



뉴스미디어 이용과 인터넷토론효능감이 선거 과정 온라인 정치 참여에 미치는 영향 : 성별 차이를 중심으로

양승찬 숙명여자대학교, 미디어학부 교수*
이미나 숙명여자대학교, 미디어학부 조교수**
신지희 숙명여자대학교, 미디어학부 박사과정***

본 연구에서는 뉴스미디어 이용과 인터넷토론효능감이 온라인 정치 참여에 미치는 영향을 성별에 따라 분석 했다. 2018년 지방선거 중 서울시장 선거를 배경으로 온라인 설문을 실시했으며 총 447명이 연구에 참여했다. 주요 분석결과는 첫째, SNS나 메시징 서비스 등 온라인미디어의 뉴스 이용 정도와 인터넷토론효능감에서 성별 차이는 유의미하지 않았다. 둘째, 인터넷토론효능감이 정치적인 의견표명에 미치는 영향력의 경우 유의미한 성별 차이가 나타났다. 남성에 비해 여성은 인터넷토론효능감이 정치적인 의견표명에 기여 하는 정도가 더 높은 것으로 관찰됐는데 이와 같은 분석결과는 정치 참여에서의 성 별 차이를 극복하는 방안을 시사하고 있다는 점에서 의의가 있다.

KEYWORDS 성별차이, 온라인미디어 이용, 뉴스미디어 관여행위, 지지후보 댓글 의견 표명, 인터넷토론효능감, 선거

* 주저자, scyang@sookmyung.ac.kr

** 교신저자, minalee@sm.ac.kr

*** shjnh0328@nate.com

1. 문제제기

정치커뮤니케이션 연구의 핵심 의제 중의 하나는 미디어가 정치적 행동에 미치는 영향이다. TV나 신문과 같은 전통적 미디어의 이용이 정치식식이나 정치관심과 같은 인지적 요인, 그리고 정치효능감과 같은 정치심리 요인과 함께 투표 행위에 어떤 영향을 주는지를 분석해 왔다. 변인들의 유의미한 상관관계 뿐 아니라 순차적으로 영향을 미치는 경로에 대한 고찰도 이뤄졌으며 연구자들은 미디어 유형별 차이와 정치적 행동의 수준과 내용의 차이를 고려하면서 대체적으로 미디어 이용은 정치적 행동에 영향을 미치는 것으로 이해하고 있다(김무곤·김관규, 2004; 송종길·박상호, 2005; 조성동·김규찬·강남준, 2010; Cohen et al., 2001; Kenski & Stroud, 2006; Pinkleton et al., 1998).

TV나 신문과 같은 기존 미디어와 함께 인터넷, 소셜미디어 등의 온라인미디어가 선거에서 적극적으로 활용되기 시작하면서 미디어 이용이 정치적 활동에 미치는 영향은 보다 넓은 범위에서 고찰되고 있다. 온라인 미디어 이용이 정치적 활동에 유의미한 영향을 미친다는 결과가 다수 보고됐는데(김동윤, 2016; 박노일·항정호, 2008), 이용 정도뿐 아니라 읽고 쓰는 행동 양식도 새로운 미디어의 정치적 영향으로 간주됐다(김동윤, 2016). 온라인미디어에서는 댓글로 지지의견을 표현하거나 관련 뉴스를 공유하는 행위를 통해 정치적 참여를 하며(양승찬·이미나, 2016), 대통령선거 후보자 TV토론을 온라인에서 편집본을 보는 방식으로 정치적 정보를 얻고 관심을 늘리기도 한다(양승찬·이미나·신지희, 2018a). 본 연구는 온라인미디어에 주목해 매체별 이용이 온라인에서의 정치적 참여에 어떤 영향을 미치는지를 분석했으며 소셜미디어, 메시징서비스, 팟캐스트 등 새로운 온라인미디어의 이용정도에 주목해 온라인에서 이뤄지는 정치적 참여 행동에 미치는 영향을 살펴봤다.

특히 본 연구에서는 성별에 따라 온라인미디어 이용이 정치적 참여

에 미치는 효과가 어떻게 달라지는지를 분석했다. TV와 신문 등 전통적인 미디어 이용 정도에서 성별 차이에 대한 조사 결과들은 남성이 여성보다 TV와 신문에서 정치뉴스에 더 주목하고 정치이슈에 더 많이 접한다는 경향성을 보고하고 있다(Pior, 2005; Toff & Palmer, 2018). 그러나 최근의 조사에 따르면 모바일 커뮤니케이션, 카카오톡과 같은 메시징 서비스, 페이스북과 같은 SNS를 통한 뉴스 미디어 이용에서는 남녀 차이는 발견되지 않고 있다(한국언론진흥재단, 2017).

온라인미디어의 정치뉴스 소비에서 남녀 차이가 유의미하지 않다면 온라인미디어의 이용이 정치적 참여에 미치는 영향력은 기존 미디어에서 관찰되는 관계를 반복하고 있는가? 본 연구는 이점에 주목해 성별에 따른 온라인미디어 이용과 온라인에서의 정치적 참여에 대해 분석했다. 미디어 이용과 정치적 참여에서 성별 차이를 기술하는 연구는 있지만 성별에 따라 효과가 어떻게 차이가 있는지를 본격적으로 검토하는 연구는 드문 편이며 특히 온라인미디어 환경에서 성별차이를 분석하는 연구는 매우 부족하다. 성별차이는 본격적인 주요 연구문제로 다뤄지기 보다 부차적인 연구문제로 접근되었으며 성별에 따른 차이를 중심에 두고 연구를 진행한 사례는 드문 편이다. 뉴스 미디어 이용이나 온라인 미디어 이용 등에서 관찰되는 성별차이는 기술적 묘사나 단순 상관관계를 넘어서 남성 혹은 여성의 특성에 기반해 살펴볼 필요가 있다. 정치적 참여의 차이를 만들어 내는 변인과 변인간의 관계에서 남녀 차이를 점검하고 이에 따른 결과로써 정치적 참여를 이해할 필요가 있다. 동조나 의사표현, 정치적 효능감 등에서 유의미한 남녀 차이가 관찰되었지만 그러한 차이가 정치적 참여에 어떤 영향을 미치는지를 분석하는 연구가 드물어 본 연구의 필요성이 크다 할 것이다. 본 연구는 2018년 지방선거에서 서울시장 선거를 대상으로 온라인미디어 이용과 정치적 참여 활동을 분석하면서 성별이 미치는 영향력을 실증적으로 분석했다. 이를 통해 성별 차이에 대한 연구가 부족함을 다소나마 해소하고자 했다.

2. 기존 문헌 연구

1) 정치적 참여와 영향 요인

인터넷이나 소셜미디어 등의 온라인미디어 이용이 확대됨에 따라 정치적 참여 행위도 여러 다양한 수준으로 확대·변화하고 있다. 미디어 이용자들은 기존 정치적 활동을 온라인에 적합한 형태로 변형해서 정치적 활동에 참여하고 있는데 소셜미디어를 통해 정치인이나 정당, 정책에 대한 정보를 얻고 정치인들과 인맥을 형성하기도 한다. 소셜미디어를 통해 네트워크를 형성해 정치적 견해가 같은 사람들과 만나 정치 토론에 참여하거나 토론을 지켜보는 것도 온라인에서 이뤄지고 있는 정치활동으로 볼 수 있다(황용석, 2016).

기존 연구에 따르면 온라인미디어 이용은 직간접적으로 정치활동에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 소셜미디어 이용은 정보 노출을 증가시키며 정치참여에 정적으로 기여하는 것으로 관찰됐다(문원기·이수범, 2015; 정낙원, 2013; Gil de Zuniga, et al., 2012). 정낙원(2013)은 소셜미디어를 보다 많이 이용하고 친구수가 많은 이용자일수록 온라인을 통해 정치사회적 정보를 많이 얻고 있다고 인식하며 이러한 인식은 실제로 정치지식의 수준을 높이는 데 기여한다고 밝혔다. 문원기와 이수범(2015)은 메타분석을 통해 소셜미디어 이용이 정치적 활동에 미치는 영향에 대한 연구를 진행했는데 분석결과 소셜미디어 이용(이용량, 네트워크 동질성 등)은 정치적 활동에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 특히 이용량은 효과크기는 작지만 정치참여의 행위적 수준과 정치관여도, 정치효능감에 유의미한 영향을 미치는 것으로 보고했다.

온라인에서 정치적 참여 활동은 다양한 방식으로 진행되고 있다. 댓글을 통해 지지의사를 밝히는 댓글쓰기는 공개적인 정치적 의사 표현으로, 온라인 정치참여의 한 형태로 간주되어야 할 것이다(양승찬·이미

나·신지희, 2018b). 메시지를 퍼나르거나 다른 사람들과 공유하는 적극적인 관여적 이용을 통해 정치적 참여가 이뤄지기도 한다. 양승찬과 이미나(2017)는 페이스북에서 이용자들은 ‘좋아요’를 클릭함으로써 태도를 드러내고, 댓글을 달거나 메시지를 공유하는 적극적인 미디어 이용 형태를 보이며 이러한 적극적인 미디어 이용이 정치지식의 습득과 정치적 태도 변화로 이어진다고 보았다.

미디어 이용 이외에 정치 참여를 예측하는 대표적인 정치심리적 변인은 정치효능감이다. 정치효능감은 정치적 과정에 영향을 미칠 수 있다는 개인의 신념(Campbell et al., 1954)으로 정의된다. 1954년부터 유의미한 정치심리 변인으로 이해됐으며 정치적 사회적 변화가 가능하고 개인이 변화에 기여할 수 있다는 신념(Campbell et al., 1954)으로 정의됐다. 이후 많은 연구들이 정치효능감의 유의미한 효과를 보고했으며 정치효능감은 선거캠페인 참여, 정치인과의 접촉, 투표행위 등의 정치적 행위에 영향을 주는 것으로 나타났다(Kenski & Stroud, 2006; Cohen et al., 2001).

국내연구에서도 다수의 연구가 정치효능감의 효과를 분석했다. 기존 연구는 미디어 이용과 정치효능감, 정치활동 변인간의 관계에 주로 주목했는데 신문과 인터넷 이용이 정치효능감과 연관이 있으며 정치효능감이 투표 참가에 영향을 미치는 것으로 알려졌다(김무곤·김관규, 2004). 인터넷은 다른 미디어에 비해 긍정적으로 정치효능감을 높이는 것으로 보고됐는데 김춘식(2010)은 18대 총선에서 TV, 신문, 라디오 등 전통미디어보다는 인터넷 이용이 정치효능감에 긍정적인 영향을 준다고 분석했다. 블로그와 페이스북에서도 해당 미디어 이용은 정치효능감에 긍정적으로 기여한다고 보고됐다(박노일·한정호, 2008).

정치효능감이 정치적 활동에 영향을 미치는 매커니즘은 정치경험이 개인적 신념에 기여하고 이에 따라 효능감이 변화하게 되며 발전된 효능감 수준이 다시 행동에 영향을 줘 새로운 경험을 도모하게 하는 순환적

과정이다(Bandura, 1986). 말하자면 정치적 의견표현, 정치적 행동, 정치정보 추구하고 같은 정치참여 활동이 정치에 대한 개인의 효능감에 기여하며 고양된 효능감은 새로운 경험을 유도하는 것으로 볼 수 있다. 이때 정치효능감은 내적으로는 자신에 대한 평가를 높여 자신에 대한 자신감을 기르게 하고 외적으로는 정치시스템에 대한 개선을 목격하면서 행위에 대한 자부감을 느끼게 한다. 정치적 경험이 내외적 정치효능감에 영향을 주며 발전된 효능감 수준은 다시 새로운 경험으로 이어지게 되는 것이다. 정치활동에서 투표자 당선 성공 경험이 정치효능감에 기여한다는 분석결과는 성공경험이 정치적 효능감을 증가시킨 경로를 보여주는 분석결과이다(안형기, 2005). 높은 수준의 정치효능감은 정치적 의사표현, 정치커뮤니티활동, 정치정보추구와 같은 온라인 정치활동에 기여하는 선순환을 만들어낸다(안형기·신범순, 2006).

정치효능감에 대한 최근 연구들은 정치정보효능감, 지식정치효능감 등 보다 구체적인 개념으로 정치효능감을 분석하고 있다. 정치정보효능감은 정치과정(예, 투표)에 참가할 수 있을 만큼 충분한 정보를 가지고 있다는 확신으로 정의된다(Kaid, et al., 2007; 송종길·박상호, 2009). 정치정보효능감은 자신의 정치지식에 대해 확신하지 못하거나 부족하다고 인식하는 경우 유권자는 투표 참여를 꺼려한다는 관찰에서 출발한 개념이다. 정치효능감의 핵심 요소가 정치정보에 대한 효능감임을 지적하는 것이다. 지식정치효능감(Pingree, 2011; 권혁남, 2011)은 개인이 자신의 정치 지식에 대해 느끼는 자신감으로 정치적 사안에 알고 있으며 다른 사람의 정치활동을 돕고 개인의 입장이나 의견을 명확하게 말할 수 있는 정도를 의미한다. 개인의 정치지식에 대한 효능감을 강조한다는 측면에서 정치정보효능감과 유사하다고 할 수 있다.

한편 김은미와 이준웅(2006)은 정치적 효능감이 기여하는 대상을 구체적으로 할 필요가 있음을 지적하며 정치토론효능감을 제시했다. 정치 활동은 다양한 행동을 포함하기 때문에 기존의 포괄적인 정치효능감

에 대한 개념화보다는 구체적인 대상과 영역에 집중할 필요가 있다는 것이다. 연구자들은 정치적 토론과정에 주목하는데 정치토론에 참여함으로써 획득되는 효능감에 주목해 정치토론효능감 개념을 제시하고 있으며 정치토론효능감은 “자신이 토론을 통해 토론 공동체의 민주적 의사결정과 여론 형성에 도움을 줄 것이라는 주관적 신념”으로 정의했다.

정치토론효능감 개념에 따르면 다른 사람과의 정치적 대화에 참여하는 것은 의견을 정교화하고 이견에 대해 학습하게 하며 이러한 토론 경험의 증가가 효능감에 기여하게 된다. 실증적 분석을 통해 정치토론효능감의 효과가 관찰됐는데 토론의 양과 질이 많아짐으로써 정치토론 효능감에 긍정적인 영향을 주는 것으로 보고됐다(이준웅·김은미, 2006). 정치토론효능감의 효과는 17대 총선에서 실제 현장 실험을 통해서도 관찰되기도 했다(이준웅·김은미·문태준, 2005).

본 연구에서는 인터넷에서 이뤄지는 토론에 주목해 정치토론효능감을 활용하여 인터넷토론효능감을 제시하고 인터넷토론효능감의 효과를 분석했다. 온라인 공간은 공적 토론을 위한 공간으로 선거에서 활용되고 있음을 고려할 때 온라인미디어와 정치효능감의 관계를 분석할 수 있는 보다 구체적인 변인으로 인터넷토론에 대한 효능감 인식이 유효할 수 있을 것이다. 선거과정에서 인터넷 토론을 통해 이견에 노출되고 의견 충돌을 경험하는 것이 개인의 효능감을 높인다고 보았으며 효능감이 정치적 참여에 기여하는 선순환 관계를 예상할 수 있다.

2) 뉴스미디어 이용, 정치 활동 등에서 관찰되는 성별 차이

온라인미디어 환경에서 성별 차이는 미디어 이용 패턴에서 관찰된다. 단일 미디어를 주로 이용하는 이용자는 여성과 높은 연령대의 비율이 좀 더 높았으며 이에 비해 남성이 연령별 차이는 있지만 여성에 비해 대체적으로 좀 더 다양한 매체를 이용하는 경향이 있는 것으로 조사됐다(조성동·강남준, 2009). 다양한 미디어를 조합해서 사용하는 정도에서 여성은 남

성보다 소수의 매체에 집중하는 정도가 높으며 남성은 다양한 미디어를 동시에 사용하는 동시 사용 정도가 더 높았다(임정수·윤정미·조은지, 2014).

미디어 이용 형태의 차이를 설명하는 변인으로 먼저 심리적 성별 차이를 살펴볼 필요가 있다. 심리학 연구는 남성과 여성 간에 유의미한 차이가 있는 영역이 있지만 명확하게 차이가 있다고 볼 수 없는 영역도 있다고 지적한다(Maccoby & Jacklin, 1974). 성별차이에 대한 메타분석연구들이 진행되면서 성별차이는 인지적 분야, 커뮤니케이션 분야(자기 노출, 비언어 커뮤니케이션, 얼굴 표현, 사회적 성격 관련, 행복감 등) 등에서는 남성과 여성이 다르지 않다는 주장이 설득력을 얻고 있다(Hyde, 2005). 성별 차이는 맥락과 측정방식에 의해 크게 좌우되며 ‘남녀가 서로 다르다’라는 일반적인 가설은 성립하기 어렵다는 입장이다.

미디어이용에서 성별 차이를 심리적 요인으로 설명하는 연구들은 남성과 여성간의 공감 반응, 염려, 관계 맺기에 대한 태도와 방식 등이 다르며 이러한 요인이 미디어 이용의 차이를 가져온다고 보고 있다. 공감반응은 남성보다 여성이 높은 것으로 알려졌는데 국제기아 돕기 캠페인에 대한 참여 의도는 여성이 남성보다 더 높았으며 이와 같은 결과는 여성이 타인중심의 돕기 행위에 남성보다 더 적극적으로 반응하기 때문인 것으로 추론됐다(이승조, 2016). 온라인 프라이버시 염려 수준은 여성이 남성보다 높았으며 염려가 높을수록 프라이버시 보호전략을 사용하는 정도가 증가하는데 염려가 보호전략을 사용하는 정도에서 여성이 남성보다 더 강한 것으로 조사됐다(이미나·심재웅, 2009).

특히 관계맺기의 성별차이는 소셜미디어 이용에 대한 연구에서 다수 관찰됐는데(진보래·노현주, 2015; 심홍진 외, 2011; Hollenbaugh & Ferris, 2014) 페이스북을 사용할 때 여성은 남성에 비해 친구들의 반응을 더욱 민감하게 여기는 것으로 조사됐다. 페이스북에서 친구들의 반응이 증가할수록 이용자는 페이스북이 관계에 유용하다고 인식하는데 이

러한 관계는 여성에게만 유의미한 것으로 나타났다(진보래·노현주, 2015). 관계맺기의 성별 차이는 스마트폰과 소셜미디어 이용 형태에서도 차이를 가져오는데 언어 네트워크 분석 결과 트위터의 경우, 남성은 정보를 위해 사용하고 여성의 경우는 트렌드를 쫓는 측면에서 사용하는 것으로 조사됐다(심홍진 외, 2011).

온라인미디어와 정치참여, 정치효능감 인식 간의 관계에서 성별차이를 살펴보면 미국의 경우 정치참여, 정치지식, 정치효능감 모두 여성이 유의미하게 낮은 것으로 조사됐다(Kenski & Stroud, 2006). 남성은 여성에 비해 적극적인 정치적 관여 행동을 보여 정부와의 접촉이 더 많은 것으로 조사됐는데 인터넷에서 뉴스를 소비하는 정도에서도 남성이 여성보다 소비 정도가 높은 것으로 관찰됐다(Bimber, 1999). 동아시아 문화권의 싱가포르에서도 여성은 남성에 비해 정치적 지식이 낮으며 정치적으로 효능감을 덜 느끼는 것으로 조사됐다(Hao et al., 2013). 여성은 온라인과 오프라인에서 진행되는 정치적 대화에도 남성보다 참가정도가 낮은 것으로 나타났다. 남성은 정치적 효능감을 매개로 정치적 활동이 유의미하게 증가하지만 여성은 정치적 효능감 뿐 만 아니라 대화에 의해서도 정치적 활동이 증가하는 것으로 나타나 남성과 여성의 정치참여에 기여하는 요인과 효과의 매커니즘은 서로 다른 것으로 관찰됐다. 다만 남성과 여성 모두 소셜미디어에서 뉴스 소비는 정치적 활동에 기여하는 것으로 조사됐다(Hao, Wen & George, 2013).

온라인 미디어 이용, 정치효능감, 정치참여에 대한 성별 차이를 분석하는 연구가 드문 편이다. 권혁남(2011)은 성별, 연령, 학력 모두 정치효능감에 유의미한 영향을 미치고 있으며 특히 성별 변수의 영향력이 가장 컸다고 보고했다. 문성철과 양문희(2009)는 개별 변인의 기술적 차이를 보고하는 대신 정치효능감에 기여하는 변인들의 경로를 분석했는데 남성과 여성간에 차이가 있음을 밝혔다. 남성의 경우 대선토론 시청량이 정치효능감에 기여했지만 여성은 그렇지 않았으며 남성은 정치지식인지

가 정치효능감에 정적으로 기여하지만 이 경우에도 여성은 유의미한 관계는 없는 것으로 관찰됐다.

이러한 차이의 근거는 보다 광범위한 연구를 동반해야 하지만 기존 연구에서는 사회적 역할에 투자하는 자원이 여성이 더 희소하기 때문이라고 지적한다(Hao et al., 2013). 양육 등 여성이 담당하는 영역과 남성이 담당하는 영역이 다르며 정치적 활동에 참여하기 위해 동원되는 자원을 조달하기에 남성이 더욱 수월하다는 견해이다. 또한 정치가 주로 남성에 의해 주도되어지는 영역이라는 점도 고려할 수 있다.

양승찬과 강형철(Yang & Kang, 2003)은 기존의 커뮤니케이션 지식격차가설에 근거해 정치활동에서의 성차이를 커뮤니케이션 효과 가설로 설명하고 있다. 교육 정도에 따라 미디어 이용에 따른 지식획득 정도가 차이를 보이는 것처럼 미디어 이용이 정치지식의 획득에 영향을 준다는 것이다. 이브랜드와 슈펠르(Eveland & Scheufele, 2000)는 1996년 미국 대통령선거 데이터를 이용하여 교육수준과 미디어 이용의 차이가 정치지식에 영향을 준다고 보고했다. 교육 수준이 높은 사람들이 그렇지 않은 사람들보다 정치지식이 높았는데 이러한 지식 격차는 미디어 이용 정도가 낮은 경우에 더욱 강화되는 것으로 나타났다. 연구자들은 미디어 이용이 교육수준과 지식격차간의 관계를 완화할 수 있을 것으로 보았다. 양승찬과 강형철(2003)은 성별 차이를 이와 같은 커뮤니케이션 효과 차이로 간주하고 미디어 이용정도, 정치지식, 교육 간의 관계를 관찰했다. TV와 인터넷의 이용 정도와 정치 지식은 여성이 남성보다 낮은 수준이지만, 여성만을 대상으로 분석했을 때 높은 교육 수준의 여성은 그렇지 않은 여성에 비해 미디어 이용이 정치지식에 미치는 영향이 유의미하게 높았다. 성별에 따라 미디어 이용이 정치 지식습득에 미치는 영향이 다를 수 있으며 이러한 차이는 교육수준과 관련있다는 지적이다.

본 연구는 온라인 뉴스미디어 이용이 인터넷효능감과 정치적 참여에 미치는 영향을 고찰하고자 했다. 뉴스미디어이용이 인터넷토론효능감에

영향을 미치며 정치적 참여를 이끄는 긍정적 요인이 된다고 보았다. 이에 더해 본 연구에서는 성별에 따라 해당 관계가 유의미하게 다르게 나타날 수 있는지를 점검하고자 했다. 분석은 2018년 지방선거에서 서울시장 선거를 대상으로 했는데 구체적인 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1 : 서울시장 선거기간 지지후보를 정한 유권자의 정치적 성향, 뉴스미디어 이용, 인터넷토론효능감, 온라인 정치활동(온라인뉴스미디어 관여, 지지후보에 대한 댓글 의견 표명) 등에서 성별 차이가 관찰되는가?

연구문제 2 : 선거기간 중 뉴스미디어 이용은 인터넷토론효능감에 영향을 미치는가? 뉴스미디어 이용이 인터넷토론효능감에 미치는 영향은 성별에 따라 다르게 나타나는가?

연구문제 3 : 인터넷토론효능감은 온라인 정치활동(온라인뉴스미디어 관여, 지지후보에 대한 댓글 의견 표명)에 영향을 미치는가? 이러한 영향 관계는 성별에 따라 다르게 나타나는가?

3. 연구 방법

1) 조사설계 및 응답자 특성

본 조사는 제7회 전국동시지방선거 투표일(2018년 6월 13일) 이전인 6월 8일일부터 6월 11일까지 총 4일간 인터넷 설문조사를 통해 진행됐다. 실사는 전문 조사기관인 (주)마켓링크가 담당했다. 표본은 (주)마켓링크의 인터넷조사 패널 가운데 투표권이 있는 서울시 성인유권자를 대상으

로 성별, 연령, 지역별 할당에 기초하여 비례층화추출방법을 통해 추출했다. 조사에 응한 548명의 유효응답자 중 지지후보가 있는 응답자 447명이 최종 표본으로 추출되었다.

447명의 표본의 특성을 살펴보면 성별구성은 남성 224명(50.1%), 여성 223명(49.9%)이었으며, 연령대는 10년간의 연령그룹으로 구분할 때 20대는 85명(19.0%), 30대 96명(21.5%), 40대 104명(23.3%), 50대 98명(21.9%), 60대 64명(14.3%)가 표본에 포함됐다. 최종학력은 고졸이하, 대학교 재학/졸업, 대학원 재학이상으로 구분했으며, 각각 9.8%(44명), 77%(344명), 13.2%(59명)로 나타났다. 대학교 재학 이상이 77%로 나타나 표본의 전반적인 교육수준은 상대적으로 높았다.

2) 변인의 측정

(1) 뉴스미디어의 이용

뉴스미디어의 이용은 인터넷 상의 뉴미디어를 통한 지방선거정보 활용 정도를 측정했다. 뉴미디어영역은 포털사이트, SNS, 메시징서비스, 인터넷신문, 인터넷방송/팟캐스트로 항목을 구분하였다. “선생님께서 이번 지방선거에 관한 정보를 얻을 때 다음의 미디어를 얼마나 이용하셨습니다?”라는 질문을 활용하여 5점 척도로 측정했다(1=전혀 이용하지 않았다 ~ 5=많이 이용했다). 조사결과 5점 척도 상 뉴미디어에서의 뉴스 이용 정도의 평균값은 포털사이트 4.00(SD=1.04), SNS 2.81(SD=1.31), 메시징서비스 2.54(SD=1.25), 인터넷신문 3.36(SD=1.23), 인터넷방송/팟캐스트 2.12(SD=1.26)로 나타났다.

(2) 인터넷토론효능감

인터넷토론효능감은 선행 연구들의 정의와 유사하게 ‘공적 사안에 대해 담론적으로 참여할 수 있다는 자신감과 더불어 그런 참여를 통해 공적인

차원에 기여하고 있다는 자부심을 의미'하는 것으로 파악했다(이준용·김은미, 2005). 연구에서는 이러한 개념을 반영하기 위해 총 9개의 설문문항을 활용하여 인터넷토론효능감을 측정했다. 구체적인 문항에서는 '인터넷에서 내가 제기하는 의견은 여론에 영향을 미칠 수 있다', '나의 의견을 인터넷에서 이슈와 관련해 제시할 수 있다', '내가 인터넷토론에 참여하는 것은 정부에 의사표현을 할 수 있는 좋은 방법이다', '우리 사회의 인터넷토론은 정부의 정책 개선에 도움을 줄 수 있다', '인터넷 토론은 민주적 의사결정에 도움을 준다', '인터넷 토론은 정부나 국회에 국민의 목소리를 전달한다', '인터넷 토론은 정치문화를 개선하는 데 도움을 준다', '인터넷 토론 덕분에 나는 더 나은 시민으로서 시사문제에 참여하게 되었다', '인터넷 토론을 통해 다양한 의견에 대한 관심을 가지게 되었다'라는 제시문이 활용되어 5점 척도(1점=전혀 그렇지 않다 ~ 5점=매우 그렇다)로 측정되었다. 인터넷토론효능감은 전체 9개 항목의 합산값을 활용했으며, 합산값의 신뢰도 계수 크론바흐 알파 값은 .91로 나타났다.

(3) 온라인 정치참여-뉴스미디어 관여 행위

뉴스미디어 관여 행위 변인은 지방선거 관련 뉴스를 이용 한 후의 뉴스와 관련한 추가적인 행위를 하는 것으로 이 연구에서 설정했다. 이를 측정하기 위해 '선생님께서 이번 6·13 지방선거와 관련한 뉴스를 이용하셨을 때, 아래 항목 중 어떤 행위를 해보셨습니까?'라는 질문 문항을 제시했고 관련 행위는 총 5가지로 '댓글달기', '포스팅하기', '좋아요 클릭하기', '게시물에 공유하기', '채팅하기(메신저하기)'로 구분했다. 각 관여 행위를 해 본 여부에 따라 0과 1로 더미 코딩했고, 뉴스 미디어 관여 행위는 총 5개의 항목의 합산값을 활용했다. 합산값의 신뢰도 계수 크론바흐 알파 값은 .75로 나타났다.

(4) 온라인 정치참여-지지후보 댓글 의견표명

지지후보 댓글 의견표명은 제7회 전국동시지방선거의 서울시장 선거에서 지지하는 후보자에 대해 인터넷 댓글공간에서 공개적 의견표명의 여부를 특정했다. 구체적으로 ‘아이디만 보여지는 정치적 댓글공간에서 선생님께서 지지하는 서울시장 후보에 대해 긍정적 댓글을 쓰실 의향이 있으십니까?’라는 질문을 제시하고 5점 척도로 의향을 측정했다. 조사 결과, 평균 값은 3.11(SD=1.25)이었다. 뉴스미디어 관여행위는 실제 행동 여부를 측정할 수 있었지만 지지후보 댓글 의견표명은 선거를 앞둔 시점에서 측정했기 때문에 의견표명 의도를 측정하고 이를 의견표명으로 대체했다.

(5) 통제변인

본 연구에서는 크게 두 그룹의 통제변인을 사용했다. 인구구성학적 변인군과 정치심리적 변인군을 통제변인으로 활용했는데 정치심리적변인군은 정치적 성향, 이견추구성향, 정치적 관용성을 포함했다. 해당 변인은 기존 연구에서 미디어이용과 정치효능감, 정치 행위 등과 유의미한 관계를 보이는 것으로 밝혀진 변인들로 본 연구의 연구문제 분석을 위해서 자료를 수집하고 분석방법에서 통계적으로 해당 변인들의 역할을 통제하고자 했다.

① 인구구성학적 변인

본 연구에서는 통제변인으로 인구구성학적 변인 4가지를 분석항목에 포함하였으며, 성별, 연령, 교육수준, 가구소득이 사용됐다. 유권자의 성별은 남성이 224명(50.1%), 여성 223명(49.9%)였으며, 선거에 참여할 수 있는 연령으로 만 19세를 포함한 20대부터 60대까지 10년을 기준으로 나눠 5단계로 구분했다(M=2.91, SD=1.33). 최종학력은 고졸이하, 대학교 재학/대학교 졸업, 대학원 재학 이상으로 구분했다. 가구소득은 가구의 총 수입으로 9개 구간으로 나눠 측정했으며, 100만원 미만부터

800만원 이상으로 총 9개 항목으로 구성했다. 그 중 400만원 ~ 500만원 미만의 구간이 19.2%로 가장 많이 표본에 포함됐다(M=5.58, SD=2.18).

② 정치적 성향

정치적 성향은 응답자가 스스로 판단하기에 이념적 성향이 어떠한지를 묻는 항목으로 '선생님께서는 정치적으로 어느 쪽에 가까우십니까?'에 대한 질문에 대해 1='매우 보수적' ~ 5='매우 진보적'으로 본 척도에서 응답하도록 했다(M=3.20, SD=.88).

③ 이견추구성향

이견추구성향은 선행 연구의 정의를 따라 '정치사회적 이슈에 대해 알고자 하는 동기와 관심이 있어서 관련 정보를 제공하는 미디어를 적극적으로 이용하여 정보를 탐색하고 정치사회적 현안에 대해 이해하고자 하는 성향'으로 파악했다(양승찬·이미나, 2013). 선행연구에 기초하여 본 연구는 '평소 나의 정치적 이념과 다른 정치적 의견에 흥미를 느낀다', '내 생각과 다른 정치적 의견에 대해 잘 알고 있다', '평소 내 생각과 다른 정치적 의견을 들었을 때 잘 이해하는 편이다', '내 생각과 다른 정치적 의견의 글을 미디어에서 찾아 읽는다', '내 생각과 다른 인터넷 사이트를 자주 방문한다', '내 생각과 다른 정치적 의견을 통해 도움을 받는 경우가 많다' 등 6가지 설문문항을 활용하여 5점 척도를 통해 측정했다(1 = 전혀 그렇지 않다 ~ 5 = 매우 그렇다). 분석에서는 전체 6개 항목의 합산값을 활용했으며, 합산값의 신뢰도 계수 크론바흐 알파값은 .85로 나타났다(M=17.35, SD=4.62).

④ 정치적 관용성

정치적 관용성은 김은미와 이준웅이 제시한 선행연구의 개념화를 따라

서른 다른 의견을 가진 사람들에 대한 존중과 인정으로 파악했다(김은미·이준웅, 2006). 이들 연구자들이 이용한 5가지 문항의 진술문을 본 연구에서 활용했다. 구체적으로 '나와 정치적 의견이 다른 사람들도 자기 자신의 의견을 제시할 권리가 있다고 생각한다', '나와 정치적 의견이 다른 사람들의 의견도 들어 보아야 한다고 생각한다', '나와 정치적 의견이 다른 사람들의 의견 중에서도 수용할 만한 것이 있다고 생각한다', '나와 정치적 의견이 다른 사람들의 시위나 집회도 허용되어야 한다고 생각한다', '나와 정치적 의견이 다른 사람들도 국회의원이거나 대통령이 될 수 있다고 생각한다' 등 5가지 진술문에 대한 동의여부를 역시 5점 척도를 이용하고 측정했다. 분석에서는 5가지 문항의 합산값을 활용했고 신뢰도 계수 크론바흐 알파값은 .83로 나타났다($M=20.59$, $SD=4.47$).

4. 연구결과

1) 연구문제 1의 분석결과: 성별에 따른 t-test

연구문제 1에서는 주요 변인에서 성별 차이가 발생하는지를 살펴보려 했다. 성별 집단 간 평균치 차이를 검증한 결과가 <표 1>에 제시됐다.

인구구성학적 변인의 차이를 살펴본 결과 교육수준에서 남성이 여성보다 높은 것으로 나타났다. 통제변인군의 정치심리변인의 경우, 정치이념과 정치적 관용성의 차원에서 성별 차이는 발견되지 않았다. 이견추구성향(양승찬·이미나, 2013; 황용석·양승찬·이준웅·이원태, 2011)은 성별차이가 유의미한 것으로 나타나 남성이 여성보다 자신과 다른 이견에 노출하려는 성향이 높은 것으로 나타났다. 뉴스미디어 이용의 경우 포털사이트, SNS, 메시징서비스, 인터넷신문, 인터넷방송/팟캐스트 등 뉴미디어를 통한 선거 뉴스 이용 정도에서는 성별 차이가 발견되지 않았다. 인터넷토론효능감 수준 역시 남녀간 차이가 나타나지 않았다. 뉴스미

디어 관여행위와 지지후보 댓글 의견표명의 경우 성별 차이가 관찰됐는데 뉴스미디어 관여행위와 댓글 의견표명은 남성이 여성보다 유의미하게 더 높은 것으로 나타났다.

표 1. 성별에 따른 정치적 성향, 뉴스 미디어 이용, 효능감, 정치참여행위 변인의 차이

	남성		여성		t-value
	평균	표준편차	평균	표준편차	
인구구성학적 변인					
연령	44.32	12.20	43.44	12.64	.75
교육수준	4.09	.48	3.98	.47	2.48 [*]
가구소득	5.43	2.16	5.74	2.19	-1.51
정치적 성향 변인					
정치이념	3.13	.91	3.28	.84	-1.91
이견추구성향	18.49	4.35	17.04	4.66	3.40 ^{**}
정치적 관용성	19.60	3.39	19.32	3.30	.88
뉴스미디어 이용					
포털사이트	4.09	.99	3.90	1.08	1.92
SNS	2.78	1.34	2.85	1.28	-.61
메시징서비스	2.51	1.24	2.57	1.26	-.44
인터넷신문	3.39	1.19	3.33	1.28	.48
인터넷방송/팟캐스트	2.22	1.29	2.01	1.23	1.76
효능감					
인터넷토론효능감	29.29	7.30	29.96	6.54	-1.02
정치참여행위					
뉴스미디어 관여 행위	1.36	1.58	.87	1.21	3.70 ^{***}
지지후보 댓글 의견표명	3.29	1.23	2.94	1.25	3.01 ^{**}

남성 = 224, 여성 = 223
^{*}p < .05, ^{**}p < .01, ^{***}p < .001

2) 연구문제 2의 분석 결과 : 성별에 따른 뉴스미디어 이용과 인터넷토론효능감 간의 관계

연구문제 2와 연구문제 3의 분석 방식은 동일하며 각각 2단계로 진행됐다. 먼저 성별 집단을 구분한 후 주요 독립변인이 종속변인에 미치는 영향력을 살펴봤다. 이후 주요 독립변인의 영향력이 성별에 따라 종속변인에 차별적으로 작동하는지 여부를 분석했는데 성별과 독립변인의 상호작용을 분석했다.

연구문제 2의 분석결과는 <표 2>와 같다. 남녀 집단을 구분하여 인구구성학적 변인과 정치적 성향을 통제한 후 회귀분석을 실시한 결과를 보면 뉴미디어를 통한 뉴스미디어 이용과 인터넷토론효능감과의 관계는 여성 집단에서 조금 더 다양한 매체가 유의미한 결과를 보였다(<표 2> 참조). 여성의 경우 다섯 가지로 측정된 뉴스미디어 이용 가운데 포털사이트, SNS, 메시징서비스, 인터넷신문의 이용이 많을수록 인터넷토론효능감이 높은 것으로 나타났다. 남성의 경우, SNS와 인터넷방송/팟캐스트의 이용 정도와 인터넷토론효능감이 유의미한 연관을 보였다. 정치적 성향의 경우 남녀 집단 모두에서 인터넷토론효능감과 유의미한 관계가 발견됐다. 정치이념이 진보적일수록, 이견추구성향이 높을수록, 정치적 관용성이 높을수록 인터넷토론효능감도 높은 경향이 나타났다.

표 2. 성별에 따른 인터넷토론효능감 예측 변인

	인터넷토론효능감	
	남성	여성
인구구성학적 변인		
연령	-.095	.036
교육수준	.053	-.035
가구소득	.089	.197**
ΔR ²	.019	.037 [†]
정치적 성향		
정치이념	.321***	.275***
이견추구성향	.552***	.414***
정치적 관용성	.277 [†]	.251***
ΔR ²	.352***	.242***
뉴스 미디어 이용 변인		
포털사이트	-.017	.243**
SNS	.243***	.131 [†]
메시징서비스	.095	.161 [†]
인터넷신문	.050	.169**
인터넷방송/팟캐스트	.158**	.078
ΔR ²	.055**	.063**
R ²	.425***	.342***

남성 = 224, 여성 = 223

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

β = 표준화된 베타(Beta) 회귀계수

추가적으로 뉴스미디어의 이용이 인터넷토론효능감에 미치는 영향력이 성별로 유의미한 차이가 있는지의 여부를 분석하기 위해 다섯 가지 뉴스미디어 이용을 함께 통제한 후 성별과 특정 뉴스미디어 이용의 상호작용 효과를 분석했다(〈표 3〉). 〈표 3〉의 상호작용 변인이 투입된 마지막 블록을 보면 뉴스미디어 이용 가운데 SNS를 통한 뉴스 이용이 인터넷토론효능감에 미치는 영향력에 있어 여성보다 남성이 상대적으로 클 수 있다는 점을 발견할 수 있다. 통제변인 가운데는 이견추구성향과 성별의 상호작용 변인이 유의미한 계수를 보여주었는데 이견추구성향이 인터넷토론효능감에 미치는 영향력의 경우 남성이 여성보다 상대적으로 클 수 있다고 해석할 수 있다.

표 3. 인터넷토론효능감에 영향을 미치는 상호작용요인

	인터넷토론효능감	
	r	β
인구구성학적 변인		
성별(남성1, 여성2)	.048	.039
연령	-.026	-.033
교육수준	.045	.014
가구소득	.135**	.131**
ΔR ²	.021	
정치적 성향		
정치이념	.299***	.302***
이견추구성향	.474***	.489***
정치적 관용성	.266***	.261***
ΔR ²	.297***	
뉴스 미디어이용		
포털사이트	.266***	.121**
SNS	.336***	.192***
메시징서비스	.319***	.121**
인터넷신문	.299***	.103*
인터넷방송/팟캐스트	.260***	.127**
ΔR ²	.036***	
성별과 주요 변인의 상호작용		
성별*정치이념		-.046
성별*이견추구성향		-.378*

	인터넷토론효능감	
	r	β
성별*정치적 관용성		-.172
성별*포털사이트		.321
성별*SNS		-.341*
성별*메시징서비스		-.023
성별*인터넷신문		-.028
성별*인터넷방송		-.190
ΔR^2	.030**	
R^2	.385***	

N=447 / * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$
 β =표준화된 베타(Beta) 회귀계수

3) 연구문제3 분석 결과 : 성별에 따른 뉴스미디어 이용과 인터넷토론효능감이 온라인 정치 참여에 미치는 영향

연구문제 3에서는 인터넷토론효능감이 참여행위(뉴스미디어 관여 행위와 지지후보 댓글 의견표명)에 미치는 영향력이 성별로 차이가 있는지를 점검하고자 했다. 앞서 분석과 유사하게 먼저 남녀 집단을 나누고 인구구성학적 변인, 정치적 성향 변인, 뉴스미디어 이용변인을 통제한 후의 인터넷토론효능감이 두 가지 참여행위에 영향력을 행사할 수 있는지 단계적 회귀분석을 통해 진단해 보았다(〈표 4〉 참고).

뉴스미디어 관여 행위의 경우 남녀 집단 모두에서 인터넷토론효능감과 유의미한 관계가 나타났다. 인터넷토론효능감이 높을수록 서울시장선거와 관련한 뉴스를 이용하면서 댓글을 달거나, 포스팅, 좋아요 클릭, 게시물 공유, 채팅(메신저) 등을 하는 행위를 더 많이 하는 경향이 나타났다. 여성의 경우 다섯 가지 유형의 뉴스미디어 이용 모두에서 뉴스를 많이 이용할수록 이러한 관여 행위의 수준이 높았다. 반면 남성 집단에서 포털사이트를 통한 뉴스 이용과 인터넷 신문 이용은 뉴스미디어 관여행위와 특별히 연결되지 않았다. 통제변인군 가운데에서는 이견추구성향이 남녀 집단 모두에서 뉴스미디어 관여 행위와 높은 연관성이 나타났다. 이견을 추구하는 성향이 높을수록 뉴스 관여행위의 수준 역시 높은 것으로

발견됐다.

서울시장 선거에서 지지하는 후보에 대해 댓글을 통해 지지 의견 표명을 하는 행위에 인터넷토론효능감이 영향을 미치는지를 살펴 본 결과는 여성의 경우는 인터넷토론효능감과 지지후보 댓글 의견표명 간에 유의미한 정적 관계가 나타났지만 남성의 경우는 관찰되지 않았다. 뉴스미디어 이용은 앞선 분석과 유사한 패턴이 나타났는데 여성은 다섯 가지 유형의 뉴스미디어 이용이 모두 지지후보에 대한 댓글 의견표명과 유의미한 관계가 발견됐지만, 남성 집단에서는 포털사이트와 인터넷신문은 관련이 없는 것으로 분석됐다. 정치적 성향을 보면 남녀 집단 모두 진보적 성향의 정치이념을 가진 유권자들이 댓글 의견표명을 더 적극적으로 할 가능성이 나타났다. 또한 이견추구성향 역시 두 집단에서 모두 지지 후보에 대한 댓글을 작성하는 의견표명에 영향을 미칠 수 있는 중요한 요인으로 드러났다.

표 4. 성별에 따른 온라인 정치 참여(뉴스미디어 관여 행위와 지지후보 댓글 의견표명)

	뉴스미디어 관여 행위		지지후보 댓글 의견표명	
	남성	여성	남성	여성
인구구성학적 변인				
연령	-.002	.032	.001	.022
교육수준	.106	.045	.083	-.115
가구소득	.100	.106	.110	.099
ΔR^2	.026	.017	.023	.017
정치적 성향				
정치이념	.113	.119	.245***	.155*
이견추구성향	.425***	.347***	.333***	.409***
정치적 관용성	-.050	.056	-.055	.076
ΔR^2	.199***	.126***	.157***	.178***
뉴스 미디어 이용				
포털사이트	.016	.172*	.045	.213**
SNS	.344***	.145*	.267***	.152*
메시징서비스	.231**	.174*	.190**	.267***
인터넷신문	.082	.202**	-.029	.189**
인터넷방송/팟캐스트	.151*	.215***	.248**	.176**

	뉴스미디어 관여 행위		지지후보 댓글 의견표명	
	남성	여성	남성	여성
ΔR^2	.100***	.070**	.084***	.089***
효능감				
인터넷토론효능감	.197**	.313***	.124	.314***
ΔR^2	.022**	.064***	.009	.065***
R^2	.348***	.277***	.272***	.349***

남성 = 224, 여성 = 223
 * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$
 β = 표준화된 베타(Beta) 회귀계수

연구문제 2에서의 추가 분석과 동일한 방식으로 연구문제 3에서 인터넷토론효능감이 뉴스미디어 관여 행위와 지지 후보 댓글 의견표명에 미치는 영향력의 성별 차이를 분석했다(〈표 5〉).

〈표 5〉에서 상호작용 변인이 투입된 마지막 블록을 보면 댓글을 통해 지지하는 후보에 지지 의견 표명을 하는 행위에 인터넷토론효능감이 미치는 영향력에서 성별간 유의미한 차이가 관찰있을 수 있다는 점이 발견됐다. 〈연구문제 2〉에서의 영향력이 모두 남성에게 더 클 수 있다는 점이 드러났다면 이번 분석 결과의 방향성은 반대였다. 여성의 경우 인터넷토론효능감이 댓글을 통한 지지 의견 표명이라는 특별한 참여 행위에 미치는 영향력이 남성 보다 컸다. 남성의 경우 인터넷토론효능감이 높다고 해서 지지 후보에 대한 댓글 의견 표명을 할 의향이 더 높지 않은 반면, 여성의 경우 인터넷토론효능감이 높은 유권자들은 댓글을 통한 의견 표명을 더 적극적으로 하겠다는 의향을 보인 것으로 나타났다. 기본적으로 여성이 남성보다 두 가지의 참여행위의 수준이 낮은 가운데(〈표 1〉 참조), 인터넷토론효능감이 참여 행위에 미칠 수 있는 영향력은 여성이 더 크다는 점이 관찰된 것이다.

표 5. 뉴스미디어 관여 행위와 지지후보 댓글 의견표명에 영향을 미치는 상호작용요인

	뉴스미디어 관여 행위		지지후보 댓글 의견표명	
	r	β1	r	β1
인구구성학적 변인				
성별(남성1, 여성2)	-.173***	.170***	-.141**	-.149**
연령	.024	.016	.031	.017
교육수준	.123**	.079	.027	-.014
가구소득	.106*	.097*	.084	.097*
ΔR ²	.050***		.029*	
정치적 성향				
정치가념	.091	.115*	.179***	.202***
이견추구성향	.404***	.383***	.387***	.378***
정치적 관용성	.009	-.008	.015	.004
ΔR ²	.152***		.164***	
뉴스 미디어 이용				
포털사이트	.200***	.084	.230***	.129**
SNS	.367***	.256***	.309***	.200**
메시징서비스	.352***	.203***	.363***	.222***
인터넷신문	.245***	.122*	.207***	.074
인터넷방송/팟캐스트	.321***	.179***	.320***	.199***
ΔR ²	.062***		.061***	
효능감				
인터넷토론효능감	.400***	.266***	.391***	.234***
ΔR ²	.046***		.035***	
성별과 주요 변인의 상호작용				
성별*정치가념		.150		.028
성별*이견추구성향		-.317		.303
성별*정치적관용성		.343		.387
성별*포털		.064		.317
성별*SNS		-.454**		-.023
성별*메시징서비스		-.308*		.201
성별*인터넷신문		.010		.373
성별*인터넷방송		-.013		.004
성별*인터넷토론효능감		-.004		.570*
ΔR ²	.030†		.025#	
R ²	.340***		.314***	

N=447

*p < .05, **p < .01, ***p < .001, #p < .10

β=표준화된 베타(Beta) 회귀계수-

5. 논의 및 결론

본 연구는 2018년 지방선거에서 서울시장 선거를 배경으로 성별에 따른 뉴스미디어 이용과 인터넷토론효능감이 정치참여(뉴스 미디어 관여 행위, 지지 후보에 대한 댓글에서의 지지 의견 표명)에 미치는 영향을 분석했다. 분석결과, SNS나 메시징 서비스 등 새로운 미디어를 통해 뉴스를 이용하는데 있어 성별 차이가 나타나지 않았다. 전통미디어나 PC기반의 환경에서 뉴스미디어 이용에 남녀 격차가 여전히 발견되지만 최근 2년간 조사 결과를 보면 휴대전화를 통한 모바일 커뮤니케이션을 활용하여 뉴스를 접하거나, 카카오톡과 같은 메시징 서비스나 페이스북과 같은 SNS를 통한 뉴스 미디어 이용에서 남녀 차이는 발견되지 않는 경향이 있다(한국언론진흥재단, 2017). 전문 조사기관에서 관리하고 있는 인터넷 패널을 대상으로 표본을 추출하여 일반적인 유권자 조사와는 차이가 있는 한계가 분명 있지만 이번 조사 결과는 최근 전국을 대상으로 실시한 미디어 이용 경향과 유사한 방향성을 보이고 있다.

인터넷 상에서 펼쳐지는 토론 참여의 효능감에서도 성별 차이가 없었다. 인터넷 패널이라는 표본의 한계가 있다는 점을 고려해야 하지만 인터넷을 활용하는 결과로서 나타나는 효능감, 공적 사안의 담론 과정에 적극적으로 참여할 수 있다는 자신감 차원의 효능감과 참여의 결과에 대한 긍정적인 자부심 차원의 효능감에 있어서 남녀 간의 차이가 발견되지 않았다는 결과이다. 이점은 정치 참여를 위한 사전 조건에서 성별차이가 없다는 점을 시사하는 것으로 긍정적으로 평가할 수 있다.

뉴스미디어 이용과 인터넷토론효능감에서는 차이가 나타나지 않았지만 참여적인 성격이 있는 뉴스미디어 이용 후의 관여 행위, 예를 들어 뉴스 댓글, 포스팅, 좋아요, 게시물 공유 등의 행위에 있어서는 남녀 격차가 여전히 발견됐다. 댓글을 통해 지지 여부의 의견 표명을 공개적으로 하는 행위 역시 남성이 여성보다 더 적극적으로 할 의향을 보였다. 참여

적이고 직접적인 적극적 정치 참여 행위라는 차원에서 볼 때 성별 격차가 존재하는 것으로 보인다.

분석결과에서 주목할 부분은 인터넷토론효능감이 후보자에 대한 댓글지지 표명과 같은 정치적인 의견표명에 미칠 수 있는 영향력이 여성이 남성에 비해 높았다는 점이다. 남성은 인터넷토론효능감이 정치참여에 미치는 영향력이 별로 없거나 미약한 반면 여성의 경우 인터넷토론효능감이 지지후보 표명에 정적인 영향을 미치는 것으로 관찰됐다. 댓글을 통한 지지의견 표명의 수준은 남성이 여성보다 높았지만 인터넷토론효능감의 효과는 여성에게만 유의미한 것으로 관찰돼 인터넷토론효능감의 수준을 높이는 것이 여성에게 유리하게 작용할 수 있음을 의미한다. 인터넷토론효능감을 높여 정치 참여와 의견 표명을 유도하는 것이 여성에게 상대적으로 더 많은 도움이 될 수 있다는 것으로 인터넷토론효능감을 높임으로써 의견표명수준의 차이를 해소할 수 있을 있음을 시사한다.

이와 같은 결과가 나타나는 원인은 여러 각도에서 접근할 수 있지만 연구의 분석결과를 통해 추론해 보면, 뉴스미디어 관여행위, 이견추구성향, 인터넷토론효능감 등, 개별 변인에서 남성이 여성보다 더 높은 점수를 보인다는 점에 주목할 필요가 있다. 이견추구성향이나 인터넷토론효능감이 의견 표명에 미치는 영향력 정도가 여성이 남성보다 더 강하기 때문에 그룹간 비교에서 여성이 남성에 비해 상대적으로 그 효과가 유의미하게 크게 나타나는 것으로 볼 수 있다. 무엇보다 해당 분석결과는 향후 성별 차이에서 발생하는 정치적 참여의 격차를 줄이기 위해 다양한 리터러시 프로그램을 통해 인터넷 상에서의 토론 과정에 직접 참여하면서 토론의 역량을 높이고 토론의 결과에 대해 긍정적 경험을 많이 하도록 유도하는 것이 정책적으로 중요할 수 있다는 점을 고려하게 한다.

또한 이 연구를 통해 발견할 수 있었던 점은 소셜미디어 등 새로운 인터넷 플랫폼을 통해 뉴스를 이용하는 것이 궁극적으로 토론 참여에 도움을 줄 수 있다는 가능성이다. 최근 소셜미디어를 통한 뉴스 이용 연구

를 보면 연성 뉴스가 주로 유통되는 것에 대한 문제 제기가 있기는 하다 (한국언론진흥재단, 2017). 선거를 배경으로 지지 후보에 관한 뉴스를 얻는 부분에 초점을 맞춰 살펴 본 결과 인터넷 플랫폼을 통한 뉴스 미디어 이용이 인터넷토론효능감을 높이고, 뉴스 미디어 관여 행위나 댓글을 통한 지지 표명 등의 참여 행위를 높이는데 기여할 수 있다는 점이 발견됐다. 새로운 플랫폼에서의 정치 관련 뉴스 이용 역시 정치 참여에 긍정적인 영향력을 행사할 수 있다는 가능성을 보여준다.

남성과 여성의 정치 참여 격차, 미디어 이용 격차 등을 다룬 이전 연구가 주로 뉴스 미디어의 이용과 교육 수준 등에 초점 맞추었다면(Yang & Kang, 2003), 이 연구에서는 성별에 따른 영향력의 차이를 상호작용 분석을 통해 살펴보려 했다. 단순한 행위 측정치의 차이 비교를 넘어 선거라는 맥락 속에서 정치 커뮤니케이션 과정에서의 효과 발생 과정에서 나타날 수 있는 차이에 초점 맞추고자 했다. 단기간의 단면적 서베이를 이러한 효과를 진단하기란 쉽지 않은 작업이며 이 연구의 결과 역시 조사의 한계 속에서 이해되어야 할 것이다. 특히 일부 변인 간의 연결고리에는 추가적인 변인이 개입할 가능성에 대한 고려가 필요했지만 제한적인 측면이 있었다. 예를 들어 인터넷 플랫폼을 통한 뉴스 이용의 인터넷토론 효능감과 연결되는 과정에는 뉴스 이용의 결과 정보를 획득하고 지식을 습득하여 이를 통해 토론의 참여에 더 긍정적인 준비를 할 수 있다는 가정이 있었다. 단기간의 서울시장 선거 과정에서 정치지식 습득의 측정이 용이하지 않았던 연구의 한계가 있다.

인터넷 패널을 대상으로 한 조사이기 때문에 나타나는 응답자의 특성이 성별 차이를 비교하고 그 결과를 일반화하는데 물론 많은 제약이 있다. 논의의 범주를 인터넷 활용이 수월한 유권자를 대상으로 한정할 필요가 있다. 휴대전화가 일반화된 커뮤니케이션 환경에서 이와 같은 커뮤니케이션 장치를 통해 뉴스를 이용하면서 시민들이 인터넷 상에서 토론하고, 뉴스 미디어 관여 행위를 통해 본인의 의견을 피력하면서 선거 과정

에서 후보자에 대한 지지 여부를 표명하는 등의 다양한 참여를 하고 있다. 이 과정에서 그 동안 발생했던 성별 격차를 줄일 수 있는 가능성을 탐구하는 것은 후속 연구의 지속적인 과제이다.

참고문헌

- 권혁남 (2011). 2010 지방선거에서 미디어 이용과 TV토론관심시청이 정치효능감, 투표행위에 미치는 효과연구. <한국언론학보>, 55권 6호, 126-151.
- 김동윤 (2016). 페이스북과 트위터 읽기와 쓰기에 따른 의견불일치 경향이 정치효능감과 사회자본에 미치는 영향. <언론과학연구>, 16권 2호, 5-40.
- 김무근·김관규 (2004). 대학생 유권자집단의 미디어 이용과 평가. <한국방송학보>, 18권 3호, 134-174.
- 김선남·나미수 (2008). 휴대폰 이용에서의 성차 연구. <언론과학연구>, 8권 3호, 165~200.
- 김은미·이준웅 (2006). 읽기의 재발견. <한국언론학보>, 50권 4호, 65-94.
- 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.
- 류정호 (2010). 온라인자본과 정치참여의 관계에 관한 연구. <한국언론학보>, 54권 3호, 5-26.
- 문성철·양문희 (2009). 대통령 선거 토론 프로그램 시청이 정치효능감과 정치참여에 미치는 영향 연구. <한국방송학보>, 23권 1호, 131-168.
- 문원기·이수범 (2015). 소셜미디어가 정치참여에 미치는 영향. <한국언론학보>, 59권 4호, 133-162.
- 박노일·한정호 (2008). 블로그쓰기와 사회정치참여에 관한 연구: 정치효능감의 매개효과를 중심으로. <한국언론학보>, 52권 2호, 282-302.
- 심홍진·김용찬·손혜영·임지영 (2011). 언어 네트워크 분석을 통한 스마트폰과 소셜미디어 이용자의 미디어 이용행태에 관한 탐색적 연구. <한국방송학보>, 25권 4호, 82-138.
- 송종길·박상호 (2005). 뉴스 미디어 이용이 유권자의 정치 행태에 미치는 영향에 한 연구 17 총선에서 나타난 유권자의 정치 뉴스 이용과 투표 행위를 중심으로. <한국방송학보>, 19권 2호, 126-163.

- 송종길·박상호 (2009). 17대 대통령 선거에서 TV토론 이용동기가 유권자의 정치행태에 미치는 영향 연구. <한국언론학보>, 53권 3호, 417-442.
- 안형기 (2005). 네티즌의 정치적 효능감 영향요인: 한국의 제16대 대선을 중심으로. <서울행정학회 추계 학술대회 발표논문집>, 99-125.
- 안형기·신범순 (2006). 정치참여결정요인으로서의 인지적 효능감: 네티즌의 투표행위를 중심으로. <한국정책과학학회보>, 10권 1호, 27-49.
- 양승찬·이미나 (2013). 이견추구성향과 후보지지여부가 정치적 메시지 처리에 미치는 영향. <한국언론학보>, 57권 4호, 5-26.
- 양승찬·이미나 (2016). <페이스북을 통한 뉴스 이용 형태 분석>. 한국언론진흥재단.
- 양승찬·이미나·신지희 (2018a). 미디어 이용과 TV토론 이용의 효과 연구: 후보자 평가, 정치지식, 정치효능감과 여론 인식을 중심으로. <사회과학연구>, 30권 2호, 41-69.
- 양승찬·이미나·신지희 (2018b). 지지후보에 대한 의견 분위가 지각이 공개적 의견 표명과 투표에 미치는 영향. <사회과학논총>, 21권 1호, 107-129.
- 이미나·심재웅 (2009). 성별에 따른 온라인 프라이버시 염려와 프라이버시 보호 전략 사용의 차이에 관한 연구. <미디어, 젠더 & 문화>, 12권, 165-190.
- 이미영·김담희·김성태 (2010). 청소년 미디어 레퍼토리에 관한 연구. <한국언론학보>, 54권 1호, 82-106.
- 이승조 (2016). 성별과 프레이밍의 상호작용에 따른 돕기 캠페인 수용 태도의 차이. <미디어 경제와 문화>, 14권 1호, 124-156.
- 이준웅·김은미·문태준 (2005). 속의 민주주의를 위한 커뮤니케이션의 구조적, 규제적 조건과 인터넷 토론의 양과 질. <한국언론학보>, 49권 1호, 29-56.
- 이준웅·김은미 (2006). 인터넷 게시판 토론과 정치 토론 효능감. <한국언론학보>, 50권 3호, 393-423.
- 임정수·윤정미·조은지(2014). 성별, 연령대, 요일에 따른 시간대별 미디어 이용의 집중도 분석. <사회과학연구>, 21권 2호, 144-168.
- 정낙원 (2013). 대학생들의 소셜 미디어 이용의 정치 참여 효과 메커니즘 분

- 석. <사회과학연구>, 24권 2호, 273-294.
- 조성동·강남준 (2009). 다매체 환경 정착에 따른 수용자들의 매체이용 특성 변화와 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.
- 진보래·노현주(2015). 페이스북 친구들의 반응과 관계적 유용성. <한국콘텐츠학회논문지>, 15권 7호, 449-459.
- 최민재·이홍천·김위근(2013). 투표자의 휴보지지 변화와 미디어 태도 변화: 제18대 대통령선거 패널 연구. <언론과학연구>, 13권 3호, 627-660.
- 황용석 (2001). 인터넷 이용과 정치참여에 관한 탐색적 연구. <한국언론학보>, 45권 3호, 421-456.
- 한국언론진흥재단 (2017). <2017 소셜미디어 이용자 조사>. 서울: 한국언론진흥재단.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Bimber, B. (1999). The Internet and citizen communication with government: Does the dium matter?. *Political Communication*, 16(4), 409-428.
- Campbell, A., G. Gurin, & W. E. Miller (1954), *The voter decides*, Evanston: Row, Peterson.
- Cohen, A., E. Vigoda & A. Samorly (2001), Analysis of the mediating effect of personal-psychological variables on the relationship between socioeconomic status and political participation: A structural equations framework, *Political Psychology*, 22, 727-757.
- Eveland, W.P., & Scheufele D.A. (2000). Connecting news media use with gaps in knowledg and participation, *Political Communication*, 17(3), 215-237.

- Gil de Zuniga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication, 17*, 319-336.
- Hao, X., Wen, N., & George, C. (2014). News consumption and political and civic engagement among young people. *Journal of Youth Studies, 1-18*.
- Hollenbaugh, E., & Ferris, A. (2014) Facebook. self-disclosure: examining the role of traits, social cohesion, and motives. *Computers in Human Behavior, 30*, 50-58.
- Hyde, J. S. (2005). The gender similarities hypothesis. *American Psychologist, 60*(6), 581-592.
- Kaid, L. L., McKinney, M. S. & Tedesco, J. C. (2007) Political information efficacy and young voters. *American Behavioral Scientist, 50*(5), 1093-1111.
- Kenski, K., & N. J. Stroud (2006), Connections between Internet use and political efficacy, knowledge, and participation. *Journal of Broadcasting and Electronic Media, 50*, 173-192.
- Maccoby, E. E., & Jacklin, C. N. (1974). *The psychology of sex differences*. Stanford, CA : Stanford University Press.
- Pingree, R. J. (2011). Effects of unresolved factual disputes in the news on epistemic political efficacy. *Journal of Communication, 61*, 22-47
- Pinkleton, B. E., Austin, E. W., & Forman, K. K. J. (1998). Relationships of media use and political disaffection to political efficacy and voting behavior. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 42*, 34-49.
- Pior, M. (2005). News vs. entertainment: How increasing media choice widens gaps in political knowledge and turnout.

American Journal of Political Science, 49(3), 577-592.

Toff, B. & Palmer, R. A. (2018). Explaining the gender gap in news Avoidance: 'News-is-for-Men' perceptions and the burdens of caretaking." *Journalism Studies*.

Verba, S., Burns, N., & Schlozman, K.L. (1997). Knowing and caring about politics: Gender and political engagement, *The Journal of Politics* 59(4), 1051-72.

Wen, N., Hao, X. & George, C. (2013). Gender and political participation: News consumption, political efficacy and interpersonal communication. *Asian Journal for Women's Studies*, 19(4), 124-149.

Yang, S., & Kang, H-C. (2003). Gender gap in media use and informed political participation: A test of the 'Communication Effects Gap hypothesis' during the 2002 presidential Election campaign in Korea. *Asian Women*, 17, 65-86.

투 고 일 자: 2019년 01월 05일

심 사 일 자: 2019년 02월 11일

게재확정일자: 2019년 02월 25일

Abstract

Gender gap by news media use and Internet discussion efficacy and its effects to political participation on online

Yang Seungchan

Professor, School of Communication and Media, Sookmyung Women's University

Mina Lee

Assitant Professor, School of Communication and Media, Sookmyung Women's University

Jihee Shin

Doctoral student, School of Communication and Media, Sookmyung Women's University

This study analyzed the effects of news media use and Internet discussion efficacy to the political participatory behaviors (news media involvement behavior and opinion expression in comments on supporting candidates) with special interest in the gender gap. An online survey was conducted in the Seoul mayoral election in 2018, and a total of 447 people participated in the survey. The main results were as follows: First, gender differences were not significant in the degree of news use of online media such as SNS or messaging service, and Internet discussion efficacy. However, the degree of active participation on-line was higher for males than for females. Second, the influence of internet discussion efficacy on political opinion expression showed significant gender difference. The results of this analysis suggest the ways to overcome the gender differences in political participation.

KEYWORDS Gender gap, Online media uses, news media engagement, expression of supporting candidate on online comments, Internet discussion efficacy, political election