수값이 클수록 내부값이 1인 투표 불참여 속할 가능성이 크

고, 부호가 -이면 변수값이 클수록 내부값이 0인 투표 참여에 속할 가능성이 크므로, 연령, 최종학력, 지역공동체 의식, 정치효능감이 증가할수록 투표에 참여할 가능성이 크고 성별은 여성일수록 투표에 불참할 가능성이 높다. 구체적으로 인구사회학적 특성 요인에서는 남성(Exp=.52, $p<.001$)일수록, 연령(Exp=.80, $p<.05$)과 학력(Exp=.41, $p<.001$)이 높을수록, 제주 도외출신(Exp=2.17, $p<.001$)일수록, 지역사회자본 요인에서는 지역공동체 의식(Exp=.70, $p<.05$)과 정치효능감(Exp=.53, $p<.001$)이 높을수록 그렇지 않은 경우에 비해 통계적으로 유의한 수준에서 실제 투표에 참여하는 것으로 나타났다. 또한 본 모형에 독립변인과 종속변인간의 상관관계는 Cox와 Snell의 R2는 0.11, Nagelkerke R2는 0.23으로 나타났다. 하지만 소득수준과 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도신뢰와 실제 투표참여 여부와는 아무런 영향이 없었다.

<표 33> 투표참여 여부에 대한 로지스틱 회귀분석 검증

구 분		B	S.E.	유의 확률	Exp(B)	종속변 수 코딩
인구 사회 학적 특성	성별(남=0, 여=1)	-.66	.20	.001**	.52	0=투표 참여
	연령	-.22	.09	.009*	.80	
	최종학력	-.41	.09	.000***	.67	
	소득수준	-.09	.07	.223	.92	
	출신지역(제주 도내=0)	.78	.24	.001**	2.17	
지역 사회 자본	지역공동체 의식	-.36	.15	.020*	.70	1=투표 불참
	이웃과의 교류	.08	.13	.570	1.08	
	지역사회 애착	-.18	.10	.068	.83	
	제도신뢰	-.23	.14	.107	.80	
	정치효능감	-.64	.14	.000***	.53	
상수		3.95	.55	.000***	52.12	

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

제6장 결론

제1절 연구결과의 요약

본 연구는 특정한 지역인 제주특별자치도를 연구범위로 하여 1348명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과를 통계분석했다. 미디어 레퍼토리를 통한 다중미디어 이용자 집단 도출, 다중미디어 이용자 집단의 인구사회학적 특성과 미디어 장르이용 특성을 살펴보았다. 또한 다중미디어 이용자 집단의 지역사회자본과 오프라인·온라인 정치참여에 대한 영향을 검증했다. 이와 함께 본 연구는 연구대상 미디어를 전국미디어, 지역미디어, 개인미디어 등 3개로 나눠 전국미디어는 전국TV방송, 전국일간지, 라디오방송으로, 지역미디어는 지역일간지, 지역TV방송으로, 개인미디어는 인터넷(정보형, 오락형, 관계형, 토론형), 휴대폰(관계형, 오락형, 정보형)으로 구분했다. 각각의 미디어 장르 및 기능이용에 있어서의 인구사회학적 특성과 지역사회자본의 검증, 미디어 장르 및 기능이용이 오프라인·온라인 정치참여에 미치는 영향에 더해 지역사회자본의 효과라 할 수 있는 정치참여의 검증 등 크게 다섯 가지의 연구목적을 설정했다.

우선 연구문제 해결에 앞서 제주지역 미디어 이용자들의 매체별 이용시간 차이를 알아보기 위해 전국TV방송, 지역TV방송, 라디오방송, 전국일간지, 지역일간지, 인터넷, 휴대폰 등 7개 미디어에 대해 인구사회학적 변인으로 성별, 연령, 학력, 소득수준, 출신지역을 설정했다. 성별에서는 라디오방송, 전국일간지, 지역일간지 등이 통계적으로 유의미한 차이를 보인 것으로 나타났다. 남성의 경우 여성에 비해 라디오방송, 전국일간지, 지역일간지 모두에서 평균 점수가 높게 나타났고, 이는 남성이 미디어를 통해 다양한 정보나 뉴스를 접하려는 경향이 높다는 것을 의미한다. 연령에서는 7개 미디어 모두 통계적으로 유의미한 차이를 보였으며, 특히 휴대폰 이용에 있어서는 20~30대와 50~60대의 차이가 매우 컸다. 학력에서는 전국일간지를 제외한 6개 미디어에서 통계적으로 유의미한 차이가 있었다. 소득수준에서는 전국TV방송, 지역TV방송, 지역일간지에서 통계적으로 유의미한 차이가 있었다. 이 3개 미디어에 대해서는 소득수준이 낮은 집단일수록 평균 점수가 높게 나타났다. 소득수준이 높은 집단은 전국일간지에 비해 지역일간지 평균 점수가 비교적 낮게 나타났다. 출신지역별로는 인터넷만이 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 출신지역별로 미디어 이용에 있어서 차이가 나타나지 않은 점은 수용자들이 출신지역 보다는 자신

이 오랫동안 생활해 온 지역사회에 대한 감정의 결속이 이뤄졌고, 사회적 지위와 역할, 활동범위 등 개인의 지역사회 내에서의 사회적 속성이 미디어 이용행태에 반영된 것이라고 볼 수 있다.

<연구문제 1>은 미디어 레퍼토리 분석을 통해 어떤 미디어 이용행태 유형으로 구분되며, 인구사회학적 특성은 어떠한가를 분석했다. 또한 미디어 레퍼토리와 장르이용 특성, 지역사회자본과의 관계, 정치참여와의 관계 등을 살펴보았다.

본 연구에서 미디어 레퍼토리 유형 추출을 위해 비계층적 군집화인 K-평균법(K-means)을 사용한 결과, 군집의 분포 정도와 최종 군집중심을 기준으로 6개의 군집수를 정할 수 있었다. 군집 1은 <신문 중심>으로 명명했는데, 이들은 전국일간지와 지역일간지를 많이 이용하고 있다. 인구사회학적 측면에서는 남성, 중장년층, 고졸과 대졸 학력, 월평균 201~300만원 소득, 도내 출신 비율이 높은 것으로 확인됐다. 군집 2는 <지역일간지 중심>으로 명칭을 부여했는데, 이들은 지역일간지를 월등히 많이 이용하는 것으로 나타났다. 인구사회학적 측면에서는 남성, 노년층, 대졸, 월평균 201~300만원 소득, 도내 출신 비중이 크게 나타났다. 군집 3은 <휴대폰-인터넷 중심>으로 명명했는데, 이들은 휴대폰과 인터넷을 전체 집단에 비해 2배 이상 많이 활용하고 있었다. 인구사회학적 측면에서는 비슷한 성별, 젊은층, 대재와 대졸 집단, 월평균 201~300만원 소득, 도내 출신 비율이 높았다. 군집 4는 <다매체 중심>으로 명명했는데, 이들은 모든 미디어 이용에 있어서 전반적으로 저조한 가운데 다양한 미디어를 골고루 이용하고 있었다. 여성, 젊은층, 고학력층의 인구사회학적 특징이 나타났다. 군집 5는 <지역TV방송 중심>이라는 명칭을 부여했는데, 이들은 지역TV방송을 월등히 선호하고 있었다. 인구사회학적으로는 비슷한 성별, 젊은층과 노년층, 고졸과 대졸 집단, 월평균 201~300만원 소득으로 특징지어졌다. 군집 6은 <라디오방송 중심>이라는 명칭으로 정의했는데, 이들은 라디오방송을 전체집단에 비해 월등하게 많이 이용하는 것으로 나타났다. 이 집단은 남성, 중장년층, 고졸 학력, 101~200만원 소득 등의 특성을 가지고 있었다. 결과적으로, 6개의 세부 집단은 <신문 중심>, <지역일간지 중심>, <휴대폰-인터넷 중심>, <다매체 중심>, <지역TV방송 중심>, <라디오방송 중심> 등 6개로 구분됐다. 제주특별자치도라는 한정된 지역을 연구대상으로 한 결과, 서울 중심이나 전국 단위의 미디어 레퍼토리에서 도출되지 않았던 지역일간지 중심 집단과 지역TV방송 중심 집단을 새로이 도출할 수 있었다.

또한 인구사회학적 특성과 미디어 레퍼토리 유형 간에 어떤 관계를 형성하고 있는가를 살펴보기 위해 응답자 성별, 연령, 최종학력, 소득수준, 출신지역과 미디어 조합 간에 교

차분석을 실시했다. 분석 결과 모든 인구사회학적 특성에서 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 우선, 성별에 따른 미디어 조합의 차이는 신문 중심과 지역일간지 중심, 라디오 방송 중심에서 남성의 비율이 높게 나타났다. 반면 여성의 비율은 휴대폰-인터넷 중심, 다매체 중심, 지역TV방송 중심에서 상대적으로 높게 나타났다. 연령별 미디어 조합의 차이에서는 신문 중심에서 40대, 50대 순으로 높게 나타났으며, 지역일간지 중심에서는 30대와 40대가 각각 26.3%로 가장 높게 나타났다. 휴대폰-인터넷 중심에서는 다른 선행연구들처럼 20~30대가 월등히 높게 나타났다. 지역TV방송에서는 20대, 30대, 60대 이상의 순으로 높게 나타났다. 라디오방송 중심에서는 50대와 40대의 비율이 높았다. 학력별로는 대졸 이상이 전국일간지와 지역일간지, 지역TV방송을 골고루 많이 이용하고 있으며, 휴대폰-인터넷 중심 집단에서는 대학 재학생의 비율이 훨씬 높았다. 소득수준별로는 신문 중심에서 201~300만원 사이 즉 중산층에서 가장 높게 나타났으며, 지역일간지 중심에서도 소득수준 201~300만원이 가장 높게 나타났다. 휴대폰-인터넷 중심과 다매체 중심, 지역TV 방송 중심에서도 201~300만원에서 가장 높았다. 출신지역에 따른 미디어 조합에서는 도내 출신이 지역TV중심에서 93%로 가장 높게 나타난 반면, 라디오방송 중심에서 75%로 가장 낮은 수치를 보였다.

다중미디어 이용 군집별로 미디어 장르별 이용에 있어서 어떤 특성을 보이는가를 알아보기 위해 장르별 이용 차이를 검증했다. 분석 결과, 모든 프로그램 장르에서 집단별 차이가 있는 것으로 나타났다. 신문 중심 집단은 모든 장르에 걸쳐 평균이용량이 높았다. 즉 신문 중심 집단은 전반적으로 인터넷과 휴대폰을 제외한 미디어에서 모든 장르 이용이 많은 것으로 나타났다. 지역일간지 중심 집단은 전국TV방송 장르에서 쇼/오락 프로그램을 빼 나머지 장르에서, 지역TV방송, 전국일간지, 지역일간지 모든 장르에서, 라디오방송에서는 음악을 제외한 나머지 장르에서, 인터넷 관계형과 토론형에서, 휴대폰은 오락형에서 전체 평균보다 이용량이 많았다. 휴대폰-인터넷 중심 집단은 인터넷과 휴대폰에서 많은 이용량을 보인 가운데 TV와 라디오에서 예능/오락 프로그램 이용량이 많은 것으로 보아 오락과 여가목적의 미디어 이용패턴을 보이고 있었다. 다매체 중심 집단은 미디어별 모든 장르에 걸쳐 전체 평균 이용시간에 큰 차이가 없는 것으로 나타났다. 지역TV방송 중심 집단은 전국TV방송에서 쇼/오락 프로그램과 드라마, 스포츠 시청이, 지역TV방송 모든 장르 이용, 라디오방송에서 예능/오락 프로그램 이용이 상대적으로 많았으나, 다른 미디어의 장르에 걸쳐 전반적으로 이용량이 적었다. 라디오방송 중심 집단은 전국일간지나 지역일간지 이용량은 전체 평균 이용시간에 별 차이가 없었으며, 인터넷과 휴대폰 장르이용에

있어서는 전 장르에 걸쳐 전반적으로 이용시간이 적었다.

다중미디어 이용자 집단별 지역사회자본과 어떠한 관계에 놓여있는지를 알아보았다. 지역사회자본의 세부변인인 지역공동체 의식, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도신뢰, 정치효능감에서 모두 유의미한 차이를 보였다. 즉, 지역사회자본의 세부 요인의 상당 부분이 다중미디어 이용 군집에 의해 설명되고 있었다. 지역공동체 의식과 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도신뢰, 정치효능감에서 공통적으로 지역일간지 중심 집단이 가장 큰 관계를 보인 반면, 휴대폰-인터넷 중심에서 가장 낮은 값을 보였다. 즉 지역일간지를 많이 이용하는 집단일수록 지역공동체 의식과 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도신뢰, 정치효능감에서 가장 높은 값을 보였으며, 휴대폰-인터넷 중심 집단은 이러한 지역사회자본과는 영향이 없는 것으로 나타났다. 즉 지역사회자본을 증가하려면 지역일간지의 역할이 매우 크다는 방증이기도 하다.

다중미디어 이용자 집단별 오프라인-온라인 정치참여와의 관계를 알아보았다. 오프라인 정치참여에서는 다중미디어 이용 군집별로 유의미한 차이를 보였으나, 온라인 정치참여에서는 통계적으로 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다. 라디오방송을 주로 이용하는 집단에서 오프라인 정치참여가 가장 높았으며, 휴대폰-인터넷을 주로 이용하는 집단은 오프라인 정치참여와는 가장 낮은 관계를 보이고 있었다. 반면에 온라인을 통한 정치참여는 오프라인 정치참여보다 평균적으로 작은 값을 보이면서 통계적으로 유의하지 않았다. 이는 아직까지도 지역단위에서 인터넷이나 스마트폰을 통한 정치참여 수준은 미미하다는 풀이가 가능하다.

<연구문제 2>는 다중미디어 이용에 있어서 각 미디어 장르 및 기능이용에 관한 인구사회학적 특성을 알아보았다. 이를 위해 각 미디어 장르 및 기능별 이용에 따른 성별, 연령, 최종학력, 소득수준, 출신지역의 인구사회학적 특성을 분석했다.

성별에 따른 각 전국TV방송 장르의 이용차이를 살펴보면, 남성은 전국 뉴스, 스포츠, 쇼/오락 프로그램, 드라마, 영화 순으로, 여성은 전국 뉴스, 드라마, 쇼/오락 프로그램, 교양 프로그램, 영화 순으로 높은 평균이용량을 보이고 있었다. 연령별 전국TV방송 장르 이용행태에서 40대, 50대, 60대 이상의 높은 연령에서 전국 뉴스, 시사토론 프로그램, 교양 프로그램을 많이 시청하고 있었으며, 20~30대는 쇼/오락 프로그램 시청량이 비교적 많았다. 학력별로는 전국 뉴스, 시사토론 프로그램, 교양 프로그램에서 학력에 상관없이 높은 값을 보였으나, 대학 재학생의 이용량이 가장 적었다. 반면 쇼/오락 프로그램과 영화에서는 대학 재학생의 평균이용량이 가장 높았다. 대학원 재학 이상의 고학력층은 전국

뉴스와 쇼/오락 프로그램, 교양 프로그램 순으로, 중졸 이하의 저학력층은 전국 뉴스, 드라마, 쇼/오락 프로그램 순으로 많이 시청하고 있었다. 소득별로는 100만원 이하 저소득층이 드라마, 전국 뉴스, 쇼/오락 프로그램 순으로 시청을 많이 하고 있었으며, 500만원 이상의 고소득층은 전국 뉴스, 쇼/오락 프로그램, 교양 프로그램 순으로 시청을 많이 하고 있었다.

성별에 따른 지역TV방송 장르의 이용차이를 살펴보면, 남성과 여성 모두 지역 뉴스 이용량이 가장 많았다. 연령별 지역TV방송 장르 이용행태에서 40대 이상 연령에서는 지역 뉴스, 시사토론 프로그램, 교양 프로그램을 많이 시청하고 있었다. 학력별로는 지역 뉴스, 시사토론 프로그램, 교양 프로그램에서 학력에 상관없이 높은 값을 보였으나, 대학 재학생의 이용량이 전 장르에서 가장 적었다. 소득별로는 501만원 이상 고소득층에서 전 장르에 걸쳐 지역TV방송 이용량이 가장 적었다.

성별에 따른 각 라디오방송 장르의 이용차이를 살펴보면, 남성은 뉴스/시사, 생활/교통 정보, 예능/오락에서 높은 청취량을 보였고, 여성은 음악에서 높은 값을 보였다. 연령별 라디오방송 장르 이용행태에서 40대가 모든 장르에서 가장 높은 청취량을 보였으며, 20대에서 가장 낮은 값들을 보였다. 학력별로는 전반적으로 낮은 수치를 보이는 가운데, 대학 재학생의 라디오방송 청취율이 가장 떨어지는 것으로 나타났다. 소득별로는 500만원 이상의 고소득층의 라디오방송 이용량이 전반적으로 낮았다.

성별에 따른 각 전국일간지 장르의 이용차이를 살펴보면, 남성은 여성보다 모든 전국일간지 장르에서 많이 이용하고 있었다. 소득이 커질수록 1면/정치·종합, 사회, 경제/생활정보 장르의 이용이 높아졌다. 학력별로는 대학 재학생의 이용량이 가장 적었다. 다양한 미디어 플랫폼 속에서 종이신문을 멀리하는 대학생들의 미디어 이용패턴을 여실히 보여주고 있다. 대학생들의 신문읽기에 대한 중요성을 재확인하고, 관심을 높일 수 있는 교육 프로그램의 개발과 적용이 과제로 떠올랐다.

성별에 따른 각 지역일간지 장르의 이용차이를 살펴보면, 남성이 여성보다 지역일간지의 모든 장르에서 이용이 많았다. 연령별 지역일간지 장르 이용행태에서는 전국일간지와 마찬가지로 40대 이상 중장년층에서 높은 열독률을 보였다. 특히 50~60대 이상의 높은 연령에서 주변의 결혼, 부음, 알립소식 등 사람들 지면에 대한 이용률이 가장 높았다. 이는 제주지역의 지역성을 보여주고 있는데, 주변 사람들의 관혼상제를 돌아보려는 특유의 켄당문화로 인해 나타나는 현상이라고 설명할 수 있다. 대학 재학생들의 지역일간지 열독량이 다른 학력에 비해 낮은 수치를 보였다. 소득은 지역일간지 열독량에 영향을 미치지 못

하고 있었다.

인터넷에 대한 이용패턴을 살펴보면, 성별에 따라 남성은 지식정보 검색 등의 정보형, 인터넷게임 등의 오락형, 온라인이나 블로그에서 이뤄지는 토론형에서 여성보다 많은 이용량을 보인 반면, 여성은 커뮤니티, 카페 활동 등의 관계형에서 높은 이용량을 보였다. 연령별 인터넷 이용행태에서 고령일수록 인터넷 이용량이 가장 적었다. 이는 인터넷 접근성에 대한 정보격차에 따른 결과라고 볼 수 있다. 지식정보 검색이나 인터넷 뉴스 이용 등의 정보형에서는 사회활동이 가장 활발한 30대에서 가장 높은 이용량을 보인 가운데 20대, 40대 순으로 나타났다. 인터넷 게임이나 드라마, 영화 등의 VOD시청 등의 오락형에서는 20대가 월등히 높은 이용량을 보인 가운데 연령이 증가할수록 이용량이 줄어들고 있음을 알 수 있다. 인터넷 커뮤니티 활동 등을 나타내는 관계형에서도 20대에서 가장 높았다. 온라인으로 정치/시사 등의 토론을 즐기는 토론형에서는 연령대별로 전반적으로 낮은 이용량을 보였다. 학력별로는 인터넷 이용유형에서 고학력일수록 각 기능별로 이용량이 많음을 알 수 있었다.

성별에 따른 휴대폰 이용차이를 살펴보면, 남성이 여성보다 관계형, 오락형, 정보형 모두에서 이용량이 적었다. 연령별 휴대폰 이용행태에서는 모든 연령층이 음성통화나 문자메시지 활용 등의 관계형으로 가장 많이 사용하고 있지만, 20-30대는 다른 고연령대에 비해 오락형과 정보형으로 많이 사용하고 있었다. 여기에서 50대 이상은 휴대폰의 고유기능인 주변사람과의 교류를 위한 통화목적으로 사용하고 있음을 알 수 있다. 반면 고졸 이하의 학력일수록 휴대폰 기능이용이 많이 낮았다.

<연구문제 3>은 미디어 장르 및 기능이용이 지역사회자본에 미치는 영향을 분석했다. 우선 지역공동체 의식에 미치는 미디어 장르 및 기능이용의 영향 분석이다. 전국TV방송 시청에서는 전국뉴스를 많이 시청할수록 지역공동체 의식에는 부적인 효과를 지녔고, 드라마를 많이 볼수록 지역공동체 의식을 강화하는 것으로 해석됐다. 다음, 지역TV방송 시청은 쇼/오락 프로그램 시청만 제외하고, 모두 효과가 있었다. 지역TV방송의 지역뉴스와 교양 프로그램을 많이 시청할수록 지역공동체 의식에는 긍정적인 영향을 미쳤지만, 시사토론 프로그램을 많이 시청할수록 오히려 지역공동체 의식에는 부적인 효과를 지녔다. 전국일간지는 1면/정치종합과 오피니언을 많이 읽을수록 지역공동체 의식에 대한 긍정적 효과가 있는 반면, 경제/생활정보는 부적인 효과를 지녔다. 지역일간지 장르는 대체로 지역공동체 의식에 효과가 없었지만 사람들 지면을 많이 읽을수록 긍정적인 영향을 미쳤다. 휴대폰은 통화 위주의 관계형일수록 지역공동체 의식과도 긍정적인 영향을 미치고 있음을

알 수 있다. 하지만 라디오방송 청취와 인터넷 이용은 지역공동체 의식에 아무런 효과가 없었다.

다음은 이웃과의 교류에 미치는 미디어 장르 및 기능이용의 영향이다. 전국TV방송 시청에서 쇼/오락 프로그램을 많이 볼수록 이웃과의 교류는 낮게 나타났다. 반면에 인터넷 상에서 온라인 토론에 참여하거나 각종 이슈에 대한 관심을 표명하는 토론형일수록, 통화 위주의 휴대폰 관계형일수록 이웃과의 교류에 긍정적인 영향을 미치고 있었다. 하지만 지역TV방송, 라디오방송, 전국일간지, 지역일간지 등은 아무런 영향력이 없었다.

다음은 지역사회 애착에 미치는 미디어 장르 및 기능이용 영향이다. 지역TV방송에서 지역뉴스를 많이 시청할수록, 시사토론 프로그램을 적게 시청할수록 지역사회 애착에 긍정적인 영향을 미쳤고, 라디오방송의 음악 장르는 지역사회 애착에 정적인 역할을 하고 있었다. 인터넷 상에서의 지식정보 검색 등의 정보형과 통화나 메시지 위주의 휴대폰 관계형은 많이 이용할수록 지역사회 애착에 영향력을 지니는 것으로 확인됐다. 휴대폰을 이용해 인터넷 게임 등을 많이 할수록 지역사회 애착은 부적인 역할을 했다. 하지만 전국TV방송 시청과 전국일간지, 지역일간지 읽기 등은 지역사회 애착에 아무런 영향을 지니지 못했다.

다음은 제도신뢰에 미치는 미디어 장르 및 기능이용 영향이다. 지역TV방송 시청에서는 지역뉴스를 많이 시청할수록 제도신뢰에는 정적인 효과를 지녔고, 시사토론 프로그램을 많이 시청할수록 부적인 효과가 있었다. 다음, 지역일간지 문화면을 많이 읽을수록 제도신뢰에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 해석됐다. 또 인터넷 토론형일수록 제도신뢰에 대한 긍정적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 하지만 전국TV방송, 라디오방송 청취, 전국일간지 읽기와는 제도신뢰에 아무런 효과가 없었다.

다음은 정치효능감에 미치는 미디어 장르 및 기능이용 영향이다. 전국TV방송에서 전국뉴스를 많이 시청할수록 정치효능감에는 정적인 효과를 지녔고, 라디오방송의 뉴스/시사를 많이 청취할수록 정치효능감을 강화하는 것으로 해석됐다. 전국일간지에서 1면/정치종합은 많이 읽을수록, 연예/스포츠는 적게 읽을수록 정치효능감에 효과가 있었다. 인터넷 상에서 지식정보 검색 등을 많이 하거나 온라인 토론을 즐겨하는 사람일수록 정치효능감에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만 지역TV방송 시청과 지역일간지 읽기, 휴대폰 이용 등과 정치효능감 사이에는 아무런 효과가 없었다.

<연구문제 4>는 미디어 장르 및 기능이용이 오프라인·온라인 정치참여에 미치는 영향을 살펴보기 위해 인구사회학적 변인과 미디어 이용시간, 각 미디어별 장르들을 독립변인으

로 단계적으로 투입하면서 오프라인·온라인 정치참여를 종속변인으로 하여 영향력 검증을 확인했다. 오프라인 정치참여를 향상시킬 수 있는 변수들 간의 상대적 영향력을 평가하면, 인터넷 토론형이 오프라인 정치참여에 가장 큰 영향력을 보이는 변수로 확인됐으며, 다음은 전국일간지의 1면/정치종합이 두 번째로 큰 영향력을 보였다. 세 번째로는 지역일간지의 사회면, 네 번째로는 연령의 순으로 나타났다. 이를 정리하면, 인구사회학적 특성에서 연령이 많을수록 오프라인 정치참여에 대한 긍정적인 효과가 있었다. 인터넷 공간에서 정치/시사, 연예/스포츠와 각종 이슈 등에 대해 토론을 즐기는 사람들의 오프라인 정치참여가 높다는 것을 알 수 있었다. 라디오방송에서 뉴스/시사 프로그램을 많이 들을수록, 예능/오락은 적게 들을수록 오프라인 정치참여를 강화하는 것으로 해석됐다. 다음, 전국일간지의 1면/정치종합을 많이 읽을수록, 지역일간지의 사회면은 적게 읽을수록 효과가 있었다. 휴대폰은 음성통화나 문자메시지 위주의 관계형일수록 오프라인 정치참여에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다. 하지만 전국TV방송과 지역TV방송은 오프라인 정치참여에 아무런 효과가 없었다.

또한 온라인 정치참여를 향상시킬 수 있는 변수들 간의 상대적 영향력을 평가하면, 오프라인 정치참여처럼 인터넷 토론형이 가장 큰 영향력을 보이는 변수로 확인됐다. 다음은 전국일간지의 1면/정치종합이 두 번째로 큰 영향력을 보였다. 세 번째로는 인터넷 관계형, 네 번째로는 연령순으로 나타났다. 이를 정리하면, 연령은 적을수록, 드라마와 지역 뉴스는 적게 볼수록 온라인 정치참여에 부적인 효과를 보였다. 반면에 지역TV방송의 시사 토론프로그램을 많이 볼수록, 전국일간지의 1면/정치종합을 많이 읽을수록, 인터넷을 관계형과 토론형으로 이용할수록 온라인 정치참여에 긍정적인 영향을 미치고 있었다. 하지만 라디오방송과 지역일간지는 온라인 정치참여에 아무런 영향력이 없었다. 오프라인, 온라인 정치참여에 모두 영향을 미친 변수로는 인구사회학적 특성에서 연령이, 미디어 장르에서는 전국일간지의 1면/정치종합, 인터넷 토론형이었다. 즉 연령이 높을수록 오프라인 정치참여에, 낮을수록 온라인 정치참여에 유의미한 영향을 미쳤고, 전국일간지의 1면/정치종합은 많이 읽을수록, 인터넷의 토론형 이용이 많을수록 오프라인과 온라인 정치참여 모두에 정적인 영향을 미치고 있었다.

<연구문제 5>는 지역사회자본이 정치참여 행위에 미치는 영향에 관한 검증이다. 본 연구는 지역사회자본의 구성요소라 할 수 있는 지역공동체 의식, 이웃과의 신뢰, 지역사회 애착, 제도신뢰, 정치효능감 등 5가지 변인이 정치참여 행위에 미치는 영향을 규명하고자 했다. 사회자본의 효과인 정치참여 행위는 오프라인 참여, 온라인 참여, 투표참여 여부로

구분하여 검증했다.

우선, 오프라인 정치참여에 있어서 연령과 소득수준, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 정치효능감이 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 오프라인 정치참여에 정치효능감이 가장 큰 영향력을 미치고 있으며, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 소득수준, 연령 순으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 정치효능감과 이웃과의 교류가 많을수록 오프라인 정치참여가 높은 것으로 나타났다. 반면 지역사회 애착, 소득수준, 연령은 부적 영향을 미치고 있었다. 하지만 지역공동체 의식, 제도신뢰는 오프라인 정치참여에 아무런 영향도 없었다.

온라인 정치참여에 있어서는 연령, 최종학력, 소득수준, 출신지역, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 정치효능감이 유의미한 영향을 미치고 있었다. 이 가운데 정치효능감이 온라인 정치참여에 가장 큰 영향력을 미치고 있었다. 그 다음으로 연령, 이웃과의 교류, 최종학력, 지역사회 애착, 출신지역, 소득수준, 제도신뢰 순이었다. 구체적으로 살펴보면 정치효능감이 높을수록 온라인 정치참여에 매우 적극적임을 알 수 있었다. 연령은 낮을수록, 이웃과의 교류와 최종학력은 높을수록 온라인 정치참여에 정적 영향을 보였다. 지역사회 애착은 오프라인 정치참여와 마찬가지로 애착정도가 낮을수록 온라인 정치참여에 활발히 참여하는 것으로 나타났다. 하지만 지역공동체 의식과 제도신뢰는 오프라인 정치참여와 마찬가지로 아무런 영향이 없었다.

투표참여 여부에 있어서는 인구사회학적 특성 요인으로 남성일수록, 연령과 학력이 높을수록, 제주 도외 출신일수록, 지역사회자본 요인에서는 지역공동체 의식과 정치효능감이 높을수록 그렇지 않은 경우에 비해 통계적으로 유의한 수준에서 실제 투표에 참여하는 것으로 나타났다.

제2절 결론 및 합의

본 연구는 특정 지역 내에서의 수용자들이 즐겨 이용할 수 있는 7가지의 미디어 내에서 이용유형 집단을 분류했으며, 각 미디어 레퍼토리의 인구사회학적 특성과 미디어 장르 및 기능이용 성향을 분석했다. 또한 추출된 다중미디어 집단별로 지역사회자본과 정치참여와의 관계를 검증했다. 아울러 미디어 장르 및 기능이용의 인구사회학적 특성과 지역사회자본에 미치는 영향, 미디어 장르 및 기능이용이 오프라인·온라인 정치참여에 미치는 영향을 살펴보았다. 마지막으로 이러한 지역사회자본이 각각의 정치참여에 미치는 영향에 대해 검증했다.

우선, 전국TV방송, 지역TV방송, 라디오방송, 전국일간지, 지역일간지, 인터넷, 휴대폰 등 7개 미디어에 대해 제주지역 미디어 이용자들의 매체별 이용시간 차이를 살펴본 결과, 휴대폰 133.07분, 전국TV방송 110.28분, 인터넷 90.42분, 라디오방송 33.46분, 지역TV방송 30.73분, 전국일간지 10.98분, 지역일간지는 9.42분으로 나타났다. 제주지역 미디어 이용자들은 휴대폰과 전국TV방송을 가장 많이 이용하고, 전국일간지와 지역일간지를 가장 적게 이용하고 있었다.

지역에서 지역신문을 가장 적게 이용하는 것은 어떤 의미일까. 제주지역에서도 1987년 6·29 선언 이후 언론기본법의 폐지와 정기간행물의 등록법 등이 제정공포(1987년 11월 28일)된 이후 1도1사 원칙이 무너지면서 신문의 양적 팽창이 거듭됐다. 1987년 1종이었던 제주지역 일간지가 2014년 6월 현재 5종으로 증가했다. 지역신문의 이러한 양적 팽창에 대해서는 상반된 평가가 있다. 지역신문의 증가가 독자들의 정보욕구를 충족시키는데 기여할 뿐만 아니라 상호경쟁을 통한 신문의 질적 향상을 도모하여 지역발전에 기여할 수 있다는 평가(김선남, 2001)와는 달리 지역신문의 양적 팽창은 지면확장 등 외적인 규모나 양적인 측면에 치중해 협소한 광고시장 안에서 제살 깎아먹기식의 경쟁으로 지면부실, 경영악화의 상태를 초래할 수 있다는 입장이다. 지역신문이 다양한 여론의 창구로써 건전한 사회 기능을 수행한다면 지역신문의 수적 증가는 그다지 문제가 되지 않겠지만, 적어도 지역 수용자들이 지역신문을 이처럼 외면하고 있는 현실에서 지속가능한 지역신문 산업을 위해서는 양적 팽창을 억제하고, 지역신문 본연의 저널리즘 회복을 위한 혁신이 필요한 시점이다.

제주지역 신문시장에서의 경쟁은 다른 지역과 마찬가지로 지역일간신문과 전국일간신문 간의 경쟁은 물론 인구 60만명에 5개나 있는 지역일간신문 간의 경쟁이라는 이중의 형태로 나타나고 있다. 지역신문 간의 경쟁은 새로운 지역일간지들이 창간되면서 한정된 광고

시장과 독자를 놓고 치열한 생존경쟁이 심화되고 있다는 것을 알 수 있다. 아울러 전국지와 지역신문간의 경쟁도 주요 국면 중 하나이다. 전국지의 지역신문시장 잠식이 지역신문의 경쟁을 격화시키는 또 다른 요인인 것이다. 지역신문은 그동안 지역사회의 감시자로서 영향력을 발휘하고 있다. 또 중앙일간지가 외면하는 지역문제 등을 심도 있게 다뤄 지역 발전에 기여했다는 평가를 받고 있다.

하지만 매체경쟁이 치열해질수록 시장점유율이 줄어드는 시장의 수요공급 법칙에 입각해 볼 때 지역신문의 양적 팽창은 심각한 경영난을 유발하며 이에 따라 신문보도 형태와 내용들도 부실해져 정상적인 저널리즘 기능을 기대할 수 없는 것은 자명하다(김선남, 2001). 그럼에도 불구하고 지역신문에 기대와 희망을 거는 것은, 이러한 열악한 환경 속에서도 바르고 좋은 신문을 만들기 위해 노력하는 사람들과 이들이 보람을 갖고 만들어 가는 지역신문들이 적지 않기 때문이다. 따라서 새로운 진입자의 급증이라는 현재의 상황이 지역사회에서 지역신문이 바람직한 역할을 담당할 수 있는 기초로 작용할 것인가에 대해 검토해 볼 여지가 있다. 지역신문이 바람직한 역할을 수행해 나갈 수 있는가라는 문제는 지역신문이 시장에서 살아남을 수 있는가라는 문제와 지역신문이 지역언론으로서의 바람직한 역할을 형성하고 계속 수행해 나갈 수 있겠는가라는 문제와 연결돼 있기 때문이다.

본 연구에서는 미디어 레퍼토리 연구에서 미디어 이용 행태를 파악하기 위해 자주 사용되는 군집분석을 활용해 제주특별자치도라는 특정 지역을 대상으로 다중미디어 이용자 집단을 추출했다. 분석 결과, 제주지역 미디어 이용자들의 미디어 레퍼토리 조합은 신문 중심, 지역일간지 중심, 휴대폰-인터넷 중심, 다매체 중심, 지역TV방송 중심, 라디오방송 중심 등 6개의 다중미디어 이용 집단으로 구분할 수 있었다. 기존 미디어 레퍼토리 선행 연구에서는 대부분 TV, 라디오, PC, 휴대폰전화 등으로 수용자 집단을 분류하는 등 지역 내의 신문이나 방송 등 지역언론이 배제 됐다. 물론 선행연구의 연구배경이 서울 등 수도권을 대상으로 이뤄지고 있기 때문이기도 하다. 하지만 본 연구에서는 제주특별자치도라는 지역사회를 대상으로 한 만큼 지역TV방송, 지역일간지 이용을 미디어 레퍼토리에 포함한 결과, 다중미디어 이용자 집단에서 지역일간지 중심과 지역TV방송 중심 집단을 도출할 수 있었다.

일부 지역 미디어 이용연구에서는 여전히 지역단위에서 지역언론이 중앙언론과 차별화 되지 않은 현상으로 인해 탈지역적 미디어 이용행태를 보여주고 있다. 하지만 제주지역에서는 전국미디어와는 별도로 지역일간지나 지역TV방송 등을 차별적으로 이용함으로써 지

역주민들이 지역언론으로부터 충분한 정보를 제공받아 지역문제에 관심을 갖고 적극 참여하고 있다는 해석이 가능하다. 지역방송과 지역신문은 전파와 신문 구독의 한계적 도달 범위를 갖고 있고, 내용적 의미에서도 지역사회의 고유한 이해와 관심을 반영하고 있다. 다시 말해 지역언론은 그 지역의 특수성을 살린 차별화되고 특성화된 기사와 보도, 방송 프로그램을 통해 지역주민들이 필요로 하는 뉴스 정보를 제공하기 위한 공기(公器)로서의 역할을 도모하고 있다. 지역언론의 지역에 대한 사회적 관계와 지역공동체와의 협력요소를 빼놓고는 논의하기 힘든 것이 사실이다. 이와 같은 필연적인 지역언론의 존재가치는 특히 지역문제를 바로 볼 수 있게 하고, 더 나아가 지역주민의 합의와 상생의 정신을 통한 지역사회 공동체를 만드는데 크게 기여할 수 있다.

따라서 지역을 대상으로 하는 미디어 연구에서는 중앙과 지역미디어를 동시에 경험하는 지역 미디어 이용자 중심의 시각에서 살펴볼 필요가 있다. 즉 지역주민이 지역 환경에 대해 느끼는 정서적, 사회적 유대감에 따라 지역 내에서 같은 TV플랫폼이라도 중앙방송과 지역방송을 구분하는 시청행태를 보이거나, 같은 신문이라도 중앙일간지와 지역일간지를 따로 구독하는 행위와 밀접한 관련이 있을 수 있다. 지역사회 내의 새로운 미디어 이용유형 집단의 도출을 통해 기존의 미디어 레퍼토리 연구에서 보다 범위를 확장한 것과 지역언론의 중요성을 다시 발견했다는 점에서 중요한 시사점을 제공하며, 이러한 다중미디어 이용유형 분석은 지역에서의 미디어 이용패턴을 조망할 수 있게 해준다는 점에서 의의를 찾을 수 있다.

아울러 미디어 균집을 형성하는 핵심적인 요인이 인구사회학적 변인들임을 추정해 볼 수 있다. 대체로 40대 이상의 중장년층의 경우 전통 미디어인 신문이나 TV시청패턴을 유지한 반면 20~30대의 경우 인터넷이나 핸드폰을 조합한 미디어 이용행태를 보이고 있었다. 이는 미디어 레퍼토리 형성 요인으로서 인구사회학적 변인들의 중요성을 강조한 선행 연구들(강남준·이종영·이혜미, 2008; 심미선·김은실·하예린, 2009; 윤해진·문성철, 2010; 이미영·김담화·김성태, 2010; 이현우·오형일, 2013)의 결과와도 부합하는 것으로 해석된다. 이러한 연구결과는 지역에서의 미디어 환경 변화 및 미디어 이용패턴 변화에 대한 이해를 높이는데 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

둘째, 미디어 레퍼토리의 미디어 장르별 이용 차이에 대한 분석 결과는 미디어별 장르와 이용유형에 따라 주로 소비되는 이용자 집단이 누구이며, 이들의 비중이 얼마나 되는지를 알게 해 준다는 점에서 신문 및 방송 제작주체들에게 편집 및 편성 방향과 미디어산업 주체들에게 현실적 시사점을 일부 제시해 준다.

분석 결과 신문 중심 집단은 전반적으로 인터넷과 휴대폰을 제외한 미디어에서 모든 장르 이용이 많은 것으로 나타났다. 지역일간지 중심 집단은 전국TV방송 장르에서 쇼/오락 프로그램만을 빼 나머지 장르에서, 지역TV방송, 전국일간지, 지역일간지 모든 장르에서, 라디오방송에서는 음악을 제외한 나머지 장르에서, 인터넷 관계형과 토론형에서, 휴대폰은 오락형에서 전체 평균보다 이용량이 많았다. 휴대폰-인터넷 중심 집단은 인터넷과 휴대폰에서 월등히 많은 이용량을 보이고 있는 가운데 TV와 라디오에서 예능/오락 프로그램 이용량이 많은 것으로 보아 오락과 여가목적의 미디어 이용패턴을 보이고 있었다. 다매체 중심 집단은 미디어별 모든 장르에 걸쳐 전체 평균 이용시간에 큰 차이가 없었고, 미디어 장르에 걸쳐 전반적으로 이용량이 적었다. 라디오방송 중심 집단은 전국TV방송과 지역TV 방송에서 공통적으로 뉴스, 시사토론 프로그램, 교양 프로그램이 상대적으로 이용량이 많았으며, 인터넷과 휴대폰 장르이용에 있어서는 전 장르에 걸쳐 전반적으로 이용시간이 적었다. 특히 지역일간지 중심 집단은 전반적으로 모든 미디어 이용량이 전체 평균이용량을 상회하는 가운데 지역일간지 장르 이용이 매우 높은 반면, 지역TV방송 중심 집단은 다른 미디어의 장르에 걸쳐 전반적으로 이용량이 적은 가운데 지역TV방송 장르 이용에 한해 매우 높은 것으로 나타났다.

셋째, 미디어 이용 변수를 기준으로 군집별로 유형화된 신문 중심, 지역일간지 중심, 휴대폰-인터넷 중심, 다매체 중심, 지역TV방송 중심, 라디오방송 중심 등 6개의 다중미디어 이용자 집단이 지역사회자본(지역공동체 의식, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도신뢰, 정치효능감)과의 관계에 대해 분석했다. 그 결과, 5개의 지역사회자본에서 미디어 이용이 모두 유의미한 차이를 보였으며, 전반적으로 높은 값들을 보인 것을 확인할 수 있었다.

이러한 결과를 바탕으로 지역주민의 지역사회에 대한 소속감이나 지역사회와의 관계를 고양하기 위해서는 다양한 미디어를 접할 기회를 확대하는 것이 필요하다. 현실적 방안으로 다양한 지역공동체 공간을 통해 지역주민들에게 지역일간지 등을 무료로 제공함으로써 지역주민들의 사회적 연계와 신뢰를 높이고 궁극적으로 지역 정체성을 고양할 수 있는 효과를 기대할 수 있다. 이와 관련하여, 미디어 강좌 같은 다양한 미디어 리터러시 기회를 제공해 대인 교류를 통한 사회적 네트워크의 확산이라는 측면에서 그 효과를 기대할 수 있을 것이다. 지역공동체로서 기능하고 이를 통한 지역주민들의 참여가 늘어날 경우, 지역주민의 사회자본 확대 및 지역정체성 강화에 일정부분 기여할 수 있다.

또한 지역일간지 중심 집단이 다른 다중미디어 이용 군집보다 지역사회자본에 가장 큰

영향을 미치고 있다는 점이다. 지역신문은 지역사회에 대한 애착심 또는 애향심을 높일 수 있도록 지역사회에 대한 통합기능을 하며, 지역주민들이 지역사회 문제에 대해 관심을 갖고 적극적으로 참여할 수 있는 정보제공의 기능을 하고 있다. 이러한 지역언론의 기능과 역할을 상정해 볼 때 지역현안이나 논쟁 문제에 대해 지역언론이 어떠한 보도를 하며, 어떻게 도민적 합의를 이끌어내고, 어떠한 이슈에 대해 가장 많은 주목을 했느냐 하는 점은 주요 관심사가 될 수 있다. 또한 지역언론의 보도성향은 전개과정에 중요한 영향을 미치기 때문에 지역의 주요 정책 이슈에 대한 언론보도 자세는 매우 중요하다. 이러한 지역신문의 제 기능을 생각해 보면 지역사회자본의 강화를 위해서는 지역신문 발전을 위한 국가나 지방자치단체의 적극적인 지원이 필요하며, 지역신문 차원에서는 이러한 사회적 기능 강화를 위해 지역주민들의 신뢰감을 확보함과 동시에 지역주민들이 원하는 콘텐츠 및 장르 개발에도 관심을 가져야 함을 시사하고 있다.

넷째, 다중미디어 이용자 집단별로 오프라인-온라인 정치참여와의 관계에 대해 분석했다. 그 결과 오프라인 정치참여에서는 다중미디어 이용 군집별로 유의미한 차이를 보였으나, 온라인 정치참여에서는 통계적으로 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다. 즉 미디어를 어떻게 조합하여 이용하느냐에 따라 오프라인 정치참여에는 영향을 미치고 있었으나, 온라인 정치참여에는 영향이 없었다. 특히 개별 미디어 이용에 있어서 지역TV방송과 지역일간지 이용은 지역주민들의 온-오프라인 정치참여에 어떠한 영향도 미치지 못했다. 이는 지역언론들의 정치관련 보도나 정보가 부족하고, 미디어 이용자 또한 지역언론을 정치관련 정보를 제공받기 위해 이용하는 것은 아니라는 해석이 가능하다.

현대사회에서 지역언론은 이러한 정치과정에 대한 지식과 정보를 지역주민에게 제공하고 의사를 표현하는 데 있어 가장 핵심적인 공간으로서 중요한 통로역할을 한다. 특히 대다수의 지역주민들이 지역 내에서의 정치과정에 직접 참여하는 것은 아닌 만큼 정치적 현실을 인지하거나 지역 정치집단과 공중 간에 커뮤니케이션을 하는데 있어서 지역언론에 대한 의존도는 커질 수밖에 없다. 이와 관련, 제주지역 일간신문의 기능 및 역할에 대해 연구한 고영철(2003)은 지역문제와 직접 관련 있는 지역신문 기사들은 열독률이 높은 반면, 국내정치 기사들의 경우 평균 이하로 열독률이 낮았다고 분석했다. 제주TV방송 뉴스를 연구한 이지현과 고영철(2008)은 가장 많이 등장하는 지역방송뉴스는 행정/지자체 뉴스가 20.4%, 경제/산업 12.9%, 범죄/사고 12.6%에 이어 정치/선거 보도는 11.2%에 그치고 있다고 분석했다. 김광우와 백선기(2009)는 제주지역 텔레비전 선거보도의 특성을 한마디로 정치적 중립성에 대한 강조와 밀접하고 복잡한 커뮤니티에 따른 인적 네트워크 구조에

따라 미디어 보도가 지역성을 약화시키고, 투표참여를 유도하지 못하고 있다고 분석했다.

오늘날 지역선거에 있어서 지역언론의 보도는 매우 중요한 요인으로 인식되고 있다. 이는 지역언론이 유권자들에게 자신의 신성한 정치적 권리를 올바르게 행사할 수 있도록 후보 개인의 능력, 가치관, 주요정책, 선거캠페인, 여론 등에 관한 정보를 제공하는 동시에 공명선거가 이뤄질 수 있도록 선거부정을 감시하고 비판하는 기능을 수행하기 때문이다(송종길·박상호, 2006). 하지만 앞서 살펴본 일부 선행연구에 따르면 지역언론이 지역주민들의 정치에 대한 관심과 흥미를 불러일으키는 기사량이 부족하고, 열독률마저 크게 낮아 지역주민들의 정치참여를 독려하지 못하고 있다는 것이다. 지역언론이 지역사회를 참여형 공동체로 만들어 가는 데 기여하기 위해서는 정치적 공동체로서의 지역사회의 성격이 신문 지면이나 방송 프로그램을 통해 반영되어야 한다. 정치활동에 대한 감시와 견제는 물론이고, 지역주민이 적극적으로 정치적 과정에 참여하고 정치성과를 평가하고 논의하는 데 도움과 자극을 주는 정보와 의제를 제공하는 것이 지역언론의 중요한 임무이다. 이러한 연구결과가 한국 전체의 일반적인 정치참여 현상으로 확대하기는 힘들 것이나, 제주지역 구성원들의 복잡하고 협소한 사회적 네트워크에 기반을 두고 있는 제주지역 소규모 커뮤니티의 특성이라 할 수 있다.

다섯째, 인구사회학적 특성(성별, 연령, 교육수준, 소득수준, 출신지역)에 있어서의 각 미디어별 이용 장르 및 기능의 차이를 분석했다. 전국TV방송 장르 이용, 지역TV방송 장르 이용, 인터넷 이용에서는 성별, 연령, 학력, 소득수준, 출신지역 모두 다매체 환경에서 어떤 미디어를 선택해 이용하는지에 대한 결정요인이 됐다. 하지만 라디오방송과 전국일간지, 휴대폰 이용에서 출신지역은 아무런 영향이 없었고, 지역일간지 이용에 있어서는 소득수준과 출신지역이 미디어 콘텐츠에 따른 장르나 기능이용 선택에 영향을 미치지 못했다. 특히 20대를 대표하는 젊은층과 50대 이상의 장년층과 노년층에서 유독 미디어 이용 ‘격차’ 현상을 보였다. 일반적으로 지식 내지 정보 격차와 관련한 검증 연구에 있어서 격차(divide)란 객관적으로 관찰할 수 있는 것들의 차이를 의미한다. 특히 전국TV방송과 지역TV방송의 뉴스, 시사토론 프로그램, 교양 프로그램과 전국일간지와 지역일간지의 모든 장르를 이용하는데 있어서 장년층과 노년층의 적극적인 미디어 이용이 돋보인다. 그런데 미디어 사회에 있어서는 이러한 정보와 지식 격차의 발생이 기본적으로 커뮤니케이션 능력의 차이를 만들어낼 여지가 있다. 이러한 지역 내에서의 세대 간 격차로 인한 소통단절이 지역사회 모든 분야로 확산됨에 따라 새로운 사회문제를 야기할 수 있다.

최근의 미디어 이용행태 연구가 청소년과 대학생들의 장르이용패턴에만 집중하는 경향

이 있는데, 중장년층 이상 고연령층의 미디어 이용에 대한 이해를 위해 다양한 연구가 필요할 것으로 보인다. 특히 고령화 시대를 맞이하여 노년층의 미디어 연구에 대한 관심이 필요하다. 노년층의 스마트 미디어 이용 연구(박창희·장석준, 2013)에서는 노년층들이 스마트 기기를 사용하면서 의견과 지식을 얻고 이를 타인과 공유하기를 원하며 스마트 기기 소유에 대한 욕구도 높았고, 미디어 교육에 대해서도 많은 관심을 보여 노인복지관 등 노년층 교육기관에 스마트 기기 교육 프로그램을 희망하고 있었다. 본 연구에서도 노년층에서 미디어 이용 빈도가 다른 연령에 비해 전반적으로 높았으며, 지역사회자본 또한 높은 것으로 나타나 노인들을 중심으로 미디어 환경에 적극적으로 참여시켜 궁극적으로 사회참여로 유도할 수 있어야 한다. 이 노년층들이 미디어 이용을 통한 사회변화와 지역사회자본에 대한 관심을 가질 수 있도록 노인복지관을 활용한 미디어 교육 프로그램들이 제공될 수 있어야 한다. 노년층에 대한 미디어 교육 강화는 세대 간 정보격차를 해소할 수 있으며, 초고령 사회로 진입하고 있는 지금의 현실에서 노인인구의 활용이 지역의 발전과 공동체 화합에 매우 중요한 역할을 할 것이다.

여섯째, 미디어 장르 및 기능이용이 지역사회자본(지역공동체 의식, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도신뢰, 정치효능감)에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과, 인구사회학적 특성에서 연령, 학력, 소득수준이 높을수록, 미디어별 장르 이용에 있어서는 전국TV방송의 전국뉴스, 쇼/오락 프로그램, 교양프로그램, 드라마, 지역TV방송의 지역뉴스, 시사토론 프로그램, 교양 프로그램, 라디오방송의 뉴스/시사, 음악 프로그램, 전국일간지의 1면/정치종합, 경제/생활정보, 오피니언, 연예/스포츠, 지역일간지의 문화와 사람들면, 인터넷의 정보형, 토론형 이용, 휴대폰의 관계형, 오락형 이용 등이 많아질수록 지역사회자본이 형성될 가능성이 높은 것으로 나타났다. 즉 어떤 종류의 미디어 장르를 즐겨 이용하느냐에 따라서 지역사회자본 형성이 달라지고 있으며, 미디어는 지역사회자본을 높이는 데 어느 정도 기여하고 있다고 볼 수 있다. 미디어는 장르나 교유의 기능을 통해 의식하던 의식하지 않던, 지역공동체의 문화사회적 측면을 반영할 수밖에 없다. 중요한 것은 기존의 가치와 규범들이 공동의 논의를 통해 성찰되고 인식되며, 경우에 따라서는 변화될 수 있는 의제와 자극을 제공하는 일이다. 이는 곧 미디어의 특정 장르를 많이 이용할수록 지역사회자본이 형성될 수 있다는 점을 시사하고 있다.

마지막으로, 효과적인 대의민주주의와 참여민주주의를 위해서는 주민들의 적극적인 정치참여가 중요하고, 이러한 주민들의 정치참여를 위해서는 지역사회에서의 사회자본이 중요하다라는 점을 강조하고 있다. 지역사회자본은 국내외의 연구경향을 살펴볼 때 다양한 사

회현상과 정치적 행위를 설명하는 중요한 변수임에 틀림없다. 본 연구는 지역사회자본이 정치참여에 영향을 미친다는 가정에서 출발했으며 일정부분 이러한 연구문제에 대한 나름의 해답을 제시하고 있다. 그 결과, 40대 이상의 중장년층과 노년층에서 오프라인 정치참여에 관심을 기울이는 반면 상대적으로 20~30대의 젊은층은 온라인 정치참여에 더 많은 관심을 보이고 있는 경향을 발견할 수 있었다.

우선, 오프라인 정치참여에 있어서 정치효능감이 가장 큰 영향력을 미치고 있었으며, 그 다음으로 지역사회 애착으로 나타났다. 또한 온라인 정치참여에 있어서 정치효능감이 가장 큰 영향력을 미치고 있었다. 그 다음으로 지역사회 애착, 이웃과의 교류 순이었다. 지역사회자본 차원에서 정치참여에 일관성 있게 영향을 미치는 요인으로 나타난 것이 지역사회 애착, 정치효능감이다.

이러한 결과를 바탕으로 지역주민의 정치참여를 고양하기 위해서는 각 지역단위의 마을회, 노인회, 청년회, 부녀회 같은 다양한 주민조직의 참여와 활성화를 위한 제도적 지원과 지역사회 애착을 높이기 위한 사회적 네트워크를 만들 수 있는 기회를 제공해 정치참여를 확대하는 것이 필요하다. 지역주민들의 지역사회활동에 대한 참여는 공동체 의식을 함양하는데 중요한 요인일 뿐만 아니라 지역주민들의 공동체 의식 증가는 다양한 참여의 기회를 제공하는 기반이 될 수 있다. 따라서 제주특별자치도는 지역복지계획수립에 있어서 주민들의 참여와 주민공동체 의식함양에 더 많은 관심을 기울일 필요가 있으며, 지역주민간의 관계를 개선할 수 있는 프로그램의 개발 보급이 동시에 이뤄져야 함을 보여준다. 즉 제주지역 주민들이 책임의식을 가지고, 지역사회에서 발생하는 지역문제를 해결하는데 있어서 자발적 참여 활동을 통해 지역공동체 의식이 형성된다. 이러한 공동체 의식은 지역연대와 유대감을 생성하며, 이웃과 더불어 공생하는 지역사회를 만들어내는 토대가 될 수 있다. 또한 개인수준의 정치참여가 지역사회를 바꿀 수 있다는 신념을 키우기 위한 다양한 노력을 기울여야 할 것이다.

투표참여 여부에 있어서는 인구사회학적 특성에서 소득수준을 제외한 성별, 연령, 최종학력, 출신지역이 통계적으로 유의한 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 또 지역사회자본에서는 지역공동체 의식과 정치효능감이 실제 투표참여 여부에 영향을 미치고 있는 것으로 판단할 수 있다. 반면 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도신뢰는 통계적으로 유의적이지 않았다.

지역공동체 의식은 실제 정치참여에 정적인 영향 즉, 정치참여를 높이는 요인이므로 지역공동체 의식을 함양시킬 수 있는 방안을 마련해야 할 것이다. 특히 정치효능감과 더불어

어 지역공동체 의식이 정치참여에 영향을 미치는 요인으로 나타나 제주유입 인구가 증가하고 있는 추세에서 주목해야 할 부분이다. 지역공동체 의식의 함양은 정치참여를 통한 제주지역의 발전을 위해서 매우 중요한 요인이 될 것이다. 이러한 분석 결과를 수용한다면, 향후 지방선거 참여를 증진할 수 있는 방안을 고려할 때 제주 이주민이나 도외 출신에 대한 투표참여 독려의 필요성을 보이고 있으며, 사회적 맥락 속에서 지역주민 간의 연대감을 통해 공동체 의식을 형성하고, 정치효능감을 제고할 때 민주시민으로서의 정치참여 의식이 한걸음 더 발전할 수 있다는 추론이 가능하다. 따라서 지역주민들 간의 관계를 개선하여 주민 상호간의 사회적 지지가 제공될 수 있도록 하는 프로그램과 지역주민간의 유대감을 증진시킬 수 있는 다양한 사업을 개발할 필요가 있다.

배타적 결속 사회자본(Exclusive Bonding Social Capital)을 넘어 이타적 결사 사회자본(Altruistic Association Social Capital)으로

: 제주지역 사회자본의 비판적 성찰과 새로운 가능성 모색

제주지역의 특징적 사회자본은 어떤 관점에서 바라볼 것인가와 함께 연구대상과 방법, 또는 연구자의 입장에 따라 매우 다른 양상을 보일 수 있다. 제주의 사회자본을 논하려면 기본적으로 제주사회가 갖는 자연적 환경과 제주인의 생활상, 그리고 역사적 경험을 종합적으로 검토해 봄으로써 규명해 볼 수 있다. 한 가지 분명한 점은 제주지역은 다른 어떤 지역과도 구별되는 고유성과 차별성을 지니고 있다. 지금까지 제주사회의 구체적 모습은 시대변화를 거치면서 상당히 변화했지만, 도서지역이라는 지리적 환경으로 인한 고립성과 제한성 때문에 매우 특수한 정치·경제·사회·문화 구조를 형성해 왔다.

제주사회의 기본적 특징은 도서성(島嶼性)으로 말할 수 있다. 제주는 바다에 의한 고립과 화산섬의 특성으로 발경작이 제대로 안 되는 척박하면서도 협소한 토지 여건을 갖고 있다. 이러한 바다에 의한 고립은 육지부와의 물자 유통과 정보 교환을 어렵게 했다. 한정된 토지는 제한된 자원에 의해 그들만의 삶을 유지시키기 위한 고유의 사회문화적 특성과 정신적 특성을 공존시켰다. 이에 따라 제주의 자연환경과 지금까지의 역사와 사회구조, 제주도민의 생활양식과 의식구조 등 다차원적인 이해를 통해 제주사회의 사회자본을 ‘배타적 결속 사회자본(Exclusive Bonding Social Capital)’이라 명명할 수 있다. 제주사람들은 자연공간 속에서 끊임없는 상호작용을 통해 다른 사람들에 대해 배타적이면서 내부적으로 결속하는 사회자본을 만들어 왔다. 제주사람들이 맺는 사회적 관계는 오랜 세

일을 거쳐 한정된 공간범위에서 지속되면서 유지돼 왔고, 그 과정에서 학연, 지연과 같은 연결망이 동질성을 강화하며 독특한 지역사회자본을 형성하는 중요한 토대가 됐다.

척박한 자연환경에 의해 제주사람들은 먹고 남은 잉여생산물을 크게 축적할 가능성이 적었다. 때문에 다른 사람보다 크게 많이 가진 사람도, 적게 가진 사람도 없었다. 영농규모가 작고 생산력이 낮은 경제상황 속에서 가족과 이웃은 마을이라는 지연공동체에 의해 수평적인 신뢰 형성과 강한 연결망을 갖게 됐다. 그 지연적 결속의 중요한 단위는 마을이라고 할 수 있다. 마을공동체는 가족, 이웃을 벗어난 사회적 관계의 기본적인 단위였으며, 자치적 의사결정 단위로서 사회자본의 중요한 기반이었다. 마을은 식수원이 귀중한 자연적 조건의 영향을 받아 용수를 중심으로 모여 살았으며, 흔히 마을내 결혼이 이뤄져 마을주민들은 서로 혈족과 인척의 복잡한 관계를 이뤄 동질성을 기반으로 강한 결속을 맺게 됐다. 또한 오랜 시간동안 이웃관계나 학교출신, 혹은 결혼 등으로 서로 복잡하게 얽힌 관계망들이 축적되어 제주 사회자본의 원형이 만들어진 것이다. 그 결과, 제주는 육지로부터 멀리 떨어져 있으면서 그 속에서 하나의 생활공동체를 형성해 자족적으로 살아오는 동안 제주 사회자본은 섬 사회의 범위에 한정되는 경향을 낳았고 동질적이고, 독자적으로 축적됐다.

제주는 1946년 8월 1일 도(道)로 승격되면서 중앙집권 관할에 소속돼 있으면서도 중심부로부터 멀리 떨어져 있었기 때문에 모든 사회적 가치와 기회에 접근할 기회가 적었다. 자연스레 제주사람들은 제주 이외의 지역을 육지부로 구분하고 다양한 환경에 적응해 가는 과정에서 개인이나 집단의 입장에 서서 그 외의 사람이나 집단을 제외하는 배타적 기질이 형성돼 왔다. 정작 육지부에 대해 선망을 하면서도 강한 열등의식으로 표출됐으며, 이를 회복하기 위한 방편으로 외부사람에 대해 배타적으로 대응했다. 이러한 지역정체성은 배타성을 지속시키면서도 안으로는 결속을 강화하는 역할을 했다. 육지에 나가 있는 제주사람을 보고 심심치 않게 ‘육지사람 다 됐구나’ 라고 말하는 것은 지역정체성의 강조를 통해 외부인과의 경계와 차별을 지속화하는데 기여하는 일종의 사회문화적 장치의 한 예라 할 수 있다. 배타적 결속 사회자본을 상징하는 ‘웬당문화’에서는 이에 소속되지 않은 지역사회 구성원이나 타 지역 출신, 뉴커머 같은 이주민들은 아무 이유 없이 차별받거나 배제되기도 한다. 이러한 강한 지역공동체 결성은 오랜 시간을 거치면서 부정적 현상을 낳았다. 배타적 결속은 본질적으로 지역구성원들에게 유무형의 혜택을 주는 유대(ties)가 다른 사람들의 접근을 방해하는 속성을 지닌다. 집단이나 지역사회의 폐쇄성이 구성원들의 동질성을 강조한 나머지 개인의 성공을 방해하여 내부 규범을 벗어난 창의적

인 활동을 제약하는 부정적 결과를 만들어 냈다. 제주사회에 뿌리 깊게 배인 배타적 결속 사회자본은 사회통합에 장벽이 되고 사회갈등을 일으켜 지역사회 발전에 장애가 되고 있다. 또 현대사회에 있어서는 심각한 폐쇄성과 커뮤니케이션의 단절을 초래하고 있다.

70~80년대 이후 도시화가 시작된 이래 제주시로 60만 제주인구의 절반 이상이 밀집해 있으면서도 그들만의 공동체적 정체성을 찾기 위한 노력은 계속 이어져 왔다. 마을출신의 향우회, 체육대회, 단합대회 등으로 더욱 좁은 지리적 공간을 그들만의 연결망을 내세워 새로운 배타 공간을 만들어냈다. 이 끈끈한 연고의 끈들은 마을공동체의 옛 속성을 그대로 지니고 있다. 도시화라는 것은 마을이라는 공간을 벗어나 각자의 공간 속에서 이뤄지는 생활이지만, 배타적 결속 공동체는 시간이 흐르면서 더욱 혈연, 학연, 지연의 형태로 견고하게 지속되고 있다. 친인척, 친구, 동문회, 마을공동체처럼 촘촘히 연결된 지역사회 자본은 넓은 지역사회 수준에서 신뢰와 규범, 이웃과의 교류와 참여, 지역사회 애착을 하락시키고 내부적 결속만을 강화시키는 부정적 사회자본을 증진시키고 있다.

하지만 국제자유도시로 발돋움하는 제주사회는 사회내의 전반적인 구조와 내적인 모습을 새롭게 바꾸도록 요구받고 있다. 제주도민 스스로 변화하는 시대의 흐름에 마음의 문을 열고 눈을 크게 떠서 능동적으로 대처하려는 자세를 가져야 한다. 이러한 시점에서 제주사회의 의식 또한 과거의 것을 그대로 답습하거나 부정적인 것으로 남겨둬서는 안 된다. 제주지역 갈등이슈에 대해 지역중심적 사고에서 과감히 탈피해야 하고, 지금까지의 폐쇄성과 배타성에서 벗어나 미래지향적 사회 공동체를 추구해야 한다. 사회통합과 지역 발전이라는 관점에서 지역사회자본의 필요성을 부각시켜야 하는 이유이기도 하다.

따라서 이제는 배타적 결속 사회자본이 아닌 이타적 결사 사회자본(Altruistic Association Social Capital)을 만들어 가기 위한 각자의 노력이 필요하다. 개인과 개인, 개인과 집단, 집단과 집단 사이의 관계는 신뢰에 기초하여 이타적 관계를 형성하고 자발적 사회참여를 이룰 때 집단과 사회의 공공선을 실현할 수 있다. 지역사회의 사회자본을 활성화하는 방안으로 각급 학교 단위의 동창회나 마을 출신끼리의 향우회 등 폐쇄적인 결속형 네트워크 보다는 공적인 공동의 목표를 설정하고 공유하는 자발적 결사체를 활성화하는 방안이 모색되어야 한다. 지역사회 발전의 가장 높은 단계는 단순한 결속을 넘어서는 뜻이 같은 사람들이 공동의 목적을 이루기 위한 결사의 상호작용을 통해 지역사회 발전의 원동력이 되어 하기 때문이다.

이를 종합하여, 제주지역 사회자본의 새로운 가능성 모색을 위한 몇 가지 제언을 해본다.

첫째는 제주지역의 자발적 결사체를 활성화하는 것이다. 제주는 1970년대 관광·감귤산업으로 재편되기 전까지 전형적인 농경사회로서 공동체 의식이 강했다. 각 지역마을 중심으로 향회, 수놓음, 계, 마을 공동목장제가 있었다. 그리고 제주사람들은 이웃에 경조사 등 어려운 일이 있으면 상호 협력하고 이웃과 음식을 나눠먹는 풍습이 있다. 이러한 선한 사회자본을 현대 사회에 접목시킬 수 있는 방법이 자발적 결사체의 활성화이다. 자발적 결사체란 원초적 인간관계 회복을 목적으로 삼고 공통의 이해관심이나 목표를 추구하고자 하는 사람들의 자원동원을 위해 스스로 만든 집단을 일컫는다. 지역사회 발전을 위해 책임 있는 시민참여와 시민정신이 필요한 상황에서 자발적 결사체들의 기여가 크다고 할 수 있다.

둘째는 정부, 공공기관을 포함한 사회신뢰를 회복하는 길이다. 우선 제주에서는 제주특별자치도에서 시행하는 정책의 공정성을 확보하여 정책과 기관에 대한 신뢰를 심어줘야 한다. 유배의 땅 제주는 조선초기부터 양반관료층의 횡포와 착취가 가혹했다. 중앙으로부터 멀리 떨어져 있어 행정과 재정운영이 독립적으로 운영되면서 서울에서 부임해 오는 지방관들은 제주사람들을 상대로 수탈을 일삼았다. 이에 대한 저항으로 민중봉기가 심심치 않게 발생하기도 했다. 또 1948년 일어난 43사건은 수만 명의 무고한 인명 피해와 엄청난 재산 피해를 냈다. 이 43사건은 제주사람들에게 지울 수 없는 한을 심어줬고, 이 사건으로 말미암아 정치와 행정에 대한 뿌리 깊은 불신감을 심어주는 계기가 됐다. 이러한 과거 역사가 현재에서도 재현되면서 제주사회는 보수·진보간 이념적 갈등, 도지사 등 각종 선거에서의 갈등, 해군기지건설 갈등을 포함하여 지역 합의체로서의 기능상실과 함께 사회통합과 도민화합의 걸림돌이 되고 있다. 때문에 사회갈등을 해소하는데 지역사회 구성원간의 결사와 연대, 배려와 상호이해의 사회자본의 중요성이 요구되고 있다.

셋째는 가족 및 이웃네트워크의 활성화를 통한 개인신뢰 제고이다. ‘가족밖에 믿을 것이 아무것도 없다’고 말하지만, 이마저도 해체의 수순을 밟으면서 신뢰와 호혜의식이 사라지고 있다. 2013년 한 해 동안 제주지방법원에 접수된 협의이혼 신청건수는 1912건으로 하루 5~6쌍의 부부가 이혼을 선택하고 있다. 2012년 협의이혼 신청건수는 1765건으로 8.3%(147건) 증가했다. 제주의 이혼율은 전국에서 최고이다. 제주 가정의 해체, 저출산고령화에 따른 인구구조의 변화, 세대간·계층간 대화 단절과 갈등, 전통적인 규범과 경로효친사상의 퇴색 등 제주사회에 광풍처럼 불어 단친 지역사회 문제를 해결할 수 있는 방법은 바로 지역사회자본의 증대이다. 사회자본이 풍부한 성숙한 사회로의 도약을 위해서는 먼저 가장 가까운 사람부터 믿고 믿음을 주어 신뢰를 쌓아나가야 한다.

마지막으로 지역사회 구성원간 커뮤니케이션 능력을 제고하는 일이다. 커뮤니케이션은 사회적 상호작용의 핵심으로서 수평적 정보흐름과 의견수렴의 조화를 가져온다. 고립된 지역으로서의 제주사회가 아니라 활발한 커뮤니케이션을 특징으로 하는 개방적 사회체제로의 변화가 필요한 시기이다. 이를 위해서는 지역사회 내의 커뮤니케이션 활성화가 중요한 요소가 된다. 단순한 의미 전달에서 벗어나 보다 광범위한 계층의 이해를 전제로 해야 하기 때문에 지역언론의 역할이 중요하다. 지역주민들의 갈등 해결을 위한 소통은 지역공동체 유지에 기여한다는 전제 아래서 지역사회 내의 사회자본 증대를 위한 지역언론의 책임은 막중하다고 할 수 있다. 지역언론은 항상 시민들에게 지역이슈나 정책 등을 제대로 알리지 않아 시민들의 접근이 어려울 뿐만 아니라 이로 인해 시민의 참여와 소통에 문제가 없는지 다시 한 번 되돌아볼 일이다. 이에 따른 공개적인 담론증가는 시민사회에 지식과 아이디어를 제공하면서 공동체 의식을 제고할 것이다. 이처럼 지역의 자발적 결사체의 활성화나 공적신뢰·사적신뢰 제고를 통한 사회신뢰의 형성, 가족 및 이웃네트워크의 순기능을 통한 신뢰사회는 사회통합과 민주주의, 그리고 지역경제발전에 기여해 궁극적으로 제주지역의 경쟁력 강화에 중요한 기제로 작용한다. 특히 다양한 요인들의 상호복합적인 관계를 통해서 증대된다.

이러한 상황에서 2013년 7월 제주특별자치도의회가 ‘제주특별자치도 사회적 자본 및 육성 조례안’을 제정했다. 사회자본에 대한 관심이 증폭되고 있는 시점에서 높이 평가할 만한 조례가 아닐 수 없다.

사회자본 육성조례안에 따르면 제주 사회자본을 도민들의 자발적인 참여를 바탕으로 지역사회가 직면한 문제를 해결할 수 있는 능력 및 제주도 발전을 위한 협력, 조정을 이끌어내는 네트워크, 참여, 규범, 신뢰, 교육 등 유무형의 자산으로 규정했다. 이에 따라 제주특별자치도지사는 사회자본 육성을 도정의 기본 원칙에 반영하도록 노력해야 한다고 명시했다. 또 사회자본 확충 육성에 대한 도민 공감대를 형성하고 도민 참여 촉진, 시민공동체 활동 등을 적극 지원해야 한다. 이와 함께 사회자본 육성의 기본방향 및 중장기 목표추진 전략, 사회자본과 연계한 성과 극대화 등을 위한 연도별 시행계획을 수립해 의회에 제출토록 했다. 이 조례가 강조하는 사회자본은 제주사회를 특징짓는 혈연, 학연, 지연에 뿌리를 둔 연줄인맥과 같은 폐쇄적 관계망과는 차별화된다(제민일보, 2013. 6. 3, 7면).

제주는 국제자유도시를 표방하면서 섬이라는 닫힌 공간에서 열린 공간으로 변모하려고 한다. 사회자본의 궁극적 목적은 신뢰와 호혜, 상호주의를 갖춘 지역사회 구성원들의 의식변화이다. 이러한 상황에서 제주사회가 과거의 배타적 문화에서 세계 사람들과 함께

향유할 수 있는 열린 자세와 태도를 지닌 이타적 주체가 될 때 제주미래를 결정하는 중요한 요인이 될 것이다. 결국 제주사회는 제주사람들의 주체적인 노력과 적극적인 응전에 달려 있으며, 제주인의 진취적 의식 또는 정신이 전제되지 않으면 안 될 것이다.

제3절 연구의 한계 및 제언

본 논문은 지역사회를 연구범위로 한 미디어 이용행태에서의 미디어 레퍼토리 형성과 다중미디어 군집별 지역사회자본과 정치참여의 영향, 미디어 장르 이용에 따른 지역사회자본과 이러한 지역사회자본이 정치참여에 미치는 영향 등에 대한 유의미한 논의를 이끌어 냈음에도 불구하고 다음과 같은 한계를 통해서 추후 연구의 필요성을 언급하고자 한다.

첫째, 연구방법상의 신뢰도와 타당도의 문제이다. 우선 미디어 레퍼토리 유형의 도출을 위해 설문조사 자료에 의존하여 미디어별 이용시간을 평일과 주말의 구분 없이 하루 평균 이용시간을 측정했다. 하지만 설문조사가 갖는 응답자의 기억에 근거한 결과만으로는 대표성을 확보하는데 한계가 있다. 또한 각 미디어별 이용은 시간과 분 단위로 측정했으나, 미디어 장르별 이용은 빈도로 측정했다. 각 미디어별 세부적인 장르 이용을 시간과 분 단위로 측정할 경우 신뢰도에 문제가 있다고 판단되어 빈도로 측정했으나, 이는 미디어 장르 이용을 해석하는데 한계점이 있다. 후속 연구에서는 지역사회를 대상으로 공신력 있는 기관에서 측정한 미디어이용 데이터를 연구목적에 맞게 가공해 연구하는 것도 하나의 대안이 될 수 있다. 아울러 본 연구의 조사대상자의 경우 통계청이 밝힌 2012년 말 기준 제주지역 1인당 개인 연평균 소득이 1441만4800원(월평균 120만1233원)임을 감안하면, 소득 수준이 높은 제주도민들이 과다하게 대표되고 있음을 알 수 있다. 앞으로 연구수행을 위한 표본추출 과정에서 좀 더 대표성을 갖고 일반화가 이뤄질 수 있도록 보완해 나갈 필요가 있다.

이와 함께 본 연구는 공간적 범위로서 제주지역 미디어 이용자들을 대상으로 연구를 진행했다. 지역사회를 연구하는 것은 보다 넓은 범위의 사회과학의 성립을 위해 필요하며, 보다 복잡한 사회현상을 이해하기 위한 수단으로서의 가치를 갖기도 한다. 이러한 연구는 보다 큰 사회에 대한 탐사 및 연구의 기초가 되며, 동시에 그 규모나 구조적 차원에서 범위가 좁고 경험적으로 접근하기에 쉽기 때문이다. 하지만 한정된 지역사회를 대상으로 한 공간적 범위는 어쩔 수 없이 외적 타당성의 한계를 지니고 있다. 즉 연구결과와 시사점을 전국단위로 일반화하기에는 어려움이 있다.

둘째, 지역사회자본과 오프라인·온라인 정치참여를 보다 다양한 문항으로 측정할 필요가 있다는 점이다. 일관성 있는 결과를 보여주기 위해서는 지역사회자본과 정치참여의 구성 개념을 보다 정교하게 구성할 필요가 있을 것으로 보인다. 향후 인과관계를 보다 엄밀하

게 밝힐 수 있는 자료수집 방법과 연구설계, 모형구축이 필요하다고 할 수 있다. 예를 들어 현장관찰, 포커스그룹, 심층면접, 사례연구 등과 같은 질적인 조사방법을 도입하고 서베이를 동시에 수행한다면 보다 의미 있는 결과를 도출할 수 있다. 또한 인과관계를 설명하는 연구에 있어서 논쟁의 대상이 될 수 있는 것은 원인과 결과간의 시간적 선후관계의 명확화라 할 수 있다. 지역사회자본과 정치참여의 적용연구에서도 지역사회자본의 형성이 정치참여의 선행조건인지 아니면 정치참여를 통해서 사회자본이 형성되는지에 대한 보다 명확한 선후관계가 규명될 때 보다 높은 연구의 타당성을 확보할 수 있을 것이다.

셋째, 정치참여를 종속변인으로 하여 투표권이 없는 10대를 제외한 만 19세 이상의 성인을 응답대상으로 한정했으나, 10대의 경우 새로운 미디어가 출현하면 즉각적으로 새 미디어를 이용하려는 성향이 큰 만큼 10대의 미디어 이용패턴과 지역사회자본과의 관계를 살펴볼 필요가 있었다는 점이다. 선행연구에서도 청소년들의 미디어 이용이 가지는 효과와 그 함의를 분석해 내야 하는 과제가 대두되며, 청소년의 미디어 이용이 사회정치적 참여에의 영향이 매우 복합적 양상으로 나타날 가능성이 높다고 밝히고 있다(김준홍, 2012). 후속 연구에서 10대를 포함한다면 다양한 미디어를 조합해 사용하는 저연령층과 그렇지 않은 경향을 보이는 고연령층의 다양한 분석이 가능했으리라는 점이다. 이러한 추가적인 연구들을 통해 다중미디어 이용과 장르별 이용, 지역사회자본과 정치참여에 대한 설명력을 보다 높일 수 있을 것이다. 이러한 한계들은 후속 연구를 통해 보완될 필요가 있다.

참 고 문 헌

- 강남준김은미 (2010). 다중 미디어 이용의 측정과 개념화: 오디언스를 향한 새로운 시선. 『언론정보연구』, 47권 2호, 5~39.
- 강남준이종영이혜미 (2008). 군집분석 방법을 사용한 미디어 레퍼토리 유형 분석. 『한국방송학보』, 22권 2호, 7~45.
- 강내원 (2004). 인터넷과 대중매체이용이 참여에 미치는 영향에 관한 연구: 세대 집단간 비교. 『한국언론학보』, 48권 3호, 116~143.
- _____ (2013). 세대집단의 매체이용과 사회자본이 제도적 신뢰에 미치는 영향 : 2030세대와 4050세대 비교를 중심으로. 『언론과학연구』, 13권 4호, 5~42.
- 강대기 (2004). 『현대사회에서 공동체는 가능한가』, 서울 : 아카넷.
- 강진숙김지연 (2013). SNS 이용자의 정치참여에 대한 현상학적 연구 : 10·26 서울시장 보궐 선거를 중심으로. 『한국언론정보학보』, 62권, 179~199.
- 고삼석 (2010). 『방송의 디지털 전환에 따른 정보격차 해소방안에 관한 연구』. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 고영철 (1998). 지역정책보도에 관한 연구. 『동서언론』, 2권, 101~148.
- _____ (2003). 한국 지방일간지의 기능 및 역할 가정에 대한 인식 비교. 『한국언론학보』, 47권 6호, 165~193.
- _____ (2006). 지역신문의 문화보도 경향: 제주지역일간지 문화·방송 연예면 기사를 중심으로. 『언론과학연구』, 6권 4호, 5~50.
- 고영철최낙진 (2006). 제주지역 신문뉴스의 다양성에 관한 탐색적 연구: ‘국제자유도시와 평화의 섬’ 관련기사를 중심으로. 『언론과학연구』, 제6권 2호, 5~38.
- _____ (2007). 미디어 이용과 정치참여에 관한 탐색적 연구: 2005. 7. 27. 제주도 행정계층구조개편안 주민투표를 중심으로. 『정치커뮤니케이션 연구』, 통권 7호, 5~46.
- 고재석 (2005). 『지방자치와 지역언론의 역할에 관한 일 고찰』. 대구대학교 대학원 석사학위논문.
- 고재환 (2002). 『제주속담사전』, 민속원.
- 곽정래박승관 (2006). 새터민의 매스미디어 이용과 사회적응: 신뢰, 네트워크, 그리고 사회

- 정치적 참여를 중심으로. 『한국언론학보』, 50권 6호, 415~439.
- 곽현근 (2007a). 개인수준의 지역사회 사회적 자본이 투표참여에 미치는 영향에 관한 연구: 2006년 지방선거·2004년 총선·2002년 대선의 비교를 중심으로. 『한국지방자치학회보』, 19권 3호, 5~30.
- _____ (2007b). 지역사회 사회적 자본에 미치는 동네효과에 관한 연구. 『지방정부연구』, 11권 4호, 59~86.
- _____ (2007c). 지역사회 주민조직으로서의 주민자치센터 참여의 영향요인과 사회심리적 효과. 『한국지역개발학회지』, 19권 1호, 145~170.
- _____ (2013). 지역사회 사회적 자본의 주거관련 영향요인에 관한 연구. 『한국공공관리학보』, 27권 1호, 237~267.
- 곽현근·유현숙 (2011). 지역사회 주민조직 참여가 인지적 사회자본에 미치는 영향에 관한 연구: 주민조직 유형별 차이를 중심으로. 『한국공공관리학보』, 제25권 제2호, 61~91.
- 금희조 (2010). 온라인 소셜미디어와 참여적 사회 자본. 『한국방송학보』, 24권 5호, 9~46.
- _____ (2012). 미디어 이용과 환경 이슈에 관한 시민 참여. 『한국언론학보』, 56권 4호, 5~28.
- 김경준·김경수 (1998). 지역사회 주민의 공동체의식에 관한 연구. 『지역사회 개발연구』, 23권 2호, 211~232.
- 김관규 (2008). 대학생유권자의 미디어 이용과 투표 행동 : 2008년 제18대 총선을 대상으로. 『언론과학연구』, 8권 4호, 187~221.
- 김광우·백선기 (2009). 텔레비전 선거보도와 지역정치의 맥락적 함의: 제주지역의 제18대 총선보도 경향과 의미구조. 『정치커뮤니케이션연구』, 통권 15호.5~56.
- _____ (2012). 제주도지사 선거TV뉴스의 의제형성과 내부 의사결정 구조: 제주지역 방송관계자에 대한 심층 인터뷰 분석을 중심으로. 『한국방송학보』, 26권 2호. 7~45.
- 김구 (2010). 지역공동체 재창조를 위한 지역정보화의 방향과 과제에 관한 탐색. 『한국지역정보화학회지』, 13권 2호, 1~21.
- 김도균·정선기 (2014). 사회적 경제조직의 활동과 지역의 사회자본 확장 : 대전지역의 사례를 중심으로. 『사회과학연구』, 25권 1호. 281~306.
- 김동윤 (2007). 가상공간에서의 정치토론과 시민적 태도의 형성. 『한국언론정보학보』, 39권, 102~139.

- _____ (2009). 사회자본의 개념화에 대한 탐색적 접근. 『언론과학연구』, 9권 4호, 38~64.
- 김동윤·김성해 (2013). 열악한 인프라와 차별성 없는 뉴스: 지역신문의 뉴스 콘텐츠 전문성과 공정성 평가. 『언론과학연구』, 13권 2호. 85~122.
- 김동윤·이강형 (2012). 미디어와 사회자본의 관계. 『언론과학연구』, 12권 2호, 78~112.
- 김무곤·김관규 (2004). 대학생 유권자집단의 미디어 이용과 평가 : 제17대 총선의 조사결과를 중심으로. 『한국방송학보』, 18권 3호, 134~174.
- 김민하·신윤경 (2010). UCC 제작 동기 및 이용 동기에 반영된 사회자본적 속성에 관한 연구 : 사회적 네트워크와 신뢰의 차원에서. 『스피치와 커뮤니케이션』, 14권, 213~249.
- 김봉섭 (2010). 블로그 이용에 따른 사회적 연결망 유형과 사회자본 효과 연구. 『언론과학연구』, 10권 2호, 73~104.
- 김상돈 (2006). 정치뉴스매체 활용이 정치제도 신뢰에 미치는 영향 : 정치결사체 참여와 정책신뢰의 매개효과분석. 『방송통신연구』, 63권, 113~152.
- 김상돈·전계영 (2014). SNS 이웃연결망이 시민덕목에 미치는 영향 : 마을공동체 의식의 매개효과분석. 『공공사회연구』, 4권 1호, 37~65.
- 김석우 (2010). 『사회과학 연구를 위한 SPSS AMOS 활용의 실제』. 서울: 학지사.
- 김석준 (1993). 제주도 농촌마을의 계결사체와 사회통합. 『사회발전연구』, 9권, 9~35.
- 김선균 (2004). 『지방자치 관계집단의 지방언론 기능에 관한 인식』. 경상대학교 행정대학원 석사학위논문.
- 김선남 (2001). 지방신문의 양적 팽창과 문제점. 『한국언론정보학보』, 16권, 7~35.
- _____ (2007). 모바일 수용자의 콘텐츠 이용 행태에 관한 연구. 『언론과학연구』, 7권 4호, 5~45.
- 김선남·최용준·이영원 (2010). 지역신문 문화 관련 보도의 심층성에 관한 연구. 『언론과학연구』, 10권 1호, 50~76.
- 김선미·김성태 (2007). 방송 정책에 따른 케이블TV 장르의 집중도 변화에 관한 연구. 『한국방송학보』, 21권 3호, 88~126.
- 김선희 (2013). 공공여가시설 이용자의 서비스전달체계만족과 지역사회애착 및 향후 여가행동의도의 관계. 『한국체육과학회지』, 22권 3호, 461~473.
- 김세철 (2000). 지역사회의 발전과 언론의 역할. 『사회과학논총』, 19권 2호, 31~46.
- 김송희·유종원 (2012). 지역신문의 지역성 구현 방식에 관한 질적 연구: 미국 <콜롬비아 데일리 트리뷴>을 중심으로. 『언론과학연구』, 12권 4호, 107~140.

- 김송희·윤석년 (2009). 디지털 환경에 따른 지역신문 뉴스생산과정 변화에 관한 연구. 『언론과학연구』, 9권 2호, 207~242.
- 김신동 (1998). 신문 섹션화 질적 개선으로 이어져야. 『저널리즘 비평』, 23권, 76~79.
- 김연식 (2013). 전문직주의의 관점에서 본 지역방송 보도의 과제. 『충남대 사회과학연구』, 24권 2호, 89~111.
- 김영동 (2007). 제주도 ‘켄당문화’에 대한 창조적 긴장의 문화 신학적 선교. 『장신논단』, 349~374.
- 김영미 (2008). 이웃환경 무질서가 청소년 우울에 미치는 영향. 『사회과학연구』, 24권 4호, 29~50.
- 김영수강경수 (2014). AHP를 이용한 지역언론들의 지역성 평가요인의 우선순위 분석 : 지역신문 기자들의 인식을 중심으로. 『한국언론학보』, 58권 1호, 331~355.
- 김영수김연식 (2011). 지역신문 멀티미디어 콘텐츠 생산과 지역성 구현에 관한 연구. 『언론과학연구』, 11권 4호, 174~202.
- 김영욱이변영 (2000). 『지역공동체와 저널리즘 : 지역신문 내용분석』. 한국언론재단 연구서.
- 김영인 (2003). 정치참여유형에 따른 법의식 및 정치효능감 형성효과에 관한 연구. 『사회과교육』, 42권 1호, 129~163.
- 김영주 (2011). 한국 신문과 디지털 테크놀로지. 한국언론학회 심포지엄 및 세미나, 137~163.
- 김영호 (1995). 지방화 시대의 지역언론. 『한국언론정보학보』, 6권, 65~89.
- 김왕식 (2011). 정부신뢰에 미치는 영향요인에 관한 연구 : 사회문화적 접근방법과 제도적 성과 접근방법의 검증. 『사회과학연구』, 27권 2호, 141~161.
- 김은미·심미선·김반야 (2012). 능동적 미디어 이용 개념에 대한 재탐색. 『한국방송학보』, 26권 6호, 46~87.
- 김은미·이혜미 (2011). 컨버전스 환경에서의 방송콘텐츠 이용 행위에 관하여 : 온라인 시청연계 행위는 존재하는가?. 『한국방송학보』, 25권 4호, 39~81.
- 김은미·조성동 (2012). 텔레비전과 사회자본 : TV시청이 시민규범, 사회신뢰, 사회활동에 미치는 영향에 대한 논의. 『한국언론학보』, 56권 1호, 105~131.
- 김은실·하예린·박원기 (2009). 미디어 레퍼토리와 라이프스타일에 관한 연구. 『한국광고홍보학보』, 11권 1호, 61~95.

- 김인경 (2012). 지역방송사 종사자의 직업만족도 요인이 조직 전념에 미치는 영향. 『미디어와 교육』, 2권 1호, 37~64.
- 김재신·임재형 (2013). 대학생의 투표행태에 나타난 보수와 진보의 이념갈등 : 제19대 총선을 중심으로. 『정치정보연구』, 16권 2호, 61~87.
- 김준홍 (2012). 청소년의 미디어이용이 사회정치적 참여의향에 미치는 영향과 기대교육수준의 조절효과. 『미디어와 교육』, 2권 2호, 69~95.
- 김지영 (2007). 공중파 3사 뉴스보도에 반영된 사회 자본의 태도적 속성에 관한 연구. 『한국언론학보』, 51권 4호, 252~279.
- 김진영·이상훈·한태학 (2008). 지역공영방송의 프로그램 경쟁력 제고방안: 편성패턴, 시청행태, 광고시장현장을 중심으로. 『언론과학연구』, 8권 1호, 81~120.
- 김창남 (2000). 새로운 세기 미디어 유토피아를 위하여. 『황해문화』, 475~479.
- 김창민 (1992). 범주로서의 제주도의 켄당. 『한국문화인류학』, 24권, 95~115.
- _____ (2010). 호적중초를 통해서 본 19~20세기 제주도 마을의 켄당관계. 『비교문화연구』, 16집 1호, 195~214.
- _____ (2011). 제주도 마을의 호적중초에 나타난 켄당관계의 변화. 『한국문화인류학』, 44권 3호, 121~147.
- 김춘식 (2010). 미디어 이용, 미디어 선거정보의 중요성 인식 및 미디어 역할에 대한 평가가 정치에 대한 부정적 감정과 정치효능감에 미치는 영향. 『언론과학연구』, 10권 3호, 157~190.
- _____ (2012). 전통미디어와 대화를 통한 정치정보 습득이 정치 신뢰와 미디어 신뢰에 미치는 영향: 유권자의 인터넷 이용 동기와 인터넷 정치정보노출의 매개역할을 중심으로. 『한국언론학보』, 56권 4호, 389~413.
- _____ (2013). 선거 뉴스와 미디어선거캠페인 노출이 정치 지식과 정치 참여에 미치는 영향. 『언론과학연구』, 13권 3호, 215~250.
- 김해동 (1985). 한국의 주민조직과 지방행정. 『행정논총』, 23권 1호, 89~125.
- 김현욱 (2007). 『한국 지방행정계층과 행정구역 개편에 관한 연구』. 경기대학교 대학원 박사학위논문.
- 김현정 (2013). 선거 여론조사 보도에 대한 제삼자 인식이 정치적 참여 의향에 미치는 영향 : 한국과 미국 비교 연구. 『한국언론학보』, 57권 4호, 72~95.
- 김혜숙 (1999). 『제주도 가족과 켄당』, 제주: 제주대학교 출판부.

- 김호정·허전 (2013). 『SPSS 21.0 통계분석 및 해설』. 서울: 탐북스.
- 김흥규·차찬영 (2008). 텔레비전 생활정보프로그램의 소재 선호요인 연구. 『주관성연구』, 17권, 157~178.
- 김희정·최낙진 (2005). 제주 A형 광고의 저널리즘적 가치에 대한 함의: 제주 지역신문을 중심으로. 『광고연구』, 66호, 59~77.
- _____ (2011). 지역신문 광고에 나타난 지역사회의 인적 네트워크 특성: 제주 A형 광고를 중심으로. 『한국광고홍보학보』, 13권 3호, 267~297.
- 권혁남 (2011). 2010 지방선거에서 미디어 이용과 TV토론관심시청이 정치효능감, 투표행위에 미치는 효과연구. 『한국언론학보』, 55권 6호, 126~151.
- _____ (2012). 2012 국회의원 총선에서 나타난 미디어 이용, 정치 냉소주의, 투표 참여 간의 관계에 관한 연구. 『한국언론정보학보』, 60권, 28~51.
- 나은경 (2009). 『다중매체 시대 미디어 이용 패턴의 변화와 이용 내용상의 질적 다양성 탐구』 (연구서 2009-10). 서울: 한국언론재단.
- _____ (2013). 텔레비전 시청 장르별 시민성 및 가치관 계발 효과의 차이. 『한국콘텐츠학회논문지』, 13권 7호, 150~157.
- 나은경·손영준·김옥태 (2012). 리얼리티 서바이벌 오디션 프로그램과 소셜미디어 이용을 통한 시청자 참여의 효과 : 사회신뢰와 정치효능감을 중심으로. 『언론과학연구』, 12권 4호, 179~220.
- 나은영 (2005). 청소년의 이동전화 애착 이용, 효과 지각 및 커뮤니케이션 효능감 : 2002-2004년 서울·수도권 지역 중고등학생을 중심으로. 『한국언론학보』, 49권 6호, 198~232.
- 남재걸·김태운 (2013). 인구 50만 명 이상 대도시 행정계층구조에 대한 적정성 분석. 『한국지방자치학회보』, 25권 1호. 63~90.
- 남재일 (2009). 신문의 색션화와 관형변화 추이 및 과제. 한국언론학회 심포지엄 및 세미나, 2~18.
- 노경섭 (2014). 『제대로 알고 쓰는 논문 통계분석 : SPSS & AMOS21』. 서울: 한빛아카데미.
- 노일래 (1998). 지역사회개발에서 주민조직의 효과성과 주민참여. 『지역복지정책』, 12권, 60권, 265~280.
- 도준호 (2001). 위성 디지털 라디오방송의 수용에 관한 연구, 언론학회 방송과 뉴미디어 분

- 과 세미나 발표문, 2001년 9월 21일.
- 류정호 (2010). 온라인자본과 정치참여의 관계에 관한 연구 : 온라인 사회자본과 정치자본을 중심으로. 『한국언론학보』, 54권 3호, 5~26.
- 류태건 (2010). 정치효능감·정치신뢰·정치참여의 현실. 『지방정부연구』, 14권 2호, 243~267.
- 민기 (2006). 사회적 자본의 정책 영향: 제주도 감귤 생산자간 협약이행을 중심으로. 『지방정부연구』, 10권 3호, 7~24.
- 민기·박철민·김경범 (2013). 지방의회 복수상임위원회제도에 관한 인식실태와 도입방안: 제주특별자치도를 대상으로 한 시론적 탐색. 『한국정책연구』, 13권 2호, 155~187.
- 민병기·김도균·한상현 (2013). 대전지역 대학생의 정치의식과 정치참여. 『사회과학연구』, 24권 1호, 77~103.
- 민영·주익현 (2007). 사회자본의 민주주의 효과: 미디어 이용과 사회자본이 정치적 관심과 신뢰 및 참여에 미치는 영향. 『한국언론학보』, 51권 6호, 190~217.
- 박광순 (2008). 1980년대 중반 이후 한국 신문의 지면변화. 『한국언론학보』, 52권 4호, 278~298.
- 박노일·한정호 (2008). 블로그 쓰기와 사회정치참여에 관한 연구 : 정치효능감의 매개효과를 중심으로. 『한국언론학보』, 52권 2호, 282~302.
- 박덕병·조영숙 (2005). 농촌주민의 지역사회조직 참여 실태 분석. 『한국지역사회생활과학회지』, 16권 2호, 61~73.
- 박병진 (2007). 신뢰형성에 있어 사회참여와 제도의 역할. 『한국사회학』, 41권 3호, 65~105.
- 박상호·성동규 (2005). 미디어 신뢰도가 정치효능감과 투표행위에 미치는 영향에 관한 연구 : 대학생의 정치참여행위를 중심으로. 『한국언론학보』, 49권 4호, 110~139.
- 박성복 (2006). 오프라인 모임을 통한 온라인 커뮤니티 애착에 관한 탐색적 연구. 『언론과학연구』, 6권 3호, 179~203.
- _____ (2007). 온라인 대인관계의 정서적 애착 형성에 관한 연구: 온라인 커뮤니티의 번개 모임의 영향력을 중심으로. 『한국언론학보』, 51권 3호, 407~429.
- 박용기 (2014). 다중매체환경에서의 텔레비전 시청행위 변화: 텔레비전 드라마 시청과 SNS 동시이용에 관한 탐색적 연구. 『사회과학논총』, 16권, 49~74.
- 박윤정 (2009). 『인터넷 자기효능감과 인터넷 정보격차 관계에 관한 연구』. 숭실대학교

대학원 석사학위논문.

- 박종관 (2012). 지역공동체 형성전략연구 : 천안시를 중심으로. 『한국콘텐츠학회논문지』, 12권 7호, 183~193.
- 박종민·김왕식 (2006). 한국에서 사회신뢰의 생성. 『한국정치학회보』, 40권 2호, 149~169.
- 박지혜·조성희 (2006). 아파트 거주자의 이웃관계에 관한 연구. 한국주거학회 학술발표대회 자료. 472~475.
- 박진영·강태영 (2011). 미디어 레퍼토리 유형에 따른 사회참여와 인적교류에 관한 연구. 『사이버커뮤니케이션학보』, 28권 1호, 5~51.
- 박창희·장석준 (2013). 노년층 스마트 미디어와 디지털 복지 : 스마트 기기 접근 및 이용 격차를 중심으로. 『언론학연구』, 17권 4호, 79~105.
- 박현중·유재충 (2010). 엘리트 스포츠에 대한 지역주민의 애착이 지역사회 공동체 의식에 미치는 영향. 『한국체육학회지』, 49권 2호, 37~46.
- 박희봉·김명환 (2000). 우리나라 지역사회의 사회자본 증진에 관한 연구: 사회자본 측정과 분석을 위한 시도. 『한국정치학회보』, 34권 4호, 219~237.
- 박희봉 (2002a). 조직 내 사회자본 형성요인에 관한 연구. 『지방정부연구』, 6권 1호, 221~237.
- _____ (2002b). 사회자본이론의 논점과 연구경향. 『정부학연구』, 8권 1호, 5~44.
- _____ (2006). 시민참여와 로컬 거버넌스. 『한국정책과학학회보』, 10권 2호, 1~23.
- _____ (2007). 사회자본과 거버넌스 : 참여와 신뢰가 거버넌스에 미치는 영향. 『국정관리연구』, 2권 2호, 60~77.
- _____ (2010). 한국 대학생의 지역주의 : 지역별 가치관, 정치이념, 그리고 정치참여. 『한국정책연구』, 10권 3호, 157~174.
- 방송통신위원회 (2013). 무선 통신서비스 통계현황.
- 방송통신위원회·한국인터넷진흥원 (2011). 『2011년 스마트 미디어 이용실태 조사』. 서울: 방송통신위원회·한국인터넷진흥원.
- 배진한 (2006). 공적공간의 유형과 성별, 연령, 라이프스타일 등 수용자의 인적 속성이 모바일 콘텐츠 이용에 미치는 영향. 『언론과학연구』, 6권 4호, 133~171.
- 삼성경제연구소 (2009). 『제3의 자본 : 사회적 자본은 어떻게 증진되는가』. 서울: 삼성경제연구소.
- 서순탁 (2001). 사회자본 접근방법의 정책적 함의: 도시계획을 중심으로. 한국행정학회 학

- 술대회 발표논문집, 99~109.
- 성동규·조윤경 (2002). 이동전화 이용자의 집단적 특징에 따른 이용 유형 연구. 『한국언론학보』, 45권 4호, 160~188.
- 성윤택 (2013). 『방송통신 융합 환경에서 미디어 선택 유형 탐색과 콘텐츠 소비에 영향을 미치는 요인에 관한 연구』. 성균관대학교 대학원 석사학위논문.
- 성태제 (2007). 『SPSS/AMOS를 이용한 알기 쉬운 통계분석』. 서울: 학지사.
- 성희자·이강형 (2013). 농촌지역 주민의 사회참여와 공동체의식이 '배타성'에 미치는 영향. 『사회과학연구』, 24권 4호, 315~332.
- 손은희 (2006). 『대학생들의 인터넷 이용이 사회자본 형성에 미치는 영향에 관한 연구』. 단국대학교 대학원 석사학위논문.
- 송경재 (2005). 사이버 공동체의 사회적 자본과 네트워크 정치참여. 『한국정치학회보』, 39권 2호, 423~443.
- _____ (2006). 자발적인 시민참여 사이버 공동체의 사회적 자본에 관한 사례연구. 『사이버커뮤니케이션학보』, 19권, 221~255.
- 송상섭·한범수 (2012). 지역사회 애착이 내발적 지역관광개발 참여의사에 미치는 영향 : 제주도 주민을 대상으로. 『관광학연구』, 36권 1호, 241~261.
- 송종길·박상호 (2006). 정치관여도, 미디어 중요성, 정치냉소주의와 정치효능감이 정치결정 과정에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국방송학보』, 20권 3호, 166~197.
- 송종현 (2004). 이동전화와 인간 커뮤니케이션의 확장. 『한국언론정보학보』, 통권 27호, 183~325.
- 신동호 (2010). 『스포츠 장르 미디어 이용자의 유형과 소비자 태도에 관한 연구: 미디어 레퍼토리 이론을 중심으로』. 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 신소연·이상우 (2012). 트위터와 페이스북 이용자들이 형성하는 사회자본유형이 정치참여에 미치는 영향. 『사이버커뮤니케이션학보』, 29권 4호, 191~232.
- 신행철 (2004). 『제주사회와 제주인』, 제주: 제주대학교 출판부.
- _____ (2013). 제주사회의 갈등과 사회통합: 미래 제주를 위한 제언. 『제주도연구』, 39집, 205~246.
- 심미선 (2006). 디지털 시대 라디오 방송의 편성전략. 한국방송학회 세미나 및 보고서, 31~58.
- _____ (2007). 다매체 시대 미디어 레퍼토리 유형에 관한 연구. 『한국방송학보』, 21권 2

- 호, 351~390.
- _____ (2010). 다중 미디어 이용 연구에 관한 비판적 고찰. 『언론정보연구』, 47권 2호, 40~73.
- 심미선·김은실·하예린 (2009). 미디어 이용의 보완 및 대체에 관한 연구: 미디어 레퍼토리를 중심으로. 『한국방송학보』, 23권 2호, 317~364.
- 심홍진 (2012). 소셜미디어의 정치참여 효과에 관한 연구. 『커뮤니케이션 이론』, 8권 3호, 6~52.
- 심홍진·유경한 (2014). 소셜미디어 이용과 TV 시청의 관계 : TV 관련 소셜미디어의 이용동기, 이용행위 및 시청의도를 중심으로. 『방송과 커뮤니케이션』, 15권 1호, 5~49.
- 심홍진·황유선 (2010). 마이크로블로깅 서비스와 사회자본. 『한국언론학보』, 54권 5호, 327~347.
- 양덕순·강영순 (2008). 지역공동체의식이 주민참여에 미치는 영향 분석 : 제주특별자치도를 중심으로. 『한국지방자치학회보』, 20권 1호, 71~89.
- 안차수 (2013). 유명인의 정치참여와 대학생의 정치태도 및 투표행위에 관한 연구. 『언론과학연구』, 13권 2호, 193~226.
- 안차수·진홍근 (2014). 대학생의 미디어 이용행태에 따른 ‘소셜테이너’의 정치적 영향에 관한 연구. 『국민대 사회과학연구』, 26권 2호, 45~77.
- 양선희 (2013). 대전·충남 지역 지상파 TV 뉴스의 시계열적 분석 : 지역성 구현을 중심으로. 『충남대 사회과학연구』, 24권 4호, 195~216.
- _____ (2014). 수용자 조사를 통해 본 지역언론의 현황과 과제: 충남 지역을 중심으로. 『충남대 사회과학연구』, 25권 1호, 261~280.
- 양소은·김은미 (2014). 누구와 소통하는가 : 연결된 청소년의 공동체적 삶 역량 계발. 『한국언론학보』, 58권 1호, 23~38.
- 양영철·고태호 (2010). 주민투표 참여와 정치적 효용. 『한국지방자치연구』, 12권 1호, 23~38.
- 양정애·송인덕 (2014). 상대적 정보선호도에 따른 정치뉴스 추구행동 및 시민참여 : 교육수준을 조절변인으로 한 매개모형 검증. 『한국방송학보』, 28권 2호, 137~175.
- 양정애·이현우 (2013). 크로스플랫폼 뉴스소비 유형에 따른 커뮤니케이션 효과 격차 : 정치지식, 정치효능감, 정치대화를 중심으로. 『한국방송학보』, 27권 5호, 162~203.
- 양정애·장현미 (2014). 소비자의 인터넷 접근성 및 활용능력이 상품구매 성향에 미치는 영

- 향. 『한국언론학보』, 58권 2호, 160~190.
- 양창윤 (2001). 지역정치문화와 선거: 제주도 국회의원선거를 중심으로. 『한국정치학회보』, 35권 3호, 173~196.
- 염미경 (2007). 지역개발과 주민이해의 정치: 중문관광단지 인근 마을공동체의 사례. 『한국사회학』, 41집 3호, 1~31.
- 오미영 (2008). 지역매체 이용과 지역사회관계 활동에의 참여가 지역사회 유대 및 관여에 미치는 영향. 『언론정보연구』, 45권 1호, 131~171.
- 오승환 (2009). 도서주민의 지역공동체 의식에 미치는 영향요인. 『한국지역사회복지학』, 28권, 1~20.
- 우형진 (2007). 미디어 이용자의 자아 안정성, 성향적 미디어 이용동기, 플로우, 그리고 중독에 관한 연구: 온라인 게임, 인터넷 중독, 휴대폰 중독 비교 분석. 『한국방송학보』, 21권 2호, 391~427.
- 원동재·김태룡 (2013). 지역사회의 특성이 사회자본에 미치는 영향 : 강원도 횡성군을 중심으로. 『한국정책연구』, 13권 4호, 93~111.
- 원용진·황상현 (2011). 지역방송 연구의 경향성에 대한 비판적 고찰 : 2000년부터 2010년 발표논문을 중심으로. 『언론과학연구』, 11권 2호, 285~332.
- 유석춘 (2001). 『한국의 사회자본: 연고 집단. 석현호·유석춘(공편), 현대 한국사회 성격논쟁: 식민지, 계급, 인격윤리』. 서울: 전통과 현대.
- 유석춘·장미혜·김태은 (2000). 동아시아의 연고주의와 세계화. 『전통과 현대』, 13호, 197~232.
- 유선영·김영주·박주연·이강형 (2006). 『2006 국민의 뉴스소비』(연구서 06-14), 서울: 한국언론재단.
- 유선영·나은경·이강형 (2007). 『2007 국민의 선택: 제17대 대통령선거와 미디어이용, 패널 연구』(연구서 07-11). 서울: 한국언론재단.
- 유재원 (2000). 사회자본과 자발적 결사체. 『한국정책학회보』, 9권 3호, 23~43.
- 유현숙 (2005). 여성자본의 실태와 활용방안에 관한 연구: 여성의 인적자본·사회자본·심리적자본을 중심으로. 『아시아여성연구』, 44권 2호, 225~259.
- 윤미선·이종혁 (2012). 소셜미디어 이용에 영향을 미치는 요인과 사회자본에 대한 연구. 『방송과 커뮤니케이션』, 13권 2호, 5~44.
- 윤용택 (2010). 제주섬 생태문화의 현대적 의미, 『탐라문화』, 37권, 317~352.

- 윤유식·신혜숙·한지훈 (2008). 지역 애착심에 따른 관광개발 평가 및 관광자원개발 선호도에 관한 연구: 강원도 지역 주민을 중심으로. 『호텔관광연구』, 10권 4호, 322~336.
- 윤해진·문성철 (2010). 미디어 레퍼토리 유형에 따른 콘텐츠 소비: 지상파 장르선호도를 중심으로. 『한국방송학보』, 24권 5호, 325~369.
- _____ (2011). 지상파 프로그램 레퍼토리 유형화와 레퍼토리 형성 요인에 관한 연구. 『한국방송학보』, 25권 3호, 251~301.
- 은혜정·김광재·강신규 (2012). 라디오 방송서비스의 상호작용성 인식에 대한 비교 연구: EBS 이용자와 제작자를 중심으로. 『언론과학연구』, 12권 3호, 231~267.
- 이건혁 (2002). 미디어 프레임이 부정 감정, 정치 냉소, 그리고 정치 효능성에 미치는 영향. 『한국언론학보』, 46권 3호, 252~288.
- 이동후 (2012). 포스트 TV 시대의 텔레비전 시청 경험에 관한 질적 연구. 『한국언론정보학보』 60권, 172~192.
- 이명천·김요한 (2014). 『SPSS를 이용한 사회과학통계』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 이민영·황장선 (2008). 전통적 라디오와 인터넷 라디오의 의미와 이용 패턴. 『방송연구』 여름호, 233~263.
- 이경미·고영철·김경호 (2007). 제주지역 일간지 <사람면> 등장인물의 특성 연구. 『언론과학연구』, 7권 3호, 187~226.
- 이경희·채혜원 (2004). 초고층 주상복합 건물 거주자의 지역공동체의식과 근린활동 : 거주자와 입주예정자의 비교를 중심으로. 『한국가정관리학회지』, 22권 3호, 1~9.
- 이동화·황성욱 (2013). 정치 팟캐스트 콘텐츠 <나는 꿈수다>의 이용동기와 온-오프라인 정치 참여: 서울 지역 2040세대 이용자 서베이를 중심으로. 『미디어, 젠더, 문화』, 26호, 141~183.
- 이미영·김담화·김성태 (2010). 청소년 미디어 레퍼토리에 관한 연구. 『한국언론학보』, 54권 1호, 82~106.
- 이병혜 (2013). 소셜미디어 이용자들의 정치참여 결정에 관한 연구. 『커뮤니케이션학연구』, 21권 2호, 55~72.
- 이상철 (2000). 20세기 제주도의 사회변동과 발전. 『제주도연구』, 18집, 61~92.
- 이상기·김주희 (2009). 휴대폰의 기능, 위협에 대한 인식과 중독적 이용의 관계에 관한 연구. 『언론과학연구』, 9권 4호, 540~575.
- 이서현·고영철 (2013). 지역일간지에 나타난 제주지역 공기업 이미지에 관한 연구: 홍보활동

- 을 중심으로. 『언론과학연구』, 13권 3호, 419~460.
- 이선미 (2004). 푸트남의 사회자본론 비판과 비교사회론적 함의 : 신뢰를 중심으로. 『사회와 이론』, 4권, 185~223.
- 이수범 (2013). 인천시민의 인구사회학적 속성이 인천의 지역성과 애착에 미치는 영향. 『인천학연구』, 18권, 133~172.
- 이숙정·백선기·한은경 (2013). 교육수준에 따른 정치참여 격차: 뉴스미디어, 사회적 연결망, 정치사회적 대화를 중심으로. 『한국언론학보』, 57권 5호, 113~136.
- 이숙중·유희정 (2010). 개인의 사회자본이 정치참여에 미치는 영향. 『한국정치학회보』, 44권 4호, 287~313.
- 이승민 (2013). 스마트기기와 SNS 활용이 사회자본 형성에 미치는 영향 연구. 『한국문헌정보학회지』, 47권 2호, 161~180.
- 이양수 (2006). 한국적 사회자본이 주민의 정치참여행태에 미치는 영향. 『지방정부연구』, 10권 3호, 25~43.
- 이영민 (1999). 인천문화의 정립방향과 지역발전. 『황해문화』, 7권 1호, 119~140.
- 이영수 (2008). 『다매체환경에서 개인의 정치참여의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 사회자본과 개인특성을 중심으로』. 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 이영원 (2013). 지역 정체성과 사회자본 구성에 대한 탐색적 연구 : 대중매체와 SNS 이용 및 대인 커뮤니케이션을 중심으로. 『한국언론학보』, 57권 6호, 636~662.
- 이완용 (2003). 『지방언론이 지방정부의 정책의제설정에 미치는 영향』. 경상대학교 대학원 석사학위논문.
- 이은미 (2001). 1990년대 텔레비전 방송의 다양성 분석. 『한국언론학보』, 46권 1호, 388~412.
- 이재열 (1998). 민주주의, 사회적 신뢰, 사회적 자본. 『계간사상』 여름호, 65~93.
- ____ (2006). 지역사회 공동체와 사회적 자본. 『한국사회학회 심포지엄 논문집』, 23~49.
- 이재열·한준상·이경묵·한성안 (2005). 『사회적 자본과 인적자원개발』 (연구보고 05-25), 서울: 한국직업능력개발원.
- 이재현 (2006). 멀티플랫폼, 모바일 미디어, 그리고 모바일 콘텐츠. 한국언론학회 심포지엄 및 세미나, 35~60.
- ____ (2007). 멀티미디어로서의 보이는 라디오: 재매개, 다중 감각양식, 그리고 미디어 경험. 『언론과 사회』, 15권 3호, 71~95.

- 이정기·김현수 (2012). 정치 팟캐스트 이용이 온-오프라인 정치참여에 미치는 영향에 관한 연구: 20대의 정치 팟캐스트 이용동기, 정치심리변인, 온-오프라인 정치참여 변인을 중심으로. 『한국언론학보』, 56권 5호, 163~189.
- 이준웅·김은미·문태준 (2005). 사회자본 형성의 커뮤니케이션 기초: 대중매체 이용이 신뢰, 사회연결망 활동 및 사회정치적 참여에 미치는 영향. 『한국언론학보』, 49권 3호, 234~262.
- 이준웅·김은미·심미선 (2007). 『매체융합시대의 이용자 복지 개념의 확장을 위한 매체이용 조사』 (조사분석 07-23), 서울: 방송위원회.
- 이지현·고영철 (2008). 제주지역 TV방송 뉴스의 다양성에 관한 연구. 『언론과학연구』, 8권 4호, 514~556.
- 이진로 (2002). 한국 지역신문 경영 구조 분석 및 개선 모델 연구. 『한국언론학보』, 46권 2호, 523~549.
- 이찬구·이종영·성지연 (2009). 다매체 시대, 군집 유형에 따른 미디어 이용방식에 관한 연구. 『사이버커뮤니케이션학보』, 26권 3호, 201~242.
- 이창민 (2013. 6. 3). 사회적 자본, 도정 기본원칙 반영해야. 『제민일보』 7면.
- 이창호·류성진 (2013). <나는 꿈수다> 이용이 고등학생 및 대학생들의 정치사회화에 미치는 영향 : 정치관심도, 정치효능감, 정치지식 그리고 정치참여를 중심으로. 『언론과학연구』, 13권 3호, 490~526.
- 이창호·정낙원 (2014). 소셜미디어 이용정도 및 이용동기가 사회자본에 미치는 영향 : 개방형/폐쇄형 소셜미디어 비교. 『한국언론정보학보』, 65권, 5~26.
- 이창훈 (2014). 개인성향과 미디어 이용 만족감, 즐거움 간에 세컨스크린 이용의 매개효과에 관한 연구. 『한국언론학보』, 58권 2호, 417~446.
- 이창훈·김정기 (2013). 다중미디어 이용자의 이용특성과 사회적, 개인적 효과에 관한 연구. 『한국언론학보』, 57권 3호, 347~380.
- 이창훈·박성복 (2012). 시청기기 차이에 따른 수용자의 미디어콘텐츠 수용에 관한 연구: 수용자의 인지, 정서 반응과 인식 차이를 중심으로. 『한국방송학보』, 26권 1호, 83~125.
- 이철한·현경보 (2007). 유권자의 미디어의 이용이 정치지식, 정치효능감, 정치불신감에 미치는 영향. 『언론과학연구』, 7권 4호, 112~142.
- 이춘옥 (2001). 공동체의 우리 의식과 노년기 삶의 질 : 노인생산공동체의 사례를 중심으로

- 로. 경북대학교 대학원 박사학위논문.
- 이학식·임지훈 (2012). 『SPSS 18.0 매뉴얼』. 서울: 집현재.
- 이한웅·엄기열 (2010). 지역언론의 지역주의적 보도성향에 관한 기존연구에 대한 비판적 분석. 『언론과학연구』, 10권 2호, 470~501.
- 이해경 (2008). 휴대폰의 증독적 사용을 예측하는 변인들의 탐색. 『한국심리학회지; 사회 및 성격』, 22권 1호, 133~157.
- 이해성 (1998). 제작자의 입장에서 본 FM 방송. 『방송개발』, 한국방송개발원, 제10호.
- 이현우·오형일 (2013). 지상파 콘텐츠 시청서비스 조합유형 분석 : 2단계 군집분석을 통한 시청서비스 조합 패턴. 『한국방송학보』, 27권 4호, 251~293.
- 이혜인·배영 (2011). 스마트폰 이용과 사회자본: 스마트폰 이용동기와 이용정도가 사회자본 구성요소에 미치는 영향을 중심으로. 『정보와 사회』, 21권, 35~71.
- 이호배·권남경 (2006). 인터넷 쇼핑에서 인터넷 자기효능감의 역할. 『한국마케팅저널』, 8(2), 27~62.
- 이호준·최명일 (2006). 라디오 청취동기의 요인구조와 측정척도의 개발. 『방송통신연구』, 63권, 153~178.
- 이희경·박종관 (2012). 사회자본이 지역축제의 주민참여에 미치는 영향. 『한국콘텐츠학회논문지』, 12권, 192~200.
- 이후석 (2011). 지역사회 애착과 근대문화 유산에 대한 인식의 관련성 분석. 『관광학연구』, 35권 10호, 329~345.
- 이희창·박희봉 (2010). 신뢰와 제도의 관계 : 문화이론과 제도이론의 효과 비교. 『한국정책과학학회보』, 14권 2호, 131~156.
- 임관혁·유창근 (2010). 지역사회자본, 지역혁신체계(RIS)와 관광거버넌스와의 영향 관계연구 : 강원지역을 중심으로. 『관광경영연구』, 14권 2호, 159~180.
- 임영호 (2008). 지역언론학의 학문적 정체성: 쟁점과 진단. 『언론과학연구』, 제8권 4호, 5~36.
- 임정수 (2010). 텔레비전을 떠난 지상파 콘텐츠. 『언론정보연구』, 47권 2호, 74~99.
- _____ (2013). 텔레비전 콘텐츠 VOD에 대한 이용자 선호도와 속성변인의 컨조인트 분석. 『한국방송학보』, 27권 5호, 204~243.
- 장연진 (2001). 『도시 저소득층 기혼 여성의 사회적 관계망에 관한 연구』. 서울대학교 대학원 석사학위논문.

- 장용호·김영주 (2004). 사이버 공동체의 사회자본적 속성에 관한 연구: 사회자본에 대한 개념적 탐색을 중심으로. 『미디어 경제와 문화』, 2권 3호, 55~96.
- 장호순 (2000). 풀뿌리민주주의의 발전과 지역신문의 역할. 바른지역언론연대 국회 특별 세미나, 『풀뿌리민주주의의 발전과 지역신문의 역할』, 5~18.
- _____ (2003). 『지방분권과 지방언론』. 한국언론학회 학술대회 발표논문집, 8~55.
- _____ (2010). 지방자치와 지역언론: 지방자치의 필수조건으로서 지역언론에 관한 시론적 연구. 『순천향대 사회과학연구』, 16권 1호, 35~57.
- 전범수·박주연 (2008). 콘텐츠 장르별 이용자들의 미디어 선택 구조. 『한국방송학보』, 22권 6호, 361~388.
- _____ (2009). 모바일 인터넷 서비스별 이용 결정 요인 연구. 『한국방송학보』, 23권 6호, 209~242.
- 전오열·최동성 (2010). 갈등이슈에 대한 지역 언론의 보도 비교 연구: '행정구역 통합' 관련 경남·전북·충북 지역 종합일간신문을 대상으로. 『언론과학연구』, 10권 3호, 499~538.
- 전용주·김도경·서영조 (2008). 부산·광주지역 대학생들의 정치성향 비교연구: 설문조사결과를 중심으로. 『한국정치학회보』, 42권 4호, 289~314.
- 전은식·조인호 (2013). 커뮤니케이션과 사회적 자본: 새터민들의 SNS 사용과 계속적 사회자본 및 교량적 사회자본과의 관련성에 대하여. 『언론학연구』, 17권 1호, 175~210.
- 정남호·한희정·구철모 (2012). 소셜미디어에서 정보공유를 위한 애착의 매개역할: 사회적 자본이론 관점, 『Asia pacific journal of information systems』, 22권 4호, 101~123.
- 정유진 (2014). 『이웃관계의 중요도와 공간적 특성에 관한 실증분석: 생애주기단계를 중심으로』. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 정일권 (2012). SNS를 통한 정치참여. <한국사회의 정치적 소통과 SNS> 한국언론학회 심포지엄 및 세미나, 47~60.
- 정재관 (2013). 정보통신기술 혁명은 위기의 대의 민주주의를 구할 것인가?: 인터넷 이용의 정치참여 효과에 대한 국제비교. 『국제관계연구』, 18권 2호, 137~164.
- 정재기·배영 (2008). 일상생활에서의 사회적 자본과 미디어 이용, 『한국사회의 방송, 통신 패러다임 연구』, 20호, 1~97.
- 정지용·임상봉 (1999). 『지역사회개발학』. 서울: 서울대학교 출판부.

- 조성동·강남준 (2009). 다매체 환경 정착에 따른 수용자들의 매체이용 특성변화와 이용매체 구성변화. 『한국언론학보』, 53권 1호, 233~256.
- 조성동·김규찬·강남준 (2010). 다매체 수용자의 장르 선호와 장르 이용에 따른 정치사회적 영향에 대한 연구. 『한국언론학보』, 54권 1호, 362~386.
- 조성동·나은경 (2011). 매체의 이용 장르와 기능이 정치참여에 미치는 영향. 『한국방송학보』, 25권 1호, 242~286.
- 조원섭·최상수 (2011). 천안시민의 지역사회 애착도가 지역축제 참여에 미치는 영향. 『한국콘텐츠학회논문지』, 11권 3호, 449~459.
- 조윤경·정일권·김은미 (2012). 인터넷 공간에 대한 인식과 교류행위의 관계. 『사이버커뮤니케이션학보』, 29권 4호, 305~350.
- 조은희 (2014). 인터넷 이용자의 뉴스이용 레퍼토리와 사회정치참여. 『한국언론학보』, 58권 2호, 64~87.
- 조은희·조성검 (2013). 다매체 이용수준과 숙의적 성향 : 선택적 노출의 조절효과를 중심으로. 『언론과학연구』, 13권 2호, 370~396.
- 조항제 (2006). 지역방송의 지역성 변화: 개념적 접근. 『한국언론정보학보』, 34권, 275~305.
- 주영호·황성연 (2004). 시청행태에 근거한 프로그램 유형분류의 유효성에 관한 연구: 시청행태와 유형분류의 일치성을 중심으로. 『한국방송학보』, 18권 1호, 217~256.
- 주정민·박봉길 (2007). 지역방송 뉴스 특성, 구성방식과 지역성 구현과의 관계 연구. 『한국언론학보』, 51권 1호, 304~327.
- 주정민·한진만 (2011). 지역방송의 콘텐츠 제작 활성화와 지역성 구현에 관한 연구. 『문화산업연구』, 11권 2호, 125~140.
- 주창윤 (2004). 『텔레비전 프로그램 장르 설정 기준에 관한 연구』. 방송위원회보고서.
- 진관훈 (2011). 제주지역의 사회적 자본 연구. 『제주도연구』, 35집, 67~117.
- _____ (2012). 지방정부의 사회적 자본 증대 방안 연구. 『지방정부연구』, 16권 3호, 395~412.
- _____ (2013). 제주 지역주민의 복지거버넌스 인식에 관한 조사. 『한국지역사회복지학』, 44권, 203~222.
- 진창현·여현철 (2011). 소셜 미디어의 수용결정요인에 대한 연구 : 자기효능감, 자기표현, 사회문화적 영향을 중심으로. 『산업경제연구』, 24권 3호, 1295~1321.

- 최동희 (2013). 지역사회 애착심이 패밀리레스토랑 선택속성에 미치는 영향 : 광주지역 대학생들을 대상으로. 『한국의식산업학회지』, 9권 3호, 45~54.
- 최서윤 (2011). 휴대전화에 대한 애착 : 애착의 개념정립과 측정 도구의 제시. 『사이버커뮤니케이션학보』, 28권 4호, 219~256.
- 최성범 (2009). 지역사회 스포츠 동호회 참가자 지역애착과 지역관여에 미치는 영향. 『한국체육과학회지』, 18권 3호, 335~345.
- 최세경·곽규태·이봉규 (2012). 커뮤니케이션 성향과 모바일 SNS 상호작용과 이용 후 대인관계 변화에 미치는 영향 연구. 『사이버커뮤니케이션학보』, 29권 1호, 159~200.
- 최승담·강신겸 (2001). 지역사회 애착도의 구성요인에 관한 개념적 고찰 : 관광개발에 대한 시사점. 『사회과학논총』, 20집, 203~222.
- 최양수·황유선·이연경 (2010). 다채널 환경에서의 지상파 텔레비전 시청 행태 변화. 『한국언론학보』, 54권 1호, 411~435.
- 최연태 (2012). 마이크로블로그의 정치적 이용이 참여적 사회자본에 미친 영향에 관한 연구. 『지방정부연구』, 16권 1호, 297~329.
- 최영·박성현 (2011). 소셜미디어 이용동기가 사회 자본에 미치는 영향. 『한국방송학보』, 25권 2호, 241~276.
- 최영재 (2013). 지역언론 대선보도의 규범과 현실: 6개 지역신문의 2007년 대선 보도 사례 분석. 『언론학연구』, 17권 1호, 277~304.
- 최윤정 (2008). 대중매체 이용이 사회자본에 영향을 미치는 경로분석. 『한국언론학보』, 52권 3호, 374~395.
- 최종렬 (2004). 신뢰와 호혜성의 통합의 관점에서 바라본 사회자본 : 사회자본 개념의 이념형적 구성. 『한국사회학』, 38권 6호, 97~132.
- 최진봉 (2012. 6. 8). 복수미디어랩 시대 지역방송은. 『서울신문』 31면.
- 최현주·이강형 (2008). 지역 언론학 연구의 동향과 특성 : 1960~2008년까지의 연구논문을 중심으로. 『언론과학연구』, 8권 4호, 37~67.
- 탁진영·옥동철 (2006). 수용자의 사회성에 따른 인터넷과 라디오 이용동기에 관한 연구. 『언론과학연구』, 6권 1호, 498~534.
- 하정봉·길종백 (2013). 주민참여에 영향을 주는 요인에 관한 연구 : 이익, 제도, 이념 등을 중심으로. 『한국거버넌스학회보』, 20권 3호, 249~274.
- 하종원 (2006). 대학생의 인터넷 정치참여에 관한 연구: 정치효능감과 정치신뢰감을 중심으로

- 로. 『한국언론정보학보』, 32권, 369~405.
- 한국개발조사연구소 (1997). 『제15대 국회의원 선거 투표 행태』. 서울: 한국개발조사연구소.
- 한국방송광고공사 (2004). 『미디어 소비자 이용조사』. 서울: 한국방송광고공사.
- 한국언론재단 (2004). 『2004 한국의 지역신문』 (조사분석 2004-02). 서울: 한국언론재단.
- 한국언론진흥재단 (2013). 『한국언론연감』. 서울: 한국언론진흥재단.
- 한국언론진흥재단 연구팀 (2012). 『한국의 뉴스 미디어 2012』 (연구서 2012-8). 서울: 한국언론진흥재단.
- 한국일 (2007). 제주 쉼당문화와 제주 선교. 『장신논단』, 375~413.
- 한석자·염미경 (2006). 권당문화와 지방선거 : 한 후보자의 출신지 유권자 집단 분석. 『지역사회학』. 8권 1호, 211~236.
- 한선·이오현 (2013). 지역방송 프로그램 생산의 제한 요인에 대한 질적 연구 : 광주지역 생산(자) 문화를 중심으로. 『한국언론학보』. 57권 4호, 243~268.
- 한장희·고영희 (2013). 지역공동체 의식 형성이 지역의 원전수용성에 미치는 영향에 대한 연구. 『환경정책』. 21권 2호, 1~34.
- 한혜경·이상기·오창호 (2006). 지역 뉴스 이용과 지역 정치 참여: 지역 뉴스 주목도와 신문 구독 유형이 부산 시민의 정치 참여에 미치는 영향. 『한국언론학보』. 50권 5호, 384~424.
- 허명희 (2013). 『SPSS Statistics 분류분석』. 서울: 데이터솔루션.
- 현동헌·최낙진 (2009). 지역언론의 내적 통제요인에 관한 연구: 제주지역 연고주의를 중심으로. 『언론과학연구』. 9권 2호, 607~644.
- 홍순식 (2011). 사회경제적 요인이 온라인 정치참여에 미치는 영향 : 소득요인을 중심으로. 『사회과학 담론과 정책』, 4권 2호, 91~106.
- 홍영란 (2007). 『국가발전을 위한 사회적 자본형성 전략연구』. 서울: 한국교육개발원.
- 홍영란·도은영 (2014). 심리적 변인이 저소득층 초등학교 고학년 아동의 인터넷 중독에 미치는 영향. 『Child Health Nursing Research』, 20권 2호, 67~74.
- 홍원식 (2012). 미디어가 대학생의 투표 참여 의지에 미치는 영향에 대한 연구 : SNS와 매스미디어의 차이를 중심으로. 『스피치와 커뮤니케이션』, 18권, 235~268.
- 홍형욱·채혜원 (2004). 초고층 주상복합 건물의 입주자관리, 공유공간 만족도와 지역공동체 의식의 관계. 『한국가정관리학회지』, 22권 3호, 95~105.

- 황영호·박종관 (2004). 충청·호남지역의 사회자본의 실태와 형성전략에 관한 연구. 『한국사회와 행정연구』, 14권 4호, 183~209.
- 황유선 (2011). 트위터 이용이 사회 정치 참여에 미치는 영향: 전통 미디어 이용, 정치 관심, 트위터 이용 패턴의 효과를 중심으로. 『한국언론학보』, 55권 6호, 56~81.
- _____ (2013). 트위터 활용과 사회자본과의 관계: 트위터에 대한 인식의 매개 효과를 중심으로. 『한국언론학보』, 57권 6호, 94~120.
- 황유선·송인덕·김재선 (2014). 라디오 청취 유형에 따른 라디오 이용과 인식의 차이. 『한국방송학보』, 28권 2호, 249~285.
- 황정민·유세경 (2009). 지상파 라디오의 인터넷 방송 서비스 이용에 관한 연구. 『미디어, 젠더&문화』, 11권, 123~163.
- Altman, I. (1992). *Place attachment: A conceptual inquiry*. NY: Plenum Press.
- Baber. B. (1983). *The Logic and Limits of Trust*. New Brunswick. NJ: Rutgers University Press.
- Bandura, A. (1982). Self-Efficacy mechanism in human agency, *American Psychologist*, 37(2), 122~127.
- _____ (1997). *Self-efficacy : The exercise of control*. New York W. H. Freeman.
- _____ (1999). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. In R. F. Baumeister(Ed.), *The Self in Social Psychology. Key Readings in Social Psychology*. Philadelphia, P.A.: Psychology Press.
- Bergel, Egon E. (1975), *Urban Sociology*, New York. Mcgrow Hill.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In Richardson, J. G. (Ed.), *Handbook of Theory and Research for Sociology of Education*. New York: Greenwood.
- Bowlby, J., (1980). *Attachment and Loss: Vol. 3. Loss*, New York: Basic Books(Original work published 1969).
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95~120.
- _____ (1990). *Foundation of Social Theory*. Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University.
- Conway, M. M. (2000). *Political participation in the United States* (3rd ed.). Washington, D.C.: CQ press.

- Eastin, M. S. & R. LaRose (2000). Internet Self-efficacy and The Psychology of the Digital Divide. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 6(1), N/A
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: The Free Press. 구승희 역(1996). 『트러스트: 사회도덕과 번영의 창조』. 서울: 한국경제신문사.
- ____ (2001). Social capital, civil society and development. *Third World Quarterly*, 22(1), 7~20.
- Hasebrink, U., & Popp, J. (2006). Media repertoires as a result of selective media use. A conceptual approach to the analysis of patterns of exposure. *Communications* 31(3), 369~387.
- Heeter, C. (1985). Program selection with abundance of choice: A process model. *Human Communication Research*, 12, 126~152.
- Howley, K. (2005). *Community media: People, places, and communication technologies*. NY: Cambridge University Press.
- Jacobs, Jane (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Vintage Books.
- Kasarda, J. D. & Janowitz, M. (1974). Community attachment in mass society. *American Sociological Review*, 39(3), 328~339.
- Lin, Nan (2001). *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. UK : Cambridge University Press.
- Luhmann, N. (1979). *Trust and Power*. Chichester. England: Wiley.
- Newton, K. (1997). Social capital and democracy. *American Behavioral Scientist*, 40(5), 575~586.
- ____ (1999). Social Capital and Democracy in modern Europe, Jan W. van Deth et al. (ed). *Social Capital and European Democracy*. (pp.3~24). London: Routledge.
- Norris, P. (1996). Does television erode social capital? A reply to Putnam. *PS: Political Science and Politics*, 29, 474~480.
- ____ (2002). *Democratic Phoenix : Reinventing Political Activism*. New York: Cambridge University Press.
- Norris, P., & Jones, P.(1998). Virtual Democracy. *Harvard International Journal of*

- Press/Politic. 3(2)*, 1~4.
- Paxton, P. (1999). Is social capital and democracy: An interdependent relationship. *American Sociological Review*, 67(2), 254~277.
- Portes, A. (1998). Social capital: its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1~24.
- Putnam, R. D.(1993a). The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. *The American Prospect*, 4(13), 35~42.
- _____. (1993b). *Making Democracy Work: Civil Traditions in Modern Italy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- _____. (1995a). Turning in, turning out: The strange disappearance of social capital in America. *Political Science & Politics*, 27(4), 664~683.
- _____. (1995b). Bowling alone: America' s declining social capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65~78.
- _____. (2000). *Bowling alone: the collapse and revival of American community*. NY: Simon and Schuster.
- Sampson, R. J., Morenoff, J. D., & Gannon-Rowley, T. (2002). Assessing "Neighborhood Effects" : Social processes and new directions in research. *Annual Review of Sociology*, 28, 443~478.
- Segageldin, Ismail & Grootaert, Christian (2000). Defining Social Capital: An Integrating View. In Partha & Segageldin (ed.), *Social Capital: A Multifaceted Perspective*. (pp.40~58). Washington: The World Bank.
- Shah, D. V., Kwak, N., & Holbert, L. R. (2001). Connecting and disconnecting with civic life: Patterns of internet use and production of social capital. *Political Communication*, 18, 141~162.
- Stokols, D., & Shumaker, S. A. (1981). People in places: A transactional view of settings. In *Cognition, Social Behavior and the Environment*, Harvey, J. H. NJ: Erlbaum.
- Tocqueville, Alexis de. (1984). *Democracy in America. renewed by Richard D. Heffner*. New York: Penguin Books.
- Van Rees, Kees., & van Eijck, Koen. (2003). Media repertoires of selective audiences:

- the impact of status, gender and age on media use. *Poetics* 31, 465-490.
- Verba, S., Schlozman, K. L., Brady, H. E. (1995). *Voice and Equality: Civic Volunteerism in American Politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Woldoff, R. A. (2002). The Effects of Local Stressors on Neighborhood Attachment. *Social Forces*, 81(1): 87-116.

부 록

미디어 이용과 사회자본, 정치참여 설문조사

--	--	--	--

안녕하십니까? 미디어 이용에 의한 사회자본형성과 정치참여에 관한 조사를 실시하고 있습니다.

본 설문지의 모든 문항에는 맞고 틀리는 답이 없으므로 솔직한 의견을 있는 그대로 답하여 주시면 감사하겠습니다.

설문내용 및 응답자에 대한 모든 비밀은 철저히 보장되며 모아진 설문지는 연구논문 목적으로만 이용됩니다. 설문문항을 잘 읽어보시고 성의 있는 답변 부탁드립니다.

2014년 2월

지도교수 : 박성복 한양대학교 신문방송학과 교수

연구자 : 정용복 한양대학교 대학원 신문방송학과

연락처 : jyb2004@jejunu.ac.kr

* 용어 정의

매체 분류	설 명
전국TV방송	• 텔레비전 화면을 통한 TV방송의 시청. 지상파TV, 케이블TV, 위성TV, IPTV, DMB시청 행위 포함(※단, 인터넷과 스마트폰을 통한 방송시청은 제외)
지역TV방송	• 텔레비전 화면을 통한 제주MBC, KBS제주, JIBS제주방송 등의 제주지역 지상파 TV방송과 KCTV제주방송 시청(※단, 인터넷과 스마트폰을 통한 방송시청은 제외)
라디오방송	• 라디오 기기를 통한 오디오 콘텐츠 청취(※단, 인터넷과 스마트폰을 통한 방송 청취는 제외)
전국일간지	• 전국 단위로 매일 발행되는 종이 형태의 신문 읽기(※단, 인터넷과 휴대폰/스마트폰을 이용한 기사 읽기는 제외)
지역일간지	• 제주지역에서 매일 발행되는 종이 형태의 신문 읽기(※제민일보, 제주일보, 한라일보, 제주매일 등 4개 신문 기사 읽기)
인터넷	• 개인용 컴퓨터나 노트북을 이용하여 인터넷에 접속하여 정보 검색이나 뉴스 보기, 커뮤니티 활동, 이메일, 동영상 보기, 방송시청 등으로 이용
휴대폰	• 휴대폰/스마트폰, 태블릿PC(갤럭시탭, 아이패드)의 이동 매체로 무선 인터넷에 접속하거나 애플리케이션을 통해 정보 검색이나 뉴스 보기, 커뮤니티 활동, 이메일, 동영상 보기, 방송시청 등으로 이용

미디어 이용 시간

1. 귀하께서 지난 1주일 동안 다음 매체를 하루 평균 얼마나 이용하셨습니다? 평일과 주말을 고려하여 하루 평균 이용시간을 말씀해 주세요. 이용하지 않는 미디어는 '0'분으로 표시하시면 됩니다.

- | | 하루 평균 이용 시간 |
|------------|--------------|
| (1) 전국TV방송 | ___ 시간 ___ 분 |
| (2) 지역TV방송 | ___ 시간 ___ 분 |
| (3) 라디오방송 | ___ 시간 ___ 분 |
| (4) 전국일간지 | ___ 시간 ___ 분 |
| (5) 지역일간지 | ___ 시간 ___ 분 |
| (6) 인터넷 | ___ 시간 ___ 분 |
| (7) 휴대폰 | ___ 시간 ___ 분 |

미디어 장르 및 기능 이용

<전국TV 시청>

2. 다음의 각 문항에 제시한 전국방송 TV장르에 대하여 지난 한 달을 돌이켜 볼 때, 평균적으로 일주일 동안 얼마나 자주 이용하십니까? 해당 항목에 표 해 주십시오.

문항	전혀 시청하지 않는다	거의 시청하지 않는다	보통이다	약간 시청한다	매우 자주 시청한다
(1) 전국 뉴스	1	2	3	4	5
(2) 시사·토론 프로그램	1	2	3	4	5
(3) 교양 프로그램	1	2	3	4	5
(4) 쇼/오락(예능) 프로그램	1	2	3	4	5
(5) 드라마	1	2	3	4	5
(6) 스포츠	1	2	3	4	5
(7) 영화	1	2	3	4	5
(8) 기타	1	2	3	4	5

<지역TV 시청>

3. 다음의 각 문항에 제시한 지역방송 TV장르에 대하여 지난 한 달을 돌이켜 볼 때, 평균적으로 일주일 동안 얼마나 자주 이용하십니까? 해당 항목에 √ 표 해 주십시오.

문항	전혀 시청하지 않는다	거의 시청하지 않는다	보통이다	약간 시청한다	매우 자주 시청한다
(1) 지역 뉴스	1	2	3	4	5
(2) 시사·토론 프로그램	1	2	3	4	5
(3) 교양 프로그램	1	2	3	4	5
(4) 쇼/오락(예능) 프로그램	1	2	3	4	5

<라디오 청취>

4. 다음의 각 문항에 제시한 라디오 장르에 대하여 지난 한 달을 돌이켜 볼 때, 평균적으로 일주일 동안 얼마나 자주 이용하십니까? 해당 항목에 √ 표 해 주십시오.

문항	전혀 청취하지 않는다	거의 청취하지 않는다	보통이다	약간 청취한다	매우 자주 청취한다
(1) 뉴스/시사	1	2	3	4	5
(2) 생활/교통정보	1	2	3	4	5
(3) 음악	1	2	3	4	5
(4) 예능/오락	1	2	3	4	5
(5) 기타	1	2	3	4	5

<전국일간지 읽기>

5. 다음의 각 문항에 제시한 전국일간지의 섹션 기사에 대하여 지난 한 달을 돌이켜 볼 때, 평균적으로 일주일 동안 얼마나 자주 읽으십니까? 해당 항목에 표해 주십시오.

문항	전혀 읽지 않는다	거의 읽지 않는다	보통 이다	약간 읽는다	매우 자주 읽는다
(1) 1면/정치·종합	1	2	3	4	5
(2) 사회	1	2	3	4	5
(3) 국제	1	2	3	4	5
(4) 문화	1	2	3	4	5
(5) 경제/생활정보	1	2	3	4	5
(6) 오피니언(칼럼, 사설, 기고)	1	2	3	4	5
(7) 연예/스포츠	1	2	3	4	5
(8) 기타	1	2	3	4	5

<지역일간지 읽기>

6. 다음의 각 문항에 제시한 지역일간지의 섹션 기사에 대하여 지난 한 달을 돌이켜 볼 때, 평균적으로 일주일 동안 얼마나 자주 읽으십니까? 해당 항목에 표해 주십시오.

문항	전혀 읽지 않는다	거의 읽지 않는다	보통 이다	약간 읽는다	매우 자주 읽는다
(1) 1면/종합	1	2	3	4	5
(2) 사회	1	2	3	4	5
(3) 문화	1	2	3	4	5
(4) 경제/생활문화	1	2	3	4	5
(5) 사람들	1	2	3	4	5
(6) 오피니언(칼럼, 사설, 기고)	1	2	3	4	5
(7) 기타	1	2	3	4	5

<인터넷 이용>

7. 다음의 각 문항에 제시한 인터넷 기능에 대하여 지난 한 달을 돌이켜 볼 때, 평균적으로 일주일 동안 얼마나 자주 이용하십니까? 해당 항목에 √ 표 해 주십시오.

이용 유형	문항	전혀 이용하지 않는다	거의 이용하지 않는다	보통이다	약간 이용한다	매우 자주 이용한다
정보형	포털에서 지식 정보검색을 한다	1	2	3	4	5
	정치/시사 관련 정보를 본다	1	2	3	4	5
	스포츠/연예/오락 관련 정보를 본다	1	2	3	4	5
오락형	인터넷 게임을 한다	1	2	3	4	5
	음악을 다운로드 하거나 감상한다	1	2	3	4	5
	드라마나 영화 VOD를 본다	1	2	3	4	5
관계형	인터넷 커뮤니티/카페/클럽 등을 이용한다	1	2	3	4	5
	소셜네트워크(SNS)나 메신저를 통해 다른 사람들과 대화를 한다	1	2	3	4	5
	인터넷으로 이메일을 주고 받는다	1	2	3	4	5
토론형	정치/시사 관련 온라인 토론에 참여한다	1	2	3	4	5
	연예/스포츠/오락 관련 토론에 참여한다	1	2	3	4	5
	포털 기사나 블로그에서 각종 이슈에 대해 글을 올린다	1	2	3	4	5

<휴대폰 이용>

8. 다음의 각 문항에 제시한 휴대폰 기능에 대하여 지난 한 달을 돌이켜 볼 때, 평균적으로 일주일 동안 얼마나 자주 이용하십니까? 해당 항목에 √ 표 해 주십시오.

이용유형	문항	전혀 이용하지 않는다	거의 이용하지 않는다	보통 이다	약간 이용한 다	매우 자주 이용한다
관계형	음성(영상) 통화	1	2	3	4	5
	문자(영상) 메시지	1	2	3	4	5
	소셜네트워크서비스(SNS) 활용	1	2	3	4	5
오락형	폰꾸미기(벨소리, 컬러링, 바탕화면)	1	2	3	4	5
	사진 찍기	1	2	3	4	5
	음악감상	1	2	3	4	5
	게임	1	2	3	4	5
	위성/지상파 DMB	1	2	3	4	5
정보형	인터넷 정보검색	1	2	3	4	5
	모닝콜	1	2	3	4	5
	전자수첩 기능	1	2	3	4	5
	전화번호부	1	2	3	4	5
	모바일 뱅킹	1	2	3	4	5

지역사회 사회자본 질문

<지역공동체 의식>

9. 다음은 지역공동체 의식에 대한 질문입니다. 해당 항목에 표 해 주십시오.

문항	전혀 그렇지 않다	거의 그렇지 않다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
나는 우리 동네에 살고 있는 대부분의 사람들을 믿을 수 있다.	1	2	3	4	5
우리 이웃은 정서적으로 의지할 수 있는 사람들이 많이 살고 있다.	1	2	3	4	5
나에게 어떤 문제가 생긴다면 이웃들로부터 도움을 받을 수 있다.	1	2	3	4	5
우리 이웃사람들이 내 자신과 비슷하다고 생각한다.	1	2	3	4	5

<이웃과의 교류>

10. 다음은 이웃과의 교류에 대한 질문입니다. 해당 항목에 표 해 주십시오.

문항	전혀 그렇지 않다	거의 그렇지 않다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
나는 이웃과 종종 잡담을 나눈다.	1	2	3	4	5
나는 종종 이웃을 도와주거나 도움을 받는다.	1	2	3	4	5
나는 종종 이웃과 식사를 같이 하거나 함께 시간을 보낸다.	1	2	3	4	5
나는 종종 이웃과 개인 문제에 대해 상의한다.	1	2	3	4	5
나는 종종 이웃과 함께 사회적 모임을 갖는다.	1	2	3	4	5

<지역사회 애착>

11. 다음은 지역사회 애착에 대한 질문입니다. 해당 항목에 √ 표 해 주십시오.

문항	전혀 그렇지 않다	거의 그렇지 않다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
내가 살고 있는 지역에 대한 강한 애착을 가지고 있다.	1	2	3	4	5
다른 지역으로 이사 가야 한다면 지금 살고 있는 지역을 그리워할 것이다.	1	2	3	4	5
내가 살고 있는 지역은 다른 지역보다 살기 좋은 곳이다.	1	2	3	4	5
지금 살고 있는 지역에 자부심을 느끼고 있다.	1	2	3	4	5

<제도 신뢰>

12. 다음은 제도 신뢰에 대한 질문입니다. 해당 항목에 √ 표 해 주십시오.

문항	전혀 그렇지 않다	거의 그렇지 않다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
신문과 방송 등 지역언론은 신뢰할 만하다	1	2	3	4	5
광역자치단체, 동사무소 공무원들은 신뢰할 만하다	1	2	3	4	5
지역출신 국회의원은 신뢰할 만하다	1	2	3	4	5
제주특별자치도 도의원은 신뢰할 만하다	1	2	3	4	5
검찰, 경찰 등 사법기관은 신뢰할 만하다	1	2	3	4	5

<정치효능감>

13. 다음은 정치효능감에 대한 질문입니다. 해당 항목에 √ 표 해 주십시오.

문항	전혀 그렇지 않다	거의 그렇지 않다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
나는 지역사회의 중요한 정치적 쟁점들을 잘 이해하고 있다.	1	2	3	4	5
나는 지역정치에 영향을 미칠 수 있을 만큼 충분한 자격을 갖추고 있다.	1	2	3	4	5
나는 제주특별자치도가 한 일에 대해서 할 말이 많다.	1	2	3	4	5
투표는 정부나 제주도가 하는 일에 대해서 영향을 주는 효과적인 방법이다.	1	2	3	4	5
나의 투표가 지역 발전과 변화를 가져올 것이라고 확신한다.	1	2	3	4	5

정치참여 질문

<오프라인 정치참여>

14. 다음은 오프라인 정치참여에 대한 질문입니다. 해당 항목에 √ 표 해 주십시오.

문항	전혀 그렇지 않다	거의 그렇지 않다	보통 이다	약간 그렇다	매우 그렇다
정당·시민단체·사회운동 단체에 회원으로 가입한 경험이 있다.	1	2	3	4	5
항의 시위나 집회에 참여한 경험이 있다.	1	2	3	4	5
특정 정당이나 후보의 당선을 위해 선거자원봉사 활동에 참여한 경험이 있다.	1	2	3	4	5

다음은 통계처리에 참고하기 위한 문항입니다. 해당 항목 앞의 ___ 줄에 ✓표 해 주십시오

1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

___ ① 남 ___ ② 여

2. 귀하의 나이는 어떻게 되십니까?

___ ① 20대(20-29세) ___ ② 30대(30-39세) ___ ③ 40대(40-49세)
___ ④ 50대(50-59세) ___ ⑤ 60대 이상(60세 이상)

3. 귀하의 최종학력을 기재해 주십시오?

___ ① 중학교 졸업 이하 ___ ② 고등학교 졸업 ___ ③ 대학 재학
___ ④ 대학 졸업 ___ ⑤ 대학원 재학 이상

4. 귀하를 포함한 가정의 월평균 소득수준은 어느 정도입니까?

___ ① 100만원 이하 ___ ② 101~200만원 ___ ③ 201~300만원
___ ④ 301~400만원 ___ ⑤ 401~500만원 ___ ⑥ 501만원 이상

5. 귀하의 출신 지역은 어디입니까?

___ ① 제주 도내 ___ ② 제주 도외지역

★ 끝까지 설문에 응답해주심에 진심으로 감사드립니다 ★

ABSTRACT

A Study on the Effects of Media Use Characteristics on the Community Social Capital and Political Participation in Jeju

Jung, Yong Bok
Dept. of Journalism and Mass Communication
The Graduate School Hanyang University

This study intended to analyze the complex environment of the genre and function of media consumed according to the media's multiple use pattern and from the perspective that there is need to investigate the social and cultural meaning of it, to investigate the effect of the media use characteristics on the formation of community social capital and political participation. To perform this, a questionnaire was performed with 1400 male and female of over 19 years old in Jeju island and a total of 1348 sets excluding ineffective 52 sets of questionnaire were used for the analysis finally.

The spread from traditional media including TV, radio, newspapers, and magazines into mobile internet services and social media brought huge difference in the production of the contents and consumption. As time passes by the connection between daily life and media accelerated and the social activities through media diversified each day, the newly formed media became indispensable things in managing social life. Also in the multiplatform environment, media heavily affects the area of social capital which promotes the cooperation between individuals and social trades. The media today renews the relationships between individuals by distribution and sharing of the information. It is also being used as the most effective tool which develops and maintains relationships. In this perspective, this study set Jeju Island as its research scope because it is a very distinct community in order to find the characteristics of use of media genre and functions and confirm the effects of these characteristics have on the political participation and community social capital. The results

are as follows:

First, the non-hierarchical grouping method, K-means was used to extract the media repertory type in this study and according to its result, 6, the number of groups could be decided based on the distribution degree of the grouping and the center of the final group. The detailed group were divided into 6 each which are <based on newspapers>, <based on local daily papers>, <based on cellular phone and internet>, <based on multi-media>, <based on regional TV broadcasting> and <based on radio broadcasting> etc. As a result of taking the limited area of Jeju special self-governing provinces the study object, the group based on local newspaper and group based on local TV broadcasting could be newly deducted which were not deducted in the media repertory based Seoul or national unit.

Also, there showed that there is difference depending on the group in the media genre-specific use per multimedia use group. There showed significant differences in all the detailed variables of community social capital which are regional community spirit, communication with the neighbors, attachment to the regional society, trust in systems and political efficacy per the multimedia user group. There showed significant difference per the multimedia user group, but there was no statistically significant difference in the on-line political participation.

Second, according to the analysis result of the effect of the media genre and function use on the community social capital, it was affecting the 5 community social capital (community spirit, communication with the neighbor, attachment to the community, trust in the system and political efficacy). It was shown that as the age, academic background and the income level are high in the socio-demographic characteristic and as the national news, show/entertainment program, liberal arts program and drama of <national TV broadcasting>, regional news, current event discussion program and liberal arts program of the <regional TV broadcasting>, news/current events and music program of the <radio broadcasting>, 1st page/overall politics, news/life information, opinion and entertainment/sports of the <national daily paper>, culture and people of <regional daily paper>, information type and discussion type use of <internet> and relation type and entertainment type of use of <cellular phone> becomes larger in the media genre-specific use, the community social capital has a higher possibility of being formed. In other words, the formation of the community social capital differs depending on which type of media genre is preferably used and media is contributing to some degree to the enhancement of community social capital.

Third, according to the survey result of the effect of the media genre and function use

on the online and offline political participation, in the socio-demographic characteristics, as the age is older, the effect on the offline political participation was positive. The offline political participation of the people who enjoy discussing over various issues like the politics/current events and entertainment and sports over the internet space was high. It was interpreted that as they listen to the news/current event program in the radio broadcasting more than as they listen to the arts/entertainment less, the offline political participation was fortified. Also, the effect was bigger as they read the 1st page/overall politics in the national daily paper more and society page in the regional daily paper less. As for the cellular phone, when the communication is relationship type based on the voice calls and text messages, there was positive effect on the political participation.

Also to assess the relative influence between variables which can improve the online political participation, as the age is lower and as they watch drama and local news fewer the political participation was negatively affected. On the other hand, as they watch current event discussion program of the regional TV broadcasting more, as they read the front page/overall politics of the national daily paper and as they use the internet as the relation type and discussion type, the online political participation was positively affected. The variables which affected both the online and offline political participation are age in the socio-demographic characteristic, the front page/overall politics of the national daily paper and internet discussion type in the media genre. In other words, as the age is higher, the offline political participation was affected and as it is lower, the online political participation and as they read front page/overall politics of the national daily paper more and use of the internet discussion type is more, the online and offline political participations were affected positively.

Lastly, according to the result of the verification of the effect of the community social capital on the political participation behavior, as the political efficacy and exchange with neighbors is high, the offline political participation was high. On the other hand, the attachment to the community, income level and the age had negative effect. It can be known that as the political efficacy is high in the online political participation, they are very active in the online political participation. As the age is lower and the exchange with neighbors and final education level are higher, there was positive effect on the online political participation. As for the attachment to the community, as in the offline political participation, as the attachment is little, they participated more actively in the online politics. And as for the actual voting rate, as the person is male age and academic background is high in the socio-demographic sense and as the person is from other areas than Jeju island and as the

community spirit and the political efficacy are high in the community social capital sense, they participated more in the actual voting to a statistically significant level than those who are the opposite cases of the aforementioned.

Keywords : Use of Media, Local Media, Community Social Capital, Political Participation, Exclusive Bonding, Altruistic Association.

연구 윤리 서약서

본인은 한양대학교 대학원생으로서 이 학위논문 작성 과정에서 다음과 같이 연구 윤리의 기본 원칙을 준수하였음을 서약합니다.

첫째, 지도교수의 지도를 받아 정직하고 엄정한 연구를 수행하여 학위논문을 작성한다.

둘째, 논문 작성시 위조, 변조, 표절 등 학문적 진실성을 훼손하는 어떤 연구 부정행위도 하지 않는다.

셋째, 논문 작성시 논문유사도 검증시스템 "카피킬러"등을 거쳐야 한다.

2014년06월09일

학위명 : 박사

학과 : 신문방송학과

지도교수 : 박성복

성명 : 정용복



(서명)

한 양 대 학 교 대 학 원 장 귀 하

Declaration of Ethical Conduct in Research

I, as a graduate student of Hanyang University, hereby declare that I have abided by the following Code of Research Ethics while writing this dissertation thesis, during my degree program.

"First, I have strived to be honest in my conduct, to produce valid and reliable research conforming with the guidance of my thesis supervisor, and I affirm that my thesis contains honest, fair and reasonable conclusions based on my own careful research under the guidance of my thesis supervisor.

Second, I have not committed any acts that may discredit or damage the credibility of my research. These include, but are not limited to : falsification, distortion of research findings or plagiarism.

Third, I need to go through with Coppykiller Program(Internet-based Plagiarism-prevention service) before submitting a thesis."

JUNE 09, 2014

Degree : Doctor

Department : DEPARTMENT OF JOURNALISM & MASS COMMUNICATION

Thesis Supervisor : Park,SungBok

Name : jung yong bok

(Signature)

