



언론수용자의 언론인 접촉경험과 언론신뢰

언론인접촉-언론신뢰 기설에 대한 실증 테스트

백영민 연세대학교 언론홍보영상학부 부교수
안수찬 고려대학교 언론학 박사과정 / 한겨레 기자
김위근 한국언론진흥재단 미디어연구센터 선임연구위원

Journalist-Audience Contact and Public Trust in News Media

Empirical Examination of Journalist-Audience Contact Hypothesis

Young Min Baek*

(Associate professor, Department of Communication, Yonsei University)

Soo-Chan, Ahn**

(Ph. D. Candidate, Department of Media & Communication, Korea University / Editor of Media Lab., The Hankyoreh Media)

Wi-Geun Kim***

(Senior Researcher, Media Research Center, Korea Press Foundation)

While decline in public trust in news media is an international phenomenon, it is all the more visible in South Korea. Previous studies on the issue have argued that the poverty of public trust in news media in South Korea reflects some macro-level social trends, reshaping of media industry, psychological biases of media audience in multi-media environment (e.g., confirmation bias, hostile media perception, etc.), or the historical experience unique to the country. While acknowledging the theoretical virtue achieved in the previous studies, we argue that those studies paid little attention to providing practical implications regarding how to restore public trust in news media. Drawing from the Contact Theory(Allport, 1954), this study investigates how media audience's interaction with journalists influences audience's trust in journalists both interacted and uninteracted, news media organizations, news reports, and the recognition of the level of trust in the same by other people. Based on nation-wide survey data, we find that audience with positive interaction with journalists, even after controlling other factors influencing public trust in news media, show higher trust in journalists, news media organizations, news reports, and a recognition of a higher level of trust in the same by other people. Based on these empirical findings, theoretical and practical implications for increased public trust are discussed.

Keywords: public trust in news media, journalist-audience contact, contact theory

* ymbaek@yonsei.ac.kr, 1st author

** ahn@hani.co.kr

*** wgkim@kpf.or.kr, corresponding author

1. 서론

한국의 언론신뢰 수준은 매우 우려할만한 상황이다. 2017년 미국 퓨 리서치 센터(Mitchell, Simmons, Matsa, & Silver, 2018)와 2018년 영국 옥스퍼드대학교 로이터저널리즘연구소(Reuters Institute for the Study of Journalism, 2018)가 내놓은 보고서에서 한국은 가장 낮은 언론신뢰를 보이는 국가로 나타났다. 또한 언론에 대한 '불신'을 넘어 '혐오'를 표현하는 '기레기'라는 용어의 등장 빈도 역시 2010년부터 꾸준히 증가하고 있다(trends.google.com). 올바르게 믿을 수 있는 정보가 없는 상황에서는 정보의 진위를 둘러싼 불필요한 논란으로 인한 사회적 비용이 발생하며, 따라서 합리적 의사결정이 불가능하다는 점에서 언론신뢰 회복은 시급한 사회적 과제다(Coleman, 2012; Tsfati & Cohen, 2005).

왜 언론수용자들이 언론을 불신하는지 그리고 왜 언론신뢰는 최근에 더욱 하락하게 되었는지에 대한 연구들은 양적으로 적지 않다. 언론, 특히 전통적 언론에 대한 불신 현상은 우리나라는 물론 미국과 유럽 국가들 모두에서 뚜렷하게 나타나고 있다는 점(Jones, 2004; Lee, 2010; Livio & Cohen, 2018; Mitchell et al., 2018; Tsfati & Cohen, 2005; Van Zoonen, 2012)에서 언론불신 현상을 진단하고 그 원인을 분석한 선행연구들은 매우 다양하다. 조금 후에 상술하겠지만, 언론불신, 특히 한국의 언론불신에 대한 선행연구들을 연구관점에 따라 크게 네 가지로 분류할 수 있다. 첫째, 거시사회학적 관점의 연구에서는 현대사회를 지탱하는 모든 제도·기관들에 대한 신뢰가 붕괴하고 있다는 점에 주목하면서 언론불신 현상을 '현대성(modernity)'의 붕괴로 파악한다(Van Zoonen, 2012; Williams & Delli Carpini, 2011). 여기서는 언론불신을 전세계에서 나타나는 역사적 흐름의 일종으로 파악한다. 둘째, 산업적 관점을 강조하는 연구들에서 미디어 채널이 다변화·파편화되면서 전통적 언론 생태계가 붕괴된 결과를 언론불신의 주요원인으로 파악한다(Bennet, 2012; McChesney, 2004; Napoli, 2011; Prior, 2007). 즉 여기서는 미디어 산업의 구조적 변동을 언론불신의 등장배경으로 설명한다. 셋째, 사회심리학적 관점의 연구에서는 언론수용자의 선택적 노출(selective exposure, Bryant & Davies, 2008), 적대적 매체지각(hostile media perception, Vallone, Ross, & Lepper, 1985)이나 확증편향(confirmation bias, Nickerson, 1998) 등과 같은 인간 본연의 심리적 편향이 다매체·다채널 환경에서 극단적으로 발휘된 결과가 언론불신으로 나타난다고 설명한다(Bakshy, Messing, & Adamic, 2015; Benkler, Faris & Roberts, 2018; Lee, 2010; Tsfati & Cohen, 2005; Prior, 2007). 마지막으로 한국사회 고유의 언론역사와 언론인 행위를 강조하는 연구에서는 왜 한국에서 유독 언론불신이 강하게 나타나는지를 설명하는 데

집중하고 있다. 언론역사에 주목하는 연구들에서는 한국적 특수상황, 즉 식민지 및 권위주의적 군사정권의 경험에 따른 정권과 언론의 유착관계 등과 같은 한국 언론 고유의 역사적 경험으로 한국에서 유독 낮은 언론신뢰 상황을 설명하였으며(강명구·양승목·엄기열, 2001; 김세은, 2006, 2014; 박종균, 2015), 민주화 이후에는 한국 언론인들의 강압적 취재방식, 취재원에 대한 무례, 광고강매 등과 같은 비윤리적 행동들을 언론불신의 원인으로 지적하는 목소리가 증가했다(강명구 외, 2001; 윤태진, 2019, 4, 28; 이준웅, 2019, 5, 19).

그러나 언론불신을 설명하는 선행연구들의 축적된 성과에도 불구하고, 선행연구들을 통해서 어떻게 언론불신 현상을 개선할 수 있을지에 대한 실천적·정책적 함의를 얻기가 쉽지 않다. 만약 언론신뢰의 추락 현상이 시대 변화, 언론 산업구조 변동, 인간의 어두운 심리적 경향의 극단적 구현, 한국사회의 고유한 역사적 경험의 그림자라면, 언론불신을 극복할 수 있는 방법을 찾기는 매우 어려울 것이다. 왜냐하면 거시적인 시대 변화나 산업구조 변화, 특정 사회의 역사적 질곡, 인간 본연의 심리적 구조 등은 쉽게 개선되기 어렵기 때문이다. 즉 언론불신 관련 선행연구들은 그 호소력과 이론적 설명력에도 불구하고, 당면한 언론불신 현상을 조금이나마 극복하기 위해 당장 실천가능한 정책을 구상하는 데 어느 정도 한계가 있다.

이에 본 논문에서는 언론신뢰 회복을 위한 실천적 함의를 얻기 위해 ‘접촉이론’(Allport, 1954)을 기반으로 일반 언론수용자의 언론인 접촉경험과 언론신뢰의 관계에 주목하였다. 사회심리학의 고전이론 중 하나인 접촉이론은 외집단에 대한 부정적 고정관념이나 편견을 효과적으로 교정하기 위한 공공정책으로 여러 차례 구현되어 소기의 성과를 달성한 바 있다(Pettigrew, 2008). 접촉이론에 따르면 서로 다른 사회집단 구성원들이 평등한 입장에서 공통의 목표를 달성하기 위해 다른 사회집단과의 접촉할 때 고정관념이나 편견이 교정된다고 한다(Allport, 1954; Pettigrew, 2008). ‘기레기’라는 표현에서 극단적으로 드러나듯, 언론을 불신하는 언론수용자들은 직능집단인 언론인에 대한 부정적 인식을 갖고 있다. 언론인은 기사를 발굴하고 작성하기 위해 다양한 사람들을 만난다는 점에서, 또한 최근 들어 전자메일이나 SNS(social network service)와 같은 온라인 미디어를 통한 언론수용자들과 보다 효율적으로 상호작용할 수 있다는 점에서 언론수용자와의 접촉을 통해 언론불신을 해소할 수 있다는 본 연구결과는 현실적·실천적 함의를 제시할 수 있을 것이다.

본 논문은 다음과 같이 구성되었다. 다음 장에서는 언론신뢰 추락 원인을 분석한 선행연구들을 비판적으로 검토한 후, 사회심리학의 ‘접촉이론’이 어떻게 언론수용자-언론인 접촉경험에 적용될 수 있는지 살펴본 후 연구문제와 연구가설을 제시하였다. 연구문제 및 연구가설을 점검하기 위해 본 논문에서는 일반 언론수용자 대상 설문조사 데이터를 수집한 후, 언론인 접촉이 다차

원적인 언론신뢰에 미치는 효과를 효과적으로 테스트하기 위해 오차상관통제회귀분석(SUR, Seemingly Unrelated Regression analysis)을 활용하였다. 분석결과를 바탕으로 기존 연구들에서 주목하지 않았던 언론인 접촉경험이 저널리즘 이론 맥락에서 어떤 가치가 있는지 논의한 후, 언론신뢰 회복은 물론 저널리즘 본연의 가치구현이라는 실천적 맥락에서 시민들과 언론인의 교류 및 상호이해 방안을 제시하였다.

2. 이론적 논의

1) 언론신뢰 추락 원인

언론신뢰의 추락 원인은 복합적이다. 선행연구들은 언론신뢰 추락 원인들로 ‘거시적 사회요인’, ‘미디어 환경 변화’, ‘언론수용자의 지각·인지 오류’, ‘언론인의 윤리’ 등을 언급한다. 첫째, 언론 관련 행위자나 현상들에 대한 수용자의 신뢰는 전체 사회에 대한 신뢰수준에 따라 달라진다. 국가간 언론신뢰 비교연구에서 잘 나타나듯, 거시적 수준에서 사회적 신뢰가 높은 국가들일수록 언론신뢰가 높은 편이다(Reuters Institute for the Study of Journalism, 2018). 실제로 우리나라의 낮은 언론신뢰수준은 한국사회의 불신풍조를 반영하고 있을 뿐, 한국언론 고유의 문제로 파악하기 어렵다는 주장도 제기된 바 있다(강아영, 2018, 10, 18). 이렇게 볼 때, 최근 언론신뢰의 추락은 단순히 ‘언론의 문제를 반영하지 않으며 전세계적으로 나타나는 사회전반의 신뢰가 붕괴되고 있다는 징후로 해석할 수 있다. 이와 관련 윌리엄스와 델리카르피니(Williams & Delli Carpini, 2011)는 거시사회학적 관점에서 ‘언론체제(media regime)’를 사회체제의 일부로 이해해야 하며, 언론에 대한 정당성 인식이나 신뢰붕괴를 미시적 관점의 효과이론으로 충분히 설명할 수 없다고 주장하고 있다. 즉 현재 여러 국가들에서 목격되고 있는 기성언론에 대한 불신과 수용자 이탈현상은 전세계적인 거시적 사회변동을 반영하고 있다는 것이 윌리엄스와 델리카르피니의 주장이다(문화적 관점에서의 비슷한 주장으로는 반 조넨(Van Zoonen, 2012), 거시경제학적 관점에서의 비슷한 주장으로는 나폴리(Napoli, 2011) 참조). 그러나 ‘거시적 접근’을 강조하는 연구들의 이론적 깊이와 타당성에도 불구하고, 이들의 주장은 왜 사회마다 신뢰 추락현상이 상이하게 나타나는지를 잘 설명하지 못하며, 연구결과가 지나치게 추상적이라는 한계를 안고 있다. 무엇보다 실천적 관점에서, 본 논문의 연구목적, 즉 어떻게 해야 언론신뢰를 회복할 수 있는지에 대한 구체적 대안을 제시하기 어렵다는 결정적 약점을 갖고 있다.

둘째, 채널 다각화 및 온라인 미디어 등장으로 인한 언론사 경쟁심화 등과 같은 미디어 환경

변화가 언론신뢰 저하로 이어졌다는 주장이 있다. 우선 언론사 경쟁이 심화되면서 뉴스제작환경이 점차 악화되고 있으며(Bennet, 2012; McChesney, 2004; Prior, 2007), 이는 결국 뉴스콘텐츠의 질적 저하로 이어지고 있다. 특히 온라인 플랫폼을 통한 뉴스소비가 정착되면서, 신문사의 경우 정기구독자가 대폭 감소하였으며 방송사의 경우 광고수익률이 대폭 감소하였다. 또한 보다 많은 클릭수를 확보하기 위한 선정적·기만적인 뉴스콘텐츠(‘클릭베이트(click-bait)’ 혹은 ‘낚시기사’)의 등장은 온라인 공간에서 뉴스의 질적 하락을 보여주는 증거다. 실제로 최근의 실험연구(이선민, 2019)에 따르면 언론수용자가 소위 ‘낚시기사’에 노출될수록, 기사에 대한 전반적인 불신은 물론, 전반적 언론보도 및 언론인에 대한 신뢰가 감소하는 것으로 나타났다. 개별 언론사 신뢰를 비교한 국내외 연구조사 결과들에서도, 온라인 미디어에 대한 신뢰에 비해 공영방송이나 지상파 네트워크 뉴스에 대한 신뢰가 대체적으로 높았으며, 전통적인 신문·방송이 아닌 온라인 미디어를 통해 정치적·사회적 정보를 소비하는 국가일수록 언론전반에 대한 신뢰가 낮은 것으로 나타났다(Reuters Institute for the Study of Journalism, 2018). 이렇게 본다면 언론신뢰 추락은 언론산업의 지형변화에 따른 부수적 현상으로 파악할 수 있다. 그러나 전세계적으로 뉴스소비행태가 점차 온라인 플랫폼으로 옮겨가고 있는 현실을 돌이킬 수 없다는 점을 감안할 때, 언론신뢰 감소의 원인으로 미디어 환경변화를 주목하는 연구들은 현실의 문제를 설명하는 이론적 설명을 제공할 수 있을지 몰라도 이를 극복하는 실천적 함의를 던져주기 어렵다는 한계가 있다.

셋째, 현재의 언론환경이 인간의 심리적 지각·인지적 오류를 극대화하기 때문에 과거에 비해 언론신뢰가 감소한다는 주장을 언급할 수 있다. 과거 매스미디어가 중심이 된 언론환경에서는 언론사의 보도내용들이 크게 다르지 않았다(McCombs & Shaw, 1972; Noelle Neumann, 1974; Prior, 2007). 현실에 대한 미디어의 보도내용이 서로 엇비슷했기 때문에 일반 언론수용자가 언론보도 내용의 신빙성을 의심할 가능성도 낮았다(Prior, 2007). 실제로 의제설정이론(agenda-setting theory; McCombs & Shaw, 1972)이나 침묵의 나선이론(spiral of silence, Noelle Neumann, 1974) 등의 전통적인 미디어 효과 이론들은 모두 언론의 보도내용들이 서로 엇비슷하다는 이론적 가정을 취하고 있다. 그러나 미디어 환경이 다원화되면서 보도되는 언론내용 역시도 다원화·파편화되고 있다. 즉 현대의 언론수용자는 자신이 원하는 내용의 기사를 선택적으로 골라보는 반면(선택적 노출; Bryant & Davies, 2008), 자신의 가치관과 맞지 않는 내용의 보도는 회피하거나 심지어 거부하기도 한다(확증편향; Nickerson, 1998). 적대적 매체지각(hostile media perception; Vallone et al., 1985) 관련 연구들에서 잘 드러나듯, 특정 가치관에 기울어진 언론수용자들은 사회적으로 객관적·중립적인 언론보도를 정치적·사회적으로 반대편에 경도된 보도라고 인식하며 적대시하는 경향이 있

다. 즉 다원화된 미디어 환경에서 특정 이슈에 대해 편향된 가치관을 갖는 언론수용자는 전통적 미디어의 객관적·중립적인 언론보도를 점점 더 불신하게 된다(Benkler et al., 2018). 실제로 최근 우리나라는 물론 전 세계적으로도 전통적으로 권위와 신뢰를 인정받던 언론사의 뉴스 조차 '가짜뉴스(fake news)'라고 매도되는 상황이다(백영민, 2016). 예를 들어 포폴리스트 정치인으로 분류되는 트럼프 미국대통령이 미국의 뉴욕타임즈나 CNN 등의 언론보도를 가짜뉴스로 매도하고 있으며, 이에 대해 적지 않은 시민들이 동조하고 있다(Benkler et al., 2018). 그러나 안타깝게도 이와 같은 인간의 지각·인지와 관련된 오류들은 동서고금을 막론하고 나타나는 보편적 심리현상으로 교정되기 어려운 '인간의 본성'에 가깝다. 다시 말해, 이론적 관점에서 언론수용자의 변화로 인한 언론신뢰 하락을 잘 설명할 수는 있지만, 언론수용자에게서 나타는 보편적인 심리적 오류를 제도적으로 방지하거나 효과적으로 교정할 수 있는 현실적 방법이 지극히 제한적이라는 점에서 실용적 의미를 갖기에 한계가 있다.

끝으로 한국사회 고유의 역사적 병폐나 언론인의 취재 방식과 행태 등을 강조하는 주장들이 있다. 즉 사회 전반의 낮은 신뢰, 미디어 환경 변화와 이에 따른 인간의 심리적 편향 극대화 등에 따른 문제들은 미국이나 서유럽에 비해 우리나라에서 더 심각하게 나타난다는 것이다. 일제강점기 및 권위주의 정권이라는 역사적 상황에서 한국의 기존 언론들은 외세나 군부, 재벌 등과 일정 수준의 유착관계를 형성하였으며, 이로 인해 서유럽이나 미국에 비해 언론의 독립성이 매우 낮은 수밖에 없었다(김세은, 2006; 박종균, 2015). 기존 언론에 대한 전통적 신뢰가 낮은 사회에서는 매체 환경 다원화에 따라 기성 언론에 대한 신뢰도는 더욱 급속하게 감소하기 쉽기 때문이다.

비록 민주화 이후 언론과 권력의 유착 관계가 최소한 형식적으로라도 근절된 상황에서도 국내 언론 혹은 국내 언론인에서 나타는 고유한 특징들에서 언론신뢰 하락의 이유를 찾는 목소리가 최근 증가하고 있다. 실제로 언론신뢰의 한 차원으로 언론인에 대한 신뢰를 포함시킨 초창기 연구(Gaziano & McGrath, 1986) 이래 시민들이 얼마나 특정 언론인 혹은 언론인 전반을 신뢰하는지는 언론신뢰를 측정하는 중요 문항으로 사용되었다. 미국과 서유럽 등지에서 진행된 연구에서는 언론인의 말과 행동의 도덕성, 직업윤리(이를테면 객관성, 공정성, 권력에 대한 견제), 취재원에 대한 배려(예를 들어 프라이버시와 초상권에 대한 존중) 등에 대해 일반시민들이 어떻게 생각하는지를 통해 언론인에 대한 평가를 측정한다. 실증적 국외 연구들에서 잘 나타나듯 언론인에 대한 호의적인 평가는 언론신뢰와 매우 밀접한 연관관계를 갖는 것으로 나타난 바 있다. 반면 국내 언론인에 대한 신뢰나 평가에 대한 연구들에서는 기자들의 광고강요, 강압적이거나 비도덕적 취재관행, 취재원에 대한 언론인의 고압적 태도, '폴리널리스트(polinalist)'로 상징되는 언론인의 정계진출 등에 초점을 맞추고 있다(강명구 외, 2001; 김세은, 2014; 윤태진, 2019,

4, 28; 이준웅, 2019, 5, 19). 언론인의 독직행위 및 비합리적 취재관행이 언론신뢰에 미치는 효과에 대한 실증연구 결과를 찾기는 어려우나, 언론인에 대한 낮은 평가가 언론불신과 무관하지 않다는 것은 충분히 예상할 수 있다. 그러나 국내 언론의 취재관행과 언론인의 부적절한 행동에 대한 평가와 언론불신을 연결 짓는 주장들은 언론불신 현상을 설명할 수 있는 부정적 경험에 집중하고 있다는 한계에서 자유롭지 못하며, 어떻게 해야 일반 언론수용자의 언론인, 더 나아가 언론 전반에 대한 신뢰를 회복할 수 있는지에 대한 실천적 함의를 던져주지는 못한다.

이상에서 살펴보았듯, 기존 이론들은 언론불신 현상을 탁월하게 설명하지만 언론신뢰의 회복방안에 대해서는 구체적·실천적 함의를 제시하기 어렵다는 한계가 있다.

2) 접촉이론: 언론인 접촉경험과 언론신뢰

본 연구에서는 언론신뢰 회복을 위한 구체적·실천적 함의를 탐색하기 위해 고전 사회심리학 이론인 ‘접촉이론(contact theory; Allport, 1954)’에 주목하였다. 접촉이론에서는 서로 갈등관계에 있는 사회적 집단들 사이에 나타나는 고정관념이나 편견, 부정적 인식 등을 교정하는 데 사회적 집단들 사이의 접촉이 효과적이라고 주장한다. 물론 모든 형태의 집단간 접촉이 외집단에 대한 부정적 인식을 개선시키는 것은 아니다. 접촉이론을 최초로 공식화했다고 알려진 알포트(Allport, 1954)는 ‘동등한 지위(equal status)’, ‘공통목표 추구(common goals)’, ‘집단간 협력(intergroup cooperation)’, ‘제도적 지원(support of authorities, laws, or customs)’이라는 네 가지 조건들이 충족된 경우 집단간 접촉으로 외집단에 대한 부정적 인식이 감소된다고 정리하였다(Pettigrew, 1998; Pettigrew & Tropp, 2006).

첫째, ‘동등한 지위’란 접촉하는 각 집단 구성원들이 동등한 사회적 지위를 가져야 한다는 의미다. 물론 ‘동등한 지위’라는 의미는 집단간 접촉이 발생하는 상황에 따라 달라진다(예를 들어 학교에서의 인종간 교류 상황인 경우 백인 학생과 흑인 학생은 동등한 지위를 갖지만, 백인 교사와 흑인 학생은 동등한 지위를 갖지 않는다). 둘째, ‘공통목표 추구’는 서로 다른 집단구성원들이 집단간 접촉을 통해 동일한 목표를 공유한다는 의미다. 이를테면 백인 선수와 흑인 선수가 ‘우승’이라는 공통의 목표를 추구하기 위해 같이 훈련하고 경기에 임하는 것이 여기에 속한다. 셋째, ‘집단간 협력’은 서로 다른 집단들이 공통의 목표를 추구하기 위해 서로 경쟁하지 않고 협력하는 것을 의미한다. 예를 들어 백인 병사와 흑인 병사가 ‘전쟁 승리’라는 공통의 목표를 추구한다고 하더라도, 만약 내집단이 외집단보다 더 우수한 군인이라고 뽐내는 경우(즉 백인 병사가 자신들이 흑인 병사보다 우수한 군인이라고 생각하는 경우)는 집단간 협력이 발생하지 않으며, 따라서 외집단에 대한 부정적 인식은 개선되지 않는다. 넷째, ‘제도적 지원’이란 서로 다른 집단간 접촉

을 가로 막는 사회제도나 문화가 존재하지 않는다는 것을 의미한다. 이를테면 인종집단들을 격리시키는 사회제도가 존재하거나 혹은 서로 다른 인종들의 교류를 터부시하는 문화가 존재하는 상황인 경우 인종집단간 접촉은 잘 발생하지 않을 뿐만 아니라 설사 접촉했다 하더라도 외집단에 대한 편견감소로 이어지지 않는다.

접촉이론은 1950년대 이후 인종·민족간 갈등해결이 중요한 사회적 문제였던 미국 및 서유럽 국가들을 중심으로 누적적으로 다양한 실증과정을 거쳤으며, 현실 정책으로 구현되어 성과를 거둔 바 있다(Pettigrew, 1998; Pettigrew & Tropp, 2006). 실증테스트 결과 알포트가 정리한 네 가지 조건들이 충족된 경우 집단간 접촉은 상대 집단에 대한 고정관념이나 편견을 감소시키지만, 조건들이 충족되지 못하는 경우 집단간 접촉은 외집단에 대한 부정적 인식을 감소시키지 못하며 상황에 따라서는 부정적 인식이 도리어 악화되는 것으로 나타났다(Pettigrew, 1998; Pettigrew & Tropp, 2006). 또한 최근의 접촉이론 연구들에 따르면, 알포트가 정리한 네 가지 조건들이 충족될 경우 집단간 접촉은 소수인종뿐만 아니라 동성애자, 노인층, 여성 등과 같은 소수자에 대한 부정적 고정관념 역시 감소시키는 것으로 나타났다(Pettigrew, Tropp, Wagner, & Christ, 2011).

그러나 적어도 본 연구의 저자들이 살펴본 결과 언론신뢰를 접촉이론을 기반으로 설명한 연구들은 현재까지 진행된 바 없었다. 물론 접촉이론을 기반으로 '미디어 효과(media effect)'를 설명하려는 이론적 시도는 몇 차례 진행되었다. 예를 들어 시야파, 그레그, 그리고 휴이스(Schiappa, Gregg, & Hewes, 2005)는 준사회적 상호작용(parasocial interaction: Horton & Wohl, 1956) 개념을 접촉이론에 접목시켜, 미디어의 외집단 구성원에 대한 묘사에 노출될 경우 해당 구성원에 대한 편견이나 부정적 인식이 감소한다는 '준사회적 접촉가설(parasocial contact theory)'을 주장한 바 있다. 비슷한 맥락에서 이준웅(2003)은 문화간 커뮤니케이션 맥락에서 한국인과의 직접 접촉 및 한국문화 상품에 대한 간접 접촉이 한국에 대한 긍정적인 국가 이미지로 이어진다고 주장하였다. 그러나 이들 연구들은 언론수용자와 언론인의 직접적 대면접촉 경험을 다루지는 않았으며, 또한 접촉이론을 언론신뢰와 관련하여 논의하지는 않았다.

본 연구에서는 일반 언론수용자의 언론인 대면접촉은 언론인에 대한 신뢰(혹은 불신), 더 나아가 언론신뢰와의 관계에 주목하였다. 우선 본 연구에서는 '언론불신'이라는 개념을 언론수용자가 언론사, 언론인, 언론제도 등에 대해 부여하는 부정적 고정관념(negative stereotype)으로 파악하였으며, 언론수용자와 언론인을 상이한 사회적 집단으로 간주하였다. 이유는 두 가지다. 첫째, 언론인에 대한 부정적 인식을 극단적으로 보여주는 '기레기'라는 표현은 언론수용자가 언론인(언론인 전반 혹은 자신과 의견을 달리하는 일부 언론인)을 사회적 타자, 즉 외집단으로

간주하고 있다는 것을 잘 예시하고 있다. 악의적 보도, 왜곡보도, 부당한 협찬·광고압박 등 지탄받기 충분한 일부 언론인이나 언론사에 대한 인식을 대부분의 언론인이나 언론사로 일반화시킨 결과를 언론불신이라고 이해할 때, 언론불신은 '부정적 고정관념'과 별반 다르지 않다. 이런 점에서 언론불신을 해소할 수 있는 실천적 방법들 중 하나는 언론인과의 접촉을 통해 언론인에 대한 부정적 고정관념을 완화시키는 것이며, 이런 점에서 접촉이론은 현실적·실천적 지침을 제공할 수 있는 이론적 단초가 될 수 있다.

둘째, 일반 언론수용자는 뉴스가 어떤 과정을 통해 제작되는지 구체적으로 알지 못하며, 따라서 언론수용자는 자신과 언론인을 별개의 사회적 집단으로 간주하기 쉽다. 일반 언론수용자는 미디어를 통해 뉴스의 최종 결과물을 접하는 경우가 대부분이며, 만약 보도내용이나 주장이 자신의 경험이나 기대에 어긋나는 경우 언론사 혹은 언론인이 사건을 왜곡하여 보도한다는 고정관념을 갖기 쉽다(Livio & Cohen, 2018; Vallone et al., 1985). 객관적 사건이나 현상 중 무엇을 어떻게 보도할지는 언론인들로 구성된 언론사 내부의 의사결정 과정을 거쳐 결정된다. 이런 점에서 언론인들이 어떤 과정으로 사건을 취재하고 기사를 작성하는지를 직·간접적으로 경험한 언론수용자와 기사작성 과정에 대해 전혀 알지 못하는 언론수용자는 기사를 이해하고 평가하는 방식이 완전히 다를 것이며, 또한 언론인 및 언론관련 분야에 대한 신뢰 수준 또한 다를 것으로 예상할 수 있다. 직접적으로 언론분야를 다루지는 않았지만, 실제로 의사결정과정을 직접 경험하고 이해하는 사람일수록 의사결정을 내린 기관을 신뢰한다. 예를 들어 대학의 모의국회 수업에 참여한 학생은 참여이전에 비해 국회의원에 대한 신뢰수준이 높아지는 것으로 나타났으며, 국회 인턴십을 경험한 학생에게서도 비슷한 효과가 나타났다(Marini & Glenn, 2014). 비슷한 맥락에서 재판의 배심원 경험 후에는 사법부 및 판사에 대한 신뢰수준이 증가하는 것으로 나타났다(Dougherty, Lindquist, & Bradbury, 2006). 이런 점을 감안할 때, 언론인과의 접촉을 통해 언론보도가 생성되는 과정을 살펴본 언론수용자일수록 언론보도 내용만을 접해본 언론수용자에 비해 언론인 및 언론관련 신뢰수준이 높을 것으로 기대할 수 있다.

하지만 알포트(Allport, 1954)가 정리하였듯, '동등한 지위', '공통목표 추구', '집단간 협력', '제도적 지원'이라는 네 가지 조건들이 갖추어지지 않을 경우 외집단 구성원과의 빈번한 접촉은 외집단에 대한 부정적 고정관념이 감소시키지 않으며 도리어 부정적 고정관념을 더욱 악화시킬 수도 있다(Pettigrew, 1998; Pettigrew & Tropp, 2006).

언론수용자와 언론인의 접촉경험 역시 마찬가지로, 앞서 소개한 네 가지 조건들을 통해 언론인 접촉경험이 언론신뢰에 어떠한 영향을 미치는지 예측해 볼 수 있다. 우선 '동등한 지위'와 '공통목표 추구'라는 두 가지 조건들은 왜 언론인 접촉경험이 언론불신으로 이어지는지와 관련하

여 자주 언급되고 있다. 반면 ‘집단지행 협력’과 ‘제도적 지원’ 조건들은 ‘공공(public) 저널리즘’ 혹은 ‘시민(civic) 저널리즘’(Dickson et al., 2001; Rosen, 1994; Shepard, 1994)이라는 이름의 저널리즘 운동을 통해 간접적인 방법으로 실천되고 있으며, 언론인과의 접촉이 어떻게 언론 신뢰로 이어질 수 있는지에 대한 함의를 제공해 주고 있다.

우선 부정적 언론인 접촉경험과 관련된 두 가지 조건들을 살펴보자. 첫째, 경제활동 혹은 업무상의 이유로 동등한 입장에서 언론인과 만나지 못하는 언론수용자의 경우, 언론인과의 접촉경험은 언론인에 대한 부정적 인식, 더 나아가 언론불신으로 이어질 것이다. 예를 들어 기사를 발미로 협찬이나 광고를 요구하는 언론인을 경험해 본 언론수용자들(이들테면, 기업이나 기관의 홍보 담당자 등)은 언론인을 부정적으로 보기 쉬우며, 언론불신이 높을 것이다(김종화, 2007, 4, 25; 윤태진, 2019, 4, 28). 둘째, 언론수용자와 언론인이 사회적으로 동등한 지위를 갖는다고 하더라도, 만남을 통해 얻고자 하는 목표가 다를 경우 언론인 접촉은 언론신뢰로 이어지지 않는다. 언론인과 인터뷰를 해본 각 분야의 전문가들이 토로하는 불만들 중 하나는 언론인이 자신의 관점이나 이해관계에 맞는 표현만 취사선택하거나 심지어 인터뷰 참여자의 의도와 상반되는 인터뷰 내용으로 왜곡되어 자신이 이용당했다고 느낀다는 점이다(강명구 외, 2001; 이준웅, 2019, 5, 19). 이는 언론인의 인터뷰 목적이 인터뷰 참여자가 생각했던 인터뷰 목적과 부합되지 않기 때문에 발생한 문제다. 언론인과 공통의 목표를 추구하고 있다는 믿음으로 인터뷰에 참여한 사람들이 겪은 이러한 ‘배신’의 경험이 누적될수록 언론인 및 언론에 대한 불신 역시 누적될 수밖에 없다.

그러나 아쉽게도 이러한 언론인에 대한 부정적 경험들과 관찰들은 두 가지 한계를 갖고 있다. 첫째, 대부분의 경험과 관찰들은 일화적 사건들(anecdotes)이며, 따라서 체계적인 조사결과라고 보기 어렵다. 다시 말해 언론불신과 관련하여 언급되는 언론인 접촉경험은 ‘부정적 경험’에만 과도하게 치우쳐서 보고되기 쉽다는 편향성에서 자유롭지 못하다. 둘째, 언급된 부정적 언론인 접촉경험들을 언급한 사람들은 홍보·광고 담당자, 지식인 등과 같이 특정한 사회집단에 치우쳐져 있다. 즉 일화적 경험들로는 일반 언론수용자들의 언론인 접촉경험 범위를 파악할 수 없으며, 무엇보다 언론인 접촉경험이 일반 언론수용자의 언론인식에 어떤 효과를 미치는지 가늠하기 어렵다.

다음으로 언론인과의 긍정적 접촉경험을 가능하게 만드는 두 가지 조건들을 살펴보자. 언론인 접촉을 통한 언론불신 극복을 위한 실천사례로 공공 저널리즘 운동(황용석, 2001; Rosen, 1994; Shepard, 1994)에 주목할 필요가 있다. 공공 저널리즘에서는 언론의 역할이 단순한 사실의 전달자를 넘어 언론독자인 지역거주민들과의 상호작용을 통해 이들의 이해와 목소리를 대변해야 한다고 강조한다. 즉 공공 저널리즘에 따르면 뉴스는 “언론인과 언론수용자의 협업을 통해 생성된

결과물”(Anderson et al., 1996, p. 165)이라는 점에서 ‘집단간 협력’이라는 세 번째 조건에 부합된다. 또한 미국의 지역신문사들을 중심으로 진행된 공공 저널리즘 운동은 타운십(township)으로 대표되는 미국의 지방자치 전통과 공동체주의(communitarianism)와 잘 부합된다는 점에서(황용석, 2001; Coleman, 1997), 역사적·문화적 측면에서의 ‘제도적 지원’도 상당부분 확보 가능했다. 공공 저널리즘의 위상과 역할에 대한 우려에도 불구하고(Coleman, 1997, pp. 71-73), 저널리즘 교육자들과 지역신문 편집장들은 전통적 저널리즘에 비해 공공 저널리즘에 기반한 언론 보도가 언론수용자들의 신뢰증진에 효과적이라고 믿고 있으며(Dickson et al., 2001, p. 57), 정규 저널리즘 교육과정으로 정착된 상황이다(Coleman, 1997, p. 71; Dickson et al., 2001, pp. 45-47). 국내의 경우 공공 저널리즘이 제안되고 실행된 미국의 언론환경과 역사적·문화적 전통이 다르지만(황용석, 2001; 최영·김춘식·Barnnet, 2004), 국내 언론인들 역시 기사작성을 위해 언론수용자와의 접촉과 상호작용의 필요성을 인식하고 있으며(강명구 외, 2001), 언론수용자들 역시 독자의 참여와 상호작용을 강조하는 공공 저널리즘 가치를 구현하는 언론사라고 인식할수록 보다 호의적(반현, 2007)이었다는 점에서 ‘집단간 협력’과 ‘제도적 지원’이라는 조건이 충족될 경우 언론수용자의 언론인 접촉은 언론불신을 감소시킬 것이라고 예상할 수 있다.

그러나 공공 저널리즘 프로젝트를 통해 언론수용자와 언론인이 접촉하는 경우, 그 만남은 ‘목적지향적(goal-oriented)’일 가능성이 높으며, 따라서 공공 저널리즘 프로젝트 참여의향을 보이는 언론수용자는 다른 일반적 언론수용자와 구별되는 독특한 성향을 갖고 있을 가능성이 높다. 다시 말해 공공 저널리즘 프로젝트에 참여한 언론수용자의 언론인 접촉경험의 효과가 일반적 언론수용자에게서도 나타날 것으로 기대하기 어렵다는 한계가 있다.

언론수용자의 언론인 접촉이 언론불신과 어떻게 연관될 수 있는가와 관련된 선행연구들을 종합할 때, 언론수용자의 언론인 접촉에 따른 언론불신 개선효과는 ‘어떤 조건에서 언론수용자-언론인이 서로 접촉했는가’에 따라 달라진다고 예상할 수 있다. 즉 언론인과의 만남이 불평등한 상황이거나(‘동등한 지위’ 위배) 혹은 언론인에 의해 자신의 이익이나 권리가 침해당하는(‘공동목표 추구’ 위배) 상황에서의 언론인 접촉경험은 부정적 접촉경험인식으로 이어져 언론불신 현상의 악화로 이어지지만, 언론인과 언론수용자가 협력적 상호작용(‘집단간 협력’ 충족) 상황에서의 언론인 접촉경험은 언론수용자의 긍정적 접촉경험인식을 낳으며 언론신뢰 증진으로 이어질 가능성이 높다.

이상의 논의들을 토대로 본 연구에서는 아래와 같은 연구문제와 연구가설을 제시하였다. 먼저 일반 언론수용자들의 언론인 접촉경험을 살펴본 선행연구들이 없다는 점에서 언론인 접촉경험이 얼마나 발생하는지, 그리고 언론인을 접촉해본 언론수용자는 어떤 사람인지 살펴볼 필요가 있다. 어쩌면 언론학자들이 일반인의 언론접촉경험에 주목하지 않은 이유는 언론인을 접해본 일

반수용자가 드물기 때문일지도 모른다. 최근에서야 언론인에 대한 부정적 낙인(소위 ‘기레기’ 등)이 확산되고, 간헐적으로나마 언론인과 부정적인 접촉경험(김종화, 2007, 4, 25; 윤태진, 2019, 4, 28; 이준웅, 2019, 5, 19)을 토로하는 의견들이 등장하고 있다는 점을 감안할 때, 언론인 접촉경험의 효과를 논의하기에 앞서 어느 정도의 어떤 특성을 갖는 언론수용자가 언론인을 접해본 경험이 있는지 먼저 점검할 필요가 있을 것이다. 이에 본 연구에서는 언론인을 접해본 경험이 있는 언론수용자는 어떤 특성을 갖고 있는지 [연구문제]를 통해 탐색해 보고자 하였다.

[연구문제] 언론인 접촉경험이 있는 언론 수용자는 어떤 특성(구체적으로, 인구통계학적 속성, 정치적 성향, 사회적 신뢰, 언론매체 이용행태 등)을 갖고 있는가?

또한 다음의 연구가설들을 통해 언론인 접촉경험이 언론신뢰에 어떠한 효과를 미치는지 살펴 보았다. 선행 접촉이론 연구결과들과 언론수용자의 언론인 접촉경험과 관련된 일화적 경험들과 공공 저널리즘 프로젝트 연구사례들의 결과를 종합할 때, 언론인 접촉경험이 긍정적인 경우는 언론에 대한 부정적 고정관념, 즉 언론불신이 감소할 것으로 기대할 수 있다. [연구가설 1]에서는 언론인 접촉경험이 전혀 없는 언론수용자들 역시 분석에 포함하였으며(즉, 언론수용자 집단 전체), [연구가설 2]에서는 언론인 접촉경험이 있는 언론수용자들만을 분석에 포함하였다(다시 말해 언론인을 접해 본 경험이 있는 언론수용자 집단).

[연구가설 1] (전체 언론수용자 집단 대상) 언론인 접촉경험을 긍정적으로 평가한 언론수용자는 언론접촉 경험이 없는 언론수용자에 비해 언론신뢰수준이 더 높을 것이다.

[연구가설 2] (언론인 접촉경험이 있는 언론수용자 대상) 언론인을 접촉한 언론수용자들 중 접촉 경험을 긍정적으로 평가할수록 언론신뢰수준이 더 높을 것이다.

3. 연구방법

1) 표본

본 연구에서는 한국언론진흥재단에서 2018년 10월 15일부터 19일까지 총 5일간에 걸쳐 실시한 “언론에 대한 신뢰도 조사”에 참여한 만 19세 이상의 대한민국 성인 862명의 설문응답을 분석하

였다. 해당 설문은 2015년도 통계청 센서스 결과를 토대로 성·연령·지역별 할당표집을 통해 수집되었다(응답률 23%). 설문응답자 중 남성은 429명, 여성은 433명으로 거의 동일하였으며, 20·30·40·50대 응답자 비율 역시 각각 23%, 24%, 28%, 25%로 엇비슷하였다. 또한 69%의 응답자가 대학졸업의 학력을 보유했으며, 석사 이상의 학위를 소지한 응답자는 11%, 고졸 이하의 학력을 가진 응답자는 16%였으며, 월 가계소득은 평균 400~500만원인 것으로 나타났다.

2) 변수측정

(1) 독립변수: 언론인 접촉경험

총 862명의 응답자들 중 일생동안 최소 한 차례 이상 언론인을 직접, 혹은 전화나 전자메일을 통해 접촉해 보았다고 응답한 사람들은 약 12%(n=107)였다. 언론인을 직접 접해본 응답자들에게는 접촉했던 언론인의 언론보도를 어떻게 평가하는지 추가로 측정하였다. 직접 접촉 언론인에 대한 평가를 위해 네 문항에 대한 응답자의 생각을 의미분별척도(semantic differential scale)를 이용하여 측정하였다. “접촉 언론인의 언론보도는 ...” ‘① 나에게 피해를 줬다 ~ ⑦ 나에게 도움을 줬다’, ‘① 불공정했다 ~ ⑦ 공정했다’, ‘① 부정직했다 ~ ⑦ 정직했다’, ‘① 무능했다 ~ ⑦ 유능했다’, 이들 네 문항에 대한 응답들은 높은 내적 일치도를 보여(Cronbach's $\alpha=0.82$) 단일문항으로 합산하였다.

언론인 접촉경험 유무와 접촉언론인에 대한 평가점수를 기반으로 다음과 같은 두 가지 ‘언론인 접촉경험’ 변수를 생성하였다. 첫째, 전체표본을 대상으로 한 분석에서는 언론인 미접촉집단(n=755)을 기준으로 언론인 접촉집단을 ‘접촉언론인 부정평가(접촉 언론인 평가 점수 평균 4점 미만, n=36)’, ‘접촉언론인 중립평가(접촉 언론인 평가 점수 평균 4점 이상 5점 미만, n=35)’, ‘접촉언론인 긍정평가(접촉 언론인 평가 점수 평균 5점 이상, n=36)’로 구분한 가변수 집단을 투입하였다. 둘째, 언론인 접촉 집단을 대상으로 한 분석에서는 접촉 언론인에 대한 평가 점수를 연속형 변수로 분석에 투입하였다(M=4.33, SD=1.18).

(2) 종속변수: 언론신뢰 관련 문항

언론신뢰의 다차원성을 포괄하기 위하여 언론신뢰를 ① 언론인 공신력 인식, ② 언론보도 공신력 인식, ③ 언론사 공신력 인식, ④ 자주 이용하는 언론사에 대한 평가, ⑤ 응답자 본인의 언론전반에 대한 신뢰, ⑥ 응답자가 추정한 타인의 언론전반에 대한 신뢰로 다각적으로 측정하였다. 첫째, ‘언론인 공신력 인식’이란 우리나라의 일반적 언론인에 대한 응답자의 공신력 인식수준을 의

미한다. 본 연구에서는 언론신뢰 관련 연구에서 널리 사용되는 가자아노와 맥그래스(Gaziano & McGrath, 1986)의 측정문항들을 사용하였다. 언론인 공신력 인식은 “우리나라 언론인”이 “공정하다”, “중립적이다”, “철저하다”, “정확하다”, “믿을 수 있다” 등의 다섯 가지 속성항목들에 대해 응답자들이 얼마나 동의하는지를 7점 리커트 척도를 이용해 측정하였다(Cronbach’s $\alpha = .94$, $M = 3.24$, $SD = 1.20$). 둘째, ‘언론보도 공신력 인식’은 우리나라 언론보도 전반에 대한 응답자의 공신력 인식수준을 뜻한다. 마찬가지로 가자아노와 맥그래스의 측정문항들을 사용하였으며, “우리나라 뉴스기사”가 “공정하다”, “중립적이다”, “철저하다”, “정확하다”, “믿을 수 있다” 등의 다섯 가지 속성항목들에 대해 응답자들이 얼마나 동의하는지를 7점 리커트 척도를 이용해 측정하였다(Cronbach’s $\alpha = .93$, $M = 3.47$, $SD = 1.14$).

셋째, ‘언론사 공신력 인식’은 우리나라 언론사 전반에 대한 응답자의 공신력 인식수준을 뜻한다. 언론인이나 언론보도 공신력 인식 측정방식과 마찬가지로 가자아노와 맥그래스의 측정문항들을 사용하였으며, “우리나라 언론사”가 “공정하다”, “중립적이다”, “철저하다”, “정확하다”, “믿을 수 있다” 등의 다섯 가지 속성항목들에 대해 응답자들이 얼마나 동의하는지를 7점 리커트 척도를 이용해 측정하였다(Cronbach’s $\alpha = .93$, $M = 3.32$, $SD = 1.15$). 넷째, ‘자주 이용하는 언론사에 대한 평가는 응답자가 자주 이용하는 언론사에 대한 응답자의 태도를 의미한다. 이를 위해 응답자에게 응답자 본인이 자주 이용하는 언론사에 대한 평가를 “내 목소리를 잘 대변한다”, “내 눈높이에 맞는 콘텐츠를 제공한다”, “내게 도움이 되는 정보를 제공한다”, “전문성 있는 콘텐츠를 제공한다”, “지속적으로 이용할 의사가 있다” 등의 다섯 개 진술문에 대해 얼마나 동의하는지 리커트 7점 척도를 이용하여 측정하였다(Cronbach’s $\alpha = .089$, $M = 4.91$, $SD = .90$).

끝으로 ‘응답자 본인의 언론신뢰’는 응답자가 생각하는 한국언론 전반에 대한 신뢰수준을 의미하며, ‘응답자가 추정한 타인의 언론신뢰’는 다른 사람들이 갖고 있을 것으로 응답자가 추정한(presumed; Gunther & Storey, 2003) 한국언론 전반에 대한 신뢰를 의미한다. 응답자 본인의 언론신뢰는 “100점 만점을 기준으로 귀하는 전반적인 우리나라 언론 보도를 어느 정도 믿을 수 있다고 생각하십니까?”에 대해, 그리고 응답자가 추정한 타인의 언론신뢰는 “귀하가 생각하시기에 우리나라 시민들은 100점 만점을 기준으로 일반적인 우리나라 언론 보도에 대해 얼마나 믿을 것이라고 생각하십니까?”에 대해 응답자가 부여한 점수로 측정하였다. 응답자 본인의 언론신뢰의 평균점수는 55.43점($SD = 21.93$)으로 응답자가 추정한 타인의 언론신뢰의 평균점수는 56.98점($SD = 20.19$)에 비해 다소 낮게 나타났다(대응표본 t 검증 결과 $t(861) = -2.96$, $p = .003$, Cohen’s $d = .10$).

(3) 통제변수

언론인 접촉경험이 언론신뢰에 미치는 효과를 살펴볼 때, 아래와 같은 가변수들을 통제변수로 분석에 투입하였다. 첫째, 응답자의 성별, 연령, 교육수준, 소득수준 등 인구통계학적 변수들을 통제변수로 투입하였다. 응답자의 성별은 가변수(남성=0, 여성=1)로 변환 후 투입하였으며, 연령, 교육수준, 소득수준은 연속형 변수로 가정한 후 통제변수로 투입하였다.

둘째, 응답자의 ‘정치적 이념성향(orientation)’ 및 ‘정치적 이념성향의 강도(strength)’를 통제하였다. 유럽이나 미국에서 수행된 선행연구들에 따르면 정치적으로 보수적인 시민들일수록 언론신뢰가 매우 낮으며(Benkler et al., 2018; Jones, 2004; Lee, 2010; Tsfati & Cohen, 2005), 이러한 현상은 박근혜 전대통령 탄핵심판 이후 한국에서도 비슷하다(김선호·백영민, 2018). 또한 적대적 매체지각(hostile media perception) 관련 선행연구들에서 누적적으로 확인되듯, 정치적 이념성향이 뚜렷할수록 언론보도를 불신하는 경향이 뚜렷하다(Tsfati & Cohen, 2005). 본 연구에서는 7점 리커트 척도(① 매우 진보적 ~ ⑦ 매우 보수적)를 기반으로 측정된 응답자의 정치적 이념성향 점수와 함께($M = 4.24, SD = 1.05$), 정치적 이념성향 점수에서 4점을 뺀 후 절댓값을 취하는 방식으로 정치적 이념성향의 강도 변수를 생성·투입하였다($M = .73, SD = .79$).

셋째, 응답자의 ‘사회적 신뢰(social trust)’ 점수를 통제하였다. 선행연구들에 따르면 일반적 타자에 대한 신뢰가 높은 사람이거나 사회전반에 걸쳐 신뢰수준이 높은 사회일수록 언론신뢰 역시도 높게 나타났다. 사회적 신뢰는 “누구라도 남을 믿는 만큼 보답을 받는다”, “우리나라 사람은 믿고 거래할 만하다”, “우리나라 사람은 타인을 이용하려 든다”, “다른 사람과 상대할 때는 언제나 주의해야 한다”의 네 진술문에 대한 응답자의 동의수준을 리커트 7점 척도를 이용하여 측정하였다. 분석에서는 세 번째와 네 번째 진술문에 대한 문항을 역코딩한 후, 네 가지 문항들에 대한 점수의 평균값을 투입하였다(Cronbach's $\alpha = .55, M = 3.44, SD = .75$).

끝으로 응답자가 가장 자주 접하는 언론사의 매체유형을 통제하였다. 개방형 질문(open-ended question)을 통해 응답자가 밝힌 가장 자주 접하는 언론사가 어떤 매체유형에 속하는지 분류하였다. 특별하게 자주 이용하는 언론사가 없거나 기억이 나지 않는다는 응답($n = 43$)을 기준집단으로 설정한 후, 특정 신문사나 잡지를 언급한 경우는 ‘신문매체’로($n = 160$), 지상파·종편·통신사를 언급한 경우는 ‘방송매체’로($n = 576$), 인터넷 포털이나 SNS($n = 83$)를 언급한 경우에는 ‘온라인매체’로 코딩한 세 개의 가변수를 분석모형에 투입하여 통제하였다.

2) 분석기법

언론인 접촉경험이 언론신뢰에 미치는 효과를 테스트하기 위해 오차상관통제회귀분석(SUR) 모형은 사용하였다. 본 연구에서는 언론신뢰를 언론인, 언론보도, 언론사, 언론전반 등으로 각각으로 측정하였다. 다시 말해 6개의 언론신뢰 관련 문항은 ‘언론신뢰’라는 동일개념을 측정하는 것이기 때문에 종속변수들 사이의 상관관계는 매우 높을 수밖에 없다. 이에 종속변수들 사이의 상관관계와 통제변수들이 각 종속변수에 미치는 효과를 통제된 후 독립변수의 효과를 테스트할 수 있는 오차상관통제회귀분석(SUR) 모형이 적합하다고 판단하였다.

4. 연구결과¹⁾

1) 언론인 접촉여부와 접촉경험 기술통계분석

언론인 접촉경험이 언론신뢰에 미치는 효과를 살펴보기에 앞서 “어떤 뉴스수용자가 언론인을 접촉하였는지” 그리고 “접촉한 언론인을 어떻게 평가하였는지” 탐색적으로 살펴보았다. 이를 위해 본 연구에서는 전체 응답자를 언론인 접촉경험이 없는 집단(‘언론인 미접촉집단’, $n = 755$)과 접촉경험이 있는 집단(‘언론인 접촉집단’, $n = 107$)으로 구분한 후, 접촉경험이 있는 응답자들을 접촉언론인에 대해 내린 평가점수를 기반으로 ‘접촉언론인 부정평가(4점 미만, $n = 36$)’, ‘접촉언론인 중립평가(4점 이상 5점 미만, $n = 35$)’, ‘접촉언론인 긍정평가(5점 이상, $n = 36$)’의 세 집단으로 세분하였다.

〈Table 1〉은 [연구문제 1]에 대한 탐색적 분석결과를 요약한 것으로, 언론인 접촉여부와 접촉경험에 따른 네 집단들이 인구통계학적 속성, 정치적 이념성향 및 이념성향 강도, 사회적 신뢰, 주요이용 미디어유형에서 어떻게 다른지 정리하였다. 〈Table 1〉에서 잘 드러나듯, 네 집단들은 성별, 연령, 교육수준, 정치적 이념성향 및 그 강도, 사회적 신뢰 수준에서는 두드러지는 차이가 없는 것으로 나타났다.

그러나 응답자의 소득수준에 따라서는 주목할 만한 차이가 나타났다. 먼저 언론인 접촉집단들($M_{부정평가} = 3.86$, $M_{중립평가} = 3.34$), 특히 접촉언론인 긍정평가 집단($M_{긍정평가} = 3.97$)은 언론인 비접촉집단에 비해 소득수준이 높게 나타났다($M_{비접촉} = 3.07$). 언론인 접촉경험에 대한 국내외의 실증연구가 부족한 상황이지만, 이 결과는 두 가지로 해석할 수 있다. 첫째, 언론수용

1) 본 논문의 연구결과를 보다 자세하게 살펴보고 싶은 독자는 주저자나 교신저자에게 문의하면 관련 설문조사 데이터를 얻을 수 있다.

자 입장에서 생각해 볼 때, 소득수준이 높을수록 인간관계의 범위와 사회적 교제의 빈도가 높아진다는 점에서 언론인 접촉경험이 높게 나타난 결과를 이해할 수 있다. 둘째, 언론인 입장에서 생각해 볼 때, 사회·경제적 지위가 높은 사람들이 주요 뉴스 정보원 혹은 취재원이기 때문에, 소득수준이 높은 응답자들에게서 언론인 접촉경험이 더 빈번하게 나타난 것으로 생각해 볼 수 있다.

Table 1. Descriptive statistics comparing people with experience of journalist contact and those have no experience

Source	Not experienced journalist contact (n = 755)	Experienced journalist contact (n = 107)			test statistic
		with negative feeling (n = 36)	with neutral feeling (n = 35)	with positive feeling (n = 36)	
Gender					
Male	48%	58%	60%	69%	$\chi^2(3) = 9.10$
Female	52%	42%	40%	39%	
Age					
Mean (SD)	40.14 (10.76)	40.78 (9.33)	41.26 (10.25)	42.25 (10.23)	$F(3, 858) = .57$ $\eta^2 = .002$
Educational achievement					
Below BA	22%	19%	17%	11%	$\chi^2(6) = 7.24$
BA degree	68%	72%	71%	67%	
Above BA	10%	8%	11%	22%	
Household income					
Mean (SD)	3.07 A (1.93)	3.86 AB (2.03)	3.34 AB (1.85)	3.97 B (1.95)	$F(3, 858) = 4.41^{**}$ $\eta^2 = .02$
Political ideology					
Mean (SD)	4.24 (1.04)	3.94 (1.07)	4.20 (1.08)	4.58 (1.25)	$F(3, 858) = 2.25$ $\eta^2 = .01$
Strength of ideology					
Mean (SD)	.72 (.79)	.72 (.78)	.71 (.83)	1.03 (.91)	$F(3, 858) = 1.75$ $\eta^2 = .01$
Social trust					
Mean (SD)	3.43 (.74)	3.49 (.96)	3.45 (.89)	3.76 (.56)	$F(3, 858) = 2.28$ $\eta^2 = .008$
Preferred media					
Not specified	4%	8%	6%	14%	$\chi^2(9) = 24.74^{NS}$
Print media	17%	22%	40%	25%	
Broadcasting	68%	64%	54%	50%	
Online media	10%	6%	0%	11%	

Note. $**p < .01$, $\chi^2(9) = 24.74^{NS}$ indicates there were no sufficient expected frequencies. Mean statistics sharing the same subscript are not statistically distinguished in Tukey's HSD (honest difference significance) test.

2) 언론인 접촉경험이 언론신뢰에 미치는 효과

오차상관통제회귀분석(SUR) 모형을 이용해 여섯 개 종속변수들의 상관관계와 통제변수들의 효과를 통제하였을 때, 언론인 접촉경험이 언론신뢰에 미치는 효과를 테스트한 결과는 <Table 2>와 같으며, 언론인 비접촉집단과 언론인 접촉경험별 세 집단의 언론신뢰 측정문항들의 평균은 <Figure 1>과 같다.

우선 접촉했던 언론인에 대해 부정적 혹은 중립적으로 평가했던 응답자의 언론신뢰수준은 언론인 미접촉집단의 언론신뢰수준과 비교하였을 때 통계적으로 크게 다르지 않은 것으로 나타났다. 그러나 <Figure 1> 및 <Table 2>의 상단에서 확인할 수 있듯, 접촉한 언론인을 긍정적으로 평가한 집단의 경우 언론인 미접촉집단에 비해 언론인, 언론보도, 언론사의 공신력 인식이 통계적으로 유의미하게 높게 나타났으며(차례대로, $b = .79, p < .001$; $b = .76, p < .001$; $b = .61, p < .01$), 언론수용자가 자주 이용하는 언론사에 대해 통계적으로 유의미하게 높은 긍정적 태도를 나타냈다($b = .44, p < .01$). 또한 접촉한 언론인을 긍정적으로 평가한 집단은 언론인 미접촉집단에 비해 응답자 자신의 언론신뢰수준이 높은 것은($b = 7.88, p < .05$) 물론이고 다른 사람들도 언론전반을 신뢰할 것으로 믿는 것으로 나타났다($b = 7.71, p < .05$). 언론인 접촉경험별 세 집단에 속한 응답자 규모가 매우 작다는 본 연구표본의 한계를 감안할 필요는 있으나, 적어도 <Table 2>의 결과는 [연구가설 1]은 경험적으로 지지하고 있다.

Table 2. Journalist contact experience and media trust (entire sample, $N = 862$)

Source	Perceived credibility in journalists	Perceived credibility in news reporting	Perceived credibility in news media corporations	Trust in own media	Trust in generalized media industry	Presumed trust in generalized media industry
Journalist contact experience (reference = no experience)						
Experienced with negative feeling (1~4, $n=36$)	-.29 (.19)	-.12 (.18)	-.38* (.18)	-.11 (.14)	-3.37 (3.60)	-2.33 (3.37)
Experienced with neutral feeling (4~5, $n=35$)	.25 (.20)	.30 (.19)	.25 (.19)	.07 (.14)	4.11 (3.66)	3.41 (3.43)
Experienced with positive feeling (5~7, $n=36$)	.79*** (.20)	.76*** (.19)	.61** (.19)	.44** (.14)	7.88* (3.66)	7.71* (3.43)
Gender (female=1)	.03 (.08)	.00 (.07)	-.05 (.07)	-.08 (.06)	1.53 (1.46)	1.34 (1.37)
Age	.00 (.00)	.01* (.00)	.01* (.00)	.02*** (.00)	.24*** (.07)	.26*** (.07)
Educational achievement	-.13** (.05)	-.11* (.04)	-.12** (.05)	-.07* (.03)	-2.15* (.88)	-.32 (.82)
Household income level	.01 (.02)	-.01 (.02)	.00 (.02)	.00 (.02)	-.05 (.41)	-.50 (.39)
Political ideology (higher=conservative)	-.04 (.04)	-.04 (.04)	-.05 (.04)	-.05† (.03)	.04 (.72)	-.61 (.68)
Strength of ideology	-.14**	-.15**	-.21***	.06†	-2.76**	-1.11

Source	Perceived credibility in journalists	Perceived credibility in news reporting	Perceived credibility in news media corporations	Trust in own media	Trust in generalized media industry	Presumed trust in generalized media industry
	(.05)	(.05)	(.05)	(.04)	(.95)	(.89)
Social trust	.44***	.42***	.41***	.11**	5.10***	3.14***
	(.05)	(.05)	(.05)	(.04)	(.96)	(.90)
Preferred media (reference=not specified)						
Print media	.22	.08	.15	.68***	6.98†	7.37*
	(.20)	(.19)	(.19)	(.14)	(3.67)	(3.44)
Broadcasting	.08	.02	.05	1.09***	9.41**	8.22**
	(.18)	(.17)	(.17)	(.13)	(3.38)	(3.17)
Online media	.00	-.03	.00	.86***	4.51	5.98
	(.21)	(.20)	(.20)	(.15)	(3.99)	(3.74)
Intercept	1.63***	2.05***	1.96***	3.53***	3.11***	38.27***
	(.25)	(.24)	(.24)	(.18)	(4.68)	(4.38)
R ²	.12***	.12***	.13***	.19***	.09***	.05***
Correlations between residuals of dependent variables						
Perceived credibility in journalists		.85***	.88***	.24***	.49***	.38***
Perceived credibility in news reporting			.84***	.24***	.52***	.42***
Perceived credibility in news media corporations				.22***	.50***	.40***
Trust in own media					.36***	.24***
Trust in generalized media industry						.72***

Note. Unstandardized coefficients of SUR (seemingly unrelated regression) reported with standard errors in parentheses.
† $p < .10$, * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

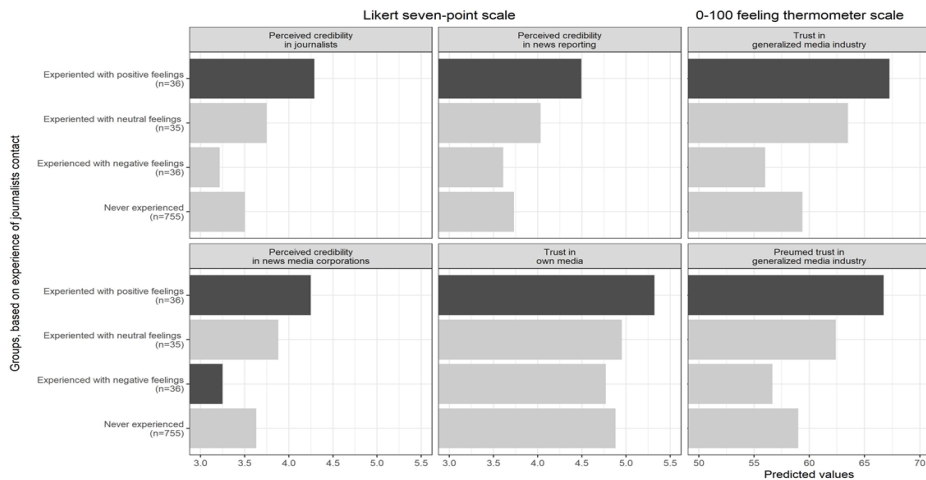


Figure 1. Journalists contact experience and its effects on measures of media trust

Note. If groups of journalists contact experience have statistically different predicted value than group of journalist contact, they are displayed with black bars.

다음으로 언론인 접촉경험이 있는 응답자들만을 대상으로 7점 리커트 척도로 측정된 접촉

언론인 평가가 언론신뢰에 미치는 효과가 어떤지를 살펴보는 [연구가설 2]에 대한 테스트 결과는 <Table 3>과 같다. <Table 3>의 상단에서 잘 드러나듯, 응답자들은 자신이 접촉했던 언론인을 긍정적으로 평가할수록 언론인, 언론보도, 언론사의 공신력을 높게 인식하였으며(차례대로, $b = .40, p < .001$; $b = .38, p < .001$; $b = .40, p < .001$), 자신이 자주 이용하는 언론사에 대해서도 긍정적인 태도를 보이는 것으로 나타났다($b = .21, p < .001$). 또한 접촉언론인에 대해 긍정적으로 평가할수록 응답자 본인의 언론신뢰 수준은($b = 6.19, p < .01$) 물론이고 추정된 타인의 언론신뢰수준도 높게 나타났다($b = 4.90, p < .01$). 언론인 접촉경험이 있는 응답자가 전체표본의 12%인 107명에 불과한 본 연구표본의 한계를 감안해야 하지만, <Table 3>의 결과에서 잘 알 수 있듯, [연구가설 2]는 지지되었다.

Table 3. Journalist contact experience and media trust (subsampling with journalist contact experience, $N = 107$)

Source	Perceived credibility in journalists	Perceived credibility in news reporting	Perceived credibility in news media corporations	Trust in own media	Trust in generalized media industry	Presumed trust in generalized media industry
Journalist contact experience (higher=positive)	.40*** (.10)	.38*** (.09)	.40*** (.10)	.21*** (.06)	6.16** (1.89)	4.90** (1.85)
Gender (female = 1)	-.04 (.26)	.04 (.23)	.07 (.25)	.25 (.16)	1.31 (4.67)	1.45 (4.58)
Age	-.03* (.01)	-.02 (.01)	-.01 (.01)	.03*** (.01)	.03 (.24)	.08 (.24)
Educational achievement	-.32* (.16)	-.32* (.14)	-.35* (.15)	-.03 (.10)	-3.61 (2.84)	-2.34 (2.79)
Household income level	-.02 (.07)	-.03 (.06)	.01 (.07)	-.01 (.04)	-.63 (1.29)	-.93 (1.27)
Political ideology (higher=conservative)	-.12 (.11)	-.05 (.10)	-.06 (.11)	-.07 (.07)	3.44† (1.95)	1.83 (1.92)
Strength of ideology	.06 (.15)	.02 (.14)	-.09 (.15)	-.02 (.09)	-2.77 (2.77)	-1.26 (2.72)
Social trust	.51*** (.15)	.45*** (.13)	.40** (.15)	.00 (.09)	3.24 (2.69)	2.77 (2.64)
Preferred media (reference=not specified)						
Print media	.39 (.47)	.05 (.42)	.03 (.47)	.28 (.29)	6.62 (8.55)	2.45 (8.40)
Broadcasting	-.07 (.44)	.11 (.39)	-.05 (.43)	.69** (.27)	13.11† (7.87)	8.18 (7.73)
Online media	-.31 (.66)	-.32 (.59)	-.40 (.64)	.84* (.40)	3.14 (11.83)	-4.41 (11.62)
Intercept	-.17 (.77)	.43 (.69)	.40 (.75)	3.45*** (.47)	12.46 (13.83)	24.26† (13.59)
R^2	.30***	.30***	.24***	.28***	.20***	.13***

Correlations between residuals of dependent variables

Source	Perceived credibility in journalists	Perceived credibility in news reporting	Perceived credibility in news media corporations	Trust in own media	Trust in generalized media industry	Presumed trust in generalized media industry
Perceived credibility in journalists		.87***	.91***	.06	.46***	.24**
Perceived credibility in news reporting			.88***	.14	.47***	.26**
Perceived credibility in news media corporations				.16†	.52***	.32***
Trust in own media					.29**	.29***
Trust in generalized media industry						.80***

Note. Unstandardized coefficients of SUR (seemingly unrelated regression) reported with standard errors in parentheses.

† $p < .10$, * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

〈Table 2〉와 〈Table 3〉, 〈Figure 1〉의 결과는 언론수용자가 언론인을 직접 접촉한 후 언론인의 보도를 긍정적으로 평가할수록 언론인, 언론보도, 언론사, 언론전반에 걸친 언론신뢰가 증진된다는 점을 잘 보여주고 있다. 그러나 본 연구표본에 언론인을 접촉한 언론수용자수가 많지 않다는 점에서 분석결과는 조심스럽게 받아들여질 필요가 있다.

5. 논의 및 결론

언론신뢰의 하락은 전세계적으로 나타나는 현상이지만, 우리나라는 다른 국가들에 비해 언론불신 현상이 훨씬 더 심하다. 본 연구에서는 언론신뢰를 회복하기 위한 현실적·실천적 함의를 얻고자 하였다. 거시적 시대변화, 미디어 산업구조 변화, 언론수용자의 정보처리과정에서 나타나는 심리적 편향, 한국 고유의 역사적 상황 등 언론불신 현상의 발생이유들을 밝히는 데 주목하는 기존 연구들과 달리, 본 연구에서는 기존 연구들에서 그다지 주목하지 않았던 ‘언론수용자의 언론인 접촉경험’에 주목하였다. 외집단에 대한 부정적 고정관념이나 편견을 해소하는 데 기여한 사회심리학 이론인 ‘접촉이론’(Allport, 1954)을 기반으로 언론인을 직접 만나본 일반 언론수용자들은 어느 정도이며 어떤 특성을 갖고 있는지를 살펴본 후, 언론인과의 접촉경험에 따라 언론신뢰가 어떻게 다르게 나타나는지를 설문조사 결과를 통해 살펴보았다. 주요 연구결과들의 실천적·이론적 함의들을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 다양한 차원의 언론신뢰 항목들에서 일관적으로 나타나듯, 언론인과의 접촉경험이 긍정적일 경우 언론신뢰가 증가하는 것으로 나타났다. 즉 접촉이론은 언론인에 대한 언론수용자의 부정적 인식을 완화·개선하는 데 유용한 사회심리학 이론임을 실증적으로 확인할 수 있었다.

물론 표본 내에서 언론인 접촉경험이 있는 언론수용자 규모가 매우 작다는 한계점을 고려할 필요가 있다. 하지만 언론인과의 긍정적인 접촉경험을 가진 언론수용자들은 언론인에 대한 신뢰가 높을 뿐만 아니라 언론보도 일반, 자신이 주로 이용하는 언론사, 언론사 전반에 대한 신뢰도 높으며 무엇보다 다른 사람들도 언론을 신뢰할 것으로 추정한다는 결과에 주목할 필요가 있다. 다시 말해 언론수용자-언론인의 접촉경험이 긍정적일 경우 언론전반에 대한 신뢰가 증가하였다. 물론 본 연구에서는 연구표본의 규모도 작으며 응답자가 어떤 상황에서 어떤 목적으로 언론인과 접촉했는지에 대해 조사하지 못했다는 명백한 한계가 있다. 그러나 본 연구결과는 언론인과의 접촉경험 효과가 단순히 언론수용자가 접촉해 본 언론인에만 국한되지 않는다는 것을 명확하게 보여준다. 왜냐하면 만약 언론수용자가 자신이 접한 언론인을 단순히 ‘좋은 개인’으로만 인지했다면, 언론보도나 언론 전반, 특히 다른 응답자가 생각하는 언론신뢰가 높게 나타나지 않았을 것이기 때문이다. <Table 2>, <Table 3>, <Figure 1>의 결과들은 적어도 현재의 언론환경에서 언론인과 언론수용자의 접촉만으로 “우리 쪽 언론은 믿을 만하지만 저들 쪽 언론은 믿을 수 없다”는 언론신뢰의 양극화 현상은 나타나지 않는다는 사실을 조심스럽게 암시하고 있다. 특정한 소수인종과의 긍정적 경험이 소수인종 전체에 대한 긍정적 인식으로 이어질 수 있듯, 언론인과의 긍정적 경험은 언론전반에 대한 긍정적 인식을 낳을 수 있다.

이런 점에서 본 논문에서는 언론불신을 극복하기 위한 실천적 첫걸음으로 개별 언론인 수준에서 일반 언론수용자들을 적극적으로 만나고 언론보도과정에 참여시킬 것을 제안하고자 한다. 미디어 환경의 변화와 함께 규격화된 글쓰기, 소위 ‘출입처’ 위주의 언론보도 등과 같은 전통적 언론보도과정은 변하고 있다. 일반 언론수용자를 언론보도과정에 참여시키려는 시도는 공공 저널리즘 운동으로 언론보도 및 교육현장에 이미 정착된 상황이며(Dickson et al., 2001), 단순히 언론수용자의 참여를 촉구하는 것을 넘어 최근에는 ‘솔루션 저널리즘(solutions journalism)’(Curry & Hammonds, 2014) 혹은 ‘민원해결 저널리즘’(강준만, 2019, 4, 18)과 같이 언론이 언론수용자들이 직면한 사회적 문제들을 조사한 후 구체적인 해결책을 제시할 수 있도록 언론사의 조직목표와 운영방식 등을 근본적으로 바꾸어야 한다는 주장도 제기되고 있다. 본 논문저자들은 여러 연구들에서 제안된 언론조직이나 제도에 대한 혁신적 변화가 불필요하다고 주장하는 것이 결코 아니다. 그러나 언론조직과 제도 혁신은 선부르게 시도하는 것이 쉽지 않으며, 무엇보다 전통적인 언론가치와 기능과 갈등을 일으킬 가능성이 높다. 반면 언론인 수준에서 일반 언론수용자와의 인간적 접촉반경을 늘리고, 언론인의 재량권 범위 내에서 언론보도과정에 일반시민과의 접촉경험을 반영하는 것은 언론불신 개선 문제를 심각하게 고민하고 있는 언론인 개인수준에서 어느 정도 실천가능하다. 실제로 유튜브(youtube.com) 등의 SNS 계정 개설²⁾을 통해 일

반 언론수용자와 적극적으로 접촉하려는 일선기자들 역시 증가하는 추세이며(김고은, 2018, 11, 2), 이들 일선기자들에 대한 SNS 구독자들의 평가(예를 들어 유튜브의 ‘댓글 읽어주는 기자들’에 대한 댓글들)은 ‘선별적 노출’이나 ‘확증편향과 같은 심리적 편향을 고려할 필요는 있겠으나 상당히 호의적이다. 본 연구결과는 언론산업의 위기와 언론신뢰 붕괴라는 거시적 현상을 ‘언론수용자-언론인 접촉경험’이라는 개인적이고 미시적인 실천방안으로 극복할 수 있을지 논의하기 위한 첫걸음에 불과하며, 접촉경험이 발생하는 주제, 상황, 조건, 맥락 등과 관련된 복잡한 상황에 대한 향후 연구가 필수적일 것이다.

언론신뢰와 접촉이론을 접합시킨 결과 외에도 [연구문제 1]과 관련된 탐색적 연구결과들 중 다음의 두 가지는 눈여겨 볼 필요가 있다. 둘째, 언론인을 직접 접촉해본 경험이 있는 언론수용자들은 12%로 10%를 약간 넘는 수준이었다. 12%라는 비율을 해석할 때 먼저 생각해 볼 것은 우리나라의 객관적인 언론환경이다. 한국은 문맹률이 0%에 가깝고 방송·통신 인프라가 매우 잘 갖추어져 있다. 또한 2017년 기준 전체인구 약 1,600명당 기자는 1명으로, 다른 나라에 비해 인구당 언론인 비율이 매우 높은 편이다(김효정, 2013, 1, 21).³⁾ 물리적 언론환경이 매우 잘 갖추어져 있으며 언론인의 비중이 매우 높다는 점을 감안할 때, 대면으로 혹은 전화나 전자메일을 통해 언론인과 직접 접촉해본 언론수용자 비율이 12%라는 점은 상당히 낮은 수치라고 보는 것이 타당하다. 언론수용자와 언론인의 접촉빈도가 낮다는 것은 언론인의 생활세계와 언론수용자의 생활세계가 분리되어 있다는 점을 암시한다. 의사결정에서 배제된 사회적 집단일수록 의사결정기관에 대한 불신과 냉소가 나타나기 쉽다. 이런 점에서 유독 한국에서 강하게 나타나는 언론불신은 언론인과 일반 언론수용자의 사회적 거리감을 나타낸다고 볼 수 있다.

셋째, 언론인을 접해본 언론수용자들은 언론인을 접해본 적이 없는 언론수용자들에 비해 전반적으로 소득수준이 높게 나타났으며, 소득수준이 높은 언론수용자일수록 접촉한 언론인을 긍정적으로 평가하는 것으로 나타났다. 본 연구의 데이터가 ‘언론수용자-언론인’의 접촉을 다룬다는 점에서, 접촉을 주도한 사람은 언론수용자일 수도(이를테면, 기사를 제보하는 경우) 혹은 언론인일 수도 있다(예를 들어, 인터뷰 요청에 응하는 경우). 언론수용자와 언론인 중 누가 주도

2) SNS를 매개로 한 언론수용자-언론인 상호작용 분야 연구를 위한 이론적 사전작업은 아직 충분하지 않은 상황이다. 예를 들어 SNS 공간에서의 언론인 활동을 어떻게 봐야 하는가(이를테면 특정 정치적 입장을 옹호하고 반대편을 공격하는 언론인의 영상·음성을 정기적으로 접하는 언론수용자의 언론인 접촉을 과연 ‘집단지간 접촉’으로 보아야 할지, 아니면 ‘정치적 동원’으로 보아야 할지), SNS 공간에서 활동하는 사람들 중 어떤 사람을 언론인이라고 규정해야 하는가(이를테면 ‘알릴레오’의 유시민이나 ‘홍키쿨라’의 홍준표를 언론인으로 보아야 할지, 아니면 정치인으로 보아야 할지) 등에 대해서는 충분한 논의는 고사하고, 학문적인 관심조차 거의 없다.

3) 2017년을 기준으로 등록기자는 총 32,243명이다(한국언론재단, 2018). 2017년 한국인구는 약 5,147만 명이었다.

하여 접촉이 성사되었는지에 대한 실증데이터가 없는 것이 아쉽지만, 본 연구결과는 소득이 높은 사람일수록 언론인, 더 나아가 언론보도과정에 참여 혹은 개입할 수 있는 가능성이 더 높다는 것을 암시한다. 더구나 언론인과 접촉했던 사람들 가운데에서도 소득이 높을수록 언론인을 긍정적으로 평가한 사람이 많았다는 사실은 언론불신과 관련하여 주목할 필요가 있다. 소득이 낮을수록 뉴스이용량이 적고 뉴스에 대한 신뢰가 낮은 현상(Bennet, 2016)은 어쩌면 언론인이 경험하고 묘사하는 세계가 소득수준이 높은 이용자들의 생활세계를 반영할 뿐 소득수준이 낮은 이용자들의 생활세계를 반영하지 못하기 때문일지도 모른다(윤태진, 2019, 6, 23).

선행연구에서 주목하지 않았던 언론인과의 접촉과 언론신뢰의 관계를 최초로 다루었다는 의의에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계들에서 자유롭지 못하다. 첫째, 언론인과의 접촉이 발생한 상황적 특징들을 측정하지 못하였다. 접촉이론에서 강조하듯, 집단간 접촉만으로는 외집단에 대한 부정적 인식이 감소하지 않는다. 이론적 논의 부분에서 상술했듯, 집단간 접촉은 '동등한 지위', '공통목표 추구', '집단간 협력', '제도적 지원'이라는 조건들이 충족된 상황에서만 긍정적 효과로 이어진다. 안타깝게도 본 연구에서는 언론수용자가 언론인과 어떤 식으로 상호작용 했는지에 대해서는 조사하지 못한 채, 언론수용자가 언론인 접촉경험을 어떻게 평가했는지만 측정하는 데 머물렀다. 다시 말해 언론신뢰 회복을 위해서는 언론수용자-언론인의 접촉경험이 긍정적이어야 한다는 것을 발견했지만, 언론인이 언론수용자와 어떤 상황에서 접촉할 때 긍정적 접촉경험으로 이어질지에 대해서는 구체적인 연구결과를 제시하는 데 실패하였다. 언론수용자-언론인과의 긍정적 접촉경험이 일어나는 조건을 확정하는 일은 언론신뢰 증진에 효과적인 제도적 보완장치를 이끌어 내는 데 필수적이다. 이 연구는 언론신뢰 회복방안에 구체적인 결과를 제시하지 못하였다는 비판에서 자유로울 수 없으며, '긍정적 접촉경험 발생조건'에 대한 실증적 향후 연구가 반드시 진행되어야 한다. 그러나 다행스럽게도 비록 실증적 연구결과는 없으나 질적 연구방법을 활용한 연구들이나 인터뷰 결과를 통해 접촉이론에서 언급하는 '긍정적 접촉경험 발생 조건'이 언론신뢰 회복 영역에서도 적용 가능할 수 있다는 단초를 얻을 수 있다. 소수의 인터뷰 사례에 근거하였다는 한계가 있으나, 현직 언론인들은 단편적인 취재과정이나 적대적인 비판 기사 작성 과정이 아닌 현장취재, 심층취재 등을 통해 언론인을 경험해본 사람들일수록 언론인을 신뢰할 것이라고 믿는 것으로 나타났다(김위근·안수찬·백영민, 2018). 향후 연구에서는 언론수용자-언론인의 접촉상황, 접촉상황에 대한 언론수용자와 언론인의 사전기대, 상호작용 양상, 접촉경험 인식, 언론인의 보도내용에 대한 언론수용자의 사후평가 및 반응 등이 어떻게 연관되어 있는지 살펴볼 필요가 있다.

둘째, 본 연구의 데이터는 횡단적 설문자료로 언론인과의 접촉경험과 언론신뢰, 특히 여러

영역의 언론신뢰와의 인과관계를 살펴보는 데 한계가 있었다. 다시 말해 언론인과의 접촉이 긍정적이었기 때문에 언론신뢰가 높아진 것이 아니라, 언론신뢰가 높은 사람들이 언론인과의 접촉을 긍정적으로 인식하고 있었을 가능성도 배제하기 어렵다. 또한 설혹 언론인과의 접촉경험이 언론신뢰의 원인이라고 하더라도, 현재의 횡단적 설문자료 분석결과로는 ‘특정 언론인’에 대한 긍정적 인식이 어떤 단계와 과정을 거쳐 ‘일반적 언론인’은 물론 ‘전반적 언론보도’나 ‘언론사 조직’에 대한 신뢰로 발전했는지 구체적인 답을 제시하기는 어렵다.

셋째, 언론인 접촉경험이 있었던 일반수용자의 규모가 작아 안정적인 데이터 분석결과를 얻었다고 보기 어렵다. 언론인 접촉경험이 있었던 응답자는 107명에 머물러 통계적으로 안정적인 모형추정치를 얻었다고 보기 어려우며, 더욱이 언론인 접촉경험에 대한 평가를 이용하여 집단을 세분화하면 집단별 응답자 수는 35~36명에 불과하여 연구결과를 일반화시키기 매우 어렵다. 하지만 기존 연구에서 주목한 바 없었던 일반 언론수용자의 언론인 접촉경험이라는 새로운 현상을 살펴보았다는 점에서 본 연구결과의 ‘기술적(descriptive)’ 가치는 어느 정도 확보되었다고 할 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 더 큰 규모의 설문표본을 확보하거나 혹은 언론인 접촉경험이 있는 응답자를 표적표집(purposive sampling)하는 방식으로 보다 안정적인 실증결과를 도출할 필요가 있다.

‘공통목표’를 향해 ‘협력’했던 상대를 신뢰하는 것은 자연스러운 현상이다. 모든 커뮤니케이션 과정이 그러하듯, 본질적으로 언론보도는 언론수용자에게 소비되고 받아들여질 때 최종 목적을 달성할 수 있다. 본 연구는 언론인과 언론수용자의 인간적 접촉경험이 언론신뢰 회복을 위한 작을지라도 의미있는 해결책임을 실증하고 있다.

References

- Allport, G. W. (1954) *The nature of prejudice*. Cambridge, MA: Addison-Wesley.
- Anderson, R., & Dardenne, R. (1996). The American newspaper as the public conversational commons. *Journal of Mass Media Ethics, 11*, 159-165. doi:10.1207/s15327728jmme1103_4
- Baek, Y. M. (2016). The emergence of populism in the crisis of representative democracy in the world: Communication perspective. *Communication Theories, 12*(4), 5–57.
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science, 348*, 1130-1132. doi:10.1126/science.aaa1160
- Ban, H. (2007). Audience perception and trust toward civic journalism in online and offline news media. *The Journal of Political Science & Communication, 10*(2), 297-316.
- Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). *Network propaganda: manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. New York: Oxford University Press.
- Bennett, W. L. (2016). *News: The politics of illusion*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Bryant, J., & Davies, J. (2008). Selective exposure. In Donsbach, W. (Ed.), *The international encyclopedia of communication* (pp. 4544–4550). Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell.
- Choi, Y., Kim, C. S., & Barnett, G. A. (2004). Public journalism practices in the online environments in Korea and the United States. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies, 48*(5), 110-137.
- Coleman, R. (1997). The intellectual antecedents of public journalism. *Journal of Communication Inquiry, 21*, 60-76. doi:10.1207/s15327728jmme1103_4
- Coleman, S. (2012). Believing the news: From sinking trust to atrophied efficacy. *European Journal of Communication, 27*, 35–45. doi:10.1177/0267323112438806
- Curry, A. L., & Hammonds, K. H. (2014). The power of solutions journalism. *Solutions Journalism Network, 7*, 1-14. Retrieved from https://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2014/06/ENP_SJN-report.pdf
- Dickson, T., Brandon, W., & Topping, E. (2001). Editors, educators agree on outcomes but not goals. *Newspaper Research Journal, 22*, 44-56. doi:10.1177/073953290102200405
- Dougherty, G. W., Lindquist, S. A., & Bradbury, M. D. (2006). Evaluating performance in state judicial institutions: Trust and confidence in the Georgia judiciary. *State and Local Government Review, 38*, 176-190. doi:10.1177/0160323X0603800305

- Gaziano, C., & McGrath, K. (1986). Measuring the concept of credibility. *Journalism Quarterly*, 63, 451-462. doi:10.1177/107769908606300301
- Gunther, A. C., & Storey, J. D. (2003). The influence of presumed influence. *Journal of Communication*, 53, 199-215. doi:10.1111/j.1460-2466.2003.tb02586.x
- Horton, D., & Richard Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19, 215-229. doi:10.1080/00332747.1956.11023049
- Hwang, Y. S. (2001). Civic journalism. *Kwanhun Journal*, 80, 115-124.
- Jones, D. A. (2004). Why Americans don't trust the media: A preliminary analysis. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 9, 60-75. doi:10.1177/1081180X04263461
- Kang, A. Y. (2018, October 18). The news media think they will not go bankruptcy even if trust in news media declines. *Proceedings of Journalists Association of Korea*. Retrieved from <http://www.journalist.or.kr/news/article.html?no=44958>
- Kang, J. M. (2019, April 18). For 'the journalism for civil petitions'. *Hankyoreh*, p. 26.
- Kang, M. K., Yang, S. M., & Uhm, K. Y. (2001). *Trust in Korean press: A analysis of crisis and a way to overcome them*. Seoul: Korea Press Foundation.
- Kim, G. E. (2018, November 2). Journalists turning into creators: "There is a future on YouTube". *Newspaper & Broadcasting*, 575, 6-9.
- Kim, H. J. (2013, January 21). 1 journalist per 2,300 people: Is Korea the journalist republic? *Weekly chosun*, 2241. Retrieved from <http://weekly.chosun.com/client/news/viw.asp?ctcd=&nNewsNumb=002241100007>
- Kim, J. H. (2007, April 25). "The press is asking too much for sponsorship". *Media Today*. Retrieved from <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=56517>
- Kim, S. E. (2006). Democracy and media trust: A theoretical search for a normative model of contemporary Korean media. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 50(5), 55-78.
- Kim, S. E. (2014). Problems in the press and the politics landscape created by polinalists in Korea. *Kwanhun Journal*, 132, 77-85.
- Kim, S. H., & Baek, Y. M. (2018). The effects of fact-check news on political allegations during the presidential election: Persuasion or boomerang effect? *Journal of Communication Research*, 55(1), 161-194.
- Kim, W. G., Ahn, S. C., & Baek, Y. M. (2018). *Journalism trust in Korea: Diagnosis and prescription*. Seoul: Korea Press Foundation.

- Korea Press Foundation (2018). *2018 Newspaper industry status research*. Seoul: Korea Press Foundation.
- Lee, S. M. (2019). *How do sensationalism and deceptiveness of the headlines affect intentions to use news?: Mediating roles of perceptions of the news quality and news-induced emotions*. Unpublished doctoral dissertation, Yonsei University, Seoul, Korea.
- Lee, T. T. (2010). Why they don't trust the media: An examination of factors predicting trust. *American Behavioral Scientist*, *54*, 8-21. doi:10.1177/0002764210376308
- Livio, O., & Cohen, J. (2018). 'Fool me once, shame on you': Direct personal experience and media trust. *Journalism*, *19*, 684-698. doi:10.1177/1464884916671331
- Mariani, M., & Glenn, B. J. (2014). Simulations build efficacy: Empirical results from a four-week congressional simulation. *Journal of Political Science Education*, *10*, 284-301. doi:10.1080/15512169.2014.921623
- McChesney, R. D. (2004). *The problem of the media: US communication politics in the twenty-first century*. New York: New York University Press.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, *36*, 176-187. doi:10.1086/267990
- Mitchell, A., Simmons, K., Matsa, K. E., & Silver, L. (2018). Publics globally want unbiased news coverage, but are divided on whether their news media deliver. Retrieved from <http://www.pewglobal.org/2018/01/11/publics-globally-want-unbiased-news-coverage-but-are-divided-on-whether-their-news-media-deliver/>
- Napoli, P. M. (2011). *Audience evolution: New technologies and the transformation of media audiences*. New York: Columbia University Press.
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of General Psychology*, *2*, 175-220. doi:10.1037/1089-2680.2.2.175
- Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence a theory of public opinion. *Journal of Communication*, *24*, 43-51. doi:10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x
- Park, J. K. (2015). An ethical introspection on Korean journalism's incredibility and its alternative efforts. *The Korean Journal of Christian Social Ethics*, *33*, 37-73.
- Pettigrew, T. F. (1998). Intergroup contact theory. *Annual Review of Psychology*, *49*, 65-85. doi:10.1146/annurev.psych.49.1.65
- Pettigrew, T. F., & Tropp, L. R. (2006). A meta-analytic test of intergroup contact theory. *Journal of*

Personality and Social Psychology, 90, 751-783. doi:10.1037/0022-3514.90.5.751

Pettigrew, T. F., Tropp, L. R., Wagner, U., & Christ, O. (2011). Recent advances in intergroup contact theory. *International Journal of Intercultural Relations*, 35, 271-280.

doi:10.1016/j.ijintrel.2011.03.001

Picard, R. (2000). Audience fragmentation and structural limits on media innovation and diversity. In Van Cuilenburg, J. & Van der Wurff, R. (Eds.), *Media & open societies: Cultural, economic and policy foundations for media openness and diversity in East and West* (pp. 180-191). Amsterdam, Netherlands: Het Spinhuis.

Prior, M. (2007). *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. New York: Cambridge University Press.

Reuters Institute for the Study of Journalism. (2018). *Digital news report 2018*. Retrieved from <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475>

Rhee, J. W. (2003). Mass communication effects of the 'Hanliu': Impacts of the Chinese's use of Korean cultural products upon the attitudes towards Korea and intention to buy Korean products. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 47(5), 5-35.

Rhee, J. W. (2019, May 19). How to make a phone with journalists. *The Kyunghyang Shinmun*, p. 31.

Rosen, J. (1994). Making journalism more public. *Critical Studies in Mass Communication*, 11, 363-388.

Schiappa, E., Gregg, P. B., & Hewes, D. E. (2005). The parasocial contact hypothesis. *Communication Monographs*, 72, 92-115. doi:10.1080/0363775052000342544

Shepard, A. C. (1994). The gospel of public journalism. *American Journalism Review*, 16, 28-35.

Tsfati, Y., & Cohen, J. (2005) Democratic consequences of hostile media perceptions: The case of Gaza settlers. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 10, 28-51.

doi:10.1177/1081180X05280776

Vallone, R. P., Ross, L., & Lepper, M. R. (1985). The hostile media phenomenon: biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 577-585. doi:10.1037/0022-3514.49.3.577

Van Zoonen, L. (2012). I-Pistemology: Changing truth claims in popular and political culture. *European Journal of Communication*, 27, 56-67. doi:10.1177/0267323112438808

Williams, B. A., & Delli Carpini, M. X. (2011). *After broadcast news: Media regimes, democracy, and the new information environment*. New York: Cambridge University Press.

Yoon, T. J. (2019, April 28). Journalists are worse than 'Giregi'. *The Kyunghyang Shinmun*, p. 31.

Yoon, T. J. (2019, June 23). Where do journalists see the world? *The Kyunghyang Shinmun*, p. 31.

최초 투고일 2019년 8월 9일

게재 확정일 2019년 10월 8일

논문 수정일 2019년 10월 10일

부록

- 강명구·양승목·엄기열 (2001). <한국언론의 신뢰도: 위기 현황 분석과 극복 방안>. 서울: 한국언론재단.
- 강아영 (2018, 10, 18). 언론, 신뢰도 하락해도 망하지 않는다는 생각 갖고 있어. 한국기자협회. Retrieved from <http://www.journalist.or.kr/news/article.html?no=44958>
- 강준만 (2019, 4, 18). '민원해결 저널리즘'을 위하여. <한겨레>, 26면.
- 김고은 (2018, 11, 2). 크리에이터로 변신하는 기자들: "유튜브에 미래가 있다". <신문과 방송>, 575호, 6-9.
- 김선호·백영민 (2018). 19대 대선 기간 후보자 간 의혹제기에 대한 팩트체크 뉴스의 설득효과: 팩트체크 뉴스 판정결과와 지지후보를 중심으로. <언론정보연구>, 55권 1호, 161-194.
- 김세은 (2006). 민주주의와 언론의 신뢰: '옳은' 언론과 '좋은' 언론에 대한 이론적 모색. <한국언론학보>, 50권 5호, 55-78.
- 김세은 (2014). '폴리널리스트'가 만들어내는 한국 언론과 정치 지형의 문제. <관훈저널>, 132권, 77-85.
- 김위근·안수찬·백영민 (2018). <한국의 언론 신뢰도: 진단과 처방>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 김종화 (2007, 4, 25). "언론사 협찬요구 해도 너무 한다". <미디어오늘>. Retrieved from <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=56517>
- 김효정 (2013, 1, 21). 인구 2300명당 1명 대한민국은 기자공화국? <주간조선>, 2241호. Retrieved from <http://weekly.chosun.com/client/news/viw.asp?ctcd=&nNewsNumb=002241100007>
- 박종균 (2015). 한국 언론의 신뢰성 문제에 대한 윤리적 성찰과 대안 모색. <기독교사회윤리>, 33집, 37-73.
- 반현 (2007). 온라인, 오프라인 뉴스 미디어의 시민저널리즘 역할에 대한 수용자 평가와 신뢰도 연구. <정치정보연구>, 10권 2호, 297-316.
- 백영민 (2016). 커뮤니케이션 관점으로 본 포폴리즘의 등장과 대의 민주주의 위기. <커뮤니케이션 이론>, 12권 4호, 5-57.
- 윤태진 (2019, 4, 28). '기레기'보다 나쁜 기자들. <경향신문>, 31면.
- 윤태진 (2019, 6, 23). 기자들은 어디서 세상을 보는가. <경향신문>, 31면.
- 이선민 (2019). <헤드라인 선정성과 기만성이 뉴스 품질과 정서를 매개로 뉴스 이용의도에 미치는 효

- 과>. 연세대학교 커뮤니케이션대학원 박사학위논문.
- 이준웅 (2003). 한류의 커뮤니케이션 효과: 중국인의 한국 문화상품 이용이 한국에 대한 인식과 태도에 미치는 영향. <한국언론학보>, 47권 5호, 5-35.
- 이준웅 (2019, 5, 19). 기자와 전화하는 법. <경향신문>, 31면.
- 최영 · 김춘식 · George A. Barnett. (2004). 온라인 시민 저널리즘 실천에 관한 한미 간 비교연구. <한국언론학보>, 48권 5호, 110-137.
- 한국언론진흥재단 (2018). <2018 신문산업 실태조사>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 황용석 (2001). 시민저널리즘. <관훈저널>, 80권, 115-124.

**언론수용자의 언론인 접촉경험과 언론신뢰:
언론인접촉-언론신뢰 가설에 대한 실증 테스트**

백영민

(연세대학교 언론홍보영상학부 부교수)

인수찬

(고려대학교 언론학 박사과정 / 한겨레 기자)

김위근

(한국언론진흥재단 미디어연구센터 선임연구위원)

언론신뢰 하락현상은 전세계적으로 나타나지만, 다른 국가들에 비해 우리나라에서는 상황이 더 심각하다. 본 연구에서는 언론신뢰를 회복하기 위한 현실적·실천적 함의를 얻고자 하였다. 거시적 시대변화, 미디어 산업구조 변화, 언론수용자의 정보처리과정에서 나타나는 심리적 편향, 한국 고유의 역사적 상황 등 언론 불신 현상의 발생이유들을 설명했던 기존 연구들과 달리, 본 연구에서는 기존 연구들에서 그다지 주목하지 않았던 '언론수용자의 언론인 접촉경험'에 주목하였다. 외집단에 대한 부정적 고정관념이나 편견을 해소하는 데 기여한 사회심리학 이론인 '접촉이론'(Allport, 1954)을 기반으로 언론인을 직접 만나본 일반 언론수용자들은 어느 정도이며 어떤 특성을 갖고 있는지를 살펴본 후, 언론인과의 접촉경험이 언론신뢰에 어떤 영향을 미치는지 살펴보았다. 연구결과, 언론인과의 접촉경험을 긍정적으로 평가한 일반 언론수용자들일수록 접촉한 언론인은 물론 다른 언론인과 언론보도, 언론사 등에 대한 높은 신뢰를 보였으며, 자신은 물론 다른 시민들의 언론신뢰도 높게 인식하는 것으로 나타났다. 연구결과를 바탕으로 본 연구의 이론적 함의는 물론 언론신뢰 증진을 위한 현실적·실천적 함의도 논의하였다.

핵심어: 언론신뢰, 언론인접촉, 접촉이론