



언론사에 대한 신뢰와 안심

이준웅 서울대학교 언론정보학과 교수

안송이 오리건대학교 언론과 소통대학 박사과정

Trust and Assurance in Korean News Media*

June Woong Rhee**

(Professor, Department of Communication, Seoul National University)

Songyi Ahn***

(Ph. D. Student, School of Journalism and Communication, University of Oregon)

This study addresses the ambiguity in the conceptualization and measurement of media trust, particularly in the context of declining public confidence in news media. It emphasizes the need to differentiate between trust, defined as an individual's willingness to engage with news content despite differing values or ideologies, and assurance, which reflects anticipated satisfaction and reliance on a news provider. This study also argues that an understanding of media trust requires examining its construction across multiple conceptual levels - news content, media organizations, journalists, and media systems - along with evaluating trustworthiness perceptions at each level. To empirically substantiate these claims, this study employs confirmatory factor analysis, conceptualizing trust and assurance as distinct but interrelated latent constructs to establish construct validity. Additionally, predictive validity analysis is utilized to examine the impact of news consumption patterns associated with media organizations and the evaluation of news quality provided by these entities. These factors are hypothesized to influence the latent constructs of trust and assurance independently. The study also considers the moderating effects of political conservatism and perceptions of media partisanship, incorporating these variables as controls in the analysis to account for their potential influence on the observed relationships. Our multi-level data analyses, based on evaluations from 311 respondents regarding their trust and assurance in 24 news organizations

* This work was supported by Institute of Communication Research in Seoul National University, the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea(이 연구는 서울대학교 언론정보연구소와 2021년 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행됐습니다)[NRF-2021S1A5B8096 358].

** jwrhee@snu.ac.kr, corresponding author

*** songyi.ahn5@gmail.com

collected via an internet-based panel, indicate that the latent constructs of media trust and assurance exhibit an acceptable degree of construct validity. First, confirmatory factor analysis demonstrated that trust and assurance are empirically distinct yet significantly correlated latent factors. Second, the analyses revealed that both the duration of news consumption and the perceived quality of news provided by media outlets influenced trust and assurance, with the effect of quality evaluations surpassing that of consumption duration. These findings were consistent across structural equation modeling conducted within a multi-level framework, which controlled for variance at both the respondent and media outlet levels. Third, a positive association was identified between political conservatism and both trust and assurance in the media; respondents with more conservative orientations exhibited higher levels of trust and assurance in news content. Notably, an interaction effect emerged, showing that among progressive respondents, a favorable evaluation of news quality led to increased trust levels, aligning them with those of conservative respondents. One of the implications of our findings suggests that the high levels of reported distrust in Korean news institutions may coexist with a parallel assurance toward news providers that reflect the public's ideological and value alignments.

Keywords: news trust, media trust, assurance, trustworthiness, news quality

국문초록

신뢰란 대상에 대한 '신뢰할만함'에 대한 평가에 따라 달라지므로 언론 신뢰도 뉴스, 언론인, 언론사, 언론 제도 등 각 대상에 따라 다르게 측정해야 한다는 문제의식으로부터 이 연구는 출발한다. 이 연구는 또한 언론사에 대한 신뢰를 안심으로부터 개념적으로 구분해야 한다고 주장한다. 언론 신뢰가 언론사의 편집의 자율성을 인정하면서 이용자 자신의 이념이나 의견과 다른 뉴스라도 일단 이용하겠다는 다짐과 관련이 있다면, 안심은 언론사의 논조나 보도 방향을 미리 예상할 수 있기에 편하게 활용할 수 있다는 생각에 접근하는 것과 가깝다고 보기 때문이다. 인터넷 패널에서 모집한 응답자 311명이 24개 언론사를 대상으로 신뢰와 안심을 평가한 자료를 이용해서, 언론사에 대한 신뢰와 안심이 경험적으로 구분가능한지, 그리고 언론사가 제공하는 뉴스 이용과 뉴스에 대한 품질평가를 비롯한 다른 변수들과 어떤 영향력 관계를 맺는지 검토했다. 연구결과, 언론사 별 신뢰와 안심 간 구성개념 타당성을 확인하기 위한 모형을 구성하는 데 성공했지만, 그 모형 내에서 신뢰와 안심 간 상관관계는 다소 높다는 것을 확인했다. 언론사 별로 측정된 뉴스 이용시간과 뉴스 품질평가가 각각 신뢰와 안심에 별도로 영향을 미친다는 사실도 발견했다. 덧붙여 이런 관계가 정치적 보수주의나 언론의 정파성 인식 등과 같은 변수들을 통제한 상태에서도 유지된다는 것을 발견했다. 이 연구는 언론사에 대한 신뢰와 안심 간 구분이 정파적 분화가 심화하는 한국 언론에 대해 갖는 함의를 검토해서 후속 연구를 위한 제안을 제시한다.

핵심어 : 언론 신뢰, 언론제도, 신뢰와 안심, 뉴스 품질평가, 뉴스 이용, 다수준분석

1. 문제제기: 무엇에 대한 어떤 신뢰인가?

한국 언론의 문제점을 논의할 때 언론 불신에 대한 사안이 빠지지 않는다(김세은 등, 2018). 영국의 로이터 언론연구소가 발간하는 <디지털뉴스 보고서(Digital news report)>는 한국 언론에 대한 신뢰도가 세계에서 최하위권에 속한다고 연례적으로 발표함으로써 논란에 불을 지피고 있다. 한국 언론의 고질적인 정파성이나 비전문성 때문에 언론에 대한 신뢰가 하락한다는 지적이 반복되고 있고(김경모·이승수, 2018; 민영, 2016), 언론 불신 때문에 뉴스 이용이 감소하는 사태가 곧 언론의 위기로 이어진다는 연구도 이루어진 바 있다(이준웅·최영재, 2005). 최근 이른바 ‘가짜뉴스’를 포함한 허위 또는 조작정보의 유통을 논의할 때에도 언론 불신에 대한 논의가 빠지지 않는다(김위근, 2018). 한국의 주류 언론이 불신 받고 있기에 ‘가짜 뉴스’ 제공자를 포함한 대안적인 정보원이 활개치고 있으며, 이 때문에 다시 언론매체에 대한 신뢰가 하락한다는 진단이 제기되기도 한다.

언론 신뢰의 하락을 염려하는 목소리가 높지만, 조작 언론 신뢰란 도대체 어떤 현상을 지칭하는지 자명하지 않다. 언론 신뢰라고 말하지만, 그것이 뉴스에 대한 신뢰인지, 언론인에 대한 신뢰인지, 언론사에 대한 신뢰인지, 아니면 언론제도에 대한 신뢰인지 구분하지 않는 경우가 대부분이기 때문이다(Engelke et al., 2019, Fisher, 2016; Strömbäck et al., 2020). 신뢰란 관계적 속성을 갖는다고 하면서도 언론 신뢰를 말하면서 뉴스 제공자의 공신력(credibility)을 측정하고 마는 경우도 쉽게 찾아볼 수 있다(Kohring & Matthes, 2007). 신뢰의 관계적 성질에 따라 도출되는 신뢰의 다양한 양식, 즉 신뢰 대상에 대한 ‘신뢰할만함(trustworthiness)’을 평가한 결과나 신뢰에 동반하는 관계의 불확실성이나 위협성에 대한 평가에 따라 달라지는 신뢰의 양상을 세심하게 개념화해서 언론 신뢰에 적용한 경우를 찾아보기는 어렵다.

이 연구는 언론에 대한 신뢰 하락을 염려하는 연구에서 등장하는 신뢰가 개념화는 물론 측정 방식도 혼란스럽다는 인식에서 출발한다. 우리는 먼저 신뢰를 논의한 고전적 논의에 대한 검토를 통해 언론 신뢰나 불신을 논의할 때 신뢰와 안심(assurance)을 구별해야 한다고 주장하겠다. 언론에 대한 신뢰를 측정함에 있어서도 뉴스, 언론사, 언론인, 언론제도 등 언론의 개념화 수준에 따라, 그리고 각 수준에 따른 신뢰할만함에 대한 인식과 평가에 따라 다르게 형성되는 신뢰에 주목해야 한다고 주장한다. 이 두 주장을 경험적으로 확인하기 위해, 이 연구는 언론사에 대한 신뢰와 안심을 잠재요인(latent factors)로 삼는 측정척도를 이용해서 확인적 요인분석을 수행함으로써 일종의 구성개념 타당성 분석을 수행한다. 또한 신뢰와 안심 두 잠재요인에 영향을 미칠 것으로 예상되는 언론사 별 뉴스 이용과 해당 언론사가 제공하는 뉴스에 대한 품질평가가

각각 신뢰와 안심에 대해 어떤 영향력 관계를 맺는지 검토하기 위한 일종의 예측타당도 분석도 함께 수행하겠다. 우리는 특히 이런 영향력 관계가 응답자의 정치적 보수주의와 언론에 대한 정파성 인식 등에 따라서 달라질 수도 있다고 보기에 이를 통제 변수로 삼아서 앞서 제시한 관계를 검토하려 한다. 마찬가지로 과거 선행연구들이 사용한 각종 언론 신뢰관련 변수들과 매체 별 뉴스 이용량 등도 통제변수로 분석에 포함해서 살펴봄으로써 뉴스 이용, 품질평가, 정치적 보수주의, 언론 정파성 인식 등이 신뢰와 안심에 미치는 영향력 관계가 지금까지 사용해 온 언론 신뢰를 측정하는 변수들과 무관하게 성립하는지 알아보려 한다.

2. 안심과 신뢰의 기반

1) 신뢰는 위험을 전제한다

대상이 무엇이든 그것을 신뢰하는 일은 일종의 모험이라고 한다. 신뢰에 대한 고전적 논의 (Gambetta, 1988; Hardin, 2002)와 이론적 검토(Baier, 1986; Hawley, 2014)를 종합하면, 신뢰란 상대를 믿을 경우에 발생할 수 있는 위험을 가까이 감수하면서도 관계를 맺겠다는 자세로부터 출발한다고 한다. 요컨대, 어떤 대상을 신뢰하는 일은 그 대상을 믿음으로 해서 배반당할 수 있다는 위험을 인식하면서도, 대상과 일정한 관계를 맺는 편이 그렇게 하지 않는 것보다 좋겠다고 생각하기 때문에 실제 그렇게 행동하는 일이다. 만약 상대방의 의도나 행동을 완전히 예측할 수 있거나, 아니면 상대방이 배반할 수 없도록 완전히 통제할 수 있다고 믿는다면, 상대방을 신뢰할지 말지 고민할 필요가 없다. 그저 그 상대방에 대해 안심할 수 있기 때문이다.

‘신뢰에는 위험 인식이 따른다’는 요점을 언론 신뢰에 적용해 보자. 언론 신뢰, 특히 언론사에 대한 신뢰란 어떤 언론사가 제공하는 뉴스를 수용함으로써 예상치 못한 위험을 감수할 수도 있다는 것을 인식하면서도 일단 그 언론사가 제공하는 뉴스를 보겠다고 선택하는 일이 된다 (Blöbaum, 2014; Korhring & Matthes, 2007). 예컨대, 한 독자가 <조선일보>를 신뢰한다면, 그는 실제 <조선일보>의 개별 기사를 읽고 하면 뉴스가치가 거의 없는 그저 그런 읽을거리에 불과하다거나, 나중에 오보로 밝혀진다가, 심지어 예상치도 못한 어떤 부작용을 유발할 수도 있는 ‘가짜뉴스’가 될 가능성이 있다는 것을 어렵듯이 알면서도, <조선일보>가 제공한 뉴스를 아예 무시하는 편보다는 그래도 한 번이라도 읽는 편을 선택한 것이라 말할 수 있다.

신뢰와 위험 인식 간의 관계로부터 (가) 신뢰 관계의 불확실성, (나) 신뢰 대상의 자율성, 그리고 (다) 신뢰자가 신뢰하기 위해 필요한 이유, 즉 신뢰 대상에 대한 신뢰할만함

(trustworthiness)에 대한 평가 등에 대한 논의로 나갈 수 있다. 일단 신뢰할 것인지 말 것인지를 결정하는 일 자체가 상대방과 관계 맺기를 통해서 발생할 수 있는 어떤 불확실한 결말을 수용한다는 것임을 알아야 한다. 신뢰 대상이 되는 상대방은 배신을 포함한 어떤 위험한 행위를 벌일 수도 있는 의지와 역량을 가진 일종의 행위자성(agency)을 갖는 자율적 존재로 간주되기 때문이다. 그리고 이렇게 자율적 의지와 역량을 가진 행위자를 모든 위험을 감수하면서도 신뢰하게 되기까지는 결국 그 상대방이 과연 신뢰할만한지 최소한의 정보를 수집해서 평가해야 함을 알 수 있다(Mayer et al., 1995).

이상의 논의를 언론사에 대한 신뢰에 적용하여 다음 세 명제를 도출할 수 있다. 첫째, 어떤 언론사가 제공하는 뉴스를 이용하는 행위를 신뢰 관계의 관점에서 재해석해 볼 수 있다. 특히 평소에 접하지 않는 언론사가 제공하는 뉴스를 이용하는 일은 익숙하지 않은 맥락에서 이용자가 위험을 무릅쓰고 선택한 불확실한 관계, 즉 뉴스 이용을 매개로 연결된 불확실하지만 일단 형성된 접점으로 볼 수 있게 된다. 비록 그 뉴스 이용이 아무리 간결하고, 아무리 적은 비용이 들고, 아무리 작은 확률의 위험을 암시한다고 해도 말이다. 둘째, 어떤 언론사를 신뢰하는 일은 결국 해당 언론사에 대한 모종의 평가, 즉 신뢰할만함에 대한 인식과 평가에 따라 그 언론사가 제공하는 뉴스를 이용하는 편이 그렇지 않은 편보다 낫다는 결심을 유도하는 일이라고 할 수 있다. 여기에서 신뢰할만함이란 ‘누군가 뉴스를 제시하나 보다’ 수준의 모호한 인식에 불과할 수 있고, 제공된 뉴스 내용 요인들, 매체, 맥락 등에 대한 구체적인 평가결과일 수도 있다. 셋째, 언론사를 신뢰하는 일은 해당 언론사가 제공하는 뉴스의 취재 및 보도 행위에 대한 자율성을 갖는다는 것을 미리 전제하는 일이다. 언론사를 신뢰하기 위해서는 그 언론사가 신뢰할만한지에 대한 인식과 평가가 먼저 이루어져야 하는데, 그것도 언론사가 얼마든지 위험한 행위를 할 수 있는 의지와 역량을 지녔다는 것을 알면서도 그런 인식과 평가를 내렸다는 뜻이 된다. 다음 두 절에서 언론의 자율성 인식과 신뢰할만함에 대한 평가가 언론 신뢰에 대한 갖는 함의에 대해 검토하겠다.

2) 안심과 다른 신뢰

신뢰란 신뢰받는 자가 모종의 자율성을 발휘하여 신뢰하는 자를 배반할 수도 있다는 가능성을 전제한다. 이를 언론 신뢰에 적용하면 언론의 자율성에 대한 요점을 도출할 수 있다. 어떤 언론사가 스스로 기획하고, 취재하고, 뉴스를 제작하는 자율적 주체이며, 따라서 잠재적으로 뉴스 이용자의 기대를 위반할 수 있다는 뉴스를 제공할 수도 있다고 전제해야만 해당 언론사를 신뢰하거나 맡겨나 할 수 있다. 만약 어떤 언론사의 모든 뉴스를 거의 완전히 예상할 수 있다면, 즉 그 언론사가 이미 알려진 방침에 따라 친편일률적으로 뉴스를 제공한다는 사실을 확신하고 있다면, 뉴스

이용자는 그 언론사를 신뢰할지 말지를 놓고 따로 고민할 필요조차 없다(Blom, 2021; Hanitzsch et al., 2018). 그저 예상대로 안심하고 대응하면 된다.

다음 두 사례를 대조해서 보자. 종교 단체가 선교방송을 하거나 정당이 기관지를 통해 선거 캠페인을 하는 경우라면, 시민은 그런 선교방송이나 기관지가 어떤 동기나 목적, 그리고 어디에서 나온 자원을 이용해서 정보를 제공하는지 알기 마련이다. 이 경우 시민은 각자의 사정에 따라서 그런 선교물이나 선전물이 말하려는 바를 미리 예상해서 안정적으로 대응할 수 있게 된다. 반면, 독립적이고 자율적인 편집권을 행사하는 언론사가 제공하는 뉴스를 접하는 조건이라면, 시민은 그 언론사가 어떤 이념을 표방하든, 어떤 이해관계를 추구하든, 얼마나 자신의 정체성과 동일시하든 해당 언론사의 논조나 편집방향을 함부로 예단할 수 없게 된다.

우리는 어떤 언론사가 어떤 논조와 편집 방침을 갖고 보도할지 예측할 수 있는 조건에서 해당 보도를 활용하기 위해 접근하는 자세를 언론에 대한 안심(assurance)이라 부르기로 하고 이를 '위험을 감수한 신뢰'와 개념적으로 구분해야 한다고 주장한다. 이 구분은 일찍이 야마기시(Yamagishi, 2001; Yamagishi & Yamagishi, 1994)가 일반적 신뢰와 약속한 관계(commitment relations)를 구별한 데 착안한 것이다. 야마기시는 거래를 앞두고 거래 상대에 대한 일반적 신뢰가 높은 이들은 고정된 관계의 제약에 묶이지 않은 채 위험을 감수하면서도 거래를 수행하려 하지만, 안심을 추구하는 이들은 약속한 관계를 맺은 상대와 거래 관계를 안정적으로 유지하기 위해서 비싼 비용이라도 지불하려 한다는 것을 확인했다. 신뢰는 불확실한 상황에서 거래비용을 포함한 모든 비용을 통제하기 위해 위험 요소가 개입한다는 사실을 알면서도 상대방과 관계를 맺으려는 행위인 반면, 안심은 위험 가능성 자체를 아예 없애려고 통제하려는 일기에 서로 구별해야 한다는 것이다.

신뢰와 안심을 구별할 수 있다는 생각은 퍼트넘(Putnam, 2000, p. 144)이 〈나홀로 볼링(Bowling alone)〉에서 대조해서 제시한 신뢰의 두 양식에서도 찾아 볼 수 있다. 퍼트넘은 가까운 친분 관계에서 쉽게 발견할 수 있는 “두터운 신뢰”로부터 익명의 타인에 대해서도 갖게 되는 “얇지만 반경이 넓은 신뢰”를 구분하면서, 얇지만 일반적인 신뢰가 친분을 따라 작동하는 두터운 신뢰보다 신뢰 대상의 반경이 넓기에 유용하다고 평가했다. 유사하게 우슬러너(Uslaner, 2002, p. 38)는 〈신뢰의 힘(The moral foundation of trust)〉에서 자신과 같은 부류의 사람만 믿는 ‘개별적 신뢰’와 다른 평등한 자원분배에 대한 기대나 삶에 대한 낙관적 태도와 관련된 ‘일반적 신뢰’가 서로 상관성이 있겠지만, 개념적으로 구분할 수 있다고 보았다. 이미 잘 알고 있는 상대방에 대한 이해나 평가에 근거해서 그를 안심하고 믿을 수 있다고 생각하는 게 안심이라면, 이는 우슬러너가 규정한 ‘개별적 신뢰’나 퍼트넘이 제시한 ‘두터운 신뢰’와 유사한 것이며, 실로 발생적

으로 유사하다고 볼 수 있다. 이런 ‘개별적 신뢰’나 ‘두터운 신뢰’는 신뢰자가 신뢰 대상에 대해 의존할 수 있는 조건을 만들어 낸다는 점에서 지금까지 우리가 논의한 ‘위험을 전제한 신뢰’와 구분된다. 요컨대, “신뢰란 단순한 의존이 아니다”라고 말할 수 있다(Hawley, 2012, p. 1).

신뢰와 안심 간 구분을 언론에 적용해 보자. 한 시민이 신생 잡지사의 단독 고발 기사를 접하고 과연 그 내용은 물론 신생 잡지사를 믿어도 될지 고민하는 상황을 생각해 보자. 이 시민이 신생 잡지사의 기사를 평소에 봤던 것은 아니지만, 일단 단독보도라고 하니 잠정적으로 기사 내용을 보지 않을 수 없었지만, 일단 읽고 난 후 기사 내용에서 확인한 정보원, 글쓰기, 관련한 해석의 타당성 등을 검토해서 그 내용을 수용할지 말지를 결정하기로 했다면, 그는 이 잡지사에 대해 아무리 열은 수준이라고 해도 일단 믿어 주기로 한 것이기 때문에 그렇게 행동한 것이지 잡지사나 그 기사 내용에 대해 안심하고 있다고 볼 수는 없다. 주어진 불확실한 조건에서 그래도 단독 보도라니 일단 잡지사의 고발 기사를 검토하고, 검토한 내용에 근거해서 사실 여부를 확인해 보겠다는 자세는 신생 잡지사에 대한 ‘위험을 전제한 신뢰’에 따른 뉴스 이용을 예시한다.

대조적으로, 어떤 보수 성향을 가진 시민이 특정 인터넷 채널을 통해서만 뉴스를 접하는 반면, 공영방송 뉴스를 포함한 대부분의 주류 언론사들이 타락했다고 생각해서 무조건 거부하는 경우가 있다고 생각해 보자. 이렇게 정파적 이해관계에 따라 특정 인터넷 채널만 편식하는 행위를 해당 인터넷 채널에 대한 신뢰 때문이라고 말하기 어렵다. 이런 ‘묻지마’ 이용행위는 자신의 정보 환경을 안심할 수 있는 방식으로 유지하기 위해, 믿지 못할 주류 언론사들을 배척한 결과 발생하는 일이기 때문이다. 미리 언론사를 정해 놓고 뉴스의 품질이나 논조의 타당성을 묻지도 따지지도 않고 일단 수용하거나 거부하는 일은 불확실성을 통제하기 위한 안심추구 전략에서 나온 것이다. 이런 안심추구 행위의 대상이 되는 정보원을 언론 신뢰라고 부르기 시작하면, 위험 회피를 위해서 자신의 태도나 신념에 일치하는 정보만 수집하거나, 새로운 정보원이 제공하는 뉴스를 무조건 회피하거나, 범죄나 불법행위를 마다하지 않고 자신의 신념을 재확인하기 위해 뉴스를 남용하는 행위마저 모두 언론 신뢰에 기초한 것이라고 오해하는 결과가 된다.

3) 신뢰대상에 따른 신뢰근거

신뢰하는 자는 상대에 대해 완전한 지식 또는 충분한 인식을 갖고 있지 않더라도, 그 상대를 믿어 주기로 결정할만한 인식적 근거를 갖추어야 한다. 상대의 신뢰할만함에 대한 어떤 인식이나 평가도 없이 무작정 신뢰할 수는 없다는 뜻이다(Hardin, 1992; Jones, 2012).¹⁾ 앞서 논의했듯

1) 이 명제에 대한 반례처럼 보이는 경우가 이방인에 대한 신뢰다. 세상에는 분명 낯선 사람이나 이방인을 만났어도 일

이 어떤 대상에 대한 신뢰가 신뢰하는 이가 신뢰함으로써 감수해야 할 '위험 인식'을 전제로 한다면 그것은 관계유지의 불확실성, 대상에 대한 정보부족, 그리고 신뢰의 결과에 따르는 후속 결과를 장담할 수 없기에 그럴 수밖에 없는 것이다. 대조적으로, 안심은 '위험 통제'를 위해 추구하는 것이라고 할 수 있다. 따라서 신뢰와 안심의 대상에 대한 인식과 평가에 따라서 신뢰와 안심이 달라진다고 말할 수 있다.

언론에 대해 안심하기 위해서는 안심을 보장하는 정보가 필수적이며, 신뢰를 위해서도 적어도 '위험을 감수할 만하다고'고 생각할 만한 평가 근거가 필요하다. 이런 정보적 근거가 사실에 기반을 두고 있거나 합리적인 추론의 결과이면 좋겠지만, 현실적으로 꼭 그런 것은 아니다. 단지 의견, 매력, 품위 등과 같은 모호한 미덕에 기초한 것일지라도 신뢰 또는 안심을 형성하는 데 필요한 근거를 제공하면 그것으로 충분하다. 예를 들어, 개별 뉴스를 접하고 '과연 믿어야 하나'고 민할 때, 뉴스 평가를 위한 정확성, 공정성, 품위 등 미덕을 기준으로 평가해서 믿거나 말거나 한다면 일견 적절하고 타당해 보인다. 그러나 실제 뉴스 이용자들이 모두 이런 기준들을 적용해서 평가하는 것도 아니며, 또한 그렇게 해야 한다고 요구하기 어렵다. 뉴스 이용자가 언론사의 역량, 선의, 충실성 등을 따져서 해당 뉴스 제공자가 신뢰할만한지 판단하면 좋겠지만 언제나 그렇게 하리라 기대할 수는 없기 때문이다(Blöbaum, 2014).

지금까지 우리는 언론사에 대한 신뢰가 형성되는 과정은 신뢰대상인 언론사의 자율성에 대한 인식을 전제하고 있으며, 신뢰할만함에 대한 평가근거도 갖추어야 하는 과정임을 제시했다. 그런데 지금까지 언론연구에서 언론 신뢰를 연구한 결과를 보면, 이런 신뢰와 안심의 차이, 그리고 신뢰할만함 등을 적극 고려해서 이론화한 논의를 찾아보기 쉽지 않다. 무엇보다도 언론에 대한 신뢰를 자신과 같은 정견과 이념을 지닌 언론사에 대한 안심으로부터 날카롭게 구분한 사례를 찾아보기 어렵다. 주목할 만한 논의 중에는 스트룀백과 동료들(Strömbäck et al., 2020)이 제시한 다층적 언론 신뢰 모형이 있다. 이들은 신뢰의 관계적 성격에 주목하여, 언론 매체가 다층적 수준에서 이용자와 연결되어 있기 때문에 각 수준에 따라 다른 신뢰를 상정할 수 있다고 보았다. 구체적으로 (가) 개별 뉴스에 대한 신뢰, (나) 언론인에 대한 신뢰, (다) 언론사에 대한 신뢰, (라) 매체 유형에 대한 신뢰, 그리고 (마) 언론 제도에 대한 신뢰 등을 제시했다.

단 믿어주는 사람들이 있는데, 우슬러너(Uslaner, 2002)는 이런 신뢰를 '도덕적 신뢰'라고 개념화 했다. 그는 이런 신뢰야말로 자선 활동과 협동의 배경이 된다고 주장했다. 그런데 낯선 자를 신뢰할 경우에도, 아무런 이유가 없이 그러는 것은 아니다. 특정한 낯선 자에 대해서는 아무런 정보도 없을지언정, '이방인을 도와주어야 한다'와 같은 도덕률이나 '내가 답을 도우면, 그도 나를 돕기 마련이다'와 같은 황금률에 기초한 신념이 작동해서 믿을 수 있다. 이런 도덕률이나 신념이 '낯선 이에 대한 신뢰할만함'의 내용이 된다.

그러나 스트림백 등은 언론 매체의 다수준성에 주목했을 뿐, 다수준에 걸친 신뢰가 서로 다른 속성을 지니는 이유를 따로 이론화하지는 않았다. 이들은 단일문항을 사용하는 '언론이 제공하는 정보에 대한 신뢰'를 측정하는 방식과 5개의 복수문항을 사용하는 측정 방식을 같은 신뢰를 측정하는 다른 방법으로 간주했을 뿐이다. 어떤 언론사나 언론인에 대한 신뢰를 측정할 결과와 해당 언론사나 언론인이 제공한 정보의 공정성, 불편부당성, 종합성, 정확성, 사실과 의견의 구분 등을 평가해서 합산한 결과 간에 분명 상관관계가 있겠지만, 이 둘을 같은 개념으로 간주하는 일은 무심하다. 스트림백 등이 제시한 복수문항을 이용한 신뢰 측정은 신뢰의 하위 차원을 측정한다고 말하고 있지만, 실은 신뢰를 측정한다기보다 신뢰할만한, 즉 신뢰근거의 여러 차원을 측정할 것이라고 하겠다.²⁾

코링과 매티스(Kohring & Matthes, 2007)가 제안한 언론 신뢰에 대한 논의도 귀 기울일 만하다. 이들은 언론매체 신뢰를 구성하는 하위 차원(dimensions)과 언론매체 공신력의 원인(causes of credibility)을 구분해야 한다고 주장한다. 그런데 이들은 언론 신뢰를 측정하면서 결국 가시아노와 맥그레스(Gaziano & McGrath, 1986) 그리고 마이어(Meyer, 1988) 등이 사용했던 정보원의 공신력 구성요인 문항을 수정해서 사용하는 데 멈추었다. 언론에 대한 신뢰란 위험 인식을 수반하기에 그 위험을 평가하는 신뢰자 요인은 물론 위험의 원인이 되는 위험요소가 작동하는 수준에 따라서도 다른 방식으로 신뢰가 형성될 것이라고 보는 관점에 따르면 이런 개념화와 측정은 역시 불만스럽다. 신뢰하는 자, 즉 위험을 무릅쓰는 자가 주관적으로 판단한 신뢰할만한 이유, 즉 신뢰근거에 따라 신뢰는 물론 안심도 다른 방식으로 형성될 것으로 예상할 수 있기 때문이다.

〈Table 1〉은 신뢰대상에 따른 신뢰를 구분해서 제시하고, 이런 구분에 따라 신뢰근거, 즉 신뢰할만한함에 대한 인식과 평가도 달라진다는 것을 제시한다. 우리는 한 시민이 어떤 뉴스를 신뢰하는지, 언론사를 신뢰하는지, 또는 언론 제도 일반을 신뢰하는지 구분해야 한다고 보는데, 그

2) 하딘(Hardin, 2002)의 논의 이후로 사회과학 연구자들은 신뢰와 신뢰할만함(trustworthiness)의 구분을 광범위하게 수용하고 있다. 윤리학에서 신뢰할만함이란 신뢰 대상을 믿어야 하는 이유라고 정의되며(Jones, 2012), 신뢰하는 자가 신뢰 대상의 역량(competence)이나 규범적 동기(motivation) 또는 다른 덕성들에 대해 내린 평가결과에 기초한다고 알려져 있다. 예를 들어, 어떤 자가 사회적 상호작용을 적절하게 수행할 역량이 있고, 개인적 이해관계를 따르든 아니면 도덕적 선의를 따르든 상대방의 신뢰에 응답할 동기가 있다고 간주되면 '신뢰할만하다'고 인정받게 되는데, 이 인정이 곧 대상에 대한 신뢰로 이어진다는 것이다. 신뢰할만함 개념을 바로 언론인이나 언론사에 대한 신뢰로 변용해서 적용하는 데에는 어려움이 없지만, 개별 뉴스에 대한 신뢰나 언론제도에 대한 신뢰로 확장해서 적용하는 데는 무리가 없지 않다. 개별 기사나 언론제도가 역량이나 규범적 동기, 또는 덕성을 갖는다고 전제해야 하기 때문이다. 따라서 이 글에서는 언론인이나 언론사는 물론 개별 기사나 언론제도에 대해 시민이 믿어야 할 이유로 신뢰할만함을 대신하여 신뢰근거란 개념을 사용하기로 한다.

이유는 대상에 대한 신뢰할만함의 평가 기준, 즉 신뢰근거가 달라지기 때문이라고 보기 때문이다. 신뢰근거가 신뢰를 형성하는 설명 요인이라는 기존 논의들이 타당하다면(Blöbaum, 2014; Mayer et al., 1995), 신뢰와 안심 간의 차이를 신뢰근거가 신뢰와 안심에 미치는 영향력의 차이를 통해서도 확인해 볼 수 있을 것이다. <Table 1>은 언론사에 대한 신뢰, 즉 특정 제호를 가진 신문이나 방송 채널에 대한 신뢰가 개별 기사에 대한 신뢰와 질적으로 다르다는 점을 요약해서 제시한다. 개별 기사를 신뢰하기 위해서는 기사의 제작 수준과 품질, 내적 타당성, 식별된 정보원 등을 인식하고 평가할 필요가 있겠지만, 언론사를 신뢰하기 위해서는 해당 언론사가 보도했던 일련의 뉴스의 전반적 품질, 보도의 공정성, 논조의 타당성 등에 대한 경험과 평가가 필요할 것이다. 마찬가지로 개별 언론사나 언론인에 대한 신뢰와 매체제도에 대한 신뢰 역시 다를 것으로 예상할 수 있는데, 이 역시 그저 신뢰 대상이 달라서일 수도 있지만, 그보다는 대상에 따라 달라지는 신뢰근거, 즉 '신뢰할만함'을 평가하는 근거가 달라지기 때문이라고 할 수 있다.

Table 1. Three types of media trust depending on the trust object and trustworthiness

구분	뉴스 신뢰	언론사 신뢰	언론제도 신뢰
신뢰대상	개별 기사, 일상적 기사	제호 또는 채널(편집권의 범위)	언론 제도
신뢰근거	기사의 명성, 기사의 제작수준, 기사의 타당성, 인용된 정보원, 정보원 투명성 등	기사의 평균적 품질, 품위, 논조, 편집부 자율성, 보도의 공정성, 기자 보상, 기자 훈련, 정보원 접근성 등	법적 제도적 발전, 언론자유 수준, 언론 자원과 사업모형, 언론인 집단의 지위와 역할, 언론의 역사적 성취, 매체기술의 발전
신뢰의 확장	기자, 정보원, 언론인 등에 대한 신뢰	발행인 또는 사주, 광고주, 후원자, 언론매체 및 플랫폼 등에 대한 신뢰	공영방송제도, 언론법, 지배구조, 매체기술 등에 대한 신뢰

4) 신뢰와 안심의 구분과 신뢰의 다수준성

지금까지 논의에 기초해서 우리는 다음 두 주장을 제시한다. 첫째, 언론사에 대한 신뢰와 안심은 경험적으로 연관되어 있겠지만, 개념적으로 구분해 볼 수 있다. 실제로 한국 언론 전반에 대해서 믿을 수 없다고 공언하면서도, 자신의 이념이나 이해관계에 따라 특정 언론사만을 취사선택해서 활용하려는 시민들이 분명 존재한다. 언론 제도는 불신하지만 특정 언론사는 안심하고 믿을 수 있겠다고 생각하는 뉴스 이용자들이다. 이런 자들이 선택한 안심할 수 있는 언론매체에 대한 '단순한 의존'을 다양한 언론매체를 접하면서 '위험을 무릅쓰고 신뢰'하는 행위와 같이 취급할 수 없다. 어떤 언론사에 대한 알려진 논조나 평판과 무관하게 일단 해당 언론사가 제공하는 뉴스를 읽어보고 앞으로 계속 믿을지 말지 판단하겠다는 자세로 일단 검토하고, 검토한 결과에 따라 언론사가 제공하는 뉴스라면 다음에도 읽어 볼 수는 있겠다는 식으로 접근하는 것이 곧 신뢰다. 결국

뉴스 이용이라는 행위는 마찬가지로이므로 신뢰와 안심은 경험적으로 서로 연관되어 있을 가능성이 있겠지만, 적어도 개념적으로 구분할 수 있다는 것이다.

둘째, 언론사에 대한 신뢰, 언론 제도에 대한 신뢰, 일반적 타자에 대한 신뢰, 공동체에 대한 신뢰 등은 서로 다른 신뢰대상에 대한 것이기도 하지만 동시에 서로 다른 신뢰근거를 지니며, 따라서 그렇게 구분할 수 있는지 확인해 볼 필요도 있다. 같은 관점에서 윌리엄즈(Williams, 2012)도 (가) 내용에 대한 신뢰인 뉴스 신뢰, (나) 대인적 신뢰인 언론인에 대한 신뢰, 그리고 (다) 제도 신뢰의 일종이라 할 수 있는 언론사에 대한 신뢰를 구분해서 측정할 것을 제안한 바 있다. 우리는 여기에 더해, 언론사에 대한 신뢰와 언론 제도에 대한 신뢰도 명료하게 구분해야 한다고 주장한다. 대닐러 등(Daniller et al., 2017)이 지적했듯이 신뢰 평가자가 신뢰대상(trustee)으로 어떤 언론사를 염두에 두느냐에 따라 신뢰 평가의 결과가 달라지겠지만, 언론 제도는 개별 언론사에 대한 신뢰의 집합 이상의 것이지 같은 것은 아니기 때문이다.

우리 주장을 따라 지금까지 이루어진 언론 신뢰에 대한 논의에 새롭게 접근해 볼 수 있다. 예컨대, 로이터연구소나 한국언론진흥재단은 언론 신뢰를 다양한 방식으로 측정하기는 하지만, 국가 간 언론신뢰를 비교하기 위한 지표로 '뉴스 이용자가 대체로 이용하는 뉴스에 대한 신뢰'를 묻는 방법을 채택한다. 이는 하나의 매체체계 내의 뉴스 일반에 대한 신뢰를 묻는 것으로서, 한 사회의 언론제도에 대한 신뢰를 측정할 결과라고 해석할 수 있다. 언론제도에 대한 신뢰란 전체 언론매체 체계가 공유하고 있는 언론법과 제도, 언론사의 사업모형, 언론인의 전문성과 그에 따른 행위 규범 등이 제대로 작동하고 있는지에 대한 인식을 따른다고 해석할 수 있다. 예를 들어, 저녁 종합뉴스에서 지진이나 홍수와 같은 재난 뉴스를 보거나 당일 국회에서 법안심사에 대한 뉴스를 보았을 때 그 사실성을 특별히 의심하지 않는 경우가 대표적이다. '어제 뉴스에서 봤다'거나 '신문에 보도된 내용이다'라는 말을 듣고 그 내용이 믿을 만하다고 평가한다면 이는 개별 언론사에 대한 신뢰가 아니라 언론 제도 전반에 대해 신뢰하기 때문에 나오는 응답일 것이라는 뜻이다. 언론제도에 대한 신뢰를 주요 언론사에 대한 신뢰에 대한 일종의 평균값처럼 간주할 수도 있겠지만, 언론사에 대한 신뢰란 역시 평가자에 따라서 개별 언론사에 대한 신뢰근거의 평가결과가 다를 것이기 때문에 이런 식으로 평균값을 구하는 게 과연 가능한지, 만약 그렇다고 해도 평균이란 과연 어떤 의미를 지니는지 모호하다. 이 연구는 따라서 언론사에 대한 신뢰, 언론사에 대한 신뢰근거 평가, 그리고 뉴스에 대한 일반적 신뢰(즉 언론재단과 로이터연구소가 측정한 언론신뢰), 언론제도에 대한 신뢰, 시민에 대한 신뢰, 공동체에 대한 신뢰를 각각 측정해서 서로 어떤 관련성을 갖는지 검토하겠다.

3. 연구 질문과 자료수집 전략

이 연구는 우선 언론에 대한 신뢰와 안심을 다중 문항을 이용해서 측정하여 구성개념 타당성 (construct validity)을 확인하는 것부터 시작한다. 불확실한 상황에서 언론사가 제공하는 뉴스를 일단 수용해 보기로 하는 신뢰와, 언론사가 제공하는 뉴스의 논조나 내용을 예상할 수 있기에 손쉽게 수용하거나 거를 수 있다고 생각하는 안심은 개념적으로 구분된다고 보기 때문이다. 따라서 같은 언론사에 대한 신뢰와 안심은 경험적으로 서로 연관성이 있겠지만, 개념적으로 구분 가능하기에 일정 수준의 구성개념 타당성을 확인할 수 있으리라 기대한다. 언론사에 대한 신뢰와 안심이 개념적으로 구분되는지 알아보기 위한 또 다른 방식은 이 두 구성개념을 측정한 결과가 다른 유관 변수들과 어떤 관련성을 맺는지 경험적으로 검토하는 것이다. 우리는 신뢰와 안심, 두 구성개념을 예측하는 설명변수들과 상관성이 있다고 알려진 변수들의 관계를 검토함으로써 언론사에 대한 신뢰와 안심의 예측타당도와 공변타당도를 확인하려 한다. 따라서 다음과 같은 연구 질문들을 제기한다.

첫째, 언론사별로 구분하여 측정한 신뢰와 안심을 예측하는 요인으로, 각 언론사에 대한 이용 정도와 뉴스에 대한 품질 평가를 제시해서 그 영향력 관계를 알아보겠다. 우리는 언론사에 대한 신뢰와 안심이 각 언론사에 대한 이용 경험과 품질 평가에 의해 결정될 것으로 예상한다. 왜냐하면 신뢰는 물론 안심도 그 대상이 되는 언론사에 대한 이용 경험과 그에 따른 신뢰할만함에 대한 인식적 기초, 즉 신뢰근거에 따라 형성된다고 보기 때문이다. 예컨대, 언론사가 제공하는 뉴스에 대한 정확성, 객관성, 공정성, 소수의견 반영, 심층성, 신속성 등에 대한 품질평가 결과가 일종의 신뢰근거로 작용할 수 있다. 따라서 이 관계를 경험적으로 검토하고, 이에 더해 언론사별 뉴스이용과 신뢰근거가 신뢰와 안심에 미치는 영향력 규모에 차이가 나는지도 살펴보겠다.

둘째, 언론사에 대한 신뢰와 안심의 값이 평가자인 개인의 특성에 따라 영향 받을 것을 예상할 수 있다. 성이나 연령과 같은 변수들의 효과도 탐색할 수 있지만 우리는 특히 정치적 이념 같은 개인차 변수가 언론사에 대한 신뢰와 안심을 평가하는 데 개입하는 방식이 서로 다를 것으로 예상한다. 앞서 논의했듯이 뉴스 이용자의 이념과 이해관계에 따라 특정 언론사의 뉴스를 안심하고 이용하는 경우가 있을 수도 있고, 그것과 무관하게 신뢰 여부를 결정하는 방식으로 이용할 수도 있기 때문이다. 또한 언론사에 대한 안심과 신뢰가 뉴스 이용자의 정파성에 따라 달라지는지 검토할 필요도 있다. 이 경우 응답자 본인의 정치적 이념도 영향을 미칠 수 있지만, 본인의 이념에 따른 언론의 정파성 인식이 문제가 될 수 있다. 앞서 논의했듯이, 특정 언론사에 대한 안심은 '두꺼운 신뢰' 또는 '개별적 신뢰'가 형성되는 방식과 유사하게 이미 형성된 정치적 이념에

따른 정치적 유대감에 의해서 형성될 수 있다고 볼 수 있기 때문이다. 따라서 우리는 응답자 개인의 정치적 보수주의와 언론매체가 얼마나 정파적인지에 대한 인식을 독립변수로 삼아 이 변수들이 언론사에 대한 신뢰와 안심에 각각 어떤 영향을 미치는지 검토하겠다.

셋째, 우리는 언론 신뢰를 언론매체 수준별로 구분해서 측정할 것을 강조한 선행연구들 (Blöbaum, 2014; Strömbäck et al., 2020)의 제언을 수용해서, 언론신뢰를 세 수준(가) 언론사 수준, (나) 뉴스 일반 수준, (다) 언론제도 수준-에서 각각 측정한 후, 세 수준에 측정한 신뢰 간의 상관관계를 검토하려 한다. 또한 앞서 논의했듯이 우리는 이렇게 수준별로 달리 측정한 언론신뢰가 다른 이유는 신뢰근거가 다르기 때문에 구분할 수 있다고 보기에, 언론사에 대한 품질평가로 측정한 신뢰근거를 통제할 상태에서 뉴스 일반이나 언론제도 수준에서 측정한 신뢰가 언론사에 대한 신뢰와 안심과 어떤 관련성을 맺는지 다수준 분석을 통해서 검토하겠다. 이 분석을 통해서 언론사에 대한 신뢰와 안심을 개념적으로 구분해 보자는 우리의 제언이 다른 수준에서 측정한 신뢰 변수들과 맺는 연관성의 차이를 통해서도 경험적으로 확인가능한지 알아 볼 수 있을 것으로 기대한다.

넷째, 언론에 대한 신뢰가 사회적 신뢰, 그 중에서도 시민 일반에 대한 신뢰나 공동체 구성원에 대한 신뢰와 어떤 관련성을 맺는지도 함께 검토하겠다. 앞서 논의했듯이 우슬러너 (Uslaner, 2002)에 따르면 낮은 사람에 대한 신뢰는 일종의 도덕적 성향을 반영하기 때문에 정부나 언론에 대한 신뢰 같은 제도에 대한 신뢰의 원천이 된다고 한다. 퍼트넘(Putnam, 2000)도 사회적 단체 활동은 공동체 구성원에 대한 신뢰에 영향을 미치며 정부나 언론과 같은 제도에 대한 신뢰에도 선순환적인 영향을 미친다고 주장하기도 했다. 과연 언론에 대한 신뢰가 이런 사회적 신뢰에 따라서도 달라지는지 확인할 예정이다.

마지막으로, 매체 유형별 뉴스 이용량과 언론 신뢰의 관계에 대해서 알아보겠다. 지금까지 연구결과를 보면 언론에 대한 신뢰와 매체 이용 간의 관계를 탐색한 연구들은 일정한 수준의 유의한 상관성을 발견한 바 있다(Ardevol-Abreu & Gil de Zuniga, 2017; Kaogeropoulos et al., 2019; Ladd, 2012; Mourão et al., 2018). 연구결과는 전통적 언론매체를 신뢰하는 경우 해당 매체를 더 많이 이용하거나, 주류 언론매체를 불신하는 경우에는 인터넷 뉴스나 라디오 토크 방송 등 대안적 뉴스를 더욱 많이 이용함을 보여준다. 그러나 언론 매체에 대한 신뢰와 해당 매체 이용의 관계를 해석할 수 있는 단서를 찾기는 쉽지 않다. 특정 언론을 신뢰하기 때문에 해당 언론의 뉴스를 많이 볼 수도 있지만, 자주 접하는 뉴스를 보게 된 결과 믿을 만하지 않다고 판단하여 불신하게 될 수도 있기 때문이다. 혹은 비주류 언론을 많이 이용하는 시민들이 주류 언론에 비판적 견해를 갖게 되어 이용이 감소할 가능성도 있다(Tsfati & Cappella, 2003). 따라

서 개인차 속성의 차이를 통제된 상태에서 언론에 대한 신뢰와 언론 매체 유형의 이용 관계를 검토할 필요가 있다.

이 연구는 응답자 개인에게 복수의 언론사에 대한 신뢰, 안심, 뉴스 이용, 그리고 뉴스 품질 평가 값을 질문해서 얻은 결과를 이용하려 하는데, 이는 결국 응답자의 다중응답(multiple responses)을 다루어야 함을 의미한다. 여러 응답자의 여러 언론사에 대한 신뢰 등을 평가한 값을 분석하기 위해서, 응답자 수준에 속한 변량과 언론사 수준에 속한 변량을 분해해서 검토해야 한다는 것이다. 이 때문에 이 연구는 다수준분석의 교차분류 모형을 염두에 두고 자료를 수집하고 분석했다.

4. 연구방법과 기술통계

1) 조사연구의 표본

자료를 수집하기 위해 조사대행사인 한국리서치에 의뢰하여 온라인 조사를 수행했다. 조사대상자는 조사회사가 관리하고 있는 인터넷 조사패널로 모집단은 전국 성인을 대상으로 삼는다. 조사에 참여한 응답자는 이메일과 문자로 조사요청을 받고 컴퓨터 단말기나 이동전화기에서 응답할 수 있도록 했다. 표본은 300명으로 성별, 연령별, 지역별로 할당기준을 적용해서 2020년 주민조사결과를 기준으로 추출했으며, 조사기간은 2021년 6월 7일부터 9일까지, 조사에 참여한 응답자는 모두 311명이고, 복수의 언론사에 대한 응답은 총 1,093건이었다.

응답자의 49.2%는 남성였으며, 연령은 18세에서 39세까지가 33.8%, 40세에서 59세까지가 37.6%, 그리고 나머지 60대 이상이 28.6%였다. 지역적으로 서울, 인천, 경기 지역에 거주하는 응답자가 36.0%이고, 충청권은 10.9%, 호남권은 14.1%, 영남권은 30.2%이었다. 고졸 이하의 학력자가 37.6%였으며 나머지는 전문대학 이상의 학력이라고 응답했다. 응답자 가운데 스스로 진보적이라고 응답한 자가 30.5%, 보수적이라고 응답한 자는 30.9%였으며, 나머지는 38.6%는 중도적이라고 답했다. 응답자의 분포를 보아 거주 지역이나 정치적 이념에 따라 쏠린 표본은 아니라고 판단했다.

2) 언론사 신뢰와 안심

응답자에게 <KBS뉴스>부터 <뉴스타파>까지 총 24개의 언론사를 제시하고, 그 중에서 '지난 일주일 동안 가장 많이 이용한 언론사'를 최대 5개까지 선택하도록 한 뒤, 응답자가 각자 선택한 언

론사에 대해 이용시간, 신뢰, 안심, 품질 평가 등에 대한 질문을 이어나갔다. 응답자의 수는 모두 311명이지만, 언론사를 최대 5개까지 선택할 수 있기에 가능한 총 응답은 1,555건이었지만, 실제 조사를 통해 얻은 응답은 1,093 건이었다. 즉 1인당 평균 3.51개의 언론사를 선택해서, 각자 선택한 언론사에 대해서 뉴스 이용시간, 품질평가, 안심, 신뢰 등 문항에 응답했다는 뜻이다.

언론사 신뢰를 측정하는 문항은 ‘어떤 의도로 보도하건 일단 그 내용을 읽어볼 가치가 있다’, ‘내 주변 사람들이 잘 보지 않더라도 나는 상관없이 ○○ 기사를 보겠다’, ‘○○를 읽다 보면 뭔가 새로운 것을 알 수 있게 된다’, 그리고 ‘○○의 논조가 내 의견과 다르더라도 일단 호기심이 생긴다’, ‘○○ 뉴스는 예상과 다른 보도를 하지만, 그래도 볼 만하다’, ‘평소에 주로 이용하는 뉴스와 볼 수 없는 뉴스를 볼 수 있다’ 등 6문항에 동의하는 정도를 7점 척도로 측정했다($M = 4.23$, $SD = 1.07$).

언론사 안심을 측정하는 문항은 ‘어떤 의도를 가지고 뉴스를 전달할 것이라고 염려할 필요가 없다’, ‘내 주변에 있는 사람들이 주로 보고 있기 때문에 나도 본다’, ‘모르는 언론사의 뉴스를 보는 것보다 ○○을 보는 편이 낫다’, ‘○○를 보면 안심이 된다’, ‘직접 찾아보지 않아도 어떤 뉴스를 하는지 예상할 수 있다’, ‘논조가 내 의견과 다르면 배신감이 들 것이다’ 등 6문항에 동의하는 정도를 7점 척도로 측정했다($M = 4.52$, $SD = 1.12$).

확인적 요인분석을 통해서 신뢰와 안심 각 6개의 문항에 잠재변수를 설정하고, 두 잠재변수들 간의 상관관계를 허용하는 2 요인 측정모형을 구성했다. 이 모형의 적합도를 알아본 결과, CFI와 TLI, 그리고 RMSEA 지수로 측정된 적합성이 각각 .957과 .947로 나쁘지는 않았지만 만족할만한 수준도 아니었기에, 적합도를 높이기 위해 신뢰와 안심 문항 중에 오차항의 크기가 큰 문항을 삭제하는 방식으로 적합도 개선을 이루었다. <Table 2>에 제시한 모형적합도 지수는 신뢰와 안심에서 각 2 문항씩 제거한 2 요인 모형의 적합도가 CFI .988과 TLI .983으로 적절하며, BIC의 개선이 이루어지고 x^2 의 차이도 통계적 유의성을 보여 모형이 뚜렷한 개선을 이룬 것으로 판단해서 모형 3을 최종 모형으로 수용했다. <Table 2>에 마지막 열에는 여성, 대학교육, 소득수준, 보수성향 변수를 모형에 포함해서 이들이 신뢰와 안심에 미치는 영향을 통제한 모형 4의 적합도를 제시한다. 통제된 모형 4에서 적합도의 실제적 개선이 이루어진 것도 아니고, 인구사회 변수 및 정치이념의 효과를 통제한 후에도 신뢰와 안심 요인 간의 관계를 비롯한 주요 관계에 실제적 변화를 찾아볼 수 없었다.

Table 2. Comparison of confirmatory factor models

	요인모형1	요인모형2	요인모형3	요인모형4 (통제모형)
χ^2 (df)	476.6(52)***	192.7(34)***	96.7(19)***	138.0(43)***
CFI	.957	.981	.988	.986
TLI	.947	.974	.983	.980
BIC	35221.3	29025.5	23394.9	23384.5
RMSEA	.086	.065	.061	.045
SRMR	.043	.026	.019	.020
$\Delta\chi^2$ (Δ df)	-	283.9(19)***	95.9(14)***	41.3(24)*

Note. 모형 2에서는 '○○ 뉴스는 예상과 다른 보도를 하지만, 그래도 볼 만하다' (신뢰)와 '본조가 내 의견과 다르면 배신감이 들 것이다' (안심) 등 각 1문항씩 제거했고, 모형 3은 모형 2에서 다시 '평소에 주로 이용하는 뉴스와 볼 수 없는 뉴스를 볼 수 있다' (신뢰)와 '직접 찾아보지 않아도 어떤 뉴스를 하는지 예상할 수 있다' (안심)를 제거했다. 모형 4는 모형 3에 여성, 대학교육, 소득수준, 보수주의 등 4 변수가 2 잠재변수에 미치는 효과를 통제한 것이다

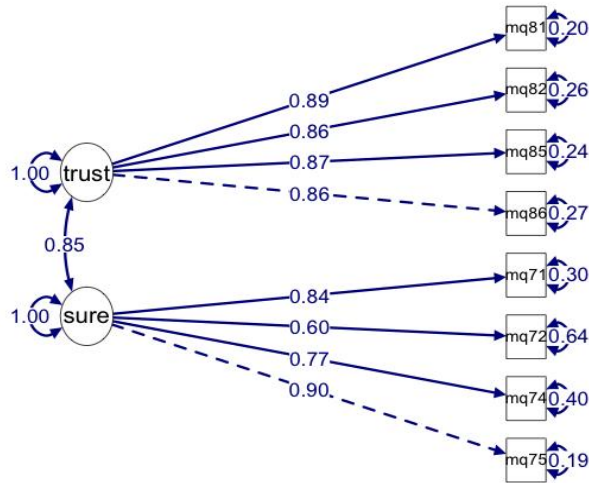


Figure 1. Confirmatory factor analysis of trust and assurance (Factor Model 3)

〈Figure 1〉은 최종 신뢰와 안심을 잠재변수로 삼은 측정 모형을 도시한다. 신뢰와 안심 요인 간의 상관관계는 .85로 높은 것으로 나왔다. 잠재요인과 문항 간 상관관계인 인자 적재치는 안심이 미치는 영향력에서 최소 .6이 넘었다. 신뢰 문항에 대한 인자 적재치는 모두 .85 이상이고, 안심의 다른 문항에 대해서도 .77이상에서 .90까지 상관성을 보였다. 이렇게 최종 4개씩 문항을 합산해서 변수를 구성하면 신뢰의 평균은 4.55($SD = 1.16$, $\alpha = .93$)이고 안심의 평균은 4.29였다($SD = 1.16$, $\alpha = .85$). 신뢰와 안심을 각각 4문항씩 이용해서 구분하는 것은 가능하

지만, 두 요인 간 상관성이 상당히 높다는 것을 확인한 셈이다.

3) 언론사 별 뉴스이용과 품질평가

언론사 별 뉴스이용은 일주일 동안 해당 뉴스를 얼마나 보았는지 묻고 다시 하루에 평균 몇 분 뉴스를 보았는지 질문하는 방식으로 물었다. 일일 평균 이용시간에 이용 일수를 곱해서 최종 이용시간을 얻었다. 이렇게 얻은 이용시간 평균은 113.11분($SD = 157.33$)이었다.

신뢰근거는 언론사에 대한 품질평가 문항을 사용했다. 개별 언론사가 ‘사실에 기초해서 정확하게 보도한다’, ‘주관적 해석을 배제하고 객관적으로 보도한다’, ‘한쪽 입장에 치우치지 않고

Table 3. News Use, Trust, Assurance and Quality Assessment of Major News Outlets

	최근 1주일 이용			신뢰		안심		신뢰근거 (품질평가)	
	응답수	유효%	이용(분)	M	SD	M	SD	M	SD
KBS 뉴스	145	13.27	149.90	4.37	1.12	4.11	1.12	4.46	1.07
MBC 뉴스	133	12.17	86.46	4.33	1.11	4.08	1.09	4.40	1.07
SBS 뉴스	136	12.44	103.97	4.46	1.19	4.16	1.10	4.51	1.12
YTN 뉴스	151	13.82	135.60	4.40	1.17	4.23	1.18	4.60	1.12
TV조선	65	5.95	172.86	4.86	1.18	4.70	1.30	4.90	1.20
채널A	45	4.12	102.20	4.64	0.96	4.46	1.10	4.69	0.93
jtbc 뉴스	115	10.52	93.45	4.49	1.18	4.30	1.14	4.59	1.17
CBS 뉴스	9	0.82	62.33	5.08	0.82	4.83	0.72	5.00	1.16
TBS 뉴스	16	1.46	127.44	5.14	1.22	4.83	1.12	5.25	1.07
연합뉴스	93	8.51	125.42	4.55	1.06	4.36	1.15	4.73	1.05
조선일보	21	1.92	165.38	5.42	1.21	4.68	1.54	4.90	1.07
동아일보	10	0.91	115.50	5.38	1.14	4.33	1.64	4.97	0.97
중앙일보	14	1.28	162.43	4.82	1.46	4.64	1.27	4.94	1.18
한겨레	22	2.01	68.86	4.65	1.13	4.06	1.18	4.45	1.26
경향신문	11	1.01	85.27	4.09	1.11	4.09	1.10	4.14	0.97
한국일보	2	0.18	148.00	4.75	1.06	3.88	0.18	4.33	0.47
국민일보	6	0.55	29.33	4.63	1.17	3.42	1.21	4.00	0.28
세계일보	2	0.18	35.00	4.88	1.24	3.63	0.53	4.08	0.12
문화일보	2	0.18	52.00	5.00	1.06	5.00	1.41	5.00	1.41
매일경제	26	2.38	72.04	4.95	1.10	4.38	1.12	4.65	1.16
한국경제	20	1.83	50.95	5.05	1.06	4.75	0.93	4.98	1.06
머니투데이	12	1.10	27.17	4.46	1.50	4.25	1.42	4.42	1.46
오마이뉴스	22	2.01	48.86	4.45	1.11	4.28	0.91	4.45	0.97
뉴스타파	15	1.37	42.53	5.35	0.82	5.25	0.98	5.44	0.82
전체 (응답)	1,093	100.0	113.11	4.55	1.16	4.29	1.16	4.61	1.11

공정하게 보도한다', '소수자와 약자의 의견을 반영한다', '중요한 사안에 대해 심층적으로 보도한다', 그리고 '빠르게 보도한다' 등 6개 문항에 대한 동의하는 정도를 7점 척도로 측정했다. 품질평가 6 문항의 내적일치도 신뢰도는 .94였고, 평균은 4.61($SD = 1.11$)이었다.

〈Table 3〉은 조사 대상 언론사별 1주일 이용시간, 신뢰, 안심, 품질평가 등의 평균값을 제시한다. 응답수가 20이하인 경우도 있기에 각 변수의 평균값이 안정적이지 않은 경우도 있지만, 대체로 언론사별 뉴스이용, 신뢰, 안심, 품질평가의 분포를 보여준다. 24개 언론사를 분석단위로 삼아 분석하면, 신뢰와 안심의 상관관계는 .57($p < .01$)이고, 신뢰와 품질평가 간의 상관관계는 .71($p < .001$)이고 안심과 품질평가 간의 상관관계는 .94($p < .001$)였다. 품질평가를 통제한 신뢰와 안심 간 부분상관계수(partial correlation)는 -.41($p < .05$)였다. 품질평가와 공유한 변량을 통제하면, 안심이 높은 언론사일수록 오히려 신뢰는 낮아지는 부(-)의 상관성이 있다는 결과다. 이용시간은 신뢰, 안심, 품질평가와 유의한 상관성을 보이지 않았다. 즉 평균 이용시간이 긴 언론사라고 해서 품질은 물론 신뢰와 안심 등에 대한 인식이 긍정인 것은 아니었다.

4) 정치적 보수주의, 언론정파성 인식, 다른 신뢰 변수들

정치적 보수주의는 응답자의 정치적 이념을 '가장 진보적'(0점)에서 '가장 보수적'(10점)까지 제시한 척도에 평정하는 방식으로 측정했다($M = 5.12$, $SD = 1.91$). 언론정파성 인식은 한국의 신문사나 방송사에 대한 '어떤 정치적 입장을 가지고 편향적으로 보도한다'는 단일 문항에 대한 동의 정도를 7점 척도로 측정했다($M = 5.24$, $SD = 1.30$). 뉴스 신뢰는 언론진흥재단과 로이터 언론연구소가 사용하는 바로 그 문항, 즉 '나는 대부분 뉴스를 거의 항상 신뢰할 수 있다고 생각한다'는 같은 문항에 대한 동의 정도를 5점 척도로 측정된 결과를 사용했다($M = 2.88$, $SD = 0.93$).

언론제도 신뢰는 '각 기관에 대해 얼마나 신뢰하십니까'는 문항을 이용해서 정부, 국회, 검찰, 법원 등 기관을 제시하고 이어서 일간신문사, 지상파 방송사, 인터넷 언론사, 대형 포털에 대해서 '전혀 신뢰하지 않는다(1점)'부터 '매우 신뢰한다(7점)'까지 평가하도록 한 문항을 사용했다. 포털을 제외한 신문, 방송, 인터넷 언론에 대한 평가의 평균을 구해서 언론제도 신뢰의 값을 삼았다($M = 3.41$, $SD = 1.23$, $\alpha = .85$).

사회적 신뢰 가운데 일반 시민에 대한 신뢰는 '우리나라 사람들은 대체로 믿을만하다', '우리나라 사람들은 공정하게 거래한다', '내가 이는 사람들은 대체로 믿을만하다', '내가 이는 사람들은 공정하게 거래한다' 등 4 문항에 대한 동의 정도를 7점 척도로 측정했다($M = 4.45$, $SD = 0.89$, $\alpha = .78$). 공동체 신뢰는 '사회유지 및 발전을 위해서 상호협력해야 한다', '나라를 책임지는 자를 뽑는 투표에 적극 참여해야 한다', '이웃을 돕는 자원봉사자들은 존경받아 마땅하다',

‘사회내의 갈등과 문제 해결에 적극 동참해야 한다’ 등 4문항을 사용했다($M = 5.80$, $SD = 1.14$, $\alpha = .92$).

Table 4. Correlation among Trust Measurements and Assurance (1,093 responses)

	언론사 신뢰	언론사 안심	정치적 보수주의	정파성 인식	뉴스 신뢰	언론제도 신뢰	시민 신뢰
언론사 신뢰	1.00						
언론사 안심	.76***	1.00					
보수주의	.08*	.06+	1.00				
언론정파성 인식	.00	-.05	-.02	1.00			
뉴스신뢰	.32***	.36***	.08*	-.17***	1.00		
언론제도신뢰	.39***	.38***	.13***	-.17***	.54***	1.00	
시민 신뢰	.31***	.29***	-.06*	.25***	.36***	.29***	1.00
공동체 신뢰	.22***	.14***	-.16***	.26***	.04	-.01	.45***

Note. * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

〈Table 4〉는 주요 신뢰 변수들 간의 상관관계를 제시한다. 전체적으로 신뢰와 안심이 상관관계가 높은 가운데, 다른 신뢰 변수들과도 긍정적이며 유의한 관계를 맺는다는 결과를 얻었다. 다만 이 결과는 신뢰와 안심이 1,093 응답을 기준으로 산출했지만, 나머지 변수들은 311명 응답자를 응답에 매치해서 얻은 결과이기에 통계적 유의도 검증력을 높였을 수 있다는 데 주의해야 한다. 이 사안은 아래 다중수준분석을 이용한 연구결과에서 다시 검토할 것이다.

상관관계 표에서 언론에 대한 정파성 인식의 관계성에 대한 흥미로운 패턴을 읽을 수 있다. 일단 신뢰와 안심은 언론에 대한 정파성 인식과 유의한 관계를 보이지 않았다. 그러나 정파성 인식은 언론진흥재단이 단일문항으로 측정하는 뉴스 신뢰나 언론제도에 대한 신뢰와 부정적 관계를 맺는다. 언론에 대한 정파성 인식이 언론 일반에 대한 부정적 평가의 일종이기에, 언론에 대한 불신의 기초가 된다고 해석할 수 있는 결과다. 언론에 대한 정파성 인식이 강할수록 언론 일반에 대해서 그리고 언론제도에 대해서 불신하지만, 일반 시민에 대한 신뢰와 공동체에 대한 신뢰는 긍정적이라는 것을 알 수 있다. 언론에 대한 신뢰와 사회적 신뢰가 다른 방향으로 관련을 맺는 언론관련 변수가 있음을 보여주는 결과다.

5) 매체유형별 뉴스 이용

매체유형별 뉴스 이용은 ‘어제 하루 시간이용’을 묻는 복수 문항으로 측정했다. 먼저 응답자가 어제 하루 수면시간과 업무시간이 각각 얼마인지 질문한 후, 텔레비전 뉴스 시청, 종이신문 열독,

그리고 인터넷 뉴스 이용을 물어서 분으로 환산했다. 텔레비전 뉴스 시청 평균은 41.40분($SD = 41.05$, $MAX = 210$), 종이신문 열독시간 평균은 7.41분($SD = 20.52$, $MAX = 140$), 인터넷 동영상 뉴스를 포함한 인터넷 뉴스 이용은 56.16분($SD = 54.92$, $MAX = 420$)이었다.

5. 연구결과

1) 신뢰와 안심에 대한 뉴스 이용과 품질평가의 영향력

언론사별 뉴스이용과 품질평가가 신뢰와 안심을 형성하는 데 영향을 미치는지 알아보기 위해 구조방정식 모형을 이용해서 경험적 관계성을 검증했다. 언론사별 뉴스이용과 품질평가를 설명변수로 투입해서 신뢰와 안심의 잠재변수에 교차로 영향을 미치는 모형을 <Figure 2>와 같이 구성했다. 모형적합도는 CFI .984, TLI .977, RMSEA .062, SRMR .019로 대체로 적합한 것으로 나타났다. 24개 언론사에 대한 1093 응답 자료를 기반으로 경로계수를 추정한 결과, 모든 경로계수가 유의한 것으로 나타났다.

<Figure 2>는 표준화된 경로계수를 제시한다. 언론사 뉴스를 이용할수록 신뢰가 증가하고 ($\gamma_{11} = 0.08$, $p < .001$), 언론사에 대한 안심도 증가하는 것으로 나타났다($\gamma_{21} = 0.05$, $p = .012$).

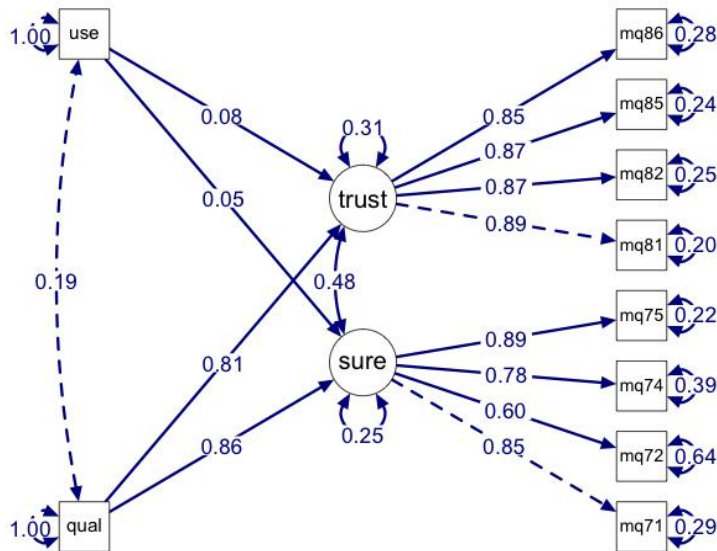


Figure 2. SEM of the Effects for News Use and Quality Assessment on Trust and Assurance

물론 횡단형 자료의 특성상 이 경로계수의 영향력 계수는 반대로 해석할 수도 있지만, 일단 뉴스 이용과 신뢰 및 안심은 상관성을 갖는다고 할 수 있다. 언론사 뉴스에 대한 품질평가로 측정된 언론사에 대한 품질평가는 언론사에 대한 신뢰와 안심에 긍정적 효과를 미쳤다. 즉 언론사 뉴스를 공정하고, 객관적이고, 정확하고, 심층적이라고 평가할수록 해당 언론에 대한 신뢰가 증가하고($\gamma_{12} = 0.81, p < .001$), 안심도 증가하는 것으로 나타났다($\gamma_{22} = 0.86, p < .001$).

품질평가가 두 잠재요인에 미치는 영향력의 규모는 뉴스이용이 미치는 영향력의 규모에 비해 높았다. 뉴스이용 측정치의 변량이 상대적으로 크기 때문에 발생한 결과일 수도 있고, 행동에 대한 변수가 미치는 영향보다 인지적 변수들 간의 관계가 높기에 발생한 결과일 수도 있다. 어쨌든 이 자료에 기초해서는 품질평가가 신뢰와 안심에 미치는 효과가 뉴스이용이 미치는 효과에 비해 크다고 할 수 있다. 한편, 품질평가가 안심에 미치는 효과의 규모가 신뢰에 미치는 효과보다 컸지만, 통계적으로 유의한 규모는 아니었다($\gamma_{22} - \gamma_{12} = .03, z = .74, p > .10$).

2) 신뢰와 안심의 개인별 차이와 언론사별 차이

신뢰와 안심, 그리고 이를 설명하는 언론사별 뉴스이용과 품질평가는 모두 다중응답 방법으로 측정했다. 1,093개의 응답값(i)은 311명의 응답자(j)가 24개 언론사(k)에 대해서 측정한 값이기 때문에 교차분류 모형(cross-classified model)을 적용해서 잔차의 변량을 분해해서 검토할 수 있다. <모형 1>은 신뢰 또는 안심의 응답값(y_{ijk})을 종속변수로 삼은 방정식인데, 일차로 응답값을 평균(b_0)과 오차항(e_{ijk})으로 모형화한 뒤, 이 가운데 응답값의 평균(b_0)을 다시 응답값의 절편(γ_{00}), 응답자 수준에 따른 랜덤절편(u_{0j}), 그리고 언론사 수준에 따른 랜덤절편(v_{0k})으로 분해한 것이다.

<모형 1>의 절편과 변량을 추정하기 위해, 알(R)이 제공하는 선형복합모형 회귀분석(lmer) 함수를 사용했다. 분석을 위해서 모든 변수값에 평균으로부터 차이로 환산한 평균중심화(mean-centering) 변환을 적용했다. <Table 5>는 신뢰, 안심, 뉴스이용, 품질평가를 <모형 1>을 적용해 추정된 결과를 제시한다.

$$\begin{aligned}
 y_{ijk} &= \gamma_{00} + u_{0j} + v_{0k} + e_{ijk} & e_{ijk} &\sim N.I.D.(0, \sigma^2) \\
 & & u_{0j} &\sim N.I.D.(0, \tau_{u0j}) \\
 & & v_{0k} &\sim N.I.D.(0, \tau_{v0k})
 \end{aligned}$$

— <모형 1>

Table 5. ICCs of Individual Level and News Outlet Level (Model 1)

	신뢰	안심	뉴스이용	품질평가
응답값 수준 절편	0.06	0.08	-0.05	0.02
개인수준 랜덤절편 변량	0.80	0.79	0.32	0.73
언론사수준 랜덤절편 변량	0.03	0.02	0.02	0.00
잔차 변량	0.50	0.51	0.66	0.49
개인 ICC	61.8	59.8	31.6	59.5
언론사 ICC	2.0	1.7	2.4	0.1
AIC	2868.7	2930.1	2971.6	2873.9
BIC	2888.7	2950.0	2991.6	2893.9

추정된 변량을 근거로 신뢰 응답값 중에 개인차에 따라 발생하는 변량비(ICC_r)와 언론사 차이에 따라 발생하는 변량비(ICC_c)를 계산하면, 각각 61.8%와 2.0%임을 알 수 있다. 1,093 신뢰 응답값 중에 311명 응답자 개인에 따른 비중은 61.8%이고 언론사에 따른 비중은 2.0%라는 뜻이다. 안심의 응답값 경우에는 응답자 비중이 59.8%, 언론사 비중은 1.7%였다. 뉴스이용의 응답값 변량 중에 응답자는 31.6%를 차지하고, 언론사는 2.4%였다. 품질평가의 응답값에서는 응답자가 59.5%, 언론사는 0.1%의 변량을 설명했다. 전체적으로 응답값의 변량을 설명하는 데, 24개 언론사에 따른 차별성이 311명의 응답자에 따른 차별성보다 적다는 것을 알 수 있다. 특히 품질평가의 경우는 언론사에 따른 차이를 거의 고려할 필요가 없을 정도로 변량이 적다.

3) 뉴스이용과 품질평가가 신뢰와 안심에 미치는 영향

이 연구는 앞서 <Figure 2>에서 구조방정식 모형을 이용해서 뉴스이용과 품질평가가 신뢰와 안심에 미치는 영향을 검토했지만, 그 결과는 신뢰와 안심 응답에 대한 개인차와 언론사 차이를 감안하지 않은 것이었다. 응답자 개인수준의 무작위 절편과 기울기를 통제하고, 미약하나마 확인된 언론사별 차이를 통제된 상태에서 응답 수준에서 측정된 뉴스이용과 품질평가의 효과를 검토하고자 <모형 2>를 구성했다. 이 수식은 <모형 1>에 품질평가(x_1)와 뉴스이용(x_2)이란 두 응답수준 독립변수를 더해서 각각 효과의 계수(γ_{10} , γ_{20})를 추정하는 한편, 품질평가에 다른 무작위 기울기(u_{11})까지 허용한 형태이다.

<모형 2>를 추정한 결과는 <Table 6>의 첫 번째와 네 번째 열에 제시되어 있다. 신뢰와 안심에 대해서 응답수준에서 측정된 뉴스이용과 품질평가의 효과의 규모를 예측한 결과를 보면, 앞서 <Figure 2>에서 응답값 수준에서 구조방정식을 이용해 확인한 바와 대체로 같다. 개인차나 언론사 차

이를 감안한 후에도 두 예측변수 모두 유의하게 긍정적인 효과를 보였다. 뉴스이용을 많이 하고 뉴스의 품질에 대해서 높게 평가할수록 신뢰와 안심 모두 증가한다는 뜻이다.

$$y_{ijk} = \gamma_{00} + u_{0j} + v_{0k} + (\gamma_{10} + u_{11}) \cdot x_1 + \gamma_{20} \cdot x_2 + e_{ijk}$$

$$e_{ijk} \sim N.I.D.(0, \sigma^2)$$

$$\begin{pmatrix} u_{0j} \\ 0 \quad u_{11} \end{pmatrix} \sim N.I.D. \left[0, \begin{pmatrix} \tau_{u0j} & \\ 0 & \tau_{u11} \end{pmatrix} \right]$$

$$v_{0k} \sim N.I.D.(0, \tau_{v0k})$$

— 〈모형 2〉

4) 정치적 보수주의와 언론에 대한 정파성 인식이 신뢰와 안심에 미치는 영향

응답자 개인수준의 변수 중에서 정치적 보수주의와 언론에 대한 정파성 인식을 새롭게 모형에 포함해서 개인수준 변수의 효과를 알아보는 한편, 응답수준 예측변수와 상호작용을 알아보았다. 새로운 〈모형 3〉은 〈모형 2〉에 보수주의(x_3)와 정파성 인식(x_4)의 효과를 예측하는 항들($\gamma_{03} \cdot x_3$, $\gamma_{04} \cdot x_4$)을 투입하고, 정치적 보수주의와 뉴스이용 및 품질평가 간 상호작용을 예측하는 항들($\gamma_{05} \cdot x_1 \cdot x_3$, $\gamma_{06} \cdot x_2 \cdot x_3$)을 포함하게 된다. 〈Table 6〉의 두 번째와 다섯 번째 열이 〈모형 3〉을 추정된 결과를 제시한다.

응답자가 보수적일수록 신뢰와 안심의 수준이 높다는 결과를 얻었지만, 언론에 대한 정파성 인식은 유의한 효과를 보이지 않았다. 보수주의의 효과가 신뢰와 안심에 모두 미친 영향을 고려해서, 보수주의와 품질평가 간 상호작용 효과를 검토했다. 안심에 대해서는 상호작용 효과가 모두 유의하지 않았지만, 신뢰에 대해서는 흥미로운 패턴이 나왔다. 첫째, 뉴스 이용과 보수주의가 신뢰에 미치는 상호작용 효과를 발견했다($\gamma_{05} = .02, p < .05$). 뉴스이용과 보수주의가 모두 높은 조건에서는 더욱 신뢰가 증가한다는 것이다. 둘째, 품질평가와 보수주의 간 통계적으로 유의한 상호작용 효과도 발견했는데, 계수는 부정적이었다($\gamma_{06} = -.03, p < .05$). 품질평가가 긍정적이고, 보수적일수록 신뢰가 증가하는 것은 맞지만, 가장 진보적이면서 품질평가가 긍정적인 조건에서는 신뢰에 대한 효과가 급격히 증가해서, 가장 보수적인 응답자를 제외하고 품질평가가 높은 것으로 나타났다. 이념적으로 보수적이거나 진보적인 극단적인 유권자가 개별 언론사가 제공하는 뉴스에 대한 품질평가를 긍정적으로 평가할 때, 신뢰가 높아진다는 결과라고 해석할 수 있다.

Table 6. Multi-level Analysis on Trust and Assurance (Models 2, 3, 4)

	신뢰			안심		
	응답수준 (모형 2)	개인수준 (모형 3)	신뢰매체 (모형 4)	응답수준 (모형 2)	개인수준 (모형 3)	신뢰매체 (모형 4)
고정효과						
응답수준 절편	0.04	0.04	0.00	0.01	0.00	0.07
뉴스이용	0.11***	0.12***	0.13***	0.07***	0.07***	0.07***
품질평가	0.66***	0.67***	0.63***	0.72***	0.72***	0.72***
상호작용 수준						
뉴스이용*보수		0.02*	0.02*		0.00	0.00
품질평가*보수		-0.03*	-0.03*		-0.01	-0.01
개인수준						
보수이념		0.05*	0.05**		0.03*	0.02
언론정파성 인식		0.04	0.02		-0.02	0.00
뉴스 신뢰			0.05			0.07
언론제도 신뢰			0.08*			0.08*
시민 신뢰			0.07			0.07
공동체 신뢰			0.07*			-0.06+
텔레비전 뉴스			-0.08*			0.02
신문 뉴스			0.01			0.01
인터넷 뉴스			0.02			0.04
랜덤효과						
개인수준						
랜덤절편	0.22	0.22	0.20	0.21	0.19	0.19
랜덤기울기	0.09	0.08	0.08	0.06	0.07	0.06
언론사수준						
랜덤절편	0.01	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00
잔차	0.20	0.20	0.20	0.22	0.22	0.22
모형적합도						
AIC	1987.6	2008.3	2021.5	2015.6	2044.8	2066.5
BIC	2027.6	2068.3	2116.4	2055.6	2104.7	2161.4

Note. * $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

5) 사회적 신뢰와 매체이용이 신뢰와 안심에 미치는 영향

응답자 수준의 신뢰 변수들과 매체이용 변수들을 모두 독립변수로 <모형 4>에 포함하여 신뢰와 안심과 어떤 관련성을 맺는지 확인했다. 응답자 수준에서 측정된 언론에 대한 정파성 인식, 뉴스 신뢰, 언론제도 신뢰, 일반적 타자 및 공동체에 대한 신뢰 등 신뢰 변수들과 텔레비전, 신문, 인터넷 뉴스 이용을 <모형 3>에 더해서 영향력을 알아 본 것이다. <Table 6>의 3번째와 6번째 열에 <모형 4>를 추정된 결과를 제시했다. 개념적으로 유사하고 상관성도 확인된 독립변수들을 모

형에 포함했기 때문에, 다중공선성 문제가 발생하는지 확인했다. 투입한 독립변수들의 최대 변량 증폭요인(VIF) 계수는 1.60이었다.

언론진흥재단의 일반적 뉴스신뢰는 언론사에 대한 신뢰 및 안심과 유의한 관련성이 없는 것으로 나타났다. 응답값을 기준으로 분석한 <Table 2>에는 일반적 언론신뢰는 응답수준에서 유의한 상관관계를 보였지만, 응답자 개인 수준의 변량을 통제하고 나면 관계가 나타나지 않는 것이다. 다른 사회제도와 비교해서 신뢰정도를 측정할 언론제도에 대한 신뢰는 신뢰와 안심에 대해서 각각 유의한 관계를 보였다. 사회적 신뢰 가운데 타자에 대한 일반적 신뢰는 신뢰와 안심과 관계를 보이지 않았다. 그러나 공동체에 대한 신뢰는 언론사에 대한 신뢰에 대해서는 긍정적 관계였지만, 안심에 대해선 부정적인 관계를 보였다. 마지막으로 텔레비전 뉴스 이용은 언론사에 대한 신뢰에 부정적인 인식을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 텔레비전 뉴스를 제외한 다른 매체 뉴스이용의 효과는 통계적으로 유의하지 않았다.

6. 결론과 논의

1) 연구결과 요약과 해석

이 연구에서 우리는 언론에 대한 신뢰를 논할 때, 적어도 다음 두 가지 개념적 구분이 필요하다고 주장하고 이 주장이 타당한지 구성개념 타당성과 예측 타당성을 검토하기 위한 경험적 분석을 수행했다. 먼저 언론 신뢰란 개별 언론사에 대한 신뢰인지, 뉴스에 대한 신뢰인지, 아니면 언론제도 전반에 대한 신뢰인지 등을 구분해야 한다. 그러나 무엇보다도 언론사에 대한 신뢰를 말할 때에도 과연 언론사의 편집의 자율성을 인정함으로써 혹시 자신의 이념이나 의견과 다른 뉴스를 수용할 수 있다는 신뢰를 말하는 것인지, 아니면 언론사의 논조나 내용을 안심하고 수용할 수 있다는 것인지 구분해야 한다는 것이다. 연구결과를 요약해서 제시하면서 이론적 함의를 도출하면 다음과 같다.

첫째, 확인적 요인분석을 통해서 언론사 별 신뢰와 안심을 측정할 문항들을 설명하는 두 잠재요인들을 구분할 수 있는 모형을 얻었지만, 신뢰와 안심 요인은 서로 상당한 수준의 경험적 연관성을 보인다는 것을 발견했다. 두 잠재요인으로 구성된 측정 모형에서 신뢰와 안심 요인 간 상관관계는 .85로 높았고, 뉴스이용과 품질평가가 신뢰와 안심에 미치는 영향력 관계들을 포함한 모형에서는 .48 수준으로 낮아졌다. 정치적 보수주의나 언론의 정파성 인식과 같은 응답자 개인 수준의 변수들을 통제할 상태에서 뉴스이용과 품질평가가 신뢰와 안심에 미치는 영향력 관계의

규모와 양상에서는 별 차이가 없었지만, 뉴스이용 및 품질평가가 정치적 보수주의와 상호작용하여 미치는 효과는 신뢰에 대해서만 나타났다. 분석 결과를 종합해서 평가하자면, 이 연구가 제공한 신뢰와 안심 간 경험적 상관관계는 일관되게 상당한 수준이며, 뉴스이용 및 품질평가와 맺는 영향력 관계도 유사하게 나타난다. 따라서 이 둘을 개념적 구분해 보자는 이론적 의도에 따라 측정방식을 달리하는 방식으로 구분하기 위해서는 보다 분별력 있는 척도를 구성할 필요가 있다고 말할 수 있다.

둘째, 언론사 별로 측정한 뉴스 이용시간과 뉴스에 대한 품질평가가 각각 신뢰와 안심에 영향을 미친다는 사실을 발견했다. 효과의 규모를 보면 신뢰근거라고 개념화할 수 있는 품질평가의 효과가 뉴스 이용시간에 비해 컸다. 얼마나 많이 보느냐보다 어떻게 평가하느냐가 신뢰와 안심에 더 큰 영향을 미친다는 것이다. 이 결과는 응답수준에서 구조방정식 모형을 이용해서 모형타당성을 검토한 분석에서도, 그리고 다수준분석 모형을 이용해서 응답자별 개인변량과 언론사별 변량을 통제한 상태에서도 유지됐다.

셋째, 정치적 보수주의가 언론사에 대한 신뢰와 안심에 모두 긍정적 관계를 맺는 것을 확인했다. 보수적 응답자일수록 언론사가 제공하는 뉴스에 대해서 신뢰하고, 또 안심하는 경향성을 갖는다는 것이다. 진보적인 응답자 중에서 언론사가 제공하는 뉴스에 대한 품질평가가 긍정적인 경우 보수적 응답자의 언론사 신뢰에 비견될 정도로 신뢰 수준이 높아지는 상호작용 효과를 발견하기도 했다. 보수적이든 진보적이든 이념적으로 극단적인 응답자가 언론사가 제공하는 뉴스에 대한 품질평가가 긍정적인 때, 언론사를 신뢰하게 된다고 해석할 수 있는 결과다.

넷째, 다수준 분석을 통해서, 언론사에 대한 신뢰와 안심은 언론을 국회나 사법부 등과 비교해서 측정한 언론 제도 신뢰와 긍정적 관계를 맺는다는 사실을 발견했다. 또한 공동체에 대한 신뢰는 언론사에 대한 신뢰와는 긍정적 관계를 보이지만, 안심에 대해서는 부정적인 관계를 암시하는 결과도 얻었다. 그러나 유의한 관계라고 해도 모두 표준회귀 계수로 0.1이하의 약한 규모였기에, 지금까지 사용해 온 일반적 뉴스신뢰나 언론제도 신뢰 등은 모두 뉴스 이용과 품질평가를 통제하고, 정치적 보수주의나 언론에 대한 정파성 인식 등과 같은 개인차 변수들을 통제하면 언론사에 대한 신뢰 및 안심과 어떤 밀접한 예측관계에 있다고 해석하기 어렵다. 마지막으로 텔레비전 뉴스 시청이 언론사에 대한 신뢰와 부정적 관련성을 맺고 있다는 점을 제외하고, 언론매체 이용시간과 신뢰 및 안심 간 관계를 확인할 수 없었다.

2) 이론적 함의와 후속연구를 위한 제안

이 연구는 결국 언론사에 대한 신뢰와 안심을 개념적으로 구분할 수 있으며, 경험적으로도 그것

이 가능하다는 것을 보여준다. 만약 이 결론이 타당하다면, 이는 지금까지 한국의 언론학자들이 한국 언론에 대한 불신을 논의해 온 것과 다른 각도에서 언론 신뢰의 문제에 접근할 수 있다는 것을 의미한다. 한국 언론에 대한 불신이 심각하다는 인식을 공유하면서도, 뉴스 이용과 뉴스에 대한 품질평가 그리고 지금까지 서로 다른 방식으로 다른 대상에 대해 측정된 언론신뢰 지표들이 교차하는 가운데 어쩐지 혼란스러운 논의들이 이어지고 있다. 이런 혼란은 무엇보다도 신뢰와 안심을 구분하지 못하고, 신뢰마저 서로 다른 수준에서 다른 신뢰근거를 갖추어 형성된다는 것을 무시한 채 논의한 결과일 수 있다. 향후 신뢰와 안심을 구분함으로써, 예컨대 한국 언론 제도에 대해 불신이 높은 시민이라고 할지라도 특정 언론사에 대해서는 안심 수준이 상대적으로 높을 수 있고, 또 다른 언론사에 대해서는 최소한의 신뢰기반을 갖고도 '그래도 한 번 무슨 뉴스를 전하는 지 들어 보거나 하지는' 식으로 뉴스 이용을 기대할 수도 있다는 식으로 입체적인 논의를 전개할 수 있다.

일단 언론사에 대한 신뢰와 안심을 구분하기 시작하면, 신뢰와 안심이 뉴스, 언론인, 언론사 등 신뢰 대상에 따라 다르게 형성될 수 있다는 인식도 가능하다. 개별 뉴스를 보고 못 믿겠다고 생각해도, 그 뉴스를 제공한 언론사에 대해 안심한 나머지 지속적으로 뉴스를 이용하는 경우를 생각해 볼 수가 있는데, 이는 우리가 말하는 언론 신뢰와 관계가 먼 상황이라고 할 수 있다. 반대로 특정 언론사가 정파적이라고 생각해서 배척하는 자세를 가진 시민들 중에서도 개별 뉴스에 대한 이용 경험을 통해서 새롭게 신뢰기반, 즉 '신뢰할만함'에 대한 인식과 평가를 개선해 나갈 수도 있다.

신뢰와 안심 간 구분을 이해하는 데 도움이 될 만한 참조 사항으로 카펠라와 제이미슨(Cappella & Jamieson, 1997)이 제시한 회의주의(scepticism)와 냉소주의(cynicism)에 대한 비교가 있다. 이들이 말하는 회의주의란 어떤 대상에 대한 선입관을 배제한 상태에서 신뢰해도 좋을지 검토하고 숙고하는 자세를 의미한다. 반면 냉소주의는 대상이 자기중심적이거나 자기본위적 이해관계에 따라 행동할 것을 예상하기 때문에 대상에 대한 다른 별도의 동기는 없을 거라고 예단하는 양상이 된다. 이 구분은 언론에 대한 신뢰와 안심 간 차이와 개념적으로 다르지만, 유비적이다. 회의주의자는 특정 언론사에 대해 신뢰해도 좋을지 여부를 확인하기 위해 해당 언론사의 공정성이나 정확성 등 신뢰할만함에 대해서 탐색하는 자세를 갖는다. 반면, 냉소주의자는 언론사가 자신의 이념이나 이익에 따라 보도할 뿐이라고 믿으며 보수 언론사가 심층보도를 통해서 보수 정권을 비판하는 특종을 한다고 해도 그것마저 자신의 이익을 위해 했을 뿐이라고 치부할 것이다.

이 연구가 제시한 언론사에 대한 신뢰와 안심에 영향을 미치는 변수는 다음 아닌 언론사가

제공하는 뉴스에 대한 품질평가였다. 이는 품질평가가 신뢰근거로 작용해서 개별 언론사를 신뢰할지 말지에 대한 최종 판단하게 된다고 해석할 수 있는 결과다. 과거 연구들 중에는 뉴스에 대한 다차원적 품질평가 그 자체를 신뢰로 개념화하고 측정된 경우가 적지 않았다. 그러나 예일 등 (Yale et al., 2015)의 연구도 인정하고 있듯이 언론신뢰를 이렇게 다른 요인들로 분해해서 측정하는 방식으로는 신뢰에 대해 말하기 어렵다. 이들의 연구는 실험연구에 기반해서 언론신뢰를 구성하는 하위차원들 간에 다차원적 분별타당도(discriminant validity)를 확립하려 했으며, 코링과 매티스의 연구모형을 재검토한 후속 연구도 마찬가지였다(Prochazka & Schweiger, 2019). 이 연구는 언론사가 제공하는 뉴스에 대한 품질 평가가 언론사 신뢰의 근거로 작동하지만 그 자체라고는 볼 수 없다는 인식을 지지한다.

이 연구에서 우리는 언론사에 대한 신뢰와 관심이 언론사별 뉴스 이용과는 관계가 있지만, 언론 매체유형에 따른 뉴스 이용과의 밀접한 관계를 찾지는 못했다. 이 결과는 다음 두 가지로 논의해 볼 수 있다. 첫째, 언론사에 대한 신뢰와 매체유형에 따른 뉴스 이용은 서로 다른 수준의 문제이며, 따라서 이 두 수준 간에 경험적 관련성을 무작정 기대할 수 없다는 점이다. 예를 들면, 특정 진보 동영상 채널이나, 라디오 프로그램, 팟캐스트만 믿을 수 있다며 이용하는 시민들 중에는 텔레비전이나 신문 매체 자체에 대한 접근이 줄어들기 때문에 텔레비전이나 신문의 진보적 프로그램이나 채널도 이용하지 않을 가능성이 높다. 따라서 신뢰와 뉴스 이용 간의 관계는 대상의 수준에 따라 측정하여 그 관련성을 탐구해야 한다고 제안한다.

두 번째 함의는 이 연구의 한계와도 연결된다. 언론사나 뉴스에 대한 신뢰나 관심은 개인차에 따른 변량이 크지만, 그렇다고 개인차 중에서 어떤 변수가 어떤 역할을 하는지는 세심한 탐구가 필요하다는 것이다. 이 연구는 정치적 보수주의가 신뢰와 관심에 대해서 긍정적 관계를 맺고 있었지만, 언론사에 대한 품질평가로 측정된 신뢰근거와 상호작용 효과를 보면 보수주의자와 진보주의자가 언론에 대한 긍정적 평가를 하는 조건에서 신뢰가 함께 증가함을 확인했다. 이는 신뢰와 관심을 설명할 때 개인차 변수들이 중요하지만, 그 효과의 양상은 단순하지 않다는 점을 시사하는 결과라고 하겠다.

이 연구는 신뢰와 관심이 응답자 개인차와 밀접한 연관을 맺는다고 예상해서 개인차 변수 중에서 정치적 보수주의나 언론 정파성 인식과 같은 변수들을 이용해서 검토했을 뿐, 새로운 설명변수를 밝혀서 제시하지는 못했다. 향후에는 언론사에 대한 선별성이나 언론에 대한 회의주의(media skepticism) 같은 언론이용 관련 개인차 변수나 권위주의적 성격과 같은 정치적 개인차 변수의 효과를 탐구할 필요가 있다. 실제로 츠페티와 카펠라(Tsfati & Cappella, 2003)는 뉴스 이용자가 정확한 정보를 얻기 위해서 언론을 이용하는 것만은 아니라고 지적하면서, 언론에

대한 의심이 많은 개인은 주류 언론을 덜 이용하지만 반대로 대안적인 뉴스 제공자를 추구하게 된다는 사실을 발견했다. 주류 언론사에 대한 신뢰가 없는 상태에서 대안적인 정보 제공자에 대한 탐색적인 뉴스 이용이 증가한다는 것이다. 이 흥미로운 가설은 후속 연구들에서도 확인된 바 있다(Jakob, 2010; Tsfati, 2010).

이 연구의 또 다른 한계로는 언론사별 뉴스 이용에 따른 언론사 선별의 문제가 있다. 이 연구는 응답자에게 '지난 일주일 간 가장 많이 본 뉴스'를 먼저 선택하게 한 후 선택한 언론사를 대상으로 신뢰와 안심, 그리고 뉴스이용과 품질평가 등을 측정했는데, 이 때문에 이용에 따른 언론사 선택에 편향이 발생했을 가능성이 있다. 후속 연구에서는 응답자가 언론사를 직접 선택하는 방식이 아니라, 먼저 무작위로 언론사를 제시한 후에 신뢰와 안심은 물론 이용시간까지 별도로 측정하는 방식으로 자료를 수집해서 분석할 필요가 있다.

끝으로 가장 중요한 제언을 하자면, 신뢰와 안심을 경험적으로 보다 분명하게 구분하기 위한 척도개선 연구가 필요하다. 이 연구에서 확인한 두 요인분석 모형에서 신뢰와 안심 간 상관관계는 .85이고, 뉴스 이용과 품질평가를 설명변수로 포함한 모형에서 신뢰와 안심 간 상관관계는 .48이었다. 이는 상당한 수준의 상관관계라고 할 수 있겠는데, 이는 우리나라 뉴스 이용자들이 자신이 이용하는 언론사에 대한 신뢰와 안심을 날카롭게 구분하지 못하는 현실을 반영한 결과라고 해석할 수 있겠다. 또는 이 연구에서 사용한 척도의 분별력이 충분치 않기에 나온 결과일 수도 있다. 향후 연구에서 신뢰와 안심에 대한 이론적 검토를 통해서 측정척도를 개선함으로써 구성개념 타당도를 높일 수 있기를 다짐해 본다.

신뢰와 안심 간 구분과 관련해서 이론적으로 고민해야할 지점 중 하나는 이 두 잠재요인들 간에 나타난 상관관계는 제삼의 영향력 요인을 통제하지 못한 결과일 수가 있다는 것이다. 앞서 24개 언론사를 분석단위로 한 상관관계에서 신뢰와 안심 간 상관관계는 .57이었는데, 언론사에 대한 품질평가 점수를 통제한 신뢰와 안심 간 부분 상관계수는 -.41로 반전됐다. 이 결과는 단순히 분석수준에 따라 사례수가 감소하면서 나타난 변이에 불과할 수도 있지만, 원래 품질평가가 신뢰를 평가하는 데 작용하는 '신뢰할만함' 또는 신뢰근거의 일종이라는 이론적 설정에 의해 포함된 것임을 생각해 보면, 새로운 신뢰근거를 발견해서 모형에 투입해서 통제함으로써 신뢰와 안심 간 경험적 분별성을 높일 수 있다는 추론이 가능하다.

References

- Ardevol-Abreu, A., & Gil de Zuniga, H. (2017). Effects of editorial media bias perception and media trust on the use of traditional, citizen, and social media news. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 94(3), 703-724.
- Baier, A. (1986). Trust and antitrust. *Ethics*, 96(2), 231-260.
- Blöbaum, B. (2014). *Trust and journalism in a digital environment*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Blom, R. (2021). Believing false political headlines and discrediting truthful political headlines. *Journalism*, 22(3), 821-837.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. Oxford 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.
- Engelke, K. M., Hase, V., & Winterlin, F. (2019). On measuring trust and distrust in journalism: Reflection of the status quo and suggestions for the road ahead. *Journal of Trust Research*, 9(1), 66-86.
- Fisher, C. (2016). The trouble with “trust” in news media. *Communication Research and Practice*, 2(4), 431-465.
- Gambetta, D. (1988). Can we trust trust? In D. Gambetta (Ed.), *Trust: Making and breaking cooperative relations* (pp. 213-237). Blackwell.
- Gaziano, C., & McGrath, K. (1986). Measuring the concept of credibility. *Journalism & Mass Quarterly*, 63(3), 451-462.
- Hanitzsch, T., Van Dalen, A., & Steindl, N. (2018). Caught in the nexus: A comparative and longitudinal analysis of public trust in the press. *The International Journal of Press/Politics*, 23(1), 3-23.
- Hardin, R. (1992). The street level epistemology of trust. *Analysis & Kritik*, 14(S), 152-176.
- Hardin, R. (2002). *Trust and trustworthiness*. Russell Sage Foundation.
- Hawley, K. (2012). *Trust: A very short introduction*. Oxford University Press.
- Hawley, K. (2014). Trust, distrust and commitment. *Noûs*, 48(1), 1-20.
- Jackob, N. G. E. (2010). No alternatives? The relationship between perceived media dependency, use of alternative information sources, and general trust in mass media. *International Journal of*

Communication, 4, 589-606.

Jones, K. (2012). Trustworthiness. *Ethics*, 123(1), 61-85.

Kalogeropoulos, A., Suiter, J., Udriș, L., & Eisenegger, M. (2019). News media trust and news consumption: Factors related to trust in news in 35 countries. *International Journal of Communication*, 13, 3672-3693.

Kim, K., & Lee, S. (2018). News audiences' perceptual biases and assessment of news fairness: An analysis of the influences of trust for media, message bias, self-categorization, and self-enhancement. *Communication Theory*, 14(3), 145-198. [김경모·이승수 (2018). 뉴스 수용자의 지각 편향과 뉴스 공정성 평가: 언론 신뢰, 메시지 편향성, 자기범주화, 자기-고양의 영향력 분석. <커뮤니케이션 이론>, 14권 3호, 145-198.]

Kim, S., Shim, H., & Park, Y. H. (2018). *Analysis of distrust and accountability journalism*. Korean Broadcasting Journalist Association. [김세은·심훈·박영흠 (2018). <보도의 신뢰하락 원인분석과 책임 저널리즘을 통한 방송보도의 신뢰성 확보방안 연구>. 한국방송기자연합회.]

Kim, W.-G. (2018). Survey of the citizens' perception of media trust. *Media Issue*, 4(3), 1-13. [김위근 (2018). 언론 신뢰도에 대한 시민 인식 조사. <미디어 이슈>, 4권 3호, 1-13.]

Kohring, M., & Matthes, J. (2007). Trust in news media. Development and validation of a multidimensional scale. *Communication Research*, 34(2), 231-252.

Ladd, J. M. (2012). *Why Americans hate the media and how it matters*. Princeton University Press.

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 and Communication*, 60(6), 127-156. [민영 (2016). 신뢰의 조건: 저널리즘 전문성과 정파적 편향성이 언론 신뢰와 정치 신뢰에 미치는 영향. <한국언론학보>, 60권 6호, 127-156.]

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709-734.

Meyer, P. (1988). Defining and measuring credibility of newspapers: Developing an index. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 65(3), 567-574.

Mourão, R., Thorson, E., Chen, W., & Tham, S. M. (2018). Media repertoires and news trust during the early Trump administration. *Journalism Studies*, 19(13), 1945-1956.

Prochazka, F., & Schweiger, W. (2019). How to measure generalized trust in news media? An adaptation and test of scales. *Communication Methods and Measures*, 13(1), 26-42.

- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Touchstone Books by Simon & Schuster.
- Rhee, J. W., & Choi, Y.-J. (2005). Causes of the crisis in Korean newspapers. *Korean Journal of Journalism and Communication*, 49(5), 15-35. [이준웅·최영재 (2005). 한국 신문 위기의 원인: 뉴스 매체의 기능적 대체, 저가치 제공, 그리고 공정성의 위기. <한국언론학보>, 49권 5호, 5-35.]
- 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.
- Tsfati, Y. (2010). Online news exposure and trust in the mainstream media: Exploring possible associations. *American Behavioral Scientist*, 54(1), 22-42.
- 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.
- Uslaner, E. M. (2002). *The moral foundations of trust*. Cambridge University Press.
- Williams, A. E. (2012). Trust or bust? Questioning the relationship between media trust and news attention. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 56(1), 116-131.
- Yale, R. N., Jensen, J. D., Carcioppolo, N., Sun, Y., & Liu, M. (2015). Examining first- and second-order factor structures for news credibility. *Communication Methods and Measures*, 9(3), 152-169.
- Yamagishi, T. (1998). *The structure of trust*. The University of Tokyo Press. [김의철·박영신·이상미 (역) (2001). <신뢰의 구조: 동서양의 비교>. 교육과학사.]
- Yamagishi, T., & Yamagishi, M. (1994). Trust and commitment in the United States and Japan. *Motivation and Emotion*, 18(2), 129-166.

최초 투고일 2024년 08월 01일
 게재 확정일 2024년 11월 26일
 논문 수정일 2024년 11월 28일