

한국리서치 주간리포트(제166-3호)

여론속의

여輿론論

기획: 뉴스기사 댓글에 대한 인식

2022. 02. 09.

담당자 이동한 차장

전화 | 02-3014-1060

e-mail | dhlee@hrc.co.kr

한국리서치 주간리포트

- 한국리서치가 기획하고 운영하는 자체 조사입니다.
- 격주로 시행하는 정기조사입니다.
- 특정 의제를 다각도로 조사하고 분석하는 심층 여론조사입니다.
여론의 현상과 함께 흐름을 추적하고, 여론 속의 민심을 파악하고자 합니다.
- 정가지표-기획조사 등으로 구성합니다.
- 정가지표는 국가, 사회, 개인과 관련한 국민들의 인식 추이를 제시합니다.
- 기획조사는 한국리서치 연구원이 기획하고 분석합니다. 주제에 따라 외부 전문가와 함께 기획하고 분석 및 보도를 함으로써, 여론에 대한 심층적인 이해를 돕고자 합니다.
- 궁금하신 사항은 아래 에디터들에게 문의하여 주십시오.

운영책임

이동한 차장

전화 | 02-3014-1060

e-mail | dhlee@hrc.co.kr

연구진

정한울 전문위원

전화 | 02-3014-1057

e-mail | hw.jeong@hrc.co.kr

이소연 연구원

전화 | 02-3014-1062

e-mail | lee.sy@hrc.co.kr

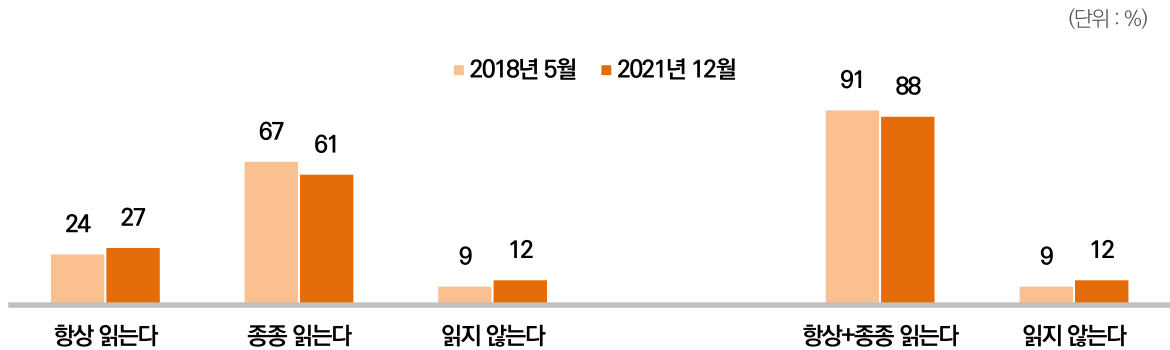
1

얼마나 많은 사람들이 뉴스 댓글을 읽고 있을까?

온라인에서 뉴스 기사를 볼 때 댓글도 같이 읽는다 88%

여전히 많은 사람들이 온라인에서 뉴스를 볼 때, 댓글도 같이 읽고 있었다. 2021년 12월 10일 ~ 13일 전국 만 18세 이상 남녀 1,000명을 대상으로 진행한 조사에서, 전체 응답자의 88%가 포털, 언론사 홈페이지, 유튜브 뉴스 채널 등 인터넷에서 뉴스를 볼 때 댓글도 같이 읽는다고 답했다(항상 읽는다 27%, 종종 읽는 편이다 61%). 지난 2018년 5월 조사(<https://hrcopinon.co.kr/archives/11809>)와 비교했을 때 3%포인트 낮아지긴 했으나, 여전히 대다수가 뉴스와 댓글을 같이 읽고 있었다.

온라인에서 뉴스 기사를 볼 때 댓글도 같이 읽는다 88%



	사례수 (명)	읽는 편이다 (항상+종종)			
		항상 읽는다	종종 읽는 편이다	읽는 편이다 (항상+종종)	읽지 않는다
▣ 전체 ▣	(1,000)	27	61	88	12
성별					
남자	(498)	26	61	87	13
여자	(502)	29	60	89	11
연령					
18-29세	(176)	29	57	86	14
30-39세	(152)	33	57	90	10
40-49세	(185)	32	59	91	9
50-59세	(194)	24	63	87	13
60세이상	(293)	23	64	87	13

질문: (2018년 5월) 인터넷 웹사이트(네이버, 다음 등 포털사이트, 언론사 홈페이지 등)에서 뉴스를 읽을 때, 댓글도 같이 읽으십니까?
(2020년 12월) 평소 포털, 언론사 홈페이지, 유튜브 뉴스 채널 등 인터넷에서 뉴스를 볼 때, 댓글도 같이 읽으십니까?

응답자 수: 각 조사별 1,000명

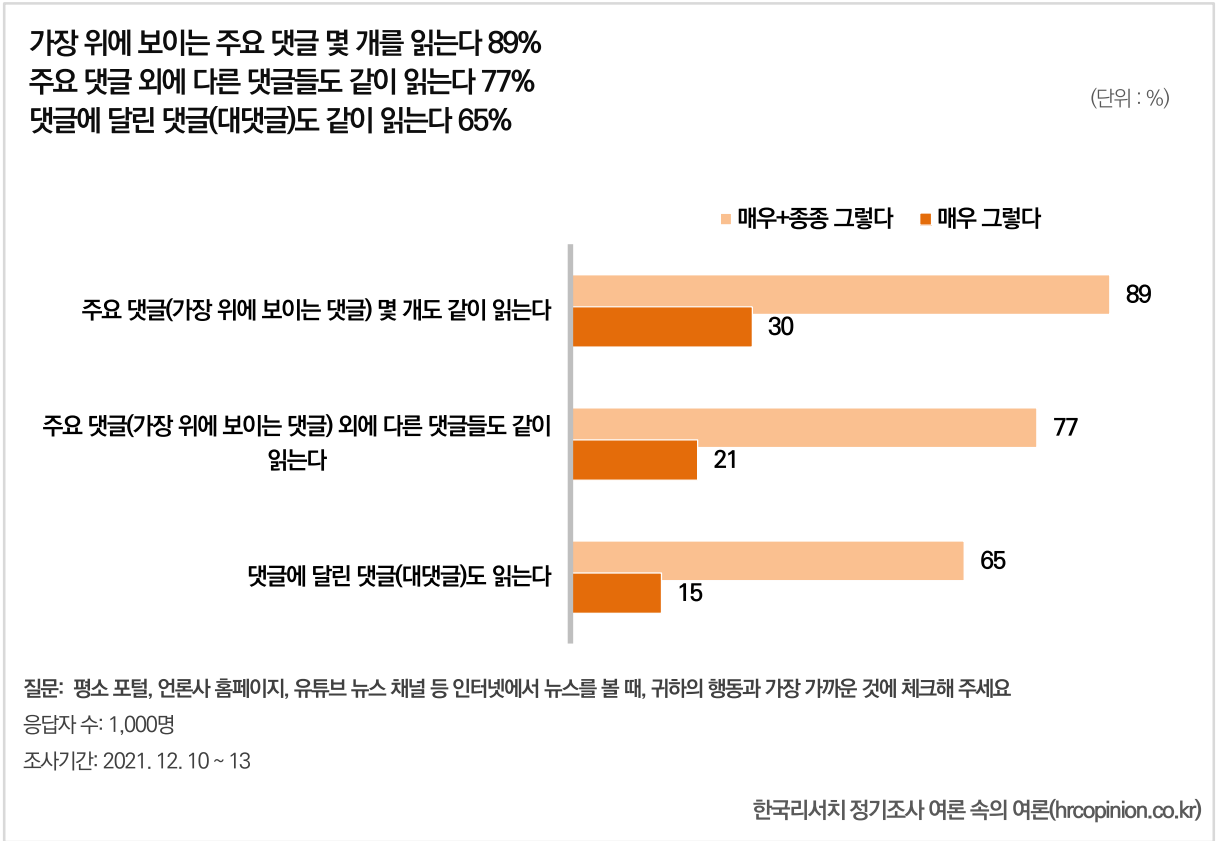
조사기간: 2018. 05. 18 ~ 22 // 2021. 12. 10 ~ 13

2

댓글을 읽는 방식

가장 위에 보이는 주요 댓글 몇 개를 읽는다 89%
주요 댓글 외에 다른 댓글들도 같이 읽는다 77%
댓글에 달린 댓글(대댓글)도 같이 읽는다 65%

좀 더 구체적으로, 어떻게 댓글을 읽고 있을까? 전체 응답자의 89%가 가장 위에 보이는 주요 댓글 몇 개를 읽는다고 답했다. 여기에 더해, 전체 응답자 중 77%는 주요 댓글 외에 다른 댓글들도 같이 읽는다고 답했고, 65%는 댓글에 달린 댓글(대댓글)도 읽는다고 답했다. 대다수의 사람들이 뉴스와 함께 주요 댓글 몇 개를 확인하고 있으며, 주요 댓글 외에 다른 댓글들을 같이 읽는 사람 또한 많았다.



연령대가 낮을수록 더 적극적으로 댓글을 읽고 있어

연령대가 낮을수록 뉴스 댓글을 좀 더 적극적으로 읽고 있었다. 18-29세 응답자는 '가장 위에 보이는 주요 댓글 몇 개를 읽는다'는 진술에 51%가, '가장 위에 보이는 주요 댓글 외에 다른 댓글들도 같이 읽는다'는 진술에 32%가 '매우 그렇다'고 답했는데, 이는 다른 연령대에 비해 높은 결과이다. 또한 28%는 '댓글에 달린 댓글(대댓글)도 읽는다'는 진술에 '매우 그렇다'고 답했는데, 이 역시 다른 연령대에 비해 높은 결과이다.

연령대가 낮을수록 댓글을 더 적극적으로 읽는다고 답해

(단위 : %)

	사례수 (명)	주요 댓글(가장 위에 보이는 댓글) 몇 개도 같이 읽는다		주요 댓글(가장 위에 보이는 댓글) 외에 다른 댓글들도 같이 읽는다		댓글에 달린 댓글(대댓글)도 읽는다	
		매우 그렇다	매우+종종 그렇다	매우 그렇다	매우+종종 그렇다	매우 그렇다	매우+종종 그렇다
▣ 전체 ▣	(1,000)	30	89	21	77	15	65
연령							
18-29세	(176)	51	93	32	86	28	80
30-39세	(152)	37	92	28	80	15	76
40-49세	(185)	32	92	19	77	13	67
50-59세	(194)	24	85	17	71	11	55
60세이상	(293)	17	85	13	75	10	56

질문: 평소 포털, 언론사 홈페이지, 유튜브 뉴스 채널 등 인터넷에서 뉴스를 볼 때, 귀하의 행동과 가장 가까운 것에 체크해 주세요

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2021. 12. 10 ~ 13

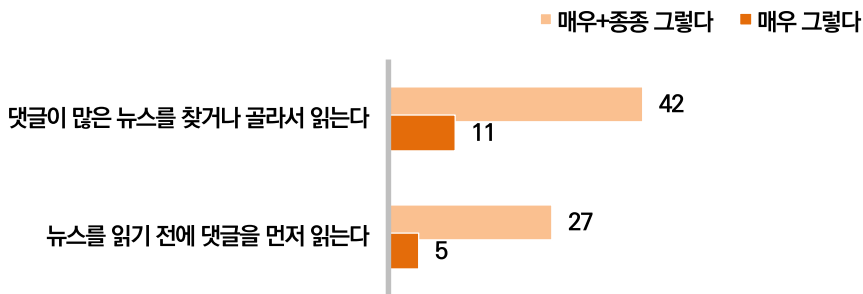
한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinon.co.kr)

댓글 많은 뉴스를 찾거나 골라서 읽는다 42% 뉴스를 읽기 전에 댓글부터 먼저 읽는다 27%

어떤 사람들에게 댓글은 뉴스를 읽을 때 부가적으로 같이 읽는 콘텐츠의 수준을 넘어서기도 한다. 댓글 자체가 뉴스 선택의 기준이 되기도 하는데, 전체 응답자의 42%는 댓글이 많은 뉴스를 찾거나 골라서 읽는다고 답했다. 또는 뉴스 내용보다 댓글을 더 궁금해하는 사람들도 있어서, 전체 응답자 10명 중 3명(27%)이 뉴스를 읽기 전에 댓글부터 먼저 읽는다고 답했다. 이러한 경향 역시 댓글을 적극적으로 읽는 20대에게서 두드러지는데, 18-29세 응답자는 49%가 댓글이 많은 뉴스를 찾거나 골라 읽는다고 답했고, 44%는 뉴스를 읽기 전에 댓글을 먼저 읽는다고 답했다. 모두 다른 연령대보다 높은 수치이다.

댓글 많은 뉴스를 찾거나 골라서 읽는다 42% 뉴스를 읽기 전에 댓글부터 먼저 읽는다 27%

(단위 : %)



	사례수 (명)	댓글이 많은 뉴스를 찾거나 골라서 읽는다		뉴스를 읽기 전에 댓글을 먼저 읽는다	
		매우 그렇다	매우+중종 그렇다	매우 그렇다	매우+중종 그렇다
▣ 전체 ▣	(1,000)	11	42	5	27
연령					
18-29세	(176)	18	49	10	44
30-39세	(152)	12	49	5	35
40-49세	(185)	10	35	5	29
50-59세	(194)	8	39	6	19
60세이상	(293)	8	39	2	15

질문: 평소 포털, 언론사 홈페이지, 유튜브 뉴스 채널 등 인터넷에서 뉴스를 볼 때, 귀하의 행동과 가장 가까운 것에 체크해 주세요

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2021. 12. 10 ~ 13

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

3

댓글을 읽으며 느끼는 감정

댓글을 읽고 불쾌감을 느낀 경험 매우 많다 36%

댓글을 읽으며 부정적 감정을 경험한 빈도가 좀 더 강한 것으로 확인

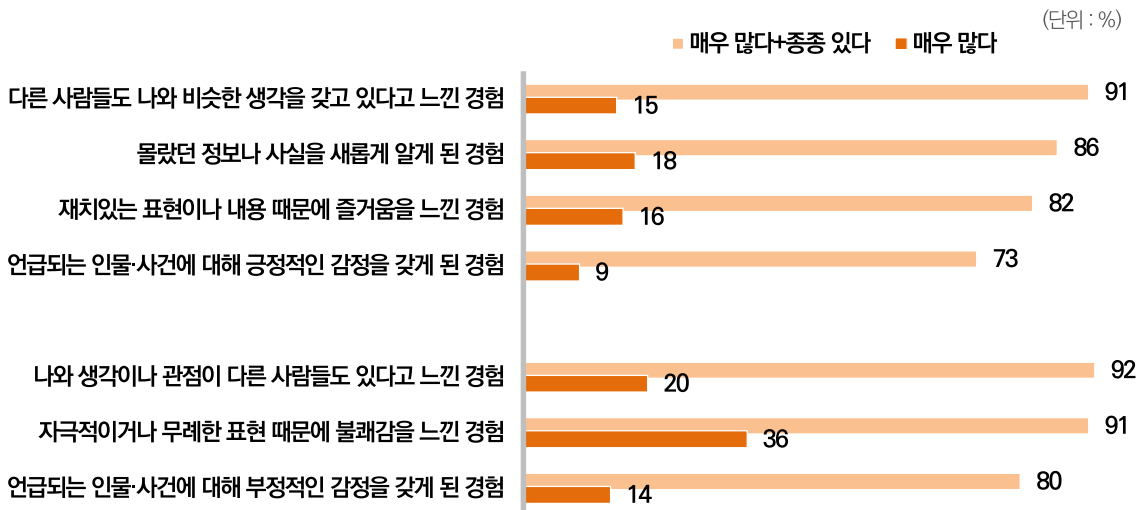
많은 사람들이 뉴스 댓글을 읽고 있으며, 뉴스 자체보다 댓글을 더 중요하게 여기는 사람들도 적지 않았다. 사람들은 댓글을 읽으며 느끼는 감정은 어떻게?

긍정적인 감정보다는 부정적인 감정을 느끼는 경우가 더 많아 보인다. 공감, 다름, 불쾌감, 정보 획득, 재미, 좋아짐, 싫어짐 등 다양한 감정 경험을 제시하고, 댓글을 읽으면서 경험한 적이 있는지를 물었다. ‘매우 많다’ 응답을 기준으로, 7가지 감정 중 가장 높은 응답을 받은 감정 경험은 ‘불쾌감’ 이었다. 전체 응답자의 36%가 댓글을 읽고 자극적이거나 무례한 표현 때문에 불쾌함을 느낀 경험이 매우 많다고 답했고, ‘종종 있다’ 는 응답(55%)까지 더하면, 전체 응답자 중 91%가 댓글의 표현 때문에 불쾌함을 경험한 적이 있다고 밝혔다. 특히 댓글을 가장 적극적으로 읽는 18-29세 응답자 중에서는 과반인 51%가 댓글을 읽고 불쾌함을 느낀 경험이 매우 많다고 답했다.

다른 감정은 얼마나 느끼고 있을까? 댓글을 읽고 다른 사람들도 나와 비슷한 생각을 갖고 있다고 느낀 경험(매우 많다 15%, 매우 많다 + 종종 있다 91%)도 많지만, 나와 생각이나 관점이 다른 사람들도 있다고 느낀 경험(매우 많다 20%, 매우 많다 + 종종 있다 92%) 역시 대다수였다. 뉴스기사 혹은 댓글에서 언급되는 인물이나 사건에 대해 긍정적인 감정을 갖게 된 경험(매우 많다 9%, 매우 많다 + 종종 있다 73%)보다는 부정적인 감정을 갖게 된 경험(매우 많다 14%, 매우 많다 + 종종 있다 80%)이 조금 더 많았다.

종합해 보면, 댓글을 읽으면서 다양한 긍정적·부정적 감정을 경험하고 있으나, 불쾌감이나 다름 등 부정적인 감정 경험의 빈도가 조금 더 많은 것으로 확인되었다.

댓글을 읽은 후, 부정적인 감정 경험의 빈도가 좀 더 많아



질문: 뉴스기사의 댓글을 읽고 다음을 경험한 적이 있는지 답변해 주세요

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2021. 12. 10 ~ 13

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

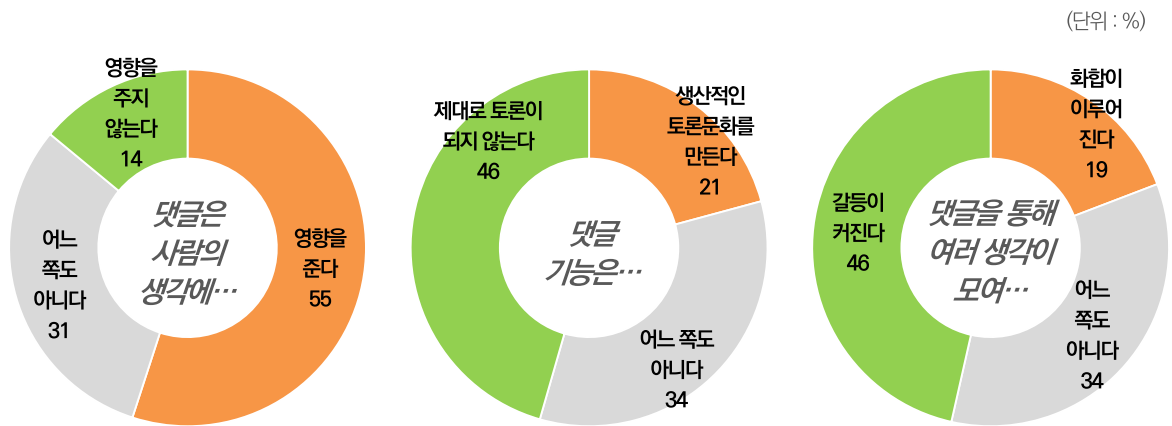
4

댓글의 영향력

댓글이 뉴스를 읽는 사람의 생각에 영향을 준다 55%
댓글을 통해 여러 다른 생각이 분출되어 갈등이 커진다 46%

댓글이 사람들의 생각에 영향을 준다고 생각할까? 이번 조사에서, 댓글이 뉴스를 읽는 사람의 생각에 영향을 준다는 응답이 55%로, 영향을 주지 않는다(14%)는 응답보다 높았다. 그러나 동시에, 다양한 댓글이 생산적인 토론문화를 만든다는 응답(21%) 보다는 각자 주장만을 앞세우기 때문에 제대로 토론이 되지 않는다는 응답(46%)이 우세하고, 댓글을 통해 모인 의견으로 화합(19%)을 이루기보다는, 갈등이 더 커지는 것(46%)으로 인식하고 있었다.

댓글이 뉴스를 읽는 사람의 생각에 영향을 준다 55%
 댓글을 통해 여러 다른 생각이 분출되어 갈등이 커진다 46%



(단위 : %)

	사례수 (명)	댓글은 사람의 생각에...			댓글 기능은...			댓글을 통해 여러 생각이 모여...		
		영향을 준다	영향을 주지 않는다	어느 쪽도 아니다	생산적인 토론문화를 만든다	제대로 토론이 되지 않는다	어느 쪽도 아니다	화합이 이루어진다	갈등이 커진다	어느 쪽도 아니다
▣ 전체 ▣	(1,000)	55	14	31	21	46	34	19	46	34
평소 댓글 읽는 빈도										
항상 읽는다	(274)	63	13	25	32	43	25	24	47	29
종종 읽는 편이다	(606)	53	14	33	17	46	36	18	45	38
읽지 않는다	(120)	49	13	38	13	48	38	16	52	32

질문: 뉴스기사의 댓글에 대한 다음 의견 중, 귀하의 생각과 가까운 것에 체크해 주세요

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2021. 12. 10 ~ 13

5

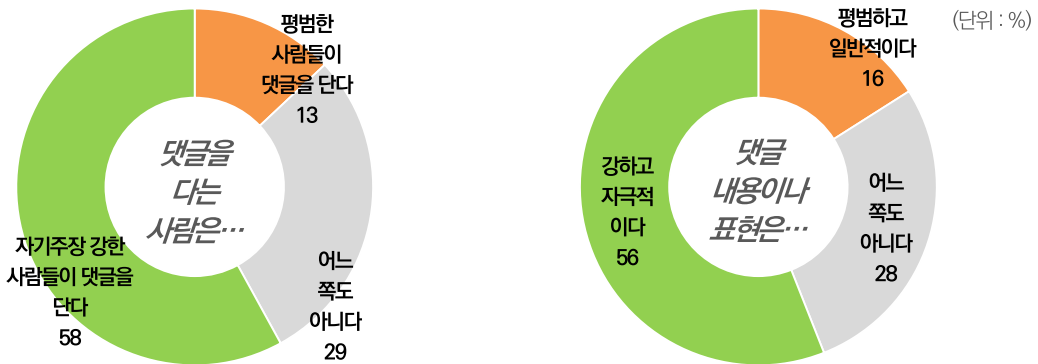
댓글 작성자와 내용에 대한 인식

자기주장이 강한 사람들이 댓글을 단다 58%, 댓글 내용이나 표현은 강하고 자극적이다 46%

2017년 8월부터 2020년 9월까지 네이버와 다음 '많이 본 기사'에 댓글을 한 개라도 작성한 ID의 개수는 각각 136만 개(네이버)와 103만 개(다음)였다. 그 중 댓글 작성이 많은 상위 10%, 우리나라 10대 이상 인구 중 0.3% 정도인 10만 명 정도의 '헤비 댓글러'가 쓴 댓글이 전체 댓글의 70%를 차지하였다. ("댓글 세계 지배하는 소수들"...뉴스 댓글 전격 분석, SBS뉴스, https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1006146859). 극소수의 사람들이 쓰는 댓글을 다수의 사람들이 읽고, 영향을 받고 있는 것이다.

이러한 인식은 이번 조사에서도 간접적으로 확인이 되는데, 전체 응답자의 58%가 '자기주장이 강한 사람들이 댓글을 단다'고 답했다. 평범한 사람들이 댓글을 단다는 응답은 13%에 그쳤다. 또한 댓글 내용이나 표현은 강하고 자극적이라는 응답이 56%로, 평범하고 일반적(16%)이라는 응답보다 높았다.

자기주장이 강한 사람들이 댓글을 단다 58%, 댓글 내용이나 표현은 강하고 자극적이다 46%



	사례수 (명)	댓글을 다는 사람은...			댓글 내용이나 표현은...		
		평범한 사람들이 댓글을 단다	자기주장 강한 사람들이 댓글을 단다	어느 쪽도 아니다	평범하고 일반적이다	강하고 자극적이다	어느 쪽도 아니다
▣ 전체 ▣	(1,000)	13	58	29	16	56	28
평소 댓글 읽는 빈도							
항상 읽는다	(274)	19	56	25	23	54	23
종종 읽는 편이다	(606)	11	59	30	14	56	29
읽지 않는다	(120)	5	60	36	10	59	32

질문: 뉴스기사의 댓글에 대한 다음 의견 중, 귀하의 생각과 가까운 것에 체크해 주세요

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2021. 12. 10 ~ 13

6

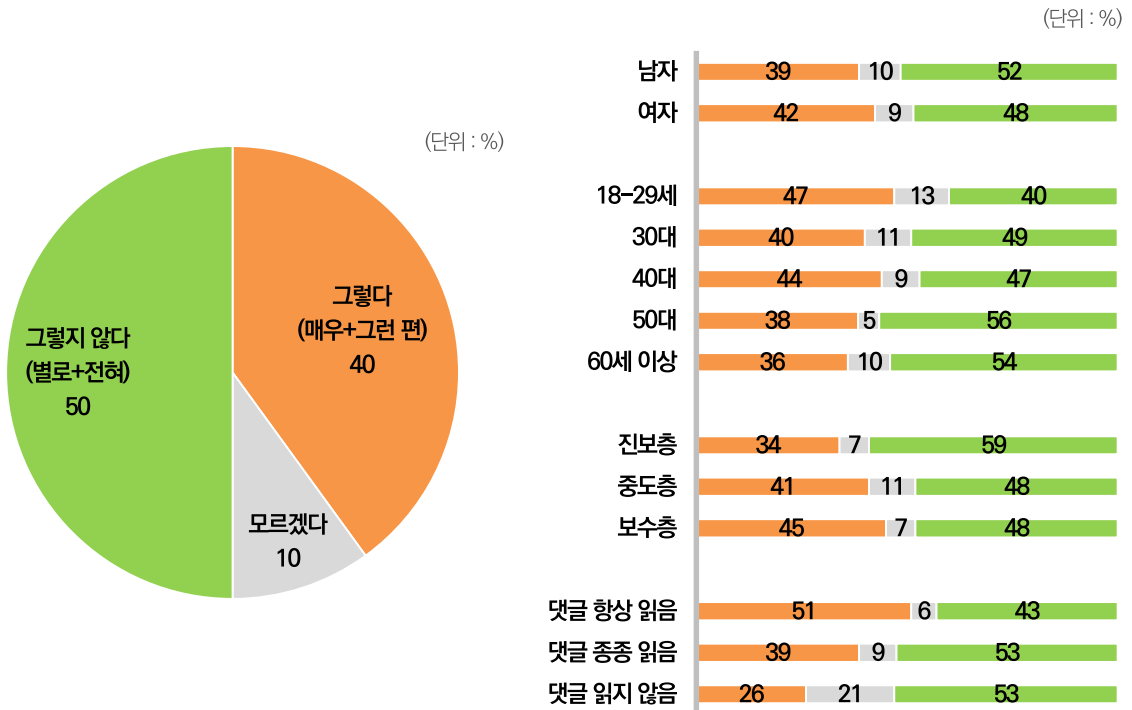
‘베플’에 대한 인식

‘베플’의 내용은 대다수 사람들의 의견이나 주장과 일치하지 않는다 50%

대다수 온라인 기사에서는 다른 사람들의 ‘공감’ 혹은 ‘좋아요’ 를 많이 받은 댓글이 ‘베플’이 되어, 뉴스 바로 밑에 배치되고 더 많은 사람들에게 노출된다. 그런데 이번 조사에서는 ‘베플’의 내용이 대다수 사람들의 의견이나 주장과는 일치하지 않는다는 의견이 다수였다. 전체 응답자의 50%가 ‘베플의 내용은 대다수 사람들의 의견이나 주장과 일치하지 않는다’고 답해, 일치한다는 응답(40%)보다 높았다. 10명 중 9명 정도가 주요 댓글도 같이 읽고 있으나, 그 내용이 여론을 대표하는지에 대해서는 회의적으로 보고 있었다.

50대(56%)와 60세 이상(54%), 진보층(59%)에서는 일치하지 않는다는 응답이 과반을 넘었으나, 평소 뉴스 댓글을 항상 읽는다고 답한 응답자 중에서는 51%가 ‘베플의 내용이 대다수 사람들의 의견이나 주장과 일치한다’고 답해 차이를 보였다.

‘베플’의 내용은 대다수 사람들의 의견이나 주장과 일치하지 않는다 50%



질문: 다음 의견에 어떤 입장인지 체크해 주세요 - 베플의 내용은 대다수 사람들의 의견이나 주장과 일치한다

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2021. 12. 10 ~ 13

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

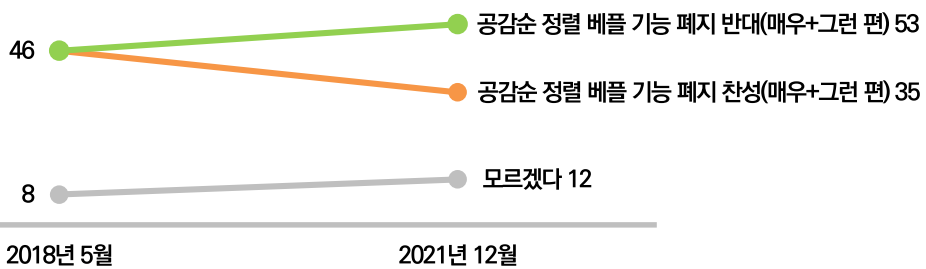
‘공감순’ 정렬로 보여지는 베플 기능 폐지, 동의하지 않는다 53%

다만, ‘공감순’ 정렬로 보여지는 베플 기능을 없애는 데 대해서는 부정적인 의견이 우세하였다. 전체 응답자의 53%가 ‘공감순 정렬로 보여지는 베플 기능을 없애야 한다’는 데 동의하지 않았다(없애야 한다 35%). 특히 18-29세 응답자 중에서는 66%가 베플 기능을 없애면 안 된다고 답해, 베플 기능 폐지 찬성 응답(18%)을 크게 앞섰다.

2018년 5월 조사에서는 공감순 정렬 베플 기능을 없애야 한다와 없애면 안 된다는 응답 모두 46%로 동일했으나, 이번 조사에서는 폐지 반대에 무게가 실렸다. 특히 50대(38% → 53%), 보수층(36% → 57%), 평소 댓글을 읽지 않는다고 답한 응답자(25% → 43%)에서 공감순 정렬 베플 기능 폐지 반대 의견의 상승폭이 컸다.

‘공감순’ 정렬로 보여지는 베플 기능 폐지 동의하지 않는다 53%, 동의한다 35%

(단위 : %)



(단위 : %)

	‘공감순’ 정렬 베플 기능 폐지 찬성			‘공감순’ 정렬 베플 기능 폐지 반대		
	2018년 5월	2021년 12월	GAP (2021년-2018년, %p)	2018년 5월	2021년 12월	GAP (2021년-2018년, %p)
▣ 전체 ▣	46	35	-11	46	53	+7
연령						
18-29세	37	18	-19	55	66	+11
30-39세	37	34	-3	55	51	-4
40-49세	45	41	-4	46	49	+3
50-59세	54	39	-15	38	53	+15
60세이상	52	40	-12	39	47	+8
이념성향						
진보	47	43	-4	47	49	+2
중도	39	32	-7	51	55	+4
보수	57	34	-23	36	57	+21
평소 댓글 읽는 빈도						
항상 읽는다	44	35	-9	50	53	+3
종종 읽는 편이다	44	35	-9	47	55	+8
읽지 않는다	63	34	-29	25	43	+18

질문: 다음 의견에 어떤 입장인지를 체크해 주세요 - ‘공감순’ 정렬로 보여지는 베플 기능을 없애야 한다

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2018. 05. 18 ~ 22 // 2021. 12. 10 ~ 13

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

7

연예·스포츠 뉴스의 댓글 서비스 폐지와 인터넷 실명제 도입

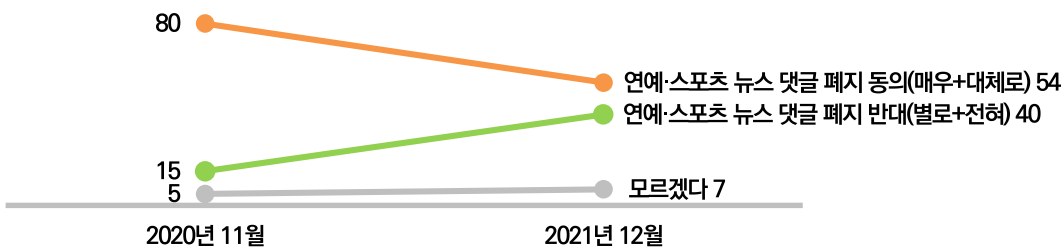
연예·스포츠 뉴스의 댓글 서비스 폐지 동의 54%, 1년 전보다 26%포인트 하락

유명 연예인과 스포츠 선수의 극단적 선택으로 이어진 ‘악플’ 근절을 위해 포털사이트 다음은 지난 2019년 10월, 네이버와 네이트는 각각 2020년 3월과 7월에 연예뉴스 댓글을 폐지하였다. 다음과 네이버의 스포츠기사 댓글 역시 지난 2020년 8월 이후 폐지되었다.

댓글 폐지 직후였던 지난 2020년 11월 조사에서는, 연예·스포츠 뉴스의 댓글 서비스 폐지에 대해 동의한다는 응답이 80%에 달했다. 그러나 1년 여가 지난 이번 조사에서, 동의한다는 응답은 54%로 떨어졌다. 성별, 연령대와 관계없이 연예·스포츠 뉴스의 댓글 서비스 폐지에 찬성한다는 응답이 20%포인트 넘게 하락했고, 30대 이하에서는 댓글 서비스 폐지 찬반 의견에 큰 차이가 없었다.

연예·스포츠 뉴스의 댓글 서비스 폐지 동의 54%, 1년 전보다 26%포인트 하락

(단위 : %)



	연예·스포츠 뉴스의 댓글 서비스 폐지 동의			연예·스포츠 뉴스의 댓글 서비스 폐지 반대		
	2020년 11월	2021년 12월	GAP (2021년-2020년, %p)	2020년 11월	2021년 12월	GAP (2021년-2020년, %p)
▣ 전체 ▣	80	54	-26	15	40	+25
성별						
남자	74	47	-27	21	46	+25
여자	85	60	-25	10	34	+24
연령대						
18-29세	71	46	-25	22	42	+20
30-39세	77	48	-29	16	40	+24
40-49세	85	53	-32	12	43	+31
50-59세	85	60	-25	10	37	+27
60세이상	80	57	-23	16	38	+22

질문: 포털 사이트의 연예뉴스, 스포츠 뉴스 댓글 서비스 폐지/중단에 대해 어떻게 생각하십니까?

응답자 수: 1,000명

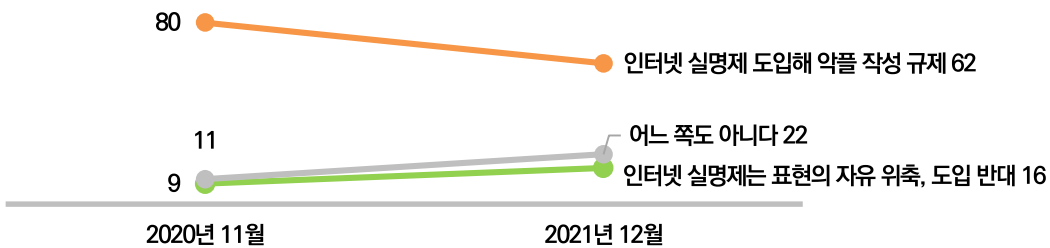
조사기간: 2020. 11. 27 ~ 30 // 2021. 12. 10 ~ 13

악플 규제를 위한 인터넷실명제 도입 찬성 62%, 1년 전 대비 18%포인트 하락

악성 댓글(악플) 규제를 위한 인터넷 실명제 도입에 찬성한다는 응답 역시 낮아졌다. 2020년 11월 조사에서는 응답자의 80%가 인터넷 실명제를 도입해 악플 작성을 규제해야 한다고 답했다. 이번 조사에서도 인터넷 실명제 도입 찬성 의견이 우세하긴 했으나, 찬성 비율은 62%로 18%포인트 떨어졌다. 인터넷 실명제에 찬성한다는 응답은 모든 연령대에서 최소 14%포인트 이상 낮아진 반면, 인터넷 실명제에 반대한다는 응답은 모든 연령대에서 소폭 상승하였다.

악플 규제를 위한 인터넷실명제 도입 찬성 62%, 1년 전 대비 18%포인트 하락

(단위 : %)



	인터넷 실명제 도입해 악플 작성 규제			인터넷 실명제는 표현의 자유 위축, 도입 반대		
	2020년 11월	2021년 12월	GAP (2021년-2020년, %p)	2020년 11월	2021년 12월	GAP (2021년-2020년, %p)
▣ 전체 ▣	80	62	-18	9	16	+7
성별						
남자	77	60	-17	12	19	+7
여자	83	65	-18	6	12	+6
연령대						
18-29세	68	53	-15	13	23	+10
30-39세	80	58	-22	8	18	+10
40-49세	87	67	-20	5	14	+9
50-59세	83	64	-19	9	13	+4
60세이상	81	67	-14	10	13	+3
이념성향						
진보	88	71	-17	7	13	+6
중도	79	60	-19	7	13	+6
보수	74	58	-16	14	25	+11

질문: 다음은 인터넷 실명제에 대한 설명입니다. 다음 의견 중 귀하의 생각과 가까운 것을 골라 주세요.

응답자 수: 1,000명

조사기간: 2020. 11. 27 ~ 30 // 2021. 12. 10 ~ 13

한국리서치 정기조사 여론 속의 여론(hrcopinion.co.kr)

조사개요

구분	내용
모집단	• 전국의 만18세 이상 성인남녀
표집틀	• 한국리서치 마스터샘플(21년 11월 기준 약 72만명)
표집방법	• 지역별, 성별, 연령별 비례할당추출
표본크기	• 1,000명
표본오차	• 무작위추출을 전제할 경우, 95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차는 $\pm 3.1\%p$
조사방법	• 웹조사(휴대전화 문자와 이메일을 통해 url 발송)
가중치 부여방식	• 지역별, 성별, 연령별 가중치 부여(셀가중) (2021년 9월 행정안전부 발표 주민등록 인구 기준)
응답율	• 조사요청 7,312명, 조사참여 1,160명, 조사완료 1,000명 (요청대비 13.7%, 참여대비 86.2%)
조사일시	• 2021년 12월 10일 ~ 12월 13일
조사기관	• (주)한국리서치(대표이사 노익상)

한국리서치 주간리포트

여론속의

여輿論論

Hankook | Research

