



온라인 뉴스콘텐츠이용이 언론 및 언론인에 대한 부정적 인식에 미치는 효과 구조방정식모델링을 통한 인과성 추론

정낙원 서울여자대학교 언론영상학부 교수

Influence of Online News Content Consumption on Negative Perceptions of News Media and Journalists*

Causal Inference Using Structural Equation Modeling

Nakwon Jung**

(Professor, School of Media and Communication, Seoul Women's University)

Unlike many studies that have found declining news quality and lack of basic journalistic principles as causes of declining media trust, this study explores how the use of new forms of online news content (e.g., internet, social media, videos, short-form news), as opposed to traditional news media, influences the evaluation of the media and journalists in a context where negative perceptions of domestic media and news avoidance are widespread. Specifically, a multiple regression analysis was first conducted to examine the relationship between the use of traditional news content (e.g., newspapers, TV news) and online news content (e.g., internet, social media, videos, short-form news) and perceptions of the news media and journalists. Subsequently, the study employed a structural equation modeling (SEM) approach to compare two models: the basic model, where news content use influences perceptions of the news media, and the alternative model, where perceptions of the news media influence news content use. The analysis aimed to infer which causal path is more valid based on model fit. The results of the multiple regression analysis indicated that, in relation to perceptions of the news media and journalists, TV news, the representative form of traditional news content, generally had a positive relationship, while the use of online news content (e.g., internet, social media, videos, and short-form news) demonstrated a negative relationship. The goodness-of-fit for the structural equation model showed that the basic model, where news content use affects perceptions of the news media and journalists, was superior to the alternative model, which assumed

* This work was supported by a research grant from Seoul Women's University(2024-0264). It was based on a revision of the conference paper presented to the '9th Conference of Statistical Application of Media Audience and Journalist Analysis'(이 논문은 서울여자대학교 학술연구비의 지원(2024-0264)을 받았으며, 한국언론진흥재단의 '제9회 언론 통계 활용 학술대회'에서 발표한 논문을 수정한 것임).

** paradise@swu.ac.kr

the reverse path, across various indicators such as chi-square, CFI, TLI, RMSEA, SRMR, AIC, and BIC. In other words, perceptions of the news media and journalists tend to be positively shaped by the use of TV news, while they are negatively influenced by the use of online news content. These findings suggest that the alternative interpretation of online news content as a substitute for declining trust in the news media is more plausible than the interpretation that online news content is the cause of declining trust in the media. It also suggests that, in order to improve perceptions of the media and encourage news consumption, it is important not only to focus on internal issues within traditional media, such as declining news quality, but also to pay attention to how the attributes and consumption patterns of online news content in the evolving media environment contribute to distrust in the media.

Keywords: news trust, SNS news, video news, short-form news, online news content

국문초록

본 연구는 국내언론에 대한 부정적 인식과 뉴스회피현상이 확산되는 상황에서, 전통 뉴스미디어와 대비되는 새로운 형식의 온라인 뉴스 콘텐츠(인터넷, SNS, 동영상, 숏폼 뉴스) 이용이 언론 및 언론인에 대한 평가에 어떤 영향을 미치는지 탐색하였다. 구체적으로, 먼저 다중회귀분석을 통해 전통 뉴스콘텐츠(신문, TV뉴스) 및 온라인 뉴스콘텐츠(인터넷, SNS, 동영상, 숏폼) 이용과 언론 및 언론인에 대한 인식의 관계를 탐색한 후, 뉴스콘텐츠 이용이 언론 인식에 영향을 미치는 효과 경로를 기본모델로, 언론 인식이 뉴스콘텐츠 이용에 영향을 미치는 효과 경로를 대안모델로 설정하고 구조방정식모델링 적합도 비교를 통해 어떤 경로가 더 타당한지 인과성을 추론하였다. 다중회귀분석 결과, 언론 및 언론인 인식과의 관계에 있어서 대표적인 전통 뉴스콘텐츠인 TV뉴스는 대체로 정적 관계가 나타난 반면, 인터넷, SNS, 동영상, 숏폼 등 온라인 뉴스콘텐츠 이용은 모두 부적관계가 나타났다. 구조방정식모델의 적합도는 뉴스콘텐츠 이용이 언론 및 언론인에 대한 인식에 미치는 효과를 설정한 기본모델이 반대의 경로를 설정한 대안모델보다 여러 지표에서 더 우수한 것으로 나타났다. 즉, 언론 및 언론인에 대한 인식이 TV뉴스 이용에 따라 긍정적으로 형성되는 반면, 온라인 뉴스 콘텐츠 이용의 결과 부정적으로 형성된다는 것이다. 이러한 결과는 언론에 대한 인식을 개선하고 뉴스소비를 촉진시키기 위해 뉴스품질저하를 비롯한 기성언론의 내부문제에만 주목하기보다, 변화한 뉴스미디어환경에서 어떤 온라인 뉴스콘텐츠의 속성과 소비행태가 언론에 대한 불신을 불러일으키는지에 관심을 기울일 필요가 있음을 제안한다.

핵심어 : 언론 신뢰도, SNS뉴스, 동영상뉴스, 숏폼뉴스, 온라인 뉴스콘텐츠

1. 서론

언론에 대한 불신이 심상치 않다. 세월호 참사를 거치면서 국내 언론은 ‘기레기’라는 멸칭을 얻으며 시민들의 눈 밖에 나더니 이후에도 부정적 인식이 지속적으로 증가하여 최근 여러 조사에서 나타난 언론신뢰도는 거의 바닥수준이다(최진호·박영흠, 2022). 많은 사람들에게 ‘언론’은 여전히 기성언론을 의미하는 바(Strömbäck et al., 2020), 언론에 대한 불신은 기성언론에 대한 무관심, 뉴스소비의 감소, 뉴스회피를 가져와 언론 산업을 침체시키는 주요 요인으로 인식되고 있다. 사회가 당면한 중요한 문제에 주의를 환기시키고, 공론의 장으로서 여론을 형성하고 참여를 독려하여 사회현안을 해결하는 데 중요한 역할을 수행해야 하는 언론이기에 이러한 현실은 더욱 뼈아프다. 언론 산업이 되살아나고 언론 본연의 사회적 기능과 책임을 완수하기 위해서 잃어버린 신뢰를 회복하는 일은 언론사에 한정된 문제가 아니라 사회 전체에 부여된 과제다.

지금까지 많은 연구들은 언론에 대한 부정적 인식의 원인을 파악하고 신뢰회복의 방법을 모색하면서 저널리즘 품질하락에 주목하고, 그 원인으로 기성언론의 공정성, 객관성, 정확성, 전문성, 책임의식 등 본연의 저널리즘 가치 결여, 언론사의 재정악화로 인한 투자 감소와 기자역량의 저하, 선정주의 등의 문제를 지적해왔다(김세은, 2006, 2017; 민영, 2016; 이소은·오현경, 2021; 이준웅·최영재, 2005). 언론의 질적 저하로 인해 생긴 부정적 인식이 뉴스소비자들을 떠나게 했기 때문에 이러한 문제들을 개선해야 신뢰를 회복하고 뉴스소비자들을 되찾아 올 수 있다는 것이다.

그런데 과연 언론에 대한 부정적 인식과 신뢰하락이 오롯이 기성언론의 품질하락에서 비롯된 현상이라고 할 수 있을까? 물론 ‘신뢰’는 기대에 대한 충족의 결과로 생성되는 바(김세은, 2006; 민영, 2016), 언론이 사회가 기대하는 역할과 책무를 온전히 수행하지 못한 점을 무겁게 받아들이고 뉴스품질을 개선하는 등 쇄신의 노력을 기울여야 함은 당연하다. 그럼에도 최근 몇 년 사이 우리나라뿐만 아니라 전 세계에서 공통적으로 관찰되는 뉴스에 대한 불신 및 회피현상의 확산(최진호·박영흠, 2022; Jones, 2018; Nelson & Kim, 2021; Strömbäck et al., 2020; Tsfati & Arieli, 2014)은 언론신뢰도 하락이 국내 언론에 한정된 문제 때문만이 아닐 수 있음을 보여준다. 만약 뉴스품질하락을 비롯한 언론내부의 문제가 주된 원인이라면 언론에 대한 신뢰도 하락은 이러한 문제를 겪는 몇몇 국가에 한정되어 나타나야 하지만, 전 세계 언론이 공통적으로 경험하는 현상이라면 모두에 공통적으로 영향을 미치는 구조적, 환경적 외부요인이 존재할 수 있다는 것이다.

언론전반에 대한 불신에 영향을 미칠 수 있는 유력한 외부요인 중 하나로 새로운 형태의 뉴

스콘텐츠 소비 증가를 생각해볼 수 있다. 포털, SNS, 영상 플랫폼 등과 같은 온라인 미디어플랫폼 이용이 일상화되면서 자연스럽게 동영상, 쇼츠, 릴스 등 흥미로운 형식의 뉴스콘텐츠를 소비하는 경험이 많아진 결과 기성언론의 이용률과 호감도는 감소할 수 있다(Newman et al., 2021). 더구나 규제에서 비교적 자유로운 온라인 미디어플랫폼의 특성상, 온라인 뉴스콘텐츠와 댓글은 종종 자극적인 내용과 허위/과장/왜곡된 정보를 포함하기 때문에 언론 전반에 대한 부정적 인식을 양산할 수 있다(Ceron, 2015; Edgerly, 2022; Van Duyn & Collier, 2019). 특히 대안뉴스미디어로 기능하는 온라인 뉴스콘텐츠는 기성언론에 대한 비판적 내용을 담는 경우가 많고, 권력에 대한 비판을 피하거나 완곡하게 하는 기성언론과 달리 직접적이고 강렬한 논조로 비판을 주저하지 않기 때문에 온라인 뉴스콘텐츠 이용은 기성언론에 대한 불신으로 이어지기도 한다(Strömbäck et al., 2020). 정리하면, 일상화되고 보편화된 새로운 미디어플랫폼을 이용하는 과정에서 의도적 또는 비의도적으로 뉴스콘텐츠를 소비하게 되고, 그 결과 위에서 언급한 온라인 뉴스콘텐츠의 속성들을 접하는 경험이 많아지면서 언론전반에 대한 부정적 인식이 형성된다는 것이다. 이는 언론전반에 대한 불신의 주요 원인이 기성언론 내부의 문제라기보다 뉴스소비환경의 변화, 즉 새로운 뉴스플랫폼의 등장과 온라인 뉴스콘텐츠 소비 증가에 따라 불가피하게 나타나는 현상일 가능성을 제기한다.

실제로 온라인 뉴스콘텐츠 이용과 언론 신뢰도 사이의 관계를 탐색한 많은 선행연구들은 두 변인이 부적관계에 있음을 발견하였다(남유원·지성욱, 2022; 장운재·김미라, 2020). 그러나 이들은 온라인 뉴스콘텐츠 이용이 언론 신뢰도를 떨어뜨린다고 해석하기보다 언론에 대한 신뢰도가 낮은 사람들이 기성언론을 회피하고 대안으로써 온라인 뉴스콘텐츠를 이용한다고 해석하거나, 인과관계에 대한 논증을 생략한 채 다중회귀분석만으로 온라인 뉴스콘텐츠 이용이 증가할수록 언론 신뢰도가 하락한다는 결론을 도출하기도 했다.

이에 본 연구는 구조방정식모델링을 통해 인과성을 논증함으로써 전통 뉴스미디어와 대비되는 새로운 형식의 온라인 뉴스콘텐츠(인터넷, SNS, 동영상, 숏폼) 이용이 언론 및 언론인에 대한 평가에 유의한 영향을 미치는지 탐색하고자 한다. 이를 위해 먼저 한국언론재단이 수집한 2023년 언론수용자조사 데이터를 분석하여 전통 뉴스콘텐츠(신문, TV뉴스) 및 온라인 뉴스콘텐츠(인터넷, SNS, 동영상, 숏폼) 이용과 언론 및 언론인에 대한 평가 사이에 어떤 관계가 발견되는지 다중회귀분석을 통해 살펴보고, 이 중 유의한 관계가 나타나는 뉴스콘텐츠 이용 변인과 언론 및 언론인에 대한 평가의 인과적 관계를 구조방정식모델링 방법으로 추론하고자 한다. 구체적으로 뉴스콘텐츠 이용이 언론 및 언론인에 대한 인식에 영향을 미치는 경로를 기본모델로, 반대로 언론 및 언론인에 대한 인식이 뉴스콘텐츠 이용에 영향을 미치는 경로를 대안모델로 설정하

여 각 모델의 적합도를 비교함으로써 두 변인 간 타당한 인과성을 추론할 것이다.

만약 구조방정식모델링 분석결과, 뉴스콘텐츠 이용이 언론 및 언론인에 대한 인식에 영향을 미치는 효과 경로가 반대의 경로보다 더 타당하면서 전통 뉴스콘텐츠 이용의 효과는 유의하지 않거나 긍정적인 반면 온라인 뉴스콘텐츠 이용의 효과가 부정적으로 나타난다면, 언론신뢰도 하락의 원인과 뉴스소비 및 언론 산업 회복의 실마리를 찾기 위해 새로운 온라인 뉴스콘텐츠의 속성과 이를 소비하는 과정에서 나타나는 특징에도 주목해야 한다고 볼 수 있을 것이다. 본 연구는 언론에 대한 인식에 영향을 미치는 주요 요인으로 달라진 미디어환경에 주목하였다는 점에서 차별성이 있고, 언론신뢰도 회복과 언론 산업의 활성화를 위한 방법을 모색하는 데 중요한 참고자료가 될 것으로 기대한다.

2. 이론적 논의

1) 언론에 대한 부정적 인식과 뉴스회피현상의 확산

국내언론에 대한 부정적 인식이 지속적으로 증가하는 추세다. 우리나라 뉴스신뢰도가 2017년부터 2020년까지 4년 연속 40개국 중 최하위였고, 2021년부터 2023년까지는 매년 한 계단씩 하락하여 46개국 중 39위, 40위, 41위라는 <디지털뉴스리포트>(김선호·김위균, 2017, 2019; 김선호 등, 2018; 박아란·이소은, 2020; 오세욱·박아란·최진호, 2021; 최진호·박영흠, 2022; 최진호·이현우, 2023)의 조사결과는 꽤나 불명예스럽고 충격적이기까지 하다. 이 기간에 한국 언론을 신뢰한다고 응답한 비율은 21%에서 32%로 평균 25.8%밖에 되지 않는다. 한 매체의 조사에서는 가장 신뢰하는 언론인이 누구인지 묻는 질문에 대해 ‘없다/모른다/무응답’ 비율은 2018년 45.5%에서 2023년 71.5%로 26%나 증가하였다(김영화, 2023). 한국언론진흥재단이 실시한 언론수용자조사(2023)에서도 리커트 5점 척도로 측정된 ‘뉴스 및 시사 정보 전반에 대한 신뢰도는 2021년 3.32에서 2023년 3.27로 0.05 포인트 하락하였고, 같은 기간 언론인에 대한 신뢰도는 3.04에서 2.98로 0.06 포인트 하락한 것으로 나타났다.

신뢰도뿐만 아니라 언론의 공정성, 전문성, 정확성, 자유도, 영향력 등 저널리즘의 기본원칙에 관한 모든 항목에서 응답자들의 평가 점수는 2021년과 비교하여 2023년에 0.08-0.29 포인트만큼 하락하였고, 여러 항목 중 공정성에 대한 부정적 평가가 가장 두드러졌다. ‘정확한 정보 제공’, ‘다양한 의견제시’, ‘해결책제시’, ‘의제설정’, ‘정부에 대한 비판과 감시’, ‘기업에 대한 비판과 감시’, ‘사회적 약자 대변’ 등 언론의 역할수행에 대한 평가 점수도 같은 기간 0.02-0.24 포인

트만큼 하락했는데, 이 중 '정부에 대한 비판과 감시'와 '사회적 약자 대변' 역할에 대한 평가가 가장 부정적이었다.

언론에 대한 부정적 인식의 증가와 함께 언론에 대한 무관심과 뉴스회피현상도 확산되고 있다. 뉴스에 대한 무관심을 넘어 선택적이고 의도적으로 뉴스를 회피하는 행태가 늘어나고 있는 것이다. 2022년 디지털뉴스리포트(최진호·박영흠, 2022)에 따르면, 2017년과 2022년 사이 뉴스에 대한 무관심층의 비율은 6%에서 13%로 두 배 이상 증가했으며, 뉴스회피를 경험한 비율은 52%에서 67%로 15%나 증가한 것으로 나타났다. 뉴스회피는 뉴스에 대한 관심이 없어서 단순히 이용하지 않는 소극적 태도가 아니라 뉴스가 해롭다는 인식 하에 뉴스로 인한 피해를 방지하기 위한 적극적인 방어행동이므로 무겁게 받아들이고 적극적으로 대응해야 하는 현상이다.

뉴스회피의 가장 큰 원인으로 선행연구는 뉴스신뢰도 하락을 지목한다(Schwarzenegger, 2020). '신뢰'란 대상으로부터 이익을 얻고 필요를 충족시킬 것이라는 믿음을 의미하므로(Coleman, 1990), 언론에 대한 신뢰는 이용의 가장 중요한 선행요인이 된다(Cappella & Jamieson, 1997; Goyanes et al., 2023; Toff & Kalogeropoulos, 2020; Tsfati, 2010). 위의 조사에서도 뉴스회피의 이유를 묻는 문항에 대해 '뉴스를 신뢰할 수 없거나 편향적이기 때문'이라는 항목을 선택한 응답자가 가장 많았다. 신뢰를 잃어 뉴스를 소비할 이유가 없어진 소비자들 뉴스로부터 이탈하는 현상이 나타난 것이다.

언론에 대한 불신과 무관심, 그리고 뉴스회피현상의 확산은 재정적 어려움을 겪고 있는 언론사들의 상황을 더욱 악화시키고 있다(Tsfati & Arieli, 2014). 그러나 이보다 더 큰 문제는 뉴스신뢰도 하락이 뉴스에 대한 무관심과 회피로 이어져 시민성이 무너지고 민주주의의 기반이 약화될 수 있다는 사실이다. 언론은 사회가 당면한 중요한 이슈를 시민들에게 알리고, 공론의 장으로서 기능하여 여론을 형성하며, 시민 참여를 유도하여 문제를 해결하는 중요한 역할을 수행하면서 민주주의를 지탱한다. 그렇기에 우리사회는 언론을 사실상 정치제도로서의 위상을 부여하며 자유로운 활동을 보호하기 위해 노력해왔다. 그러나 언론이 신뢰를 잃으며 제 역할을 다하지 못하면서 사회구성원들이 뉴스로부터 멀어지고 그 결과 정치관심도와 사회참여율도 현저하게 낮아지게 되었다(Edgerly, 2015; Edgerly & Vraga 2021; Shehata, 2016; Strömbäck, 2017). 신뢰가 결여된 언론은 본연의 역할을 수행하는 것이 불가능하기 때문에 언론의 신뢰회복은 사회 전체가 해결해야 할 중요한 과제다.

2) 기성언론에 대한 불신의 원인

개인마다 '언론'에 대해 떠올리는 개념과 표상이 다르기 때문에 '언론'에 대한 평가와 의미는 개인

에 따라 다르다(Daniller et al., 2017; Strömbäck et al., 2020). 즉, '언론'을 평가할 때, 개인에 따라 '언론'을 기성언론, 자주 이용하는 언론, 또는 뉴스를 전달하는 모든 매체를 떠올릴 수 있고 이에 따라 평가의 결과와 의미와 달라질 수 있다는 것이다. 여러 조사에서 응답자들이 어떤 언론을 표상하며 평가했는지 명확히 알 수는 없으나 이들에게 '언론'은 온라인 미디어플랫폼을 포함하지 않는 기성언론을 의미하는 것으로 나타난다(Strömbäck et al., 2020). 본 연구가 활용한 언론수용자조사 결과에서도 온라인 미디어플랫폼을 언론으로 생각하는 비율은 메신저 23.3%, SNS 21.6%, 동영상 플랫폼 31%로 비교적 낮았고, 실제로 이들 플랫폼을 뉴스미디어로 활용하는 비율도 메신저 서비스 14.5%, SNS 8.6%, 동영상 플랫폼 25.1%, 숏폼 13.7%로 저조했다.

많은 선행연구들도 '언론'에 대한 평가를 기성언론에 대한 평가로 해석하고, 언론에 대한 부정적 인식과 뉴스회피의 확산을 기성언론의 뉴스품질저하, 기자역량 하락, 과도한 상업주의와 선정주의 등 기성언론의 내부문제에 의한 결과로 해석하는 경향을 보인다(김세은, 2006, 2017; 민영, 2016; 이소은·오현경, 2021; 이준웅·최영재, 2005; Arieli, 2015; Cappella & Jamieson, 1997; Kohring & Matthes, 2007; Mitchell et al., 2016). 이들은 특히 기성언론에서 공정성, 객관성, 정확성, 전문성, 도덕성, 사회적 책임의식 등 저널리즘 기본원칙이 실종되어 뉴스품질이 하락하고 언론에 대한 불신이 팽배해진 것으로 진단하고 있다. 언론수용자조사(한국언론진흥재단, 2023)에서도 응답자들은 편파적 기사, 낚시성 기사, 어뷰징 기사, 허위조작정보 등 뉴스의 질적 문제를 한국 언론의 가장 큰 문제점으로 꼽으면서 언론의 공정성, 정확성, 정부에 대한 비판과 감시, 사회적 약자 대변하는 역할에 대해 낮은 점수를 주었다. 언론은 정확하고 객관적인 정보를 공정하게 전달하고, 다양한 사회구성원들에게 유익을 끼치는 역할을 수행해야 한다는 사회적 기대를 충족하지 못했기 때문에 신뢰가 하락했고 뉴스소비자들의 외면을 받는다는 것이다(민영, 2016; Mitchell et al., 2016).

이 중에서도 언론의 공정성과 객관성은 가장 심각한 문제로 인식되고 있다. 국내언론은 역사적으로 정치권력과 유착하여 신뢰도에 위기를 맞았고, 민주화 이후에도 신문은 보수와 진보로 나뉘어 정치적 편향성을 명확히 드러내면서 언론에 대한 불신을 자초한 측면이 있다(김위근 등, 2018). 또한 공영방송은 정권에 유리한 지배구조와 최고의결기구의 구성 방식으로 인해 정권친화적 언론으로 비판을 받아왔다. 특히 최근 정치적 양극화 현상과 맞물리면서 한국언론의 공정성과 객관성은 양쪽 이념집단으로부터 비판을 받는 대상이 되었다(현기득 등, 2020). 공정성과 객관성은 개인의 정치성향에 따라 상대적으로 지각되는 개념이므로 정치적으로 양극화된 사회에서는 더욱 민감하게 반응하는 이슈다. 적대적 미디어 효과(Vallone et al., 1985)에 따르면, 정치

적 태도가 강한 사람들은 언론 보도가 자신의 입장에 적대적이라는 인식을 가지는 경향이 있는데 (Gunther et al., 2001), 그 결과 정치적으로 양극화된 사회에서는 언론의 공정성과 객관성에 의문을 품고 언론에 대한 신뢰를 낮게 평가하는 경향이 나타난다(Arceneaux et al., 2012; Benkler et al., 2018).

언론사들의 재정위기로 인한 기자인력수급 및 교육의 어려움도 저널리즘의 품질저하를 가속하고 있다. 언론사들의 재정위기는 2000년 초반 포털플랫폼을 통한 뉴스소비가 일반화되고 2000년대 후반 스마트폰이 보급되면서 급속도로 확산되었다. 뉴스소비자들은 더 이상 종이신문을 구독하거나 TV 앞에서 뉴스를 시청할 필요가 없이 스마트폰으로 여러 매체가 제공하는 뉴스를 하나의 플랫폼에서 소비할 수 있게 되었다. 이로 인해 구독료와 광고수익이 급감하면서 국내 언론사들은 심각한 재정위기를 맞게 되었다. 이는 기자채용의 어려움, 기자역량 부족, 기자 훈련 및 교육 시스템의 부재 등 기자인력에 대한 문제로 이어지면서 궁극적으로 뉴스품질의 하락을 초래하였고 이로 인해 뉴스소비가 감소하는 악순환의 고리가 형성되었다(김위근·황용석, 2020). 또한 부적절한 협찬 및 홍보 기사를 써주며 재정을 충당하는 도덕적 해이를 부추기기도 했다.

온라인 미디어환경에서 매체 간 경쟁 심화로 인한 선정성도 언론의 질적 하락의 주요한 원인으로 인식된다. 전통미디어시대에 언론은 민주주의의 올바른 작동을 위해 필수불가결한 존재로서 대체 불가한 사회적 역할을 인정받아 특별한 권력과 지위를 누려왔다. 그러나 기성언론 이외에도 SNS, 블로그, 팟캐스트, 동영상플랫폼 등 뉴스를 얻을 수 있는 수많은 대안적 채널이 존재하고 이들을 통한 뉴스소비가 크게 증가하면서 기성언론은 더 이상 특별한 존재로서의 지위를 잃게 되었고, 다른 뉴스채널과 생존을 위해 치열하게 경쟁해야 하는 처지에 놓이게 되었다. 그 결과 이용자들을 주목을 끌기 위해 과도한 단독경쟁으로 충분한 사실 확인을 거치지 않은 부정확하고 불완전한 정보를 전달하는 문제가 발생했고, 선정적이고 기만적인 제목을 미끼로 이용자를 '낚는' 이른바 어뷰징 낚시성 기사는 언론전반에 대한 신뢰를 떨어뜨렸다(백영민 등, 2019).

3) 온라인 뉴스콘텐츠 이용과 언론에 대한 인식의 관계

국내언론에 대한 부정적 평가와 뉴스회피의 원인을 파악하고 개선 방안을 모색하는 데 있어서 언론 내부의 문제점에 주목하는 일은 자연스럽고 바람직한 과정이다. 그런데 이러한 현실이 오히려 뉴스품질저하와 같은 기성언론의 문제에서만 비롯된 것일까? 이에 대해 언론에 대한 부정적 인식은 온라인 미디어플랫폼 이용이 일상화되면서 전 세계에 공통적으로 확산되기 시작한 현상이라는 점에 주목할 필요가 있다. 특히 SNS와 동영상 플랫폼에서의 동영상, 쇼츠, 릴스 등 새로운 형태의 온라인 콘텐츠가 본격적으로 뉴스로서의 기능을 수행하기 시작한 2010년대 후반부터 가

짜뉴스 문제와 함께 언론에 대한 부정적 인식은 전 세계적으로 심각한 화두가 되었다(백영민 등, 2019; 이소은·박아란, 2020; 이소은·오현경, 2021; Nielsen et al., 2020).

대표적인 동영상 플랫폼인 유튜브를 통해 뉴스를 소비하는 비율은 전 세계적으로 꾸준히 증가하고 있다. 디지털뉴스리포트(최진호·이현우, 2023)가 발표한 2016년부터 2023년까지 유튜브를 통한 뉴스 이용률과 변화 추이를 보면, 46개국 평균 이용률은 2016년 19%에서 2023년 30%로 11%증가하였고, 한국의 이용률은 2016년 24%에서 2023년에는 53%로 무려 29%나 증가하였다. 유튜브 뉴스이용 비율과 증가율 모두 한국이 조사대상국보다 월등히 높았는데, 이나연(2020)은 다른 나라보다 유튜브를 통한 뉴스이용률이 매우 높은 현상이 한국의 언론 신뢰도가 하위권인 이유라고 설명하기도 했다. 유튜브 외에도 페이스북, 인스타그램, 카카오톡(한국), 왓츠앱, 틱톡 등 다른 온라인 미디어플랫폼에서의 뉴스콘텐츠 이용도 일반화되고 있는 것으로 나타난다.

이러는 가운데 언론에 대한 부정적 인식은 전 세계적으로 증가하였다. 디지털뉴스리포트(최진호·박영훈, 2022)는 “뉴스 무관심층이 전 세계적으로 증가하는 추세에 있다”(16쪽)고 설명하였는데, 조사결과에 따르면 2017년과 2022년 사이 뉴스 무관심층의 비율은 한국의 경우 6%에서 13%로 약 2.2배 증가하는 동안 조사대상국 평균도 5%에서 12%로 2.4배 증가하였다. 이 기간 “전 세계적으로 뉴스를 선택적으로 회피(selective news avoidance)하는 이용자의 비율도 크게 증가”(14쪽)했는데, 구체적으로 한국의 경우 52%에서 67%로 15% 증가하였고, 조사대상국 평균도 56%에서 69%로 13% 상승하였다. 뉴스회피비율은 오히려 한국이 다른 조사대상국 평균보다 낮았다. 또한 2023년 디지털뉴스리포트(최진호·이현우, 2023)에 나타난 언론에 대한 신뢰도도 한국뿐만 아니라 다른 조사대상국 평균이 전년대비 모두 2% 하락하였다. 이와 같이 전 세계가 공통적으로 경험하고 있는 언론에 대한 무관심, 선택적 회피, 신뢰 하락의 확산 현상은 국내 언론에 대한 부정적 인식이 국내 기성언론의 내부적 문제에서만 비롯되었다기보다 전 세계가 공통적으로 경험하고 있는 뉴스미디어 환경변화에서 기인한 구조적 문제일 가능성을 시사한다.

많은 실증 연구들도 SNS, 동영상, 숏폼과 같은 온라인 뉴스콘텐츠 이용이 증가함에 따라 언론전반에 대한 신뢰도가 낮아지는 경향이 있음을 보고하였다(남유원·지성욱, 2022; 이소은·오현경, 2021; 장운재·김미라, 2020; 최지향 등, 2024; Schwarzenegger, 2022). 특히 본 연구와 같이 언론수용자조사 데이터를 활용한 연구들은 모두 SNS뉴스와 동영상뉴스 등 온라인 뉴스콘텐츠 이용이 증가할수록 언론에 대한 신뢰도는 하락한 반면, 대표적인 전통 뉴스콘텐츠인 TV뉴스 이용이 증가할수록 언론전반에 대한 신뢰도는 오히려 상승하는 결과를 보고했다(남유원·지성욱, 2022; 이소은·오현경, 2021; 장운재·김미라, 2020). 다만, 위의 연구들은 다중회귀

분석을 통해 결론을 도출한 바, 인과관계에 대한 논란의 여지는 남아 있다. 즉, 위 연구결과는 언론에 대한 신뢰도에 따라 전통 뉴스미디어 또는 온라인 뉴스콘텐츠를 이용하는 경향이 나타나는 것으로 해석할 수도 있다.

4) 온라인 뉴스콘텐츠 이용과 언론에 대한 인식의 인과관계

SNS, 동영상, 숏츠 등 새로운 미디어플랫폼이 등장하고 이들의 이용이 증가하면서 의도적이든 비의도적이든 이들을 통해 뉴스를 소비하는 경험도 함께 증가하게 된다(Lee & Kim, 2017; Valeriani & Vaccari, 2016). 이러한 과정에서 언론전반에 대한 부정적 인식을 심어줄 수 있는 온라인 뉴스콘텐츠의 속성을 경험할 가능성이 높아지는데(Chan et al., 2006), 특히 허위조작정보, 과장된 정보, 혐오표현, 자극적 표현 등의 유해정보를 접하게 되면서 언론 전반에 대한 불신이 생길 수 있다(Ceron, 2015; Edgerly, 2022; Van Duyn & Collier, 2019). 선행연구에 따르면, 특정 언론매체에서의 경험은 언론전반에 대한 신뢰도에 영향을 주는 것으로 나타나는데(박혜영, 2019; 임종섭, 2021; 현기득·채영길, 2022), 이는 온라인 뉴스콘텐츠 이용 과정에서 부정적인 경험이 언론전반에 대한 부정적인 인식으로 일반화될 수 있음을 시사한다.

또한 정치사회 권력으로부터 광고 수익, 제도적 규제, 정치적 관계 등에 영향을 받는 기성 언론은 권력에 대한 비판에 소극적인 반면, 비제도권 언론으로서 온라인 뉴스콘텐츠는 직설적인 표현과 함께 적극적으로 권력을 비판하기 때문에 온라인 뉴스콘텐츠와 비교하여 기성언론에 대한 상대적 불만족이 생길 수 있다. 더구나 온라인 뉴스콘텐츠와 댓글은 기성언론에 대한 비판을 다루는 경우가 많은데, 이러한 비판적 내용에 노출된 결과 언론 전반에 대한 부정적 인식이 생길 수 있다. 디지털뉴스리포트(최진호·이현우, 2023)에 따르면, 한국에서 언론 및 언론인에 대한 비판을 자주 접하는 비율은 58%로 조사대상국 평균보다 5% 높았으며, 언론 및 언론인에 대한 비판을 접한 빈도와 이들에 대한 신뢰도의 상관관계(r)는 무려 $.64(p < .001)$ 나 되는 것으로 나타났다. 시사대담 토크와 같은 동영상 뉴스콘텐츠는 비제도권 언론으로서 정치성향을 드러내며 정치사회 현안을 비교적 자유롭게 다루는데, 이 과정에서 언론은 정치권과 함께 종종 날카로운 비판의 대상이 된다. 또한 최근 동영상 플랫폼의 영향력이 증가하면서 유명 정치인, 평론가, 학자 등 의견지도자들이 논객으로 출연하여 이러한 비판에 힘을 실어주는 경우가 많은데, 이러한 의견지도자들의 평가는 언론에 대한 이용자들의 부정적 인식에 큰 영향을 미칠 수 있다(최진호·이현우, 2023; 현기득·채영길, 2022).

특히 온라인 뉴스콘텐츠는 댓글 기능을 가지고 있는데, 댓글에 포함된 허위정보나 혐오표현 등 유해정보도 언론 전반에 대한 불신을 증가시키는 원인이 될 수 있다(Marchionni, 2015).

또한 댓글에는 기성언론에 대한 공격적 표현도 많이 발견되는데, 이는 종종 비판의 수위를 넘어 폄훼와 모욕적 표현이 등장한다(정낙원·김성욱, 2020). 이는 언론신뢰도를 낮추는 직접적인 원인으로 작용할 수 있다(Naab et al., 2020).

많은 실증연구에서 새로운 형태의 온라인 뉴스콘텐츠 이용 수준이 증가함에 따라 언론전반에 대한 인식이 부정적으로 되는 상관관계가 발견되지만, 이는 두 변인 중 무엇이 선행하는가에 대한 인과관계를 설명하지는 못한다. 이 관계는 온라인 뉴스콘텐츠 이용이 언론전반에 대한 부정적 인식을 추동하여 나타날 수도 있지만, 반대로 언론전반에 대한 불신 때문에 대안으로서 온라인 뉴스콘텐츠 이용이 증가한 결과일 수 있다. 실증 선행연구들도 일부는 언론에 대한 부정적 인식을 독립변인으로, 기성언론 회피와 함께 새로운 플랫폼에서의 뉴스 소비 증가를 종속변인으로 설정하여 언론에 대한 불신이 새로운 뉴스콘텐츠 소비로 이어진다고 주장한 반면, 다른 연구들은 온라인 뉴스콘텐츠 이용이 언론에 대한 신뢰도 하락에 영향을 미친다고 결론을 내리고 있다(남유원·지성욱, 2022; 이소은·오현경, 2021).

어떤 선후관계가 타당한지에 따라서 결과가 언론 산업에 제공하는 시사점은 크게 달라진다. 만약 언론에 대한 부정적 인식 때문에 기성언론을 외면하고 온라인 뉴스콘텐츠를 대안으로 이용하게 되는 것이라면, 뉴스의 품질저하를 비롯해 부정적 평가에 영향을 준 기성언론의 문제가 무엇인지 면밀히 살피고 이를 개선하는 노력이 필요하다고 할 수 있을 것이다. 그러나 반대로 온라인 뉴스콘텐츠 이용이 언론전반에 대한 부정적 평가에 영향을 미친다면 온라인 뉴스콘텐츠의 속성과 이용자 경험에서 그 원인을 찾아 대응책을 마련할 필요가 있을 것이다. 언론은 바람직한 시민성을 기르고 민주주의를 작동시키기 위해 필수적인 존재이므로 주어진 역할과 임무를 온전히 이행하기 위해서는 반드시 부정적 인식을 개선하고 신뢰를 회복해야 한다.

이에 따라 본 연구는 다양한 뉴스콘텐츠 이용 변인과 언론 및 언론인에 대한 인식 사이에서 무엇이 선행하는지 그 인과관계를 구조방정식모델(SEM: Structural Equation Model) 검정을 통해 살펴보고자 한다. 구조방정식모델 검정방법은 변인들 간 인과관계를 설정한 기본모델(basic model)과 대안모델(alternative model)의 적합도를 비교하여 상대적으로 타당한 모델을 채택함으로써 인과관계를 추론하는 분석방법이다(Mueller & Hancock, 2018). 본 연구에서는 뉴스콘텐츠 이용이 언론에 대한 부정적 인식을 추동하는 방향을 기본모델로, 언론에 대한 부정적 인식이 뉴스콘텐츠 이용을 추동하는 방향을 대안모델로 설정하고, 구조방정식모델링 분석을 통해 적합도를 비교하고자 한다. 이를 위해 먼저 인구통계학적 변인과 정치성향변인을 통제 한 상태에서 전통 뉴스콘텐츠(신문, TV뉴스) 및 온라인 뉴스콘텐츠(인터넷, SNS, 동영상, 숏폼) 이용 변인과 언론 및 언론인에 대한 인식의 관계가 어떠한지 다중회귀분석을 통해 살펴보고,

구조방정식모델링 분석으로 이들 간 타당한 인과관계의 방향을 추론할 것이다. 분석결과를 바탕으로 언론에 대한 인식 개선 및 이용률 회복을 위해 어떤 노력이 필요할지 논하고자 한다.

연구 문제 1-1. 신문, TV뉴스 등 전통 뉴스콘텐츠 이용과 언론 및 언론인에 대한 인식은 어떤 관계가 있는가?

연구 문제 1-2. 인터넷, SNS, 동영상, 숏폼 등 온라인 뉴스콘텐츠 이용과 언론 및 언론인에 대한 인식은 어떤 관계가 있는가?

연구 문제 2. 뉴스콘텐츠 이용과 언론 및 언론인에 대한 인식 간 인과관계의 방향은 어떠한가?

3. 연구방법

1) 조사방법

본 연구는 2023년 한국언론진흥재단의 <언론수용자 조사> 데이터를 분석하여 결론을 도출하였다. 2023년 <언론수용자 조사>는 전국 17개 광역시도별 주민등록인구현황에 따라 제공된 비례 배분 후 층화 확률비례계통추출 방식으로 표본을 추출하였고, 태블릿PC를 활용한 가구방문 면접설문조사 방식으로 2023년 10월부터 11월까지 만 19세 이상 성인남녀 5,000명으로부터 데이터를 수집하였다. 설문문항은 신문, 텔레비전 등 전통미디어와 인터넷, SNS, 동영상, 숏폼 등 온라인 뉴스콘텐츠 이용, 언론 및 언론인에 대한 평가, 정치적 오리엔테이션, 인구통계학적 항목 등을 포함하였다.

2) 변인측정

(1) 외생변인

① 인구통계학적 변인: 성별, 나이, 소득수준, 교육수준

성별의 경우, 응답자 5,000명 중에서 남성 2,476명(49.5%), 여성 2,524명(50.5%)으로 남성과 여성 응답자의 비율이 거의 같았다. 응답자들의 연령분포는 '19-29세' 755명(15.1%), '30-39세' 727명(14.54%), '40-49세' 907명(18.14%), '50-59세' 990명(19.8%), '60세 이상' 1,621명(32.42%)이었다($M = 49.6$, $SD = 15.49$, $\min = 19$, $\max = 92$). 소득수준은

‘100만원 미만’ 138명(2.76%), ‘100-200만원’ 336명(6.72%), ‘200-300만원’ 762명(15.24%), ‘300-400만원’ 1,091명(21.82%), ‘400-500만원’ 1,044명(20.88%), ‘500-600만원’ 848명(16.96%), ‘600-700만원’ 427명(8.54%), ‘700-800만원’ 207명(4.14%), ‘800만원 이상’ 147명(2.94%)이었다($M = 4.74, SD = 1.78$). 마지막으로 교육수준은 ‘중학교 졸업 이하’ 499명(9.98%), ‘고등학교 졸업’ 2,080명(41.6%), ‘대학 재학/졸업’ 2,382명(47.64%), ‘대학원 재학 이상’ 39명(0.78%)이었다.

② 정치오리엔테이션 변인: 이념성향, 정치사회적 관심도

응답자들의 이념성향은 ‘매우 진보적’ 105명(2.1%), ‘진보적인 편’ 1,300명(26%), ‘중도’ 2,370명(47.4%), ‘보수적인 편’ 1,103명(22.06%), ‘매우 보수적’ 122명(2.44%)로 중도성향이 절반 가까이 차지한 가운데 진보성향이 보수성향보다 3.6%더 많았다($M = 2.97, SD = 0.81$). 정치사회적 관심도는 ‘전혀 관심없음’ 95명(1.9%), ‘관심없는 편’ 987명(19.74%), ‘중간’ 2,267명(45.34%), ‘관심있는 편’ 1,509명(30.18%), ‘매우 관심있음’ 142명(2.84%)으로 나타났다($M = 3.12, SD = 0.82$).

(2) 뉴스콘텐츠이용 변인

뉴스콘텐츠이용은 신문, TV뉴스, 인터넷뉴스, SNS뉴스, 동영상뉴스, 샷폼뉴스를 ‘지난 1주일 동안 소비했는지’를 먼저 묻고, 소비했다고 답한 응답자들을 대상으로 ‘지난 1주일 동안 얼마나 자주 소비했는지’를 묻는 질문으로 ‘1일’부터 ‘7일’까지 7점 척도로 측정하였다. 다만, 뉴스콘텐츠이용 변인들은 TV뉴스이용을 제외하고 모두 일주일 동안 한 번도 소비하지 않았다고 답한 응답자들이 대다수(신문 90.32%, 인터넷뉴스 84.48%, SNS뉴스 90.78% 동영상뉴스 75.18%, 샷폼뉴스 87.34%)였는데, 이들 비이용자들을 분석에 포함시킬 경우 로그 변환, 제곱근 변환, 역수 변환 등 어떤 방법으로도 해결되지 않는 심각한 왜도와 첨도 문제가 발생하였다. 또한 특정 매체 및 콘텐츠의 효과는 실제 이용자들을 대상으로 측정하는 것이 타당할 뿐만 아니라 뉴스 비이용자들 중에는 교육 수준, 소득 수준, 정치사회적 관심도가 낮으면서 사회전반에 대해 냉소적인 인식을 가지는 사람들이 포함되어 있어서 분석결과를 왜곡시킬 수 있으므로(정낙원, 2021; Tewksbury & Rittenberg, 2012) 본 연구에서는 비이용자들은 제외하고 이용자들만 포함하여 분석을 수행하였다.

① 전통 뉴스콘텐츠: 신문, TV뉴스

대부분의 응답자들(4,516명, 90.32%)이 지난 일주일 동안 신문을 한 번도 읽지 않은 것으로 나타난 가운데 신문을 하루 이상 읽은 응답자들은 9.68%(484명)이었고, 이들은 일주일에 평균 3.98회($SD = 1.77$) 읽는 것으로 나타났다. TV뉴스의 경우 77.83%(3,892명)이 일주일에 하루 이상 TV뉴스를 시청하는 것으로 나타났다($M = 5.46$, $SD = 1.81$).

② 온라인 뉴스콘텐츠: 인터넷, SNS, 동영상, 숏폼

인터넷, SNS, 동영상, 숏폼 뉴스 등 온라인 뉴스콘텐츠를 일주일에 하루 이상 소비한 적이 있다는 응답자의 비율은 인터넷뉴스 15.52%($n = 776$, $M = 4.63$, $SD = 1.64$), SNS뉴스 9.22%($n = 461$, $M = 3.61$, $SD = 2.01$), 동영상뉴스 24.82%($n = 1,241$, $M = 4.02$, $SD = 1.86$), 숏폼뉴스 12.66%($n = 633$, $M = 3.53$, $SD = 1.73$)이었다. 온라인 뉴스콘텐츠의 경우 비이용자와 이용자의 수는 적게는 3배에서 많게는 10배 이상 차이를 보이며 비이용자가 대다수인 것으로 나타났다.

③ 뉴스콘텐츠이용 응답자들의 인구통계학적/정치적 오리엔테이션 변인의 기술통계

〈Table 1〉은 각 뉴스콘텐츠 이용자들의 인구통계학적 변인과 정치적 오리엔테이션 변인들의 평균과 표준편차를 정리한 것이다. TV, SNS뉴스 이용자들은 남녀비율이 같았으나 신문($M = 1.31$, $SD = 0.46$), 인터넷뉴스($M = 1.39$, $SD = 0.49$), 동영상뉴스($M = 1.43$, $SD = 0.49$), 숏폼뉴스($M = 1.44$, $SD = 0.49$) 이용자들은 남성이 다소 많았다. 이용자들의 연령층을 보면 신문($M = 55.04$, $SD = 13.43$), TV($M = 52.52$, $SD = 14.36$)와 같은 전통 뉴스콘텐츠 이용자들의 평균연령은 50대 이상인 반면, 인터넷뉴스($M = 39.64$, $SD = 12.87$)와 SNS뉴스($M = 38.84$, $SD = 13.05$)는 30대 후반, 동영상뉴스($M = 45.10$, $SD = 14.24$)와 숏폼($M = 42.11$, $SD = 12.94$)는 40대 초중반이었다.

소득수준은 신문($M = 4.84$, $SD = 1.72$)과 TV뉴스($M = 4.69$, $SD = 1.77$) 이용자들이 가장 낮았고 인터넷뉴스($M = 5.50$, $SD = 1.68$) 이용자들이 가장 높았다. 소득수준과 마찬가지로 교육수준도 신문($M = 2.40$, $SD = 0.68$)과 TV뉴스($M = 2.32$, $SD = 0.68$) 이용자들이 가장 낮았고 인터넷뉴스($M = 2.84$, $SD = 0.42$) 이용자들이 가장 높았다. 이념성향의 경우 '중립'(3.0)을 기준으로 신문($M = 3.18$, $SD = 0.92$)과 TV뉴스($M = 3.02$, $SD = 0.82$) 이용자들은 약간 보수성향에, 인터넷뉴스($M = 2.75$, $SD = 0.76$), SNS뉴스($M = 2.75$, $SD = 0.82$), 동영상뉴스($M = 2.81$, $SD = 0.82$), 숏폼뉴스($M = 2.76$, $SD =$

0.79) 이용자들은 약간 진보성향에 위치한 것으로 나타났다. 마지막으로 정치사회관심도의 경우 3.12에서 3.37로 전반적으로 ‘중간’인 3.0보다 약간 높은 것으로 나타났다.

Table 1. Mean (Standard Deviation) of News Use by Demographic / Political Orientation

	신문 (n = 484)	TV뉴스 (n = 3,892)	인터넷뉴스 (n = 776)	SNS뉴스 (n = 461)	동영상뉴스 (n = 1,241)	숏폼뉴스 (n = 633)
성별	1.31 (0.46)	1.5 (0.5)	1.39 (0.49)	1.5 (0.5)	1.43 (0.49)	1.44 (0.49)
나이	55.04 (13.43)	52.52 (14.36)	39.64 (12.87)	38.84 (13.05)	45.10 (14.24)	42.11 (12.94)
소득수준	4.84 (1.72)	4.69 (1.77)	5.50 (1.68)	5.15 (1.62)	5.00 (1.63)	5.22 (1.53)
교육수준	2.40 (0.68)	2.32 (0.68)	2.84 (0.42)	2.77 (0.50)	2.57 (0.57)	2.68 (0.51)
이념성향	3.18 (0.92)	3.02 (0.82)	2.75 (0.76)	2.75 (0.82)	2.81 (0.82)	2.76 (0.79)
정치사회 관심도	3.37 (0.86)	3.20 (0.81)	3.12 (0.85)	3.17 (0.88)	3.21 (0.83)	3.25 (0.81)

Note.

- 성별: 1 남성, 2 여성

- 소득수준: 1 '100만원 미만', 2 '100-200만원', 3 '200-300만원', 4 '300-400만원', 5 '400-500만원', 6 '500-600만원', 7 '600-700만원', 8 '700-800만원', 9 '800만원 이상'

- 교육수준: 1 '중학교 졸업 이하', 2 '고등학교 졸업', 3 '대학 재학/졸업', 4 '대학원 재학 이상'

- 이념성향: 1 '매우 진보적', 2 '진보적인 편', 3 '중도', 4 '보수적인 편', 5 '매우 보수적'

- 정치사회관심도: 1 '전혀 관심없음', 2 '관심없는 편', 3 '중간', 4 '관심있는 편', 5 '매우 관심있음'

(3) 언론 및 언론인에 대한 평가 변인

① 언론에 대한 규범적 평가: 공정성, 전문성, 정확성, 자율성, 영향력

언론의 공정성, 전문성, 정확성, 자율성, 영향력 등 다섯 가지 언론에 대한 규범적 평가 항목은 각각에 대해 얼마나 동의하는지를 리커트 5점 척도(1 '전혀 그렇지 않다'에서 5 '매우 그렇다')로 측정하였다. 이들 중 가장 부정적인 평가된 항목은 언론의 '공정성'이었고($M = 3.02$, $SD = 0.90$), 그 다음으로 '정확성'($M = 3.16$, $SD = 0.95$), '전문성'($M = 3.35$, $SD = 0.92$), '자율성'($M = 3.38$, $SD = 0.95$), '영향력'($M = 3.57$, $SD = 0.86$) 순이었다.

② 언론에 대한 기능적 평가: 정보제공, 의견제시, 해결책제시, 의제설정, 정부감시, 기업 감시, 약자대변

언론에 대한 기능적 평가는 언론이 사회현안에 대한 '정확한 정보제공', '다양한 의견제시', '해결

책 제시, '의제로 제시', '정부 비판 및 감시', '기업 비판 및 감시', '사회적 약자 대변' 등의 역할을 얼마나 잘 수행하는지 묻는 각각의 질문을 통해 5점 척도로 측정하였다. 그 중 가장 부정적으로 나타난 항목은 '약자대변'($M = 2.97, SD = 0.87$)이었고, 그 다음으로 '정부 비판 및 감시'($M = 3.03, SD = 0.95$), '기업 비판 및 감시'($M = 3.08, SD = 0.87$), '사회현안에 대한 해결책 제시'($M = 3.15, SD = 0.92$), '의제설정'($M = 3.23, SD = 0.90$), '정확한 정보제공'($M = 3.28, SD = 0.84$), '다양한 의견제시'($M = 3.30, SD = 0.90$) 순이었다.

③ 언론과 언론인에 대한 신뢰도

언론에 대한 신뢰도는 '뉴스 및 시사정보 전반'에 대해 얼마나 신뢰하는지 묻는 질문을 통해 '전혀 신뢰하지 않는다'에서 '매우 신뢰한다'까지 리커트 5점 척도로 측정하였다($M = 3.27, SD = 0.70$). 언론인에 대한 신뢰도는 '언론인에 대한 신뢰 수준이 어느 정도인지' 묻는 질문을 통해 '매우 낮다'에서 '매우 높다'까지 리커트 5점 척도로 측정하였다($M = 2.95, SD = 0.94$).

④ 언론인에 대한 평가: 도덕성, 전문성, 영향력, 기여도

언론인의 도덕성, 전문성, 영향력, 기여도 등 네 가지 언론인에 대한 평가 항목은 각각에 대해 얼마나 동의하는지를 리커트 5점 척도(1 '전혀 그렇지 않다'에서 5 '매우 그렇다')로 측정하였다. 이들 중 가장 부정적인 평가된 항목은 언론인의 '도덕성'이었고($M = 3.10, SD = 0.84$), 그 다음으로 '기여도'($M = 3.30, SD = 0.83$), '전문성'($M = 3.49, SD = 0.87$), '영향력'($M = 3.59, SD = 0.88$) 순이었다.

4. 결과

본 연구는 다양한 뉴스콘텐츠이용과 언론 및 언론인에 대한 인식 사이에서 어떤 관계가 나타나는지 탐색하기 위해 먼저 언론 및 언론인에 대한 평가 변인 19개를 종속변인(언론의 공정성, 전문성, 정확성, 자율성, 영향력, 언론전반에 대한 신뢰도, 언론의 정보제공, 의견제시, 해결책제시, 의제설정, 정부감시, 기업감시, 약자대변, 언론인의 도덕성, 전문성, 영향력, 기여도, 언론인에 대한 신뢰도)으로, 뉴스콘텐츠이용 변인 6개(신문, TV뉴스, 인터넷뉴스, SNS뉴스, 동영상뉴스, 숏폼뉴스) 중 하나씩을 독립변인으로, 인구통계학적 변인(성별, 나이, 소득수준, 교육수준)과 정치성향 변인(이념성향, 정치사회관심도)을 통제변인으로 투입하여 다중회귀분석(multiple

regression)을 수행하였다. 모든 뉴스콘텐츠를 이용하는 응답자는 단 1명밖에 없었고, 인터넷, SNS, 동영상 등 온라인 뉴스콘텐츠를 중복 이용하는 응답자들도 100명 미만으로 적었기 때문에 각각의 뉴스콘텐츠이용 변인은 따로 투입하여 별도의 다중회귀분석을 수행하였다. 즉, 19개의 종속변인에 대해 6개의 뉴스콘텐츠이용 변인별로 총 114회의 다중회귀분석을 수행하였다.

Table 2. News Content Use and Normative Evaluations of the Media

	언론 공정성	언론 전문성	언론 정확성	언론 자율성	언론 영향력	언론전반 신뢰도
신문 (n = 484)	ns	ns	ns	ns	.11*	ns
TV (n = 3,892)	ns	.04*	ns	ns	.04*	.04**
인터넷 (n = 776)	-.15***	-.13***	-.13***	-.13***	ns	-.11**
SNS (n = 461)	-.23***	-.17***	-.27***	-.15**	-.13**	-.16**
동영상 (n = 1,241)	-.14***	-.09**	-.12***	-.12***	ns	-.12***
숏폼 (n = 633)	-.21***	-.15***	-.14**	-.13**	ns	-.08*

Note.

- ns non-significant. # $p < .10$. * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

- 위 표는 인구통계학적 요인들(성별, 연령, 교육수준, 소득수준)과 정치적 오리엔테이션 변인들(정치관심도, 이념성향)을 통제변인으로, 하나의 뉴스콘텐츠이용을 독립변인으로, 각각의 언론에 대한 인식변인들을 종속변인으로 설정하여 회귀분석을 수행한 결과에서 베타계수(β)와 유의수준을 정리한 것임.

<Table 2>는 다중회귀분석 결과에서 나타난 각각의 뉴스콘텐츠이용과 언론에 대한 규범적 인식의 관계를 정리한 것이다. 결과를 보면, 레저시 미디어인 신문, TV뉴스 이용과 언론에 대한 규범적 평가의 관계는 전반적으로 유의하지 않은 가운데 TV뉴스이용과 언론의 전문성 및 신뢰도, 그리고 신문이용과 언론의 영향력 사이에는 유의한 긍정적 관계가 나타났다. 반면, 인터넷, SNS, 동영상, 숏폼 등 온라인 플랫폼의 뉴스이용 빈도가 높을수록 언론에 대한 규범적 인식이 대부분 부정적인 것(또는 언론에 대한 규범적 인식이 부정적일수록 온라인 플랫폼의 뉴스이용 빈도가 높은 것)으로 나타났다. 특히, SNS뉴스이용은 모든 항목과 유의한 부적관계를 보였고 관계의 강도도 가장 높았다. 인터넷, 동영상, 숏폼 뉴스이용도 ‘언론영향력’을 제외한 모든 항목과 유의한 부적관계가 있는 것으로 나타났다.

뉴스콘텐츠이용과 언론에 대한 기능적 평가의 관계도 언론에 대한 규범적 평가의 관계와 비슷하게 나타났다(<Table 3>). 전통미디어인 신문, TV뉴스 이용과 언론에 대한 기능적 인식의

관계는 전반적으로 유의하지 않은 가운데 TV뉴스이용과 언론의 약자대면 역할 사이에는 유의한 긍정적 관계가 나타났다. 반면, 인터넷 뉴스이용은 언론에 대한 기능적 인식의 모든 항목과 유의한 부적관계를 보였고, SNS, 동영상, 샷폼 뉴스이용도 전반적으로 언론에 대한 기능적 인식과 긍정적인 관계를 가지는 것으로 나타났다.

Table 3. News Content Usage and Ratings of Journalistic Features

	정보제공	의견제시	해결책 제시	의제설정	정부감시	기업감시	약자대면
신문 (n = 484)	ns	ns	ns	ns	ns	ns	ns
TV (n = 3,892)	.03 [#]	ns	ns	ns	ns	ns	.04 ^{**}
인터넷 (n = 776)	-.17 ^{***}	-.17 ^{***}	-.17 ^{***}	-.12 ^{**}	-.14 ^{***}	-.14 ^{***}	-.10 ^{**}
SNS (n = 461)	-.17 ^{***}	-.16 ^{**}	-.10 [*]	-.13 ^{**}	-.12 [*]	ns	-.09 [#]
동영상 (n = 1,241)	-.08 ^{**}	-.15 ^{***}	-.07 [*]	-.10 ^{**}	-.08 ^{**}	-.11 ^{***}	ns
샷폼 (n = 633)	-.13 ^{**}	-.15 ^{***}	-.10 [*]	-.08 [*]	-.08 [*]	ns	ns

Note.

- ns non-significant. [#]p < .10. *p < .05. **p < .01. ***p < .001.

- 위 표는 인구통계학적 요인들(성별, 연령, 교육수준, 소득수준)과 정치적 오리엔테이션 변인들(정치관심도, 이념성향)을 통제변인으로, 하나의 뉴스콘텐츠이용을 독립변인으로, 각각의 언론기능에 대한 인식변인들을 종속변인으로 설정하여 회귀분석을 수행한 결과에서 베타계수(β)와 유의수준을 정리한 것임.

〈Table 4〉는 다중회귀분석 결과에서 나타난 각각의 뉴스콘텐츠이용과 언론인에 대한 인식의 관계를 정리한 것이다. 결과를 보면, 전통미디어인 신문, TV뉴스 이용과 언론에 대한 규범적 인식의 관계는 전반적으로 유의하지 않은 가운데 TV뉴스이용과 언론인의 전문성 및 신뢰도 사이에는 유의한 긍정적 관계가 나타났다. 반면, 인터넷과 SNS 뉴스이용은 언론인에 대한 인식의 모든 항목과 유의한 부적관계를 보였고, 동영상과 샷폼 뉴스이용도 언론인의 영향력을 제외한 모든 인식 항목과 긍정적인 관계를 가지는 것으로 나타났다.

Table 4. News Content Consumption and Ratings of Journalists

	언론인 도덕성	언론인 전문성	언론인 영향력	언론인 기여도	언론인 신뢰도
신문 (n = 484)	ns	ns	ns	ns	ns
TV (n = 3,892)	ns	.04*	.03 [#]	.03 [#]	.06***
인터넷 (n = 776)	-.11**	ns	-.08*	-.13***	-.12**
SNS (n = 461)	-.17***	-.17***	-.20***	-.13**	-.15**
동영상 (n = 1,241)	-.08**	-.06*	ns	-.09**	-.07*
숏폼 (n = 633)	-.19***	-.10*	ns	-.09*	-.16***

Note.

- ns non-significant. [#]p < .10. *p < .05. **p < .01. ***p < .001.

- 위 표는 인구통계학적 요인들(성별, 연령, 교육수준, 소득수준)과 정치적 오리엔테이션 변인들(정치관심도, 이념성향)을 통제변인으로, 하나의 뉴스콘텐츠이용을 독립변인으로, 각각의 언론인에 대한 인식변인들을 종속변인으로 설정하여 회귀분석을 수행한 결과에서 베타계수(β)와 유의수준을 정리한 것임.

〈Table 5〉는 19개의 언론 및 언론인에 대한 평가 항목들을 언론에 대한 규범적 평가, 언론에 대한 기능적 평가, 언론인 평가, 언론 전반에 대한 신뢰도, 언론인에 대한 신뢰도 등 다섯 가지 항목으로 분류하여 다중회귀분석을 실시한 결과다. 언론에 대한 규범적 평가는 공정성, 전문성, 정확성, 자율성, 영향력에 대한 인식 등 5개 항목의 평균을 내어 구성하였고($\alpha = .80$), 언론기능인식은 언론의 정보제공, 의견제시, 해결책제시, 의제설정, 정부감시, 기업감시, 약자대변 기능 등 7개 항목의 평균으로 구성하였다($\alpha = .88$). 언론인인식은 언론인의 도덕성, 전문성, 영향력, 기여도 등 4개 항목 평균을 산출하여 구성하였고($\alpha = .76$), 언론전반에 대한 신뢰도와 언론인에 대한 신뢰도는 각각 단일 항목으로 구성하였다.

일련의 회귀분석 결과를 보면, 온라인플랫폼(인터넷, SNS, 동영상, 숏폼 뉴스)에서의 뉴스 이용은 언론 및 언론인에 대한 부정적 인식과 유의한 상관성이 있는 것으로 나타났다. 구체적으로, 인터넷, SNS, 동영상, 숏폼 뉴스 등 온라인 플랫폼에서의 뉴스 이용 빈도는 전반적으로 언론 및 언론인에 대한 부정적 인식과 유의한 양의 상관관계가 있었다. 반면 신문 이용은 언론 및 언론인에 대한 부정적 평가와 유의미한 관련성을 보이지 않았고, TV뉴스 이용은 언론 전반에 대한 신뢰도, 언론인의 전문성, 언론의 영향력, 그리고 약자 대변 기능에 대한 긍정적 인식과 유의한 양의 상관관계를 보였다.

Table 5. News Content Use and Evaluation of Media / Journalists

	규범적 평가	기능적 평가	언론인 평가	언론전반 신뢰도	언론인 신뢰도
신문 (n = 484)	ns	ns	ns	ns	ns
TV (n = 3,892)	.03 [#]	.03 [#]	.04*	.04**	.06***
인터넷 (n = 776)	-.17***	-.19***	-.11**	-.11**	-.12**
SNS (n = 461)	-.25***	-.16**	-.21***	-.16**	-.15**
동영상 (n = 1,241)	-.13***	-.12***	-.09**	-.12***	-.06*
숏폼 (n = 633)	-.17***	-.12**	-.14***	-.08*	-.16***

Note.

- ns non-significant. [#]p < .10. *p < .05. **p < .01. ***p < .001.

- 위 표는 인구통계학적 요인들(성별, 연령, 교육수준, 소득수준)과 정치적 오리엔테이션 변인들(정치관심도, 이념성향)을 통제변인으로, 하나의 뉴스콘텐츠이용을 독립변인으로, 언론 및 언론인에 대한 인식통합변인들을 종속변인으로 설정하여 회귀분석을 수행한 결과에서 베타계수(β)와 유의수준을 정리한 것임.

다만, 회귀분석 결과는 인과관계의 방향을 제시하지 않으므로, 온라인플랫폼 이용 빈도와 언론 및 언론인에 대한 부정적 인식 수준의 증가 간에 나타난 양의 상관관계는 두 가지 해석을 가능하게 한다. 즉, 이러한 상관관계는 이미 가지고 있는 언론 및 언론인에 대한 부정적 인식이 대안언론인 온라인 뉴스콘텐츠 이용을 증가시켰기 때문일 수도 있지만, 반대로 온라인플랫폼 뉴스 이용이 언론 및 언론인에 대한 부정적 인식에 영향을 미쳐서 나타날 수 있다는 것이다. 둘 중 어떤 해석이 맞느냐에 따라 결과가 제시하는 언론 산업 활성화 해법에 대한 함의는 크게 달라진다. 만약 기성언론에 대한 부정적 평가 때문에 전통 미디어를 회피하고 대안으로 온라인 뉴스콘텐츠를 이용하게 된 것이라면 침체된 뉴스 산업의 활성화를 위해서 공정성과 객관성을 비롯한 언론의 본질적 가치와 역할을 회복하여 뉴스소비자들을 되찾아오는 제도권 언론의 노력이 중요할 것이다. 그러나 만약 온라인 뉴스콘텐츠 이용 때문에 언론 및 언론인 전반에 대한 부정적 인식이 생기는 것이라면 뉴스산업침체의 원인을 기성언론 내부에서 찾기보다 뉴스미디어 환경 변화 및 온라인 뉴스콘텐츠 속성과 같은 외부에서 찾아야 함을 시사한다.

본 연구는 새로운 온라인 뉴스 콘텐츠 이용과 언론 및 언론인에 대한 평가 간의 인과관계를 탐색하기 위해 온라인 뉴스콘텐츠 이용이 언론에 대한 평가에 영향을 미치는 방향을 기본 모델로 설정하고, 언론에 대한 평가가 온라인 뉴스콘텐츠 이용에 영향을 미치는 방향을 대안 모델로 설정하여 두 모델의 적합도를 비교하였다(Figure 1)). 온라인 뉴스콘텐츠 이용변인은 회귀분석

결과에서 언론 및 언론인에 대한 부정적 인식과 상대적으로 관련성이 높게 나타난 TV뉴스, 인터넷뉴스, SNS뉴스, 동영상뉴스, 숏폼 뉴스이용을 구조방정식 모델에 차례로 포함하여 각각의 뉴스콘텐츠 이용과 언론 및 언론인에 대한 평가(규범적 평가, 기능적 평가, 언론인 평가, 언론전반 신뢰도, 언론인 신뢰도)의 관계를 설정한 기본모델 다섯 개와 대안모델 다섯 개의 적합도를 산출하여 비교하였다. 선유경향 변인들은 성별, 나이, 소득수준, 교육수준 등 인구통계학적 변인들과 이념성향, 정치사회관심도 등 정치적 오리엔테이션 변인들을 포함하였다.

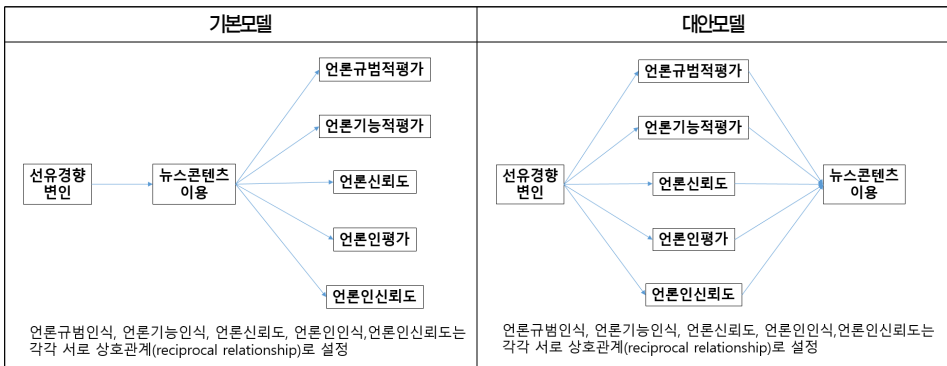


Figure 1. Baseline and alternative model

Note.

- 선유경향 변인: 인구통계학적 변인(성별, 나이, 소득수준, 교육수준), 정치오리엔테이션 변인(이념성향, 정치사회관심도)
- 뉴스콘텐츠 이용 변인: TV뉴스, 인터넷뉴스, SNS뉴스, 동영상뉴스, 숏폼뉴스
- 언론에 대한 규범적 평가: 언론의 공정성, 전문성, 정확성, 자율성, 영향력 평균
- 언론에 대한 기능적 평가: 정보제공, 의견제시, 해결책제시, 의제설정, 정부감시, 기업감시, 약자대변 평균
- 언론인평가: 도덕성, 전문성, 영향력, 기여도 평균

〈Table 6〉은 TV, 인터넷, SNS, 동영상, 숏폼 등 다섯 가지의 뉴스 콘텐츠 이용과 언론 및 언론인에 대한 평가 간의 인과관계를 설정한 다섯 쌍의 구조방정식 기본모델과 대안모델의 적합도를 비교한 결과다. 구조방정식모델 적합도는 단일 지수에 의존하지 않고, 여러 적합도 지수를 함께 고려하여 평가하는 것이 중요하므로, 본 연구에서는 Chi-Square, CFI, TLI, AIC, BIC, RMSEA, SRMR 등 7개의 적합도 지수를 기준으로 삼았다. 먼저 Chi-Square는 설정한 모델과 측정된 데이터 간의 차이를 평가하는 지수로 p-value가 .05보다 커서 제시된 모델과 데이터 간에 유의한 차이가 없는 동질적인 것으로 평가될수록 좋은 모델로 평가된다. 다만, Chi-Square는 표본의 크기에 민감하게 반응하여 표본이 크면 p-value가 .05보다 작게 나오는 경우가 많다는 점을 감안해야 한다(Hu & Bentler, 1999; Kline, 2023).

CFI(Comparative Fit Index)는 독립모델과 비교하여 산출된 적합도로서 일반적으로

0.95 이상을 좋은 적합도, 0.90 이상을 허용치로 간주한다. TLI(Tucker-Lewis Index)는 CFI와 유사하지만 모델의 복잡성을 고려한 적합도 지수로서 일반적으로 0.95 이상을 좋은 적합도, 0.90 이상을 허용치로 간주한다. RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation)는 모델의 근사오차를 측정하는 지수로 대개 0.08 미만을 허용치로 제시한다. SRMR(Standardized Root Mean Square Residual)은 표준화된 잔차의 평균 제곱근으로 0.05미만을 좋은 적합도로 본다. 마지막으로 두 개의 정보기준지수인 AIC(Akaike Information Criterion)와 BIC(Bayesian Information Criterion)는 모델 적합도와 복잡성을 동시에 고려하여 모델을 비교하고 선택하는 데 유용한 지표로서 값이 작을수록 모델이 더 적합하다는 것을 의미한다(Hu & Bentler, 1999; Kline, 2023).

Table 6. Comparison of Goodness of Fit Between Baseline and Alternative Model

뉴스	적합도	기본모델	대안모델
TV 뉴스 (n = 3,892)	Chi-Square	115.615, df = 30, $p = 0.000$	513.956, df = 6, $p = 0.000$
	CFI / TLI	0.990 / 0.982	0.938 / 0.471
	RMSEA	0.027	0.147
	SRMR	0.028	0.053
	AIC / BIC	50368 / 50537	50814 / 51134
인터넷 뉴스 (n = 776)	Chi-Square	25.587, df = 30, $p = 0.696$	14.019, df = 6, $p = 0.029$
	CFI / TLI	1.000 / 1.000	0.995 / 0.955
	RMSEA	0.000	0.041
	SRMR	0.032	0.016
	AIC / BIC	9994 / 10120	10031 / 10068
SNS 뉴스 (n = 461)	Chi-Square	25.406, df = 30, $p = 0.705$	43.442, df = 6, $p = 0.000$
	CFI / TLI	1.000 / 1.000	0.960 / 0.660
	RMSEA	0.000	0.116
	SRMR	0.042	0.034
	AIC / BIC	6104 / 6215	6170 / 6381
동영상 뉴스 (n = 1,241)	Chi-Square	46.000, df = 30, $p = 0.031$	98.512, df = 6, $p = 0.000$
	CFI / TLI	0.994 / 0.989	0.963 / 0.687
	RMSEA	0.021	0.111
	SRMR	0.035	0.031
	AIC / BIC	16231 / 16370	16332 / 16593
숏폼 뉴스 (n = 633)	Chi-Square	23.077, df = 30, $p = 0.812$	26.814, df = 6, $p = 0.000$
	CFI / TLI	1.000 / 1.000	0.983 / 0.859
	RMSEA	0.000	0.074
	SRMR	0.035	0.023
	AIC / BIC	8213 / 8333	8265 / 8492

Note.

- Chi-Square: p-value > .05. 단, 표본의 크기가 크면 p-value가 .05보다 작아지기 쉽다는 점을 감안해야 한다.
- CFI: 0.95이상을 좋은 적합도, 0.90 이상을 허용치로 간주한다.
- TLI: 0.95이상을 좋은 적합도, 0.90 이상을 허용치로 간주한다.
- RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation): 0.05미만을 좋은 적합도, 0.08 미만을 허용치로 간주한다.
- SRMR(Standardized Root Mean Square Residual): 표준화된 잔차의 평균 제곱근으로 0.05 미만을 좋은 적합도로 본다.
- AIC와 BIC: 값이 적은 모델을 상대적으로 더 나은 모델로 간주한다.

일반적으로 변수의 종류와 개수가 동일한 경우 파라미터 개수가 적어 모델의 자유도가 높을수록(모델이 간단할수록) 모델적합도가 낮고, 반대로 파라미터 개수가 많아 모델의 자유도가 낮을수록(모델이 복잡할수록) 모델적합도가 높아지는데(Hu & Bentler, 1999; Kline, 2023), 본 연구의 다섯 쌍의 구조방정식모델에서는 모두 뉴스콘텐츠 이용이 언론에 대한 평가에 미치는 효과를 설정한 기본모델이 자유도가 훨씬 높음에도 불구하고 언론에 대한 인식이 뉴스콘텐츠 소비를 추동하는 효과를 설정한 대안모델보다 적합도가 우수한 것으로 나타났다. 구체적으로, TV뉴스의 경우 표본수가 많아 Chi-Square지표는 기본모델과 대안모델 모두 유의하게 나왔으나 나머지 지표의 경우 기본모델에서는 모두 우수하게 나타난 반면, 대안모델의 CFI, TLI, RMSEA, SRMR는 모두 기준치에 미치지 못했고 AIC와 BIC는 모두 기본모델이 대안모델보다 낮았다. 인터넷뉴스 이용이 포함된 모델의 경우 기본모델의 모든 적합도가 우수한 것으로 나타난 반면, 대안모델은 Chi-Square가 기준치에 미치지 못했고, RMSEA, TLI, AIC, BIC도 기본모델에 비해 적합도가 떨어졌다. SNS뉴스가 포함된 기본모델도 6개의 지표에서 적합도가 우수하게 나타난 반면, 대안모델은 Chi-Square, TLI, RMSEA 등 3개의 지표가 기준치를 충족하지 못했고, AIC와 BIC도 기본모델보다 적합도가 낮았다. 마찬가지로 동영상 뉴스의 기본모델은 6개 적합도 지표에서 기준치를 충족하였으나, 대안모델의 Chi-Square, TLI, RMSEA는 기준치와 큰 차이를 보였고, AIC와 BIC 지수도 기본모델보다 적합도가 낮았다. 마지막으로 스포츠 뉴스의 기본모델의 경우 7개 적합도 지표가 모두 좋은 반면, 대안모델은 Chi-Square, TLI가 기준치에 미달하였고, RMSEA, AIC, BIC의 적합도도 기본모델과 비교하여 상대적으로 낮았다.

위의 모델 적합도 결과에 따라 뉴스콘텐츠 이용이 언론에 대한 평가에 미치는 효과를 설정한 기본모델을 채택하고, 구조방정식모델링 결과에 따라 설정된 각 효과경로의 표준화 계수(β)와 통계적 유의도를 표시하였다(Figure 2), (Figure 3)). 앞서 수행한 다중회귀분석 결과와 마찬가지로, 구조방정식 모델링에서도 전통미디어인 TV뉴스 이용은 언론에 대한 규범적 인식, 언론에 대한 기능적 인식(.10 레벨에서 유의), 언론전반에 대한 신뢰도, 언론인에 대한 인식, 언론인에 대한 신뢰도 등 언론 및 언론인에 대한 평가 변인에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타난 반면(Figure 2)), 인터넷, SNS, 동영상, 스포츠 뉴스 등 온라인 뉴스콘텐츠 이용은 모두 언론

및 언론인에 대한 평가 변인에 부정적 효과를 미치는 것으로 나타났다(Figure 3)). 특히 언론 및 언론인에 대한 인식 변인 중에서 언론에 대한 규범적 평가(공정성, 정확성, 전문성, 자율성, 영향력)에 부정적으로 영향을 미치는 온라인 뉴스 콘텐츠 이용의 효과가 두드러졌다. 온라인 뉴스 콘텐츠 이용 변인들 중에서 언론 및 언론인에 대한 부정적 인식에 가장 큰 영향을 미치는 것은 SNS뉴스 이용이었다. SNS뉴스 이용은 언론에 대한 규범적 인식($\beta = -.26, p < .001$), 언론 전반에 대한 신뢰도($\beta = -.13, p < .01$), 언론인에 대한 인식($\beta = -.21, p < .001$)에서 가장 영향력이 큰 것으로 나타났고, 언론에 대한 기능적 인식($\beta = -.14, p < .001$)과 언론인 신뢰도($\beta = -.13, p < .01$)에서는 효과크기가 두 번째로 컸다.

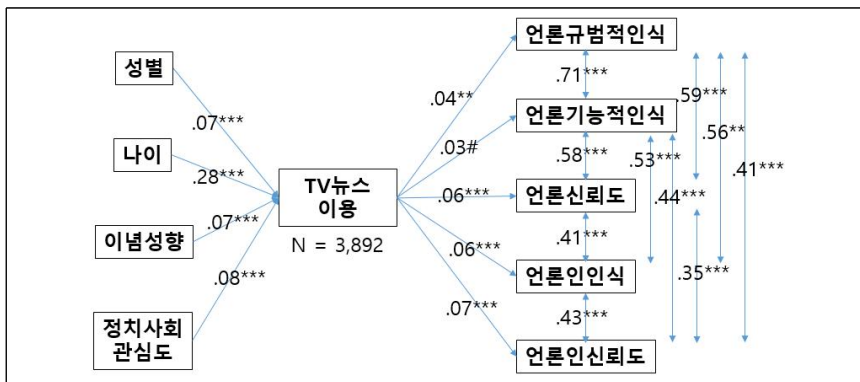


Figure 2. The effect of TV news consumption on evaluations of media and journalists

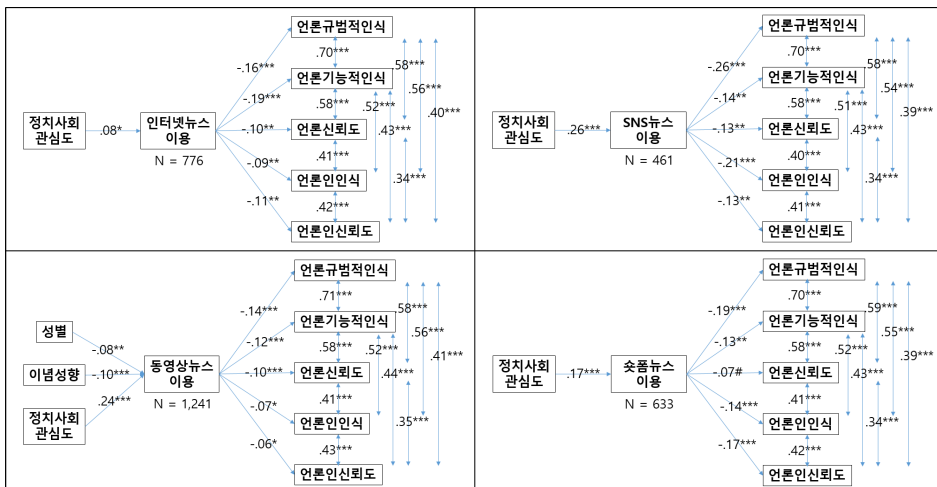


Figure 3. The effect of Online news content consumption on evaluations of media and journalists

5. 결론 및 논의

언론이 제 역할을 다하지 못하면 민주주의는 온전히 작동할 수 없다. 언론은 사회가 당면한 중요한 문제를 구성원들에게 알리고, 공론장으로서 기능하여 여론을 형성하며, 권력을 감시하고 견제함으로써 민주주의를 지켜낸다. 그동안 언론은 사회에 기여한 막중한 역할과 공로를 인정받아 특별한 지위를 부여받고 자유로운 활동을 보호받아왔다. 그러나 불행히도 최근 언론은 사회구성원들로부터 신뢰를 잃어 제 기능을 다하지 못하면서 위상이 흔들리고 존립마저 위태로운 상황에 놓이게 되었다.

지금까지 많은 연구들은 언론에 대한 부정적 인식을 개선하고 신뢰를 회복하기 위해 언론 내부의 문제에 주목하고 뉴스품질개선의 필요성을 지적해왔다. 그러나 본 연구는 언론에 대한 부정적 평판의 확산이 국내 언론에 한정된 문제가 아니라 온라인 뉴스플랫폼의 등장 이후 전 세계에 공통적으로 나타나는 현상이라는 점에 주목하고, 대규모 설문조사 데이터를 구조방정식모델링으로 분석하여 언론에 대한 부정적 인식이 미디어환경의 변화에 따라 나타나는 SNS, 동영상, 숏폼 등 온라인 뉴스콘텐츠 이용 증가에 따라 나타나는 현상임을 논증하였다.

본 연구에서 나타난 결과를 정리하면 다음과 같다. 인터넷뉴스, SNS뉴스, 동영상뉴스, 숏폼뉴스 등 온라인 뉴스콘텐츠 이용과 언론전반에 대한 평가 사이에는 부적관계가 나타난 반면, 대표적인 전통미디어인 TV뉴스 이용과 언론에 대한 평가 사이에는 정적관계가 나타났다. 신문 이용과 언론에 대한 인식 사이에서는 유의한 관계가 발견되지 않았다. 이러한 결과는 언론전반에 대한 인식이 긍정적일수록 TV뉴스를 많이 이용하고 온라인 뉴스미디어를 적게 이용한다고 해석할 수도 있지만, 반대로 TV뉴스를 많이 이용할수록 언론전반에 대한 평가가 긍정적이지만 온라인 뉴스콘텐츠를 많이 이용하게 되면 언론전반에 대해 부정적인 인식을 가지게 된다고 해석할 수도 있다.

위의 두 가지 해석 중 무엇이 타당한지 살펴보기 위해 뉴스미디어 이용이 언론 및 언론인에 대한 평가에 미치는 효과 모델을 기본모델로, 언론 및 언론인에 대한 평가가 뉴스미디어 이용에 미치는 효과모델을 대안모델로 설정하여 두 모델의 적합도를 비교한 결과, 대부분의 지표에서 기본모델의 적합도가 우세한 것으로 나타났다. 즉, 언론 및 언론인에 대한 평가는 TV뉴스를 많이 이용할수록 긍정적이 되는 반면, 온라인 뉴스콘텐츠를 많이 소비할수록 부정적이 된다는 것이다. 지금까지 많은 연구들은 언론전반에 대한 긍·부정 태도를 뉴스매체 이용에 선행하는 예측요인으로 보고, 언론에 대한 부정적 인식이 기성언론의 소비를 줄이고 대안 뉴스콘텐츠 소비를 증가시키는 원인으로 해석하였다. 그러나 본 연구는 이와 반대로 언론에 대한 평가를 TV뉴스 소비는

긍정적으로, 온라인 뉴스콘텐츠 소비는 부정적으로 만드는 유의한 요인임을 발견하였다. 즉, 어떤 종류의 뉴스미디어를 이용하는지가 언론전반에 대한 평가의 결정요인이 된다는 것이다.

커뮤니케이션 연구에서 미디어이용과 개인의 태도 중 무엇이 선행하는지는 오래된 논쟁적인 이슈였다. 많은 미디어효과 연구들은 미디어이용을 자극(stimulus)으로, 정치와 언론에 대한 개인의 태도와 행동을 자극에 대한 반응(response) 설정하면서, 미디어이용이 정치과정에서 의미 있는 결과물을 생성하는 요인임을 논증하였다. 반면, 인지부조화, 선택적 노출, 이용과 충족 관련 연구들은 개인의 태도, 필요, 충족에 대한 기대에 따라 선택적이고 능동적으로 미디어를 이용하는 경향이 나타남을 보여주었다. 앞서 언급했듯이, 두 가지 효과 경로가 모두 유효하지만 본 연구 결과는 미디어가 언론에 대한 태도를 결정하는 효과의 방향이 더 타당함을 논증하였다. 이는 SNS나 동영상 서비스 등의 온라인 미디어플랫폼에서의 뉴스이용이 일상적이고 습관적으로 이루어지는 경우가 많기 때문일 수 있다. SNS와 동영상 서비스에서는 다양한 피드와 콘텐츠가 공유되는데 이 과정에서 비의도적인 뉴스소비도 함께 증가한다는 것이다. 즉, 개인의 태도에 따라 의도적이고 선택적으로 온라인 미디어플랫폼에서 뉴스콘텐츠를 소비하기보다 일상적으로 미디어서비스를 이용하는 과정에서 뉴스콘텐츠를 소비하게 되는 경우가 많기 때문에 온라인 뉴스콘텐츠 이용이 언론에 대한 인식에 미치는 효과가 더 타당한 것으로 나타난 것이라는 추론이 가능하다.

이러한 결과는 정보원 또는 채널의 이용과 달리 특정 종류의 매체 차원에서의 이용은 신뢰도에 종속되지 않을 수 있음을 시사한다. 정치 또는 이념 성향이 비슷한 특정 언론사를 신뢰하고 선택적으로 이용하는 경향은 여러 연구에서 두드러지게 나타났으나(민화·이원태, 2015), 이러한 효과는 매체 종류의 차원에서는 발생하지 않았다. 즉, 전통 뉴스미디어 또는 온라인 뉴스미디어 중에서 어떤 종류의 매체를 신뢰하는가에 따라 그 종류나 다른 종류의 매체를 이용하는 효과가 나타나지는 않았다는 것이다. 이는 특정 종류의 매체에 대한 신뢰가 특정 종류의 매체 이용과 연결된다고 일반화하기 어렵다는 연구결과(박혜영, 2019)와 궤를 같이 한다.

온라인 뉴스콘텐츠 이용이 언론에 대한 부정적 인식에 영향을 미친다면, 언론의 신뢰회복을 위해서는 온라인 뉴스콘텐츠 이용과정에서 겪게 되는 어떤 경험이 부정적 인식을 생성하는지 살펴보는 일이 중요하다. 지금까지 언론에 대한 신뢰회복을 위해 뉴스의 질적 저하를 가져오는 언론내부의 문제에만 주목하였으나 이와 함께 변화한 뉴스미디어환경에서 구체적으로 어떤 뉴스 소비 행태가 언론전반에 대한 부정적 인식에 영향을 미치는지 살펴보고 이를 개선하는 노력이 병행되어야 한다는 것이다. 선행연구는 일부 온라인 뉴스콘텐츠가 포함하고 있는 허위/조작/과장/추측/낙시성 정보, 공격/혐오/선동 표현, 기성언론에 대한 비판적인 내용 등 여러 요인들이 언론

전반에 대한 부정적 인식을 부추길 수 있다고 지적한다. 후속연구는 언론전반에 대한 부정적 인식을 가져오는 온라인 뉴스콘텐츠의 속성과 이용과정에서의 뉴스소비자들의 경험 등을 구체적으로 파악할 필요가 있다.

본 연구의 결과를 해석할 때, 다음과 같이 몇 가지 고려해야 할 사항이 있다. 먼저 본 연구가 활용한 언론수용자조사의 언론 및 언론인에 대한 인식을 묻는 항목에서 ‘우리나라 언론’, ‘우리나라 언론인’, ‘뉴스 및 시사정보 전반’에 대해 응답자들이 구체적으로 무엇을 표상하고 응답하였는지 고려할 필요가 있다. 선행연구와 본 연구의 추가분석에 따르면 ‘언론’은 응답자들에게 대체로 기성언론을 의미하였으나, 조사상황에서 언론에 대해 응답자들 머릿속에서 무엇이 활성화되었는지 명확하지 않다. 응답자들은 평소 이해하고 있는 언론의 범주에 따라 ‘언론’을 기성언론 또는 온라인 뉴스미디어까지 포함하는 개념으로 생각할 수 있고, 설문 당시 평소 자주 이용하는 뉴스미디어가 활성화되어 이들을 대상으로 언론에 대해 평가했을 수도 있다. 정치적 신념이 강한 응답자들은 반대의 이념성향을 가진 언론을 떠올리며 부정적 인식을 드러냈을 가능성도 있다.

응답자가 ‘언론’에 대해 구체적으로 무엇을 떠올리며 응답하였는지에 따라 조사결과의 함의는 현저히 달라진다. 예를 들어, 기성언론을 떠올리는 응답자들이 많다면, 온라인 뉴스콘텐츠 이용이 기성언론에 대한 인식을 부정적으로 만든다는 의미이므로, 이러한 원인이 온라인 뉴스콘텐츠에서 기성언론에 대한 비판적 내용이 많아서인지, 아니면 온라인 플랫폼에 게시된 기성언론의 뉴스콘텐츠에서 신뢰도 하락의 원인이 있는지 살펴보는 것이 중요할 것이다. 만약 응답자의 정치성향과 반대성향을 가진 언론을 표상하는 경우가 많다면, 온라인 뉴스콘텐츠를 이용하는 과정에서 반대성향의 언론에 대한 부정적인 인식을 활성화시키는 기제를 살펴봐야 할 것이다. 후속연구는 이를 구체적으로 탐색할 필요가 있다.

이와 함께 후속연구는 신문, TV뉴스 등의 전통뉴스와 SNS, 동영상, 숏폼 형식 등의 온라인 뉴스콘텐츠에 대한 신뢰도와 이용의 관계를 개별적으로 살펴볼 필요가 있다. 본 연구는 온라인 뉴스콘텐츠 이용과 언론전반에 대한 인식의 관계를 살펴보았으나, 온라인 뉴스콘텐츠 이용이 온라인 뉴스콘텐츠에 대한 인식에 어떠한 영향을 미치는지, 그리고 전통뉴스 이용이 전통뉴스와 온라인 뉴스콘텐츠에 대한 인식에 어떠한 영향을 미치는지 별도로 살펴볼 필요가 있을 것이다.

다음으로 본 연구는 변인 간 인과관계를 직접 검증한 것이 아니라 구조방정식모델링의 적합도를 평가하여 모델이 설정한 위계구조의 타당성을 간접적으로 논증하였고, 서로 다른 위계구조를 가진 두 개의 모델 중 적합도를 비교하여 상대적으로 타당한 위계구조를 추론하였음을 감안할 필요가 있다. 구조방정식모델링은 연구자가 변인 간 관계를 설정한 구조모델이 수집된 데이터에 얼마나 부합하는지를 여러 모델 적합도 지표들 통해 평가하고, 적합도가 일정수준 이상이면

설정된 위계구조가 타당한 것으로 여겨 변인 간 인과성을 간접적으로 추론하는 분석방법으로 널리 사용되고 있다(Kline, 2023). 본 연구와 같이 동일한 변수들 간 서로 다른 위계구조를 가진 두 모델의 적합도를 비교하는 상황에서, 어떤 모델이 다른 모델보다 적합도가 우수하다 것은 특정 모델의 위계구조가 수집된 데이터에 더 잘 부합하여 더 타당하다는 의미이므로 변인 간 인과성을 간접적으로 추론하는 근거가 될 수 있다. 특히 일반적으로는 자유도가 높을수록, 즉 모델이 단순할수록 적합도가 낮아지는 경향이 나타남에도 불구하고 자유도가 훨씬 더 높은 기본모델(df = 30)의 적합도가 대안모델(df = 6)보다 여러 지표에서 우수한 결과는 기본모델 및 기본모델이 설정한 위계구조를 채택하는 더욱 명확한 근거가 될 수 있을 것이다. 그럼에도 불구하고 횡단 데이터를 사용한 구조방정식모델링은 인과성 검증에 한계가 있으므로, 더 정확한 인과성 검증을 위해서는 종단, 패널, 시계열, 실험연구 데이터를 사용할 필요가 있다.

그 밖에 본 연구는 모든 뉴스콘텐츠를 이용하는 응답자가 극히 적었던 관계로 뉴스콘텐츠 이용 변인 하나를 독립변인으로 투입하여 여러 개의 종속변인에 대해 다중회귀분석을 실시하였기 때문에 뉴스이용변인들 간의 효과가 통제되지 않은 점을 고려해야 한다. 또한 언론 및 언론인에 대한 인식을 측정할 종속변수들 간 상관관계가 높으므로 독립적인 종속변수들에 대한 독립변수들의 효과로 해석하지 않아야 한다.

신뢰받는 언론이 되기 위해서는 저널리즘의 기본원칙을 지키고 뉴스의 품질을 제고하는 노력이 가장 중요하며, 이를 위해 언론은 상시적인 노력을 기울여야 함은 당연하다. 이러한 언론의 쇄신 노력과 함께 변화된 미디어 환경에서 나타나는 온라인 뉴스콘텐츠의 속성과 이들을 이용하는 과정에서 나타나는 사용자 경험 및 이용행태가 언론에 대한 인식에 어떠한 영향을 미치는지도 함께 주목함으로써 언론의 위기에 더 효과적으로 대응하고 극복할 필요가 있음을 본 연구는 제안한다.

References

- Arceneaux, K., Johnson, M., & Murphy, C. (2012). Polarized political communication, oppositional media hostility, and selective exposure. *The Journal of Politics*, 74(1), 174-186.
- Arieli, G. (2015). Trusting the press and political trust: A conditional relationship. *Journal of Elections, Public Opinion, and Parties*, 25(3), 351-367.
- Back, Y., Ahn, S., & Kim, W. (2019). Journalist-audience contact and public trust in news media: Empirical examination of journalist-audience contact hypothesis. *Korean Journal of Journalism & Communication*, 63(5), 119-151. [백영민·안수찬·김위근 (2019). 언론수용자의 언론인 접촉경험과 언론신뢰: 언론인접촉·언론신뢰 가설에 대한 실증 테스트. <한국언론학보>, 63권 5호, 119-151.]
- Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (2018). *Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. Oxford University Press.
- Cappella, J. N. & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. Oxford University Press.
- Ceron, A. (2015). Internet, news, and political trust: The difference between social media and online media outlets. *Journal of Computer-mediated Communication*, 20(5), 487-503.
- Chan, J. M., Lee, F. L., & Pan, Z. (2006). Online news meets established journalism: How China's journalists evaluate the credibility of news websites. *New Media & Society*, 8(6), 925-947.
- Choi, J., & Lee, H. (2023). *Digital News Report 2023 Korea*. Korea Press Foundation. https://www.kpf.or.kr/front/research/selfDetail.do?seq=595788&link_g_homepage=F [최진호·이현우 (2023). <디지털 뉴스 리포트 2023 한국>. 한국언론진흥재단.]
- Choi, J., Oh, H., & Lee, J. (2024). Can citizens avoid the legacy news media and still be informed?. *Journal of Communication Research*, 61(1), 50-93. [최지향·오해정·이재현 (2024). 기성언론보다 소셜미디어 뉴스를 선호하면서 식견 있는 시민이 될 수 있는가?: 기성언론회피형 뉴스소비에 대한 탐색. <언론정보연구>, 61권 1호, 50-93.]
- Choi, J., & Park, Y. (2022). *Digital News Report 2022 Korea*. Korea Press Foundation. https://www.kpf.or.kr/front/research/selfDetail.do?seq=592944&link_g_homepage=F [최진호·박영흠 (2022). <디지털 뉴스 리포트 2022 한국>. 한국언론진흥재단.]
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of social theory*. Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press.

- Daniller, A., Allen, D., Tallevi, A., & Mutz, D. C. (2017). Measuring trust in the press in a changing media environment. *Communication Methods and Measures, 11*(1), 76-85.
- Edgerly, S. (2015). Red media, blue media, and purple media: News repertoires in the colorful media landscape. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 59*(1), 1-21.
- Edgerly, S. (2022). The head and heart of news avoidance: How attitudes about the news media relate to levels of news consumption. *Journalism, 23*(9), 1828-1845.
- Edgerly, S., & Vraga, E. K. (2021). That's not news: Audience perceptions of "news-ness" and why it matters. In *What IS news?* (pp. 128-152). Routledge.
- Goyanes, M., Ardèvol-Abreu, A., & Gil de Zúñiga, H. (2023). Antecedents of news avoidance: Competing effects of political interest, news overload, trust in news media, and "news finds me" perception. *Digital Journalism, 11*(1), 1-18.
- Gunther, A. C., Christen, C. T., Liebhart, J. L., & Chih-Yun Chia, S. (2001). Congenial public, contrary press, and biased estimates of the climate of opinion. *Public Opinion Quarterly, 65*(3), 295-320.
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling, 6*, 1-55.
- Hyun, K., & Chae, Y. (2022). A study on the factors affecting the trust of portal news. *Media & Society, 30*(2), 5-41. [현기득·채영길 (2022). 포털 뉴스 신뢰도 지각에 미치는 요인들과 그 영향에 대한 분석. <언론과 사회>, 30권 2호, 5-41.]
- Hyun, K., Jung, N., & Seo, M. (2020). Examining the effects of perceived partisan slants of news and user comments from portal news sites on portal news trust, third person perception and selective exposure: Comparisons of conservative and progressive users. *Korean Journal of Journalism & Communication, 64*(4), 247-288. [현기득·정낙원·서미혜 (2020). 포털 뉴스와 댓글에 대한 정파성 지각이 포털 뉴스 신뢰, 영향력 지각 및 선택적 노출에 미치는 영향: 보수와 진보 이용자의 차이를 중심으로. <한국언론학보>, 64권 4호, 247-288.]
- Jang, Y., & Kim, M. (2020). The influence of participatory news use: Social media use for news and the credibility of journalism. *Korean Journal of Communication & Information, 99*, 245-274. [장윤재·김미라 (2020). 참여적 뉴스 이용의 효과: 메신저, SNS 를 통한 뉴스 이용과 뉴스 및 언론인에 대한 신뢰. <한국언론정보학보>, 99권, 245-274.]
- Jones, J. M. (2018). *U.S. media trust continues to recover from 2016 low*. <https://news.gallup.com/poll/243665/mediatrust-continues-recover-2016-low.aspx>

- Jung, N. (2021). Affective polarization in US and its consequences in political involvement, social participation, public trust and racial attitudes. *Social Science Studies*, 47(2), 1-38. [정낙원 (2021). 미국 유권자들의 정치적 감정극화 양상과 효과 연구: 정치관여도, 사회참여도, 시민신뢰도, 인종 호감을 중심으로. <사회과학연구>, 47권 2호, 1-38.]
- Jung, N., & Kim, S. (2020). Analysis of predominant opinions and hostile expressions formed in user's comments on opinion poll coverage on government approval in Naver and Daum. *Journal of Media Convergence*, 28, 58-106. [정낙원·김성욱 (2020). 네이버, 다음의 문재인 정부 지지율 여론조사 뉴스 댓글에 나타난 댓글 여론과 적대적 언어 분석. <미디어융합연구>, 28호, 58-106.]
- Kim, S. (2006). Democracy and media trust: A theoretical search for a normative model of contemporary Korean media. *Korean Journal of Journalism & Communication*, 50(5), 55-78. [김세은 (2006). 민주주의와 언론의 신뢰. <한국언론학보>, 50권 5호, 55-78.]
- Kim, S. (2017). The sociology of scoops in the digital age - Status alterations of scoops and the crisis of news production norms. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 31(4), 5-50. [김세은 (2017). 디지털 시대 특종의 사회학: 특종의 지위 변화와 뉴스 생산 규범의 균열: 특종의 지위 변화와 뉴스 생산 규범의 균열. <한국방송학보>, 31권 4호, 5-50.]
- Kim, S., & Kim, W. G. (2017). *Digital News Report 2017 Korea*. Korea Press Foundation. https://www.kpf.or.kr/front/research/selfDetail.do?seq=574323&link_g_homepage=F [김선호·김위근 (2017). <디지털 뉴스 리포트 2017 한국>. 한국언론진흥재단.]
- Kim, S., & Kim, W. G. (2019). *Digital News Report 2019 Korea*. Korea Press Foundation. https://www.kpf.or.kr/front/research/selfDetail.do?seq=575274&link_g_homepage=F [김선호·김위근 (2019). <디지털 뉴스 리포트 2019 한국>. 한국언론진흥재단.]
- Kim, S., Kim, W., Park, A., & Yang, J., (2018). *Digital News Report 2018 Korea*. Korea Press Foundation. https://www.kpf.or.kr/front/research/selfDetail.do?seq=574923&link_g_homepage=F [김선호·김위근·박아란·양정애 (2018). <디지털 뉴스 리포트 2018 한국>. 한국언론진흥재단.]
- Kim, W., Ahn, S., & Baek, Y. (2018). *News trust in Korea*. Korea Press Foundation. <https://www.kpf.or.kr/front/research/selfDetail.do> [김위근·안수찬·백영민 (2018). <한국의 언론 신뢰도: 진단과 처방>. 한국언론진흥재단.]
- Kim, W., & Hwang, Y. (2020). *News media and portal service in Korea*. Korea Press Foundation. https://www.kpf.or.kr/front/research/selfDetail.do?seq=591674&link_g_homepage=F [김위근·황용석 (2020). <한국 언론과 포털 뉴스서비스>. 한국언론진흥재단.]

- Kim, Y. (2023, October 4). The return of 'No. 1 trusted MBC' [2023 Trust Survey]. *Sisain*. [김영화 (2023, 10, 4). '신뢰도 1위 MBC'의 귀환 [2023 신뢰도 조사]. <시사인>.]
- Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford Publications.
- Kohring, M., & Matthes, J. (2007). Trust in news media: Development and validation of a multidimensional scale. *Communication Research*, 34(2), 231-252.
- Korea Press Foundation. (2023). *Media Users in Korea 2023*. Korea Press Foundation. [한국언론진흥재단 (2023). <2023 언론수용자 조사>. 한국언론진흥재단.]
- Lee, J. K., & Kim, E. (2017). Incidental exposure to news: Predictors in the social media setting and effects on information gain online. *Computers in Human Behavior*, 75, 1008-1015.
- Lee, N. (2020). Why are news trust and journalistic independence perceptions low in South Korea? In A. Park & S. Lee (Eds.), *Digital News Report 2020 Korea*. Korea Press Foundation. https://www.kpf.or.kr/front/research/selfDetail.do?seq=591226&link_g_homepage=F [이나연 (2020). 한국의 뉴스 신뢰도와 저널리즘 독립성 중요도 인식, 왜 낮을까? 박아란·이소은 (편), <디지털 뉴스 리포트 2020 한국>. 한국언론진흥재단.]
- Lee, S., & Oh, H. (2021). Evaluations of news media and news use by media outlets, companies, and topics: Focusing on the moderating effects of users' political orientation. *Korean Journal of Journalism & Communication*, 65(2), 241-285. [이소은·오현경 (2021). 매체, 언론사, 주제별 뉴스 이용과 언론에 대한 평가: 이용자 정치성향의 조절효과를 중심으로. <한국언론학보>, 65권 2호, 241-285.]
- Lim, J. (2021). What factors influence the perception of media freedom and media credibility in South Korea: The application of ridge regression and Lasso. *Korean Journal of Journalism & Communication*, 65(3), 163-200. [임종섭 (2021). 무엇이 한국 언론 자유와 언론 신뢰에 대한 인식에 개입하나: 능선 회귀(Ridge Regression)와 Lasso 통계학습을 중심으로. <한국언론학보>, 65권 3호, 163-200.]
- Marchionni, D. (2015). Online story commenting: An experimental test of conversational journalism and trust. *Journalism Practice*, 9(2), 230-249.
- Min, H., & Lee, W. (2015). Voter's ideological orientation and media use. *Korean Party Studies Review*, 14(1), 157-176. [민희·이원태 (2015). 유권자의 이념성향과 미디어 이용. <한국정당학회보>, 14권 1호, 157-176.]
- Min, Y. (2016). When we trust: The effects of journalistic professionalism and partisan bias on the public trust in the press and politics. *Korean Journal of Journalism & Communication*, 60(6), 127-156. [민영 (2016). 신뢰의 조건: 저널리즘 전문성과 정파적 편향성이 언론 신뢰와 정치 신뢰에 미치는 영향.]

<한국언론학보>, 60권 6호, 127-156.]

- Mitchell, A., Gottfried, J., Barthel, M., & Shearer, E. (2016). *The modern news consumer: News attitudes and practices in the digital era*. Pew Research Center Report. <http://www.journalism.org/2016/07/07/the-modern-news-consumer/>
- Mueller, R. O., & Hancock, G. R. (2018). Structural equation modeling. In *The reviewer's guide to quantitative methods in the social sciences* (pp. 445-456). Routledge.
- Naab, T. K., Heinbach, D., Ziegele, M., & Grasberger, M. T. (2020). Comments and credibility: How critical user comments decrease perceived news article credibility. *Journalism Studies*, 21(6), 783-801.
- Nam, Y., & Ji, S. (2022). The influences of news uses, interactivity and source recognition on news media credibility: Focused on the Consumption of News via SNSs, Messengers, and YouTube. *Korean Journal of Journalism & Communication*, 66(5), 57-94. [남유원·지성욱 (2022). 뉴스 이용, 참여, 출처 인지가 뉴스 미디어 신뢰도에 미치는 영향: SNS, 메신저, 유튜브를 통한 뉴스 이용을 중심으로. <한국언론학보>, 66권 5호, 57-94.]
- Nelson, J. L., & Kim, S. J. (2021). Improve trust, increase loyalty? Analyzing the relationship between news credibility and consumption. *Journalism Practice*, 15(3), 348-365.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). *Reuters Institute digital news report 2021*. Reuters Institute for the study of Journalism.
- Nielsen, R. K., Newman, N., Fletcher, R., & Kalogeropoulos, A. (2023). *Digital News Report 2020*. Reuters Institute.
- Oh, S., Park, A., & Choi, J. (2021). *Digital News Report 2021 Korea*. Korea Press Foundation. https://www.kpf.or.kr/front/research/selfDetail.do?seq=592216&link_g_homepage=F [오세욱·박아란·최진호 (2021). <디지털 뉴스 리포트 2021 한국>. 한국언론진흥재단.]
- Park, A., & Lee, S. (2020). *Digital News Report 2020 Korea*. Korea Press Foundation. https://www.kpf.or.kr/front/research/selfDetail.do?seq=591226&link_g_homepage=F [박아란·이소은 (2020). <디지털 뉴스 리포트 2020 한국>. 한국언론진흥재단.]
- Park, H. (2019). Why the newspaper disappears: Journalism VS. media supplementation or substitution. *Korean Journal of Journalism & Communication*, 63(3), 69-114. [박혜영 (2019). 신문이 사라지는 이유: 저널리즘 VS. 미디어 대체 가설. <한국언론학보>, 63권 3호, 69-114.]
- Rhee, J., & Choi, Y. (2005). Causes of the crisis in Korean newspapers: Functional displacement in media use, provision of lower value, and trust crisis. *Korean Journal of Journalism & Communication*,

49(5), 5-35. [이준웅·최영재 (2005). 한국 신문위기의 원인: 뉴스 매체의 기능적 대체, 저가치 제공, 그리고 공정성 위기: 뉴스 매체의 기능적 대체, 저가치 제공, 그리고 공정성 위기. <한국언론학보>, 49권 5호, 5-35.]

Schwarzenegger, C. (2022). Understanding the users of alternative news media: Media epistemologies, news consumption, and media practices. *Digital Journalism*, 11(5), 853-871.

Shehata, A. (2016). News habits among adolescents: The influence of family communication on adolescents' news media use—evidence from a three-wave panel study. *Mass Communication and Society*, 19(6), 758-781.

Strömbäck, J. (2017). Does public service TV and the intensity of the political information environment matter?. *Journalism Studies*, 18(11), 1415-1432.

Strömbäck, J., Tsfati, Y., Boomgaarden, H., Damstra, A., Lindgren, E., Vliegenthart, R., & Lindholm, T. (2020). News media trust and its impact on media use: Toward a framework for future research. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 139-156.

Tewksbury, D., & Rittenberg, J. (2012). *News on the Internet: Information and citizenship in the 21st century*. Oxford University Press.

Toff, B., & Kalogeropoulos, A. (2020). All the news that's fit to ignore: How the information environment does and does not shape news avoidance. *Public Opinion Quarterly*, 84(S1), 366-390.

Tsfati, Y. (2010). Online news exposure and trust in the mainstream media: Exploring possible associations. *American Behavioral Scientist*, 54(1), 22-42.

Tsfati, Y., & Ariely, G. (2014). Individual and contextual correlates of trust in media across 44 countries. *Communication Research*, 41(6), 760-782.

Valeriani, A., & Vaccari, C. (2016). Accidental exposure to politics on social media as online participation equalizer in Germany, Italy, and the United Kingdom. *New Media & Society*, 18(9), 1857-1874.

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(3), 577.

Van Duyn, E., & Collier, J. (2019). Priming and fake news: The effects of elite discourse on evaluations of news media. *Mass Communication and Society*, 22(1), 29-48.

최초 투고일 2024년 10월 04일
게재 확정일 2024년 11월 26일
논문 수정일 2024년 11월 28일