

보수언론에 대한 노출과 이슈에 대한 태도의 변화: 한국 대학생들의 정치정보 수용과정을 중심으로*

지병근 | 조선대학교

신두철 | 단국대학교

엄기홍 | 경북대학교

| 논문요약 |

이 연구는 한국의 보수언론이 시민들의 정치적 태도에 미친 영향에 관한 하나의 탐색적 연구이다. 이 연구는 한국의 주요도시에 소재하는 대학의 재학생들을 대상으로 실험 및 설문조사를 진행하였으며, 미디어에 대한 이들의 노출이 이념성향과 같은 사전정향(predisposition)에 의존하여 선별적으로 이루어지고 있는지, 아울러 미디어를 통해 전달되는 정치정보가 이들의 인지수준 및 이슈에 대한 태도에 어떠한 영향을 주는가를 분석하였다. 분석결과 이 연구는 대학생들의 경우 정치정보에 대한 선택적 노출(selective exposure)이 이루어지고 있으며, 보수적 신문(종이와 온라인)에 대한 노출이 복지확대, 재벌개혁, 남북관계 개선, 환경문제와 같이 다양한 진보적 이슈의 중요성에 대한 인식을 약화시킨다는 점과 함께 선택적 해석(selective interpretation)을 통해 기존의 보수적 성향이 강화된다는 점을 밝혀냈다. 아울러 이 연구는 이념적으로 균형 있는 정보가 제공될 경우 그 효과가 상쇄될 가능성이 존재한다는 사실을 밝혀냈다. 이러한 분석결과를 토대로 저자들은 대학생들이 이념적으로 편향된 정보에 매몰되지 않도록 정치정보에 대한 접근경로를 다양화하려는 노력과 함께, 특정한 이념성향을 가진 언론사들의 과도한 시장점유를 방지하려는 노력이 이루어져야 한다고 주장한다.

주제어 | 언론, 정치정보, 이슈 우선성, 선택적 노출, 선택적 해석

* 이 논문은 선거연수원의 연구용역과제로 제출한 “한국 대학생들의 정치정보 수용과정”(2012)을 수정·발전시킨 것이다. 이 논문에 대하여 세심한 조언을 해주신 익명의 심사자들에게 깊은 감사의 인사를 드린다.

I. 서론

지난 1987년 민주화 이후 한국의 주요 언론사들의 정치적 편향성에 대한 우려가 지속적으로 제기되어 왔다. 그 이유는 무엇보다 과거 권위주의시대와 같은 관변언론의 성격을 탈피한 것은 사실이지만, 여전히 한국의 주요 언론사들이 시민들의 목소리를 대변하기보다는 정치권력과 유착되어 있으며, 소위 ‘제4의 권부’로서 균립하려 한다는 인식이 사라지지 않고 있기 때문이다. 특히 신문 시장을 장악하고 있는 조선일보, 중앙일보, 동아일보(이하 조·중·동)와 같은 3대 주요 일간지들이 주요 이슈들에 대하여 중립성을 지키기보다는 보수성향의 보도를 주도함으로써 오히려 한국사회의 이념적 갈등을 심화시키며 보수정당 및 보수정치인의 지주로 기능하고 있다는 비판을 받아온 것이 사실이다(최장집 2005, 37).¹⁾

그런데, 흥미로운 것은 일부의 시민들이 특정신문들에 대한 절독운동을 전개할 만큼 언론의 영향력에 대한 사회적 관심과 우려가 지속되어왔음에도 불구하고 이들의 영향력에 관한 경험적 연구가 그다지 활발하게 이루어지지 않는다는 사실이다. 다시 말해, 과연 그리고 얼마나 조·중·동을 포함한 보수언론이 한국 시민들의 정치적 태도에 영향을 미치고 있는지에 대한 경험적 근거를 확인하기는 쉽지 않다. 보수언론에 더 많이 노출된 이들은 과연 다른 이들에 비해서 더 보수적인가? 그리고 보수언론에 노출됨으로써 이들의 보수성이 더욱 강화되는가? 아니면 이들이 이미 보수적이기에 보수언론에 접근할 뿐이며, 보수언론에 대한 노출 또한 시민들의 정치적 태도에 별다른 변화를 가져오지 않는 것인가?

1940년대 이후 라자스펠드 외(Lazarsfeld et al. 1944)를 비롯한 서구의 정치학자들은 유권자들의 정치정보수용과정에 대한 다양한 분석을 진행해왔다. 하지

1) 물론, 언론사들의 정치적 성향과 이에 따른 편향적 보도에 대한 우려의 대상에서 한겨레 신문이나 경향신문과 같은 진보적 성향의 신문들도 예외가 될 수는 없다. 하지만, 한국 사회에서 이들에 비해서 보수언론사들이 지배적인 영향력을 행사하고 있다는 점 또한 분명하다.

만, 한국의 정치학자들이 이에 상응하는 관심을 충분히 기울여왔다고 보기는 힘들다. 한국의 유권자들의 선거행태에 관한 수많은 연구에도 불구하고, 아직까지 이들이 어떠한 경로를 통해서 정치참여에 필요한 정보를 얻고, 이를 어떻게 해석하여, 정치적 선택을 하게 되는지에 대하여 충분한 설명을 제시하지 못하고 있다. 주로 대중매체를 통해 전달되는 유권자들의 정치정보는 정당 혹은 후보에 대한 인지수준과 선호를 변화시킴으로써 이들의 정치적 선택에 영향을 미친다고 알려져 있다. 하지만, 정치정보에 대한 접근방식이 모든 유권자들에게 동일하지 않을 뿐만 아니라, 단순히 정치정보에 대한 노출이 증가한다고 해서 이들의 정치지식 혹은 정치적 태도에 실질적인 변화를 가져올 것이라고 단정하기는 힘들다. 보수언론이 제공하는 정보에 대한 노출과 그 영향력 또한 그러하다.

이 연구는 한국의 보수언론이 시민들의 정치적 태도에 미친 영향에 관한 하나의 탐색적 연구이다. 여기서는 한국의 주요도시에 소재하는 대학의 재학생들을 대상으로 실험 및 설문조사를 진행하였으며, 특히, 미디어에 대한 이들의 노출이 다수의 선행연구들이 지적해왔던 것처럼 사전정향(predisposition), 특히 이념성향에 의존하여 선별적으로 이루어지고 있는지, 아울러 미디어를 통해 전달되는 정치정보가 이들의 인지수준 및 이슈에 대한 태도에 어떠한 영향을 미치는지를 탐색하고자 하였다.

분석결과 이 연구는 대학생들의 경우 정치정보에 대한 선택적 노출(selective exposure)이 이루어지고 있으며, 보수적 신문(종이와 온라인)에 대한 노출이 복지확대, 재벌개혁, 남북관계 개선, 환경문제와 같이 다양한 진보적 이슈의 중요성에 대한 인식을 약화시킨다는 점과 함께 선택적 해석(selective interpretation)을 통해 기존의 보수적 성향이 강화된다는 점을 밝혀냈다. 아울러 이 연구는 이념적으로 균형성 있는 정보가 제공될 경우 그 효과가 상쇄될 가능성이 존재한다는 사실을 밝혀냈다. 이러한 분석결과를 토대로 저자들은 대학생들이 이념적으로 편향된 정보에 매몰되지 않도록 정치정보에 대한 접근경로를 다양화하려는 노력과 함께, 특정한 이념성향을 가진 언론사들의 과도한 시장점유를 방지하려는 노력이 이루어져야 한다고 주장한다. 이 연구가 한국의 정치학계에서 충분히 주목받지 못하고 있는 유권자의 정치정보 수용과정에 대한 관심과 이해 수준을

조금이나마 증진시키고, 방법론적으로는 주로 설문조사에 의존해온 기존의 정치 커뮤니케이션 연구들이 안고 있는 인과성의 문제를 비록 소규모이지만 실험을 통해 해소하는 데 기여할 수 있기를 기대한다.

이 연구의 구성은 다음과 같다. II절에서는 미디어가 유권자들의 인지적 능력과 정치참여에 미치는 영향에 대한 선행연구들을 간략히 살펴보고, 선택적 노출 가설, 정치정보가설, 이슈 우선성 가설과 선택적 해석 가설 등 이 논문의 주요 가설들을 제시할 것이다. III절에서는 연구 디자인을 소개할 것이며, IV절과 V절에서는 각각 설문조사자료와 실험을 통한 분석결과를 설명할 것이며, 결론에서는 이 연구의 주요 발견과 정책적 함의를 제시할 것이다.

II. 미디어와 정치정보의 수용

이미 잘 알려져 있듯이 현대 정치커뮤니케이션 연구를 주도해온 라자스펠드를 포함한 미국의 컬럼비아학과와 미시간 학파, 그리고 이들의 후속 연구자들은 선거운동과정에서 각 정당이 미디어를 통해 전달하는 정치정보가 정당선호를 포함하는 유권자의 정치적 태도를 얼마나 변화시킬 수 있는지, 그리고 그 과정에서 정당일체감과 이념적 성향과 같은 사전정향과 인지능력이 어떠한 영향을 주는지에 대하여 주목해왔다(Lazarsfeld et al. 1944; Berelson et al. 1954; Converse 1962). 초기의 정치커뮤니케이션 연구자들은 미디어가 유권자들의 수용성에 매우 제한적인 영향을 미칠 뿐이며, 사전정향에 의해 선별적인 미디어 노출이 이루어짐으로써 소위 기존의 정치적 성향을 “강화(reenforcement)”할 뿐이라고 주장해왔다. 이들에게 유권자들은 사회경제적 이익을 추구하는 “상황론자(situationist)” 혹은 정당일체감이나 이념적 성향을 따르는 “기질론자(dispositionist)”에 불과하였다(Houghton 2009).

하지만, 미디어가 의제설정(agenda setting), 틀짓기(framing), 점화(priming) 효과를 통해서 주요한 이슈에 대한 유권자들의 관심과 이해, 평가방식에 변화를

줄 수 있으며, 결국 이들의 정치적 선택에 변화를 가져올 수 있다는 주장 또한 제시되어 왔다(Iyengar 1982; Kinder 2003). 다시 말해, 비록 미디어가 제공하는 정치정보를 유권자가 모두 수용하는 것은 아니지만, 그 영향력이 결코 무시할만한 것은 아니라는 것이다. 오히려 그들에게 중요한 것은 정치정보에 대한 유권자의 수용성을 결정하는 요인을 규명하는 것이다. 예를 들어, 잘러(Zaller 1992, 218)는 유권자들의 인지능력에 따라 미디어 효과의 차이가 있는지 여부를 분석하였으며, 정치적 인지도가 낮은 유권자들 뿐만 아니라 높은 유권자들의 경우 캠페인 과정에서 후보자들이 제시하는 정보에 둔감하다는 점을 밝혔다. 그의 주장에 따르면, 정치적 인지도가 낮은 이들은 새로운 정보에도 무관심하거나 이에 접근할 수 있는 기회가 적은 반면, 정치적 인지도가 높은 이들은 이미 형성된 정당일체감의 영향을 받기 때문에 미디어 효과를 기대하기 힘들다는 것이다.

미디어가 투표참여에 미치는 영향 또한 상당수의 연구자들로부터 주목을 받았다. 카인더(Kinder 2003, 375)가 잘 요약하고 있듯이 다양한 서베이 분석과 실험 연구들은 대중매체가 유권자들의 투표참여에 거의 영향을 주지 못하며, 그보다는 정당인의 유권자 접촉이 더 효과적이라는 점을 입증하였다. 이들에 따르면 20세기 초반 미국에서 나타난 투표율의 급격한 하락현상은 정당인들과 유권자와의 면대면 접촉을 대체한 TV의 보급과 관련이 있으며, 여전히 대립적인 의견이 제시되고 있지만 네거티브 캠페인 또한 정치에 대한 혐오감을 유발함으로써 유권자들을 투표장에서 멀어지게 만들었다는 것이다.

한국에서도 미디어가 투표참여에 미친 영향에 대한 다양한 연구가 진행되어왔다. 대체로 이들은 라디오와 TV를 대신하여 인터넷을 이용하여 정치정보를 접하는 이들이 차지하는 비율이 점차 증가하고 있으며, 미디어가 정치지식과 투표효능감을 촉진하거나 억제함으로써 투표참여에 영향을 준다는 점을 보여주었다. 예를 들어, 송종길·박상호(2005)는 고령의 유권자들이 젊은 유권자들보다 TV 정치뉴스에 대한 의존도가 높다는 점과 함께 인터넷보다 TV 정치뉴스가 투표참여를 촉진한다는 점을 밝혔다. 김무곤·김관규(2004)와 김관규(2008)는 2004년과 2008년 국회의원선거 이후 대학생들에 대한 설문조사를 통해 인터넷에 대한 의존도가 신문과 TV에 대한 의존도를 추월하였다는 점을 보여주었다. 이들은 또

한 이념에 따라 선별적으로 미디어에 대한 접근이 이루어지고 있으며, 신문에 대한 노출이 정치지식을 촉진하는 반면, 정치적 효능감과 투표참여에 부정적인 영향을 미친다는 분석결과를 제시하였다.

하지만, 이러한 성과에도 불구하고, 한국 정치학계에서 미디어가 유권자들이 정치정보를 수용하는 과정은 주된 관심사가 아니었다. 그 이유 가운데 하나는 지역주의가 지배하는 한국의 선거정치에서 정치정보가 유권자의 투표결정 과정에 별다른 영향을 미치지 못할 것이라는 암묵적인 가정이 널리 수용되어왔기 때문이다. 따라서, 기존의 연구들은 대체로 투표에 요구되는 시간, 돈, 시민적 기술(civic skill) 등의 자원, 정치적 관심과 시민의 의무와 같은 심리적 연계성, 정당에 의한 동원, 투표를 통해 선거결과에 미칠 수 있는 영향력 등 네 가지 요인에 초점을 두고 투표참여모델과 이에 기초한 경험적 연구를 진행해왔다(Blais 2007).

최근에야 비로소 일부의 정치학자들이 정치정보에 초점을 두고 다양한 연구를 진행하고 있으며, 그 공백을 메우려는 노력을 기울이고 있다. 예를 들어, 문우진(2009, 345)은 “정치정보가 경제·교육수준과 정치참여 사이의 인과적 고리”라고 주장하며, 정치지식이 자신들의 투표에 의해 선출되는 특정 후보 및 정당들 사이의 정책적 차이를 이해함으로써 투표 참여를 촉진할 가능성이 있다는 점을 보여 주었다. 그 외에도 정치지식이 투표참여를 촉진하고, 투표선택에 영향을 미친다는 사실을 경험적으로 보여주는 연구들이 상당수 있다(이재신·이영수 2009; 문우진 2009; 이소영 2011; 이소영 2012; Lee 2011).²⁾

이 연구는 이러한 노력의 일환으로 그동안 간과되어왔던 한국 시민들의 정치적 성향에 미친 미디어의 영향을 규명하기 위하여 다음과 같은 주요 가설을 제시하고 이들의 타당성을 검증하고자 하였다.

가설 1: 유권자들은 이념적 거리가 가까운 정치정보를 제공하는 미디어에 접근할 가능성이 높다(선택적 노출 가설).

2) 한국유권자들의 정치지식에 관한 연구에 대한 문헌리뷰는 류재성(2010)을 참조할 것.

가설 1은 미디어가 제공하는 정치정보에 대한 선택적 노출과 관련한 가설이다. 이미 앞서 언급했던 초기의 정치커뮤니케이션 연구자들이 제기하였듯이 유권자들은 자신의 이념적 성향과 대립하는 미디어를 접함으로써 불편함을 느끼기 보다는, 자신의 이념적 성향과 일치하는 미디어를 접함으로써 안정감을 추구하는 경향이 존재할 수 있다. 따라서, 유권자들은 자신과 이념적으로 가까운 미디어에 편향적으로 접근할 가능성이 높으며, 결국 기존의 이념적 성향을 강화할 가능성이 높다. 이념이 보수적일수록 보수적 신문에, 진보적일수록 진보적 신문에 노출될 가능성이 크다는 것이다.

가설 2-1: 미디어 접근이 빈번할수록 정치지식의 수준이 높아진다(정치정보 가설).

가설 2-2: 보수적 언론에 대한 노출이 많을수록 진보적 이슈를 우선시할 가능성이 감소한다(이슈우선성 가설).

가설 2-1은 미디어가 유권자들의 정치지식에 미친 영향과 관련한 것으로 미디어가 실질적으로 정치적 지식수준을 높이는데 기여한다는 것이다. 하지만, 유권자들이 미디어를 통해 정치정보보다 오락물을 포함한 비정치적 정보를 얻는데 치중할 경우(이소영 2012, 94), 혹은 박종민(1993, 311)이 지적하였듯이 “주의력과 관심도……특히 정치적 관심 및 정보의 이해능력과 관련되는 교육수준”이 낮을 경우, 이들의 미디어 접근이 정치지식에 별다른 영향을 미치지 않을 가능성 또한 있다.

가설 2-2는 미디어의 이념적 특성이 유권자의 이슈 우선성(issue priority)에도 영향을 미친다는 것이다.³⁾ 이소영(2012, 108)이 지적하였듯이, 인터넷 미디어에 대한 노출과 SNS 이용이 진보적 이슈에 대한 선호를 강화시킬 수 있다. 이와는 대조적으로 보수적 성향이 강한 주요일간지를 이용하는 빈도가 높을수록 재벌개혁과 복지확대, 남북관계 개선, 환경개선 등 진보적 이슈보다 경제성장이나 안보와 같은 이슈를 우선시할 가능성이 클 수 있다.

3) 여기에서 이슈 우선성은 응답자의 가치체계에 따라 특정한 이슈를 우선시하는 정도를 의미한다.

가설 3: 이념이 보수적일수록 보수적 정치정보를 수용할 가능성이 크다(선택적 해석 가설).

가설 3은 이념적 특성에 따라 정치정보 수용 가능성에 차이가 존재할 수 있다는 것이다. 앞서 언급했던 선택적 노출가설과 달리 이 가설은 정치정보의 수용성에 관한 것이며, 유권자들이 자신의 이념과 대립하기보다는 일치하는 정치정보에 편향적으로 접근할 뿐만 아니라 이를 수용할 가능성이 높다는 것이다.⁴⁾ 보수적 유권자는 보수적인 정치정보에, 진보적 유권자는 진보적인 정치정보에 대한 수용성이 높을 수 있다.

III. 연구 디자인

이 연구는 서울광역시(고려대, 단국대, 성균관대), 경남(인제대, 울산대, 부산동의대), 광주광역시(조선대), 대구광역시(경북대) 등 전국의 주요도시에 소재하는 대학의 재학생들을 대상으로 2012년 8월 실시한 “유권자의 정치정보 수용과정”에 대한 설문조사 자료를 이용하였다. 이 연구를 위해 시행된 설문조사의 응답자는 전체 407명이며 지역별로 100명 내외(경북대 100명, 인제대·울산대·부산동의대 106명, 조선대 100명, 단국대·성균관대·고려대 101명)이며, 남학생(55.5%)이 여학생(44.0%)보다, 학년별로는 1학년(25.3%)과 4학년(28.5%)이 2학년(23.1%)과 3학년(23.1%)보다 약간 더 높은 비율로 표집되었다.

이 연구의 분석모델에 포함된 주요 변수들과 이들의 측정방식은 다음과 같다. 보수신문에 대한 노출과 진보신문에 대한 노출은 오프라인(종이신문)과 온라인

4) 카인더(Kinder 2003)는 선거운동과정에서 후보자들이 유권자들을 설득하는데 실패하는 원인들 가운데 하나는 정치정보의 수용성에 차이가 있기 때문에 이들이 제시하는 정치정보의 영향이 상쇄(neutralization)되기 때문이라고 보았다.

에서 조선일보, 중앙일보, 동아일보 등의 보수적 신문들과 한겨레신문과 경향신문 등 진보적 신문들에 대한 이용빈도(이용하지 않음=0, 주 1~2회=1, 주 3~4회=2, 매일=3)를 이용하여 측정하였다. 정치지식은 국회 내에서 두 번째 의석수를 차지한 정당, 국무총리, 기획재정부 장관, 2012년 5월의 실업률 등 네 가지 질문에 대하여 정확히 답한 빈도(0~4)를 이용하여 측정하였다. 진보적 이슈 우선성은 “우리사회가 가장 시급하게 해결해야 할 과제”로 재벌개혁, 복지확대, 남북관계 개선, 환경개선 등 가운데 하나라도 선택한 경우(=1)와 그렇지 않은 경우(=0)로 나누어 측정하였다. 보수신문과의 이념적 거리는 응답자와 이들이 생각하는 조선일보, 중앙일보, 동아일보 등 보수적 신문들의 이념적 위치(11점 척도: 0~10) 사이의 차이, 그리고 진보신문과의 이념적 거리는 응답자와 이들이 생각하는 한겨레신문과 경향신문 등 진보적 신문들의 이념적 위치 사이의 차이를 각각 평균하여 계산하였다.

이 연구를 위해 실행한 실험에는 조선대 38명과 경북대 34명 등 총 72명의 대학생들이 참여하였으며, 네 단계의 조사가 진행되었다: 사전 설문조사, 실험, 사후 설문조사, 서명 참여. 첫 번째 단계에서는 실험참가자를 대상으로 자기기입식 설문조사를 시행하였다(부록 3 참조). 두 번째 단계에서는 사전설문조사를 통해 확인한 설문조사자의 이념적 위치(진보 혹은 보수)를 고려하여, 실험연구 모형에 따라 실험참가자들에게 FTA에 대한 지지 혹은 반대 내용을 담고 있는 VOD와 블로그에 게재된 기사를 배정하여 이를 시청하도록 하였다(부록 4 참조). 세 번째 단계로, 영상물을 다 본 개별 참가자들로 하여금 사후 설문조사를 작성하게 하였다. 마지막 단계에서는, FTA에 대한 지지, 중립, 또는 반대 서명에 참여할 것을 권유하였다.

이 실험에는 통제집단을 포함하지 않았다. 일반적으로 통제집단을 실험집단과 별도로 분석대상에 포함하는 이유는 실험 외적요인과 함께 실험자체의 효과를 통제하기 위한 것이다(바비에 저, 고성호역 2013, 412). 하지만, 이 연구의 경우 단기간에 진행되었기 때문에 FTA에 대한 태도를 심각하게 변화시킬만한 실험외적 요인이 발생하지 않았을 뿐만 아니라, 영상물 시청 이외에 연구자의 태도를 변화시킬만한 요인이 있다고 보기 어렵다.⁵⁾ 이 연구는 실험참가자들에게 노출되는 실험집단을 세분화하여 FTA에 대한 대립적인 주장을 접할 수 있는 영상물의

유형을 다양화함으로써 이념적 성향에 따른 미디어의 효과를 규명하는데 초점을 두었다.

IV. 설문조사자료 분석: 정치정보에 대한 노출과 이슈우선성의 변화

1) 대학생들의 정치적 특성과 공공문제에 대한 정보매체 의존성

아래의 표 1은 이번 조사에 포함된 응답자들의 이념적 성향, 정치지식, 선거에 대한 관심, 투표 의무감 및 효능감, 투표여부 등에 관한 기초통계를 보여준다. 이 표에서 나타나듯이, 응답자들 가운데 진보적 성향을 갖는 이들(45.7%)이 보수적인 이들(30.1%)보다 더 많았다. 대학생들의 정치적 지식수준은 그다지 높지 않은 것으로 나타났다. 국회 내에서 두 번째 의석수를 차지한 정당, 국무총리, 기획재정부 장관, 2012년 5월의 실업률 등을 묻는 모든 질문에 대하여 정확히 답변한 이들은 전체 응답자들 가운데 약 3.7퍼센트에 불과하였으며, 세 개의 정답, 2개의 정답을 제시한 응답자들은 각각 21.4퍼센트와 26.0퍼센트였다. 그리고 1개의 정답을 제시한 응답자들은 31.7퍼센트였으며, 단 한 개의 정답도 맞추지 못한 이들은 17.2퍼센트에 달하였다.⁶⁾

5) 그럼에도 불구하고 FTA에 대한 사전정보와 참고집단(주변의 태도)이 실험결과에 영향을 미칠 가능성 또한 존재한다.

6) 두 번째 의석수 소유 정당은 70.8퍼센트가, 김항식 국무총리의 이름은 응답자의 52.3퍼센트가, 박재완 기획재정부 장관의 이름은 28.8퍼센트가, 실업률은 10.8퍼센트가 알고 있는 것으로 나타났다.

표 1 선거에 대한 관심과 인지수준, 투표 의무감과 효능감, 투표참여

이념적 성향	진보(0~4)	중도(5)	보수(6~10)		
	164	87	108		
	45.7	24.2	30.1		
정치적 지식 수준	최저(0)	저(1)	중(2)	고(3)	최고(4)
	70	129	106	87	15
	17.2	31.7	26.0	21.4	3.7
선거에 대한 관심	전혀 없음	별로 없음	다소 있음	매우 많음	
	20	107	202	78	
	4.9	26.3	49.6	19.2	
투표의무감	별로	다소	매우 강함		
	164	87	108		
	45.7	24.2	30.1		
투표효능감	전혀공감안함	별로공감안함	다소 공감	매우 공감	
	9	57	159	182	
	2.2	14.0	39.1	44.7	
투표 참여 (19대 총선)	불참	참여			
	195	206			
	48.6	51.4			

출처: 선거연수원 대학생 설문조사(2012.8)

이 조사에 참여한 대학생들의 선거에 대한 관심은 상당히 높은 것으로 나타났다. 응답자들 가운데 68.8퍼센트가 정치적 관심이 조금 혹은 매우 있다고 답변하였다.⁷⁾ 대학생들이 느끼는 투표에 대한 의무감 또한 상당히 높은 수준인 것으로 나타났다. 74.8퍼센트의 응답자들이 투표에 대하여 다소 혹은 매우 강한 의무감

7) 이들의 정치적 관심은 이들이 기억하고 있는 언론보도의 주제를 보더라도 확인할 수 있다. 최근의 언론보도기사 가운데 응답자가 기억하는 이슈로는 정치문제(62.2%)가 가장 많았으며, 스포츠 관련 기사(21.0%), 사회문제(9.8%)가 다음 순위를 따랐다. 예능, 교육, 경제, 생활/문화 등의 기사도 상당수의 응답자가 기억하고 있는 것으로 나타났다. 올림픽기간에 조사가 이루어져 스포츠에 대한 관심이 매우 높았음에도 불구하고 가장 많이 기억하는 기사가 정치관련 기사였다는 점에서 이러한 분포는 최소한 이 조사에 참여한 대학생들의 정치적 무관심이 아주 심각하게 낮지는 않다는 사실을 보여준다.

을 느낀다고 응답하였다. 대학생들이 느끼는 투표효능감은 투표의무감보다 더 높은 것으로 나타났으며, 83.8퍼센트의 응답자들이 투표에 대한 효능감에 다소 혹은 매우 공감한다고 응답하였다. 마지막으로, 전체 응답자들 가운데 절반이 넘는 51.4퍼센트가 투표에 참여한 것으로 나타났으며, 투표연령인 1993년 이전 출생자만을 선별할 경우 60.0퍼센트가 투표한 것으로 나타났다.

아래의 표 2는 공공문제에 대한 정보를 얻기 위해 응답자들이 TV, 일간신문(중이신문), 인터넷 매체(인터넷 신문 포함)를 얼마나 이용하는지를 보여준다. 대학생들의 경우 공공문제에 대한 정보매체 의존도는 인터넷)TV)중이신문의 순으로 나타났다. 인터넷 이용률은 매우 높아서 매일 이용한다고 답한 이들은 43.0퍼센트였으며, 전혀 이용하지 않는다고 답한 이들이 차지하는 비율은 불과 5.4퍼센트였다. 반면, TV의 경우 일주일에 한두 차례 이용하는 이들의 비율이 가장 많았으며, 매일 이용하는 이들은 9.9퍼센트에 불과하였다. 전혀 이용하지 않는 이들의 비율도 17.5퍼센트에 달하였다. 종이신문의 경우 이용률은 현격히 낮아서, 매일 이용하는 이들은 불과 8.1퍼센트였으며, 전혀 이용하지 않는 이들은 무려 46.9퍼센트에 달하였다.

표 2 공공문제에 대한 정보매체

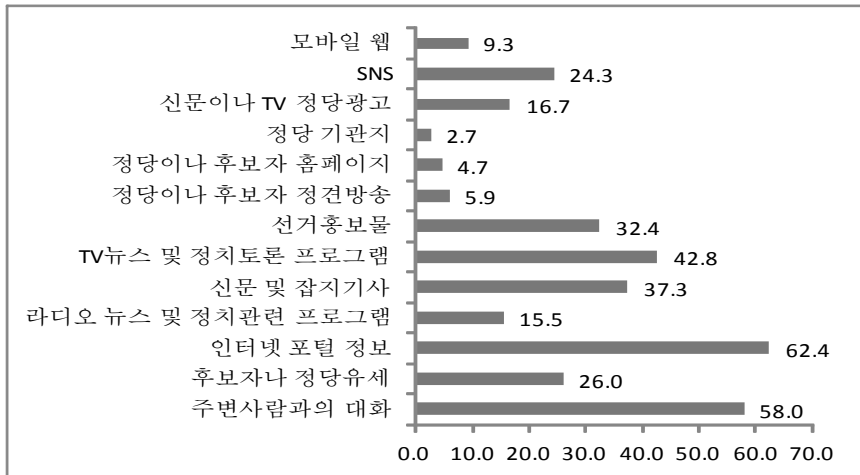
언론 접근(이용도)	이용 없음	주 1-2회	주 3-4회	매일
TV 사례수	71	198	97	40
비율	17.5	48.8	23.9	9.9
신문	191	129	54	33
	46.9	31.7	13.3	8.1
인터넷	22	79	131	175
	5.4	19.4	32.2	43.0

출처: 선거연수원 대학생 설문조사(2012.8)

아래의 그림 1은 투표결정에 필요한 정당이나 후보자에 관한 정보를 얻기 위해 응답자들이 이용하는 매체의 유형을 보여준다. 이 그림에서 잘 나타나듯이 대학생들은 선거정보를 얻기 위해 인터넷 포털 사이트에 가장 많이 의존하고 있는 것으로 나타났다.⁸⁾ 무려 62.4퍼센트의 응답자가 인터넷 포털을 통해서, 그리

고 58.0퍼센트의 응답자가 주변사람과의 대화를 통해서 정당이나 후보자에 관한 정보를 얻는다고 답하였다. 유권자들, 특히 대학생들이 인터넷을 통해 선거정보를 얻는다는 사실은 이미 상당수의 연구자들에 의해 잘 알려져 있지만, 투표결정 과정에서 TV(42.8%), 신문잡지기사(37.3%), 라디오(15.5%)와 같은 전통적 대중매체보다 주변사람과의 대화를 통해 선거정보를 얻는 이들이 현격히 더 많다는 사실은 주목할 만하다.⁹⁾

그림 1 투표결정에 필요한 정당이나 후보자에 관한 정보매체



출처: 선거연수원 대학생 설문조사(2012.8)

보다 구체적으로, 언론의 이용빈도를 매체별로 살펴보면, 인터넷 뉴스와 SNS를 매일 이용하는 응답자들이 차지하는 비율이 비교적 높았으며, TV를 매일 시

8) 투표결정과정에서 영향을 미친 매체는 주변사람과의 대화, 인터넷 포털, TV, 후보유세, 선거홍보물, 신문/잡지, SNS, 라디오, 신문/TV 광고, 모바일웹, 후보정견방송, 후보홈페이지, 정당기관지의 순으로 나타났다.

9) 이 그림에 나타나지는 않지만 절반 정도의 응답자들이 이 질문에 포함된 13개의 정보매체 가운데 3개 혹은 4개의 정보에, 20퍼센트 정도의 응답자들은 5개 이상, 30퍼센트의 응답자들은 2개 이하의 정보매체에 의존한다고 답하였다.

청한다는 응답자(12.0%)도 적지 않았다. 케이블TV나 라디오, 진보적 신문(온라인, 종이), 지역신문을 매일 접하는 이들의 비율은 5퍼센트 이하에 머물렀다. 보수적 신문에 대한 접근빈도는 이보다 약간 높은 것(종이 5.2%, 온라인 5.7%)으로 나타났다(부록 2 참조).¹⁰⁾

2) 언론에 대한 선택적 노출

이 설문조사에 포함된 각 언론사별 이념적 위치를 묻는 질문을 이용하여 응답자들이 이들에게 부여한 이념성향(0~10: 0은 진보, 10은 보수)을 비교해보면 다음과 같다. 이미 잘 알려져 있듯이, 각 언론사들 가운데 조선일보(평균 7.7), 동아일보(7.6), 중앙일보(7.5)가 보수적인 것으로, 경향신문(3.4), 한겨레신문(3.1), 오마이뉴스(3.1)는 진보적인 것으로 인식되었다. 흥미로운 것은 응답자들이 느끼는 언론기관과의 이념적 거리가 동아일보, 조선일보, 중앙일보, 오마이뉴스, 한겨레신문, 경향신문 순이었으며, 대체적으로 보수적인 신문이 진보적인 신문보다 응답자들이 느끼는 거리가 큰 것으로 나타났다.¹¹⁾ 이는 소위 ‘조중동’이라고 불리는 보수적 신문들에 대한 대학생들의 부정적 태도를 보여준다는 점에서 주목할 만하다.

아래의 표 3은 언론에 대한 선택적 노출을 결정하는 요인에 대한 분석결과를 나타낸 것이다. 여기에서 종속변수는 온라인과 오프라인에서 보수신문과 진보신문에 대한 노출이며, 회귀계수를 추정하기 위하여 서열로지스틱모델(Ordinal

10) 언론기관에 대한 신뢰도(1~5점)는 접근빈도와 약간의 차이가 있었다. 이들 가운데 YTN이나 뉴스 Y와 같은 케이블 뉴스채널의 신뢰도(평균 2.5)가 가장 높았으며, 공중파 TV방송(평균 2.4)에 대한 신뢰도는 이보다 약간 낮았다. 그 다음으로 라디오, 보수/진보 종이신문(2.3), SNS(2.2), 케이블 TV와 지방신문, 인터넷 신문(2.1)이 그 뒤를 따르는 것으로 나타났다.

11) 정당의 이념적 위치(0~10: 0은 진보, 10은 보수)에 대한 응답자들의 인식을 살펴보면, 이들은 새누리당(7.7)을 보수적인 정당으로 인식하고 있는 반면, 민주통합당(4.2)을 포함하여 통합진보당(3.1)을 진보적인 정당으로 인식하고 있었다. 자유선진당(4.9)은 중립적인 5보다 약간 적은 값을 부여받았으며, 이는 응답자들이 이 당에 대하여 제대로 인지하지 못하였기 때문인 것으로 보인다.

Logistical Model)이 활용되었다. 예상했던 것처럼, 이 표의 모델 1에서 응답자와의 이념적 거리는 종속변수인 보수적인 신문에 대한 이용빈도에 통계적으로 유의미하게 부정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 즉, 이념적으로 거리가 멀다고 느낄수록 응답자들은 보수언론을 이용하는 빈도가 감소하는 것으로 나타났다. 이는 가설 1이 제기하였듯이 보수적 신문사에 대한 접근이 응답자의 이념적 성향에 따라 선별적으로 이루어지고 있음을 의미한다. 이러한 분석결과는 온라인(모델 3)과 오프라인(모델 1) 미디어 모두에서 공통적으로 나타났으며, 다만 이념적 거리의 영향력의 규모에서 다소 차이가 있었다: 온라인 신문보다 종이신문에 대한 접근이 이념에 따라 선별적으로 이루어지는 현상이 조금 더 강한 것으로 나타났다.

표 3 유권자의 이념적 거리와 보수/진보 신문에 대한 노출

변수	종이신문		온라인 신문	
	모델 1 (보수)	모델 2 (진보)	모델 3 (보수)	모델 4 (진보)
이념적 거리				
응답자-보수신문 (조선/중앙/동아)	-0.17*** (0.05)	0.02 (0.05)	-0.16*** (0.05)	0.03 (0.04)
응답자-진보신문 (한겨레/경향)	0.23*** (0.06)	0.00 (0.06)	0.13** (0.06)	0.03 (0.06)
cut1	0.05 (0.25)	0.26 (0.25)	-0.63*** (0.24)	-0.56** (0.25)
cut2	1.37*** (0.26)	1.59*** (0.27)	0.87*** (0.24)	1.28*** (0.26)
cut3	2.79*** (0.33)	3.15*** (0.36)	2.49*** (0.31)	3.12*** (0.34)
사례수	295	295	295	295

괄호 안은 표준오차, *** p<0.01, ** p<0.05

자료 출처: 선거연수원 대학생 설문조사(2012.8)

한 가지 더 흥미로운 것은, 응답자와의 이념적 거리가 진보언론에 대한 접근에 미친 영향에 관한 것이다. 이 표의 모델 2와 4에서 나타나는 바와 같이 이 변수의 회귀계수는 예상과 달리 양수였으며, 통계적으로 종속변수에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 경향성은 소위 ‘조·중·동’과 달리, 진보적 언론사로 알려진 한겨레신문과 경향신문에 대한 대학생들의 접근이 이들 자신의 이념적 특성으로부터 상대적으로 자유롭다는 점을 보여준다. 분명하지는 않지만, 이러한 분석결과가 나타난 이유는 대학생들 사이에 진보신문보다 보수신문에 대한 선호의 차이가 더 크기 때문인 것으로 보인다.

3) 언론에 대한 선택적 노출에 따른 정치지식과 이슈 우선성의 변화

이 연구의 분석결과, 단순히 언론에 자주 노출된다고 해서 정치지식이 증가하는 것은 아닌 것으로 나타났다. 조사에 포함된 언론매체들 가운데 케이블 뉴스 전문채널, 라디오, 전국일간지(종이신문)에 대한 노출은 통계적으로 유의미하게 정치지식에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(부록 1). 하지만, 지상파 TV와 케이블 TV, 지방신문, 인터넷(에만 있는) 신문과 SNS는 거의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이와 함께 주목할 만한 것은 온라인 신문들 가운데에는 진보적 신문이 정치지식을 높이는 역할을 하지만 보수적 신문은 그렇지 않은 것으로 나타났다는 점이다. 확실치는 않지만 이러한 차이가 나타나는 이유는 진보적인 온라인 신문들의 경우 정치기사를 중심으로 지면을 구성하는 반면, 보수적인 온라인 신문들은 그렇지 않기 때문일 수 있다.

아래의 표 4는 언론에 대한 노출이 이슈 우선성에 미치는 영향을 분석한 결과이다.¹²⁾ 이 표에 잘 나타나 있듯이 보수적 신문(종이와 온라인)에 대한 노출빈도

12) 응답자들이 생각하는 우리사회가 해결해야할 첫 번째 과제는 복지확대, 정치개혁, 경제성장으로 나타났다. 반면, 재벌개혁, 환경, 남북관계개선, 교육 등은 별다른 주목을 받지 못하였다. 두 번째 시급하게 해결해야할 과제로 지목받았던 이슈 또한 복지확대인 것으로 나타났으며, 경제성장과 정치개혁 또한 주목을 받았다. 특히 흥미로운 것은 교육문제와 재벌개혁이 비교적 높은 주목을 받았다는 점이다.

는 통계적으로 유의미하게 진보적 이슈의 우선성을 약화시키는 것으로 나타났다 (종이: Pearson $\chi^2(3)=8.07$, $Pr=0.04$; 온라인: Pearson $\chi^2(3)=9.38$, $Pr=0.03$). 다시 말해, 조선일보, 동아일보, 중앙일보와 같은 보수적 신문에 대한 노출이 많을수록 진보적 이슈를 우선시하는 성향은 감소하는 것으로 나타났다. 이와 달리, 진보적 신문(종이와 온라인)은 이슈우선성에 별다른 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 케이블 뉴스 전문채널이나 라디오 또한 정치지식에 긍정적인 영향을 미쳤던 것과 달리 이슈 우선성에는 별다른 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.¹³⁾ 다만, 젊은 유권자들이 많이 접근하는 인터넷(예만 있는) 신문의 경우 진보적 이슈 우선성에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 오마이뉴스와 프레시안 등 비교적 접근성이 높은 인터넷(예만 있는) 신문들 가운데 대부분은 진보적 성향이 강하다는 점에서 그 이유를 찾을 수 있을 것이다.

표 4 언론매체이용과 진보적 이슈 우선성

언론매체	접근도	비진보적 이슈	진보적 이슈	피어슨 카이제곱(3)
TV	이용 없음	56.4	43.6	5.50
	주 1-2회	58.5	41.5	0.14
	주 3-4회	64.9	35.1	
	매일	45.8	54.2	
케이블 TV	이용 없음	58.2	41.8	1.11
	주 1-2회	58.5	41.5	0.78
	주 3-4회	67.7	32.3	
	매일	55.6	44.4	
라디오	이용 없음	59.2	40.8	0.37
	주 1-2회	58.0	42.0	0.95
	주 3-4회	62.5	37.5	
	매일	50.0	50.0	

13) 비록 통계적으로 유의미하지는 않았지만, 이념적으로 보수적일수록 진보적 정치이슈라고 할 수 있는 복지확대, 재벌개혁, 남북관계 개선, 환경 이슈를 가장 시급하게 해결해야 할 과제라고 여기는 이들은 감소하는 것으로 나타났다. 다만, 통계적으로 유의미한 차이는 나타나지 않았다.

케이블 뉴스	이용 없음	53.2	46.8	2.75
	주 1-2회	61.0	39.0	0.43
	주 3-4회	63.6	36.4	
	매일	58.8	41.2	
보수 신문(온라인)	이용 없음	51.8	48.2	9.38
	주 1-2회	68.7	31.3	0.03
	주 3-4회	56.2	43.8	
	매일	65.2	34.8	
보수 신문(종이)	이용 없음	57.9	42.1	8.07
	주 1-2회	52.0	48.0	0.04
	주 3-4회	68.9	31.1	
	매일	81.0	19.1	
진보 신문(온라인)	이용 없음	59.2	40.9	0.54
	주 1-2회	60.4	39.6	0.91
	주 3-4회	56.8	43.2	
	매일	52.9	47.1	
진보 신문(종이)	이용 없음	58.9	41.2	4.87
	주 1-2회	61.7	38.3	0.18
	주 3-4회	47.8	52.2	
	매일	78.6	21.4	
지역신문	이용 없음	58.4	41.6	2.50
	주 1-2회	64.1	35.9	0.48
	주 3-4회	47.8	52.2	
	매일	50.0	50.0	
인터넷 뉴스	이용 없음	55.9	44.1	8.08
	주 1-2회	60.7	39.3	0.04
	주 3-4회	65.8	34.2	
	매일	44.3	55.7	
SNS	이용 없음	58.1	41.9	2.55
	주 1-2회	64.4	35.6	0.47
	주 3-4회	56.6	43.4	
	매일	52.7	47.3	

자료 출처: 선거연수원 대학생 설문조사(2012.8)

V. 실험분석: FTA 관련 정보에 대한 노출과 조선대와 경북대 학생들의 태도변화

지금까지 이 연구는 대학생들에 대한 설문조사를 통해 대중매체가 유권자들의 정치지식과 이슈 우선성에 미치는 영향을 분석하였다. 특히 보수적 신문의 경우 정치지식을 촉진할 뿐만 아니라 진보적 이슈의 우선성을 억제하는 효과가 있다는 점을 보여주었다. 하지만, 이러한 분석결과가 변수들 간의 연관성(association)에 기초하여 추론된 것이며, 실제로 이들 사이에 인과성(causality)이 존재하는지, 즉 정치정보가 유권자의 태도를 변화시킬 수 있는지, 혹은 기존의 성향을 강화시키는 경향성의 존재여부를 입증하지는 못한다. 따라서 이 연구는 유권자들의 투표 참여를 결정하는 인지경로를 규명하기 위한 또 다른 시도로, 조선대와 경북대 학생들을 대상으로 FTA 관련 영상물시청이 과연 그리고 어떻게 참여자들의 태도에 영향을 주는지, 그리고 그 영향이 이들의 사전 이념성향에 따라 달라지는지 등을 실험한 결과를 분석하였다.

아래의 표 5는 이념성향별로 FTA에 부정적 혹은 긍정적인 메시지를 전달하는 영상물을 본 응답자들의 사전 및 사후 FTA에 대한 태도의 분포를 나타낸 것이다.¹⁴⁾ FTA에 대하여 부정적인 미디어를 시청한 사례들을 먼저 살펴보면, 사전 설문조사에서 FTA에 대하여 부정적 의견을 나타냈던 응답자들(FTA에 동의하지 않는 혹은 전혀 동의하지 않음) 가운데 FTA 반대 영상물을 본 이후 긍정적인 의견을 표명한 응답자는 없었다. 하지만, FTA를 동의했던 응답자들 가운데 이를 보고 나서 FTA에 대한 반대의견을 표명한 이들은 진보적인 응답자(33.3%)뿐만 아니라, 보수적인 응답자들(12.5%) 사이에서도 나타났다. 다만, 중도적인 이들 가운데 영상물 시청 후 태도의 변화가 나타난 이들은 없었다.¹⁵⁾

14) 이 실험에서 FTA에 대한 동의 혹은 반대 여부를 묻는 질문(4점 척도)은 사전조사에만 포함되었다. 이 때문에 여기서는 동일한 질문을 이용하여 실험참가자들의 태도변화를 비교하지 못하였다. 그 대신 이 연구는 FTA에 대한 지지/중립/반대의사를 나타내는 서명행위(3점 척도)를 이용하였다.

15) 이 실험에 참여한 학생들의 대학별 이념분포는 매우 대조적이었다: 조선대 학생들 가

표 5 미디어에 따른 이념적 성향별 FTA에 대한 태도의 비율

이념 성향	시청이전	FTA 반대영상물 시청이후				FTA 찬성영상물 시청이후			
		반대	중립	찬성	사례수	반대	중립	찬성	사례수
진보 (0~4)	전혀동의 안함	100.0	0.0	0.0	2	100.0	0.0	0.0	1
	동의하지 않는 편	38.5	61.5	0.0	13	50.0	35.7	<u>14.3</u>	14
	동의하는 편	<u>33.3</u>	33.3	33.3	6	0.0	100.0	0.0	1
	매우동의	0.0	0.0	0.0	0	0.0	0.0	0.0	0
	전체	42.9	47.6	9.5	20	50.0	37.5	12.5	16
중도 (5)	전혀 동의 안함	0.0	100.0	0.0	1	100.0	0.0	0.0	3
	동의하지 않는 편	50.0	50.0	0.0	2	0.0	100.0	0.0	2
	동의하는 편	0.0	100.0	0.0	1	0.0	100.0	0.0	2
	매우동의	0.0	0.0	0.0	0	0.0	0.0	0.0	0
	전체	25.0	75.0	10.0	4	42.9	57.1	0.0	7
보수 (6~10)	전혀동의 안함	100.0	0.0	0.0	1	0.0	100.0	0.0	1
	동의하지 않는 편	25.0	75.0	0.0	4	50.0	25.0	<u>25.0</u>	4
	동의하는 편	<u>12.5</u>	50.0	37.5	8	0.0	100.0	0.0	3
	매우동의	0.0	0.0	0.0	0	0.0	0.0	0.0	0
	전체	23.1	53.9	23.1	13	25.0	62.5	12.5	8

자료출처: FTA에 대한 대학생들의 태도변화에 관한 실험연구(2012)

FTA를 찬성하는 내용의 동영상 혹은 블로그를 본 이들의 태도 변화 또한 매우 유사하였다. FTA를 지지하는 영상물을 본 이후 찬성하던 입장에서 반대하는 입장으로 태도를 바꾼 경우는 없었다. 하지만, 이 영상물을 보고 FTA를 반대하던 이들 가운데 찬성하는 입장으로 선회한 이들은 보수적인 응답자들(25.0%)뿐만 아니라 진보적인 응답자들(14.3%)에게서도 나타났다. 아울러, 이 경우에도 중도적인 응답자들 가운데 태도가 바뀐 이들은 전혀 없었다.

운데 보수적이라고 자평한 이들은 불과 20.2퍼센트에 머물렀던 반면, 경북대 학생들의 경우는 42.4퍼센트에 달하였다. 하지만 양교의 학생들 가운데 진보적인 학생들의 비율 사이에는 별다른 차이가 없었다(조선대 55.6%, 경북대 51.5%). 다만, 중립적인 응답들이 차지하는 비율은 조선대 학생들(35.7%)이 경북대 학생들(6.1%)보다 훨씬 높았다.

이러한 실험결과는 첫째, 대중매체가 유권자들의 정치성향을 변화시킬 수 있다는 점을 분명히 보여준다는 점에서 주목할 만하다. 여러 선행연구들이 미디어의 정치적 효과에 대하여 의구심을 제기하였음에도 불구하고, FTA에 대한 한국 대학생들의 태도가 미디어의 영향력 아래에 있음을 보여준다. 대중매체를 통해 전달되는 영상물을 접했던 상당한 비율의 실험참가자들이 그 내용을 수용한 것이다.

둘째, 이 실험결과에서 더욱 주목할 만한 것은 영상물을 접한 응답자들의 태도 변화가 이들 가지고 있던 기존의 이념적 성향에 따라 상이하었다는 점이다. 진보적 응답자들 가운데 사전조사에서는 FTA를 찬성하다가 FTA반대 영상물을 접한 이후에 반대하는 입장으로 선회한 이들의 비율(33.3%)이 FTA에 대하여 부정적이었다가 FTA찬성 영상물을 접한 이후 긍정적인 입장으로 전환한 이들의 비율(14.3%)보다 더 컸다. 반면, 보수적 응답자들 가운데 FTA에 대하여 부정적이었지만 사후에 긍정적인 입장으로 전환한 이들의 비율(25.0%)이 FTA에 대하여 긍정적이었다가 FTA반대 영상물을 접한 이후에 반대입장을 밝힌 이들의 비율(12.5%)보다 더 컸다. 이처럼 진보적 응답자들이 FTA를 반대하는 영상물에, 보수적인 응답자들이 FTA를 찬성하는 영상물에 보다 민감하게 반응한 것은 기존의 이념적 성향과 충돌하는 영상물보다 일치하는 영상물을 접하였을 경우 실험참가자의 수용성이 더 크다는 점을 잘 보여준다. 이는 실험참가자들이 선택적 노출(selective exposure), 즉 보고 싶은 것만 보려는 경향성을 넘어서서, 선택적 해석(selective interpretation), 즉 이념적 일관성을 유지하기 위해 '해석하고 싶은 대로' 해석하려는 경향이 있다는 점을 보여주는 것이다.

셋째, 이 실험결과는 대중매체가 이념적으로 편중되지 않은 정보를 제공한다면, 그 효과가 상쇄(neutralization)될 수 있다는 점 또한 잘 보여준다. 여기에서 FTA에 대한 기존의 태도를 바꾼 이들의 비율은 이념적 성향에 따라 차이가 없었으며, 전체 진보적 응답자와 보수적 응답자들 가운데 동일하게 12.5%를 차지하였다. 그런데, 이 실험결과는 대중매체가 정치적으로 편향되어 있을 경우 나타날 수 있는 문제점 또한 잘 보여준다. 이소영(2012, 120)이 지적하였듯이 미디어가 특정 집단에게 유리한 혹은 특정 이념성향에 편향된 정보만을 제공할 경우 나타날 수 있는 정치정보의 불균형으로 인하여, 민주적 대의성(democratic representation)이 훼손

될 위험이 있다는 것이다.

VI. 결론

지금까지 이 연구는 한국의 주요 광역도시에 소재하는 대학생들에 대한 설문 조사자료의 분석과 실험을 통해 얻은 자료를 활용하여 유권자들의 정치정보 수용과정에서 나타나는 특징을 고찰하고자 하였다. 특히 이 연구는 정치정보매체에 대한 노출과 이에 따른 이슈에 대한 태도의 변화 가능성에 초점을 두고 1) 유권자들의 정치정보에 대한 접근이 이념적 성향에 따라 선별적으로 이루어질 것이라는 선택적 노출 가설, 2) 미디어가 정치지식을 확대하거나 이슈 우선성을 전환시키는 효과가 있을 것이라는 정치정보가설과 이슈우선성 가설, 3) 유권자들이 자신의 이념적 성향에 일치하는 정치정보에만 민감하게 반응할 것이라는 선택적 해석 가설 등을 제시하고 그 타당성에 대한 경험적 분석을 시도하였다.

분석결과는 대체로 이 연구의 주요가설들을 대체로 지지하는 것으로 나타났다. 첫째, 한국 대학생들의 미디어에 대한 노출은 이념에 따라 선택적 노출이 이루어지고 있으며, 자신과 이념적 거리가 가까운 언론에 대한 편향적인 접근이 이루어지고 있다. 물론, 이러한 태도가 모든 미디어에 대하여 보편적으로 나타나는 것은 아니었다. 소위, ‘조중동’이라고 불리는 보수적 신문(종이와 온라인)에 대해서만 그러한 현상이 두드러지게 나타났으며, 진보적인 신문에 대해서는 그렇지 않았다.

둘째, 이 연구는 일부의 대중매체가 대학생들의 정치지식을 촉진할 뿐만 아니라, 이슈 우선성에 변화를 가져온다는 사실 또한 밝혀냈다: 1) 보수적 신문에 대한 노출은 정치지식의 수준을 향상시키지만, 복지확대, 재벌개혁, 남북관계 개선, 환경문제 등 진보적 이슈의 우선성을 약화시키는 것으로 나타났다; 2) 케이블 뉴스 전문채널, 라디오와 함께 보수적 신문을 포함한 전국일간지가 통계적으로 유의미하게 정치지식수준을 상승시키는 것으로 나타난 반면, 지상파 TV를 비롯하

여 지방신문과 인터넷(에만 있는) 신문과 SNS는 별다른 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 온라인 신문의 경우, 전국일간지 가운데 진보적 신문만이 정치지식에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 실험을 통하여 이 연구는 미디어가 제공하는 정치정보에 대하여 선택적 해석이 이루어지고 있다는 점을 밝혔다: FTA를 지지하는 영상물은 보수적 실험 참가자들에게, FTA를 반대하는 영상물은 진보적 실험참가자들에게 더 높은 수준의 수용성이 나타났다. 아울러, FTA에 대한 태도의 변화를 보여준 이들은 진보와 보수적 유권자 모두에게 유사한 비율로 나타났다. 이는 실험참가자가 자신의 이념적 성향과 일치하는 미디어를 접할 경우 FTA에 대한 태도를 수정함으로써 일관성을 유지시키려는 경향성이 존재한다는 사실을 보여주는 것이다. 아울러 특정한 이념적 성향에 치우치지 않은 정치정보가 시민들에게 제공될 경우 그 효과가 상쇄될 것이라는 점을 보여준다.¹⁶⁾

이러한 분석결과는 무엇보다 유권자들이 다양한 이념적 성향의 정치정보를 접할 수 있는 정보환경을 조성해야할 필요성을 제기한다. 보수적인 혹은 진보적인 정치정보에 대한 편식은 시민들의 합리적인 판단뿐만 아니라 진보-보수 진영 사이의 공정한 정책경쟁을 저해할 가능성이 높다. 아울러, 정치정보에 대한 선택적 해석은 기존의 이념적 성향을 강화시킴으로써 한국사회의 양극화 현상을 더욱 심화시킬 가능성 또한 높다. 특히 한국의 경우 구독률이 높은 보수적 전국일간지들에 대한 접근이 고령층에 편중되어 있다는 점에서 이념적 갈등이 세대간의 갈등과 중첩됨으로써 한국사회의 통합을 가로막을 가능성이 크다. 따라서, TV는 물론 주요신문사들의 공정보도와 함께 정치정보에 대한 접근이 이념 혹은 세대에 따라 심각한 균열이 발생하지 않도록 언론사들의 불공정 경쟁을 억제하는 다양한 제도정비가 이루어질 필요가 있다. 특히 보수언론사의 과도한 시장점유와 영향력을 방지함으로써 유권자들이 이념적으로 편향된 정보에 매몰되지 않도록 정치정보에 대한 접근경로를 다양화하려는 노력이 필요하다.

16) 이러한 분석결과는 미디어에 대한 접근이 이념적 성향과 같은 사전정향에 의해 선별적으로 이루어지며, 미디어가 정치적 태도의 변화를 창출하기 보다는 사전정향을 강화시킨다는 전통적인 강화이론과 대체로 조응한다고 볼 수 있다.

부록 1 언론매체이용과 정치적 지식

언론매체	접근도	1	2	3	4	5	피어슨 카이제곱(12)
TV	이용 없음	25.6	34.9	23.3	16.3	0.0	12.53
	주 1-2회	19.0	32.4	26.8	19.0	2.8	0.40
	주 3-4회	12.5	30.2	25.7	27.2	4.4	
	매일	16.3	30.6	26.5	18.4	8.2	
케이블 TV	이용 없음	17.1	33.9	26.1	19.2	3.7	12.27
	주 1-2회	19.3	30.3	26.1	20.2	4.2	0.42
	주 3-4회	8.8	26.5	26.5	38.2	0.0	
	매일	22.2	11.1	22.2	33.3	11.1	
라디오	이용 없음	19.6	34.9	23.6	18.6	3.3	25.80
	주 1-2회	12.9	25.7	29.7	28.7	3.0	0.01
	주 3-4회	8.3	20.8	41.7	25.0	4.2	
	매일	14.3	28.6	14.3	14.3	28.6	
케이블 뉴스	이용 없음	27.7	30.0	25.4	14.6	2.3	37.73
	주 1-2회	14.5	38.0	24.6	20.7	2.2	0.00
	주 3-4회	8.6	25.9	28.4	29.6	7.4	
	매일	5.9	5.9	35.3	41.2	11.8	
보수 신문(온라인)	이용 없음	21.5	34.5	24.3	18.1	1.7	11.52
	주 1-2회	15.0	30.1	27.8	22.6	4.5	0.49
	주 3-4회	13.5	29.7	27.0	24.3	5.4	
	매일	8.7	26.1	26.1	30.4	8.7	
보수신문(종이)	이용 없음	20.2	34.0	26.1	17.7	2.1	30.36
	주 1-2회	14.9	33.7	26.7	21.8	3.0	0.00
	주 3-4회	8.5	23.4	27.7	34.0	6.4	
	매일	14.3	14.3	19.1	33.3	19.1	
진보신문(온라인)	이용 없음	22.8	40.3	19.5	16.1	1.3	35.78
	주 1-2회	18.7	29.5	27.1	21.1	3.6	0.00
	주 3-4회	5.3	20.0	36.0	32.0	6.7	
	매일	5.9	29.4	29.4	23.5	11.8	
진보신문(종이)	이용 없음	20.0	34.4	25.2	18.4	2.0	6.94
	주 1-2회	14.4	32.0	29.9	18.6	5.2	0.01
	주 3-4회	6.5	26.1	21.7	37.0	8.7	

	매일	21.4	0.0	28.6	42.9	7.1	
지역신문	이용 없음	18.8	35.1	24.5	19.2	2.5	15.31
	주 1-2회	12.0	22.8	32.6	27.2	5.4	0.23
	주 3-4회	20.8	29.2	20.8	20.8	8.3	
	매일	11.1	22.2	22.2	33.3	11.1	
인터넷 뉴스	이용 없음	14.3	36.5	25.4	19.1	4.8	12.31
	주 1-2회	17.0	35.2	22.4	23.0	2.4	0.42
	주 3-4회	21.4	26.5	27.4	22.2	2.6	
	매일	12.9	27.4	33.9	17.7	8.1	
SNS	이용 없음	17.8	35.5	25.7	18.4	2.6	8.52
	주 1-2회	17.7	30.3	29.4	19.3	3.4	0.74
	주 3-4회	18.8	25.0	25.0	25.0	6.3	
	매일	12.5	33.9	21.4	28.6	3.6	

자료 출처: 선거연수원 대학생 설문조사(2012.8)

부록 2 매체 의존도

언론 접근(이용도)	이용 없음	주 1-2회	주 3-4회	매일
TV	43	179	136	49
	10.6	44.0	33.4	12.0
케이블 TV	245	119	34	9
	60.2	29.2	8.4	2.2
케이블 뉴스	130	179	81	17
	31.9	44.0	19.9	4.2
라디오	275	101	24	7
	67.6	24.8	5.9	1.7
보수 신문 (온라인)	177	133	74	23
	43.5	32.7	18.2	5.7
보수신문 (종이)	238	101	47	21
	58.5	24.8	11.6	5.2
진보신문 (온라인)	149	166	75	17
	36.6	40.8	18.4	4.2
진보신문 (종이)	250	97	46	14
	61.4	23.8	11.3	3.4

지역신문	282	92	24	9
	69.3	22.6	5.9	2.2
인터넷 뉴스	63	165	117	62
	15.5	40.5	28.8	15.2
SNS	152	119	80	56
	37.4	29.2	19.7	13.8

출처: 선거연수원 대학생 설문조사(2012.8)

부록 3 실험연구의 개요

연구	세부사항
목적	유권자들의 정치정보 접근 및 참여결정 경로
시기	2012년 6월 4일, 5일, 8일(경북대 34명), 6.5-6.11(조선대 38명)
대상	19세 이상의 대학생(경북대와 조선대)
방법	실험공고에 의하여 자발적 참여(경북대); 수강생들 가운데 자발적 참여(조선대)
	사전조사, 실험, 사후조사, 서명참여 순으로 진행함
	사전조사와 사후조사는 설문지를 이용하였음
	일부는 조사자의 연구실에서 랩탑, 나머지는 컴퓨터 랩의 데스크탑 이용
내용	사전조사: 유권자의 선거관심도, 이념성향, 매체(이용빈도, 신뢰도), 정치정보의존도, 정치인지도, 투표여부, 정당선호도, 이슈에 대한 태도
	실험: FTA관련 VOD 혹은 블로그 게시 기사열람
	사후조사: 지역구 투표정당, 투표효능감, 비관례적 정치참여, 투표설득경험

부록 4 실험기제

구분		제목	출처
TV	FTA 반대	MBC 100분토론(최재천 변호사)	http://youtu.be/t_0hcnuKLCA
	FTA 찬성	새누리당 기자회견(황영철 의원)	http://youtu.be/nj7QqRZGARs
인터넷 포털	FTA 반대	한국쌍 아이디의 블로그	http://liel.egloos.com/2931644
	FTA 찬성	열정 아이디의 블로그	http://sharkmlnu.egloos.com/5575968

【참고문헌】

- 김관규. 2008. “대학생유권자의 미디어 이용과 투표 행동: 2008년 제18대 총선을 대상으로.” 『언론과학연구』 8권 4호, 187-221.
- 김무곤·김관규. 2004. “대학생 유권자집단의 미디어 이용과 평가.” 『한국방송학보』 18권 3호, 134-174.
- 류재성. 2010. “한국 유권자의 정치 지식(Political Knowledge)에 관한 연구 현황과 과제.” 『한국정치연구』 19권 1호, 45-70.
- 문우진. 2009. “정치정보, 정치참여와 민주주의.” 『한국정치학회』 43권 4호, 327-349.
- 박종민. 1993. “정치적 지지의 근원으로서의 매체노출.” 『한국정치학회』 27권 1호, 305-330.
- 송종길·박상호. 2005. “뉴스 미디어 이용이 유권자의 정치 행태에 미치는 영향에 관한 연구.” 『한국방송학보』 19권 2호, 126-163.
- Babbie, Earl 저. 고성호 외 역. 2013. 『사회조사방법론』 13판. 서울: 센케이저 러닝코리아.
- 이소영. 2011. “정치적 태도와 선택에 있어서 정치적 정보의 영향.” 『서강대학교 현대정치연구소』 4권 1호, 39-71.
- 이소영. 2012. “웹 2.0 시대 온라인 미디어의 정치적 역할: 대학생 유권자의 정치행태를 중심으로.” 『동서연구』 24권 2호, 89-116.
- 이재신·이영수. 2009. “정치정보 습득, 관여도, 정치적 불만과 정치참여 유형의 관계.” 『한국언론학회』 53권 2호, 183-205.
- Berelson, Bernard R., Paul F. Lazarsfeld, and William N. McPhee. 1954. *Voting*. Chicago: University of Chicago Press.
- Blais, 2007. “Turnout in Elections.” Russell J. Dalton and Hans-Dieter Klingemann eds. *The Oxford Handbook of Political Behavior*. New York: Oxford University Press. pp. 621-635.
- Converse, Philip. 1962. “Information Flow and the Stability of Partisan Attitudes.” *Public Opinion Quarterly* 26, 578-599.
- Houghton, David Patrick. 2009. *Political Psychology: Situations, Individuals, and Cases*. New York: Routledge.
- Iyengar, Shanto, Mark D. Peters, Donald R. Kinder. 1982. ““Not-So-Minimal”

- Consequences of Television News Programs.” *The American Political Science Review* 76, No. 4, 848-858.
- Kinder, Donald R. 2003. “Communication and Politics in the Age of Information.” David O. Sears, Leonie Huddy, and Robert Jervis eds. *Oxford Handbook of Political Psychology*. New York: Oxford University Press. pp. 357-393.
- Lazarsfeld, Paul, Bernard Berelson, and Hazel Gaudet. 1944. *The People's Choice*. New York: Columbia University Press.
- Lee, So-Young. 2011. “Information Effects in Policy Preferences of the U. S. Electorate.” *The Korean Journal of Area Studies* 29, No 2, 183-208.
- Zaller, John R. 1992. *The Nature and Origins of Mass Opinion*. New York: Cambridge University Press.

투고일: 2013.09.07 심사일: 2013.10.10 게재확정일: 2013.10.19

【ABSTRACT】

Exposure to Conservative Media and Issue Priority

Jhee, Byong Kuen | Chosun University

Shin, Du Chel | Dankook University

Eom, Ki Hong | Kyungpook National University

This study is an attempt to explore how the exposure to conservative media affects political orientations of Koreans. Conducting a survey and an experiment of undergraduate students in major cities, this study shows that there exist robust tendencies of selective exposure and of selective interpretation. Conservative respondents are more likely to be exposed to conservative media. Furthermore, exposure to conservative media weakens progressive-issue priority and intensifies conservative ideological orientation. These findings suggest that promoting public access to ideologically diverse political information and institutional constraints on ideologically biased media conglomerates not to dominate Korea's media market are required for the democratic deepening of Korea.

Key Words | mass media, political information, issue priority, selective exposure, selective interpretation.