



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

언론정보학석사 학위논문

팩트체크가  
정보의 사실성 인식 및 공유 의도에  
미치는 효과

- 사전 경고의 조절효과를 중심으로 -

2021년 12월

서울대학교 대학원

언론정보학과

김 은 정

팩트체크가  
정보의 사실성 인식 및 공유  
의도에 미치는 효과  
- 사전 경고의 조절효과를 중심으로 -

지도교수 이 은 주

이 논문을 언론정보학석사 학위논문으로 제출함  
2021년 12월

서울대학교 대학원  
언론정보학과  
김 은 정

김은정의 석사 학위논문을 인준함  
2021년 12월

위 원 장           김 현 석           (인)

부위원장           김 자 립           (인)

위     원           이 은 주           (인)

## 국문초록

‘가짜 뉴스’와 같은 허위정보로 발생하는 사회정치적 문제가 심각하게 대두되고 있다. 특히 최근에는 각종 소셜 미디어 네트워크를 통해 사실 여부가 확인되지 않은 정보가 급속도로 전파되고 있어 그 문제는 더욱 가중되고 있다. 이런 가운데 본 연구는 허위 정보 교정 방법으로 팩트체크와 교정법의 효과를 높이는 방안으로 사전 경고에 관한 연구를 진행하였다. 본 연구는 팩트체크 결과, 사전 경고의 유무에 따라 독자의 사실성 인식 및 공유 의도가 달라지는지를 살펴보고, 팩트체크 결과와 사전 경고 간의 상호작용 효과를 알아봤다.

구체적으로 팩트체크와 사전 경고가 독자의 인식 및 행동에 미치는 영향을 살펴보기 위해 600명을 대상으로 온라인 실험을 수행했다. 그 결과, 팩트체크 결과가 거짓인 경우와 비교했을 때, 독자의 사실성 인식은 팩트체크 결과가 사실인 경우 더 높게 나타났다. 또한 팩트체크 결과가 사실인 경우, 팩트체크 결과가 제시되지 않은 경우보다 해당 정보를 사실로 믿는 경향이 더 강했다. 반면, 팩트체크 결과가 거짓인 경우, 제시되지 않는 경우에 비해, 이미 거짓으로 확인된 허위정보에 대한 신뢰도가 오히려 더 높게 나타났다. 반면, 팩트체크 결과에 따라 개인의 공유 의도는 팩트체크 결과가 사실인 경우, 오히려 팩트체크 결과가 거짓인 경우보다 더 낮게 나타났다. 나아가, 팩트체크 결과가 사실인 경우, 제시되지 않은 경우보다 공유 의도가 낮게 나타났으나, 팩트체크 결과가 거짓인 집단의 공유 의도는 결과가 제시되지 않는 집단보다 더 높게 나타났다.

사전 경고의 유무에 따른 개인의 사실성 인식의 차이는 없었지

만, 공유 의도에는 차이가 있었다. 사전 경고가 주어지는 경우, 사람들은 해당 정보를 공유할 가능성이 더 낮은 것으로 나타났다.

팩트체크 결과와 사전 경고의 유무의 상호작용 효과를 알아보았다. 그 결과, 사실성 인식에서 유의한 상호작용이 나타나지 않았지만, 공유 의도에 있어서 유의한 상호작용 효과가 있었다. 팩트체크 결과가 사실일 때, 사전 경고가 있으면 공유 의도가 부분적으로 낮게 나타났다. 반면, 팩트체크 결과가 거짓일 때는 사전 경고가 공유 의도를 낮추는 효과가 존재했다. 한편으로는, 사전 경고가 존재할 때, 팩트체크 결과와 무관하게 공유 의도의 차이는 존재하지 않았다. 그러나, 사전 경고가 없는 경우, 팩트체크 결과가 거짓으로 판명된 기사의 경우 공유 의도가 더 높게 나타났다.

본 연구는 팩트체크 결과와 사전 경고 기사의 노출이 개인의 사실성 인식 및 공유 의도를 강화 혹은 약화시키는지 확인하고 구체적으로 허위정보의 교정 방법 중 하나인 팩트체크의 교정효과를 높이기 위한 전략으로서 사전 경고의 효과를 모색했다는 점에서 본 연구의 의의를 찾을 수 있다. 종합하면 본 연구의 결과는 팩트체크의 결과를 제시하는 것만으로 독자들이 해당 정보의 진위 여부에 대한 사실성 인식 및 공유 의도가 달라질 수 있으며, 정보의 진위 여부에 대한 사전 경고는 독자가 해당 정보를 공유할지를 결정하는 데에 영향을 주는 것으로 나타났다. 즉, 정보의 배포를 처벌한다고 경고하는 것만으로도 독자의 잘못된 정보에 대한 공유 의도는 줄일 수 있음을 시사한다.

**주요어 :** 허위정보, 가짜뉴스, 사전 경고, 팩트체크, 사실성 인식, 공유 의도

**학 번 :** 2019-21647

# 목 차

제 1 장 연구 배경 및 목적 .....	1
제 1 절 허위정보의 확산과 대응 .....	1
제 2 절 교정정보로서 팩트체크 .....	6
제 2 장 이론적 배경 .....	9
제 1 절 허위정보에 대한 선행 논의 .....	9
1. 오정보, 조작정보 및 가짜 뉴스 .....	9
2. 허위정보 공유 및 전파 .....	12
제 2 절 허위정보 교정(correction) .....	15
1. 허위정보의 교정 과정 .....	15
2. 가짜 뉴스 교정법으로서의 팩트체크(fact-check) .....	18
제 3 절 교정에 대한 저항(resistance to correction) .....	22
1. 진실-기본값 이론(truth-default theory) .....	23
2. 확증 편향(confirmation bias) .....	25
3. 진실착각효과(illusory truth effect) .....	27
4. 오정보 지속 효과(continued influence effect) .....	30
제 4 절 사전 경고(forewarning) .....	34
1. 접종 이론(inoculation theory) .....	35
2. 사전 경고의 효과 .....	38
제 5 절 연구 문제 및 가설 .....	44
제 3 장 연구 방법 .....	50
제 1 절 연구 설계 .....	50
1. 실험 개요 .....	50
1) 실험 참가자 .....	50

2) 실험 절차 .....	50
<b>제 2 절 주요 변인 정의 및 측정 .....</b>	<b>53</b>
1. 사전 경고(forewarning) .....	53
2. 팩트체크 결과 .....	53
3. 정보의 사실성 인식 .....	55
4. 공유 의도 .....	56
<b>제 4 장 연구 결과 .....</b>	<b>58</b>
<b>제 1 절 기술 통계치 및 상관관계 검증 .....</b>	<b>58</b>
<b>제 2 절 가설 검증 .....</b>	<b>61</b>
1. [연구 문제 1] 검증 .....	61
2. [연구 문제 2] 검증 .....	63
3. [연구 문제 3] 검증 .....	64
4. [연구 문제 4] 검증 .....	64
5. [연구 문제 5] 검증 .....	65
6. [연구 문제 6] 검증 .....	65
<b>제 5 장 종합 논의 .....</b>	<b>69</b>
제 1 절 연구 결과 요약 및 논의 .....	69
제 2 절 연구의 함의 .....	70
제 3 절 연구 한계점 및 후속 연구를 위한 제언 .....	71
<b>참고문헌 .....</b>	<b>74</b>
<b>부록 .....</b>	<b>91</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>105</b>

## 표 목 차

[표 1-1] 주요 변인의 기술 통계치 .....	59
[표 1-2-1] 주요 변인의 상관계수(사전 경고 있음) .....	59
[표 1-2-2] 주요 변인의 상관계수(사전 경고 없음) .....	60
[표 1-2-3] 주요 변인의 상관계수(통제) .....	60
[표 2] 사실성 인식에 대한 혼합 분산분석 결과 .....	62
[표 3] 팩트체크 결과에 따른 사실성 인식 독립 표본 $t$ 검정 결과 .....	62
[표 4] 공유 의도에 대한 혼합 분산분석 결과 .....	63
[표 5] 팩트체크 결과에 따른 공유 의도 독립 표본 $t$ 검정 결과 .....	64
[표 6] 팩트체크 결과에 따른 사전 경고 독립 표본 $t$ 검정 결과 .....	66
[표 7] 사전 경고 유무에 대한 혼합 분산분석 결과 .....	66



## 그림 목 차

[그림 1] <가설 5-1> 팩트체크와 사전 경고의 상호작용 효과 1 .....	46
[그림 2] <가설 5-2> 팩트체크와 사전 경고의 상호작용 효과 2 .....	47
[그림 3] <가설 5-3> 팩트체크와 사전 경고의 상호작용 효과 3 .....	48
[그림 4] 일반 기사 .....	51
[그림 5] 사전 경고 기사 .....	51
[그림 6] (가짜) 뉴스 .....	52
[그림 7] 팩트체크 기사 .....	52
[그림 8] 팩트측정기 (fact-o-meter) .....	54
[그림 9] 집단별 사실성 인식 평균 비교 .....	67
[그림 10] 집단별 공유 의도 평균 비교 .....	67
[그림 11] 팩트체크와 사전 경고의 상호작용 효과 .....	68

## 부 록

[부록 1] 사전 경고 기사 1 .....	94
[부록 2] 사전 경고 기사 2 .....	95
[부록 3] 일반 기사 1 .....	96
[부록 4] 일반 기사 2 .....	97
[부록 5] 일반 기사 3 .....	98
[부록 6] 뉴스 1 .....	99
[부록 7] 뉴스 2 .....	100
[부록 8] 뉴스 3 .....	101
[부록 9] 뉴스 4 .....	102
[부록 10] 뉴스 5 .....	103
[부록 11] 뉴스 6 .....	104
[부록 12] 뉴스 7 .....	105
[부록 13] 뉴스 8 .....	106
[부록 14] 뉴스 9 .....	107

# 제 1 장 연구 배경 및 목적

## 제 1 절 허위정보의 확산과 대응

소위 가짜 뉴스(fake news), 조작정보(disinformation) 및 오정보(misinformation)<sup>1)</sup>는 국내외적으로 심각한 문제로 급부상하였으며, 사회적·정치적 문제를 수반하였다(이정념, 2018). 최근 코로나 19 사태 및 유명 연예인의 자살 등 다양한 분야에 대한 언론의 보도에서 ‘가짜 뉴스’ 라는 단어를 찾는 것은 어렵지 않다. 특히, 주류 언론사나 정당이 인터넷 포털 및 SNS 등 각양각색의 플랫폼에서 다양한 방식의 보도를 하게 되면서 대중들의 ‘가짜 뉴스’ 관련 콘텐츠에 노출될 가능성이 높아졌다.

문제는 수많은 정보가 범람하는 보도 속에서 대중들은 뉴스의 진위를 구별하기가 점점 힘들어진다는 것이다. 한국언론진흥재단(2017)에 따르면, 진짜 뉴스 2개와 가짜 뉴스 4개가 주어졌을 때 6개 모두 진실을 가려낸 응답자는 1.8% 뿐이었다. 보도를 책임지고 있는 언론인들도 가짜 뉴스의 횡행에 대해 그 심각성을 인지하고 있다. 언론진흥재단의 <2019 언론인 조사>에 따르면 허위·조작 정보(가짜 뉴스), 언론사의 오보, 낱시성 기사 등에 대해서 응답자 대부분이 심각한 문제로 인식하고 있었고, 특히 허위·조작 정보에 대해서 가장 높은 66%의 비율로 ‘매우 문제가 된다’ 고 응답했다. 이러한 사실들은 우리 사회가 가짜 뉴스의 문

---

1) 국내외에서 가짜 뉴스란 용어 사용이 적정한가에 대한 논의도 활발하다. 사실과 진실을 기반으로 한 정보를 의미하는 ‘뉴스’ 와 사실이 아닌 거짓을 의미하는 ‘가짜’ 의 두 단어는 모순된 조합이기 때문이다. 이러한 문제의식으로 EU는 지난해 3월 가짜 뉴스 대신 ‘조작된 정보’ 라는 용어를 사용하도록 권고했고, 영국정부도 공식 석상에서 ‘가짜 뉴스’ (fake news)라는 표현을 쓰지 않는다. 하지만 ‘가짜 뉴스’ 라는 용어가 기존 연구에서도 종종 사용되었고, 대중적으로 널리 쓰이는 표현이기 때문에 본 논문에서는 ‘가짜 뉴스’ 를 오정보·허위정보 등과 병행해서 사실 뉴스이 아닌 뉴스라는 개념으로 사용하였다.

제점은 알고 있지만, 실상 무엇이 가짜이고 진짜인지 구별하지 못하고 있음을 시사한다.

가짜 뉴스의 전파력 또한 심각한 문제로 지적되어 왔다. 해외 가짜 뉴스 연구 사이트인 ‘스놉스 닷컴(snoopes.com)’에 따르면, 진짜 뉴스는 최초 전파 이후 시간이 지남에 따라 대중의 관심에서 멀어지면서 사라진다. 하지만 가짜 뉴스는 끊임없이 재생되며 뉴스의 전파가 몇 개월, 길게는 수년 동안 지속되었다. 보수기와 동료들(Vosoughi et al., 2018)은 가짜 뉴스 확산의 원인은 수용자라고 지적한다. 메사추세츠공과대학(MIT) 미디어랩 연구소에서 2006년부터 2017년까지 트위터에서 퍼진 약 126,000개의 트윗과 3백만 명의 사람들을 조사하며 사실과 루머의 확산 차이에 대한 연구를 진행한 결과에 따르면, 1500명의 트위터 사용자들에게 전해지는데 가짜 뉴스는 10시간이 걸렸지만 진짜 뉴스는 60시간으로 무려 6배가 빨랐으며, 가짜 뉴스는 진짜 뉴스보다 35%나 더 많은 사람에게 전해졌다. 이는 허위사실이 진실보다 훨씬 더 멀리, 더 빨리, 더 깊이, 그리고 더 넓게 확산되는 것을 의미한다.

이렇듯 가짜 뉴스는 심각한 사회 문제로 지적되면서 논의의 중심에 서게 되었는데, 연구자들은 그 시작점을 영국의 EU 탈퇴(브렉시트)와 미국 대통령 선거가 있었던 2016년이라고 지목한다(박아란, 2019). 실제로 브렉시트와 미국 대선 결과 모두 전 세계적인 관심을 끌었으며 당시 언론과 전문가들의 예상을 뒤엎은 결과를 낳았는데, 그 원인으로 가짜 뉴스가 거론되었다. 버즈피드 뉴스의 데이터 분석에 따르면, 주류 언론 뉴스 대비 가짜 뉴스의 댓글, 좋아요, 공유 숫자가 더 많으며 페이스북에서 인기를 끈 가짜 뉴스의 20개 중 17개가 트럼프 후보에게 유리한 내용이었다고 한다<sup>2)</sup>. 이는 영국과 미국의 소위 권위 있는 사전들이 매년 선정하는 ‘올해의 단어’만 살펴봐도 알 수 있다. 2016년 영국의 옥스퍼드 사전은 올해의 단어로 ‘사람들이 객관적 사실보다 감정이나

---

2) Silverman, C. (2016). This analysis shows how viral fake election news stories outperformed real news on Facebook. BuzzFeed news, 16.

신념이 공공 여론을 형성하는데 더 많은 영향을 발휘하는 상황' 으로 정의되는 '탈진실(post-truth)' 을 선정했으며, 그 이유에 대해 “특히 브렉시트 관련 영국 국민투표가 실시된 지난 6월과 트럼프 대통령이 당선되었던 미국 대선 시기에 ‘탈진실’ 사용이 급증했다” 고 설명했다(BBC News, 2016). 한편 영국의 콜린스 사전은 2017년 ‘올해의 단어’ 로 ‘가짜 뉴스(fake news)’ 를 선정하면서 그 이유로 ‘가짜 뉴스’ 의 사용 빈도가 365% 증가했다는 점을 들었다(Flood, 2017).

이처럼 횡행하는 가짜 뉴스 문제를 해결하기 위해 서비스 제공자, 정부, 시민사회, 언론, 그리고 학계 등은 이를 예방·규제·시정하기 위한 다양한 조치를 시행하고 있다. 우선, 구글, 페이스북, 트위터 등은 플랫폼 자체에서 사용자들이 허위정보라 판단되는 포스팅을 ‘신고’ 할 수 있는 기능 등을 도입하였다. 특히 페이스북은 프랑스에서 8개의 미디어 회사와 함께 ‘팩트체크’ 를 하면서 프랑스 대통령 선거에 대비해 가짜 뉴스를 필터링하겠다는 정책을 발표하였다(Toor, 2017). 각국 정부의 가짜 뉴스 대응책은 다양한 양상을 띠고 있는데, 언론의 자유도에 따라 가짜 뉴스를 얼마나 규제하는지가 달라지기 때문이다. 미국은 가짜 뉴스 논란이 가장 거센 나라 중 하나지만, 언론의 자유와 상충하는 규제 법안을 발의하지 않고 있다. 다만 현행법에 따라 사후적으로 명예훼손(defamation), 거짓 정보로 인한 사생활 침해, 고의적인 정신적 고통 유발(IIED: Intentional Infliction of Emotional Distress) 등으로 규제하고 있다(Park & Youm, 2019). 이에 비해 유럽의 경우 보다 적극적인 방법으로 가짜 뉴스를 규제하고 있다. 러시아는 가짜 뉴스 금지 법안을 통과시켰고, 독일은 SNS 상 발생하는 혐오발언, 차별적 발언, 가짜 뉴스 생산에 대응하기 위해 SNS위법규제법(NetzDG)을 제정하였다. 마찬가지로 프랑스에서는 선거운동 기간 동안 가짜 뉴스 생성·유통을 강력히 처벌할 수 있는 법안이 통과되었다. 한국에서도 2019년 12월 기준 국회 의안정보시스템에 가짜 뉴스를 키워드로 검색한 결과<sup>3)</sup> 총 26건의

---

3) “가짜뉴스” 검색결과. (n.d.). 의안정보시스템. from

입법안이 가짜 뉴스를 제안 이유 및 주요내용에 포함하고 있었다. 구체적으로 신문법·정보통신망법·공직선거법 개정을 통해 가짜 뉴스를 규제하려는 시도들이 있었다. 그러나 이러한 정부의 사법적 접근은 헌법의 가치인 표현의 자유와 충돌할 여지가 있으며 막대한 사회적 비용을 유발한다.

한편, 가짜 뉴스에 대한 대응 조치로서 정부의 이러한 규제 노력 외에 민간의 노력도 활발하다. 2017년 3월, 언론과 표현의 자유에 관한 유엔 인권 특별조사위원회(UN Special Rapporteur on Human Rights)과 유럽안전보장협력기구(Organization for Security and Co-operation in Europe, OSCE), 미주기구(Organization of American States, OAS), 아프리카 인권위원회(African Commission on Human and People's Rights, ACHPR)는 ‘표현의 자유와 가짜 뉴스, 조작정보와 선전에 관한 공동선언’(Joint Declaration on Freedom of Expression and Fake News, Disinformation and Propaganda)을 채택하였다. 동 선언문의 핵심 내용 중 하나는 시민사회의 미디어 및 디지털 리터러시(media and digital literacy)를 함양하기 위한 조치를 취하는 것이 국가의 의무라는 것이다. 디지털 리터러시는 “사이버상에서 유통되는 정보의 신뢰성을 평가, 판단하고 광속으로 움직이는 정보를 취사, 선택, 편집, 가공하여 자신에게 필요한 지식으로 전환할 수 있는 능력”으로 정의할 수 있다(유영만, 2002, p. 96). 해당 공동선언문에서는 명확한 원칙 없이 허위사실을 규제하는 것은 언론 및 표현의 자유를 침해할 위험이 있으므로, 정부와 서비스 제공자 및 언론사뿐만 아니라 시민 사회의 디지털 리터러시 능력을 제고하는 것을 중요한 축으로 삼아야 한다고 주장하고 있다. 실제로 이 선언문은 여러 기관에서 시민 사회의 디지털 리터러시 교육을 실시하는 배경이 되었지만 이러한 교육적 접근은 비용의 한계 뿐만 아니라 기본적인 능력만 교육할 수 있다는 낮은 효율의 한계가 있다.

---

<http://likms.assembly.go.kr/bill/BillSearchProposalResult.do#none>

이러한 교육적 접근의 낮은 효율을 극복하고자 한 것이 팩트체크이다. 팩트체크는 잘못된 정보를 사후적으로 정정하는 방법으로, 주로 언론사가 보도 내용이 사실에 부합하는지 검증하는 과정을 통해 이루어진다. 팩트체크는 디지털 리터러시 교육과 달리 가짜 뉴스를 사안별로 접근하여 대응하기 때문에 효율적이다(Amazeen, 2015). 최근에는 언론사 뿐만 아니라 독립적인 기관에서도 정치인 발언이나 허위조작정보의 진위를 가리는 자체 기사·콘텐츠를 만들기도 한다. 펜실베니아 대학교의 애너버그 공공 정책 센터에서 운영하는 팩트체크닷오알지(FactCheck.org), 포인터(poynter) 비영리 미디어 단체에서 운영하는 폴리티팩트닷컴(PolitiFact.com) 등이 관련 서비스를 제공하고 있다.

최근들어 허위정보의 심각성과 이에 대한 해결책에 대한 요구가 증가함에 따라 팩트체크의 필요성 역시 더욱 증가하였다(Spivak, 2010). 초기의 팩트체크는 정치인의 발언에 대한 사실검증에 치우쳐 있었지만, 현재는 특정 주제에 국한되지 않고 모든 정보의 진위여부를 밝히는 일종의 저널리즘으로 여겨진다(Grave & Glaisyer, 2012). 이와 같이 팩트체크는 허위정보의 교정방법으로서 중요한 역할을 하고 있다. 이러한 맥락에서 본 논문은 팩트체크의 효과를 높이는 방법에 대해 연구하고자 한다.

## 제 2 절 교정정보로서 팩트체크

팩트체크의 목적은 허위정보를 효과적으로 교정하는 것이다. 이를 위해 주로 허위정보를 먼저 제시하고 이에 대한 교정정보를 제시하는 구조가 사용되어왔다. 그런데 허위정보를 제시하는 과정에서 수용자를 해당 허위정보에 노출시키면 의도치 않게 수용자가 허위지각을 형성할 수 있다는 문제가 발생한다. 허위지각(misperception)이란, 사실이 아닌 정보에 노출됨으로써 생기는 그릇된 신념 또는 인식을 의미하는 것으로 사람들은 일반적으로 특정 정보를 접하면 이를 모두 사실로 수용하는 경향이 있기 때문에(진실편향: Hasson et al., 2005; Levine, 2014), 무방비 상태에서 허위정보에 노출된다면 이에 대한 허위지각이 형성된다.

이러한 허위지각은 이후 제시되는 교정정보에 저항하는 원인이 된다. 기존의 가짜 뉴스 내용을 정정하는 팩트체크 결과를 접해도 수용자는 이를 선택적으로 인식·처리·해석하며 기존의 허위인식을 유지하려 하기 때문이다(Ansolabehere & Iyengar, 1996; Ecker et al., 2010). 따라서, 팩트체크의 효과를 높이기 위해서는 교정정보를 제시하는 과정에서 함께 언급하는 오정보로 인한 허위지각 형성을 방지하려는 노력이 병행되어야 한다.

앞서 언급했다시피 허위지각은 제시되는 정보를 의심없이 참으로 여기는 수용자의 진실편향(truth bias: Levine, 2014) 때문에 발생하는 것으로 믿어진다. 따라서 이러한 진실편향을 사전에 약화시킬 수 있다면 팩트체크에 포함된 오정보로 인한 역효과를 억제함과 동시에 팩트체크의 효과를 높일 수 있을 것이다. 사전 경고가 이후에 발생할 위협에 대해 경고함으로써 수용자로 하여금 예방적 태도를 형성하게 하는 역할을 한다면(Ecker et al., 2010), 오정보의 허위 가능성에 대한 사전 경고가 수용자의 진실편향을 누그러뜨릴 수 있다. 이 경우, 수용자는 사전 경고로 인해 이후 제시될 메시지에 대해 회의적 태도를 형성할 수 있기 때문이다. 하지만 이같은 회의적 태도가 오정보 뿐 아니라 교정정보인 팩트



체크 결과에 대한 의심으로 이어질 가능성 역시 간과할 수 없다. 따라서 본 연구는 팩트체크의 교정 효과를 높이기 위한 방안으로서 사전 경고의 효용을 다음과 같이 탐색하고자 한다.

구체적으로 본 연구는 온라인 실험을 통해 팩트체크의 교정효과와 관련된 요인들을 검토하고자 한다. 먼저, 수용자가 정보를 접할 때, 이를 당연히 참으로 여기는 경향인 진실편향(truth bias)의 존재를 실증적으로 확인할 것이다. 만일 진실편향이 존재한다면, 팩트체크 결과 없이 제시된 기사와 팩트체크 결과, 사실로 판정된 기사를 비교할 때, 정보를 진실로 받아들이는 정도에 유의한 차이가 없을 것이다. 반면, 팩트체크 결과 거짓으로 판정된다면 이미 참으로 받아들여진 정보가 반박당한 것이므로, 정보를 진실이라고 믿는 정도가 사실로 팩트체크 결과 사실 판정을 받은 경우에 비해 낮아질 것이다.

다음으로 사전 경고가 진실편향을 약화시키는지를 알아볼 것이다. “앞으로 제공될” 정보의 진위여부에 대한 ‘사전 경고(foreshadowing)’는 수용자가 주어진 정보를 당연히 사실로 받아들이지 않도록 예방할 가능성이 높다. 그렇다면 만약 사전 경고가 진실편향을 낮출 수 있다면, 수용자는 후속적으로 제시되는 (오)정보에 대한 사실 판단을 보다 중립적으로 유보할 것이다. 즉, 사전 경고가 팩트체크 과정에 포함된 오정보로 인한 수용자의 허위지각 형성을 미연에 방지할 것이라 기대할 수 있다. 본 연구에서는 사전 경고가 진실편향을 낮추어 팩트체크의 효과를 높이는지 알아보하고자 한다.

마지막으로 본 연구에서는 팩트체크와 사전 경고의 상호작용에 대해 연구하고자 한다. 팩트체크와 사전 경고는 각각 오정보를 교정하는데 긍정적인 효과를 미칠 것으로 예상되지만, 두 방법이 동시에 사용되었을 때 어떠한 상호작용 효과가 발생할지에 대해서는 여러 가능성이 존재한다. 사전 경고가 영향을 미치는 기사의 범위에 따라 상호작용 효과는 달라질 것이라 예상된다. 먼저, 사전 경고가 (오)정보에 대한 인식에 영향을 준다면, 사용자는 사전 경고로 인한 (오)정보의 위험성이 각인된 상

태에서 판단을 유보한 후 팩트체크 결과를 보기 때문에 해당 정보를 회의적으로 받아들일 것이라고 기대할 수 있다. 하지만, 만약 사전 경고가 영향을 미치는 기사의 범위가 (오)정보의 영역을 넘어 팩트체크 결과까지 포함된다면, 오히려 사전 경고로 인해 이후 접하게 되는 팩트체크 결과까지 회의적으로 받아들일 수도 있다. 반대로 사전 경고가 팩트체크 결과에 더 주의를 기울이게 할 가능성도 있다. 다시 말해 사용자는 해당 정보에 대한 추가적인 정보를 찾게 되고, 팩트체크 결과가 제시되었을 때, 이 정보에 의존하는 경향이 높아지는 것이다. 따라서 본 연구에서는 이에 대해 탐색적으로 살펴보고자 한다.

## 제 2 장 이론적 배경

### 제 1 절 허위정보에 대한 선행 논의

#### 1. 오정보, 조작정보 및 가짜 뉴스

그 동안 가짜 뉴스의 개념은 다양하게 표현되어 왔다. 풍자적 가짜 뉴스(satirical fake news), 루머(rumor), 오정보(오보, misinformation; inaccurate information), 조작정보(disinformation; deceptive information) 등 대중 혹은 언론이 사용하는 가짜 뉴스의 사례는 매우 다양하고 이를 지칭하는 단어 역시 서로 혼용되어 왔다.

먼저, 정보(information)의 개념과 종류를 구별할 필요가 있다. 표준국어대사전에 따르면 정보란 ‘관찰이나 측정을 통하여 수집한 자료를 실제 문제에 도움이 될 수 있도록 정리한 지식. 또는 그 자료’이다<sup>4)</sup>. 정보는 그 특성상 이동이 손쉬울 뿐 아니라, 현대에는 과학기술의 발전과 언론의 자유에 힘입어 누구나 정보를 생산하고 유통할 수 있게 되었다. 즉, 정보는 개인과 사회에 위험과 기회를 동시에 제공하는 양면적인 성격을 가지고 있다.

칼로바와 피셔(Kalova & Fisher, 2012)에 따르면, 오정보와 조작정보는 그 정보성(informativeness)에 따라 정보의 개념을 확장한 것으로, 먼저, 로지(Losee, 1997)는 과학자들의 관점을 이용하여 오정보(misinformation)은 잘못된 실험이나 관찰의 실패로 얻은 ‘좋지 않은 데이터(bad data)’라 정의하고 그가 사용한 위계 모델(hierarchical model)과 관련하여 설명하였다. 구체적으로 오정보는 전달된 정보가 그

---

4) 표준국어대사전. “정보”. <https://stdict.korean.go.kr/search/searchView.do>

대로 수신되지 않았을 경우, 즉 정보의 손실이 이루어진 경우로, 단순히 손상이 있는 불완전한 정보(incomplete information)로 정의되었다.

오정보의 일반적인 개념을 넘어, 그 특성에 따른 종류를 구분하고자 하는 시도가 이루어지기도 하였다. 저우와 장(Zhou & Zhang, 2007)은 오정보의 종류를 크게 은닉(concealment), 양가성(ambivalence), 왜곡(distortion) 및 위조(fabrication)를 포함하는 개념으로 구분하였다. 유사하게 칼로바와 리(Karlova & Lee, 2013)는 오정보의 특성으로 한 가지를 초과하는 가능성이나 선택을 제시할 수 있는 불확실성, 명확하지 않은 모호성, 다양한 해석의 가능성을 가진 애매함 등을 제시하였다. 나이한과 리플러(Nyhan & Reifler, 2010)는 정보의 진위성을 판단하는 기준으로 타당한 증거와 전문가들의 의견을 제안하고 허위지각(misperception)을 ‘어떠한 사실적 문제에 대해서 명확한 증거나 전문가들의 의견으로 뒷받침되지 않는 사람들의 믿음’으로 정의하였다. 이에 따르면, 오정보란 이를 뒷받침할만한 명확한 증거가 없거나 전문가에게 입증되지 않는 정보 모두를 포함한다. 탄과 동료들(Tan et al., 2015)은 오정보를 ‘해당 주제에 대하여 동시대의 전문가들이 옳지 않다고 합의에 이를 수 있는 정보’라고 정의하였다.

한편 오정보와 달리 조작정보는 정보를 유포하는 데 있어서의 ‘의도성’을 주요 요건으로 한다. 파리스와 로버트(Faris & Robert, 2017)는 2016년 미국 대선과 온라인 미디어에 대한 자료를 분석하는 보고서에서 허위정보는 고의적으로 잘못된 정보를 사용하는 것(intentional use of materially misleading information)으로 규정할 수 있다고 설명하였다. 특정 의도와 관련된 허위정보의 개념은 이전 연구에서도 찾아볼 수 있는데 페처(Fetzer, 2004)는 허위정보는 타인을 오도(mislead), 기만(deceive), 혼란(confuse)시키려는 의도적이고 계산된(intentional and deliberate), 목적의식이 있는(purposeful), 거짓이거나(false), 착각이 있거나(mistaken), 혹은 오해의 소지가 있는(misleading) 정보라고 정의하였다. 즉, 대중을 기만하기 위한 의도를 가진 오정보가 바로

허위정보라는 것이다. 마찬가지로 슐츠(Schulz, 2012)는 허위정보의 개념을 ‘대중을 속이는 행위를 함으로써, 해당 정보를 생산하거나 유통하는 자에게 무엇인가의 이익을 가져다주는 정보’로 정의하였다.

마지막으로 가짜 뉴스를 사전적으로 풀이해보면, ‘거짓을 참인 것처럼 꾸민 것’이라는 뜻을 가진 ‘가짜(fake)’와 ‘잘 알려지지 않은 새로운 소식’이라는 뜻의 ‘뉴스(news)’의 합성어라고 할 수 있다. 가짜 뉴스의 정의는 내용적·형식적 측면에서 규정할 수 있는데, 먼저 내용적 측면에서 안드레아(Andrea, 2016)는 그 의미를 복제(Copy), 위조(Forgery), 모조(Counterfeit), 진실하지 않은 것(Inauthentic)의 네 가지 유형으로 설명하였다. 이렇게 보면 가짜 뉴스는 ‘잘 알려지지 않는 사실을 복제·위조·모조하여 만들어낸 진실하지 않은 새로운 소식’으로 요약할 수 있다. 형식적 측면과 내용적 측면을 동시에 고려해서, 황용석과 권오성(2017)은 가짜 뉴스를 “1) 언론이 아니면서, 2) 언론사 서비스 또는 언론 보도의 양식(제호, 기자명 등 형식적 요건)만을 모방하여 발행 주체를 오인하게 하고, 3) 예술적 창작성에 기반한 정치·사회적 풍자물이 아닌 것으로, 3) 명백한 허위 사실을 담아서, 4) 개인 또는 사회적 법익을 현저히 침해하는 것으로 판단되는 정보통신망에 공표된 게시물 등의 내용물” (p.57)이라고 규정했다. 유사한 관점에서 윤성욱(2018)은 가짜 뉴스의 외형적 조건과 내용적 조건을 구분했는데 외형적 조건은 1) 뉴스 형식을 빌리거나 2) 언론사를 가장한 경우, 내용적 조건은 1) 진실, 2) 허위, 3) 풍자로 규정된다.

요약하면 오정보는 ‘옳지 않다고 합의되는 정보’ 혹은 ‘옳다고 합의되지 않는 정보’라는 개념으로, 허위정보는 ‘누군가를 속이기 위한 의도를 가진 오정보’로, 가짜 뉴스는 ‘거짓을 바탕으로 한 뉴스 형식을 띤 정보’로 정의할 수 있다. 그러나 교정정보의 한 유형으로서 팩트체크의 효과를 검증하고자 하는 본 연구의 맥락에서는 이 세 가지를 엄밀하게 구분하는 것은 큰 의미가 없다. 따라서 가짜 뉴스라는 용어를 둘러싼 논란이 있긴 하지만, 대중적으로 많이 통용되고 언론 매체에서도

흔히 사용하는 단어라는 점을 고려하여 본 연구는 가짜 뉴스를 ‘사실로 뒷받침되지 않는 허위성을 가진 정보’를 지칭하는 단어로 느슨하게 사용한다.

## 2. 허위정보 공유 및 전파

허위정보의 폐해는 잘못된 정보가 빨리, 널리 확산된다는 점에 있다. 보수기와 동료들(Vosoughi et al., 2018)도 2006년부터 2017년까지 트위터에서 퍼진 약 126,000개의 트윗과 3백만 명의 사람들을 조사한 결과, 로봇은 진짜 뉴스와 가짜 뉴스의 확산을 같은 속도로 가속화시킨 반면 인간이 가짜 뉴스를 더 빠른 속도로 퍼트릴 가능성이 높았다. 라키츠와 동료들(Ratkiewicz et al., 2011)이 허위정보가 어떻게 확산되는지 분석을 위해, 트위터 내 정보의 확산을 분석하는 Klatsch라고 불리는 통합 프레임 워크를 개발했다. 이 프레임 워크는 트위터 내 하루 수백만 건의 게시물의 전파를 실시간으로 분석해 데이터 전파 양상을 제공했다. 2010년 9월 14일부터 10월 27일까지 수집된 총 305백만 트윗을 추적한 결과, 진위 여부와 관계없이 그저 사실처럼 보이는 정보가 주목을 더 받고, 더 멀리 확산되었다.

공유 의도란 주어진 정보를 다른 사람들에게 전달 및 교환을 시도하는 행동을 의미하며, 타인에게 해당 정보를 제공하고 이를 위한 추가 정보를 탐색하는 행동까지도 포함된다(Chow & Chan, 2008). 온라인 미디어를 통한 정보 소비가 대중화되면서, 수용자는 해당 정보의 진위 여부보다는 자신의 흥미에 따라서 정보를 공유한다. 전통 미디어와 달리 소셜 미디어는 정보의 진위를 엄격하게 관리할 수 없을뿐더러 수용자는 기존 전통 미디어보다 손쉽게 해당 정보를 많은 수신자에게 전달할 수 있다. 따라서 소셜 미디어의 허위정보는 많은 개인에게 빠르고 넓게 전달될 수 있으며, 이는 대중들에게 혼란뿐만 아니라 심각한 사회 문제를 초래할 수도 있다(Budak, Agrawal & Abbadi, 2011). 허위정보의 확산

을 억제하기 위해서는 소셜 미디어에서의 잘못된 정보의 공유의 동기를 이해하는 것이 중요하다. 기존 연구에서도 정보의 공유 의도에 직간접적으로 미치는 요인들을 살펴보았을 때, 사회적 관계 및 공헌(Bock & Kim, 2002), 외적 보상, 상호관계(Bock et al., 2005), 자기효능감 및 상호 신뢰(Hsu et al., 2007), 사회적 네트워크 및 신뢰와 공동 목적(Chow & Chan, 2010) 등이 있었다.

허위정보의 이용은 수용과 전파 행위로 나누어 살펴볼 필요가 있다. 디케르만(Dijkerman, 2006)은 정보 이용에 있어서 이용자의 적극성에 따라 소극적 행동을 하는 다수의 이용자로부터 적극적 행동을 하는 소수의 이용자까지 피라미드의 계층을 이룬다고 설명한다. 이에 따르면, 온라인에서 정보의 소비는 소비(consume), 참여(participate), 게시(publish), 대표(delegate)의 4 단계로 구성되며, 소비(consume)가 가장 소극적인, 대표(delegate)가 가장 적극적인 형태의 정보의 소비 활동이다. 먼저, 소비는 주로 정보에 대한 노출 및 검색으로 이루어지는 비활동적 참여를 의미한다. 참여는 게시글을 구독하거나 댓글을 남기는 등 상호작용 활동을 시작하는 초기 단계이다. 게시는 이용자가 스스로 글을 작성하는 정보 생산 활동에 해당하는 단계이다. 대표는 온라인 커뮤니티를 생성 및 운영하는 이용자로 가장 적극적인 행동에 속한다. 이에 따르면, 허위정보의 노출과 전파는 분명히 구별되는 행동 양식임을 알 수 있다. 허위정보의 노출은 이용자의 상호작용 활동이 부재된 가장 소극적인 행동에 속하고, 반면 전파 행위는 해당 정보에 반응하고 이를 타인에게 공유함으로써 정보의 확산에 기여하는 적극적인 행동에 해당하는 것이다(나중연, 2010). 가비엘코브와 동료들(Gabielkov et al., 2016)은 5개의 주요 뉴스 도메인과 트위터에 게시된 글에 대해 한 달 동안의 접근 및 공유 행동을 연구했다. 그 결과, 총 59,088개의 게시글에 750억 개의 조회, 960만 개의 클릭, 280만 개의 공유를 기록했다. 흥미로운 점은 전체 게시글의 59%에 해당하는 정보는 클릭되지 않은 채 공유되었던 것이다. 이는 수용자의 정보의 인식과 공유 행동은 별개임을 시사한

다.

기존 연구들은 잘못된 정보가 사회에 확산될 때 발생하는 문제를 바탕으로 허위정보에 대한 공유 및 확산에 영향을 미치는 예측 요인을 확인하는 연구가 진행되어 왔다(Rosnow, 1991). 특히 기존 연구는 허위정보의 확산에 있어서 수용자 개인의 동기에 주목하는데, 연구들에 따르면 불안한 심리(Bordia & DiFonzo, 2002), 불확실성 해소(Bordia & Difonzo, 2005) 허위정보의 중요성(Suntwal et al., 2020) 등이 허위정보를 확산시키는데 영향을 주는 요인이었다. 로스노우와 동료들(Rosnow et al., 1986)에 따르면, 불안한 심리가 클 경우, 사람들은 정보를 타인과 공유하면서 불안한 심리를 감소시키려는 경향이 있는데 이러한 과정에서 허위정보가 확산될 수 있다는 것이다. 보르디아와 동료들(Bordia et al., 2005)에 따르면, 수용자의 개인적 수준에서 불확실성을 해소하기 위해 허위정보를 확산한다고 설명한다. 수용자는 허위정보를 확산시키면서 이야기를 덧붙여 그럴듯해 보이게 만들어, 또 다른 허위정보가 만들어지는데 이러한 확산의 동인은 허위정보가 얼마나 사실적이고, 믿음을 주며, 개인에게 얼마나 관련이 있는지가 있다고 설명한다. 즉, 수용자 심리가 불안하고, 허위정보를 더 신뢰하고, 그리고 허위정보를 더 중요하다고 여길수록 허위정보 전파 의도가 증가한다는 것이다.

뉴스 공유는 개인이 타자와 관계를 맺는 사회적 행동이라고 할 수 있다(Katz & Lazarsfeld, 1966). 즉, 사람들이 정보를 사실이라고 믿어서 공유하기도 하지만 또 다른 사회적 목적 및 의도로 공유할 수 있다. 이러한 맥락에서, 타인에게 좋은 이미지를 보이고 좋은 관계를 형성하고자 하는 인상 관리와 관련이 있다(Berger & Health, 2007; Hennig-Thurau et al., 2004). 버거(Berger, 2014)에 따르면, 인상 관리는 정보의 공유를 증가시키는 주요한 요인 중 하나로, 이러한 동기를 지닌 이용자는 타인에게 정보를 공유함으로써 즐거움을 주고 공감대를 형성하기 위해 접근성이 높은 주제의 정보를 전파한다. 이러한 전파 행위는 단순히 새로운 정보를 전달하는 행위가 아닌 타인과의 관계를 형



성 및 유지하는 사회적 행동에 해당하는 것이다. 따라서, 이용자에게 정보를 공유하는 것에 있어서 중요한 것은 해당 정보가 사회적으로 인정받는 가치인지(Berger & Health, 2007)를 확인하고, 이를 자신이 사회적으로 관계를 맺는데 이용하며(Wang et al., 2011), 때로는 자신을 드러내기 위해 해당 정보를 가공하기도 한다(Marsh & Tversky, 2004). 램퍼세드와 알티야피(Rampersad & Althiyabi, 2020)에 따르면, 이용자는 타인에게 자신이 정보를 빨리 획득할 수 있다는 인상을 주거나, 해당 주제로 타인과 심층적인 대화를 나눌 수 있을 때, 허위정보를 더 전파하는 경향이 있음을 밝혔다. 이를 볼 때, 정보의 확산에 있어서 수용자에게 중요한 요인이 되는 것은 타인과의 관계 형성 및 유지, 자기 고양과 같은 사회적 동기가 더 크게 작용할 수 있다.

## 제 2 절 허위정보 교정(correction)

사람들은 정보를 처리할 때, 해당 정보가 당연히 참이라고 여기기 때문에(Levine, 2014), 허위정보의 존재를 인식하지 못한다. 이 때문에 굳이 의심할 이유가 없는 한 사람들은 가짜 뉴스를 읽으면 이를 사실로 받아들이고 잘못된 믿음을 형성하게 된다. 이러한 맥락에서 교정정보는 가짜 뉴스에서 잘못된 내용을 정정함으로써 사람들의 허위지각을 사후에 바로잡는 역할을 한다. 정보의 사실여부 확인 및 교정 과정은 검증, 팩트체크 그리고 폭로로 이루어진다.

### 1. 허위정보의 교정 과정

검증(verification)이란, 검사하여 증명하는 것으로 정보의 진위 여부를 경험적 근거에 의해 확인하는 과정을 의미한다. 경험적 근거란, 기존

의 경험 또는 기준에 증명된 증거를 의미하며, 그 예로 목격자(witness) 또는 지리적 위치(geolocation), 역방향 이미지 검색(reverse image search) 등이 해당된다. 이는 기존의 정보를 바탕으로 정보를 검증하는 과정으로, 한 번의 정보에 대한 검증이 또 다른 정보의 진위 여부를 확인해주는 근거가 될 수 있는 반복적인 과정이다<sup>5)</sup>.

검증 과정은 교정법을 적용하기 전에 해당 정보가 교정을 필요로 하는 정보인지 확인하는 역할을 한다. 따라서, 사실 여부에 관계 없이 보도 전의 모든 뉴스에 대해 검증을 할 수도 있다. (오)정보의 사실여부를 검증하기 위해 기사 내 이미지가 원본인지 또는 이미지가 기사 내용에 일치하는 정확한 시간 및 지리적 위치를 제시하는지, 기사의 출처가 신뢰할 수 있는 곳인지 등을 검사한다. 보통 검증은 사용자가 생성한 콘텐츠(user-generated content: UGC)인 소셜 미디어 등의 온라인 플랫폼에 게시한 이미지, 비디오, 텍스트 및 오디오와 같은 정보를 대상으로 이루어진다. 레이드와 샌즈(Reid & Sands, 2016)는 가짜 뉴스가 범람하는 시대에 팩트체크 관련 기술적 도구들을 활용하여 사진이나 영상 등의 진위여부를 확인할 수 있는 구체적 검증 방안을 제시한다. 이들은 온라인 검증 과정은 우선적으로 모든 것의 진위를 의심하고, 항상 둘 이상의 출처를 보유하는지 확인하며, 누가 무엇을 언제, 왜, 어떻게 하는가를 밝혀야 한다고 설명한다.

팩트체크(fact-check)는 정보의 사실여부를 확인해주는 것으로, 정보의 어느 부분에 오류나 거짓이 있는지를 알려준다. 팩트체크는 전문가, 학계, 혹은 정부 기관이 주체가 되어 정보를 해당 정보의 진실성을 판단한다. 검증과 달리 팩트체크는 이미 보도된 뉴스의 사실여부를 확인하는 과정으로, 허위정보를 사후적으로 교정하는 역할을 한다. 팩트체크의 역할은 크게 세 가지이다(Graves & Glaisyer, 2012). 먼저, 수용자의 인

---

5) Trewinnard, T., & Bell, F. (2018). Social media verification: assessing sources and visual content. *Journalism, 'Fake News' & Disinformation*. [E-book]. UNESCO.

식을 변화시키는 것이다. 수용자에게 사실에 기반한 정보를 제공함으로써 허위정보에 대한 잘못된 믿음을 교정할 수 있기 때문이다. 두 번째로 사회적 혼란을 예방하는 공적인 역할을 한다. 정치·정책·사회 이슈에 대해 객관적이고 검증된 자료를 요구하면서 혼란을 최소화하고 거짓정보를 이용하여 대중을 혼란스럽게 하는 것을 감시한다. 마지막으로 팩트체크는 언론을 변화시키는 역할을 한다. 팩트체크는 언론인을 단순히 정보 전달자가 아닌 사실을 확인하고 개입할 수 있는 역할을 하게 한다.

허위정보를 검증해서 팩트체크 결과를 알리는 경우, 이는 폭로(debunking)에 해당된다. 폭로는 거짓으로 밝혀진 검증 또는 팩트체크의 결과를 대중들에게 알려주는 것을 의미한다. 이는 ‘어떠한 생각, 신념 등이 잘못되었다는 것을 보여주는 것’ 혹은 ‘무언가가 사람들이 생각하는 것만큼 좋지 않다는 것을 보여주는 것’ 이라고 정의된다<sup>6)</sup>. 즉, 가짜 뉴스 관점에서 폭로의 의미란 ‘어떠한 보도된 정보가 거짓이거나 틀렸다는 것을 대중들에게 보여주는 것’ 이라 할 수 있다.

폭로는 사람들의 허위지각을 교정하는 역할을 하기 때문에 교정정보를 어떻게 구성해야하는가에 대해 논의가 활발하다. 펜실베이니아 대학교의 애넌버그 공공정책센터에서는 가짜 뉴스를 수정하는데 효과적인 폭로 방법 세 가지를 제시하였다<sup>7)</sup>. 먼저, 허위정보를 옹호하는 의견을 최소한으로 제시해야 한다. 허위정보를 지지하는 다른 의견은 해당 오정보를 부주의하게 반복할 수 있고, 오정보의 반복은 수용자의 잘못된 인식을 강화시킬 수 있다. 두 번째는 정보 처리 과정에 있어 독자들의 적극적인 참여를 유도하는 것이다. 독자들이 해당 정보의 오류가 무엇인지 인식·반박할 수 있도록 해야 한다고 설명하였다. 마지막으로 허위정보를 그저

---

6) Oxford Learner' s Dictionaries.

“debunk” <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/debunk?q=debunk>

7) Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania. (2017, September 12). Debunking study suggests ways to counter misinformation and correct 'fake news'. ScienceDaily. Retrieved March 29, 2020 from [www.sciencedaily.com/releases/2017/09/170912134904.htm](http://www.sciencedaily.com/releases/2017/09/170912134904.htm)

반복함으로써 거짓이라고 알려주는 것이 아닌, 사실여부가 확인된 새로운 정보를 제공하는 것이다(citation).

## 2. 가짜 뉴스 교정법으로서의 팩트체크(fact-check)

팩트체크는 뉴스의 사실여부를 확인해주는 것으로, 만약 가짜 뉴스라면 기사의 어느 부분에 오류나 거짓이 있는지를 이용자들에게 알려주는 역할을 한다. 정부 및 주요 언론사들은 가짜 뉴스의 교정법 중에서도 팩트체크를 하나의 콘텐츠로 삼아 대응하고 있다. 기존의 가짜 뉴스 대응책인 기술적·법적·교육적 접근은 일반적인 정보 처리에 초점이 맞춰져 있기 때문에 높은 비용과 낮은 효율의 한계가 있었다. 반면, 팩트체크는 정보의 사안별로 접근하는 교정방법으로 비교적 낮은 비용과 효과적인 대응책으로 여겨진다(Amazeen, 2015). 니미넨과 라펠리(Nieminen & Rapeli, 2019)는 스코퍼스(Scopus)와 웹사이언스(Web of Science) 데이터베이스 상의 논문 중 초록이나 제목, 키워드에 ‘팩트체크(Fact-check)’가 포함된 논문들을 분석하였는데 많은 문헌들은 정보의 부정확성에 대한 인식을 팩트체크가 수정하는데 어떠한 영향을 미치는지에 대해 초점을 맞추고 있었다. 하지만 팩트체크의 효과에 관한 연구들은 일관된 결과를 제시하지 못하고 있다.

먼저 팩트체크의 긍정적 효과를 확인한 경험적 연구를 보면 월터와 동료들(Walter et al., 2019)이 팩트체크의 효과에 관한 기존 연구들을 메타 분석한 결과, 팩트체크는 전반적으로 개인의 정치적 믿음(political belief)에 정적인 영향력을 행사하였다. 팩트체크 메시지의 내용이 오정보의 일부만을 반박하는 경우 혹은 정치적 캠페인에 관한 오정보를 팩트체크 하는 경우 등에 따라 그 효과는 제한적일 수 있지만, 팩트체크는 정치적 이념, 기존 입장, 메시지의 내용에 상관없이 사람들의 정치적 믿음에 정적인 효과를 미쳤다. 해당 연구에서는 팩트체크의 효과성이 특정 상황에서 제한적일 수 있더라도 여전히 사람들의 인식에 강한

영향력을 행사할 수 있다고 주장한다. 또한, 베린스키(Berinsky, 2015)는 의료 개혁을 둘러싼 허위정보에 대한 팩트체크의 긍정적 효과를 연구하였다. 피험자들은 허위정보 또는 허위정보 + 팩트체크 메시지 검증주체: (중립/공화당/민주당) 또는 어떠한 정보에도 노출되지 않는 통제집단(control) 중 한 조건에 할당되었다. 실험 결과, 팩트체크를 제시하는 경우 당파적 메시지가 피험자들의 의료 개혁에 대한 인식에 영향을 주었음에도 불구하고 의료보험 정책에 관한 허위정보를 거부하게 만들었다. 심지어 그들의 정치성향과 반대되는 메시지에 노출되었을 때도 팩트체크는 허위정보를 거부하게 만드는 효과가 있었다. 포터와 동료들(Porter et al., 2018)의 연구 역시 정치·사회적 이슈에 대한 가짜 뉴스와 팩트체크 효과를 검증했는데 팩트체크 메시지에 노출되는 경우 피험자들은 허위정보를 거부하고 교정정보를 믿으려 하였고 팩트체크 결과에 노출된 집단은 모두 가짜 뉴스에 대한 확신이 줄어들었다. 위의 연구들은 팩트체크가 가짜 뉴스에 대한 사람들의 잘못된 믿음이나 인식을 감소시킬 수 있음을 나타낸다.

반면, 팩트체크 효과에 대한 회의적 시각도 존재한다. 안솔라베르와 아이엔거(Ansolabehere & Iyengar, 1996)는 정치인에 대한 광고의 팩트체크 효과를 연구하였다. 해당 실험에서는 총 3개의 실험 집단(민주당 후보의 긍정적 광고+비판/민주당 후보의 부정적 광고+비판/공화당 후보의 긍정적 광고+비판/공화당 후보의 부정적 광고+비판)으로 구분하여 메시지를 노출시킨 후, 해당 정치인에 대한 지지도를 평가하였다. 그 결과, 팩트체크 메시지는 모두 광고를 비판하는 내용임에도 불구하고 피험자들은 오히려 광고에 등장하는 정치인 후보를 계속 지지하였다. 나이한과 리플러(Nyhan & Reifler, 2010)는 전쟁 무기, 세금, 줄기 세포 등 정책 주제의 현실 뉴스에 포함된 팩트체크 메시지와 정치 이념(ideology)의 효과를 실험을 통해 검증하였다. 피험자들은 2 (교정정보: 유/무) x 2 (정보원의 공신력: 높음/낮음) 설계의 총 4개의 집단으로 나뉘어졌다. 실험 결과, 줄기 세포를 제외한 모든 주제에 있어서 피험자들

은 여전히 정책에 대한 기존의 태도를 유지하였고, 팩트체크의 효과는 나타나지 않았다.

팩트체크 메시지가 반복되어 제시되더라도 기존의 허위인식은 변화할 수 없다며 에커와 동료들(Ecker et al., 2011b)은 팩트체크 효과의 한계를 지적하였다. 이들은 피험자들에게 휘발성 물질에 관한 허위정보를 조건에 따라 각각 0회, 1회, 3회 반복 제시하였다. 또한 조건에 따라 해당 허위정보가 사실이 아닌 것으로 밝혀졌다는 팩트체크 메시지를 각각 0회, 1회, 3회 반복 제시하였다. 연구 결과, 팩트체크 메시지의 반복은 허위정보로 인한 발생된 인식을 완전히 제거할 수 없었는데, 심지어 허위정보가 1번 제시되고, 팩트체크 메시지가 총 3번 반복되더라도 기존의 인식은 지속되었다. 반대로, 허위정보는 3번 반복되었고, 팩트체크 메시지가 0번 반복된다면 인식의 지속성은 높게 나타났다. 이를 통해 사람들이 믿고 있는 정보를 나중에 교정하려 해도 초기 믿음을 완전히 제거할 수 없다는 것을 알 수 있다. 그 외에도, 에커와 동료들(Ecker et al., 2011a)은 감정적으로 동요되는 메시지를 받은 경우에도 팩트체크 메시지가 허위정보를 교정할 수 있는지에 관해 연구하여 비슷한 결론을 얻었다. 해당 연구에서는 기상 악화/테러로 인한 비행기 사고가 났다는 허위정보를 제공한 뒤, 기상 악화/테러가 원인이 아닌 것으로 밝혀졌다는 팩트체크 메시지를 제시하였는데, 팩트체크 메시지는 허위정보에 대한 수용자의 의존도를 줄일 수는 있지만 아예 제거할 수는 없었다.

이와 같이 상반된 팩트체크의 결과로 인해, 기존 연구들은 팩트체크의 효과를 높일 수 있는 다양한 방안에 대해서 논의해왔다. 구체적으로, 어떠한 조건에서 팩트체크의 효과가 억제 혹은 증폭되는지 알아보고자 하는 연구가 다양하게 실시되어 왔다. 가렛과 워스(Garrett & Weeks, 2013)는 팩트체크 결과 노출과 허위정보 노출 사이의 인식 처리 과정을 막는 방해물이 있을 때, 팩트체크의 효과는 떨어질 것이라고 예상하였다. 피험자들은 총 3개의 집단(기사+함정 과제+팩트체크, 기사+팩트체크, 기사) 중 하나에 배정되어 현 정책에 관한 짧은 기사를 읽었다. 이

후 해당 팩트체크 내용 또는 기사 내용에 대한 신뢰도를 측정하였는데 방해물 존재에 상관없이 팩트체크 효과는 동일하게 나타났다.

나아가, 정치 메시지의 팩트체크 맥락에서 정보의 형태나 어조가 메시지에 대한 기존의 허위지각을 수정하는데 효과가 있을 것이라는 예상도 있었다. 영과 동료들(Young et al., 2018) 팩트체크가 만약 텍스트 형태가 아닌 비디오 또는 유머러스한 맥락에서 제시된다면 그 효과가 더 클 것이라 예측하고 2 (텍스트/비디오) x 2 (어조: 객관적 정보 전달 어조/유머러스한 어조)의 설계로 팩트체크닷오알지(Factcheck.org)에서 제공하는 정치 오정보의 허위성을 지적하는 팩트체크 메시지를 연구참여자들에게 제시했다. 실험 결과, 비디오는 같은 내용의 텍스트보다 더 흥미를 끄는 것으로 밝혀졌다. 어조와 상관없이 비디오는 메시지에 대한 집중력을 증대시키고 이는 혼란을 감소시킴으로써 허위인식을 줄이는 것으로 나타났다. 한편, 어조는 팩트체크 정보의 수용도를 높이는 데 효과적이지 않았다.

반면, 팩트체크의 효과가 사회적 맥락에 따라 달라질 수 있다는 주장도 존재한다. 마골린과 동료들(Margolin et al., 2018)은 팩트체크의 정보원과 수용자 간의 사회적 연결이 강하면, 수용자는 교정정보를 수용하고 기존의 허위지각을 정정할 수 있다고 설명한다. 실험 결과, 상호 팔로잉을 하고 있는 사람들이 팩트체크 정보를 포스팅하는 경우, 모르는 사람들이 이러한 정보를 포스팅하는 것보다 교정정보의 효과가 더 높았다. 마찬가지로 후속 실험에서도 소셜 네트워크의 사회적 관계가 개인들의 허위지각을 수정하는 데 결정적인 역할을 한다는 점을 확인했다.

지금까지 살펴보았듯이 가짜 뉴스를 교정하는 팩트체크의 효과에 대한 보고들은 긍정적인 결과와 부정적인 결과들이 혼재되어 있다. 이러한 팩트체크의 혼재된 효과는 팩트체크의 내용(사실/거짓)에 따라 다르게 발생한다는 설명도 존재한다. 프리드킨과 동료들(Fridkin et al., 2015)은 팩트체크 내용이 네거티브 정치 캠페인과 정치인에 대한 시민들의 견해를 형성하는데 어떠한 역할을 수행하는지 연구하였다. 연구 결과, 네거

티브 광고가 사실이라고 밝힌 팩트체크를 읽은 사람들은 거짓임을 밝히는 팩트체크를 읽은 사람들에 비해 메시지의 정확성을 높게 평가하였다. 팩트체크의 효과는 특정 정보가 사실임을 밝힐 때가 거짓임을 밝힐 때보다 더 강한 것이다.

### 제 3 절 교정에 대한 저항(resistance to correction)

가짜 뉴스 교정에 대한 큰 장애물은 기존에 형성된 허위지각, 신념, 선호 등이다. 제대로 설계되지 않은 교정은 효과가 없을 뿐만 아니라 오히려 가짜 뉴스로 형성된 기존 인식을 강화시키는 역효과(backfire effect)를 발생시킨다. 허위정보가 기존에 갖고 있던 지식을 뒷받침한다면, 교정이 자신의 기존 신념과 지식에 대한 공격으로 해석될 수 있기 때문이다. 페인터와 동료들(Paynter et al., 2019)에 따르면, 이러한 역효과는 주로 네 가지 경우 중 하나에 해당한다. 1) 사람들의 심리적 저항으로 인해 특히 권위적인 교정을 거부하는 경우, 2) 충분한 세부 정보 없이 오정보를 반복하는 단순한 철회가 오히려 오정보를 더 친숙하게 하고 새로운 수용자에게 더 확산시킴으로써 누군가 믿게 되는 경우, 3) 백신에 대한 오해를 교정하기 위해 아픈 아이의 이미지를 사용하는 것과 같이 유발된 공포의 잘못된 귀인(misattribution) 때문에, 감정적 조작이 역효과를 불러일으키는 경우, 4) 오정보가 메시지 수용자의 세계관을 뒷받침하여 이에 대한 교정이 수용자의 핵심적 신념이나 정체성에 대한 공격으로 해석되는 경우이다. 이는 결국 수용자로 하여금 진실을 거부하게 하고 오정보에 근거한 허위지각이 강화되는 결과를 가져온다.

따라서 기존 연구는 수용자의 허위지각을 형성하는 심리적 기제를 설명하고 이를 바탕으로 교정 정보를 구성하는 방안을 제시하는 방향으로 진행되어 왔다.



## 1. 진실-기본값 이론(truth-default theory)

사람들이 거짓 정보와 거짓말을 탐지하지 못하는 이유를 메시지 수용자의 편향성 때문일 수 있다고 지적되어 왔다. 주커만과 동료들(Zuckerman et al., 1981)이 거짓정보와 수용자의 인식 관계에 관련된 기존 연구를 정리한 결과, 수용자는 메시지에 노출될 때, 이를 사실로 여기는 경향이 높았다. 이러한 편향성은 두 가지로 발현되는데, 먼저 메시지를 보내는 사람이 정직하다고 인식하는 것과 메시지 내용을 사실로 인식하는 것이다.

르바인은(Levine, 2014) 이를 진실-기본값 이론(truth-default theory)으로 발전시켰다. 사람들에게는 정보의 사실여부에 관계없이, 해당 정보를 사실로 믿는 진실편향(truth bias)이 있는데 이는 정보가 사실에 기반하고, 의사소통이 정직하게 이루어진다고 생각하는 인간의 본성 때문이라고 본다. 르바인은 정보 수용에 있어서 기본값을 사실로 두는 두 가지 이유를 설명한다. 첫 번째는 개인은 허위성에 대한 가능성(possibility of deceit)을 전혀 염두에 두지 않기 때문이다. 두 번째는 상대방이 자신에게 거짓말을 하고 있다는 증거(evidence of being lied to)를 찾지 못했기 때문에 기존 기본값, 즉 주어진 정보를 진실로 생각하는 상태(the default of human state)를 유지한다.

길버트와 동료들(Gilbert et al., 1990)은 대학생들을 대상으로 한 연구에서 정보 처리 과정에 있어서의 진실편향 효과를 지지하는 결과를 얻었다. 해당 실험에서 모든 피험자들은 “X(e.g., twyrin)의 의미는 Y(e.g., doctor)이다.” 라는 메시지에 노출되었다. 이후 총 세 개의 그룹은 해당 메시지의 사실여부를 확인하는 메시지에 노출되었다. 첫 번째 그룹은 “사실”이라는 메시지가 컴퓨터 화면에 뜨고, 두 번째 그룹은 “거짓”이라는 단어, 마지막 그룹은 검정색 빈 화면에만 노출된다. 실험 결과, 피험자들은 사실여부에 상관없이 처음 노출된 메시지를 사실로

간주하였고 거짓이라는 메시지에 노출되었음에도 불구하고 여전히 기존 메시지는 참으로 여겨졌다. 단지특정 정보에 노출되는 것만으로도 피험자들은 모두 이를 사실이라고 간주한 것이다.

사람들이 해당 정보가 가짜임을 전혀 염두에 두지 않기 때문에 이를 당연히 참으로 받아들이게 된다는 것을 고려한다면, 수용자로 하여금 앞으로 접하게 될 메시지에 대한 회의를 갖게 함으로써 이러한 진실편향 상태를 흔들 수 있다. 수용자가 수신자 또는 메시지의 진실성 여부를 의심하고 이를 확인할 동기를 가질 때, 사람들의 인식 기본값은 변화할 가능성이 있는 것이다. 르바인에 따르면, 이러한 기본값을 바꾸기 위해서는 몇 가지의 계기(trigger)가 필요하다(Levine, 2014). 먼저, 거짓을 거부할 수 있는 동기가 부여되어야 한다. 만약, 다수의 대중이 정보의 허위성에 대해서 의문을 제기한다면 이는 수용자는 자신이 진실로 여겼던 정보를 의심할 동기가 생길 것이다. 예를 들어, 기사 댓글에서 해당 뉴스의 허위성을 지적한다면 이는 다른 독자들의 회의감을 높일 수 있다. 두 번째는 정보원의 부정직한 행동(dishonest demeanor)을 보여주는 것이다. 예를 들어, 가짜 뉴스를 제공하는 신문사가 허위사실 유포로 처벌된 이력이 있으면, 사람들은 해당 정보를 의심하기 시작하게 된다. 세 번째는 메시지 내용의 비일관성이다. 메시지를 읽을 때 세부 내용이 서로 모순되며, 논리적으로 일치하지 않는다면 사람들은 해당 메시지의 진위여부를 의심하기 시작한다. 네 번째는 메시지 내용과 현실과의 불일치성이다. 메시지가 현실과 동떨어진 이야기를 하거나, 현실에서 아예 메시지의 내용을 부정하는 일이 벌어질 때, 사람들은 메시지에 회의감을 갖는 것이다. 마지막으로, 제 3자가 주는 메시지의 사실여부에 대한 경고이다. 만약, 메시지와 아무 관계도 없는 사람이 해당 정보가 거짓일 수도 있다고 할 때, 사람들은 해당 메시지의 진위성에 대해서 의심하기 시작한다. 이러한 계기 중 하나가 사람들이 기본값을 바꿀 수 있는 동기를 유발한다면, 사람들은 진실편향 상태를 포기하고 메시지를 중립적으로 또는 회의적으로 받아들이게 된다.

## 2. 확증 편향(confirmation bias)

수용자가 정보를 처음 접할 때, 진실편향이 발생한다면 이는 다음 정보의 선택에도 영향을 미치게 된다. 처음 발생한 편향된 해석이 다음 선택을 좌우하게 되는 것이다. 나아가 정보 처리 과정에서도 기존 태도에 근거한 편향된 해석이 발생하는데 이를 동기화된 추론(motivated reasoning)이라고 한다(Kunda, 1987). 이에 따르면, 정보 처리는 정확성 목표(accuracy goal)와 방향성 목표(directional goal)의 두 가지 동기에 영향을 받는다. 정확성 목표는 정확한 결론에 도달하고자 하는(reaching correct conclusions) 욕구를 의미한다. 정확성 목표가 높은 경우, 수용자는 자신이 이루고자 하는 목표를 위해 최대한 많은 정보를 수집하여 이를 면밀히 검토하는 경향이 있다(Taber & Lodge, 2006). 반면, 방향성 목표가 높은 경우, 수용자는 자신의 결론을 정한 후 이를 유지하기 위해서 편향적인 정보만을 받아들이거나 받아들인 정보를 편향되게 해석한다(Fazio & Olson, 2003). 방향성 목표를 바탕으로 한 정보 처리 과정은 두 가지의 편향성을 활성화하는데, 자신의 신념을 강화하는 정보만을 선택적으로 받아들이는 확증 편향(bias confirmation)과 반대 신념에 관한 정보는 반박하는 반증 편향(disconfirmation bias)이다(Taber & Lodge, 2006). 자신의 신념과 일치하는 정보는 반박없이 받아들이고 이를 신뢰하는 반면, 일치하지 않는 정보는 부정적인 태도를 보이고 거부할 가능성이 높아지는 것이다.

하트와 동료들(Hart et al., 2009)은 약 70편의 논문에 대해 메타분석을 진행하였는데, 메시지 수용자들은 본인의 기존 태도·신념에 일치하는 정보를 그렇지 않은 정보에 비해 더 선호했다. 또한 수용자들은 자신의 기존 태도를 공격하는 메시지에 대해서는 부정적 태도를 보이며 자신의 태도를 유지하기 위해서 이를 편향적으로 처리하였다. 이러한 방향성 목표는 정확하고 객관적인 정보를 받아들이려고 하는 정확성 목표보

다 수용자의 태도에 더 큰 영향을 미쳤다. 즉, 수용자는 논리적인 근거를 바탕으로 정보의 타당성(validity)를 판단하는 것이 아니라 타당하다고 여겨지는 정보를 선택하고 이를 편향적으로 처리하는 것으로 나타났다.

한편, 기존 정치적 태도가 확증 편향을 강화시키고 교정에 저항하게 되는 역효과를 유발한다는 주장도 존재한다. 자먼(Jarman, 2016)이 진행한 실험에서 참가자는 정치 태도, 이해관계에 대한 설문을 작성한 후, 오바마 대통령의 이민법에 관한 정치적 주장을 옹호하는 메시지를 낭독하고 논쟁의 강도에 대한 첫 번째 평가를 기록하게 하였다. 이후, 피험자들은 팩트체크 내용의 주장 강도에 따라 두 집단으로 나뉘어져, 한 집단은 오바마의 발언이 명백한 거짓인 이유에 대해서 논리적인 증거를 제시하는 메시지를 읽었고 다른 집단은 오바마 대통령의 주장이 사실적으로는 정확하지만 반대파의 주장도 일리가 있다고 설명하는 메시지에 노출되었다. 이후 참가자들은 오바마 대통령의 주장과 팩트체크 내용을 평가했다. 분석 결과, 메시지에 처음 노출된 후 진행되었던 첫 번째 평가에서 참가자들은 자신의 정치 성향과 일치하는가에 따라 오바마 대통령의 주장을 다르게 평가하였다. 팩트체크 결과에 노출된 이후에도 수용자의 의견 변화는 크게 다르지 않았는데 민주당 지지자들은 팩트체크 결과 노출 이후에도 오바마 대통령의 주장을 더 강하게 옹호함으로써 팩트체크 결과를 본 후에 정치 성향에 따른 수용자 간의 차이가 더 크게 나타났다. 즉, 주장의 강도는 허위정보를 교정하는 역할을 하지 못하였고 오히려 팩트체크 자체도 당파적으로 편향된 해석의 대상이 되었다. 이는 기존의 정치 태도가 이후의 정보 처리·해석과정에 영향을 미침을 보여준다.

만약, 수용자의 감정 자극을 통해 특정한 태도를 취하도록 유도한다면 교정정보의 효과가 달라질 수 있을 것이라는 예측도 존재한다. 나이한과 리플러(Nyhan & Reifler, 2010)는 불안감을 유발함으로써 형성되는 보수적 태도는 교정정보의 효과에 영향을 줄 것이라고 예상하고 교정정

보 제시 전 죽음의 현저성(mortality salience)에 대한 질문을 던짐으로써 죽음의 현저성이 허위정보의 수용 또는 교정정보의 효과를 감소시키는가를 알아보고자 하였다. 실험 결과, 죽음의 현저성 조건에 관계 없이, 교정정보를 받은 피험자는 기존의 의견과 반대되는 내용에 대한 반박 의사가 높아졌고, 교정정보를 받지 않은 집단에 비해 기존의 태도를 강화하는 모습을 보였다.

### 3. 진실착각효과(illusory truth effect)

자신이 믿고 있는 신념 및 태도와 일치하는 메시지에 반복적으로 노출될 때, 편향된 태도가 강화된다는 주장도 있다. 개인이 편향된 선택을 할 뿐만 아니라, 지속적으로 같은 정보에 노출된다면 수용자는 진실성 여부를 분간할 수 없는 상태가 되기 때문에 판단력을 잃게 된다는 것이다. 따라서 허위정보에 반복해서 노출될 경우 해당 정보가 진실이라고 믿을 가능성이 높아지게 되는데, 이러한 현상이 바로 ‘진실착각효과(illusory truth effect)’이다(Dechene et al., 2010).

정보의 반복은 수용자의 신뢰도에 영향을 미칠 수 있다고 기존 실험을 통해 경험적으로 검증되어 왔다. 해셔와 동료들(Hasher et al., 1977)의 실험은 2 (반복/비반복) x 3 (노출 횟수: 1회/2회/3회) x 2 (사실/거짓) 설계로, 두 번째 노출은 첫 번째 노출의 2주 후, 세 번째 노출은 그 2주 후에 진행되었다. 2주 씩 간격을 둔 세 번의 연속된 실험에서 실험 참가자들은 각각 60개의 ‘그럴듯한 주장(plausible statement)’에 대해 각 주장의 타당성을 응답하였다. 실험 결과, 반복되지 않은 메시지에 대한 참가자들의 신뢰도는 변하지 않았지만 반복된 메시지에 대한 신뢰도는 반복 횟수가 늘어날수록 증가하였다. 메시지의 사실여부와 관계없이 반복에 따라 신뢰도가 달라졌던 것이다.

이러한 진실착각효과의 원인에 대해 위버와 동료들(Weaver et al., 2007)은 사람들이 메시지에 반복적으로 노출되면 해당 메시지에 대하여 매

우 친숙하게 느끼고 다른 사람들도 자신과 같을 것이라 기대하게 된다고 설명했다. 이들은 피험자들에게 동일한 메시지를 반복적으로 노출시킨 후, 전달된 메시지가 얼마나 널리 공유되었는지 추정해보라는 질문을 하였다. 피험자들은 메시지에 반복적으로 노출될수록 해당 메시지에 더 친숙함을 느꼈고, 메시지가 더 많이 공유된다고 여겼으며, 더 많은 사람들이 해당 메시지에 공감할 것이라고 추정하였다. 이러한 결과는 반복 노출에 따른 의견 활성화와 친숙함이 진실착각효과의 중요한 원인임을 시사한다.

한편 메시지의 반복은 친숙함 뿐만 아니라 능숙도(fluency)를 증가시키며 그 결과, 착각효과가 발생한다는 의견도 존재한다. 레버와 동료들(Reber et al., 1999)은 ‘도시 A는 국가 B에 있다.’ 라는 메시지를 가지고 친숙함과 능숙도의 착각효과와의 관계를 실험하였다. 실험에서 A를 친숙한 도시로 조작하고, 진술의 절반은 사실로, 나머지는 거짓으로 구성하였다. 정보처리의 능숙도는 메시지의 가시성으로 조작했는데 높은 가시성은 흰색 배경에 파랑과 빨강, 중간 가시성은 같은 배경에 초록, 노랑, 연한 파랑을 사용했다. 예상한대로 가시성, 즉 정보를 처리하는 능숙도가 높을 때, 그렇지 않은 조건보다 해당 문장에 대해 높은 신뢰도가 나타났다. 동시에, 친숙도가 높은 조건에서 메시지의 가시성의 효과는 가장 높게 나타났다. 동일한 정보에 반복해서 노출될 경우, 수용자는 해당 정보에 대한 친숙함과 정보 처리의 능숙도가 높아져 결국 정보에 대한 신뢰도로 이어진다는 것이다.

이러한 진실착각효과는 가짜 뉴스 맥락에서도 적용될 수 있다. 슈바르츠와 동료들(Schwarz et al., 2016)은 기존에 가짜 뉴스를 반박하는 폭로 메시지를 담은 캠페인의 실패는 허위정보의 반복성으로부터 온다고 설명하였다. 만약 사람들이 허위정보와 폭로 메시지 중 무엇이 옳고 그른지 자세히 기억하는 한 성공할 수 있지만, 세부적인 기억은 빠르게 희미해지기 마련이다. 결국에는 나중에 ‘어디서 들어본 것 같은’ 느낌이

드는 문장을 신뢰하게 만드며, 이렇게 빈도-친숙성-진실로 연결된 허위 지각은 오히려 기존의 허위정보로부터 오는 인식을 강화하는 역효과를 만든다는 것이다.

이러한 진실착각효과(illusory truth effect)가 극도로 믿기 어려운(extreme implausibility) 정보에 대해서도 발생하는지를 탐색하기 위해 페니콕과 동료들(Pennycook et al., 2017)은 566명의 참가자들을 대상으로 명백하게 거짓이어서 믿기 어려운 문장을 포함, 일반적인 지식 수준에서 선정된 간단한 상식 관련 진술문들(trivia statements), 쉽게 알 수 있는 사실들을 제시했다. 실험 결과, 극도로 믿기 어려운 문장들이 진실착각효과에 대한 경계 및 저항 조건을 형성한다는 것이 밝혀졌는데, 아무도 믿지 않을 만한 서술을 반복한다고 해서 사람들이 이를 더 정확한 것으로 인지하지는 않았다. 마찬가지로 매우 그럴 듯한, 쉽게 사실임을 알 수 있는 문장에 대해서도 반복 효과는 발생하지 않았다. 이에 반해, 진실과 거짓이 섞인 간단한 상식 관련 진술문들에서는 반복이 뚜렷한 영향을 미쳤다. 종합해보면, 진위를 명백히 알 수 있는 정보에 대해서는 반복을 통해 정확도에 대한 인식을 높일 수 없지만, 덜 알려진 내용에 대해서는 반복이 유의한 영향을 미쳤다. 페니콕과 동료들(Pennycook et al., 2018) 또한 1,800명을 피험자들을 대상으로 가짜 뉴스 수용과정에 있어서 친숙도의 효과를 연구하였다. 피험자들은 총 3단계 실험을 진행했는데, 1단계에서 사실 6개의 기사 헤드라인과 거짓 6개의 헤드라인에 노출되었다. 2단계는 각 헤드라인에 대해 소셜 미디어에 공유할지 여부에 대해서 결정하였다. 마지막 단계에서는 1단계의 12개의 헤드라인과 새로운 12개의 헤드라인을 제시받고 각 참가자들은 “해당 기사를 전에 보거나 들은 적이 있는가?” 를 통해 친숙도 평가를 하였다. 이후 “위의 헤드라인의 주장이 얼마나 정확하다고 생각하는가?” 를 통한 정확성 평가 후 실험이 종료되었다. 연구 결과, 반복 노출에 따른 친숙밀도는 허위정보에 대한 신뢰도를 유의미하게 증가시키는 것으로 나타났다. 즉, 헤드라인에 반복적으로 노출될 때, 피험자들은 허

위정보를 더 정확한 사실이라고 인식한 것이다.

허위정보의 신뢰도는 정보원이 아닌 허위정보가 반복되는지 여부에 따라 결정된다는 주장도 존재한다. 포스터와 동료들(Foster et al., 2012) 연구에서 피험자들은 범죄 비디오에 노출 된 후, 세 가지 목격자 보고서를 읽었는데, 보고서에는 1명 또는 3명의 목격자의 허위진술이 담겨있었다. 실험 결과, 허위정보가 보고서에 반복될 때 그렇지 않은 조건보다 인식의 정확도가 낮았다. 동시에 허위정보가 얼마나 많은 정보원에 의해 반복되는지에 상관없이 반복 횟수가 증가할수록 피험자들의 잘못된 인식은 높아졌다. 이러한 결과는 가짜 뉴스를 전하는 정보원이 아닌 반복 유무가 허위인식 형성의 중요한 원인임을 시사한다.

종합하면 정보의 반복은 수용자로 하여금 정보에 친숙함을 느끼게 하며, 이는 곧 인지 및 정보 처리 과정에 영향을 끼친다. 수용자는 친숙한 정보를 더 보편적이라고 여기며, 능숙하게 처리하며, 더 정확하다고 느끼게 되는 것이다. 따라서 사실이 아닌 정보, 즉 가짜 뉴스에 반복해서 노출되면 수용자의 허위인식은 강화된다. 이는 가짜 뉴스에 대한 팩트체크 메시지에서 오정보가 반복되는 경우도 마찬가지이다. 팩트체크 기사에서 반복되는 오정보가 오히려 허위인식을 강화하는 역효과를 야기할 수 있는 것이다. 또한 이러한 강화된 허위인식은 지속적으로 잔류함으로써 이후의 정보 처리 및 판단에 또 다른 영향을 미칠 수 있다.

#### 4. 오정보 지속 효과 (Continued Influence Effect of Misinformation)

사람들이 인식의 오류와 정보의 부정확성을 인정한 후에도 잘못된 정보가 잔류해 이후의 정보 처리 및 판단에 영향을 미치게 된다는 지속적인 오정보 효과(continued influence effect of misinformation: Johnson & Seifert, 1994)는 신뢰할 수 있는 정보가 있음에도 이전의 허위정보를 바탕으로 판단을 내리는 현상을 의미한다. 즉, 사람들은 교



정정보를 알고 있음에도 불구하고 이미 거짓으로 판명된 허위정보에 지속적으로 의존하는 모순적인 모습을 보인다. 톨손(Thorson, 2019)은 실험을 통해 잘못된 정보가 완벽한 팩트체크를 통해 즉시 교정될지라도 기존의 믿음은 유지될 수 있음을 보여주는 이 현상을 ‘신념의 메아리(belief echoes)’로 명명하였다. 공화당 지지자에게는 민주당 후보가, 민주당 지지자에게는 공화당 후보가 유죄 판결을 받은 흉악범으로부터 기부를 받아들였다는 기사를 읽게한 뒤, 두 후보 간의 토론에 관한 두 번째 기사를 읽었는데, 교정정보 그룹의 기사는 기부자가 흉악범이 아닌 자동차 대리점 운영자라는 내용을 포함하였다. 실험 결과, 교정정보에 노출된 사람들은 교정정보를 본 적 없는 그룹과 동일한 수준으로 후보를 평가하였다. 동시에, 오정보와 교정정보에 노출된 그룹은 기존의 정보가 사실이 아니었음이 밝혀졌음에도 불구하고 오정보에 노출되지 않은 통제 집단보다 해당 정치인을 더 부정적으로 평가하였다. 교정정보가 기존의 허위인식을 수정하지 못하고 계속 태도에 영향을 미친 것이다. 이는 교정정보에 노출되더라도 초기 오정보로 인한 부정적 인식이 지속되었음을 보여준다.

이러한 오정보 지속효과는 기존 태도에 따라 달라지며, 이는 교정정보의 효과에도 영향을 줄 것이라는 설명도 존재한다. 에커와 동료들(Ecker et al., 2014)의 실험은 2 (인종 편견: 높음/낮음) x 3 (정보/오정보/오정보+교정정보) 설계로 진행되었다. 오정보 메시지에는 강도 사건에 대한 뉴스 보도로 범인이 호주 원주민이라고 기술 되어 있었고, 통제 조건인 정보 메시지는 백인이라고 묘사되어 있었다. 교정정보에서는 경찰은 해당 용의자가 아님을 밝혔다는 내용이였다. 피험자는 노출된 메시지를 정확하게 기억하는지 회상 과제를 수행하고 “읽은 메시지 내용 중 수정되거나 변경된 부분이 있었습니까?” 라는 질문에 대답한 후 인종에 대한 태도를 묻는 질문에 답했다. 연구 결과, 허위정보의 효과는 감소했지만 허위인식을 아예 제거할 수는 없었다. 인종 편견에 관계없이 사람들은 교정정보에 대한 저항을 지속했고, 기존의 허위인식을 지울 수

없었다.

교정정보에 대한 저항이 나타나는 이유는 오정보의 철회(retraction) 또는 반박(refutation)을 처리하기 위해서는 복잡한 과정이 필요하며 (Ecker & Hogan, 2017), 기존의 지식 혹은 믿음과 새로 얻은 사실 사이의 충돌을 해결해야 하고(Gorden et al., 2017), 타당하고 일관성 있으며 새로운 표현을 다시 구성해야 하기 때문이다(Smith & O' Brien, 2013). 따라서 성공적인 오정보 교정은 정보의 내용 정정 뿐만 아니라 수용자의 정보에 대한 경험 및 모든 처리 과정을 정정할 수 있어야 한다.

세이퍼트(Seifert, 2002)에 따르면, 오정보 효과가 지속되는 것은 다음과 같은 이유 때문에 발생한다. 먼저, 수용자가 기억에 있는 추론 과정을 수정하지 못하기 때문이다. 만약 허위정보를 바탕으로 한 추론 과정을 통해 결론을 내렸다면, 이후 교정정보가 허위정보를 수정하더라도 이미 내린 결론의 추론 과정까지는 수정할 수 없다. 이처럼 허위정보를 바탕으로 한 잘못된 정교화 과정이 이후 판단에 영향을 미치게 되는 것이다. 두 번째, 처리 과정의 모순 때문이다. 교정정보에 노출된 수용자는 기존에 믿고 있던 허위정보와 반대되는 사실을 받아들이면서 모순이 발생하게 된다. 이는 아예 허위정보에 노출되지 않은 사람들과 인식의 구조가 다른 것이며, 다른 과정의 정보 처리 과정을 겪을 수밖에 없다. 나중에 추론할 때, 기존의 잘못된 정보로부터 시작되기 때문에 모순이 생기며 이후 발생할 판단에 부정적 영향을 미치게 된다. 세 번째는 기억 속에 있는 잘못된 정보에 접근하기 때문이다. 단지 기억 속에 정보가 있는 것만으로도 정보의 사실여부에 상관없이 추후 처리 과정에 통합될 수 있다. 심지어 해당 정보가 허위라는 사실이 기억에 남아있더라도 다른 정보를 추론하는 과정에 그 허위정보가 영향을 미칠 수 있다. 네 번째 원인은 허위정보를 교체하는 것의 어려움이다. 만약, 기존 배경 지식이 전혀 없는 수용자가 허위정보로 인해 최초의 인식을 형성한다면, 이는 이후 교정정보로 인해 대체될 가능성이 낮다. 마지막 원인은 이러한 인

과관계의 격차를 채우는 것의 어려움이다. 교정정보는 기존의 허위정보만 수정할 뿐 개개인마다 다르게 형성된 인과관계까지 형성할 수 없기 때문이다. 이러한 지속적인 오정보 효과는 기존의 교정에 저항하는 수용자 인식의 연장선으로 결국 수용자는 교정정보를 통해 허위인식을 완전히 제거할 수 없음을 보여준다.

세이퍼트는 사람들은 오정보를 아예 부정할 수 없고, 적어도 모순이 어떻게 생겨났는지에 대해 설명하는 교정정보를 통해서만 효과를 본다고 주장한다. 따라서, 교정이 정보의 사실관계를 바로잡는 것뿐만 아니라 언제 혹은 어떻게 정보가 소통되는지에 관한 실용적 맥락의 기준을 제공해야 한다고 본 것이다. 그러나 수용자는 개개인마다 다른 정보 처리 과정을 통해 정보를 인식·수용·처리하기 때문에 교정정보의 일괄적인 효과를 보는 것은 불가능하며, 동시에 비용·시간적 한계가 분명하다. 따라서 가짜 뉴스에 대한 효과적인 교정법을 제시하기 위해서는 수용자의 허위인식의 생성을 미연에 방지하는 것으로부터 출발해야 한다.

이상의 논의를 종합하여 본 연구는 지금까지 교정정보의 효과를 수용자의 심리적 기제의 존재를 확인하고자 한다. 수용자의 진실편향(truth bias: Hasson et al., 2005; Levine, 2014)을 경험적으로 확인해, 수용자가 새로운 정보에 접했을 때 아직 사실로 확인되지 않은 정보라도 이를 당연히 참으로 받아들이는지를 검증할 것이다.

[연구 문제 1] 팩트체크의 결과에 따라 해당 정보의 사실성 인식이 달라지는가?

<연구 가설 1-1> 팩트체크 결과가 사실인 경우, 팩트체크 결과가 거짓인 경우에 비해 해당 정보가 참이라고 판단할 가능성이 높을 것이다.

<연구 가설 1-2> 팩트체크 결과가 사실인 경우와 팩트체크 결과가 제시되지 않을 경우 사람들이 해당 정보가 참이라고 판단하는 정도에는 차이가 없는 반면, 팩트체크 결과가 거짓인 경우, 팩트체크 결과가 제시되지 않을 경우에 비해 해당 정보가 거짓이라고 판단할 가능성이 높아질

것이다.

나아가, 허위 정보의 공유에 관한 앞서 논의한 기존 연구들에 따르면, 수용자의 정보에 대한 인식과 공유 행동은 서로 분명히 구별되는 별개의 행동이었다(Dijkerman, 2006; 나종연, 2010; Gabielkov et al., 2016). 기존 연구에서도 정보의 공유 의도에 직간접적으로 미치는 요인들을 살펴보았을 때, 사회적 관계 및 공헌(Bock & Kim, 2002), 외적 보상, 상호관계(Bock et al., 2005), 자기효능감 및 상호 신뢰(Hsu et al., 2007), 사회적 네트워크 및 신뢰와 공동 목적(Chow & Chan, 2010) 등이 있었고, 이는 정보의 사실 여부가 아닌 사회적 관계 혹은 개인적 심리 요인이었다. 따라서, 본 연구 또한 정보의 사실성 판단과는 다른 양상의 결과가 나올 수 있을 것이라고 예측해 팩트체크 결과에 따른 수용자의 공유 의도에 대한 연구 문제를 다음과 같이 설정했다.

[연구 문제 2] 팩트체크 결과에 따라 사람들의 메시지 공유 의도가 달라지는가?

## 제 4 절 사전 경고(forewarning)에 대한 논의

사람들이 제시되는 정보를 당연히 진실로 받아들이는 경향(truth-default)을 예방하는 것은 정보에 대한 믿음의 기본값을 중립 상태로 두는 것이다. 애초부터 정보를 참으로 받아들이지 않는다면 이후 교정정보에 대한 저항이 낮아질 것이며, 이를 통해 반박을 위해 오정보를 포함하는 교정정보의 역효과를 방지할 수 있을 것으로 예상할 수 있다. 사전 경고(forewarning)의 사전적 의미는 ‘나쁜 일이나 불편한 일이 일어나기 전에 하는 특정 사건에 대한 경고’이다. 가짜 뉴스에 맥락에서 사전 경고는 이후에 노출될 메시지가 사실이 아닐 수 있음을 미리 경고하는 것으로 볼 수 있다. 이러한 사전 경고를 하는 것은 수용자의

회의감을 높이는 역할을 한다. 경고는 사람들로 하여금 사실과 거짓을 구별하는 능력을 최대화시킬 수 있도록 일시적으로 회의적 상태를 유발하는 것이다.

## 1. 접종 이론(inoculation theory)

전통적으로 사전 경고에 대한 연구는 맥과이어(McGuire, 1964)의 접종 이론(inoculation theory)과 밀접하게 관련되어 진행되어 왔다. 마치 소량의 항원을 주입해 항체를 생성하는 예방 접종과 같이, 약한 수준의 반대 논리에 미리 노출된 사람들은 항체가 생겨 더 강하게 자신의 태도를 지키게 된다. 즉, 접종 이론은 대중이 설득당하지 않고 기존의 태도를 유지 및 강화하기 위한 방법을 찾고자 하였다. 맥과이어와 파파조지스(McGuire & Papageorgis, 1961)에 따르면, 사람들은 자신의 신념과 반대되는 공격을 회피하는 선택적 노출을 함으로써 기존의 태도를 유지하는 경향이 있다. 일반적으로 사람들은 자신의 신념이 앞으로 공격받을 수 있는 가능성에 대해 고려하지 않고 동시에 자신의 신념이 얼마나 취약한 것인지 인식하지 않는다(McGuire & Papagerogis, 1961). 이러한 무방비 상태에서 반대 의견에 강제로 노출될 경우 기존의 태도가 흔들리면서 설득될 가능성이 높아진다. 마치 평균에 대해 항체가 없는 상태에서 바이러스에 노출되는 것과 같은 논리이다. 그러나 만약 예방접종(inoculation)에 미리 노출된다면, 평균에 대한 항체를 미리 생성하게 되고, 방어 기능이 활성화된다.

이와 유사하게 맥과이어는 접종 효과를 차후 발생할 설득 공격에 저항하는 일종의 진리(truism)를 미리 형성함으로써 1) 대중이 자신의 신념을 방어할 수 있도록 하고 2) 이러한 방어적 태도를 가능하게 하는 동기를 부여하게 하는 것이라고 설명하였다. 이러한 접종은 기존의 가치나 태도가 이후 노출될 메시지로부터 공격당할 수 있다는 사실에 대한 사전 경고이며, 수용자로 하여금 본인의 태도나 가치를 보호하기 위해 공격에

저항할 동기를 형성하게 한다. 이는 위협(threat)과 선제 공격(refutational preemption)이라는 두 가지 요소를 통해 설명된다. 위협이란, 앞으로 스스로의 신념이나 태도가 공격받을 가능성이 높다고 인식하는 것을 말한다. 선제 공격은 예상되는 메시지의 공격에 대한 구체적인 반론을 가능하게 하는 것을 의미한다.

나아가, 캄튼(Compton, 2013)은 논리적 반박을 우선적으로 선점하는 것(preempt)은 명확한 사전 경고의 효과를 넘어서 추가적 위협을 겪게 하지 않을 것이라는 것을 보여주었다. 다시 말해서, 명확한 사전 경고가 사용된다면 정서적 영향과 관계없이 내용의 관점에서 반박 논리 요소가 중요할 것이며, 수용자들은 이후 노출될 메시지를 면밀히 살필 것이라고 예측한다. 이바노프와 동료들(Ivanov et al., 2013)은 공격의 확실성(attack certainty)이 수용자의 위협에 대한 저항성을 높일 수 있다고 주장하였다. 수용자가 앞으로 공격 메시지에 노출될 것을 더 확신할 때, 저항적 태도를 더 유지함으로써 예방 효과를 더 높일 수 있는 것이다.

가짜 뉴스 맥락에서 접종의 역할은 오정보에 대한 저항성을 증가시키는 것이었다. 쿡과 동료들(Cook et al., 2017)의 두 번의 실험에 따르면, 기후 변화에 대한 오정보의 오류 및 거짓을 지적하는 사전 경고는 가짜 뉴스의 역효과(backfire effect)를 줄이는 역할을 했다. 오정보는 자연과학 연구자들이 탄원서에서 온실가스의 부정적 효과가 없으며 이에 대한 과학적 합의가 존재하지 않는다고 주장하는 내용으로, 접종 메시지는 오정보의 내용에 대해 구체적으로 언급하지 않은 채, 과학 영역에서 문제가 되고 있는 가짜 전문가(fake experts)의 위협성에 대해서 경고하는 것이다. 연구 결과, 접종 메시지는 오정보의 효과를 줄이는 역할을 하였고, 심지어 접종 집단이 통제집단보다 중립적인 태도를 유지할 수 있었다. 비록 오정보를 직접 반박하는 내용이 아닐지라도 접종 메시지는 저항성 생성에 효과가 있었던 것이다. 이러한 접종 메시지는 수용자로 하여금 예방적 태도를 취하게 하며 이는 곧 허위정보의 영향을 무력화시킴으로써 잘못된 정보로 인한 태도의 편향을 예방하는 역할을 한다.

또한, 집중 메시지가 향후 접할 가능성이 있는 허위정보에 대한 예방 효과를 가진다는 설명도 존재한다. 반 더 린든과 동료들(van der Linden et al., 2017)의 실험에서는 총 세 가지의 처치가 있었는데, 먼저, 합의조치란, 피험자들에게 과학적으로 일반적 수준의 의견 일치에 도달한 내용을 전달한 것을 의미한다. 두 번째, 오정보란 과학적 합의에 반대하는 허위정보를 의미한다. 마지막으로 집중 메시지는 오정보에 저항하는 내용으로 구체성에 따라 일반/세부 메시지로 나뉜다. 해당 실험은 (1) 통제집단, (2) 합의조치, (3) 오정보, (4) 합의 조치+오정보, (5) 합의 조치+일반 집중 메시지+오정보, (6) 합의조치+세부 집중 메시지+오정보의 6가지 실험 조건에 걸쳐 참가자들의 과학적 합의에 대한 실험 사전 및 사후의 평가 결과를 비교하는 혼합 설계를 활용하였다. 연구 결과, 합의조치만으로도 참여자들간 과학적 합의 수준이 크게 증가한 것을 알 수 있었다. 하지만 참가자들이 합의 조치 이후 반대 메시지를 순차적으로 접하면 합의조치는 무력화되었다. 일반 및 상세 집중 메시지는 합의 메시지의 정적 효과를 유지하는데 효력을 발휘했고, 이후 잘못된 정보 노출에 대해 저항성을 부여하였다. 이 연구 결과는 저항 메시지가 기후 변화에 대한 대중의 태도를 허위정보로부터 예방할 수 있음을 시사한다.

이러한 집중 메시지는 뒤에 올 정보의 위협에 대한 사전적 경고를 가능하게 하며 수용자의 예방적 태도를 형성했다. 그러나 실험 내 집중 메시지는 공격 메시지의 내용을 논리적으로 반박하는 세부 내용을 포함한 처치물이었다. 이는 수용자의 인식을 수정하는데 효과적일 수 있지만 현실에서는 이러한 인위적 메시지를 제작하는 것이 어렵다. 끊임없이 생산·공유되는 가짜 뉴스를 일일이 논박할 수 없기 때문이다. 이러한 한계점에 대응하여, 집중 메시지의 세부적 내용을 간략하게 제시함으로써 공격 메시지의 존재 및 위험성에 대해 명시적으로 경고하는 방법이 제안되었다.

## 2. 사전 경고의 효과

커뮤니케이션학에서 사전 경고(forewarning)는 설득 위협에 대한 저항성을 높이하고자 하는 맥락에서 논의되었다. 사전 경고는 커뮤니케이션에 참여하는 사람들에게 추후 다른 사람들이 그들을 설득하려고 시도할 것이라는 위협을 사전에 경고한다. 일종의 간단한 접종(inoculation)을 통해 반대 논리에 반박할 수 있는 상태를 제공함으로써 수용자를 미래의 설득으로부터 보호할 수 있는 것이다.

페티와 카치오포(Petty & Cacioppo, 1977)는 사전 경고가 노출될 메시지에 대한 사람들의 심리적 저항성을 형성시킬 수 있다고 설명했다. 이들은 실험에서 사전 경고와 설득 메시지 사이에 피험자들의 생각을 기록하게 하여, 실제로 피험자들이 사전 경고를 받은 후 설득 메시지에 대한 반론이나 심리적 저항 상태를 준비하는지를 살펴보았다. 사전 경고 집단은 “졸업반 학생들은 졸업하기 전에 종합 시험을 치러야한다는 교직원위원회의 권고를 들을 것이다. 전공 분야의 모든 측면에서 좋은 점수를 받아야 졸업할 수 있다는 내용이다.” 는 사전 경고 메시지를 받았다. 사전 경고가 없는 집단은 “교직원 위원회의 안내방송을 들을 것이다.” 는 메시지를 받았다. 메시지를 받은 후 사고목록(thought-list) 작성 집단은 2분 30초 간의 생각할 시간을 가진 후 2분 30초동안 사고목록을 작성하고 15초 후, 설득 메시지에 노출되었다. 사고목록 작성이 없는 집단은 5분 15초 동안 생각할 시간을 가진 후 설득 메시지에 노출되었다. 첫 번째 통제집단은 사전 경고를 받았지만 설득 메시지를 듣기 전까지 메시지에 대해 생각할 시간이 없이 메시지에 바로 노출되었다. 두 번째 통제집단은 사전 경고 후 사고할 시간 없이 바로 2분 30초 동안 사고목록을 작성하게 하고, 이후 곧 바로 설득 메시지에 노출되었다. 이후 피험자들은 교직원 위원회의 의견에 얼마나 동의하는지 응답했다. 실험 결과, 사전 경고와 메시지 사이에 시간적 간격이 있을 때, 사고목록 작성과 상관없이 사전 경고는 설득 저항성을 높이는 효과가 있었다.



즉, 사전 경고가 앞으로 노출될 메시지 주제와 관련된 생각을 촉발시킴으로써 설득 메시지에 대한 저항성을 높일 수 있음을 시사했다.

연구자들은 메시지 주제에 대한 관여도 또는 정보원의 공신력에 따라 사전 경고의 효과가 달라질 수 있다고 보았다. 딘과 동료들(Dean et al., 1971)의 실험에서 사전 경고 조작 그룹은 설득 메시지 노출 이전, “해당 실험에서는 현 사회 문제에 대한 다양한 메시지의 설득력(persuasive impact)을 어떻게 평가하는지 보고자한다. 해당 실험은 피험자들이 해당 메시지에 얼마나 설득되는지에 관심이 있다.” 라는 경고에 먼저 노출됐다. 높은 관여도 그룹에서의 사전 경고는 “해당 메시지는 캘리포니아 출신의 상원 의원 당선을 강력히 지지한다.” 는 내용을 포함하였고, 낮은 관여도 그룹에서는 “해당 메시지는 결핵 검진을 위해 흉부 엑스레이를 받는 것을 강하게 반대한다.” 내용을 포함하였다. 정보원의 공신력은 “컬럼비아 대학교 정치학 교수(또는 의학 교수)가 하버드 대학교에서 실시한 강연에서 발췌한 내용” 혹은 “더 나은 교육을 위해 학부모(또는 공동체 건강을 위한 시민들이)가 준비한 진술” 로 조작되었다. 사전 경고가 있었던 조건에서는 그렇지 않은 조건보다 메시지의 설득력을 더 낮게 평가한 것으로 나타났다. 특히, 낮은 관여도 조건에서 사전 경고의 효과는 더 크게 나타났다. 또한 잭스와 디바인(Jacks & Devine, 2000)도 중요도에 따라 사전 경고가 다른 효과를 보인다고 설명하였다. 2 (사전 경고 유/무) x 2 (지연 없음/ 2분 지연) x 2 (중요도 높음/낮음) 설계의 실험 결과, 중요도가 낮은 사람들의 경우, 메시지가 지연됨으로써, 앞으로 전달될 정보에 대해 숙고할 시간이 있다면 미리 사전 경고를 받는 것이 설득에 대한 저항성을 높일 수 있는 것으로 드러났다.

사전 경고 설득 효과의 연구는 다양한 분야에서 적용되었다. 앞으로 올 위협에 저항성을 높일 수 있는 범죄 예방(Scheibe et al., 2014), 질병 예방(Senay & Kaphingst, 2008) 예방접종 관련 건강 캠페인(Richards & Banas, 2015; Compton & Ivanov, 2012) 연구 또는 앞

으로 전개될 위험성 있는 메시지를 미리 예방할 수 있는 효과적인 광고 효과(Cowan & Komorita, 1971; Burgoon et al., 1995), 기업 이미지(Easley et al., 1995), 소비자 연구(Hollander, 1972), 정치 메시지(Pfau et al., 1990) 등으로 활발히 진행되어왔다. 반면, 오정보 및 교정정보와 관련된 사전 경고 연구는 주로 사전 경고가 오정보에 대한 저항력을 높이고 교정정보의 역효과를 감소시키며 교정정보의 수용성 증가시키는 역할을 할 것이라는 기대에 근거하여 진행되어왔다. 사람들로 하여금 앞으로 제공될 정보가 오해의 소지가 있다고 분명히 경고한다면 교정정보의 역효과는 감소될 수 있다는 추론이다(Cook et al., 2017; van der Linden et al., 2017; Ecker et al., 2010; Schul 1993). 사람들은 기본적으로 이후 노출될 정보가 참이라고 예상하지만, 사전 경고는 그러한 기대를 사전에 예방하며 동시에 교정정보의 수용성을 높여주는 것이다.

에커와 동료들(Ecker et al., 2010)은 허위정보에 노출되기 전 경고를 통해 오정보지속효과(continued influence effect)를 감소시킬 수 있는지 알아보았다. 해당 연구는 피험자들을 총 5개 집단으로 나누어 소형 버스의 탑승자가 노인들이었다는 거짓 메시지에 노출시켰다. 첫 번째 집단은 통제집단으로 최초의 정보가 정정되지 않았다. 나머지 네 개의 집단은 소형 버스 탑승자가 노인들이 아니었다는 오정보를 철회하는 내용을 읽었는데, 두 번째 집단은 철회 메시지만을 받았고, 세 번째 집단은 소형 버스 탑승자가 노인들이 아니라 승리 기념 축하파티를 마치고 돌아오는 대학 하키 선수들이었다는 그럴듯한(plausible) 대안적 사실을 함께 제공받았다. 네 번째 집단과 다섯 번째 집단은 철회 메시지가 포함된 기사를 읽기 전 사전 경고를 추가로 제공받는데, 네 번째 집단은 “대중의 이목을 끌기 위해서(sensationalize), 미디어는 종종 이후에 부정확하다고 밝혀지는 사실들을 확인하지 않는 경우가 있다. 그렇기 때문에 다음 이야기를 읽고 주의를 기울여 문제에 답하는 것이 중요하다.”는 개괄적인(general) 경고를, 다섯 번째 집단은 오정보지속효과

(continued influence effect)에 대한 설명과 구체적인 예시<sup>8)</sup>들을 제공 받았다. 실험 결과, 단순한 철회는 오정보에 대한 신뢰를 유의미하게 감소시키지 못했고, 철회가 그럴듯한 대안과 함께 제공되었을 때, 오정보에 대한 신뢰가 감소했다. 동시에, 뒤에 올 메시지의 허구성에 대해 경고하는 것이 오정보에 대한 사람들의 신뢰를 감소시킬 수 있었는데 개괄적인 경고보다 구체적인 경고가 수용자에게 허위정보에 대한 저항력을 제공할 수 있다는 점을 시사했다.

반면, 오히려 선행 노출(prior exposure)로서의 사전 경고가 가짜 뉴스를 믿도록 만든다는 설명도 존재한다. 페니콕과 동료들(Pennycook et al., 2017)은 명시적인 경고가 진실착각효과(illusory truth effect)에 어떤 차이를 가져오는지 알아보는 실험을 진행하였다. 약 1000명의 피험자들은 익숙해지기(familiarization), 방해(distractor), 평가(assessment)의 세 단계로 나뉜 실험에 참가하였다. 익숙해지기 단계에서는, 참가자들에게 6개의 사실 뉴스(real news)와 6개의 가짜 뉴스가 주어졌는데, 사전 경고 집단에는 모든 가짜 뉴스에 “독립적인 팩트체커가 문제를 제기함(disputed by 3<sup>rd</sup> Party Fact-Checkers)”이라는 팩트체크 태그가 추가로 제시되었다. 이후 방해단계에서는 인구 통계학적인 질문 등에 답한 뒤 마지막 평가 단계에서 참가자들은 익숙해지기 단계에서 접한 뉴스 표제들과 새로운 표제들을 보고 각각에 대해 익숙한 정도와 정확도를 평가하였다. 실험 결과, 익숙해지기 단계에서 제시된 뉴스는 새로운 표제보다 더 정확하다고 평가되었는데 이는 가짜 뉴스의 경우에도 마찬가지였다. 사전 경고는 사람들로 하여금 가짜 뉴스를 구별하게 만들지 못하고, 오히려 가짜 뉴스 헤드라인을 더 신뢰하게 하는 결

---

8) 이전 연구는 사람들이 정보가 철회되거나 정정된 후에도 예전 정보를 신뢰한다는 점을 밝혔다. 이것의 한 예로 이라크의 대량 파괴 무기(weapons of mass destruction)가 하나도 발견되지 않았음에도 불구하고 오늘날 여전히 이라크가 해당 무기를 보유하고 있다고 믿는 사람들이 있다. 또 다른 예로는 배심원들이 채택될 수 없다고 여겨지는 정보를 계속해서 사용하는 법정 절차가 있다. 다음 이야기를 주의 깊게 읽고 마지막 문제에 대하여 답을 먼저 제시된(outdated) 정보를 신뢰하지 않고 답할 것을 안내했다.

과를 가져왔다.

이처럼 사전 경고의 효과는 일관되지 않다. 사전 경고가 수용자로 하여금 정보에 회의적인 태도를 갖게 하기에 사실인 정보에도 의심을 갖게 만든다면 사실에 대한 저항성 또한 높이는 문제가 발생한다. 즉, 해당 정보를 신뢰하지 않는 것은 진위에 대한 의심을 가져와 인지적 오류를 방지할 수 있는 긍정적 효과가 있지만(Swire & Ecker, 2018; DiFonzo et al., 2016), 팩트체크 결과 마저 회의적으로 바라보게 된다면 모든 정보에 대한 부정의 상태로 나아갈 수 있기 때문이다. 즉, 기존의 연구들은 사전 경고의 효과를 저항성 형성이라는 좁은 맥락에서 바라보았는데, 이는 “무엇에” 대한 저항성이 형성되는지에 따라 의도하지 않은 다른 결과를 가져오게 되는 위험이 있다. 또한, 이론적으로 사전 경고는 오정보에 대한 허위인식 형성을 미연에 예방하므로, 사후 교정보다 더 효과적일 것으로 예상할 수 있지만, 월터와 머피(Walter & Murphy, 2018)의 오정보 교정에 대한 메타 분석 연구에 따르면, 사후 배치인 반박의 효과가 사전 경고보다 두 배 이상 효과적인 것으로 나타났다.

종합하면, 사전 경고는 전통적으로 광범위하게 연구되었지만, 그 효과는 명확하지 않다. 또한, 기존의 사전 경고 연구는 주로 사전 경고를 이후에 노출될 메시지의 내용을 포함하여 해당 허위정보의 위험성을 경고하는 방법으로 조작해왔다. 그러나 실험 환경과 같이 허위정보에 완벽하게 대응하는 사전 경고를 제공하는 것은 현실적으로 불가능하다. 본 연구에서는 오정보 교정방식의 일환으로 점차 증가하고 있는 팩트체크 맥락에서, 정보의 허위 가능성을 상기시키는 일반적인(generic) 사전 경고가 사람들의 진실편향에 어떤 영향을 미치는지, 또한 팩트체크 결과의 수용에는 어떤 영향을 미치는지 검증하고자 한다. 교정정보의 교정 가능성을 높이려면 수용자가 허위정보를 접할 때 정보의 사실 여부에 대해 회의적 상태를 갖도록 만들어야 한다(Chan et al., 2017). 사전 경고의 역할은 뒤에 올 정보가 사실이 아닐 수 있음을 미리 명시적으로 경고하

는 것이다. 사람들은 당연히 뒤에 올 메시지가 참이라고 여기는데 (Hasson et al., 2005; Levine, 2014), 이러한 생각이 아닐 수 있다는 가능성을 상기시킴으로써 사람들의 인식에 영향을 줄 수 있는 것이다. 만약, 사전 경고가 수용자로 하여금 회의적 태도를 갖도록 한다면 (Ecker et al., 2010) 이는 이후에 제공될 폭로 메시지를 용이하게 수용할 수 있는 환경을 제공할 수 있을 것이다. 이러한 논의를 바탕으로 본 연구에서는 사전 경고가 수용자의 사실성 인식 및 공유 행동에 어떻게 작용하는지에 대한 연구 문제와 가설들을 다음과 같이 설정했다.

[연구 문제 3] 사전 경고 유무에 따라 주어진 정보에 대한 사실성 인식이 달라지는가?

<연구 가설 3>: 사전 경고가 주어지는 경우 그렇지 않은 경우에 비해 사람들은 주어진 정보가 참일 가능성을 낮게 평가할 것이다.

[연구 문제 4] 사전 경고 유무에 따라 주어진 정보에 대한 공유 의도가 어떻게 달라지는가?

<연구 가설 4>: 사전 경고가 주어지는 경우 그렇지 않은 경우에 비해 사람들은 주어진 정보를 공유할 가능성이 낮을 것이다.

[연구 문제 5] 팩트체크 결과와 사전 경고는 어떻게 정보의 사실성 인식에 종합적으로 영향을 미치는가?

## 제 5 절 연구 문제 및 가설

본 연구는 허위정보의 교정방법으로 최근 증가하고 있는 팩트체크의 교정효과를 높이기 위한 실천적 전략을 탐색하는 실증적 시도이다. 즉,

본 연구는 팩트체크의 결과(사실 vs. 사실 아님)에 따라 사람들이 주어진 정보를 사실로 판단하는 정도를 팩트체크 결과 없이 정보만 주어진 경우와 비교함으로써 진실 편향성의 작동 여부를 검증할 것이다. 구체적으로 팩트체크가 없을 때와 팩트체크 결과 사실로 확인되었음을 알려주는 경우를 비교할 때, 만일 진실편향이 작동한다면 두 조건 간에는 주어진 정보를 사실로 믿는 정도에 차이가 없을 것이다. 이에 비해 팩트체크의 결과 거짓으로 판명되었다고 제시하는 경우에는 이미 참으로 받아들여진 정보가 반박당한 것으로, 정보를 진실이라고 믿는 정도가 낮아질 것이다.

나아가, 공유 의도에 있어서 주요한 요인이 되는 것은 진위 판단이 아닌 사회적 관계 혹은 개인적 심리 요인이었다. 따라서, 본 연구 또한 정보의 사실성 판단과는 다른 양상의 결과가 나올 수 있을 것이라고 예측한다.

[연구 문제 1] 팩트체크의 결과에 따라 해당 정보의 사실성 인식이 달라지는가?

<연구 가설 1-1> 팩트체크 결과가 사실인 경우, 팩트체크 결과가 거짓인 경우에 비해 해당 정보가 참이라고 판단할 가능성이 높을 것이다.

<연구 가설 1-2> 팩트체크 결과가 사실인 경우와 팩트체크 결과가 제시되지 않을 경우 사람들이 해당 정보가 참이라고 판단하는 정도에는 차이가 없는 반면, 팩트체크 결과가 거짓인 경우, 팩트체크 결과가 제시되지 않는 경우에 비해 해당 정보가 거짓이라고 판단할 가능성이 높아질 것이다.

[연구 문제 2] 팩트체크 결과에 따라 사람들의 메시지 공유 의도가 달라지는가?

또한 본 연구는 사전 경고가 수용자가 정보의 진위를 판단하는데 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 한다. 메시지 노출 이전에 사전 경고가 수용자로 하여금 회의적 상태를 만들 수 있다면 교정 정보의 수용 가능성이 달라질 수 있을 것이다. 이는 이후에 제공될 폭로 메시지를 용이하게 수용할 수 있는 환경을 제공할 수 있을 것이라고 예측한다.

반면, 수용자는 이미 사전에 이후 노출될 정보가 허위일 가능성을 경고 받았을 때, 해당 정보에 대해 공유를 할 가능성이 낮아질 것이다. 정보의 공유는 사회적 행동(Katz & Lazarsfeld, 1966)에 해당하기 때문에, 사회적인 처벌을 경고한다면 이에 대한 의도가 낮아질 것이라고 예측한다.

[연구 문제 3] 사전 경고 유무에 따라 주어진 정보에 대한 사실성 인식이 달라지는가?

<연구 가설 3>: 사전 경고가 주어지는 경우 그렇지 않은 경우에 비해 사람들은 주어진 정보가 참일 가능성을 낮게 평가할 것이다.

[연구 문제 4] 사전 경고 유무에 따라 주어진 정보에 대한 공유 의도가 어떻게 달라지는가?

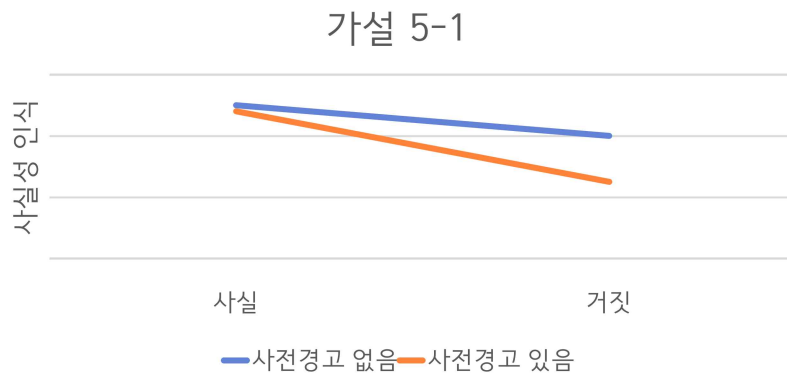
<연구 가설 4>: 사전 경고가 주어지는 경우 그렇지 않은 경우에 비해 사람들은 주어진 정보를 공유할 가능성이 낮을 것이다.

팩트체크와 사전 경고 간 상호작용 효과가 발생할 가능성이 있다. 먼저 수용자가 정보를 당연히 참이라고 예상할 때, 팩트체크 결과를 받아들이는 것과, 정보가 거짓일지도 모른다는 경고를 들은 상태에서 진위 판정을 받아들이는 정도에는 차이가 있을 수 있다. 전자는 참으로 예상하고 읽기 때문에, (오)정보로 인한 인식이 각인된 상태에서 팩트체크 결과를 보게 되지만 후자는 (오)정보에 대한 판단을 유보한 상태에서 팩트체크 결과를 보게 되기 때문이다. 따라서 팩트체크의 결과가 참인 경

우에는 사전 경고를 받았든 안 받았든 해당 정보의 진위 판단에 별반 차이가 없지만(사전 경고를 받은 경우에는 판단을 유보했다가 사실임을 받아들임), 거짓인 경우 사전 경고를 받지 않아 오정보를 이미 사실로 받아들인 사람들은 거짓이라는 판정 결과를 전적으로 받아들이지 않을 가능성이 있다.

[연구 문제 5] 팩트체크 결과와 사전 경고는 어떻게 정보의 사실성 인식에 종합적으로 영향을 미치는가?

<연구 가설 5-1> 사전 경고의 효과는 팩트체크 결과에 따라 달리 나타날 것이다. 즉 팩트체크 결과가 거짓인 경우, 사전 경고가 있는 조건에서 없는 조건에 비해 정보가 참일 가능성을 낮게 평가하지만 팩트체크 결과가 참인 경우 사전 경고 유무에 따른 차이가 줄어들 것이다.



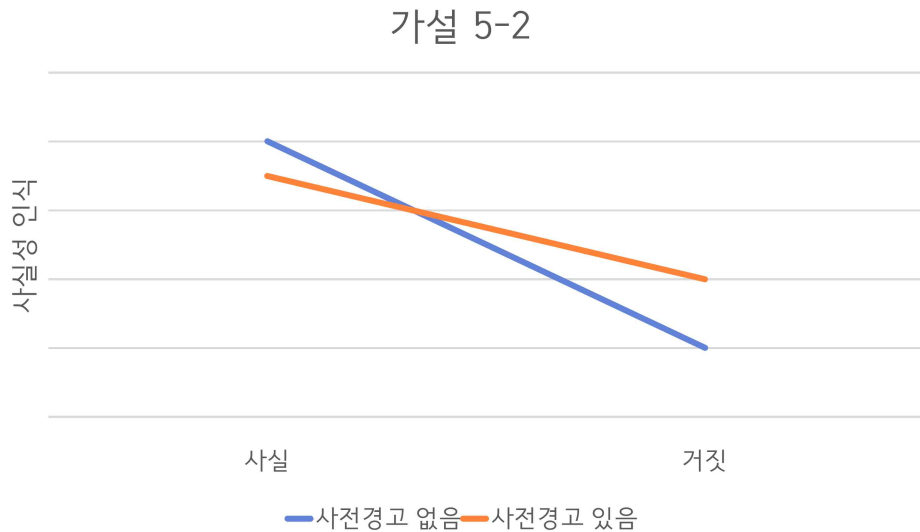
[그림 1] <가설 5-1> 팩트체크와 사전 경고의 상호작용 효과 1

한편, 사전 경고가 영향을 미치는 기사의 범위가 단순 (오)정보 영역을 넘어설 가능성도 있다. 팩트체크 결과 또한 수용자가 회의적으로 여기는 정보의 범위에 포함될 수 있기 때문이다. 즉, 사전 경고가 없다면 수용자는 팩트체크 결과를 당연히 받아들일 텐데, 사전 경고로 인해 이후 접하게 되는 정보에 대한 의심이 높아진다면 은 팩트체크 결과조차



의심하게 될 수 있다.

<연구 가설 5-2>: 팩트체크 결과(사실 vs. 거짓)가 해당 정보의 사실성 인식에 미치는 영향은 사전 경고가 없는 경우에 사전 경고가 있는 경우보다 더 크게 나타날 것이다.

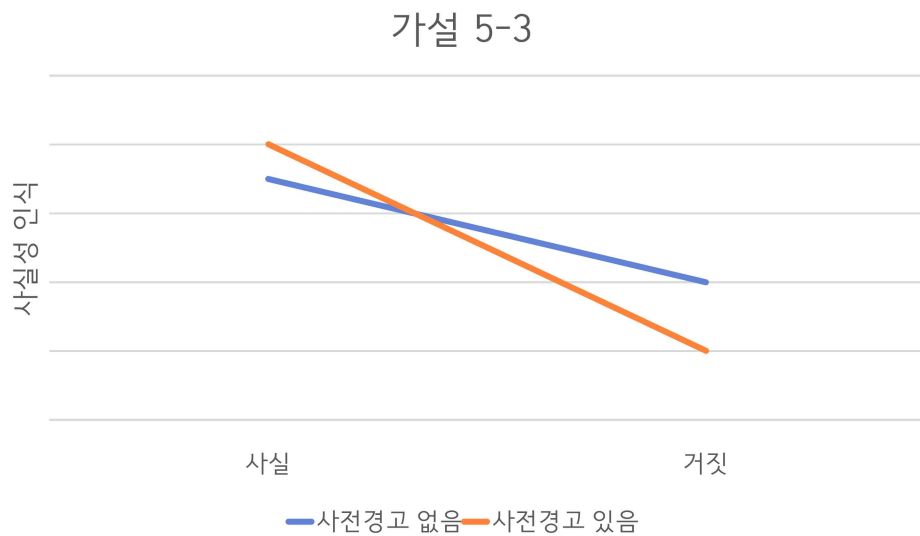


[그림 2] <가설 5-2> 팩트체크와 사전 경고의 상호작용 효과 2

하지만 이와 반대로 사전 경고가 팩트체크 결과에 더 주의를 기울이게 할 가능성도 있다. 즉 팩트체크의 결과를 수용할 준비를 갖추게 함으로써 <가설 5-2>와 반대되는 결과가 나타날 수 있다. 구체적으로 사전 경고가 없는 경우에는 팩트체크 결과에 관계없이 진실편향에 따라 비슷한 평가를 하는 반면, 사전 경고가 있을 때는, 정보의 정확성 판단에 대한 동기(accuracy motivation)를 높여져 정보의 진위를 판단하기 위한 추가적 정보를 찾게 되고, 팩트체크 결과가 가외로 주어졌을 때 이에 의존하는 경향이 더 높아질 수 있다. 따라서 <연구 가설 5-3>은 <연구

가설 5-2>와 상반되는 결과를 예측한다.

<연구 가설 5-3>: 팩트체크 결과(사실 vs. 거짓)가 해당 정보의 사실성 인식에 미치는 영향은 사전 경고가 있는 경우에 사전 경고가 없는 경우보다 더 크게 나타날 것이다.



[그림 3] <가설 5-3> 팩트체크와 사전 경고의 상호작용 효과 3

반면, 공유 의도에 있어서 팩트체크와 사전 경고의 상호작용 효과는 다른 양상으로 나타날 수 있다. 공유 의도는 허위정보의 인식과 구별되는 적극적인 행동 양식으로(Dijkerman, 2006) 수용자는 허위정보로 형성되는 허위인식과는 별개의 행동 양상이 나타날 수 있다. 이미, 허위정보를 거짓이라고 생각하더라도 사회적 행동을 위해 해당 정보를 공유할 수 있고, 혹은 해당 정보를 사실로 여기더라도 불안한 심리와 같은 개인적 동기로 공유 의도가 줄어들 수 있는 것이다. 따라서, 본 연구는 팩트체크와 사전 경고의 상호작용 양상에 있어서 공유 의도는 사실성 인식과 다른 양상의 결과가 나올 것으로 예측한다.

[연구 문제 6] 팩트체크 결과와 사전 경고는 어떻게 정보의 공유 의도에 종합적으로 영향을 미치는가?

## 제 3 장 연구 방법

### 제 1 절 연구 설계

#### 1. 실험 개요

##### 1) 실험 참가자

온라인 실험을 위해 전국 패널을 보유하고 있는 리서치 전문 기업을 통해 총 600명의 실험 참여자들을 성별과 연령대별로 균등 할당해 모집했다. 실험 참가자에게 실험 중 두 번의 간단한 문제를 풀게 했으며 (예: ‘ $2 \times 7$ 은 무엇입니까?’ , ‘ $1+3$ 은 무엇입니까?’ ), 답이 틀린 참가자의 응답은 해당 실험에 충분한 주의를 기울이지 않은 것으로 판단해 탈락시켰다. 600명 중 300(50%) 명은 여성이었으며, 나머지 300명(50%)은 남성이었다. 연령대별로는 20, 30, 40, 50대가 각각 25%로 ( $M = 39.29$ ,  $SD = 11.06$ ) 고르게 분포됐다. 실험 참가자의 교육 수준은 고등학교 졸업이 73명(12.2%), 대학 재학 혹은 졸업이 455명(75.8%), 대학원 재학 혹은 졸업이 72명(12%)이었다.로 나타났다.

##### 2) 실험 절차

전술한 연구문제에 답하기 위해 본 연구는 2(개인 간 요인: 사전 경고 있음 vs. 없음) x 2(개인 내 요인: 팩트체크 결과 사실 vs. 사실 아님)+1(통제집단)의 실험 설계를 적용한 온라인 실험을 진행했다. 실험 참가자들은 이메일을 통해 실험 참가 안내를 받았으며, ‘온라인 뉴스 이용 및 평가’에 관한 설문조사라는 설명을 들었다. 실험 참가에 동의

한 경우 인구통계학적 정보(성별, 나이, 거주 지역)에 대해 응답한 뒤 무작위적으로 사전 경고 및 팩트체크 유무에 따른 3가지의 조건 중 한 조건에 할당됐다. 실험 종료 후 참가자들에게는 소정의 적립금이 지급됐다.

사전 경고 기사 노출 단계에서는 두 종류의 기사 자극물이 사용됐다. 첫 번째, 일반 기사는 사전 경고와 무관한 다섯 개 주제의 기사(예: 교육 격차, 코로나19 확진자 대책, 노동 환경)로 구성됐다([그림 4]). 두 번째, 사전 경고 기사는 가짜 뉴스의 위험성을 경고, 처벌을 강조하는 두 가지 내용으로 구성됐다([그림 5], [부록 1]~[부록 5] 참조). 사전 경고 집단은 일반 기사 중 하나와 가짜 뉴스의 위험성을 경고하는 기사 하나, 총 2편의 기사를 읽게 됐다. 사전 경고가 없는 집단은 가짜 뉴스와 관련 없는 2편의 일반 기사에 노출됐다.

**코로나19, 원격수업 속 '교육 양극화'...중위권 성적 추락**

송고시간 | 2021-03-18 11:51

지난 4월 사상 첫 '온라인 개학'으로 대한민국 교육은 '원격수업'이라는 한번도 가보지 않은 새로운 길로 들어섰다. 정부의 '생활 속 거리두기' 전환에 맞춰 5월20일부터 등교수업이 순차적으로 재개됐지만, 코로나19의 지역사회 확산이 잇따르면서 학교 현장은 여전히 원격수업에 대한 의존도가 높다. 올해 하반기 코로나19의 2차 대유행이 닥칠 것이라는 전망이 나오면서, 원격수업이 중심에 놓이는 상황은 장기화할 가능성이 크다. 학교 문이 닫힌 사이, 가정의 역할이 극대화되면서 계층 간 교육격차가 더 벌어지는 것 아니냐는 우려가 커지고 있다.

일부 교사들은 등교 뒤 치른 중간고사에서 상위권 학생들은 그대로인 반면, 중위권에 속하던 학생들의 성적이 허위권으로 떨어지는 현상에 주목하고 있다. 전북 지역의 일반고 A교사는 6월 셋째 주에 치른 중간고사 결과를 두고 "내신 1~2등급인 상위권 학생들의 성적은 예년과 별 차이가 없었는데 3등급 이하부터 영어수학을 중심으로 점수가 많이 내려갔다"고 말했다.

앞으로 교육격차에 따른 부작용이 더 커질 것을 우려하는 목소리도 있다. 이찬술 '교육을바꾸는사람들' 대표는 "9월에 코로나19가 진정 국면에 들어선다고 해도 한번 '학습 결손'을 겪은 아이들은 다음 단계를 배울 준비가 안 돼 있을 것"이라며 "이들을 위한 보충·보정 학습이 필요한데, 그런 시간을 만들거나 투자할 자원이 준비되지 않고 있다"고 지적했다.

kcs@yna.co.kr

<저작권자(c) 연합뉴스, 무단 전재-재배포 금지> 2021/03/18 11:51 송고

[그림 4] 일반 기사

**'불안감' 키우는 코로나19 가짜뉴스... 정부 "엄정 대응한다"**

송고시간 | 2021-03-18 11:51

정부가 최근 코로나19 확진자가 급증하는 상황에서 사회적 불안감을 확산시키는 '가짜뉴스'가 늘어나는 것에 대해 엄정 대응하겠다고 밝혔다.

윤재호 보건복지부 중앙사고수습본부 방역총괄반장은 4일 중앙안전대책본부(중대본) 정례브리핑에서 '코로나19 허위조작정보 대응 방안'을 발표하며 "근거 없는 공포감을 조성하거나 허위정보를 확산시키는 것은 우리 공동체에 전혀 도움이 되지 않는다"라고 강조했다.

중대본에 따르면 경찰청은 1월부터 '사이버 대역활상실'을 편성해 운영하면서, 적극적인 모니터링과 수사로, 허위조작정보의 사전 차단과 확산 방지에 주력하고 있다. 모니터링 전담요원 및 사이버 범죄신고·상담시스템을 활용해서 온라인상 허위사실의 생산과 유포를 확인하고, 사회적 혼란을 야기할 내용에 대해서는 방통위나 해당 사이트 운영자 등에 총 669건의 삭제 차단 요청을 해왔다.

이날 브리핑에서 윤 총괄반장은 "국민 여러분께서는 방역과 의료 현장에 계시는 분들을 생각하시면서 방역당국의 공신력 있는 정보를 먼저 신뢰해 주시기를 부탁드립니다"라며 "방역당국도 허위정보에 대해서는 지금까지 해 온 것처럼 엄정하게 대응할 것이다"라고 강조했다.

kcs@yna.co.kr

<저작권자(c) 연합뉴스, 무단 전재-재배포 금지> 2021/03/18 11:51 송고

[그림 5] 사전 경고 기사

이후 모든 실험 참가자는 총 9개의 뉴스에 무작위 순서로 노출됐다 ([그림 6]). 이때 팩트체크가 제시되는 집단은 해당 뉴스를 읽은 후 뉴스의 사실 여부를 확인하는 팩트체크 기사를 추가로 읽었다 ([그림 7]). 이때, 팩트체크 기사 9개 중 4개는 팩트체크 결과가 ‘사실’ 또는 ‘대체로 사실’로, 4개는 ‘전혀 사실 아님’ 또는 ‘대체로 사실 아님’으로, 마지막 1개는 팩트체크 결과가 ‘판단 유보’로 제시됐다. 통제 집단에 배정된 실험 참가자들은 사전 경고 기사와 팩트체크 기사에 대한 노출 없이 일반 기사 2개를 읽은 뒤 총 9개의 기사를 읽고 실험이 종료됐다. 실험에 사용된 기사는 모두 <연합 뉴스>의 외관을 본떠 제작됐으며, 실제 보도된 기사를 참조해 작성됐다. 기사를 읽은 뒤 실험 참가자들은 9개의 기사에 대한 사실성 인식과 공유 의도를 묻는 질문에 답했다.



[그림 6] (가짜) 뉴스



[그림 7] 팩트체크 기사

실험이 종료된 후 사후 설명문을 통해 실험 참가자들은 실험 의도에 대한 설명을 접했으며 이에 동의한 실험 참가자의 응답을 분석에 사용했다.

## 제 2 절 변인의 조작 및 측정

### 1. 사전 경고(forewarning)

본 연구에서 독립변인인 사전 경고는 “이후에 노출될 메시지가 사실이 아닐 수 있음을 미리 경고하는 것” 이라고 정의하였다. 해당 실험에서는 에커와 동료들(Ecker et al., 2010)이 사전 경고의 조작에 개괄적인 경고(general warning) 메시지를<sup>9)</sup>를 사용했던 것을 차용하여, 가짜 뉴스의 위험성을 경고, 처벌을 강조하는 기사를 통해 사전 경고를 제시했다. 사전 경고 집단에 배정된 실험 참가자들 중 100명(50%)에게는 9개의 뉴스 기사 노출 단계에서 기사 헤드라인에 ‘사실일까..?’ 라는 문구를 덧붙여 두 번에 걸쳐 사전 경고가 명시됐다. 헤드라인의 차이에 따른 사전 경고 조건의 하위 집단간 연구 결과에 차이가 없었으므로 이후 분석에서는 이 두 집단을 통합하여, 사전 경고 기사 노출 여부에 따라서만 조건을 구분했다.

### 2. 팩트체크 결과

팩트체크란 (가짜) 뉴스 기사의 내용이 사실인지 아니면 거짓인지 검

---

9) “대중의 이목을 끌기 위해서(sensationalize), 미디어는 종종 이후에 부정확하다고 밝혀지는 사실들을 확인하지 않는 경우가 있다. 그렇기 때문에 다음 이야기를 읽고 주의를 기울여 문제에 답하는 것이 중요하다.”

증하는 행위로, 본 연구에서는 팩트체크 결과의 유무와 그 판정 결과에 따라 수용자의 기사에 대한 인식이 달라지는지를 확인했다. 팩트체크 기사의 내용은 (1) 검증 대상 (2) 검증 내용 (3) 검증 결과로 구성된다. 본 실험에서는 대한민국의 대표적인 팩트체크 서비스 제공자인 서울대학교 팩트체크 웹사이트(factcheck.snu.ac.kr)에서 제공하는 총 6가지 팩트체크 결과(‘전혀 사실 아님’, ‘대체로 사실 아님’, ‘절반만 사실’, ‘대체로 사실’, ‘사실’, ‘판단유보’)를 차용했다. 구체적으로 팩트체크가 없는 조건에서는, (오)정보에 대한 사실 여부를 확인하는 내용 없이 기사만 제시하는 반면, 팩트체크가 있는 조건에서는, 기사 9개 중 4개는 팩트체크 결과가 ‘사실,’ 혹은 ‘대체로 사실’로, 4개는 ‘대체로 사실 아님,’ 혹은 ‘전혀 사실 아님’으로 제시되고, 1개는 ‘판단 유보’로 제시됐다. 이 때 기사의 순서는 무작위로 제시되었고, ‘판단 유보’ 기사는 피험자들이 판정 결과가 너무 작위적이라고 인식하는 것을 방지하는 필터로서 분석에서 제외됐다. 또한 기사의 내용이 얼마나 그럴듯한가(plausible)에 따라 팩트체크 결과(사실 vs. 사실 아님)의 효과가 달라지는 것을 방지하기 위해 동일한 기사에 대해 ‘사실’ 판정인 경우와 ‘사실 아님’ 판정인 경우 두 가지 버전을 만들어 무작위로 추출되어 제시되도록 했다. 팩트체크 결과는 텍스트뿐만 아니라 시각적 형태로도 제시되는데, 실제 서울대학교 팩트체크 웹사이트에서 제공되는 5점 등급 척도인 팩트측정기(fact-o-meter)로 제시됐다 ([그림 8]).



[그림 8] 팩트측정기(fact-o-meter)



### 3. 정보의 사실성 인식

본 연구의 종속 변인은 수용자가 평가하는 (오)정보가 참일 가능성 (likelihood of information being true)이다. 이는 (오)정보를 얼마나 신뢰할 수 있는가(credible)와 같은 맥락이다. 패니쿡과 랜드 (Pennycook & Rand, 2018)의 실험에서는 피험자들의 뉴스의 사실성 인식은 해당 정보를 얼마나 정확하게 생각하는가를 묻는 질문을 통해서 측정됐다. 피험자들은 얼마나 정확한지(how accurate)에 대해 4점 척도(1: 전혀 정확하지 않다-4: 매우 정확하다)로 응답했다.

토손(Thorson, 2015)은 수용자의 정치 뉴스에 대한 사실성 인식을 측정하기 위해 해당 정보가 얼마나 참(true) 혹은 거짓(false)이라 생각하는지 응답하게 했다. 피험자들은 “당신이 알고 있는 정보를 바탕으로 제시되는 진술문들이 얼마나 사실이라고 생각하는지 응답해주세요” 라는 제시문과 함께 총 5개의 진술문에 노출되었고 피험자들은 해당 정보의 진위 여부를 각각 6점 척도(1: 전적으로 사실이 아니다-6: 전적으로 사실이다)로 응답했다. 또한, 워스와 동료들(Weeks et al., 2015)은 허위 정보에 대한 수용(belief in false claims)을 측정하면서 피험자들에게 기사에 제시되었던 구체적인 허위사실(false claim)을 제시하고 “방금 읽은 기사는 A에 관한 내용입니다. 당신은 해당 진술문이 얼마나 사실이라고 생각하십니까?” 라는 질문을 던져 기사 속의 구체적 내용에 대해 5점 척도(1: 전적으로 사실이 아니다-5: 전적으로 사실이다)로 응답하게 했다.

기존 연구를 바탕으로 본 연구에서는 정보의 사실성 인식을 (1) 해당 정보가 얼마나 정확한지 그리고 (2) 해당 정보가 얼마나 사실 같은지 두 가지 차원으로 나누어 측정했다. 각각의 항목에 대해 실험 참가자들은 7점 척도(1=전혀 정확하지 않다/전적으로 사실이 아니다, 7=매우 정확하다/전적으로 사실이다)로 응답했다. 실험 참가자는 ‘아래 각 진술문에 대해 본인의 의견을 표시해 주세요’ 라는 문장 아래 앞서 읽은

총 9 개의 기사를 요약한 진술문에 노출됐다. 예를 들어, ‘“코로나, 지폐 매개로 전염 가능” ... WHO ‘전자결제로 대체’ 권고’ 헤드라인의 뉴스 기사에 대한 진술문은 ‘코로나19 바이러스는 지폐로 매개로 전염 가능하다’ 로 제시됐다. 이후 ‘당신은 해당 진술문을 얼마나 정확하다고 생각하십니까?’ ‘당신은 해당 진술문이 얼마나 사실이라고 생각하십니까?’ 라는 문항에 응답했다. 측정 항목의 신뢰도는 Cronbach’s  $\alpha = .98$ 로 나타났다. 이에 대한 평균값으로 응답자의 정보의 사실성 인식을 구했는데, 이 값이 높을수록 해당 정보를 참으로 여긴다고 해석했다( $M = 3.83, SD = 1.02$ ).

#### 4. 공유 의도

실험 참가자들은 자신이 읽은 9 개의 기사 각각에 대한 공유 의도를 응답했다. 네크마트(2020)는 소셜 미디어에서 가짜 뉴스 공유를 저지하기 위한 팩트체크 경보(fact-check alerts) 효과가 뉴스 정보원에 의해 조절되며 그리고 이러한 조절이 사용자의 미디어 회의감에 따라 좌우된다고 판단했다. 해당 연구에서는 정보의 공유 의도를 (1) 얼마나 추천하고 싶은지(how likely they were to recommend the news), (2) 얼마나 공유하고 싶은지(how likely they were to share the news), (3) 얼마나 소셜 미디어에서 의견을 공유하고 싶은지(how likely they were to share opinions - with others on social media)로 구분하여 측정할 바 있다.

본 연구에서는 공유 의도를 측정하기 위해 연구 참여자들에게 앞서 제시한 기사 요약문 각각에 대해 ‘나는 내가 아는 사람들에게 이 정보를 추천할 생각이 있다’, ‘나는 내가 아는 사람들에게 이 정보에 대해 이야기할 생각이 있다’, ‘나는 이 정보를 다른 사람들과 소셜미디어에 공유할 생각이 있다’ 라는 문항을 제시하고 7점 척도(1: 전혀 그렇지 않다-7: 매우 그렇다)로 응답하게 했다. 실험 참가자는 ‘아래 각 진술문

에 대해 본인의 의견을 표시해 주세요' 라는 문장 아래 각각 9 개의 노출된 기사에 대한 요약된 진술문에 노출됐다. 각각 진술문에 대해 사실성 인식 문항에 응답한 후 '나는 내가 아는 사람들에게 이 정보를 추천할 생각이 있다' , '나는 내가 아는 사람들에게 이 정보측정 항목의 신뢰도는 Cronbach' s alpha = .95로 나타났다. 이에 대한 평균값으로 응답자의 정보의 공유 의도를 구했는데, 이 값이 높을수록 해당 정보를 공유할 의향이 높다고 해석했다( $M = 3.27$ ,  $SD = 1.24$ ).

## 제 4 장 연구 결과

### 제 1 절 기술 통계치 및 상관관계 검증

본 연구에서는 사전 경고의 기사 유무와 팩트체크의 결과가 수용자에 사실성 인식 및 공유 의도에 미치는 영향을 비교하고, 나아가 사전 경고와 팩트체크 결과 간의 상호작용 효과를 보고자 했다. 분석에 있어서 집단 간 변인과 집단 내 변인의 주효과, 이들 간의 상호작용효과를 검정하는 혼합 요인 설계 변량분석(Mixed Design ANOVA)를 이용했다. 주요 변인들의 기술 통계치([표 1-1])와 주요 변인의 상관계수([표 1-2])는 다음과 같다.

[표 1-1] 주요 변인의 기술 통계치

실험 조건	사실성 인식 (사실판정기사)			사실성 인식 (거짓판정기사)			공유 의도 (사실판정기사)			공유 의도 (거짓판정기사)		
	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
통제 집단	200	3.42	.63	200	3.42	.63	200	3.37	.68	200	3.37	.68
사전 경고 있음	200	4.34	.87	200	3.72	.85	200	3.11	.94	200	2.99	1.62
사전 경고 없음	200	4.35	.97	200	3.77	.89	200	3.3	1.07	200	4.12	1.05
계	600	4.04	.82	600	3.64	.79	600	3.26	.9	600	2.01	1.12

정보의 사실성 인식(1 = 전혀 정확하지 않다/전적으로 사실이 아니다, 7 = 매우 정확하다/전적으로 사실이다), 공유 의도 (1 = 전혀 그렇지 않다, 7 = 매우 그렇다)

[표 1-2-1] 주요 변인의 상관계수(사전 경고 있음)

변인	1	2	3	4
1 사실성 인식 (사실판정기사)				
2 사실성 인식 (거짓판정기사)		.095		
3 공유 의도 (사실판정기사)		.250**	.708**	
4 공유 의도 (거짓판정기사)		-.060	-.073	-.189**

( \*p < .05; \*\*p < .01)

[표 1-2-2] 주요 변인의 상관계수(사전 경고 없음)

	변인	1	2	3	4
1	사실성 인식 (사실판정기사)				
2	사실성 인식 (거짓판정기사)	.194**			
3	공유 의도 (사실판정기사)	.158**	.760**		
4	공유 의도 (거짓판정기사)	.202**	-.087	-.122	

( \*p < .05; \*\*p < .01)

[표 1-2-3] 주요 변인의 상관계수(통제)

	변인	1	2
1	사실성 인식		
2	공유 의도	.202**	

( \*p < .05; \*\*p < .01)

## 제 2 절 가설 검증

### 1. [연구 문제 1] 검증

[연구 문제 1] 팩트체크의 결과에 따라 해당 정보의 사실성 인식이 달라지는가?

<연구 가설 1-1> 팩트체크 결과가 사실인 경우, 팩트체크 결과가 거짓인 경우에 비해 해당 정보가 참이라고 판단할 가능성이 높을 것이다.

<연구 가설 1-2> 팩트체크 결과가 사실인 경우와 팩트체크 결과가 제시되지 않을 경우 사람들이 해당 정보가 참이라고 판단하는 정도에는 차이가 없는 반면, 팩트체크 결과가 거짓인 경우, 팩트체크 결과가 제시되지 않는 경우에 비해 해당 정보가 거짓이라고 판단할 가능성이 높아질 것이다.

<연구 가설 1-1>에 따르면, 팩트체크 결과가 사실인 경우 팩트체크 결과가 거짓인 경우와 비교했을 때, 사실인 경우 사실성 인식이 더 높게 나타날 것이라고 예측했다. 이를 확인하고자 팩트체크 결과를 제시한 조건만을 대상으로 2(팩트체크 결과 사실 vs. 거짓) x 2(사전 경고: 유 vs. 무) 혼합 분산분석을 진행했다. 분석 결과, 팩트체크 결과가 사실일 때 ( $M = 4.34, SD = 0.05$ )와 팩트체크 결과가 거짓일 때 ( $M = 3.75, SD = 0.04$ ) 사실성 인식에는 통계적으로 유의한 차이가 있었다,  $F(1,398) = 103.594, p < .001, \eta^2_p = .207$  ([표 2], [그림 9] 참조). 이에 따라, <연구 가설 1-1>은 지지됐다.

[표 2] 사실성 인식에 대한 혼합 분산분석 결과

구분	Source	SS	df	MS	F	p	$\eta^2_p$
집단간							
	집단간(사전 경고 유무)	.195	1	.195	.213	.645	.001
	오차	365.591	398	.919			
사실성 인식 집단내							
	집단내(팩트체크 결과)	70.656	1	70.656	103.594	<.001	.207
	사전 경고 유무 X 팩트체크 결과	.075	1	.075	.11	.740	<.001
	오차	271.456	398	.682			

다음으로 팩트체크를 하지 않은 통제집단과 비교하기 위해 독립 표본 *t*검정을 진행했다. 분석 결과, 팩트체크 결과가 사실인 경우, ( $M = 4.34$ ,  $SD = .92$ ) 팩트체크가 없는 경우( $M = 3.42$ ,  $SD = .63$ )에 비해 정보를 더 사실에 가깝다고 인식하는 것으로 나타났다,  $t(598) = 14.47$ ,  $p < .001$ ). 나아가, 팩트체크 결과가 거짓인 경우에도( $M = 3.75$ ,  $SD = .87$ ) 팩트체크 결과가 없는( $M = 3.42$ ,  $SD = .63$ ) 조건에 비해 정보가 더 사실에 가깝다고 인식했다,  $t(598) = 5.32$ ,  $p < .001$ ([표 3] 참조). 즉, 팩트체크가 제시되지 않은 통제 집단에 비해 팩트체크가 제시되는 경우 그 결과와 무관하게 해당 정보에 대한 사실성 인식이 높아지는 경향이 나타났다. 따라서, <가설 1-2>는 지지되지 않았다.

[표 3] 팩트체크 결과에 따른 사실성 인식 독립 표본 *t*검정 결과

	팩트체크 결과 있음		팩트체크 결과 없음(통제) <sup>10)</sup>		df	t	p
	M	SD	M	SD			
사실판정 기사	4.34	.92	3.42	.63	598	14.47	<.001
거짓판정 기사	3.75	.87			598	5.32	<.001



## 2. [연구 문제 2] 검증

[연구 문제 2] 팩트체크 결과에 따라 사람들의 메시지 공유 의도가 달라지는가?

팩트체크 결과와 사전 경고가 어떻게 정보 공유 의도에 영향을 미치는지 확인하고자 2(팩트체크 결과: 사실 vs. 거짓) x 2(사전 경고: 유 vs. 무) 혼합 분산분석을 진행했다. 분석 결과, 팩트체크 결과가 사실일 때( $M = 3.20, SD = 0.05$ )에 비해 팩트체크 결과가 거짓일 때( $M = 3.55, SD = 0.07$ ) 공유 의도가 높아지는 것으로 나타났다,  $F(1, 398) = 14.79, p < .001, \eta^2_p = .036$ ([표 4], [그림 10] 참조).

[표 4] 공유 의도에 대한 혼합 분산분석 결과

구분	Source	SS	df	MS	F	p	$\eta^2_p$
	집단간						
	집단간(사전 경고 유무)	86.516	1	86.516	70.552	<.001	.151
	오차	488.057	398	1.226			
공유 의도	집단내						
	집단내(팩트체크 결과)	24.413	1	24.413	14.789	<.001	.036
	사전 경고 유무 X 팩트체크 결과	44.298	1	44.298	26.835	<.001	.063
	오차	657.002	398	1.651			

나아가, 팩트체크를 하지 않은 통제집단과 비교하기 위해 독립 표본  $t$ 검정을 진행했다. 분석 결과, 팩트체크 결과가 사실인 경우, ( $M = 3.20, SD = 1.01$ ) 팩트체크가 없는 경우에 비해( $M = 3.70, SD = .52$ ) 공유 의도가 통계적으로 유의하게 낮아졌다,  $t(598) = -7.96, p < .001$ . 나아가, 팩트체크 결과가 거짓인 경우( $M = 3.55, SD = 1.48$ ) 팩트체크가 없는 경우( $M = 3.70, SD = .52$ )와 비교했을 때 정보 공유 의도에 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다,  $t(598) =$

10) 통제 집단은 팩트체크 결과가 제시되지 않기 때문에 사실, 거짓 판정 구분이 없다.

-1.8,  $p = .07$  ([표 5] 참조).

[표 5] 팩트체크 결과에 따른 공유 의도 독립 표본  $t$ 검정 결과

	팩트체크 결과 있음		팩트체크 결과 없음(통제) <sup>11)</sup>		<i>df</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			
사실판정 기사	3.20	1.01	3.70	.52	598	-7.96	<.001
거짓판정 기사	3.55	1.48			598	-1.80	.07

### 3. [연구 문제 3] 검증

[연구 문제 3] 사전 경고 유무에 따라 주어진 정보에 대한 사실성 인식이 달라지는가?

<연구 가설 3>: 사전 경고가 주어지는 경우 그렇지 않은 경우에 비해 사람들은 주어진 정보가 참일 가능성을 낮게 평가할 것이다.

<연구 가설 3>에서 예측한 바, 사전 경고가 주어지는 경우, 주어지지 않은 경우와 비교했을 때, 사실성 인식이 낮을 것을 확인하고자 혼합분산분석을 진행했다. 분석 결과, 사전 경고 집단( $M = 4.06$ ,  $SD = 0.05$ )과 사전 경고가 주어지지 않은 집단( $M = 4.03$ ,  $SD = 0.05$ ) 간 메시지의 사실성 인식에 통계적으로 유의한 차이는 없었다,  $F(1,398) = .213$ ,  $p = .645$ ,  $\eta^2_p = .001$  ([표 2], [그림 9] 참조).

이에 따라, <연구 가설 3>은 지지되지 않았다.

### 4. [연구 문제 4] 검증

[연구 문제 4] 사전 경고 유무에 따라 주어진 정보에 대한 공유 의도가 달라지는가?

11) 통제 집단은 팩트체크 결과가 제시되지 않기 때문에 사실, 거짓 판정 구분이 없다.

<연구 가설 4>: 사전 경고가 주어지는 경우 그렇지 않은 경우에 비해 사람들은 주어진 정보를 공유할 가능성이 낮을 것이다.

<연구 가설 4>에서 예측한 바, 사전 경고가 주어지는 경우( $M = 3.05$ ,  $SD = .06$ )에 비해 주어지지 않은 경우일 때( $M = 3.71$ ,  $SD = .06$ ) 공유 의도가 높아지는 것으로 나타났다,  $F(1,398) = 70.552$ ,  $p < .001$ ,  $\eta^2_p = .151$  ([표 4], [그림 10] 참조).

이에 따라, <연구 가설 4>는 지지됐다.

## 5. [연구 문제 5] 검증

[연구 문제 5] 팩트체크 결과와 사전 경고는 어떻게 정보의 사실성 인식에 종합적으로 영향을 미치는가?

팩트체크 결과와 사전 경고의 상호작용 효과를 보기 위해 팩트체크 결과(개체내 변인), 사전 경고 유무(개체간 변인)에 따른  $2 \times 2$  혼합분산분석을 수행한 결과, 사실성 인식에 있어서 팩트체크 결과와 사전 경고의 상호작용 효과는 발견되지 않았다,  $F(1,398) = .11$ ,  $p = .74$ ,  $\eta^2_p < .001$  ([표 2] 참조).

## 6. [연구 문제 6] 검증

[연구 문제 6] 팩트체크 결과와 사전 경고는 어떻게 정보의 공유 의도에 종합적으로 영향을 미치는가?

반면, 공유 의도에 있어서 팩트체크 결과와 사전 경고 간 유의한 상호작용 효과가 발견되었다,  $F(1,398) = 14.789$ ,  $p < .001$ ,  $\eta^2_p = .036$  ([표 4] 참조). 이는 사전 경고 효과가 팩트체크 결과에 따라 유의미한 차이가 있음을 의미하는 것으로, 이를 구체적으로 살펴보기 위해, 팩트체크 결과의 하위요인별로 독립표본  $t$  검정을 반복해 분석했다. 먼저, 팩트체크 결과가 사실일 때, 사전 경고가 공유 의도에 미치는 효과를 분석했다. 그 결과, 팩트체크 결과가 사실일 때, 사전 경고 집단( $M = 3.11$ ,  $SD = 0.94$ )과 사전 경고가 없는 집단( $M = 3.3$ ,  $SD = 1.07$ )의 공유 의도의 차이

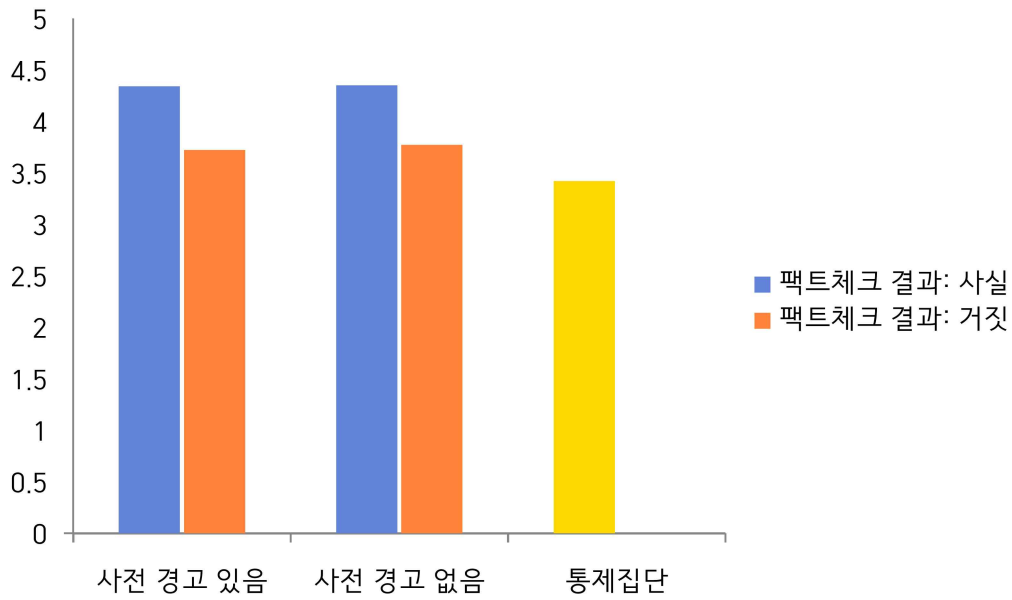
는 부분적으로 유의했다,  $t(398) = -1.86, p = .06$ . 반면, 팩트체크 결과가 거짓일 때, 사전 경고 집단( $M = 2.99, SD = 1.62$ )에 비해 사전 경고가 없는 집단일 때( $M = 4.12, SD = 1.05$ ) 공유 의도가 높아지는 것으로 나타났다,  $t(398) = -8.27, p < .001$ ([표 6] 참조). 한편 사전 경고 유무의 하위요인별로 혼합분산분석을 반복해 분석한 결과, 사전 경고가 있을 때, 팩트체크 결과에 따른 집단 간 공유 의도에 유의한 차이는 존재하지 않았다,  $F(1,199) = .719, p = .398, \eta^2_p = .004$ . 반면, 사전 경고가 없을 때, 팩트체크 결과가 사실인 집단( $M = 3.3, SD = 1.07$ )에 비해 거짓인 집단( $M = 4.12, SD = 1.05$ )일 때, 공유 의도가 높아지는 것으로 나타났다,  $F(1,199) = 53.513, p < .001, \eta^2_p = .212$ ([표 7], [그림 11] 참조).

[표 6] 팩트체크 결과에 따른 사전 경고 독립 표본 t검정 결과

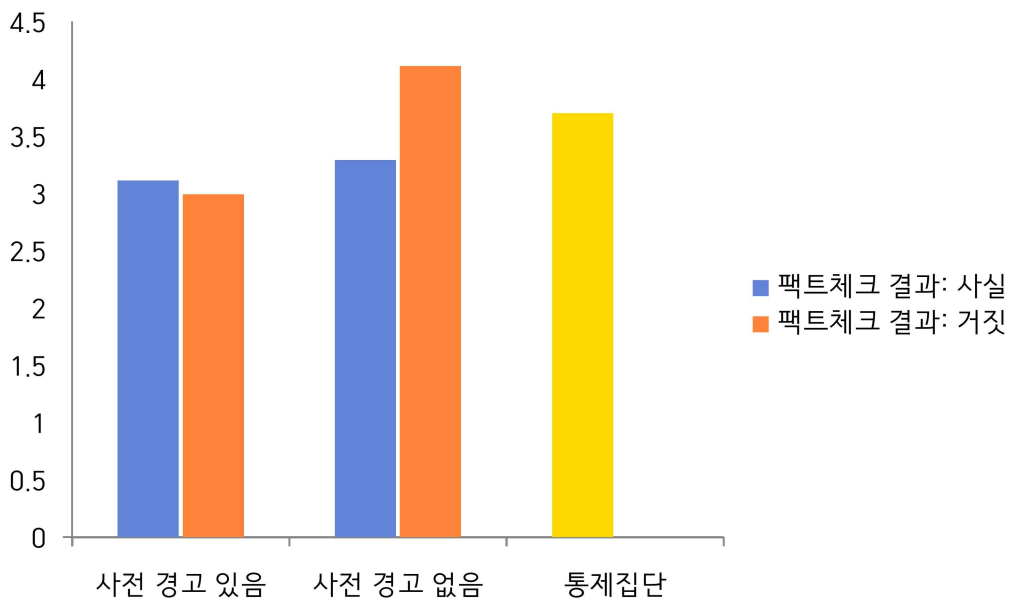
	사전 경고 있음		사전 경고 없음		<i>df</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>			
사실판정 기사	3.11	.94	3.3	1.07	398	-1.86	.06
거짓판정 기사	2.99	1.62	4.12	1.05	398	-8.27	<.001

[표 7] 사전 경고 유무에 대한 혼합분산분석 결과

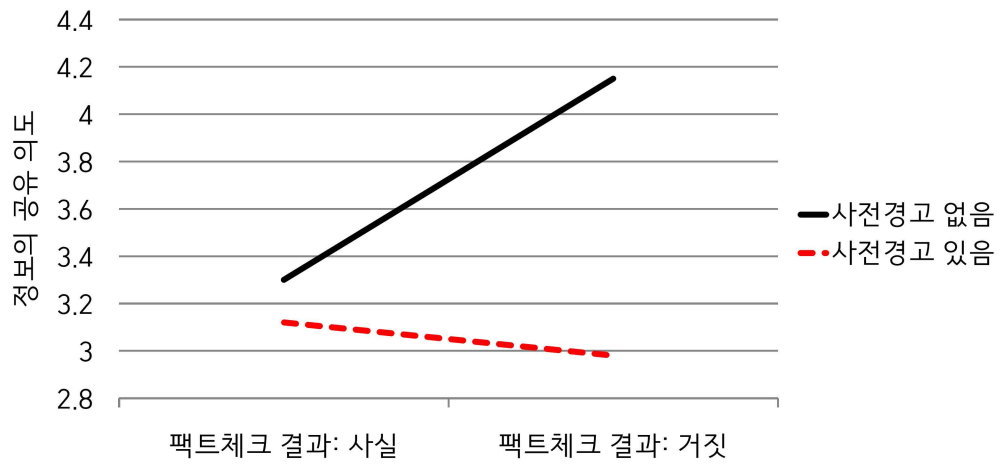
구분	Source	SS	<i>df</i>	MS	<i>F</i>	<i>p</i>	$\eta^2$
집단내							
사전 경고 있음	집단내(팩트체크 결과)	1.47	1	1.47	.719	.398	.004
	오차	406.957	199	2.05			
집단내							
사전 경고 없음	집단내(팩트체크 결과)	67.24	1	67.24	53.513	<.001	.212
	오차	250.245	199	1.257			



[그림 9] 집단별 사실성 인식 평균 비교



[그림 10] 집단별 공유 의도 평균 비교



[그림 11] 팩트체크와 사전 경고의 상호작용 효과

## 제 5 장 종합 논의

### 제 1 절 연구 결과 요약 및 논의

본 연구에서는 팩트체크 결과와 사전 경고의 유무가 정보의 사실성 인식 및 공유 의도에 영향을 주는지, 그리고 팩트체크 결과와 사전 경고의 상호작용 효과가 있는지 살펴보았다. 그 결과는 다음과 같다.

첫째, 팩트체크 결과가 사실인 경우 팩트체크 결과가 거짓인 경우와 비교했을 때, 사실성 인식이 더 높게 나타났다(<연구 가설 1-1> 지지). 팩트체크 결과가 사실인 경우, 팩트체크 결과가 제시되지 않은 경우보다 해당 정보를 사실로 믿는 경향이 더 강했다. 반면, 팩트체크 결과가 거짓인 경우, 팩트체크 결과가 제시되지 않는 경우에 비해, 이미 거짓으로 확인된 허위정보에 대한 신뢰도가 오히려 더 높게 나타났다(<연구 가설 1-2> 기각).

공유 의도에 있어서, 팩트체크 결과(사실 vs. 거짓)에 따른 공유 의도를 분석해 보았을 때, 팩트체크 결과에 따라 개인의 공유 의도는 팩트체크 결과가 사실인 경우 오히려 팩트체크 결과가 거짓인 경우보다 더 낮게 나타났다. 나아가, 팩트체크 결과가 사실인 경우 오히려 팩트체크 결과가 제시되지 않은 경우보다 공유 의도가 낮게 나타났다. 나아가, 팩트체크 결과가 거짓인 집단의 공유 의도가 팩트체크 결과가 제시되지 않는 집단보다 더 높게 나타났다.

둘째, 사전 경고의 유무에 따른 개인의 사실성 인식의 차이는 없었지만(<연구 가설 3> 기각), 공유 의도에는 차이가 있었다. 팩트체크 결과와 관계없이 사전 경고의 여부에 따라 공유 의도가 달라지는 것이다. 사전 경고가 주어지는 경우, 사람들은 해당 정보를 공유할 가능성이 더 낮은 것으로 나타났다(<연구 가설 4> 지지).

셋째, 팩트체크 결과와 사전 경고의 유무의 상호작용 효과를 알아보았다. 그 결과, 사실성 인식에 있어서 상호작용 효과는 통계적으로 유의하지 않았다. 반면, 공유 의도에 있어서 유의한 상호작용 효과가 있었다. 먼저, 팩트체크 결과가 사실일 때, 사전 경고가 있으면 공유 의도가 부분적으로 낮게 나타났다. 반면, 팩트체크 결과가 거짓일 때는 사전 경고가 공유 의도를 낮추는 효과가 존재했다. 한편으로는, 사전 경고가 존재할 때, 팩트체크 결과와 무관하게 공유 의도의 차이는 존재하지 않았다. 그러나, 사전 경고가 없는 경우, 팩트체크 결과가 거짓으로 판명된 기사의 경우 공유 의도가 더 높게 나타났다.

## 제 2 절 연구의 함의

IT 기술의 발달과 스마트폰 보급이 증가하면서 ‘가짜 뉴스’와 같은 허위정보 대한 문제가 심각하게 대두되고 있다. 특히 최근에는 각종 소셜 미디어 네트워크를 통해 연령과 상관없이 다양한 정보가 급속도로 전파되고 있어 그 문제는 더욱 가중되고 있다. 이런 가운데 본 연구는 허위정보 교정 방법으로 팩트체크와 교정법의 효과를 높이는 방안으로 사전 경고에 관한 연구를 진행하였다.

먼저, 본 연구는 실험을 통해 팩트체크 결과와 사전 경고 기사의 노출이 개인의 정보에 대한 사실성 인식 및 공유 의도를 강화 혹은 약화시키는지 확인하고자 했다. 해당 정보에 대한 진위를 확인하는 팩트체크 결과에 따라 개인의 인식이 달라지는지, 나아가 사전에 정보 공유의 위험성을 경고할 경우 개인의 인식이 달라지는지를 살펴보았다. 경고 여부가 팩트체크 결과에 따라서 어떤 효과를 가져오는지도 실증적으로 검증했다. 해당 실험을 통해, 허위정보의 교정 방법 중 하나인 팩트체크의 교정 효과를 높이기 위한 전략으로서 사전 경고의 효과를 모색했다는 점에서 본 연구의 의의를 찾을 수 있다.

두 번째, 연구 결과에 따르면, 정보의 사실 확인을 해주는 팩트체크가 정보의 사실성 인식 및 공유 의도에 미치는 효과는 존재했다. 먼저, 정보에 대한 개인의 사실성 인식은 팩트체크 결과에 따라 그 양상이 달리 나타났다. 팩트체크 정보가 사실일 때, 사실 여부가 확인되지 않는 정보보다 개인의 사실성 인식은 더 높게 나타났다. 이는 마치 자신이 믿었던 정보의 진위를 확인하는 데서 오는 신뢰도라고 할 수 있다. 그러나, 팩트체크 결과가 거짓일 때는 사실 여부가 확인되지 않은 정보보다 오히려 해당 정보에 대한 믿음이 더 높게 나타났다. 이는 팩트체크 결과마저 의심하면서 결국 허위정보에 더 의존하게 되는 교정정보의 역효과(backfire effect)의 가능성을 시사한다. 이러한 현상이 나타나는 이유는 팩트체크의 결과마저 믿지 못하는 상태, 즉, 거짓이라고 밝혔음에도 불구하고 혹시 사실이지 않을까라는 회의감에서 오는 반동(reactance)라고 설명할 수 있다. 위 행동은 오정보 효과(contined influence effect of misinformation)와도 그 맥락을 같이 한다(Johnson & Seifert, 1994). 정보의 진위 여부가 밝혀졌음에도 불구하고 이미 거짓으로 판명된 허위정보를 지속적으로 신뢰하는 모순적인 모습을 말한다. 기존의 잘못된 정보가 인식에 잔류함으로써 이후의 정보 처리 및 판단에 지속적으로 영향을 미치는 것이다(Thorson, 2019).

세 번째, 팩트체크 결과가 개인의 공유 의도에 미치는 영향에 있어서는 다른 양상이 나타났다. 팩트체크 결과가 사실일 때, 제시되지 않은 집단보다 더 낮은 공유 의



도를 보였다. 결국, 사실로 확인된 정보는 공유의 필요성을 느끼지 못함을 의미한다. 반면, 팩트체크 결과가 거짓인 집단이 결과가 제시되지 않은 집단보다 공유 의도가 더 높게 나타났다. 이는 이용자는 거짓 정보에 대한 흥미를 더 느끼고 이를 공유할 의도가 더 높게 나타남을 보여준다. 일반적으로 루머나 가짜 뉴스와 같이 불확실한 정보를 이용하는 이유를 이용과 충족이론으로도 설명할 수 있다(염정윤 · 정세훈, 2019). 사람들은 첫째, 불확실한 상황에서 현상을 이해하고 싶을 때(사실 확인), 둘째, 내부 집단과 관계를 형성하기 위해서(관계 형성), 마지막으로 자신에 대해 긍정적인 이미지를 만들기 위해서(자기 고양의 욕구) 정보의 진위 여부와 관계없이 정보를 공유한다는 기존 연구를 참고할 수 있다. 즉, 수용자의 공유 행동을 불러일으키는 요인은 정보의 사실 여부가 아닌 개인의 이용 목적에 있는 것이다.

네 번째, 개인에 사실성 인식에 있어서 사전 경고 효과는 존재하지 않았다. 사전 경고의 존재가 팩트체크 결과의 신빙성 혹은 회의감을 높이는 역할을 하지 않는 것이다. 이는 사전 경고가 뒤에 올 정보의 사실 여부를 경고하더라도 개인의 해석에는 영향을 미칠 수 없음을 시사한다. 반면, 공유 의도에 있어서 사전 경고는 공유를 결정하는 데에 영향을 주는 것으로 나타났다. 즉, 사전 경고는 개인의 인식을 바꿀 수는 없어도, 정보의 배포를 처벌한다고 경고할 때, 이용자의 공유 의도는 줄일 수 있음을 시사한다.

다섯 번째, 이러한 사전 경고가 공유 의도에 미치는 영향은 팩트체크 결과가 거짓일 때 크게 나타난다. 즉, 팩트체크 결과가 사실일 때, 사전에 처벌 가능성을 경고하는 것은 이용자의 행동에 영향을 끼칠 수 없지만, 팩트체크 결과가 거짓일 때는 사전 경고가 이용자의 공유 행동을 막을 수 있음을 의미한다. 앞서, 경고가 없는 경우 흥미롭게도 팩트체크 결과가 ‘거짓’으로 판명된 기사인 경우 개인의 공유 의도는 더 크게 나타났다. 그러나, 사전 경고가 있는 경우 이러한 의욕이 크게 줄어들었다. 따라서 본 연구의 결과는 사전에 허위정보의 배포의 처벌 가능성을 경고하는 것만으로도 개인의 가짜 뉴스의 유포를 막을 수 있다고 보는 것이 적절할 것이다.

### 제 3 절 연구의 한계점 및 후속 연구를 위한 제언

본 연구는 아래와 같은 한계점을 갖는다. 첫째, 실험 집단의 공유 의도는 사전 경고 메시지에 노출된 경우 팩트체크 결과가 사실임에도 불구하고 결과가 제시되지 않은 통제집단 보다 낮아졌다. 이는 사전 경고 메시지가 팩트체크 결과에 관계없이 개인의 공유 의도 자체를 낮춤을 의미한다. 물론 이러한 결과는 사전 경고 메시지를

통해 허위정보의 유통을 막을 수 있는 가능성을 시사하지만 동시에 교정 정보의 유통도 억제할 수 있음을 의미한다.

나아가, 미디어에 대한 기존의 낮은 신뢰도가 실험 결과에 영향을 미칠 가능성이 존재한다. 영국 옥스퍼드 대학교 부설 로이터저널리즘연구소가 세계 주요 38개 국에서 진행한 ‘디지털뉴스 리포트 2020’ 미디어 신뢰도 조사에서 한국인들의 미디어 신뢰도는 최하위로 나타났다.<sup>12)</sup> 한국 언론은 2016년 해당 조사에서 처음 포함된 이후로 4년 연속 신뢰도가 최하위로 나타났다<sup>13)</sup>. 이는 기존에 개인이 갖고 있던 미디어에 대한 낮은 신뢰도가 해당 실험 결과에 영향을 줄 수 있음을 시사한다. 본 연구의 실험에 있어서도 사전 경고의 존재와 관계 없이 모든 응답자의 정보에 대한 사실성 인식의 수치는 4점(1-7점 중) 이하로 나타났다. 이는 기존 미디어에 대한 회의감이 기사 및 팩트체크 결과를 제시했을 때, 해당 정보에 대한 사실성 인식과 공유 의도에 영향을 미쳤을 가능성을 시사한다.

또한 본 논문의 실험에서는 사전 경고 메시지에서 허위정보 전파의 처벌을 경고했기 때문에 불안을 부추겨 스스로 입을 닫게 하는 일종의 전반적인 위축 효과(overall chilling effect)가 나타난 가능성이 존재한다. 이는 사전 경고 문구 없이 팩트체크 결과가 사실이라고 알려주는 경우와 비교하면 더욱 잘 드러난다. 후자는 공유 의도가 유의하게 낮아지지 않기 때문이다. 메시지 구성에 있어서 사전 경고의 위험성을 경고하는 것을 목표로 했지만, 허위 정보 유포자에 대한 처벌이 부각될 수 있다는 것에 대한 한계가 존재한다. 따라서, 후속 연구에서는 경고 메시지의 내용을 다른 방식이나 문구로 제시할 경우 결과가 다르게 도출될 가능성이 있다. 허위 정보 유포에 따른 처벌이 언급되지 않은, 단지 허위 정보가 만연하다는 경고에 국한된 메시지를 가지고 실험을 진행할 때, 사전 경고가 공유 의도에 미치는 영향이 본 연구와 마찬가지로 나타날 것인지 확인할 필요가 있다.

또한 본 논문의 실험에서는 전문가가 기사의 공유 행동의 처벌 가능성을 경고함으로써 일종의 요구 특질(demand characteristics) 혹은 허위정보에 있어서 사회적 바람직성에 의한 편향된 응답일 수 있다. 이전부터 가짜 뉴스 및 팩트체크 효과의 미디어 보도가 이용자의 정보에 대한 진위 인식 및 태도에 영향을 준다는 연구는 여러 가지 형태의 자기보고식 측정법을 통한 연구로 진행되었다. 그러나 실험 외 요인이 개인의 응답에 영향을 주는 것이 아님을 검증하기 위해서 향후 연구에서는 암묵적 측정 방식이나 행동을 통한 측정법을 이용한다면 깊이 있고 다양한 분석이 가능

12) Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., & Nielsen, R. K. (2020). Digital news report 2020. Reuters Institute, 2020-06.

13) 박성국 (2019. 6. 14). 한국 언론 신뢰도, 4년 연속 부동의 꼴찌. <서울신문>. [on-line], Available: <https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20190614500192>

할 것으로 보인다. 이번 연구의 한계를 보완하여 개인의 행동을 연구 분석한다면 개인의 정보 판단 과정이나 정보 공유 동기 등을 더욱 세부적으로 규명할 수 있을 것이다.

## 참 고 문 헌

- 김현숙, & 이현우. (2012). 금연을 위한 공익광고 캠페인에 있어서 청소년 수용자의 심리적 저항에 대한 연구. *한국광고홍보학보*, 14(3), 5-32.
- 나종연, & Jong Youn Rha. (2010). 사용확산모형을 적용한 소비자의 온라인 소셜 네트워크 활용에 대한 연구. *소비자학연구*, 21(2), 443.
- 박성국. (2019년 6월 14일). 한국 언론 신뢰도, 4년 연속 부동의 꼴찌. *서울신문*.  
<https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20190614500192>
- 박아란. (2019). ‘가짜 뉴스’ 와 온라인 허위정보 (disinformation) 규제에 대한 비판적 검토. *언론정보연구*, 56(2), 113-155.
- 염정운 and 정세훈. (2018). 가짜뉴스에 대한 인식과 팩트체크 효과 연구 : 기존 신념과의 일치 여부를 중심으로. *한국언론학보*, 62(2), 41-80.
- 염정운, 정세훈. (2019). 가짜뉴스 노출과 전파에 영향을 미치는 요인. *한국언론학보*, 63(1), 7-45.
- 오세욱 , 박아란. (2017). 일반 국민들의 ‘가짜 뉴스’ 에 대한 인식. *미디어이슈*, 3(3), 1-12.
- 유영만. (2001). eLearning 과 디지털 리터러시: 디지털 시대의 새로운 학습능력. *산업교육연구*, 8, 83-107.
- 윤성욱. (2018). 가짜 뉴스의 개념과 범위에 관한 논의. *언론과학*, 17(1), 51-84.
- 의안정보시스템. (연도미상). 가짜 뉴스. *의안정보시스템*에서 2019년 12월 15일 검색함,  
<http://likms.assembly.go.kr/bill/BillSearchProposalResult.do#none>
- 이은주. (2011). 지각된 편향인가 편향된 지각인가? 댓글의 내용, 여론에 대한 인식과 이슈 관여도에 따른 기사의 논조 지각. *한국언론학보*, 55(3), 179-198.
- 이정념. (2018). 인터넷 가짜 뉴스 (Fake News) 의 규율에 관한 법적 쟁점. *법조*, 67(5), 392-428.

국립국어원. (연도미상). 정보. *표준국어대사전에서*.

<https://stdict.korean.go.kr/search/searchView.do>

황용석, & 권오성. (2017). 가짜 뉴스의 개념화와 규제수단에 관한 연구. *언론과 법*, 16(1), 53-101.

황현정, 김장원, 이효은, 서유지, 고예나, 양소은 and 김현석 (2020). 오정보(misinformation), 왜 믿는가? 어떻게 정정할 것인가?: 오정보와 그 정정에 대한 이론적 검토. *언론정보연구*, 57(4), 5-54.

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal Of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.

Allport, G. W., & Postman, L. (1946). An analysis of rumor. *Public Opinion Quarterly*, 10(4), 501-517.

Annenberg Public Policy Center of the University of Pennsylvania. (2017, September 12). Debunking study suggests ways to counter misinformation and correct “fake news.” *ScienceDaily*.  
<https://www.sciencedaily.com/releases/2017/09/170912134904.htm>  
[www.sciencedaily.com/releases/2017/09/170912134904.htm](http://www.sciencedaily.com/releases/2017/09/170912134904.htm)

Amazeen, M. A. (2015). Revisiting the epistemology of fact-checking. *Critical Review*, 27(1), 1-22.

Amazeen, M. A., Thorson, E., Muddiman, A., & Graves, L. (2018). Correcting political and consumer misperceptions: The effectiveness and effects of rating scale versus contextual correction formats. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(1), 28-48.

Ansolabehere, S., & Iyengar, S. (1996). Can the press monitor campaign advertising? An experimental study. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 1(1), 72-86.

Banas, J. A., & Rains, S. A. (2010). A meta-analysis of research on inoculation theory. *Communication Monographs*, 77(3), 281-311.

BBC News. (2016). ‘Post-truth’ declared word of the year by *Oxford Dictionaries*. BBC News.

- Berger, J. (2014). Word of mouth and interpersonal communication: A review and directions for future research. *Journal of Consumer Psychology, 24*(4), 586–607.
- Berger, J., & Heath, C. (2007). Where consumers diverge from others: Identity signaling and product domains. *Journal of Consumer Research, 34*(2), 121-134
- Begg, I. M., Anas, A., & Farinacci, S. (1992). Dissociation of processes in belief: Source recollection, statement familiarity, and the illusion of truth. *Journal of Experimental Psychology: General, 121*(4), 446-458.
- Benkler, Y., Faris, R., Roberts, H., & Zuckerman, E. (2017). Study: Breitbart-led right-wing media ecosystem altered broader media agenda. *Columbia Journalism Review, 3*(2).
- Berinsky, A. J. (2015). Rumors and health care reform: experiments in political misinformation. *British Journal of Political Science, 47*(2), 241–262.
- Bock, G. W., & Kim, Y. G. (2002). Breaking the Myths of Rewards. *Information Resources Management Journal, 15*(2), 14-21.
- Bock, G., Zmud, R. W., Kim, Y., & Lee, J. (2005). Behavioral Intention Formation in Knowledge Sharing: Examining the Roles of Extrinsic Motivators, Social-Psychological Forces, and Organizational Climate. *MIS Quarterly, 29*(1), 87-111.
- Bordia, P., DiFonzo, N., Haines, R., & Chaseling, E. (2005). Rumors denials as persuasive messages: Effects of personal relevance, source, and message characteristics 1. *Journal of Applied Social Psychology, 35*(6), 1301–1331.
- Budak, C., Agrawal, D., & El Abbadi, A. (2011, March). Limiting the spread of misinformation in social networks. *In Proceedings of the 20th international conference on World wide web* (pp. 665–674).
- Chan, M. P. S., Jones, C. R., Hall Jamieson, K., & Albarracín, D. (2017). Debunking: A meta-analysis of the psychological efficacy of

- messages countering misinformation. *Psychological Science*, 28(11), 1531–1546.
- Chow, W. S., & Chan, L. S. (2008). Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing. *Information & Management*, 45(7), 458–465.
- Compton, J. (2013). Inoculation Theory. James Price Dillard & Lijiang Shen(Eds). *The SAGE Handbook of Persuasion: Developments in Theory and Practice* (2nd ed., 220–236).
- Compton, J., & Ivanov, B. (2012). Untangling threat during inoculation—conferred resistance to influence. *Communication Reports*, 25(1), 1–13.
- Cook, J., Lewandowsky, S., & Ecker, U. K. (2017). Neutralizing misinformation through inoculation: Exposing misleading argumentation techniques reduces their influence. *PLoS one*, 12(5).
- Dechêne, A., Stahl, C., Hansen, J., & Wänke, M. (2010). The truth about the truth: A meta-analytic review of the truth effect. *Personality and Social Psychology Review*, 14(2), 238–257.
- Dictionary, C. (2017). The Collins Word of the year 2017 is… fake news. *Collins Dictionary*. Word of the year. <https://www.collinsdictionary.com/es/woty>.
- Dictionary, O. (2016). Word of the Year 2016. Retrieved from *Oxford English Dictionaries*. <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-theyear-2016>.
- DiFonzo, N., Beckstead, J. W., Stupak, N., & Walders, K. (2016). Validity judgments of rumors heard multiple times: the shape of the truth effect. *Social Influence*, 11(1), 22–39.
- DiFonzo, N., & Bordia, P. (2002). Corporate rumor activity, belief and accuracy. *Public Relations Review*, 28(1), 1–19.
- Dijkerman, D. (2006). Pyramid of User Generated Content Use. *Something*

New.

- Eastin, M. S. (2001). Credibility assessments of online health information: The effects of source expertise and knowledge of content. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 6(4), JCMC643.
- Ecker, U. K., Hogan, J. L., & Lewandowsky, S. (2017). Reminders and repetition of misinformation: Helping or hindering its retraction?. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(2), 185–192.
- Ecker, U. K., Lewandowsky, S., & Apai, J. (2011a). Terrorists brought down the plane!—No, actually it was a technical fault: Processing corrections of emotive information. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 64(2), 283–310.
- Ecker, U. K., Lewandowsky, S., Chang, E. P., & Pillai, R. (2014a). The effects of subtle misinformation in news headlines. *Journal of Experimental Psychology: applied*, 20(4), 323.
- Ecker, U. K., Lewandowsky, S., Fenton, O., & Martin, K. (2014b). Do people keep believing because they want to? Preexisting attitudes and the continued influence of misinformation. *Memory & Cognition*, 42(2), 292–304.
- Ecker, U. K., Lewandowsky, S., Swire, B., & Chang, D. (2011b). Correcting false information in memory: Manipulating the strength of misinformation encoding and its retraction. *Psychonomic Bulletin & Review*, 18(3), 570–578.
- Ecker, U. K., Lewandowsky, S., & Tang, D. T. (2010). Explicit warnings reduce but do not eliminate the continued influence of misinformation. *Memory & Cognition*, 38(8), 1087–1100.
- Fallis, D. (2009). A conceptual analysis of disinformation.
- Faris, Robert. (2017). Replication Data for: Partisanship, Propaganda, and Disinformation: Online Media and the 2016 U.S. Presidential Electionm. *Harvard Dataverse*.



- Fetzer, J. H. (2004). Disinformation: The use of false information. *Minds and Machines*, *14*(2), 231–240.
- Fleming, M. L. (1993). *Instructional message design: Principles from the behavioral and cognitive sciences*. (W. Howard Levie, Ed., 2nd ed.). Educational Technology.
- Flood, A. (2017, November 2). Fake news is 'very real' word of the year for 2017. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/books/2017/nov/02/fake-news-is-very-real-word-of-the-year-for-2017>
- Flynn, D. J., Nyhan, B., & Reifler, J. (2017). The nature and origins of misperceptions: Understanding false and unsupported beliefs about politics. *Political Psychology*, *38*(51), 127–150.
- Foster, J. L., Huthwaite, T., Yesberg, J. A., Garry, M., & Loftus, E. F. (2012). Repetition, not number of sources, increases both susceptibility to misinformation and confidence in the accuracy of eyewitnesses. *Acta Psychologica*, *139*(2), 320–326.
- Frey, D. (1986). Recent research on selective exposure to information. Berkowitz (Ed.) *Advances in Experimental Social Psychology*. *19*. 41–80.
- Fridkin, K., Kenney, P. J., & Wintersieck, A. (2015). Liar, liar, pants on fire: How fact-checking influences citizens' reactions to negative advertising. *Political Communication*, *32*(1), 127–151.
- Gabielkov, M., Ramachandran, A., Chaintreau, A., & Legout, A. (2016, June). Social clicks: What and who gets read on Twitter?. In *Proceedings of the 2016 ACM SIGMETRICS International Conference on Measurement and Modeling of Computer Science* (pp. 179–192).
- Garrett, R. K. (2011). Troubling consequences of online political rumoring. *Human Communication Research*, *37*(2), 255–274.

- Garrett, R. K., Nisbet, E. C., & Lynch, E. K. (2013). Undermining the Corrective Effects of Media-Based Political Fact Checking? The Role of Contextual Cues and Naive Theory. *Journal of Communication, 63*(4), 617–637.
- Garrett, R. K., & Weeks, B. E. (2013). The promise and peril of real-time corrections to political misperceptions. *Proceedings of the 2013 Conference on Computer Supported Cooperative Work*. Association for Computing Machinery (pp. 1047–1058).
- Gaziano, C., & McGrath, K. (1986). Measuring the concept of credibility. *Journalism Quarterly, 63*(3), 451–462.
- Gilbert, D. T., Krull, D. S., & Malone, P. S. (1990). Unbelieving the unbelievable: Some problems in the rejection of false information. *Journal of Personality and Social Psychology, 59*(4), 601.
- Graves, L., & Glaisyer, T. (2012, Feb). The fact-checking universe in Spring 2012: An overview. *New America Foundation Media Policy Initiative Research Paper*. 1–21.
- Hart, W., Albarracin, D., Eagly, A. H., Brechan, I., Lindberg, M. J., & Merrill, L. (2009). Feeling validated versus being correct: a meta-analysis of selective exposure to information. *Psychological Bulletin, 135*(4), 555.
- Hasher, L., Goldstein, D., & Toppino, T. (1977). Frequency and the conference of referential validity. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior, 16*(1), 107–112.
- Hasson, U., Simmons, J. P., & Todorov, A. (2005). Believe it or not: On the possibility of suspending belief. *Psychological science, 16*(7), 566–571.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing, 18*(1), 38–52.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and*

*Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change*. Yale University Press.

- Hovland, C., & Weiss, W. (1951). The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness. *The Public Opinion Quarterly*, 15(4), 635–650.
- Hsu, M. H., Ju, T. L., Yen, C. H., & Chang, C. M. (2007). Knowledge sharing behavior in virtual communities: The relationship between trust, self-efficacy, and outcome expectations. *International Journal of Human-Computer Studies*, 65(2), 153-169.
- Ivanov, B., Parker, K. A., Dillingham, L. L., Petrun, E. L., Grant, L. F., & Geegan, S. (2013). Enhancing inoculation: examining the relationships among attack certainty, threat and resistance. *International Journal of Neuroscience and Behavioral Science*, 1(2), 13–23.
- Janz, N. K., & Becker, M. H. (1984). The health belief model: A decade later. *Health Education Quarterly*, 11(1), 1–47.
- Jarman, J. W. (2016). Influence of political affiliation and criticism on the effectiveness of political fact-checking. *Communication Research Reports*, 33(1), 9–15.
- Johnson, H. M., & Seifert, C. M. (1994). Sources of the continued influence effect: When misinformation in memory affects later inferences. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 20(6), 1420.
- Kang, H., Bae, K., Zhang, S., & Sundar, S. S. (2011). Source cues in online news: Is the proximate source more powerful than distal sources?. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 88(4), 719–736.
- Karlova, N. A., & Fisher, K. E. (2013). A social diffusion model of misinformation and disinformation for understanding human information behaviour. *Information Research: An International*

*Electronic Journal*, 18(1).

<http://informationr.net/ir/18-1/paper573.html#.YavlsNBBxhE>.

Karlova, N. A., & Lee, J. H. (2011). Notes from the underground city of disinformation: A conceptual investigation. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 48(1), 1–9.

Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1966). Personal influence, *The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Transaction Publishers.

Kiesler, C. A., & Kiesler, S. B. (1964). Role of forewarning in persuasive communications. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 68(5), 547–549.

Kunda, Z. (1990). The case for motivated reasoning. *Psychological Bulletin*, 108(3), 480–498.

Lee, E. J., & Shin, S. Y. (2019). Mediated Misinformation: Questions Answered, More Questions to Ask. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 259–276.

Lee, E. J., & Kim, Y. W. (2016). Effects of infographics on news elaboration, acquisition, and evaluation: Prior knowledge and issue involvement as moderators. *New Media & Society*. 18(8), 1579–1598.

Lewandowsky, S., Ecker, U. K., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(3), 106–131.

Levine, T. R. (2014). Truth–default theory (TDT) a theory of human deception and deception detection. *Journal of Language and Social Psychology*, 33(4), 378–392.

Li, R., & Suh, A. (2015). Factors influencing information credibility on social media platforms: Evidence from Facebook pages. *Procedia*

- Computer Science*, 72(1), 314–328.
- Losee, R. M. (1997). A discipline independent definition of information. *Journal of the American Society for Information Science*, 48(3), 254–269.
- Margolin, D. B., Hannak, A., & Weber, I. (2018). Political fact-checking on Twitter: When do corrections have an effect?. *Political Communication*, 35(2), 196–219.
- Marsh, E. J., & Tversky, B. (2004). Spinning the stories of our lives. *Applied Cognitive Psychology*, 18(5), 491–503.
- McGuire, W. J. (1964). Inducing resistance to persuasion. Some contemporary approaches. *Advances in Experimental Social Psychology*, 1, 191–229.
- McGuire, W. J., & Papageorgis, D. (1961). The relative efficacy of various types of prior belief-defense in producing immunity against persuasion. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 62(2), 327–337.
- Nekmat, E. (2020). Nudge effect of fact-check alerts: source influence and media skepticism on sharing of news misinformation in social media. *Social Media+ Society*, 6(1), 2056305119897322.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., & Nielsen, R. K. (2020). Digital News Report 2020. *Reuters Institute*, 1–112.  
[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf)
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of General Psychology*, 2(2), 175–220.
- Nieminen, S., & Rapeli, L. (2019). Fighting misperceptions and doubting journalists' objectivity: A review of fact-checking literature. *Political Studies Review*, 17(3), 296–309.
- Nyhan, B., & Reifler, J. (2010). When corrections fail: The persistence of

- political misperceptions. *Political Behavior*, 32(2), 303–330.
- Oxford University Press. (n.d.). backfire. In Oxford Learner' s  
<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/backfire?q=backfire>
- Oxford University Press. (n.d.). debunk. In Oxford Learner' s Dictionaries.  
<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/debunk?q=debunk>
- Oxford University Press. (n.d.). post–truth. In Oxford Learner' s  
Dictionaries.  
<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth?q=Post-truth>
- Park, A., & Youm, K. H. (2019). Fake News from a Legal Perspective: The United States and South Korea Compared. *Southwestern Journal of International Law*, 25(1), 100–119.
- Paynter, J., Luskin–Saxby, S., Keen, D., Fordyce, K., Frost, G., Imms, C., ... & Ecker, U. (2019). Evaluation of a template for countering misinformation—Real–world Autism treatment myth debunking. *PLoS one*, 14(1).
- Pennycook, G., Cannon, T. D., & Rand, D. G. (2018). Prior exposure increases perceived accuracy of fake news. *Journal of Experimental Psychology: General*, 147(12), 1865.
- Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J. G., & Rand, D. G. (2020). Fighting COVID–19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy–nudge intervention. *Psychological Science*, 31(7), 770–780.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking. *Journal of Personality*, 88(2), 185–200.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality.

*Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(7), 2521–2526.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1977). Forewarning, cognitive responding, and resistance to persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35(9), 645.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1979). Issue involvement can increase or decrease persuasion by enhancing message-relevant cognitive responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(10), 1915–1926. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.37.10.1915>

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The Elaboration Likelihood Model of persuasion. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 123–205.

Pfau, M. (1992). The potential of inoculation in promoting resistance to the effectiveness of comparative advertising messages. *Communication Quarterly*, 40(1), 26–44.

Pfau, M., & Burgoon, M. (1988). Inoculation in political campaign communication. *Human Communication Research*, 15(1), 91–111.

Pfau, M., Kenski, H. C., Nitz, M., & Sorenson, J. (1990). Efficacy of inoculation strategies in promoting resistance to political attack messages: Application to direct mail. *Communications Monographs*, 57(1), 25–43.

Porter, E., Wood, T. J., & Kirby, D. (2018). Sex trafficking, Russian infiltration, birth certificates, and pedophilia: A survey experiment correcting fake news. *Journal of Experimental Political Science*, 5(2), 159–164.

Quick, B. L., & Stephenson, M. T. (2007). Authoritative parenting and issue involvement as indicators of ad recall: An empirical investigation of anti-drug ads for parents. *Health Communication*, 22(1), 25–35.

Rampersad, G., & Althiyabi, T. (2020). Fake news: Acceptance by

- demographics and culture on social media. *Journal of Information Technology & Politics*, 17(1), 1–11.
- Ratkiewicz, J., Conover, M., Meiss, M., Gonçalves, B., Flammini, A., & Menczer, F. (2011, July). Detecting and tracking political abuse in social media. *In Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* (Vol. 5, No. 1).
- Reber, R., & Schwarz, N. (1999). Effects of perceptual fluency on judgments of truth. *Consciousness and Cognition*, 8(3), 338–342.
- Reid, A., & Sands, P. (2016). Tools and tricks for truth seekers: Why people need to learn verification techniques to combat hoaxes and misinformation on social media. *Index on Censorship*, 45(1), 83–87.
- Richards, A. S., & Banas, J. A. (2015). Inoculating against reactance to persuasive health messages. *Health Communication*, 30(5), 451–460.
- Roozenbeek, J., Schneider, C. R., Dryhurst, S., Kerr, J., Freeman, A. L., Recchia, G., ... & Van Der Linden, S. (2020). Susceptibility to misinformation about COVID–19 around the world. *Royal Society Open Science*, 7(10), 201199.
- Rosnow, R. L. (1991). Inside rumor: A personal journey. *American Psychologist*, 46(5), 484.
- Rosnow, R. L., Yost, J. H., & Esposito, J. L. (1986). Belief in rumor and likelihood of rumor transmission. *Language & Communication*.
- Scheibe, S., Notthoff, N., Menkin, J., Ross, L., Shadel, D., Deevy, M., & Carstensen, L. L. (2014). Forewarning reduces fraud susceptibility in vulnerable consumers. *Basic and Applied Social Psychology*, 36(3), 272–279.
- Schulz, A. (2012). Signals: Evolution, learning, and information. *Journal of Economic Methodology*, 19(1), 84–88.
- Schwarz, N., Newman, E., & Leach, W. (2016). Making the truth stick &



- the myths fade: Lessons from cognitive psychology. *Behavioral Science & Policy*, 2(1), 85–95.
- Seifert, C. M. (2002). The continued influence of misinformation in memory: What makes a correction effective?. *Psychology of Learning and Motivation*, 41, 265–294.
- Shao, C., Ciampaglia, G. L., Varol, O., Yang, K. C., Flammini, A., & Menczer, F. (2018). The spread of low-credibility content by social bots. *Nature Communications*, 9(1), 4787–4795.
- Shin, J., Jian, L., Driscoll, K., & Bar, F. (2017). Political rumoring on Twitter during the 2012 US presidential election: Rumor diffusion and correction. *New Media & Society*, 19(8), 1214–1235.
- Shin, J., Jian, L., Driscoll, K., & Bar, F. (2018). The diffusion of misinformation on social media: Temporal pattern, message, and source. *Computers in Human Behavior*, 83, 278–287.
- Silverman, C. (2016). Craig Silverman(2016, November 16) This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook. *BuzzFeed News*.  
<https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>
- Spivak, C. (2010). The fact-checking explosion: In a bitter political landscape marked by rampant allegations of questionable credibility, more and more news outlets are launching truth-squad operations. *American Journalism Review*, 32(4), 38–44.
- Sunstein, C. R. (2001). Republic. com. *Princeton university press*.
- Suntwal, S., Brown, S., & Patton, M. (2020, January). How does Information Spread? An Exploratory Study of True and Fake News. *In Proceedings of the 53rd Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Swire, B., & Ecker, U. K. (2018). Misinformation and its correction: Cognitive mechanisms and recommendations for mass

- communication. *Misinformation and Mass audiences*, 195–211.
- Taber, C. S., & Lodge, M. (2006). Motivated Skepticism in the Evaluation of Political Beliefs. *American Journal of Political Science*, 50(3), 755–769.
- Tan, A. S., Lee, C. J., & Chae, J. (2015). Exposure to health (mis) information: Lagged effects on young adults' health behaviors and potential pathways. *Journal of Communication*, 65(4), 674–698.
- Tan, H. T., & Tan, S. K. (2007). Investors' Reactions to Management Disclosure Corrections: Does Presentation Format Matter?. *SSRN Electronic Journal*, 1–43.
- Tandoc Jr, E. C., Ling, R., Westlund, O., Duffy, A., Goh, D., & Zheng Wei, L. (2018). Audiences' acts of authentication in the age of fake news: A conceptual framework. *New Media & Society*, 20(8), 2745–2763.
- Thorson, E. (2016). Belief echoes: The persistent effects of corrected misinformation. *Political Communication*, 33(3), 460–480.
- Torres, R., Gerhart, N., & Negahban, A. (2018, January). Combating fake news: An investigation of information verification behaviors on social networking sites. *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences*, 3976–3985.
- Trewinnard, T., & Bell, F. (2018). Social media verification: assessing sources and visual content. *Journalism, 'Fake News' & Disinformation*. [E-book]. UNESCO.
- Van der Linden, S., Leiserowitz, A., Rosenthal, S., & Maibach, E. (2017). Inoculating the public against misinformation about climate change. *Global Challenges*, 1(2), 1600008.
- Van Dijk, T. A. (2013). News as discourse. *Routledge*.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151.

- Walter, N., Cohen, J., Holbert, R. L., & Morag, Y. (2019). Fact-Checking: A Meta-Analysis of What Works and for Whom. *Political Communication*, 37(3), 350-375.
- Walter, N., & Murphy, S. T. (2018). How to unring the bell: A meta-analytic approach to correction of misinformation. *Communication Monographs*, 85(3), 423-441.
- Wang, J., Zhu, R., & Shiv, B. (2011). The lonely consumer: Loner or conformer? *Journal of Consumer Research*, 38(6), 1116-1128.
- Wathen, C. N., & Burkell, J. (2002). Believe it or not: Factors influencing credibility on the Web. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 53(2), 134-144.
- Weaver, K., Garcia, S. M., Schwarz, N., & Miller, D. T. (2007). Inferring the popularity of an opinion from its familiarity: A repetitive voice can sound like a chorus. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(5), 821.
- Weaver, D., Zhu, J., & Willnat, L. (1992). Information sources and agenda setting: Testing a theory of bridging. In annual convention of the World Association for Public Opinion Research/American Association for Public Opinion Research, *St. Petersburg, FL*.
- Weeks, B. E. (2015). Emotions, partisanship, and misperceptions: How anger and anxiety moderate the effect of partisan bias on susceptibility to political misinformation. *Journal of Communication*, 65(4), 699-719.
- Wells, C., Shah, D. V., Pevehouse, J. C., Yang, J., Pelled, A., Boehm, F., ... & Schmidt, J. L. (2016). How Trump drove coverage to the nomination: Hybrid media campaigning. *Political Communication*, 33(4), 669-676.
- Wilkes, A. L., & Leatherbarrow, M. (1988). Editing episodic memory following the identification of error. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 40(2), 361-387.

- Wilkes, A. L., & Reynolds, D. J. (1999). On certain limitations accompanying readers' interpretations of corrections in episodic text. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology Section A*, *52*(1), 165–183.
- Wood, T., & Porter, E. (2019). The elusive backfire effect: Mass attitudes' steadfast factual adherence. *Political Behavior*, *41*(1), 135–163.
- Wood, W., & Quinn, J. M. (2003). Forewarned and forearmed? Two meta-analysis syntheses of forewarnings of influence appeals. *Psychological Bulletin*, *129*(1), 119–138.
- Young, D. G., Jamieson, K. H., Poulsen, S., & Goldring, A. (2018). Fact-checking effectiveness as a function of format and tone: Evaluating FactCheck.org and FlackCheck.org. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *95*(1), 49–75.
- Zuckerman, M., DePaulo, B. M., & Rosenthal, R. (1981). Verbal and nonverbal communication of deception. *Advances in Experimental Social Psychology*, *14*, 1–59. Academic Press.
- Zuwerink Jacks, J., & Devine, P. (2000). Attitude Importance, Forewarning of Message Content, and Resistance to Persuasion. *Basic and Applied Social Psychology*, *22*(1), 19–29.

# 부록

## [부록 1] 사전 경고 기사 1



최신기사 정치 북한 경제 산업 사회 전국 세계 문화 라이프 연예 스포츠

뉴스홈 | 정치 | 전체기사

### '불안감' 키우는 코로나19 가짜뉴스... 정부 "엄정 대응한다"

송고시간 | 2021-03-18 11:51

정부가 최근 코로나19 확진자가 급증하는 상황에서 사회적 불안감을 확산시키는 '가짜뉴스'가 늘어나는 것에 대해 엄정 대응하겠다고 밝혔다.

윤태호 보건복지부 중앙사고수습본부 방역총괄반장은 4일 중앙안전대책본부(중대본) 정례브리핑에서 '코로나19 허위조작정보 대응 방안'을 발표하며 "근거 없는 공포감을 조성하거나 허위정보를 확산시키는 것은 우리 공동체에 전혀 도움이 되지 않는다"라고 강조했다.

중대본에 따르면 경찰청은 1월부터 '사이버 대책상황실'을 편성해 운영하면서, 적극적인 모니터링과 수사로, 허위조작정보의 사전 차단과 확산 방지에 주력하고 있다. 모니터링 전담요원 및 사이버 범죄신고·상담시스템을 활용해서 온라인상 허위사실의 생산과 유포를 확인하고, 사회적 혼란을 야기할 내용에 대해선 방통위나 해당 사이트 운영자 등에 총 669건의 삭제 차단 요청을 해왔다.

이날 브리핑에서 윤 총괄반장은 "국민 여러분께서는 방역과 의료 현장에 계시는 분들을 생각하시면서 방역당국의 공신력 있는 정보를 먼저 신뢰해 주시기를 부탁드립니다"라며 "방역당국도 허위정보에 대해서는 지금까지 해 온 것처럼 엄정하게 대응할 것이다"라고 강조했다.

kcs@yna.co.kr

<저작권자(c) 연합뉴스, 무단 전재-재배포 금지> 2021/03/18 11:51 송고



## 가짜 뉴스 '인포데믹', 국민의 생명과 안전 위협

송고시간 | 2021-03-18 11:51

페이스북과 유튜브 등의 소셜미디어(SNS)에서 가짜 뉴스 문제가 심각해지고 있다. 국가와 개별 기업 차원에서 제재에 나서고 있지만, 쉽게 사라지지 않아 우려의 목소리가 커지고 있다.

세계보건기구(WHO)는 2일(현지 시간) “지나치게 많은 정보가 유통되고 있다. 일부 정보는 정확하지만 일부는 그렇지 않다는 것이 문제”라고 밝혔다. WHO는 마치 바이러스가 퍼지듯 ‘정보감염증(infodemic)’이 확산되고 있다며 가짜 뉴스에 대한 우려의 목소리를 전했다. 인포데믹이란 정보(information)와 감염병 유행(epidemic)을 합성한 용어로 잘못된 정보가 전염병처럼 퍼지는 현상을 뜻한다. 허위정보가 범람하면서 신뢰성 있는 정보를 찾아내기 어려워지고, 이 때문에 사회 구성원 사이에 합리적인 대응 대신 불안과 갈등만 확산하게 된다는 것이다.

사회관계망서비스(SNS) 등을 통해 신종 코로나바이러스 감염증(우한 폐렴) 관련 ‘가짜 뉴스’가 급속도로 퍼지는 가운데 국민 10명 중 9명가량은 “사회·자연 재난에 대한 정보·뉴스가 미치는 폐해가 심각하다”고 생각하는 것으로 나타났다. 가짜 뉴스에 대한 ‘보다 강력한 법적 규제’를 촉구하는 목소리도 60%에 달했다. 4일 한국행정연구원에 따르면 국민의 86.1%는 ‘재난 및 안전사고에 대한 허위(의심) 정보나 뉴스가 미치는 폐해가 심각하다’는 데 동의했다. 이는 행정연구원이 전국 성인 남녀 1000명을 대상으로 실시한 재난안전 분야 가짜 뉴스 관련 국민 인식조사 결과 중 일부다.

이런 가짜 뉴스는 실생활에 영향을 미칠 뿐 아니라 사회적 손실로도 이어진다는 점에서 적극적인 대응이 필요하다고 전문가들은 조언한다. 임명호 단국대 심리학과 교수는 “SNS에서 접한 정보를 바로 퍼 나르는 대신 조금 느리게 반응하면서 허위정보인지 신중하게 판단해야 한다”며 “가짜 뉴스를 양산하는 사람에 대한 처벌도 강화해야 한다”고 말했다.

kcs@yna.co.kr

<저작권자(c) 연합뉴스, 무단 전재-재배포 금지> 2021/03/18 11:51 송고



## 코로나19, 원격수업 속 '교육 양극화'...중위권 성적 추락

송고시간 | 2021-03-18 11:51

지난 4월 사상 첫 '온라인 개학'으로 대한민국 교육은 '원격수업'이라는 한번도 가보지 않은 새로운 길로 들어섰다. 정부의 '생활 속 거리두기' 전환에 맞춰 5월20일부터 등교수업이 순차적으로 재개됐지만, 코로나19의 지역사회 확산이 잇따르면서 학교 현장은 여전히 원격수업에 대한 의존도가 높다. 올해 하반기 코로나19의 2차 대유행이 닥칠 것이라는 전망이 나오면서, 원격수업이 중심에 놓이는 상황은 장기화할 가능성이 크다. 학교 문이 닫힌 사이, 가정의 역할이 극대화되면서 계층 간 교육격차가 더 벌어지는 것 아니냐는 우려가 커지고 있다.

일부 교사들은 등교 뒤 치른 중간고사에서 상위권 학생들은 그대로인 반면, 중위권에 속하던 학생들의 성적이 하위권으로 떨어지는 현상에 주목하고 있다. 전북 지역의 일반고 A교사는 6월 셋째 주에 치른 중간고사 결과를 두고 "내신 1~2등급인 상위권 학생들의 성적은 예년과 별 차이가 없었는데 3등급 이하부터 영어·수학을 중심으로 점수가 많이 내려갔다"고 말했다.

앞으로 교육격차에 따른 부작용이 더 커질 것을 우려하는 목소리도 있다. 이찬승 '교육을바꾸는사람들' 대표는 "9월에 코로나19가 진정 국면에 들어선다고 해도 한번 '학습 결손'을 겪은 아이들은 다음 단계를 배울 준비가 안 돼 있을 것"이라며 "이들을 위한 보충·보정 학습이 필요한데, 그런 시간을 만들거나 투자할 자원이 준비되지 않고 있다"고 지적했다.

kcs@yna.co.kr

<저작권자(c) 연합뉴스, 무단 전재-재배포 금지> 2021/03/18 11:51 송고



뉴스홈 | 정치 | 전체기사

## 인천공항 코로나19센터, 양성 확진자 대책에 '골머리'

송고시간 | 2021-03-18 11:51

올해 신설된 인천공항 코로나19센터에서 출국 전 양성판정을 받은 확진자 등이 자가격리 권유에 응하지 않고, 공항에 막무가내로 체류하는 등의 문제로 인해 센터 운영에 상당한 어려움이 발생하는 것으로 나타났다.

이 검사센터는 공항공사와 인하대병원이 협력, 인천공항을 통해 출국은 승객들을 위해 코로나 PCR검사 및 코로나 음성확인서를 발급하는 업무를 담당하고 있다.

15일 보건복지 소식통과 의료계에 따르면, 검사센터를 시작할 때는 건강한 사람들이 출국할 것으로 판단하고 대부분 음성이 나올 것으로 예상됐다. 그러나 실제로 운영을 해보니 예상보다 빈번하게 음성이 아닌 사례가 발견되고 있다. 예를 들어 미결정, 재검출, 약한 양성들의 경우는 48시간 이후에 재검사를 권유하게 된다.

센터에서는 재검사를 위한 검체를 채취 후 자택이나 숙소로 돌아가 검사 결과를 통보받을 때까지 자가격리하도록 안내를 하고 있다. 그러나 피검자가 순응하지 않고 결과가 나올때까지 공항에 체류하는 경우가 빈번해 문제로 등장했다. 이러한 사례는 서울, 경기, 인천 등 수도권 지역이 아닌 지방에서 온 사람들에서 심각하다. 언어소통이 어려운 외국인들의 경우도 비슷한 어려움을 겪을 수밖에 없다.

kcs@yna.co.kr

<저작권자(c) 연합뉴스, 무단 전재-재배포 금지> 2021/03/18 11:51 송고





## 코로나19 속 게임업계 호황이지만...노동환경은 양극화

송고시간 | 2021-03-18 11:51

코로나19로 비대면 문화가 확산되면서 게임업계가 성장세를 구가하고 있지만, 업체 규모에 따른 노동환경 불평등은 여전한 것으로 나타났다. 14일 주요 게임업체 노조 등에 따르면 코로나19 상황에서도 회사 규모가 작을수록 재택 가능성이 낮아지고, 업무 강도 측면에서도 차이가 났다.

게임계 빅3로 꼽히는 엔씨소프트와 넥슨, 넷마블 등은 재택근무 체제를 이어가고 있지만, 중소기업의 상황은 다르다. 소규모 사업체의 경우 실적을 낸 데다가 재택근무를 할 만한 시스템이 마련되지 않거나, 회사 분위기 상 재택근무를 권하지 않는 곳이 많다. 또한 회사에 나와 근무하는 경우 초과근무 기록이 일정 시간을 초과해 반영되지 않는 등의 방식으로 공식적인 시스템에 야근 기록이 남지 않도록 조치하는 곳도 많다는 게 업계 전언이다.

한 게임업체 노조 관계자는 “대기업이 아닌 인원수가 적은 사업장일수록 (코로나19로 인해) 피해를 보고 있다”면서 “정리해고를 당하거나, 강제로 연차를 쓸 수밖에 없는 상황이 생기기도 한다. 규모에 따라 온도차가 있는 것 같다”라고 말했다. 또 “코로나19 상황에서 전반적으로 작년도 매출이 많이 올랐다”면서도 “재택 환경 조성을 할 수 있는 회사와 그것을 할 수 없는 회사가 구분이 된다. 중소기업 같은 경우에는 환경 조성을 위한 인프라 자체가 제대로 구축이 안 되는 것”이라고 지적했다.

kcs@yna.co.kr

<저작권자(c) 연합뉴스, 무단 전재-재배포 금지> 2021/03/18 11:51 송고



## "코로나, 지폐 매개로 전염 가능"...WHO '전자결제로 대체' 권고

송고시간 | 2021-03-18 11:51

세계보건기구(WHO)가 시중에 유통되는 지폐를 매개로 코로나19가 전염이 될 수 있다면서 전자 결제 수단 등 다른 결제 방법 사용을 권했다고 2일(현지 시각) 영국 일간 텔레그래프가 보도했다. WHO는 코로나19 바이러스가 지폐에 며칠 동안 살아남을 수 있기 때문에 접촉 후 반드시 손을 닦아야 한다고 전했다. 또한, 가능한 비접촉식 지불 방법을 이용해야 한다고 덧붙였다.

WHO관계자는 텔레그래프 인터뷰에서 "지폐는 사람의 손을 많이 타고, 다양한 박테리아와 바이러스가 묻을 수 있다"며 "지폐를 만진 후 손을 반드시 닦고, 손으로 얼굴을 만지는 것을 되도록 하지 말아야한다"고 전했다.

병원 감염 저널(Journal of Hospital Infection)에 따르면 코로나19와 유사한 사스(중증급성호흡기증후군), 메르스(중증급성호흡기증후군)의 경우 또한 상온에서 최대 9일간 무생물 표면에 살아남을 수 있는 것으로 나타났다.

kcs@yna.co.kr

<저작권자(c) 연합뉴스, 무단 전재-재배포 금지> 2021/03/18 11:51 송고



## 중국 우한연구소서 코로나19 시작 과학적 증거 있어

송고시간 | 2021-03-18 11:51

엔 박사는 영국 매체 ITV 토크쇼 '루즈우먼'과의 11일(현지시간) 공개된 인터뷰에서 "바이러스가 우한의 수산물시장이 아닌 우한 바이러스연구소에서 만들어졌다는 과학적 증거를 발표하겠다"고 밝혔다. 내외신이 보도했다.

엔 박사는 "유전자 염기서열은 인간의 지문과 같이 식별이 가능하다. 나는 중국에서 이 바이러스가 어떻게 나왔는지, 왜 그들이 이 바이러스의 창조자인지에 대한 증거를 갖고 있다"고 주장했다. 그는 "바이러스의 근원은 우리가 알아야 할 중요한 것"이라며 "우리가 이것을 알지 못하면 극복할 수 없을 것이다. 이 바이러스는 모든 사람들의 생명을 위협할 것"이라고 경고했다.

그는 "우한코로나 바이러스는 사스 백신이나 치료약을 만드는 과정에서 나온 게 아니라 생물무기를 개발하기 위해 만든 것"이라고 거듭 강조했다. 그러면서 "우한코로나 바이러스의 생성에 대한 보고서를 현재 작성 중"이라고 밝혔다.

kcs@yna.co.kr

<저작권자(c) 연합뉴스, 무단 전재-재배포 금지> 2021/03/18 11:51 송고

## 북미 과학자들 "중국·러시아산 백신 맞으면 에이즈 유발"

송고시간 | 2021-03-18 11:51

러시아와 중국에서 개발 중인 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 백신이 별다른 효과를 내지 못하고, 오히려 후천성면역결핍증(에이즈)에 감염될 확률을 높인다는 주장이 제기됐다.

1일 로이터통신에 따르면 중국 캔시노바이오로직스가 개발 중인 코로나19 백신은 아데노바이러스5형(Ad5)에 기반한다. 러시아 보건부 산하의 가말레야 국립 전염병·미생물학센터가 개발하고 있는 백신도 Ad5 및 희귀종인 아데노바이러스26형(Ad26)을 활용했다. 일부 과학자들은 Ad5 기반 백신이 에이즈를 유발하는 바이러스(HIV)에 감염될 가능성을 상승시킨다는 우려를 하고 있다. 미국 제약사 머크가 2004년 수행한 Ad5 기반 HIV 백신 실험에 따르면 Ad5 기반 백신을 접종할 경우 HIV 감염에 더 취약해질 확률이 높다는 결과가 도출됐다.

중국과 러시아는 코로나19 백신 경쟁에서 가장 속도를 내고 있는 국가들이다. 두 나라 모두 임상3상이 끝나기 전에 코로나19 백신의 긴급사용을 승인했다. 중국 캔시노 바이오로직스는 중국 외 다른 국가에서도 임상3상 전 긴급사용 허가를 받기 위해 각국 정부와 접촉 중인 것으로 알려졌다.

kcs@yna.co.kr

<저작권자(c) 연합뉴스, 무단 전재-재배포 금지> 2021/03/18 11:51 송고



뉴스홈 | 정치 | 전체기사

## 신종 코로나바이러스 모기를 통해 감염될 수 있어

송고시간 | 2021-03-18 11:51

모기가 신종 코로나바이러스(코로나19)를 옮길 수 있다는 연구 결과가 나왔다.

AFP통신에 따르면 이탈리아 국립 고등보건연구소(ISS)는 25일(현지시간) 동물위생연구소(IZSVe)와 함께 벌인 연구에서 흰줄숲모기나 일반 모기를 통해 신종 코로나바이러스(SARS-CoV-2)에 감염될 수 있다는 결론을 얻었다고 밝혔다.

연구팀은 "코로나19바이러스가 모기를 통해 전파되는 것은 모기 체내에서 생존이 가능해서"라며 "다른 해충 몸에 묻어 인체에 감염되는 오염원도 그동안 증식되는 과정을 거치기에 영향을 미친다"고 "고 설명했다.

세계보건기구(WHO)도 모기가 신종 코로나바이러스를 전파할 위험성이 있다고 밝힌 바 있다. 세계보건기구에 따르면, 흰줄숲모기는 '아디다스 모기'라고도 불리며 코로나19와 더불어 뎅기열과 지카 바이러스, 치쿤구니아 등을 전파하는 것으로 알려져 있다.

kcs@yna.co.kr

<저작권자(c) 연합뉴스, 무단 전재-재배포 금지> 2021/03/18 11:51 송고



## 보건소에선 양성, 병원에선 음성 진단

송고시간 | 2021-03-18 11:51

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 확진자가 증가하고 있는 상황과 관련해 12일 온라인에서는 "보건소에서는 양성 판정을 받았는데 다른 병원에 갔더니 음성 진단을 받은 사람들이 많다더라"는 주장이 나왔다.

민원인은 "보건소에서 진단검사 받으라고 문자를 받고 갔더니 양성이 엄청 많이 나왔다"며 "한 번 더 받아 봐야겠다 해서 병원 가서 다시 받았더니 거의 다 음성이 나와서 사람들이 서로 문자를 공유하고 있다"고 말했다.

보건소 측에서는 "보건소에서 양성 판정을 받고 다른 병원에서 음성으로 번복된 몇몇 사례가 있다"고 입장을 밝혔다.

kcs@yna.co.kr

<저작권자(c) 연합뉴스, 무단 전재-재배포 금지> 2021/03/18 11:51 송고



뉴스홈 | 정치 | 전체기사

## 코로나 19 사망자 수가 말라리아로 인한 사망자 수보다 적을 것

송고시간 | 2021-03-18 11:51

올해 사하라사막 이남 아프리카에서 말라리아로 인한 사망자가 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 인한 사망자보다 더 많을 것이라고 세계보건기구(WHO)가 30일(현지시간) 경고했다.

로이터통신 등에 따르면 지난해 모기가 옮기는 말라리아로 인한 전세계 사망자는 40만9천여 명이고 이들 대부분은 아프리카에서 가장 가난한 지역의 갓난아이들이었다고 WHO는 최신 말라리아 보고서에서 밝혔다. 페드로 알론소 WHO 말라리아 프로그램 국장은 기자들에게 "(코로나19로 인한 말라리아 방역) 서비스 혼란 정도에 따라 사하라 이남 아프리카에서 2만~10만 명의 추가 사망자가 나올 것으로 예상되며 사망자 대부분은 어린아이들일 것"이라고 말했다.

이어 "코로나19로 인한 직접 사망자보다 말라리아로 인한 초과 사망자가 더 많을 것으로 추정된다"고 덧붙였다.

kcs@yna.co.kr

<저작권자(c) 연합뉴스, 무단 전재-재배포 금지> 2021/03/18 11:51 송고





## 변이하는 코로나19...치료제·백신 물거품

송고시간 | 2021-03-18 11:51

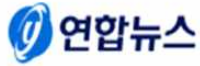
최근 국내에서 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 재감염 사례와 변이 바이러스 감염 사례가 추정됨에 따라 치료제와 백신 무용성 논란이 일고 있다. 이미 해외에서 코로나19 치료제와 백신 개발을 무력화시킬 정도의 돌연변이가 발견됐다는 소식이 전해졌다.

대만 국립장화사범대와 호주 머독대 공동연구팀은 세계 106개의 신종 코로나바이러스와 39개의 게놈 서열을 분석하는 과정에서 올 초 중국 우한에서 돌아온 인도 의대생에게서 검출한 바이러스에서 중대 변이를 확인했다고 최근 밝혔다. 돌연변이는 바이러스 표면에 왕관처럼 튀어나와 사람 세포와 결합하는 '스파이크 단백질'의 수용체결합영역(RBD)에서 확인됐다. 연구팀은 "백신 개발이 헛수고가 될 위험이 크다"며 "다만 중대 변이가 기술적 오류에서 나온 것인지 등의 추가 검증이 필요하다"고 설명했다. 이 연구는 7일 인도 과학산업연구회(CSIR)-생화학연구소의 발표 내용을 확인한 것이다.

kcs@yna.co.kr

<저작권자(c) 연합뉴스, 무단 전재-재배포 금지> 2021/03/18 11:51 송고





## 콜라도 코로나 걸리나...진단키트에 붓자 '양성'

송고시간 | 2021-03-18 11:51

오스트리아의 국회의원이 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 진단키트에 콜라를 넣자 양성 반응이 나와 논란이다.

12일(현지시간) 그레이트게임인디아에 따르면 10일 비엔나에서 열린 의회에서 마이클 슈넬리츠 FPO 총장은 정부의 코로나19 검사에 결함이 있다며 코카콜라를 진단키트에 뿌렸다. 3분 후 콜라의 코로나19 검사 결과는 양성으로 나왔다.

그는 대통령을 향해 "당신은 수천만 유로의 세금을 노인과 양로원 등에 실질적인 도움을 제공하는 대신 창밖으로 내던지고 있다"며 "코로나19 대량 검사는 아무런 가치도 없다"고 비난했다.

앞서 오스트리아 외에도 코로나19 검사에서 위양성(가짜양성)이 나오는 사례가 있었다. 탄자니아 대통령은 직접 염소, 파파야, 메추리 등을 검사했는데 모두 양성 판정이 나온 적이 있다.

kcs@yna.co.kr

<저작권자(c) 연합뉴스, 무단 전재-재배포 금지> 2021/03/18 11:51 송고



## 냉장 연어에서 코로나19 바이러스 발견

송고시간 | 2021-03-18 11:51

신종 코로나바이러스 감염증(COVID-19)의 바이러스가 영상 4도(섭씨)에서 보관한 냉장연어에서 최대 8일 동안 생존할 수 있다는 연구 결과가 나왔다. 전문가들은 국제적으로 유통되는 연어가 COVID-19의 매개체가 될 수 있다며 다른 수입 식품에 대한 방역 또한 강화해야 한다고 주문했다.

광동성의 광저우 농업대와 축산질병예방 핵심 연구소, 상하이 푸단 대학 연구진 등이 공동 집필한 논문에는 연어 살코기를 이용한 실험 내용이 실렸다. 연구진은 광저우의 생선 시장에서 가져온 연어를 정육면체(각 변의 길이 5mm)로 잘라 COVID-19 바이러스를 주입하고 영상 4~25도에서 1~12일간 배양했다. 실험에서 보관한 바이러스 숫자는 8일 동안 거의 줄어들지 않았고 25도에 보관한 바이러스는 이틀만에 전염성을 상실할 정도로 감소했다. SCMP는 4도가 일상적인 실내 온도라며 칠레산 연어가 중국에 도착하는 운송 기간이 빠르면 2~3일 수준이라고 지적했다.

kcs@yna.co.kr

<저작권자(c) 연합뉴스, 무단 전재-재배포 금지> 2021/03/18 11:51 송고

Abstract

Effect of Fact-checking on the  
Realization of Information and  
Intention to Share:  
Interaction Effect of Forewarning

Eunjeong Kim

Department of Communication

The Graduate School

Seoul National University

Misinformation such as "fake news" is considered a serious social and political problem. In particular, in recent years, information that has not been confirmed to be true is rapidly spreading through various social media networks. This study focused on forewarning as a way to increase the effectiveness of fact-checking as a method of correcting misinformation. As a result of fact-checking, this study examined whether readers' perception of facts(truthfulness) and intention to share vary depending on the presence or absence of forewarning. Furthermore, it examined whether the fact-checking results and forewarning have an interactive effect on readers' truthfulness and sharing intentions of information.

Specifically, an online experiment was conducted with 600 people to examine the effect of fact-checking results and forewarning on readers' perceptions and behaviors. As a result, compared with the case where the

fact-checking result was false, the truthfulness was higher when the fact-checking result was true. In addition, when the fact-checking result was true, truthfulness of the information was a stronger than when the fact-checking result was not presented. On the other hand, when the fact-checking result was false, the truthfulness of information was higher than when the fact-checking result was not presented.

On the other hand, depending on the fact-checking results, the individual's intention to share was lower than when the fact check result was true than when the fact-checking result was false. Furthermore, when the fact-checking result was true, the intention to share was lower than when the fact-checking result was not presented. Furthermore, the sharing intention of the group whose fact-checking result was false was higher than that of the group whose fact-checking result was not presented.

There was no difference in individual truthfulness of facts according to the presence or absence of forewarning, but there was a difference in sharing intention. When a forewarning was given, people were less likely to share the information.

The interaction effect between the fact-checking results and the presence or absence of forewarning was examined. As a result, there was no significant interaction in the truthfulness, but there was a significant interaction effect in the intention to share. When the fact-checking results was true, the intention to share was partially low if there was a forewarning. On the other hand, when the fact-checking result was false, forewarning had the effect of lowering sharing intentions. On the one hand, when there was a forewarning, there was no difference in sharing intention regardless of the fact-checking results. However, when there was no forewarning, the intention to share was higher in the case of articles whose fact-checking result was found to be false.

This study is significant in that it sought the effect of forewarning as a strategy to strengthen or weaken the effectiveness of fact-checking as one of the methods of correcting false information. Taken together, the results of this study showed that the reader's perception of the authenticity and intention to share the information may vary just by presenting the results of the fact-checking, and that forewarning about the authenticity of the information affects the reader's decision to share it. In

other words, it suggests that the reader's intention to share false information can be reduced just by warning that the sharing of information is punished.

**keywords : misinformation, fake news, fact-checking, forewarning, truthfulness, intention to share**

*Student Number : 2019-21647*