

미디어 레퍼토리 유형에 따른 지역사회자본과 사회정치참여에 관한 연구:

제주 지역을 중심으로 *

정용복**

(한양대학교 신문방송학과 강사)

박성복***

(한양대학교 신문방송학과 부교수)

본 연구는 특정한 지역사회인 제주특별자치도를 연구범위로 하여 다매체 이용자들의 미디어 레퍼토리를 유형화하고, 레퍼토리 집단별로 지역사회자본과 사회정치참여 간의 관계를 실증적으로 분석했다. 이를 위해 전국 미디어(전국 TV 방송, 전국 일간지, 라디오 방송), 지역 미디어(지역 TV 방송, 지역 일간지), 개인 미디어(인터넷, 휴대폰)로 구분한 7개 미디어 이용 시간을 활용하여, 미디어 레퍼토리 추출을 위해서 비계층적 군집확인 K-평균법(K-means)을 사용했다. 그 결과, 군집의 분포 정도와 최종 군집중심을 기준으로 6개의 군집수를 정할 수 있었다. 세부 집단은 '신문 중심', '지역 일간지 중심', '휴대폰-인터넷 중심', '다매체 활용', '지역 TV 방송 중심', '라디오 방송 중심' 등 6개로 분류됐다. 제주 특별자치도라는 한정된 지역을 연구 대상으로 한 결과, 서울 중심이나 전국 단위의 미디어 레퍼토리에 서 도출되지 않았던 지역 일간지 중심 집단과 지역 TV 방송 중심 집단을 새로이 도출할 수 있었다. 또한 다중 미디어 이용 군집별로 지역사회자본의 세부변인인 지역공동체 의식, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도 신뢰에서 모두 유의미한 차이를 보였다. 이와 함께 다중 미디어 이용자 집단별로 오프라인 정치참여에서는 유의미한 차이를 보였으나, 온라인 정치참여에서는 통계적으로 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다.

핵심어: 미디어 이용, 미디어 레퍼토리, 지역 언론, 지역사회자본, 사회정치참여

* 본 연구는 정용복의 한양대학교 박사학위 논문(2014. 8)의 일부를 발췌하여, 2014년 10월 한국언론학회 가을철 정기학술대회에서 발표한 논문을 발전시켜 재구성한 것입니다.

** jyb2004@jejunu.ac.kr, 주저자

*** octobernine@hanyang.ac.kr, 교신 저자

1. 문제 제기

미디어가 아날로그에서 디지털로, 더 나아가 방송·통신의 융합에 따른 미디어 영역의 기술과 서비스의 변화로 새로운 미디어 기기의 등장과 확산이 급속히 진행되고 있다. 1990년대 말까지 유지됐던 지상파 방송의 독과점은 인터넷 이용과 케이블 TV 방송 가입이 늘어나면서 그 위상이 흔들리고 있다. 2003년 위성 방송이 처음 도입되고, 2005년 휴대용 수신기에 방송서비스가 제공되는 DMB와 애플의 아이튠즈 온라인 스토어에서 수만 개의 팟캐스트가 등장하면서 미디어 시장에 새로운 변화를 가져왔다. 또 2008년 인터넷을 통해 제공되는 IPTV와 2009년 스마트폰의 등장, 2013년 스마트TV가 본격적으로 서비스를 시작하면서 다매체·다채널 시대로 접어들었다. 이렇게 본격적인 멀티 플랫폼 시대가 열리면서 이용자들은 이제 하나의 미디어를 이용하는 데 그치지 않고 다양한 미디어와 채널을 오고가며 미디어 장르와 기능을 소비한다.

미디어 환경의 급격한 변화를 반영하여 최근 다중 미디어 이용에 관한 연구들이 속속 등장한다. 이러한 연구들은 다매체 환경에서 미디어 이용 동기나 행위를 비교하거나, 특정 미디어가 다른 미디어의 콘텐츠나 기능을 보완 또는 대체하는지를 살펴보거나, 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; Ferguson & Perse, 2000; Hasebrink & Popp, 2006; Rees & Eijck, 2003; Yuan, 2011). 더 나아가 개인 이용자가 선택, 이용할 수 있는 미디어 이용 조합(유선영·김영주·박주연·이강형, 2006; 유선영·나은경·이강형, 2007; 이준웅·김은미·심미선, 2007; 이창훈·김정기, 2013; 이현우·오형일, 2013; 조성동·강남준, 2009; 조은희, 2014)이라는 개념으로 수용자들이 주요 미디어들을 어떻게 조합하여 이용하고 있는지를 확인한다. 이처럼 여러 가지 미디어를 가지고 이를 복합적으로 사용하는 경향은 미디어 레퍼토리, 다매체 이용, 다중적 미디어 수용, 복합 미디어 이용이라는 다양한 이름으로 활발히 연구된다(조은희·조성겸, 2013). 하지만 이러한 다중 미디어 조합과 관련한 연구들은 미디어 이용에 대한 현상적 분석에만 머물러있는 한계를 지닌다. 즉, 다중 미디어 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 너, 개인과 조직, 개인과 사회, 개인과 국가 등의 관계에 관한 본질을 보고자 하는 것이다. 다매체·다채널

환경에서 다중 미디어 이용이 사회구성원의 상호이익을 위해 조정과 협력을 가능케 하는 사회자본(social capital)에 미치는 영향에 대해 주목해야 하는 이유이기도 하다. 특히 사회자본은 다차원적 연구가 가능하기 때문에 우리 사회의 정치·경제·사회 등 다양한 분야의 학자들뿐만 아니라 실무자들에게도 관심이 집중되는 개념 중의 하나이며(황영호·박종관, 2004), 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, 2007). 또한 민주주의의 기본 요건이 정치참여라는 점에서 보면, 미디어 이용을 통한 시민들의 정치현실에 대한 인지와 태도에 대한 영향 정도는 큰 관심사항이다. 미디어 이용을 통한 시민들의 정치 정보 활동 차이는 자신들의 정치적 태도 형성과 참여 행위에도 영향을 미치는 요인일 수 있기 때문이다(구교태, 2014). 즉, 미디어를 통한 정치 정보 습득이 시민들의 커뮤니케이션을 활성화시키고 정치참여를 촉진시킬 수 있다는 것이다.

국내 미디어 연구 영역에서 사회자본과 정치참여에 대한 연구들은 개별 미디어 이용과 대인 커뮤니케이션이 개인의 사회적 교류와 다른 개인이나 사회집단과 맺는 관계 또는 온라인·오프라인 정치참여에 대한 효과를 탐구하는 데 그친다(강진숙·김지연, 2013; 곽정래·박승관, 2006; 김동윤·이강형, 2012; 김봉섭, 2010; 김은미·조성동, 2012; 김은이·이종혁, 2010; 민영·주익현, 2007; 박상호, 2009; 심홍진, 2012; 심홍진·황유선, 2010; 이동희·황성욱, 2013; 이영원, 2013; 이정기·금현수, 2012; 이준용·김은미·문태준, 2005; 이창호·정낙원, 2014; 이혜인·배영, 2011; 전은식·조인호, 2013; 최윤정, 2008; 황용석, 2001; 황유선, 2013). 하지만 새로운 미디어의 등장은 다양한 플랫폼과 풍부한 콘텐츠 선택을 가능하게 하지만 현대의 미디어 이용자들은 자신이 즐겨 이용하는 레퍼토리를 통해서 미디어를 소비한다(Taneja et al, 2012). 따라서 현재의 융합적이고 복잡다단한 미디어 환경에서 개별 미디어의 효과 연구보다는 다매체·다채널 현실을 반영한 미디어 레퍼토리가 활용되는 것이 타당하다고 할 수 있다. 개별 미디어에 대한 이해보다는 다중적 미디어 수용에 따른 환경 변화를 해석해내기가 수월하고 유의미하기 때문이다.

특정한 지역사회의 유대와 공동체 의식은 시간과 공간의 생활환경과 지역 내의 전통 문화 및 생활방식과 같은 요소들에 의해 형성된다. 제주 지역사회가 갖는 생활환경과 그에 대응하는 주민들의 삶의 방식, 그리고 역사적 경험을 종합적으로 고려할 때, 제주 사회의 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 도서지역으

로서 섬사람 특유의 문화가 있으며, 내륙지역과의 자연적 원거리성으로 인해 과거 정부의 경제와 교육, 문화와 같은 많은 측면에서 소외되어온 당연한 결과이기도 하다. 특히 제주 사회는 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 마을 내에서의 혼인을 통해 지역민들이 친인척으로 연결되면서 만들어진 독특한 문화라고 설명할 수 있다(한국일, 2007).

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 머물러있다. 그러나 서울 중심이나 전국적 차원에 비해 특정 지역의 미디어 이용이 미미하다고 해서 지역적 차원의 미디어 레퍼토리 연구가 지닌 의미가 중요치 않은 것은 아니다. 따라서 지역 미디어에 대한 지역민들의 독특한 이해와 관심이라는 지역성(locality)을 반영한 분석 틀에 있어서는 새로운 접근이 필요하다. 즉, 지역 방송과 지역 신문은 전파와 신문 구독의 한계적 도달 범위를 갖고 내용적 의미에서도 지역사회의 고유한 이해와 관심을 반영한다. 또 지역 언론이 갖는 지역에 대한 사회적 관계와 지역공동체와의 협력요소를 빼놓고는 논의하기 힘든 것이 사실이다. 따라서 특정 지역을 연구 범위로 하여 다중 미디어 이용 유형을 밝히는 데 있어서 전국 미디어와 지역 미디어를 동시에 경험하는 지역 이용자 중심의 시각에서 살펴볼 필요가 있다는 점이다. 즉, 지역 미디어 이용자들이 지역 환경에 대해 느끼는 정서적·사회적 유대감에 따라 같은 TV 플랫폼이라도 전국 방송과 지역 방송을 구분하는 시청 행태를 보이거나, 같은 신문이라도 전국 일간지와 지역 일간지를 따로 구독하는 행위가 빈번하다는 점이다. 또한 지역 언론 연구자들이 활발히 제기하는 지역의 관점과 시각을 조성하고 지역의 이해를 대변하며, 지역민의 참여를 독려하는(조항제, 2006) 지역 언론의 지역성에 대한 강조와 맞물려 미디어 이용행위에 있어서 지역 방송과 지역 신문을 따로 구분하는 것이 타당할 것이다.

이에 본 연구는 다매체·다플랫폼 환경에서 지역의 다중 미디어 이용자들이 미디어 소비를 위해 어떠한 미디어를 조합하여 이용하는지 등의 미디어 이용 특성을 살펴보고, 이를 기반으로 다중 미디어 이용의 세분화된 유형과 차별화된 특징을 살펴보고자 한다.

1) 친족(親族)의 범위는 민법 제 777조에 의해 8촌 이내의 혈족, 4촌 이내의 인척, 배우자로 규정되어 있다. 외척(外戚)은 어머니 쪽의 친척을 말하며, 고종(姑從)은 고모의 딸이나 아들, 이종(姨從)은 이모의 딸이나 아들을 말한다.

특히 본 연구가 주목하는 지역 TV 방송과 지역 신문 등 지역 미디어는 지역공동체의 유대감 형성과 공론장의 역할을 담당하는 중요한 토대라는 관점에서 세분화된 지역사회자본과 사회정치참여 간에 어떠한 연관성이 있는지를 살펴본다면 보다 구체적인 지역 미디어의 환경 변화를 이해할 수 있으리라고 본다.

2. 관련 문헌 연구

1) 미디어 레퍼토리 개념과 선행 연구

지금의 미디어 선택의 폭이 넓은 다중 미디어 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 다중 미디어 환경하에서 사람들은 다양한 미디어를 동시에 이용하기도 하고 비동시적으로 이용하기도 한다(심미선, 2010). 다양한 플랫폼의 가용성은 미디어 이용자의 필요에 따라 콘텐츠를 사용할 수 있도록 더 큰 자율성을 부여한다(Napoli, 2011).

다중 미디어 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 이용 패턴에 대한 이해가 중요해졌다(윤해진·문성철, 2010). 다중 미디어의 복합적 이용 행태에 대해서 체계적으로 접근하기 위해서는 우선 이중 미디어를 함께 사용하는 이용 패턴, 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 개인 또는 가정에서 정기적으로 이용되는 채널의 집합으로 제시된 ‘채널 레퍼토리’ 개념에서 시작됐다(Heeter, 1985). 미국의 34개 채널로 구성된 케이블 방송을 시청하는 가정에서 일주일 평균 10개 채널 미만으로 시청하는 것을 발견했다(Heeter et al, 1983). 이와 함께 다양한 연구에서 시청자들이 규칙적으로 선택하는 채널 레퍼토리가 전체 이용 가능한 채널 가운데 극히 작은 부분을 차지함을 밝혀냈다(Ferguson & Perse, 1993; Heeter, 1985; Yuan & Webster, 2006). 채널 레퍼토리가 이용자의 능동성을 전제로 하는 선호도 요인과 가시성 요인과 같은 구조적 요인이 함께 반영된 시청 패턴을 설명해주는 것처럼 미디어 레

퍼토리 또한 개인의 능동적 선택과 범위를 바탕으로 장기적으로 습관화하는 환경요인이 혼합돼 나타나는 규칙적인 이용 패턴을 설명해줄 수 있다(윤해진·문성철, 2010). 여러 미디어 플랫폼을 포함하는 미디어 레퍼토리의 첫 번째 연구는 레이건(Reagan, 1996)에 의해 수행됐다. 그는 특별한 주제에 관심 있는 미디어 이용자가 개인의 능동적 미디어 선택과 조합으로 더욱 많은 정보를 얻는다고 결론 내렸다. 예로 미디어 이용자들이 선호하는 스포츠 콘텐츠는 TV, 신문, 잡지 등의 미디어 조합을 보이지만 전국 뉴스는 하나의 선택된 미디어에 의해 설명된다고 밝혔다(Reagan, 1996).

최근 들어 등장한 다중 미디어 이용에 관한 연구들은 새로운 수용자의 개념 및 미디어 이용 행태들에 대한 분석을 시도했다. 이들 연구들은 모든 미디어들을 골고루 이용하는 다중 미디어 이용자들의 특성과 이용 패턴을 파악하는 데 그 목적을 가진다(김은미·이혜미, 2011). 즉, 여러 개의 미디어를 이용하는 데 있어서의 미디어 레퍼토리 연구는 이용 미디어의 묶음 목록을 탐색하고 이를 집단화하여 이에 대한 사회적 의미를 탐구해나간다는 점에서 개별 미디어의 영향력을 측정하는 이전의 방향과 다르다고 할 수 있다(조은희·조성겸, 2013). 국내에서 미디어 레퍼토리에 대한 연구가 비교적 짧은 시간에 활발히 진행되며, 레퍼토리를 구분하는 방법론도 다양한 차원에서 정교화되는 데 반해 미디어 레퍼토리에 따른 사용자 분류 기준은 아직 명확하게 제시되지 않았다. 사람들은 자신의 선호와 정보, 통찰력 혹은 기술 수용력에 따른 정보추구 행위와 사적인 상호작용을 토대로 개인화된 레퍼토리를 지닌다(박진영·강태영, 2011). 미디어 레퍼토리 연구도 이용자들의 미디어 조합패턴을 개별 미디어 이용 시간에 따라 몇 가지 군집으로 유형화하고, 주로 이용하는 미디어 수와 조합을 밝혀낸다(강남준 외, 2008; 김은실 외, 2009; 심미선, 2007; 심미선 외, 2009; 윤해진·문성철, 2010, 2011; 이찬구 외, 2009; 조성동·강남준, 2009, Ferguson & Perse, 2000, Hasebrink & Popp, 2006; Rees & Eijck, 2003; Yuan, 2011).

국내에서 처음 미디어 레퍼토리를 유형화한 심미선(2007)의 연구에서는 온라인 조사 회사에 의뢰한 6백 명을 대상으로 미디어를 지상파, 케이블, 위성, 인터넷, 신문, 라디오, DMB 등 7개로 나눠 미디어 레퍼토리를 측정했다. 개인의 총 미디어 이용 시간 중 특정 미디어 이용 시간 점유율 35%를 기준으로 유형화하여 지상파 중심, 인터넷 중심, 케이블-위성 중심, 지상파-인터넷 중심, 다중 매체 이용자로 분류했다. 강남준 등(2008)의 연구에서는 2006년 <인쇄 매체 수용자 조사>의 데이터 일부를 사용하여 TV, 라디오, 신문, 잡지/서적, 인터넷, 휴대전화, MP3 등 7개 미디어를 대상으로 K-평균 군집분석을 통해 미디어 레퍼토리 군집별로 개별 미디어 이용량의 차이를 비교하여 %가 높은 미디어를 중심으로 분류했다. 이에 따라 휴대전화-MP3, 신문-TV 중심, 다매체 이용, 매

체 저이용, TV 중심, 라디오-신문 중심, 휴대전화 중심 등 7개 집단으로 구분했다.

조성동과 강남준(2009)은 KBS와 서울대 언론정보연구소가 실시하는 국민생활시간조사 자료의 1995, 2000, 2005년 등 3년의 데이터를 분석하여 TV, 라디오, 인쇄 매체(신문, 잡지, 만화), 컴퓨터/인터넷, 비디오/DVD, 극장, 음악 매체(CD, MP3) 등 총 7개 미디어를 대상으로 개별 미디어 이용 시간을 비율로 환산, 미디어 이용비율 중 10% 이상을 주이용 매체로 정했다. 그 결과 단일 매체 이용자, 이중 매체 이용자(2개 이상 매체 이용비율 10% 이상), 다중 매체 이용자(7개 매체 이용비율 10% 미만)로 나뉘었다. 이찬구 등(2009)과 심미선 등(2009)의 연구에서는 공통적으로 한국방송광고공사에서 전국 표본 6천 명을 대상으로 실시한 '소비자행태조사' 데이터를 이용해 지상파 TV, 케이블 TV, 위성 TV, 신문, 잡지, DMB, 인터넷 등의 연구 대상 미디어를 선정하고 K-평균 군집분석을 통해 개별 미디어 이용량의 차이를 비교하여 %가 높은 미디어를 중심으로 미디어 레퍼토리를 명명하는 측정방법을 사용했다. 그 결과 이찬구 등(2009)의 연구에서는 다중 미디어 이용자 집단을 균형적 매체 이용군, 인터넷 중심군, TV 중심군, 라디오 중심군, 전통적 매체 이용군 등 5개 미디어 레퍼토리로 명명했으며 심미선 등(2009)의 연구에서는 다중 매체 이용자, 지상파 중심, 케이블/위성 중심, 지상파-케이블/위성 중심, 인터넷 중심, 케이블/위성-인터넷 중심, 라디오 중심 등 7개 미디어 레퍼토리 유형으로 구분했다.

윤해진과 문성철(2010)은 방송문화진흥회의 2009년 QI자료를 사용해 미디어 레퍼토리 유형의 인구사회학적 특성과 라이프스타일과의 관계, 미디어 레퍼토리와 콘텐츠 소비의 상관관계를 살펴보았다. 추출된 미디어 레퍼토리는 미디어별 상대적 이용량에 따라 신문-TV 중심 이용 군집, TV-인터넷 중심 이용 군집, 오디오-인터넷-케이블 이용 군집, 라디오-신문-지상파 중심 이용 군집, 모바일 중심 군집으로 명명했다. 미디어 레퍼토리 형성에 큰 영향을 미치는 요인으로 성별과 연령대임을 밝혔으며 라이프스타일의 경우 차별적, 부분적으로 영향을 미쳤음을 확인했다. 이미영 등(2010)은 청소년 레퍼토리 연구를 위해 서울 거주 중·고등학생 688명을 대상으로 자기기입식 설문조사를 통해 청소년들이 주로 이용하는 미디어는 인터넷과 텔레비전, 휴대폰임을 밝혔다. 미디어 레퍼토리 유형은 휴대폰 중심형과 다매체 중심형, 인터넷 중심형 그리고 텔레비전 중심형, 텔레비전과 인터넷 중심형, 라디오 중심형, 텔레비전과 휴대폰 중심형으로 명명했다.

이창훈과 김정기(2013)는 온라인 설문조사 업체에 의뢰한 수도권 거주 20-30대 4백 명을 대상으로 다중 미디어 이용, 친교목적 뉴미디어 다중 이용, 유선방송-라디오, 오락/친교형 유료방송-모바일-SNS, 오락형 인터넷-전화, 정보형 모바일-SNS-인터넷, 저미디어 이용 등 7개의 레퍼토리로 구분했다. 이현우와 오형일(2013)은 전국 거주 15세

표 1. 국내 미디어 레퍼토리 선행 연구

연구자 (계재연도)	조사대상 미디어	연구자료 및 연구 방법	미디어 레퍼토리 유형
조은희 (2014)	지상파 텔레비전 뉴스, 종합편성 채널 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 설문 조사 • 뉴스이용 미디어 빈도를 통한 K-평균 군집분석 	TV뉴스전반/포털뉴스 이용 집단, 지상파위주/포털뉴스 이용 집단, 뉴스저이용 집단, 다매체활용 뉴스이용 집단 등 4개
이창훈 김정기 (2013)	지상파 TV, 유료방송, 라디오, 신문/잡지/인쇄미디어, 비디오/오디오 재생기기, 컴퓨터/인터넷, 휴대폰, 모바일 미디어 기기, SNS, 인터넷 기반 미디어서비스 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 파악 후 최종 군집 수 결정 	다중 미디어 이용, 친교목적 뉴미디어 다중 이용, 유선방송-라디오, 오락/친교형 유료방송-모바일-SNS, 오락형 인터넷-전화, 정보형 모바일-SNS-인터넷, 저미디어 이용 등 7개
이미영 김담희 김성태 (2010)	텔레비전, 라디오, 신문, 잡지, 인터넷, 휴대폰, 메신저, 미니홈피/블로그 등 8개	<ul style="list-style-type: none"> • 중고등학생 자기기입식 설문조사 • 전체 이용 시간 중 특정 매체 이용 시간 점유율 35%를 기준으로 유형화 	휴대폰 중심, 다매체 중심, 인터넷 중심, TV 중심, TV-인터넷 중심, 라디오 중심, TV-핸드폰 중심 등 7개
심미선 김은실 하예린 (2009)	지상파 TV, 케이블/위성 TV, 인터넷, 라디오, 신문, DMB 등 6개	<ul style="list-style-type: none"> • 한국방송공사 2007년 '소비자행태조사' 6천 명의 데이터를 이용하여 2차 분석 • K-평균 군집분석 • 전체 이용 시간 중 특정 매체 이용 시간 점유율 35%를 기준으로 유형화 	다중 매체 이용자, 지상파 중심, 케이블/위성 중심, 지상파-케이블/위성 중심, 인터넷 중심, 케이블/위성-인터넷 중심, 라디오 중심 등 7개
조성동 강남준 (2009)	TV, 라디오, 인쇄 매체(신문, 잡지, 만화), 컴퓨터/인터넷, 비디오/DVD, 극장(영화), 음악 매체(카세트, CD, MP3) 등 7개	<ul style="list-style-type: none"> • KBS·서울대 언론정보연구소가 실시한 1995년, 2000년, 2005년 국민생활시간조사 데이터 • 전체 이용 시간 중 특정 매체 이용 시간 점유율 10% 이상인 매체를 주이용 매체로 정함 	단일 매체 이용자, 이중 매체 이용자(2개 이상 매체 이용 비율 10% 이상), 다중 매체 이용자(7개 매체 이용비율 10% 미만) 등 3개
강남준 이종영 이혜미 (2008)	TV, 신문, 라디오, 잡지/서적, 인터넷, 휴대전화, MP3 등 7개	<ul style="list-style-type: none"> • 2006년 '인쇄 매체 수용자 조사' 1만 명의 데이터 활용 • K-평균 군집분석 • 군집의 미디어적 특성 설명에 있어서 미디어별 절대 이용 시간량과 이용량의 상대적 위치 동시 사용 	기존 주류 미디어 중심, TV 중심, 다매체 이용, 라디오 중심, 휴대전화 중심, 휴대전화-MP3 중심, 인터넷 중심 등 7개

표 1. 계속

연구자 (게재연도)	조사대상 미디어	연구자료 및 연구 방법	미디어 레퍼토리 유형
심미선 (2007)	지상파, 케이블, 위성, 라디오, 신문, DMB, 인터넷 등 7개	<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 이용 시간 중 각 매체 이용량을 백분 비율로 환원. 다음으로 전체 이용 시간 중 특정 매체 이용 시간 점유율 35%를 기준으로 유형화 	지상파 중심, 인터넷 중심, 케이블-위성 중심, 지상파-인터넷 중심, 다중 매체 이용자 등 5개

이상 2,094명을 대상으로 14개 시청 서비스 이용 시간을 표준화한 뒤 2단계 군집분석을 실시해 최종적으로 6개의 군집을 추출했다. 각 군집들은 전통적 TV 기반 서비스 중심형, IPTV 기반 서비스 중심형, 다운로드 서비스 중심형, 실시간 시청 서비스 중심형, TV 기반 서비스 확장형, 다중 시청 서비스 이용형 등으로 명칭을 부여했으며 시청 서비스 이용 패턴 형성에 많은 영향을 미치는 인구사회학적 변인은 연령, 성별, 학력이었음을 확인했다.

조은희(2014)는 전국 성인남녀 5백 명을 대상으로 선행 연구들이 개별 미디어가 사회 정치참여에 미치는 영향의 관계를 탐구한 것에서 진일보해 다중 미디어 상황에서 발생하는 뉴스 수용자의 미디어 레퍼토리를 살펴보았다. 그 결과 지상파, 종편, 보도전문채널 뉴스를 일주일에 5회 이상 높은 빈도로 시청하고 포털뉴스도 자주 접하는 집단 1(TV 뉴스전반/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(다매체활용 뉴스이용 집단) 등 4개의 집단으로 구분했다.

국외 연구에서 해스브링크와 팝(Hasebrink & Popp, 2006)은 독일의 텔레비전, 신문, 라디오 3개 미디어를 경성뉴스 아이টে에 따라 분류한 후 군집분석을 통해 미디어 레퍼토리 집단을 추출해냈다. 그들은 독일 내 퇴직 남성들이 텔레비전과 신문을 조합한 미디어 이용 패턴을 보여주지만 여성들은 낮은 미디어 이용 행태를 보임을 확인했다. 위안(Yuan, 2011)도 중국의 미디어 이용자를 대상으로 한 레퍼토리 연구에서 2~3개의 미디어

어 조합으로 중국 내 뉴스를 이용한다고 했다. 월드 와이드 웹(WWW) 이용에 레퍼토리 개념을 적용한 퍼거슨과 퍼스(Ferguson & Perse, 2000)는 온라인 이용자 또한 인터넷에 존재하는 각종 데이터 활용에 있어서 자신만의 규칙적인 이용 목록을 지속적으로 이용함을 발견했다. 리스와 아이직(Rees & Eijck, 2003)은 미디어 레퍼토리를 미디어 및 콘텐츠 선호 조합에 의한 미디어 이용자들의 집합이라고 정의 내리고 텔레비전, 신문, 인터넷, 라디오, 잡지 등의 미디어를 콘텐츠 내용 차원으로 다시 세분화한 19개 미디어 아 이템에 대해 군집분석을 실시해 8개의 레퍼토리 집단을 분류했다.

2) 다중 미디어 환경으로의 변화와 지역 언론

2013년 지상파 방송의 디지털 전환과 소셜미디어의 보편적 확산, 스마트폰·태블릿 PC 등 스마트 기기의 발달로 시시각각 미디어 환경이 급변하고 있다. 이에 맞춰 다양한 콘텐츠의 개발은 물론 미디어 기능의 융합과 통합은 새로운 미디어 시대를 예고한다. 이러한 다중 미디어 환경으로의 급속한 변화는 곧 지역 언론의 위기를 촉진한다. 지역 언론의 중요한 활동단위인 지역은 무엇보다도 개인이 생활하는 정치적, 경제적, 문화적 공동체를 제공하며 주요한 문제의 해결 주체이자 개인의 복지를 실현하는 장으로서 의미를 지닌다.

그런데 지역공동체의 형성과 활동이 원활히 이뤄지기 위해서는 지역 언론이 지역민들에게 지역사회에서 발생하는 주요사항에 대한 정보와 의견을 공유하게 하고 환경감시를 위한 비판기능을 수행하며, 정치적 및 경제적 합의를 이끌어내는 등 의사소통적 합리성이 구체화된 공개장의 역할을 담당할 필요가 있다(이진로, 2002). 즉, 지역 언론은 지역에 존립기반을 두고 지역사회의 여론을 반영해 그 지역민들을 지역사회의 주체적 공중으로 참여시키고 지역사회로 통합하면서 지역사회의 발전에 기여해야 하는 사명과 역할을 갖는다(이한웅·엄기열, 2010). 하지만 디지털 기술발전에 따른 멀티 플랫폼 환경에서 언론환경의 구조적 변화는 지역 미디어 산업을 크게 위축시킨 것은 물론 자생적 토양이 미약한 지역을 기반으로 한 언론들은 험난한 생존 경쟁을 벌인다.

지역 언론에 대한 관심은 1980년대 후반 지방분권화에 대한 논의가 활성화되면서 연구자들 사이에서 관심의 대상으로 부각됐다. 지방분권화 혹은 지방자치화를 위한 지역 언론의 역할에 대한 인식이 제고되기 시작했기 때문이다. 그 후 1990년대 지역 신문 산업의 몰락, 1990년대 중반 케이블 TV와 지역민영방송의 출범, 2000년대 초 디지털 위성방송의 도입 등 지역 언론을 둘러싼 환경이 급속하게 변화되면서 지역 언론에 대한 학문

적 관심은 더욱더 증대됐다(최현주·이강형, 2008). 특히 지난 10여 년간 지역 방송을 둘러싼 환경의 변화는 지역 방송의 위상과 존재가치를 근본적으로 흔들어왔다.

자본의 수도권 집중화와 지역 경제의 침체로 광고시장은 갈수록 위축되는 반면에 새로운 방송 미디어들이 속속 등장했다. 위성 방송, DMB, IPTV, 모바일 방송 등 새로운 미디어들의 등장으로 인한 미디어 간 경쟁의 변화는 지역 방송을 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 중앙 언론에 종속돼 운영되는 실정이다(김인경, 2012). 경제논리로만 접근한다면 지역 언론은 진작 존폐의 위기를 겪어야 했을 것이다. 지역 언론은 공공재라는 사회일반의 인식에 힘입어 오히려 안이하게 대처해온 경향이 있다. 지금보다 더 심각한 경쟁체제로 접어들기 전에 지역 언론은 현재의 상황을 점검하고 존재의 이유를 지역민들에게 알릴 필요가 있어 보인다(김연식, 2013). 물론 지역 언론은 그 지역의 여론을 선도하며 지역 발전을 견인하는 미디어로서의 역할이 매우 크다. 지역 언론은 중앙 정치와 지역 정치의 협동 또는 갈등 공간에서 이뤄지며 중앙 언론에 비해 확실히 지역민들과 밀착돼 있으므로 그에 부응하는 차별화된 역할을 요구받는다(최영재, 2013). 따라서 지역사회가 당면한 각종 정책적 이슈를 지역 언론들이 어떻게 틀을 구성하여 관리하는가 하는 점은 매우 중요한 문제라고 하겠다(고영철·최낙진, 2006).

이러한 위기의식을 반영해서인지 현재의 지역 언론의 문제점을 진단하고 극복하기 위한 방안으로 '지역성'에 대한 논의가 늘고 있다. 지역 언론과 지역성을 분리해서 논의하기 어려운 것도 지역 언론은 지역성 실현이라는 매체적 특성을 지니기 때문이다(김영수·강경수, 2014). 자본과 자원이 풍부한 중앙과 빈곤한 지방이라는 차별적 구도 속에서 지역 언론을 보호하기 위한 준거 틀로 지역성 논의가 전개돼왔다(한선·이오현, 2012). 지역성 개념이나 그 내용은 지역의 역사, 전통사상, 문화유적, 풍속과 같은 유무형의 유산이나 지역의 사회경제적 상황이나 현안, 지역의 사건사고 같은 생활환경, 지역의 발전계획이나 미래비전과 같은 지역의 이상과 미래상이 모두 지역성 요소가 될 수 있다(이근용, 2014). 이러한 지역성 요소들을 지역 언론의 편집과 편성에 반영해 지역민의 이해와 관심을 적극적으로 불러일으키자는 것이다.

이제 언론 산업의 균형발전은 우리나라의 민주주의를 지키는 절체절명의 과제로 다가왔다. 융합 미디어 시대에 지역 언론이 살아남을 수 있는 길은 지역 언론의 과감한 변신과 뼈를 깎는 혁신의 자세로 지역민들의 소중한 미디어로 살아남는 방법밖에 없다. 지역 내의 권력기관으로 자리매김하려는 권력지향주의나 생계형 토착기업으로의 지역 언론

들은 과감히 퇴출을 맞이해야 한다. 또한 국가나 지방자치단체 차원의 지원만을 바라지 말고 자구생생의 자세로 건전한 기업윤리를 도입해야 할 때이다.

3) 미디어 레퍼토리 내의 지역성 구현과 제주 지역 언론 산업

하나의 지역사회는 지리적 근접성과 지역민들의 지역에 대한 공동의식을 갖는 지역의식에 의해 유지된다. 또한 지역사회는 사회적 참여와 유대감, 정서와 같은 사회적 결속을 이뤄내는 삶의 공간일 뿐만 아니라 사회적, 정서적, 문화적 친근감을 구현하는 공동체 공간이 된다. 이러한 지역의식을 배양하고 고취시키기 위해서는 어떤 매개체가 필요한데 이는 다름 아닌 지역 언론이 담당한다고 할 수 있다. 우선 지역 언론은 거대 중앙 언론으로부터 소외받는 지역민들에게 언론의 자유와 알 권리를 누릴 수 있게 해주고, 지역민 상호 간의 정보와 의견의 교류를 통해 건설한 지역공동체를 형성케 한다(장호순, 2010). 지방분권 시대를 넘어서면서 그 지역사회가 정치 공간, 경제 공간, 문화 공간으로서 독자성을 갖추고 그 역할이 증대될 것이기 때문에 지역사회의 언론활동에 대한 기대는 필연적으로 증대될 수밖에 없다(김영호, 1995). 특히 미디어 레퍼토리 내에서의 지역 미디어 이용은 개인의 정치적 참여를 보장하고 그들의 의견과 주장을 수렴하고 그렇게 수렴된 의견과 주장을 정치에 반영하는 등 다양한 정치참여로 민주주의 역량을 가늠할 수 있는 척도가 될 수 있다. 정치참여는 직접적으로 공공정책의 입안이나 운영에 영향을 줄 수도 있고 간접적으로 정치적 선출에 영향력을 행사함으로써 정부 활동에 영향을 주는 의도된 행위로 간주된다(Verba et al., 1995). 현대 민주주의 사회의 유지와 발전을 위해 빼놓을 수 없는 중요한 사회적 수단이 된다. 제주 지역에서 투표행위에 의한 정치참여는 대통령, 국회의원, 제주특별자치도지사, 제주특별자치도의원, 제주특별자치도교육감 선거에 이른다. 그러나 이러한 민주적 시민의 양성을 위해서는 사람들의 정치적 관심과 자발적 참여를 얼마나 이끌어낼 수 있느냐에 달려있다. 그런 의미에서 지역사회 현실을 재구성하는 강력한 도구로서 역할을 하는 지역 미디어가 개인의 정치참여에 어떠한 역할을 하고 어느 정도의 영향을 주는지를 살펴보는 것은 매우 중요한 문제라고 할 수 있다.

이러한 상황을 반영하듯 지역 언론은 학술적으로나 정책적으로나 오랫동안 언론학의 주요한 연구 주제이자 연구 영역으로 자리 잡았다(임영호, 2008). 제주 지역사회를 배경으로 한 언론학 연구에서도 정보통신기술과 커뮤니케이션 환경 변화와 함께 다루는 내용, 이론적 접근, 그리고 방법론적 기법의 측면에서 변화가 있었다. 즉, 제주 지역의 언

론이나 수용자를 연구 대상으로 하는 커뮤니케이션 연구 혹은 언론학 연구의 흐름은 미디어 발전의 역사와 밀접한 관계를 맺고 있다고 할 수 있다(정용복·최낙진, 2014).

1980년대 중반 지방분권화에 대한 논의가 시작됨과 동시에 1987년 6·29 선언에 따른 언론 자율화 조치 이후 지역 언론은 양적으로 크게 성장했다. 전국적으로는 1981년 언론 통합 이후 6·29 선언까지 10개사이던 지역 일간지는 2012년 말 기준으로 102개사로 크게 늘어났다(한국언론연감, 2013). 제주 지역에서도 1945년 10월 1일 창간한 <제주일보> 외에 1989년 4월 22일 <한라일보>, 1990년 6월 2일 <제민일보>, 1999년 3월 30일 <제주매일>(주간 발행 체제에서 2004년 일간지 전환), 2010년 6월 15일 <제주도민일보>(2012년 7월 9일 종이신문 폐간 후 인터넷신문으로 전환), 2013년 11월 22일 <제주신문> 등이 잇달아 창간되면서 제주 지역 신문 산업의 경쟁구도가 심화됐다.

또한 제주 지역 인터넷신문도 2003년 7월 23일 <제주투데이> 창간을 시작으로 2004년 2월 28일 <제주의 소리>, 2004년 11월 10일 <미디어제주> 등이 잇달아 창간하는 등

표 2. 제주 지역 언론사 현황

(2015년 5월 현재)

구 분	신문사	대표자	창간일(설립일)
일간 신문 (5개사)	<제민일보>	백승훈	1990.6.2
	<제주일보>	오영수	1945.10.1
	<한라일보>	유병호	1989.4.22
	<제주매일>	장동훈	1999.3.30
	<제주신문>	부임춘	2013.7.23
주간 신문 (9개사)	<서귀포신문>	김원범	1996.1.10
	<제주여성신문>	김재국	2003.4.28
	<제주관광신문>	강 삼	2003.8.21
	<제주경제>	이문교	2004.2.16
	<제주위클리>	송정희	2008.11.20
	<제주광장>	최은하	2012.11.19
	<뉴스제주>	남우엽	2013.8.26
	<제주주간>	김대홍	2013.10.28
	<삼다신문>	김재흡	2013.12.30
방송사 (6개사)	KBS제주방송총국	김철성	1950.9.10
	MBC제주문화방송	김창옥	1968.9.14
	JIBS제주방송	김양수	2002.5.31
	KCTV제주방송	김귀진	1995.5.01
	CBS제주방송	배재우	2001.6.12
	WBC복지TV제주방송	권대정	2013.9.26

출처: 제주특별자치도 공보관실. 원저작권자의 모든 권리가 보호됨.

급속히 불어나 2013년 말 기준 41개사가 제주특별자치도에 등록돼 있다. 이 가운데 운영하지 않는 인터넷신문도 7개사가 있다(제주언론인클럽, 2014, 53쪽). 지역 방송에서도 1995년 5월 1일 KCTV제주방송 개국과 2002년 5월 31일 민영방송인 JIBS제주방송 개국 등의 영향으로 지역 언론 환경이 급격히 변화했다.

제주 지역 언론사 현황을 살펴보면 신문은 일간지 5개, 주간지 9개이다. 또한 방송국은 6개이다. <서귀포신문>을 제외한 모든 신문이 제주특별자치도청 소재지인 제주시에서 발행된다. 제주 지역 신문 시장의 가장 큰 특징은 지역 신문이 인구 규모에 비해 전국에서 가장 많다는 사실이다. 제주의 경우 인구는 전체의 1.13%에 불과한데도 지역 일간지 수는 전체의 4.1%에 달하고 있다. 이에 따라 인구 규모, 지역 내 총생산, 지역 연고 기업체 수나 광고 시장 규모 등이 한정돼 있고, 신문에 대한 수요가 점점 줄어드는 상황에서 제주 지역 신문사들은 독자 확보나 수익성 제고에 상당한 어려움을 겪는다. 이 같은 제주 지역의 언론현실을 진단한 최낙진(2014)의 연구에서는 규모의 경제를 실현하기 위해 현재의 일간 신문 5개 체제에서 2~3개로의 통합과 최소 3만 명의 유료 구독자를 확보한 신문사가 탄생돼야 한다고 보았다. 또 성공적인 광고 사례의 발굴과 함께 지역 신문발전기금과 지방자치단체의 지원 조례 등에 대한 의존도를 줄여야 한다고 제시했다.

3. 연구 문제

본 연구는 제주특별자치도라는 특정 지역의 미디어 이용자들이 어떤 미디어 레퍼토리 유형으로 분류되며, 미디어 레퍼토리 유형에 따른 지역사회자본과 사회정치참여와의 관계에 대해 실증적으로 분석하고자 한다. 구체적으로 전국 미디어(전국 TV 방송, 전국 일간지, 라디오 방송), 지역 미디어(지역 TV 방송, 지역 일간지), 개인 미디어(인터넷, 휴대폰)로 구분한 7개 미디어에 대해 제주 지역 미디어 이용자들이 어떤 미디어를 어떻게 조합하여 이용하고 있는지를 알아보기 위해 미디어 레퍼토리 유형을 분석한다. 이후 미디어 이용 변수를 기준으로 군집별로 유형화된 다중 미디어 이용자 집단이 지역사회본(지역공동체 의식, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도 신뢰)과 어떤 관계를 보이는지를 검증해 보고자 한다. 마지막으로 다중 미디어 이용자 집단별로 오프라인과 온라인에서의 정치참여와의 관계에 대해 살펴보고자 한다. 이에 다음과 같은 연구 문제를 설정했다.

- 연구 문제 1: 다중 미디어 이용에 있어서 미디어 레퍼토리 유형은 어떻게 분류되는가?

- 연구 문제 2: 미디어 레퍼토리와 지역사회자본 간에는 어떤 관계가 있는가?
- 연구 문제 3: 미디어 레퍼토리와 정치참여 간에는 어떤 관계가 있는가?

4. 연구 방법

1) 조사 대상 및 분석 방법

본 연구는 제주특별자치도에 거주하는 미디어 이용자를 대상으로 미디어 레퍼토리 유형을 분류하고, 이들 분류된 레퍼토리 집단별로 지역사회자본과 사회정치참여와의 관계에 대한 실증적 분석을 시도했다. 조사 기간은 2014년 2월 3일부터 2014년 2월 22일까지 20일간 진행됐다. 만 19세 이상 1,400명의 남녀를 대상으로 설문조사를 실시했으며, 이 중 기입을 잘못했거나 응답이 낮은 무효한 설문지 52부를 제외하고 최종적으로 1,348부를 분석대상으로 했다.

본 연구의 연구 문제 해결을 위해 앞서 제시된 방법과 절차에 따라 수집된 자료를 SPSS WIN 18.0패키지에 의해 분석했다.

2) 표본 구성

본 연구에서 인구사회학적 특성으로 성별, 연령, 최종학력, 가계소득, 출신지역을 조사했다. 조사한 내용을 정리하면 <표 3>과 같다. 구체적으로 인구사회학적 변인은 성별, 연령, 학력, 소득수준, 출신지역 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 100만 원 이하, ② 101~200만 원, ③ 201~300만 원, ④ 301~400만 원, ⑤ 401~500만 원, ⑥ 501만 원 이상으로 구분한다. 출신 지역은 ① 제주도 내, ② 제주도외지역으로 나뉘었다. 여기서 학력의 경우 일반적인 관례와 달리 '대학 재학'과 '대학 졸업'으로 나눈 것은 학생 집단과 사회인 집단 간 구분에 의미를 뒀기 때문이다.

조사 대상자의 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 조사 대상자를 구분할 수 있다.²⁾ 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 100만 원 이하가 77명(5.7%)을 차지했으며, 101~200만 원 233명(17.3%), 201~300만 원 377명(28.0%), 301~400만 원 285명(21.1%), 401~500만 원 227명(16.8%), 501만 원 이상은 149명(11.1%)이다. 출신지역으로는 제주 도내가 1,177명(87.3%), 제주 도외지역이 171명(12.7%)을 보였다.

표 3. 표본의 구성

구분		사례 수(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
	대학원 재학 이상	196	14.5
소득수준	100만 원 이하	77	5.7
	101~200만 원	233	17.3
	201~300만 원	377	28
	301~400만 원	285	21.1
	401~500만 원	227	16.8
	501만 원 이상	149	11.1
출신지역	제주 도내	1,177	87.3
	제주 도외지역	171	12.7
총계		1,348	100

2) 2014년 2월 28일 기준 제주특별자치도 인구통계조사표에 따르면 총인구수는 59만 3,806명으로 남성은 29만 7,504명(50.1%), 여성은 29만 6,302명(49.9%)이다. 연령대별 인구수는 20대가 6만 8,351명(남 3만 6,003명, 여 3만 2,348명), 30대 8만 4,793명(남 4만 3,559명, 여 4만 1,234명), 40대 10만 5,341명(남 5만 4,902명, 여 5만 439명), 50대 8만 7,872명(남 4만 4,956명, 여 4만 2,916명), 60대 이상은 10만 5,588명(남 4만 4,097명, 여 6만 1,491명)으로 나타났다.

3) 주요 개념의 조작적 정의와 측정방법

(1) 다중 미디어 이용자 집단

본 연구에서 미디어 유형은 크게 전국 미디어, 지역 미디어, 개인 미디어 등으로 구분해 ① 전국 TV 방송 ② 지역 TV 방송 ③ 라디오 방송 ④ 전국 일간지 ⑤ 지역 일간지 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 제주 지역 케이블 TV 방송 가입자 수가 2014년 4월 기준 18만 9,692명(한국케이블 TV 방송협회)에 이른 점을 고려하면 미디어 이용자들이 지상파와 케이블을 명확히 구분하기란 쉽지 않다. 반면 제주 지역 위성 방송 보급률은 2013년 11월 기준 5% 내외(방송산업 보고서)로 현저히 낮아 위성 방송을 별도로 고려할 필요는 없을 것으로 판단했다. 지역 TV 방송은 텔레비전 화면을 통한 제주MBC, KBS제주, JIBS제주방송 등의 제주 지역 지상파 TV 방송과 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 행위 관점에서 스마트폰의 주기능은 어디까지나 ‘통신’을 목적으로 하고, 특정 콘텐츠의 활용 등 다양한 기능은 부가적 기능을 의미한다. 따라서 스마트폰과 휴대폰과의 별개의 기능 구분은 이용자 입장에서 혼란을 줄 수도 있을 것이다.

다중 미디어 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 이용 시간을 말씀해주세요’라고 질문했다. 개인에 따라 미디어 이용 시간에는 분명한 차이가 존재하기 때문에 미디어 이용 시간이 많은 사람들과 미디어 이용 시간이 적은 사람들의 세부적인 미디어 이용 특성을 상호비교하기 위해서는 개인의 미디어 이용 특성을 반영한 보다 정교한 분석 기준이 필요하다(조성동·강남준, 2009). 이에 따라 미디어 이용량에 따른 미디어 레퍼토리 수용자 집단을 분류하기 위해서 강남준 등(2008)과 이찬구 등(2009), 윤해진과 문성철(2010), 이현우와 오형일(2013)에서 사용한 상대적 미디어 이용지수에 근거한 K-평균 군집분석을 이용하고자 한다. 우선 군집분석은 미디어 이용량을 기준으로 미디어 이용 행태가 유사한 사람들을 그

롭으로 유형화시키는 데 일반적으로 사용할 수 있다.

또한 상대적 미디어 이용지수는 개별 응답자의 미디어별 이용 시간을 전체 표본집단의 미디어별 이용 시간 평균으로 나눈 값인데, 이는 같은 10분의 이용 시간이라 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 비교하는 데 있어서 TV시청에 사용되는 10분과 신문 읽기에 사용되는 10분이 다르게 해석돼야 한다는 것이다. 현재 지상파 TV 시청시간과 스마트폰 이용 시간이 여타 미디어 이용량에 비해 현저히 높은 점을 감안한다면, 군집별 미디어 이용 특성을 살펴보기 위해 절대적 이용 시간량만을 근거로 군집분석을 실시했을 때 대부분의 군집에서 지상파 TV와 스마트폰이 가장 중요한 미디어로 나타나 군집 분류의 변별력이 떨어질 가능성이 있다(강남준 외, 2008; 이현우·오형일, 2013). 따라서 이 연구에서는 각 응답자들의 미디어 이용 시간을 전체 표본의 이용 시간 평균으로 나눈 ‘상대적 미디어 이용지수’를 활용해 미디어 이용자 집단을 도출하고자 했다.

(2) 지역사회자본

본 연구에서는 사회자본의 다양한 차원 분류와 관련하여 우선 지역사회의 공간적 범

표 4. 지역사회자본 조사도구의 구성

측정요인	측정항목	평균 (SD)
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. 	3.01 (.88)
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. 	2.39 (1.04)
지역사회 애착 (4문항)	<ul style="list-style-type: none"> • 내가 살고 있는 지역에 대한 강한 애착을 가지고 있다. • 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. 	3.53 (1.08)
제도 신뢰 (5문항)	<ul style="list-style-type: none"> • 신문과 방송 등 지역 언론은 신뢰할 만하다. • 광역자치단체, 동사무소 공무원들은 신뢰할 만하다. • 지역출신 국회의원은 신뢰할 만하다. • 제주특별자치도 도의원은 신뢰할 만하다. • 검찰, 경찰 등 사법기관은 신뢰할 만하다. 	2.78 (.80)

위에 초점을 두고, 지역사회를 중심으로 한 구성원과의 관계와 지역사회 활동을 중심으로 지역사회자본의 차원을 구성해 보고자 한다.

이처럼 지역사회의 사회적 관계와 주민참여에 초점을 두고 사회자본의 차원을 구분한 예로 곽현근(2007)의 변수를 고려해 일부 수정하고자 한다. 곽현근은 2000년 영국 통계청의 사회조사국이 개발한 일반가구서베이를 위한 설문조사에서 사회적 네트워크를 제외한 ‘지역에 대한 관심’, ‘시민참여’, ‘지역주민에 대한 신뢰와 상호호혜’, 그리고 ‘사회적 지지’의 4가지 차원에다가 기존의 다른 사회자본 연구의 측정도구를 참고로 하여 지역사회자본의 차원을 ‘지역공동체 의식’, ‘이웃과의 교류’, 그리고 ‘지역사회 애착’으로 분류했다. 또한 지역사회에 대한 관심과 참여, 그리고 주민 간의 관계를 넘어서서 주민의 입법, 사법, 행정, 언론에 대한 신뢰가 매우 중요하다는 판단 아래, ‘제도 신뢰’ 변수를 지역사회자본 설명변수로 포함시켰다(이건혁, 2002). 제도 신뢰는 지역사회의 대표적 기관인 지역 언론, 광역자치단체, 동사무소, 지역출신 국회의원, 제주특별자치도 도의원, 검찰, 경찰 등 사법기관에 대해 각각 얼마나 신뢰하는지에 대해 물었다. 각 설문 문항들은 ‘전혀 그렇지 않다’를 1점으로 ‘매우 그렇다’를 5점 척도로 측정했다. 지역공동체 의식에 대한 평균값은 3.01($SD = .88$)이었으며, 이들 측정항목들의 신뢰도는 .87이었다. 이웃과의 교류의 평균값은 2.39($SD = 1.04$)이었으며, 신뢰도는 .93이었다. 지역사회 애착의 평균값은 3.53($SD = 1.08$)이었으며, 신뢰도는 .84이었다. 제도 신뢰의 평균값은 2.78($SD = .80$)이었으며, 신뢰도는 .82였다.

(3) 정치참여

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. 이들 설문문항들은 ‘전혀 그렇지 않다’를 1점으로

표 5. 정치참여 조사도구의 구성

측정요인	측정항목	평균 (SD)
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. 	2.18 (.89)
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. 	1.91 (1.00)

‘매우 그렇다’를 5점 척도로 측정했다. 오프라인 정치참여의 평균값은 2.18 ($SD = .89$)이었으며, 이들 측정항목들의 신뢰도는 .80이었다. 온라인 정치참여의 평균값은 1.91 ($SD = 1.00$)이었으며, 신뢰도는 .88로 매우 유효한 수준이었다.

5. 연구 결과

1) 측정 척도의 기술 통계

〈표 6〉에서와 같이 미디어별 하루 평균 이용 시간은 휴대폰이 133.07분으로 가장 많았고, 다음으로 전국 TV 방송 110.28분, 인터넷 90.42분, 라디오 방송 33.46분, 지역 TV 방송 30.73분으로 나타났다. 반면에 전국 일간지 10.98분, 지역 일간지 9.42분으로 다른 미디어에 비해 신문을 읽는 시간이 크게 적은 것으로 나타났다.

표 6. 측정척도의 기술 통계

측정 척도		평균(분)	표준편차(SD)
미디어 이용 시간	전국 TV 방송	110.28	98.04
	지역 TV 방송	30.73	44.84
	라디오 방송	33.46	83.70
	전국 일간지	10.98	22.56
	지역 일간지	9.42	21.80
	인터넷	90.42	100.91
	휴대폰	133.07	166.98

2) 연구 문제 1: 미디어 레퍼토리의 유형 분류

미디어 레퍼토리 유형 추출을 위해 비계층적 군집화인 K-평균법(K-means)³⁾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 1,348명에 달하기 때문에 K-평균법을 사용했으며 상대적 미디어 이용지수를 활용했다.

7개의 모든 미디어 이용지수에 대한 군집분석을 실시해 6개의 세부 집단으로 분류할 수

표 7. 최종군집중심별 상대적 이용지수

요인명	군집 분류						F값	유의확률
	군집1 n = 235	군집2 n = 19	군집3 n = 150	군집4 n = 825	군집5 n = 71	군집6 n = 48		
전국 TV 방송 이용지수	1.09	1.02	1.11	.89	1.79	.96	15.48	.000
지역 TV 방송 이용지수	1.31	2.41	.68	.56	5.27	1.16	307.23	.000
라디오 방송 이용지수	.97	.93	.32	.54	.62	11.81	614.90	.000
전국 일간지 이용지수	4.04	4.12	.14	.29	.24	.85	283.17	.000
지역 일간지 이용지수	3.40	13.58	.07	.25	.38	.97	596.82	.000
인터넷 이용지수	1.06	1.09	2.20	.78	.97	.69	49.54	.000
휴대폰 이용지수	.70	.56	3.53	.63	1.33	.58	295.51	.000
	신문 중심	지역 일간지 중심	휴대폰- 인터넷 중심	다매체 활용	지역 TV 방송 중심	라디오 방송 중심		

있었다. 6개의 세부 집단은 ‘신문 중심’, ‘지역 일간지 중심’, ‘휴대폰-인터넷 중심’, ‘다매체 활용’, ‘지역 TV 방송 중심’, ‘라디오 방송 중심’으로 명명했다. 그 결과는 <표 7>에서 제시된 바와 같다.

군집 1은 235명으로 구성돼 있으며, 전국 일간지 이용지수가 4.04로 중심 값이 가장 높게 나타났고 그다음으로는 지역 일간지 이용지수가 3.40으로 높게 나타났다. 즉, 신문 매체 이용 시간이 지배적이고 여타 다른 매체의 이용률이 높지 않았다. 따라서 군집 1의 형태는 ‘신문 중심’ 집단이라고 말할 수 있다. 군집 2는 가장 적은 19명으로 구성됐으며, 지역 일간지 이용지수가 13.58로 다른 매체 이용과 비교했을 때 월등히 높았다. 따라서 ‘지역 일간지 중심’ 집단이라고 할 수 있다. 군집 3은 150명으로 구성됐으며 휴대폰 이용지수가 3.53으로 나타났고, 다음으로 인터넷 이용지수가 2.20의 값을 보인다. 인터넷과 휴대폰 이용지수가 다른 군집보다 2배 이상 많았다. 즉, 군집 3의 형태는 ‘휴대폰-인터넷 중심’ 집단이라고 할 수 있다. 군집 4의 경우는 가장 많은 825명으로 구성됐으며, 군집의

3) K-평균법에서 K는 군집의 수를 의미한다. 이 방법은 대체로 다음과 같은 식으로 군집화가 진행된다. 먼저, 한 군집 씨앗(cluster seed)이 선택되고 사전에 명시된 한정 거리(threshold distance) 이내에 있는 대상들이 그 군집씨앗을 중심으로 군집화된다. 다음으로 또 다른 군집 씨앗이 정해지고 같은 방식으로 군집화가 진행된다. 그런데 어떤 대상이 사전에 한 군집에 속해졌더라도 새로운 군집 씨앗에 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).

수를 달리하여 분석했을 때도 다른 집단에 비해 많은 케이스가 밀집해있었다. 대체로 평균보다 낮은 값들을 보이는 가운데 전국 TV 방송 이용지수, 인터넷 이용지수, 휴대폰 이용지수, 지역 TV 방송 이용지수, 라디오 방송 이용지수 등이 비슷한 값을 보인다. 따라서 7개의 모든 미디어에서 특정 매체의 이용지수가 눈에 띄게 높지 않아 '다매체 활용' 집단으로 분류할 수 있다. 군집 5의 경우는 71명으로 구성됐으며, 지역 TV 방송 이용지수가 5.27로 다른 미디어 이용지수에 비해 높은 값을 보였다. 즉, '지역 TV 방송 중심' 집단으로 볼 수 있다. 마지막으로 군집 6은 48명으로 구성됐으며, 라디오 방송 이용지수가 11.81로 월등히 높은 값을 보여, '라디오 방송 중심' 집단으로 분류할 수 있다.

3) 연구 문제 2: 미디어 레퍼토리 and 지역사회자본과의 관계

미디어 이용 변수를 기준으로 군집별로 유형화된 다중 미디어 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, 제도 신뢰 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($F=6.09, p<.05$), 제도 신뢰($F=7.60, p<.05$)에서 모두 유의미한 차이를 보인 것으로 나타났다. 지역사회자본의 세부 요인의 상당 부분이 다중 미디어 이용 군집에 의해 설명되며, 다중 미디어 이용 군집별 지역사회자본 변수는 이웃과의 교류, 지역공동체 의식, 제도 신뢰, 지역사회 애착 순으로 설명력을 보였다. 즉, 각 종속변수에 대한 독립변수의 설명력을 나타내는 η^2 에 의하면 이웃과의 교류는 총 변화량의 8%, 지역공동체 의식은 6%, 제도 신뢰는 3%, 지역사회 애착은 2% 정도가 다중 미디어 이용 군집에 의해 설명되며, 독립변수에 의해 가장 많이 설명되는 지역사회자본은 이웃과의 교류로, 종속변수들 중 이웃과의 교류가 다중 미디어 이용 집단별 특성에 가장 많은 영향을 미친다고 할 수 있다.

첫째, 지역공동체 의식에 대한 다중 미디어 이용 군집별 차이를 살펴보면, 지역 일간지 중심(3.41)에서 지역공동체 의식이 가장 큰 관계를 보였고 휴대폰-인터넷 중심(2.57)에서 가장 낮은 값을 보였다. 즉, 지역 일간지를 이용하는 집단에서 지역공동체 의식이 가장 높았으며, 휴대폰-인터넷 중심 집단은 오히려 지역공동체 의식과는 가장 낮은 관계를 보였다. 이러한 결과를 기준으로 각 다중 미디어 이용 군집별로 비교확인하기 위해

표 8. 다중 미디어 이용 군집별 지역사회자본과의 관계

종속변인	독립변인	Wilks의 람다	자유도	F	에타제곱(η^2)
지역공동체 의식	다중 미디어 이용 군집	.85 ($p < .001$)	30	15.66*	.06
이웃과의 교류			30	24.00*	.08
지역사회 애착			30	6.09*	.02
제도 신뢰			30	7.60*	.03

* $p < .05$

표 9. 다중 미디어 이용 군집별 지역사회자본과의 관계

(괄호 안: 표준편차)

구분	신문 중심(a)	지역 일간지 중심(b)	휴대폰-인터넷 중심(c)	다매체 활용(d)	지역 TV 방송 중심(e)	라디오 방송 중심(f)
지역공동체 의식	3.33(0.87)	3.41(1.14)	2.57(0.86)	3.00(0.84)	2.93(0.95)	3.02(0.86)
이웃과의 교류	2.83(1.03)	3.03(1.37)	1.83(0.87)	2.32(1.00)	2.53(1.12)	2.92(0.95)
지역사회 애착	3.73(0.87)	3.88(1.29)	3.15(1.09)	3.55(1.11)	3.40(1.07)	3.52(1.13)
제도 신뢰	2.97(0.76)	3.06(0.92)	2.47(0.75)	2.78(0.81)	2.83(0.83)	2.84(0.70)

주: 사후검정 결과

- 지역공동체 의식: a, b > c
- 이웃과의 교류: b > d > c
- 지역사회애착: b > c
- 제도 신뢰: a, b > c

Scheffe(C) 사후검정으로 구체적인 평균차이를 확인했다. 신문 중심 집단과 지역 일간지 중심 집단이 휴대폰-인터넷 중심 집단 보다 유의미하게 높은 것으로 나타났다.

둘째, 이웃과의 교류에서는 전반적으로 낮은 값들을 보이는 가운데 지역 일간지 중심(3.03)에서 가장 높은 값을 보였고, 휴대폰-인터넷 중심(1.82)에서 가장 낮은 값을 보였다. Scheffe(C) 사후검정으로 구체적인 평균차이를 확인해 보면 지역 일간지 중심 집단, 다매체 활용 집단, 휴대폰-인터넷 중심 집단 순으로 이웃과의 교류에 대한 응답 평균이 높은 것으로 나타났다.

셋째, 지역사회 애착에서는 전반적으로 높은 값들을 보이는 가운데, 지역 일간지 중심(3.88)에서 가장 높은 값을 보였고, 휴대폰-인터넷 중심(3.14)에서 비교적 낮은 값을 나타냈다. Scheffe(C) 사후검정으로 구체적인 평균차이를 확인해 보면 지역 일간지 중심 집단이 휴대폰-인터넷 중심 집단보다 유의미하게 높은 것으로 나타났다.

마지막으로, 제도 신뢰에서는 지역 일간지 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 중심 집단과 지역 일간지 중심 집단은 휴대폰-인터넷 중심 집단보다 유의미하게 높은 것으로 나타났다.

4) 연구 문제 3: 미디어 레퍼토리외와 정치참여와의 관계

다중 미디어 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 다중 미디어 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 다중 미디어 이용 군집에 의해 설명된다.

첫째, 오프라인 정치참여에 대한 다중 미디어 이용 군집별 차이를 살펴보면, 라디오 방송 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 높았으며 휴대폰-인터넷을 주로 이용하는 집단은 오히려 오프라인 정치참여와는 가장 낮은 관계를 보였다. 이러한 결과를 기준으로 각 다중 미디어 이용 군집별로 비교하기 위해 Scheffe(C) 사후검정으로 구체적인 평균차이를 확인했다. 라디오 방송 중심 집단이 휴대폰-인터넷 중심 집단과 지역 TV 방송 집단보다 오프라인 정치참여의 평균값이 높은 것으로 나타났다.

둘째, 온라인을 통한 정치참여는 오프라인 정치참여보다 평균적으로 작은 값을 보이며 통계적으로 유의미하지는 않았다. 휴대폰-인터넷 중심(2.00)에서 가장 높은 값을 보

표 10. 다중 미디어 이용 군집별 정치참여와의 관계

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

* $p < .05$

표 11. 다중 미디어 이용 군집별 정치참여와의 관계

(괄호 안: 표준편차)

구분	신문 중심(a)	지역 일간지 중심(b)	휴대폰-인터넷 중심(c)	다매체 활용(d)	지역 TV 방송 중심(e)	라디오 방송 중심(f)
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)

주: 사후검정 결과 = 오프라인 정치참여: $f > c, e$

였고 지역 TV 방송 중심(1.67)에서 가장 낮은 값을 보였으나, 유의미하지 않았다. 이는 아직까지도 인터넷이나 스마트폰을 통한 정치참여 수준은 미미하다는 풀이가 가능하다.

6. 요약 및 결론

본 연구는 특정한 지역인 제주특별자치도를 연구범위로 하여 미디어 레퍼토리 유형을 분류해 보고, 레퍼토리 유형에 따른 지역사회자본과 사회정치참여 간에 관계를 실증적으로 분석했다.

크게 세 개의 연구 문제를 가지고 접근했는데 각 결과를 살펴보면 다음과 같다. 우선 연구 문제 해결에 앞서 제주 지역 미디어 이용자들의 매체별 이용 시간 차이를 알아보기 위해 전국 미디어(전국 TV 방송, 전국 일간지, 라디오 방송), 지역 미디어(지역 TV 방송, 지역 일간지), 개인 미디어(인터넷, 휴대폰) 등 7개 미디어에 대해 하루 평균 이용 시간을 조사했다. 그 결과, 휴대폰 133.07분, 전국 TV 방송 110.28분, 인터넷 90.42분, 라디오 방송 33.46분, 지역 TV 방송 30.73분, 전국 일간지 10.98분, 지역 일간지는 9.42분으로 나타났다. 제주 지역 미디어 이용자들은 휴대폰과 전국 TV 방송을 가장 많이 이용하고, 전국 일간지와 지역 일간지를 가장 적게 이용했다.

연구 문제 1의 미디어 레퍼토리 유형 추출을 위해 비계층적 군집화인 K-평균법을 사용한 결과, 군집의 분포 정도와 최종 군집중심을 기준으로 6개의 군집수를 정할 수 있었다. 군집 1은 '신문 중심'으로 명명했는데 이들은 전국 일간지와 지역 일간지를 많이 이용했다. 인구사회학적 측면에서는 남성, 중장년층, 고졸과 대졸 학력, 월평균 201~300만 원 소득, 도내 출신 비율이 높은 것으로 확인됐다. 군집 2는 '지역 일간지 중심'으로 명칭을 부여했는데 이들은 지역 일간지를 월등히 많이 이용하는 것으로 나타났다. 인구사회학적 측면에서는 남성, 노년층, 대졸, 월평균 201~300만 원 소득, 도내 출신 비중이 크게 나타났다.

군집 3은 '휴대폰-인터넷 중심'으로 명명했는데, 이들은 휴대폰과 인터넷을 전체 집단에 비해 2배 이상 많이 활용했다. 인구사회학적 측면에서는 젊은층, 대재와 대졸 집단, 월평균 201~300만 원 소득, 도내 출신 비율이 높았다. 군집 4는 '다매체 활용'으로 명명했는데 이들은 모든 미디어 이용에 있어서 전반적으로 저조한 가운데 다양한 미디어를 골고루 이용했다. 여성, 젊은층, 고학력층의 인구사회학적 특징이 나타났다.

군집 5는 '지역 TV 방송 중심'이라는 명칭을 부여했는데 이들은 지역 TV 방송을 월등

하게 많이 이용했다. 인구사회학적으로는 젊은 층과 노년층, 고졸과 대졸 집단, 월평균 201~300만 원 소득으로 특징지어졌다. 군집 6은 ‘라디오 방송 중심’이라는 명칭으로 정의했는데 이들은 라디오 방송을 전체집단에 비해 월등하게 많이 이용하는 것으로 나타났다. 이 집단은 남성, 중장년층, 고졸 학력, 101~200만 원 소득 등의 특성을 가졌다.

결과적으로 6개의 세부 집단은 ‘신문 중심’, ‘지역 일간지 중심’, ‘휴대폰-인터넷 중심’, ‘다매체 활용’, ‘지역 TV 방송 중심’, ‘라디오 방송 중심’ 등으로 구분됐다. 제주특별자치도라는 한정된 지역을 연구 대상으로 한 결과, 서울 중심이나 전국 단위의 미디어 레퍼토리에서 도출되지 않았던 ‘지역 일간지 중심’ 집단과 ‘지역 TV 방송 중심’ 집단을 새로이 도출할 수 있었다.

기존 미디어 레퍼토리 선행 연구에서는 대부분 TV, 라디오, PC, 휴대전화 등으로 수용자 집단을 분류하는 등 지역 내의 신문이나 방송 등 지역 언론이 배제됐었다. 물론 선행 연구의 연구 배경이 서울 등 수도권을 대상으로 이뤄지기 때문이기도 하다. 하지만 본 연구에서는 제주특별자치도라는 지역사회를 대상으로 한 만큼 지역 TV 방송, 지역 일간지 이용을 미디어 레퍼토리에 포함한 결과 다중 미디어 이용자 집단에서 지역 일간지 중심과 지역 TV 방송 중심 집단을 새로이 도출할 수 있었다. 일부 지역 미디어 이용연구에서는 여전히 지역 단위에서 지역 언론이 전국언론과 차별화되지 않은 현상으로 인해 탈지역적 미디어 이용 행태를 보여준다. 하지만 제주 지역에서는 전국 미디어와는 별도로 지역 일간지나 지역 TV 방송 등을 차별적으로 이용함으로써 지역민들이 지역 언론으로부터 충분한 정보를 제공받아 지역문제에 관심을 갖고 적극 참여한다는 해석이 가능하다.

이와 같은 필연적인 지역 언론의 존재가치는 특히 지역문제를 바로 볼 수 있게 하고 더 나아가 지역민의 합의와 상생의 정신을 통한 지역사회 공동체를 만드는 데 크게 기여할 수 있다. 따라서 지역을 대상으로 하는 미디어 연구에서는 전국 미디어와 지역 미디어를 동시에 경험하는 지역 미디어 이용자 중심의 시각에서 살펴볼 필요가 있다. 지역사회 내의 새로운 미디어 이용 유형 집단의 도출을 통해 기존의 미디어 레퍼토리 연구에서 보다 범위를 확장한 것과 지역 언론의 중요성을 다시 발견했다는 점에서 중요한 시사점을 제공하며 이러한 다중 미디어 이용 유형 분석은 지역에서의 미디어 이용 패턴을 조망할 수 있게 해준다는 점에서 의의를 찾을 수 있다.

연구 문제 2는 다중 미디어 이용자 집단별로 지역사회자본과 어떠한 관계에 놓여있는지를 알아보았다. 지역사회자본의 세부변인인 지역공동체 의식, 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도 신뢰에서 모두 유의미한 차이를 보였다. 즉, 지역사회자본의 세부 요인

의 상당 부분이 다중 미디어 이용 군집에 의해 설명됐다. 지역공동체 의식과 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도 신뢰에서 공통적으로 지역 일간지 중심 집단이 가장 큰 관계를 보인 반면, 휴대폰-인터넷 중심에서 가장 낮은 값을 보였다. 즉, 지역 일간지를 많이 이용하는 집단일수록 지역공동체 의식과 이웃과의 교류, 지역사회 애착, 제도 신뢰에서 가장 높은 값을 보였으며, 휴대폰-인터넷 중심 집단은 이러한 지역사회자본과는 거의 영향이 없는 것으로 나타났다. 즉, 지역사회자본을 증가하려면 지역 일간지의 역할이 매우 크다는 방증이기도 하다.

이러한 결과를 바탕으로 지역민의 지역사회에 대한 소속감이나 지역사회와의 관계를 고양하기 위해서는 다양한 지역 미디어를 접할 기회를 확대하는 것이 필요하다. 현실적 방안으로 다양한 지역공동체 공간을 통해 지역민들에게 지역 일간지 등을 무료로 제공함으로써 지역민들의 사회적 연계와 신뢰를 높이고 궁극적으로 지역 정체성을 고양할 수 있는 효과를 기대할 수 있다. 지역 언론이 지역공동체로서 기능하고 이를 통한 지역민들의 참여가 늘어날 경우, 지역민들의 사회자본 확대 및 지역정체성 강화에 일정 부분 기여할 수 있다.

또한 지역 일간지 중심 집단이 다른 다중 미디어 이용 군집보다 지역사회자본에 가장 큰 영향을 미치고 있다는 점이다. 지역 신문은 지역사회에 대한 애착심 또는 애향심을 높일 수 있도록 지역사회에 대한 통합기능을 하며 지역민들이 지역사회 문제에 대해 관심을 갖고 적극적으로 참여할 수 있는 정보제공의 기능을 한다. 이러한 지역 언론의 기능과 역할을 상징해 볼 때 지역현안이나 논쟁 문제에 대해 지역 언론이 어떠한 보도를 하며, 어떻게 도민적 합의를 이끌어내고, 어떠한 이슈에 대해 가장 많은 주목을 했느냐 하는 점은 주요한 관심사가 될 수 있다.

이와 함께 지역 언론의 보도성향은 전개과정에 중요한 영향을 미치기 때문에 지역의 주요 정책 이슈에 대한 언론보도 자세는 매우 중요하다. 이러한 지역 신문의 제 기능을 생각해 보면 지역사회자본의 강화를 위해서는 지역 신문 발전을 위한 국가나 지방자치단체의 적극적인 지원이 필요하며, 지역 신문 차원에서는 이러한 사회적 기능 강화를 위해 지역민들의 신뢰감을 확보함과 동시에 지역민들이 원하는 콘텐츠 및 장르 개발에도 관심을 가져야 함을 시사한다.

연구 문제 3의 해결을 위해 다중 미디어 이용자 집단별 오프라인·온라인 정치참여와의 관계를 알아보았다. 오프라인 정치참여에서는 다중 미디어 이용 군집별로 유의미한 차이를 보였으나, 온라인 정치참여에서는 통계적으로 유의적인 차이가 없는 것으로 나타났다. 즉, 미디어를 어떻게 조합하여 이용하느냐에 따라 오프라인 정치참여에는 영향

을 미치고 있었으나 온라인 정치참여에는 영향이 없었다고 해석할 수 있다. 라디오 방송을 주로 이용하는 집단에서 오프라인 정치참여가 가장 높았으며, 휴대폰-인터넷을 주로 이용하는 집단은 오프라인 정치참여와는 가장 낮은 관계를 보였다. 반면에 온라인을 통한 정치참여는 오프라인 정치참여보다 평균적으로 작은 값을 보이면서 통계적으로 유의하지 않았다. 이는 아직까지도 지역단위에서 인터넷이나 스마트폰을 통한 정치참여 수준은 미미하다는 풀이가 가능하다. 특히 개별 미디어 이용에 있어서 지역 TV 방송과 지역 일간지 이용은 지역민들의 온·오프라인 정치참여에 어떠한 영향도 미치지 못했다. 이는 지역 언론들의 정치관련 보도나 정보가 부족하고 미디어 이용자 또한 지역 언론을 정치관련 정보를 제공받기 위해 이용하는 것은 아니라는 해석이 가능하다.

현대 사회에서 지역 언론은 이러한 정치과정에 대한 지식과 정보를 지역민에게 제공하고 의사를 표현하는 데 있어 가장 핵심적인 공간으로서 중요한 통로 역할을 한다. 특히 대다수의 지역민들이 지역 내에서의 정치과정에 직접 참여하는 것은 아닌 만큼 정치적 현실을 인지하거나 지역 정치집단과 공중 간에 커뮤니케이션을 하는 데 있어서 지역 언론에 대한 의존도는 커질 수밖에 없다.

이와 관련, 제주 지역 일간신문의 기능 및 역할에 대해 연구한 고영철(2003)은 지역문제와 직접 관련이 있는 지역 신문 기사들은 열독률이 높은 반면, 국내정치 기사들의 경우 평균 이하로 열독률이 낮았다고 분석했다. 제주TV 방송 뉴스를 연구한 이지현과 고영철(2008)은 가장 많이 등장하는 지역 방송뉴스는 행정/지자체 뉴스가 20.4%, 경제/산업 12.9%, 범죄/사고 12.6%에 이어 정치/선거 보도는 11.2%에 그친다고 밝혔다. 김광우와 백선기(2009)는 제주 지역 텔레비전 선거보도의 특성을 정치적 중립성에 대한 강조와 더불어 밀접하고 복잡한 커뮤니티에 따른 인적 네트워크 구조에 따라 미디어 보도가 지역성을 약화시키고 투표참여를 유도하지 못한다고 분석했다.

오늘날 지역선거에 있어서 지역 언론의 보도는 매우 중요한 요인으로 인식된다. 이는 지역 언론이 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 선행 연구에 따르면 지역 언론이 지역민들의 정치에 대한 관심과 흥미를 불러일으키는 기사량이 부족하고, 열독률마저 크게 낮아 지역민들의 정치참여를 독려하지 못하고 있다는 것이다. 지역 언론이 지역사회를 참여형 공동체로 만들어가는 데 기여하기 위해서는 정치적 공동체로서의 지역사회의 성격이 신문 지면이나 방송 프로그램을 통해 반영돼야 한다. 정치활동에 대한 감시와 견제

는 물론이고, 지역민이 적극적으로 정치적 과정에 참여하고 정치성과를 평가하고 논의하는 데 도움과 자극을 주는 정보와 의제를 제공하는 것이 지역 언론의 중요한 임무이다. 이러한 연구 결과가 한국 전체의 일반적인 정치참여 현상으로 확대하기는 힘들 것이나 제주 지역 구성원들의 복잡하고 협소한 사회적 네트워크에 기반을 둔 제주 지역 소규모 커뮤니티의 특성이라 할 수 있다.

본 연구는 한계점을 갖는데 우선, 미디어 레퍼토리 유형의 도출을 위해 설문조사 자료에 의존하여 미디어별 이용 시간을 평일과 주말의 구분 없이 하루 평균 이용 시간을 측정했다. 하지만 설문조사가 갖는 응답자의 기억에 근거한 결과만으로는 대표성을 확보하는 데 한계가 있다. 또한 본 연구에서는 미디어 레퍼토리를 분류하기 위해 전국 TV 방송, 라디오 방송, 전국 일간지, 인터넷, 휴대폰 외에 지역 미디어인 지역 TV 방송과 지역 일간지 등 7개 미디어만을 연구 대상으로 했다. 이외에도 지역 내에서는 라디오 방송의 로컬 프로그램과 인터넷신문 등 다양한 지역 기반 미디어가 포함되어야 하는데 이를 적절히 반영하지 못했다. 향후 연구에서는 전국 미디어와 지역 미디어를 더욱 세분화하여 분석하는 것도 의미가 있을 것이다. 끝으로 본 연구는 공간적 범위로서 제주 지역 미디어 이용자들을 대상으로 연구를 진행했다. 지역사회를 연구하는 것은 그 규모나 구조적 차원에서 범위가 좁고 경험적으로 접근하기 쉬워 보다 넓은 범위의 복잡한 사회현상을 이해하기 위한 탐사 및 연구의 기초로서 가치를 갖기도 한다. 하지만 한정된 지역사회를 대상으로 한 공간적 범위는 어쩔 수 없이 외적 타당성의 한계를 지닌다. 즉, 연구 결과와 시사점을 전국단위로 일반화하기에는 어려움이 있다. 이러한 제한점에도 제주특별자치도라는 특정 지역의 미디어 레퍼토리를 유형화하고, 레퍼토리 집단별로 지역사회자본과 사회정치참여 간의 관계에 대한 실증적 분석을 통해 지역민과 지역 언론과의 상호 관계성을 밝혀내고, 지역 언론의 역할과 중요성을 다각적으로 분석했다는 점에서 연구의 의의를 찾을 수 있겠다.

■ 참고문헌

- 강남준·김은미 (2010). 다중 미디어 이용의 측정과 개념화: 오디언스를 향한 새로운 시선. <언론정보연구>, 47권 2호, 5-39.
- 강남준·이종영·이혜미 (2008). 군집분석 방법을 사용한 미디어 레퍼토리 유형 분석. <한국방송학보>, 22권 2호, 7-45.
- 강진숙·김지연 (2013). SNS 이용자의 정치참여에 대한 현상학적 연구: 10·26 서울시장 보궐

- 선거를 중심으로. <한국언론정보학보>, 62권, 179-199.
- 고영철 (2003). 한국 지방일간지의 기능 및 역할 가정에 대한 인식 비교. <한국언론학보>, 47권 6호, 165-193.
- 고영철·최낙진 (2006). 제주 지역 신문뉴스의 다양성에 관한 탐색적 연구: '국제자유도시와 평화의 섬' 관련기사를 중심으로. <언론과학연구>, 6권 2호, 5-38.
- 고재환 (2002). <제주속담사전>. 서울: 민속원.
- 곽정래·박승관 (2006). 새터민의 매스미디어 이용과 사회적응: 신뢰, 네트워크, 그리고 사회정치참여를 중심으로. <한국언론학보>, 50권 6호, 415-439.
- 곽현근 (2007). 개인수준의 지역사회 사회적 자본이 투표참여에 미치는 영향에 관한 연구: 2006년 지방선거·2004년 총선·2002년 대선의 비교를 중심으로. <한국지방자치학회보>, 19권 3호, 5-30.
- 구교태 (2014). 정치효능감 유형이 미디어 이용과 투표의도에 미치는 영향에 관한 연구: 대학생 설문조사를 중심으로. <정치커뮤니케이션 연구>, 통권 33호, 5-25.
- 김광우·백선기 (2009). 텔레비전 선거보도와 지역정치의 맥락적 함의: 제주 지역의 제 18대 총선 보도 경향과 의미구조. <정치커뮤니케이션 연구>, 통권 15호, 5-56.
- 김동윤·이강형 (2012). 미디어와 사회자본의 관계: 미디어 이용량과 이용 패턴에 따른 영향력 차이를 중심으로. <언론과학연구>, 12권 2호, 78-112.
- 김봉섭 (2010). 블로그 이용에 따른 사회적 연결망 유형과 사회자본 효과 연구. <언론과학연구>, 10권 2호, 73-104.
- 김석우 (2010). <사회과학 연구를 위한 SPSS AMOS 활용의 실제>. 서울: 학지사.
- 김연식 (2013). 전문직주의의 관점에서 본 지역 방송 보도의 과제. <충남대 사회과학연구>, 24권 2호, 89-111.
- 김영수·강경수 (2014). AHP를 이용한 지역 언론인들의 지역성 평가요인의 우선순위 분석: 지역 신문 기자들의 인식을 중심으로. <한국언론학보>, 58권 1호, 331-355.
- 김영호 (1995). 지방화 시대의 지역 언론. <한국언론정보학보>, 6권, 65-89.
- 김은미·심미선·김반야 (2012). 능동적 미디어 이용 개념에 대한 재탐색. <한국방송학보>, 26권 6호, 46-87.
- 김은미·이종혁 (2010). 대인커뮤니케이션 유형별 대중매체 이용이 사회자본에 미치는 영향 비교: 대인커뮤니케이션을 조절변인으로. <한국언론학보>, 54권 6호, 5-27.
- 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). 지역 방송사 종사자의 직업만족도 요인이 조직 전념에 미치는 영향. <미디어와 교육>, 2권 1호, 37-64.
- 김호정·허 전 (2013). <SPSS 21.0 통계분석 및 해설>. 서울: 탐북스.

- 나은경 (2009). <다중매체 시대 미디어 이용 패턴의 변화와 이용 내용상의 질적 다양성 탐구> (연구서 2009-10). 서울: 한국언론재단.
- 류태건 (2010). 정치효능감·정치신뢰·정치참여의 현실. <지방정부연구>, 14권 2호, 243-267.
- 민영·주익현 (2007). 사회자본의 민주주의 효과: 미디어 이용과 사회자본이 정치적 관심과 신뢰 및 참여에 미치는 영향. <한국언론학보>, 51권 6호, 190-217.
- 박상호 (2009). 포털뉴스 이용동기가 인터넷 자기효능감, 정치적 신뢰, 정치냉소주의와 정치참여에 미치는 영향에 관한 연구. <한국언론학보>, 53권 5호, 153-175.
- 박진영·강태영 (2011). 미디어 레퍼토리 유형에 따른 사회참여와 인적교류에 관한 연구. <사이버커뮤니케이션학보>, 28권 1호, 5-51.
- 방송통신위원회·한국인터넷진흥원 (2011). <2011년 스마트 미디어 이용실태 조사>. 서울: 방송통신위원회·한국인터넷진흥원.
- 송종길·박상호 (2006). 정치관여도, 미디어 중요성, 정치냉소주의와 정치효능감이 정치결정과정에서 미치는 영향에 관한 연구. <한국방송학보>, 20권 3호, 166-197.
- 신행철 (2004). <제주 사회와 제주인>. 제주: 제주대학교 출판부.
- 심미선 (2007). 다매체 시대 미디어 레퍼토리 유형에 관한 연구. <한국방송학보>, 21권 2호, 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: 주관적 규범과 동류집단압력을 중심으로. <커뮤니케이션 이론>, 8권 3호, 6-52.
- 심홍진·황유선 (2010). 마이크로블로그 서비스와 사회자본: 트위터 초기사용자 집단을 중심으로. <한국언론학보>, 54권 5호, 327-347.
- 유선영·김영주·박주연·이강형 (2006). <2006 국민의 뉴스소비>(연구서 06-14). 서울: 한국언론재단.
- 유선영·나은경·이강형 (2007). <2007 국민의 선택: 제 17대 대통령선거와 미디어이용, 패널 연구>(연구서 07-11). 서울: 한국언론재단.
- 윤해진·문성철 (2010). 미디어 레퍼토리 유형에 따른 콘텐츠 소비: 지상파 장르선호도를 중심으로. <한국방송학보>, 24권 5호, 325-369.
- 이건혁 (2002). 미디어 프레임이 부정 감정, 정치 냉소, 그리고 정치 효능성에 미치는 영향. <한국언론학보>, 46권 3호, 252-288.
- 이근용 (2014). 행위자 네트워크 이론으로 본 지역성과 지역 방송의 역할. <언론학연구>, 18권 1호, 135-164.
- 이동희·황성욱 (2013). 정치 팟캐스트 콘텐츠 <나는 꼼수다>의 이용동기와 온·오프라인 정치 참여: 서울 지역 2040세대 이용자 서베이를 중심으로. <미디어, 젠더&문화>, 26권, 141-175.
- 이미영·김담희·김성태 (2010). 청소년 미디어 레퍼토리에 관한 연구. <한국언론학보>, 54권

- 1호, 82-106.
- 이영원 (2013). 지역 정체성과 사회자본 구성에 대한 탐색적 연구: 대중매체와 SNS 이용 및 대인 커뮤니케이션을 중심으로. <한국언론학보>, 57권 6호, 636-662.
- 이정기·금현수 (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: 대중 매체 이용이 신뢰, 사회 연계망 활동 및 사회정치적 참여에 미치는 영향. <한국언론학보>, 49권 3호, 234-261.
- 이준웅·김은미·심미선 (2007). <매체융합시대의 이용자 복지 개념의 확장을 위한 매체 이용 조사>(조사분석 07-23). 서울: 방송위원회.
- 이지현·고영철 (2008). 제주 지역 TV 방송 뉴스의 다양성에 관한 연구. <언론과학연구>, 8권 4호, 514-556.
- 이진로 (2002). 한국 지역 신문 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.
- 이창호·정낙원 (2014). 소셜미디어 이용정도 및 이용동기가 사회자본에 미치는 영향: 개방형/폐쇄형 소셜미디어 비교. <한국언론정보학보>, 65권, 5-26.
- 이창훈·김정기 (2013). 다중 미디어 이용자의 이용특성과 사회적, 개인적 효과에 관한 연구. <한국언론학보>, 57권 3호, 347-380.
- 이학식·임지훈 (2012). <SPSS 18.0 매뉴얼>. 서울: 집현재.
- 이한웅·엄기열 (2010). 지역 언론의 지역주의적 보도성향에 관한 기존연구에 대한 비판적 분석. <언론과학연구>, 10권 2호, 470-501.
- 이현우·오형일 (2013). 지상파 콘텐츠 시청서비스 조합유형 분석: 2단계 군집분석을 통한 시청서비스 조합 패턴. <한국방송학보>, 27권 4호, 251-293.
- 이혜인·배 영 (2011). 스마트폰 이용과 사회자본: 스마트폰 이용동기와 이용정도가 사회자본 구성요소에 미치는 영향을 중심으로. <정보와 사회>, 21권, 35-71.
- 임영호 (2008). 지역 언론학의 학문적 정체성: 쟁점과 진단. <언론과학연구>, 8권 4호, 5-36.
- 장호순 (2010). 지방자치와 지역 언론: 지방자치의 필수조건으로서 지역 언론에 관한 시론적 연구. <순천향대 사회과학연구>, 16권 1호, 35-57.
- 전은식·조인호 (2013). 커뮤니케이션과 사회적 자본: 새터민들의 SNS사용과 결속적 사회자본 및 교량적 사회자본과의 관련성에 대하여. <언론학연구>, 17권 1호, 175-210.
- 정용복·최낙진 (2014). 제주 지역 언론학 연구의 메타분석: 1998-2013년까지 국내 학술지 게재논문을 중심으로. <탐라문화>, 46호, 165-203.
- 제주언론인클럽 (2014). <제주언론인클럽 15년>. 제주: 경신인쇄사.
- 조성동·강남준 (2009). 다매체 환경 정착에 따른 수용자들의 매체 이용 특성변화와 이용매체 구성변화. <한국언론학보>, 53권 1호, 233-256.
- 조은희 (2014). 인터넷 이용자의 뉴스이용 레퍼토리와 사회정치참여. <한국언론학보>, 58권 2

호, 64-87.

- 조은희·조성겸 (2013). 다매체 이용수준과 속의적 성향: 선택적 노출의 조절효과를 중심으로. <언론과학연구>, 13권 2호, 370-396.
- 조항제 (2006). 지역 방송의 지역성 변화: 개념적 접근. <한국언론정보학보>, 34권, 275-305.
- 최낙진 (2014). 제주 신문산업의 '지배적 위치 상실 위기'에 관한 소고(小考). <언론과학연구>, 14권 2호, 426-458.
- 최영재 (2013). 지역 언론 대선보도의 규범과 현실: 6개 지역 신문의 2007년 대선 보도 사례 분석. <언론학연구>, 17권 1호, 277-304.
- 최윤정 (2008). 대중 매체 이용이 사회자본에 영향을 미치는 경로 분석: 대인간 커뮤니케이션 매개 모델 검증. <한국언론학보>, 52권 3호, 374-395.
- 최현주·이강형 (2008). 지역 언론학 연구의 동향과 특성: 1960-2008년까지의 연구논문을 중심으로. <언론과학연구>, 8권 4호, 37-67.
- 하종원 (2006). 대학생의 인터넷 정치참여에 관한 연구: 정치효능감과 정치신뢰감을 중심으로. <한국언론정보학보>, 32권, 369-405.
- 한국언론진흥재단 (2013). <한국언론연감>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 한국일 (2007). 제주 켄당문화와 제주 선교. <장신논단>, 375-413.
- 한 선·이오현 (2012). 지역 방송의 지역성 개념과 지역성 구현의 문제: 광주지역 방송생산을 중심으로 한 질적 연구. <한국방송학보>, 26권 5호, 271-306.
- _____ (2013). 지역 방송 프로그램 생산의 제한 요인에 대한 질적 연구: 광주지역 생산(자) 문화를 중심으로. <한국언론학보>, 57권 4호, 243-268.
- 허명희 (2013). <SPSS Statistics 분류분석>. 서울: 데이터솔루션.
- 황영호·박종관 (2004). 충청·호남지역의 사회자본의 실태와 형성전략에 관한 연구. <한국사회와 행정연구>, 14권 4호, 183-209.
- 황용석 (2001). 인터넷 이용과 정치참여에 관한 탐색적 연구: 제 16대 총선 기간 동안 인터넷 정치사이트 이용을 중심으로. <한국언론학보>, 45권 3호, 421-456.
- 황유선 (2013). 트위터 활용과 사회자본과의 관계: 트위터에 대한 인식의 매개 효과를 중심으로. <한국언론학보>, 57권 6호, 94-120.
- Ferguson, D., & Perse, E. (1993). Media audience influences on channel repertoire. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 37(1), 31-47.
- _____ (2000). The world wide web as a functional alternative to television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 155-174.
- 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: The European Journal of Communications Research*, 31(3), 369-387.
- Heeter, C. (1985). Program selection with abundance of choice: A process model. *Human Communication Research*, 12(1), 126-152.
- Heeter, C., D'Alessio D., & Greenberg B., et al. (1983). *Cableviewing*. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Dallas, TX, May.

- Napoli, P. (2011). *Audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences*. New York: Columbia University Press.
- Reagan, J. (1996). The 'repertoire' of information sources. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40(1), 112-121.
- Taneja, H., Webster, J. G., Malthouse, E. C., & Ksiazek, T. B. (2012). Media consumption across platforms: Identifying user-defined repertoires. *New Media & Society*, 14(6), 951-968.
- Van Rees, Kees., & Van Eijck, Koen. (2003). Media repertoires of selective audiences: the impact of status, gender and age on media use. *Poetics*, 31(5-6), 465-490.
- Verba, S., Schlozman, K. L., Brady, H. E. (1995). *Voice and equality: Civic volunteerism in american politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Yuan, E. & Webster, J. G. (2006). Channel repertoires: Using peplemeter data in beijing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(3), 524-536.
- Yuan, E. (2011). News consumption across multiple media platforms. *Information, Communication & Society*, 14(7), 998-1016.

최초 투고일 2015년 4월 12일

게재 확정일 2015년 5월 15일

논문 수정일 2015년 5월 25일

A Study on the Community Social Capital and Sociopolitical Participation: According to Media Repertory Groups in Jeju

YongBok Jung

Lecture, Hanyang University

SungBok Park

Associated Professor, Hanyang University

This study sets its research scope in Jeju Island, a very distinct community, in order to find the characteristics of media repertoire and confirm the effects that these characteristics have on socio-political participation. By utilizing seven types of national, local and private media usage time, the non-hierarchical grouping method, K-means was used to extract the media repertoire in this study. Based on the results, six groups of media repertoire were determined based on the degree of distribution along with the finalized core of usage of media. The groups were divided into 'newspaper based', 'daily local newspaper based', 'cellular phone and internet based', 'multi-media based', 'regional TV broadcasting based' and 'radio broadcasting based'. Through the study of a limited area such as Jeju Special Self-Governing Province, local newspaper and local TV broadcasting based groups were newly deducted; wherein the media repertory of Seoul or South Korea, such results were impossible. Also, depending on the type of multimedia used by each group, a significant difference was evident within the regional community spirit factor in a community social capital. There was also a significant difference between the amount of communication between neighbors, attachment to the community and trust within the establishment. The results also showed significant difference in off-line political participation, but there was no statistically significant difference in on-line political participation.

Keywords: use of media, media repertoire, local media,
community social capital, sociopolitical participation