

지역 미디어 활용 및 대인 커뮤니케이션이 지역 사회 유대감에 미치는 영향에서 한국과 미국 수용자의 차이

양혜승*

(경성대학교 신문방송학과 부교수)

본 연구는 한국($n = 529$)과 미국($n = 481$)에서의 서베이를 통해 수용자가 지역 사회와 관련한 정보 습득 경로로서 지역 언론을 중요하게 활용하는지 그리고 그러한 활용이 수용자의 지역 사회에 대한 애착과 관여로 이어지는지를 고찰했다. 대표적 지역 언론인 지역 일간지와 지역 지상파 TV의 활용도 및 효과를 지역 라디오, 웹사이트, 소셜미디어, 대인 커뮤니케이션과 견주어 고찰했으며 수용자를 지역 사회 정착 수준에 따라 단기거주자, 정착완료자, 이주예정자로 구분해 그 차이도 고찰했다. 분석 결과, 양국 모두에서 지역 정보 습득 경로로서 대인 커뮤니케이션이 가장 큰 역할을 하고 있었고, 지역 지상파 TV도 그에 버금가는 역할을 했지만 지역 일간지의 역할은 현저하게 뒤떨어졌다. 하지만 양국 모두에서 지역 일간지를 통한 지역 정보 습득은 지역 사회 애착 및 관여 모두에 기여하는 것으로 나타났다. 특히, 한국에서 지역 일간지를 통한 지역 정보 습득은 단기거주자의 지역 사회 관여에 그리고 정착완료자의 지역 사회 애착 및 관여 모두에 기여했다. 지역 지상파 TV는 미국에서 정착완료자의 지역 사회 애착에만 중요한 역할을 할 뿐, 한국에서는 단기거주자, 정착완료자, 이주예정자 집단 모두에서 지역 사회 애착 및 관여에 중요한 역할을 전혀 하지 못했다. 이에 다양한 연구 결과들을 제시하고 그 함의를 논의했다.

핵심어: 지역 일간지, 지역 지상파 TV, 지역 사회 정착 수준, 지역 사회 유대,

지역 사회 애착, 지역 사회 관여

* hsyang@ks.ac.kr

1. 연구 목적 및 필요성

다양한 미디어가 등장하면서 지역 언론에 대한 수용자의 관심과 애정은 줄어드는 중이다. 자연스레 경영 악화를 호소하는 지역 언론의 호소가 커진다. 이런 가운데 2004년 3월 <지역신문발전지원특별법>이 제정되고 지역신문발전위원회가 설립되면서 지역신문을 위한 법적·재정적 지원이 진행되었다. 2014년 6월에는 <지역방송발전지원 특별법>이 제정되어 지역 방송에도 지원책이 강구되었다. 이 제도들의 실효성에 대해 여러 지적이 제기되는 것이 사실이지만(이승선, 2014; 이정기·김정기·김동규, 2013), 이런 제도들이 마련되는 현실 자체가 지역 저널리즘의 실종 우려를 단적으로 보여준다.

지역 언론에 대한 학계의 시각은 복합적이다. 지역성과 공공성의 보루인 지역 언론을 제도적으로 지원해야 한다는 당위적 규범론 그리고 지역 언론이 공적 책무를 다하는지를 물어야 한다는 비판적 성찰론이 공존한다. 학계에서 당위적 규범론의 목소리가 상대적으로 더 큰 것이 현실이지만(김재영·양선희, 2015; 원용진·황상현, 2011 참조) 그럼에도 불구하고 비판적 성찰론을 제기하는 학문적 노력은 중요하다. 지역 방송을 비롯한 지역 언론이 지금까지 당연히 보호받고 지원받아야 할 대상으로 간주되었지만 과연 지역 언론이 지역 사회를 위해 충실히 기능했는지를 검토하는 작업이 필요하다는 지적(주정민, 2004), 이를 위해서는 정책적·제도적 차원의 거시적 담론이 아니라 수용자 개인의 목소리를 듣는 미시적이고 경험적인 연구가 필요하다는 지적(양혜승, 2014; 이강형·문종대, 2006; 임영호, 2002)도 그 울림이 작지 않다.

이에 본 연구는 우리 지역 언론이 지역 사회에서 그 책무를 제대로 수행하는지에 대해 수용자의 반응을 바탕으로 점검해 보고자 한다. 지역 언론에게 부과된 기본 책무는 지역 사회 관련 정보를 지역민에게 공급하고 지역 사회 유대를 증진시키는 데 있다. 하지만 기존의 연구들이 지역신문이나 지역 방송에 대한 수용자의 이용 실태와 만족도 등을 규명하는 수준에 머물렀고 지역 언론이 지역 사회 유대에 어떻게 기여하는지를 규명하기 위한 노력은 부족했던 것이 현실이다. 해외에서는 이러한 학문적 노력이 지역 사회 통합 가설(community integration hypothesis, Janowitz, 1967)을 중심으로 누적되었지만 국내에서는 실증적 연구가 흔하지 않은 실정이다(양혜승, 2014; 오미영, 2008 참조). 더군다나 이런 주제를 놓고 한국과 외국을 비교한 연구는 찾아보기 힘들다.

따라서 본 연구는 수용자가 지역 사회 관련 정보를 습득하기 위한 창구로서 지역 언론을 얼마나 중요하게 활용하는지 그리고 지역 언론의 활용이 지역 사회에 대한 애착과 관여 증진에 실질적으로 기여하는지를 해외 수용자와의 비교를 통해 실증적으로 분석해 보고자 한다.

본 연구는 위와 같은 연구 목적을 달성하기 위해 몇 가지 비교의 축을 도입하고자 한다. 첫 번째는 다양한 커뮤니케이션 경로의 비교이다. 전통적 지역 언론인 지역 일간지와 지역 지상파 TV뿐만 아니라, 날로 다양해지는 커뮤니케이션 환경을 고려해 소셜미디어, 대인 커뮤니케이션 등 다양한 경로의 역할과 위상을 서로 견주어보고자 한다. 두 번째는 한국과 미국 수용자의 비교이다. 미국은 그야말로 미디어의 국가이다. 2015년 1월 말 현재 TV 방송사가 1,785개에 이르고(NAB, 2015, 1, 26), 일간 신문은 그 숫자가 줄어들기는 하지만 2014년 현재 1,331개에 이른다(NAA, 2015, 3, 30). 더욱이 한국과는 달리 미국의 신문과 방송은 기본적으로 지역 미디어로서의 위상을 지닌다. 방송은 2백여 개의 지역 시장으로 나뉘어 운영되고 특수한 경우를 제외한 대부분의 일간지는 지역에서 발행된다. 비록 미국의 지역 언론이 지역성과 다양성의 가치를 충분히 실현하는지에 대해서는 논란이 있지만 미국 수용자가 지역 사회 관련 정보 습득에 어떤 지역 미디어 혹은 커뮤니케이션 경로를 활용하는지 그리고 그러한 활용이 지역 사회 애착과 관여에 어떤 연관을 맺는지를 한국 사회와 견주어볼 만한 충분한 가치를 지녔다고 판단한다. 물론 미국에서의 미디어 수용 현상이나 효과가 한국 사회가 추구할 모델이나 모범답안이라고 간주하는 것은 아니다. 하지만 한국 사회의 지역 미디어의 위상을 보다 객관적으로 파악할 수 있는 계기가 될 것으로 기대한다.

2. 기존 문헌 고찰

1) 지역 미디어 이용과 지역 사회 유대

지역 미디어 이용이 지역 사회 유대를 증진시킨다는 논리는 지역 사회 통합 가설(Janowitz, 1967)에 바탕을 둔다. 이 가설의 핵심은, 지역 미디어는 해당 지역 고유의 관점이나 이해에 바탕을 두고 제작되기에 수용자의 지역 미디어 이용은 지역 사회에 대한 적응을 높이고 나아가 지역 사회와의 유대를 증진시킨다는 것이다. 실제로 많은 연구에서 이 가설을 실증적으로 규명했다(예, 양혜승, 2014; 오미영, 2008; Hoffman & Eveland, 2010; Lai & Tang, 2015; McLeod et al., 1996; Paek, Yoon, & Shah, 2005; Rothenbuhler, Mullen, DeLaurell, & Ryu, 1996; Stamm, Emig, & Hesse, 1997; Viswanath, Finnegan, Rooney, & Potter, 1990).

지역 사회 통합 가설의 핵심 개념인 ‘지역 사회 유대’(community ties)의 명확한 정의는 없다. 로텐블러(Rothenbuhler, 2001)는 이 개념이 정서적 요인, 인지적 요인, 행위적 요인을

두루 포괄한다고 봤다. 즉, 지역 사회에 애착감을 느끼는 것, 지역 사회의 사안에 관여하는 것, 지역 사회와 동일시하는 것 그리고 지역 사회의 유지를 위한 활동을 하는 것 등을 두루 포함한다는 것이다. 지역 사회 유대를 지역 사회 애착(community attachment) 과 지역 사회 관여(community involvement) 라는 두 하위요인으로 구분하기도 한다(Rothenbuhler et al., 1996). 지역 사회 애착이란 정서적·인지적 유대를 통해 개인이 지역 사회와 동일시하는 것을 의미하며, 지역 사회 관여란 지역 사회의 일을 인지하고 사고하며 지역 사회의 변화를 위해 행동하는 것을 의미한다. 지역 사회 애착과 지역 사회 관여는 둘 다 인지적 요인을 기반으로 두지만 전자에서는 정서적 요인이, 후자에서는 행위적 요인이 중요하게 결합되었다고 볼 수 있겠다.

지역 미디어에 부과된 근본 역할 중의 하나는 지역 사회 구성원을 해당 지역에서 참여 민주주의의 주체로 기능할 수 있도록 돕는 것이라고 볼 수 있다. 그런 관점에서 볼 때, 지역 미디어가 개인들의 지역 사회에 대한 유대, 즉 지역 사회에 대한 애착 및 관여에 어떻게 기여하는지에 대한 고찰은 매우 중요하다. 지역 미디어의 근본 역할이 제대로 수행되는지를 간파할 수 있는 핵심 실마리를 제공하기 때문이다.

지역 사회 유대에 미치는 미디어의 역할을 고찰한 기존 연구들은 주로 지역 신문에 집중적인 눈길을 보냈는데 일부 연구는 지역 신문과 견주어 다양한 지역 미디어 유형의 영향력을 비교하기도 했다. 예를 들어, 로덴블러 등(Rothenbuhler et al., 1996)은 지역 신문과 지역 TV의 영향력을 비교했는데 지역 신문 구독은 지역 사회 관여에는 유의미한 기여를 못하지만 지역 사회 애착에 유의미하게 기여를 하는 것으로 나타났고 지역 TV 시청은 지역 사회 관여와 애착 모두에 유의미한 기여를 못하는 것으로 나타났다. 또한 비스와나스 등(Viswanath et al., 1990)은 지역 신문과 지역 케이블의 영향력을 비교했는데 지역 신문 구독은 지역 사회 관여에 기여하는 것으로 나타났지만 지역 케이블 가입은 아무런 기여를 하지 못하는 것으로 나타났다.

국내 연구 중에도 유사한 비교를 시도한 경우가 있다. 강원 지역 수용자를 대상으로 신문 및 방송의 영향력을 비교한 오미영(2008)의 연구에서는 일부 방송사 지역 프로그램 시청과 지역 일간지 구독이 지역 사회 유대(소속감, 일체감, 애착, 관여)에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지역 인쇄매체, 지역 지상파 TV, 지역 라디오 등 다양한 지역 미디어의 영향력을 함께 비교한 양혜승(2014)의 연구에서는 지역 일간지를 포함하는 지역 인쇄매체가 지역 지상파 TV에 비해 지역 사회 관여에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, 이 연구는 자신의 지역 사회를 광역시·도 단위 이상으로 넓게 인식하는 개인과 시·군·구 단위 이하로 좁게 인식하는 개인으로 구분해 그 결과를 고찰했다. 지역 인쇄

매체는 두 집단 모두에서 지역 사회 관여를 증진시키는 것으로 나타났지만 지역 지상파 TV는 자신의 지역 사회를 광역시·도 단위 이상으로 넓게 인식하는 개인에게서만 지역 사회 관여를 증진시키는 것으로 나타났다.

국내와 해외의 기존 연구들을 종합적으로 볼 때, 지역 방송보다는 지역 신문이 상대적으로 지역 수용자의 유대감에 더 큰 영향을 미치는 것으로 보인다. 하지만 각 연구마다 비교대상으로 선택한 미디어 유형이 다르고 미디어 이용에 대한 측정방법도 다르기에, 뚜렷하고 일관된 결론을 내리기는 몹시 곤란하다.

그런데 지역 미디어 이용과 지역 사회 유대 사이의 인과관계는 오랜 논란거리이다 (McLeod et al., 1996; Stamm, 1985; Stamm & Guest, 1991). 지역 미디어를 많이 이용함으로써 지역 사회에 대한 유대가 높아질 수도 있지만(양혜승, 2014; 오미영, 2008; Rothenbuhler et al., 1996; Viswanath et al., 1990), 지역 사회 유대나 정체성이 강한 개인이 지역 미디어를 많이 이용할 수도 있기 때문이다(이강형·문종대, 2006; 이영원, 2014; Jackson, 1981; Stamm & Fortini-Campbell, 1983; Stamm & Weis, 1986). 물론 전자의 인과관계에 바탕을 둔 연구들이 더 많이 누적된 것도 사실이지만(Friedland & McLeod, 1999) 지역 미디어 이용과 지역 사회 유대의 관계는 일종의 “선순환”(virtuous circle)이라고 보는 것이 타당할 것이며(Norris, 2000), 많은 연구자가 주장하듯(양혜승, 2014; 오미영, 2008; Westerik, 2001) 어떤 인과관계를 선택할 것인가는 각 연구의 관점에 달렸다고 봐야 할 것이다.

2) 다양한 커뮤니케이션 경로와 지역 사회 유대

수용자가 지역 사회 정보를 획득하는 대표적인 경로가 지역 신문과 지역 방송이라고 볼 수 있지만 다양해지는 미디어 환경을 고려하면 그 경로는 훨씬 더 복합적일 가능성이 있다. 예를 들어 수용자의 일상에 깊이 파고든 인터넷은 국제적·전국적 정보는 물론이고 지역 사회 정보까지도 손쉽게 접할 수 있는 편리함을 제공한다. 특히, 포털사이트를 비롯한 웹사이트는 이런 편리함을 극대화시킨다. 실제로 기존 연구에 따르면, 인터넷은 신문이나 방송과 더불어 지역 사회 정보를 접할 수 있는 중요한 경로일 수 있으며(Stamm et al., 1997), 인터넷 이용이 지역 사회에 대한 애착이나 관여와 연결될 가능성도 있다(Dutta-Bergman, 2005; Mesch & Talmud, 2010; Ognyanova et al., 2013).

날로 대중화되는 소셜미디어의 역할도 마찬가지다. 소셜미디어 이용자는 매스미디어에서 일차적으로 제공된 지역 사회 정보를 자신들의 네트워크를 통해 공유하거나 가공하기도 한다. 소셜미디어는 매스미디어와 대인 커뮤니케이션의 접이지대로서 지역 사회

정보가 유통되는 장으로 기능할 수 있는 것이다. 물론 소셜미디어 이용과 지역 사회 유대의 관계를 직접적으로 다룬 연구를 발견하기는 쉽지 않다. 하지만 소셜미디어가 시민의 의견을 모아내고 사회변화를 이끌어내는 촉매제로 기능할 수 있다는 최근 연구 결과들(Frangonikolopoulos & Chapsos, 2012; Wolfsfeld, Segev, & Sheaffer, 2013)을 고려할 때, 소셜미디어 이용이 지역 사회 애착이나 관여에 미칠 수 있는 영향력을 유추하기란 어렵지 않다. 특히, 양혜승(2014)의 연구에 따르면 자신의 지역 사회를 광역시·도 단위 이상으로 넓게 인식하는 개인의 경우 지역 인쇄매체 구독과 더불어 소셜미디어 이용이 지역 사회 관여에 기여를 하는 것으로 나타났다. 때로는 지역 지상파 TV보다도 소셜미디어가 지역 사회 유대에 더 큰 영향을 발휘할 수 있음을 보여준 것이다.

한편 가족, 친구, 동료 등 주변사람과의 면대면 커뮤니케이션 또한 지역 사회 정보를 접할 수 있는 중요한 경로가 될 수 있다. 아울러 이러한 면대면 커뮤니케이션이 지역 사회 애착이나 관여에 밀접하게 관련되었을 것이라는 예상은 어렵지 않다. 기존 연구에 따르면, 지역 신문이나 지역 TV 뉴스를 많이 접하는 개인뿐만 아니라 대인 커뮤니케이션이 많은 개인이 지역 문제에 대한 태도가 더 강한 것으로 나타났고 이러한 태도는 지역 사회에서의 지속적인 체류 의사를 높이는 것으로 나타났다(Jeffres, Dobos, & Sweeney, 1987). 또한 지역 사회 이슈에 대한 주변사람과의 면대면 상호작용이나 토론이 지역 사회 참여를 높이고(McLeod, Scheufele, & Moy, 1999; McLeod et al., 1999), 지역 사회 관여를 높인다는(Stamm et al., 1997) 연구 결과도 제시되었다. 따라서 다양한 유형의 미디어와 대인 커뮤니케이션이 지역 사회 유대에 어떤 상대적 기여를 하는지를 살펴보는 것은 의미 있는 작업이 될 것으로 판단된다.

3) 개인의 지역 사회 정착 수준의 역할

개인의 지역 미디어 활용 그리고 지역 사회 유대에 영향을 미칠 수 있는 개인차 변인은 여러 가지가 있을 수 있다. 기존 연구는 지역 사회 거주 기간(Scheufele, Shanahan, & Kim, 2002; Stamm & Guest, 1991; Viswanath et al., 1990), 지역 사회 내 주택 소유 여부(Paek et al., 2005; Scheufele et al., 2002), 자녀의 수(Mesch & Talmud, 2010; Rothenbuhler et al., 1996), 연령(Hoffman & Eveland, 2010; Rothenbuhler et al., 1996), 교육 수준(Mesch & Talmud, 2010) 등의 영향력을 규명한 바 있다. 이 중에서도 개인의 지역 사회 거주 기간은 개인이 정신적·물질적 측면에서 축적한 “지역 사회에 대한 투자”(investment in the community)로서 지역 사회 유대에 중요한 역할을 한다(Viswanath, Kosicki, Fredin, & Park, 2000, p. 31).

하지만 스태프와 와이스(Stamm & Weis, 1982)는 지역 사회 거주 기간과 더불어 향후 이주계획을 함께 고려해야 한다고 주장한다. 한 지역 사회로 이주해 들어오거나 나가는 상황전환이 미디어 이용은 물론 지역 사회 유대에 영향을 미친다는 것이다. 따라서 이 연구자들은 지역 사회 정착 수준이라는 변인을 제시하고 개인을 ① 임시체류(Drifting, 지역 사회에 5년 미만 거주했으며 이주 예정인 경우), ② 정착진행(Setting, 지역 사회에 5년 미만 거주했지만 지속적 거주 예정인 경우), ③ 정착완료(Settled, 지역 사회에 5년 이상 지속적으로 정착하여 거주한 경우), ④ 이주예정(Relocating, 지역 사회에 5년 이상 거주했지만 이주 예정인 경우)으로 분류한다.

지역 사회에 잠시 머물다 떠나는 임시체류자는 해당 지역 사회의 이슈나 가치를 이해할 필요성을 덜 느낄 것이고 이에 따라 지역 사회 정보를 그다지 필요로 하지 않을 가능성이 있다. 하지만 지역 사회에 새로 유입된 정착진행자는 지역 사회 적응을 위해 지역 미디어나 대인 커뮤니케이션을 더 적극적으로 수용할 가능성이 높다(Kim, 1988; Lee & Tse, 1994; Miglietta & Tartaglia, 2009). 한편 정착완료자는 자신의 삶의 기반을 유지하기 위해 지역 사회에 대한 정보와 지식이 더 필요할 것이고 다양한 커뮤니케이션 경로를 구축할 가능성도 높다. 반면에 이주예정자의 경우 새로 정착할 지역 사회에 대한 관심으로 인해 자연스럽게 현재의 지역 사회에 대한 관심이 줄어들 가능성이 있다. 실제로 이런 예상을 증명한 연구 결과가 존재한다. 스태프와 와이스(Stamm & Weis, 1982)는 지역 신문 구독 현상을 고찰했는데 지역 신문을 구독하지 않는 경우는 임시체류자 집단에서 가장 높았고 지역 신문을 새로 구독하는 경우는 정착진행자 집단에서 가장 높았다. 정착완료자 집단에서는 꾸준히 구독하는 독자층이 가장 많았으며 이주예정자 집단에서는 그 독자층의 비율이 현저히 감소했다.

미디어 이용이나 대인 커뮤니케이션이 지역 사회 유대에 미치는 영향에서도 개인의 지역 사회 정착 수준이 중요하게 작용한다는 연구 결과가 존재한다(오미영, 2008; Stamm et al., 1997). 스태프 등의 연구는 다양한 커뮤니케이션 경로가 지역 관여에 미치는 영향을 비교했는데 지역 신문과 지역 TV는 정착진행자 집단에서만, 지역 라디오는 정착완료자 집단에서만 지역 사회 관여와 유의미한 상관관계를 보였다. 대인 커뮤니케이션은 임시체류자 집단을 제외한 모든 집단에서 지역 사회 관여와 유의미한 상관관계를 보였다. 국내 오미영의 연구에서도 정착완료자 집단의 경우 지역 일간지 구독이 지역 사회 관여에, 지역 지상파 TV 시청이 지역 일체감에 영향을 주는 것으로 나타났다. 이주예정자 집단의 경우에는 지역 지상파 TV 시청이 지역 일체감과 애착에, 지역 일간지 구독이 소속감, 애착, 관여에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만 임시체류자 집단에서는 지역 미

디어의 영향력이 전혀 도출되지 않았다.

4) 한국과 미국의 지역 언론

한국과 미국의 지역 언론 활용 및 효과를 비교하려는 본 연구의 목적에 비추어볼 때, 양국의 지역 신문과 지역 방송의 환경 및 제도의 차이를 간략하게나마 주목할 필요가 있다. 2013년 현재 우리나라 지역 발행 종합일간지는 109개로, 전체 일간지 177개 중 약 61.6%를 차지한다. 발행규모도 다양해서 ABC협회에 등록된 98개 지역 종합일간지의 발행부수는 최저 850부(〈대한투데이〉)부터 최고 151,187부(〈부산일보〉)까지 다양하다(한국언론진흥재단, 2014). 광주(11개), 전북(11개) 등 일간지가 난립하는 지역이 있는가 하면 부산(2개), 강원(2개) 처럼 소수만이 발행되는 지역도 있다(지역 신문발전위원회, 2015).

미국의 일간지는 2014년 현재 1,331개다(NAA, 2015, 3, 30). 신문시장의 침체로 인해 그 숫자는 날로 줄어드는 상황이다. 〈뉴욕타임스〉, 〈USA 투데이〉, 〈월스트리트저널〉 등 극히 일부를 제외한 대부분의 일간지는 지역 도시를 거점으로 한다. 중앙 일간지가 전국을 시장으로 삼는 한국의 상황과는 사뭇 다르다. 미국에서 복수의 일간지가 발행되는 도시는 그리 많지 않다. 대부분 한 도시가 한 개의 지역 일간지를 갖는다. 지역 일간지의 고갈현상이 심화되어 지역 일간지가 발행되지 않는 대도시마저 생길 수 있다는 우려마저 생기고 있다(Pérez-Peña, 2009. 3. 12). 다수의 지역 일간지가 한 지역에서 경쟁하는 한국 상황과는 상당히 대비된다.

한편 2012년 말 현재 우리나라 지역 지상파 TV 방송사는 MBC의 18개 계열사와 지역 민방 10개를 합쳐 28개이다(방송통신위원회, 2013). 하지만 여기에 KBS의 18개 직할국을 더하면 실질적으로 46개의 지역 방송사가 존재하는 셈이다. 우리나라 지역 지상파 TV 환경은 공영방송(KBS 직할국과 MBC 계열사)을 중심으로 민영방송이 혼합된 체제다. 수도권을 제외한 대부분의 지역 수용자가 대체로 3개의 네트워크(KBS, MBC, SBS)를 접하는 상황이다. 각 네트워크마다 지역 방송사 거점이 다르고 따라서 방송권역도 네트워크마다 상이하다.

미국 텔레비전 방송시장은 우리나라와 달리 DMA(Designated Market Area)라는 210개의 배타적 방송권역으로 나뉘는데 각 DMA는 지리적으로 근접한 몇 개의 카운티로 구성된다(Nielsen, 2013). 2015년 1월 말 현재 FCC 허가를 받은 TV 방송사가 1,785개로(NAB, 2015, 1, 26), DMA당 평균 8.5개의 방송사들이 존재한다고 볼 수 있다. 대부분이 ABC, CBS, NBC, FOX 등 거대 지상파 네트워크의 프로그램을 공급받는 상업방송

사이며 여기에 공영방송 PBS의 회원사가 공존한다. 한국과 비교했을 때 방송권역 내 지역 방송사 간의 경쟁이 치열하다고 볼 수 있고 상업방송이 주를 이룬다는 점에서도 한국과는 사뭇 다른 환경이다.

5) 연구 문제

지역 사회 통합 가설을 검증한 기존 연구들은 주로 지역 신문이나 지역 지상파TV와 같은 전통적 미디어의 역할에 초점을 맞추었다. 하지만 변화하는 미디어 환경을 고려할 필요가 있다. 즉, 앞서 논의한 바와 같이 각종 디지털미디어뿐만 아니라 주변사람과의 면대면 접촉을 통해서도 지역 사회 관련 정보를 습득할 수 있다. 따라서 본 연구는 지역 일간지와 지역 지상파TV는 물론, 또 다른 전통적 미디어인 지역 라디오 그리고 웹사이트, 소셜미디어, 대인 커뮤니케이션 등 다양한 커뮤니케이션 경로가 지역 사회 정보 공급원으로서 어떻게 기여하는지를 비교해 보고자 한다. 아울러 이 경로들의 역할이 한국과 미국에서 어떻게 다른지를 고찰해 보고자 한다. 이에 다음과 같은 연구 문제를 설정했다.

- 연구 문제 1: 지역 사회 관련 정보를 획득하는 커뮤니케이션 경로는 한국과 미국 수용자 사이에 어떻게 다른가?

앞서 개인의 지역 사회 정착 수준에 따라 지역 미디어 활용이 달라질 수 있는 가능성을 논의했다. 지역 사회 정착 수준에 따라 개인이 필요로 하는 정보의 양과 내용이 달라질 것이고, 개인들은 자신이 필요로 하는 정보를 가장 잘 제공한다고 여겨지는 커뮤니케이션 경로를 적극적으로 수용할 것이다. 따라서 본 연구는 지역 사회 정보 획득을 위해 다양한 커뮤니케이션 경로를 활용하는 데 개인의 지역 사회 정착 수준이 어떤 역할을 하는지, 그리고 한국과 미국에서 어떻게 다른 양상을 보이는지를 고찰해 보고자 한다. 이에 다음과 같은 연구 문제를 설정했다.

- 연구 문제 2: 개인의 지역 사회 정착 수준에 따라 지역 사회 관련 정보를 획득하는 커뮤니케이션 경로가 달라지는 양상은 한국과 미국 수용자 사이에 어떻게 다른가?

본 연구의 주된 관심은 지역 언론을 통한 지역 사회 정보 습득이 과연 수용자의 지역 사회에 대한 애착이나 관여를 증진시키는가에 있다. 기존 연구들의 결과 속에서는 어떤

미디어 유형이 지역 사회 애착 혹은 관여를 실질적으로 증진시키는지 뚜렷하고 일관된 경향을 발견하기는 어렵다. 지역 신문의 영향력이 상대적으로 빈번하게 발견되기는 했으나 다양한 커뮤니케이션 경로들과 함께 견주었을 때에도 동일한 결과가 도출될 것인지는 단정할 수 없다. 따라서 본 연구는 다양한 미디어 유형 및 대인 커뮤니케이션의 기여도를 상대적으로 고찰해 보고자 한다. 아울러 그 경로들의 기여도가 한국과 미국에서 어떻게 다른지를 고찰해 보고자 한다. 이에 다음과 같은 연구 문제를 설정했다.

- 연구 문제 3: 커뮤니케이션 경로별 활용도가 지역 사회 애착 및 관여에 미치는 영향은 한국과 미국 수용자 사이에 어떻게 다른가?

개인의 지역 사회 정착 수준은 지역 사회 정보를 획득하기 위해 활용하는 커뮤니케이션 경로에 영향을 미치기도 하겠지만 나아가 그러한 커뮤니케이션 행위가 지역 사회에 대한 애착이나 관여로 이어지는 과정에도 중요한 영향을 미칠 가능성이 있다. 따라서 본 연구에서는 커뮤니케이션 경로들에 대한 활용도가 지역 사회 애착이나 관여에 영향을 미치는 과정에서 개인의 지역 사회 정착 수준이 어떤 역할을 하는지 그리고 그것이 한국과 미국에서 어떻게 다른 양상을 보이는지를 고찰해 보고자 한다. 이에 다음과 같은 연구 문제를 설정했다.

- 연구 문제 4: 개인의 지역 사회 정착 수준에 따라 커뮤니케이션 경로별 활용도가 지역 사회 애착 및 관여에 미치는 영향이 달라지는 양상은 한국과 미국 수용자 사이에 어떤 차이가 있는가?

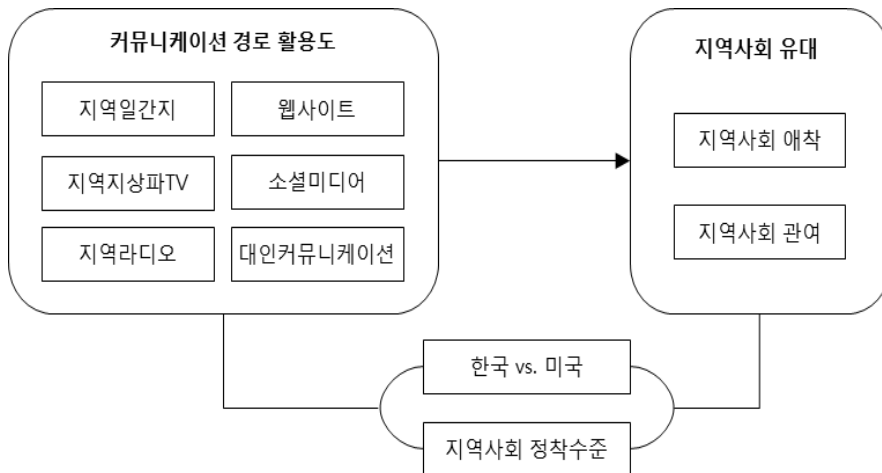


그림 1. 연구 모형

〈그림 1〉은 본 연구의 연구 모형을 도식화한다. 전통적 지역 언론인 지역 일간지와 지역 지상파 TV를 비롯해 다양한 커뮤니케이션 경로의 활용도가 지역 사회 유대, 즉 지역 사회에 대한 애착 및 관여에 어떤 영향을 미치는지를 고찰하는 것이 본 연구의 기본 골격이다. 여기에 한국과 미국이라는 미디어 환경 및 제도의 차이 그리고 각 개인의 지역 사회 정착 수준을 함께 고려하고자 한다.

3. 연구 방법

1) 자료 수집 방법

연구 문제들을 고찰하기 위해 한국과 미국에서 만 19세 이상 성인 남녀를 대상으로 온라인 서베이를 실시했다. 한국 자료는 전문적인 자료 수집업체를 통해 수집했는데 자료 수집업체가 자체적으로 불성실 응답자를 제외한 529명의 응답을 연구자에게 전달했다. 미국 자료는 연구자가 아마존(Amazon)의 Mechanical Turk에서 직접 수집했다. 최초 506명의 응답자 중에서 설문 응답에 소요될 것으로 판단된 최소한의 시간(3분)을 채우지 않고 제출한 인원(25명)을 제외했다. 따라서 한국 529명, 미국 481명, 총 1,010명의 응답을 최종적으로 분석했다.

표 1. 표본의 속성

구분	한국(n = 529)	미국(n = 481)	구분	한국(n = 529)	미국(n = 481)
성별			연령대		
남성	266(50.3%)	243(50.5%)	만19~29세	127(24.0%)	146(30.4%)
여성	263(49.7%)	238(49.5%)	만30~39세	137(25.9%)	153(31.9%)
최종학력			만40~49세	134(25.3%)	83(17.3%)
중학졸업/중퇴	10(1.9%)	5(1.0%)	만50세 이상	131(24.8%)	98(20.4%)
고교졸업/중퇴	96(18.1%)	58(12.1%)	평균	38.9(10.95)	38.3(13.04)
대학재학/중퇴/졸업	349(66.0%)	358(74.4%)	경제수준		
대학원재학/중퇴/졸업	74(14.0%)	60(12.5%)	하(下)	51(9.6%)	37(7.7%)
결혼여부			중하(中下)	162(30.6%)	145(30.1%)
미혼	193(36.5%)	196(40.7%)	중(中)	251(47.4%)	280(58.2%)
기혼/동거	317(59.9%)	234(48.7%)	중상(中上)	63(11.9%)	18(3.7%)
이혼/별거/사별	19(3.6%)	51(10.6%)	상(上)	2(0.4%)	1(0.2%)

주: 괄호 밖은 빈도, 괄호 안은 퍼센트이며 평균값이 제시된 경우 괄호 안은 표준편차이다.

한국 표본은 남성 266명 (50.3%) 과 여성 263명 (49.7%), 미국 표본은 남성 243명 (50.5%) 과 여성 238명 (49.5%) 으로 두 표본 모두 고른 성별 분포를 보였다($\chi^2(DF=1) = .01, p = .94$). 평균 연령은 한국 표본이 평균 38.9세 ($SD = 10.95$), 미국 표본이 평균 38.3세 ($SD = 13.04$) 로 거의 비슷했다($t(1008) = .86, p = .39$). 하지만 20대와 30대의 비율에서 미국 표본 (62.2%) 이 한국 표본 (49.9%) 보다 약간 높았다. 한편 한국의 수도권 (서울, 인천, 경기)에는 KBS, MBC 등의 지역 지상파 TV가 따로 존재하지 않는 특수성을 고려해 이 지역 거주자를 서베이 참여에서 배제했다. 하지만 미국의 경우 특정 지역을 배제하지 않았다. 표본의 속성은 <표 1>과 같다.

2) 주요 변인의 측정

(1) 커뮤니케이션 경로별 활용도

미디어 활용이 지역 유대에 미치는 영향에서 매체 중심이 아닌 콘텐츠 중심의 효과를 고려해야 한다는 주장이 있다 (McLeod et al., 1996). 예컨대, 지역 지상파 TV를 하루 평균 몇 시간 시청하는지를 측정하는 것보다는, 실제로 지역민의 삶과 관련된 콘텐츠를 얼마나 시청하는지를 측정하는 것이 타당하다는 것이다. 하지만 응답자가 이런 질문에 구체적인 시청시간을 답변하기란 쉽지 않다. 따라서 본 연구는 “지역 사회 관련 정보를 습득하는 데 각 경로를 얼마나 중요하게 활용하는지”를 주관적으로 평가하게 했다. 이용시간 측정보다는 객관성이 다소 떨어질 수 있으나 오히려 이런 주관적 평가가 각 커뮤니케이션 경로의 활용도를 더 잘 반영할 수 있다고 판단했다. 제시된 커뮤니케이션 경로는 지역 일간지, 지역 지상파 TV, 지역 라디오, 각종 웹사이트, 소셜미디어, 대인 커뮤니케이션 등 모두 6가지였다. 각 경로에 대해 응답자들은 1 (전혀 중요하게 활용하지 않는다) 부터 5 (매우 중요하게 활용한다) 까지의 5점 척도상에서 응답했다. 한국에서는 대인 커뮤니케이션 ($M = 3.34$, 표준편차 1.06) 이 가장 높고 지역 라디오 ($M = 2.60$, 표준편차 1.17) 가 가장 낮았다. 미국에서도 대인 커뮤니케이션 ($M = 3.80$, $SD = 1.15$) 이 가장 높았지만 가장 낮은 것은 지역 일간지 ($M = 2.52$, $SD = 1.28$) 였다 (자세한 순위는 <표 2> 참조).

(2) 지역 사회 애착

로텐블러 등 (Rothenbuhler et al., 1996) 이 개발한 지역 사회 애착 척도 5항목 중에서 측정방법이 이질적인 한 항목을 제외하고 나머지를 활용했다. ① 나는 내 스스로가 현재 거주 중인 지역 사회의 일부라고 느낀다, ② 나는 현재의 지역 사회에 거주 중인 것에 대

해 자랑스럽게 느낀다, ③ 종합적으로 볼 때 현재의 지역 사회에 거주하는 것은 나에게 행복감을 준다, ④ 어떤 이유로 인해 현재 거주중인 지역 사회를 떠나야 한다면 나는 불행할 것이다 등이었다. 각 진술문에 대해 응답자는 1(전혀 동의하지 않는다)부터 5(매우 동의한다)까지의 5점 척도상에서 응답했다. 항목들의 내적 일관성은 용인할 만한 수준이었다(Cronbach's alpha: 한국 .83, 미국 .87). 평균값은 미국($M=3.42$, $SD=0.91$)이 한국($M=3.28$, $SD=0.68$)보다 유의미하게 높았다($t(1008)=2.79$, $p<.001$).

(3) 지역 사회 관여

로텐블러 등(Rothenbuhler et al., 1996)의 지역 사회 관여 척도를 활용했다. ① 현재 내가 거주하는 지역 사회에 어떤 중요한 행정적·정치적 사안들이 있는지 관심을 가지는 편이다, ② 현재 내가 거주하는 지역 사회를 향상시키기 위한 아이디어를 떠올리곤 한다, ③ 현재 내가 거주하는 지역 사회와 관련된 문제에 대해 다른 사람과 이야기를 나누곤 한다, ④ 현재 내가 거주하는 지역 사회를 변화시키기 위해 크든 작든, 개인적 혹은 조직적 활동을 해 본 적이 있다 등이었다. 각 진술문에 대해 응답자는 1(전혀 동의하지 않는다)부터 5(매우 동의한다)까지의 5점 척도상에서 응답했다. 항목들의 내적 일관성은 용인할 만한 수준이었다(Cronbach's alpha: 한국 .80, 미국 .84). 평균값은 한국($M=3.11$, $SD=0.69$)과 미국($M=3.08$, $SD=0.90$) 사이에 유의미한 차이가 없었다($t(1008)=.68$, $p=.49$).

(4) 지역 사회 정착 수준

먼저 “지역 사회에 몇 해 동안 거주했는지”를 개방형으로 측정했다. 한국 응답자($M=22.3$, $SD=13.75$)의 거주 기간이 미국 응답자($M=16.9$, $SD=14.07$)보다 길었다($t(1008)=6.17$, $p<.001$). 이어 “향후 몇 년 내에 지역 사회를 떠날 계획이 있는지”를 측정했다. 한국 응답자 중 이주계획이 ‘있다’는 150명(28.4%), ‘없다’는 379명(71.6%)이었다. 미국 응답자 중 이주계획이 ‘있다’는 148명(30.8%), ‘없다’는 333명(69.2%)이었다. 국가 간 유의미한 차이는 없었다($\chi^2(1)=.71$, $p=.40$).

스탐과 와이스(Stamm & Weis, 1982)의 방식에 따라 응답자를 4유형으로 분류했다. ① 임시거주자(지역 사회에 5년 미만 거주했으며 이주계획이 있는 경우), ② 초기정착자(지역 사회에 5년 미만 거주했으며 이주계획이 없는 경우), ③ 정착완료자(지역 사회에 5년 이상 거주했으며 이주계획이 없는 경우), ④ 이주예정자(지역 사회에 5년 이상 거주했으며 이주계획이 있는 경우)로 분류했다. 한국은 정착완료자(355명, 67.1%), 이주예정자(113명, 21.4%), 임시거주자(37명, 7.0%), 초기정착자(24명, 4.5%) 순이었다. 미국은 정착완료자(264명,

54.9%), 이주예정자(102명, 21.2%), 초기정착자(69명, 14.3%), 임시거주자(46명, 9.6%) 순이었다. 양국 모두에서 초기정착자와 임시거주자 수가 적어 통계치의 안정성에 문제가 되는 바, 이들을 단기거주자(한국 61명, 미국 115명)로 함께 묶어 분석하기로 했다.

4. 연구 결과

1) 연구 문제 1의 결과

연구 문제 1은 커뮤니케이션 경로별 활용도가 양국에서 어떻게 다른지를 고찰하는 것이었다. 따라서 6경로들을 개체 내 (within-subjects) 요인으로, 국가(한국 vs. 미국)를 개체 간(between-subjects) 요인으로 투입하는 혼합모델 반복측정 변량분석(mixed model repeated measures ANOVA)을 실시했다.

분석 결과, 커뮤니케이션 경로의 주 효과가 도출되었다(Wilks' $\Lambda = .60$, $F(5, 1004) = 131.98$, $p < .001$, partial $\eta^2 = .40$). 평균값은 대인 커뮤니케이션 ($M = 3.57$, $SE = 0.03$), 지역 지상파 TV ($M = 3.24$, $SE = 0.04$), 소셜미디어 ($M = 2.95$, $SE = 0.04$), 웹사이트 ($M = 2.93$, $SE = 0.04$), 지역 라디오 ($M = 2.72$, $SE = 0.04$), 지역 일간지 ($M = 2.63$, $SE = 0.04$) 순이었다. 사후검증(이하 Holm's sequential bonferroni 적용) 결과, 소셜미디어와 웹사이트 차이 그리고 지역 라디오와 지역 일간지 차이만 유의미하지 않았다. 국가의 주 효과도 도출되었다($F(1, 1008) = 19.28$, $p < .001$, partial $\eta^2 = .02$). 즉, 모든 경로를 아우른 활용도에서 미국 ($M = 3.11$, $SE = 0.04$)이 한국 ($M = 2.90$, $SE = 0.03$)보다 유의미하게 높았다.

무엇보다도 커뮤니케이션 경로와 국가의 상호작용효과가 도출되었다(Wilks' $\Lambda = .92$, $F(5, 1004) = 16.37$, $p < .001$, partial $\eta^2 = .08$). 따라서 앞의 주 효과는 상호작용의 관점에서 해석할 필요가 있다. <표 2>는 이 상호작용의 사후검증 결과를 보여준다. 각 경로에서 국가 간 차이를 보면, 지역 일간지에서만 한국이 미국보다 유의미하게 높았다. 지역 지상파 TV에서는 양국 간 유의미한 차이가 없었다. 다른 모든 경로에서는 미국이 한국보다 높았다. 시각을 달리해 각 국가에서 경로 간 차이를 보면, 한국은 대인 커뮤니케이션과 지역 지상파 TV가 가장 높았고 이어 웹사이트, 지역 일간지, 소셜미디어, 지역 라디오 순이었는데 웹사이트와 지역 일간지 차이 그리고 지역 일간지, 소셜미디어, 지역 라디오 간의 차이는 유의미하지 않았다. 미국은 대인 커뮤니케이션이 가장 높았고 지역 지상파 TV와 소셜미디어가 서로 유의미한 차이 없이 그 뒤를 이었으며 이어 웹사이트

트, 지역 라디오, 지역 일간지 순이었다.

〈그림 2〉는 〈표 2〉의 평균값을 도식화한 것이다. 지역 일간지에서만 한국이 미국보다 높고, 지역 지상파 TV에서는 거의 차이가 없으며, 나머지 경로들에서 미국이 한국보다 높은 구조가 선명했다. 한편 미국 그래프가 그려내는 다각형의 면적이 더 넓어 지역 사회 정보 습득을 위한 커뮤니케이션 행위가 미국에서 더 활발하다는 점을 확인할 수 있었다.

표 2. 커뮤니케이션 경로와 국가의 상호작용

구분	한국		미국	
지역 일간지	2.74	(0.05) aBC	2.52	(0.05) bE
지역 지상파 TV	3.22	(0.05) aA	3.26	(0.05) aB
지역 라디오	2.60	(0.06) bC	2.84	(0.06) aD
웹사이트	2.81	(0.05) bB	3.06	(0.06) aC
소셜미디어	2.68	(0.06) bC	3.21	(0.06) aB
대인 커뮤니케이션	3.34	(0.05) bA	3.80	(0.05) aA

주 1: 괄호 밖의 수치는 평균(M), 괄호 안의 수치는 표준오차(SE)이다(〈표 3〉, 〈표 4〉도 동일).

주 2: 알파벳 첨자는 Holm's sequential bonferroni 사후검증 결과로 각 행(row)에서 소문자 첨자가, 각 열(column)에서 대문자 첨자가 동일하지 않으면 $p < .05$ 수준에서 유의미한 차이가 존재한다(〈표 3〉도 동일).

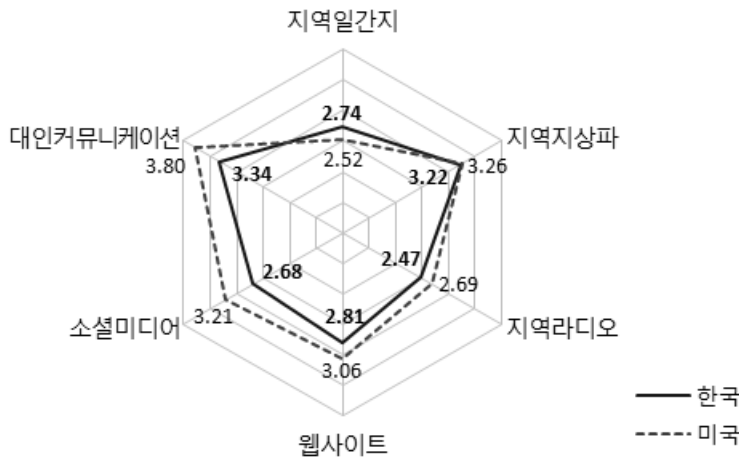


그림 2. 커뮤니케이션 경로와 국가의 상호작용

2) 연구 문제 2의 결과

연구 문제 2는 커뮤니케이션 경로별 활용도가 지역 사회 정착 수준에 따라 어떻게 달라지는지 양극을 비교하는 것이었다. 따라서 앞선 분석에 정착 수준(단기거주자, 정착완료자, 이주예정자)을 개체 간 요인으로 추가 투입하는 혼합모델 반복측정 변량분석을 실시했다.¹⁾ 일단 정착 수준의 주 효과($F(2, 1004) = 6.85, p = .001, \text{partial } \eta^2 = .01$)가 도출되었다. 모든 경로를 아우른 활용도에서 정착완료자($M = 3.06, SE = 0.03$), 이주예정자($M = 2.98, SE = 0.05$), 단기거주자($M = 2.81, SE = 0.06$) 순서를 보였다. 사후검증 결과, 정착완료자와 단기거주자 차이가 유의미했으며 이주예정자는 나머지 두 집단과 유의미한 차이를 보이지 않았다.

정착 수준과 커뮤니케이션 경로의 상호작용효과(Wilks' $\Lambda = .97, F(10, 2000) = 2.70, p = .003, \text{partial } \eta^2 = .01$)도 도출되었다. <표 3>은 이 상호작용의 사후검증 결과를 보여준다. 각 경로에서 정착 수준 간 차이를 보면, 지역 일간지에서는 정착완료자가 단기거주자에 비해 유의미하게 높았다. 지역 지상파 TV에서는 정착완료자와 이주예정자가 단기거주자에 비해 유의미하게 높았다. 지역 라디오에서는 정착완료자가 이주예정자와 단기거주자에 비해 유의미하게 높았다. 즉, 전통적 매스미디어의 활용도는 대체적으로 정착완료자, 이주예정자, 단기거주자 순서로 높은 경향이 나타났다. 하지만 웹사이트, 소셜미디어, 대인 커뮤니케이션에서는 집단 간에 유의미한 차이가 없었다.

시각을 달리해 각 정착 수준에서 경로 간 차이를 보면 단기거주자의 경우 대인 커뮤니케이션이 가장 높았고, 지역 지상파 TV, 웹사이트, 소셜미디어가 서로 유의미한 차이 없이 그 뒤를 이었으며, 지역 라디오와 지역 일간지는 가장 낮았다. 정착완료자의 경우 대인 커뮤니케이션이 가장 높고, 지역 지상파 TV가 그 뒤를 이었으며, 이어 소셜미디어, 웹사이트, 지역 라디오, 지역 일간지 순이었다. 지역 일간지는 지역 라디오와 유의미한 차이는 없었지만 가장 낮았다. 한편 이주예정자의 경우 경로들의 평균값이 단기거주자보다 조금씩 높아졌을 뿐, 단기거주자들에서와 동일한 순서를 보였다.

<그림 3>은 <표 3>의 평균값을 도식화한 것이다. 지역 일간지, 지역 지상파 TV, 지역 라디오에서는 정착 수준 간에 차이가 있지만 웹사이트, 소셜미디어, 대인 커뮤니케이션

1) 분석 결과, 연구 문제 1에서와 마찬가지로 커뮤니케이션 경로의 주 효과(Wilks' $\Lambda = .66, F(5, 1000) = 101.64, p < .001, \text{partial } \eta^2 = .34$), 국가의 주 효과($F(1, 1004) = 26.60, p < .001, \text{partial } \eta^2 = .03$), 커뮤니케이션 경로와 국가의 상호작용효과(Wilks' $\Lambda = .94, F(5, 1000) = 12.65, p < .001, \text{partial } \eta^2 = .06$)가 도출되었으나 반복해서 논하지는 않음.

표 3. 커뮤니케이션 경로와 정착 수준의 상호작용

구분	단기거주자		정착완료자		이주예정자	
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD
지역 일간지	2.35	(0.09) _{bc}	2.74	(0.05) _{aD}	2.58	(0.08) _{abC}
지역 지상파 TV	2.86	(0.09) _{bB}	3.36	(0.05) _{aB}	3.19	(0.08) _{aB}
지역 라디오	2.46	(0.10) _{bc}	2.83	(0.05) _{aCD}	2.55	(0.09) _{bc}
웹사이트	2.83	(0.10) _B	2.89	(0.05) _c	3.01	(0.08) _B
소셜미디어	2.80	(0.10) _B	2.93	(0.05) _c	3.01	(0.09) _B
대인 커뮤니케이션	3.52	(0.09) _A	3.59	(0.05) _A	3.53	(0.08) _A

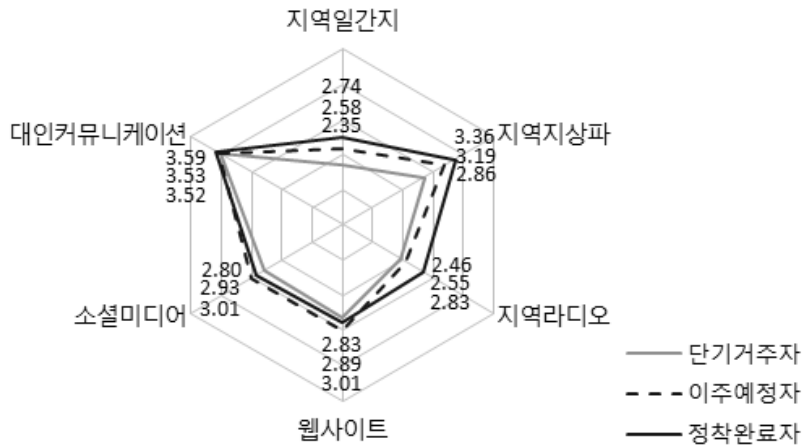


그림 3. 커뮤니케이션 경로와 정착 수준의 상호작용

에서는 별다른 차이가 없음을 확인할 수 있었다. 한편 정착 수준별 그래프가 그려내는 다각형의 면적을 고려할 때 지역 사회 정보 습득을 위한 커뮤니케이션 행위가 단기거주자 집단에서 상대적으로 덜 활발하고, 정착완료자 집단에서 가장 활발하며, 이주예정자 집단의 경우 다시 덜 활발해지는 구조가 선명하게 확인되었다.

무엇보다도 정착 수준이 커뮤니케이션 경로 및 국가와 함께 만들어내는 삼원상호작용 효과(Wilks' $\Lambda = .98$, $F(10, 2000) = 2.33$, $p = .01$, $\text{partial } \eta^2 = .01$)가 도출되었다. <표 4>는 이 삼원상호작용의 사후검증 결과를 정리한 것이다.

먼저 단기거주자를 살펴봤다. 각 경로에서 국가 간 차이를 보면, 지역 라디오, 웹사이트, 소셜미디어, 대인 커뮤니케이션에서 미국이 한국보다 모두 유의미하게 높았다. 지역 일간지와 지역 지상파 TV에서는 양국 간 유의미한 차이가 없었다. 각 국가에서 경로 간 차이를 보면 대인 커뮤니케이션은 양국 모두에서 가장 높았다. 한국에서 지역 지상파 TV는 대인 커뮤니케이션과 유의미한 차이가 없는 높은 값을 기록했다. 한국에서는 지역

표 4. 커뮤니케이션 경로, 정착 수준, 국가의 삼원상호작용

구분	단기거주자		정착완료자		이주예정자	
	한국	미국	한국	미국	한국	미국
지역 일간지	2.44(0.15) BC	2.26(0.11) D	2.82(0.06) B	2.65(0.07) E	2.67(0.11) C	2.49(0.12) C
지역 지상파 TV	2.83(0.14) AB	2.90(0.10) C	3.30(0.06) A	3.42(0.07) B	3.16(0.10) AB	3.23(0.11) B
지역 라디오	2.13(0.16) bc	2.79(0.12) aC	2.70(0.07) B	2.96(0.08) CD	2.50(0.12) C	2.60(0.12) C
웹사이트	2.38(0.15) bBC	3.29(0.11) aB	2.88(0.06) B	2.90(0.07) D	2.83(0.11) BC	3.20(0.12) B
소셜미디어	2.31(0.17) bBC	3.30(0.12) aB	2.74(0.07) bB	3.13(0.08) aC	2.71(0.12) bC	3.30(0.13) aB
대인 커뮤니케이션	3.26(0.14) bA	3.78(0.10) aA	3.35(0.06) bA	3.84(0.07) aA	3.35(0.10) A	3.71(0.11) A

주: 알파벳 첨자는 Holm's sequential bonferroni 사후검증 결과로 개별 정착 수준의 각 행(row)에서 소문자 첨자가, 열(column)에서 대문자 첨자가 동일하지 않으면 $p < .05$ 수준에서 유의미한 차이가 존재한다.

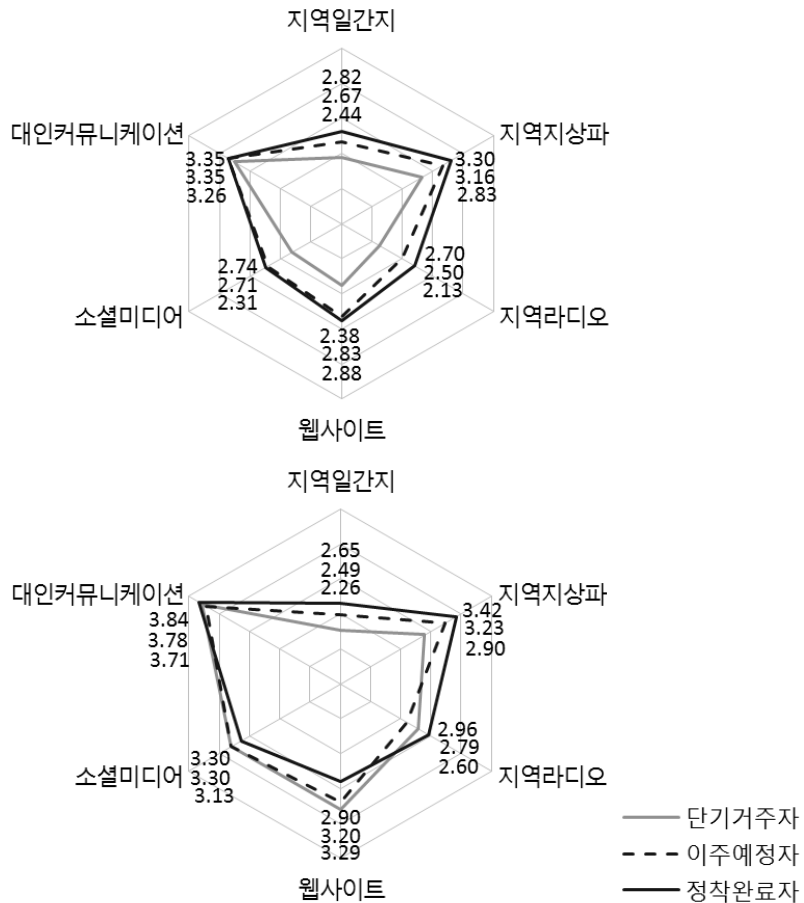


그림 4. 한국(상)과 미국(하)에서 정착 수준에 따른 커뮤니케이션 경로 차이

라디오가, 미국에서는 지역 일간지가 가장 낮았다.

정착완료자의 결과를 살펴봤다. 각 경로에서 국가 간 차이를 보면 소셜미디어와 대인 커뮤니케이션에서 미국이 한국보다 유의미하게 높았다. 나머지 경로에서는 양국 간 유의미한 차이가 없었다. 각 국가에서 경로 간 차이를 보면, 역시 대인 커뮤니케이션이 양국 모두에서 가장 높았다. 한국에서는 다시 지역 지상파 TV가 대인 커뮤니케이션과 유의미한 차이가 없는 높은 값을 기록했다. 한국에서는 경로 간 차이가 그다지 크지 않았으나 미국에서는 경로 간 차이가 상대적으로 컸고 여전히 지역 일간지가 상대적으로 낮았다.

이주예정자의 결과를 살펴봤다. 각 경로에서 국가 간 차이를 보면, 유일하게 소셜미디어에서만 미국이 한국보다 유의미하게 높았다. 나머지 모든 경로에서는 양국 간 유의미한 차이가 없었다. 각 국가에서 경로 간 차이를 보면, 역시 대인 커뮤니케이션이 양국 모두에서 가장 높았다. 다시 한 번 한국에서 지역 지상파 TV는 대인 커뮤니케이션과 유의미한 차이가 없는 높은 값을 기록했다. 반면에 지역 라디오와 지역 일간지는 양국 모두에서 상대적으로 낮았다.

〈그림 4〉는 삼원상호작용 결과를 도식화한 것이다. 한국의 경우, 대인 커뮤니케이션에서 세 집단의 평균값이 크게 다르지 않은 구조를 보여주었다. 하지만 나머지 경로에서는 단기거주자가 다른 집단들에 비해 현저하게 낮은 평균값을 지니고 있음이 선명했다. 미국의 경우, 역시 대인 커뮤니케이션에서 세 집단의 평균값이 크게 다르지 않음을 확인할 수 있었다. 지역 일간지와 지역 지상파에서는 한국과 마찬가지로 단기거주자가 다른 집단들에 비해 낮은 평균값을 보여주었다. 하지만 지역 라디오, 웹사이트, 소셜미디어에서는 단기거주자의 평균값이 다른 집단과 비교해 결코 낮지 않거나 오히려 높은 구조가 확인되었다.

3) 연구 문제 3의 결과

연구 문제 3은 커뮤니케이션 경로들이 지역 사회 애착 및 관여에 미치는 영향이 양국에서 어떻게 다른지를 고찰하는 것이었다. 지역 사회 애착과 지역 사회 관여를 각각 예측하는 위계적 다중회귀분석(hierarchical multiple regression)을 국가별로 실시했다. 1단계에서는 통제변인의 취지에서 성별, 연령, 교육 수준, 경제수준 등의 인구사회학적 변인 그리고 지역 사회 거주 기간, 이주계획을 투입했다. 2단계에서는 커뮤니케이션 경로들을 투입했다. 〈표 5〉는 그 결과이다. 모든 분석에서 1단계에 투입된 통제변인들은 유의미한 설명력을 보여주었다. 그리고 2단계에 투입된 커뮤니케이션 경로 변인들도 설명력을 유의미하게 증가시키는 것으로 드러났다.

한국에서 지역 사회 애착에 영향을 미치는 변인은 먼저 경제수준, 거주 기간, 이주계획(없음)이었다. 이들은 1단계는 물론 2단계에서도 유의미했다. 커뮤니케이션 경로 중에서는 유일하게 지역 일간지($\beta = .12, p = .02$)가 유의미한 결과를 보여주었다. 미국에서 지역 사회 애착에 영향을 미치는 변인은 먼저 경제수준과 이주계획(없음)이었다. 커뮤니케이션 경로 중에서는 대인 커뮤니케이션($\beta = .19, p < .001$), 지역 라디오($\beta = .10, p = .02$), 지역 일간지($\beta = .09, p = .05$) 순으로 유의미했다. 따라서 지역 일간지는 한국과 미국 모두에서, 지역 라디오와 대인 커뮤니케이션은 미국에서만 유의미한 영향력이 드러났다.

한국에서 지역 사회 관여에 영향을 미치는 변인은 먼저 성별(남성), 연령, 경제수준이었다. 이들은 1단계는 물론 2단계에서도 유의미했다. 커뮤니케이션 경로 중에서는 지역 일간지($\beta = .15, p = .002$), 대인 커뮤니케이션($\beta = .12, p = .01$), 소셜미디어($\beta = .11, p = .03$) 순으로 유의미했다. 미국에서 지역 사회 관여에 영향을 미치는 변인은 먼저 연령과 이주계획(없음)이었다. 커뮤니케이션 경로 중에서는 대인 커뮤니케이션($\beta = .21, p < .001$), 지역 일간지($\beta = .16, p < .001$), 지역 라디오($\beta = .10, p = .02$), 웹사이트($\beta = .10, p = .03$) 순으로 유의미했다. 따라서 지역 일간지는 한국과 미국 모두에서 유의미한

표 5. 지역 사회 관여 및 애착에 대한 위계적 다중회귀분석 결과

구분	지역 사회 애착				지역 사회 관여			
	한국($n = 529$)		미국($n = 481$)		한국($n = 529$)		미국($n = 481$)	
	1단계	2단계	1단계	2단계	1단계	2단계	1단계	2단계
성별	-.03	-.04	.01	-.01	-.09*	-.10*	.02	.00
연령	.05	.05	.08	.07	.27***	.26***	.14**	.14**
교육 수준	.05	.05	-.02	-.01	.08	.08	.07	.07
경제수준	.19***	.16***	.15***	.11**	.20***	.18***	.03	-.02
거주 기간	.15***	.11**	.06	.06	.06	.03	.07	.08
이주계획	-.24***	-.23***	-.41***	-.39***	-.05	-.04	-.14**	-.12**
지역 일간지	-	.12*	-	.09*	-	.15**	-	.16***
지역 지상파 TV	-	.07	-	.03	-	.02	-	.00
지역 라디오	-	.05	-	.10*	-	.04	-	.10*
웹사이트	-	.07	-	.02	-	-.02	-	.10*
소셜미디어	-	.08	-	.05	-	.11*	-	.09
대인 커뮤니케이션	-	.07	-	.19***	-	.12**	-	.21***
<i>F</i>	14.64***	13.84***	23.78***	18.77***	14.70***	13.57***	5.63***	12.69***
Adjusted R^2	.13	.23	.22	.31	.13	.22	.05	.23

주 1: 제시된 수치는 표준화 회귀계수(β)이다(<표 6>, <표 7>도 동일).

주 2: 성별(남성 0, 여성 1)과 이주계획(없음 0, 있음 1)은 더미변수이다(성별은 <표 6>, <표 7>도 동일).

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

영향력이 드러났는데 한국에서는 대인 커뮤니케이션을 능가하는 수준이었고 미국에서는 대인 커뮤니케이션에 버금가는 수준이었다. 반면에 지역 지상파 TV는 한국과 미국 어디에서도 유의미한 영향력이 드러나지 않았다. 한편 앞서 지역 사회 애착 결과와 비슷하게 미국에서는 지역 라디오의 영향력이 도출되었다. 한국에서는 소셜미디어의 영향력이, 미국에서는 웹사이트의 영향력이 도출되는 차이도 발견되었다.

4) 연구 문제 4의 결과

연구 문제 4는 커뮤니케이션 경로들이 지역 사회 애착 및 관여에 미치는 영향이 지역 사회 정착 수준에 따라 어떻게 달라지는지 양국을 비교하는 것이었다. 따라서 각국 수용자를 단기거주자, 정착완료자, 이주예정자로 세분화해 일련의 다중회귀분석을 실시했다. 앞서 실시한 위계적 다중회귀분석 결과에서 1단계와 2단계에서 통제변인들의 영향력 변화가 거의 없었다는 점을 고려, 이번에는 위계적 분석을 실시하지 않고 모든 변인들을 한꺼번에 투입했다. 한편 집단 구분 변인으로 활용된 개인의 정착 수준은 거주 기간과 이주계획을 결합한 것이므로, 거주 기간과 이주계획은 투입에서 제외했다.

〈표 6〉은 지역 사회 애착 관련 결과다. 유의미한 변인이 정착 수준별로, 국가별로 다소 달랐다. 한국 단기거주자의 경우 회귀식 자체는 물론 어떤 변인도 유의미하지 않았다. 미

표 6. 정착 수준별 지역 사회 애착에 대한 다중회귀분석 결과

구분	단기거주자		정착완료자		이주예정자	
	한국(n=61)	미국(n=115)	한국(n=355)	미국(n=264)	한국(n=113)	미국(n=102)
성별	.16	.10	-.09	-.06	-.07	-.02
연령	-.08	.08	.06	.11	.20*	.19
교육 수준	.12	-.01	.01	-.06	.14	.05
경제수준	.08	.13	.19***	.08	.04	.19
지역 일간지	.01	.04	.14*	.09	.16	.17
지역 지상파 TV	.09	-.21	.08	.17**	.13	-.11
지역 라디오	.34	.22	.01	.19**	.01	.16
웹사이트	.01	.15	.07	.03	.05	-.15
소셜미디어	-.06	.16	.05	-.05	.17	.30*
대인 커뮤니케이션	.13	.13	.07	.15*	.05	.18
F	1.95	2.75**	5.98***	5.47***	2.71**	3.03**
Adjusted R ²	.14	.13	.12	.15	.13	.17

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

국 단기거주자의 경우 회귀식은 유의미했으나 어떤 변인도 유의미하지 않았다. 한국 정착완료자의 경우 경제수준($\beta = .19, p < .001$)과 지역 일간지($\beta = .14, p = .02$)가 유의미했다. 미국 정착완료자의 경우 지역 라디오($\beta = .19, p = .003$), 지역 지상파 TV($\beta = .17, p = .01$), 대인 커뮤니케이션($\beta = .15, p = .02$) 순으로 유의미했다. 한국 이주예정자의 경우 연령($\beta = .20, p = .04$)만 유의미했고 커뮤니케이션 경로들은 모두 유의미하지 않았다. 미국 이주예정자의 경우 소셜미디어($\beta = .30, p = .03$)만이 유의미했다.

앞서 연구 문제 3에서 지역 일간지가 한국의 지역 사회 애착에 유의미한 영향력을 보여주었는데 그것은 주로 정착완료자 집단에서 두드러진 현상임이 확인되었다. 한편 미국 결과에서 특기할 점은, 연구 문제 3에서 도출되었던 지역 일간지의 영향력이 사라지고 지역 지상파 TV가 정착완료자의 지역 사회 애착에 미치는 영향력이 새로 드러난 것이다. 연구 문제 3에서 도출되었던 지역 라디오와 대인 커뮤니케이션의 영향력 또한 정착완료자 집단에서 두드러진 것임이 확인되었다.

〈표 7〉은 지역 사회 관여 관련 결과다. 한국 단기거주자의 경우, 지역 일간지($\beta = .31, p = .03$)와 대인 커뮤니케이션($\beta = .41, p = .002$)이 유의미했다. 미국 단기거주자의 경우 회귀식 자체는 물론 어떤 변인도 유의미하지 않았다. 한국 정착완료자의 경우, 연령($\beta = .26, p < .001$), 경제수준($\beta = .21, p < .001$), 지역 일간지($\beta = .17, p < .001$)가 유의미했다. 미국 정착완료자의 경우 연령($\beta = .15, p = .01$), 지역 일간지($\beta = .17, p = .01$), 대

표 7. 정착 수준별 지역 사회 관여에 대한 다중회귀분석 결과

구분	단기거주자		정착완료자		이주예정자	
	한국(n = 61)	미국(n = 115)	한국(n = 355)	미국(n = 264)	한국(n = 113)	미국(n = 102)
성별	-.02	.06	-.07	.00	-.25**	-.07
연령	.17	.10	.26***	.15*	.27**	.24*
교육 수준	.15	.11	.08	.03	.08	.16
경제수준	.11	.02	.21***	.02	.09	-.14
지역 일간지	.31*	.17	.17**	.17**	-.03	.14
지역 지상파 TV	-.06	-.11	.01	.02	.21	-.01
지역 라디오	.06	.18	-.01	.12	.14	.16
웹사이트	.17	.10	-.06	.11	-.05	.08
소셜미디어	-.12	.02	.12	.05	.29**	.27*
대인 커뮤니케이션	.41**	.16	.11	.24***	-.04	.16
F	4.80***	2.62**	9.26***	7.11***	4.37***	4.19***
Adjusted R ²	.39	.12	.19	.19	.23	.24

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

인 커뮤니케이션($\beta = .24, p < .001$)이 유의미했다. 한국 이주예정자의 경우 성별(남성)($\beta = -.25, p = .005$), 연령($\beta = .27, p = .003$), 소셜미디어($\beta = .29, p = .005$)가 유의미했다. 미국 이주예정자의 경우 연령($\beta = .24, p = .01$)과 소셜미디어($\beta = .27, p = .04$)가 유의미했다.

앞서 연구 문제 3에서 지역 일간지가 양국 모두에서 지역 사회 관여에 유의미한 영향력을 보여주었는데 한국에서는 단기거주자 및 정착완료자 집단에서, 미국에서는 정착완료자 집단에서 두드러진 현상이라는 점이 확인되었다. 지역 지상과 TV는 이번에도 양국의 지역 사회 관여에 영향력을 보여주지 못했다. 한편 연구 문제 3에서 도출되었던 대인 커뮤니케이션의 효과는 한국에서는 단기거주자에서, 미국에서는 정착완료자에서 두드러진 것임이 확인되었다. 추가로 연구 문제 3에서 도출되었던 미국 지역 라디오와 웹사이트 효과는 표본의 분할로 인해 사라졌고 양국 모두에서 소셜미디어가 이주예정자의 지역 사회 관여에 영향을 미치는 것으로 드러났다.

5. 논의

본 연구는 한국 수용자가 지역 사회 정보 습득 창구로서 지역 언론을 중요하게 활용하는지 그리고 그 활용이 지역 사회에 대한 애착과 관여 증진으로 이어지는지를 고찰하기 위해 미국 수용자와 비교분석했다. 지역 언론이 지역 사회 유대 강화라는 기본 책무를 어떻게 수행하는지 수용자의 인식을 통해 짚어보려는 목적이었다. 본 연구의 중요한 발견 및 함의는 다음과 같다.

첫째, 이번 결과는 지역 정보 공급원으로서 지역 일간지의 위상이 다른 커뮤니케이션 경로보다 뒤처짐을 보여주었다. 이는 한국과 미국에 공통된 경향이었는데, 특히 미국에서는 웹사이트와 소셜미디어 등 디지털미디어가 지역 일간지를 이미 추월한 양상이 발견된다. 하지만 지역 사회 유대에 미치는 영향력으로 논의를 옮겨가는 순간 이야기는 달라진다. 비록 지역 정보 공급원으로서 지역 일간지의 활용도는 상대적으로 뒤처지는 것이 사실이지만 지역 일간지를 통한 지역 정보 습득은 지역 사회 애착과 관여 모두에 중요한 역할을 하는 것으로 나타났다. 지역 유대에 미치는 지역 신문의 영향을 꾸준히 증명해온 기존 연구 결과를 한국과 미국 모두에서 다시 한 번 증명한 셈이다. 특히, 한국에서 지역 일간지는 단기거주자의 지역 사회 관여에 중요한 기여를 하는 것으로 나타났다. 지역 일간지가 지역 사회에 새로 유입된 구성원에게 지역 사회에 대한 관심과 참여를 유인

할 수 있다는 점은 주목할 만하다. 그런데 더욱 눈여겨 볼 집단은 정착완료자다. 이들은 지역 사회 구성원 중 가장 높은 비율을 차지할 뿐만 아니라 지역 사회를 움직이는 핵심 구성원이다. 한국과 미국 모두에서 지역 일간지가 정착완료자의 지역 사회 애착 및 관여 모두에 중요한 기여를 하는 것으로 나타났는데 이는 지역 일간지가 지역 사회의 핵심 구성원 사이에서 지역 사회 유대를 증진시키는 중요한 커뮤니케이션 기능을 담당함을 방증한다. 이런 결과를 고려할 때, 지역 일간지는 지역 사회 유대에 미치는 영향력을 발판 삼아 더 다양한 수용자에게 지역 정보 제공자로 다가갈 수 있는 방안이 무엇인지 지혜를 모아야 할 것으로 보인다.

둘째, 지역 지상파 TV 관련 결과는 지역 일간지와는 사뭇 대조적이다. 지역 지상파 TV는 양국 모두에서 지역 정보 공급원으로 강력한 위상을 보여주었다. 특히, 한국에서는 그러한 현상이 더욱 두드러졌다. 하지만 문제는 지역 지상파 TV가 지역 사회 유대에 미치는 영향력이 지역 일간지나 여타 커뮤니케이션 경로들에 비해 현저하게 뒤처진다는 점이다. 더군다나 한국에서 지역 지상파 TV는 정착완료자 집단을 비롯해 어떤 정착단계에 있는 개인에게도 지역 사회 애착이나 관여를 증진시키지 못하는 것으로 보인다. 미국에서 지역 지상파 TV가 그나마 정착완료자의 지역 사회 애착에 긍정적으로 기여하는 현실과 대비된다. 지역 지상파 TV는 영상매체라는 특성으로 인해 지역 일간지보다는 수용자 확보가 용이하다. 하지만 우월한 매체 특성과 지위가 지역 사회 유대라는 기본 책무로 이어지지 못함을 방증하는 대목이다. 이런 결과를 고려할 때, 지역 지상파 TV는 자신들의 폭넓은 도달력에 안주하지 말고 수용자를 지역 사회의 정치사회적 참여자로 유인하기 위한 콘텐츠 마련에 고민해야 할 것으로 보인다.

셋째, 대인 커뮤니케이션 관련 결과도 주목할 만하다. 이번 연구의 발견 중 하나는 양국 모두에서 매스미디어보다는 대인 커뮤니케이션이 지역 정보 공급원으로서 더 중요한 역할을 한다는 점이다. 지역 정보는 매스미디어를 통해 일차적으로 유통되고 그것이 대인 커뮤니케이션을 통해 확산될 가능성이 있다. 특히, 지역 사회 유대에 영향을 미칠만한 중요한 지역 정보는 주변사람들과의 접촉을 통해 깊이 있게 공유된다고 유추해 볼 수 있다. 더욱이 대인 커뮤니케이션은 한국에서는 지역 사회 관여에, 미국에서는 지역 사회 애착과 관여 모두에 영향을 미치는 것으로 나타났는데 전반적인 결과를 고려하면 대인 커뮤니케이션은 지역 사회 관여에 더 밀접한 연관이 있어 보인다. 지역 사회 애착이라는 정서적 차원을 넘어 지역 사회 관여라는 행위적 차원까지 나아가기 위해서는 지역 사회 구성원 간의 대인 커뮤니케이션이 매우 중요함을 암시한다. 그런데 미디어 이용이 대인 커뮤니케이션을 유발하고 이것이 지역 사회 유대로 연결될 수 있다는 주장이 있다

(Jeffres, Lee, Neuendorf, & Atkin, 2007; Mahrt, 2008). 그렇다면 대인 커뮤니케이션 행위를 미디어 이용과 지역 사회 유대 사이에 존재하는 매개변인 (mediator) 으로 배치하는 연구 모델도 가능할 것이다. 물론 이번 연구에서 측정된 대인 커뮤니케이션 행위는 지역 사회 관련 정보의 '습득'에만 초점을 맞추었고 '전파' 행위를 포함하지는 않았다. 따라서 이들 행위를 포괄하는 대인 커뮤니케이션 변인을 측정해 이것의 매개 역할을 고찰하는 것도 흥미롭겠다. 이는 지역 사회 내에서 의견지도자의 역할을 규명하는 작업으로 이어질 수도 있을 것이다.

넷째, 소셜미디어의 활용에 관해서도 언급할 필요가 있다. 미국 수용자는 지역 사회 정착 수준의 어떤 단계에서든 소셜미디어를 이용한 지역 정보 습득을 중요하게 활용하는 것으로 나타났다. 미국 사회의 이런 결과는 한국 사회의 소셜미디어 이용 양상에 대한 성찰을 제기한다. 소셜미디어가 날로 대중화되지만 한국 사회에서는 그 이용이 지역 공동체에 대한 정보 욕구나 관심과는 유리된 채, 지극히 원자화되고 개인화된 이용에 머무는 것은 아닌지 고민스럽다. 물론 이번 결과만으로 일반화된 결론을 내놓기는 어렵다. 이번 연구에서 양국 표본의 평균 연령이 거의 비슷했으나 미국 표본에서 20~30대 젊은 층 비율이 조금 높았다. 표본의 미묘한 차이가 이런 결과를 가져왔을 가능성도 배제할 수 없다. 한편 소셜미디어와 지역 사회 유대 관련 결과는 흥미롭다. 소셜미디어는 우리 사회에서 특히 이주예정자의 지역 사회 관여에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지역 사회로부터의 이주를 앞둔 개인의 경우 지역 사회에 대한 관심과 참여의 촉발제가 매스미디어로부터 소셜미디어로 옮겨가는 현상이라고 해석해 볼 수 있다. 그 이유와 원리를 규명해 보는 후속 연구가 기대된다.

마지막으로 미국에서 라디오와 지역 사회 유대의 관련성도 짚어볼 필요가 있다. 미국의 지역 라디오는 지역 사회 애착과 관여에 긍정적으로 기여하는 것으로 나타났는데, 특히 지역 사회 정착이 완료된 개인들에게 지역 사회에 대한 애착을 강화하는 것으로 보인다. 미국에서는 1996년 라디오 소유규제 완화 이후 풀뿌리 민주주의에 기여하는 라디오의 역할이 많이 쇠퇴했다는 비판의 목소리가 있었다. 하지만 최근 지상파 라디오 방송사들이 지역매체로서 자리매김하기 위해 총력을 기울이고 있는 현상(박남기, 2012) 그리고 지역 뉴스 공급원으로서 공영라디오 NPR에 대한 높은 신뢰도(Brewer & Pritchard, 2008; Pew Research Center, 2014) 등이 이번 결과와 관련 있을 듯하다. 미국 사회에서 지역 라디오의 어떤 특성이 지역 사회 유대에 기여하게 만드는지를 면밀하게 검토할 필요가 있어 보인다.

이상과 같은 함의와 더불어 이번 연구가 지니고 있는 한계들을 짚어보고자 한다. 첫째, 서베이 방법을 이용한 문화 간 비교 연구에서 가장 고민스러운 부분은 표본의 대표

성이다. 양국 표본이 인구사회학적으로 큰 차이를 보이지 않은 것은 다행이지만 그럼에도 불구하고 양국을 대표하는 표본이었다고 장담하기는 어렵다. 양국 모두에서 시도된 온라인 자료 수집도 온라인에 익숙한 이들을 과도하게 표집했을 수도 있다. 따라서 이번 결과는 이러한 한계 속에서 이해해야 한다.

둘째, 이번 연구가 포괄하지 못한 커뮤니케이션 경로들이 존재한다. 지역의 주간지, 무가지, 기관지와 같은 인쇄매체를 비롯해 지역 케이블채널도 있다. 중앙의 미디어도 지역 사회 관련 정보를 제공하는 원천일 수 있다(Mastin, 2000). 다양한 미디어 유형을 포괄하는 후속 연구도 의미가 있을 것이다.

셋째, 이번 연구에서 임시거주자와 초기정착자를 단기거주자라는 이름으로 함께 묶어 분석했다. 하지만 두 집단은 지역 정보 습득과 그 효과에서 여러 가지로 다를 가능성이 있다. 분석 결과에 제시되지는 않았지만 이번 자료에서 두 집단의 차이가 존재했다. 지역 사회 애착에서 초기정착자($M=3.47$, $SD=0.79$)가 임시거주자($M=2.74$, $SD=0.87$)보다 유의미하게 높았으며($t(174)=5.87$, $p<.001$), 지역 사회 관여에서도 초기정착자($M=2.99$, $SD=0.85$)와 임시거주자($M=2.73$, $SD=0.87$)의 차이가 유의미한 수준에 근접했다($t(174)=1.76$, $p=.08$). 후속 연구에서는 충분한 표본크기를 확보해 두 집단의 차이를 면밀히 고찰할 필요가 있겠다.

넷째, 커뮤니케이션 경로별 활용도 측정은 응답자가 각 경로를 얼마나 중요하게 활용하는지를 주관적으로 판단하게 하는 방식이었다. 응답자가 각 경로를 통해 지역 정보를 습득하는 시간을 정확히 회상해내기가 쉽지 않고 각 경로의 활용도에 대한 개인의 주관적 판단을 묻는 것이 더 타당한 측정방법이라고 간주했기 때문이었다. 그럼에도 불구하고 실제 이용시간을 정밀하게 측정해낼 수 있는 대안적 측정방법을 모색할 필요가 있다.

다섯째, 지역 미디어 이용과 지역 사회 유대의 인과관계는 여전히 고민이 필요한 부분이다. 인과관계를 보다 명확하게 하기 위해서 패널조사를 시도하거나(예, Hoffman & Eveland, 2010), 지역 미디어 이용으로 인해 지역 사회 애착이나 관여가 어떻게 변하는지 그 변화량을 측정할 필요도 있다(예, Stamm et al., 1997).

마지막으로, 지역 사회 애착이나 관여에 대한 답변을 하면서 응답자마다 인식한 지역 사회 범위가 달랐을 가능성이 있다. 어떤 개인은 시·군·구 혹은 그보다 좁은 범위를, 어떤 개인은 광역시·도 혹은 그보다 넓은 범위를 염두에 두었을 수도 있다(양혜승, 2014 참조). 따라서 개인이 인식하는 지역 사회 범위를 고려하는 후속 연구도 필요할 듯하다.

몇 가지 한계에도 불구하고 이번 연구를 통해 지역 언론의 가능성과 한계를 동시에 발견할 수 있었다. 디지털미디어의 변성이 지역 언론의 위기를 불러오지만 이런 때일수록

과연 지역 언론이 지역 사회와 그 구성원을 위한 기본 책무를 다하는지 근본적 질문을 던지는 것이 마땅하다. 그 질문에 긍정적으로 답할 수 있을 때라야만 지역 언론은 진정한 존재가치를 부여받을 수 있으며 위기의 타개책도 어찌면 그 답변을 위한 고민 속에서 찾아지는 것이라고 본다.

■ 참고문헌

- 김재영·양선희 (2015). 지역 방송 연구에 관한 종합적·분석적 메타 분석. <언론과학연구>, 15권 1호, 162-194.
- 박남기 (2012, 3, 13). 美 지상파 라디오의 생존 전략: 지역매체로 자리매김하는 데 역점. <해외방송정보>. URL: <http://office.kbs.co.kr/bri/archives/14282>
- 방송통신위원회 (2013). 지역 방송발전위원회 활동백서. URL: <http://www.kcc.go.kr/user.do?mode=view&page=A02050200&dc=K00000001&boardId=1025&boardSeq=41020>
- 양혜승 (2014). 개인의 지역 사회 범위 인식 및 지역 사회 관여에 있어 지역 방송 시청의 역할. <한국방송학보>, 28권 2호, 176-210.
- 오미영 (2008). 지역매체 이용과 지역 사회관계 활동에의 참여가 지역 사회 유대 및 관여에 미치는 영향. <언론정보연구>, 45권 1호, 131-171.
- 원용진·황상현 (2011). 지역 방송 연구의 경향성에 대한 비판적 고찰: 2000년부터 2010년 발표논문을 중심으로. <언론과학연구>, 11권 2호, 285-332.
- 이강형·문종대 (2006). 지역민들의 '지역 정체성'이 지역뉴스 시청 및 평가에 미치는 영향에 관한 연구. <언론과학연구>, 6권 3호, 432-377.
- 이승선 (2014, 12월). <지역방송특별법의 실효적 시행 방안>. 지역방송협의회 주최 '지역방송 특별법의 실효적 시행방안' 정책 세미나 발표논문. 서울: 국회 의원회관.
- 이영원 (2014). 지역 공동체 의식에 따른 지역 사회 참여 활동과 지역 매체 및 대인 커뮤니케이션, SNS 이용 행태에 대한 연구. <언론학연구>, 18권 1호, 197-220.
- 이정기·김정기·김동규 (2013). 지역 신문 지원 평가에 따른 지역 신문 지원정책 개선방안 연구. <한국언론학보>, 57권 6호, 386-416.
- 임영호 (2002). 공간 이론을 통해 본 한국 방송학의 정체성 문제. <한국방송학보>, 16권 2호, 275-303.
- 주정민 (2004, 11월). <지역방송의 지역성 지수에 관한 연구>. 한국방송학회 가을철 정기학술대회 발표논문. 서울: 서강대학교.
- 지역신문발전위원회 (2015). 지역신문현황. URL: http://www.cln.or.kr/sub4_1.php
- 한국언론진흥재단 (2014). 언론산업통계. URL: https://www.kpf.or.kr/board/Z/detail.do?menu_link=pds/MediaStatsInfomation/MediaStatsInfomation_01/summary&p_menu_id=4&menu_id=197&menu_orderby=5&tabYn=N

- Brewer, P. R., & Pritchard, D. (2008). Ideology and public trust in radio as a source for local news. *Journal of Radio & Audio Media*, 15, 124-135.
- Dutta-Bergman, M. J. (2005). The antecedents of community-oriented Internet use: Community participation and community satisfaction. *Journal of Computer Mediated Communication*, 11, 97-113.
- Frangonikolopoulos, C. A., & Chapsos, I. (2012). Explaining the role and the impact of the social media in the Arab Spring. *Global Media Journal: Mediterranean Edition*, 7(2), 10-20.
- Friedland, L. A., & McLeod, J. M. (1999). Community integration and mass media: A reconsideration. In D. Demers and K. Viswanath (Eds.), *Mass media, social control, and social change: A macrosocial perspective* (pp. 197-226). Ames, IA: Iowa State University Press.
- Hoffman, L. H., & Eveland, W. P. (2010). Assessing causality in the relationship between community attachment and local news media use. *Mass Communication and Society*, 13, 174-195.
- Jackson, K. M. (1981). Local community orientations of suburban newspaper subscribers. *Newspaper Research Journal*, 2(3), 42-49.
- Janowitz, M. (1967). *The community press in an urban setting: The social elements of urbanism* (Original work published 1952). Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Jeffres, L. W., Dobos, J., & Sweeney, M. (1987). Communication and commitment to community. *Communication Research*, 14, 619-643.
- Jeffres, L. W., Lee, J. W., Neuendorf, K., & Atkin, D. (2007). Newspaper reading supports community involvement. *Newspaper Research Journal*, 28, 6-23.
- Kim, Y. Y. (1988). *Communication and cross-cultural adaptation: An integrative theory*. Philadelphia, PA: Multi-Lingual Matters.
- Lai, C., & Tang, T. (2015). Understanding local news consumption and community participation via the lens of information repertoires and media multiplexity. *Mass Communication & Society*, 18, 325-349.
- Lee, W., & Tse, D. K. (1994). Changing media consumption in a new home: Acculturation patterns among Hong Kong immigrants to Canada. *Journal of Advertising*, 23, 57-70.
- Mahrt, M. (2008). Conversations about local media and their role in community integration. *Communications*, 33, 233-246.
- Mastin, T. (2000). Media use and civic participation in the African-American population: Exploring participation among professionals and nonprofessionals. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77, 115-127.
- McLeod, J. M., Daily, K., Guo, Z., Eveland, W. P., Bayer, J., Yang, S., & Wang, H. (1996). Community integration, local media use, and democratic processes. *Communication Research*, 23, 179-209.
- McLeod, J. M., Scheufele, D. A., & Moy, P. (1999). Community, communication, and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local political participation. *Political Communication*, 16, 315-336.
- McLeod, J. M., Scheufele, D. A., Moy, P., Horowitz, E. M., Holbert, R. L., Zhang, W., Zubric, S., & Zubric, J. (1999). Understanding deliberation the effects of discussion networks on participation in a public forum. *Communication Research*, 26, 743-774.
- Mesch, G. S., & Talmud, I. (2010). Internet connectivity, community participation, and place attachment: A longitudinal study. *American Behavioral Scientist*, 53, 1095-1110.

- Miglietta, A., & Tartaglia, S. (2009). The influence of length of stay, linguistic competence, and media exposure in immigrants' adaptation. *Cross-Cultural Research*, 43, 46-61.
- NAA(Newspaper Association of America) (2015, 3, 30). Newspaper circulation volume. Retrieved from <http://www.naa.org/Trends-and-Numbers/Circulation-Volume/Newspaper-Circulation-Volume.aspx>
- NAB(National Association of Broadcasters) (2015, 1, 26). 114th congress broadcasters' policy agenda. Retrieved from <https://www.nab.org/documents/advocacy/NAB2015BroadcastersPolicyAgenda.pdf>
- Nielsen (2013). DMA Regions. Retrieved from <http://www.nielsen.com/intl-campaigns/us/dma-maps.html>
- Norris, P. (2000). *A virtuous circle: Political communications in postindustrial societies*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Ognyanova, K., Chen, N. T. N., Ball-Rokeach, S. J., An, Z., Son, M., Parks, M., & Gerson, D. (2013). Online participation in a community context: Civic engagement and connections to local communication resources. *International Journal of Communication*, 7, 2433-2456.
- Paek, H. J., Yoon, S. H., & Shah, D. V. (2005). Local news, social integration, and community participation: Hierarchical linear modeling of contextual and cross-level effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82, 587-606.
- Pérez-Peña, R (2009, 3, 12). As cities go from two newspapers to one, some talk of zero. The New York Times, p. A1. Retrieved from <http://www.nytimes.com/2009/03/12/business/media/12papers.html?pagewanted=all>
- Pew Research Center (2014, 10). Political Polarization and Media Habits. Retrieved from <http://www.journalism.org/files/2014/10/Political-Polarization-and-Media-Habits-FINAL-REPORT-7-27-15.pdf>
- Rothenbuhler, E. W. (2001). Revising communication research for working on community. In G. J. Shepherd & E. W. Rothenbuhler (Eds.), *Communication and Community* (pp. 159-179). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Rothenbuhler, E. W., Mullen, L. J., DeLaurell, R., & Ryu, C. R. (1996). Communication, community attachment, and involvement. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73, 445-466.
- Scheufele, D. A., Shanahan, J., & Kim, S. H. (2002). Who cares about local politics? Media influences on local political involvement, issue awareness, and attitude strength. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79, 427-444.
- Stamm, K. R. (1985). *Newspaper use and community ties: Toward a dynamic theory*. Norwood, NJ: Ablex.
- Stamm, K. R., & Fortini-Campbell, L. (1983). The relationship of community ties to newspaper use. *Journalism Monographs*, 84.
- Stamm, K. R., & Guest, A. M. (1991). Communication and community integration: An analysis of the communication behavior of newcomers. *Journalism Quarterly*, 68, 644-656.
- Stamm, K. R., & Weis, R. (1986). The newspaper and community integration. A study of ties to a local church community. *Communication Research*, 13, 125-137.
- Stamm, K. R., & Weis, R. J. (1982). Toward a dynamic theory of newspaper subscribing. *Journalism Quarterly*, 59, 382-389.
- Stamm, K. R., Emig, A. G., & Hesse, M. B. (1997). The contribution of local media to community involvement. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74, 97-107.

- Viswanath, K., Finnegan, J. R., Jr., Rooney, B., & Potter, J. (1990). Community ties in a rural Midwest community and use of newspapers and cable television. *Journalism Quarterly*, 67, 899-911.
- Viswanath, K., Kosicki, G. M., Fredin, E. S., & Park, E. (2000). Local community ties, community-boundedness, and local public affairs knowledge gaps. *Communication research*, 27, 27-50.
- Westerik, H. (2001). Community integration and the use of local media: A critical review. *Communications*, 26, 197-209.
- Wolfsfeld, G., Segev, E., & Sheaffer, T. (2013). Social media and the Arab Spring: Politics comes first. *International Journal of Press/Politics*, 18, 115-137.

최초 투고일 2015년 8월 3일

게재 확정일 2015년 11월 13일

논문 수정일 2015년 11월 20일

The Difference Between Korean and US Audiences in the Effects of Local Media Use and Interpersonal Communication on Community Ties

Hyeseung Yang

Associate Professor, Kyungshung University

Surveys were administered in South Korea($n = 529$) and the U.S.($n = 481$) to examine how individuals use local media to acquire information regarding their communities and if the local media use may lead to their community attachment and involvement. The roles of local daily newspapers and local broadcast were compared with those of local radio, websites, social media, and interpersonal communication, and the function of settling stages were also explored by dividing individuals into three categories such as newcomer, settled, and relocating. The survey data showed that in both countries, local dailies were not used importantly for local information when compared with other communication channels, with interpersonal communication being the most important and local broadcast also being quite important. However, the data revealed that local dailies may contribute to both community attachment and involvement in both countries. Specifically, local dailies were found to increase community involvement among newcomers as well as community attachment and involvement among settled residents in Korea. In contrast, local broadcast was found to increase only community attachment only among settled residents in the U.S., whereas it affected neither community attachment nor involvement in any of the three settling stages in South Korea. Findings and subsequent implications were discussed.

Keywords: local newspapers, local broadcast, settling stage,
community ties, community attachment, community involvement