

댓글 읽기 효과에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

이재신*

(중앙대학교 신문방송학과 부교수)

이민영**

(중앙대학교 신문방송학과 대학원 박사과정)

본 연구에서는 최근 사회적·학문적 관심사로 떠오른 댓글의 읽기 효과를 살펴보고자 하였다. 이를 위해, 피험자로 하여금 기사와 댓글을 읽게 하여 기사주제에 대한 태도가 댓글에 의해 변화하는가, 또한 이러한 태도 변화에 영향을 주는 요인들은 무엇인가 실험을 통해 알아보았다. 연구결과 기사에 첨부된 댓글을 읽는 것만으로도 피험자가 기사주제에 대한 태도변화를 일으키는 것을 발견하였다. 또한 댓글을 읽은 후 태도가 긍정적 혹은 부정적으로 변화하도록 하는 별도의 요인들이 존재함을 발견하였다. 즉 댓글에 대한 신뢰도와 주제에 대한 효능감이 높을수록 댓글을 읽은 후 태도가 부정적으로 변하였으며 정보추구 성향과 댓글 이용동기가 높을수록 사후 태도가 긍정적으로 변함이 발견되었다.

주제어: 댓글, 태도변화, 신뢰도, 효능감, 관여도, 이용동기

1. 서론

인터넷이 등장한 이후 개인의 매체 이용환경은 급속도로 변화해왔다. 특히 인터넷을 기반으로 한 뉴스 서비스는 기존의 전통적 뉴스 매체가 가지고 있었던 정보전달의 기능을 극대화시켰다. 다양한 형태의 뉴스를 빠르고 편리하게 이용할 수 있음은 물론 개인의 뉴스 선택의 폭도 넓어졌다. 그러나 가장 눈에 띄이는 변화는 과거 일방향적 뉴스 매체의 정보 전달 기능이 양방향적으

* tjlee@cau.ac.kr

** mymedia06@empal.com

로 변화하면서 개인들 간의 의견교환과 부가적 정보의 양이 늘어난 것이다. 인터넷이 제공하는 상호작용성은 기존의 정보 매체들과 구별짓는 가장 큰 특징이라고 할 수 있다.

이와 같이 상호작용성을 지닌 인터넷은 단순히 정보를 습득하기 위한 도구로서가 아니라 보다 많은 사람들의 참여가 가능한 여론형성 공간의 역할도 수행하고 있다. 하버마스(Habermas, 1962)가 주장했던 공론장 개념이 더 이상 물리적인 공간에만 머물지 않으며, 인터넷을 통한 온라인 공간에서도 적용되고 있는 것이다. 온라인 공간에서 개인은 상대방과의 의견 교환을 통해 자신의 의견과 비교하기도 하며, 의견 조정과 수렴의 과정을 거쳐 개인의 의견 형성과 사회적 여론을 형성하기도 한다(정일권·김영석, 2006). 이와 같이 개인은 온라인 공간을 통해 다른 사람들과 상호작용함으로써 정보의 획득과 공유, 의견 교환의 과정을 자주 접할 수 있게 되었다.

최근 인터넷 뉴스 사이트에서 상호작용적 의견교환의 도구로써 댓글이 활발히 이용되고 있다. 가령 댓글은 온라인상에서 다른 이의 글이나 기사에 대한 자신의 의견을 표현하거나 추가적인 정보를 제시하는 도구로써 이용된다(김은미·선유화, 2006). 댓글은 짧은 글을 통해 자신의 생각을 직접적으로 전달할 수 있으며, 기존의 온라인 글쓰기에 비해 즉각적인 영향력을 발휘할 수 있다. 즉 댓글은 이용자의 적극적인 참여를 쉽게 유도할 수 있는 도구로서 작용하며 상호작용적 온라인 토론을 가능하게 해준다(김병철, 2004).

대부분 댓글 토론이 활발히 일어나는 경우는 논쟁의 여지가 있는 갈등적 사안에 해당한다(안종묵·박광순, 2007). 온라인에서의 활발한 댓글 토론이 반드시 긍정적으로 평가되는 것은 아니다. 댓글 토론을 자세히 살펴보면 많은 댓글들이 합리적인 근거와 주장을 펼쳐 상대방을 설득하기보다는 즉흥적이고 흥분된 상태에서 상대방에 대한 감정적 표현을 담은 경우가 많기 때문이다(윤영철, 2000). 그러나 댓글 토론에 대한 부정적 시각에도 불구하고 댓글의 역할과 댓글에 의한 개인의 의견 형성 변화에 대한 연구와 관심이 증가하고 있다.

최근 연구들에서는 인터넷 토론 공간에서 자신의 의견을 댓글을 이용하여

표현하는 이용자가 소수임에도 불구하고, 댓글을 읽는 이용자에 대한 이해가 부족하여 이에 대한 연구들이 필요하다는 주장이 일어나고 있다(정일권·김영석, 2006). 즉, 기존에는 누가 댓글을 작성하는가의 연구가 주로 이루어졌으며 정작 댓글 토론을 읽는이에 대한 연구가 부족하다는 것이다. 댓글 토론에 참여하는 사람들은 대부분 남들의 의견을 ‘읽는’ 경우가 많다. 따라서 댓글 읽기 효과에 대한 학문적 논의가 부족하다면 댓글에 의한 온라인 상호작용이 궁극적으로 읽는이에게 어떠한 효과를 줄 것인지에 대한 심도 있는 이해가 어렵다고 볼 수 있다. 가령 최근 광우병 사태로 인해 온라인상에서 댓글을 통한 활발한 토론이 전개되고 있지만 사실상 댓글을 작성하여 토론에 직접 참여하는 이들은 많지 않다. 그러나 단순히 ‘남들의’ 댓글 토론을 읽는 것만으로도 토론 주제에 대한 태도변화가 일어난다면 댓글 토론이 가지는 파급효과는 상당하다고 할 것이다.

이제 초기 단계에 있는 기존 댓글 관련 연구에서는 상대적으로 다양한 연구가 이루어지지 못했으며 그나마도 주로 댓글 자체에 대한 평가(김은미·선유화, 2006), 댓글이 기사 대상에 대한 태도에 미치는 영향(정일권·김영석, 2006), 댓글이 여론으로서 인식되고 있는가(이재신·성민정, 2007), 댓글의 구전(word of mouth) 효과를 알아보는 연구(이태민·박철, 2006) 등에 그치고 있다. 즉 아직까지 댓글이 기존의 태도에 영향을 주어 변화를 일으키는가를 알아본 연구가 부족한 것이다. 정치적으로나 사회적으로 민감한 주제들에 대해 활발한 댓글 토론이 이루어지고 있는 현실을 감안한다면 댓글 토론을 읽는 것이 토론 주제에 대한 개인의 태도에 어떠한 효과를 미치는가를 알아보는 것은 학문적으로나 실제적으로 중요한 의미가 있다고 할 수 있을 것이다.

이에 본 연구에서는 실험을 통해 댓글 토론의 ‘읽기 효과’를 알아보고자 하였다. 이를 위해, 먼저 개인이 뉴스 기사를 보도록 하고 기사주제에 대한 태도를 특정한 후 기사에 달린 댓글을 읽고 나서 태도가 변화하는가를 조사하였다. 또한 댓글에 대한 신뢰도, 기사에 대한 효능감, 댓글 이용동기, 정보추구 성향 등의 개인적 특성도 함께 측정하여 이들이 댓글 토론을 읽은 후의 태도변화에 영향을 미치는가를 알아보았다. 이를 통해 댓글이 사회적 여론 인식의

도구로 작용하는가를 살펴보고 구체적으로 어떠한 개인적 요인들이 댓글을 읽은 후의 태도 변화에 영향을 주는가를 알아보고자 하였다.

2. 이론적 배경

1) 댓글 읽기의 효과

인터넷 뉴스에 달린 댓글 읽기는 상호작용적 커뮤니케이션 과정의 중요한 요인이며 이용자의 의견 형성과 태도에 영향을 줄 수 있다. 이에 따라 최근의 연구에서는 댓글을 읽는 것이 이용자의 생각이나 태도에 어떠한 영향을 미치는가에 관심을 두기 시작했다. 특히 댓글을 새로운 마케팅 도구로서 접근한 연구에서는 개인이 댓글을 읽기 전과 후 제품이나 서비스에 대한 의견 및 태도가 어떻게 변화하였는지를 살펴보고 있다. 이러한 연구에서는 대부분 댓글이 온라인상에서 구전 커뮤니케이션으로 작용하고 있다고 보았다(Henning-Thurau & Walsh, 2003; 정재학·김영찬, 2004).

구전 커뮤니케이션이란 소비자 시장에서 일어나는 제품에 대한 정보의 교환과정으로 정의된다(Richins, 1983). 즉 구전 커뮤니케이션이란 소비자의 입에서 입으로 전해지는 제품에 대한 정보의 흐름인 것이다(박찬·유창조, 2006). 구전 커뮤니케이션은 주로 개인의 이익과는 무관한 상품 및 서비스에 대한 정보 전달 행위로서 제품에 대한 정보, 자신의 이용경험, 제품 평가 등을 담고 있다. 인터넷의 보급과 함께 등장한 온라인 구전은 그 영향력이나 파급력 측면에서 기존 오프라인의 구전보다 더욱 강력하게 변화했으며, 댓글이 이러한 온라인 구전의 핵심적 역할을 하는 것으로 보고 있다(이태민·박철, 2006).

엘리엇(Elliott, 2002)은 온라인 구전에 대한 연구에서 소비자들이 구매여부를 판단할 때 해당 상품에 대한 댓글이 많을수록 제품에 대한 신뢰성이 높아지는 것을 발견하였다. 이는 댓글에서 제공되는 부가적인 정보가 새로운 상품을

선택하는 개인 자신에게 생길 수 있는 위협에 대한 우려감을 감소시키고 구매의도를 높이는 역할을 하기 때문인 것으로 설명되고 있다(백승록, 2005; 정재학·김영찬, 2004). 한편 온라인 쇼핑시 타인의 상품평이나 댓글에 의해 부정적인 방향으로 의견이 형성될 수도 있는 것으로 알려졌다. 부정적인 내용을 담고 있는 글은 읽는이의 구매 의사결정에 부정적인 영향을 줄 수 있다는 것이다(김창호·황의록, 2007). 이들 연구결과가 설명하는 것은 결국 댓글 읽기가 개인의 의견변화에 영향을 줄 수 있다는 것이다. 즉 댓글이 설득 메시지로서의 역할을 수행한다는 것을 의미한다(이문석·황장선, 2006).

댓글을 마케팅적 관점에서 살펴본 연구 이외에, 최근 온라인 댓글이 여론 지각의 도구로서 작용할 수 있다는 연구결과가 보고되었다(이재신·성민정, 2007). 이 연구에서 온라인 뉴스 기사에 달린 댓글을 읽은 사용자는 기사에 대한 평가를 달리한다는 것이 발견되었다. 연구자들은 이러한 현상에 대해 사용자가 댓글에 나타난 의견을 일반타인(*generalized others*)의 의견으로 인식하는 데에 기인한다고 설명하였다. 최근 사회적으로 이슈화 된 바 있는 ‘댓글 알바’ 역시 댓글의 영향력을 인지하고 있기 때문에 생긴 현상으로 이해되고 있다(김소라, 2006.11.26). 댓글이 기업이나 상품의 홍보를 위한 구전마케팅 도구로 이용되고 있다는 사실은 댓글에 담긴 의견이 개인에게 다른이의 의견으로서 인식되며 이는 다시 개인의 태도형성에 영향을 줄 수 있다는 것을 반증해 준다(김은미·선유화, 2006).

개인이 다른이들의 의견을 참고하여 자신의 태도를 변화시키는 현상은 기존의 많은 연구를 통해 밝혀져 왔다. 사회비교이론(*Social Comparison Theory*)에 의하면 개인은 자신의 의견이 옳은지를 알고 싶어 하며, 남들과 비교하여 자신의 의견이 합리적이라고 인정받을 수 있는가를 알고 싶어 하는 동기가 존재한다(Festinger, 1954). 그 결과 개인은 남들의 의견을 얻고자 노력하게 되며 이렇게 얻어진 남들의 의견과 자신의 의견을 비교하게 된다. 이 때 개인은 주로 자신과 유사하다고 인지되는 사람들로 부터 정보를 얻는데 이들은 개인에게 준거집단(*reference group*)으로 작용하게 된다. 개인은 이들 준거집단이 가지고 있는 의견을 사회적 규범으로 인식하여 이에 따르고자 하는

동조현상이 일어나게 되는 것이다(이재신, 2006).

본 연구에서는 온라인 매체를 통해 제공된 뉴스를 읽는 독자가 뉴스에 첨부된 댓글을 읽고 뉴스 주제에 대한 태도 변화를 일으키는가를 알아보고자 하였다. 이제까지 논의된 바와 같이 댓글이 온라인 구전으로서의 역할을 하며 이로 인해 개인은 댓글에 나타난 의견을 다른이의 의견으로 받아들여지게 되어 결국 개인의 태도 변화에 영향을 줄 것으로 예상된다. 이에 본 연구에서는 댓글 읽기 효과에 대해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1 댓글은 읽는이의 태도변화를 일으킬 것이다.¹⁾

2) 관여도와 신뢰도

사회심리학적 관점에서 태도는 행동에 영향을 미치는 중요한 선행변인으로 전제되어 왔다. 그중에서도 특정 대상에 대한 개인의 태도가 어떻게 형성되는지를 알아보는 것은 심리학을 비롯한 다양한 분야의 관심사로 이어져 이에 대한 많은 연구들이 진행되어 왔다. 설득적 메시지에 의한 태도변화와 관련된 정교화 가능성 모델(Elaboration Likelihood Model: 이하 ELM)은 개인의 행동이나 태도가 정보를 처리하고자 하는 동기와 능력에 의해서 형성된다고 설명하고 있다(Petty & Cacioppo, 1986). 정교화 가능성 모델은 정보 처리과정을 중심통로(central route)와 주변통로(peripheral route)로 나누어 개인이 어떠한 통로를 통해 정보를 처리하는가에 따라 태도형성이 다르게 나타난다고 본다. 또한 개인이 대상에 대해 지각하는 중요성의 고저, 즉 개인의 정보에 대한 중요성 정도가 정보처리 과정에 영향을 준다고 보고 있다.

정보에 대한 중요성 혹은 관심의 수준을 관여도(involveement)라고 하는데,

1) 본 연구의 모든 가설들은 태도변화의 방향성에 대해서는 논하지 않는다. 이는 실험에서 사용된 처치물이 긍정, 부정, 중립의 댓글을 모두 담고 있었으며 이에 따라 댓글 토론의 읽기 효과가 어떠한 방향으로 나타날지를 예상할 수 있는 근거가 확실하지 않았기 때문이다.

정보처리 과정은 관여도에 따라 고관여와 저관여 상황으로 나뉜다. 고관여 상황에서는 정보가 중심통로를 통해 처리되며 저관여 상황에서는 주변통로를 통해 처리된다. 중심통로를 통하는 경우 개인은 메시지 내용에 신중하게 주의를 기울이면서 판단하게 되어 정보에 대한 인지적 사고 즉 정교화 가능성이 높아진다. 이 경우 메시지에 의해 제시된 주장의 질과 같은 요인들이 판단의 중요한 요소로서 작용한다. 반면 주변경로를 통하는 경우에는 메시지 내용 자체보다는 정보원에 대한 신뢰도, 맥락, 감정이나 느낌 같은 주변적 단서가 메시지의 판단에 영향을 준다(이명천, 1999).

메시지에 대한 주변적 단서 중 정보원에 대한 신뢰도는 개인의 태도 형성과 변화에 영향을 주는 가장 중요한 요인으로 알려져 있다(McGinnies, 1973; 이종혁, 2002). 개인은 신뢰도가 높은 정보원이 전달하는 정보일수록 그 정보에 의해 더 영향을 받을 수 있다는 것이다(Petty & Cacioppo, 1986). 엘리엇(Elliott, 2002)은 면대면의 관계가 없는 온라인상에서는 정보원에 대한 정보가 부족하여 글의 문맥이나 특성 등이 신뢰도 판단에 영향을 줄 수 있다고 설명하였다. 최근 연구에서는 기사에 대한 신뢰도가 기사 내용에 대한 동의 정도에도 영향을 주는 것으로 나타났다(이재신·성민정, 2007).

ELM에서는 중심통로와 주변통로가 분리되어 있으며 개인의 정보처리하는 상황에 따라 이들 중 하나의 과정에 의해서 이루어진다고 보고 있다. 최근까지 ELM은 메시지에 의한 태도 변화를 설명하고자 하는 많은 연구의 이론적 틀로서 꾸준히 이용되고 있다(Homer & Kahle, 1990; 김봉현, 2002). ELM과 유사하게 편의적 체계적 모델(Heuristic Systematic Model: 이하 HSM) 역시 관여도와 신뢰도가 메시지에 대한 판단에 중요한 역할을 하는 것으로 설명하고 있다(Chaiken, 1980). HSM은 개인의 정보처리과정이 두 갈래로 나뉘어 이루어진다고 설명한다. 하나는 체계적 처리(systematic processing)로서 신중한 노력과 고려를 통해 정보를 처리하는 과정을 의미한다. 이에 반해 편의적 처리(heuristic processing)는 특정 심벌이나 단서 등에 의해 정보처리가 이루어지는 심리적 지름길(mental shortcut)을 택하는 방식을 의미한다(Gass & Seiter, 2007). 즉 편의적 처리는 상대적으로 단순한 사고과정을 통해 정보를 처리하

는 것이다. 이러한 점에서 볼 때 HSM의 체계적 및 편의적 과정은 ELM의 중심통로 및 주변통로를 통한 정보처리 과정과 각각 유사하다고 할 수 있다. 이들 두 이론에 의하면 개인이 기사의 댓글에 담긴 정보에 대해 판단하는 과정에서 기사주제에 대한 관여도와 댓글의 신뢰도는 개인의 메시지 판단과정에 영향을 줄 수 있다(Earle, Cvetkovich & Slovic, 1990). 가령 기사주제에 대한 관여도가 높을수록 기사 내용에 더욱 주목하게 되고 기사에 대해 중심통로를 통한 혹은 체계적 판단을 하게 된다. 이때 메시지 내용에 동의하는 경우 개인의 태도 변화가 일어나게 되는 것이다.

본 연구에서는 개인이 기사와 댓글을 읽을 때 기사 주제에 대한 관여도와 댓글에 대한 신뢰도에 따라 댓글 읽기의 효과가 다르게 나타날 것으로 예상하였다. 관여도는 개인이 기사를 읽을 때에 기사에 주목하여 기사 내용을 판단하는 정도에 영향을 준다. 따라서 관여도는 개인이 기사를 읽은 후 추가적으로 댓글 토론을 읽었을 때 나타나는 댓글 읽기 효과에도 영향을 줄 것으로 예상된다. 댓글에 대한 신뢰도는 개인이 댓글에 담긴 정보를 다른이의 의견으로 받아들여 기사에 대한 판단을 하는 과정에 영향을 줄 것으로 예상된다. 따라서 본 연구에서는 이상의 논의를 근거로 하여 다음과 같은 가설들을 설정하였다.

가설 2 메시지 주제에 대한 관여도는 댓글을 읽은 후의 태도 변화에 영향을 줄 것이다.

가설 3 댓글에 대한 신뢰도는 댓글을 읽은 후의 태도 변화에 영향을 줄 것이다.

3) 효능감과 정보처리 특성

개인이 주변인의 의견과 태도에 의해 영향을 받는 사회적 영향(social influence) 현상은 많은 학문 분야에서 발견되어 왔다. 가령 직업에 대한 개인의 태도는 조직 내의 다른이들의 태도와 의견에 의해 달라지는 것이 발견되었다(Salancik & Pfeffer, 1978). 또한 기술에 대한 태도 역시 주변인들과의 상호작용

에 의해 형성되며(Fulk, 1993), 다른이들의 기술에 대한 평가와 태도는 궁극적으로 기술이용에까지 영향을 주는 것으로 알려져 있다(Fulk, Steinfield, Schmitz & Power, 1987).

그러나 개인은 항상 남의 의견에 의해서만 영향을 받는 의존적 존재는 아니다. 특히 스스로의 능력에 대한 확신과 믿음이 있는 경우 자신만의 의견과 태도를 형성해 간다. 반두라(Bandura, 1997)에 의해 제안된 효능감 개념은 개인 스스로 특정 업무를 수행하여 목표된 바를 성취할 수 있는 능력을 지니고 있다고 믿는 정도를 의미한다. 효능감은 흔히 인지된 자기 효능감(perceived self-efficacy) 혹은 자기 효능감 신념(self-efficacy belief)이라 불리기도 한다. 즉 효능감은 자기 스스로에 대한 믿음을 일컫는 개념인 것이다.

정보처리 과정에서 개인이 관련된 정보를 찾아 스스로 처리할 수 있다고 생각하는 믿음 즉 효능감도 메시지 판단 과정에서 하나의 중요한 요인으로 작용할 수 있다(Mitchell, 2001). 사회적 영향에 대한 많은 연구에서 개인의 태도 형성과정에서 다른이의 의견이 미치는 영향의 정도는 개인이 해당 주제에 대하여 얼마나 많은 정보를 가지고 있는지 혹은 얼마나 잘 알고 있는가에 따라 다르게 나타났다(Fulk et al., 1987). 가령 인터넷에 대한 효능감이 높은 경우 인터넷 관련 기술에 대해 남들로부터 받는 사회적 영향은 적은 것으로 알려져 있다(이재신, 2006). 이는 스스로 잘 안다고 생각하는 경우 남들의 의견에 귀를 덜 기울이게 되기 때문인 것으로 이해할 수 있다.

효능감과 함께 개인의 정보이용에 대한 동기와 성향 같은 정보처리 특성 역시 메시지 판단과정에서 중요한 역할을 할 수 있다. 가령 루스 등(Ruth, Nasriah & Houria, 2004)은 개인의 정보이용 동기와 정보 이용이 밀접하게 관련되어 있다고 보고하였다. 맥클레랜드(McClelland, 1961)는 성취(achievement), 연합(affiliation), 권력(power)에 대한 필요가 동기의 주된 요인을 이루고 있다고 설명하였다. 즉 개인은 특정 정보를 얻음으로써 관련된 업무를 성취하거나, 남들과 교류하거나, 혹은 다른 사람보다 우위에 있고자 한다는 것이다. 이때 이들 동기 요인은 개인에 따라 중시되는 정도가 다르게 나타나는데, 이에 따라 개인의 행동이 다르게 나타난다고 보고 있다. 이러한 점에서 볼

때 정보처리 과정에서 어떠한 동기요인을 지니고 있는가는 개인의 정보처리에 관련된 태도와 이용행위는 달라질 것으로 예상할 수 있다. 즉 개인은 정보처리 과정에서 메시지를 통해 제공된 정보를 이용하여 개인 스스로 자신의 태도를 지속적으로 변화시키는데(김상돈·김태준, 2008), 정보추구 동기에 따라 그 변화의 양상이 다르게 나타난다고 보는 것이다.

개인의 정보추구 동기 요인은 정보추구 성향과도 관련이 있다. 레이놀즈와 다든(Reynolds & Darden, 1971)은 개인 스스로가 얻어진 정보를 어떠한 방법으로 이용하고 이해하려 하는가에 관련된 특징을 개인의 정보추구 성향이라고 보았다. 이들에 의하면 개인은 자신의 정보추구 성향에 따라 독특한 정보이용 행태를 보이게 된다. 또한 개인의 정보추구 성향에 따라 기대(expectation)와 호기심(curiosity) 같은 요인들이 다르게 나타나는데, 이는 동기요인과의 관련이 있는 것으로 알려져 있다(Weiler, 2004). 정보추구 성향은 개인의 온라인 정보 이용행태에도 영향을 주는 것으로 보고되었다(Sun, Youn, Wu & Kuntaraporn, 2006).

기존 연구에서는 개인의 정보추구 성향과 동기 요인이 정보처리 과정에서 중요한 역할을 하는 것으로 나타났다(Keller & Suzuki, 1988). 또한 정보추구 동기가 주로 개인이 메시지와 관련된 정보를 얻고자 하는 동기로 개념화되었다(Omodei & Wearing, 1995). 그러나 본 연구에서는 댓글을 기사 내용에 대해 추가된 정보로서 접근하고자 했으며, 이에 따라 정보추구 동기를 댓글을 이용하고자 하는 동기로 개념화하였다.

이상의 논의를 정리하면, 개인의 효능감과 정보처리와 관련된 특성은 메시지 판단과정에서 중요한 역할을 하게 된다. 한편 개인의 정보처리 특성은 정보추구 동기와 정보추구 성향으로 나누어 볼 수 있다. 이에 본 연구에서는 이들 요인들에 따라 댓글의 읽기 효과가 다르게 나타날 것으로 예상하였다. 즉 메시지 주제에 대한 효능감, 댓글 이용동기, 정보추구 성향에 따라 댓글을 읽은 후의 태도 변화가 다르게 나타날 것으로 보고 다음과 같은 가설들을 설정하였다.

- 가설 4 주제 효능감은 댓글을 읽은 후의 태도 변화에 영향을 줄 것이다.
- 가설 5 댓글 이용동기는 댓글을 읽은 후의 태도 변화에 영향을 줄 것이다.
- 가설 6 개인의 정보추구 성향은 댓글을 읽은 후의 태도 변화에 영향을 줄 것이다.

3. 연구 방법

1) 연구 대상 및 실험 절차

본 연구에서는 댓글에 의해 기사의 주제에 대한 개인의 태도가 변화하는지를 알아보고자 하였다. 또한 댓글에 의한 태도변화가 어떠한 요인에 의해 영향을 받는가를 살펴보고자 하였다. 특히 댓글 읽기의 효과를 측정할 때에 실제 온라인 상황과 유사한 환경을 만들어야 할 필요가 있었다. 이에 따라 본 연구에서는 실험을 통해 댓글 읽기 효과를 조사하였다. 연구를 위해 서울 소재 대학교에 재학생 112명(남자: 75명, 여자: 37명)을 대상으로 실험을 실시하였다. 이들은 편의표집에 의해 추출되었으며 실험 참여여부를 물어 본인의 의사에 따라 실험에 참여하였다.

실험은 피험자들이 미리 선택한 시간에 개별적으로 실시되었다. 실험에 사용된 컴퓨터에는 실제 뉴스 웹사이트와 유사한 형태의 뉴스 기사가 표시되어 있었다. 실험물로 제시된 기사는 ‘방사선 살균식품’에 대한 내용을 담고 있었다. 방사선 살균이란 식품을 순간적으로 방사선 에너지에 노출시켜 필요한 효과(예: 병원균, 기생충 및 해충 박멸, 발아억제 등)를 얻는 방법을 말한다. 기사는 이러한 살균과정을 거친 방사선 살균식품이 건강에 위협을 줄 수 있다는 일각의 우려가 있지만 실제로는 해외에서 많이 사용되고 있는 방법이며 효율적인 식품처리 방법이라는 내용을 담고 있었다. 기사 주제를 선정할

때 가급적 피험자들이 잘 알지 못하는 주제를 선정하여 해당 사안에 대한 선입견을 없애고자 하였다. 또한 건강 위협에 대한 찬반 논쟁이 존재하는 주제를 선택하여 기사와 댓글의 메시지에 따라 의견 변화가 일어나기 쉽도록 만들고자 하였다. 기사 내용은 실제의 신문 기사를 본 연구에 맞도록 수정하여 제시하였다.

먼저, 각 피험자는 컴퓨터를 통해 제시된 기사를 읽은 후 방사선 살균식품에 대한 태도를 측정하는 설문에 응답하였으며 설문이 끝난 후 다음 화면으로 이동하도록 하였다. 다음 화면에는 앞서 제시된 뉴스 기사와 이와 관련한 댓글이 함께 제공되었으며 피험자는 이들 댓글을 읽도록 지시되었다. 댓글은 실제 기사에 달려 있는 댓글 중 본 연구의 취지에 맞는 15개의 댓글을 선별하여 제시하였다. 이들 댓글은 긍정적(예: 새로운 걸 받아들이는 자세가 너무 부족한 듯... 건강을 해치지는 않는다는데 왜들 그러는지?), 부정적(예: 그거 아직도 안전성에 대해 논란이 많은 방법인데 먹고 병 생기면 누가 책임지나요?), 중립적(예: 먹는 음식에 관한 거라 우려가 되는 건 사실이지만 실용적이라는 부분은 공감한다)인 글 각 5개씩으로 구성되었으며 이들 15개 댓글은 무작위로 섞여 함께 제시되었다.

피험자가 제시된 15개의 댓글을 모두 읽은 후 방사선 살균식품에 대한 태도를 다시 한번 측정하였다. 이외에 댓글 신뢰도, 댓글 이용동기, 주제 효능감과 관여도, 정보추구 성향 등을 묻는 설문에 응답함으로써 실험이 종료되었다. 각 실험에는 평균 약 10분이 소요되었으며 피험자에게 기사와 댓글을 읽을 충분한 시간을 제공하였다. 실험자는 실험 시작시 간단한 자기소개와 함께 실험방법을 설명하였으나 실험에 대한 구체적인 목적은 설명하지 않았다. 실험 후 실험에 참여한 이들에게 실험의 목적에 대해 설명하였고 소정의 선물이 제공되었다.

2) 설문 측정 변인

설문은 전혀 그렇지 않다(1)부터 매우 그렇다(7)까지의 7점 척도로 이루어

졌으며, 제시된 연구문제와 가설을 검증하기 위해 다음과 같은 변인들과 문항으로 구성되었다.

방사선 살균식품에 대한 태도: 피험자가 향후 방사선 살균식품을 이용하는 것에 대해 어떻게 느끼는지를 의미하며 댓글을 읽기 전과 후 두 번에 걸쳐 측정되었다. 이를 위해 기존 연구(Taylor & Todd, 1995)에 사용된 3개의 항목을 본 연구에 맞게 변형하여 이용하였다(나는 _____를 이용하는 것이 현명하다고 생각한다/ _____를 이용하는 것을 좋아한다/ _____를 이용하는 것을 긍정적으로 생각한다).

태도변화: 위에서 설명한 태도 변인은 댓글을 읽기 전(t_1)과 후(t_2), 두 번에 걸쳐 측정되었다. 태도변화는 사후 태도(t_2)에서 사전태도(t_1)를 뺀 값으로 정의되었다²⁾. 이때 태도변화가 +값을 가지면 댓글을 읽은 후의 태도(t_2)가 읽기 전의 태도(t_1)에 비해 긍정적으로 변화한 것을 의미한다. 이와 달리 태도변화가 -이면 댓글을 읽고 태도(t_2)가 이전에 비해 부정적으로 변화한 것을 의미한다.

관여도: 관여도란 개인의 특정 자극 대상에 대한 관심 혹은 관련성이 있다고 느끼는 정도라고 정의되었으며 이를 측정하기 위해 기존 연구(Grunig & Hunt, 1984)에서 사용된 세 문항을 이용하였다(_____는 나 혹은 나와 가까운 사람들과 많이 관련되어 있다/ 나와 많은 연관성이 있다/ 나에게 개인적으로 많은 영향을 미친다).

댓글 신뢰도: 일반적으로 댓글이 믿을 만하다고 여기는 정도로 정의되었으며 기존 연구(Gaziano & McGrath, 1986)의 연구에 사용된 문항 중 일부를

2) 이 외에 사전태도와 사후태도 차이의 절대값을 취하는 방법도 있으나 절대값은 변화의 방향을 알려주지 않는다는 단점이 존재한다. 따라서 본 연구에서는 사후태도와 사전태도의 차이를 태도변화로 정의하였다.

수정해서 사용하였다(댓글은 공정하다/ 정확하다/ 사실과 의견을 잘 분리한다 / 신뢰할 만하다/ 사실을 바탕으로 한다).

효능감: 효능감이란 방사선 살균식품과 관련하여 개인이 자신의 지식에 대하여 가지고 있는 믿음으로 정의되었으며 기존 연구(Eastin & LaRose, 2000; 이재신·이민영, 2006)에서 사용된 3개의 항목을 주제에 맞게 수정하여 이용하였다(____에 대해 잘 알고 있다/ ____에 대해 다른 사람에게 이야기하는데 자신 있다/ ____와 관련된 용어를 이해하는데 자신 있다).

댓글 이용동기: 개인의 댓글 읽기를 어떠한 동기 및 욕구에 의해 이용하는가를 알아보기 위한 변인으로서 기존의 관련 연구들에서 사용된 문항 중 본 연구에 적합하다고 생각되는 18개의 문항을 선정하여 측정하였다(<표 2> 참조).

정보추구 성향: 개인 스스로가 정보에 대해 이해하고자 하는 성향이 어떠한가를 알아보기 위해 기존 연구(Reynolds & Darden, 1971)에서 이용된 정보추구 성향 항목을 포함하였다(나는 자주 다른 사람들의 조언을 구한다/ 다른이의 의견을 참조하여 입장을 결정하는 것이 더 마음에 편하다/ 다른 사람들의 의견은 중요하다).

조절 변인: 평소 피험자들이 기사에 대해 댓글을 작성한 경험이 댓글에 의한 태도변화에 영향을 줄 수 있다고 보아 이를 조절변인으로 측정하였다. 이를 위해 지난 한 달간 자신이 댓글을 단 횟수가 어느 정도인가를 개방형 질문을 통해 측정하였다. 또한 피험자의 성별 역시 조절 변인으로 사용하였다.

4. 연구 결과

1) 기술통계

연구에 참여한 피험자는 총 112명이었으며 이중 남성이 75명(67%), 여성이 37명(33%)이었다. <표 1>에는 측정된 각 척도의 기술통계 값과 신뢰도(Cronbach's alpha) 값이 나타나 있다. 표에 제시된 바와 같이 모든 척도의 신뢰도는 .70이상으로 나타나 분석에 적합한 만족할 만한 값을 보여주었다. 댓글 단 횟수의 경우, 평균적 댓글작성 횟수를 개방형 질문을 통해 측정하였기에 척도 신뢰도는 계산되지 않았다.

각 변인의 평균값을 살펴보면 방사선 살균식품에 대한 태도는 댓글을 읽은 후 부정적으로 변한 것을 알 수 있다. 댓글 신뢰도는 측정 변인들 중 가장 낮은 값을 보여 피험자의 댓글에 대한 신뢰도가 전반적으로 낮게 형성되어 있는 것을 알 수 있었다. 효능감과 관여도는 모두 척도 중앙값인 4보다 작은 값을 보여 피험자들이 방사선 살균식품에 대해 전반적으로 잘 알지 못하거나 큰 관심이 없었음을 나타내주었다. 피험자의 정보추구 성향은 측정 변인 중 가장 높은 평균값을 보여 이들이 평소 정보추구에 적극적이었음을 알 수 있었다. 반면 댓글 작성의 경우 지난 한 달간 평균 약 2회의 작성을 한 것으로

<표 1> 측정척도의 기술통계 및 신뢰도

	측정척도(문항수)	평균(표준편차)	신뢰도(α)
종속변인	댓글을 읽기 전 태도(3)	4.46(1.15)	.91
	댓글을 읽은 후 태도(3)	4.20(1.12)	.89
독립/조절 변인	댓글 신뢰도(5)	2.86(0.94)	.76
	효능감(3)	3.63(1.19)	.73
	관여도(3)	3.15(1.22)	.89
	정보추구 성향(3)	5.07(0.71)	.72
	댓글 단 횟수	2.08(5.14)	-

보고하여 피험자들이 댓글을 적극적으로 작성하지는 않음을 알 수 있었다.

2) 댓글 이용동기 요인분석

본 연구에서는 댓글을 읽기 전과 후의 태도변화에 영향을 미치는 요인으로 댓글 이용동기를 포함하였다. 응답자의 댓글 이용동기를 알아보기에 대해 측정문항들을 이용해 요인분석을 실시하였다. 요인분석에는 베리맥스 회전법(Varimax Rotation)이 이용되었으며 이에 대한 결과가 <표 2>에 제시되어 있다. 각 문항은 한 요인에 최소 .6 이상, 다른 요인에 최대 .4 이하로 적재된 것으로 나타나 요인분석 결과 발견된 요인들을 이후의 분석에 그대로 이용하였다.

표에 나타난 바와 같이 측정에 사용된 18개의 문항들은 네 개의 요인으로 나뉘어 적재되었으며 이들 요인은 총 변량의 64.7%를 설명해주었다. 요인 1의 경우 긴장해소, 기분전환, 심심할 때 등의 문항으로 구성되어 댓글을 '휴식 및 시간 보내기' 위해 이용하는 동기로 명하였다. 요인 2에는 '경험해보지 못한 것에 대해 배울 수 있으므로', '다양한 의견을 들을 수 있어서' 등의 문항들이 포함되어 이를 '다양한 의견 추구' 동기로 명하였다. 요인 3은 특별한 일 때문이 아닌 습관적 이용을 나타내는 문항들로 구성되어 이를 '습관적 이용' 동기로 명하였다. 마지막으로 요인 4는 자신의 업무 내지는 사회관계에서 벗어나기 위해 등의 문항들로 구성되어 있어 이를 '현실도피' 동기로 정하였다. 이와 같이 총 4개의 댓글 이용동기가 발견되었으며 각 요인에 대한 점수(factor score)를 회귀법(regression method)을 이용하여 변인으로 저장하였다.

3) 가설 검증 결과

방사선 살균식품에 대한 태도가 댓글을 읽기 전후에 변화가 생겼는가를 조사하기 위해 대응 t 분석을 통해 알아보았다. 분석 결과, 댓글을 읽은 후의

<표 2> 댓글 이용 동기 요인분석 결과

		요인 1	요인 2	요인 3	요인 4
휴식 및 시간 보내기	긴장을 해소하기 위해서	.788	.123	-.031	.281
	마음을 가라앉히기 위해서	.735	.160	-.089	.275
	휴식을 위해서	.772	.006	.141	.029
	혼자 있기 심심할 때	.734	-.157	.351	.160
	심심할 때 시간을 보내기 위해서	.690	-.226	.290	-.272
	나만의 시간을 갖기 위해서	.788	.033	-.058	.244
	즐거움을 주기 때문에	.650	.322	.281	-.177
	기분전환을 위해서	.686	.131	.218	.240
다양한 의견 읽기	세상 돌아가는 것을 알려주기 때문에	.167	.732	.082	.272
	경험해보지 못한 것에 대해 배울 수 있으므로	.133	.823	-.121	.095
	필요한 내용과 정보를 얻으려고	.129	.650	-.051	-.344
	다양한 의견을 들을 수 있어서	.092	.803	-.004	-.012
습관적 이용	글의 숨겨진 뒷이야기를 알 수 있어서	-.002	.749	.141	.205
	그냥 있으므로	-.040	.082	.796	.218
	별 생각 없이 습관적으로	.140	.203	.766	.009
현실 도피	특별히 다른 할 일이 없어서	.316	-.139	.764	.089
	가족이나 다른 사람들로 부터 해방되기 위해서	.373	.057	.124	.685
	내가 할 일로부터 도피하기 위해	.384	.064	.301	.647
특성 값(eigen value)		5.25	3.61	2.44	1.65
변량(%)		26.236	18.040	12.185	8.225
평균(표준편차)		-.17(1.1)	-.15(1.1)	-.07(1.0)	.11(1.0)
총 변량(%)		64.686			

* 평균은 표준화된 요인점수의 평균을 의미함.

방사선 살균식품에 대한 개인의 태도는 댓글을 읽기 전과 비교하여 부정적으로 변한 것으로 나타났다(M2-M1=-.26, SD=.92, t=-2.3, df=111, p<.05). 이에 따라 댓글을 읽은 후 태도변화가 일어날 것이라고 예상한 가설 1이 지지되었다.

방사선 살균식품 사용에 대한 태도변화에 영향을 미치는 요인이 무엇인가

를 알아보기 위해 위계적 회귀분석(hierarchical regression analysis)을 실시하였다. 위계적 회귀분석은 먼저 조절변인을 회귀식에 투여하여 조절변인이 종속변인에 미치는 효과를 제거한 후 독립변인군을 투여하는 방법으로 이루어진다.³⁾ 이러한 방법은 조절변인의 효과를 제외하고 순수하게 독립변인이 종속변인에 미치는 영향만을 알아 볼 수 있는 장점을 제공한다. 따라서 먼저 성별과 평소 댓글을 다는 횟수를 회귀식에 투입하였으며 이후 댓글 신뢰도, 주제 효능감과 관여도, 정보추구 성향, 이용동기의 독립변인들을 함께 투입하였다. <표 3>에는 이에 대한 결과가 제시되어 있다.

표에 나타난 결과를 살펴보면, 조절변인인 성별은 태도변화에 별다른 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 댓글 작성 횟수는 태도변화(t_2-t_1)와 부적인 관계($\beta=-.31$)를 가지는 것으로 나타났다($\beta=-.31, p<.05$). 이는 평소에 댓글을 많이 다는 사람일수록 댓글을 읽은 후 태도(t_2)가 부정적으로 변한 것을 의미한다.⁴⁾ 이들 두 조절변인은 종속변인인 태도변화의 변량을 6% 정도 설명해주는 것으로 나타났다.

독립변인의 경우 댓글에 대한 신뢰도($\beta=-.34, p<.05$)와 방사선 살균식품에 대한 효능감($\beta=-.39, p<.01$)은 태도변화와 부적인 관계를 보여주었다. 방사선 살균식품에 대한 관여도는 태도변화에 유의미한 영향을 주지 못하는 것으로 나타났다. 반면 정보추구 성향은 태도변화와 정적인 관계를 가짐을 보여주었다($\beta=.26, p<.05$). 댓글 이용동기 중 휴식-시간보내기($\beta=.51, p<.01$)와 습관적 이용($\beta=.34, p<.05$) 요인이 태도변화와 정적인 관계를 가지는 것으로 나타났다. 그러나 다양한 의견추구와 현실도피 동기는 태도변화에 유의미한 영향을 주지 못했다. 회귀모델에서 독립변인들은 태도변화

3) 회귀식에 독립변인을 하나씩 투여하는 방법도 있지만 이러한 경우 변인의 투여순서를 결정해야 하는 문제가 있다. 본 연구의 경우 이들의 순서를 중요시하기보다는 독립변인들 모두가 종속변인에 미치는 영향을 살펴보고자 하였기 때문에 이들을 회귀식에 모두 함께 투여하였다.

4) 이는 댓글 작성횟수가 증가함에 따라 태도변화의 값은 감소하는, 즉 사후태도값(t_2)이 사전태도값(t_1)에 비해 작아지는 경우를 의미한다. 따라서 댓글 작성횟수가 많을수록 댓글을 읽은 후 사후태도가 사전태도에 비해 부정적으로 변화하는 것으로 해석된다.

<표 3> 가설 검증을 위한 위계적 회귀분석 결과

독립변인		종속변인	태도변화(t_2-t_1)
			beta
성별(남자=1, 여자=0)			.06
댓글 작성 횟수			-.31*
수정된 R ²			.06
댓글에 대한 신뢰도			-.34*
주제 효능감			-.39**
주제 관여도			.14
정보추구 성향			.26*
댓글 이용 동기	휴식-시간보내기		.51**
	다양한 의견 추구		-.07
	습관적 이용		.34*
	현실도피		.19
수정된 R ² 증가량			.28
최종 수정된 R ²			.34

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

변량의 28%를 설명해주었다.

독립변인에 관한 결과를 정리하면, 댓글에 대한 신뢰도가 높고 효능감이 높을수록 댓글을 읽은 후 태도가 부정적으로 변화한 것을 알 수 있다. 반면 정보추구 성향이 높고 휴식-시간보내기 동기와 습관적 이용 동기가 높을수록 댓글을 읽은 후 방사선 살균식품에 대한 태도가 긍정적으로 변한 것을 알 수 있다. 이에 따라 댓글 신뢰도(가설 3), 효능감(가설 4), 그리고 정보추구 성향(가설 6)에 관한 가설들은 지지된 것으로 판단하였다. 그러나 댓글 이용동기에 대한 가설 5는 일부만 지지되었으며 관여도에 관한 가설 2는 기각되었다.

5. 논의

본 연구에서는 최근 사회적, 학문적 관심사로 떠오른 댓글 토론의 읽기 효과를 살펴보고자 하였다. 이를 위해 피험자로 하여금 방사선 살균 식품에 관한 기사와 댓글을 읽게 하여 방사선 살균 식품을 이용에 대한 태도가 댓글에 의해 변화하는가를 알아보았다. 또한 이론적 논의를 통해 댓글 신뢰도, 주제 효능감 및 관여도, 정보추구 성향 및 댓글 이용동기가 태도변화에 영향을 준다고 가정하고 이에 대한 검증을 실시하였다.

1) 댓글 읽기에 의한 태도변화

방사선 살균식품에 대한 정보는 상대적으로 일반인에게 잘 알려져 있지 않으며 전문가들 사이에서도 건강에 대한 위해 여부가 논란이 되고 있는 사안이다. 실험에 사용된 기사는 방사선 살균 기술에 대해 긍정적인 정보를 제공하였다. 댓글을 읽기 전 피험자 태도의 평균은 척도 중앙값인 4보다 큰 4.46으로 나타나 기사에 의해 방사선 살균 식품에 대해 어느 정도 긍정적인 태도가 형성되었음을 알 수 있었다.

티 검증 결과는 댓글을 읽음으로써 방사선 살균 식품에 대한 피험자의 태도가 유의미하게 부정적으로 변했음을 보여주었다. 이는 댓글이 개인의 정보처리 과정에서 유의미한 역할을 한 것을 의미한다. 전반적으로 댓글이 태도를 부정적으로 변화시킨 것은 제공된 댓글, 특히 부정적 댓글을 통해 제시된 방사선 살균식품의 위해 가능성이 피험자에게 새로운 정보로 작용하였기 때문인 것으로 여겨진다. 이는 피험자에게 제공된 댓글이 비록 긍정, 중립, 부정적 내용을 균등하게 담고 있었으나 이 중 부정적 댓글에서 제시된 정보가 피험자의 정보처리 과정에서 많은 역할을 한 것으로 보인다.

최근 댓글을 구전 커뮤니케이션의 일부로서 새로운 마케팅의 가능성을 찾고자하는 노력이 일어나고 있다. 이러한 변화의 기저에는 이용자들이 댓글을 읽고 제품에 대한 의견과 구매 행위에 대해 영향을 받을 수 있다는 가정이

존재한다. 본 연구의 결과는 실제로 댓글을 읽음으로 인해 개인의 태도가 변화될 수 있다는 것을 보여준다. 이론적 논의에서 밝힌 바와 같이 일반적으로 개인은 의견 형성 과정에서 자신의 생각을 다른이들과 비교하게 된다. 이때 자신의 의견이 다수의 의견과 다를 경우 개인은 그러한 사실에 대해 불편함을 지니게 되며 다른이들의 의견에 동조하고자 하는 사회적 압력을 느낀다 (Festinger, 1954). 이렇게 개인이 자신의 준거집단의 규범을 지각하고 동조하려는 습성이 태도변화를 일으키는 것으로 여겨진다. 이러한 점에서 볼 때 댓글은 개인이 다른이의 의견을 참조하기 위한 정보습득의 도구로써 사용되고 있다고 할 수 있다.

2) 태도변화에 영향을 주는 요인

본 연구에서 개인의 정보처리 욕구는 정보추구 성향과 댓글에 대한 이용동기로 세분화하여 살펴보았다. 댓글 이용동기에 대한 요인 분석 결과를 살펴보면, 휴식 및 시간보내기, 습관적 이용, 현실 도피 같은 비적극적 동기가 발견되었으며 다양한 의견읽기 같은 적극적 이용동기도 발견되었다. 이러한 결과는 댓글이 다양한 정보획득을 위한 정보원의 역할을 함과 동시에 긴장 해소나 시간 보내기 등을 위한 방법으로도 사용되고 있음을 보여준다.

앞서의 가설 1에 대한 t 검증 결과는 전반적으로 피험자 전체 수준에서 댓글을 읽은 후 태도가 부정적으로 변했음을 보여주지만 개인 수준에서는 어떠한 방향으로 변화했는지를 나타내지는 못한다. 개인수준에서의 태도변화와 이에 영향을 미치는 요인들을 알아보기 위해 신뢰도, 효능감, 관여도, 정보처리 특성을 독립변수로 이용하여 회귀분석을 실시하였다.

태도변화에 대한 분석결과를 살펴보면, 먼저 조절 변수인 성별에 따른 차이는 발견되지 않았지만 댓글 작성횟수가 많을수록 댓글을 읽은 뒤의 태도가 부정적으로 변한 것으로 나타났다. 댓글 작성횟수는 피험자가 과거에 댓글을 통해 자신의 의견을 개진한 경험 정도를 의미한다. 댓글 작성경험이 많을수록 사후태도가 부정적으로 변했다는 사실은 댓글 작성경험이 많을수록 부정적

댓글에서 제공된 방사선 살균식품에 대한 부정적 견해를 많이 받아들였음을 보여준다. 아마도 피험자 자신의 경험으로 미루어 보아 부정적 댓글이 반드시 틀린 내용이 아니며 때로는 유용한 정보를 담고 있다고 판단한 것이기 때문인 것으로 보인다.

분석에 사용된 독립변인들의 영향을 살펴보면, 댓글에 대한 신뢰도가 높을수록 댓글을 읽은 뒤의 방사선 살균식품에 대한 태도는 부정적으로 변화한 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 앞서의 댓글 작성횟수의 경우와 유사하게 설명될 수 있을 것이다. 즉 비록 긍정, 중립, 부정의 댓글들이 함께 제시되었지만 이들 중 특히 부정적인 댓글에 담긴 정보를 받아들인 결과인 것으로 생각된다. 댓글 신뢰도의 평균은 측정된 척도 변인들 중 가장 낮은 값(2.86)을 보여 댓글에 대한 일반적인 신뢰도 평가가 부정적인 것으로 나타났다. 그럼에도 불구하고 댓글 신뢰도는 방사선 살균 식품에 대한 태도변화를 일으킬 만한 영향력을 지니고 있는 것으로 보인다. 정일권과 김영석(2006)은 댓글이 자신 보다는 남들에게 더 영향을 미친다고 인식하는 제3자 효과가 존재함을 보고 하였다. 댓글에 대한 신뢰도는 낮게 평가하면서도 실제로는 이에 의해 변화된 태도를 보이는 본 연구의 결과도 이들의 연구결과와 유사한 면을 보여준다고 할 수 있다.

방사선 살균식품에 대한 효능감 역시 사후태도를 부정적으로 만드는 것으로 나타났다. 즉 효능감이 높을수록 댓글을 읽은 후 방사선 살균 식품에 대한 태도가 부정적으로 변한 것이다. 기존 연구에서는 효능감이 높은 개인은 주어진 정보에 대해 노력을 기울여 판단하기보다는 쉽게 편의적인 판단을 내리는 경향이 높은 것으로 보고 있다(Trumbo, 1999). 따라서 효능감이 사후태도를 부정적으로 만든다는 결과는 효능감이 높을수록 긍정, 중립, 부정의 댓글을 모두 체계적으로 비교 분석하여 판단하기보다는 이 중 일부의 내용을 받아들인 결과로 볼 수 있다. 아마도 효능감이 높은 이들은 평소 자신이 방사선 관련 기술에 대해 잘 알고 있다고 판단하여 긍정적 댓글에 담긴 내용은 이미 자신이 아는 내용이며 따라서 새로운 내용이 없다고 생각한 것으로 보인다. 이에 따라 이들은 주로 부정적 댓글을 참조하여 편의적인 판단을 내린 것으로

생각된다.

관여도에 대한 분석 결과는 관여도가 태도변화에 별다른 영향을 주지 못한 것을 보여준다. 관여도는 ELM과 HSM에서 정보처리에 가장 큰 영향을 주는 요인으로 설명되고 있으며 관여도가 높은 경우 노력을 수반하는 정보처리, 즉 중심통로를 통한 판단이나 체계적 판단이 이루어진다고 본다. 반면 관여도가 낮은 경우 노력을 수반하지 않는 주변통로를 통한 판단이나 편의적 판단을 하게 된다. 또한 전자의 경우 사후 태도변화가 잘 일어나지 않으며 후자의 경우 태도변화가 쉽게 일어날 수 있다. 따라서 관여도가 높은 경우 댓글을 읽기 전에 이미 기사 내용에 대해 체계적인 판단을 했으며 자신의 판단에 대해 비교적 확고한 신념이 존재하여 다른 요인들에 의해 쉽게 태도가 변하지 않는 것으로 볼 수 있다. 반면 관여도가 낮은 경우에는 댓글에 의해 태도가 변화했을 수 있다. 본 연구에서 피험자의 방사선 살균식품에 대한 관여도 평균은 3.15로서 척도 중앙값에 조금 못 미치는 것으로 나타났다. 따라서 관여도가 전반적으로 태도변화에 유의미한 영향을 주지 못한 것은 고관여 상황과 저관여 상황의 댓글 효과가 혼합되어 나타난 때문인 것으로 여겨진다. 그러나 이에 대한 정확한 논의를 위해서는 향후 연구에서 고관여도와 저관여도 집단을 구분하여 댓글의 효과가 달리 나타나는가를 확인해 보아야 할 필요가 있다.

개인의 정보추구 성향은 사후태도를 긍정적으로 변화시키는 것으로 나타났다. 즉 정보추구 욕구가 강할수록 댓글을 읽은 후 태도가 긍정적으로 변화한 것이다. 이러한 결과는 정보처리 욕구가 강할수록 긍정적 댓글에 담긴 정보가 피험자의 정보처리에 영향을 주었음을 예상하게 해준다. 그러나 앞서 댓글 신뢰도와 효능감의 경우와 달리 정보추구 성향이 높은 피험자들의 태도가 긍정적으로 변한 이유에 대해서는 향후 연구를 통해 검증해 보아야 할 필요가 있다고 본다. 정보추구 성향이 높은 이들이 모든 부정, 중립, 긍정 댓글을 통해 제시된 모든 정보를 취합하여 방사선 살균식품에 대해 긍정적인 결론을 내린 것인지, 특별히 긍정적인 댓글에 의해 영향을 받은 것인지는 본 연구의 결과로만 판단하기에는 어려움이 있기 때문이다.

댓글 이용동기에 대한 결과 역시 정보추구 성향의 경우와 유사하게 나타났다. 비록 다양한 의견추구와 현실도피 동기는 별다른 영향을 주지 못했지만 휴식 및 시간 보내기 동기와 습관적 이용동기가 높을수록 사후태도가 긍정적으로 변화한 것이다. 휴식-시간 보내기 동기와 습관적 이용동기는 댓글에 대한 비적극적 이용동기라고 할 수 있다. 비적극적 이용동기가 높은 이들일수록 방사선 살균식품에 대한 태도가 긍정적으로 변화한 것은 댓글에 담긴 정보에 대해 비적극적으로 판단한 때문이 아닌가 여겨진다. 이 경우 앞서 읽은 긍정적인 기사에 반하는 내용이 담긴 부정적인 댓글에 담긴 정보를 받아들여 방사선 살균식품에 대한 적극적인 판단을 하기보다는 기사와 일치하는 내용이 담긴 긍정적 댓글의 내용을 그대로 수용했을 수 있다.

그러나 또 다른 비적극적 이용동기인 현실도피 요인과 적극적 이용동기인 다양한 의견추구 요인이 태도변화에 별다른 영향을 주지 못한 것으로 나타났다. 특히 다양한 의견추구 동기는 개인의 정보추구 성향과 밀접한 관련이 있을 것으로 예상되는 동기이기에 정보추구 성향과 달리 태도변화에 별다른 영향을 미치지 못했다는 사실은 의외의 결과이기도 하다. 한 가지 예상할 수 있는 점은 개인의 정보추구 성향과 다양한 의견추구 동기 사이에 유사성이 존재하여 이 두 독립변인들 중 보다 효과가 높은 정보추구 성향만이 유의미한 결과를 준 것이 아닌가 하는 점이다. 이에 대한 결과는 향후 연구를 통해 검증해 보아야 할 것이다.⁵⁾

이제까지 논의된 회귀분석 결과를 정리하면, 댓글 신뢰도와 효능감이 높을수록 사후태도는 부정적으로 변하며, 정보추구 성향과 이용동기가 높을수록 사후태도는 긍정적으로 변화하는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 댓글 신뢰도와 효능감이 높은 경우 피험자들이 부정적인 댓글을 선택적으로 이용하는 것으로 설명하였다. 그러나 아직까지 댓글 읽기효과에 대한 연구가 많지 않으며 특히 구체적인 태도변화의 방향을 알아본 연구가 부족한 상황이다. 따라서 본 연구에서 제시된 논의는 한 가지 가능한 해석에 지나지 않으며 그 타당성은

5) 이들 두 변인 간의 상관관계는 .34($p < .001$)로 나타나 다중공선성에 의한 결과는 아닌 것으로 판단된다.

향후 연구를 통해 재검증해보아야 한다고 본다.

본 연구의 실험에서는 가급적 현실상황과 유사한 조건을 제공하고자 긍정, 부정, 중립의 댓글을 함께 제시하였다. 그러나 연구를 통해 피험자들이 댓글을 읽고 태도변화를 일으킨 것은 확인하였지만 현재와 같은 실험 설계로는 구체적으로 어떠한 댓글을 받아들여 어떠한 경로를 통해 태도변화를 일으켰는가를 밝혀내기는 어렵다는 한계점이 존재한다. 만약 본 연구의 논의처럼 경우에 따라 피험자가 특정 방향의 댓글을 선택적으로 수용한다면 어떠한 방법으로 선택적 수용을 하는지를 알아보는 것이 필요할 것이다. 한 가지 가능한 방법은 피험자를 몇 개의 집단으로 나누어 각각 긍정, 부정, 중립의 다른 댓글을 제시하고 댓글의 방향성에 따라 나타나는 태도변화의 차이를 보는 것이다. 이 경우 제시된 댓글의 방향성에 따라 각 집단에서 태도변화가 어떻게 나타나는가를 볼 수 있다. 그러나 이 역시 본 연구의 경우처럼 서로 다른 방향의 댓글들이 혼재해 있을 때에는 어떻게 될 것인가에 대한 답을 주지는 못한다는 단점이 존재한다.

또 다른 방법으로는 댓글의 비율을 달리하여, 가령 긍정 위주의 댓글들, 부정 위주의 댓글들, 중립 위주의 댓글들을 집단별로 제시하여 댓글 방향성의 비율에 따라 피험자의 태도 변화를 살펴보는 것도 가능할 것이다. 이제까지 댓글 읽기 효과에 대해 많은 연구가 진행되지 못한 시점에서 댓글의 효과에 대해서 자세하게 논하기에는 관련된 실증적 자료가 부족하다고 본다. 향후 다양한 조건 속에서 많은 연구가 진행되어 댓글 읽기효과에 대한 학문적 지식이 축적되어 갈 때에야 온라인상에 만연한 댓글 토론이 우리 사회에 미치는 영향에 대해 심도 있게 논의할 수 있을 것으로 본다.

6. 결론

본 연구에서는 이제까지 댓글에 대한 많은 연구들이 댓글 작성에 관심을 두었던 데에 반해 댓글 읽기의 효과를 알아보고자 실험 연구를 실시하였다.

연구 결과, 댓글 읽기는 기사 주제에 대한 피험자의 태도를 변화시키는 것으로 나타났다. 이때 댓글에 대한 신뢰도와 주제 효능감은 사후태도를 부정적으로 변화시키며 정보추구 성향과 댓글 이용동기는 사후태도를 긍정적으로 변화시키는 것으로 나타났다.

본 연구의 결과가 의미하는 바는 다음과 같다. 첫째, 댓글의 읽기 효과는 개인의 태도를 변화시킬 만큼 강력하다는 것이다. 일반적으로 댓글은 그 부정적인 측면이 강조되어 왔으며 실제로 본 연구에서 피험자들의 댓글에 대한 신뢰도 역시 매우 낮은 것으로 나타났다. 그러나 피험자들은 댓글이 신뢰할 만하지 못하다고 응답하면서도 실제로는 댓글에 의해 자신의 태도를 변화시킨 것으로 나타났다. 이는 개인이 댓글에 대해 사전적 편견을 지니고 있는지에 상관없이 자신도 인지하지 못하는 사이에 댓글에 의해 영향을 받을 정도로 그 효과가 존재함을 의미한다.

둘째, 이러한 댓글의 읽기 효과는 개인의 특성에 따라 서로 다른 방향으로 나타날 수 있다는 것이다. 가령 방사선 살균식품의 경우 댓글 신뢰도와 주제 효능감은 태도를 부정적으로 변화시킨 반면 정보추구 성향과 댓글 이용동기는 태도를 긍정적으로 변화시켰다. 이는 개인이 정보처리와 관련하여 어떠한 특성을 지녔는가에 따라 댓글의 내용을 선택적으로 받아들임을 보여준다.

셋째, 댓글은 읽는이에게 메시지에 대한 부가적인 정보 습득 채널로서 사용될 수 있으며 따라서 메시지 판단과정에서 댓글이 차지하는 역할이 중요할 수 있다는 것이다. 개인은 끊임없이 자신과 남의 의견을 비교하고자 하는데, 이를 위해 개인은 타인에 의한 부가적인 정보를 필요로 하게 된다. 본 연구의 결과는 온라인 게시물에 대한 판단에서 댓글은 이러한 부가적 정보습득의 도구로 사용될 수 있다는 것을 보여준다.

이제까지의 댓글 연구가 주로 누가 왜 댓글을 작성하는가에 관한 연구에 국한되어온 데 반해 본 연구에서는 정보처리와 관련된 이론을 접목하여 댓글의 읽기 효과를 실증적으로 검증해 보았다는 데에서 학문적 의미를 찾을 수 있을 것이다. 또한 댓글의 읽기 효과가 나타나는 과정을 학문적 이론을 통해 설명하고자 하였으며 향후 댓글 효과 연구에 대한 이론적 논의의 틀을

마련했다는 점도 의미 있다고 할 수 있다. 또 아직까지 댓글의 이용동기에 대한 실증적인 연구가 거의 없었던 데에 반해 본 연구를 통해 개인의 댓글 이용동기 요인을 밝혔으며 이러한 동기 요인이 개인의 태도변화를 어느 정도 예측해 주었다는 점도 의미 있다고 할 수 있다.

댓글이 메시지에 대한 판단에 영향을 준다는 사실은 본 연구의 결과는 실제적으로도 적용될 수 있을 것이다. 가령 한 조직 내에서 온라인 게시판을 통해 직원들에게 정보를 전하거나 홍보를 할 때 게시물에 달린 댓글에 따라 전달된 정보에 대한 판단이 다르게 나타날 수 있음을 염두에 두어야 할 것이다. 특히 이러한 정보가 갈등적 내용을 담고 있거나 찬성과 반대의 의견이 공존하는 경우 애초에 의도한 바와 다른 효과가 날 수도 있음을 염두에 두어야 한다고 본다. 이 경우 정보를 수용하게 될 대상자의 특성을 파악하여 이들의 특성에 따라 다르게 나타날 수 있는 댓글의 효과를 파악하는 것이 필요하다고 여겨진다.

본 연구의 결과를 해석함에 있어서 몇 가지 주의할 점이 존재한다. 먼저, 본 연구는 실제상황에서 실시되지 않고 실험에 의해 진행되었다. 일반적으로 이용자들은 기사에 달린 댓글을 모두 주의해서 읽는다고 보기는 어렵다. 그러나 본 연구에서는 피험자에게 모든 댓글을 읽어보도록 하였기 때문에 실제 상황에서 댓글 읽기의 효과가 그대로 나타날 수 있다고 보기는 어려운 것이다. 또한 실험에 사용된 댓글은 긍정, 중립, 부정 댓글의 비가 같게 유지되었으나 실제 상황에서 이러한 비율이 지켜지지는 않을 것으로 예상된다. 따라서 댓글 유형의 비율이 다르게 제시된 경우 댓글의 읽기 효과가 다르게 나타날 것이라 생각된다. 향후 연구에서는 실제상황에서 댓글의 읽기 효과가 댓글 유형에 따라 어떻게 달라지는가를 체계적으로 검증해볼 필요가 있다고 본다.

ELM과 HSM에서는 중심통로 혹은 체계적 판단과정을 거쳐 형성된 태도는 잘 변화하지 않으며 주변통로나 편의적 판단의 경우 상대적으로 쉽게 변화하는 것으로 설명하고 있다. 따라서 이들 두 가지 과정에 의해 형성된 태도는 그 변화의 양상이 다르게 나타날 것이라고 여겨진다. 향후 연구에서는 태도형성 과정이 다른 경우 댓글의 읽기 효과가 어떻게 달라지는가에 대한 연구가

시행될 필요가 있다고 본다. 또한 메시지 주제에 따라 댓글 읽기효과가 어떻게 달라지는가에 대한 연구도 필요할 것이다.

인터넷이 생활 속에 깊숙이 파고들면서 개인의 댓글을 통한 의견개진은 점점 일상적인 일이 되어가고 있다. 특히 찬반의 논쟁으로 이어지는 갈등 사안에 대해 개인은 기사나 다른이들의 게시물이나 댓글을 통해 정보를 습득하고 이를 자신의 의견과 비교하여 이해하게 된다. 이러한 과정에서 댓글은 개인의 의견형성에 중요한 영향을 줄 수 있을 것으로 여겨진다. 개인의 의견과 태도는 사회전반의 여론과도 밀접한 관계가 있는 만큼 댓글의 사회적 파급력은 어느 때보다 높다고 할 수 있다. 댓글 '쓰기'와 함께 '읽기'에 대한 올바른 이해가 전제될 때 온라인에서 일어나는 개인의 의견형성 과정을 보다 잘 파악할 수 있을 것이라고 여겨진다.

Ⅰ 참고문헌

- 김병철 (2004). 인터넷 신문 댓글의 상호작용적 특성 분석. 『사이버커뮤니케이션학보』, 통권 14호, 147~180.
- 김봉현 (2002). 정보처리시 하이브리드 메시지의 관여도 및 기만 가능성에 관한 연구: 기사형 광고를 중심으로. 『광고학연구』, 13권 4호, 7~26.
- 김상돈·김태준 (2008). 자발적 결사체 가입이 정치참여에 미치는 영향: 정치효능감과 시민권 덕목의 매개효과분석. 『사회과학연구』, 16권 1호, 68~113.
- 김소라 (2006.11.26). 댓글 알바, 그 창작의 고통을 아느냐. 『오마이뉴스』.
- 김은미·선유화 (2006). 댓글에 대한 노출이 뉴스 수용에 미치는 효과. 『한국언론학보』, 50권 4호, 33~65.
- 김창호·황의록 (1997). 구전정보의 특성과 구전 효과의 관계. 『광고연구』, 35권 2권, 55~77.
- 박찬·유창조 (2006). 온라인에서의 구전커뮤니케이션이 상표평가에 미치는 영향에 관한 연구: 상표사용후기와 답글을 중심으로. 『소비자학연구』, 17권 1호, 73~93.
- 백승록 (2005). 인터넷 상의 소비자 구전활동 동기에 대한 탐색적 연구. 『한국광고홍

- 보학보』, 7권 1호, 108~144.
- 안종목·박광순 (2007). 인터넷 미디어의 뉴스서비스에 관한 비교 연구: 포털사이트와 신문사닷컴의 관련뉴스, 하이퍼링크, 댓글을 중심으로 『언론과학연구』, 7권 2호, 335~372.
- 윤영철 (2000). 온라인 게시판 토론과 속의 민주주의: 총선 연대 사이트의 게시판 분석. 『한국방송학보』, 14권 2호, 109~150.
- 이명천 (1999). ELM 연구의 한국적 특성에 관한 고찰. 『광고학연구』, 10권 4호, 151~178.
- 이문석·황장선(2006). 온라인 소비자 구전의 역할과 구조에 대한 질적 접근: 온라인 쇼핑물의 상품평을 중심으로 『광고학연구』, 17권 3호, 33~64.
- 이재신 (2006). 기술사용에 대한 태도 변화에 영향을 미치는 요인들에 관한 종단적 연구: 개인의 주관적 판단과 사회적 영향을 중심으로 『한국언론학보』, 50권 6호, 388~414.
- 이재신·성민정 (2007). 온라인 댓글이 기사 평가에 미치는 영향: PR적 관점을 중심으로 『한국광고홍보학보』, 9권 4호, 7~45.
- 이재신·이민영 (2006). 확장된 기술수용모델을 이용한 IP-TV의 수용 의도에 영향을 미치는 요인들에 대한 연구. 『방송과 커뮤니케이션』, 7권 1호, 100~131.
- 이종혁 (2002). 사이버 대변인 캐릭터의 정보원 속성에 영향을 미치는 외형적 결정 요인. 『광고학연구』, 13권 2호, 147~166.
- 이태민·박 철 (2006). 온라인 구전정보의 방향성과 유형이 구매영향력에 미치는 효과: 한국과 미국의 국제비교 『마케팅연구』, 21권 1호, 29~56.
- 정일권·김영석 (2006). 온라인 미디어에서의 댓글이 여론에 미치는 영향에 관한 연구: 여론동향 지각과 제3자 효과를 중심으로 『한국언론학보』, 50권 4호, 302~328.
- 정재학·김영찬 (2004). 구전 효과가 소비자 제품 선택에 미치는 영향에 대한 연구. 『마케팅연구』, 19권 3호, 1~20.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.

Chaiken, S. (1980). Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(5), 752~766.

Earle, T. C., Cvetkovich, G. & Slovic, P. (1990). The effects of involvement, relevance

- and ability on risk communication effectiveness. In K. Borcharding, O. I. Larichev, & D. M. Messick (Eds.), *Contemporary issues in decision making* (pp. 271~289). Amsterdam: Elsevier.
- Eastin, M. S., & LaRose, R. (2000). Internet self-efficacy and the psychology of the digital divide. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 6(1). [Online] <http://jcmc.indiana.edu/vol6/issue1/eastin.html>
- Elliott, K. M. (2002). *Understanding consumer-to-consumer influence on the web*. Doctoral Dissertation, Duke University.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2) 117~140.
- Fulk, J. (1993). Social construction of communication technology. *Academy of Management Journal*, 36(5), 921~950.
- Fulk, J., Steinfield, C. W., Schmitz, J. & Power, J. G. (1987). A social information processing model of media use in organizations. *Communication Research*, 14(5), 529~552.
- Gass, R. H., & Seiter, J. S. (2007). *Persuasion, social influence and compliance gaining* (3rd edition). Boston: Allyn & Bacon.
- Gaziano, C., & McGrath, K. (1986). Measuring the concept of credibility. *Journalism Quarterly*, 63(3), 451~462.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Habermas, J. (1962). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Henning-Thurau, T., & Walsh, G. (2003). Electronic word-of mouth: Motives for and consequences of reading customer articulations on the Internet. *International Journal of Electronic Commerce*, 8(2), 51~74.
- Homer, P. M., & Kahle, L. R. (1990). Source expertise, time of source identification, and involvement in persuasion: An elaborative processing perspective. *Journal of Advertising*, 19(1), 30~39.
- Keller, J. M., & Suzuki, K. (1988). Use of the ARCS motivation model in courseware design. In D. H. Jonassen (Ed.), *Instructional designs for microcomputer courseware*

- (pp. 401~434). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. New York: Free Press.
- McGinnies, E. (1973). Initial attitude, source credibility, and involvement as factors in persuasion. *Journal of Experimental Social Psychology*, 9, 285~296.
- Mitchell, M. M. (2001). Risk, threat, and information seeking about genital herpes: The effects of mood and message framing. *Communication Studies*, 52(2), 141~152.
- Omodei, M. M., & Wearing, A. J. (1995). Decision making in complex dynamic settings: A theoretical model incorporating motivation, intention, affect and cognitive performance. *Sprache & Kognition*, 14(2), 75~90.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion* (pp.7~10). New York: Springer-Verlag New York Inc.
- Reynolds, F. D. & Darden, W. R. (1971). Mutually adaptive effects of interpersonal communication. *Journal of Marketing Research*, 8(4), 449~454.
- Richins, M. (1983). Negative word of mouth by dissatisfied consumers: A pilot study. *Journal of Marketing*, 47(1), 63~79.
- Ruth, V. S., Nasriah, Z. & Houria, E-F. (2004). Motivational aspects of information literacy skills instruction in community college libraries. *College & Research Libraries*, 65, 96~120.
- Salancik, G. R. & Pfeffer, J. (1978). A social information processing approach to job attitudes and task design. *Administrative Science Quarterly*, 23(2), 224~252.
- Taylor, S. & Todd, P. A. (1995). Understanding information technology usage: A test of competing models. *Information Systems Research*, 6(2), 144~176.
- Trumbo, C. W. (1999). Heuristic-systematic information processing and risk judgment. *Risk Analysis*, 19(3), 391~400.
- Weiler, A. (2004). Information-seeking behavior in generation Y students: Motivation, critical thinking, and learning theory. *Journal of Academic Librarianship*, 31(1), 46~53.

Research on Factors Affecting the Effects of Reading Replies

Jae-Shin Lee

Associate professor

(Dept. of Mass Communication, Chung-Ang University)

Min-Young Lee

Doctoral Student

(Dept. of Mass Communication, Chung-Ang University)

This study tried to examine the effect of reading replies on the changes of attitudes towards the subject of online news articles. For that purpose, an experiment was conducted in which participants were asked to read an article and the replies attached. Attitudes were measured before and after reading replies. Another interest of this research was to examine factors affecting the attitude change after reading replies. It was found that while credibility of replies and efficacy belief of the news subject had negative impacts on the attitudes, individuals' information seeking characteristics gave positive impacts on the attitudes after reading replies. This study concludes with discussion and implications of the findings.

Key words: Reply, attitude change, credibility, efficacy, involvement, motivation