



기획

## 뉴스 댓글은 왜 여론의 지표로 여겨지는가? 여론 추정 단서로서 댓글의 기능과 영향에 관한 고찰\*

장윤재 서울여자대학교 언론영상학부 교수\*\*

이 논문은 지난 20년간 이루어진 댓글 관련 연구와 대중적 논의에서 뉴스 댓글을 여론 추정 단서로 여겨온 데 주목, 댓글이 어떤 맥락에서 여론을 보여주는 것으로 인식되며 댓글이 여론의 지표로 인식되는 이유는 무엇인지 고찰하고자 했다. 뉴스 댓글은 공적 시안에 대한 정보 습득, 뉴스 및 언론사 평가, 수용자의 의견 및 행동 등에 포괄적인 영향력을 발휘할 뿐 아니라, 대표성이나 진실성의 결여에도 불구하고 여론 단서 내지 여론 그 자체로 간주돼 왔다. 댓글은 선택성, 실제성, 가시성이 심화된 유사-집합적 가상 상호작용이 이루어지는 온라인 정치커뮤니케이션 환경이라는 맥락에서 준통계적 정보와 함께 제시되어 여론의 향배를 산술적으로 보여주는 역할을 하고, 토론을 통해 도출된 집합적 의견으로서 여론의 성격도 가지고 있다. 또한 사람들이 댓글을 한국 사회의 여론으로 간주한다는 점에서 구성주의적 차원의 여론 지위 또한 갖게 되었다. 댓글이 이처럼 여론 혹은 여론 추정 단서의 역할을 하게 된 것은 이해와 기억이 용이한 구체적 예시를 제공하는 접근성 높은 정보라는 댓글 자체의 속성, 사회적 승인 단서 및 최소한의 정보만을 사용해 빠르게 판단하고 선행 정보의 영향을 즉각적으로 수용하는 댓글 이용자의 인지적 경향, 그리고 신뢰성을 결여한 자료를 여론의 근거로 사용하는 언론의 취재 보도 관행이 결합한 결과라고 볼 수 있다.

**KEYWORDS** 뉴스 댓글, 여론, 정치적 상호작용, 정치 커뮤니케이션

\* 이 논문은 서울여자대학교 학술연구비 지원을 받았음(2023-0162).

\*\* yjang@swu.ac.kr

## 1. 문제 제기

댓글은 포털, 블로그, SNS, 온라인 커뮤니티, 영상 플랫폼 등 거의 모든 온라인 플랫폼에서 미디어 이용 경험의 일부로 기능하고 있다. 사회정치적 정보를 습득하는 주요한 원천인 뉴스 이용 과정에서도 댓글은 사람들이 뉴스만큼이나, 때로는 뉴스보다 더 주목하는 콘텐츠가 되었다. 최근 한 조사에 따르면 포털, 언론사 홈페이지, 유튜브 등 온라인 채널을 통해 뉴스를 볼 때 댓글도 함께 읽는다는 사람이 88%에 달하고, 뉴스보다 댓글을 먼저 읽는 사람이 27%, 댓글이 많은 뉴스를 찾아 읽는 사람이 42%나 된다(이동한, 2022). 미국에서도 응답자의 55%가 인터넷 이용 과정에서 댓글 작성 경험이 있고, 77.9%가 댓글을 읽은 적이 있다는 조사 결과가 있다(Stroud, Van Duyn, & Peacock, 2016).

댓글 자체의 대표성이나 신뢰도와 무관하게 사람들이 뉴스 이용 과정에서 댓글을 자주 읽고 그 영향을 받는다는 것은 관련 조사 및 언론학 분야의 많은 연구를 통해 확인되었다. 또 그간 이루어진 댓글 효과 관련 연구들은 댓글을 읽으면 그 댓글과 일치하는 방향으로 사람들의 인지, 태도, 행동이 변화한다는 것을 일관되게 보여준다(염정운·김류원·정세훈, 2020). 즉 댓글은 공적 이슈에 관한 정보 습득, 사안에 대한 해석, 정치 사회적 사안을 다룬 언론 및 뉴스에 대한 평가, 사안에 대한 태도 형성 및 변화, 정치 참여를 포함하는 행동적 차원 등에 광범위하게 영향을 미친다. 토론 게시판, 서명, 온라인 투표 등 온라인 정치 커뮤니케이션 과정에서 접하고 활용할 수 있는 여러 장치 가운데 댓글은 공중의 의견을 파악하게 해주는 가장 간편하면서도 위력적인 장치라 할 수 있다.

뉴스 댓글은 2002년 오마이뉴스에서 처음 시작됐다. 이어 2003년 3월에는 미디어다음(현재 다음뉴스), 2004년에는 네이버뉴스가 댓글 기능을 개시했다. 이 무렵 언론학 분야에서도 댓글에 관한 연구들이 이루어지기 시작했다. 송민규(2004)는 '인터넷 게시판 답글의 동시적 특성'이라

는 논문에서 댓글(답으로 작성된 새로운 게시글) 및 덧글(본문 아래 덧글  
 는 글, 즉 현재의 댓글)에서 나타나는 언어 사용 양상을 분석해 덧글에서  
 동시적 특성 및 구어 사용이 두드러지게 나타난다고 설명했다. 김병철  
 (2004)이 사이버커뮤니케이션학보에 게재한 ‘인터넷 신문 댓글의 상호작  
 용적 특성 분석’ 연구에서는 인터넷 신문에 달린 댓글의 상호작용성에 영  
 향을 미치는 요인을 탐색하고 이를 바탕으로 어떤 양상으로 토론이 이루  
 어지는지 분석했다. 이처럼 최초에는 댓글의 양상을 탐색하는 연구가 이  
 루어졌고(예, 김경년·김재영, 2005; 김병철, 2004; 송민규, 2004),  
 2006년부터는 뉴스 이용 및 정치커뮤니케이션 맥락에서 댓글의 효과에  
 관한 연구들이 본격적으로 이루어지기 시작했다(예, 김은미·선유화,  
 2006; 정일권·김영석, 2006).

댓글의 효과, 댓글의 효과를 조절하거나 매개하는 조건들에 대한 탐  
 색이 꾸준히 이루어진 것은 물론 최근에는 유튜브, SNS 등 소셜 미디어  
 의 댓글이나 소비자, 광고 맥락의 연구, 데이터 마이닝을 통한 연구 등  
 보다 다양한 연구들이 이루어지고 있다. 그럼에도 현재까지 이루어진 댓글  
 연구의 상당수는 뉴스 댓글, 그 가운데서도 포털 뉴스 댓글에 주목하  
 여 공적 이슈에 관한 커뮤니케이션 상황에 초점을 두고 있다. 이는 개별  
 시민의 의견이 정치 과정에 드러나거나 반영되기 어려웠던 기존의 환경  
 에 토론 게시판, 온라인 커뮤니티, 포털 뉴스 등의 서비스가 눈에 띄는  
 변화를 가져왔고, 그러한 변화를 가져온 중요한 장치 가운데 하나가 바로  
 뉴스 댓글이기 때문일 것이다. 정치 과정에서 온라인 영역이 차지하는 비  
 중이 커지거나 강조될수록 주요한 온라인 소통 양식인 댓글의 영향 또한  
 주목받을 수밖에 없었다.

한편 지금까지 유지돼온 뉴스 댓글의 형태와 그 역할이 앞으로도 지  
 속될 것인가에 대한 의문 또한 갖게 된다. 한국에서 가장 뉴스 이용률이  
 높은 양대 포털 가운데 하나인 <다음>은 최근 뉴스 댓글 기능을 개편해  
 기사 게재 후 24시간 동안만 의견을 나눌 수 있는 ‘타임톡’이라는 실시간

채팅 방식으로 변경했다(카카오, 2023). 다음에서는 ‘채팅형 댓글 서비스’라고 소개했지만, 별도의 창을 열어 메신저 대화창 형식으로 다른 사람들과 의견을 나눈다는 점, 24시간이 지나면 더 이상 내용을 확인할 수 없다는 점 등을 고려하면 사실상 다음 뉴스의 댓글 기능은 20년 만에 폐지되었다고 보아도 무방하다. 이용자들의 반응에 따라 기존 형태의 댓글이 부활할 수도 있지만, 포털 뉴스 이용이 감소하고 댓글의 악영향에 대한 우려가 커지는 등의 상황에서 온라인 뉴스 댓글에 변화가 나타나고 있는 것만은 분명해 보인다.

미디어 환경도 빠르게 바뀌고 있어서, 여전히 사람들이 뉴스를 접하는 주요한 경로는 포털이지만 점차 유튜브와 같은 온라인 동영상 플랫폼이나 SNS를 통한 뉴스 이용이 늘어나고 있고, 이런 변화는 젊은 층에서 더 뚜렷하게 나타난다(한국언론진흥재단, 2022). 최근 인공지능 기술 또한 비약적으로 발전해 일상 깊숙이 들어오면서 뉴스 이용과 정치적 상호작용의 맥락에도 새로운 변화가 나타날 것이다. 이처럼 뉴스 이용 경로가 변화하면서 댓글의 형태, 의미, 역할 및 영향 또한 이전과는 달라질 가능성이 있다. 댓글에 대한 관심 역시 미디어 환경의 변화와 궤를 같이할 수 밖에 없다면, 이제 포털 뉴스를 중심으로 이루어져 온 댓글 연구도 하나의 장을 마무리하고 새로운 장을 열 시기를 맞고 있다고 보아야 할 것이다. 지난 20년간의 연구를 통해 댓글의 양상, 의미, 기능, 영향에 대한 논의가 누적되어온 만큼 그간의 논의를 종합해 뉴스 댓글의 역할에 대해 검토해볼 필요가 있다.

이처럼 뉴스 댓글 서비스가 도입되고 관련 연구가 이루어진 지 20년이 지나고 온라인 미디어 환경 변화와 함께 댓글 이용 맥락 또한 바뀌고 있는 현실점에서, 본 연구는 댓글을 둘러싼 학술적, 대중적 논의에서 비교적 일관되게 댓글을 여론 추정의 단서로 여겨 왔다는 데 주목했다. 온라인 뉴스에 덧붙는 댓글은 이용자의 일부가 작성하는 것으로 대표성을 결여하고 진실성 또한 확인하기 어려움에도 불구하고 온라인 뉴스 이용

자나 언론은 이를 여론의 지표로 인식하며 그로 인해 여러 효과가 발생한다는 점이 다수의 연구를 통해 확인되었다. 그런데 댓글이 여론의 지표 역할을 한다는 점을 여러 연구에서 가정하거나 전제하기는 했지만, 구체적으로 ‘댓글이 여론을 보여준다’는 것이 무엇을 의미하며 왜 댓글이 여론의 지표로 여겨지는가에 대해 구체적인 논의는 이루어지지 않았다.

이에 본 논문에서는 온라인 미디어 확산 이후 정치적 상호작용이 이전과 다른 어떠한 특징을 갖게 되었으며 온라인화된 정치 커뮤니케이션 환경에서 뉴스 댓글이 어떻게 여론의 역할을 하는지, 그리고 댓글이 여론의 지표로 기능하는 것은 어떤 요인들 때문인지 살펴볼 것이다. 선행 연구의 논의와 결과를 바탕으로 이들 질문에 답하는 과정에서 (1) ‘유사-집합적 가상 상호작용’으로서 온라인 정치 커뮤니케이션의 특성에 관해 서술하고 (2) 산술적, 담론적, 구성적 개념으로서 여론의 의미를 바탕으로 댓글 어떻게 여론의 역할을 수행하고 있는지 검토한 후, (3) 댓글의 영향력이 발생하는 이유를 댓글, 댓글 이용자의 특성과 언론의 관행을 바탕으로 논의하고자 한다. 여론, 댓글, 댓글 이용자의 특성에 관한 개념들을 사용해 여론의 지표로서 댓글의 역할과 근거를 고찰함으로써 지금까지 이루어진 뉴스 댓글 관련 연구의 논의를 종합적으로 검토하고 향후 연구에 참고할 수 있는 자료를 제공하고자 한다.

## 2. 온라인 뉴스 댓글의 영향력

지난 2002~2003년 사이 온라인 뉴스 사이트 및 포털 뉴스에 댓글 기능이 도입된 이래, 많은 연구자들이 뉴스 댓글의 기능과 영향을 검토해 왔다. 뉴스 댓글은 정치 정보 습득과 사안에 대한 해석, 언론 및 뉴스에 대한 평가, 태도 형성 및 변화, 행동적 차원 등 다양한 수준에서 온라인 뉴스 이용자들에게 영향을 미치는 것으로 밝혀져 왔다.

첫째, 댓글은 공적 사안에 관한 정보를 습득하는 과정에 영향을 미친다. 뉴스 이용 과정에서 댓글은 기사에서 다루지 않은 추가적인 정보를 제시하거나 해석의 맥락을 제공함으로써 사안을 이해하는 데 영향을 미친다(김혜미·이준웅, 2011; 이은주, 2011). 비단 뉴스뿐 아니라 동영상, 블로그나 SNS 포스팅, 커뮤니티 게시글 등 모든 종류의 온라인 콘텐츠 이용 과정에서 댓글은 원문을 보충하거나, 작성자 견해에 동의하거나 반박하는 견해와 근거를 제시함으로써 사안을 이해하는 데 영향을 미친다. 이를 통해 댓글은 콘텐츠 생산자가 제시하는 견해를 그대로 수용할 가능성이 높았던 과거에 비해 보다 풍부한 정보와 맥락을 바탕으로 사안을 이해하게 한다.

댓글은 정보를 습득하는 과정에서 부가적인 정보나 관점을 제시할 뿐만 아니라 기사의 논조를 지각하거나(이은주, 2011; Houston, Hansen, & Nisbett, 2011; Lee, 2012) 정보원을 평가하는 데에도 영향을 미친다. 관련 연구에 따르면 댓글은 뉴스 매체에 대한 신뢰도나(Conlin & Roberts, 2016) 기사에 대한 평가에 대체로 부정적인 영향을 미친다(김은미·선유화, 2006). 댓글은 기사에 대한 부정적인 입장을 취하는 경우가 많은데 그 결과 독자들이 기사에 대해 더 부정적으로 평가하게 만드는 것이다(이은주·장윤재, 2009). 또한 정보를 얻는 과정에서 생산자 자체의 신뢰도보다 댓글이 기사를 평가하는 데 더 영향을 미치고(Kim, 2015), SNS 뉴스 이용 과정에서도 다른 이용자의 추천이 뉴스 선택과 평가에 영향을 미친다(김미희, 2016; Messing & Westwood, 2014). 그 결과 기사에서 제시한 정보를 수용하는 데에도 차이가 발생하게 된다. 심지어 가짜뉴스에 대해서도 댓글이 뉴스 수용에 영향을 미쳤다(한지원, 김영욱, 2023).

둘째, 사람들은 댓글을 통해 여론을 유추한다(이미나, 2010; 이은주, 2011; 정지은·박남기, 2016; 최수정·정세훈, 2017; Lee, 2012; Lee & Jang, 2010, Lee & Tandoc, 2017). 언론사나 기사보다 댓글

이 더 큰 영향을 미치는 것은 사람들이 댓글을 여론을 감지하는 단서로 인식하기 때문이다. 댓글을 통해 여론을 유추하는 것은 다양한 양상으로 나타난다. 댓글의 논조대로 여론을 지각하는 경우도 있고, 댓글의 논조와 자신의 견해가 일치하는가 그렇지 않은가에 따라 여론 지각이 달라지기도 하며, 기사와 댓글의 논조가 일치하는지 여부에 따라서도 여론을 다르게 유추한다. 대체로는 댓글의 논조에 따라 여론을 지각하는 경향이 일관되게 나타난다. 또 이슈에 대한 관여도가 높은 경우 자신의 의견과 반대되는 댓글을 읽을 때 여론을 더 적대적으로 인식하는 경향도 확인됐다(Lee, 2012).

이러한 결과들은 모두 독자 자신의 판단이나 기사에서 전달하는 정보보다 댓글이 더 중요한 정보원의 역할을 하며, 댓글이 강력한 여론 추정 단서의 역할을 한다는 것을 의미한다. 뿐만 아니라 댓글의 영향력은 단지 '많은 사람의 의견이어서'가 발생하는 것도 아니다. 사람들은 소수의 댓글에만 노출된 경우에도 그로부터 사회적 합의 정도를 추정해 여론을 유추하는 경향을 보였다(이미나, 2010). 또 최근 연구에 따르면 댓글은 여론의 방향, 즉 논조에 대한 추정뿐 아니라 귀인에도 영향을 미친다. 최수정과 정세훈(2017)의 연구에서는 스마트폰 중독과 관련해 개인에 귀인하는 댓글 또는 외부적 환경에 귀인하는 댓글을 읽게 했는데, 스마트폰 중독을 개인에 귀인한 댓글을 읽은 사람은 이용자 개인에게서, 외부에 귀인한 댓글을 읽은 사람은 이용자 외부 환경에서 중독의 원인을 찾는 경향을 보였다.

댓글이 여론을 추정하는 참고 자료 정도를 넘어 여론의 방향, 사회적 합의 추정, 귀인의 방식에까지 영향을 미치며 때로 그 영향력이 기사보다도 더 크다는 것(김동윤·홍하은, 2015; 이은주, 2011)은 상당히 놀랍고도 흥미로운 현상이다. 댓글을 작성할 기회는 누구에게나 있지만 모든 사람이 댓글을 작성하지는 않기 때문이다. 특히 뉴스를 읽는 과정에서 댓글을 작성하는 사람의 비율은 더 적다(Stroud et al., 2016). 댓글은 시

민의 의견을 대표하는 것이 아니라 소수의 견해에 불과하므로 신뢰하기 어렵다는 점을 온라인 뉴스 이용자들 역시 인지하고 있지만(김선호·오세욱·최민재, 2016), 그럼에도 불구하고 사람들은 댓글을 통해 여론의 동향을 파악하는 것이다.

셋째, 댓글은 사회정치적 이슈나 대상에 관한 독자의 의견에도 영향을 미친다. 대체로 사람들은 댓글과 일치하는 방향의 의견을 갖게 되는데, 기사 논조보다 댓글의 논조가 독자의 의견에 더 큰 영향을 미치고 기사와 댓글의 논조가 불일치하는 경우에는 기사보다 댓글에 더 동조했다(양혜승, 2008). 또 기사와 반대 견해를 제시하는 댓글이 있는 경우, 기사만 읽는 경우에 비해 기사 내용에 대한 동의 정도가 낮아진다(이은주·장윤재, 2009). 정치인에 대해서도 댓글의 평가가 해당 정치인에 대한 유권자의 평가에 영향을 미친다(구슬기·김하나, 2020; 전우영·김병준, 2010).

댓글이 이슈에 대한 태도에 미치는 효과를 세부적으로 규명하기 위해 조절 변수를 검토한 연구들도 이루어졌는데 그 결과는 상이한 경우가 많다. 저관여 이슈나(강재원·김선자, 2012) 인지욕구가 낮은 이들에게서(Lee & Jang, 2010) 댓글의 영향이 더 크다는 결과가 있는가 하면 불확실성이 높은 상황에서는 댓글이 체계적 정보처리를 통해 영향을 발휘한다는 결과도 있다(한지원·김영욱, 2023). 하지만 댓글이 독자의 태도에 영향을 미친다는 점은 여러 연구에서 일관되게 제시됐다(강재원·김선자, 2012; 양혜승, 2008; 이은주·장윤재, 2009; 이재신·이민영, 2008; 장윤재·이은주, 2017; 최수정·정세훈, 2017; Lee & Jang, 2010). 또 자신의 의견과 일치하는 댓글을 읽는 경우 여론 및 기사 논조를 자신에게 더 우호적인 방향으로 지각하고, 그 결과 기존의 태도가 더 강화되기도 한다(장윤재·이은주, 2017; Lee, Jang, & Chung, 2021).

넷째, 댓글은 의견 표명이나 투표와 같은 행동 및 행위의사에도 영향을 미친다. 정치 뉴스를 이용하거나 소셜 미디어에서 정치인에 대한 정보



를 접하는 과정에서 사람들은 댓글을 통해 정치인에 대한 추가적인 정보를 얻게 되는데, 관련 연구에 따르면 댓글 내용은 정치인에 대한 평가뿐 아니라 투표 의향에도 영향을 미친다. 정치인에 대해 부정적인 정보를 접한 경우 더 부정적인 태도를 갖게 되고 해당 정치인에게 투표할 의도 역시 감소한다는 것이다. 특히 인품보다 능력에 대한 부정적 댓글의 효과가 더 크고(구슬기·김하나, 2020) 정정 메시지가 제시되는 경우에 효과가 사라지지만 정정 메시지가 없는 경우는 근거와 타당성을 결여한 내용일 지라도 그 영향을 받는 것으로 나타났다(전우영·김병준, 2010).

댓글 이용과 참여 행동 간의 관계를 살핀 연구들도 이루어졌다. 주로는 댓글 이용이 참여를 촉진하는가에 관심을 가졌는데, 소셜 미디어에서 댓글 등을 통해 이루어지는 정치인과의 상호작용이 시민의 참여를 증가시킨다는 결과가 보고된 바 있다(Kruikemeier, van Noort, Vliegenthart, & de Vreese, 2013). 뉴스 댓글은 아니지만, 페이스북에서 댓글달기나 공감표시, 토론 참여 등 정치적 상호작용 수준이 증가할수록 투표 참여 의향이 증가했다(이효성, 2020). 예의 있는 댓글이 많은 분위기에서는 소수 의견을 가진 사람들이 의견을 표명하고자 하는 의향이 높아진다는 결과도 있어(구유모·이장근·김용환, 2021) 댓글은 정치 참여 맥락에서도 의미 있는 영향력을 행사하는 것으로 나타났다.

댓글의 기능과 영향을 탐구한 대부분의 선행 연구에서 언급해온 중요하고도 흥미로운 사실은, 댓글 작성자는 온라인 뉴스 이용자의 일부일 뿐이며 댓글에 대한 신뢰 역시 낮다는 점, 그럼에도 사람들은 댓글을 여론 추정 단서로 활용한다는 점이다. 온라인 뉴스 이용 과정에서 댓글을 작성하는 사람의 비율은 포털 7.5%, 메신저 15.5%, SNS 26.3%, 온라인 동영상 플랫폼 10.6%에 불과해 댓글이 온라인 뉴스 이용자의 의견을 대표한다고 보기 어렵다(한국언론진흥재단, 2022). 또한 댓글 작성자들 가운데서도 일부가 다수의 댓글을 생산하고 있다. 2020년 초부터 9월 사이 포털 네이버와 다음에서 한 번이라도 댓글을 단 적이 있는 사람은 100

만 명이 넘지만 이들의 10%에 불과한 14만명 정도가 전체 댓글의 73%를 작성했고, 다음에서도 상위 10%인 10만 명이 댓글의 75%를 생산했다(박원경, 2020). 우리나라 10대 이상 인구의 0.3%에 불과한 14만 명이 포털에서 보는 댓글의 70% 이상을 생산한다는 의미다.

온라인 뉴스 이용자들은 댓글이 여론을 대표하지 않는다는 점을 알고 있으면서도 댓글을 통해 여론을 파악하고 그 영향을 받는다. 온라인 뉴스 이용자 가운데 댓글을 신뢰하는 이들은 37.9%에 불과하지만 그럼에도 불구하고 사람들은 댓글이 뉴스를 읽는 사람의 생각에 영향을 미치며, 뉴스를 이해하고 타인과 소통하고 여론을 추정하는 데 도움이 되며 자신이나 다른 사람들의 생각에도 영향을 미친다고 생각한다(김선호 외, 2016; 엠브레인, 2018; 이동한, 2022; Stroud et al., 2016). 미국에서도 온라인 뉴스 이용 과정에서 댓글을 읽는 사람들의 46.2%가 '다른 사람들의 의견을 알 수 있기 때문에' 댓글을 읽는다고 응답했다(Stroud et al., 2016). 국내 스마트폰 사용자를 대상으로 한 다른 조사에서도 응답자의 81.6%가 댓글이 여론 형성에 영향을 미친다고 응답했고, 댓글로 자신의 생각이 바뀌었다고 응답한 사람도 48.5%에 달했다(엠브레인, 2018).

댓글은 대표성이나 진실성을 의심받으면서도 대체 어떤 이유로 “여론의 동향에 대한 지표”(이은주·장윤재, 2009, p. 52) 내지 “여론 환경의 지표”(이미나, 2010, p. 73)로 인식되는 것일까? 뉴스 댓글이 왜 여론의 지표로 기능하는지를 구체적으로 설명하기 위해서는 댓글이 놓여 있는 온라인 정치 커뮤니케이션이라는 맥락, 댓글이 가지고 있는 특징, 뉴스 이용 과정에서 댓글을 읽고 쓰고 활용하는 사람들의 속성 등을 두루 살펴볼 필요가 있다. 그 첫 번째로, 댓글이 정치 커뮤니케이션 과정에서 중요한 역할을 담당하고 주목받게 된 것은 어떠한 맥락에서인지 살펴보기 위해 온라인 정치 커뮤니케이션 환경이 이전의 정치적 상호작용과 비교해 어떤 특징을 가지고 있는지 되짚어보고자 한다.

### 3. 댓글이 놓인 맥락: 유사집합적 가상 상호작용으로서 온라인 정치 커뮤니케이션

민주주의의 원형으로 여겨지는 고대 아테네 시민사회에서 정치적 결정은 모든 시민의 물리적 집합을 기반으로 하는 토론과 투표를 통해 이루어졌다. 아테네 시민들은 연간 40회에 달하는 민회를 통해 정치적 결정에 참여할 수 있었다(Hansen, 1999; Ober, 2008a). 연 40회이니 매달 3회 이상, 평균 9일에 한 번꼴로 시민 총회가 개최된 셈이다. 민회에서는 시민권 심사, 외교, 군사정책, 종교, 축제, 재정과 공공사업 등 시민의 삶에 영향을 미치는 제반 안건에 대해 찬반 토론과 투표를 통해 결정을 내렸다. 이러한 상설 민회를 통한 시민의 직접 참여, 추첨을 통한 대표 선출 등이 아테네 민주정치의 주요한 특징으로 꼽히지만(하태규, 2017), 이 과정에서 이루어진 정치적 의사결정이 '대면 상태에서 집합적 상호작용이 이루어진 광장 정치'의 산물이었다는 점 또한 눈여겨보아야 할 부분이다.

민회는 물리적 집합을 통한 정보와 의견 교류의 장으로, 충분한 정보를 바탕으로 의견을 형성하고 표명하도록 도와 집단적으로 의사 결정에 도달하게 하는 유용성과 절차적 타당성을 제공하는 수단이기도 했다. 또한 민회가 열리는 아테네의 광장은 시민들로 하여금 서로의 실재를 확인할 수 있게 하는 공간이기도 했다. 광장에 집결함으로써 사람들은 아테네의 시민이라는 집단이 어딘가에 존재할 것이라고 가정하거나 상상하는 것이 아니라 서로의 물리적 실재(presence)를 확인하며 정치에 참여할 수 있었다. 따라서 사회정치적 이슈, 그에 대한 개인의 의견과 여론의 분위기, 의사결정의 결과는 삶에 직접적으로 연관되고 가시적으로 확인 가능한 것이었다. 이처럼 민회를 통해 시민들은 광장에서 토론하며 공동의 문제에 관한 정보와 견해를 파악할 뿐 아니라 서로의 실재를 상시적이고도 분명하게 확인할 수 있었다.

여론 형성 과정에서 토론을 강조하는 관점들(Dewey, 1927:

Habermas, 1991; Peters, 1995)이나 이를 적용한 속의 실험들 역시 공론장과 같은 공공의 장에서 이루어지는 집합적이고 물리적인 상호작용에 관심을 가지고 있다. 꼭 속의적 방식이 아니더라도, 정치 과정에서는 대표자 선출이나 정책 결정 등에 영향을 미치기 위해 이루어지는 관습적, 비판습적 행위, 즉 정치 참여가 강조돼 왔다(Yamamoto, Kushin, & Dalisay, 2015). 언론학 분야에서 다뤄온 정치 참여 행동으로는 투표나 유세 등 선거 관련 활동, 집회나 강연 등의 정치 행사 참여, 정당이나 정치단체 가입, 서명/청원/민원, 기부/후원, 홍보물 부착/착용 등이 있는데(장윤재, 2020), 이들 활동은 대부분 물리적 참여를 기반으로 하는 집단적 행동을 가리킨다.

물론 모든 공적 사안에 대해 시민들이 물리적으로 집합해 의견을 교환하고 결정을 내리는 것은 현실적으로 가능하지 않다. 특히 대중 매체가 확산된 이후 근대 국가에서 민주주의는 집합적 의사결정보다 개인화된 의사결정의 산술적 합에 기반해 작동하고 있다(Bennett & Iyengar, 2008; Blumberg & Kavanagh, 1999). 광장 정치가 축소되거나 부재한 환경에서 시민들은 파편화, 개별화된 상태로 각자 미디어를 통해 정보를 얻는다. 특히 매스 미디어는 동일한 메시지를 다수에게 일방향적으로 빠르게 전달하는 체계로 특정 집단보다는 대중 일반이 관심을 가질만한 내용을 제공한다. 사람들은 상호작용이 제거 또는 축소된 상태에서 매스 미디어가 제공하는 정보에 자신의 선호에 따라 선택적으로 노출되고, 그렇게 홀로 형성한 의견을 바탕으로 개별적으로 투표나 여론 조사에 '한 표'로서 참여하게 된다(McCombs & Shaw, 1972). 정치적 의사 결정 역시 다양한 정보와 의견을 검토한 토론의 결과로서가 아니라 개별화된 투표의 결과를 계산함으로써 이루어진다.

광장 정치가 퇴조하고 미디어를 통해 공적 사안에 대한 정보와 의견들을 접하게 되면서 정치 정보 습득과 의사 결정 과정이 이처럼 개별화되었을 뿐 아니라 시민들 간의 관계 또한 물리적 실재에서 상상의 관계로

변화했다. 인쇄매체와 대중지의 확산으로 국가나 민족은 일상 속에 존재하는 실체이기보다 미디어를 통해 간접적으로 접하며 실재를 가정하는 대상, 즉 '상상의 공동체(imagined community)'가 되었다(Anderson, 1983). 독서공중이나 상상의 공동체가 형성된 것은 사람들의 관심과 인식의 범위가 확장되었음을 의미하는 동시에, 물리적 실재성으로부터 벗어난 상호작용이 보편화되기 시작했음을 의미하기도 한다. 이러한 현상은 라디오나 텔레비전과 같은 매체가 확산되면서 더 가속화되었다. 요컨대 매스 미디어 환경에서 이루어지는 정치적 상호작용은 '지각된 실재성에 기반한 제한적이고 개인화된 상호작용'으로 특징지을 수 있을 것이다.

**표 1. 미디어 환경 변화에 따른 정치 커뮤니케이션의 변화**

	고대 아테네	매스 미디어 환경	온라인 환경
정치정보 습득	대인 정보원 집단적, 직접적	제한적 정보원(언론) 획일적, 일방향적	다양한 정보원(언론, 개인, 커뮤니티, SNS 등) 양방향적, 선택적
시민관계	물리적 실재성 기반 가시적 공동체	지각된 실재성 기반 상상의 공동체	지각된 실재성 강화 개인의 가시성 증가
정치적 상호작용	물리적 집합 기반 집단적 의사결정	정당활동, 집회 등 제한적 집합에 기반 상호작용 결여된 개별 결 정 합산	가상성 기반 개별적이며 유사-집합적인 상호작용

이와 비교해 온라인 환경에서의 정치 커뮤니케이션은 <표 1>에 요약 제시한 것과 같이 선택성, 실재성, 가시성의 증가를 바탕으로 한 유사-집합적 가상 상호작용이라는 특징을 보인다. 첫째, 정치 정보를 습득하는 과정에서 과거보다 더 다양한 정보원을 통해 손쉽게 정보를 얻을 수 있게 된 동시에 선택성 또한 심화됐다. 온라인 미디어가 확산되면서 사람들은 과거에 비해 웹사이트, 블로그를 통해 배포되는 뉴스나 페이스북이나 트위터와 같은 소셜 미디어 등 다양한 출처로부터 더 손쉽게 정치 정보를 습득한다(Conway, Kenski, & Wang, 2015; Deli Carpini & Keeter,

1996; Stroud, 2010). 이 과정에서 다양한 관점의 정보에 노출되어 보다 관용적이고 개방적인 태도를 갖게 되기도 하지만(Garrett & Stroud, 2014), 반대로 품질이 낮은 정보에 노출되거나 자신과 비슷한 정치적 견해를 보이는 정보를 선호하고 그에 따라 극화가 심화되는 결과도 나타난다(Bakshy, Messing, & Adamic, 2015; Gentzkow & Shapiro, 2011; Stroud, 2010).

둘째, 매스 미디어 환경에 비해 온라인 환경에서 상호작용하는 동안 사람들은 더 높은 실재성과 가시성을 경험한다. 온라인 환경에서 이루어지는 상호작용은 물리적 대면이 이루어지지 않는다는 점에서 인쇄매체 등 매스 미디어 확산을 통해 형성된 상상의 공동체와 유사하기도 하지만 개인 대 개인, 개인 대 집단 사이에 실제로 상호작용이 발생한다는 점에서 더 큰 구체성과 실재성을 갖는다. 타인과 물리적으로 대면하지 않더라도 대화를 나누고 공동으로 행동하면서 이전보다 훨씬 높은 수준의 실재감을 경험하게 되는 것이다. 상호작용성은 가상 환경의 실감도나 몰입도가 높아야만 경험할 수 있는 것이 아니라 상호작용을 통해 다른 이들과 정보를 교환하거나 공감하는 과정에서 심리적 수준에서도 경험할 수 있기 때문이다(Lombard & Ditton, 1997; Swan & Shih, 2005).

더불어 시민 개개인의 가시성도 이전보다 높아졌다. 매스 미디어 환경에서는 시민 개개인이 잘 드러나지 않는다. 개인은 미디어가 전달하는 정보의 수용자이고, 정치적 맥락에서도 하나의 표로 간주될 뿐 독특한 의견과 이해관계를 가진 한 사람으로 부각되지 않는다. 그러나 온라인 공간에서는 누구나 글과 댓글, 투표 등을 통해 의견을 표현하거나 타인의 의견에 반응하고 뉴스나 콘텐츠를 공유하며 정치적 영향력을 행사할 수 있다. 이 과정에서 닉네임이나 아이디 등의 정체성 정보, 활동 기록이 만들어지므로 개인을 단지 대중의 일부로만 인식하는 것이 아니라 식별 가능한 특정인으로 인식하게 되며, 그가 제시하는 의견 또한 1/n의 한 표가 아니라 명확한 의견과 사례를 담고 있는 구체적인 이야기로 인식될 수 있다.

셋째, 사람들이 정치 지식 및 의견을 형성하고 공유하는 상호작용의 장이 온라인으로 옮겨오면서 물리적이고 직접적인 상호작용보다는 가상 상호작용이 점점 더 일반화되고 있다. 과거에 '정치 참여'로 인식되는 활동은 투표 참여를 비롯해 집회, 정당 활동, 서명, 모금 등 정치 행위는 사람들 간의 대면 접촉을 바탕으로 발생했다. 하지만 이제 이런 활동들은 대부분 온라인 환경에서의 글쓰기, 찬반표명, 청원, 후원 등으로 대체되었다. 뿐만 아니라 웹사이트 방문, 태그나 공유, 리트윗, 소셜계정 팔로우 등의 새로운 행위들도 정치 참여로 간주되곤 한다(금희조·조재호, 2015; 김수정·정연구, 2017). 트위터, 페이스북, 유튜브와 같은 소셜 플랫폼이 대중과 정치인이 접촉하는 주요한 경로로 자리 잡음에 따라 정치인, 정당과 시민 간의 소통에도 변화가 나타났다(Chadwick, 2006; Smith & Duggan, 2012; Yamamoto et al., 2015).

이처럼 상호작용의 가상성이 높아지면서 매스 미디어 환경에서 나타났던 정치적 정보처리와 의사 결정의 개별화, 파편화가 심화되는 동시에 유사-집합적(para-collective) 수준의 활동 또한 이루어진다는 점이 독특하다. 미디어의 상호작용성이 높아지면서 직접 대면의 필요성이 감소하고 개별적인 미디어 이용을 통해 이전보다 더 간편하게 정치 정보를 접하고 자신의 의견을 표현할 수 있게 되었다는 측면에서는 정치적 활동의 개별화가 심화되었다고 할 수 있다. 동시에 과거에는 불가능하던 시민 간의 상호작용이 복원될 수 있는 여건 또한 마련됐다. 사람들은 새로운 매체와 서비스를 통해 새로운 정보를 직접 알리고, 특정한 시간에 특정한(가상의) 장소에 집결할 수 있으며, 가상의 광장에서 대중에게 자신의 주장을 표현할 수 있다. 일례로 사회적 이슈에 관한 태그, 리트윗, 서명에 동참하는 활동들, 유명 정치인이나 연예인의 팬덤 네트워크에서 특정 시점에 해시태그나 리트윗을 집중적으로 생산하는 소위 '총공'으로 불리는 집단행동 등은(전승엽, 2020) 개별화된 행동이 집단적 차원으로 전환되는 유사-집합적 활동이라고 볼 수 있을 것이다.

포털을 비롯한 온라인 공간에서 뉴스를 이용하며 댓글을 통해 의견을 주고받는 과정은 이러한 온라인 정치 커뮤니케이션의 특징을 잘 보여주고 있다. 온라인 공간에는 포털이나 언론사 웹사이트, 개인 블로그 등 다양한 출처의 정보가 혼재돼 있고 그 가운데 원하는 출처, 주제, 관점을 손쉽게 선택할 수 있다. 이곳에서 댓글을 통해 다른 사람들의 의견을 접하고 그들과 공감하거나 갈등하는 경험을 할 수 있는데, 이때 댓글 작성자의 닉네임, 과거 댓글, 구체적인 의견 등이 제공되어 매스 커뮤니케이션 환경에 비해 이용자의 실재성과 가시성이 높은 환경이 만들어진다. 또 이들이 자신과 견해가 일치하는 댓글에 투표하거나 댓글을 집단적으로 작성하는 등, 직접 접촉하지 않으면서도 개별화된 행위가 집단적인 행동으로 전환되는 유사-집합적 상호작용도 경험하게 된다.

#### 4. 댓글이 '여론의 지표'라는 것은 무엇을 의미하는가

댓글은 온라인 공간에서 이루어지는 유사-집합적 상호작용 과정에서 다양한 의견을 접하고 표현할 수 있는 기회를 제공하는 장치이며, 이러한 점에서 여론이 형성되고 드러나는 공간으로 여겨지기도 한다. 민주주의라는 단어의 의미를 짚어 보면 댓글이 여론과 연관된다는 것은 참으로 의미심장하다. 흔히 민주주의를 가리켜 '민중의 통치'를 뜻한다고 하지만, 사실 그리스어 *demokratia*에서 *kratos*는 '통치'보다는 '힘' 또는 '능력'을 의미한다(Ober, 2008b). 한 사람이나 소수가 통치하는 체제에는 지배를 가리키는 용어를 사용했지만(예, *monarchia*, *oligarchia*) 민주주의에 대해서는 *pollarchia*가 아닌 *demokratia*를 사용했다는 점을 눈여겨볼 만하다. 민주주의란 대중이 통치하는 정체라기보다 평범한 시민들(*demos*)에게 공공의 문제에 개입할 수 있는 힘(*kratos*)을 부여하고 그러한 능력을 발휘할 수 있도록 하는 체계, 혹은 그러한 체계에 대한 믿음



을 의미하는 용어에 더 가까운 셈이다.

용어의 의미처럼 민주주의에서는 시민들이 공적 사안에 대해 알고 의견을 형성하고 표현하는 과정, 즉 여론이 형성되고 드러나는 과정 자체가 매우 중요한 의미를 갖는다. 그렇다면 여기서 여론이란 무엇을 의미하며 그것이 뉴스 댓글과는 어떻게 연관되는가? 댓글이 여론을 대표하는 것으로 여겨진다면 여론 지각 혹은 여론 형성에 영향을 미친다는 학술적, 대중적 논의는 많지만 과연 이러한 논의에서 여론이란 무엇을 의미하며 왜 댓글을 여론에 빗대는지는 명확하지 않다. 여론을 정의하는 서로 다른 관점들, 즉 여론은 산술적으로 파악 가능한 시민 개개인의 의견이라는 관점, 여론은 시민들의 의견 교환의 과정이며 집합적 의사결정의 결과물이라는 관점, 혹은 여론에 대한 공중의 지각을 강조하는 관점에서 여론과 댓글의 의미를 어떻게 설명할 수 있는지 살펴보면 다음과 같다.

### 1) 여론을 보여주는 산술적 자료로서 댓글

‘여론조사’나 ‘~에 관한 여론’과 같은 일상적 표현 속에서 여론은 보통 사회 구성원 개개인의 의견의 합을 가리킨다. 이러한 여론 개념은 특정한 공적 사안에 대해 시민 개개인이 나름의 의견을 가지고 있으며, 그러한 의견을 산술적으로 측정하고 계산할 수 있음을 전제한다. 예컨대 차일즈(Childs, 1939)는 여론을 “어떤 주제에 대한 특수한 공중의 특정한 의견”이라고 정의했다(p. 328). 또한 올포트(Allport, 1937)는 여론에 대해 “다수의 개인이 자신의 의견을 표명하는 상황, 혹은 의견표명이 요구되는 상황에서 .....(중략)..... 수, 강도, 불변성의 정도로 표현되는 찬성 혹은 반대를 의미한다”고 설명한 바 있다(p. 23).

이러한 산술적, 통계적 개념으로서 여론은 투표나 조사 결과를 통해 파악하게 된다. 제도적으로는 선거와 국민투표를 통해 대표자 선출이나 국가적 사안에 대한 시민의 의견을 묻는다. 또 여러 조사 기관에서 다양한 사회 현안에 대한 시민 의견이나 정치 지도자 및 정당에 대한 지지도

조사 결과 등을 정기적으로 발표한다. 이런 산술적 방식의 여론 조사와 공표는 공적 사안에 대한 여론을 보여준다는 의미를 가지고 민주주의 사회에서 일상화된 정치사회적 이벤트 가운데 하나다. 개개인의 의견을 사회 전체 의견의  $1/N$ 로 치환하는 산술적 접근은 특정 사안이나 선거 등에서 의견의 분포를 측정, 계산할 수 있고 다수 의견을 파악하기 용이하다는 점에서 상당한 유용성을 갖는다.

하지만 다수의 의견을 채택하는 방식은 때로 소수의 견해, 혹은 지배적 의견과 근소한 차이를 보일 뿐인 제2, 제3의 견해를 무시하는 결과를 낳기도 한다. 더 근본적으로는, 개개인이 모든 공적 사안에 관심과 관련성을 가지고 의견을 형성하는 것도 아니라는 문제가 있다. 충분한 정보를 바탕으로 하지 않는 직관적이거나 일시적 의견만을 가진 경우도 빈번하다. 그럼에도 투표나 여론조사에서는 사안에 대해 충분한 정보나 의견을 가지고 있지 않은 이들에게도 찬반을 묻거나, 사안과 무관한 이들의 의견을 물어 여론으로 포장하고 정작 핵심 당사자의 의견은 왜곡 또는 축소하는 문제점이 생기기도 한다. 표본 구성이나 조사 진행 방법에 따라 과연 대표성 있는 자료를 얻었는가 하는 방법론적 측면도 문제가 되고, 조사 기관의 윤리성이나 정치 병행성도 쟁점이 된다.

이러한 관점에서 댓글은 여론의 향배를 보여주는 산술적 자료의 기능을 한다. 댓글은 사안에 대한 개인의 의견이나 부가적인 정보를 담은 짧은 글이므로 그 자체로는 여론을 추정할 수 있는 자료라고 보기 어렵다. 즉, 자료로서 댓글은 추가적인 정보나 개인의 의견을 담은 비교적 구체적인 예시(exemplar)일 뿐 여론의 분포를 객관적인 수치로 보여주는 통계적 기저율 정보(base-rate information)의 기능을 담당하지 못한다(염정운 외, 2020; 최수정·정세훈, 2017; Lee & Jang, 2010). 그럼에도 불구하고 댓글이 여론 단서가 될 수 있는 이유는 대부분의 플랫폼에서 의견을 게시 순서대로 혹은 무작위의 순서로 개개인이 적은 의견만을 보여주는 것이 아니라 댓글에 대한 판단에 영향을 미치는 통계적 정보와

함께 의미 있는 규칙에 따라 배열해 제시하기 때문이다.

최근 포털에서는 댓글 배열 순서를 언론사가 정하거나 이용자가 선택할 수 있게 하고 있지만, 대개는 공감을 가장 많이 얻은 댓글이 최상단에 배치된다. 또 각각의 댓글에는 찬반 수치와 답글 수가 표시돼 해당 의견이 얼마나 동의를 얻거나 논쟁을 유발하고 있는지 알 수 있다. 또 댓글 상단에는 댓글의 총 개수와 기사에 대한 정서적 또는 평가적 반응이 함께 제시되며<sup>1)</sup>, 네이버 뉴스의 경우 지금까지 작성하거나 삭제한 댓글 수와 받은 공감 수, 악성 댓글 작성 여부 등 댓글 작성자에 대한 정보가 함께 제시된다. 이러한 정보들이 함께 제시되므로 사람들은 댓글을 살펴보는 과정에서 이슈에 대한 대중의 관심도, 기사에 대한 반응, 어떤 의견이 우세한지, 댓글을 누가 작성했는지 등에 대해 비교적 구체적인 정보를 얻을 수 있다. 댓글이 대표성을 결여하고 이러한 단서들이 실제로 통계적 의미를 갖지 않음에도 불구하고 댓글과 함께 제시되는 이런 수치 정보들이 산술적 해석을 유발해 댓글을 여론으로 인식하게 한다.

이 과정에서 문제가 되는 것은 실제로 다수의 견해가 아닌 의견이 여론인 양 인식되기도 한다는 점이다. 온라인 뉴스 이용자의 상당수가 댓글을 읽지만 실제로 댓글을 작성하는 사람은 그들 중 일부이며, 또한 댓글 작성자 가운데서도 10% 정도의 사람들이 전체 댓글의 70% 이상을 작성하는 등(박원경, 2020) 소수의 견해가 의견기후를 독점하고 오히려 다수의 사람은 의견 표명을 꺼리는 상황도 발생할 수 있다. 또 유사한 견해를 가진 사람들이 집단적으로 기사나 댓글을 추천하고 댓글을 작성하는 상황도 관찰할 수 있다. 이러한 예시들은 모두 댓글과 함께 제시되는 통계적 단서들이 실제로는 사실에 기반한 여론 단서로 사용할 수 없는 것임을

---

1) 네이버뉴스의 기사와 댓글 사이에는 “이 기사를 추천합니다”라는 제목과 함께 ‘썰썰 정보’, ‘흥미진진’, ‘공감백배’, ‘분석탁월’, ‘후속강추’ 등의 아이콘을 제시해 기사에 대해 평가할 수 있게 했다. 다음뉴스는 “이 기사에 대해 어떻게 생각하시나요?”라는 제목과 함께 ‘추천해요’, ‘좋아요’, ‘감동이에요’, ‘화나요’, ‘슬퍼요’ 아이콘을 제시하고 있다.

보여준다. 문제는, 이들 정보의 정확성이나 진실성과 무관하게 사람들이 여론을 추정하는데 이러한 정보를 활용한다는 점이다.

## 2) 시민의 상호작용을 통한 집합적 의견으로서 댓글

여론을 산술적, 통계적 개념보다는 이성적 판단을 통해 도출한 공중의 의견으로 보아야 한다는 관점도 있다. 사안에 대한 관심과 충분한 정보를 바탕으로 의견을 교환하고 상호간 이해를 형성해가는 과정, 그리고 그러한 담화를 통해 도출된 의견이 여론으로서 의미를 가진다는 것이다 (Dewey, 1927; Habermas, 1991; Peters, 1995). 이 관점에서는 특정 사안에 대해 얼마나 많은 사람이 찬성 또는 반대하는가보다 어떤 과정을 거쳐 공적 사안에 대한 의견이 형성되는가에 더 관심을 가진다. 따라서 여론은 시민 개개인의 의견으로서가 아니라 토론과 합의를 통해 얻은 집합적이고 총체적인 결과물로서, 다수의 의견으로서가 아니라 다수를 움직이게 하는 의견으로서 더 큰 의미를 갖게 된다. 이러한 관점에서 본다면 언론을 통해 흔히 접하는 여론조사 결과는 진정한 의미의 여론이라 하기 어렵다.

토론을 통해 이루어지는 이성적, 집합적 판단의 결과물로서 여론은 일회적 조사를 통해 측정할 수 없다. 최근 국내에서 대입제도 개편과 관련해 공론화위원회를 구성해 시민참여형 공론조사를 시도한 바 있는데, 이는 과정이자 집합적 결정으로서의 여론을 측정하기 위한 사회 실험이었다고 볼 수 있다. 공론조사를 위해 2018년에 국민의 인구학적 특성을 반영하는 시민참여단을 구성하였고, 이들은 의제에 대해 충분한 지식을 습득한 후 주제에 대한 두 차례의 숙의 토론회를 실시하고 이후 최종적으로 각자의 의견을 제시하는 과정을 거쳤다(강현철·김영원·임찬수·최재혁, 2020). 이처럼 시민참여단 구성, 학습, 숙의, 의견제시 과정을 통해 도출한 결과는 '정제된 시민 여론'으로서 의미를 갖지만, 긴 시간과 비용이 소요되므로 사회적 지원과 인내가 필요한 작업이다.

이러한 속의 실험처럼 정교한 지식 습득과 토의 과정을 거치지 않는 반면, 뉴스 댓글 역시 의견 교환을 통해 집합적으로 의견이 형성될 수 있는 장을 제공한다. 시민들이 공적 사안에 대한 정보를 얻고 그에 대한 의견을 교환하는 공론의 장이 갖는 주요한 특징은 모든 사람에게 접근 가능하다는 점(open access), 그리고 공적인 혹은 공동의 관심사(public or common concerns)를 논의하기 위해 모인 사적 개인들의 모임이라는 점이다(Fraser, 1992; Habermas, 1991). 관련 논의들에서도 공론의 장은 개방성 내지 공개성을 중요한 전제로 삼고 있다. 공동의 사건이나 관심사에 대해 주변 사람들과 논의하는 세계, 즉 공적 중요성을 갖게 된 사회의 사적 영역이 바로 공적 영역에 해당한다(Arendt, 1958). 그러므로 시민들 간의 이성적, 합리적 토론 과정과 그 결과로서 얻게 된 집합적 의사결정이 여론이라고 보는 관점에서 댓글은 여론의 기능을 '일정 부분' 담당한다고 볼 수 있다.

댓글 공간은 모든 사람이 자유롭게 접근할 수 있는 공개된 장이며, 그곳에서 사람들은 공동의 관심사인 사회정치적 이슈에 대해 의견을 나눈다. 이용 과정에서 발생하는 반시민적인 양상들(양혜승, 2022; 정민웅·이세영·금희조, 2023 참고)에도 불구하고 시민 누구나 자유롭게 참여해 사안에 대한 정보를 얻고, 의견을 형성하고, 자신의 의견을 드러내고, 타인의 의견을 수용하거나 검토할 수 있는 장이라는 점만은 분명하다. 합리적 토론 규칙을 따른다는 점이 공론장의 규범적 요건이라면 그 장의 개방성과 공동/공공성은 비밀과 배제에 기초해 지배를 유지해 온 이전과 달리 시민의 지배를 가능하게 하는 필수불가결한 전제와도 갖다. 그러므로 댓글은 일정 부분 공론장의 역할을 수행하고 있으며, 따라서 댓글은 그러한 맥락에서의 여론을 사회에 전달하는 역할을 담당하고 있다고 볼 수 있을 것이다.

물론 댓글이 공론장의 역할을 수행하고 있는가는 논란이 큰 주제이다. 댓글 작성자들이 충분한 정보를 바탕으로 의견을 형성했는가, 사안과

관련되었거나 관심 있는 이들 누구나 의견 교환에 참여하고 있는가, 합리적인 토론 규칙이 적용되고 있는가 등을 고려하면 댓글 공간은 공론장으로 보기 어려운 측면이 있다. 또 실제로 댓글은 속의를 거친 의견으로 보기에는 과도하게 단편적이거나 때로 비속어가 포함되고 타인을 근거 없이 모욕, 비방하는 내용을 담고 있는 경우도 많다. 이런 이유로 댓글 공간의 의견은 이성적인 담론 과정을 거쳐 도출된 여론으로 보기 어렵기도 하다. 그럼에도 누구나 자유롭게 참여할 수 있는 공개된 토론의 장이라는 점, 언어 사용이나 명예훼손, 모욕, 사생활 침해 등과 관련한 제도적, 자율적 수준의 규칙 및 구제 방안 등이 존재한다는 점에서는 댓글 공간도 일정한 규칙 하에서 담론적 차원의 여론이 형성되고 표현되는 한 공간으로 볼 여지가 있을 것이다.

### 3) 구성된 현실로서 댓글

여론이란 객관적으로 존재하는 실체라기보다 사회적 분위기 내지 의견 기후에 관한 공중의 지각이라고 간주되기도 한다. 이 관점에서는 여론이란 무엇이며 어떻게 측정 가능한가의 측면보다 사람들이 여론을 어떻게 지각하며 이를 통해 어떠한 의미를 구성하고 획득하는가에 더 관심을 갖는다(양승목, 1997). 여론 형성 과정이나 결과를 어떻게 지각하는지에 따라 현실 인식이나 공적 사안에 대한 태도가 달라질 수 있다는 점에서 구성된 현실로서의 여론은 중요한 연구 주제로 다루어져 왔다. 의견기후 지각과 침묵의 증가에 관해 탐구한 침묵의 나선 관련 연구들이나, 거울반사지각, 허위 합의, 다원적 무지 등 여론 지각 편향이나 오지각에 관한 연구들이 그 예다. 사람들은 자신이 지각한 여론의 분위기에 따라 침묵하기도 하고(Noelle-Neumann, 1974), 합의를 과소하거나 과대하게 추정해 태도를 강화하거나 바꾸기도 한다(O'Gorman, 1975; Ross, Greene, & House, 1977). 이러한 연구들은 사람들이 대인 및 매개 커뮤니케이션 과정에서 어떤 방식으로 여론을 지각하게 되며, 그 과정에 영

향을 미치는 요인은 무엇인지, 여론 지각의 결과로 어떤 효과가 발생하는지 등에 관심을 기울였다.

댓글과 관련해서도 댓글이 여론 지각에 미치는 영향이나 그로 인한 효과를 검토한 연구들이 다수 이루어졌다(예, 이미나, 2010; 이은주, 2011; 정지은·박남기, 2016; 최수정·정세훈, 2017; Lee, 2012; Lee & Jang, 2010, Lee & Tandoc, 2017). 이러한 연구들은 댓글이 여론을 얼마나 반영하고 있는가 혹은 댓글 공간을 통해 합리적인 의견 교환이 이루어지고 있는가와 별개로 사람들이 여론을 어떻게 지각하고 그 결과 어떤 영향을 받게 되는지에 대해 지속적으로 질문을 던져 왔다. 이들 연구를 통해서 제시된 바 온라인 뉴스를 접하는 과정에서 사람들은 댓글을 한국 사회의 여론으로 간주해 그로부터 여론을 추정하고, 자신의 기존 의견에 부합하는 기사와 댓글을 선택적으로 이용하며, 자신의 견해를 재확인하는 방식으로 댓글을 이용한 결과로 의견이 극단화는 경향 등을 보인다.

물론 사람들은 실제로 댓글을 작성하는 이들이 소수에 불과하며 그들이 한국 사회의 여론을 대표하지 못한다는 점을 인지하고 있다. 18대 대선 당시 박근혜 후보 캠프 댓글 및 SNS 조작 논란(김규남, 2013), 국가정보원 댓글부대 논란(정환봉, 2017), ‘드루킹’ 댓글 조작 사건(원종진, 2018) 등이 알려지면서 댓글에 대한 불신은 더욱 깊어졌다. 그럼에도 불구하고 여러 조사에서 드러난 것처럼 사람들은 댓글이 대중의 의견, 여론의 동향을 파악하는 데 도움이 되고(김선호 외, 2016; Stroud et al., 2016) 여론을 형성하는 데에도 영향을 미친다고(엠브레인, 2018; 이동한, 2022) 생각한다. 어쩌면 댓글의 영향력이 발생하는 핵심 이유는 바로 여기, 댓글이 여론을 보여준다는 믿음에서 비롯되는 것일 수 있다.

지금까지 논의한 바와 같이 댓글은 여러 한계와 문제점에도 불구하고 대중의 의견을 보여주는 부정확하지만 그럴듯한 통계적 자료로서, 공적 사안에 대해 시민 누구나 자유롭게 의견을 표명하고 정보를 얻을 수 있는 공개된 장으로서, 또 사람들이 여론을 추정할 때 사용하는 주요한

근거로서 불완전하나마 여론의 역할을 수행하고 따라서 정치 커뮤니케이션 과정에서 중요한 의미와 지위를 얻게 된 것으로 보인다. 다른 사람의 의견을 관찰 가능하게 하는 장치이자 자유로운 의견 교환이 이루어지는 가상의 공동체로서(나은경·이준웅, 2008) 댓글은 과거에 여론 조사를 통해서만 파악할 수 있었던 여론을 보다 쉽게 파악하고 의견을 형성, 표현할 수 있게 한다. 이러한 역할들을 담당함으로써 댓글은 온라인 공간에서 이루어지는 정치적 상호작용 과정에서 여론의 지위를 획득하게 되었다고 볼 수 있다.

여론은 시민들이 공유하는 관심과 가치를 드러내고(Dewey, 1927), 투표나 토론을 통해 드러나는 여론은 선출된 권력에, 그리고 대표자에 의해 이루어지는 정치적, 정책적 결정에 정당성을 부여하는 근거가 된다(Dahl, 1982, Habermas, 1991). 그러므로 민주주의를 지향하는 사회에서 여론을 무시하거나 여론에 근거하지 않은 정치적 결정은 정당화되기 어렵다. 민의를 반영한다는 의미에서뿐만 아니라, 시민들로 하여금 자신의 견해를 표현하고 공적 사안이나 공적 결정에 반응할 수 있는 기회(Yankelovich, 1991), 선출된 대표자들이 수행하는 통치에 대한 평가의 기회(Page, 1996)를 제공하는 수단이라는 점에서도 여론은 중요한 역할을 담당하고 있다. 제도적인 수준에서뿐 아니라 제도 밖의 영역에서 이루어지는 여론 형성과 표현 역시 중요한 의미를 갖는다.

## 5. 댓글의 영향력은 어디서 비롯되는가

댓글이 산술적 차원에서, 담론적 차원에서, 지각 차원에서 여론의 지위를 갖게 된 것은 구체적으로 무엇 때문인가? 사람들이 뉴스 댓글을 읽으며 여론을 추정하는 이유로 여러 연구자가 가장 빈번하게 언급한 것은 바로 댓글이 누군가에 의해 선택되거나 정제되는 과정을 거치지 않은 '시민들



의 있는 그대로의 목소리'라는 점이다(양혜승, 2008; 이미나, 2010; 이은주·장윤재, 2009; 장윤재·이은주, 2021; Lee, 2012; Lee & Jang, 2010; Walther, DeAndrea, Kim, & Anthony, 2010). 이슈에 대한 사람들의 의견이 가감 없이 전달되므로 사회적 이슈에 관한 여론의 동향을 파악하는 단서 내지 여론의 지표로 활용한다는 것이다.

이러한 설명은 매우 그럴듯한 것이지만 한편으로는 과연 그러한가에 대한 의문을 갖게 한다. 댓글 조작으로 인해 여러 차례 사회적 파문이 일었고(김규남, 2013; 원종진, 2018; 정환봉, 2017), 이러한 조작 가능성이나 대표성의 결여에 대해 충분히 인지하고 있음에도 불구하고 왜 사람들은 여전히 댓글로부터 여론을 유추하는 것일까? 관련 연구에서의 결과와 논의를 종합하면 이는 댓글이 (1)여론을 파악할 수 있는 여타의 방법과 비교할 때 더 접근성과 편이성이 높고 보다 구체적이고 생생한 정보를 제공하며, (2)댓글을 이용하는 사람들의 인지적 경향성 및 (3)언론의 관행이 결합되었기 때문이라고 요약해볼 수 있다.

### 1) 댓글의 속성: 구체적 예시를 제공하는 접근성 높은 정보

온라인 뉴스 이용 과정에서 댓글은 여론의 동향을 파악하고 자신의 의견과 비교하고자 할 때 손쉽게 이용할 수 있는 자료다. 스스로 여론을 조사하거나 복잡한 조사 결과를 찾아보지 않더라도 뉴스, 커뮤니티, SNS 등의 댓글을 통해 자신의 견해가 어느 위치에 있는지 파악할 수 있다(최수정·정세훈, 2017). 과거에 여론에 관한 정보는 언론의 보도나 선거 결과 혹은 보고서와 같은 전문 자료를 통해 접할 수 있었다. 이러한 자료들은 접근성이 높지 않다. 선거나 여론조사가 실시되었을 때 뉴스를 보아야만, 혹은 도서관 등에서 과거 보도나 보고서를 찾아보아야만 자료를 확인할 수 있고, 일상적으로는 여론에 관한 정보를 접하기 쉽지 않았다. 특히나 특정 주제에 대한 여론이 궁금하다면 자료를 찾는 일은 한층 더 어려워진다. 그런 자료를 찾아냈다 하더라도 찬반 비율이나 득표율과 같은 수치

외에 표본 구성, 조사 진행, 통계적 추론 등을 모두 이해하고 자료를 읽기 위해서는 상당한 지식이 필요하다. 즉 과거의 자료는 접근성과 가독성이 낮았다.

그러한 과거의 자료들에 비해 댓글은 쉽게 접할 수 있고, 어렵지 않으며, 흥미롭기까지 하다. 우선 댓글은 어디에나 있다. 포털이나 언론사 웹사이트에서 뉴스를 읽으면 하단에 댓글이 함께 제시되고, 블로그, 커뮤니티, SNS도 대부분 댓글란을 제공한다. 사람들이 정치사회적 정보를 얻을 수 있는 거의 모든 곳에 댓글이 있는 셈이다. 게다가 굳이 주제별 자료를 찾지 않더라도, 관심 있는 기사나 온라인 콘텐츠를 찾으면 그곳에 댓글이 함께 있기 때문에 사안별로 사람들의 의견을 파악하는 것이 용이하다. 또 댓글은 상호작용적, 실시간적, 일시적, 익명적인 특성을 갖기 때문에 (조희순·이병재·김승연, 2016) 대중이 관심을 갖는 새로운 사안에 대해 자유롭게 활발하게 상호작용하면서 폭발적으로 댓글이 증가하고, 따라서 쟁점이 되는 사안에 대해 빠르게 사람들의 반응을 파악할 수 있다.

댓글의 높은 접근성은 읽는 이들뿐 아니라 쓰는 이들에게도 적용된다. 과거에는 공적 사안에 관한 개인의 의견을 대중에게 전달하려면 신문이나 잡지의 독자 의견란에 기고하거나 방송사 토론 프로그램에 출연하거나 시청자 참여 프로그램에 의견을 보내는 등의 제한적인 방법만이 가능했다. 하지만 그러한 기회는 충분하지 않을 뿐 아니라 글을 써서 우편으로 발송하거나 방송 시간에 맞춰 전화를 걸거나 출연을 신청하는 등의 번거로운 과정을 거쳐야 했다. 또 그렇게 해 기회를 얻더라도 언론사의 선별을 거친 후에야 대중에게 전달될 수 있었다. 정치사회적 이슈에 대해 공론의 장에서 의견을 제시하는 것은 대부분의 사람들에게 사실 시도조차 하기 어려운 일이었다.

하지만 온라인 공간에서 댓글을 작성할 때는 원고 발송이나 출연 신청과 같은 번거로운 절차도 필요하지 않고 누군가의 검토를 거치는 일도 없이 누구나 자신의 의견을 있는 그대로 표현할 수 있다. 때문에 댓글을

읽는 사람들 역시 누군가가 선택하거나 배제하지 않은 사람들의 의견을 있는 그대로 접할 수 있다. 반시민적 표현이나 근거 없는 비난 등이 게시 되는 문제로 인해 언론에서 부적절한 댓글을 신고, 삭제, 블라인드 처리 하는 등의 조치를 하기도 하지만(장윤재·이은주, 2021) 그럼에도 댓글은 과거와는 비교할 수 없을만큼 접근성이 높은 “사회 구성원들의 생생한 목소리가 직접적으로 기록되는 공간”(양혜승, 2008, p. 256)으로 자리매김 하게 된다.

이러한 댓글의 특징은 선행 연구에서 소위 ‘이탈 상태에서의 항의’로 명명한 현상을 가속화하기도 한다(나은경·이강형·김현석, 2009; 이상길, 2008). 정당, 국회, 미디어 등 제도적 측면에 대한 신뢰가 낮은 상태에서 대안적 의견 표명 채널에 대한 접근성이 높고 이러한 과정에 큰 노력이나 비용이 소요되지 않는다면, 나아가 제도 정치에서 포섭하지 못하는 생활 정치 이슈들이 다양화될수록 이들 경로를 통한 항의가 일상화되기 쉽다. 현재 한국 사회에서는 제도 정치나 언론에 대한 불신이 매우 높은 상태이다. 이런 상황에서는 시민들이 작은 노력으로 자신의 항의를 드러낼 수 있는 방법을 찾게 되는데 댓글은 그것을 가능케 하는 가장 유효한 수단이라고 할 수 있다.

댓글은 읽고 쓰기 쉬울 뿐만 아니라 이해와 기억이 용이하다는 특징도 가지고 있다. 댓글은 전문가가 전문적인 용어를 사용해 특정 주제나 여론에 대해 이야기하는 자료가 아니라 시민 개개인이 자신의 견해나 추가적인 정보를 적은 자료이다. 전문 용어보다는 이해하기 쉬운 일상의 언어를 사용하므로 딱딱한 기사나 보고서보다 훨씬 쉽고 흥미롭다. 시안에 대한 관심이 높은 사람이 아니라면 굳이 전문적이거나 권위 있는 자료를 힘들여 찾아볼 필요 없이 댓글을 통해 추가적인 정보와 다른 사람들의 의견을 확인하는 것으로 충분하다.

평범한 언어로 쓰인 댓글은 이해하기 쉬울 뿐 아니라 내용의 생생함과 구체성이 높아 처리와 기억이 용이한 일화적(episodic) 자료라는 이

점도 갖는다. 예시 이론(exemplification theory)에서 설명하는 것처럼, 무미건조하고 추상적인 통계치에 비해 구체적이고 생생한 사례가 더 기억하고 회상하기 쉽다(Brosius & Bathelt, 1994; Zillmann & Brosius, 2000). 추상적 정보보다 구체적 사건이 정보를 처리하고 기억하는 데 더 적은 인지적 노력을 요구하기 때문이다. 통계적 수치로 제공되는 여론은 충분한 배경지식과 관심을 갖추지 않으면 그 의미를 명확하게 이해하기 어렵고, 내용을 파악했다 하더라도 수치 정보를 기억하기는 용이하지 않다. 하지만 댓글은 추상적인 수치가 아니라 개인의 의견과 정서적 단서 등을 담은 구체적인 사건이나 예시를 제공하므로 이해하기 쉽고 흥미로우며 기억하기도 더 쉽다.

예시나 개인의 경험담, 증언과 같은 이야기들은 기사에서도 빈번하게 쓰인다. 특정한 인물을 제시하고 해당 인물의 경험담 등을 통해 기사를 풀어가는 방식인데, 이런 이야기들은 비록 대표성이 결여된 일화적 정보이기는 하지만 사람들은 이런 사례에 더 흥미를 느끼고 그 내용을 더 구체적으로 기억하곤 한다. 게 된다. 실제로 더 객관적이고 타당한 정보를 제공하는 통계치, 즉 기저율 정보(base-rate information)에 비해 오히려 이러한 개인적인 이야기를 담은 사례(exemplars)가 뉴스 독자가 여론의 분포를 지각하고 태도를 바꾸는 데 더 큰 영향을 미쳤다는 연구 결과도 있다(Brosius & Bathelt, 1994).

기저율 정보보다 예시를 더 쉽게 수용하며, 그 결과 더 큰 영향력을 발휘한다는 점은 댓글 관련 연구에서도 확인된 바 있다<sup>2)</sup>. 뉴스에 네티즌의 의견이 통계 형식으로 제시된 경우와 댓글로 제시된 경우를 비교하면

---

2) 사실 댓글은 기사에 비해 매우 짧고 단편적인 내용을 담고 있어 일화적 자료로 보기 어려운 측면도 있다. 구체적인 사건이나 사례보다 개인의 감정이나 판단을 담은 단편적인 표현만 제시되는 경우가 많기 때문이다. 다만 기저율 정보와 비교해 통계적 정보보다는 하나의 예시나 사례로 기능할 수 있기 때문에 복수의 댓글 관련 연구에서 댓글을 사례 혹은 일화적 정보로 취급해 논의했다(예, 최수정·정세훈, 2017; Lee & Jang, 2010).

통계보다 댓글 형태로 제시된 네티즌 의견이 여론 지각에 더 큰 영향을 미쳤다(Lee & Jang, 2010). 댓글과 통계치가 형태의 승인 단서(좋아요 수)의 상호작용을 검증한 연구도 이루어졌는데, 댓글의 내용에 따라 여론 인식에도 차이가 발생했지만 승인단서 유무나 댓글과 승인단서의 상호작용으로 인한 효과는 나타나지 않았다(최수정·정세훈, 2017; Peter, Rossmann, & Keyling, 2014). 즉 댓글은 대표성이나 객관성을 결여한 자료임에도 불구하고 독자들에게 상당한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 특히 많은 추천을 받아 상단에 노출되는 소위 ‘베플’이나 최초로 등록된 댓글의 영향은 더 큰 것으로 알려져 있다(문광수·김슬·오세진, 2013; 임혜빈·이병관, 2019).

## 2) 댓글 이용자의 인지적 경향성

댓글 자체의 속성, 즉 손쉽게 접할 수 있고 이해와 기억이 용이한 일화적 정보라는 점이 뉴스 댓글의 영향력을 유발하는 한 가지 요인이라면, 또 다른 요소로 이용자의 인지적 경향성을 들 수 있다. 이용자들은 기사에 달린 적은 수의 댓글을 바탕으로 효율적으로 합의를 추정하고 여론을 유추하려는 경향이 있기 때문이다.

첫째, 사람들은 댓글을 읽을 때 사회적 승인 단서를 함께 활용해 댓글을 수용한다. 댓글은 단지 한 개인의 의견으로서 타인에게 전달되는 것이 아니라 댓글 공간에 ‘쌓여 있는’ 누적된 자료의 형태로 독자에게 제시된다. 대중의 관심이 높은 기사일수록 댓글의 수는 더 많아진다. 독자들은 이미 작성된 적게는 수십 건에서 많게는 천 건을 넘기도 하는 댓글을 확인할 수 있다. 비록 그 댓글을 모두 읽지 않더라도 댓글의 숫자를 보면서 이슈에 대한 대중의 관심을 확인할 수 있다. 또한 댓글이 동의하는 사람의 숫자를 바탕으로 배열된 경우 어떤 의견이 지배적인지 파악하고 사회적 합의를 추정할 수 있다(문광수 외, 2013; 임혜빈·이병관, 2019). 다양한 통계적 보조 지표 제시(베플, 아이콘, 좋아요/싫어요, 별점 등)들

이 함께 제시되어 여론을 유추하는 데 도움을 주기도 한다(염정윤 외, 2020; 최수정·정세훈, 2017).

온라인 뉴스 이용 과정에서 이러한 장치들은 합의 추정 단서, 혹은 사회적 승인 단서(social endorsement cues)의 역할을 한다. 뉴스 출처, 관련 기사 수, 뉴스 게시 날짜와 시간 등 다양한 정보가 사회적 승인 단서의 역할을 하지만, 댓글과 관련해서는 주로 '좋아요'나 '싫어요' 등의 투표수가 승인 단서의 기능을 담당하게 된다(최수정·정세훈, 2017). 사람들은 댓글을 읽을 때 승인 단서를 함께 검토해 여론의 분위기를 짐작한다. 다만 댓글과 투표수 또는 '좋아요' 수 등 사회적 승인 단서의 역할을 검토한 관련 연구들을 보면 투표수보다 댓글의 효과가 더 크거나(Lee & Jang, 2010), 댓글의 효과가 확인된 반면 사회적 승인 단서의 효과나 상호작용 효과는 나타나지 않았다(최수정·정세훈, 2017; Peter et al., 2014). 따라서 이러한 승인 단서들은 댓글의 효과를 보조하는 정도의 기능을 하는 것으로 보인다.

둘째, 댓글을 통한 합의 추정 과정에서 사람들은 가능한 많은 수의 댓글을 면밀히 검토한 후 여론의 추이를 합리적, 객관적으로 추론하는 것이 아니라 극히 일부 댓글만을 읽고 여론을 유추한다. 댓글을 통한 합의 추정에 관해 살펴본 이미나(2010)의 연구에서 사람들은 댓글의 주제에 동조할수록, 그리고 댓글 수가 많을수록 집단 내 합의 정도를 더 높게 추정했는데, 흥미롭게도 이 실험에서 제시한 댓글은 조건별로 1개 또는 3개였다. 즉 사람들은 구태여 여러 개의 댓글을 읽을 것 없이 아주 적은 수의 댓글만으로도 집단의 합의 정도를 추정하는 것이다. 게다가 그 댓글이 많은 사람의 동의를 얻은 베스트 댓글이라면 그 영향은 더 커지게 된다(문광수 외, 2013; 임혜빈·이병관, 2019).

몇 개의 댓글만 읽고도 즉각 여론을 추정하는 것은 효율적 판단을 추구하는 경향과 관련이 있다. 정보를 처리하는 과정에서 사람들이 보이는 주요한 경향성 중 하나는 바로 인지적 자원을 절약하려 하는 것이다. 자

신에게 중요한 사안이거나 평소 관심을 가진 주제, 혹은 잘 알고 있는 사항 등 충분한 동기와 능력을 갖춘 경우가 아니라면 굳이 많은 사람들은 인지적 노력을 들여 판단하려 하지 않고, 대개 최소한의 단서로 빠르게 판단하려 한다. 인지적 구두쇠(cognitive miser)라는 은유처럼, 사람들은 충분한 노력을 들여 면밀하게 정보를 처리하기보다 자신이 가지고 있는 최소한의 자원을 사용해 효율적으로 판단하려 하고, 이 과정에서 다양한 인지적 방략(heuristics)을 구사한다(Eagly & Chaiken, 1984; Tversky & Kahneman, 1974; Zillmann & Brosius, 2000).

예컨대 사람들은 가장 가용한, 즉 떠올리기 쉬운 정보를 사용해 특정 사건의 발생 가능성을 추정하는 가용성 휴리스틱(available heuristic)을 사용하는데, 이러한 정보처리 방식으로 인해 특수한 사례를 과도하게 일반화해 현실을 인식하는 결과가 나타나곤 한다. 앞서 논의한 예시, 일화적 정보에 대한 선호 역시 이러한 경향성과 관련된다(Brosius & Bathelt, 1994). 사람들은 효율적인 판단을 추구하기 때문에 자신이 관찰한 사례의 대표성이나 사례 수의 적정성을 무시한 채 소수의 표본만으로 과잉 일반화하는 것이다(Tversky & Kahneman, 1971, 1974). 뿐만 아니라 유사한 의견이 반복 제시될 때는 그 의견에 대한 합의를 더욱 과대하게 추정한다(Weaver, Garci, Schwarz, & Miller, 2007). 이러한 경향으로 인해 특정한 입장의 댓글이 몇 개만 제시되어도 사람들은 그것이 다수의 견해일 것이라고 추정하게 된다. 포털 등 플랫폼에서 제공하는 베스트 댓글 기능이나 추천수를 표시하는 기능 등은 여기에 기저울 정보를 더해 과대 추정을 부추기는 역할을 한다.

셋째, 사람들은 새로운 정보에 노출될 때 선행 정보를 우선 수용한 후 이를 바탕으로 후행 정보에 대해 판단하는 경향이 있다(Gilbert, Tafarodi, & Malone, 1993). 특별히 인지적 노력을 기울이지 않는다면 사람들은 보통 먼저 접한 정보에 따라 후속 판단을 하게 된다. 즉 댓글을 읽고 나면 특별한 동기나 선유 태도가 없는 한 그 댓글을 수용하고

그 내용을 바탕으로 후속 판단을 할 가능성이 높다는 것이다. 댓글은 생생하고 흥미로운 이야기를 제공하고, 굳이 많은 수를 읽지 않아도 부가적으로 제공되는 승인 단서를 참조하여 사회적 합의 정도를 추정할 수 있기 때문에 사람들은 댓글만으로도 여론을 추정하게 되는 것이다.

넷째, 이러한 합의 추정은 사회적 영향력 및 비대인적 영향력과 연관 지어서도 해석해볼 수 있다. 사람들은 불확실성이 높은 상황이나 사안에 대해 판단할 때 다른 사람이 제공하는 정보나 의견에 의존하고 혹은 특정한 집단에 소속감을 느끼거나 소속을 확인받고자 하는 경우, 해당 집단의 우세한 의견이나 규범을 좇아 그 의견을 수용하기도 한다(Myers, 2013). 이러한 정보적(informational) 규범적(normative influence) 차원의 사회적 영향력은 직접 대면한 적이 없는 상상의 공동체 속에서도 발생한다. 즉 공동의 사안에 대한 관심을 공유하는 사람들, 혹은 물리적 집합은 아니지만 동시에 가상의 공간을 공유하고 있는 이들과 상호작용하는 과정에서도 비대인적 차원의 영향력(impersonal influence)이 발생하게 된다. 이런 비대인적 상호과정 속에서 여론의 동향이 불확실한 경우는 댓글을 통해 단서를 얻게 되고, 소속 집단의 의견이 한쪽으로 치우쳐 있는 경우 그 의견을 바탕으로 여론을 판단하게 된다.

또 사람들은 사회적 판단 과정에서 타인과 비교해 자신이 어떤 위치에 있는지, 자신의 판단이 적절한지를 파악하고 싶어 한다(social comparison theory, Festinger, 1954). 사회정치적 이슈에 관한 여론을 파악하는 과정에서 댓글은 자신의 위치를 파악하는 준거의 역할을 하게 된다. 사람들은 자신의 성공이나 바람직한 행동에 대해서는 타인과의 공유성을 과소하게 평가하지만(false uniqueness effect), 의견의 추이를 파악할 때나 자신의 실패나 오류에 대해서는 타인과의 공유성을 과대하게 평가하는 경향이 있다(false consensus effect: Ross et al., 1977). 이 때문에 비슷한 초기 태도를 가진 이들(내집단) 사이에서는 더 극단적이거나 눈에 띄는 행동을 통해 인정받으려는 모습을 보인다. 반대



로 의견의 추이를 파악하기 어렵거나 자신의 견해가 공격받을 수 있다고 느낄 때는 공유성을 과대평가해 소수의 사례만으로도 합의를 추정하는 경향을 보인다.

### 3) 언론의 댓글 활용 보도 관행

마지막으로 댓글에 대한 언론의 태도 및 취재 보도 관행을 고려하지 않을 수 없다. 언론은 댓글이 대표성을 결여한 자료이며 조작의 위험이 높다는 것을 강조하는 동시에 댓글을 여론의 지표로 취급하는 이중적인 태도를 보인다. 악성 댓글의 문제나 댓글의 대표성 결여, 여론 조작, 선거 시기 댓글의 영향 등 댓글의 문제점이나 우려되는 악영향에 대한 기사는 무수히 많다. 하지만 이런 기사들만큼이나 혹은 그 이상으로 댓글을 인용한 많은 기사를 찾아볼 수 있다.

기사에서 댓글을 인용하는 것은 오래전부터 문제시되어온 익명 취재원 사용 관행과 관련이 있다. 저널리즘 가치에 비추어볼 때 뉴스에서는 무엇보다 사실성이 강조되고 이는 인용에도 적용되므로 일반적으로 기사의 신뢰성과 전문성을 확보하기 위해 취재원을 명시하는 것이 원칙이다 (Brooks, Kennedy, Moen, & Ranly, 2002; Lee & Koh, 2010). 다만 내부 고발이나 공익 제보 등 취재원을 밝히는 경우 취재원에게 불이익이 우려되고 취재원의 요청이 있어 불가피할 때는 예외적으로 익명 취재원 사용이 허용된다. 이처럼 불가피한 경우가 아니라면 인용은 신뢰할 만한 인물을 대상으로, 공개적으로 이루어져야 한다(이건호·고홍석, 2016). 하지만 이러한 불가피한 경우가 아니라 충분히 실명의 취재원을 구할 수 있음에도 불구하고 취재상의 편의를 위해 익명 취재원을 사용하는 경우 기사의 신뢰성을 훼손하게 된다(이윤화·조연하, 2017; 장호순, 2000).

기사에서 댓글을 소위 ‘네티즌 의견’으로 인용해 보도하는 경우를 자주 볼 수 있는데, 댓글을 인용하는 경우는 익명 취재원 사용과 유사하지

만 더 여러 가지 문제를 가지고 있다. 우선 댓글의 형태로 인용되는 의견은 누구의 것이며 어떤 차원에서 인용될만한 가치를 갖는지 판단하기 어렵다. 기사를 읽는 이는 물론 기자 자신조차 취재 대상인 댓글 작성자의 신원을 명확하게 알지 못하는 상태이며, 혹자는 댓글 자체가 실제로 존재하는 것이 아니라 기자가 임의로 작성한 것이라고 의심할 수도 있다. 즉 댓글 인용 자체가 기사의 신뢰성을 심각하게 훼손할 수 있다. 내용 면에서도 댓글은 그 자체가 개인의 단편적이고 주관적인 의견을 담고 있고 사실 확인이 어려운 경우가 많다. 이처럼 저널리즘의 가치를 훼손하는 문제뿐 아니라 악의적인 댓글을 무분별하게 인용함으로써 인격권을 훼손하는 불법적인 상황이 발생하기도 한다(성동규, 2007).

댓글은 기자의 취사선택과 편집을 거쳐 기사에 인용된다. 특정 댓글을 선택하고 그 가운데 일부를 인용하는 과정에서 기자나 언론사의 입맛에 맞는 댓글을 고르거나 내용이 변형되는 등의 왜곡이 발생할 위험이 있다. 게다가 댓글을 인용할 때는 해당 주제에 대한 시민 인터뷰와 유사한 방식을 사용하고 있다. 이렇게 취재원을 명시적으로 확인할 수 없는 댓글을 마치 여론을 대표하는 것처럼 사용하는 관행이 확산되면서, '댓글은 여론을 추정할 수 있는 단서'라는 인식을 언론 스스로 재확인하고 공고하게 만드는 역할을 수행하고 있는 셈이다.

## 6. 나가며

이 논문에서는 뉴스 댓글 서비스가 도입되고 관련 연구가 이루어진 지 20여 년이 지나고 온라인 미디어 환경 변화와 함께 댓글 이용 맥락 또한 바뀌고 있는 시점에서 지금까지 이루어진 댓글 관련 연구를 바탕으로 여론의 지표로서 댓글의 기능과 영향을 세부적으로 고찰하고자 했다. 온라인 미디어 확산 이후 정치적 상호작용이 이전과 다른 어떠한 특징을 갖게 되

있으며 온라인화된 정치 커뮤니케이션 환경에서 뉴스 댓글이 어떻게 여론의 역할을 하는지, 그리고 댓글이 여론의 지표로 기능하는 것은 어떤 요인들 때문인지 관련 연구를 검토해 종합적으로 논의하고자 했다.

우선 뉴스 댓글은 공적 사안에 대한 정보 습득, 뉴스 및 언론사 평가, 의견 형성과 변화, 정치 참여 등 정치 커뮤니케이션 과정 전반에 포괄적인 영향력을 발휘한다는 점이 선행 연구에서 비교적 일관되게 제시되어 왔음을 제시했다. 이와 더불어 댓글이 여론의 지표 내지 여론 추정 단서 역할을 한다는 점을 다수의 연구에서 제시해온 점과 관련해 과연 댓글이 어떤 맥락에서 여론으로 인식되며 어떤 요인들로 인해 대표성이나 진실성의 결여에도 불구하고 댓글을 여론 단서 내지 여론 그 자체로 간주하는지에 대한 질문을 제시했다.

다음으로 댓글이 여론 단서로 기능하는 맥락이라고 할 수 있는 온라인 환경에서 이루어지는 정치적 상호작용의 특징을 논의했다. 온라인 환경에서는 물리적 실재성을 바탕으로 집단적 상호작용을 통해 정치정보 습득과 집합적 의사결정이 이루어졌던 고대 아테네의 민주주의 모델이나 지각된 실재성에 기반해 제한적 정보원에 의존해 개별화된 정치적 상호작용이 이루어진 매스 미디어 환경에서의 커뮤니케이션과는 구별되는 특징을 보인다는 점을 서술했다. 즉 시민 상호 간의 지각된 실재성, 개개인의 가시성이 높아진 환경에서 다양한 정보원을 통해 선택적으로 정치 정보를 습득하고 개별화된 상호작용과 유사-집합적 상호작용이 혼합되어 나타난다는 점을 논의했다.

이어서 뉴스 댓글이 여론으로 인식된다면 과연 그것은 무엇을 의미하는지를 여론 개념과 함께 검토했다. 댓글은 대표성 결여나 조작 가능성 등의 위험이 있지만 준통계적 정보와 함께 제시되어 여론의 향배를 산술적으로 보여주는 역할을 하고, 반시민적 표현이라는 문제점에도 불구하고 공적 사안에 대한 의견을 교환하는 공개적 장으로서 토론을 통해 도출된 집합적 의견으로서 여론의 성격 또한 가지고 있으며, 실제 여론이 무

엮인가와 별개로 사람들이 댓글을 한국 사회의 여론으로 간주한다는 점에서 구성주의적 차원의 여론 지위 또한 갖게 되었다는 점을 서술했다.

마지막으로 댓글이 이처럼 여론 혹은 여론 추정 단서의 역할을 하게 된 것은 이해와 기억이 용이한 구체적 예시를 제공하는 접근성 높은 정보라는 댓글 자체의 속성, 대표성이나 사례 수의 적정성 등을 무시한 채 사회적 승인 단서 및 최소한의 정보만을 사용해 빠르게 판단하고 선행 정보의 영향을 즉각적으로 수용하는 경향 및 사회판단 과정에서 나타나는 비대인적 영향력과 사회 비교 등 댓글 이용자의 특성, 그리고 신뢰성을 결여한 자료를 여론의 근거로 사용하는 언론의 관행이 결합한 결과라고 보았다.

온라인 뉴스 댓글을 다룬 그간의 연구는 댓글의 양상, 특정 이슈에 관한 댓글 내용 분석, 댓글을 통한 여론 형성, 댓글의 역할과 의미, 댓글 읽기와 쓰기의 효과 등 매우 폭넓은 주제에 걸쳐 이루어졌다. 이러한 여러 주제들 가운데 이 논문에서는 온라인 뉴스를 중심으로 이루어지는 정치 커뮤니케이션 과정에서 댓글이 여론의 지표로 기능한다는 일반적인 가정에 초점을 맞췄다. 이 논문에서 다룬 댓글과 여론의 문제 외에도 여러 중요한 쟁점들이 있다. 예를 들어 댓글 이용 동기와 행태, 반시민적 표현 등 의견의 품질과 관련된 연구들이나 댓글 조작의 문제, 포털 등 플랫폼의 댓글 운영 정책, 댓글을 통한 여론 형성 및 전파의 과정 등은 온라인 뉴스 환경의 변화에도 불구하고 여전히 중요한 주제들이다. 또 본 논문에서는 댓글이 여론의 지표 역할을 한다는 것이 무엇을 의미하며 왜 그러한 역할을 하는 것으로 인식되는지를 논의했지만, 결과적으로 여론의 지표로서 댓글을 어떻게 평가해야 하며 어떠한 긍정적 역할을 담당하고 있는지에 대한 평가 또한 필요하다.

지난 5월 다음뉴스에서 댓글을 폐지하고 '타임톡' 기능을 도입한 것은 온라인 뉴스 환경에서 댓글이 수행하는 역할과 그 영향에 대한 산업적 응답이라고 할 수 있을 것이다. 다음뉴스의 이번 개편은 기존의 뉴스 댓글

글 제시 방식이 공적 사안에 대한 시민의 의견에 상당한 영향을 미치며, 그 영향이 매우 부정적일 수 있다는 해당 기업의 인식을 드러낸다. '타임톡'으로의 개편은 온라인 뉴스 이용자들이 의견을 교류할 수 있는 장을 유지하되 댓글에 덧붙던 준통계적 자료, 기록성, 작성자들에 대한 맥락 정보 등을 제거한 새로운 정치 커뮤니케이션 방식을 제안한 셈이다. 이런 변화가 기존의 댓글과는 어떻게 다른 소통 양식과 효과를 유발할 것인지 주목할 필요가 있다.

이 논문은 포털 뉴스를 중심으로 20년 가까이 이루어져 온 댓글 관련 연구 각각에서 논의한 내용을 종합해 온라인 미디어 환경에서 정치적 상호작용의 변화와 그 속에서 여론의 지표로서 댓글이 갖는 의미를 몇 가지 개념들을 적용해 포괄적으로 정리하고자 하는 시도라는 점에서 의미를 갖는다. 신뢰성이나 객관성, 대표성, 진실성 등의 한계에도 불구하고 사람들이 정치사회적 현실을 인식하고 그에 대한 태도를 형성하는 데 댓글이 중요한 역할을 담당한다는 점을 밝혀온 것은 지난 20년간 누적돼온 연구의 소중한 성과라 하겠다. 댓글 관련 연구가 시작된 2000년대 초와 비교해 이제 댓글이 거의 모든 유형의 온라인 커뮤니케이션 과정에 수반되어 일상화되고, 정치적 정보 습득과 상호작용의 장이 포털 외에도 온라인 커뮤니티, SNS, 동영상 플랫폼 등으로 다양해졌다. 최근에는 유튜브 및 SNS에서의 댓글 이용에 관한 연구나(김동윤·홍하은, 2015; 정민웅 외, 2023; 최수정·정세훈, 2017), 소비자 연구 맥락에서의 연구도 이루어지고 있지만(예, 조준혁·홍다현·전종우, 2020), 미디어 환경의 변화를 반영해 댓글 연구의 범위와 깊이를 새롭게 더해가는 작업이 필요한 시점이다.

## 참고문헌

- 강재원·김선자 (2012). 인터넷 뉴스기사에 달린 댓글의 효과연구: 이슈의 관여도와 의견의 일치성 여부를 고려해서. <한국언론학보>, 56권 2호, 143-166.
- 강현철·김영원·임찬수·최재혁 (2020). 시민참여형 공론조사 사례: 대입제도 개편 공론조사를 중심으로. <조사연구>, 21권 2호, 71-87.
- 구슬기·김하나 (2020). 정치인의 이미지와 정치인에 대한 부정적 댓글이 유권자의 태도와 투표의도에 미치는 영향. <미래정치연구>, 10권 1호, 67-98.
- 구유묘·이장근·김용환 (2021). 소수의 의견은 항상 침묵하는가? 댓글의 예외, 무례함과 소수 의견 지지비율이 소수 의견 입장자의 의견표현 의지에 미치는 영향. <사회과학연구>, 28권 4호, 3-36.
- 금희조·조재호 (2015). 미디어를 통한 뉴스 이용과 대화가 정치 지식, 효능감, 참여에 미치는 영향: 미디어의 종류와 대화 채널의 차별적 효과를 중심으로. <한국언론학보>, 59권 3호, 452-481.
- 김경년·김재영 (2005). 오마이뉴스 독자의견 분석: '난장으로서의 공론장' 가능성 탐색. <한국방송학보>, 19권 3호, 7-41.
- 김규남 (2013, 1, 22). 새누리 댓글알바 '십일단' 윤정훈 결국.... <한겨레>. URL: [https://www.hani.co.kr/arti/society/society\\_general/570774.html](https://www.hani.co.kr/arti/society/society_general/570774.html)
- 김동윤·홍하은 (2015). 정치참여 수단으로서 댓글의 역할과 의미, 그리고 한계: 비선거 시기 온라인 및 SNS 뉴스 댓글에 대한 인식과 활동의 비교를 중심으로. <사이버커뮤니케이션학보>, 32권 1호, 51-86.
- 김미희 (2016). 페이스북 친구의 뉴스추천이 뉴스신뢰도 인식과 뉴스관여 행동에 미치는 영향: 인지 정교화와 의견지도력을 중심으로. <한국언론학보>, 60권 5호, 176-202.
- 김병철 (2004). 인터넷 신문 댓글의 상호작용적 특성 분석. <사이버커뮤니케이션학보>, 14호, 147-180.

- 김선호·오세욱·최민재 (2016). <댓글 문화 분석>(미디어 이슈 2-10). 서울: 한국언론진흥재단.
- 김수정·정연구 (2017). 정치성향, 뉴스 미디어 이용, 정치대화가 정치참여 태도와 행위에 미치는 영향: 박근혜 대통령 탄핵 국면을 중심으로. <한국언론학보>, 61권 5호, 69-101.
- 김은미·선유화 (2006). 댓글에 대한 노출이 뉴스 수용에 미치는 효과. <한국언론학보>, 50권 4호, 33-64.
- 김혜미·이준웅 (2011). 인터넷 뉴스와 댓글의 뉴스 프레임 융합 효과 연구: 해석의 복잡성 및 태도의 극단성 분석을 중심으로. <한국언론학보>, 55권 2호, 32-55.
- 나은경·이강형·김현석 (2009). 댓글 읽기/쓰기를 통한 온라인 소통이 대의민주주의 사회에서 갖는 의미: 인터넷 뉴스 댓글 이용과 사회신평, 정치신평, 언론신평, 그리고 정치지식. <한국언론학보>, 53권 1호, 109-132.
- 나은경·이준웅 (2008). <댓글 문화 연구: 온라인 뉴스 이용 양태의 변화와 담론 공중의 의미>. 서울: 한국언론재단.
- 문광수·김슬·오세진 (2013). 베스트 댓글의 방향성이 일반 댓글의 동조효과에 미치는 영향. <한국콘텐츠학회논문지>, 13권 12호, 201-211.
- 박원경 (2020, 12, 29). "댓글 세계 지배하는 소수들"... 뉴스 댓글 진격 분석. <SBS>. URL: [https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news\\_id=N1006146859](https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1006146859)
- 성동규 (2007). 네티즌 댓글의 무분별한 인용 보도와 인격권. <언론중재>, 102호, 98-105.
- 송민규 (2004). 인터넷 게시판 답글의 동시적 특성. <한국학연구>, 21집, 175-202.
- 양승목 (1997). 언론과 여론: 구성주의적 접근. <언론과 사회>, 17권, 6-40.
- 양혜승 (2008). 인터넷 뉴스 댓글의 견해와 품질이 독자들의 이슈에 대한 태도에 미치는 영향. <한국언론학보>, 52권 2호, 254-281.
- 양혜승 (2022). 여성, 이주민, 노인 혐오성 댓글에 대한 텍스트 마이닝 분석: 네이버 범죄뉴스를 맥락으로. <한국방송학보>, 36권 3호, 5-45.

- 엠브레인 (2018). 포털사이트 뉴스 댓글 관련 인식 조사. URL: <https://www.trendmonitor.co.kr/tmweb/trend/allTrend/detail.do?bIdx=1646&code=0404&trendType=CKOREA>
- 염정윤·김류원·정세훈 (2020). 국내 댓글 효과 연구에 대한 메타 분석. <언론정보연구>, 57권 2호, 5-49.
- 원종진 (2018, 4, 13). '정부 비방 댓글 조작' 잡고 보니...文 지지글 올렸던 민주당원. <SBS>. URL: [https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news\\_id=N1004713045](https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1004713045)
- 이건호·고홍석 (2016). 온라인과 오프라인 신문의 인용 적절성 비교: 술어 객관성과 취재원 수준을 중심으로. <한국언론학보>, 60권 3호, 178-205.
- 이동한 (2022, 2, 8). [기획] 뉴스기사 댓글에 대한 인식. <한국리서치 여론속의 여론>. URL: <https://hrcopinion.co.kr/archives/20815>
- 이미나 (2010). 댓글의 논조, 숫자, 사진 태도가 이슈의 합의추정에 미치는 영향. <사이버커뮤니케이션학보>, 27권 3호, 47-87.
- 이상길 (2008). 인민은 어떻게 말하고 있는가: 신자유주의 시대의 '여론'과 '직접 발언'. 당대비평 기획위원회 (편), <광장의 문화에서 현실의 정치로>(47-66쪽). 서울: 산책자.
- 이윤희·조연하 (2017). TV 뉴스의 익명 취재원 보도에 대한 방송 기자의 인식 연구: 취재원 표기 및 편집 방식, 동기, 효과를 중심으로. <한국언론학보>, 61권 5호, 241-273.
- 이은주 (2011). 지각된 편향인가 편향된 지각인가? 댓글의 내용, 여론에 대한 인식과 이슈 관여도에 따른 기사의 논조 지각. <한국언론학보>, 55권 3호, 179-198.
- 이은주·장윤재 (2009). 인터넷 뉴스 댓글이 여론 및 기사의 사회적 영향력에 대한 지각과 수용자의 의견에 미치는 효과. <한국언론학보>, 53권 4호, 50-71.
- 이재신·이민영 (2008). 댓글 읽기 효과에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. <한국언론정보학보>, 42권 2호, 249-279.
- 이효성 (2020). 투표참여 의도에 미치는 소셜미디어 뉴스 이용 및 온라인 상호



- 작용의 영향: 21대 총선을 중심으로. <사회과학연구>, 36집 4호, 1-25.
- 임혜빈·이병관 (2019). 첫 댓글의 영향력: 온라인 뉴스 댓글에 대한 정보왜곡 효과 탐구. <광고학연구>, 30권 1호, 7-27.
- 장윤재 (2020). 흔들리는 개념 '참여': 미디어 환경 변화에 따른 참여 개념의 변화와 혼란. <한국방송학보>, 34권 6호, 151-186.
- 장윤재·이은주 (2017). 있는 그대로의 댓글 vs. 승인받은 댓글 vs. 인용된 댓글. <사회과학연구논총>, 33권 1호, 377-416.
- 장호순 (2000). 생존 위해 취재원 실명제가 필수: 언론의 네티즌 보도 문제. <신문과 방송>, 2000년 8월호, 108-111.
- 전승엽 (2020, 6, 15). [이슈 킷] "BTS가 왜 거기서 나와?" 백인우월주의 밑거름 K팝의 '총공'. <연합뉴스>. URL: <https://www.yna.co.kr/view/MYH20200611005500797>
- 전우영·김병준 (2010). 인터넷 댓글이 정치인에 대한 판단에 미치는 영향: 정정 메시지의 역할을 중심으로. <한국심리학회지: 사회 및 성격>, 24권 2호, 133-150.
- 정민용·이세영·금희조 (2023). 유튜브 '사이버 렉카' 영상에 달린 중립 댓글이 다른 시청자들의 악성 댓글 작성 의도에 미치는 영향력 연구: 정확성 네티지와 동적 규범의 효과를 중심으로. <한국언론학보>, 67권 1호, 85-124.
- 정일권·김영석 (2006). 온라인 미디어에서의 댓글이 여론에 미치는 영향에 관한 연구: 여론동향 지각과 제3차 효과를 중심으로. <한국언론학보>, 50권 4호, 302-327.
- 정지은·박남기 (2016). 뉴스 댓글에 대한 편향지각이 이슈에 대한 여론지각에 미치는 영향. <한국언론학보>, 60권 2호, 95-126.
- 정환봉 (2017, 4, 16). [단독] 판사까지 공격한 국정원 댓글부대 '알파팀'. <한겨레>. URL: [https://www.hani.co.kr/arti/society/society\\_general/790915.html](https://www.hani.co.kr/arti/society/society_general/790915.html)
- 조준혁·홍다현·전종우 (2020). 소셜미디어 소비자 행동별 인게이지먼트의 차이: 좋아요, 댓글쓰기, 공유, 포스팅 행동을 중심으로. <광고연구>, 126

호, 110-133.

조희순·이병재·김승연 (2018). 인터넷 뉴스 댓글을 통한 정치커뮤니케이션. <한국정치학회보>, 52집 5호, 115-139.

최수정·정세훈 (2017). 페이스북(Facebook)에서 뉴스 댓글이 이용자들의 여론인식, 책임귀인 및 정책 의견에 미치는 영향. <사이버커뮤니케이션학보>, 34권 3호, 271-313.

카카오 (2023, 6, 8). [보도자료] 카카오, 새로운 다음(Daum)뉴스 댓글 서비스 '타임톡' 베타 오픈. URL: <https://www.kakaocorp.com/page/detail/10521>

하태규 (2017). 고대 아테네 민주주의와 광장 민주주의. <경제와 사회>, 113호, 18-65.

한국언론진흥재단 (2022). <2022 언론수용자 조사>(조사분석 2022-01). 서울: 한국언론진흥재단.

한지원·김영옥 (2023). 댓글의 방향과 강도가 코로나19 관련 가짜뉴스 수용에 미치는 영향: 체계적 정보처리의 매개효과 및 동조 성향의 조절효과 중심 분석. <한국언론학보>, 67권 1호, 230-271.

Allport, F. H. (1937). Toward a science of public opinion. *Public Opinion Quarterly*, 1(1), 7-23.

Anderson, B. (1983). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. London, England: Verso Books.

Arendt, H. (1958). *The human condition*. Chicago, IL: University of Chicago Press. 이진우, 태정호(역)(1996). <인간의 조건>. 서울: 한길사.

Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130-1132.

Bennett, W. L., & Iyengar, S. (2008). A new era of minimal

- effects? The changing foundations of political communication. *Journal of Communication*, 58, 707-731.
- Blumler, J., & Kavanagh, D. (1999). The third age of political communication: Influences and features. *Political Communication*, 16, 209-203.
- Brooks, B. S., Kennedy, G., Moen, D. R., & Ranly, D. (2002). *News Reporting and Writing*. Boston, NY: Bedford/St. Martin's.
- Brosius, H.-B., & Bathelt, A. (1994). The utility of exemplars in persuasive communications. *Communication Research*, 21(1), 48-78.
- Chadwick, A. (2006). *Internet politics: States, citizens, and new communication technologies*. New York, NY: Oxford University Press.
- Childs, H. L. (1939). "By public opinion I mean". *Public Opinion Quarterly*, 3(2), 327-336.
- Conlin, L., & Roberts, C. (2016). Presence of online reader comments lowers news site credibility. *Newspaper Research Journal*, 37(4), 365-376.
- Conway, B. A., Kenski, K., & Wang, D. (2015). The rise of Twitter in the political campaign: Searching for intermedia agenda-setting effects in the presidential primary. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(4), 363-380.
- Dahl, R. A. (1982). *Dilemmas of pluralist democracy: Autonomy vs. control*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Dewey, J. (1927). *The public and its problems*. Athens, OH: Swallow Press.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1984). Cognitive theories of persuasion. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology: Volume 17* (pp. 267-359).

Orlando, FL: Academic Press.

- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.
- Fraser, N. (1992). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. In C. Calhoun (Ed.), *Habermas and the public sphere* (pp. 109-142). Cambridge, MA: MIT Press.
- Garrett, R. K., & Stroud, N. J. (2014). Partisan paths to exposure diversity: Differences in pro- and counterattitudinal news consumption. *Journal of Communication*, 64(4), 680-701.
- Gentzkow, M., & Shapiro, J. M. (2011). Ideological segregation online and offline. *The Quarterly Journal of Economics*, 126(4), 1799-1839.
- Gilbert, D. T., Tafarodi, R. W., & Malone, P. S. (1993). You can't not believe everything you read. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65(2), 221-233.
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Hansen, M. H. (1999). *The Athenian democracy in the age of Demosthenes: Structure, principles and ideology* (J. A. Crook, Trans.). Norman, OK: The University of Oklahoma Press.
- Houston, J. B., Hansen, G. J., & Nisbett, G. S. (2011). Influence of user comments on perceptions of media bias and third-person effect in online news. *Electronic News*, 5(2), 79-92.
- Kim, Y. (2015). Exploring the effects of source credibility and others' comments on online news evaluation. *Electronic News*, 9(3), 160-176.

- Kruikemeier, S., van Noort, G., Vliegenthart, R., & de Vreese, C. H. (2013). Getting closer: The effects of personalized and interactive online political communication. *European Journal of Communication, 28*(1), 53-66.
- Lee, E. J. (2012). That's not the way it is: How user-generated comments on the news affect perceived media bias. *Journal of Computer-Mediated Communication, 18*(1), 32-45.
- Lee, E. J., & Jang, Y. J. (2010). What do others' reactions to news on Internet portal sites tell us? Effects of presentation format and readers' need for cognition on reality perception. *Communication Research, 37*(6), 825-846.
- Lee, E. J., & Tandoc, E. C., Jr. (2017). When news meets the audience: How feedback online affects news production and consumption. *Communication Research, 43*(4), 436-449.
- Lee, E. J., Jang, Y. J., & Chung, M. Y. (2021). When and how user comments affect news readers' personal opinion: Perceived public opinion and perceived news position as mediators. *Digital Journalism, 9*(1), 42-63.
- Lee, G., & Koh, H. (2010). Who controls newspapers' political perspectives?: Source transparency affiliations in Korean news articles about US beef imports. *Asian Journal of Communication, 20*(4), 404-422.
- Lombard, M., & Ditton, T. (1997). At the heart of it all: The concept of presence. *Journal of Computer-Mediated Communication, 3*(2), JCMC321. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.1997.tb00072.x>
- McCombs, M., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly, 36*(2), 176-187.
- Messing, S., & Westwood, S. J. (2014). Selective exposure in the age of social media: Endorsements trump partisan source

- affiliation when selecting news online. *Communication Research*, 41(8), 1042-1063.
- Myers, D. (2013). *Social psychology* (11th ed.). New York, NY: McGraw Hill.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence a theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43-51.
- Ober, J. (2008a). *Democracy and knowledge*. Princeton, NJ: Princeton University press.
- Ober, J. (2008b). The original meaning of “democracy”: Capacity to do things, not majority rule. *Constellations*, 15(1), 3-9.
- O’Gorman, H. J. (1975). Pluralistic ignorance and white estimates of white support for racial segregation. *Public Opinion Quarterly*, 39(3), 313-330.
- Page, B. I. (1996). *Who deliberates? Mass media in modern democracy*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Peter, C., Rossmann, C., & Keyling, T. (2014). Exemplification 2.0. *Journal of Media Psychology*, 26(1), 19-28.
- Peters, J. D. (1995). Historical tensions in the concept of public opinion. In T. L. Glasser & C. T. Salmon (Eds.), *Public opinion and the communication of consent*(pp. 3-32). New York, NY: Guilford Press.
- Ross, L., Greene, D., & House, P. (1977). The false consensus effect: An egocentric bias in social perception and attribution processes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13(3), 279-301.
- Smith, A., & Duggan, M. (2012, 10, 9). The state of the 2012 election — Mobile politics. *Pew Research Center*. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/internet/2012/10/09/the-state-of-the-2012-election-mobile-politics/>

- Stroud, N. J. (2010). Polarization and partisan selective exposure. *Journal of Communication, 60*(3), 556-576.
- Stroud, N. J., Van Duyn, E., & Peacock, C. (2016, 3, 14). Survey of commenters and comment readers. *Center for Media Engagement*. Retrieved from <https://mediaengagement.org/research/survey-of-commenters-and-comment-readers/>
- Swan, K., & Shih, L. F. (2005). On the nature and development of social presence in online course discussions. *Journal of Asynchronous Learning Networks, 9*(3), 115-136.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1971). Belief in the law of small numbers. *Psychological Bulletin, 76*, 105-110.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science, 185*(415), 1124-1131.
- Walther, J. B., DeAndrea, D., Kim, J., & Anthony, J. C. (2010). The influence of online comments on perceptions of antimarijuana public service announcements on YouTube. *Human Communication Research, 36*, 469-492.
- Weaver, K., Garci, S. M., Schwarz, N., & Miller, D. T. (2007). Inferring the popularity of an opinion from its familiarity: A repetitive voice can sound like a chorus. *Journal of Personality and Social Psychology, 92*, 821-833.
- Delli Carpini, M., & Keeter, S. (1996). *What Americans know about politics and why it matters*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Yamamoto, M., Kushin, M. J., & Dalisay, F. (2015). Social media and mobiles as political mobilization forces for young adults: Examining the moderating role of online political expression in political participation. *New Media & Society, 17*(6), 880-898.

Yankelovich, D. (1991). *Coming to public judgment: Making democracy work in a complex world*. Syracuse, NY: Syracuse University Press.

Zillmann, D., & Brosius, H. (2000). *Exemplification in communication: The influence of case reports on the perception of issues*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

투 고 일 자: 2023년 04월 05일

심 사 일 자: 2023년 08월 01일

게재확정일자: 2023년 08월 23일



## Abstract

# An Examination of the Function and Impact of User Comments as Cues to Public Opinion

Yoon Jae Jang

Professor, School of Communications & Media, Seoul Women's University

The present study aims to examine the role and impact of user comments in online political communication through a comprehensive review of the existing literature. Previous research has shown that user comments on online news have a pervasive influence on the acquisition of political information, the evaluation of news and media outlets, and the opinions and behavior of readers. Furthermore, despite their lack of representativeness or authenticity, user comments have been considered as cues to public opinion or public opinion itself. User comments provide quasi-statistical information that enhances understanding of public opinion, allows citizens to discuss public issues, and provides information to infer public opinion. In this way, user comments have come to play the role of public opinion. There are three reasons why user comments have a crucial role in shaping public opinion. First, comments provide specific examples that are easily understandable and memorable. Second, users tend to make automatic judgments using minimal social cues and information. Lastly, the media tends to rely on unreliable data as a basis for public opinion.

**KEYWORDS** user comments, online news, public opinion, political communication