



## 무엇이 한국 언론 자유와 언론 신뢰에 대한 인식에 개입하나

능선 회귀(Ridge Regression)와 Lasso 통계학습을 중심으로

**임종섭** 서강대학교 지식융합미디어학부 교수

### What Factors Influence the Perception of Media Freedom and Media Credibility in South Korea

The Application of Ridge Regression and Lasso\*

**Jeongsub Lim\*\***

(Professor, School of Media, Arts, and Science, Sogang University)

This study examined what variables predicted how people perceived South Korean media freedom and media credibility, and investigated how the media freedom-credibility paradox observed in prior research existed. To this end, this study applied ridge regression and lasso, statistical learning techniques, to the secondary data provided by the Korea Press Foundation, "Analysis of Media Audience Perception", to select the most significant predictors and analyze the correlation between media freedom and media credibility. As a result, media professionalism, fairness, and accuracy were the most significant predictors for survey participants' perception of media freedom. The credibility of news provided by newspapers, television, and radio positively predicted perceived media freedom. Media accuracy, fairness, and professionalism significantly predicted media credibility. The credibility of news provided by television, portals, magazines, and news sites also predicted media credibility. In addition, social participation and news usage through information search or real-time search on portals negatively predicted media credibility. Perceived media freedom had a positive correlation with perceived media credibility, unlike the paradox suggested in prior research.

**Keywords:** Media Freedom, Media Credibility, Lasso, Press Professionalism, Fairness

---

\* This article was based on a major revision of the conference paper presented to the 5th Conference of Statistical Application of Media Audience and Journalist Analysis (이 논문은 제5회 언론수용자-언론인 조사 통계 활용 학술대회에서 발표한 논문을 대폭 수정한 것임).

\*\* [limj@sogang.ac.kr](mailto:limj@sogang.ac.kr)

## 1. 문제 제기

2019년과 2020년에 한국의 언론 자유는 언론 환경을 고려한 지표에서는 상당히 개선됐다. 1985년에 프랑스에서 4명의 기자가 설립한 국경없는기자회(Reporters without borders)가 발표하는 세계 언론 자유 지표(World Press Freedom Index)에 따르면, 한국은 2019년에 24.94점을 받아 41위를 기록해 대만(42위)과 함께 아시아에서 가장 양호한 수준이며, 이 순위는 일본(67위)보다 훨씬 좋으며, 심지어 미국(48위)보다 높다(Reporters without borders, 2016). 2020년에도 한국의 순위는 전년에 비해 한 계단 떨어진 42위였으나, 대만(43위)과 함께 여전히 아시아에서 언론 자유가 가장 양호했다. 이는 일본(66위)과 미국(45위)보다 좋은 수준이다. 이 단체는 언론 자유를 다양성, 언론의 독립성, 매체 환경과 자기 검열, 법적 환경, 제도의 투명성, 뉴스 생산의 하부 구조라는 기준을 반영한 87개 문항으로 각국 언론인, 변호사, 사회학자 등을 설문 조사한 뒤에, 이 결과를 언론인에 대한 학대와 폭력 수준과 비교해 해당 국가의 언론 자유를 산출한다. 값이 '0'이면 언론 자유가 최상이며, '100'이면 최악이다.

반면에 한국인이 언론을 신뢰하는 정도는 이 대외 지표와는 다르다. 영국 옥스퍼드대학의 로이터언론연구소(Reuters Institute for the Study of Journalism)가 발표한 '디지털 뉴스 보고서(Digital News Report) 2019'에 따르면, 조사 대상 한국인 중 22%만이 뉴스 전반을 믿는다고 답해 38개 조사 국가 중에서 최하위를 기록했다(Newman, Fletcher, Kalogeropoulos, & Nielsen, 2019). 뉴스 전반을 신뢰하지 못하는 이용자들의 인식은 뉴스 콘텐츠를 제작하는 언론에 대한 불신으로 이어진다. 이미 2014년 언론과 언론인들은 정부 발표를 확인하지 않고 그대로 보도해 '기레기(기자와 쓰레기의 합성어)'라는 비판을 받았다(정수영, 2015).

국민들 사이에 한국 언론의 낮은 신뢰도는 고질적이다. 2014년 설문 조사에서 언론을 믿지 않는 비율이 58%로 신뢰한다는 비율보다 높았으며, 특히 남성이 여성보다 언론을 더 믿지 않았고, 젊은 층이 50대 이상 중장년층보다 언론을 더 불신했다. 또한, 대졸 이상 학력에 진보적 성향인 사람이 그렇지 않은 사람보다 언론을 더 불신했다(김미곤 외, 2014). 언론을 불신하는 추세는 2010년부터 2014년까지 이어졌다(한국언론진흥재단, 2014). 2020년에도 뉴스 보도에 '가짜 뉴스'라는 낙인이 찍히면서 언론 신뢰는 더 나빠진 상황이다. 이 부정적 현상은 한국 사회의 특수성에서 비롯한다는 시각도 있다. 한국 국민은 언론을 비롯해 정부, 국회, 법원, 검찰, 대기업 등 한국 사회의 중요한 주체들을 믿지 않는 동시에 한국 사회가 먹거리, 산업재해, 고용불안 등 각종 분야에서 상당히 위험하다고 인식했다(유선영·이강형, 2008). 이 결과, 한국 사회가 고위험 저신뢰의 구조에 놓여 있다고 이 연구자들은 진단했다.

이처럼 한국의 언론 자유에 대한 대외 지표는 양호하나 국민의 언론 신뢰가 낮은 현상과 관련해, 일부 연구자들은 ‘언론 자유와 언론 신뢰의 역설(media freedom-credibility paradox)’이라는 개념을 제시했다(Soon & Tan, 2016). 이는 사회 발전이 잘 된 선진국에서 두 개념이 서로 상관되지 않거나 부의 관계로 나타난다는 주장이다. 앞서 기술한 대외 지표와 언론 신뢰에 대한 인식 조사를 고려할 때, 한국 상황에서도 이러한 주장이 가능할 수 있다. 그러나 이 선행 연구가 사용한 언론 자유는 국경없는기자회와 1941년 설립 이후 세계 자유와 민주주의의 가치를 옹호하는 국제단체인 프리덤하우스(Freedom of House)가 집계한 지표이며, 언론 신뢰는 꺾림의 설문 조사로 도출한 결과다. 따라서 역설이라는 주장은 두 자료가 갖는 질적 차이점을 고려하지 않은 채 단순 비교한 것이어서 실제 관계를 타당하게 반영하지 못한다. 더욱 중요한 부분은 다양한 언론 채널을 이용하면서 뉴스 콘텐츠까지 직접 생산하는 이른바 ‘생이자(producer: 생산자와 이용자를 합친 용어)’가 등장한 매체 환경에서(임종섭, 2017; Bruns, 2008), 언론 자유와 언론 신뢰는 언론에 감시견의 역할을 부여한 국민의 관점에서 판단할 문제라는 점이다. 국민이 지각하는 언론 자유와 언론 신뢰가 어느 정도이며, 이러한 인식 수준에 개입하는 요인들이 무엇인가를 파악하면, 두 개념을 동시에 비교하면서 이해할 수 있는 장점이 있다. 하나의 가능성으로 두 개념에 대한 인식이 국민이 일상에서 경험하는 매체 활용도나 언론에 대한 평가 등과 관련될 수 있다. 이 과정에서 과연 언론 자유와 언론 신뢰에 대한 인식이 어떻게 연관되는가를 판단하고, 이들 개념이 주는 현실적 함의를 이해하는 이론적 틀을 고민할 수 있다. 안타깝게도, 국내외 선행 연구 중에 뉴스 이용자의 관점에서 언론 자유와 언론 신뢰에 개입하는 요인들과 그 관계성을 같은 연구에서 체계적으로 분석한 경우는 찾기 어렵다.

이 이론적 공백을 메우기 위해 본 연구는 국민이 매일 경험하는 매체 이용행태부터 뉴스 이용 경로, 포털에서 뉴스 이용 방식, 공정성, 전문성 등 언론의 업무 수행에 대한 인식, 댓글 이용 양상, 사회 참여 등 뉴스 소비를 둘러싼 개인적, 사회적 변수들에 주목한다. 같은 연구에서 이 변수들이 국민이 지각하는 언론 자유와 언론 신뢰에 유의하게 영향을 줄 수 있는지를 따져 볼 것이다. 이 관계성에 대한 근거 논리로 매체 이용과 언론 자유에 대한 인식(Johnson & Fahmy, 2008; Koçak & Kıbrıs, 2016)이나 매체 이용과 언론 신뢰에 대한 인식(박노일·정지연·장정현, 2017; Bucy, 2003)은 선형적으로 연관된다. 본 연구는 한국언론진흥재단이 매년 발표하는 언론 수용자 자료를 사용한다. 2차 자료라는 한계는 있으나, 이 자료는 로이터언론연구소의 디지털 뉴스 보고서에서 한국 상황을 보여주는 대외적 신뢰성을 확보했다. 무엇보다, 수용자 자료는 5천여 명에 이르는 대표성이 있는 표본으로 한국인의 미디어 활용과 인식 등을 포착해, 많은 선행 연구자들이 미디어 레퍼토리, 언론 신뢰 등 언론과 관련한 분야에 이 자료를 오랫동안

사용해 왔다(강남준·이종영·이혜미, 2008; 박노일·정지연·장정현, 2017, 윤호영·길우영·이종혁, 2017; 이강형·박중규, 2020). 이 자료는 종이 신문, TV, 온라인 동영상 플랫폼 등 매체 이용 양상과 신뢰성 평가, 댓글 활용 정도, 언론 평가 등 다양한 문항들을 포함해 분석할 수 있는 변수의 범주가 넓다는 장점이 있다. 이런 점을 고려하면 언론 수용자 자료는 한국인의 언론 인식을 실증적으로 보여주는 신뢰성과 개념적 타당성이 있다고 하겠다.

본 연구는 50여 개가 넘는 예측변수가 국민이 언론 자유와 언론 신뢰를 인식하는 정도에 어떻게 개입하는가를 파악할 것이다. 또한, 본 연구는 능선 회귀와 lasso를 사용해 언론 수용자 조사 자료를 분석한다. 국내 언론학 연구에서 두 기법의 활용도가 낮아 이 기법으로 언론 자유와 언론 신뢰 인식에 영향을 미치는 변수를 파악하는 일은 방법론적으로도 의미가 있을 것이다.

## 2. 이론적 배경

### 1) 언론 자유와 언론 신뢰의 개념

#### (1) 언론 자유

과거 군사독재 시대부터 문민정부에 들어와서도 언론 자유는 끊임없이 요구된 문제이다(Kim, 2003). 신문 기자와 방송 기자 등 언론인들은 이승만 정부 때에는 언론 자유가 있었으나, 박정희 정부와 전두환 정부는 언론을 극심하게 통제했고, 노태우 정부에서 언론 자유가 확산했으며, 김영삼 정부에서는 상당한 자유가 존재했고, 김대중 정부에서는 교묘한 통제가 있었다고 평가했다(이재경, 2003). 이명박 정부에서는 정권과 언론의 갈등이 격화돼 해직된 언론인 수가 2012년 당시 YTN, MBC, 국민일보, 부산일보 등 13명이었으며, KBS, MBC, YTN 등에서는 파업이 상당 기간 계속됐다(김세은, 2012).

이처럼 언론 자유의 보장이라는 현실 문제는 지속되고 있으나, 국내외 학술 논의에서 이 개념을 분명하고 명확하게 정의하기는 어렵다. 언론 자유의 개념은 언론의 역할을 어떻게 보느냐는 이상적 가치와 맞물려 있는 데다, 이 이상이 정의가 필요 없는 보편적 지식의 영역에 속한다는 전제가 존재한다(Whitten-Woodring & Van Belle, 2014). 이런 개념적 혼재 탓에 연구자들은 언론 자유를 상이하게 정의하거나, 이에 개입하는 요인들을 파악하는 방식을 채택했다. 다시 말해, 언론 자유의 개념은 시대 상황에 따라 변함에도 불구하고, 실제로 이것이 무엇인지보다는 언론 자유를 제한하는 요인들로 정의됐다(Whitten-Woodring & Van Belle, 2014).

이런 맥락에서 선행 연구자들은 언론 자유를 정부와 언론이라는 양자 관계에서 접근해 정부 통제나 규제에서 벗어난 자유로 봤다(이재경, 2003). 예를 들어, 언론 자유는 경제 자유화와 자유 시장이라는 환경에서 발전한 개념으로 절대적 언론 자유는 언론사들이 정부의 간섭 없이 기 능하고 정보를 전달한다는 것이다(Czepek, 2009). 이처럼 언론사가 국가로부터 독립한 상태를 언론 자유로 보는 이론적 입장은 '근대적 자유 언론'이라는 가치를 담는데, 고전적 자유주의자인 존 밀턴(John, Milton)이 이에 해당한다(문종대, 2004). 언론 자유는 정치 권력인 국가로부터 독립성뿐만 아니라 거대 자본이라는 경제 권력으로부터도 독자적인 영역을 확보해야 한다. 이 점에서 밀턴식 언론 자유는 경제 자본을 언론 자유를 위협하는 권력으로 보지 못한 한계점이 있다(문종대, 2004). 언론 자유는 불변의 진리가 아니라 언론사가 처한 시대 상황에 따라 다른 모습으로 나타나는 만큼, 근대적인 규범적 자유보다는 매체 환경변화에 따른 새로운 관점에서 언론 자유에 접근할 필요가 있다(김진웅, 2007). 또한, 언론 자유를 논할 때 역사적으로 정권의 정치 압력과 경제 권력의 통제가 상당 부분 개입해 왔다. 정부는 낙하산 인사와 언론인 감시 등으로 언론 활동을 위축시키는 한편 언론은 비판적 보도 대신에 수익 창출을 위한 사업 확장에 몰두하고, 기자들은 권력 감시보다는 돈 버는 회사원이라는 의식에 갇혀 있다(김세은, 2012).

이런 시대 환경을 고려할 때 언론 자유는 민주주의를 개선하는 과정과 연관된다. 구체적으로 보면, 언론 자유는 시민들이 민주적인 체제를 요구하는 데에 필요한 지식과 인식, 행동 양식 등을 제공한다(Nisbet & Stoycheff, 2013). 언론 자유는 정부와 경제 자본, 정치세력으로부터 독립된 상태를 뜻하며, 언론 자유가 확보돼야 민주주의를 발전시키는 규범적 가치로써 언론의 공정성이 존재한다(최영재·홍성구, 2004). 이 점에서 언론 자유는 모든 시민과 사회 조직이 정보를 얻고 공공 담론에 이들의 목소리와 의견이 반영되는 기회로도 정의된다(Czepek, 2009). 다시 말해, 자유로운 언론은 모든 시민과 정치 경쟁자들에게 언론에 접근할 권리를 제공해 이들의 목소리가 반영될 수 있도록 한다(Whitten-Woodring & Van Belle, 2014). 언론 자유의 개념을 세분화해, 일반 시민이 인식하는 개인적 차원의 개념과 프리덤하우스나 국경없는기자회 등 비영리 단체가 측정하는 제도적 차원의 개념을 생각할 수 있다(Nisbet & Stoycheff, 2013). 언론 자유는 정부의 통제가 없고 언론이 다양한 생각과 의견을 보도할 조건 등의 제도적 차원, 국민 개개인이 언론에 접근할 능력이라는 개인적 차원, 사회단체 간의 갈등을 조정하고 사회의 불균형 문제를 바로잡는 사회적 차원이 복잡하게 개입하는 개념이다(Soon & Tan, 2016). 신문 매체와 방송 매체라는 관점에서 보면, 언론 자유는 저널리즘적 자유와 경제적 자유로 구분된다. 다양성 장치, 법적인 자유권 보장, 논조 보호, 언론인의 자유가 저널리즘적 자유에 해당하며, 시장 진입, 시장 경쟁, 경영 등의 자유는 경제적 자유에 속한다(김진웅, 2007). 국내 법률은 논

조 보호를 신문 매체에는 제한적으로 허용하나 방송 매체에는 불허해 왔으며, 경영 자유도 신문 매체에는 보장하지만 방송 매체에는 강력하게 규제해 왔다.

한편, 비판적인 관점에서 다른 연구자들은 민주주의 발전에서 언론 자유를 결정하는 요인들이 무엇인가에 초점을 맞추고 구조적이고 다층적인 접근을 취했다. 일부 미국 연구자들(Herman & Chomsky, 1988)이 제시한 '선전선동 모형(propaganda model)'은 부와 권력의 불균형이 언론의 이해관계와 선택에 여러 갈래로 영향을 미치며, 구체적으로 5개 요인이 뉴스 제작 방식을 결정한다고 설명한다. 첫 번째 요인은 언론사 규모와 소유 집중, 수익 중심이며, 두 번째 요인은 언론의 핵심 매출원인 광고이고, 세 번째 요인은 정부와 기업, 전문가의 정보에 의존이며, 네 번째 요인은 언론을 규율하는 비판(flak)이고, 다섯 번째 요인은 국가적 종교이자 통제 장치인 반공산주의다. 이 요인들은 서로 상승 작용하면서 뉴스 가치를 정의하고 담론과 해석의 전체를 결정한다(Herman & Chomsky, 1988). 이 요인들은 언론사의 뉴스 제작에 개입하면서 언론 자유에 영향을 미친다.

유사한 맥락에서 일부 유럽 연구자(Czeppek, 2009, pp. 43-44)는 언론 자유에 개입하는 요인들로 거시적 차원에서 법적, 구조적 조건, 중간 차원에서 조직 요건, 미시 차원에서 기자 독립성, 서비스 차원에서 보도의 다양성, 시민 차원에서 참여를 제시했다. 이를 자세히 보면, 법률/구조 차원에서 법적 규제가 없고, 언론 시장에 집중이 거의 없으며, 언론 소유 구조가 다양화할수록 언론 자유는 높다. 조직 차원에서 언론사들이 공적 기능에 초점을 맞추고, 보편적이면서 다양한 접근을 허용하고, 자율적 규제가 작동될수록 언론 자유는 높다. 반대로 언론사들이 경제적 수익이나 특정 이해관계를 추구하고, 조직을 위계적이고 제한적으로 운영하고, 강한 규율을 적용할수록 언론 자유는 낮다. 기자의 독립성 차원에서 기자에 대한 탄압이나 검열이 없을수록, 언론 자유는 높으며, 기자에 대한 탄압이 많고 검열이나 자기 검열이 있을수록 언론 자유는 낮다. 보도의 다양성 차원에서 언론이 다양한 내용이나 의견, 이해관계를 다루고, 정부와 경제 정책에 대한 비판과 견제를 보도할수록 언론 자유는 높다. 참여 차원에서 사회단체들이 적극 참여할수록 언론 자유가 높다. 또한, 언론 자유를 위협하는 외부 요인으로 사담 후세인 몰락 이후 새로운 매체 환경을 맞은 이라크처럼 특수한 환경에 있는 언론인들은 민병대 등 군사 조직과 종교 단체가 언론 자유에 가장 영향을 미친다고 인식했다(Kim, 2011).

이러한 법적, 구조적, 기자 독립성 등에 대한 이론적 이해는 언론 자유를 측정할 때도 적용된다. 프리덤하우스는 언론 자유를 국가가 법적 환경과 정치, 경제 영역에서 언론에 미치는 영향력으로 산출하는데, 점수가 높을수록 언론 자유가 많은 것으로 판별한다(Leeson, 2008). 또한, 국경없는기자회는 기자 살인/체포, 검열, 압력, 국가의 독재, 언론법 위반 처벌, 언론 규제 등을 고려해 언론 자유의 침해 정도를 측정한다.

## (2) 언론 신뢰

한편, 국내의 연구자들은 언론 신뢰를 신문 기사나 방송 뉴스 등을 이용자들에게 제공하는 미디어가 채널로써 갖는 신뢰로 이해하고, 이용자들의 인식 조사로 이 개념을 파악했다. 다시 말해, 뉴스를 접하는 국민이 언론을 믿고 선호하는 정도가 언론 신뢰라는 것이다. 이 논리에 따라 연구자들은 언론 신뢰의 하위 요소로 사실성, 믿음성, 정확성, 심층성, 공정성, 완전성, 신속성 등 다양한 특성을 제시했다(하승태·이정교, 2011; 현기득·서미혜, 2019; Bucy, 2003; Johnson & Kaye, 1998).

이들 결과를 보면, 언론 신뢰는 국민이 생활에서 언론 보도를 접하면서 상당 기간에 축적된 언론에 대한 긍정적인 감정이라고 정의할 수 있다. 유사한 맥락에서 언론 신뢰는 독자들이 일간 신문을 소비하면서 발생하는 애착심으로 정의된다(Meyer, 1988). 일간 신문뿐만 아니라 방송사, 인터넷 언론 등을 포함한 언론 전체에 대해 국민이 갖는 믿음이 언론 신뢰이며, 이용하는 언론사로부터 경험한 인식이 이 과정에 작동한다(백강희, 2019). 따라서 선행 연구에 나타난 언론 자유는 언론이 국민 알 권리 충족과 권력 감시 기능을 충실히 수행할 수 있도록 보장하는 사회 제도적 상태(state)라고 하겠다. 반면에 언론 신뢰는 이러한 자유로운 뉴스 제작으로 나온 결과물을 국민이 경험하면서 쌓은 주관적인 감정이며 인식이다. 그러나 본 연구는 언론의 정체성이 국민의 알 권리 충족에 있는 만큼, 국민의 관점에서 언론이 갖는 자유와 신뢰를 동시에 판단해야 한다고 제안한다.

물론, 언론 신뢰에 대한 이러한 개념화는 언론이 작동하는 환경과 맞닿아 있다. 언론의 역할을 규정하는 사회의 가치나 신념, 이데올로기 등에 따라 언론 신뢰의 개념은 다양하게 나타날 수 있다. 예를 들어, 북유럽 국가는 ‘민주적 조합형(democratic corporatist)’이라는 언론 모델을 채택해, 국가가 언론 활동에 개입하는 동시에 언론 자유를 강조하는 모습을 보인다(Blach-Ørsten & Burkal, 2014). 이 모델은 언론이 사기업이 아니라 하나의 정치 제도라는 정체성을 부여하고, 윤리 가치를 우선시해, 정확성, 신뢰성, 윤리성으로 구성된 ‘제도적 언론 신뢰(institutional credibility)’라는 개념을 제시한다.

반면에 국내 뉴스 시장에서 정치인이나 기업인, 일반 시민까지 자신의 성향에 맞지 않는 보도를 ‘가짜 뉴스’로 비판하거나 가짜 뉴스를 믿고 현실을 평가하는 모습은 쉽게 볼 수 있다(김민수, 2020; 최우석, 2020). 가짜 뉴스 표현은 언론을 불신하는 감정을 담는다. 이러한 척박한 언론 지형에서 언론 신뢰 자체를 논하는 일은 어찌 보면 무의미할 수도 있다. 그러나 국민이 뉴스 보도를 접하면서 과연 그 보도를 전달하는 언론사를 어느 정도로 믿는지는 언론 기능을 진단하는 데에 중요한 정보가 될 수 있다. 이 신뢰 정도가 나이, 성별, 정치 성향, 매체 사용 양상, 사회 참여 경험 등 국민이 갖는 개인적 사회적 특성에 따라 달라질 가능성은 유용한 시사점을 줄 것이

다. 이 점에서 언론 신뢰는 언론을 평가하면서 발생한 불신이나 회의라는 감정과 연결된다. 이 언론 회의(media skepticism)는 기존 언론을 신뢰할 수 없으며, 언론이 사회 발전에 도움이 되지 못한다는 주관적인 불신이다(Tsfati & Cappella, 2003).

이런 점을 고려해 뉴스의 최종 이용자이며 생산자인 국민이 경험하는 다양한 매체 이용 경로, 콘텐츠 생산과 참여 등이 언론 자유와 언론 신뢰의 인식과 어떻게 관련되는가를 고찰해 본다.

## 2) 매체 이용 특성과 언론 자유와 언론 신뢰 인식

앞선 기술한 선행 연구들은 언론 자유에 개입하는 요인들을 다층적인 관점에서 파악했으나, 뉴스 소비와 관련해 국민의 개인적, 사회적 특성을 충분히 고려하지 못했다. 가령, 이 연구들은 성별, 나이, 정치 성향 등 인구통계학적 변수와 뉴스 이용 경로, SNS 등 소셜 미디어 이용 정도, 댓글 활동, 사회 참여 등 사회적 변수가 언론 자유를 인식할 때 어떻게 개입할 수 있는가를 제시하지 않았다.

본 연구는 국민이 일상에서 종이 신문, SNS, 유튜브 등 특정 매체를 사용하는 정도가 언론 자유와 언론 신뢰의 인식에 일정 부분 연관된다고 추론한다. 직접적 근거로 인터넷 보급은 언론 자유를 유의하게 예측하는 변수로 인터넷 보급이 많을수록 언론 자유는 높다(Koçak & Kıbrıs, 2016). 인터넷 이용과 초고속 통신망 보급이 활발할수록 시민들이 민주적 정부 체제를 더 원하는 것으로 나타났다(Stoycheff & Nisbet, 2014). 시민들이 인터넷 환경을 더 많이 사용할수록 다른 사람들과 연결되고 다양한 정보를 접하면서, 자신들이 원하는 정부 형태와 현재 정부 형태 간에 인식의 괴리가 존재하는 '민주주의 적자(democratic deficit)'가 발생하고, 이에 따라 변화를 요구하는 대규모 정치 행동이 이어진다(Stoycheff & Nisbet, 2014).

유사한 이론적 해석은 국민의 매체 사용과 언론 자유와 언론 신뢰 인식 간에 관계에도 적용될 수 있다. 자신들이 선호하는 포털이나 SNS, 유튜브 등에서 특정 문제를 다루는 언론의 구체적 양상을 접하고, 이 과정이 반복되면서 언론 자유와 언론 보도의 공정성이 일치하지 않는 경우를 경험하고, 언론 보도와 언론 자유에 대해 비판적인 태도를 형성하는 경우가 있다. 이 맥락을 고려할 때, 매체 이용과 언론 자유 인식 간에 관계는 혼재된 모습으로 나타난다. 일부 연구에서는 언론 자유가 높다고 인식할수록 TV 뉴스 소비는 감소했지만, 종이 신문과 라디오 뉴스의 소비는 증가하는 것으로 나타났다(Leeson, 2008). 모바일 뉴스 소비에서는 이와는 상반된 결과가 나왔다. 언론 자유는 휴대전화로 뉴스 읽기와 뉴스 추적 행위와 부의 관계를 보였다(Wei, Lo, Xu, Chen, & Zhang, 2014). 또한, 언론 자유에 대한 지지나 요구에서도 상반된 결과가 나타났다. 방송사 뉴스에 관심을 두고 정보를 추구할수록, 언론 자유를 지지하는 것으로 나타났다(Johnson & Fahmy, 2008). 반면에 다른 연구에서는 신문 구독자들이 언론 자유를 요구하는



적극적 모습을 보이지는 않았다(Nisbet & Stoycheff, 2013).

인구통계학적 변수들과 언론 자유 보장 등 맥락변수도 언론 자유 인식에 개입한다. 언론 자유 체계가 보장된 국가에서 교육 수준이 높은 국민은 그렇지 못한 이들에 비해 언론의 자유가 높다고 인식했다(Nisbet & Stoycheff, 2013). 이와 함께, 언론 자유는 표현의 자유와 관련되거나(Czeppek, 2009), 표현의 자유의 연장으로 인식된다(Nisbet & Stoycheff, 2013). 이 점에서 댓글 공간은 표현의 자유가 건전한 토론보다 더 중요하다(Ksiazek, 2018). 시민들이 기사 댓글이나 소셜 미디어 댓글 공간에 자신의 의견이나 감정 등을 표출하고 다른 이들의 댓글을 읽고 공유하는 행위는 표현의 자유에 해당한다. 이 맥락에서 언론 자유가 높을수록, 댓글 읽기, 공유, 쓰기 등의 활동이 활발하게 일어날 수 있다.

국민이 경험하는 사회 참여도 언론 자유 인식에 연관된다. 예를 들어, 사회단체들이 언론과 공중 담론에 광범위하게 참여할수록 언론 자유가 높으며, 언론에 대한 접근이 특권층에게만 허용되고 대부분 사회 구성들이 공중 담론에서 제외될수록 언론 자유는 낮다(Czeppek, 2009). 따라서 국민이 서명 운동이나 기부, 자원봉사, 선거 투표 등 정치적, 사회적 활동에 참여한 경험이 많을수록 언론 자유의 정도를 긍정적으로 평가할 개연성이 높다. 이 선형적인 관계는 이미 다른 연구에서 검증됐다. 미국 경제학자(Leeson, 2008)는 언론 자유가 법률안에 서명, 합법적 시위에 참여, 파업에 동참, 건물 점거 시위에 참여 등에 대한 의향과 정의 관계이며, 언론 자유와 선거 투표도 상관된다는 점을 발견했다.

한편, 언론 매체 사용과 언론 신뢰 인식 간에도 부의 관계와 정의 관계가 동시에 존재한다. 종이 신문과 뉴스 사이트, TV 뉴스를 자주 이용할수록 언론 신뢰는 감소하는 것으로 나타났다(Choi & Lim, 2019). 다른 연구에서는 신문 기사나 방송 뉴스를 정기적으로 소비하는 사람은 그렇지 않은 사람에 비해 이들 언론 매체를 더 신뢰했다(Rimmer & Weaver, 1987). 매체 이용과 언론 신뢰 간에 정의 관계는 최근 연구에서도 확인됐다. TV를 자주 보고 신문을 자주 읽을수록 TV와 신문에 대한 신뢰가 증가했다(하승태·이정교, 2011). 신문 독자는 신문을 더 믿으며, 온라인 뉴스를 정기적으로 보는 사람은 온라인 뉴스를 신뢰하는 것으로 나타났다(Kiouis, 2001).

또한, 나이, 소득, 정치 성향 등 매체 이용자의 개인적 변수에 따라 언론을 신뢰하는 양상은 다르다. 젊은 층일수록 TV 뉴스와 온라인 TV 뉴스를 믿으며(Bucy, 2003), 고소득층일수록 종이 신문을 신뢰했다(박노일 외, 2017). 여성은 남성보다, 온라인 신문과 온라인 뉴스 잡지를 신뢰했다(Johnson & Kaye, 1998). 또한, 이용자들은 자신의 정치 성향에 반대되는 언론을 믿지 않으며, 이 언론 보도를 덜 이용하는 것으로 나타났다(현기득·서미혜, 2019). 이 같은 매체 이용과 언론 신뢰에 나타나는 정의 관계를 다른 방향으로 해석하면, 언론을 불신할수록 해당

언론을 이용하지 않는 관계도 된다. 예를 들어, 언론을 불신하는 이용자는 주류 언론 매체의 이용을 줄이고 대신에 라디오 프로그램이나 인터넷 등 대체 매체를 이용했다(Tsfati & Cappella, 2003).

### 3) 지각된 언론 자유와 언론 신뢰의 관계성

선행 연구를 보면, 언론 자유와 언론 신뢰가 부의 관계이거나 서로 상관되지 않는 모습을 보인다. 이는 언론 자유와 언론 신뢰의 역설로 명명된다(Soon & Tan, 2016). 프리덤하우스와 국제없는기자회 등 국제단체가 파악한 언론 자유와 갤럽 조사에 나타난 언론 신뢰 인식을 비교한 결과에서는 상관관계가 유의하지 않았다. 이 선행 연구자들은 이 결과가 국민이 자유로운 언론을 반드시 신뢰할만하다고 인식하지는 않는다고 해석했다(Soon & Tan, 2016). 다른 연구에서도 이용자들이 지각한 언론 자유와 언론 신뢰가 연관되지 않은 사례가 발견됐다. 아랍 방송사인 알 자지라(Al-Jazeera) 시청자들이 갖는 언론 자유 인식은 이 방송사의 신뢰 인식에 영향을 미치지 못했다(Johnson & Fahmy, 2008). 유사한 관계는 모바일 뉴스 환경에서도 나타났다. 언론 자유의 정도는 모바일 뉴스에 대한 신뢰 인식을 부의 관계로 예측했다(Wei, Lo, Chen, Tandoc, & Zhang, 2020).

이처럼 국민이 지각하는 언론 자유와 언론 신뢰가 같이 움직이지 않는 배경으로 자유로운 언론 환경을 들 수 있다. 이 환경에서 다양한 유형의 이질적인 언론 매체들이 등장했고, 시민들이 이 매체들의 보도에 노출되면서 언론을 평가할 때 이들을 비판적으로 비교할 가능성이 있다(Soon & Tan, 2016). 대안적인 보도와 해석, 관점 등이 뉴스 시장에서 광범위하게 유통되고 국민이 이를 컴퓨터나 모바일 기기로 접하는 상황은 언론이 자유롭게 취재하고 사실을 전달한다는 점을 방증하는 것이다. 국민이 이 상황을 자주 경험할수록, 언론 자유의 정도가 좋다고 인식할 수 있다. 특히, 최근 국내외에 가짜 뉴스 문제로 정부와 관련 기관, 기업, 심지어 개인 등이 피해를 보는 경우가 늘면서 규제의 목소리가 높으며(유의선, 2018), 싱가포르, 방글라데시, 미국, 영국 등은 법률로 규제하거나 전담 조직을 운영한다(Funke & Flamini, 2020). 이런 환경에서 언론이 누리는 자유의 폭은 넓지만, 뉴스 콘텐츠의 정확성, 공정성, 사실성 등이 부족해 국민이 보는 언론 신뢰는 떨어질 수 있다.

이 맥락에서 한국 사회에서 언론 자유와 언론 신뢰를 지각하는 정도를 비교할 때, 과연 어떤 관계성이 나올지는 흥미로운 대목이다. 앞서 서론에서 기술한 것처럼, 한국 언론은 아시아 지역에서 가장 좋은 수준의 자유를 확보한 것으로 평가받지만, 한국 국민이 뉴스를 신뢰하는 수준은 38개 조사 국가 중에서 최하위이다(Newman et al., 2019; Reporters without borders, 2016).

이 관계를 이해하기 위해서는 먼저, 한국 사회에서 언론 자유와 언론 신뢰가 갖는 의미를 파악할 필요가 있다. 국내 연구자들은 언론 자유라는 현상에 개입하는 요인들을 외부와 내부라는 차원에서 제시했다. 언론 자유에 개입하는 외부 요인으로 정부와 정치인, 광고주, 이해 집단, 국민이 있으며, 내부 요인으로 언론사 사주와 언론사 경영진, 언론 노조, 동료 선후배, 기자 자신의 내부 검열이 존재한다(Sa, 2009). 이 중에서 한국의 언론 자유를 위협하는 외부 요인은 언론사 매출과 관련된 광고주이며, 내부 요인 중에는 언론사 사주가 언론 자유에 큰 영향을 미친다. 한국에서 정부나 대기업이 언론법이나 윤리를 이용해 언론 비판을 통제하려 했던 경우도 있다(Sa, 2009).

유사한 맥락에서 국내 언론 자유를 위협하는 요인은 정부, 기업과 광고주, 문화적 전통, 시민 사회 등 외부 요인과 사주, 간부, 노조, 언론사의 경영 문화 등 내부 요인이 있다(이재경, 2003). 사주라는 내부 요인과 관련해 국내 사법부는 정치와 자본 권력과 함께 언론사도 언론 표현의 대상이 될 수 있다고 보고, 언론사를 비판했다가 해고되었을 때 이를 언론 표현의 자유로 인정했다(이정기, 2015). 또한, 언론 자유 자체도 외적 자유와 내적 자유로 구분되며, 이들을 제약하는 요인으로 외부 요인과 내부 요인이 있고, 이들이 동시에 작동하기도 한다(조항제, 2014). 국내 일부 연구자들은 외부와 내부 요인 이외에 언론 자유에 개입하는 요인으로 법적, 윤리적 장치에도 주목했다. 언론법과 정책, 윤리가 언론 자유에 영향을 미치며(Sa, 2009), 특히, 방영 금지, 취재 자료 제출 명령, 언론사에 대한 압수수색 영장 발부 등 법적 규제가 언론 자유에 개입하는데, 이것이 국제 기준에 맞는지를 따져볼 필요가 있다(심석태, 2014).

정권 성격에 따라 한국 언론이 누리는 자유의 정도는 다르나, 언론은 사회 특권 집단으로 자리하면서 부정확한 보도나 왜곡 보도로 국민으로부터 신뢰를 잃는 경우도 많다. 대표적인 사례로 2014년 세월호 사건 때 언론사들이 사실을 제대로 확인하지 않고 기사화하거나, 보도 자료를 검증 없이 받아 쓰고, 관련 내용을 누락시키거나 축소했는데, 이런 행위를 하는 기자들은 '기레기'라는 오명을 받았다(정수영, 2015). 2014년 4월 20일 세월호 참사 4일째를 맞아 현장에서 생방송을 하던 SBS 기자가 웃는 모습이 4초간 방송돼 국민의 비난을 받고 방송사가 사과하는 일도 있었다(조현호, 2014). 국외에서도 기자들이 정치인들이나 관료들처럼 특권을 누리는 집단이 됐으며, 이는 언론 자유에 심각한 위협이 됐다(Aggarwal, 1989). 이런 모습을 직간접적으로 경험한 한국 국민은 언론을 불신할 가능성이 크며, 지나친 언론 자유에 부정적인 태도를 보일 수 있다.

이와 관련해, 선행 연구자(Park, 2006)는 한국 언론이 역사적으로 정권 의도에 맞서 민주주의를 전파하는 노력에 이바지하려는 전통이 있어서, 언론이 자유와 민주주의를 옹호할 때 국민으로부터 믿음을 받는다고 제안한다. 이 제안을 지지하듯 1,199명의 한국인 설문 참가자들이 인식하는 언론의 자유 옹호 정도는 일간 신문과 방송사의 신뢰를 정의 관계로 예측했다(Park,

2006). 이러한 결과는 언론이 처한 매체 환경과 정권 성격, 매체 이용자의 성향 등에 따라 국민이 언론 자유와 언론 신뢰를 같은 방향으로 인식할 수 있음을 시사한다. 실제로, 진보적인 사람은 보수적인 사람에 비해 언론이 믿을만하다고 생각하고 언론 자유를 지지하는 것으로 나타났다 (Johnson & Kaye, 1998).

한국 사회에서 언론 자유와 언론 신뢰 간에 관계를 논하려면, 서론에서 제기한 문제점을 검토할 필요가 있다. 언론 자유와 언론 신뢰 간에 역설을 주장한 선행 연구(Soon & Tan, 2016)가 사용한 언론 자유는 국제단체가 언론의 독립성, 법적 규제 등 언론을 둘러싼 환경 차원에서 파악한 지표이며, 언론 신뢰는 갤럽 설문 참가자들이 인식한 개인적 차원에서 도출한 결과다. 따라서 다른 차원에서 측정된 언론 자유와 언론 신뢰를 단순 비교해 관련성을 따진 결과는 개념적 타당성이 떨어지며, 이것을 한국 상황에 그대로 적용하기도 어렵다. 대안으로 같은 조사에서 언론 자유와 언론 신뢰를 측정해 비교하는 방식이 중요하다. 국외 단체가 조사한 지표 대신에 한국 국민이 매체 사용을 경험하면서 언론 자유의 정도와 언론 신뢰를 어떻게 인식하는지를 파악하고, 이 과정에 개입하는 요인들이 무엇인지, 두 개념이 어떻게 관련되는지를 분석할 필요가 있다. 관련 연구들은 이러한 부분들에 충분히 주목하지 못했다.

앞선 이론적 고찰과 논리적 주장을 토대로 본 연구는 아래 연구 문제들을 제기한다.

**연구 문제 1.** 포털, 언론사 앱, 블로그, 온라인 커뮤니티 등 다양한 경로로 뉴스를 소비하는 상황에서 국민이 인식하는 언론 자유의 정도를 예측하는 변수들은 무엇인가?

**연구 문제 2.** 포털, 언론사 앱, 블로그, 온라인 커뮤니티 등 다양한 경로로 뉴스를 소비하는 상황에서 국민이 인식하는 언론 신뢰의 정도를 예측하는 변수들은 무엇인가?

**연구 문제 3.** 국민이 인식하는 언론 자유와 언론 신뢰를 비교할 때 이 상관관계는 어떻게 나타나는가?

### 3. 연구 방법

#### 1) 자료 수집과 측정 유목

본 연구는 3개 연구 문제에 대한 답을 찾기 위해 한국언론진흥재단의 '2019년 언론 수용자 조사' 자료를 사용했다. 설문 절차와 문항 측정 등은 한국언론진흥재단 홈페이지에 있는 '언론통계' 부

문에서 확인할 수 있다.<sup>1)</sup>

본 연구는 이 자료에서 다음의 51개 변수를 추출했다. 2차 자료를 쓰기 때문에 새로운 변수들을 추가할 수 없으며, 기존에 나온 변수들만 사용해야 하는 제한이 있다. 본 연구는 이 자료를 가공하지 않고 그대로 사용했다.

(1) 인구 사회학적 변수(Socio-Demographic Variables) (6개): 성별(Gender), 나이(Age), 학력(Education), 소득(Income), 정치 성향(Political Affiliation), 가구원 수(Household Number)

성별은 여성은 '0', 남성은 '1'로, 나이는 올해 만 나이로 측정했고, 학력은 초등학교 졸업 이하, 중학교 졸업, 고등학교 졸업, 대학 재학/대학 졸업, 대학원 재학 이상으로 구분했다. 소득은 하, 중하, 중, 중상, 상으로, 정치 성향은 매우 진보적, 진보적인 편, 중도, 보수적인 편, 매우 보수적으로 측정됐다. 학력과 소득, 정치 성향은 명목 변수이나 5점 기준에서 항목별로 점수를 부여해 높을수록 고학력, 고소득, 보수 성향으로 분류했다. 1인 가구가 늘고 있으며 가구원 수에 따라 매체 사용 양상이 달라질 수 있어, 가구원 수를 사용했다. 이 변수는 응답자를 포함해 가정의 전체 가구원 수를 개방형 질문으로 파악했다.

(2) 하루 평균 뉴스 이용 시간(News Usage Hour on an Average Day) (5개): 종이 신문 열독(Newspaper Reading), TV 뉴스/시사 프로그램 시청(TV News Watching), 라디오 뉴스/시사 프로그램 청취(Radio News Listening), 스마트폰/태블릿 PC로 뉴스 이용(Smartphone/Tablet PC News Usage), 컴퓨터(데스크톱, 노트북)로 뉴스 이용(Computer News Usage)

이들 변수는 5개 매체 각각을 활용해 지난 1주일 동안 하루 평균 뉴스를 얼마나 소비했는가를 평일과 주말로 구분해 시간과 분으로 측정했다. 단위는 모두 분으로 환산했다.

(3) 1주일 평균 뉴스 이용(News Usage on an Average Week) (5개): 잡지 뉴스 이용(Magazine News Usage), 메신저 서비스로 뉴스 이용(Messenger News Usage), SNS로 뉴스 이용(SNS News Usage), 온라인 동영상 플랫폼으로 뉴스 이용(Online Video News Usage), 팟캐스트로 뉴스 이용(Podcast News Usage)

---

1) 웹 주소는 다음과 같다: <https://www.kpf.or.kr/front/mediaStats/mediaStatsListPage.do>

언론 수용자 조사는 잡지, 메신저 서비스, SNS, 온라인 동영상, 팟캐스트로 뉴스를 소비하는 양상을 하루 평균이 아니라 1주일 평균으로 측정했다. 이들 변수는 5개 매체 각각을 활용해 지난 1주일 동안 뉴스를 얼마나 자주 이용했는가를 평일과 주말로 구분해 평일에는 0일부터 5일, 주말에는 0일부터 2일로 측정했다. 1주일간 계속 사용했으면 값은 '7'이며, 이용하지 않았으면 값은 '0'이다.

(4) 뉴스 이용 경로(News Usage Channel) (6개): 언론사 홈페이지(News Homepage Visit), 언론사 앱(News Application Visit), 뉴스 모음 앱(News Aggregate Application Visit), 이메일 뉴스레터(E-mail Newsletter), 블로그(Blog), 온라인 카페나 커뮤니티(Online Cafe/Community)

이들 변수는 6개 경로 각각으로 지난 1주일 동안 뉴스를 얼마나 자주 이용했는가를 평일과 주말로 구분해 평일에는 0일부터 5일, 주말에는 0일부터 2일로 측정했다. 1주일간 계속 사용했으면 값은 '7'이며 이용하지 않았으면 값은 '0'이다.

(5) 인터넷 포털에서 뉴스 이용 방식(News Usage Mode on Internet Portals) (7개): 관심 있는 분야/주제 뉴스 검색(Interesting Topic News Search), 특정 언론사의 뉴스 검색(Specific News Media Search), 검색 창에 기사 입력(Story Entering on Search Window), 미리 설정한 뉴스(Pre-scheduled News), 실시간 검색 순위의 인물/사건 검색(Real-Time Figure/Event Search), 정보 검색 중 뉴스 이용(News Usage during Information Search), 많이 본 뉴스 이용(Most Viewed News Usage)

이들 7개 변수는 지난 1주일 동안 인터넷 포털에서 7개 각각에 해당하는 뉴스 이용을 얼마나 자주 했는가를 5점 척도(1: 전혀 하지 않았다, 5: 매우 자주 했다)로 측정했다.

(6) 댓글 이용 양상(Comment Usage Patterns) (3개): 댓글이 많이 달린 뉴스 이용(News Usage with Many Comments), 댓글과 뉴스 동시 이용(Usage of Comments and News), 댓글 게재(Comment Posting)

댓글 달린 뉴스 이용과 댓글과 뉴스 동시 이용은 지난 1주일 동안 인터넷 포털에서 이 2개 유형의 댓글 이용을 얼마나 자주 했는가를 5점 척도(1: 전혀 하지 않았다, 5: 매우 자주 했다)로 측정했다. 댓글 게재는 지난 1년간 정치나 사회적 이슈에 대한 뉴스나 인터넷 게시판에 댓글을 단 경험이 있는가를 물어 경험 있음은 '1'로, 없음은 '0'으로 측정했다.

(7) 언론 보도 평가(Evaluation of News Media Coverage) (4개): 공정성(Fairness), 전문성(Professionalism), 정확성(Accuracy), 신뢰성(Reliability)

이 변수들은 언론 보도를 평가하는 내용으로 선행 연구가 제시한 언론의 독립성이나 보도의 다양성과 직결되는 요인들이다. 언론이 독립적으로 정부를 견제하면서 다양한 보도를 수행할수록 국민은 언론 자유가 높다고 인식한다(Czeppek, 2009). 이런 언론 행위는 공정하고 전문적이며 정확하고 신뢰를 주는 뉴스 제작 방식과 깊이 연관된다. 이 맥락에서 본 연구는 이 4개 변수에 주목했다.

4개 변수는 각각 “우리나라 언론은 공정하다”, “우리나라 언론은 전문적이다”, “우리나라 언론은 정확하다”, “우리나라 언론은 신뢰할 수 있다”라는 단일 문항으로 5점 척도(1: 전혀 그렇지 않다, 5: 매우 그렇다)로 측정했다.

(8) 언론 자유(Media Freedom) (1개): 이 변수는 “우리나라는 언론 활동이 자유롭다”라는 단일 문항으로 5점 척도(1: 전혀 그렇지 않다, 5: 매우 그렇다)로 측정했다.

(9) 매체별 뉴스 신뢰(News Credibility Per Medium) (9개): 종이 신문, TV, 라디오, 잡지, 포털, 뉴스 사이트, SNS, 메신저 서비스, 온라인 동영상 플랫폼

이들 9개 변수는 각 매체가 제공하는 뉴스나 시사 정보를 얼마나 신뢰하는가라는 단일 문항으로 5점 척도(1: 전혀 신뢰하지 않는다, 5: 매우 신뢰한다)로 측정했다.

(10) 포털과 소셜 미디어를 언론으로 보는 정도(Perceiving Portals and Social Media as News Media) (4개): 포털, 메신저 서비스, SNS, 온라인 동영상 플랫폼

이들 4개 변수는 포털과 소셜 미디어를 언론이라고 생각하는가라는 단일 문항으로 ‘그렇다(1)’와 ‘아니다(0)’라는 가변수(dummy variable)로 측정했다.

(11) 사회 참여(Social Participation) (1개): 서명 운동(Signature), 기부(Donation), 자원봉사 활동(Volunteering), 대통령 선거 투표(Presidential Election Vote)

이 변수는 지난 1년간 길거리나 인터넷에서 서명 운동, 기부, 자원봉사 활동, 지난(2017년) 대통령 선거 투표 등 4개 행동을 한 경험 있는가를 물어 경험 있음은 ‘1’로, 없음은 ‘0’으로 측정했다(크론바 알파  $\alpha = .51$ ).

## 2) 분석 절차

본 연구는 이 변수들 중에서 언론 자유 인식을 가장 중요하고 유의하게 예측하는 변수들을 파악했다. 또한, 본 연구는 언론 자유 인식을 예측할 때 투입한 변수들을 활용해 언론 신뢰를 예측하는 가장 중요한 변수들을 추가로 파악했다. 이 변수들의 특성을 비교해 언론 자유와 언론 신뢰 인식에 공통으로 관여하는 변수들을 확인할 수 있다. 마지막으로 본 연구는 언론 자유 인식과 언론 신뢰 인식 간에 상관관계가 어떻게 나타나는가를 조사했다.

언론 자유와 관련 변수들의 관계를 분석한 선행 연구 대부분은 위계적 선형회귀나 구조 방정식 모형 등으로 10개 안팎의 소규모 변수들만 사용했으며, 변수의 수가 50여 개 이상으로 많은 경우에 어떤 변수들이 가장 중요한지를 명확하게 관별하지 못한 한계점이 있다. 통계학적 관점에서 보면, 선형회귀 분석은 보통 최솟값 제곱 추정량(ordinary least squares estimator)을 사용하는데, 이 기법은 예측변수 간에 상관관계가 높은 다중공선성(multicollinearity)이 발생할 때 문제가 되는 변수들을 제거한다. 분석 자료에서 이런 변동이 일어나면, 회귀 계수 값이 크게 달라진다(Melkumovaa & Shatskikhb, 2017). 능선 회귀(ridge regression)와 lasso(Least Absolute Shrinkage and Selection Operator)는 ‘정규화(regularization)’라는 기법으로 이 문제점을 개선한다. 특히, 변수의 수( $k$ )가 표본의 수( $n$ )보다 크게 작지 않거나 변수의 수가 표본 수보다 많은 경우에는 OLS는 유일해(unique solution)를 도출하지 못하고 계수 추정값의 분산이 무한으로 나타난다(Melkumovaa & Shatskikhb, 2017). 반면에 능선 회귀와 lasso는 정규화로 반응변수에 실제로 영향을 주지 못하는 예측변수들의 계수 값을 작게 하거나 0으로 산출해 결과 해석이 쉽다(Thevaraja, Rahman, & Gabirial, 2019). 무엇보다, 분석 자료를 훈련 자료와 검증 자료로 구분해 회귀분석 모형의 타당성을 평가하면, OLS는 검증 자료가 훈련 자료와 다를 경우에 분산이 커지는 문제점이 발생한다. 이 경우에 능선 회귀와 lasso는 정규화로 모형의 분산을 유의하게 줄인다(Thevaraja et al., 2019).

이에 따라 본 연구는 예측변수들이 상대적으로 많으면서 표본의 크기는 작은 상황에서 활용하는 통계학습 기법으로 능선 회귀와 lasso에 주목했다. 선행 연구들(James, Witten, Hastie, & Tibshirani, 2013; Lesmeister, 2017)은 다음의 회귀분석 공식으로 두 기법을 비교했다.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_p X_p + \varepsilon$$

이 공식을 보면, 최량 적합(best fit)은 이 공식이 예측한 반응변수 Y와 실제로 측정한 반응변수 Y 간에 전차 제곱 합(RSS)을 최소화해 나오지만, 정규화는 ‘RSS +  $\lambda$ (정규화 계수



(normalized coefficients))'를 최소화하는 특성이 있다(Lesmeister, 2017). 이 정규화 공식을 능선 회귀와 lasso의 관점에서 접근하면, 능선 회귀는  $RSS + \lambda(\sum_{j=1}^k \beta_j^2)$ 에 해당하는 최솟값을 산출하며, lasso는  $RSS + \lambda(\sum_{j=1}^k |\beta_j|)$ 에 해당하는 최솟값을 도출한다(James et al., 2013). 이 공식에서 람다( $\lambda$ )와 합의 곱셈은 '축소 벌점(shrinkage penalty)'이라고 부르는데, 모든 베타( $\beta$ ) 값이 0에 가까울수록 이 벌점의 값은 아주 작게 된다. 특히, 람다 값이 0이면, 능선 회귀와 lasso는 잔차 제곱 합만 계산하기 때문에 회귀분석에 등장하는 '보통 최솟값 제공 추정값(ordinary least squares estimates)과 같다. 반면에 람다의 값이 크면 능선 회귀의 계수는 더 작고 lasso의 일부 계수들은 0으로 나타난다. 이 부분에서 lasso는 능선 회귀와 비교할 때, 다양한 변수 중에서 가장 유의한 변수들을 가려내 그 의미를 해석하기가 쉬운 이점을 제공한다(James et al., 2013).

본 연구는 분석에 앞서 51개 변수에서 손실 값을 확인했는데, 팟캐스트로 뉴스 이용(99.4%), 잡지 뉴스 이용(98.6%), SNS로 뉴스 이용(94.7%), 메신저 서비스로 뉴스 이용(93.9%), 온라인 동영상 플랫폼으로 뉴스 이용(93.8%), 종이 신문 열독(86.9%), 라디오 뉴스/시사 프로그램 청취(82.2%)에서 손실 값이 많았다. 이는 해당 매체로 뉴스를 소비하는 정도가 실제로 낮다는 점을 뜻한다. 2차 자료를 쓰기 때문에 모든 변수에 있는 손실 값을 삭제하는 방식이 가장 효율적이지만 이러면 표본의 수는 0이 된다. 이에 따라 본 연구는 손실 값 비중이 높은 이들 7개 변수를 삭제했으며, 표본의 수는 5,040개에서 1,012개로 감소했고, 변수의 수도 51개에서 44개로 줄었다.

본 연구는 능선 회귀와 lasso를 사용하기 전에, 무작위 추출 기법으로 1,012개의 설문 응답 자료를 506개의 훈련 자료와 506개의 검증 자료로 구분했다. 이 절차는 설정한 모형의 타당성을 교차로 검증하는 통계학습의 장점이 있다. 본 연구는 두 회귀분석 기법으로 각각 훈련 자료를 분석한 모형을 검증 자료에 투입했으며, 이때 도출한 반응변수의 예측값과 반응변수의 산출값 사이에 발생하는 '평균제곱오차(MSE: mean squared error)'를 계산했다. 이 오차 값이 작을수록 모형의 적합성이 좋다. 반응변수인 언론 자유 인식에 대해 능선 회귀와 lasso의 MSE 값을 산출한 결과, 각각 0.7232와 0.7229로 나타났다. 언론 신뢰 인식의 경우에는 능선 회귀와 lasso의 MSE 값이 각각 0.3566과 0.3350이었다. 따라서 lasso의 MSE 값이 두 반응변수에서 모두 낮게 나와 lasso 기법을 최종 선택했다.

본 연구는 lasso 기법을 전체 표본(1,012)에 투입해 언론 자유와 언론 신뢰 인식을 가장 유의하게 예측하는 변수들을 파악했다. 이때, 람다 값을 결정하는 일이 필요하므로, 본 연구는 R에 'cv.glmnet' 함수를 투입해 10회 교차검증(10-fold cross-validation)으로 최량 값(best value)을 파악했다.

## 4. 분석 결과

본 연구는 lasso 기법으로 분석한 결과를 기술하기 전에 44개 변수들의 기본 통계치를 제시한다. <Table 1>은 본 연구가 사용한 42개 예측변수와 2개 반응변수의 평균, 표준편차, 범위(range)를 보여준다.

Table 1. Basic Statistics of 40 Predictors and 2 Response Variables (N = 1,012)

Predictors	M	SD	Range
Socio-Demographic Variables			
Gender	0.60	0.49	0-1
Age	38.65	12.24	19-78
Education	3.77	0.48	1-5
Income	2.64	0.66	1-5
Political Affiliation	2.66	0.71	1-5
Household Number	3.09	1.2	1-7
News Usage Hour on an Average Day (Unit: Minute)			
TV News Watching	71.93	81.34	0-960
Smartphone/Tablet PC News Usage	50.27	59.61	0-960
Computer News Usage	19.66	39.08	0-480
News Usage Channel (Unit: Day)			
News Homepage	0.38	1.03	0-4
News Application	0.23	0.81	0-4
News Aggregate Application	0.25	0.86	0-4
E-mail Newsletter	0.17	0.69	0-4
Blog	0.39	1.04	0-4
Online Cafe/Community	0.42	1.06	0-4
Social Participation	1.55	1.07	0-4
News Usage Mode on Internet Portals			
Interesting Topic News Search	2.93	1.11	1-5
Specific News Media Search	2.04	1.02	1-5
Story Entering on Search Window	2.72	1.17	1-5
Pre-scheduled News	1.87	0.97	1-5
Real-Time Figure/Event Search	3.03	1.14	1-5
News Usage during Information Search	3.06	1.08	1-5
Most Viewed News Usage	2.71	1.15	1-5
Comment Usage Pattern			
News Usage with Many Comments	2.42	1.09	1-5
Usage of Comments and News	2.27	1.07	1-5
Comment Posting	0.11	0.31	0-1

Predictors	M	SD	Range
Evaluation of News Media Coverage			
Fairness	2.62	0.80	1-5
Professionalism	3.20	0.88	1-5
Accuracy	2.79	0.85	1-5
News Credibility Per Medium			
Newspaper	3.06	0.82	1-5
TV	3.34	0.76	1-5
Radio	3.09	0.73	1-5
Magazine	2.55	0.72	1-5
Portal	3.26	0.71	1-5
News Site	2.86	0.75	1-5
SNS	2.65	0.79	1-5
Messenger Service	2.66	0.77	1-5
Online Video Platform	2.61	0.79	1-5
Perceiving Portals and Social Media as News Media			
Portal	0.76	0.42	0-1
Messenger Service	0.29	0.45	0-1
SNS	0.27	0.44	0-1
Online Video Platform	0.34	0.48	0-1
Response Variables			
Media Freedom	2.80	0.90	1-5
Media Reliability	3.19	0.87	1-5

성별의 경우 여성은 0, 남성은 1로, 교육에서 초등학교 졸업 이하는 1, 중학교 졸업은 2, 고등학교 졸업은 3, 대학 재학/대학 졸업은 4, 대학원 재학 이상은 5로 측정했다. 소득에서 하 1, 중하는 2, 중은 3, 중상은 4, 상은 5로, 정치 성향에서 매우 진보적은 1, 진보적인 편은 2, 중도는 3, 보수적인 편은 4, 매우 보수적은 5로 측정했다.

주요 특징을 보면, 최종 분석에 쓰인 표본에서 남성은 603명(59.6%)이고 여성은 409명(40.4%)이며 평균 연령은 38.7세다. 교육 수준은 초등학교 졸업이 1명(0.10%), 중학교 졸업이 6명(0.59%), 고등학교 졸업이 234명(23.1%), 대학 재학/대학 졸업이 754명(74.5%), 대학원 재학 이상이 17명(1.7%)이다. 소득은 하가 39명(3.9%), 중하는 347명(34.3%), 중은 567명(56.0%), 중상은 57명(5.6%), 상은 2명(0.2%)이다. 정치 성향은 매우 진보적 20명(1.9%), 진보적인 편은 421명(41.6%), 중도는 463명(45.8%), 보수적인 편은 103명(10.2%), 매우 보수적은 5명(0.5%)이다. 가구원 수는 평균 3.1명이다.

응답자들은 TV 뉴스나 시사 프로그램을 하루 평균 71.9분을 시청하고, 스마트폰이나 태블릿

PC로 뉴스를 하루 평균 50.3분을 보며, 데스크톱이나 노트북으로는 뉴스를 하루 평균 19.7분 소비했다. 1주일에 뉴스를 이용하는 경로로는 온라인 카페나 커뮤니티를 접속해 뉴스를 보는 경우가 가장 많았으며 그다음으로 블로그와 언론사 홈페이지 접속으로 나타났다. 포털로 뉴스를 소비하는 경우가 많을 것으로 예상되는데, 온라인 커뮤니티에서 뉴스를 접한다는 점은 흥미로운 대목이다.

사회 참여는 서명 운동, 기부, 자원봉사 활동, 대통령 선거 투표 4개 요소를 합한 것인데, 크론바 알파( $\alpha = .51$ )가 낮아, 개별 요소의 비율을 살펴보았다. 서명 운동에 참여한 경우는 26%이며 참여하지 않은 경우는 74%였고, 기부한 경우는 28.6%로 그렇지 않은 경우(71.4%) 보다 훨씬 낮았다. 자원봉사 활동에 참여한 비율은 19.4%로 참여하지 않은 비율(80.6%)이 상당히 높았다. 반면에, 지난 2017년 대통령선거에 투표한 비율은 80.9%로 투표하지 않은 비율(19.1%)보다 훨씬 높았다.

인터넷 포털에서 뉴스를 이용하는 방식 중 가장 많은 유형은 정보를 검색하다가 뉴스를 보는 것( $M = 3.06$ )이며, 실시간 검색 순위의 인물이나 사건을 검색( $M = 3.03$ ), 관심 있는 분야나 주제의 뉴스를 검색( $M = 2.93$ ) 순이었다. 댓글이 많이 달린 뉴스를 이용하거나( $M = 2.42$ ), 댓글과 뉴스를 같이 이용하는( $M = 2.27$ ) 비율은 낮았고, 실제로 댓글을 게재한 비율도 11.1%로 낮았다. 댓글 게재가 낮다는 결과는 이미 선행 연구들에서도 나타난 양상이다 (Barnes, 2015; Stroud, Duyn, & Peacock, 2016).

응답자들은 언론의 공정성( $M = 2.62$ )과 정확성( $M = 2.79$ )을 비교적 낮게 평가했으며, 전문성( $M = 3.20$ )은 보통 이상으로 평가했다. 특이하게도, 응답자들은 언론 자유( $M = 2.80$ )가 낮다고 봤으며, 언론 신뢰( $M = 3.19$ )는 보통 이상으로 인식했다. 응답자들이 인식한 언론 자유는 아시아에서 대만과 함께 가장 양호하다는 국경없는기자회의 평가와는 다르게 낮은 수준이다. 평균값의 차이가 크지 않아서 두 개념 간에 상관성은 부의 관계이기보다는 정의 모습으로 나타날 가능성이 크다. 구체적 결과는 이후에 제시한다.

매체별로 뉴스 신뢰를 보면, TV 뉴스의 신뢰( $M = 3.34$ )가 가장 높았으며, 포털( $M = 3.26$ )의 신뢰가 라디오( $M = 3.09$ )와 종이 신문( $M = 3.06$ )보다 높았다. 반면에 잡지( $M = 2.55$ ), 온라인 동영상 플랫폼( $M = 2.61$ ), SNS( $M = 2.65$ ), 메신저 서비스( $M = 2.66$ ), 뉴스 사이트( $M = 2.86$ )에 대해 응답자들이 인식하는 신뢰는 낮았다. 포털에 대한 신뢰가 라디오와 종이 신문보다 높은 점은 포털을 언론으로 본다는 응답자의 비율이 76.5%로 높은 결과와 관련이 있는 것으로 보인다. 메신저 서비스와 SNS, 온라인 동영상 플랫폼을 언론으로 보는 비율은 각각 28.7%, 26.8%, 34.5%로 언론이 아니라는 비율보다 훨씬 낮았다. 반대로 보면, 이들 플랫폼에서 뉴스를 소비하면서 이들을 언론으로 보는 응답자의 비율이 26% 이상이라는 점은 주목할

만하다. 특히, 온라인 동영상 플랫폼을 언론으로 보는 비율이 34.5%인 점은 최근 유튜브에 기존 언론사의 뉴스 영상, 1인 미디어, 시사 정보 채널 등이 경쟁적으로 활동하는 현상과 연관된다고 하겠다.

연구 문제 1은 포털, 언론사 앱, 블로그, 온라인 커뮤니티 등 다양한 경로로 뉴스를 소비하는 상황에서 국민이 인식하는 언론 자유의 정도를 예측하는 변수들은 무엇인가에 관한 것이다. 이와 관련해, <Table 2>는 응답자들이 지각하는 언론 자유를 예측하는 변수들의 양상을 보여준다.

Table 2. Lasso Analysis of Predictors for Perceived Media Freedom (N = 1,012)

Predictors	Coefficients
(Intercept)	1.81
Socio-Demographic Variables	
Gender	0
Age	0
Education	0
Income	0
Political Affiliation	-0.04
Household Number	0
News Usage Hour on an Average Day (Unit: Minute)	
TV News Watching	0
Smartphone/Tablet PC News Usage	0
Computer News Usage	0
News Usage Channel (Unit: Day)	
News Homepage	0
News Application	0
News Aggregate Application	0
E-mail Newsletter	0
Blog	0
Online Cafe/Community	0
Social Participation	0
News Usage Mode on Internet Portals	
Interesting Topic News Search	0
Specific News Media Search	0
Story Entering on Search Window	0
Pre-scheduled News	0
Real-Time Figure/Event Search	0
News Usage during Information Search	0
Most Viewed News Usage	0
Comment Usage Pattern	
News Usage with Many Comments	0
Usage of Comments and News	0
Comment Posting	0

Predictors	Coefficients
Evaluation of News Media Coverage	
Fairness	0.11
Professionalism	0.19
Accuracy	0.09
News Credibility Per Medium	
Newspaper	0.04
TV	0.04
Radio	0.02
Magazine	0
Portal	0
News Site	0
SNS	0
Messenger Service	0
Online Video Platform	0
Perceiving Portals and Social Media as News Media	
Portal	0
Messenger Service	0
SNS	0
Online Video Platform	0
Variance Proportion Explained by Predictors	19.7
$\lambda$	0.058

지각된 언론 자유를 예측하는 가장 유의한 변수는 언론의 업무 수행에 대한 평가였다. 응답자들은 언론의 전문성(0.19), 언론의 공정성(0.11), 언론의 정확성(0.09)을 높게 볼수록 언론의 자유가 많다고 인식했다. 반대로, 언론의 전문성, 공정성, 정확성이 낮다고 보는 응답자들은 언론의 자유가 적다고 평가했다.

이와 함께 응답자들은 종이 신문(0.04), TV(0.04), 라디오(0.02)가 제공하는 뉴스를 신뢰할수록 한국 언론이 자유롭다고 인식했다. 또한 보수적인 사람일수록(-0.04), 한국 언론의 자유가 적다고 인식했다. 이 7개 변수는 지각된 언론 자유의 전체 분산 중 19.7%를 설명했다. 뉴스 이용 시간, 뉴스 이용 경로, 포털에서 뉴스 이용 방식, 사회 참여, 댓글 이용 양상은 언론 자유 인식을 예측하지 못했다.

연구 문제 2는 포털, 언론사 앱, 블로그, 온라인 커뮤니티 등 다양한 경로로 뉴스를 소비하는 상황에서 국민이 인식하는 언론 신뢰의 정도를 예측하는 변수들은 무엇인가를 다룬다. 이에 대해 <Table 3>에서 응답자들이 지각하는 언론 신뢰를 예측하는 변수들의 양상을 볼 수 있다. 일부 지수 값이 -0.008처럼 도출돼 <Table 2>와는 달리 지수 값을 소수 셋째 자리까지 표기했다.

Table 3. Lasso Analysis of Predictors for Perceived Media Credibility (N = 1,012)

Predictors	Coefficients
(Intercept)	0.141
Socio-Demographic Variables	
Gender	0
Age	0
Education	0
Income	0
Political Affiliation	0
Household Number	0
News Usage Hour on an Average Day (Unit: Minute)	
TV News Watching	0
Smartphone/Tablet PC News Usage	0
Computer News Usage	0
News Usage Channel (Unit: Day)	
News Homepage	0
News Application	0
News Aggregate Application	0
E-mail Newsletter	0
Blog	0
Online Cafe/Community	0
Social Participation	-0.007
News Usage Mode on Internet Portals	
Interesting Topic News Search	0
Specific News Media Search	0
Story Entering on Search Window	0
Pre-scheduled News	0
Real-Time Figure/Event Search	-0.005
News Usage during Information Search	-0.008
Most Viewed News Usage	0
Comment Usage Pattern	
News Usage with Many Comments	0
Usage of Comments and News	0
Comment Posting	0
Evaluation of News Media Coverage	
Fairness	0.289
Professionalism	0.109
Accuracy	0.344
News Credibility Per Medium	
Newspaper	0
TV	0.128
Radio	0
Magazine	0.020
Portal	0.037
News Site	0.015

Predictors	Coefficients
SNS	0
Messenger Service	0
Online Video Platform	0
Perceiving Portals and Social Media as News Media	
Portal	0
Messenger Service	0
SNS	0
Online Video Platform	0
Variance Proportion Explained by Predictors	56.0
$\lambda$	0.035

지각된 언론 신뢰를 가장 유의하게 예측하는 변수는 언론의 정확성(0.344)이었으며, 언론의 공정성(0.289)과 전문성(0.109)도 유의한 변수였다. 이들은 언론 자유의 인식도 예측했다. 또한 TV(0.128), 포털(0.037), 잡지(0.020), 뉴스 사이트(0.015)가 제작한 뉴스에 대한 신뢰가 높을수록 언론을 신뢰하는 것으로 나타났다.

사회 참여가 낮을수록 언론의 신뢰가 높았다(-0.007). 인터넷 포털에서 정보를 검색하다가 뉴스를 이용하는 응답자일수록(-0.008) 언론을 덜 신뢰했다. 또한, 실시간 검색 순위의 인물이나 사건을 검색하는 응답자일수록 언론을 덜 신뢰했다(-0.005). 이 10개 변수는 지각된 언론 신뢰의 전체 분산 중 56.0%를 설명했다.

언론 자유와 언론 신뢰 인식을 예측하는 변수들을 비교해 보면, 언론 자유의 인식에는 언론의 전문성, 공정성, 정확성, 종이 신문과 TV, 라디오가 제작한 뉴스의 신뢰, 정치 성향이 중요하게 개입했다. 반면에 언론 신뢰의 인식에는 다양한 변수들이 개입했다. 언론의 평가와 함께 TV, 포털, 잡지, 뉴스 사이트가 제공하는 뉴스의 신뢰가 영향을 미쳤다. 이와 함께 사회 참여와 포털에서 정보 검색이나 실시간 내용 검색도 언론 신뢰의 인식에 영향을 미쳤다. 응답자들이 인식하는 언론 자유와 언론 신뢰에 공통으로 개입한 변수들은 언론의 전문성, 공정성, 정확성, TV 뉴스에 대한 신뢰였다.

연구 문제 3은 국민이 인식하는 언론 자유와 언론 신뢰를 비교할 때 이 상관관계는 어떻게 나타나는가에 관한 것이다. <Table 4>는 이 결과를 보여준다.

Table 4. Correlation between Perceived Media Freedom and Perceived Media Credibility

Variable	Media Credibility ( $M = 3.19, SD = 0.87$ )
Media Freedom ( $M = 2.80, SD = 0.90$ )	0.36 ( $p < .001$ )



5점 척도로 측정된 언론 자유와 언론 신뢰 간에 피어슨 상관관계(Pearson's product-moment correlation)는 0.36( $p < .001$ )으로 정의 관계였다. '언론 자유와 언론 신뢰의 역설'(Soon & Tan, 2016)과는 다르게, 같은 연구에서 국민이 인식한 언론 자유와 언론 신뢰를 측정한 결과, 두 개념이 같은 방향으로 움직이었다.

## 5. 논의와 결론

설문 응답자들이 인식하는 언론 자유를 가장 중요하게 예측하는 변수는 언론의 전문성, 공정성, 정확성이었다. 종이 신문과 TV, 라디오가 제공하는 뉴스를 신뢰하는 정도도 언론 자유 평가에 정의 관계로 개입했으며, 보수 성향일수록 언론 자유의 수준이 낮다고 평가했다. 언론 신뢰를 가장 중요하게 예측한 변수로는 언론의 정확성, 공정성, 전문성이었으며, TV와 포털, 잡지, 뉴스 사이트가 제작한 뉴스에 대한 신뢰가 언론 신뢰에도 영향을 미쳤다. 이와 함께, 사회 참여와 인터넷 포털에서 정보 검색으로 뉴스 이용, 실시간 검색 이용도 언론 신뢰 인식에 개입했다. 응답자들이 인식하는 언론 자유와 언론 신뢰는 정의 관계를 보였다. 본 연구는 다음과 같은 의의가 있다.

이론적 측면에서 본 연구는 통계학습 기법으로 언론 자유와 언론 신뢰에 대한 인식을 예측하는 변수들을 파악해, 공정성 등 언론의 업무 수행에 대한 평가, 종이 신문, TV 등 매체의 뉴스에 대한 신뢰, 정치 성향, 포털에서 뉴스 이용 방식, 사회 참여 등 개인적, 사회적 변수들이 유의하게 개입하는 과정을 실증적으로 발견했다. 구체적으로 언론 자유를 인식하는 정도는 언론이 얼마나 전문적이고 공정하며, 정확하냐는 가치 판단의 영향을 가장 많이 받는다. 선행 연구들이 제기한 외부 요인과 내부 요인이 언론의 전문성과 공정성, 정확성의 정도에 여러 경로로 작동할 것이다.

본 연구의 응답자들은 한국 언론의 전문성을 5점 척도를 기준으로 보통 이상으로 인식했고 공정성과 정확성은 보통 이하로 평가했다. 응답자들은 한국 언론의 자유를 국외 단체들의 지표와는 달리 보통 이하로 평가했으며, 언론 신뢰는 보통 이상으로 인식했다. 한국인 모집단을 비교적 잘 포착한 한국언론진흥재단의 언론 수용자 표본에서 응답자들이 언론 자유와 언론 신뢰를 이처럼 대외 지표나 평가와는 다르게 인식했다는 점에 주목할 필요가 있다. 한국 국민이 두 개념을 어떻게 인식하는지를 동시에 파악한 점이 본 연구가 갖는 가치다.

이 맥락을 생각하면, 언론의 전문성, 공정성, 정확성이 좋을수록 언론 자유에 대한 인식이 높아진다는 점은 언론이 국가 현안이나 지역 사회의 쟁점을 사실을 바탕으로 충실하게 취재해 고

품격의 콘텐츠로 공정하게 보도하는 자세가 중요함을 시사한다. 국민이 이런 보도를 매일 접할수록, 그만큼 한국 언론은 자유롭다고 판단하는 것이다. 언론 자유의 인식에 전문성, 공정성, 정확성이라는 가치가 작동한다는 점은 주목할 만한 결과다. 이들 가치의 효용성이 뉴스 시장에서 극대화할수록 언론 자유에 대한 인식은 개선될 가능성이 크며, 반대로 이들 가치가 존중되지 못하면, 언론 자유에 대한 인식도 부정적으로 바뀔 수 있다. 특히, 3개 가치 중에 언론의 전문성이 언론 자유 인식에 가장 중요하다는 점은 언론계에 주는 함의가 크다. 국민이 최근 국내 뉴스 시장에 전개되는 가짜 뉴스 논쟁에 상당한 피로감을 느끼며, 이를 개선하려면 전문적인 뉴스 제작이 필요하다고 본 것으로 풀이할 수 있다. 유사 언론이나 1인 미디어 등 전문성이 상대적으로 떨어지는 매체들에 비해 정통 언론이 전문성을 강화하면, 그러한 언론 보도는 보호해야 하며, 따라서 언론 자유가 개선될 것이라는 기대가 깔려 있다고 하겠다.

이 관계성은 민주주의 적자라는 관점에서도 해석할 수 있다. 선행 연구자들(Stoycheff & Nisbet, 2014)에 따르면, 국민이 인터넷을 자주 이용함으로써 활발한 소통과 다양한 정보를 경험하면서 자신들이 원하는 정부와 현재 정부를 평가한다. 이 결과, 국민이 바라는 정부와 실제 정부에 대한 인식에 차이가 나는 민주주의 적자가 발생한다. 국민이 이런 인식의 괴리를 갖게 되는 이면에는 전문적이고 공정하며 정확한 언론 보도를 참고했을 가능성이 있다. 이유는 언론이 집권 정부 정책의 문제점 등을 국민의 알 권리와 감시권 차원에서 다양한 각도로 보도하고, 이런 보도를 국민들 상당수가 접했을 것이기 때문이다. 따라서 국민이 바라는 정부와 집권 정부 간에 차이를 개선해야 한다는 정당성은 커질 것이다. 이 정당성을 요구하는 국민은 언론 보도에서 자신들의 주장을 뒷받침하는 근거나 논리를 얻을 것이며, 이에 따라 국민은 언론이 자유롭게 보도한다고 평가할 것이다. 국민은 종이 신문, TV, 라디오가 제공하는 뉴스를 신뢰하고, 언론이 전문적이고 공정하고 정확하게 보도한다고 인식할수록, 언론 자유의 수준이 좋다고 평가했다. 물론, 정치 성향을 고려하면, 언론 자유에 대한 긍정적 인식은 진보 성향 국민에게서 높으며 보수 성향 국민은 언론 자유가 적다고 인식했다. 보수 성향 국민은 집권 정부에 대한 더 많은 비판과 견제를 요구하고 이를 반영한 보도를 원하지만, 현실적으로 그러한 보도가 충분하지 않다고 판단한 것으로 볼 수 있다. 이와 함께, 집권 정부가 가짜 뉴스 규제를 내세워 자신들이 선호하는 보수 언론을 압박한다고 해석해 언론 자유의 수준이 낮다고 인식했을 가능성도 있다. 정치 성향과 언론 자유 간에 이러한 관계가 정권의 성격이 다른 상황에서는 다른 방향으로 전개될 수도 있다. 보수 정권에서는 보수 언론과 정권 간에 의제가 호응하면서 이를 소비하는 보수 성향 국민은 언론 자유가 높다고 인지할 수 있다.

한편, 선행 연구에서 매체 이용 정도와 사회 참여가 언론 자유의 인식과 연관된 것으로 나

타났다. 휴대전화로 뉴스를 소비할수록, 언론 자유의 인식은 낮았으며(Wei et al., 2014), TV 뉴스로 정보를 추구하는 사람들은 언론 자유를 지지했다(Johnson & Fahmy, 2008). 또한, 생명 운동, 합법 시위 참가, 파업 동참, 선거 투표 등 사회에 참여할수록 언론 자유의 인식이 높았다(Leeson, 2008). 그러나 이들 선행 연구의 결과와는 달리, 본 연구에서는 뉴스 이용 시간, 뉴스 이용 경로, 포털에서 뉴스 이용 방식, 사회 참여, 댓글 이용 양상은 언론 자유의 인식에 개입하지 않았다. 본 연구에서 종이 신문과 TV, 라디오가 제공하는 뉴스를 신뢰할수록 언론 자유가 좋다고 인식하는 점을 고려하면, 하루에 뉴스 이용 시간이나 홈페이지, 앱 등 이용 경로, 포털에서 정보 검색 중에 뉴스 이용 등 지표적 이용행태보다는 이 과정에서 접하는 뉴스 콘텐츠에 호감을 느끼는 정도가 중요하다고 하겠다. 다시 말해, 많이 이용하는 뉴스, 또는 언론사 홈페이지나 모바일 앱으로 접속하는 뉴스를 얼마나 신뢰하는지, 포털 접속 중에 보는 뉴스를 얼마나 믿는지 등을 세밀하게 분석할 경우, 이 뉴스 신뢰가 해당 언론사를 포함한 언론 전반에 대한 자유를 인식하는 데에 영향을 줄 가능성이 있다.

반면에 언론 신뢰를 평가할 때는 언론의 정확성이 가장 중요한 변수였으며, 언론의 공정성과 전문성이 그다음이었다. 언론 자유 인식에는 언론의 전문성이 가장 중요한 변수였으나, 언론 신뢰 인식에는 언론의 정확성이 핵심으로 나타났다. 이는 최근 ‘가짜 뉴스’와 ‘팩트 체크’라는 현상이 언론계에 유행인 점을 보면, 정확한 보도의 문제가 언론을 믿는 정도와 연관될 수밖에 없음을 알 수 있다. 신문 기사나 방송 뉴스, 라디오 뉴스 등에서 정확하지 않거나 잘못된 정보, 악의적으로 조작된 정보가 넘쳐난다는 점은 인터넷 검색 창에 ‘가짜 뉴스’라는 용어를 입력하면 쉽게 확인할 수 있다. 실제로 2020년 8월 현재, 구글 검색 창에 이 용어를 입력하면 기사 제목이나 소재로 이 용어를 다룬 뉴스가 1천20만 건에 이른다. 언론이 정확성이 크게 부족하고 공정하지 못하며 전문성이 떨어지는 기사들을 지속해서 생산하고, 이 콘텐츠를 소비한 국민은 언론 보도에 부정적 태도를 보이게 되며 언론을 믿지 못하게 된다. 그 반대의 경우도 가능하다. 언론 보도가 정확하고 공정하며 전문성을 바탕으로 한다면, 언론 신뢰는 높아진다. 그러나 본 연구에서 응답자들이 인식한 언론 신뢰는 5점 척도에서 3.19로 보통 이상이었으며, TV 뉴스, 포털, 라디오, 종이 신문 등이 제공한 뉴스의 신뢰는 3점대 초반으로 보통 이상이였다. 반면에 잡지와 온라인 동영상 플랫폼, 메신저 서비스가 제작한 뉴스의 신뢰는 2점대로 낮았다. 국내 언론과 뉴스에 대한 신뢰가 높지 않기 때문에 언론의 정확성, 공정성, 전문성이 악화할수록, 국민이 언론을 믿는 정도는 감소한다는 해석이 현실적이다.

국내외에서 부정확한 언론 보도는 굳어진 문제이다. 미국에서도 지역 뉴스와 기획 기사의 61%에서 최소한 1개 이상의 오류가 발생했고, 사실적 부정확성에 해당하는 객관적 오류 중에

잘못 인용이 가장 많았다. 의도를 잘못 전달하는 주관적 오류 중에는 취재원의 핵심이 빠진 경우가 가장 많았는데, 이러한 오류가 많을수록 취재원들은 기사와 신문사를 신뢰하지 않으며, 향후 취재에 응하지 않겠다는 태도를 보였다(Maier, 2005). 이처럼 오탈자, 오보 등 저질 콘텐츠의 문제는 가짜 뉴스 담론에 빠진 한국 언론계에도 심각한 수준이다. <중앙일보>, <매일경제>, <조선일보> 등 유력 언론사들은 온라인판에서 자신들이 낸 오보를 공지 없이 수정하거나 관련 기사를 삭제했으며, 2017년 9월 17일에 <연합뉴스> 워싱턴 특파원은 미국 트럼프 대통령의 트윗을 오역하는 기사를 내보냈고, 이를 국내 주요 언론사들이 받아쓰는 대형 오보가 발생하기도 했다(김고은, 2019). 언론의 정확성이 언론 신뢰에 직결된다는 본 연구 결과를 참고해 언론계와 학계, 정부가 정확한 보도를 어떻게 지속해서 유지할 수 있는가를 고민하고 실행 가능한 방안을 마련하는 일이 중요한 것이다.

한편, 언론 평가 이외에도 언론 신뢰 인식에 개입하는 변수들은 비교적 다양했다. TV, 포털, 잡지, 뉴스 사이트가 제공한 뉴스에 대한 신뢰가 높을수록 언론을 신뢰하는 경향이 나타났다. 그러나 사회 참여가 많고, 포털에서 정보 검색이나 실시간 순위 검색으로 뉴스를 소비할수록 언론을 신뢰하지 않았다. 이 결과의 함의를 보면, 국민이 상당한 기간에 걸쳐 특정한 매체들을 이용하면서 이 매체들에 대한 일정 수준의 신뢰를 형성할 가능성이 크다. 신문이나 TV 뉴스를 자주 이용하는 사람들은 이용하지 않는 사람들보다 이 매체들을 더 믿으며(Rimmer & Weaver, 1987), 포털 뉴스를 이용할수록, 포털 뉴스를 신뢰하는 것으로 나타났다(박노일 외, 2017). 포털과 뉴스 사이트가 제공하는 뉴스를 믿을수록, 언론을 신뢰한다는 본 연구의 결과도 이런 맥락과 호응한다. 또한, 매체별 뉴스 신뢰 중에 언론 신뢰에 가장 중요하게 개입하는 요소는 TV가 제공하는 뉴스를 신뢰하는 정도이며, 그다음이 포털 뉴스에 대한 신뢰이다. 반면에, 종이 신문이 제공하는 뉴스를 믿는 정도는 언론 신뢰 인식에 영향을 미치지 못했다. 이는 종이 신문 구독률이 1996년 69.3%에서 2019년에 6.4%로 추락한 점(한국언론진흥재단, 2019)과 관련이 있다. 국민이 종이 신문 대신에 포털과 뉴스 사이트로 뉴스를 접하기 때문에 이 경험을 토대로 언론 신뢰를 평가한 것으로 보인다.

결국, 매체들이 제공하는 뉴스에 대해 국민이 느끼는 구체적인 신뢰가 한국 언론 전반에 대한 추상적인 신뢰로 이어진다고 풀이할 수 있다. 한국 언론은 신뢰할 만하다는 추상적 수준에서 평가를 요구받을 때, 국민 자신이 경험하는 매체들에 대한 구체적인 믿음성을 고려한다고 하겠다. 반면에 목적의식을 갖고 사회 참여나 검색이라는 적극적인 행위에 몰입하는 국민은 포털의 '뉴스판'이라는 공간에 배열된 기사들을 이용하는 국민과 비교해 언론에 비판적인 글이나 대안적인 기사, 해석, 관점 등을 접할 기회가 많을 수 있다. 이 과정에서 기존 언론에 대한 믿음이 떨어

질 가능성이 있다. 이 개연성은 사회 참여를 활발하게 하고 포털에서 정보 검색이나 실시간 순위 검색으로 뉴스를 이용할수록 언론을 신뢰하지 않는 본 연구의 결과와 맞닿는다. 이는 특정 언론사에 대한 신뢰를 개선하려면 해당 언론사가 대안적인 보도와 관점을 정확하게 전달하는 노력이 필요함을 의미한다.

이밖에 선행 연구들은 교육이 언론 자유 인식에 개입하고(Nisbet & Stoycheff, 2013), 나이(Bucy, 2003), 학력(박노일 외, 2017), 성별(Johnson & Kaye, 1998), 정치 성향(현기득·서미혜, 2019)이 언론 신뢰 인식에 영향을 준다고 제시했다. 그러나 이와는 달리, 본 연구에서는 정치 성향만이 언론 자유의 인식에 개입하고, 다른 인구통계학적 변수들은 언론 자유와 언론 신뢰에 영향을 미치지 못했다. 두 가지 이유를 생각할 수 있다. 하나는 선행 연구들이 같은 변수들을 대상으로 언론 자유와 언론 신뢰를 동시에 분석하지 못했다는 점이다. 다른 하나는 선행 연구들이 전통적 회귀분석을 주로 적용했고 사용한 변수의 규모도 본 연구(51개)와는 달리 적으며, 모형 설계를 훈련 자료와 검증 자료로 구분하지 않았다는 점이다.

이와 함께, 선행 연구자들이 제시한 '언론 자유와 언론 신뢰의 역설'(Soon & Tan, 2016)은 본 연구에서 나타나지 않았으며, 오히려 두 개념이 정의 관계였다. 본 연구는 국민의 관점에서 같은 설문 자료로 언론 자유와 언론 신뢰의 인식을 측정했다. 국외 언론 자유 지표는 언론인, 변호사, 연구자 등 전문가 집단에 의존했으며, 언론의 최종 이용자이며 언론에 책임을 묻는 국민의 시각이 배제됐다. 깎깎 설문 조사는 언론 자유와 언론 신뢰에 개입하는 다양한 변수들을 충분히 고려하지 못했다. 반면에 본 연구는 다매체 환경에 있는 한국 언론의 현주소를 국민의 관점에서 체계적으로 조사한 한국언론진흥재단의 언론 수용자 조사를 토대 자료로 활용했다. 연구 결과에서 상관관계 값( $r = 0.36$ )과 이를 제곱한 값( $r^2 = 0.13$ )을 보면, 언론 자유 인식이 언론 신뢰 인식을 설명하는 비율, 또는 그 반대의 비율이 13%였다. 이 수치는 높은 비율이 아닌데, 이유는 응답자들이 언론 자유( $M = 2.80$ )를 낮게 보았지만 언론 신뢰( $M = 3.19$ )는 보통 이상으로 인식했기 때문이다. 언론 자유와 언론 신뢰의 인식 간에 정의 관계가 더 높게 나타나려면, 언론 자유와 언론 신뢰를 더 개선해야 할 것이다. 이러한 세밀한 모습을 드러낸 것이 본 연구의 이론적 의의 중 하나다.

현실적 측면에서 언론사와 언론인들은 국민이 언론 자유와 언론 신뢰를 평가할 때 개입하는 변수들이 갖는 의미를 눈여겨볼 필요가 있다. 언론의 전문성, 정확성, 공정성에 대한 인식이 좋을수록, 언론 자유와 언론 신뢰를 긍정적으로 평가한다는 점은 업무 수행에 참고할 수 있다. 최근 조국 전 법무부 장관은 자신의 SNS에 언론이 취재원의 자택 부근에 상주하면서 집요하게 질문과 영상을 확보하려고 한다며 언론 자유의 문제점을 비판했다(윤창수, 2020). 이는 한국 언

론이 자유를 누리면서 비윤리적이거나 과도한 취재 행위를 반복하고 있다는 지적이다. 과도한 취재 경쟁은 언론의 전문성, 정확성, 공정성이라는 기준을 충족시키지 못하는 결과를 가져올 수 있다. 이유는 취재 경쟁의 최종 목표가 언론의 윤리적 목적이 아니라 구독률, 시청률, 청취율, 접속 건수 등 뉴스 이용자의 시선을 붙잡아 광고 수익을 극대화하겠다는 점과 연결되기 때문이다.

요약하면, 본 연구는 능선 회귀와 lasso라는 언론학 분야에서 활용도가 낮은 고급 통계학 습 기법으로 국민이 인식하는 언론 자유와 언론 신뢰를 예측하는 변수들을 발견했다. 언론의 전문성, 정확성, 공정성이 두 개념을 가장 유의하게 예측했으며, 매체들이 제공하는 뉴스에 대한 신뢰도 두 개념에 영향을 미쳤다. 언론 자유 인식과 언론 신뢰 인식은 정의 관계를 보였다. 대외 지표로 파악한 언론 자유보다는 같은 연구 환경에서 국민이 바라보는 언론 자유와 언론 신뢰는 같은 방향으로 움직인다는 점이 새롭게 드러났다. 본 연구가 활용한 통계학 습 기법은 상당히 많은 예측변수 중에 가장 중요한 변수를 효과적으로 선별하는 만큼, 후속 연구자들이 관련 분야에 이 기법을 적용할 수 있을 것이다.

## References

- Aggarwal, S. K. (1989). *Media credibility*. New Delhi, India: Mittal Publications.
- Baek, K. (2019). A study of the relationships among types of web portal usage, credibility of news on web portals, and credibility of news media outlets. *Journal of the Korea contents Association*, 19(10), 306-314.
- Barnes, R. (2015). Understanding the affective investment produced through commenting on Australian alternative journalism website New Matilda. *New Media & Society*, 17(5), 810-826.
- Blach-Ørsten, M., & Burkal, R. (2014). Credibility and the media as a political institution. *Nordicom Review*, 35, 67-79.
- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond*. New York, NY: Peter Lang Publishing.
- Bucy, E. P. (2003). Media credibility reconsidered: Synergy effects between on-air and online news. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(2), 247-264.
- Cho, H.-H. (2014). SBS reporter smiling during the coverage of Sewol ferry disaster, "He did not remember". *MediaToday*. Retrieved from <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=116113>
- Cho, H.-J. (2014). Democratization, freedom of the press, and journalism studies in Korea: A reflexive review. *Communication Theories*, 10(2), 41-76.
- Choi, S., & Lim, J. (2019). Determinant and consequence of online news authorship verification: Blind news consumption creates press credibility. *International Journal of Communication*, 13, 1120-1142.
- Choi, W. (2020). High-ranking Moon administration officials, blaming fake news for unfavorable coverage toward them. *Daily Chosun*. Retrieved from [https://monthly.chosun.com/client/Mdaily/daily\\_view.asp?Idx=11159&Newsnumb=2020111159](https://monthly.chosun.com/client/Mdaily/daily_view.asp?Idx=11159&Newsnumb=2020111159)
- Choi, Y.-J., & Hong, S.-K. (2004). Liberty of the press and fairness. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 48(6), 326-342.
- Czepek, A. (2009). Pluralism and participation as desired results of press freedom: Measuring media system performance. In A. Czepek, M. Hellwig, & E. Nowak (Eds.), *Press freedom and pluralism in Europe: Concepts & conditions* (pp. 37-44). Bristol, UK: Intellect Books.
- Funke, D., & Flamini, D. (2020). *A guide to anti-misinformation actions around the world*. Poynter. Retrieved from <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/>
- Ha, S., & Lee, J. G. (2011). Impacts of the amount and contents type of media use on media trust: Across the

- traditional and new media. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 55(1), 413-434.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. New York, NY: Pantheon Books.
- Hyun, K. D., & Seo, M. (2019). Comparing conservative and progressive audiences in their partisan perception, trust and use of hostile and friendly news media. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 63(2), 46-76.
- James, G, Witten, D, Hastie, T., & Tibshirani, R. (2013). *An introduction to statistical learning with applications in R*. New York, NY: Springer.
- Johnson, T. J., & Fahmy, S. (2008). The CNN of the Arab world or a shield for terrorists?: How support for press freedom and political ideology predict credibility of Al-Jazeera among its audience. *International Communication Gazette*, 70(5), 338-360.
- Johnson, T. J., & Kaye, B. K. (1998). Cruising is believing?: Comparing internet and traditional sources on media credibility measures. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 75(2), 325-340.
- Jung, S.-Y. (2015). Can the disastrous results of media coverage on Sewol ferry disaster be restored? : A theoretical exploration for paradigm shift of journalism norms. *Communication Theories*, 11(2), 56-103.
- Kang, N., Lee, J., & Lee, H. (2008). Classifying media repertoires groups Using K-mean cluster analysis method. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 22(2), 7-46.
- Kim, G. (2019). Easily corrected and eliminated ... 'online incorrect news' as a shadow of digital first. *Journalists Association of Korea*. Retrieved from <http://www.journalist.or.kr/news/article.html?no=45859>
- Kim, H. S. (2003). Media, the public, and freedom of the press. *Social Indicators Research*, 62, 345-363.
- Kim, H. S. (2011). Redefining press freedom: A survey of Iraqi broadcasters in political transition and conflict. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55(4), 431-447.
- Kim, J. (2007). Freedom of press and freedom of broadcasting. *Journal of Communication Science*, 7(2), 111-142.
- Kim, M. (2020). Taxi driver's ludicrous assertion and fake news... sick and tired. *OhmyNews*. Retrieved from [http://www.ohmynews.com/NWS\\_Web/View/at\\_pg.aspx?CNTN\\_CD=A0002672253](http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002672253)
- Kim, M., Yeo, J., Kim, T., Chung, H., Woo, S., & Kim, S. (2014). A study of social integration situations and response strategies. 1-246. Korea Institute for Health and Social Affairs.
- Kim, S. E. (2012). Life history of the dismissed journalists : Focused on Dong-A Committee for Free Press.



*Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 56(3), 292-319.

- Kiousis, S. (2001). Public trust or mistrust? Perceptions of media credibility in the information age. *Mass Communication and Society*, 4(4), 381-403.
- Koçak, K., & Kibris, Ö. (2016). *Social media and press freedom: A global games approach*. Retrieved from [https://scholar.princeton.edu/sites/default/files/kkocak/files/Kibris\\_Kocak-2017.pdf](https://scholar.princeton.edu/sites/default/files/kkocak/files/Kibris_Kocak-2017.pdf)
- Korea Press Foundation (2014). *2014-05: An analysis of media audience perception – 19<sup>th</sup> investigation and analysis of media users' behaviors in the changes in the media environment*. Seoul: Nine Communication.
- Korea Press Foundation (2019). *Media users in Korea 2019*. Seoul: GMADECNP.
- Ksiazek, T. B. (2018). Commenting on the news: Explaining the degree and quality of user comments on news websites. *Journalism Studies*, 19(5), 650-673.
- Lee, G., & Park, J. (2020). The classification and effect of news users' 'News media repertoire' by latent class analysis. *Korean Journal of Communication & Information*, 99, 148-176.
- Lee, J. (2015). An exploratory study on the characteristics of precedents related to the dismissal of journalists and the courts perceptions of freedom of speech and limitations in the precedents. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 59(4), 7-43.
- Lee, J.-K. (2003). Conditions for a free press in Korean society. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 47(2), 54-77.
- Leeson, P. T. (2008). Media freedom, political knowledge, and participation. *Journal of Economic Perspectives*, 22(2), 155-169.
- Lesmeister, C. (2017). *Mastering machine learning with R (2nd ed.): Advanced prediction, algorithms, and learning methods with R 3.x*. Birmingham, UK: Packt Publishing Ltd.
- Lim, J. (2017). Relationships of news organizations and news production factors with their digital news activities in terms of Bourdieu's field theory and Luhmanns system theory. *Journal of Communication Science*, 17(2), 193-228
- Maier, S. (2005). Accuracy matters: A cross-market assessment of newspaper error and credibility. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(3), 533-551.
- Melkumovaa, L. E., & Shatskikhb, S. Ya. (2017). Comparing ridge and LASSO estimators for data analysis. *Procedia Engineering*, 201, 746-755.
- Meyer, P. (1988). Defining and measuring credibility of newspapers: Developing an index. *Journalism*

*Quarterly*, 65(3), 567-588.

- Moon, J.-D. (2004). John Miltons liberty of the press : Reason, free will, and tolerance. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 48(1), 337-361.
- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2019). *Reuters Institute digital news report 2019*. Retrieved from [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR\\_2019\\_FINAL\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf)
- Nisbet, E. C., & Stoycheff, E. (2013). Let the people speak: A multilevel model of supply and demand for press freedom. *Communication Research*, 40(5), 720-741.
- Park, C.-Y. (2006). Decomposing Korean news media credibility in the Internet age. *International Journal of Public Opinion Research*, 18(2), 238-245.
- Park, N., Jeong, J., & Chang, J. (2017). Senior citizens' news media use and news credibility: An analysis of the 2013-2015 national survey data of the media users. *Journal of Communication Research*, 54(1), 314-347.
- Reporters without borders (2016). *2019 World press freedom index*. Retrieved from <https://rsf.org/en/ranking/2019>
- Rimmer, T., & Weaver, D. (1987). Different questions, different answers? Media use and media credibility. *Journalism Quarterly*, 64(1), 28-44.
- Sa, E. S. (2009). Factors influencing freedom of the press in South Korea: A survey of print journalists' opinions. *Asian Social Science*, 5(3), 3-24.
- Shim, S. (2014). Korean judiciary from the perspective of journalism - In light of the critical report to the court rulings and the judiciary's understanding on freedom of press. *Journal of Media Law, Ethics and Policy Research*, 13(2), 1-30.
- Soon, C., & Tan, T. H. (2016). The media freedom-credibility paradox. *Media Asia*, 43(3/4), 176-190.
- Stoycheff, E., & Nisbet, E. C. (2014). What's the bandwidth for democracy? Deconstructing internet penetration and citizen attitudes about governance. *Political Communication*, 31(4), 628-646.
- Stroud, N. J., Duyn, E. V., & Peacock, C. (2016). News commenters and news comment readers. *Engaging News Project*, 1-21. Retrieved from <http://mediaengagement.org/wp-content/uploads/2016/03/ENP-News-Commenters-and-Comment-Readers1.pdf>
- Thevaraja, M., Rahman, A., & Gabirial M. (2019). Recent developments in data science: Comparing linear, ridge and lasso regressions techniques using wine data. *Proceedings of the International Conference*

*on Digital Image & Signal Processing, Oxford United Kingdom, 1, 1-6.*

- Tsfati, Y., & Cappella, J. N. (2003). Do people watch what they do not trust? Exploring the association between news media skepticism and exposure. *Communication Research, 30*(5), 504-529.
- Wei, R., Lo, V.-H., Chen, K.Y.N., Tandoc, E., & Zhang, G. (2020). Press systems, freedom of the press and credibility: A comparative analysis of mobile news in four Asian cities. *Journalism Studies, 21*(4), 530-546.
- Wei, R., Lo, V.-H., Xu, X., Chen, K.Y.N., & Zhang, G. (2014). Predicting mobile news use among college students: The role of press freedom in four Asian cities. *New Media & Society, 16*(4), 637-654.
- Whitten-Woodring, J., & Van Belle, D. A. (2014). *Historical guide to world media freedom: A country-by-country analysis*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Yoo, E. (2018). Legal regulation of fake news - Focusing on the protection of societal legal interest. *Journal of Media Law, Ethics and Policy Research, 17*(2), 39-68.
- Yoon, C. (2020, August 7). Cho Kuk “my daughter was bleeding from her leg and injured due to journalists’ persistence in questioning or pursuing” - Cho former Justice Minister, blaming journalists for their aggressive information collection and noting the limits of press freedom. *Seoul Shinmoon*. Retrieved from <https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20200807500054>
- Yoon, H. Y., Kil, W. Y., & Lee, J. H. (2017). The relationship between news media repertoire and users interest in multiple news topics : Focusing on news topic network. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies, 31*(1), 107-148.
- Yu, S., & Lee, G. (2008). *Research 2008-06: Korean journalism in low credible and dangerous society*. Korea Press Foundation.

최초 투고일	2020년	12월 11일
게재 확정일	2021년	06월 04일
논문 수정일	2021년	06월 07일

## 부록

- 강남준·이종영·이혜미 (2008). 군집분석 방법을 사용한 미디어 레퍼토리 유형분석. <한국방송학보>, 22권 2호, 7-46.
- 김고은 (2019, 2, 26). 쉽게 고치고 내리고... 디지털 퍼스트의 그림자 '온라인 오보'. 한국기자협회. URL: <http://www.journalist.or.kr/news/article.html?no=45859>
- 김미곤·여유진·김태완·정해식·우선희·김성아 (2014). <사회통합 실태진단 및 대응방안 연구 - 사회통합과 국민행복을 중심으로>. 1-246. 한국보건사회연구원.
- 김민수 (2020, 9, 2). 택시기사의 황당 발언과 가짜뉴스... 너무 피곤하다. <오마이뉴스>. URL: [http://www.ohmynews.com/NWS\\_Web/View/at\\_pg.aspx?CNTN\\_CD=A0002672253](http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002672253)
- 김세은 (2012). 해직 언론인에 대한 생애사적 접근 연구: 동아자유언론수호투쟁위원회를 중심으로. <한국언론학보>, 56권 3호, 292-319.
- 김진웅 (2007). 신문의 자유와 방송의 자유: 언론자유 이원성을 중심으로. <언론과학연구>, 7권 2호, 111-142.
- 문종대 (2004). 존 밀턴(John Milton)의 언론 자유 사상: 이성과 자유의지, 그리고 관용. <한국언론학보>, 48권 1호, 337-361.
- 박노일·정지연·장정현 (2017). 고통자 집단의 뉴스 미디어 이용과 신뢰도 연구: 2013~2015년 언론 수용자 의식 조사 자료를 중심으로. <언론정보연구>, 54권 1호, 314-347.
- 백강희 (2019). 포털 사이트 뉴스 이용행태, 포털 사이트 뉴스 신뢰도, 언론사 뉴스 신뢰도 간 관계에 대한 연구. <한국콘텐츠학회논문지>, 19권 10호, 306-314.
- 심석태 (2014). 언론의 관점에서 본 한국의 사법부: 언론의 판결 비판 보도와 사법부의 언론 자유 인식을 중심으로. <언론과법>, 13권 2호, 1-30.
- 유선영·이강형 (2008). <저신뢰 위험사회의 한국 언론. 연구서 2008-06>. 한국언론재단, 1-285.
- 유의선 (2018). 가짜뉴스의 법적 규제 - 사회적 법익 보호를 중심으로 - <언론과법>, 17권 2호, 39-68.
- 윤창수 (2020, 8, 7). 조국 "기자 취재로 딸 다리에 피흘리고 상처입기도" - 조 전 장관, 기자들의 취재 행태 고발하며 언론 자유의 한계 지적. <서울신문>. URL: <https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20200807500054>
- 윤호영·길우영·이종혁 (2017). 다중미디어 시대의 뉴스 미디어 레퍼토리와 주제 관심도 관계 분석 뉴스 주제 연결망 분석을 중심으로. <한국방송학보>, 31권 1호, 107-148.

- 이강형·박중규 (2020). 잠재계층분석을 통한 뉴스 이용자의 ‘뉴스 미디어 레퍼토리’ 분류 및 효과. <한국언론정보학보>, 99호, 148-176.
- 이재경 (2003). 언론인 인식을 통한 한국사회와 언론 자유의 조건 연구. <한국언론학보>, 47권 2호, 54-77.
- 이정기 (2015). 언론인 해고 관련 판결의 특성과 판결에 나타난 법원의 ‘언론의 자유’ 인식, 한계에 관한 탐색적 연구: 이명박 정권 출범 이후의 언론인 해고를 중심으로. <한국언론학보>, 59권 4호, 7-43.
- 임종섭 (2017). 언론사 및 뉴스 생산 요인에 관한 인식이 디지털 뉴스 활동에 미치는 관계성: 부르디외의 장 이론과 루만의 체계이론을 중심으로. <언론과학연구>, 17권 2호, 193-228.
- 정수영 (2015). ‘세월호 언론 보도 대참사’는 복구할 수 있는가?: 저널리즘 규범의 패러다임 전환을 위한 이론적 성찰. <커뮤니케이션 이론>, 11권 2호, 56-103.
- 조항제 (2014). 한국의 민주화와 언론의 자유 언론학에 대한 비판적 성찰. <커뮤니케이션 이론>, 10권 2호, 41-76.
- 조현호 (2014, 4, 20). 세월호 방송 중 SBS 기자 웃는 모습 나가 “본인 기억못해”. <미디어오늘>. URL: <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=116113>
- 최영재·홍성구 (2004). 언론 자유와 공정성. <한국언론학보>, 48권 6호, 326-342.
- 최우석 (2020, 11, 13). 자신에게 불리하면 무조건 가짜 뉴스라는 文 정부 핵심 관계자들. <월간조선>. URL: [https://monthly.chosun.com/client/Mdaily/daily\\_view.asp?Idx=11159&Newsnumb=20201111159](https://monthly.chosun.com/client/Mdaily/daily_view.asp?Idx=11159&Newsnumb=20201111159)
- 하승태·이정교 (2011). 미디어 이용량과 선호 콘텐츠 유형이 미디어 신뢰도에 미치는 영향 전통적 미디어와 뉴미디어를 아우르며. <한국언론학보>, 55권 1호, 413-434.
- 한국언론진흥재단 (2014). <2014-05 언론수용자 의식조사: 제19회 미디어 환경변화에 따른 이용자 행태조사 조사분석>. 서울: 나인커뮤니케이션.
- 한국언론진흥재단 (2019). <2019 언론수용자 조사>. 서울: 지메이드씨앤피.
- 현기득·서미혜 (2019). 한국 정파언론 환경의 특수성은 보수와 진보 수용자의 매체 태도와 이용에 차별적 영향을 미치는가? 적대적 및 우호적 매체에 대한 정파성 지각이 매체 신뢰와 이용에 미치는 영향. <한국언론학보>, 63권 2호, 46-76.

## 무엇이 한국 언론 자유와 언론 신뢰에 대한 인식에 개입하나 능선 회귀(Ridge Regression)와 Lasso 통계학습을 중심으로

임종섭

(서강대학교 지식융합미디어학부 교수)

본 연구는 한국 사회에서 언론 자유 인식과 언론 신뢰 인식을 예측하는 변수들이 무엇인지를 체계적으로 파악하고 선행 연구에서 목격되는 언론 자유와 언론 신뢰 간의 역설이 실제로 어떻게 존재하는가를 고찰하고자 한다. 이를 위해 본 연구는 한국언론진흥재단의 언론 수용자 의식 조사라는 2차 자료를 능선 회귀와 lasso라는 통계학습 기법으로 분석해 가장 유의한 예측변수들을 판별하고 언론 자유와 언론 신뢰 간에 상관관계를 분석했다. 그 결과, 설문 응답자들이 인식하는 언론 자유를 가장 중요하게 예측하는 변수는 언론의 전문성, 공정성, 정확성으로 나타났다. 또한, 종이 신문, TV, 라디오가 제공하는 뉴스에 대한 신뢰가 언론 자유 인식에 정의 관계로 영향을 미쳤다. 언론 신뢰를 가장 중요하게 예측한 변수는 언론의 정확성, 공정성, 전문성이었으며, TV와 포털, 잡지, 뉴스 사이트가 제작한 뉴스에 대한 신뢰도 언론 신뢰 인식에 개입했다. 이와 함께, 사회 참여와 인터넷 포털에서 정보 검색으로 뉴스 이용, 실시간 검색 이용은 언론 신뢰 인식에 부정적인 영향을 미쳤다. 언론 자유 인식과 언론 신뢰 인식은 정의 관계로 나타나 선행 연구가 제시한 두 개념 간에 역설은 출현하지 않았다.

**핵심어** : 언론 자유, 언론 신뢰, lasso, 언론의 전문성, 공정성