

# 유튜브 시사정치채널 이용자의 뉴스 관점에 관한 탐색적 연구

## An Exploratory Study on News Perception of YouTube Current Affairs and Political Channel Users

유용민

인제대학교 미디어커뮤니케이션학과

Yongmin Ryu(eudemonia38@naver.com)

### 요약

이 연구는 유튜브 시사정치채널 이용자의 뉴스 인식에 영향을 미치는 변인들을 탐색하는데 주된 목적이 있다. 기존 연구들은 언론과 유사한 역할을 수행하는 유튜브 채널들의 여론 영향력을 정치적 양극화, 가짜뉴스, 확증 편향 등의 측면에서 살펴보고 규범적 비판을 제공하는 데 치중되어 있다. 이 연구는 그러나 유튜브 등장과 더불어 이용자 뉴스 인식에 나타난 변화와 의미를 살펴보고자 했다. 이를 위해 유튜브 시사정치채널 이용 경험이 있는 이용자 대상 온라인 서베이를 시행했다. 연구 결과 유튜브 시사정치채널 이용자의 뉴스 관점은 전문직 저널리즘 관점에서의 뉴스 인식과 더불어 디지털 환경에서 새롭게 추가된 뉴스 인식이 혼재되어 있는 것으로 나타났다. 이 결과를 토대로 연구자는 플랫폼 환경에 대한 전문직주의 언론의 대응 방향에 관한 함의를 검토해 보았다.

■ 중심어 : | 유튜브 | 시사정치채널 | 뉴스역할 | 뉴스규범 | 저널리즘 탈-권위 |

### Abstract

The main purpose of this study is to search for variables that influence the perception of news of YouTube current affairs and political channel users. Existing studies have focused on providing normative criticism by examining the public opinion influence of YouTube channels, which play a role similar to the media, in terms of political polarization, fake news, and confirmation bias. However, this study attempts to examine the changes and meanings of users' perception of news with the advent of YouTube. To this end, an online survey was conducted for users with experience in using YouTube's current affairs and political channels. As a result of the study, it was found that the news perception of YouTube current affairs and political channel users was mixed with the perception of news from the perspective of professional journalism and the perception of newly added news in the digital environment. Based on these results, the researcher examined the implications of the professional news media's response direction to the platform environment.

■ keyword : | YouTube | News Channels | News Roles | News Norms | Journalism Authority |

\* 본 연구는 2019년 SBS문화재단의 지원을 받아 수행된 연구임.

접수일자 : 2021년 02월 16일

수정일자 : 2021년 03월 18일

심사완료일 : 2021년 03월 28일

교신저자 : 유용민, e-mail : eudemonia38@naver.com

## I. 문제제기 및 연구목적

전통 언론이 수행하는 저널리즘 기능과 역할에 대한 사회적 불신은 지속적으로 낮아지는 반면 대안 뉴스 채널에 대한 뉴스 소비자의 관심은 늘어나고 있다. 동영상 공유 플랫폼 유튜브가 뉴스 소비를 위한 대안 미디어 채널로 주목받게 된 현상은 언론 불신이 지속되는 가운데 뉴스와 언론에 대한 사람들의 대안적 선택과 활용이 확산된 최근의 저널리즘 현실을 보여주는 현상이다. 언론 불신과 유튜브가 그 대안으로 소비되는 현상은 한국에서 유달리 강세를 보이고 있다. 영국 로이터 저널리즘 연구소가 2020년도 조사한 디지털 뉴스 리포트 2020을 보면 한국 언론 신뢰도는 조사 대상 40개국 가운데 가장 낮은 수준에 위치하고 있으며 유튜브를 통한 뉴스 이용률은 45%로 나머지 국가 평균 27%보다 훨씬 높다. 이러한 현상은 다양한 세대에 걸쳐 보편적으로 나타나고 있다. 2019년 한국언론진흥재단이 발표한 언론 수용자 조사에 따르면 유튜브를 언론으로 인식하는 경향은 젊은 층은 물론 60대 이상의 노년 층에서도 높게 나타났다.

이러한 현상이 심화되면서 학계와 언론계에서는 유튜브 저널리즘 현상이 주목받기 시작하면서, 유튜브가 과연 저널리즘인가 아닌가라는 문제를 놓고 활발한 논쟁이 제기되었다. 한편에서는 유튜브가 사실 정보를 수집, 검증하고 사실과 의견을 분리해 전달하는 전통적인 저널리즘 모델에 부합하지 않는다는 점을 지적하였고 다른 한편에서는 언론의 역할과 저널리즘 모델은 다양한 형식으로 변천해 왔으며 유일무이한 저널리즘 모델은 존재하지 않는다는 점에서 유튜브 또한 저널리즘 현상으로 수용할 부분이 있다는 의견의 대립이 있었다. 이러한 논쟁에서 특히 주목할 부분은 바로 수용자 인식이다. 왜냐하면 미디어 전문가나 언론에 대한 학술적 관점에 따라 유튜브를 언론으로 볼 것이냐 말 것이냐라는 논쟁과 별도로 많은 수용자들이 이미 유튜브를 통해 뉴스와 유사한 시사 정보를 습득하고 있고 심지어 그런 채널들을 언론으로 인식하는 세대 때문이다. 더구나 이런 인식은 유튜브에 대한 신뢰로도 연결되고 있다. 2019년 <시사인>이 수행한 대한민국 신뢰도 조사 결과에 따르면 가장 신뢰할 수 있는 매체 2개를 꼽아달라는

질문에 유튜브는 19.1%로 1위를 차지했으며 이는 포털(네이버)과 공영방송(KBS)보다도 더 높은 수치였다.

이처럼 유튜브가 언론과 다를 바 없는 존재로 인식되는 상황에서 유튜브에 대한 학술적 논의들은 상당 부분 유튜브 저널리즘 현상이 유발하는 사회적 역기능이나 폐해에 주목하는 규범적 문제의식과 다른 한편에서는 유튜브 뉴스 환경에서 언론사나 뉴스 생산자들이 어떻게 대응해야 하는가라는 비즈니스 전략에 관한 전망을 중심으로 활발히 검토되고 있다. 또는 유튜브 상의 저널리즘적 채널들이 제공하는 뉴스 콘텐츠 특성에 대한 실증 분석을 기초로 유튜브 저널리즘의 내용적 성격을 파악하려는 시도들도 있다.

그에 반해 유튜브 저널리즘을 수용자 입장에서 이해하기 위한 시도들은 아직 드문 형편이다. 그러나 유튜브 저널리즘 현상이 가져온 변화를 이해하기 위해서는 수용자들의 인식과 태도에 기초할 필요가 있다. 전문가와 생산자 관점에서 언론 규범이나 저널리즘 윤리만 놓고 이야기하면 지금 벌어지는 현상을 이해하는 데 충분하지 않은 측면이 있기 때문이다. 예를 들어 전통적으로 뉴스의 심층성은 저널리즘 측면에서 긍정적인 지표로 간주되었지만 유튜브 시사정치 채널들이 심층적으로 특정 사안에 파고들어 전달하는 정보들을 보면 확증편향이나 근거 없는 선동이나 자극적 발언 같은 부정적 측면도 존재한다. 따라서 유튜브를 언론처럼 소비하는 저널리즘 환경에서 뉴스와 저널리즘에 대한 기존의 인식 자체를 재이해하기 위한 맥락 안에서 유튜브 저널리즘 현상을 분석할 필요가 있다.

이에 본 연구는 유튜브 수용자들이 뉴스를 바라보는 관점에 주목해 보고자 했다. 이유는 유튜브 저널리즘이 기존 전문가 또는 생산자 입장에서 규범적으로 문제가 있던 없던 간에 뉴스 소비자들이 유튜브를 통해 뉴스를 소비하는 과정에서 언론에 대한 기준이나 인식 자체에 영향을 받게 되는 측면들이 있을 수 있고, 그런 측면들을 이해한다면 유튜브를 통한 뉴스 소비 현상을 더욱 잘 이해하는 계기가 될 수 있을 것이란 기대 때문이다. 이러한 이 연구의 연구 모형은 아래 [그림 1]과 같다.

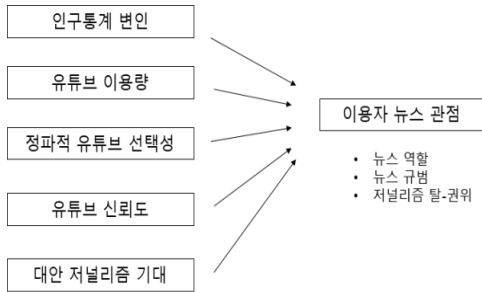


그림 1. 본 연구의 연구 모형

이러한 동기에서 출발하여 이 연구는 유튜브 시사정치 채널을 통해 뉴스를 소비하는 이용자들을 대상으로 뉴스에 대한 그들의 인식에 미치는 영향을 탐색해보고자 했다. 이를 위해 유튜브 이용, 정치적 유튜브 선택성, 유튜브 신뢰 그리고 대안 저널리즘 기대가 뉴스의 역할, 뉴스 규범 그리고 저널리즘 탈-권위에 미치는 영향을 탐색적으로 살펴보고 그 함의를 고찰하였다.

## II. 이론적 배경과 선행연구 검토

### 1. 유튜브 뉴스 소비 현상에 대한 논의

유튜브는 이제 더 이상 동영상 공유 플랫폼이 아니다. 한국에서 유튜브는 뉴스 생산과 유통 그리고 소비를 위한 중요한 플랫폼으로 기능하고 있다. 영국 로이터 저널리즘 연구소가 2020년 조사한 디지털 뉴스 리포트 2020에 따르면 유튜브를 통해 뉴스를 보는 사람은 100명 중 45명에 달하는 것으로 나타났다. 2019년도 같은 조사에서도 유튜브 뉴스 이용률은 40%였다. 이러한 추세는 일부 독자 계층에 한정된 것도 아니다. 앞서 예시한 조사 결과에서 유튜브를 통한 뉴스 이용은 전 연령층에서 고르게 나타났기 때문이다. 인터넷 뉴스 소비는 주로 젊은 층에서 상대적으로 우세한 현상이었지만 유튜브를 통한 뉴스 소비 문화가 확산되는 과정에서 플랫폼 뉴스 소비는 보다 보편적인 현상으로 강화되고 있다.

이에 따라 유튜브 저널리즘이란 새로운 신조어가 등장하고 관련 논의가 학술적으로나 사회적으로 촉발되기 시작했다[1][2]. 유튜브 저널리즘은 학술적으로 합의

된 개념은 아니다. 하지만 유튜브를 통해 뉴스를 소비하는 문화가 급격히 확산됨에 따라 유튜브와 저널리즘의 접점이 발생하게 된 것은 부인하기 어려운 사실이다. 특히 수용자들이 볼 때 주류 언론을 통해서나 유튜브를 통해서나 최근의 사회 현안이나 시사 정보를 접할 수 있다는 점에서는 별 차이가 없다는 점 또한 유튜브 저널리즘 현상에 대한 주목을 더욱 높이는 계기로 작용했다. 그에 따라 유튜브에서 유통되는 온갖 시사, 정치 현안 관련 콘텐츠가 범법하고 수용자들이 적극적으로 그러한 콘텐츠들을 소비하는 현상이 이론적으로 저널리즘 범주에서 논의하는 것이 타당한지와 별개로 유튜브 상에서의 뉴스 소비 구조와 문화가 저널리즘 영역에 미치는 변화의 실체를 인정해야 한다는 목소리도 제기되었다[3].

이러한 문제의식과 함께 유튜브와 뉴스 소비에 관한 조사와 연구들이 뒤따랐다. 김선호와 김위근[4]은 우리 국민의 뉴스 미디어 이용에 관한 조사에서 우리 국민이 뉴스 이용을 위해 가장 많이 이용하는 미디어로는 유튜브가 40%로 네이버 66%에 이어 두 번째로 높은 비중을 차지하고 있다고 보고한다. 이는 과거 포털 위주의 뉴스 소비 문화가 유튜브와의 경쟁 체제로 뉴스 소비 축이 이동하는 양상을 보여준다[5].

뉴스 소비 공간으로 유튜브의 부상에 따라 유튜브에서 유통되는 뉴스 콘텐츠의 성격 또한 기존의 언론사 뉴스 구성과는 다른 양상을 보인다. 유튜브에서 '뉴스' 키워드를 활용하여 검색된 콘텐츠를 분석한 이상우[6]에 따르면 유튜브 상의 뉴스 콘텐츠는 전통 언론사들이 제공하는 뉴스, 유시민이나 홍준표 등 정치인 그리고 주류 정당이 자신들의 유튜브 채널을 통해 제공하는 뉴스 그리고 황장수 등 개인이 운영하는 채널의 뉴스로 분류된다.

유튜브 뉴스 소비 현상은 또한 이른바 유튜브 저널리즘이 수용자와 여론에 미치는 영향력에 관한 사회적 논의와 학술적 주목을 요구했다[7-9]. 유튜브는 수용자들이 언제 어디서든 쉽고 빠르게 자신이 원하는 뉴스 정보를 접할 수 있게 해준다는 잇점이 있다[10]. 하지만 유튜브 알고리즘에 의하여 자신의 성향에 맞춰진 정보 편식이 발생하고 다양한 관점을 접할 기회가 차단되며 확증편향을 일으키거나 가짜뉴스 또는 허위조작정보

확산으로 사회 여론을 교란하고 왜곡시킬 수도 있다 [11][12]. 그에 따라 유튜브 뉴스 소비 현상에 관한 사회적 논쟁 또한 유튜브 저널리즘의 부정적 폐해에 대한 논의가 주를 이루었다.

이상의 논의들이 갖는 공통점은 대부분 생산자 관점에서 유튜브에서 뉴스로 소비되는 대상들을 이해하려는 접근들에 의존하고 있다는 특징을 갖는다. 예를 들어 생산자 관점에서 유튜브 매체들이 생산하는 정보는 '뉴스'가 아니라는 식의 접근이 대표적이다. 물론 이러한 논의들은 유튜브 뉴스 소비 실태와 현황, 유튜브에서 뉴스로 인식되는 콘텐츠들의 특성 그리고 그러한 콘텐츠 소비가 사용자들의 여론 인식과 정치적 의사결정에 미치는 영향력에 관한 이해에 기여한다.

하지만 유튜브 뉴스 소비 현상에 대한 학술적 이해를 위해 추가적으로 주목할 부분은 바로 뉴스와 뉴스 생산자에 대한 인식 자체가 변화하고 있다는 점이다. 실제 유튜브 상에서 소비되는 시사 콘텐츠들은 방송사와 신문사들이 생산하는 기존 뉴스 형식에 국한되어 있지 않는 차별화된 뉴스 문법을 보여주고 있다. 물론 유튜브에서 뉴스로 소비되는 정보들은 확인된 사실을 정제하여 뉴스로 제공하는 언론사들에 의해 수행되는 저널리즘 범주로 보기 어려운 측면이 있다. 하지만 뉴스 수용자들은 언론사 뉴스만 뉴스라고 인식하기보다 블로그, 인터넷 검색 정보, 소셜 미디어, 온라인 커뮤니티 등에 올라오는 광의의 시사 정보를 뉴스처럼 소비하는 상황을 고려할 때 유튜브 뉴스 소비 현상이 몰고온 변화는 단지 유튜브 시사 채널들이 제공하는 콘텐츠가 정치적인 의사결정에 미치는 영향력 측면에서 확증편향이나 가짜뉴스 확산 같은 문제들 뿐만 아니라 뉴스에 대한 인식이 그 저변에서부터 변화하는 맥락에 주목할 필요가 있다. 최근에는 디지털 뉴스 환경에서 뉴스에 대한 생산자들의 인식의 변화도 뒤따르는 상황[13]은 저널리즘 연구에서 수용자 인식 탐구의 필요성을 뒷받침한다.

## 2. 수용자 관점에서의 뉴스 인식과 뉴스관점

디지털 저널리즘 환경에서 뉴스는 더 이상 언론사가 생산한 뉴스로 한정되지 않고 있다. 시민 블로거가 생산한 뉴스에서부터 SNS에 게재되고 공유됨으로써 사람들 사이에서 뉴스와 유사한 역할을 하는 정보들까지

다양한 형식의 정보들이 '뉴스'로 소비되고 있다. 뉴스가 아닌 것과 뉴스를 구분짓는 경계의 기준에 대한 질문은 온라인 미디어 환경의 등장과 더불어 본격적으로 제기되었다. 이러한 질문들에 대하여 언론사 뉴스룸이 생산한 뉴스만 뉴스로 간주하는 관점은 오늘날 온라인 환경의 저널리즘 변화를 따라잡지 못하고 있다. 다양한 행위자들이 다양한 형식 또는 포맷의 정보들을 뉴스처럼 송신하고 소비자들은 그 정보들을 소비하는 상황에서 전문직주의 관점에서만 뉴스를 정의하는 시각은 뉴스와 여타 정보 사이의 경계가 흐려지는 현상과 그 의미[14]를 설명하는 데 한계가 있다. 그에 따라 뉴스를 정의하는 일에 대한 학술적 접근은 생산자 뿐만 아니라 소비자 관점을 포함하여 고려할 필요가 발생한다 [15].

많은 선행 연구들은 뉴스에 대한 저널리스트들의 인식 뿐만 아니라 수용자 인식을 탐구해 왔다[16-20]. 이들 연구들은 공통적으로 뉴스란 무엇인가 또는 뉴스란 어떤 역할을 수행하는 것인가에 관한 인식의 변화를 이해하기 위해서는 언론인들과 언론 전문가들이 생각하는 뉴스의 기준 뿐만 아니라 수용자들의 뉴스에 대한 인식 또한 파악할 필요가 있다는 점을 강조한다.

뉴스 인식을 둘러싼 변화에는 단지 뉴스에 대한 정의만 해당되진 않는데, 뉴스를 소비하는 행위의 다변화에 따른 인식 변화도 포함된다. 가령 디지털 환경에서는 온라인에서 글을 쓰거나 공유하는 행위 같은 것들도 저널리즘 범주에 포함된다[21]. 이러한 논의는 뉴스와 언론이란 무엇인가 또는 어떤 기능이나 역할을 수행하는가에 관한 논의는 계속적으로 유동하고 변화하며 그 경계 또한 달라진다는 점에 대한 주목 그리고 언론인과 뉴스룸 중심의 뉴스관에 대한 근본적 물음의 필요성을 제기한다.

국내에서 이러한 문제의식을 실제 연구에 적용한 대표적인 사례는 온라인 뉴스 이용자의 뉴스관과 뉴스 이용을 실증 분석한 임영호와 동료들의 연구[22]와 소셜 미디어 환경에서 저널리즘에 대한 인식을 뉴스 이용자의 관점에서 탐색한 김근수의 연구[23]를 들 수 있다. 임영호와 동료들은 온라인 뉴스를 주로 소비하는 수용자들의 뉴스관이 전문가들의 뉴스 관과 상이하며, 특히 뉴스 이용 행태 즉 뉴스 소비 방식에 따라서도 뉴스관

이 달라질 수 있음을 실증하였다. 이들의 연구에 따르면 온라인 뉴스 수용자들은 정보 전달, 공정성, 심층성, 재미와 토론, 계몽 같이 뉴스의 정의를 이루는 요인들을 별다른 구분없이 받아들이고 있었다. 뿐만 아니라 뉴스를 반드시 전문직주의 언론인이 생산하는 것으로 보지 않고 또한 단순히 정보를 제공하는 것만을 뉴스로 규정하지도 않았다.

그에 따르면 트위터 이용자들은 전통적인 기자 역할 및 기자 규범에 대한 인식을 공유하면서도 동시에 이용자 자신의 이용 동기나 저널리즘 실천 행위 유형에 따라 디지털 시대에 등장한 기자 역할이나 규범 또한 적극적으로 받아들이고 있다. 이는 오늘날 수용자들의 인식 안에는 기존 저널리즘에 관한 전문직주의 관점으로 한계 지우기 어려운 뉴스에 대한 다양한 인식들이 공존, 경합하고 있음을 시사한다.

이상의 논의들은 뉴스 또는 뉴스 생산자의 기능과 역할 그리고 그에 수반되는 규범적 기준들에 대한 생산자 관점의 이해를 수용자 관점으로까지 확장시키는 한편, 언론 입장에서는 왜 수용자들의 뉴스 이용 행태나 언론에 대한 태도 또는 저널리즘 인식이 변화하는지에 대한 이해의 계기를 확보한다는 점에서 뉴스관에 대한 학술적, 실무적 이해의 폭을 넓힐 수 있다. 이는 특히 온라인 환경에서 뉴스 전문직주의가 도전받는 상황[24] 그리고 그 과정에서 뉴스와 언론의 범위가 확장, 변주되고 그럼으로써 전문직주의적 뉴스 세계의 경계가 불분명해지는 흐름[25-27] 속에서 저널리즘 장에서 발생하는 변화를 이해하는 데도 유효하다. 또한 전통적인 저널리즘 인식을 속에서 이해되기 어려운 전문직주의 저널리즘의 의미나 기능을 이해하기 위한 새로운 규정의 근거들을 찾기 위한 필수적인 작업이기도 하다.

### 3. 유튜브 이용자의 뉴스 관점에 관한 논의

유튜브에서 뉴스처럼 소비되는 시사 정치 채널들의 콘텐츠는 엄밀한 사실 검증 과정이나 객관성 규범 같은 전문직주의 뉴스 생산 관행을 거쳐 만들어지지 않다 보니 매체를 운영하는 주체의 직설적인 의견이나 관점에 기초한 해석과 추측들에 기초하는 경우들이 많고 특히 짧은 방송 뉴스나 신문사 기사와 달리 긴 시간에 걸쳐 심도 깊은 분석을 제공하는 경우들이 많다. 최근 뉴스

소비 목적으로 유튜브를 이용하는 사람들을 대상으로 유튜브 이용 동기와 유튜브 콘텐츠에 대한 인식을 조사한 민영과 동료들의 연구[28]에 따르면, 유튜브 이용자들은 유튜브 채널들이 제공하는 저널리즘적 콘텐츠의 심층성을 높이 평가하고 있으며 이용자들은 주류 언론으로부터 제공받지 못하는 정보 욕구를 충족시켜주는 보완적 (대안) 매체로 지각하는 것으로 밝혀졌다.

언론사 채널을 제외한 개인 유튜브 채널들이 생산하는 콘텐츠들은 육하원칙과 취재원 인용 등 사실과 의견을 명확히 구분하는 뉴스 양식으로부터 자유로운 모습을 보이고 있다. 수용자들이 이러한 정보들을 뉴스로 수용하고 있다는 점은 유튜브 뉴스 소비 현상의 핵심이 뉴스란 무엇인가를 둘러싼 저널리즘 인식의 변화에 있음을 시사한다. 이러한 변화는 근본적으로 누구나 자기 마음대로 '뉴스'로 포장된 시사 콘텐츠를 생산하고 이용자들은 검색과 유튜브 알고리즘 추천을 통하여 이를 손쉽게 선택하여 이용할 수 있게 되는 과정에서 뉴스의 경계가 흐려지고 모호해지는 현상을 의미한다. 유튜브와 뉴스와 관련하여 언론 현장의 목소리를 청취한 이승현과 정정주의 연구[29]에 따르면 기성 언론사에 소속된 뉴스 생산자들조차 자신들이 생산하여 유튜브에 올리는 콘텐츠들조차 전통적인 관점에서 보면 뉴스라고 부르기 어렵고 따라서 뉴스의 정의 자체도 달라져야 할 필요가 있다는 문제의식을 시사하고 있다.

이러한 변화는 뉴스에 대한 정의 차원과 더불어 뉴스를 만드는 생산자와 생산 조직에 대한 인식과 태도의 변화 가능성과도 맞물려 나타나고 있다. 가령 언론 신뢰도 등 각종 매체 조사 결과들을 보면, 최근 한국 사회에서 나타나고 있는 경향은 전통적인 언론사 또는 언론사에서 체계적인 전문 언론인 교육훈련을 받지 않은 인물들이 신뢰할 수 있는 언론인으로 지목받고 있다는 점이다. 유튜브 뉴스에 대한 수용자 인식을 조사한 이상우의 연구 또한 뉴스 소비자들이 기성 언론보다 유튜브 채널을 더 신뢰할 수 있는 매체로 인식하고 있는 경향을 실증 보고하고 있다.

그렇다면 구체적으로 유튜브 환경에서 뉴스의 인식은 어떤 변화의 지점들이 존재하는가? 연구자는 이를 뉴스 역할과 뉴스 규범 그리고 전문직주의 저널리즘 권위의 약화를 의미하는 저널리즘 탈-권위의 측면에서 검

토해볼 필요가 있다고 보았다.

### 3.1 뉴스 역할

뉴스의 역할은 주로 전문직주의 저널리즘에게 사회 및 다양한 이해관계자들이 기대하는 역할 인식을 뜻한다. 전통적으로 언론의 역할은 전문직주의 언론인의 측면에서 논의가 되었는데, 그 이유는 언론에 대한 이해나 접근의 측면에서 수용자들이 개입할 여지가 적었기 때문이다. 그에 따라 뉴스 연구자들은 기자의 역할을 배포자, 해석자(또는 해석적 조사자), 적대자, 동원자 등으로 세분화하여 제시한 바 있다[30][31]. 기자 역할은 곧 뉴스를 통해 그 결과가 가시화되는 것이기 때문에, 이를 뉴스가 어떤 역할을 수행해야 하는가, 즉 뉴스의 역할이라는 맥락으로 수용해도 큰 무리는 없다. 이러한 문제의식에서 뉴스의 역할이란 정치권력, 제도, 시장 그리고 시민 공중들을 향해서 뉴스가 수행하는 기능의 측면에서 검토되어 온 것이 사실이다.

그러나 디지털 환경, 특히 유튜브 플랫폼이 뉴스 소비의 공간으로 주목받는 과정에서 뉴스 소비자들은 기성 언론사가 만들지 않은 정보 또한 뉴스의 일부 혹은 연장선상에서 받아들이고, 그런 매체를 운용하는 행위자들을 언론인의 범주에 포함시키기 시작하는 변화가 일어났다. 각종 여론조사에서 언론사에서 전문적으로 훈련받지 않은 인물들이 '신뢰하는 언론인'의 범주에 포함되기 시작했고 유튜브는 언론 매체의 일부에 포함되기에 이르렀다. 김어준이나 유시민 같은 인물들이 대표적이다. 이러한 측면에서 보면 소비자들의 관점에서 뉴스의 역할이란 언론인의 측면에서만 아니라 수용자의 측면에서 이용자가 기대하는 인식으로도 접근할 수 있다. 이는 뉴스 현실에서도 나타난 변화로 서슨과 티프트의 연구에 따르면 오늘날 전통적인 기자의 역할을 수용하는 시민들의 비중은 과거보다 더 적어졌다[32].

이러한 변화에 따라 뉴스의 역할에 대한 정의도 새로운 요소들이 추가되거나 변형되었는데, 가령 입증, 의미 식별, 안내, 포럼 이끌기, 수집, 연결 같은 것들이 대표적이다. 최근에는 인터넷 상에 너무나 많은 뉴스 정보들이 제공되는 상황에서 어떤 정보가 가치가 있는지, 뉴스 수용자가 어떤 정보를 취사선택해야 하는지를 안내하고 이끄는 뉴스의 새로운 기능이 주목받고 있기도

하다. 언론의 주요한 기능적 특성을 전통적인 의제설정으로 보기보다 1인 미디어나 큐레이션(curation) 같은 새로운 기능적 측면들로 주목받고 있는 것이다[33].

실제 유튜브는 사실 정보를 전달하는 기성 언론사들의 뉴스와는 달리 비평과 해석적 정보가 주를 이룬다는 점에서 유튜브 정치 시사 채널들이 제공하는 정보들은 기존의 뉴스관에서 벗어난 측면이 있다. 더구나 유튜브 알고리즘 추천 시스템은 다양한 정보를 객관적으로 제공하는 뉴스 환경이 아닌 이용자가 선호하는 정보에 대한 자동화된 선택적 노출(selective exposure)을 유도하기 때문에[34] 유튜브 뉴스는 기존의 객관적 정보 전달이나 다양한 여론의 전달 같은 기성 언론에 요구되는 역할로 파악하기 적절하지 않은 측면이 있다.

이러한 변화상을 구체적으로 검토하기 위해서는 유튜브에서 뉴스처럼 소비하는 각종 시사 정보들에 대한 사용자들의 인식을 살펴볼 필요가 있지만, 아직까지 그에 관한 연구는 없다.

### 3.2 뉴스 생산 규범

저널리즘 규범은 뉴스를 통해 언론이 어떤 규범적 실천을 해야 하는지를 설명한다. 뉴스와 언론 활동에 적용되는 저널리즘 규범은 전통적으로는 객관 저널리즘(objective journalism) 모델에 근간한 규범을 중심으로 사고되어 왔지만, 저널리즘 규범에 대한 인식은 언론 환경의 변화에 따라 끊임없이 변화해 왔다. 저널리즘 규범은 경우에 따라 언론 외부에서 언론에 요구하는 규범적 기대에 의하여 달리 모색되기도 했다. 저널리즘 역사에서 보면 저널리즘 규범은 초기에는 사실성 또는 사실주의가 지배적이었지만 사실만 가지고서는 다양한 독자들의 이해관계를 충족시키기 어렵게 되자 저널리즘 규범의 방점은 사실성에서 객관성으로 옮겨지게 됐다[35].

객관성을 중심으로 한 저널리즘 규범의 모색은 그러나 20세기 인터넷 디지털 혁명과 더불어 변화한 조건에 직면한다. 주창 저널리즘과 언론의 당파성 같은 요인들에 의해 객관 보도에 대한 의구심이 커지고 더불어 인터넷 상에서 다양한 주의주장과 의견들이 오고가는 상황에서 매스 미디어가 허울뿐인 객관성을 고집하는 일은 객관성 규범에 대한 대중적, 전문적 회의를 키웠

다. 대신 정확성, 공정성, 완전성, 투명성 같은 새로운 규범에 대한 요구들이 등장하기 시작했다. 소셜 미디어 환경의 등장에 따라 정보 전달자로서의 언론 정체성에 입각한 전통적인 뉴스 규범은 도전받는 한편 독자의 요구에 반응하고 소통하는 데 필요한 새로운 규범적 요소들에 대한 필요성이 발생하였다. 그 결과 디지털 저널리즘 환경에서 뉴스 생산, 공유, 소비에서 소비자의 영향력이 커진 상황에서 전문직주의 규범의 입지는 줄어들었다.

그러나 대부분 뉴스 규범 연구들은 디지털 환경에서 새로운 저널리즘 모델에 주목하면서도 규범의 문제는 여전히 전문직주의 생산자 측면에서만 살펴온 경향이 크다. 그에 반해 뉴스 이용자들이 바라보는 뉴스에 대한 규범의 내용과 영향력에 대한 검토는 활발히 이루어지고 있다고 보긴 어렵다. 뉴스 생산 관행 또한 다양한 차원의 사회적 영향 요인 아래에서 형성되는 것이라는 관점에서[36] 볼 때 이러한 경향은 뉴스 규범에 대한 수용자 인식의 측면에 대한 이해를 통해 보완될 필요가 있다.

### 3.3 저널리즘 탈 권위 인식

언론에 대한 인식에서 저널리즘의 권위(authority)는 뉴스와 언론의 영향력을 이해하는 중요한 개념이다. 이러한 저널리즘의 권위는 언론이 언론으로서 수행하는 역할에 대한 사회적 평판에 부여된 신뢰로 이해될 수 있다[37]. 그러나 디지털 저널리즘 환경에서 시민 저널리스트들을 포함하여 기성 언론과 경쟁하는 대안적 저널리즘 양식과 실천들이 등장하면서 권위있는 정보 제공자로서 저널리즘의 권위는 지속적으로 도전받게 됐다[38]. 저널리즘 권위 하락은 언론의 의제설정에서부터 게이트키퍼 그리고 사안에 대한 의미 부여에 관여하는 언론의 틀짓기 기능 같은 뉴스 효과의 전반적인 하락과 연관된다. 포털이나 검색엔진 같이 뉴스 생산자와 소비자 사이에서 뉴스를 매개하는 역할을 수행하는 뉴미디어의 등장은 저널리즘 권위 하락을 가속화시켰다.

이러한 추세는 무엇이 언론이고 누가 저널리스트인가에 관한 근본적인 인식의 변화와 관련된다. 페이스북이나 유튜브 같은 기술 기업들이 제공하는 플랫폼은 이러한 변화의 중심에 있다[39]. 오늘날 무엇이 뉴스이고

누가 저널리스트인가를 규정하는 경계는 해체되고 있다는 점은 저널리즘 연구에서 더욱 논쟁적인 관심사다[40]. 유튜브 저널리즘 현상은 이러한 문제의식이 극명히 적용될 수 있다. 유튜브에서 활약하는 (유사) 저널리즘 채널과 행위자들은 기성 언론도 아니고 기성 저널리스트처럼 훈련받은 행위자들 또한 아닌 경우들이 많기 때문이다.

이는 저널리즘 권위의 문제와도 연관이 되는데, 그 이유는 유튜브 매체를 또한 언론처럼 수용자들에게 수용되고 유튜브 매체를 운영하는 행위자들을 '신뢰할 수 있는 언론인'의 범주에 포함시키는 사회적 인식의 등장은 언론 혹은 전문직주의 저널리즘에 부여되던 권위의 해체와 긴밀한 연관을 갖기 때문이다. 저널리즘 실천이 뉴스 생산자에서 수용자로의 일방적 정보 전달 과정에서 수용자들의 능동적 선택과 참여에 의한 개방성으로 이동하고, 더 나아가 아예 과거 수용자 또는 취재원으로서 공중과 만나던 사회적 행위자들이 자기-매체화를 통해 유튜브에서 저널리즘 생산자처럼 활동하는 상황에서 저널리즘 권위는 전문가 권위라는 틀로만 접근하기보다 외적인 정당성[41] 즉 사회적 행위자들이 누구를 저널리즘 행위자로 인정할 것인가[42] 측면에서 파악할 필요 또한 커졌다.

## III. 연구문제

이상의 논의를 바탕으로 본 연구는 뉴스 소비라는 저널리즘 맥락에서 유튜브 이용의 정치 커뮤니케이션 효과 연구나 유튜브 상의 허위조작정보의 문제에 주로 주목한 기존 연구들과 달리 뉴스 소비를 목적으로 한 유튜브 시사정치 채널 이용이 이용자의 뉴스에 대한 인식에 미치는 영향을 탐색해 보고자 했다. 이를 위해 연구자는 뉴스 소비 목적으로 유튜브 시사정치 채널을 얼마나 이용하는지, 유튜브를 얼마나 신뢰하는지, 자신의 정치적 성향에 따라 유튜브를 선택하는지 그리고 유튜브 매체들이 기성 언론과는 다른 역할이나 기능을 수행해야 한다고 인지하는 '대안 저널리즘 기대 수준'에 따라 이용자의 뉴스를 바라보는 관점이 어떤 영향을 받는지 탐색적으로 살펴 보고자 했다. 이를 위한 연구문제

는 다음과 같이 설정하였다.

- 연구문제 1. 유튜브 이용, 유튜브 신뢰도, 정파적 유튜브 선택, 그리고 대안 저널리즘 기대는 뉴스 역할에 대한 유튜브 시사정치채널 이용자의 인식에 어떠한 영향을 미치는가?
- 연구문제 2. 유튜브 이용, 유튜브 신뢰도, 정파적 유튜브 선택, 그리고 대안 저널리즘 기대는 뉴스 규범에 대한 유튜브 시사정치채널 이용자의 인식에 어떠한 영향을 미치는가?
- 연구문제 3. 유튜브 이용, 유튜브 신뢰도, 정파적 유튜브 선택, 그리고 대안 저널리즘 기대는 유튜브 저널리즘 탈-권위에 대한 유튜브 시사정치채널 이용자의 인식에 어떠한 영향을 미치는가?

## IV. 연구방법

### 1. 연구방법

이 연구는 온라인 서베이 방법을 통해 수행하고자 했다. 조사 대상은 여론조사기관 한국리서치가 제공한 만 19세 이상의 성인 남녀 온라인 패널 중 인구통계학적 대표성을 가진 할당 표집을 기본으로 무작위로 추출한 1만명을 대상으로 서베이 메일을 발송하였다. 온라인 패널 조사는 2020년 9월 1일부터 2020년 9월 15일까지 2주에 걸쳐 이루어졌다. 다만 최근 1개월 이내에 유튜브에서 시사정치 채널을 이용한 경험이 있는 사람으로 한정하여 표본의 타당성을 향상하고자 했다. 이유는 이용 경험 기간을 너무 넓게 산정할 경우 아주 최근에 유튜브 이용 경험이 없는 이용자들도 표본에 포함될 가능성을 우려해서였다. 최종 표본에서 불성실 응답자는 제외하였다. 최종 405명의 표본이 선정되었다. 전체 응답자 중에서 남성이 207명(51.1%), 여성이 198명(49.9%)를 차지했다. 연령대의 경우 20대 21.5%, 30대 22.7%, 40대 27.9%, 50대 이상 27.9%로 고루 분포한다.

### 2. 주요 변인의 측정

이 연구의 핵심 변인은 뉴스 관점이라 할 수 있다. 연구자는 이용자들이 뉴스를 바라보는 관점을 뉴스 역할, 뉴스 규범 그리고 전문직주의 권위라는 세 가지 요소로 구성된 것으로 이해하고자 했다. 이에 대한 각각의 조작적 정의는 다음과 같이 구성하였다.

#### 2.1 뉴스 역할 인식

뉴스 역할 인식은 기존 선행 연구[43][44]를 참고하여 정보전달(disseminating), 대중동원(mobilizing), 큐레이션(curating)이라는 세 가지 역할을 중심으로 고찰하고자 했다. 정보전달 역할은 '뉴스는 대중에게 신속히 정보를 전달한다', '뉴스는 다양한 소식을 전달한다', '뉴스는 사회적으로 중요한 정보를 선별하여 전달한다' 이 세 문장을 활용하여 리커트 5점 척도로 응답자들의 동의 정도를 측정하였다( $M=3.406$ ,  $SD=.666$ , Cronbach's  $\alpha = 0.760$ ). 대중동원 역할 또한 앞서 언급한 선행 연구를 참고하여 '일반인들이 공적 사안에 대해 자신의 의견을 피력할 기회를 제공한다', '중요 사안에 대한 공적 토론을 활성화시킨다'라는 2개 문항을 활용하여 리커트 5점 척도로 응답자들의 동의 정도를 측정하였다( $M=3.486$ ,  $SD=.654$ , Cronbach's  $\alpha = 0.782$ ). 큐레이션 역할은 소셜 미디어 환경에서 새롭게 등장한 미디어 또는 뉴스의 역할을 반영하는 것으로, 어떤 정보를 취사선택해야 하는지를 돕고 안내하는 뉴스(미디어)의 역할을 뜻한다. 이러한 뉴스역할은 기존 선행 연구[45]를 참고하여, '사람들이 무엇을 믿어야 할지 파악하도록 돕는다', '사람들이 누구를 신뢰할지 파악하게 돕는다', '사람들이 관심있는 뉴스를 찾아볼 수 있게 돕는다', '사람들이 좋은 뉴스를 보도록 돕는다', '진실을 가려내 제시한다', '수많은 정보를 엮어 정리한다' 이 6개 문항을 활용하여 리커트 5점 척도로 응답자들의 동의 정도를 측정하였다( $M=3.184$ ,  $SD=0.733$ , Cronbach's  $\alpha = 0.889$ )

#### 2.2 뉴스규범 인식

뉴스 규범에 대한 인식은 객관성 규범, 전문성 규범 그리고 독자소통규범 이 세 가지 인식을 중심으로 고찰



하고자 했다. 객관성 규범은 전통적인 매스 미디어 환경에서 지배적인 저널리즘 규범의 중심 요소로 간주되었다. 이러한 객관성 규범에서 '객관성'이란 다양한 방식으로 정의될 수 있지만, 이 연구에서는 '좋은 뉴스는 투명하다', '좋은 뉴스는 객관적이다', '좋은 뉴스는 중립적이다', '좋은 뉴스는 공정하다', '좋은 뉴스는 신뢰할 수 있다'라는 5가지 질문 항목을 활용하여 리커트 5점 척도로 응답자들의 동의 정도를 통해 측정했다(M=4.061, SD=0.757, Cronbach's  $\alpha = 0.903$ ). 다음으로 전문성 규범은 '뉴스는 자율적으로 만들어져야 한다', '뉴스는 외부 간섭 없이 만들어져야 한다', '뉴스는 사안을 타당하게 설명해주어야 한다', '뉴스는 정당한 의견이 무엇인지 판단해야 한다'라는 5가지 질문 항목을 활용하여 리커트 5점 척도로 응답자들의 동의 정도를 통해 측정했다(M=4.048, SD=0.663, Cronbach's  $\alpha = 0.875$ ). 마지막으로 독자규범은 '좋은 뉴스는 독자와 시청자들을 고려한다', '좋은 뉴스는 독자 시청자와 함께 하려는 기저에 의해 만들어진다' 이 2 문항을 활용하여 리커트 5점 척도로 응답자들의 동의 정도를 통해 측정했다(M=0.387, 0.803, Cronbach's  $\alpha = 0.753$ ).

### 2.3 저널리즘 탈-권위 인식

저널리즘 권위 혹은 탈-권위에 대한 검증된 지표는 없다. 이 연구에서도 저널리즘 탈-권위에 대한 인식의 측정은 직접적으로 참고할 수 있는 선행하는 실증 연구를 탐색하기 어려웠다. 그에 따라 저널리즘 권위를 기술 숙련 권위와 생산 주체의 권위 두 차원으로 나누어 측정 후 역코딩하여 탈-권위에 대한 동의 수준을 측정했다. 기술 숙련 권위는 '뉴스 보도를 하기 위해 사전에 체계적 전문적 교육훈련이 필요한지' 그리고 '뉴스를 만들기 위한 기술과 지식은 체득하기가 어려운지'라는 두 문항에 대한 동의 수준을 리커트 5점 척도로 측정하였다(M=2.940 SD=0.944). 생산 주체 권위는 '뉴스는 전문 기자가 만드는 것이다'와 '뉴스는 언론이 만들어 유통하는 것으로 한정된다'라는 두 문항을 활용하여 동의 정도를 리커트 5점 척도로 측정하였다(M=2.604, SD=0.803).

### 2.4 유튜브 이용 및 신뢰

유튜브 이용은 뉴스 소비를 목적으로 유튜브 시사 정치 채널을 최근 한달 간 하루 평균 몇 분 이용하는지로 측정하였다(M=44.0, SD=33.3). '시사 정치 채널'로 한정한 이유는 유튜브 상에 신문 및 방송사 등 기성 언론의 채널들도 존재하고, '유튜브 뉴스 소비'가 주목받게 된 배경에도 기성 언론의 유튜브 진출이 아니라 기성 언론 이외에 '유사' 저널리즘 기능을 수행하는 각종 시사 정치 채널들이 이용자들로부터 각광받게 되었기 때문에 '유튜브 이용자들의 뉴스관' 변화의 새로운 측면을 알아보기 위해서는 이들 시사 정치 채널 이용의 맥락을 질문하는 게 타당성이 있다고 보았다. 다음으로 유튜브 신뢰도는 '유튜브 시사 정치 채널들은 전반적으로 믿을 만 하다', '유튜브 시사 정치 채널들은 전반적으로 정확한 내용을 전달한다', '유튜브 시사 정치 채널들은 전반적으로 전문성이 있다', '유튜브 시사 정치 채널들은 깊이가 있다', '유튜브 시사 정치 채널들은 전반적으로 가치가 있다'라는 5개 문항으로 측정하였다(M=3.002, SD=0.693, Cronbach's  $\alpha = 0.914$ ).

### 2.5 정파적 유튜브 선택성

정파적 유튜브 선택성 변인은 정파적 선택성 변인을 정보에 대한 접근과 회의 모두를 포괄하는 개념으로 구성하였다. 5점 척도의 총 4개 자기보고 항목을 활용하였다. 보수적 성향의 유튜브 시사정치채널 이용의 경우 '나는 보수적 입장을 취하는 유튜브 시사정치 채널을 적극 이용한다', '나는 야당에게 우호적인 유튜브 시사정치 채널을 적극적으로 접한다'를, 진보적 성향의 유튜브 시사정치 채널 이용을 측정하기 위해서는 '나는 진보적 입장을 취하는 유튜브 매체를 적극 이용한다'와 '나는 문재인 정부와 여당에게 우호적인 유튜브 시사정치 채널을 적극 이용한다' 두 항목을 활용했다. 선택적 회피의 경우 자신의 정치적 성향과 대립되는 유튜브 시사정치 채널을 소극적으로 이용하는 것을 선택적 회피로 조작화하고, 네 가지 항목을 활용하여 측정하였다. 그리고 선택적 회피 측정 결과를 역코딩(reverse coding)한 후 이 값들을 선택적 접근 측정 결과와 합하여 평균한 값을 '정파적 유튜브 선택성'으로 산출했다.

## 2.6 대안 저널리즘 기대

이 연구에서 대안 저널리즘 기대란 기성 언론과 유튜브 시사 정치 채널이 신문 및 방송이 만드는 뉴스와 다른 뉴스 정보를 제공하거나 유튜브 매체에서 뉴스정보를 생산하는 주체들이 기성 언론인과는 차별화되어야 한다는 기대 인식을 뜻한다. 대안 저널리즘 기대는 기존 연구에서는 직접적으로 측정된 변인은 아니다. 이에 이 변인의 측정은 연구자가 새롭게 구성하였다. 이러한 변인을 측정하기 위하여 연구자는 ‘유튜브 뉴스 및 시사 채널은 주류 언론사들이 제공 안하는 사실 정보를 제공해야 한다’, ‘유튜브 뉴스 및 시사 채널은 주류 언론사들과는 차별화된 분석과 해설을 제공해야 한다’, ‘유튜브 뉴스 및 시사 채널은 주류 언론사들과 유사한 역할을 수행할 필요가 없다’, ‘유튜브 뉴스 및 시사 채널을 만드는 사람은 언론사 기자들과는 달라야 한다’의 네 문항에 대한 동의 정도를 리커트 5점 척도로 측정하였다( $M=3.719$ ,  $SD=0.751$ , Cronbach's  $\alpha = 0.811$ ).

## 2.7 인구통계학 변인

통제 변인으로 인구통계학적 변인들을 활용하였다. 인구통계학 변인으로는 성, 연령, 소득, 교육 네 개 변인을 투입했다. 응답자 성별은 남성(0), 여성(1)으로, 연령은 본인의 연령을 기입하도록 했다. 교육 수준은 5개 범주(1: 중졸 이하, 5 대학원 박사 (재학) 이상)로 측정하였다. 소득수준은 월 평균 가구 소득을 11개 범주로 질문하였다(1: 1백만원 이상, 11: 1천만원 이상). 학력은 대학재학 및 졸업 응답자가 가장 많았고, 소득은 월 300-400만원 응답이 가장 많았다.

## 3. 자료 분석

본 연구에서 분석은 유튜브 이용과 유튜브 신뢰도의 상대적 효과를 파악하기 위하여 계층적 회귀분석 방법을 활용하여 각 변인이 유튜브 이용자들의 뉴스에 관한 인식에 미치는 영향력을 고찰하였다. 이에 인구통계학적 변인군, 유튜브 이용량, 유튜브 신뢰도, 정파적 유튜브 선택성, 대안 저널리즘 기대 변인을 각각 블록으로 계층적 투입하고 각각의 회귀분석 모델에 대한 통계적 검증과 해석을 시행하였다.

## IV. 연구 결과

### 1. 연구문제 1 분석 결과

연구문제 1에서는 뉴스가 어떤 역할을 해야 하는가에 대한 유튜브 시사정치 채널 이용자 인식에 미치는 영향을 탐색해 보고자 했다. 분석 결과는 정보 전달 역할, 해석 및 분석 역할, 큐레이션이라는 상이한 뉴스 역할에 미치는 각각의 계층적 회귀 분석 모델로 제시하였다 [표 1].

정보 전달 역할에 미치는 영향의 경우, 연령이 높을수록 정보 전달 역할 인식이 높아지는 것으로 나타났다( $p<.001$ ). 또한 유튜브 이용량이 높을수록 정보 전달 역할 인식 또한 높아지는 것으로 나타났다( $\beta=.211$ ,  $p<.001$ ). 정파적 유튜브 선택성이 높을수록 정보 전달 인식 또한 높아지고 있었고( $\beta=.129$ ), 유튜브 신뢰 또한 정적 영향을( $\beta=.519$ ), 대안 저널리즘 기대 또한 정적 영향을 미치고 있었다( $\beta=.137$ ). R2 변화량을 보면, 유튜브 이용 변인이 종속 변인에 대한 설명 변량을 상대적으로 가장 높이고 있었다( $\Delta R^2=.420$ ).

해석분석의 경우에도, 정보 전달 모델과 마찬가지로 유튜브 이용 정도( $\beta=.176$ ,  $p<.05$ ), 정파적 유튜브 선택성( $\beta=.168$ ,  $p<.001$ ), 유튜브 신뢰 수준( $\beta=.437$ ,  $p<.001$ ), 대안 저널리즘 기대( $\beta=.223$ ,  $p<.001$ )으로 모두 해석 및 분석 역할에 대한 인식에 통계적으로 유의미한 영향을 미치고 있었다. 다만 유튜브 신뢰도가 가장 높은 R2 변화량을 보이고 있는 부분( $\Delta R^2=.187$ )은 종속변인이 정보 전달 역할인 모델과는 상이한 부분이었다.

셋째, 뉴스는 큐레이션의 역할을 해야 한다는 큐레이션 인식의 경우도 앞선 모델들과 마찬가지로 유튜브 이용( $\beta=.188$ ,  $p<.001$ ), 정파적 유튜브 선택성( $\beta=.111$ ,  $p<.01$ ), 유튜브 신뢰도( $\beta=.585$ ,  $p<.001$ ), 대안 저널리즘 기대( $\beta=.171$ ,  $p<.001$ )로 각각 유의미한 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 다만 이 모델에서도 유튜브 신뢰도 변인을 투입했을 때 가장 높은 R2 변화량을 보였다.

이상의 결과를 근거로 유튜브 시사정치 채널 이용자들의 뉴스 역할에 대한 인식에 관한 계층적 회귀분석 모델이 보여주는 함의는 다음과 같이 해석해 볼 수 있

었다.

첫째, 세 개 모델 사이의 유사한 경향에서 해석 가능한 함의다. 뉴스가 어떤 역할을 해야 하는지에 관해 뉴스 소비 목적으로 유튜브를 얼마나 이용하는지부터 유튜브를 얼마나 신뢰하는지 그리고 (기성 언론에 비해) 대안 저널리즘이 얼마나 필요하다고 느끼는지와 같이 변인들이 모두 어떤 역할이든 뉴스의 역할 인식에 정적인 영향을 유의미하게 미치고 있는 검증 결과는 유튜브 시사정치 채널 이용자들 또한 뉴스가 사회적으로 중요한 역할을 해야한다는 인식을 갖고 있다는 점을 보여준다. 이는 여전히 사회적으로 중요하고 필요한 기능을 하는 저널리즘에 대한 기대 인식이 이용자들의 인식 사이에서 여전히 지속되고 있음을 방증할 수 있다. 근거 없는 허위조작정보 추구나 자극적이고 양극화된 여론 추구에 이르기까지 유튜브 뉴스 소비 문화를 부정적으로 보는 경향이 있는 생산자 혹은 전문가 관점에서의 '유튜브 저널리즘' 진단이 기존의 전문직주의 저널리즘 입장에 기초한 대응만으로는 여전히 저널리즘의 역할이 중요하거나 필요하다고 생각하는 이용자들이 유튜브를 통해서 그러한 욕구나 기대를 해소하려고 하는지에 대한 근본적인 대답이 될 수 없다는 점을 이상의 결과는 보여준다.

둘째, 세 모델 사이의 유사한 패턴에도 불구하고 서로 다른 부분은 정보 전달 모델과 비교할 때 해석 및 분석과 큐레이션 이 두 모델 사이에 상이한 패턴이 보였다는 점이다. 모델의 설명력 증가를 보면, 해석 및 분석 모델과 큐레이션 모델에서 공히 유튜브 신뢰도가 상대적으로 가장 높은 모델의 설명 변량을 보였다. 정보 전달은 주로 전문직주의 언론이 수행해야 한다고 기대되는 객관 저널리즘 인식에 속하고, 해석 및 분석이나 큐레이션은 유튜브 매체를 포함하여 뉴미디어 환경과 더불어 새롭게 부상한 저널리즘의 역할에 속한다고 볼 때 이러한 차이는 곧 유튜브 같은 플랫폼 환경에서 작동하는 저널리즘의 역할에 대한 사회적 인식의 변화를 보여준다. 실제 유튜브 시사 정치 채널은 이슈를 피상적으로 다루고 마는 기존 언론에 비해 유튜브라는 플랫폼을 활용하여 특정 사안을 집중적으로 다루거나 자신들의 견해에 기초해 심층적인 해석이나 진단을 내놓는 경우가 많다. 또한 디지털 상에서 떠도는 이야기들의 진

위 혹은 타당성을 꼼꼼히 선별하는 경우도 있다. 아마도 이런 측면에서 유튜브에 대한 신뢰와 뉴스정보의 해석 및 분석 기능과 큐레이션 역할 간의 연관성이 확인된 것으로 풀이된다.

표 1. 뉴스 역할 인식에 미치는 영향 계층 회귀 모델

		정보 전달	해석분석	큐레이션
인구 통계 변인	성	-.042	0.095*	-0.027
	연령	.053 *	-0.010	.045*
	학력	.005	.069	.011
	소득	-.002	.047	.022
R <sup>2</sup>		.005	.006	.006
유튜브 이용		.211***	.176*	.188***
R <sup>2</sup> (ΔR <sup>2</sup> )		0.046(0.420)	0.033(0.029)	.024(.033)
정파적 유튜브 선택		.129**	.168***	.111*
R <sup>2</sup> (ΔR <sup>2</sup> )		0.062(0.016)	0.058(0.027)	.034(.012)
유튜브 신뢰		.519***	.437***	.585***
R <sup>2</sup> (ΔR <sup>2</sup> )		0.326(0.264)	0.246(.187)	.372(.335)
대안 저널리즘 기대		.137**	.223***	.171***
R <sup>2</sup> (ΔR <sup>2</sup> )		.343(0.017)	.290(.045)	.398(.026)

## 2. 연구문제2 분석 결과

연구문제 2에서는 뉴스 규범 인식에 미치는 영향에 대한 계층적 회귀분석 모델을 검증하였다. 분석 결과는 객관성 규범 인식, 전문성 규범 인식, 독자대화 규범 인식이라는 3개의 상이한 뉴스 규범에 미치는 각각의 계층적 회귀분석 모델로 제시하였다[표 2].

객관성 규범 인식에 미치는 영향의 경우, 우선 인구통계학 변인으로는 성( $\beta=.075, p<.05$ ), 연령( $\beta=.003, p<.05$ ) 변인이 객관성 규범 인식에 정적인 영향을 미치는 유의미한 변인으로 나타났다. 유튜브 이용( $\beta=.102$ ), 대안 저널리즘 기대( $\beta=.412, p<.001$ ) 변인이 객관성 규범 인식에 정적인 영향을 미치는 유의미한 변인으로 나타났다.

전문성 규범 인식에 미치는 영향의 경우, 인구통계학 변인으로는 여성( $\beta=.103, p<.05$ ), 연령대( $\beta=.179, p<.001$ ), 학력( $\beta=.120, p<.01$ )이 유의미한 관계를 맺고 있는 것으로 나타났다. 유튜브 이용량이 많을수록 전문성 규범 인식도 높아지는 것으로 나타났으며( $\beta=.119, p<.05$ ), 정파적 유튜브 선택성( $\beta=.176, p<.001$ )이 높을수록 전문성 규범 인식은 높아지고 있었다. 유튜브 신뢰의 경우 유의미한 영향을 미치고 있지 않은 것으로 나타난 반면( $\beta=.412, n.s.$ ), 대안 저널리즘 기대가 높을수록 전문성 규범 인식도 높아지는 것으로 나타

났다( $\beta=.553, p<.001$ ).

표 2. 뉴스 규범 인식에 미치는 영향 계층 회귀모델

		객관성 규범	전문성 규범	독자대화 규범
인구 통계 변인	성	.075*	.103*	.108*
	연령	.003*	.179***	.058
	학력	.056	.120**	-.007
	소득	.017	-.065	-.017
R <sup>2</sup>		.029	.049	.016
유튜브 이용		.102*	.119*	.027
R <sup>2</sup> ( $\Delta R^2$ )		.038(.010)	.063(.013)	.016(.001)
정파적 유튜브 선택		.062	.176***	.063
R <sup>2</sup> ( $\Delta R^2$ )		.042(.004)	.092(.030)	.020(.004)
유튜브 신뢰		.052	.070	.154
R <sup>2</sup> ( $\Delta R^2$ )		.045(.003)	.097(.005)	.043(.023)
대안 저널리즘 기대		.412***	.553***	.461***
R <sup>2</sup> ( $\Delta R^2$ )		.198(.153)	.374(.277)	.236(.192)

독자 대화 규범 인식에 미치는 영향의 경우, 인구통계학적 변인에서는 성 변인만 유의미한 관계를 맺고 있는 것으로 나타났다( $\beta=.108, p<.05$ ). 유튜브 이용, 정파적 유튜브 선택, 유튜브 신뢰 변인은 유의미한 관계를 보이고 있지 않았던 반면, 대안 저널리즘 기대는 독자 대화 규범 인식에 정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다( $\beta=.236, p<.001$ ).

이상의 통계 검증 결과를 토대로 뉴스 규범 인식에 미치는 영향을 둘러싼 함의는 다음과 같이 해석해볼 수 있었다. 첫째, 객관성 규범 인식에 대한 통계 분석 결과와 관련하여 정파적 유튜브 선택성과 유튜브 신뢰가 객관성 규범이 중요하다는 인식에 대한 동의 정도에 유의미한 영향을 미치지 않고 있다는 분석 결과는 주관적이고 정파적인 의견을 추종하는 유튜브 저널리즘의 특성에 부합하는 부분이었다. 다만 그런 유튜브를 이용하는 정도가 높을수록 객관성 규범 또한 중요하다고 본다는 검증 결과 그리고 대안 저널리즘 기대 인식이 높을수록 객관성 규범 인식을 중요하다고 인식하는 정도가 높아지는 검증 결과는 다소 상충되고 모호한 지점이었다. 뉴스 규범 인식을 둘러싸고 객관 저널리즘과 정파 혹은 주창적 저널리즘은 보통 대립되는 인식의 유형이라는 관점에서 보면, 일관된 결과라고 보긴 어렵다.

둘째, 전문성 규범 인식에 미치는 영향의 경우, 다양한 변인들이 전문성 규범 인식에 영향을 미치고 있었는데, 그 중에서도 가장 설명 변량이 높은 변인은 대안 저널리즘 기대였다. 이는 곧 유튜브 뉴스 소비자들에게

기성 언론의 전문성에 대한 불만 혹은 결핍이 존재한다는 간접적인 증거로 해석할 수 있다. 그렇기 때문에 다른 변인들 즉 유튜브를 많이 이용하거나 정파적 선택성이 높을 경우에도 전문성 규범은 중요하다는 결과도 동시에 산출된 것으로 모델이 주는 시사점을 추측해볼 수 있다.

셋째, 독자 대화 규범 인식에 미치는 영향의 경우, 유튜브 이용량이나 정파적 유튜브 선택성 그리고 유튜브 신뢰는 모두 독자대화 규범 인식에 유의미한 영향력을 미치지 않는 것으로 나타난 반면, 오직 대안 저널리즘 기대 인식만 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 유튜브를 많이 이용하거나 많이 신뢰한다고 해서 혹은 내 정치적 성향에 부합하는 채널들을 이용하는 것과 독자 대화 규범 인식 사이에 인과적 연관이 나타나지 않은 결과는 아마도 유튜브 뉴스 이용자층들의 경우 이용 행태나 정치적 성향에 따른 매체 이용 습관과 무관하게 기존 저널리즘에 대한 불만이나 욕구가 충족되지 않는 부분이 독자 대화 규범에 대한 욕구와 연관이 있을 수 있음을 시사한다고 해석해볼 수 있었다.

다만 전반적으로 보면, 연구문제 2에 대한 분석 결과는 일관되고 충분한 설명을 제공한다기보다 조금 더 추가적인 해석이나 정교한 분석의 필요성을 남기고 있었다.

### 3. 연구문제3 분석 결과

연구문제 3에서는 저널리즘 탈-권위 인식에 미치는 영향에 대한 계층적 회귀분석 모델을 검증하고 그 결과를 해석하였다(표 3). 뉴스를 만들기 위해서는 사전에 전문적이고 체계적인 교육을 받을 필요성이 없다는 기술 숙련 차원에서의 저널리즘 탈-권위 인식에 미치는 영향의 경우 거의 대부분의 변인에서 유의미한 영향력이 없는 것으로 나타났다. 반면 뉴스는 전문 언론인이 만들 필요가 없다고 보는 생산 주체 차원에서의 저널리즘 탈 권위 인식의 경우 대안 저널리즘 기대가 높을수록 뉴스는 비 전문가에 의해 만들어질 필요도 있다는 저널리즘 탈-권위 인식에 대한 동의 수준은 낮아지고 있었다( $\beta=-.111, p<.05$ ).

표 3. 저널리즘 탈-권위 인식에 미치는 영향 계층 회귀 모델

		저널리즘 탈-권위 (기술 숙련)	생산 주체 권위 (생산 주체)
인구 통계 변인	성	-.135*	-.181**
	연령	.083	-.146**
	학력	-.008	.065
	소득	.092	-.007
R <sup>2</sup>		.038	.062
유튜브 이용		-.072	-.014
R <sup>2</sup> ( $\Delta R^2$ )		.043(.005)	.062(.000)
정파적 유튜브 선택		.062	.028
R <sup>2</sup> ( $\Delta R^2$ )		.046(.003)	.063(.001)
유튜브 신뢰		-.111	-.053
R <sup>2</sup> ( $\Delta R^2$ )		.058(.012)	.066(.003)
대안 저널리즘 기대		-.112	-.111*
R <sup>2</sup> ( $\Delta R^2$ )		.071(.013)	.077(.011)

이상의 통계적 분석 결과를 토대로 저널리즘 탈-권위 인식에 미치는 영향에 대한 분석 결과가 제시하는 함의는 다음과 같이 해석할 수 있었다. 유튜브 시사 정치 채널을 많이 이용하거나, 내가 선호하는 유튜브 채널을 주로 시청하거나 그런 채널들을 많이 신뢰한다고 해도, 유튜브 시사정치 채널 이용자들에게 있어서 언론 또는 저널리즘 권위에 대한 필요는 여전히 유지되고 있다는 것이다. 다른 한편으로 해석해 보면, 유튜브 이용이나 신뢰에 관련된 독립변인들과 종속변인의 인과적 관계가 유의미하게 나타나지 않은 경향은 뉴스와 관련한 나의 필요나 욕구 충족을 위해 유튜브를 통해서 이용하는 일과 우리 사회에 전문적인 언론과 저널리즘의 필요가 지속되어야 하는 문제는 서로 별개의 것으로 인식하고 있을 가능성이 있다.

이는 유튜브 저널리즘의 부상에 따른 전문직주의 저널리즘의 위축이나 위기의식을 달리 바라볼 필요성을 시사한다. 뉴스 수용자들은 여전히 전문적으로 훈련받은 언론과 그런 언론이 생산하는 뉴스의 필요성과 권위를 저버리지 않고 있다는 방증으로 해석할 수 있거나 혹은 반대로 유튜브에서 뉴스를 소비하는 이용자층들 사이에서 저널리즘 탈-권위는 뉴스에 대한 자신들의 인식이나 견해에서 관심 밖의 일, 즉 이들의 뉴스관에서 논리적 개연성을 가지고 인식되는 문제가 아닐 수 있다. 다만 이러한 해석은 보다 정교한 후속 분석을 요청하는 대목이다.

## VI. 결론 및 함의

### 1. 연구 요약

이 연구는 유튜브 이용자들의 뉴스를 바라보는 관점을 탐색해 보는 차원에서 유튜브 시사정치 채널 이용자들을 대상으로 유튜브 이용, 유튜브 신뢰, 정파적 유튜브 선택 그리고 대안 저널리즘 기대 인식이 뉴스 역할, 뉴스 규범 그리고 저널리즘 탈-권위 인식에 미치는 영향을 탐색적으로 고찰해 보고자 했다. 연구자가 이런 시도를 한 까닭은 유튜브가 (유사) 저널리즘 공간으로 주목받기 시작하면서 검토된 최근의 논의들 대부분 겉으로 드러난 유튜브의 효과나 문제점에 대한 논의에 치중된 반면, 그 저변에서 나타나고 있을지 모를 뉴스관의 문제를 살펴보기 위함이었다. 이를 위해 실제 유튜브를 많이 본다는 것, 자신의 정치적 성향에 부합하는 매체를 선택적으로 보는 행위, 유튜브에 대한 신뢰 같은 변인들이 뉴스관에 어떤 영향을 미치는지 살펴보았다.

분석 결과는 다음과 같이 요약할 수 있다. 첫째, 연구 문제 1의 분석 결과의 경우 유튜브 이용, 정파적 유튜브 선택성, 유튜브 신뢰 인식은 뉴스가 정보 전달의 기능에 충실해야 한다는 인식에 정적인 영향을 미치고 있었다. 대안 저널리즘 기대의 경우 유의미한 설명 변인이 아닌 것으로 검증되었는데, 미루어 짐작해 보면 유튜브 시사정치 채널 이용자들에게 대안 저널리즘은 단순히 사실을 객관적으로 전달해주는 언론의 기본적인 기능과는 다른 저널리즘에 대한 욕구가 잠재되어 있음을 반영한다고 해석할 수 있다. 해석 및 분석 역할 인식의 경우 유튜브 신뢰도 변인의 설명력이 다른 변인의 설명력에 비해 더 높게 나타난 점은 역시 유튜브 신뢰의 성격이 사안에 대한 심층적인 이해나 진단을 돕는 이슈에 대한 해석적 측면에서의 신뢰임을 짐작해볼 수 있게 한다. 큐레이션 역할의 경우에서는 해석 및 분석 역할에 관한 위계적 회귀분석 모델 검증 결과와 유사한 결과가 나타났다.

둘째, 뉴스 규범 인식에 미치는 영향에 관한 분석 결과의 경우, 객관성 규범의 경우 유튜브 이용, 대안 저널리즘 기대가 객관성 규범 인식과 관계가 있었다. 정파적 유튜브 선택성과 유튜브 신뢰는 객관성 규범에 대한

이용자 인식에 영향을 미치지 못한다고 볼 수 있었다. 전문성 규범 인식의 경우, 유튜브 이용, 정파적 유튜브 선택성, 대안 저널리즘 기대는 전문성 규범 인식에 영향을 미치고 있었다. 독자 대화 규범의 경우, 유튜브 이용, 정파적 유튜브 선택성, 그리고 유튜브 신뢰는 유의미한 관계를 나타내지 않은 반면, 대안 저널리즘 기대만이 독자 대화 규범에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 저널리즘 탈-권위 인식에 미치는 영향의 경우, 기술 숙련 차원에서의 탈-권위와 생산 주체 차원에서의 탈-권위로 구분하여 고찰하였다. 기술숙련 차원의 경우, 대부분의 변인들이 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타난 반면, 생산 주체 차원의 경우 대안 저널리즘 기대가 높을수록 뉴스는 반드시 기존 언론인에 의해서 만들어질 필요가 없다는 인식도 높아졌다.

## 2. 본 연구의 함의

이상의 통계적 분석 결과를 토대로 주목해볼 수 있는 해석의 지점은 다음과 같이 정리해 볼 수 있었다.

대안 저널리즘 기대 수준이 뉴스 역할 인식에 미치는 영향의 설명력은 정보 전달 역할보다는 해석분석 및 큐레이션 역할 모델보다 더 높은 것으로 보이는데, 이는 유튜브 시사정치 채널들이 객관 저널리즘에서 일탈해 주관적이고 해석적인 의견 전달이나 선정적 주장의 폭로에 치우쳐 있다는 측면에서 유튜브 공간에서 나타나는 새로운 저널리즘에 대한 수요가 갖는 성격을 일면 보여준다고 볼 수 있다.

그러나 연구문제 2에서 객관성 규범 인식에 미치는 영향을 분석한 경우, 이상에서 해석한 수용자 뉴스관의 가능성은 일관되게 나타났다고 보긴 어렵다. 대안 저널리즘 기대가 높을수록 객관성 규범 인식도 높아진다는 분석 결과는 유튜브 뉴스 이용자 층에서도 저널리즘 규범 인식이 여전히 경합하고 있음을 시사한다. 혹은 전통적인 전문직주의 저널리즘에 관한 기대나 요구가 여전히 존재하는 부분으로 볼 수도 있다. 유튜브 이용량과 정파적 유튜브 선택성 수준이 전문성 규범에 정적인 영향을 미치는 것으로 나온 부분을 주목해볼 수 있다. 더 큰 범위에서 세 규범 인식에 미치는 영향을 분석한 결과에서 대안 저널리즘 기대가 공통적으로 높은 설명

변량을 보인 부분은 전체적으로 보면 대안 저널리즘 기대라는 것이 뉴스와 언론에 대한 규범적 인식과 여전히 강력하게 연관되어 있음을 시사한다. 이는 유튜브 저널리즘을 통한 주류 언론에 대한 불만이나 기성 언론에 대한 불신 뉴스와 저널리즘의 규범적 기준이나 원칙에 대한 불신이나 불만이 아님을 보여준다고도 해석해볼 수 있었다.

이러한 해석은 저널리즘 탈-권위에 미치는 영향에 관한 연구문제 3의 분석 결과에서도 그 근거를 유추해볼 수 있다. 유튜브 이용, 정파적 유튜브 선택, 유튜브 신뢰 등 유튜브를 추종하거나 소비하는 데 관련된 대부분의 변인들이 저널리즘 탈-권위 인식에 영향을 미치지 않고 있는 것으로 나타났다기 때문이다. 오히려 여기서도 대안 저널리즘 기대가 탈-권위 인식(생산 주체 권위)에 부정적인 영향력을 미치는 것으로 나타났다는 점에서, 최근 '유튜브 저널리즘' 담론에서 나타난 설명, 즉 디지털 환경에서 뉴스 소비자들이 기존 언론에 등을 돌리고 새로운 저널리즘적 콘텐츠를 더 선호하게 되었다는 설명을 달리 볼 필요가 있음을 생각해볼 수 있다.

이러한 차원에서 이 연구가 기성 언론과 전문직주의 저널리즘에 제공하는 추가적인 함의는 유튜브 저널리즘 현상 속에서 기성 언론의 역할은 여전히 전문직주의 저널리즘의 기본과 원칙에 충실할 필요가 있다는 점에 있다. 기성 언론의 유튜브 활용 전략이나 시도들 또한 단지 유튜브 상에서 시청자들의 눈길을 사로잡는 스낵 컬처식 유튜브 콘텐츠 따라하기 같은 수준에 머물러서는 안된다고 볼 수 있다. 유튜브 저널리즘 현상에 대한 기존 논의는 대부분 기성 언론을 불신하는 뉴스 이용자들이 유튜브를 대안으로 채택하고 있다는 시각이 우세했다. 그러나 이 연구의 결과는 유튜브를 통해 뉴스 정보를 습득하는 이용자들은 여전히 전문직주의 저널리즘에 대한 기대가 혼재해 있음을 보여준다. 기존 언론 입장에서는 유튜브 채널을 새로운 뉴스 출처로 간주하는 과정에서 유튜브 스타일의 뉴스 생산 같은 새로운 흐름을 뒤쫓기보다는 오히려 고품질 저널리즘을 토대로 유튜브 상에 난무하는 시사콘텐츠들과의 차별화를 꾀할 필요가 있겠다. 아래 그림 2는 본 연구 결과를 토대로 할 때 유튜브 시사정치채널 이용자들의 뉴스 관점 인식의 특징을 함축적으로 제시한 것이다.

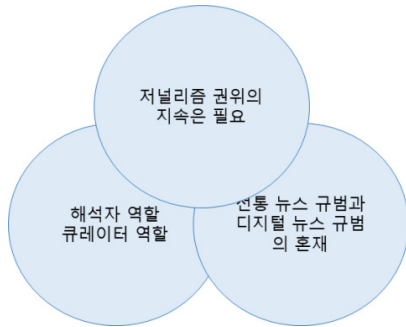


그림 2. 유튜브 이용자 뉴스 관점의 특성

끝으로 이 연구는 최근 저널리즘 연구에서 새로운 저널리즘 연구 영역으로 주목받는 유튜브를 다루었다는 점, 전문직주의 관점이 아니라 수용자 관점에서 뉴스와 저널리즘에 대한 인식의 지형을 살펴보았다는 점 그리고 저널리즘 권위를 중심으로 하는 저널리즘 연구 경향에서 탈피해 저널리즘 탈-권위 현상에 대한 이해를 돕는 시도를 했다는 점에서 나름의 학술적 의의를 확보했다고 보았다. 특히 최근 유튜브 연구는 이용자 관점의 연구가 활발한 상황[46-48]에 발맞추어, 이용자 측면에서 유튜브 저널리즘 현상을 다룬 이 연구는 이용자 중심에서 새로운 플랫폼 상에서 나타나는 (뉴스) 콘텐츠란 무엇이고 무엇이어야 하는가에 관한 이해를 돕는 데 기여한다는 의미도 갖는다.

### 3. 연구 한계와 후속 과제

이상의 의의에도 불구하고 본 연구가 갖는 한계는 다음과 같다. 첫째 기존 온라인 뉴스 이용자 연구들과 유사하게 표본의 대표성에 갖는 한계다. 현재 민간 여론조사기관이 운영하는 온라인 패널은 인구 대표성을 전적으로 신뢰하기 어렵다. 유튜브 시사 정치 채널을 소비하는 이용자들을 인구통계학적 할당을 통해 최대한 대표성있게 할당했다고는 하지만, 온라인 패널 자체의 편향은 완벽히 해소하기 어렵다는 한계 안에서 이 연구 결과는 해석할 필요가 있겠다.

둘째 뉴스 관점 인식에 미치는 영향은 이 연구에서 주목한 유튜브 이용, 유튜브 신뢰도, 정파적 유튜브 선택, 대안 저널리즘 기대라는 이 연구의 주요 관심 변인 외에도 더 많을 것이다. 그런 변인들을 미디어 이용 차

원, 사회심리적 변인 차원, 기타 요인들을 아우르는 체계적 연구 설계 안에서 검토하지 못한 부분은 이 연구의 한계로 남는다. 다만 유튜브 이용행태와 유튜브에 대한 기본적인 인식을 중심으로 살펴본 부분은 탐색적 연구로서 나름의 의의는 가진다고 보았다.

셋째 대안 저널리즘 기대 변인에서 측정된 '대안 저널리즘'의 내용이나 실질이 무엇일지를 파악하지 못한 점은 아쉽다. 그래서 대안 저널리즘 기대가 뉴스 역할, 뉴스 규범 그리고 저널리즘 탈-권위 인식과 맺는 관계가 어떤 차원과 맥락의 관계인지를 설명하지 못한 부분은 후속 연구를 통해서 조금 더 구체적이고 세밀하게 진단될 필요가 있다. 이런 필요는 특히 대안 저널리즘 기대가 뉴스 역할에서 저널리즘 탈-권위 인식 각각의 검증 모델에서 유의미한 변인으로 나타났기 때문에 특히 더 주목해볼 부분이었다.

후속 연구에서는 유튜브같은 디지털 플랫폼에서의 뉴스 소비 문화가 일상화된 상황에서 뉴스에 대한 사람들의 인식 변화가 다시 뉴스 소비 행태, 뉴스와 언론에 대한 인식에 어떤 영향을 미치는지를 구체적으로 탐구하는 논의를 시도해 보고자 한다.

### 참고 문헌

- [1] 유용민, "유튜브 저널리즘 현상 논쟁하기," 한국방송학보, 제33권 제6호, pp.5-38, 2019.
- [2] 이재국, "유튜브 저널리즘 현상의 특성과 원인, 그리고 영향," 한국방송학회 봄철학술대회 특별세션 자료집, 제주대학교, 2019.
- [3] 김찬중, "갈림길에 놓인 유튜브 저널리즘 '이념 양극화' 조장 우려 속에 뉴스 보완재 넘어 대체재로 올라설까," PD저널, <https://www.pdjournal.com/news/articleView.html?idxno=63095>, 2019.
- [4] 김선호, 김위근, *디지털 뉴스 리포트 2019 한국*, 한국언론진흥재단, 2019.
- [5] 유승현, 정영주, "뉴스 유통의 변동과 지상파 뉴스 콘텐츠의 대응전략에 대한 탐색적 연구," 방송통신연구, 통권 111호, pp.68-109, 2020.
- [6] 이상호, "국내 유튜브 콘텐츠의 특성, 이슈와 대안 모색," 한국소통학회 특별세미나 <유튜브 저널리즘의 현황 진단과 새로운 모색> 자료집, 프레스센터, 2019.

- [7] 김춘식, 홍주연, “유튜브 공간에서 ‘가짜뉴스의 뉴스화,’” 정치정보연구, 제23권, 제2호, pp.403-440, 2020.
- [8] 양정애, 오세욱, *유튜브 동영상 이용과 가짜뉴스 노출 경험*, 한국언론진흥재단, 2018.
- [9] 김민정, 박한우, 정정주, *해외 인터넷 플랫폼의 유해 콘텐츠와 허위정보 대응방안*, 한국언론진흥재단, 2020.
- [10] 오세욱, 송해엽, *유튜브 추천 알고리즘과 저널리즘*, 한국언론진흥재단, 2019.
- [11] 송정은, 장원호, “유튜브 이용자들의 참여에 따른 한류의 확산 : 홍콩의 10-20대 유튜브 이용자 조사를 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제13권, 제4호, pp.155-169, 2013.
- [12] 양선희, “유튜브 저널리즘의 시대 전통적 저널리즘의 대응현황과 과제,” 사회과학연구, 제31권, 제1호, pp.245-262, 2020.
- [13] 이강형, 남재일, “디지털 저널리즘 현실에 대한 한국 기자들의 수용 태도,” 한국언론정보학보, 통권 제93권, pp.7-38, 2019.
- [14] B. Zelizer, *Taking journalism seriously: News and the academy*, Sage, 2004.
- [15] J. Lule, *Daily news, eternal stories: The mythological role of journalism*, The Guilford Press, 2001.
- [16] J. K. Burgoon, J. M. Berstein, and M. “Burgoon, Public and journalist perceptions of newspaper functions,” Newspaper Research Journal, Vol.5, No.1, pp.77-90, 1983.
- [17] G. Gladney, “How editors and readers rank and rate the importance of eighteen traditional standards of newspaper excellence,” Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol.73, No.2, pp.319-331, 1996.
- [18] J. L. Morris, “Audience identifies types of reporters, news consumers,” Newspaper Research Journal, Vol.24, No.2, pp.36-49, 2003.
- [19] P. Shoemaker and A. Cohen, *News around the world*, Routledge, 2006.
- [20] T. Hagrove and G. H. Stempel III, “Exploring reader interest in international news,” Newspaper Research Journal, Vol.23, No.4, pp.46-51, 2002.
- [21] 황용석, “한국 온라인 저널리즘 연구의 주제와 접근 방법에 대한 메타분석,” 커뮤니케이션이론, 제2권, 제1호, pp.128-169, 2006.
- [22] 임영호, 김은미, 김경모, 김예란, “온라인 뉴스 이용자의 뉴스관과 뉴스이용,” 한국언론학보, 제52권, 제4호, pp.179-204, 2008.
- [23] 김근수, “트위터 이용자의 뉴스관,” 한국언론학보, 제57권, 제2호, pp.154-184, 2013.
- [24] H. Ornebring, “Reassessing journalism as a profession,” In S. Allan (Ed.), *The routledge companion to news and journalism* (pp.568-577), Routledge, 2012.
- [25] M. Carlson and S. C. Lewis, *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*, Routledge, 2015.
- [26] M. Deuze and T. Witschge, “Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism,” Journalism, Vol.19, No.2, pp.165-181, 2018.
- [27] B. Zelizer, “Resetting journalism in the aftermath of Brexit and Trump,” European Journal of Communication, Vol.33, No.2, pp.140-156, 2018.
- [28] 민영, 이훈, 윤호영, 김지원, *총선과 유튜브*, 한국언론진흥재단, 2020.
- [29] 유승현, 정영주, “뉴스 유통의 변동과 지상파 뉴스 콘텐츠의 대응전략에 대한 탐색적 연구,” 방송통신연구, 통권 제111호, pp.68-109, 2020.
- [30] D., H. Weaver, R. Beam, B. J. Brownlee, P. S. Voakes, and G. C. Wilhoit, *The American journalist in the 21st century*, Lawrence Erlbaum, 2007.
- [31] W. Cassidy, “Variations on a theme: The professional role conceptions of print and online newspaper journalists,” Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol.82, No.2, pp.264-280, 2005.
- [32] M. Schudson and S. E. Tiftt, “American journalism in historical perspective” In K. H. Jamieson & G. Overholser (Eds.), *Institutions of American democracy: The Press* (pp. 17-47),



- Oxford University Press, 2005.
- [33] 김동윤, “큐레이팅 뉴스와 개인성 그리고 정치효능감,” *언론과학연구*, 제19권, 제4호, pp.44-77, 2019.
- [34] J. B. Schmitt, D. Rieger, O. Rutkowski, and J. Ernst, “Counter-messages as Prevention or Promotion of Extremism?! The Potential Role of YouTube Algorithms,” *Journal of Communication* Vol.68, No.1, pp.780-808, 2018.
- [35] B. Kovach and T. Rosenstiel, *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public*, Atlantic Books, 2003.
- [36] 김세은, “디지털 시대 특종의 사회학,” *한국방송학보*, 제31권, 제4호, pp.5-50, 2017.
- [37] M. Karlsson, “The immediacy of online news, the visibility of journalistic processes and a restructuring of journalistic authority,” *Journalism*, Vol.12, No.3, pp.279-295, 2011.
- [38] 김경모, “새로운 저널리즘 환경과 온라인 뉴스 생산,” *언론정보연구*, 제49권, 제1호, pp.27-37, 2012.
- [39] S. Steensen and O. Westlund, *What is Digital Journalism Studies?*, Routledge, 2020.
- [40] M. Carlson and C. S. Lewis, *Boundaries of journalism*, Routledge, 2015.
- [41] K. Boulding, “The legitimacy of economics,” in F. R. Glahe (Ed.), *Kenneth boulding: Collected papers*, Vol.2, Economics (pp.417-425), Colorado Associated University Press, 1971.
- [42] M. Skovsgaard and B. P. Petersen, “Preference, principle and practice: Journalistic claims for legitimacy,” *Journalism Practice*, Vol.5, No.3, pp.319-331, 2011.
- [43] W. Cassidy, “Variations on a theme: The professional role conceptions of print and online newspaper journalists,” *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol.82, No.2, pp.264-280, 2005.
- [44] D. H. Weaver, R. Beam, B. J. Brownlee, P. S. Voakes, and G. C. Wilhoit, *The American journalist in the 21st century*, Lawrence Erlbaum, 2007.
- [45] H. Owens, Six roles, or job duties, of modern journalism, Available: <http://www.howardowen.com/2008/six-roles-job-duties-of-modern-journalism>, 2008.

- [46] 윤지영, 유지윤, 이장석, “유튜브 브이로그 이용 동기 및 이용자 특성이 이용 만족 및 지속이용의도에 미치는 영향,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제20권, 제4호, pp.189-201, 2020.
- [47] 강민정, 정은주, 조해윤, “Z세대가 즐기는 유튜브 채널의 몰입 요인과 특징,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제20권, 제2호, pp.150-161, 2020.
- [48] 이은선, 김중인, 김미경, “유튜브 이용 동기 및 친밀도가 이용자 활동에 미치는 영향,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제20권, 제2호, pp.114-126, 2020.

#### 저 자 소 개

유 용 민(Yongmin Ryu)

정회원



- 2005년 8월 : 한양대 신문방송학과 (학사)
  - 2007년 8월 : 연세대 신문방송학 (석사)
  - 2017년 2월 : 연세대 언론학 (박사)
  - 2017년 7월 ~ 2018년 6월 : 고려대 정보문화연구소 연구교수
  - 2020년 9월 ~ 현재 : 인제대 미디어커뮤니케이션학과 조교수
- 〈관심분야〉 : 저널리즘, 미디어-정치사회학, 매체철학