



## 국내 주요신문의 소셜미디어 정보원 뉴스보도 분석

A Study of SNS Sources in Korean Major Newspapers

---

저자 (Authors)	방은주, 김성태 Bang, Eun-Joo, Kim, Sung-Tae
출처 (Source)	<a href="#">사이버커뮤니케이션 학보 29(4)</a> , 2012.12, 145-189 (45 pages) <a href="#">Journal of Cybercommunication Academic Society 29(4)</a> , 2012.12, 145-189 (45 pages)
발행처 (Publisher)	<a href="#">사이버커뮤니케이션학회</a> Cybercommunication Academic Society
URL	<a href="http://www.dbpia.co.kr/Article/NODE02059420">http://www.dbpia.co.kr/Article/NODE02059420</a>
APA Style	방은주, 김성태 (2012). 국내 주요신문의 소셜미디어 정보원 뉴스보도 분석. 사이버커뮤니케이션 학보, 29(4), 145-189.
이용정보 (Accessed)	아주대학교 202.30.30.*** 2016/11/10 09:52 (KST)

---

### 저작권 안내

DBpia에서 제공되는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 누리미디어는 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다.

이 자료를 원저작자와의 협의 없이 무단게재 할 경우, 저작권법 및 관련법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

### Copyright Information

The copyright of all works provided by DBpia belongs to the original author(s). Nurimedia is not responsible for contents of each work. Nor does it guarantee the contents.

You might take civil and criminal liabilities according to copyright and other relevant laws if you publish the contents without consultation with the original author(s).

# 국내 주요신문의 소셜미디어 정보원 뉴스보도 분석

방은주\*

고려대학교 대학원 언론학과 박사수로

김성태\*\*

고려대학교 미디어학부 교수

## 요약

새로운 미디어의 등장은 전통 미디어 콘텐츠 생산 과정의 변화를 가져왔다. 소셜미디어의 영향력은 정치, 사회를 포함한 다양한 영역에서 매우 두드러진다. 본 연구는 트위터, 페이스북과 같은 소셜미디어 정보를 국내의 주요 신문들이 어떻게 인용하여 기사를 작성하고 보도하였는지를 파악하고자 한다. 구체적으로 <조선일보>와 <중앙일보>가 소셜미디어 정보를 어떻게 인용했는지 확인하기 위해 보도 뉴스의 기사 유형, 인용 방식, 정보원 이용 형태를 분석하였다. <연구 1>에서는 국내 주요일간지의 소셜미디어 정보원의 인용 빈도 및 비율과 증가 추이를 살펴보았다. 내용분석 결과 소셜미디어 이용이 증가한 2009년부터 소셜미디어 정보의 뉴스 보도 인용이 급증하였다. <연구 2>에서는 국내 주요 일간지가 보도한 소셜미디어 인용 기사의 인용 형태를, <연구 3>에서는 국내 주요 일간지가 보도한 소셜미디어 인용문의 정보원 공개 정도를 파악하였다. 사실성 입증기제로 소셜미디어 정보가 뉴스 보도에 인용되는 형태를 발견하고 뉴스 정보원 연구에서 많이 검증되었던 인덱싱 가설(indexing hypothesis) 입장에서 추가적인 논의를 하고자 하였다.

\* silverjoo03@korea.ac.kr

\*\* sutkim@korea.ac.kr, 교신저자

키워드: 소셜미디어, SNS, 뉴스 정보원 분석, 사실성 입증기제, 인덱싱 가설(indexing hypothesis)

## 1. 서론

미국 허드슨강 비행기 추락사건, 인도 뭄바이 테러, 중국 지진 피해 사건, 칠레 광부 매몰과 구출, 아랍의 민주화 운동 등과 같이 최근 국내에 보도된 사건·사고의 공통점이 있다. 이 뉴스들은 트위터, 페이스북과 같은 소셜네트워크사이트(SNS: Social Network Sites, 이하 소셜미디어)를 통해 공개된 정보로부터 시작된 이슈라는 것이다. 인터넷이 상용되기 시작한지 불과 약 15여년이 지난 지금, 소셜미디어가 정치, 경제, 사회, 문화 등 다양한 분야에서 '제3의 미디어'(KBS, 2011. 11. 05)로 불릴 만큼 주목을 끌고 있다. 인터넷을 비롯한 새로운 미디어의 등장이 전통 미디어 콘텐츠 생산 구조의 변화를 야기하고 있음은 누구나 감지할 수 있다.

새로운 미디어 환경의 변화는 전통 미디어 기자들의 역할 또한 변화시키기도 한다. 윤영철(2001)은 인터넷 기반의 새로운 기술 발달로 개인적 관심이나 취향이 강한 사적 영역에서 적극적인 네티즌과 같은 일반인 저널리스트 역할의 출현에 주목하며, 이러한 새로운 환경에 대한 전문 언론인들의 적극적인 대응을 강조하기도 하였다. 많은 사람들은 이제 소셜미디어를 통해 주변에서 일어난 일들과 생각들을 주변 지인들이나 세상 사람들과 교류한다. 경우에 따라 그들은 적극적으로 주요 사회 이슈를 제공하거나 정치적 담론을 형성하는 등 새로운 정보원으로 부상하기도 한다.

다양한 분야에서 소셜미디어를 활용한 소수의 여론 지도 계층의 출현도 위와 같은 맥락에서 이해할 수 있다. 동시에 소셜미디어 이용자들 간의 활발한 소통은 이용자 스스로 정보를 전달, 확산하거나 재해석하면서 사회 여론을 즉각적으로 반영하기도 한다. 우리 사회의 소통 매커니즘 변화는 전통 매체의 취재 환경, 보도 방식, 기사 구성 등 뉴스의 생산과정에 상당한 영향을 미친다고 볼 수 있다.

본 연구는 이러한 문제의식에서 출발하며, 실증적인 내용분석을 통해 국내의 주요 신문에 소셜미디어 정보원을 인용한 기사의 성격을 규명한다. 급격히 늘어난 소셜미디어 정보 이용이 전통 미디어에 영향을 미치고 있는지 알아보기 위해 다각적인 연구가 필요한 가운데 뉴스 체제의 변화가 드러나는 보도 기사를 중점적으로 살펴봄으로써 소셜미디어 환경이 가져온 전통 미디어 취재 보도의 변화를 파악하고자 하는 것이다. 뉴스 보도는 기자들의 취재 및 기사 작성 과정의 결과물으로써 소셜미디어 정보 이용 여부를 드러내기 위해 분석에 적합하다. 또한 보도 기사는 취재 및 보도의 변화를 독자들이 가장 먼저 체감 할 수 있는 콘텐츠이자 최종적으로 독자들에게 전달되는 구성체로써 연구에 필요하다고 여겨진다. 따라서 구체적으로 최근 몇 년간의 인용 빈도, 인용 기사의 유형 및 내용, 정보원의 성격 및 익명성 여부, 그리고 최근 가장 많이 인용된 소셜미디어 정보원은 누구인지를 살펴보고자 한다. 이는 전통 미디어에 인용된 기사 내용의 전반적인 특징을 알아내며 인용 방식의 활용, 인용된 기사 내용 스타일의 변화 등을 밝혀내기 위한 것이다. 도출한 분석 결과를 뉴스 정보원에 대한 기존 연구에서 많이 검증되었던 사실성 입증기제와 인덱싱 가설(indexing hypothesis) 입장에서 추가적인 논의를 포함시키고자 한다. 이러한 이론적 논의는 소셜미디어 정보를 기사에 인용함에 있어 출처가 불분명하거나 무분별한 인용에 대한 문제들이 제기되고 있는 바, 소셜미디어 정보의 뉴스 인용에 있어 전통 미디어에서 구축된 취

재 보도 지침에 따라 언론이 특정 사건을 사실에 입각하여 있는 그대로 보여주는지를 알아보는데 필요한 과정이다. 무엇보다 인택싱 가설의 차원에서, 취재를 통해 얻은 정보를 기사에 강조하여 사용하는 기준에 따라 언론의 의도에 부합하는 소셜미디어 정보원을 사용하고 있는지, 통상적으로 사람들에게 잘 알려진 인물의 소셜미디어 정보를 사용하는지 등을 살펴보는 것이 가능 할 것으로 보인다.

## 2. 이론적 배경 및 관련문헌 검토

### 1) 새로운 커뮤니케이션 채널로서의 소셜미디어의 등장

대인간 커뮤니케이션의 근본적인 특징으로 간주되어온 상호작용성은 이제 인터넷을 비롯한 뉴미디어의 중요한 특징이다(Morris & Ogan, 1996; Rafaeli, 1988). 다소 폭넓게 정의될 수 있는 상호작용성은 인터넷의 등장 이전에 매스커뮤니케이션의 시대에는 주목받지 못한 개념이었다. 그러나 인터넷 기술은 상향(upstream) 및 하향(downstream) 전송을 가능하게 함으로써 공급자와 이용자 간의 전통적 역할 분담의 경계를 허물었다(손석춘, 2006). 소셜미디어와 같이 상호작용성이 강화된 네트워크는 제한된 개인과 그룹이 아닌 전 세계에 걸쳐 콘텐츠 공유와 소통을 가능하게 하며, 강력한 정보 과급력으로 전통 미디어에 버금가는 사회적 영향력을 수행하고 있다(김은미 · 이동후 · 임영호 · 정일권, 2011). 최근의 사례로 소셜미디어는 이집트 시민들의 반정부 시위로 30년 정권의 하야를 가능하게 하였고, 2009년 이란 대선, 2010년 영국 총선 및 호주 총선에도 시민들의 참여를 높였다. 국내에서는 2010년 6.2일 지방선거를 시작으로 2011년 10. 26 서울시장 재보선에 이르기까

지 정치적 과급력을 보이며 여론에 상당한 영향력을 미치기도 하였다.

트위터와 페이스북으로 대표되는 소셜네트워킹서비스(social networking service, SNS)는 가입한 이용자들의 정보 공유 또는 타인과의 관계를 생성 또는 확장시킬 수 있는 개방화 플랫폼이라는 사전적 의미를 지니며 참여, 공유, 개방을 특징으로 한다. 관계도 무작위로 이루어지는 것이 아니라 유명인과 같은 허브(Hub)나 기존에 알고 지내던 사람들을 중심으로 관계를 확장해 나간다. 이러한 이유로 소셜미디어는 포털이나 카페, 디씨인사이드 같이 익명으로 공개하던 정보보다 신뢰성이 높은 것으로 평가되고 있으며, 사회 현안을 공유하는 등 폭넓은 의제를 논의하는 소통의 도구로 활용되기도 한다(한국정보화진흥원, 2012, 18쪽).

대중들을 대상으로 한 소통 과정에서 소셜미디어의 영향력에 대한 연구는 꾸준히 진행되어 왔다. 소셜미디어의 커뮤니케이션 효율성 측면에서, 사람들의 수평적 소통이나 사회적 공론장 역할에 대한 연구(Boyd & Ellison, 2008; Gallo, 2004; Shin, 2009)와 사회 이슈에 대한 능동성과 참여에 대한 연구(박선희, 2010; 심홍진·황유선, 2010; 전희성·최민수, 2009; Hughes & Palen, 2009) 등이 주로 이루어졌다. 그뿐만 아니라 새로운 커뮤니케이션 채널로서의 소셜미디어 논의에서 빠지지 않는 주제가 전통 저널리즘이나 뉴스 과급과정에서의 소셜미디어 영향력에 대한 논의다. 설진아(2012)는 이집트 민주화 시위 과정에서 페이스북이 전달한 뉴스를 분석한 후, 전통 저널리즘의 기능이 마비된 상황에서 소셜미디어가 여론을 형성하는데 중요한 영향을 행사한다고 주장한다. 이은주(2011)와 설원태(2011)의 최근 연구들도 대인미디어와 매스미디어의 특성을 모두 지닌 소셜미디어의 영향력에 대해 분석한다.

그러나, 기존 논의에서 소셜미디어가 전통 뉴스 생산과정에서 어떤 역할을 하는지 고찰하는 연구는 매우 드물다. 분명 소셜미디어에서 소통되는 이슈가 기사화되는 뉴스 콘텐츠 변화만으로 소셜미디어의 매체적 특

성이 전통 저널리즘에 많은 영향을 미친다고 판단하는 것은 무리다. 이 진형(2012)의 연구에 따르면 정보 공유의 사회적 행위는 개인 간 관계 유지를 위한 소통에서 비롯된다. 즉, 미디어 이용자들은 뉴스 그룹, 게시판, 블로그, 카페 또는 클럽, 트위터와 같은 소셜미디어 등의 채널을 통해 댓글을 쓰는 형식으로 정보와 의견을 전달하고 공유한다(김혜미·이준웅, 2011, 38: 23~28). 소셜미디어 이용자들의 능동적 소통 행위와 전통 미디어의 뉴스 생산자에게 영향을 끼치고 뉴스를 취재, 생산하는 일부 기자들은 미디어 이용자와 소통을 통해 정보를 취득한다. 이는 소셜미디어가 미디어 종사자들에게 뉴스 소스 및 뉴스 가치를 찾아 낼 수 있는 곳으로 부상하였고 실제로 기자들은 소셜미디어를 통해 전문가 집단의 다양한 취재원과 인맥을 쌓고 일반 시민들의 제보를 받으며 트위터를 이용한 설문조사까지 시행하는 상황을 보여준다고 볼 수 있다(미디어스, 2010. 04. 20).

위에 언급된 소셜미디어 역할의 관점에서, 전통 미디어의 뉴스생산과정에서 새로운 소셜미디어의 정보가 어떻게 사용되어지고 있는지에 대한 질문은 매우 시의적절하고 중요하다고 하겠다. 특히 이와 관련한 기존 논의가 매우 드문 상황에서 더더욱 필요한 연구라고 생각한다. 따라서 본 연구가 새로운 정보 창구로서의 소셜미디어 영향력을 탐구하고, 전통 미디어에 인용되고 있는 정보원 스펙트럼의 확대에 대한 논의를 이끌기를 기대한다.

## 2) 뉴스 생산과정과 정보원에 대한 이론적 논의

기존의 뉴스 연구 전통에서, 슈메이커 & 리즈(Shoemaker & Reese, 1991/1996)는 처리자(Processor)로서의 언론사, 공급자(Supplier)로서의 취재원, 그리고 소비자로서의 수용자 간에 이루어지는 뉴스 제작

관행을 파악해야 무엇이 뉴스가 되는지 이해할 수 있다고 했다. 기자는 취재원으로부터 뉴스가 될 만한 정보를 얻는 것은 물론 특정 사건이나 의제를 해석하는 시각이나 맥락까지 영향을 받는다는 것이다(Shoemaker & Reese, 1991/1996). 따라서 같은 주제의 기사라도 취재원이 누구냐, 얼마나 다양한 취재원의 목소리를 담고 있느냐 등에 따라 보도내용은 달라질 수 있다는 얘기다. 기자들이 뉴스를 쓸 때 어느 취재원을 이용하는냐는 오래전부터 중요한 문제였기에 정보원으로서의 소셜미디어의 빈번한 등장과 관련한 연구가 더욱 필요한 것이다.

뉴스의 객관성을 담보하기 위한 방법으로 기자들은 취재원을 직접 인용하는 것을 원칙으로 고수하였다. 취재원 인용은 사실성을 입증하기 위한 요소이다. 반다이크는 기자들의 뉴스 제작 과정에서 뉴스의 사실성 입증 기제로 인용, 숫자 사용, 직접 관찰이 설득력을 갖는다고 제시하면서 기사 담론의 명제와 구체적 정보들과의 순환적 관계를 통해 한 사회에서 일어나는 모든 현실이 독자들이 이해할 수 있게 재구성 된다고 설명하고 있다(van Dijk, 1990). 갠즈(Gans, 1979)는 저명인사(known)가 보통사람(unknown)에 비해 뉴스에 실릴 기회가 상대적으로 많다는 것을 밝히기 위해 〈뉴욕타임즈〉와 〈워싱턴포스트〉를 대상으로 취재원을 분석하였다. 그 결과 공적인 일을 하거나 권력을 지닌 사람들이 평범한 사람들에 비해 4배 이상 뉴스에 보도되는 경향을 나타낸다고 설명한다.

국내 연구로 송용희(2005)는 반다이크의 언론의 사실성 입증기제인 직접관찰, 인용, 숫자 사용에 대해 알아보기 위해 〈조선일보〉와 〈한겨레신문〉 사회면을 분석하였다. 이들 신문은 편집 방향에서는 차이가 있지만 사실성 입증 기제의 사용은 비슷하였으며, 인용과 숫자가 보도 내용의 진실성을 드러내기 위한 사실성 입증 기제로 빈번하게 사용되었음을 보여주었다. 한편, 인용의 사용이 보도 내용의 객관성과 사실성을 담보하는 중요한 요소임에도 불구하고 인용의 출처가 불분명한 경우를 문제

로 제기한 연구도 있다. 박재영·이완수(2007)는 한국 일간지 3개와 미 일간지 2개를 대상으로 취재원 인용 여부를 중점적으로 분석하였는데, 코바치 & 로젠스틸(Kovach & Rosenstiel, 2001/2004)의 연구결과와 거의 유사하게 익명 취재원 혹은 부정확하고 불명확한 취재원을 사용한 기사의 경우에는 사건에 대한 이용자들의 이해와 합의 도출에 방해가 된다고 지적하였다.

이준웅·양승목·김규찬·송현주(2007)는 2006년 5.31 지방선거 기사를 내용 분석방법을 이용하여 연구한 후, 기사 제목에 직접인용부호를 남용하는 문제를 지적하였다. 기사 본문에 없는 인용문을 제목에 사용하였고, 기사 제목의 내용도 인용문 가운데 뽑아 기술하여 글의 흐름과 어울리지 않게 감정적으로 표현하는 경우가 많았다는 것이다. 기사 제목은 기사의 내용을 요약해 보여주고 기사 내용의 논점을 담고 있기 때문에 기사의 중요성을 드러내는 역할을 하고 있다(van Dijk, 1990). 따라서, 기사의 일부분을 직접 인용문으로 제목에 사용하여 글의 전체적인 주제인 양 표기하는 것을 금지해야 한다고 주장한다(박재영·이완수, 2007; 이준웅 외, 2007).

기존의 실증적 논문들 가운데 사실성 입증 기제를 위한 인용 요소는 프레임 연구에서도 찾아 볼 수 있다. 김혜미·이준웅(2011)은 뉴스 프레임의 효과를 알아보기 위해 반다이크의 뉴스텍스트 구성 관점인 주제적 구조, 뉴스 도식, 마이크로 구조, 담론 스타일, 수사적 장치를 분석해야 하며, 이와 함께 텍스트를 표시하는 구성 요소로 뉴스표제, 도입(lead), 인용문, 도표, 결론 등을 고려해야 한다고 지적하였다. 윤영민·김경희(2008)의 대통령 선거 관련 텔레비전 뉴스 보도 연구는 뉴스의 프레이밍 과정에서 인용의 역할에 대해 논의한다.

비슷한 연구로 박기수(2011)는 각 언론사가 자신의 성향에 맞게 취재원을 선택해 기사에 인용한다는 사실을 실증적으로 검증하고 있다. 결국

언론사 이념에 맞게 편향된 뉴스를 수용자에게 전달하는 도구로 취재원을 인용한다는 것을 보여준다. 미국산 쇠고기 수입 관련 보도를 분석한 이건호·고홍석(2009)은 이념적 스펙트럼이 다른 신문사들이 매체의 이념성에 따라 취재원을 활용함을 강조한다. 고영철(2010)은 취재원의 특성과 유형이나 신분, 취재원의 익명/실명의 여부, 취재원의 수 그리고 취재경로 등을 분석하였는데, 정부 관료 중심의 뉴스 취재원 및 진정성을 저해하는 익명 정보원 사용 등을 언급하며 한국 신문의 문제점을 지적하기도 하였다. 이건호·정완규(2008)는 취재원 출현 빈도에 따른 심층성을 분석하기 위해 취재영역(정치, 경제, 사회, 문화, 국제, 체육 등)과 보도형태(스트레이트/해설, 경성/연성, 역삼각형/변형된 역삼각형/내러티브 등)로 구분하여 파악한 결과 미국 신문이 한국 신문에 비해 취재원을 더 많이 사용하고 있음을 밝혔다.

최근으로 올수록 인터넷이나 소셜미디어 등과 같이 새로운 미디어가 가져오는 뉴스 생산과정, 특히 정보원 활용과 관련한 연구가 많이 증가하고 있다. 임영호(1997)는 인터넷 이용이 저널리즘 정보 수집 방식과 전달방법에 많은 변화를 가져다주면서 컴퓨터 취재보도 혹은 온라인 저널리즘을 양산하고 있음을 설명하였다. 취재방식의 변화 및 뉴스 전달 방식에 관한 연구들이 주를 이루면서 온라인 저널리즘이 가상공간에서 많은 정보를 생산하고 자유롭게 유통하는 구조에 정착될 것이라 예견하였다. 정일권·김예란(2010)은 온라인 뉴스와 블로그 뉴스를 전문성, 객관성, 근접성, 심층성 등을 중심으로 분석하였는데 전문성 측면에서 뉴스원 활용에 관해 논의하였다. 최근 소셜미디어의 등장은 뉴스 정보원 논의 측면에서 온라인 저널리즘에서 가졌던 의문을 재차 갖게 만든다.

다음으로 뉴스 정보원의 역할이나 범위에 대한 기존 논의에서 인텍싱 가설은 매우 중요한 이론적 논의의 하나이다. 베넷(Bennett, 1990)은 데스크부터 기자에 이르는 매스 미디어 뉴스 전문가들은 주어진 이슈에

대하여 주요한 정부 논쟁 안에서 표출된 의견 범위에 따라 뉴스와 편집자의 관점이나 목소리의 범위를 '인덱스(index)'하는 경향이 있다고 설명하였다(Bennett, 2004, 106: 4~9). 주도적인 뉴스 조직이 이끄는 행위를 설명하고, 공식적인 뉴스 게이트의 '척도를 어떻게 할 것인가'를 정하며, 저널리스트들이 확립한 믿을만한 뉴스 소스나 규범의 범위를 어떻게 할 것인지를 규정하는 것이다. 언론은 뉴스 보도에 있어, 정부와 다른 사람들의 목소리 사이에서 균형을 유지하는 이론적인 가이드라인이 모호할 경우의 정부의 목소리를 대변한다(Bennett, 2004/2009, 337 쪽). 이는 인덱싱 가설(indexing hypothesis)로 설명 될 수 있다. 신문이 정부의 의견을 담는 것은 저널리스트와 정부 관료 간의 교환이나 공생 관계에서 이루어지며 기자들의 결정에서 비롯된다고 주장한다. 뉴스가 정부 관료의 목소리를 담는 상황에서 벗어날 경우에는 특종이거나 아주 작게 다수의 의견을 담고 있거나 하는 경우에 국한하여 일어난다는 것이다. 따라서 인덱싱은 저널리스트들이 믿을만한 뉴스 소스나 규범의 범위를 어떻게 확립하는 가를 보여주는 것이며, 특히 매일의 사건사고, 위기, 정책 등과 같은 뉴스 보도에 적용되는 경향이 강하다는 것이다.

터크만(Tuchman, 1978/1995)은 언론인들이 공식적 국가 기관이나 정당 등을 고정적이고 제도화된 출입처로 취재망을 구성하고 권력집단의 엘리트들과 일상적인 관계 속에서 취재에 임하는 결과, 그들의 입장을 반영하는 취재 관행에 빠져든다고 지적한다. 즉, 기자들이 정부 관료들의 목소리를 반영하며 정부 활동을 홍보하는 역할을 하게 된다는 것과 맥락을 같이 한다(Sigal, 1973). 국내 연구로, <뉴욕타임스>, <아랍뉴스>, <중동타임스>의 이라크전쟁보도를 비교 분석한 이창호(2004)는 전쟁과 같은 위기 사안에 대해 미디어는 정부 정책에 따라 보도하고 있음을 밝혔다. 설진아·남궁강(2007)은 지상파 방송 3사를 대상으로 6차 회담 뉴스를 내용 분석하였는데 뉴스 정보원의 활용이 보도 태도에 어떻

게 반영되고 있는지 또 두 변인 간에 상호적 관계가 있는지 살펴보았다. 결과적으로 정보원의 논조나 정보원의 목소리가 뉴스 보도 태도와 일치하여 영향을 끼치는 것으로 나타났다.

일련의 연구 결과를 살펴보면 뉴스 보도에 있어서 공신력이 있는 정보원이 우선한다는 것을 알 수 있다. 이는 공적 정보원이 사실성을 입증할 수 있는 요소로 인정받고 있기 때문이기도 하지만, 기자가 오랜 관행 속에서 쉽게 접근하여 얻을 수 있는 정보원이기 때문이기도 할 것이다. 최근 인터넷이나 소셜미디어의 등장은 분명 인텍싱 가설에서 전제하는 다양한 조건에 변화를 가져오게 만들었으며, 보통 사람들이 정보원으로서의 역할을 할 가능성을 높인 것은 분명한 사실이다. 따라서 이런 환경적 변화와 소셜미디어의 매체속성을 고려해볼 때 기자들이 어떤 소셜미디어 정보를 인용하고 있는지는 매우 흥미로운 문제라고 하겠다.

앞에서 기술하였듯이 소셜미디어는 실시간으로 상호작용이 가능(Real-time Web)하며 누구나 쉽게 접근하여 정보를 얻을 수 있다. 사용자들의 내적연결이 사회적 네트워크상에서 나타나는 이러한 패턴을 데이비드 바인 베르거(Weinberg, 2002/2003)는 “느슨하게 연결된 작은 개체들(many small pieces loosely joined)들”로 지칭하였고 이들이 마치 조직된 것처럼 함께 행동하는 것을 소셜미디어가 양산한 구조로 보았다. 마이크로 블로그인 트위터와 같은 사회적 네트워크를 통해 실시간으로 리트윗(Retweet) 되면서 정보가 계속 덧붙여지거나 수정되는 과정을 통해 확산된다. 전통 저널리즘은 회사 내부의 게이트키퍼 기능을 통해 정보를 생산하였으나, 매일 일어난 사건을 올리는 소셜미디어에서는 개인들이 지식이나 경험의 합이 모여 정보가 형성된다. 이러한 예는 트위터 외에 위키피디아(Wikipedia)와 같이 정보가 모이는 곳에서 이용자들의 집단 지성에서도 나타난다. 소셜미디어 이용자들의 위와 같은 특성을 기반으로, 본 연구는 소셜미디어 정보가 전통 미디어인 신문에 인용

될 때 나타나는 정보원의 성격을 살펴봄으로써 인텍싱 가설의 기존 논의 범위를 확장하고자 한다.

### 3. 연구문제

본 논문에서 살펴볼 연구문제는 다음과 같다.

**연구문제 1:** 국내 주요 일간지는 소셜미디어 정보원을 어느 정도 인용, 보도하는가?

지난 몇 년간 국내 주요 일간지의 보도가 소셜미디어 정보를 얼마나 인용하고 있는지 그리고 그 비율이 얼마나 변화하고 있는지를 보여주고자 한다. 이를 위해서 인터넷 상의 소셜미디어 정보가 전통 언론에서 얼마나 사용되는지를 알아보고 변화하는 정도를 살펴보고자 한다. 소셜미디어로 검색된 기사 중에 인용 기사의 빈도를 알아본 후 그 기사의 비율과 비교하여 보여주고자 한다.

**연구문제 2:** 국내 주요 일간지가 보도한 소셜미디어 인용 기사의 주제 및 성격은 어떠한가?

국내 주요 일간지가 소셜미디어에서 정보를 인용하여 보도한 기사들 가운데 주로 어떤 주제나 어느 빈도로 노출되는지 등을 살펴보고 인용된 보도 내용을 지표화하여 구체적으로 살펴보고자 한다. 인용된 정보가 정보원들을 얼마나 사용하고 어떤 정보원들을 사용하였는지 알아본다. 이와 함께 인용문의 특징 및 인용문의 인용 형태를 세밀하게 살펴보고자

한다. 기존 연구들은 기사 분석을 통해 사실성 입증기제 요소인 직접관찰, 인용, 숫자 사용에 관한 결과를 평가해왔으며 본 논문은 인용의 차원에서 소셜미디어 정보를 사용한 기사 특징을 고찰해 보고자 한다. 보도된 기사에서 인용문이 기사를 작성한 사건에 대한 객관적 정보를 보여주는지 도출하는 동시에 정보원의 특성을 알 수 있는 근거인 인텍싱 가설을 살펴보고자 한다.

### 연구문제 3: 국내 주요 일간지가 보도한 소셜미디어 인용문의 정보원 공개 여부는 어떠한가?

국내 주요 신문 보도에서 소셜미디어의 정보를 인용하여 보도한 기사들의 노출 정도와 특징을 살펴보았다. 소셜미디어를 정보원으로 선택하여 신문 보도에 인용한 사례를 실명, 반익명, 익명으로 구분하여 실명으로 기록된 정보원들의 특성을 알아보고자 한다. 저명한 사람들을 기사에 등장시키는 유명한 저널리즘(Celebrity Journalism)의 특성이 소셜미디어 정보를 신문 기사로 보도한 기사 인용문에서 나타나는지 살펴보았다.

## 4. 연구방법

### 1) 분석 자료의 수집

본 논문은 국내 주요신문에 보도된 뉴스 가운데 소셜미디어를 정보원(Source)으로 인용한 기사에 대한 내용분석이다. 분석 단위는 개별적인 뉴스기사 및 소셜미디어가 인용된 정보원이다. 분석 대상에 포함된 국내 주요 신문은 <조선일보> <중앙일보> 이다. 『2010년 언론수용자 의식조

사』(한국언론진흥재단, 2010) 연구에서 가장 영향력 있는 5대 매체중의 하나로 선정된 2개의 신문이기에 우선적으로 분석대상으로 삼았다. 자료 검색은 두 신문사 웹사이트 데이터베이스를 이용하였다.

분석 기간은 소셜미디어가 처음 등장하여 기사화되기 시작한 2000년 1월부터 2011년 10월 30일까지로 선정하였다. 자료 수집은 먼저 제목과 본문에서 SNS, 트위터, 미투데이, 페이스북, 싸이월드를 언급한 기사를 검색하였다. 검색된 기사 가운데 내용이 중복되는 경우는 한 건만 분석에 사용하였으며, 소셜미디어 이용자들의 코멘트를 정보원을 사용한 기사만 분석 대상에 포함시켰다. 페이스북, 트위터, 미투데이 등의 계정 등록자가 증가하고 사용이 활발해지면서 기사에서 검색되기 시작한 시기가 페이스북은 2006년, 트위터 및 미투데이는 2007년이다. 5개의 키워드가 공통으로 검색된 기간은 2006년~2011년이다. 단, 싸이월드의 경우 2000년부터 검색되었는데 인용 기사 건은 많지 않았다.

신문 기사 중 사진이나 그래픽은 제외하고 텍스트만 분석하였다. 최종적으로 <조선일보> 2,576건, <중앙일보> 2,597건으로 총 5,173건을 추출하였다. 키워드로 검색된 기사 가운데 연구 주제와 관련 없는 기사<sup>1)</sup> 및 중복 기사를 제외하고, 최종적으로 <조선일보> 860건, <중앙일보> 568건으

1) 소셜미디어 자체에 대한 설명 및 SNS 상에 일어나는 행사에 대한 홍보성 기사, SNS 관련 서적에 관한 기사, 특정 기업의 SNS 인사 모집, 특정 소셜미디어에 대한 사업적 설명, 연구 논문을 위한 키워드가 포함된 영·한 단어(페이스북→달리는 페이스) 등이 검색된 경우에 제외하였다.

▲ 중앙일보20111018. <데이터 용량 넘어도 계단식 요금 가입 땀 안심> 본문 중 “스마트폰으로 포털 뉴스를 보고 트위터 같은 소셜네트워크서비스(SNS)를 적극 사용하는 직장인 김가혜씨는 최근 롱텀에볼루션(LTE)폰으로 바꾼 뒤 빠른 속도를 실감하고 있다.”와 같은 문장은 SNS에 김가혜씨가 언급한 것이 아닌 경우이기에 제외하였다.

▲ 조선일보20110704 키워드 소셜네트워크서비스(SNS)  
“소셜네트워크서비스(SNS) 인터넷을 통해 사람을 만나고 관계를 맺는 온라인 인맥구축 서비스 …”의 경우는 SNS를 설명하는 기사이기에 제외하였다.

로 총 1,428건이며, 총 기사 내 인용문은 2,695건 전수 분석에 포함되었다.

본 내용분석의 신뢰도 평가는 코딩이 이루어진 후, 기사 건수 및 기사 내 인용문수 가운데 10% 샘플(기사 건수 142개, 기사 내 인용문수 269개)을 무작위로 추출해 측정하였다. 코더의 주관적 판단이 개입할 여지가 있는 유목을 중심으로 홀스타이(Holsti, 1969) 방법을 통해 코더간 신뢰도 검증을 하였다. 검증 결과, 대부분의 변인의 신뢰도 평균값이 90%를 넘어 만족스러운 수준으로 나타났다.

## 2) 분석 유목과 조작적 정의

### (1) 기사의 성격

- 기사 종류: ① 스트레이트 ② 인터뷰 ③ 박스(해설·분석·전망) ④ 단신 ⑤ 대변인/답화발표 ⑥ 르포(현장에서 생생하게 증계하는 것과 같은 느낌을 주는 기사) ⑦ 의견기사(사설·칼럼·기고·취재수첩) ⑧ 기획 ⑨ 기타(불분명)로 구분하였다.
- 뉴스 주제: 이 주제 분류는 고영철(2010) 연구를 참조하여 소셜미디어 인용이 어느 주제 부분에 많이 사용되었는지 알 수 있도록 세분화 하여 코딩하였다. ① 정치 ② 행정·군사 ③ 외교·국제 ④ 경제·산업 ⑤ 사회·환경 ⑥ 사건·범죄 ⑦ 교육·과학 ⑧ 문화·예술 ⑨ 스포츠 ⑩ 가십으로 구분 ⑪ 기타에는 10종 주제에 속하지 않은 종류를 간단히 표기한다. 북한 뉴스는 주로 행정·군사나 외교·국제에 속하는 경우가 많아 따로 북한 뉴스를 구분하지 않고 각 기사 주제에 적합한 항목에 코딩하였다.
- 인용된 정보원: 뉴스 제목과 기사 내 지면 등에서 정보원 진술이 차지하는 양에 따라 부차적 정보원, 중심적 정보원으로 구분하였다(한동섭·임중수, 2002, 535쪽; 한동섭·유승현, 2008, 713쪽).

총 인용된 정보원이 단락의 2/3를 차지 할 경우 중심적 정보원으로 표기하였고 이외에는 부차적 정보원으로 처리하였다.

- 인용의 위치: 보도된 기사에서 인용문이 제목에 있는지, 텍스트 내에 있는지 유·무를 표기한다. ① 제목 ② 텍스트 ③ 제목과 텍스트에 인용문이 모두 있는 경우를 표기한다.
- 기사 인용 유형(방식): 기사에서 다루고 있는 인용문의 내용을 기반으로 하여 기사 주제 및 인용시 강조된 정도를 기준으로 세부분으로 분류하였다. 기사 아이템으로 쓰일 만한 정보나 정보원을 소셜미디어에서 발견하여 인용을 목적으로 기사를 썼을 경우 '전체 기사 인용형'으로 구분했다. 특정 주제의 기사를 쓰기 위해 소셜미디어 정보를 가져오거나 소셜미디어를 이용하는 정보원의 진술을 전체적으로 인용했을 경우 '부분 인용형', 소셜미디어 내용을 기사 일부분에 인용했을 때 '단순언급형'으로 유형을 분류하였다. 기사 인용 유형별 사례는 <표 1>과 같다.

〈표 1〉 기사 인용 유형별 사례

기사인용 유형	기사 인용 정도
전체기사 인용형	<p><b>입소문의 힘... 기업들 SNS(소셜네트워크 서비스)로 잠재고객에 프러포즈</b>  <b>-트위터 홍보로 인지도 높여-</b>  <b>美 지역 피자가게 간판에 전화번호 대신 트위터주소 넣어</b>                      (조선일보 2011.10.06)</p> <p><b>트위터 ... 온라인 모금 ... '사이버 기부' 클릭하세요.</b>                      (중앙일보 2009.12.23)</p> <p>소셜미디어에서 발굴한 내용으로 기사 아이টে임을 잡아 보도기사를 작성한 경우 '전체기사인용형'으로 표기하였다.</p>
부분 인용형	<p><b>아이폰 '탈옥' 해커, 애플에서 일한다.</b>  <b>-알레그라, 인턴사원으로</b>                      (조선일보 2011.08.29)</p> <p><b>애플도 뚫려_ 해커집단 '안티섹' 공격 ...27명 비밀번호 등 빼내</b>                      (조선일보 2011.07.06)</p> <p>해커가 애플에서 일하는 사실을 알리기 위한 기사 및 애플이 안티섹 공격을 당했다는 특정 정보를 알리기 위한 기사에서 소셜미디어 내용을 전체적으로 인용한 위와 같은 경우에는 '부분 인용형'으로 표기하였다.</p>
단순 언급형	<p><b>이름 없는 59세 원전 기술자, 후쿠시마로 달려가다.</b>                      (중앙일보 2011.03.17)</p> <p><b>政爭에 지친 유권자들, 새로운 '메신저'(메시지 전달자)에 열광</b>  <b>-안철수 현상의 새 정치 코드-싸움 정치는 그만</b>                      (조선일보 2011.09.08)</p> <p>위의 기사 가운데 "이름 없는 59세 원전 기술자, 후쿠시마로 달려가다"는 4개의 단락 가운데 마지막 4번째 단락에 트위터 이용자의 인용문을 게재하고 있어 '단순 언급형'으로 표기하였고 "政爭에 지친 유권자들, 새로운 '메신저'(메시지 전달자)에 열광" 역시 교수인터뷰와 함께 마지막 단락에 소셜네트워크 이용자의 인용 여부를 언급하고 있어 '단순 언급형'으로 표기하였다.</p>

(2) 인용방식에 대한 분석 방법

- 인용의 표기: 인용 유형에 따라 실명, 반익명, 익명으로 나누었다. 반익명은 인용원의 인적 사항을 김모씨(39)의 형태로 표기하는 경우를 말한다(송용희, 2005). 실명은 이름을 모두 표기, 익명은 관계자는, 시민들은, 트위터 이용자들은 등의 형태로 표기하는 경우를 말한다. 일반인들의 실명을 알기 어려운 트위터의 경우 아이디만 표시했다라도 반익명으로 표기하였다.

〈표 2〉 인용표기별 사례

인용 표기	인용 표기 형태
실명	<p><b>60:2...박원순, 트위터 생중계로 투표 독려할 때 박영선은“투표 시작”“끝났다”겨우 2건</b>                      “트위터에서 박영선 의원을 이겼다.” 4일 박원순 후보의 ‘트위터(twitter)’에는 이 같은 제목의 글이 올라왔다.</p> <p style="text-align: right;">조선일보 2011.10.05</p> <p>정치인처럼 누구나 알 수 있는 유명인의 경우 소셜미디어 아이디어가 공개되지 않더라도 실명으로 표기하였다.</p>
반익명	<p><b>선거 새 바람 SNS(소셜네트워크서비스)... 검찰·선관위 “SNS 선거 운동 최대한 허용... 불법은 적극 단속”</b>                      한 트위터 사용자는 나 후보의 트위터 계정(@nakw)과 비슷한 계정(@nakw_mirrored)을 만들어 “○○너라고 불리는 건 기분 나쁩니다. 저 품위 있는 여자예요” “봉하 사저를 두고 노무현 (전) 대통령을 비난했던 것 너무 잘 기억합니다. 저 생각 없이 하는 행동들 많습니다. 애교로 봐주세요”라는 위장 글을 띄웠다</p> <p style="text-align: right;">조선일보 2011.10.2</p> <p>보통 아이디어와 실명이 같이 표기된 경우 실명으로 구분하였다. 위의 기사와 같이 ‘나 후보의 트위터 계정(@nakw)과 비슷한 계정(@nakw_mirrored)’의 경우 익명으로 처리하는 것이 맞으나 트위터의 특성상 글 게시자의 아이디만 알 수 있다. 트위터나 페이스북 등 마이크로 블로그 상에서 개인의 실명이 공개되는 경우는 거의 대부분의 기사에서 유명인에 한정되기에 위와 같은 경우에는 익명이 아닌 반익명으로 처리하였다.</p>
익명	<p><b>이외수 “인증샷” 박경철 “꼭 투표: 140자의 위력</b>                      “투표하지 않는 친구 사귀지 마라. 뒷말 많고 불평불만 많은 사람일 것이다.”(@Moon****)</p> <p style="text-align: right;">중앙일보 2011.04.28</p> <p>위와 같이 아이디어가 완전하게 표기되지 않은 경우 익명으로 처리하였다.</p>

- 인용구: 직접인용구는 인용 부호로 표기하여 정보 출처를 명기해 전달하는 형식으로 서술된 것(“~”라고, “~”하고)이며 간접인용문은 인용 부호 없이 정보 출처를 명기해 전달하는 형식으로 서술된 것(~고, ~이며, ~인 입장이라고)으로 구분하여 직접인용인지 간접인용인지를 표기한다.

〈표 3〉 직·간접 인용별 사례

인용구	인용 형태
직접인용	<p><b>6서해 中 핵잠수함 방사능 누출說</b> 한 네티즌은 “다렌 핵잠수함 누출이 소문인지 아닌지 진상을 밝혀라. 당 신들이 무엇이라고 하든 나는 소문이 사실이라고 믿는다”는 글을 올렸다. 조선일보 2011.08.02</p> <p><b>‘자살암시글’아나운서끝내…송지선씨, 자택서투신자살</b> 송씨는 지난 7일 새벽 4시쯤 트위터에 “뛰어내리려니 너무 무섭고 목을 매니 너무 아파요”라는 자살을 암시하는 글을 남겼다. 조선일보2011.05.24</p>
간접인용	<p><b>‘현상금 24억원’ 멕시코 마약왕 잡았다.</b> 펠리페 칼데론 멕시코 대통령은 이날 트위터를 통해 발데스의 구속 소식을 전하는 등~ 중앙일보 2010.09.01</p> <p><b>트위터…온라인 모금…‘사이버 기부’ 클릭하세요.</b> 지난 11월 11일 트위터 사용자들 사이에서 ‘글을 쓸 때마다 1원씩을 기부하자’는 캠페인이 벌어졌다. 중앙일보 2009.12.23</p>

- 인용문의 형태 : 인용문을 사실제시형, 의견주장형, 의견첨부형, 사건해설(논설)형, (스캔들)폭로형으로 구분하여 나타낸다. 인용문이 기사에서 보도하는 이슈의 단순한 사실을 제시할 경우 ① 사실제시형, 보도된 이슈에 대한 주장을 나타내는 인용문의 경우에는 ② 의견주장형, 보도된 이슈에 대한 의견을 보충하거나 이슈와 관련된 부차적인 사실을 드러내는 차원에서 인용문이 사용된 경우에는 ③ 의견첨부형, 보도된 이슈에 대한 구체적인 설명이나 사안에 관한 심층적인 부분을 인용한 경우 ④ 사건해설(논설)형, 보도된 이슈와 관련한 새로운 사실을 밝히거나 확인되지 않은 이야기로 확산되는 내용의 인용문이 사용된 경우 ⑤ (스캔들)폭로형으로 표기한다.

〈표 4〉 인용문 형태별 사례

인용문	인용문 형태
사실제시형	<p><b>["TGif시대"를 해부한다][1] 트위터Follow me! 트위터發 혁명 '트위블 투션(Twit-volution)'... 지구촌 라이프스타일 바꾼다</b>                  이때쯤이면 TBN 교통방송(@tbnseoul)에서 교통 상황을 전해준다. 스마트폰으로 다시 트위터에 접속했다. “아현고가에서 충청로까지 교통 비교적 원활. 서울역사박물관에서 광화문 가는 길 사고로 다소 정체.”                  트위터에선 세상의 유명인들이 이웃 같다. “중국 요리점에 왔습니다. 옆 테이블 분이 저를 알아보고 말씀하는 소리가 들립니다. ‘여기 신세계가 하는 거야?’”(신세계 정용진 부회장 · @yjchung68) “저랑 같이 영화 보실 분 저녁 9시30분까지 강남역 극장으로 오세요. 음료 · 팝콘 드립니다.”(가수 MC 몽 · @monkeyfunch) “지금 우리에게 혁명이 필요합니다. 정치나 경제, 기술 혁명이 아닌, 정신적 혁명 말입니다.”(달라이 라마 · @DalaiLama)                  조선일보 2010.05.22</p> <p><b>유세장 확성기 때문에 미치겠어요</b>                  확성기 소음 때문에 잠이 깬 네티즌들도 댓글을 달았습니다. 박윤정씨는 “연설로 주장만 전달하지 웬 노래를 그렇게 크게 트는지 잠을 잘 수가 없다”고 했고 이나영씨는 “막 잠이 들려고 하는데 후보 이름 알리는 확성기 소음에 불면증에 걸릴 것 같다. 도로변에 있는 집에 사는 게 죄냐”고 했습니다. 이에 장중찬씨는 “대통령이 돼서 정치할 생각하기 전에 국민에 대한 예의부터 지켰으면 하는 바람이다”고 따끔하게 꼬집었습니다. 권준석씨는 “제일 조용한 사람을 뽑겠다”는 군요.                  중앙일보 2007.12.07</p>
의견주장형	<p><b>더 높은 곳을 향하여? 페일린, 주지사 깜짝 사퇴</b>                  페일린도 사퇴 발표 하루 뒤인 4일 자신의 페이스북 페이지에 “더 큰 소명 (higher calling)을 위해 떠나는 것”이라며 “미국이 강력한 국가 안보, 높은 에너지 자립도를 가진 나라가 되기 위한 길을 찾아보겠다”고 말해 차기 대선 출마 가능성을 숨기지 않았다.                  조선일보 2009.07.06</p> <p><b>[Trend] “수시로 평가해달라”... SNS세대는 다르네!</b>                  SNS 세대 직원들의 반응은 긍정적이다. “내가 하고 있는 일에 대해 어떤 평가를 받는지 바로 알 수 있어 좋다.”(페이스북 직원 모린 올루웨일)                  “6개월 단위 업무평가는 빠뜨리는 사항도 많고 시간도 많이 걸린다. 새로운 시스템에선 오고 간 글과 댓글을 모아두었다가 언제든 다시 볼 수 있기 때문에 팀장들이 성과평가를 하기에 편리하다.”(페이스북 직원 닉 피네다)                  “모든 성과평가가 공개된다. 투명성이 높아진다. 직원들이 평가결과를 흔쾌히 수용할 수 있다.”(페이스북 직원 애덤 워드)                  조선일보 2011.09.17</p>

<p>의견침부형</p>	<p><b>세계 CEO “얼리어답터, 나야 나”정태영 사장·박용만 회장, ‘아이패드 3G’ 국내 2·3호 개통자로</b> 아이패드 1호 개통 소식이 알려지자, 두산 박용만 회장은 미니 블로그인 트위터(Twitter)를 통해 강 사장에게 ‘축하합니다. 내가 한발 늦었습니다. 내가 1호인 줄 알았는데’라는 글을 남겨 블로거들 사이에 화제가 됐다. 당시 박 회장은 미국에서 아이패드를 사와 국내에서 전화인증 절차를 밟고 있었던 것으로 알려졌다. 박 회장은 약 4만 명의 트위터 팔로어(친구)를 가진 유명한 얼리어답터. 조선일보 2010.05.20</p> <p><b>홍콩 누드사진 파문 … 16세 미성년자 사진도 나돌아</b> 페이스북(facebook)이라는 친구 교체 사이트에는 경찰의 찬 체포를 요구하는 팀이 구성됐는데, 회원이 1700명을 넘어섰다. 이 팀을 만든 ‘크리스 찬’이란 네티즌은 “사건 직후 캐나다로 도피한 찬을 즉각 잡아와 개인의 사생활을 침범한 죄를 물어야 한다”고 주장했다. 중앙일보 2008.02.11</p>
<p>사건해설형</p>	<p><b>김C ‘1박2일’ 하차 논란 MC 바뀔 때마다… 음모론에 멧드는 TV“김제동과 같은 소속사라서 하차?” 김C, 네티즌 의혹에 직접 해명까지</b> “(하차 결정은) 제가 독단적으로 한 일입니다. 윤도현이랑 제동이가 저랑 같은 회사인데, 국민 무서운 줄 아실텐데요. 제가 인증합니다. 노(No) 외압 광광광!” 지난 13일, 가수 김C씨는 이 같은 내용의 ‘해명’을 자신의 트위터에 공개했다. 조선일보 2010.05.18</p> <p><b>[Trend] “수시로 평가해달라”… SNS세대는 다르네!</b> 세계 최대 SNS 기업 페이스북(Facebook). 이 회사도 SNS 세대 직원들이 요구하는 새로운 평가 시스템을 작년부터 운영하고 있다. 고객에게 서비스하는 SNS와 비슷한 방식이다. 모든 직원에게 각자의 계정을 부여한다. 팀원들은 자신의 업무 진행 상황을 그때그때 짧은 글로 올린다. 팀장들은 “오늘 프레젠테이션 정말 좋았어” “그렇게 하면 고객과 마찰이 생기는 건 아닐까?”와 같은 댓글을 바로 붙인다. 조선일보 2011.09.17</p>
<p>스캔들폭로형</p>	<p><b>인민재판하는 SNS 하이에나들루며 확대재생산된 인물, 근거 없는 사진 등 올리며 사실인양 믿고 마구 공격</b> 이 사이트에는 이씨의 과거에 대한 의혹을 제기했다. “이지아는 배용준과 사귀었다”, “서태지의 막대한 자금력이 동원돼 이씨의 과거를 세탁하고 지웠다” 등의 근거 없는 주장을 하기도 했다. 가수 타블로(31·본명 이선웅)의 미국 스탠퍼드대 졸업이 거짓이라고 주장해온 타진요(타블로에게 진실을 요구합니다) 카페 일부 회원들은 경찰에서 학력위조가 거짓된 주장이라고 밝혔지만, ‘경찰의 억지 주장’이라며 아직도 활동 중이다. 조선일보 2011.05.27</p> <p><b>TGIF 몰결 … IT 4형제, 세상을 뒤집다</b> 올 초 튀니지에서 일어난 시민혁명의 추동력 또한 TGIF였다. 생활고를 견디다 못해 분신자살한 무함마드 부아지지라는 청년의 얘기가 유튜브 동영상, 페이스북 등을 통해 퍼져나간 게 시작이었다. 이어 리나 벤 메니라는 민주화 운동가가 트위터·페이스북에 올린 사진 한 장이 세계를 공분케 했다. ‘레벨의 순교자’란 제목으로 지난달 10일 시위에서 숨진 시민 5명의 사진을 편집해 올린 것이다. 중앙일보 2011.02.18.</p>

## 4. 분석 결과

### 1) 인용된 정보원의 기술적 특징

신문에서 소셜미디어 정보가 사용되는 정도를 알아보기 위한 ‘인용된 기사량’은 빈도 분석으로 제시하였다. ‘인용 기사’의 기술적 특징 가운데 매체별 인용 기사 수는 <표 5>와 같다. 시기별로 보면 2000년부터 2005년 총 62건으로 싸이월드 미니홈피만 검색되어 기사 수가 다소 적게 나타났다. 2006년은 20건, 2007년은 49건, 2008년은 48건으로 증가세가 주춤하다 2009년부터 109건, 2010년은 480건, 2011년은 660건으로 급속한 증가세를 보여준다. 싸이월드 미니홈피를 정보원으로 출처를 명시한 기사가 검색된 2000년부터 2005년에는 소셜미디어 정보원 인용이 포털사이트와 인터넷 홈페이지, 인터넷 커뮤니티 중심으로 제한적으로 이루어지고 있음을 확인할 수 있었다. 소셜미디어가 본격적으로 등장하기 시작한 2006년부터는 보도 기사의 소셜미디어 정보 인용이 점차적으로 증가하는 모습을 보인다. 이 기간 동안은 이용자들이 지식과 정보를 생산하고 공유하며 소비할 수 있도록 개방된 시스템, 특히 UCC 사이트인 유튜브에 대한 기사가 대부분을 차지하였다. 메일, 블로그, 인터넷 뉴스, 카페 등이 등장했던 웹(Web) 2.0 시대에도 전통 미디어인 신문에 그 내용이 보도되는 경우가 있었지만 소셜미디어가 상용화되면서 소셜미디어 정보를 다룬 기사의 보도양이나 인용문의 증가가 급속도로 증가하고 있다. 소셜미디어에 기록된 정보를 전통 미디어인 신문에 인용한 기사가 급증하는 2009년부터 2011년은 페이스북, 트위터, 미투데이 등 마이크로블로그 이용자들의 증가와 함께 스마트폰을 통한 애플리케이션 이용의 확장으로 소셜미디어 접근이 용이해졌다.

〈 표 5 〉 소셜미디어 정보원 뉴스보도건수의 변화 추이

		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	총
		인용	인용											
조선일보	트위터	·	·	·	·	·	·	·	1	2	19	206	269	497
	페이스북	·	·	·	·	·	·	0	3	4	11	33	102	153
	싸이월드	3	0	0	0	9	28	11	30	26	12	8	9	136
	SNS	·	·	·	·	·	·	0	0	1	2	8	54	65
	미투데이	·	·	·	·	·	·	·	0	0	1	4	4	9
	계	3	0	0	0	9	28	11	34	33	45	259	438	860
중앙일보	트위터	·	·	·	·	·	·	·	0	2	31	152	108	293
	페이스북	·	·	·	·	·	·	0	1	5	18	32	62	118
	싸이월드	1	0	0	0	10	11	9	13	6	10	10	3	73
	SNS	·	·	·	·	·	·	0	0	1	3	22	45	71
	미투데이	·	·	·	·	·	·	·	1	1	2	5	4	13
	계	1	0	0	0	10	11	9	15	15	64	221	222	568

〈조선일보〉 〈중앙일보〉 모두 트위터, 페이스북, 싸이월드 미니홈피, SNS, 미투데이 순으로 정보원을 보도 기사에 인용한 것으로 나타났다. 인터넷 이용자의 65% 이상 소셜미디어를 이용하면서 개인 간 소통하는 정보량의 증가 추세는 소셜미디어 정보를 신문 기사에 인용하는데 큰 역할을 한 것으로 보인다(한국인터넷진흥원, 2012). 전 세계적으로 트위터, 페이스북이 상용되고 있는데다가 마이크로블로그 시장을 선점하고 있어 국내 소셜미디어인 미투데이의 정보원 사용 뉴스건수는 상대적으로

낮게 나타났다. 미투데이는 소녀시대, 2PM 등 케이팝 스타들을 동원한 홍보를 통해 가입자수를 늘리긴 했지만 트위터나 페이스북의 영향력에 비해 상대적으로 작다는 것을 알 수 있다. 전체적으로 <조선일보>와 <중앙일보>는 인용문의 감소와 증가에 있어 비슷한 패턴을 보였다.

소셜미디어 인용 보도 건수가 증가하는 2010년과 2011년을 세부적으로 보면, 2010년 <조선일보> 259건, <중앙일보> 221건으로 두 신문사 기사 건수 차이가 40여건에 미치지 못한다. 그러나 2011년에 이르러서는 <조선일보> 438건, <중앙일보> 222건으로 216건의 격차를 보인다. 구체적인 유목인 기사 종류와 뉴스 주제, 인용의 위치, 기사 인용 유형(방식)에 있어 기사 결과 건수가 두 배 이상 격차를 나타나고 있다. 이러한 차이는 두 신문사 내부 또는 기자 개인적 기준에 따라 소셜미디어 정보 인용에 다른 기준이 적용되고 있음을 추측해 볼 수 있다.

예컨대, <조선일보> 기사 종류는 스트레이트가 310건인데 비해 <중앙일보> 스트레이트 기사는 169건이다, 박스 기사는 <조선일보> 48건, <중앙일보> 11건, 의견기사는 <조선일보> 40건, <중앙일보> 19건이며 기획기사의 경우 <조선일보> 15건, <중앙일보> 6건으로 사실을 전달하는 스트레이트 기사와 해설이나 의견이 들어간 기사 모두 <조선일보>가 많은 기사수를 나타낸다. 뉴스 주제에 있어서는 정치(<조선일보> 94건, <중앙일보> 47건), 외교·국제(<조선일보> 121건, <중앙일보> 64건), 사회·환경(<조선일보> 77건, <중앙일보> 25건), 문화·예술(<조선일보> 46건, <중앙일보> 19건), 스포츠(<조선일보> 39건, <중앙일보> 12건) 부분에서 조선일보가 두 배 이상의 건수를 차지했다. 반면 사건·범죄(<조선일보> 9건, <중앙일보> 13건), 가십(<조선일보> 2건, <중앙일보> 3건)의 경우 <중앙일보>가 조금 높은 건수로 나타났다. 이는 사건·범죄 및 가십과 같이 짧은 시간동안 발생하거나 확인되지 않은 사실로 밝혀질 사안에 대해 <조선일보>가 <중앙일보> 비해 보수적인 입장에서

소셜미디어 정보를 인용하고 있음을 조심스럽게 추론해 볼 여지가 있다.

## 2) 인용문의 주제 및 종류별 특징

기사 종류 및 주제별 기사수와 특징, 인용된 문장수를 세부적으로 알아본 결과, <표 6> <표 7> <표 8>과 같이 나타났다. 먼저, <표 6>의 기사 종류별 인용 기사 수를 살펴보면, 스트레이트가 1,021건(71.5%)으로 가장 많았고 의견과 박스기사가 각 127건(8.9%), 109건(7.6%)으로 드러났다. 인터뷰는 89건(6.2%)으로 정치·경제·사회에 걸친 인물들에 대한 기사가 주를 이루었다. 기획 기사는 60건(4.2%), 르포는 20건(1.4%), 단신은 2건(0.1%)으로 나타났다.

<표 6> 기사종류별 인용 기사 수

기사종류	건	%
스트레이트	1,021	71.5
의견(사설·칼럼·기고·취재수첩)	127	8.9
박스(해설,분석전망)	109	7.6
인터뷰	89	6.2
기획	60	4.2
르포	20	1.4
단신	2	0.1
계	1,428	100.0

‘인터뷰’나 ‘기획기사’, 현장에 있는 듯 생생하게 전달하는 특징을 지닌 ‘르포 기사’가 적은 이유는 소셜미디어 정보를 신문에 게재하는 과정에서 뉴스 보도주기가 짧아지는데 있다. 이는 기자가 직접 현장의 이야기를 담아 생생하게 전달하는 역할을 수행하기보다 속보성에 중점을 두면서

저널리즘의 인포테인먼트 경향을 야기하는 원인으로 여겨지고 있기도 하다. 이에 반해, ‘의견 기사’는 많은 수를 차지하였는데 소셜미디어에서 일어난 이야기들 가운데 기사 거리가 될 만한 것들을 취합하여 추가 취재 후 기사화하는 과정이 일어나고 있음을 유추해 볼 수 있는 단서가 된다.

전통미디어인 신문에서도 스트레이트 기사가 많이 나타나는데 소셜미디어 정보를 인용하는 스트레이트 기사는 전통 신문의 기사와 차별적인 특성을 보인다. 보통 기자나 데스크가 중요하다고 여기는 사건들에 대한 스트레이트 기사 옆에는 박스 기사, 인터뷰, 기획, 르포 및 의견기사에 이르기까지 다양한 형태로 기사화하는 경향이 나타난다. 그러나 일반적으로 소셜미디어에서 얻은 정보로 작성된 기사는 스트레이트(김한솔 트위터 글이나 영상, 나경원 의원의 트위터 글, 브레이빅 테러, 일본의 방사능 아이টে를 다루는데 있어서 소셜미디어를 인용한 스트레이트 기사 한 꼭지 배당) 하나로 기사화 되는 경우가 많다. 또한 기사를 취재하고 보도하는 기자들과 소셜미디어 네트워크로 연결되어 있는 인물들을 다루거나 그들을 통해 정보를 습득하여 연재 기사를 작성할 경우, 기사의 한편 정도(중앙일보, 2011, 10, 27. 손정의 소프트뱅크 회장의 삶과 경영 연재 가운데 15편)에 소셜미디어 정보가 노출되는 경향이 나타난다.

〈표 7〉 기사주제별 인용 기사 수

기사주제	건	%
외교·국제	358	25.1
정치	244	17.1
사회·환경	232	16.2
경제·산업	182	12.7
문화·예술	172	12.0
스포츠	90	6.3
행정·군사	55	3.9
사건·범죄	39	2.7
교육·과학	37	2.6
가십	17	1.2
기타	2	0.1
계	1,428	100.0

기사주제별 인용 기사 수를 보여주는 〈표 7〉에서는 소셜미디어 이용에 있어서 외교·국제 358건(25.1%), 정치 244건(17.1%), 사회·환경 232건(16.2%)으로 세 분야의 합이 834건(58.4%)을 차지하였다. 가장 높은 기사 수를 나타낸 외교·국제는 북한의 세습 체제에 관련된 인물, 해외에서 벌어지는 평화 시위, 월가 시위 등 정보원이 접근하기 어려운 공간에서 일어나는 사건들을 소셜미디어를 이용하는 개인의 기록을 기사에 인용하였음을 확인할 수 있었다. 정치 기사의 경우, 야·여당의 총수나 대통령의 소셜미디어 기록이나 특정 정치적 사안에 반응하는 정치인들의 소셜미디어 게시글을 인용하여 기사화하였는데 17.1%로 나타났다. 사회·환경에 관한 기사는 232건으로 세 번째로 많은 수를 차지하였다. 날씨, 지하철 막말녀나 버스 사고 등 일상생활, 각종 재난·재해 정보가 개인들의 소셜미디어 기록으로 빠르게 업데이트 되면서 기사에 반영되었

음을 보여주었다. 이외에도 경제·산업 182건(12.7%), 문화·예술 172건(12.0%), 스포츠 90건(6.3%), 행정·군사 55건(3.9%), 사건·범죄 39건(2.7%), 교육·과학 37건(2.6%), 가십 17건(1.2%), 기타 2건(0.1%)의 기사를 게재한 것으로 나타났다. 경제·산업은 기업 총수의 마이크로블로그나 기업 홍보 페이지 및 고객 게시판의 기록을 담은 기사들이 주를 이루었다. 문화·예술이나 스포츠 기사에서는 국·내외 작가, 방송인, 스포츠 선수들의 주장이나 일상을 기록한 기사들이 많았다. 행정·군사는 주로 북한의 연평도 폭격, 구청 시스템 변경 등 특정 사안에 대한 소셜미디어 이용자나 관련 직종의 정보원들의 기록들이 눈에 띄게 나타났다.

익명성이 보장되는 소셜미디어 특성상 연예인 엑스 파일(X-File)과 같이 연예인의 이혼, 연애사, 자살, 개인사 등 흥미 위주의 글들이 게시되었다가 삭제되는 과정을 반복한다. 루머나 비방들은 가십면에 많이 인용될 것으로 예상했다. 그러나 분석결과 가십은 17건에 그쳤다. 이는 신문 기자들이 사실 확인 여부가 어렵고 흥미성이 강한 폭로성 정보를 소셜미디어에서 접하더라도 바로 기사화하지 않는 경향을 나타내고 있음을 보여준다. 오히려 사건 사고에 대한 정보를 소셜미디어에서 얻고 난 후 신문사 내부의 일련의 뉴스 생산 과정을 거쳐 기사화하고 있음을 간접적으로 추측해 볼 수 있다. 예를 들면, 《오바마에 고향친 건 인종주의 언행》(중앙일보 2009.09.17)에서는 오바마가 가수 카니예를 ‘멍청이’라고 말한 사건을 방송국 직원이 트위터에 올리는 순간 논란이 되었다는 내용을 기사의 끝에 배치하고 이를 인종주의적 언행이라는데 초점을 두고 미국 하원의원들의 비판을 인용하여 기사화하고 있다.

인용방식별 기사 수는 부분인용형 814건(57.0%), 전체기사형 470건(32.9%), 단순언급형 144건(10.1%)으로 나타났다. 인용방식별 기사수 유목은 소셜미디어 기록을 신문 기사에 인용한 ‘인용의 분량’으로 구분한

것이 아니라 신문 기사 아이템인 주제를 소셜미디어 정보에 기반하여 게재한 경우 ‘전체 기사형’으로 구분하였다. 예로, 《**中 고속철 참사서 생존 ‘기적의 아이’ 두발로 섰다.-왼쪽다리 절단위기 모면… 신경회복 치료 후 일어서**》(조선일보 2011.09.21)에서는 중국 대참사에서 살아남은 한 아이의 삼촌이 아이의 건강 여부를 중국판 트위터인 시나닷컴의 웨이보에 글과 사진을 올렸는데 이것을 인용하면서 그 당시 중국 대참사의 상황을 설명하고 있다. 이 경우 아이의 건재함을 알린 중국판 트위터인 웨이보 글과 사진이 기사의 전체적인 흐름의 주제가 되고 있어 ‘전체 기사형’으로 분류하였다. 신문 기사를 쓰기 위해 소셜미디어 정보원을 인용한 경우를 ‘부분인용형’으로 구분하였는데 다음에 전제한 기사를 예로 볼 수 있다. 《**[On Sunday] 후계자 김정은의 ‘프로파간다 트위터’**》(중앙일보 2010.09.22)에서는 북한과의 관계를 주제로 북한의 대남 적화통일기구 조국평화통일위원회와 김정은의 소셜미디어 사이트의 글들을 인용하고 있어 ‘부분 인용형’으로 분류하였다. 소셜미디어 기사를 인용하였지만 글 전체 흐름 상 비중이 적거나 기사 주제와 관련되어 짧게 인용된 경우 ‘단순 언급형’으로 분류하였다. 《**휴가 떠나는 CEO… 머릿속 제1 비즈니스는 ‘가족 사랑’**》(조선일보 2010.07.24)에서는 휴가를 계획하고 있는 CEO들의 짤막한 인터뷰를 기사로 다루면서 CEO들의 소셜미디어 이용에 관한 멘트를 기사에 첨부하고 있어 ‘단순 언급형’으로 구분하였다.

〈표 8〉 인용문의 형태별 인용된 문장 수

인용문 형태 (중복표기)	총 인용된 문장(n=2,425)	
	건	(%)
의견주장	1,397	51.8
사실제시	795	29.5
스캔들폭로	181	6.7
의견첨부	175	6.5
사건해설	147	5.5
계	2,695	100.0

인용문 형태에서는 소셜미디어에서 인용한 기사 문장을 의견주장형, 사실제시형, 스캔들폭로형, 의견첨부형, 사건해설형으로 구분하여 각 빈도를 분석해보았다. 〈표 8〉에서 보듯, 인용된 문장을 형태로 구분하여 알아본 총 수는 2,695건이다. 인용문 형태는 소셜미디어에 자신의 의견을 주장하는 글을 신문 기사에 인용한 의견주장형 1,397건(51.8%), 특정 사안에 관한 사실을 소셜미디어에 제시한 글을 신문 기사에 인용한 사실제시형 795건(29.5%)이 상위 건수를 차지하였다. 소셜미디어에 자신의 의견을 폭로하는 글을 신문 기사에 인용한 스캔들폭로형 181건(6.7%), 특정 이슈에 관해 소셜미디어에 자신의 의견을 첨부하는 글을 신문 기사에 인용한 의견첨부형 175건(6.5%), 특정 이슈에 관해 소셜미디어에 의견을 해설 형식으로 올린 글을 신문 기사에 인용한 사건해설형 147건(5.5%)으로 나타났다.

특정 뉴스 보도의 사실성을 높이기 위한 인용문의 사용에 있어서, 의견주장형과 사실제시형이 대부분을 차지하고 있다. 기자가 보도를 위한 뉴스 아이템을 선정하고 사실성 확보를 위해 근거가 되는 주장 및 사건과 관련한 정황을 소셜미디어 정보에서 얻고 있음을 추측해 볼 수 있다. 반면, 무분별한 정보를 다루는 스캔들 폭로형이나 사건이 담긴 정보를

인용하는 사건 해설형은 지양하고 있음을 인용문의 형태별 인용된 문장 건수를 통해 추론해본다.

### 3) 인용된 문장의 정보원 공개 유형

정보원의 실명여부는 사실성 입증기제의 한 요소로 인용의 빈도와 함께 중요한 분석 단위가 된다. 분석결과는 <표 9>와 같다. 정보원 인용에 있어서 실명 1,181건(48.7%), 익명 943건(38.8%), 반익명 242건(9.9%) 순으로 나타났다. 기자가 소셜미디어의 특정 정보원의 소스를 인용하는 듯 보이지만, 기자 개인적인 의견을 소셜미디어 정보에 덧붙이거나 축소하여 해설하는 형태로 기술한 경우 불명확으로 표기하였다. 불명확은 총 59건(2.4%)으로 소셜미디어 정보를 인용하여 기사화하는 경우 대부분 정확한 출처를 표기하고 있음을 보여준다.

결과를 도출하기 전에 소셜미디어의 특성상 반익명이나 익명처리가 대부분일 것이라 추측하였다. 그러나 반대로 정보원의 공개 여부 결과 실명이 많은 수로 나타났다. 트위터와 같은 마이크로블로그의 특성상 실명을 밝히기 어려운 정보들이 있음에도 불구하고 전통 미디어 나름의 실명확인 원칙을 준수하고 있음을 추측해 볼 수 있다. 네트워크에 존재하는 많은 정보 가운데 뉴스로 보도 될 만한 정보를 걸러 실명으로 보도한다는 측면에서 긍정적 현상으로 받아들일 수 있다.

불명확이나 익명의 경우도 40%의 낮지 않은 비율을 차지한다. 이는 여러 측면에서 해석이 가능할 것이다. 먼저 긍정적인 측면에서 보면, 소셜미디어에서 아이디만 알더라도 프로필이나 여러 가지 정황들을 살펴 실명으로 기사 작성이 가능한 유명인들을 제외하고 일반인들의 경우에는 아이디만 공개하거나 성명의 일부분으로 아이디를 설정하는 경우 누구인지 알아내기 어렵다. 불명확과 익명의 인용이 많이 나타난다는 것은 소

설미디어 아이디만으로 구별 불가능한 일반 대중들의 목소리를 뉴스 보도에 담아내려고 노력한 흔적이 엿보인다고 생각한다. 부정적인 측면에서 보면, 뉴스 가치를 지니고 있으나 소셜미디어 특성상 출처가 불분명한 정보를 뉴스에 인용하는 것으로 추측해 볼 수 있는데 보도의 정확성을 높이기 위해 사실 확인 절차를 강화하는 등의 자구책이 필요하다고 볼 수 있다.

〈표 9〉 정보원의 공개 여부 결과

인용의표기	인용된 문장(n=2,425)	
	건	(%)
실명	1,181	48.7
익명	943	38.9
반익명	242	10.0
불명확	59	2.4
계	2,425	100.0

정치, 국제, 경제, 군사 기사의 경우 소셜미디어 상에서 대중 개인의 의견이나 주장을 인용한 경우가 많이 나타나지만 일반 개인의 주장이나 의견이 담긴 소셜미디어 상의 게재글이 연속적으로 또는 중복하여 나타난 경우는 거의 없었다. 정치인, 경제인, 외국인 가운데 영향력 있는 유명한 사람들의 실명이 거론된 경우가 대부분이었으므로 실명인 가운데 가장 많이 중복으로 게재된 인물들을 집계해 보았다. 소셜미디어 정보원을 신문 기사에 인용함에 있어 실명으로 거론된 인물의 중복 사례수를 구해본 결과는 〈표 10〉으로 정리 할 수 있다.

〈표 10〉 실명 인용 정보원의 순위

	이름	소속	인용된 소셜미디어	매체		건
				조선	중앙	
1	박근혜	정치인	트위터, 페이스북, 싸이월드 미니홈피	16	17	33
2	이재오	정치인	트위터, 페이스북	20	10	30
3	조 국	교육자	트위터	8	12	20
4	김한솔	북한인	트위터, 마이스페이스, 페이스북, 유튜브, 블로거닷컴, 카페, SNS	13	6	19
5	박용만	경제인	트위터	10	8	18
6	이외수	작 가	트위터	9	7	16
7	정용진	경제인	트위터	11	5	16
8	박지원	정치인	트위터	9	5	14
9	나경원	정치인	트위터	4	7	11
10	공지영	작 가	트위터	3	8	11
11	김미화	방송인	트위터	5	6	11
12	김수현	작 가	트위터	6	4	10
13	김제동	방송인	트위터	6	3	9
14	버락 오바마	외국인	트위터, 페이스북, 인터넷, 유튜브	2	8	10
15	정진석	청와대 정무수석	트위터	7	3	10
16	손학규	정치인	트위터, 싸이월드, 미니홈피	5	4	9
17	브레이빅	국제테러살안범	페이스북, 트위터, 유튜브, 인터넷	4	4	8
18	김연아	스포츠	트위터, 싸이월드	4	3	7
19	유시민	정치인	트위터	4	3	7
20	진중권	교육자	트위터	2	5	7
21	타이거우즈	스포츠	트위터	3	4	7
22	김문수	정치인	트위터, 당홈페이지	6	0	6
23	김여진	방송인	트위터	5	1	6
24	김영하	소설가	트위터, 페이스북	6	0	6
25	송영길	정치인	트위터	2	4	6
26	와엘고님	구글 중동·북아프리카 마케팅 책임자	트위터, 페이스북	3	3	6
27	이명박 대통령	청와대	트위터	4	2	6

〈표 10〉은 최소 6번 이상 중복 인용된 인물들을 기록하고 있다. 그 외, 5번 언급된 인물은 광노현 교육감, 김태호 국무총리 후보자, 남경필 한나라당 최고위원, 박원순 시장 후보, 손정의 일본 경제인, 이찬진 드림 위즈 대표, 장제원 의원, 정재승 카이스트 교수, 정태영 현대카드 사장으로 밝혀졌다. 이들은 우리가 평소 직접적으로 대면하기 어려운 인물들이다. 인터넷 사회의 소통은 단순한 개인들의 정보 교류에서 나아가 사회적 이슈로 떠오르는데 주로 전통 미디어에서 주목받아온 유명 CEO나 정치인, 톱스타 등을 중심(Hub)으로 하여 이루어지고 있음을 확인할 수 있었다.

위의 분석결과에서 나타나듯, 정치인과 경제인을 비롯하여 방송인과 같이 이용자들이 관심을 쏟는 인물들을 실명으로 중복하여 기사화하고 있다는 사실을 발견하였다. 기존 오프라인 상에서 독자들에게 잘 알려진 인물들의 소셜미디어 정보를 기사에 인용하고 있음을 알 수 있다. 주로 정치인들이 소셜미디어를 통해 자신의 의정 활동이나 생각들을 정리해 올리는 등 활발할 활동을 하고 있고, 선거를 앞두고 특정 정당을 대변하는 정치인들의 트위터 게재가 빈번하게 이루어지면서 정치인들의 소셜미디어 게재글이 보도되는 것으로 보인다. 예컨대, 싸이월드 미니홈피가 시작된 2000년부터 꾸준히 사진이나 일상의 기록들을 인용한 박근혜 의원과 서울 시장 선거를 앞두고 피부과, 트위터 자작극 등으로 이슈화 되었던 나경원 의원 트위터의 글들이 신문 기사에 많이 인용되었다. 정진석 청와대 정무수석의 경우, 롯데마트 통큰 치킨과 관련하여 자신의 주장을 단선적으로 제시한 트윗글이 과장을 불러일으켰다. 경제인의 경우, 기업 홍보 소셜미디어를 통해서 접할 수 있는 정보 외에 사주 개인의 정보에 접근 할 수 있다는 점에서 소셜미디어 정보가 빈번하게 기사에 노출되는 경향을 드러낸다. 특히 기자들이 북한 관료나 해외 유명 인사들에 직접적 접근이 어렵다는 점에서 북한 고위층(김한솔), 해외 유명인사(버락

오바마, 브레이빅, 와엘 고님, 타이거 우즈, 힐러리 클린턴, 프랑스 사르코지, 영국 엘리자베스)와 같이 소셜미디어 상에서 직접적 접촉이 가능한 인물들의 네트워크 활동을 보도 기사에 인용하는 사례들이 나타난다.

의외로 트위터 세계에서 실질적으로 높은 팔로어를 가진 레이디 가가와 같은 유명 가수들의 소셜미디어가 국내 신문 기사에 자주 정보원으로 드러나지 않았는데 네트워크에서 연결이 많은 유명인보다 뉴스에 보도될 만한 사건들이나 논쟁의 가운데 있는 인물들의 소셜미디어 정보가 기사에 인용되고 있음을 볼 수 있다. 유명인들이 게재한 글이 네트워크 상에서 확산되면서 유명세를 타게 되는 경우도 있는 반면, 소셜미디어에 논쟁거리가 될 만한 글을 제공하여 더욱 유명해진 사람들이(작가, 방송인 등) 나타난다. 뉴스 보도에 있어서 소셜미디어에서 이슈가 된 사건을 제공한 정보원의 의견을 추가하는 경향이 증가하고 있다고 생각한다. 나아가 일부 신문 독자들에게 이미 잘 알려진 인물들의 소셜미디어 정보를 인용한 기사는 소셜미디어에 게재되는 글들이 일부 이용자들의 댓글이나 리트윗, 퍼나름, 좋아요와 같은 추천을 통해 합의를 도출한 내용이거나 오프라인 정보원들에게 얻을 수 없는 지극히 개인적인 정보들로 구성되어 있어 전통 미디어인 신문에서 뉴스 소스로 빈번하게 이용하고 있음을 추측해 볼 수 있다.

## 5. 결론 및 논의

본 연구는 뉴스 생산 과정에서 영향력 있는 정보원 역할을 담당하기 시작한 소셜미디어의 중요성을 감지하고자 하는 목적에서 출발하였다. 소셜미디어 등장 이후 소셜미디어 이용자 스스로 새로운 이슈를 생산하고 유통하는 역할을 담당하면서 이들의 목소리가 신문에 보도되는 사례

가 많아졌다. 소셜미디어가 가져온 뉴스 생산 매커니즘의 변화에 주목하며, 세부적으로 소셜미디어가 정보원으로 사용된 뉴스기사의 내용분석을 통해 의미 있는 결과를 도출하였다.

주요결과를 요약하면, 먼저 최근으로 올수록 <조선일보>와 <중앙일보> 모두 소셜미디어를 정보원으로 하는 뉴스 보도 건수가 매우 급증하였다. 소셜미디어를 정보원으로 인용한 기사 및 인용문의 연도별 증가세는 소셜미디어 이용 확산과정과 그 궤를 같이하고 있으며, 소셜미디어가 정보원 접근성이 높은 채널로서의 역할을 하고 있음을 보여준다. 인용된 기사들의 종류를 분류해보면, 스트레이트 형식이 많았다. 이와 반대로 의견, 해설, 인터뷰, 기획기사, 르포 기사는 상대적으로 적게 나타났다. 이러한 결과는 사실을 전달하는 스트레이트 기사 특성상 소셜미디어 정보를 뉴스에 인용함에 있어 사실 확인이 가능한 정보들을 기사화하는 것이 아닌가 추측해 볼 뿐만 아니라 소셜미디어에서 이슈가 되는 주제를 기사 아이템으로 선정하여 소셜미디어 정보를 다양한 장르의 기사에 언급하는 것이 아닌지 추론해 볼 만하다. 다시 말하면, 스트레이트 기사에서 모두 다룰 수 없는 부분을 취재하여 설명하는 기사 형식인 의견, 해설, 인터뷰, 기획기사, 르포 등에서 소셜미디어 정보 인용이 낮은 비율을 차지하고 있지만 소셜미디어에서 화제가 된 정보를 기사 아이템으로 얻거나 소셜미디어 정보를 토대로 맥락을 취재하여 보도 하고 있음을 추측해 볼 수 있다. 또한 총 1,428건의 인용 기사 가운데 단신 기사가 2개로 집계되었는데, 소셜미디어 정보를 짧은 소식처럼 알려주는 차원에서 기사 작성은 지양하고 있음을 나타낸다고 여겨진다. 인용된 기사 종류별로 빈도를 나타낸 결과, 소셜미디어 정보를 보도 기사에 활용함에 있어 사실성 입증기체로서의 정보원의 인용이 소셜미디어라는 채널에서도 작동하고 있음을 추론해 볼 수 있다. 도출된 결과를 시기적으로 살펴보면, 2006년부터 페이스북이나 트위터의 정보를 기사에 인용하는 횟수가 늘어나기

시작하였고 2009년부터 급속한 증가세를 보여주었다. 주로 트위터, 페이스북, 싸이월드 미니홈피, SNS, 미투데이 순으로 정보를 기사에 인용한 것으로 나타났는데, 페이스북과 트위터의 이용자수 급증과 그에 따른 정보 교류가 다른 소셜미디어(미투데이, 싸이월드 미니홈피)에 비해 활발하게 이루어지고 있음을 보여준다. 또한 소셜미디어 이용자가 급증하면서 웹(Web) 2.0 시대의 블로그, 카페, 인터넷 홈페이지를 이용하는 유명 블로거나 활동이 많은 일부 게시자들의 글을 뉴스에 보도하던 것에 비해 소셜미디어를 이용하는 다양한 계층의 목소리를 보도 기사에 인용하는 것이 가능하다는 측면에서 정보원 선택의 범위가 상당히 변화하고 있음을 보여준다고 하겠다.

인용된 기사들의 주제를 요약해보면, 외교·국제, 정치, 사회·환경, 경제·산업, 문화·예술, 스포츠, 행정·군사, 사건·범죄, 교육·과학, 가십, 기타 등의 순으로 나타났다. 국제 사건의 경우, 트위터는 허드슨 강에 불시착한 비행기를 속보로 전달하는 것을 시작으로 이라크 정권 퇴진 및 월스트리트 사건을 전달하면서 소셜미디어의 힘을 보여주었다. 외교·국제 뉴스에 코딩한 북한 소식의 경우, 북한 고위층의 소셜미디어를 정보원으로 사용하여 기사에 출처로 밝히는 것은 정보원의 접근성과 밀접한 관련이 있다고 볼 수 있다. 외교·국제 및 정치 기사들은 지리적 접근성의 한계로 인하여 사실 확인이 어려운 사건 또는 사고 발생 후 즉각적으로 알 수 없는 뉴스 아이템을 소셜미디어 이용자들에게 의존하고 있음을 보여주는데 이 과정에서도 특정 정보에 접근이 가능한 유명인의 소셜미디어 정보를 인용하는 등 신뢰할 만한 정보원을 기사에 많이 인용하는 경향을 설명하는 인텍싱 가설을 일부 지지하고 있음을 유추해 볼 수 있다. 인용 형식은 부분인용형, 전체기사인용형, 단순언급형의 순으로 나타났다. 소셜미디어로부터 기사 아이템 및 전반적인 정보를 얻어 기사를 작성하는 전체기사인용형 보다 뉴스 아이템을 정하고 그 뉴스 아

이템에 적합한 정보를 소셜미디어 상에 노출된 개인들의 목소리를 인용하여 기사를 작성하는 부분인용형이 높은 비율을 차지하였다. 기자가 보도하고자 하는 뉴스의 다양성 및 사실성을 입증하기 위해 기사的主제를 뒷받침하는 주장들을 소셜미디어 정보에서 인용하고 있음을 알 수 있었다. 인용되는 소셜미디어 정보의 유형은 정보원의 의견을 가감 없이 게재한 의견주장형이 가장 많았고, 이어 스캔들폭로형, 소셜미디어 이용자들의 의견을 인용한 의견첨부형, 폭우나 국제 테러, 살인 사건 등 신문에 보도될 만한 특이한 사건들에 관한 소셜미디어 정보를 인용해 해설하고 있는 사건해설형 순으로 나타났다. 의견주장형(51.8%)과 사실제시형(29.5%)이 총 81.3%의 높은 비율을 차지하고 있다는 점은 뉴스거리가 될 만한 특정 사건을 있는 그대로 게재한 게시글을 인용함으로써 사실성과 정확성을 높이고, 정보원들이 소셜미디어에 노출하는 개인적 의견을 취합하여 보도 기사에 인용함으로써 논의의 다양성을 이끌어낸다고 추측해 볼 수 있을 것이다. 스캔들 폭로형, 의견첨부형, 사건해설형이 낮은 비율을 차지하는 것은 소셜미디어에 노출되는 무분별한 정보나 소셜미디어 이용자들이 특정 사안에 대해 지극히 개인적으로 해설하는 내용들을 보도 기사에 코멘트하는 것을 피함으로써 전통 미디어에서 고수하는 인용 방침이나 뉴스 가치를 고수하고자 하는 경향이 있다고 생각해 볼 여지가 있다.

다음으로 소셜미디어 인용문의 정보원 공개 여부에 관한 분석에서는 실명(48.7%), 익명(38.8%), 반익명(9.9%) 순으로 나타났다. 실명으로 거론된 1,181건에 대한 추가 분석에서 영향력이 있는 유명인들의 소셜미디어가 반복적으로 기사화되는 경향이 있음을 확인할 수 있었다. “유명한 사람은 그들의 유명성 덕분에 유명해졌다 (The celebrity is a person who is known for his well-knownness)”라는 부어스틴(Boorstin, 1987, 57쪽)의 말처럼 사회에 영향력이 있는 유명인의 소

설미디어는 전통 미디어 뉴스 기사 작성과정에서 매우 중요한 정보원이 되고 있다는 사실을 보여준다. 뉴스 생산과정에서 소셜미디어의 인용방식이나 범위에 있어 보다 신뢰할 수 있고, 영향력이 있는 정보원에 의존하는 기존 방식이 여전히 지켜지고 있음을 본 연구에서 어느 정도 확인할 수 있다.

위에 언급된 결과들은 거시적인 차원에서 새로운 미디어 환경변화가 가져오는 전통 미디어 뉴스 생산과정의 변화와 향후 전통 미디어들이 나아갈 방향을 약간이나마 이해하는 실마리가 될 수 있다고 생각된다. 최근 유튜브, 페이스북, 트위터 그리고 다양한 커뮤니케이션 채널의 등장으로 수용자들에 대한 전통 미디어 영향력이 약화되면서 야기된 전통 미디어의 위기는 오래된 얘기다. 그럼에도 불구하고 전통 미디어가 소셜미디어를 뉴스 보도 과정에서 이용하는 등 새로운 미디어를 수용하는 현상을 보이는 것은 매우 중요한 의미를 가진다고 하겠다. 물론 소셜미디어가 전통 미디어의 전반적인 기사 작성 과정에 영향을 미친다고 확대 해석을 할 수는 없다. 그러나 기자들이 새로운 기사 작성 채널로 소셜미디어를 사용하기 시작했다는 점에서 소셜미디어 이용자 확산과 함께 다양한 계층의 의견이 전통 미디어에 반영될 수 있다는 가정이 가능하다. 이러한 사실은 전통 미디어가 새로운 기술에 대한 적응과 활용을 보여주는 조그마한 단서가 될 수 있을 것이다.

그럼에도 불구하고 본 연구는 몇 가지 면에서 한계가 있음을 밝혀둔다. 소셜미디어 정보를 전통 미디어인 <조선일보>와 <중앙일보>가 어느 정도 비율로 인용하고 있는지, 어떠한 형식으로 인용하고 있는지 그리고 어느 정보원을 중점적으로 사용하는지에 관하여 10년간의 기사를 이용하여 분석하고 있지만, 최근에 더욱 활발하게 사용되고 있는 소셜미디어 데이터를 다각적으로 다루지 못해 소셜미디어와 전통 매체 간의 역학관계를 살펴보는 데 다소 제한적이다. 또한 신문 가운데 <조선일보>와 <중

양일보)만을 중심으로 다루어 전통 매체 가운데 TV 뉴스를 데이터에 포함하지 못하여 본 연구의 결과를 일반화하기에 다소 어려움이 있다. 무엇보다 신문을 두 매체에 한정하여 국내 신문사들의 이념적 특성 등과 같은 심도 깊은 분석을 이루어내지 못하고 있다는 점에서 특정 주제를 다룬 기사를 선정하여 국내 신문사별로 소셜미디어에 게재된 정보를 기사에 인용한 사례 분석을 시도하는 것도 의미가 있을 것으로 여겨진다. 이어 전통 미디어인 신문에 인용된 소셜미디어 정보를 살펴보는 데 종류, 주제, 인용방식, 형식 등 기사 작성 요소에 치중하여 그 빈도만을 살펴본 것만으로는 마이크로 블로그 환경 하에서 신문에 어떠한 질적 변화를 야기하였는지 심층적인 분석이 이루어지지 못하였다. 마지막으로 소셜미디어의 전통 미디어 정보원 인용에 있어, 뉴스 정보원을 취재하는 기자들에 대한 인터뷰를 포함한다면 논의를 더욱 풍부하고 체계적으로 분석할 수 있을 것이다. 따라서 향후 소셜미디어라는 새로운 매체의 등장이 전통 미디어인 신문 기사 제작 환경에 어떠한 변화를 가져왔는지 다면적인 차원에서 분석이 이루어질 필요가 있다고 생각한다.

■ 참고 문헌 ■

- 고영철 (2010). 한·미의 지역일간지 1면 기사의 다양성 요인 비교분석: 뉴스 주제 및 취재원 유형을 중심으로. 『언론과학연구』, 제10권 1호, 5~49.
- 김은미·이동후·임영호·정일권 (2011). 『SNS 혁명의 신화와 실제: 토크, 플레이, 러브의 진화』, 서울: 나남.
- 김혜미·이준웅 (2011). 인터넷 뉴스와 댓글의 뉴스 프레임 융합 효과 연구: 해석의 복잡성 및 태도의 극단성 분석을 중심으로. 『한국언론학보』, 제55권 2호, 32~55.
- 박기수 (2011). 4대강 사업 뉴스에 대한 보도 프레임 연구. 『한국언론학보』, 제55권 4호, 5~26.
- 박선희 (2010). 정치인의 퍼스널 커뮤니티와 네트워크 공론장으로서 트위터의 가능성. 『정치커뮤니케이션연구』, 제18호, 81~115.
- 박재영·이완수 (2007). 인공과 취재원 적시에 대한 한미 신문 비교. 『한국언론학보』, 제51권 6호, 439~511.
- 설진아 (2012). 이집트 민주화 혁명에서 SNS와 소셜 저널리즘: 페이스북의 사례분석을 중심으로. 『한국언론정보학보』, 여름 58호, 7~30.
- 설진아·남궁강 (2007). <6자 회담>에 관한 텔레비전 외교 뉴스의 정보원 분석. 『한국방송학보』, 제21권 4호, 69~100.
- 설원태 (2011). 스마트미디어 시대의 소셜미디어와 여론. 『2011 한국방송학회 봄철 정기학술대회』, 129~130.
- 손석춘 (2006). 저널리즘 위기의 실체와 극복방안에 관한 연구. 『한국언론정보학보』, 제36호 겨울, 42~77.
- 송용희 (2005). 한국종합 일간지 기사의 사실성 입증 기제에 관한 연구-조선일보와 한겨레신문 사회면을 중심으로. 『한국언론학보』, 제49권 3호, 80~104.
- 심홍진·황유선 (2010). 마이크로블로깅 이용동기에 관한 연구: 트위터를 중심으로. 『한국방송학보』, 제24권 2호, 197~234.
- 윤영민·김경희 (2008). 텔레비전 뉴스의 대통령 후보 경선 보도 내용분석: 박근혜·이명박 한나라당 후보를 중심으로. 『한국방송학보』, 제22권 4호, 201~235.
- 윤영철 (2001). 온라인 저널리즘과 뉴스 패러다임의 변화. 『사이버커뮤니케이션학보』,

제7호, 182~213.

- 이건호·고홍석 (2009). 취재원 활용을 통해 살펴본 한국 신문의 보도시각 고찰: 미국 쇠고기 수입 관련 기사에 나타난 취재원 신뢰도와 유인가(Valence) 분석을 중심으로. 『한국언론학보』, 제53권 3호, 347~369.
- 이건호·정완규 (2008). 한국과 미국 신문의 1면 기사 비교: 취재 영역 및 보도 형태별 취재원 출현에 따른 심층성 분석. 『한국언론학보』, 제52권 4호, 25~49.
- 이은주 (2011). 컴퓨터 매개 커뮤니케이션으로서의 트위터. 『언론정보연구』, 제48권 1호, 29~58.
- 이준웅·양승목·김규찬·송현주 (2007). 기사 제목에 포함된 직접인용부호 사용의 문제점과 원인. 『한국언론학보』, 제51권 3호, 64~90.
- 이진형 (2012). 『SNS이용과 사회자본유형에 따른 사회관계망 분석: 축구 동호회의 트위터 이용행태를 중심으로』. 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 이창호 (2004). 뉴욕타임스, 아랍뉴스, 중동타임스의 이라크전쟁 보도 비교. 『한국언론학보』, 제48권 6호, 84~109.
- 임영호 (1997). 온라인 저널리즘. 『저널리즘 비평』, 제20권, 56~58.
- 전희성·최민수 (2009). 마이크로블로그 커뮤니케이션의 특성에 대한 연구: 트위터와 미투데이를 중심으로. 『한국디자인포럼』, 25, 165~174.
- 정일권·김예란 (2010). 온라인 뉴스의 양식과 속성에 관한 연구: 언론사 온라인 뉴스와 블로그 뉴스의 비교 분석을 중심으로. 『한국언론학보』, 제54권 3호, 146~166.
- 한국언론진흥재단 (2010). 『2010 언론 수용자 의식 조사: 제 15회 미디어 영향과 신뢰도 조사』(조사분석 2010-03).
- 한국인터넷진흥원 (2012). 『2011년 인터넷이용실태조사』
- 한국정보화진흥원 (2012). 『Smart Society 실현을 위한 전략과 과제』
- 한동섭·유승현 (2008). 언론 보도에서 나타난 익명 정보원에 관한 연구-‘미국산 쇠고기 수입 논란’을 중심으로, 『언론과학연구』, 제8권 4호, 702~739.
- 한동섭·임종수 (2002). 미디어의 정보원 진술 활용과 현실 정의 미디어는 이데올로기적으로 쟁점이 되는 뉴스 아이템의 정보원을 어떻게 가공하고 선택하는가? 『한국언론학보』, 제48권 4호, 218~242.
- Bennett, W. Lance (1990). Toward a Theory of press-state Relations in the United

- states. *Journal of Communication*, 40(2), 103~125.
- Bennett, W. Lance (2004). *News: The Politics of Illusion*(6th ed.). Longman. 유나영 역(2009). 『뉴스, 허깨비를 좇는 정치』. 서울: 책보세.
- Boorstin, J. Daniel (1987). *The image: A Guide to Pseudo-Events in America*. Vintage Books.
- Boyd, D., & Ellison, N. (2008). Social Network Sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210~230.
- Gallo, J. (2004). Weblog journalism: Between infiltration and integration. in: L. Gurak, S. Antonijevic, L. Johnson, C. Ratliff & J. Reyman(Eds), *Into the blogosphere: rhetoric, community and the culture of weblogs*. [On-Line], Available: [http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblog\\_journalism.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblog_journalism.html).
- Gans, H. (1979). *Deciding what's news: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York: Pantheon Book.
- Holsti, R. Ole. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.
- Hughes, A. L., & Paleun, L. (2009). Twitter Adoption and Use in Mass Convergence and Emergency Events, *Proceedings of the 6th international ISCRAM Conference Gothenburg, Sweden, May*.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2001). *The Elements of Journalism*. NY: Three Rivers Press. 이종욱 역(2004). 『저널리즘의 기본요소』. 서울: 한국언론재단.
- Morris, M., & Ogan, C. (1996). The Internet as Mass Medium. *Journal of Communication*, 46(1), 39~50.
- Rafaeli, S. (1988). Interactivity: From new media to communication. R. Hawkins et al.(Eds.) *Advancing Communication science: Merging Mass & Interpersonal Processes*. Newbury, CA: Sage.
- Sharon Meraz (2011). The fight for 'how to think': Traditional media, social networks, and issue interpretation, *Journalism*, 12(1), 107~127.
- Shin, C. (2009). *The Facebook era: Tapping online social networks to build better products, reach new audience, and sell more stuff*. PrenticeHall.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1991). *Mediating the message: theories of influences*

- on mass media content*. NY: Longman. 김원용 역(1996). 『매스미디어 사회학』. 서울: 나남.
- Sigal, L. V. (1973). *Reporters and officials: The organization and politics of newsmaking*. Lexington, Mass: D.C. Heath.
- Tuchman, G. (1978). *Making News: A study in the construction of reality*. New York: The Free Press. 박홍수 역(1995). 『메이킹 뉴스: 현대사회와 현실의 재구성 연구』. 서울: 나남.
- van dijk, Teun. A. (1990). *News as discourse*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum
- Weinberger, David (2002). *Small pieces loosely joined: A unified theory of the web*. Perseus. 신현승 역(2003). 『인터넷은 휴머니즘이다』 서울: 명진출판.
- 은준수 (2011. 11. 05). 제3의 미디어 『KBS』
- 허재현 (2010. 04. 20). 블로그와 트위터로 기자생활 두 배로 즐겁게 하기2. 『미디어스』

논문 투고일 2012년 10월 15일

논문 수정일 2012년 11월 15일

게재 확정일 2012년 11월 20일

**ABSTRACT**

## A Study of SNS Sources in Korean Major Newspapers

**Bang, Eun-Joo**

Doctoral Candidate, School of Media & Communications, Korea University

**Kim, Sung-Tae**

Professor, School of Media & Communications, Korea University

Recently Internet and social media have been fundamentally transforming various aspects of newspaper business. This paper examines the use of social media as source in newspaper article. The purpose of this study is to analyze how traditional

Newspapers take advantages of social networks services' information in their news reporting. In doing so, frequency, subjects and modes of citation were analyzed.

Then, this research further discusses traditional news source assumptions including news source indexing and news value.

Key words: Social Media, SNS(Social Network Sites), News source, Indexing hypothesis, factuality of the news(quotations)