



# 위험 루머에 대한 10년간의 언론보도 내용분석\*

**양지혜** 한양대학교 광고홍보학과 석사\*\*  
**백혜진** 한양대학교 광고홍보학과 교수\*\*\*

본 연구에서는 국가적 위험 상황에서 언론에 보도된 위험 루머와 정부의 루머 대응 전략을 검토하고자 커뮤니케이션 모델인 SMCRE 모델을 바탕으로 선행연구를 정리하고, 2008년부터 2017년까지 10년간 국내 일간지에 보도된 위험 루머의 특성과 대응전략을 체계적으로 살펴본다. 전체 기사 1,188건을 분석한 결과, 위험 루머 주제는 건강 위험 주제가 가장 많이 보도되었다. 루머 정보원(S)으로는 일반 시민이 가장 많이 언급되었으며, 루머 유형(M)은 유명형 루머, 부정적 루머, 미래적 루머 그리고 우연히 발생된 루머가 많이 언급되었다. 루머 품질은 이성적 루머와 상상 루머가 비슷하게 나타났다. 루머 확산 채널(C)은 온라인 미디어가 많이 언급되었다. 수용자(R)의 정서적 반응으로는 불안이 가장 많이 나타났다. 루머 효과(E)는 정치적 효과와 사회적 효과가 많이 언급되었다. 한편, 정부의 루머 대응 전략은 공격자 공격 전략, 반박 전략, 부인 전략이 주로 나타났으며, 루머의 위험 주제와 특성에 따라 다르게 확인되었다. 본 연구는 국가적 위험 상황에서 확산되는 루머의 특성을 파악하고 어떻게 정부가 대응해 왔는지를 탐구하여 차후 효과적인 정부 대응에 기초자료를 마련하고자 하였다.

**핵심어:** 위험 루머, 루머 대응 전략, 언론보도, SMCRE, 내용분석

---

\* 이 논문은 2017년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2017S1A5A2A01026338). 이 과제의 보조 연구원이었던 제 1저자가 연구과제의 일부 내용을 바탕으로 석사 논문을 발전시켰으며, 이 논문은 석사 논문을 정리 요약한 것임을 밝힘.

\*\* jihyey824@hanyang.ac.kr, 제 1저자

\*\*\* hjpaek@hanyang.ac.kr, 교신저자

# 1. 연구배경

최근 한국 사회에서는 메르스(MERS-CoV: Middle East Respiratory Syndrome CoronaVirus), 사드(THAAD: Terminal High Altitude Area Defense), 원자력, 방사능, 태풍, 지진, 미세먼지 등 건강 위험, 안보 위험, 사회경제적 위험, 인적 재난, 자연 재난, 환경 재난을 아우르는 다양한 위험 이슈가 발생하고 있다. 불확실한 위험이나 잠재적 위험이 존재하는 상황에서는 이를 인식하고 이해하기 위해 루머가 생성될 수 있다(DiFonzo & Bordia, 2006, 2007). 루머란 확실한 증거가 없어 사실이 증명되지 않았음에도 구전을 통해 전달되는 진술을 의미한다(Allport & Postman, 1946). 루머는 정보의 근원을 확인할 수 없고 비공식 채널을 통해 구전되며 메시지의 내용이 공적이라는 특성을 지니고 있다는 점에서 메시지의 영향력이 매우 크다(김현주, 1997). 사회적으로 막대한 영향을 미치는 루머가 국가적 위험 상황에서 확산되면 정부가 효과적으로 국민과 소통하고 대응하는 데 지장을 초래할 수 있다.

따라서 정부가 국가적 위험 상황에서 확산되는 루머에 효과적으로 대응하기 위해 루머가 누구를 통해 생성되고 어떤 채널을 통해 확산되는지 이해할 필요성이 증가하고 있다. 하지만 지금까지 국내 루머 연구는 대부분 기업·브랜드 루머를 연구 주제로 다룬 반면(김민정·윤영민, 2015; 김태형·유미·간형식, 2015; 유미, 2014; 이원준, 2010; 이원준·이한석, 2012; 이지은·전학진·유동호, 2015; 이혜규·김미경, 2016; 장금시·조수영, 2017; 장혜지·조수영, 2013; 조수영·정민희, 2011), 국가적 위험 상황에서 확산된 루머의 특성을 체계적으로 검토한 연구는 부족했다. 위험 루머의 커뮤니케이션 요소를 고려한 연구는 루머 정보원이나 특정 매체의 특성이 루머 수용 및 확산에 미치는 영향을 살펴본 것에 한정되어 있다(유재원, 2017; Kim & Kim, 2017; Ryu & Kim, 2016). 그 밖에 사례 연구(박휘락, 2016a, 2016b, 2017)나 내용 분석 연구(심은정, 2017; 홍주현·손영준, 2017)는 방사능, 사드 등 단일 위험 이슈를 다루는데 그치고 있다.

이러한 맥락에서, 한국 사회에서 확산된 다양한 위험 이슈와 관련된 루머의 특성과 그에 따른 정부의 대응 전략을 체계적으로 검토하는 것은, 향후 경험적 연구를 통해 위험 루머의 특성에 따라 수용자의 인식과 행동이 어떻게 달라지며, 국가적인 위험 상황에서 루머에 대응하는 효과적인 전략이 무엇인가 밝히기 위해 선행되어야 할 과제다. 국내에서 발생한 다양한 위험 이슈의 양상과 추이를 이해하기 위해서는 언론의 위험 보도를 종단적으로 내용분석 하는 연구가 수행될 수 있다(양정은, 2015). 언론의 위험 보도를 살펴봄으로써 위험의 사회적, 정치적 커뮤니케이션 맥락을 이해할 수 있기 때문이다(Bakir, 2010). 언론은 세상과 공중을 연결하는 창이다. 언론 보

도를 통해 공중은 세상에서 알아야 할 필요가 있는 것, 알아야만 하는 것을 전달받는다(Tuchman, 1980). 이렇듯 환경을 감시하는 것은 언론의 주요 기능 중 하나로 알려져 있다(Lasswell, 1948). 그뿐 아니라, 언론은 단순히 사건을 보도하는 데 그치지 않고 여러 이슈 중에 어떤 이슈가 중요한지를 설정하며(의제 설정 기능), 그 이슈를 어떻게 해석하고 이해해야 하는지에 영향을 미친다(미디어 프레이밍; Scheufele & Tewksbury, 2007). 이러한 기능은 위험 커뮤니케이션 분야에서 다양한 위험 이슈를 공중에게 전달함으로써 공중이 위험 정보를 습득하게 하며, 위험 인식과 태도, 행동에도 영향을 미치는 것으로 잘 알려져 있다(송해룡, 2012).

따라서 언론의 기능과 역할로 미루어 보았을 때 언론 보도를 통해 그동안 한국 사회에서 일어난 국가적 위험 이슈 및 그에 따른 루머 양상을 체계적으로 파악할 수 있다. 또한, 내용분석 연구는 장기간 연구 대상이 어떠한 경향을 나타내는지 규명할 수 있으며 커뮤니케이션 특성을 유형화할 수 있다(Wimmer & Dominick, 2013). 이에 본 연구에서는 최근 10년 동안 한국 사회에 확산되어 언론이 보도한 다양한 위험 루머의 특성을 살펴보기 위해 위험 관련 루머에 대한 뉴스 기사를 내용분석 하였다.

특히 본 연구에서는 “정보원(Source) → 메시지(Message) → 채널(Channel) → 수용자(Receiver) → 효과(Effect)”에 이르는 과정을 설명하는 SMCRE 모델(Lasswell, 1948)을 위험 루머의 특성을 분류하는 틀로 활용하였다. 이는 일련의 커뮤니케이션 과정을 설명하는 SMCRE 모델이 루머가 하나의 메시지로써 커뮤니케이션 되는 과정에서 나타나는 루머의 정보원, 메시지 유형, 확산 채널, 수용자 특성, 효과 등을 면밀히 분류하여 관찰할 수 있다는 점(김현주, 1997)에서 언론에 보도된 위험 루머의 특성을 체계적으로 검토하는 데 유용하다고 보았기 때문이다. 이에 본 연구에서는 SMCRE 모델을 기존에 루머와 관련된 문헌을 검토 고찰하는 분류의 틀로 사용함으로써 기존 루머 연구에서 상대적으로 부족한 연구를 파악하였다.

## 2. 문헌연구

### 1) 위험 커뮤니케이션과 루머

위험(risk)이란 어떠한 위해(hazards)로 인해 부정적인 결과가 발생할 확률로 정의된다(Sellnow et al., 2009). 위험 상황에서는 무엇보다 정확한 정보를 전달해 위험의 불확실성에 대응하는 위험 커뮤니케이션의 역할이 중요하다. 위험 커뮤니케이션이란 위험 속성, 통제 가능성 그리고 위험의 결과 등에 대하여 이해관계자 간에 정보를 교환하는 과정이며, 위험 정보를 제공

하거나 교육을 하고 예방 행동을 촉진시키기 위한 경고를 하는 데 필수적이다(김영욱, 2014). 반면, 조직이 이해관계자와 위험 커뮤니케이션을 실패하게 되면 조직의 신뢰를 잃게 될 뿐만 아니라 다양한 사회적 갈등을 불러일으킬 수 있다(김영욱, 2014). 루머의 생성과 확산은 불확실성이 존재하는 위험 상황에서 적절하고 정확한 정보를 전달해주는 위험 커뮤니케이션이 부족했을 때 발생할 수 있는 사회적 문제 중 하나다. 사람들은 불확실성과 불안감이 존재할 때 루머를 생성하며, 그것이 믿을만하다고 생각할 때 루머를 확산하게 된다(Rosnow, 1991).

예를 들어, 2015년 우리나라에서 메르스(MERS-CoV)라고 불리는 중증 급성 호흡기 질환이 확산된 당시, 국민에게 정확한 정보를 제공해야 할 정부가 대응에 큰 혼란을 겪으며 국민들에게 불안감과 정부에 대한 불신을 일으켰다(송동근·민귀홍·진범섭, 2016). 이 과정에서 메르스 확진 환자가 발생한 병원에 대한 루머나 메르스 예방법에 대한 루머가 확산되기도 하였다(예: 서울신문 “메르스 병원 쉬쉬... 커지는 괴담”(최선을·조용철, 2015, 6, 4), 서울신문 “비타민C로 메르스 예방? 과다 복용 땀 되레 설사만”(이현정, 2015, 6, 22). 정부는 루머가 확산된 다음에도 정확한 정보 공개를 미루며 루머의 확산과 사회적 혼란을 심화시켰고, 정부가 괴담에 대응하기 위해서는 공신력 있는 정부의 정보 제공이 시급하다는 지적을 받았다(한겨레, 2016, 6, 4). 이렇듯 불확실성과 불안감이 존재하는 국가적인 위험 상황에서 루머가 확산되었을 때 사회적 혼란이 심화되는 것을 막기 위해서는 정부가 루머에 효과적으로 대응하는 것이 매우 중요하다. 이를 위해선 루머에 대한 이해가 선행되어야 한다.

## 2) 루머의 유형과 특성

루머란 확실한 증거가 없어 사실이 증명되지 않았음에도 불구하고 사람들 간의 구전을 통해 전달되는 진술이다(Allport & Postman, 1946). 루머와 유사한 개념으로는 가십, 뉴스 등이 있다. 루머는 사실이 검증되지 않은 정보라는 점에서 가십과 공통점을 지니며, 공중에게 중요한 정보로 여겨진다는 점에서 뉴스와 공통점을 지닌다(이혜규, 2015). 반면, 가십은 루머와 달리 공중에게 중요한 정보로 여겨지지 않으며, 뉴스는 루머와 달리 검증된 정보라는 점에서 차이점을 지닌다(이지은·전학진·유동호, 2015).

루머는 분류 기준에 따라 다양한 유형으로 나뉠 수 있다. 먼저 루머는 발생 원인에 따라 자연 발생형과 의도형으로 분류할 수 있다(Rowan, 1979). 자연 발생형 루머는 불안이 존재하는 상황에서 발생한 루머를 의미하며 루머 생산자가 확인되지 않지만, 의도형 루머는 고의적인 목적을 지니고 발생하며 루머 생산자가 확인된다. 루머 내용의 특성에 따라선, 어떠한 긍정적인 기대나 생각 혹은 환상을 지니는 백일몽형 루머(Pipe Dreams), 루머 대상에 대한 공격성을 지닌

이간질형 루머(Wedge Drivers), 그리고 두려움이나 불안과 같은 정서적 반응을 발생시키는 유령형 루머(Bogies)로 분류할 수 있다(장혜지·조수영, 2013). 루머는 시간, 발생 원인, 품질에 따라서 분류될 수 있는데, 먼저 시간에 따라선 과거 사건에 중점을 둔 회고적 루머와 미래를 예언하는 미래적 루머, 루머의 발생 원인에 따라선 사회적으로 불안한 상황에서 우연히 발생하는 루머와 특정 집단에 의해 계획된 루머, 마지막으로 루머의 품질에 따라선 뉴스와 유사한 품질을 지닌 이성적 루머와 극단적인 상상력을 나타내는 상상 루머로 분류할 수 있다(Peterson & Gist, 1951). 기업이나 브랜드에서 발생하는 루머는 제품에 부정적 영향을 미치는 오염성 루머와 기업 혹은 브랜드 자체에 부정적 영향을 미치는 음모성 루머로 분류 된다(Koenig, 1985). 이 밖에 루머 내용의 방향에 따라 긍정형, 부정형, 중립형으로도 분류할 수 있다(김태형·유미·간형식, 2015; 김현주, 1997).

한편, 김현주(1997)는 루머의 개념과 특성을 정의하는 데 있어 SMCRE 모델을 적용하였다. SMCRE 모델은 “정보원(Source) → 메시지(Message) → 채널(Channel) → 수용자(Receiver) → 효과(Effect)”에 이르는 과정을 설명하는 가장 대표적인 커뮤니케이션 모델 중 하나이다(김원제·이창주·조항민, 2011; Lasswell, 1948). SMCRE 모델을 기반으로 루머를 정의하면 루머는 진원지(Source)가 명확하지 않다. 메시지(Message)의 내용은 인물뿐만 아니라 공적 사건이나 사회적 사건을 다루며 내용의 변형 가능성이 높다. 확산 채널(Channel)은 주로 비공식 채널이다. 루머는 사회적 사건을 다룬다는 점에서 수용자(Receiver)들이 낯선 사람들 간에 외부지향적인 커뮤니케이션을 하게 되며 규모가 크고, 정보제공의 기능과 카타르시스라는 효과(Effect)를 지닌다.

SMCRE 모델은 위험 전문가와 수용자 간에 정확한 정보 전달이 중요한 위험 커뮤니케이션 분야에서도 유용한 이론적 틀로 사용되고 있다(김원제·이창주·조항민, 2011). 구체적으로 김원제 외(2011)는 원자력 위험 커뮤니케이션의 기본구조 그리고 구성요인 간의 관계를 파악하는 데 SMCRE 모델을 적용하였다. 따라서 위험 루머가 하나의 메시지로서 사회에서 어떻게 커뮤니케이션 되고 있는지를 체계적으로 분류하는 데 있어 SMCRE 모델은 유용한 틀이 될 수 있다. 본 연구는 SMCRE 모델을 바탕으로 루머에 관한 선행연구에서 살펴본 변수를 분류하여 검토하고, 이를 언론 보도 내용분석의 분류 틀로 활용하였다.

### 3) SMCRE 모델에 따라 체계적으로 분류한 루머 문헌

SMCRE 모델의 구성 요인에 따라 루머의 특성을 체계적으로 살펴보고자 기존 루머 연구에서 살펴본 다양한 변수들을 검토하였다. 이에 한국교육학술정보원에서 제공하는 대표적인 학술정보

검색 데이터베이스인 학술연구정보서비스(RISS)를 통해 논문을 수집하였다. 먼저, 루머 그리고 유사한 우리말인 유언비어를 검색 키워드로 사용하여 전 분야 논문을 검색한 결과, 루머 137건 유언비어 94건의 학술지 논문이 검색되었다. 그 중 커뮤니케이션 관련 학회에서 발행된 학술지 논문만을 선별하여 수집하였으며, 학위논문 역시 같은 절차로 석사 및 박사학위 논문을 수집하였다. 최종적으로 학술지 논문 56건과 학위논문 30건을 검토하였다. 검토한 논문 중 SMCRE 요인과 관련된 변수를 중심으로 커뮤니케이션 분야 루머 선행연구의 주요 내용을 다음과 같이 정리하였다.

SMCRE의 첫 번째 구성요인인 S에 해당하는 루머 정보원(Source)을 다룬 연구는 루머 메시지나 확산 채널 등 다른 요인들에 비해 연구가 상대적으로 적게 이루어진 편이었다. 브랜드 루머 주제의 연구(이원준·이한석, 2012)와 위험 분야 루머 연구(유재원, 2017; Kim & Kim, 2017)에서 모두 정보원의 신뢰도가 루머 수용이나 확산에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 원자력 루머를 주제로 서베이를 실시한 연구(Kim & Kim, 2017)에서는 루머 수용자들이 인터넷에서 원자력 관련 정보 제공자를 신뢰할수록 루머 메시지에 대한 신뢰 역시 증가하였다. 후쿠시마산 방사능 수신물에 대한 루머를 주제로 루머 정보원의 신뢰도가 루머 신뢰도에 미치는 영향을 살펴본 연구(유재원, 2017)에서도 루머 정보원의 신뢰도가 높을수록 루머 메시지를 더 신뢰하는 것을 알 수 있었다.

두 번째 구성 요인인 루머 메시지(Message)를 다룬 연구들은 루머 메시지 유형이나 루머 메시지의 특성이 루머 신뢰, 루머 확산 의도에 어떠한 영향을 미치는지 살펴본 연구가 이루어져 왔다. 루머 유형은 주로 경성/연성 루머, 음모성/오염성 루머 그리고 긍정/부정 루머를 다루었으며, 루머 메시지 특성으로는 신뢰성, 중요성, 흥미성, 그리고 혐오도 등이 연구되었다. 루머 유형을 정치권의 비리를 다룬 경성과 연예인의 비리를 다룬 연성으로 분류하여 살펴본 차유리(2015)의 연구에서는, 루머 메시지가 연성일 때 보다 경성일 경우에 루머 메시지에 대한 신뢰가 더 높게 나타났다. 기업형 루머인 음모성 루머와 오염성 루머의 메시지 신뢰도에 있어서는 음모성 루머보다 오염성 루머의 메시지 신뢰도가 더 높은 것으로 나타났다(김태형·유미·간형식, 2015; 유미, 2014; 장금시·조수영, 2017). 루머 메시지의 방향성에 관한 연구에서는 루머의 방향성이 긍정적인 경우 기업 태도가 긍정적인 소비자는 루머를 더 많이 신뢰하는 반면, 루머의 방향성이 부정적인 경우 기업 태도가 부정적인 소비자가 루머를 더 많이 신뢰하는 것을 알 수 있었다(이지은·전학진·유동호, 2015). 루머 메시지 신뢰도나 루머 메시지의 중요성, 흥미성, 혐오도 등 루머 메시지의 특성이 미치는 영향을 살펴본 연구에서는 대체로 루머 신뢰도가 높으면 루머를 더 잘 수용했으며, 루머 수용은 다시 루머 확산에 정적인 영향을 미쳤다(이원준·이한석,

2012). 오수민(2012)의 연구에서는 루머에 대해 타인이 동의하는 사회적 동조가 있는 경우 개인적 위험 루머보다 사회적 위험 루머의 루머 신뢰도가 더 높게 나타나는 상호작용 효과가 있음을 알 수 있었다.

세 번째 구성 요인인 루머 확산 채널(Channel)을 다룬 연구에서는 루머를 접하는 매체 유형이나 특정 매체에 대한 태도에 따라 루머 신뢰나 루머 확산 의도가 어떻게 달라지는지 살펴본 연구가 주로 이루어졌다. 구체적으로, 루머를 단일 매체를 통해 접한 경우보다 인터넷 기사, 카카오톡 메시지 등 복합 매체로 한꺼번에 접했을 때 루머 신뢰도가 더 높은 것으로 나타났다(김민정·윤영민, 2015). 루머를 뉴스 기사 형식으로 접한 경우에는 온라인 게시판 글 형식으로 접한 경우보다 루머 신뢰도가 더 높은 것으로 나타났다(조수영·정민희, 2011). 인터넷 매체에 대한 인식에 있어서는 인터넷 루머 매체에 대한 선호도가 높을수록 루머 신뢰도가 높았으며(차유리, 2015), 인터넷 매체에 부정적인 태도를 지닐수록 루머의 책임이 루머 대상 때문이라고 생각하는 것을 알 수 있었다(차유리·권예지·나은영, 2016). 권영지(2012)는 수용자가 루머를 뉴스 댓글을 통해 접하게 되었을 때 수돗물 품질이나, 예방접종 백신에 대하여 보도한 언론사의 신뢰도가 높은 경우 댓글로 작성된 루머 메시지에 대한 정보 추구 행동 의도와 정보 전달 행동 의도가 더 높게 나타났음을 보고했다. 루머 확산 채널에 대한 연구 결과를 종합해보면, 루머 정보원이나 루머 유형과 마찬가지로 루머 확산 채널의 신뢰도가 루머 신뢰나 루머 확산 의도를 높이는 데 중요한 영향을 미치는 변수인 것으로 나타났다. 한편, 원자력 관련 루머에 대한 연구(Ryu & Kim, 2016)에서는 인터넷 정보 신뢰가 루머 수용과 확산 의도에 미치는 영향을 살펴보았다. 연구 결과 정부가 제공하는 정보는 신뢰하지 않고 인터넷상의 정보를 더 신뢰할 때, 원자력과 관련된 위험 루머를 수용할 가능성이 더 높은 것으로 나타났고, 정부 정보에 대한 불신과 인터넷 정보에 대한 신뢰는 루머 확산 의도에도 정적인 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 또한, 인터넷상의 위험 관련 정보가 유용하다고 생각할수록 루머 신뢰도가 높은 것으로 나타났으며, 인터넷 사용자들을 신뢰하고 인터넷 사용자들이 정직하다고 생각할수록 루머 신뢰도가 높은 것을 확인하였다(Kim & Kim, 2017). 하지만 이러한 연구 결과들은 명확하게 인터넷을 원자력 루머가 확산된 채널로 보고 루머의 커뮤니케이션 특성을 살펴보았다기보다는, 기존 인터넷 매체에 대한 수용자의 인식이나 사회적 동조가 루머 신뢰에 미치는 영향을 살펴본 것에 가깝다는 한계점이 있다.

네 번째 구성 요인인 루머 수용자(Receiver)의 특성을 다룬 연구에서는 주로 기업 및 브랜드 루머나 정치, 연예 분야의 루머를 주제로 수용자의 정보 처리 유형, 효능감, 관여도, 정서적 반응 등을 살펴보았다. 예를 들어, 수용자의 정보 처리 유형이 복합적 처리자인 경우 루머 확산 의도가 높은 것으로 나타났으며(권구민·조수영, 2017), 직관적 정보 처리 성향을 지닌 사람은

합리적 정보 처리 성향을 지닌 사람보다 루머 신뢰가 더 높았다(안지수·이원지, 2011). 또한, 수용자의 직감적 판단 정도인 직감 처리 효능감이 높을수록 루머가 발생한 책임이 루머 대상 때문이라고 생각하는 것을 알 수 있었다(차유리·권예지·나은영, 2016). 수용자의 관여도에 대한 연구에서는 브랜드에 대한 관여도가 높은 경우 루머 신뢰가 높아지는 것으로 나타났다(이원준, 2010). 한편, 정서적 측면에서는 루머로 인해 수용자가 부정적 감정을 느끼게 되면 루머를 더 잘 수용하고(이원준·이한석, 2012), 루머 대상에 대한 부정적인 태도를 형성하는 것으로 나타났다(최미정·이수동·김주영, 2004). 이와 유사하게 김현주(1997)는 루머 수용자의 불안감이나 이슈에 대한 관심이 높을 때 루머의 활동성이 증가한다고 주장한 바 있다.

이밖에 루머가 루머 대상에 대한 인식이나 행동 의도에 미치는 효과(Effect)를 살펴본 연구는 기업 및 브랜드 루머 분야에서 주로 이루어져왔다. 구체적으로, 루머의 내용을 타인이 동조하거나 지지하는 경우 기업 신뢰도, 제품구매 의도, 브랜드 전체에 대한 구매 의도, CEO에 대한 신뢰도는 더 낮은 것으로 나타났지만, 루머 신뢰도는 더 높은 것으로 확인되었다(장혜지·조수영, 2013; 조수영·정민희, 2011). 루머로 인해 발생된 혐오감이 높을 때는 루머 대상에 대한 소비가 줄어드는 것으로 나타났다(이혜규·김미경, 2016). 루머 효과에 대한 연구 분야는 기업 및 브랜드 루머에 한정된 편이지만, 루머가 루머 대상에 대한 신뢰도와 같은 인지적 차원을 넘어 루머를 접한 수용자의 구매 의도와 같은 행동적 차원까지도 영향을 미친다는 것을 알 수 있었다. 이는 위험 루머 역시 루머를 접하는 수용자의 위험 인식과 같은 인지적 차원뿐만 아니라 예방 행동이나 정부의 권고 방안에 대한 순응과 같은 행동적 차원에 영향을 미칠 수 있음을 시사한다.

#### 4) 루머 대응 전략

티보트와 연구자들(Tybout, Calder, & Sternthal, 1981)은 소비자의 인지적 측면의 행동을 설명하는 정보 처리 이론(Information processing theory)에 근거하여 루머 대응 전략을 반박 전략, 저장 전략, 인출 전략으로 분류하였다. 정보 처리 이론에 따르면 최근에 들어온 정보는 거의 활성화된 기억으로 나타나게 되며, 이는 이전의 기억을 자극하거나 나중에 사용되도록 저장된다(Tybout et al., 1981). 정보 처리 이론에 근거한 루머 대응 전략 분류를 살펴보면 먼저, 루머 ‘반박 전략은 부정적 정보가 사실이라고 설득력 있게 반박하는 것이다. ‘저장 전략은 부정적인 정보가 존재하는 상황에서 새로운 긍정적인 정보를 제공하는 것이다. 마지막으로 ‘인출 전략은 이전의 긍정적 정보를 불러일으키는 데 영향을 주어 부정적인 정보를 줄이는 전략이다(Tybout et al., 1981). 사람들은 루머를 믿거나 믿지 않거나 루머를 기억하게 되는데, 정보 처리 이론은 루머의 영향을 예측하거나 루머의 영향을 완화하는 방법을 예측할 수 있게 해준다



(Holton & Edmondson, 2012).

한편, 콤즈(Coombs, 2004)는 위기 유형에 따라 조직의 명성을 보호하기 위한 적절한 위기 대응 전략을 제시하는 상황적 위기 커뮤니케이션 이론(Situational Crisis Communication Theory)을 제안하였다. 상황적 위기 커뮤니케이션 이론은 귀인 이론에 입각하여 조직의 위기 책임성을 핵심으로 위기 유형에 따른 커뮤니케이션 대응 전략을 이론화한 것이다(Coombs, 2004). 조직의 책임성에 따라 위기 유형을 분류하면 책임성이 가장 낮은 루머부터 자연재해, 악의, 사고, 책임성이 가장 높은 범죄 까지 다섯 개의 유형으로 분류되며(Coombs, 1999), 각 위기 유형의 책임성에 따라 적절한 대응 전략을 사용해야한다(Coombs & Holladay, 2004). 그 중에서도 책임성이 가장 낮은 위기 유형인 루머는 방어적 전략을 사용할 수 있다. 방어적 전략에는 위기가 존재한다고 주장하는 개인 혹은 조직과 맞서는 '공격자 공격 전략', 위기가 존재하지 않는다고 설명하는 '부인 전략', 위기가 왜 존재하지 않는지 설명하는 '해명 전략', 위기에 대해 다른 사람이나 조직을 탓하는 '책임 전가 전략' 등이 있다(Coombs, 2000).

어떠한 루머 대응 전략이 가장 효과적인가에 대해 티보트와 연구자들(Tybout et al., 1981)은 저장 전략과 인출 전략이 반박 전략 보다 부정적인 루머 정보에 더 효과적이라고 주장하였다. 반면에, 디폰조와 보르디아(DiFonzo & Bordia, 2007)는 반박 전략이 루머에 대응하는 데 매우 효과적인 전략이라고 주장하였다. 콤즈(Coombs, 2000)는 루머에 대한 공격자가 확인되는 경우에는 공격자 공격 전략과 해명 전략을 사용해야 하며, 공격자가 확인되지 않는 경우에는 해명 전략이나 부인 전략을 사용해야 한다고 주장했다. 장혜지와 조수영(2013)의 연구에서는 콤즈(Coombs, 2000)의 루머 대응 전략 분류에 따라 적극적인 '공격자 공격 및 해명전략'과 소극적인 '단순 부인 혹은 해명전략'의 효과를 비교하였다. 연구 결과, 루머에 소극적으로 대응하는 경우보다 법적 대응이나 증거자료, 공식 기자회견 등 적극적인 '공격자 공격 및 해명전략'을 사용하는 경우 제품구매 의도와 CEO 신뢰도, 기업 신뢰도는 더 높게 나타났으며 루머 신뢰는 더 낮게 나타났다.

한편, 선행연구는 상황적 요인이나 수용자 특성, 혹은 루머 특성에 따라 루머 대응 전략의 효과가 달라질 수 있으며, 이러한 요인을 고려하여 적절하게 사용할 필요성에 대한 함의를 제공한다. 예를 들어 김태형과 유미 그리고 간형식(2015)의 연구에서는 루머에 대해 적극적으로 반박하는 경우 소극적으로 반박하는 경우보다 기업 혹은 브랜드 신뢰가 더 높은 것으로 나타났다. 루머의 유형이 오염성 루머일 때는 소극적 반박보다 적극적 반박이 브랜드 신뢰도 회복에 더 효과적인 것으로 나타났고, 음모성 루머일 때는 전략에 따라 차이가 나타나지 않았다. 소비자의 기존 기업 태도와 루머 메시지의 강도에 따라 루머 반박에 효과 차이가 있는지 살펴본 연구(이지

은·전학진·유동호, 2015)에서는 기업 태도가 부정적인 경우에 루머 메시지 강도가 강하면 기업이 단순 대응할 때 루머 신뢰가 더 높게 나타난 반면, 기업태도가 부정적인 경우에 루머 메시지 강도가 약하면 기업이 적극적으로 대응할 때 오히려 루머 신뢰가 더 높게 나타났다.

### 3. 연구문제

위의 문헌 연구를 종합해보면, 선행연구는 루머의 커뮤니케이션 특성을 다양하게 연구해온 반면, 연구의 주제는 대부분 기업 및 브랜드에 한정된 편이다. 건강 위험, 재난 위험, 환경 위험 등 다양한 위험 상황에서 나타나는 루머 유형은 어떠하였으며, 그에 대한 정부의 대응은 어떠한지를 체계적으로 살펴본 연구는 매우 부족한 실정이다. 특히 루머는 불확실성이 존재하는 위험 상황에서 발생할 수 있는 사회적 문제이다. 루머에 대한 적절한 대응이 부족할 때 공중의 불안과 그에 대한 부적절한 행동적 반응이 수반 될 수 있다는 점을 고려하면 효과적인 정부 대응 전략을 개발하는 것은 매우 중요하다. 이에 앞서 그동안 한국사회에서 확산된 다양한 위험 이슈와 관련된 루머의 특성과 그에 따른 정부의 대응 전략을 체계적으로 검토하는 과제가 선행되어야 할 것이다.

따라서 본 연구에서는 지금까지 기업 루머 중심으로 이루어져 왔던 선행연구를 위험 분야로 확장하고, 실제 국가적인 위험 상황에서 확산되어 언론에 보도된 위험 루머의 커뮤니케이션 특성을 체계적으로 분류하며, 정부가 어떠한 루머 대응 전략을 활용했는지 검토하고자 한다.

구체적으로, 위에서 SMCRE 모델을 활용하여 루머에 대한 선행연구의 주요 변수를 분류하고 검토했다면, 이 모델을 기반으로 언론에 보도된 위험 루머의 커뮤니케이션 특성을 체계적으로 관찰함으로써 위험 루머가 '누구에 의해', '어떠한 유형으로', '무슨 채널을 통해 확산되어', '루머 수용자에게 어떠한 반응을 나타내었으며', '어떠한 효과를 미쳤는지' 그리고 루머에 대해 정부는 '어떻게 대응하였는지'를 살펴보고자 한다. 이를 위해 연구문제를 다음과 같이 제안한다.

**연구문제 1.** 지난 10년간 언론을 통해 어떠한 위험 루머 주제가 어느 정도 보도되었는가?

**연구문제 2.** 지난 10년간 언론이 보도한 위험 루머 기사에서 어떠한 루머 정보원(Source), 루머 유형(Message), 루머 확산 채널(Channel), 루머로 인한 수용자(Receiver)의 반응 및 효과(Effect)가 제시되었는가?

**연구문제 3.** 지난 10년간 언론이 보도한 위험 루머 기사에서 어떠한 루머 대응 전략이 제시되었는가?

특히, 어떠한 루머 대응 전략이 가장 효과적인가에 대해 선행연구(김태형·유미·간형식, 2015; 장혜지·조수영, 2013; DiFonzo & Bordia, 2007)에서는 대체로 반박 전략과 공격자 공격 전략이 루머 대응에 효과적인 전략인 것으로 나타났다. 이에 본 연구에서는 선행연구에서 효과적이라고 밝혀진 반박 전략과 공격자 공격 전략이 위험 주제 및 커뮤니케이션 특성에 따라 다르게 확인되는지 언론의 보도 내용을 통해 살펴보고자 다음과 같은 연구문제를 제안한다.

**연구문제 4.** 지난 10년간 언론의 위험 루머 보도에서 제시된 루머 대응 전략 중 반박 전략과 공격자 공격 전략은 루머의 위험 주제에 따라 다르게 나타나는가?

**연구문제 5.** 지난 10년간 언론의 위험 루머 보도에서 제시된 루머 대응 전략 중 반박 전략과 공격자 공격 전략은 루머 정보원, 루머 유형, 루머 확산 채널, 루머로 인한 수용자의 반응 및 효과에 따라 다르게 나타나는가?

## 4. 연구방법

### 1) 자료수집

2008년 1월1일부터 2017년 6월 30일 까지 약 10년간 국내 13개 일간지(경향신문, 국민일보, 내일신문, 동아일보, 매일일보, 문화일보, 서울신문, 세계일보, 아시아투데이, 조선일보, 중앙일보, 한겨레, 한국일보)에서 위험 관련 루머에 대해 보도한 개별 기사를 분석단위로 내용분석을 실시하였다. 자료수집은 국내 포털 사이트 중 포털 뉴스 이용자 점유율이 가장 높은 네이버를 통해 실시되었다(한국언론진흥재단, 2016).

국내 13개 일간지를 대상으로 키워드 ‘루머’를 검색했을 때 검색된 기사는 총 15,907건으로 본 연구의 목적과 맞지 않는 연예, 가십 기사가 다수 포함되어 있었다. 위험 상황에서 두려움을 유발시키는 불확실한 정보라는 의미에서 혼용하여 사용되는(홍주현·송영준, 2017) ‘유언비어’, ‘괴담’을 포함, 최종 검색 키워드로 “[‘위험’ or ‘재난’ or ‘재해’] and [‘루머’ or ‘유언비어’ or ‘괴담’]”을 사용하여 기사를 검색한 결과 총 2,753건의 기사가 검색되었으며, 이 중 공포 영화, 소셜, 해외 사례 등 연구 목적에 맞지 않는 기사 및 중복 기사를 제외한 결과 1,297건의 기사가 수집되었다.

## 2) 분석 유목

본 연구에서 위험 루머 주제는 선행연구(류현숙·윤기웅·홍승희, 2013; 오재호·허모량·우수민, 2013)의 위험 및 재난 분류를 바탕으로 재구성하였다. 선행연구(류현숙 외, 2013)에서 독립적으로 분류했던 4대 악 및 범죄, 생활안전사고는 다른 위험 및 재난 유형에 포함될 수 있다고 판단하여, 재난 및 재난 안전관리기본법에 의한 재난의 분류(오재호 외, 2013)를 참고하여 분류를 재범주화 하였다. 최종적으로 국가적 위험 상황을 ‘건강 위험’, ‘안보 위험’, ‘사회경제적 위험’, ‘인적 재난’, ‘자연 재난’, ‘환경 재난’으로 분류하였고, 이러한 위험 상황에서 확산된 루머를 위험 루머로 정의하였다. 이에 대한 분석 유목을 다음과 같이 구성하였다.

표 1. 위험 루머 주제 분석 유목

분석 유목	항목	조작적 정의	Krippendorff's Alpha
위험 주제	건강 위험	광우병, 사스, 조류독감, 구제역, 에이즈, 신종플루, 결핵 등 감염병, 암, 아토피 등 질병	.98
	안보 위험	북한 체제불안·전쟁, 핵, 테러 등	
	사회경제적 위험	해킹, 개인정보 유출, 컴퓨터 바이러스, 보이스피싱, 증시불안, 물가상승, IMF 등	
	인적 재난	폭발, 산업재해, 유해화학물 안전사고, 식품·화장품 유해물질, 방사능, 전자파 등 산업 기술재난, 생활주변사고, 교통사고, 다중이용시설·생계형살비 사고 등 안전사고	
	자연 재난	태풍·홍수·폭설, 쓰나미·해일, 폭염·가뭄, 한파, 지진, 황사 등	
환경 재난	대기오염, 수질오염, 토양오염, 해양오염, 온난화 등		

루머 특성에 대한 분석 유목을 정의하기 위해 우선 SMCRE 모델 구성 요인에 따라 루머의 특성을 루머의 정보원(Source), 루머의 유형(Message), 루머의 확산 채널(Channel), 그리고 루머 수용자(Receiver)의 정서적 반응 및 영향(Effect)으로 분류한 후, 각 구성 요인에 대해 선행연구를 바탕으로 조작적 정의를 하였다. 첫째, 루머 정보원(Source)은 루머의 출처로서 직접적인 루머 생산자로 정의하고, 언론 보도에 나타나는 루머의 출처를 살펴보고자 선행연구(송해룡·이윤경, 2013; 조항민, 2013)의 정보원 분석 유목을 참고하여 다음과 같이 분석 유목을 구성하였다.

표 2. 루머 정보원(Source) 분석 유목

분석 유목	항목	조작적 정의	Krippendorff's Alpha
루머 정보원	중앙정부	대통령, 중앙정부부처(보건복지부, 환경부, 식약처, 안전처 등), 중앙정부부처 공무원 등	.83
	지방정부	도지사, 각 도·시·군, 지방자치단체, 지방공무원 등	

분석 유목	항목	조작적 정의	Krippendorff's Alpha
	유관기관	중앙 재난 안전대책본부, 원자력 위원회, 금융위원회, 무역협회, 의사협회, 경찰청, 검찰청 등	
	정치인	정치인, 국회의원, 정당 등	
	의학 전문가	위험 이슈와 관련해 의학적 전문성을 지닌 집단 혹은 개인	
	관련 분야 전문가	위험 이슈 관련 학문적(학계), 직업적(업계) 전문성을 지닌 집단 혹은 개인	
	시민단체	환경단체, 종교단체, 시민으로 구성된 대책 위원회 등	
	기업	위험 이슈와 관련된 기업, 회사명 혹은 회사 관계자 0씨 등	
	병원	00병원, 병원 관계자 0씨 등	
	일반 시민	위험 루머 이슈와 관련된 일반인 혹은 네티즌 반응	
	언론	타 언론사 혹은 타 언론의 보도자료 등	
	자료인용	학술지, 논문, 보고서, 책 등에서 인용	
	해외정보원	해외정부, 해외기관, 해외정치인, 해외언론, 해외사례 등	
	기타	분류에 포함되지 않는 다른 정보원	

둘째, 루머 유형(Message)은 루머 유형 분류에 대한 선행연구(김현주, 1997; Fearn-Banks, 1996; Knapp, 1994; Peterson & Gist, 1951; Rowan, 1979)를 바탕으로 분석 유목을 구성하였다. 사전코딩 과정에서 '루머 발생 원인'에 따른 분류(Rowan, 1979)인 '자연 발생형'과 '의도형'은 피터슨과 기스트(Peterson & Gist, 1951)의 루머 유형 분류인 '우연히 발생된 루머', '계획된 루머'와 중복되어 분석 유목에서 제외되었다. 편 बैं크스(Fearn-Banks, 1996)의 루머 유형 분류 역시 다른 루머 유형과 중복되는 부분이 있었고, 편 बैं크스의 루머 유형 중 규칙적으로 발생하는 '반복적' 루머와 사실로 밝혀질 내용이 루머를 통해서 알려지는 '미성숙' 루머는 기사 내용만으로 분류할 수 없는 루머 유형이라고 판단하여 분석 유목에서 제외하였다. 또한, 본 연구에서는 언론 보도를 바탕으로 위험 루머의 특성을 살펴보았기 때문에 루머의 실제 사실 여부나 근거와 상관없이 기사 내에서 다루어진 내용만을 기준으로 분석을 하였다. 최종적으로 루머 유형(Message)에 대한 분석 유목은 다음과 같이 구성하였다.

표 3. 루머 유형(Message) 분석 유목

분석 유목	항목	조작적 정의 및 예시	Krippendorff's Alpha
루머 특성	동상형	긍정적인 환상이나 허황된 생각, 실제로 일어났으면 하는 바람을 지니는 루머(예: 비타민을 많이 섭취하면 메르스를 예방할 수 있다)	.90
	이간질형	대상에 대해 공격성을 지니는 루머(예: 메르스 확산은 제약회사의 음모다)	
	유령형	공포심, 불안감을 발생시키는 루머(예: 사드가 설치되면 주민은 암에 걸리고 기형아가 태어날 것이다)	
루머 방향성	긍정/부정/ 중립	루머 메시지의 내용이 지니고 있는 방향성(예: 긍정: 비타민을 많이 섭취하면 메르스를 예방할 수 있다/부정: 메르스 확산은 제약회사의 음모다)	.89

분석 유목	항목	조작적 정의 및 예시	Krippendorff's Alpha
루머 시간	회고적 루머	과거 사건에 집중하는 루머(예: 천안함 사건은 정부의 자작극이다)	.83
	미래적 루머	미래를 예측, 예견하는 루머(예: 부산에 대지진이 발생할 것이다)	
루머 계획성	우연히 발생하는 루머	사회적 불안 상황에서 우연히 발생하는 루머(예: 정부가 정확한 정보를 공개하지 않아 메르스 확진 병원에 대한 유언비어가 확산되고 있다)	.85
	계획된 루머	특정 집단의 목적을 위해 계획된 루머(예: 부산에서 대지진이 발생한다는 루머는 도박사이트의 짜라시로 밝혀졌다)	
루머 품질	이성적 루머	뉴스와 유사한 품질을 전달하는 루머(기사 내에서 루머의 내용이 어느 정도 근거가 있는 것으로 나타나는 경우, 과학적인 수치나 연구를 근거로 제시하는 경우)	.66
	상상 루머	비현실적인 루머, 비과학적이고 전혀 근거가 없는 루머(기사 내에서 루머에 대한 과학적 수치나 연구와 같이 구체적인 근거가 제시되지 않고, 기사 내용에서도 근거가 없다, 헛소문이다 등 표현이 있는 경우)	

셋째, 루머 확산 채널(Channel)은 공식 채널인 언론 즉, 매스미디어 그리고 비공식 채널인 온라인미디어와 대인 채널로 구분하고, 온라인 미디어는 선행연구(안대천·김상훈, 2012; 최민재, 2009)의 분류를 참고하여 하위 유목을 온라인 커뮤니티, 블로그 그리고 SNS 등으로 분류하였다. 사전코딩을 통해 귀납적으로 도출된 휴대폰 메시지·메신저를 루머 확산 채널에 포함하여 다음과 같이 분석 유목을 구성하였다.

표 4. 루머 확산 채널(Channel) 분석 유목

분석 유목	조작적 정의	Krippendorff's Alpha	
매스미디어	언론 보도 즉, TV, 신문, 라디오 등 공식 채널인 언론이 비공식 채널에서 생성된 루머를 보도 혹은 방송하여 루머 확산 채널의 역할을 한 경우	.96	
온라인미디어	온라인, 인터넷, 포털사이트, SNS 등 비공식 채널	.94	
온라인 커뮤니티	네이버, 다음과 같은 포털 사이트 카페, 디시인사이드, 아고라와 같은 의견 개진 사이트	.88	
블로그	네이버, 다음과 같은 포털 사이트 블로그, 티스토리 등	1.00	
SNS	관계형	페이스북, 카카오톡, 싸이월드 등	.94
	표현형	트위터, 미투데이 등	.94
	공유형	유튜브, 아프리카TV, 판도라TV 등	.95
대인 채널	가족이나 친구, 지인과의 대화 등 구전을 통해 루머가 확산된 경우 (직장에서~, 학교에서~ 루머가 확산되고 있다 등)	.98	
휴대폰 메시지·메신저	문자 메시지, 카카오톡, 네이트온 등	.93	
기타	분류에 포함되지 않는 다른 채널을 통해 루머가 확산된 경우	.88	

넷째, 루머 수용자(Receiver)의 특성은 언론에서 보도된 루머를 내용분석하는 본 연구의 특성상 기사에서 제시된 수용자의 정서적 반응을 살펴보았다. 이를 위한 분석 유목과 조작적 정의는 선행연구(Jin, Pang, & Cameron, 2009)에서 재난재해, 인적재해, 테러, 안전 이슈, 기술적 결함, 사고, 루머 등 다양한 위기 상황에서 공중에게 발생할 수 있는 부정적 정서를 두려움,

분노, 불안, 슬픔으로 분류한 것을 바탕으로 다음과 같이 구성하였다.

표 5. 루머 수용자(Receiver)의 정서적 반응 분석 유목

분석 유목	조작적 정의 및 예시	Krippendorff's Alpha
두려움	무섭다, 두렵다, 공포 등(예: 실제 없는 공포를 부추기는 것은...)	.94
불안	불안, 걱정, 우려 등(예: 국민의 불안감을 해소하는 데...)	.88
분노	분노, 분통 등(예: 시민들의 분노가 이토록 컸을 것인가)	.87
슬픔	슬픔, 비통 등(예: 국민적 분노와 슬픔이 오히려 더해 가는 것은...)	.93
기타	분류에 포함되지 않는 다른 정서적 반응	.90

다섯째, 루머의 효과(Effect)에 대해 김현주(1997)는 루머가 위협 요인과 불확실성을 줄이는 정보 제공의 기능과 카타르시스라는 표현적 기능을 지니고 있다고 설명하였지만, 이는 다양한 위협 주제에 대한 루머의 언론 보도를 내용분석하는 본 연구와는 맞지 않았다. 대신 방사능 수산물 루머가 미치는 효과를 경제적 결과, 사회적 결과, 정책 홍보 결과로 분류한 심은정(2017)의 연구를 바탕으로 다음과 같이 분석 유목을 구성하였다.

표 6. 루머 효과(Effect) 분석 유목

분석 유목	조작적 정의 및 예시	Krippendorff's Alpha
경제적 효과	루머로 인한 경제적 피해 또는 경제적 변화 등(예: 주기변동, 소비감소, 매출감소 등)	.87
사회적 효과	루머로 인한 사회적 변화, 새로운 사회적인 규범(예: 반대시위, 비판어른, 휴교, 외출 자제, 문의 전화 폭주, 안전과민증, 시민단체 결성 등)	.82
정치적 효과	루머로 인한 정치적 결과, 정부의 대응 등(예: 기존 정책 홍보, 새로운 정책의 수립 혹은 촉구, 정부 입장 발표, 새로운 당 창당, 대통령 탄핵 등)	.81

본 연구에서는 국가적인 위협 상황에서 확산된 위협 루머를 보도한 기사에서 정부가 어떠한 대응 전략을 주로 활용하고 있는 것으로 나타났는지 살펴보고자 하였다. 이를 위해 선행연구(Coombs, 2000, 2004; DiFonzo & Bordia, 2007; Tybout et al., 1981)에서 제안하고 있는 루머 통제 전략과 루머 유형의 위기 상황에 대한 대응 전략 분류를 참고하여 다음과 같이 분석 유목을 구성하였다.

표 7. 루머 대응 전략 분석 유목

분석 유목	조작적 정의 및 예시	Krippendorff's Alpha
반박 전략	부정적 상황이나 사실에 대해 근거를 통해 루머를 반박하는 전략(예: 정부 측 해명=광우병 괴담은 감염사례가 없고, 과학적 근거도 전혀 없다. 정말 괴담이다. 의약품과 화장품에 사용되는 젤라틴이나 콜라겐은 소가죽 등을 이용해서 생산되는 데 여기에는 광우병 원인물질인 변형프리온이 없다.)	.86
저장 전략	부정적인 정보가 존재하는 상황에서 새로운 긍정적인 정보를 제공하는 전략(예: 광우병 괴담 확산에 원산지 표시제 확대도 대응, 한미FTA체결을 통한 경제적 효과가 클 것이라고 주장)	.84
인출 전략	이전의 긍정적 정보를 불러일으키는 데 영향을 주어 부정적인 정보를 줄이는 전략	.91
부인 전략	부정적 상황이나 루머에 대해 부인하는 전략(예: 근거 없는 괴담이다. 괴담으로 치부했다, 괴담이라고 일축 시켰다 등)	.83
공격자 공격 전략	루머 생산자를 공격하는 전략(예: 검찰 구속, 수사, 괴담을 확산시키는 것은 반정부 단체다, 국민 혼란을 부추기는 악의적 세력이다. 등)	.90
책임 전가 전략	부정적 상황이나 루머에 대한 책임을 전가하는 전략(예: 미국산 소고기 협상은 전 정부를 그대로 따르던 것일 뿐이다)	.98
무대응	루머에 대해 아무런 대응을 하지 않음, 정부가 아무런 대응을 하지 않거나, 침묵하고 있다는 언급이 있을 경우(예: 하지만 초기 정부는 아무런 대응을 하지 않았고/괴담이 확산되는 와중 정부는 아직도 정보를 공개 하지 않고 있다)	.98

### 3) 코딩절차

커뮤니케이션 분야 대학원생 코더 두 명이 양적 내용분석 방법 절차에 따라(Wimmer & Dominick, 2013) 뉴스 기사를 코딩하였다. 우선 두 명의 코더가 분석 유목에 대한 조작적 정의를 이해하는 훈련 과정을 거친 후, 본코딩 샘플에 포함되지 않는 기사 30건을 샘플로 사전코딩을 실시하였다. 사전코딩은 1차 기사 10건, 2차 기사 20건으로 두 번에 걸쳐 진행되었다. 사전 코딩은 2017년 8월 20일부터 9월 9일까지 약 3주간 진행되었으며, 사전 코딩 기간 동안 분석 유목을 숙지하고 의견이 일치되지 않은 부분에 대해 논의를 거쳐 분석 유목을 수정 및 보완하였다. 수정 및 보완된 최종 분석 유목으로 2017년 9월 25일부터 11월 3일까지 약 6주간 본 코딩을 진행하였다. 본 코딩에서 제 1코더는 전체 기사 1,297건, 제 2코더는 체계적 무작위 표집을 통해 선정된 샘플 324건을 코딩 완료하여 신뢰도를 검정하였다. 제 2코더는 전체 샘플의 약 25%를 코딩하였다. 이는 코더 간 신뢰도 계수를 구하기 위해서는 최소한 전체 샘플의 10%에서 최대 25%를 추출하여 분석하는 것이 적합하기 때문이다(Wimmer & Dominick, 2013). 크리펜도르프 알파와 신뢰도 계수를 사용한 코더 간 신뢰도 검정 결과 평균 .90으로 높은 수준이었다(Wimmer & Dominick, 2013; 분석 유목별 신뢰도 계수는 조작적 정의 표 참고). 코더 간 일치하지 않은 항목에 대해서는 두 명의 코더가 논의를 통해 합의 과정을 거쳐 분석에 사용할 최종 데이터를 정리하였다. 마지막으로, 본 코딩 과정에서 루머의 위험 주제가 불명확한 기사나, 자료



수집 과정에서 제외되지 않았던 중복 기사 등을 추가로 제외하여 총 1,188건을 최종 분석에서 사용하였다.

#### 4) 분석방법

최종 데이터를 바탕으로 연구문제 1, 연구문제 2, 연구문제 3을 검증하기 위해 각 분석 유목에 대한 기술 분석을 실시하였다. 연구문제 4, 연구문제 5를 검증하기 위해서는 카이제곱검정을 실시하였다.

### 5. 연구결과

#### 1) 연구문제 1: 언론에 보도된 위험 루머 주제

먼저, 언론에 보도된 위험 루머 주제의 빈도를 살펴는 <연구문제 1>에 대해 빈도 분석을 실시한 결과, 건강위험 관련 루머가 47.7%로 가장 많았으며 인적 재난 관련 루머가 26.4%로 두 번째로 많이 나타났다. 그다음으로는 사회경제적 위험(10.0%), 안보위험(9.5%), 자연 재난(6.2%), 환경 재난(0.4%) 순으로 나타났다.

표 8. 위험 루머의 주제 빈도분석 결과

분류	%(N)
건강 위험	47.7(640)
인적 재난	26.4(354)
사회경제적 위험	10.0(134)
안보 위험	9.5(127)
자연 재난	6.2(83)
환경 재난	0.4(5)
합계	100.0(1344)

주: 전체기사 1,188건에서 확인되는 루머 1,344개의 위험 주제가 각각 코딩되었다.

위험 루머 관련 보도량의 연도별 추이는 2008년(305건)의 보도량이 가장 많았으며, 그 다음 2015년(225건), 2014년(167건), 2016년(162건) 순으로 나타났다. 이를 루머의 위험 주제 별로 나누어보면, 위험 루머 관련 보도가 가장 많았던 2008년의 경우 광우병과 같은 건강위험 주제의 루머가 많았으며, 2015년 역시 메르스와 같이 건강위험 루머가 가장 많은 것으로 나타났다. 그 다음으로 위험 루머 관련 보도가 많았던 2016년은 사드 전자파와 같은 인적 재난, 지진과

같은 자연 재난에 대한 루머가 주로 보도되었다. 2014년의 경우 세월호 참사와 같이 안전사고를 포함하는 인적 재난에 대한 루머가 주로 보도되었다(〈그림 1〉 참조).

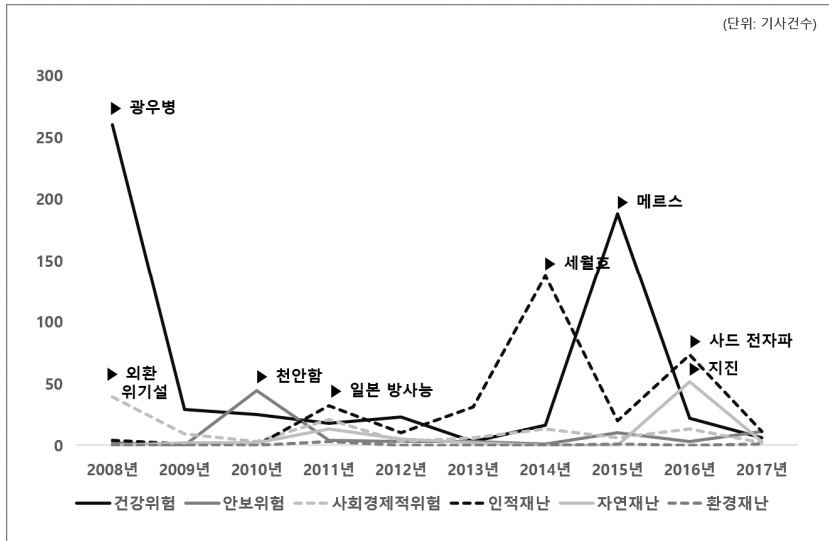


그림 1. 위험 루머의 주제 연도별 추이

## 2) 연구문제 2: 언론에 보도된 위험 루머의 특성

〈연구문제 2〉는 언론에 보도된 위험 루머의 특성을 루머 정보원(Source), 루머 유형(Message), 루머 확산 채널(Channel), 루머로 인한 수용자(Receiver)의 반응 및 효과(Effect)로 분류하여 그 빈도를 검토하고자 제시되었다. 연구 결과, 먼저 루머 정보원(Source)이 확인된 190건 중에서는 일반 시민이 62.4%로 가장 많이 언급되었다(〈표 9〉 참조).

두 번째, 루머 유형(Message)은 기사에 나와 있는 루머의 내용이 불분명하여 알 수 없는 경우를 제외하고 살펴보았다. 기사 내 중복 코딩을 포함 한 루머 메시지에서 루머의 유형이 명확히 나타나 있지 않아 ‘알 수 없음’으로 분류된 경우는 루머 특성이 368건, 루머 방향성이 373건, 루머 시간이 489건, 루머 계획성이 211건, 그리고 루머 품질이 620건으로 나타났다. 분석 결과, 불안, 공포 등을 유발시키는 내용을 지니고 있는 유령형 루머(74.7%), 루머 내용의 방향성이 부정적인 루머(94.5%), 미래를 예측하는 미래적 루머(60.4%) 그리고 사회적 불안 상황에서 우연히 발생된 루머(83.4%)가 많았다. 루머의 품질은 뉴스와 유사한 이성적 루머(52.2%)와 비현실적인 상상 루머(47.8%)가 거의 비슷하게 나타났다.

세 번째, 루머 확산 채널(Channel)은 기사에서 확인되는 루머 중 43.3%에서 언급되었으며, 확산 채널로는 온라인 미디어가 36.8%로 가장 많이 언급되었다. 특히, 온라인 미디어 중에선 SNS가 16.1%로 가장 많이 언급되었으며, 구체적인 SNS유형에는 트위터와 같은 표현형 SNS(2.3%), 페이스북과 같은 관계형 SNS(1.9%)가 있었고 유튜브와 같은 공유형 SNS(0.0%)는 언급되지 않았다. 온라인 미디어 중 온라인 커뮤니티(2.8%)와 블로그(0.7%)는 매우 적게 언급되었다. 언론 보도, 방송과 같은 매스미디어를 통해 루머가 확산되었다고 언급된 경우는 5.4%였으며, 휴대폰 메시지나 메신저도 비슷한 정도인 4.4%로 나타났다. 대인 채널은 1.6%로 나타났다.

네 번째, 루머로 인한 수용자(Receiver)의 정서적 반응은 기사에서 확인되는 루머 중 56.3%에서 언급되었으며, 불안은 전체의 44.6%에서 언급되어 정서적 반응 중 가장 많이 언급되었다. 그다음 두려움(18.3%), 분노(6.3%), 슬픔(3.3%) 순으로 나타났다.

마지막, 루머 효과(Effect)는 기사에서 확인되는 루머 중 77.3%에서 언급되었으며, 그중 정책 수립 혹은 촉구, 정부 입장 발표 등 정치적 효과가 60.3%로 가장 많이 나타났다. 반대세위와 같은 사회적 효과는 42.7%, 루머로 인한 경제적 효과는 6.8%로 나타났다.

표 9. 위험 루머의 특성 빈도분석 결과

	분류	%(N)
<b>루머 정보원(Source)</b>		
	일반 시민	37.9(72)
	언론	13.2(25)
	정치인	12.1(23)
	중앙정부	9.5(18)
	시민단체	7.9(15)
	해외정보원	5.3(10)
	지방정부	4.2(8)
	관련분야전문가	3.7(7)
	유관기관	2.6(5)
	기타	1.6(3)
	기업	1.1(2)
	병원	0.5(1)
	자료인용	0.5(1)
<b>루머 유형(Message)</b>		
	루머 특성	100.0(976)
	유령형 루머	74.7(729)
	이간질형 루머	20.0(195)
	몽상형 루머	5.3(52)
	루머 방향성	100.0(971)
	부정 루머	94.5(918)

	분류	%(N)
	긍정 루머	5.5(53)
	루머 시간	100.0(855)
	미래적 루머	60.4(516)
	회고적 루머	39.6(339)
	루머 계획성	100.0(1133)
	우연히 발생된 루머	83.4(945)
	계획된 루머	16.6(188)
	루머 품질	100.0(724)
	이성적 루머	52.2(378)
	상상 루머	47.8(346)
	<b>루머 확산 채널(Channel)</b>	100.0(1344)
	확산 채널 있음	43.3(582)
	매스미디어	5.4(73)
	온라인미디어	36.8(494)
	온라인 커뮤니티	2.8(37)
	블로그	0.7(9)
	SNS	16.1(217)
	SNS표현형(트위터 등)	2.3(31)
	SNS관계형(페이스북 등)	1.9(25)
	SNS공유형(유튜브 등)	0.0(0)
	휴대폰 메시지/메신저	4.4(59)
	대인 채널	1.6(22)
	<b>루머 수용자(Receiver)의 정서적 반응</b>	100.0(1344)
	정서적 반응 있음	56.3(756)
	불안	44.6(600)
	두려움	18.3(246)
	분노	6.3(85)
	슬픔	3.3(44)
	기타	1.6(21)
	<b>루머 효과(Effect)</b>	100.0(1344)
	루머 효과 있음	77.3(1039)
	정치적 효과	60.3(810)
	사회적 효과	42.7(574)
	경제적 효과	6.8(91)

주: 하나의 기사에서 여러 개의 루머가 확인되는 경우 루머의 특성은 각각 코딩되었다. 전체기사 1,188건에서 나타난 루머의 수는 총 1,344개였다. 또한, 하나의 루머에서 확인되는 루머 정보원, 루머 메시지 유형, 루머 확산 채널, 루머 수용자의 정서적 반응, 그리고 루머 효과가 여러 개인 경우 중복 코딩되었다.

### 3) 연구문제 3, 4, 5: 언론에 보도된 위험 루머 대응 전략

언론에 위험 루머 대응 전략이 제시된 정도를 검토하기 위해 제한한 <연구문제 3>에 대하여 빈도 분석을 실시한 결과, 루머 대응 전략은 기사에서 확인되는 루머 중 64.0%에서 언급되었다. 위험 루머 대응 전략 유형으로는 공격자 공격 전략이 26.0%, 반박 전략이 24.8%로 가장 많이 제시되었다. 부인 전략(10.0%)은 그다음으로 많이 제시되었다. 반면, 저장 전략(6.3%), 무대

용(3.1%), 책임 전가 전략(0.5%)은 거의 제시되지 않았고, 인출 전략은 전혀 제시되지 않았다.

표 10. 위협 루머 대응 전략 빈도분석 결과

분류	%(N)
루머 대응	100.0(1344)
루머 대응 있음	64.0(860)
공격자 공격 전략	26.0(350)
반박 전략	24.8(333)
부인 전략	10.0(135)
저장 전략	6.3(84)
무대응	3.1(41)
책임 전가 전략	0.5(7)
인출 전략	0.0(0)

주: 전체기사 1,188건에서 확인되는 루머 1,344개에 대한 대응 전략이 각각 코딩되었다. 또한, 하나의 루머에서 확인되는 루머 대응 전략이 여러 개인 경우 중복 코딩되었다.

〈연구문제 4〉에서는 루머 대응 전략 중 반박 전략과 공격자 공격 전략이 루머의 위협 주제에 따라 차이가 있는지 검토하였다. 교차 분석을 실시하기에 앞서 루머의 위협 주제 중 0.4%로 매우 낮게 나타난 환경 재난은 자연 재난과 함께 묶어 위협 주제를 재분류하였다. 분석 결과, 공격자 공격 전략만 위협 주제에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다( $\chi^2(4) = 20.99, p < .001$ ). 공격자 공격 전략은 사회경제적 위험(16.5%)과 자연환경 재난(7.2%)보다 건강 위험(26.8%), 안보 위험(30.9%), 인적 재난(25.4%) 관련 루머에서 더 많이 제시되었다.

표 11. 루머의 위협 주제에 따른 루머 대응 전략 카이제곱검정 결과

	반박 전략 %(N)		$\chi^2(df)$
	없음	있음	
건강 위험(n = 590)	76.1(449)	23.9(141)	8.18(4)
안보 위험(n = 81)	82.7(67)	17.3(14)	
사회경제적 위험(n = 115)	71.3(82)	28.7(33)	
인적 재난(n = 319)	71.2(227)	28.8(92)	
자연환경 재난(n = 83)	67.5(56)	32.5(27)	
	공격자 공격 전략 %(N)		$\chi^2(df)$
	없음	있음	
건강 위험(n = 590)	73.2(432)	26.8(158)	20.99(4)***
안보 위험(n = 81)	69.1(56)	30.9(25)	
사회경제적 위험(n = 115)	83.5(96)	16.5(19)	
인적 재난(n = 319)	74.6(238)	25.4(81)	
자연환경 재난(n = 83)	92.8(77)	7.2(6)	

\*\*\* $p < .001$

〈연구문제 5〉는 루머 대응 전략 중 반박 전략과 공격자 공격 전략이 SMCRE 구성 요인에 따라 어떤 차이가 있는지 검토하였다. 카이제곱검정에서는 셀(범주) 수가 많아지면 통계적 유의미 가능성이 높아져 1종 오류를 범할 수 있기에(Camilli, 1995), 의미 있는 교차 분석을 위해 정보원 유형의 수를 단순화하였다. 언론의 위험 보도를 내용분석 한 선행연구(김영옥 외, 2015; 박진우 외, 2014; 송해룡·이윤경, 2013; 이민규·이예리, 2012; 조항민, 2013)에서 공통적인 정보원 유형으로 나타났던 정부, 전문가, 일반인을 중심으로 루머 정보원 유형을 정부·정당 및 유관기관, 학계·업계 전문가, 일반 시민으로 재분류하였다. 재분류한 루머 정보원(Source) 유형에 따른 반박 전략과 공격자 공격 전략의 제시 빈도를 교차 분석을 통해 살펴본 결과 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

표 12. 루머 정보원(Source)에 따른 루머 대응 전략 카이제곱검정 결과

	반박 전략 %(N)		$\chi^2(df)$
	없음	있음	
정부·정당 및 유관기관(n = 45)	86.7(39)	13.3(6)	5.77(2)
학계·업계 전문가(n = 8)	50.0(4)	50.0(4)	
일반 시민(n = 66)	77.3(51)	22.7(15)	
	공격자 공격 전략 %(N)		$\chi^2(df)$
	없음	있음	
정부·정당 및 유관기관(n = 45)	62.2(28)	37.8(17)	1.95(2)
학계·업계 전문가(n = 8)	75.0(6)	25.0(2)	
일반 시민(n = 66)	53.0(35)	47.0(31)	

두 번째, 루머 유형(Message)에 있어 반박 전략은 다른 루머 유형보다 미래적 루머, 우연히 발생한 루머, 이성적 루머에서 좀 더 많이 제시되었다. 구체적으로 루머 시간을 기준으로는 회고적 루머(27.0%)보다 미래적 루머(40.5%)에서 반박 전략이 더 많았고( $\chi^2(1) = 13.18, p < .001$ ), 루머 계획성을 기준으로는 계획된 루머(14.6%)보다 우연히 발생한 루머(31.6%)에서 반박 전략이 더 많았으며( $\chi^2(1) = 18.56, p < .001$ ), 이는 모두 통계적으로 유의미했다. 루머 품질을 기준으로는 상상 루머(28.3%)보다 이성적 루머(42.4%)에서 반박 전략이 더 많았으며, 이는 통계적으로 유의미했다( $\chi^2(1) = 13.40, p < .001$ ).

공격자 공격 전략은 루머 유형에 있어 다른 루머 유형보다 회고적 루머, 계획된 루머에서 좀 더 많이 제시되어 반박 전략이 주로 제시된 루머 유형의 특성과 반대인 것으로 나타났다. 구체적으로 루머 시간을 기준으로 미래적 루머(17.2%)보다 회고적 루머(26.6%)에서 공격자 공격 전략이 더 많았고( $\chi^2(1) = 8.98, p = .003$ ), 루머 계획성을 기준으로 우연히 발생한

루머(19.7%)보다 계획된 루머(37.6%)에서 공격자 공격 전략이 더 많았으며( $\chi^2(1) = 24.37$ ,  $p < .001$ ), 이는 모두 통계적으로 유의미했다.

표 13. 루머 유형(Message)에 따른 루머 대응 전략 카이제곱검정 결과

		반박 전략 %(N)		$\chi^2(df)$
		없음	있음	
루머 특성	몽상형(n = 32)	78.1(25)	21.9(7)	2.03(2)
	이간질형(n = 152)	65.1(99)	34.9(53)	
	유령형(n = 655)	67.0(439)	33.0(216)	
루머 방향성	긍정 루머(n = 33)	78.8(26)	21.2(7)	2.14(1)
	부정 루머(n = 799)	66.6(532)	33.4(267)	
루머 시간	회고적 루머(n = 259)	73.0(189)	27.0(70)	13.18(1)***
	미래적 루머(n = 464)	59.5(276)	40.5(188)	
루머 계획성	우연히 발생된 루머(n = 844)	68.4(577)	31.6(267)	18.56(1)***
루머 품질	계획된 루머(n = 157)	85.4(134)	14.6(23)	13.40(1)***
	이상적 루머(n = 337)	57.6(194)	42.4(143)	
	상상 루머(n = 283)	71.7(203)	28.3(80)	

		공격자 공격 전략 %(N)		$\chi^2(df)$
		없음	있음	
루머 특성	몽상형(n = 32)	81.3(26)	18.8(6)	.10(2)
	이간질형(n = 152)	78.9(120)	21.1(32)	
	유령형(n = 655)	79.7(522)	20.3 (133)	
루머 방향성	긍정 루머(n = 33)	78.8(26)	21.2(7)	.00(1)
	부정 루머(n = 799)	78.8(630)	21.2(169)	
루머 시간	회고적 루머(n = 259)	73.4(190)	26.6(69)	8.98(1)**
	미래적 루머(n = 464)	82.8(384)	17.2(80)	
루머 계획성	우연히 발생된 루머(n = 844)	80.3(678)	19.7(166)	24.37(1)***
루머 품질	계획된 루머(n = 157)	62.4(98)	37.6(59)	.02(1)
	이상적 루머(n = 337)	78.9(266)	21.1(71)	
	상상 루머(n = 283)	78.4(222)	21.6(61)	

\*\*\* $p < .001$ , \*\* $p < .01$

세 번째, 루머 확산 채널(Channel)에 있어서 반박 전략은 매스미디어가 루머 확산 채널로 언급되지 않은 경우(26.6%)보다 언급된 경우(12.9%)에 더 적었으며, 이는 통계적으로 유의미하게 나타났다( $\chi^2(1) = 5.71$ ,  $p = .017$ ). 공격자 공격 전략은 온라인 미디어( $\chi^2(1) = 13.05$ ,  $p < .001$ )와 휴대폰 메시지·메신저( $\chi^2(1) = 28.43$ ,  $p < .001$ )가 루머 확산 채널로 언급된 경우 더 많았으며, 이는 통계적으로 유의미했다.

표 14. 루머 확산 채널(Channel)에 따른 루머 대응 전략 카이제곱검정 결과

		반박 전략		$\chi^2(df)$
		% (N)		
		없음	있음	
매스미디어	없음(n = 1126)	73.4(827)	26.6(299)	5.71(1)*
	있음(n = 62)	87.1(54)	12.9(8)	
온라인미디어	없음(n = 794)	74.4(591)	25.6(203)	.09(1)
	있음(n = 394)	73.6(290)	26.4(104)	
휴대폰 메시지 · 메신저	없음(n = 1143)	73.8(844)	26.2(299)	1.59(1)
	있음(n = 45)	82.2(37)	17.8(8)	
대인 채널	없음(n = 1167)	73.9(862)	26.1(305)	2.97(1)
	있음(n = 21)	90.5(19)	9.5(2)	

		공격자 공격 전략		$\chi^2(df)$
		% (N)		
		없음	있음	
매스미디어	없음(n = 1126)	76.1(857)	23.9(269)	2.24(1)
	있음(n = 62)	67.7(42)	32.3(20)	
온라인미디어	없음(n = 794)	78.8(626)	21.2(168)	13.05(1)***
	있음(n = 394)	69.3(273)	30.7(121)	
휴대폰 메시지 · 메신저	없음(n = 1143)	77.0(880)	23.0(263)	28.43(1)***
	있음(n = 45)	42.2(19)	57.8(26)	
대인 채널	없음(n = 1167)	75.9(886)	24.1(281)	2.20(1)
	있음(n = 21)	61.9(13)	38.1(8)	

\*\*\* $p < .001$ , \* $p < .05$

네 번째, 수용자(Receiver)의 정서적 반응은 반박 전략에서만 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 반박 전략은 불안이 언급되지 않은 경우(22.9%)보다 언급된 경우(29.5%)에 더 많았고( $\chi^2(1) = 6.59, p = .010$ ), 분노( $\chi^2(1) = 3.89, p = .049$ ) 혹은 슬픔( $\chi^2(1) = 7.28, p = .007$ )이 언급된 경우 더 적었으며, 이는 모두 통계적으로 유의미했다. 반면에, 공격자 공격 전략은 모두 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

표 15. 루머 수용자(Receiver)의 정서적 반응에 따른 루머 대응 전략 카이제곱검정 결과

		반박 전략		$\chi^2(df)$
		% (N)		
		없음	있음	
두려움	없음(n = 969)	74.0(717)	26.0(252)	.07(1)
	있음(n = 219)	74.9(164)	25.1(55)	
불안	없음(n = 655)	77.1(505)	22.9(150)	6.59(1)**
	있음(n = 533)	70.5(376)	29.5(157)	
분노	없음(n = 1109)	73.5(815)	26.5(294)	3.89(1)*
	있음(n = 79)	83.5(66)	16.5(13)	
슬픔	없음(n = 1154)	73.6(849)	26.4(305)	7.28(1)**
	있음(n = 34)	94.1(32)	5.9(2)	



		공격자 공격 전략 %(N)		$\chi^2(df)$
		없음	있음	
두려움	없음(n = 969)	75.1(728)	24.9(241)	.85(1)
	있음(n = 219)	78.1(171)	21.9(48)	
불안	없음(n = 655)	73.9(484)	26.1(171)	2.51(1)
	있음(n = 533)	77.9(415)	22.1(118)	
분노	없음(n = 1109)	75.4(836)	24.6(273)	.76(1)
	있음(n = 79)	79.7(63)	20.3(16)	
슬픔	없음(n = 1154)	75.6(872)	24.4(282)	.27(1)
	있음(n = 34)	79.4(27)	20.6(7)	

\*\* $p < .01$ , \* $p < .05$

마지막으로, 루머 효과(Effect)는 정치적 효과가 언급된 경우 반박 전략( $\chi^2(1) = 104.83$ ,  $p < .001$ )과 공격자 공격 전략( $\chi^2(1) = 195.86$ ,  $p < .001$ ) 모두 통계적으로 유의미하게 더 많았으며, 사회적 효과가 언급된 경우 반박 전략이 통계적으로 유의미하게 더 많았다( $\chi^2(1) = 5.38$ ,  $p = .020$ ). 경제적 효과에 따라선 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

표 16. 루머 효과(Effect)에 따른 루머 대응 전략 카이제곱검정 결과

		반박 전략 %(N)		$\chi^2(df)$
		없음	있음	
정치적 효과	없음(n = 479)	90.0(431)	10.0(48)	104.83(1)***
	있음(n = 709)	63.5(450)	36.5(259)	
사회적 효과	없음(n = 667)	76.8(512)	23.2(155)	5.38(1)*
	있음(n = 521)	70.8(369)	29.2(152)	
경제적 효과	없음(n = 1099)	73.7(810)	26.3(289)	1.58(1)
	있음(n = 89)	79.8(71)	20.2(18)	

		공격자 공격 전략 %(N)		$\chi^2(df)$
		없음	있음	
정치적 효과	없음(n = 479)	96.9(464)	3.1(15)	195.86(1)***
	있음(n = 709)	61.4(435)	38.6(274)	
사회적 효과	없음(n = 667)	73.8(492)	26.2(175)	3.02(1)
	있음(n = 521)	78.1(407)	21.9(114)	
경제적 효과	없음(n = 1099)	75.3(827)	24.7(272)	1.43(1)
	있음(n = 89)	80.9(72)	19.1(17)	

\*\*\* $p < .001$ , \* $p < .05$

## 6. 결론 및 논의

### 1) 연구 결과와 논의

본 연구는 실제 국가적인 위협 상황에서 확산되어 언론에 보도된 위험 루머의 커뮤니케이션 특성을 체계적으로 분류하고 정부의 루머 대응 전략을 검토하였다. 이를 위해 커뮤니케이션 모델인 SMCRE 모델(Lasswell, 1948)의 커뮤니케이션 요인에 따라 루머 관련 선행연구를 분류함으로써 기존 연구의 경향을 파악하는 한편, 언론 보도에 나타난 위험 루머의 특성을 양적 내용분석을 통해 살펴보았다. 또한, 언론 보도에 나타난 정부의 루머 대응 전략이 위험 주제 및 루머 특성에 따라 다르게 사용되었는지 살펴보았다.

먼저, 위험 루머 보도의 양적 경향을 살펴본 결과 언론에 보도된 위험 루머의 주제로는 건강 위험 관련 루머가 가장 많은 것으로 나타났다. 실제로 2015년 메르스 사태 때 많은 루머가 확산되었고, 이때 언론에서도 앞을 다투어 메르스 관련 루머 확산에 대해 보도한 바 있다. 2008년 광우병 사태 당시에도 미국산 수입 소고기의 광우병 위험성에 대한 갑론을박이 이어졌고, 루머의 사실 여부와 국민의 미국산 소고기 수입 반대에 대한 언론 보도가 집중적으로 이루어지기도 하였다. <그림 1>에서 보듯이 건강 위험뿐 아니라 세월호 등 다양한 국가적 위협이 발생했을 때마다 루머가 생성되었으며, 이를 언론이 집중적으로 보도하였다. 이는 언론이 루머를 확산시키는 역할을 하였고, 언론에 보도된 루머는 미디어 의제가 되었으며, 이를 접하는 공중에게 또한 중요한 의제로 자리 잡았을 가능성이 있다는 것을 의미한다.

SMCRE 모델의 구성 요인 중 루머 정보원(Source)으로는 일반 시민이 가장 많은 것으로 나타났으며, 루머 유형(Message)으로는 유령형 루머, 부정적 루머, 미래를 예측하는 루머 그리고 사회적 불안 상황에서 우연히 발생된 루머가 많은 것으로 나타났고 루머의 품질은 이성적 루머와 상상 루머가 거의 비슷하게 나타났다. 특히, 루머 특성을 기준으로 한 루머 유형으로는 대상을 공격하는 내용을 지닌 이간질형 루머보다 불안과 공포를 유발시키는 유령형 루머가 더 많은 것으로 확인되었다. 지금까지 기업 루머 연구(예: 김태형·유미·간형식, 2015; 이원준, 2011; 이혜규·김미경, 2016)에서 주로 살펴본 음모성 루머와 오염성 루머는 기업 혹은 기업 제품을 공격하는 내용을 지니고 있어 메시지의 특성이 이간질형 루머에 가깝다. 즉, 기업 및 브랜드 루머 연구에서 주로 다루어진 루머 유형과 국가적인 위협 상황에서 주로 확산되는 루머의 유형에 차이가 있음을 함의한다. 이는 국가적인 위협 상황에서 확산되는 위험 루머에 정부가 어떻게 대응해 왔는지를 파악하고 그 특성에 맞는 효과적인 대응 전략 개발이 필요함을 의미한다.

루머 확산 채널(Channel)은 온라인 미디어가 36.8%, SNS가 16.1%로 많이 언급되었다.

이는 주로 비공식 채널을 통해 루머가 확산된다는 김현주(1997)의 주장과 일치한다. 특히 김현주(1997)가 주장했던 비공식 채널은 주로 구전과 같은 대인 커뮤니케이션을 의미했던 반면, 온라인 미디어가 발전한 지금은 소셜 미디어가 루머 확산에 많은 비중을 차지하고 있다는 점이 주목된다. 최근 위험 커뮤니케이션에서 소셜 미디어가 차지하는 비중이 점차 늘고 있어 TV나 신문, 온라인 뉴스 등 공신력 있는 매체에서 보도된 위험 정보가 소셜 미디어를 통해 확산될 뿐 아니라, 소셜 미디어 상의 루머나 위험 정보가 공신력 있는 매체를 통해 다시 소개되고 있는 실정이다. 이에 정부는 국가적 위험 상황에서 확산되는 위험 루머에 효과적으로 대응하기 위해 SNS와 같은 비공식 채널을 상시 모니터링하고 위험 루머의 생산 및 확산에 대비할 필요가 있다.

루머 수용자(Receiver)의 정서적 반응으로는 불안이 가장 압도적으로 많이 나타났으며, 두려움이 그 다음으로 많이 나타났다. 불안과 공포를 유발시키는 유령형 루머가 가장 많이 나타난 것과 같은 맥락이다. 이는 루머나 자연 재난, 인적 재난과 같은 위기가 발생했을 때 기본적으로 불안이 발생한다는 선행연구(Jin et al., 2009)의 주장과 일치한다. 위험 상황에서 언론이 불안을 포함한 여러 감정적 반응을 보도한다는 선행연구(Sandman, Miller, Johnson, & Weinstein, 1993)와도 부합한다. 근본적으로 불확실성을 내포하는 위험 이슈에 대해 유령형 루머와 더불어 불안과 같은 부정적인 정서적 반응을 보도하는 경우 위험 인식이나 반응이 과장될 수 있어(Paek, Oh, & Hove, 2017) 언론은 루머나 국민의 정서적 반응을 보도하는 데 신중할 필요가 있다.

한편, 대부분의 기사(77.3%)에서 루머의 효과(Effect)를 언급하고 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 정치적 효과가 가장 많이 나타났으며, 사회적 효과가 그 뒤를 이었고 경제적 효과는 거의 언급되지 않았다. 즉, 언론은 루머가 확산되었을 때 루머가 경제적으로 미치는 효과보다는 어떠한 사회적 변화를 일으키거나 갈등을 일으킨 것 혹은 루머에 대한 정부의 입장이나 대처 등에 더 주목하고 있는 것을 알 수 있었다.

언론에 보도된 위험 루머에 대한 정부의 대응 전략을 구체적으로 살펴본 결과, 공격자 공격 전략과 반박 전략이 가장 많이 제시되었으며, 그다음으로는 부인 전략이 많이 제시된 것으로 나타났다. 예를 들어, 공격자 공격 전략으로는 “검찰과 경찰이 ‘인터넷 괴담’에 대한 전면적인 수사에 착수했다.”(홍주의·장석범, 2008, 5, 6), “법무부와 검찰·경찰이 중동호흡기증후군(메르스) 관련 허위사실 유포자를 엄단하기로 했다.”(김경학, 2015, 6, 5)와 같이 루머 유포자를 수사한다는 내용이 대부분이었다. 반박 전략으로는 “이 역시 전자파의 유해성 자체에 기댄 막연한 괴담으로 볼 수 있다. 사드 레이더의 전자파는 지상으로 향하지 않기에 전제 자체가 성립되지 않는 셈이다.”(정건희, 2016, 6, 15)와 같이 주로 루머에 반박하는 근거를 제시하는 내용이 있었다.

반면, 브랜드 루머 연구(Tybout et al., 1981)에서 루머 대응 전략으로 제안된 저장 전략, 인출 전략 등은 거의 제시되지 않았다. 즉, 정부의 대응이 필요한 국가적 위험 상황에서는 부정적인 정보가 존재하는 상황에서 새로운 긍정적인 정보를 제공하는 ‘저장 전략’이나, 이전의 긍정적 정보를 불러일으키는 데 영향을 주어 부정적인 정보를 줄이는 ‘인출 전략’은 적합하지 않을 수 있다. 국가적 위험 상황이란 말 그대로 사회 전체와 국민에게 피해가 갈 수 있는 급박한 상황이므로 더 신속한 대응이 필요하기 때문이며, 이러한 정부의 대응을 언론의 환경 감시 기능이 파악하고, 이를 국민에게 전달하는 것이 중요하기 때문일 것이다.

그렇다면 정부의 루머 대응 전략은 루머의 특성에 따라 차이가 있었는지 검토해 볼 필요성이 있다. 연구 결과, 우선 루머 정보원에 따른 대응 전략에는 차이가 없었다. 하지만, 일반인이 루머 정보원인 경우 반박 전략이 22.7% 공격자 공격 전략이 47.0%로 나타나, 루머 정보원이 확인되는 경우에 수치상으로 공격자 공격 전략이 더 많이 제시된 것을 확인하였다. 즉, 콤즈(Coombs, 2000)는 루머 생산자가 확인되는 경우 공격자 공격 전략과 반박 전략을 사용하고, 루머 생산자가 확인되지 않는 경우 반박 전략이나 단순 부인 전략을 사용해야 한다고 주장하였는데, 언론 보도에서도 루머 정보원이 확인되는 경우 공격자 공격 전략이 더 많이 언급되고 있었다. 이는 루머 생산자가 확인되는 경우 루머가 사실이 아님을 보다 강력하게 주장하기 위해 적극적인 공격자 공격 전략을 사용한 것으로 추측할 수 있다. 물론 본 연구의 범위는 언론 보도에 나타난 “현상”을 관찰하는 것이기에 그 의도를 추측만 할 뿐, 정확히 정부의 의도를 파악할 수는 없다. 하지만 향후 국가적 위험에 대한 대응 전략을 개발하기 위해선 선행연구와 이론적 논의를 바탕으로 효과적인 전략이 무엇인지에 대한 논의는 이루어질 필요성이 있다. 예를 들어, 콤즈(Coombs, 2000)는 힘을 지닌 조직이 루머 생산자를 공격하는 것은 자칫 가혹하게 느껴질 수 있기 때문에 공격을 정당화하기 위한 해명을 함께 하는 것이 더 효과적이라고 제안하였다. 따라서 루머 생산자가 확인되었을 때 공격자 공격 전략을 개별적으로 사용하기보다는 루머에 대한 적절한 반박을 함께 사용하는 것이 더 효과적일 수 있다.

루머 유형(Message)에 있어 반박 전략은 다른 루머 유형보다 미래적 루머, 우연히 발생된 루머, 이성적 루머에서 더 많이 제시된 반면 공격자 공격 전략은 회고적 루머, 계획된 루머에서 더 많이 제시된 것으로 확인되었다. 연구 결과를 루머 유형에 각 개념적 정의를 바탕으로 해석해보면, 미래적 루머의 경우 아직 다가오지 않은 미래를 예측하기 때문에 루머가 사실로 밝혀질 가능성이 있거나 사실 여부가 불확실하다는 점에서 공격자 공격 전략과 같은 매우 적극적인 대응 전략보다는 상대적으로 적극성이 낮은 반박 전략이 주로 제시된 것으로 추측해볼 수 있다. 우연히 발생된 루머의 경우 공격의 대상이 명확하지 않기 때문에 공격자를 공격하기보다 공중에게 루

머가 사실이 아님을 설명하는 반박 전략이 더 많이 제시된 것으로 볼 수 있다. 이성적 루머의 경우 루머 메시지의 품질이 뉴스와 유사한 구체성을 지니고 있고 부분적으로 근거가 있다는 점에서 루머가 지닌 근거에 대해 논리적으로 반박하는 전략이 더 많이 제시된 것으로 추측할 수 있다. 반면에 회고적 루머의 경우 이미 과거 사건에 대한 명확한 사실이 존재하기 때문에 매우 적극적인 공격자 공격 전략이 제시된 것으로 추측할 수 있으며, 계획된 루머의 경우 공격의 대상이 존재하기 때문에 콤즈(Coombs, 2000)가 주장하였듯이 공격자 공격 전략을 주로 활용한 것으로 설명할 수 있다.

루머 확산 채널(Channel)에 있어서는 매스미디어가 루머 확산 채널로 언급된 경우 반박 전략이 좀 더 적게 제시됐지만, 온라인 미디어와 휴대폰 메시지 및 메신저가 루머 확산 채널로 언급된 경우 공격자 공격 전략이 더 많이 제시되었다. 즉, 매스미디어와 같이 공식 채널을 통해 루머가 확산된 경우 보다 온라인 미디어와 같이 비공식 채널을 통해 루머가 확산된 경우 법적 대응을 포함한 더 강경한 대응이 기사에 언급된 것을 알 수 있었다.

루머 수용자(Receiver)의 정서적 반응은 반박 전략에서만 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났는데 다른 정서적 반응보다 불안이 언급된 경우 반박 전략이 좀 더 많이 제시되었고, 분노 혹은 슬픔이 언급된 경우 반박 전략이 더 적게 제시되었다. 로스노(Rosnow, 1991)는 불확실성과 불안감이 존재할 때 루머가 생성된다고 주장하였다. 이원준과 이한석(2012)의 실험 연구에서도 루머에 대한 걱정 수준이 높을수록 루머를 더 수용하는 것으로 나타났다. 이를 뒤집어 보면 공중이 느끼는 불확실성과 불안감을 낮추면 루머 수용과 확산에 대처할 수 있다는 것이다. 즉, 국가적 위험 상황에서 사실이 아닌 루머가 확산되었을 때 발생된 불안과 같은 부정적 감정을 해소해 주기 위해서는 정확한 정보를 전달해주는 반박 전략이 더 효과적일 수 있다.

한편, 루머 효과(Effect)는 사회적 효과가 언급된 경우 반박 전략이 더 많이 제시되었다. 사회적 혼란이 발생했을 때 정부가 정확한 정보 전달을 하고자 노력하는 반박 전략은 정부가 사용할 수 있는 효과적인 대응 전략 중 하나로 고려될 수 있다. 루머에 효과적으로 대응하기 위해선 신뢰할 수 있는 공식 채널의 일관성 있는 정보 전달이 매우 중요하기 때문이다(DiFonzo & Bordia, 2000). 따라서 이러한 효과성을 고려하여 정부가 반박 전략을 더 많이 사용했을 것이라고 추론해 볼 수 있지만, 내용분석 방법의 한계 상 실제 의도를 검증할 수는 없었다.

## 2) 연구의 한계점

본 연구는 몇 가지 한계점을 지닌다. 첫째, 본 연구에서는 국가적 위험 루머를 체계적으로 검토하려는 목적에서 언론에 보도된 위험 루머를 검토하였다. 이는 언론의 환경 감시 기능과 의제 설

정 기능, 사회적 영향력을 고려한 것이지만, 언론이 보도한 루머만 확인했다는 한계점이 있으며, 실제로 일어난 위험과 루머, 루머 대응을 모두 파악하지 못했을 수 있다.

둘째, 자료를 수집하면서 포털 사이트 네이버를 사용하였는데, 조선일보와 중앙일보의 경우 일정 기간이 지나면 네이버 뉴스에서는 기사를 확인할 수 없어 두 언론사에서 10년간 보도한 자료 중 대부분을 수집하지 못했다는 한계가 있다.

셋째, 본 연구에서는 위험 루머에 대한 기사를 수집하는 데 있어 최종 검색 키워드로 [‘위험’ or ‘재난’ or ‘재해’] and [‘루머’ or ‘유언비어’ or ‘괴담’]을 사용하였다. 이처럼 선행연구와 뉴스기사 검색량 등을 고려하여 최종 검색 키워드를 선정하는 과정에서 ‘위험 루머’라는 연구 주제에 명확하게 부합하지 않는다고 판단하여 제외한 ‘가십’이나 고려하지 못한 ‘소문’과 같은 키워드가 있어 위험 루머에 대한 모든 기사가 수집되지 않았을 가능성이 있다.

넷째, 코더 간 신뢰도 검증 결과 ‘루머 품질’을 기준으로 하는 루머 유형에 대한 신뢰도가 .66으로 다소 낮게 나타나 해당 분석 유목에 대한 분석 결과의 신뢰도가 떨어진다는 점이다. 이는 최대한 기사의 내용을 기준으로 루머 품질을 판단하려 하였으나 기사마다 같은 내용의 루머를 다르게 보도하고 있어 루머의 품질을 명확히 분류하는 데 어려움이 있었던 것으로 판단된다. 따라서 본 연구에서는 루머에 대한 언론 보도 내용분석을 실시하는 향후 연구가 이루어진다면 루머 품질 분석 유목에 대한 조작적 정의와 판단 기준을 좀 더 명확하게 보완할 것을 제안한다.

마지막으로, 내용분석 연구방법의 특성상 언론에 보도된 루머의 커뮤니케이션 특성이나 정부의 대응 전략 유형이 어느 정도 제시되었는지를 파악할 뿐, 직접 루머 수용자에게 미치는 영향은 설명할 수 없다는 한계점이 있다. 다양한 국가적 위험 이슈와 루머 유형에 대해 정부가 대응하는 데 어떤 전략이 효과적인지를 검토하는 실험 연구나, 정부 대응에 대한 공중의 인식 및 공중의 행동 반응을 살펴볼 수 있는 설문 연구 등이 향후 진행되어야 할 것이다.

### 3) 결론과 함의

몇 가지 한계점에도 본 연구는 다음과 같은 점에서 위험 루머 연구에 이론적, 실무적인 함의를 가진다. 첫째, 지금까지 기업, 브랜드 루머 분야에서 주로 이루어진 루머에 대한 이론적 논의를 국가적 위험 분야로 확장하였다는 함의가 있다. 본 연구에서는 다양한 위험 주제에 대한 루머 유형을 살펴봄으로써 기업 루머와 위험 루머의 특성에 차이가 있다는 것을 확인하였다. 이는 기존에 이루어진 루머 연구에서 효과적으로 밝혀진 대응 전략을 국가적 위험 상황에 그대로 적용시켜 사용하기 보다는, 국가적 위험 상황에 더 적절한 대응 전략을 밝혀낼 필요성이 있음을 의미한다. 따라서 향후에는 위험 루머의 특성을 바탕으로 국가적 위험 상황에 적합한 루머 대응 체계를 수

립하기 위해 다양한 위험 루머 연구가 이루어져야 한다.

둘째, SMCRE 모델의 구성 요인에 따라 그동안 루머 연구에서 살펴본 주요 변수들을 체계적으로 정리하고, 국가적 위험 상황에서 언론에 보도된 위험 루머의 특성을 검토하고 분류하였다는 함의가 있다. 이에 향후에는 기존에 연구가 부족했던 위험 루머의 커뮤니케이션 특성에 보다 주목하여 다양한 루머 연구가 이루어질 것으로 기대해볼 수 있다.

셋째, 언론 보도 내용분석을 통해 국가적인 위험 상황에서 환경 감시자이자 위험 정보를 전달하는 핵심 매체로서 수용자의 인식에 중요한 영향을 미칠 수 있는 언론이 주로 어떠한 위험 루머를 보도하고 있는가를 살펴보았다는 점에서 함의가 있다. 루머는 생성되고 확산되는 과정에서 정보원의 신뢰도, 메시지 신뢰도, 확산 채널 신뢰도 등이 높다고 수용자에게 여겨질수록 더욱 적극적으로 확산되는 특성이 있다. 그렇기 때문에 신뢰도가 높은 공식 채널인 언론이 보도한 위험 루머는 사회적으로 중요하게 인식될 수 있다. 이에 위험과 루머를 보도하는 언론의 책임 있는 자세가 요구되며, 정부가 위험 루머에 대응할 때도 언론이 보도하는 내용에 주목할 필요성이 있다.

본 연구 결과는 한국사회에서 발생했던 위험과 위협에 따른 루머, 그리고 정부의 대응 전략을 파악하는 기초자료를 제공한다. 이러한 기초자료를 근거로 삼아 향후에는 위험 이슈와 위험 루머의 특성에 따른 효과적인 대응 전략을 연구하고 개발하는 데 주력해야 할 것이다.

## 참고문헌

- 권구민·조수영 (2017). 수용자의 정보 처리 유형, 루머 대상에 대한 사전 태도·사전지식이 루머 확산에 미치는 영향. <홍보학 연구>, 21권 1호, 1-25.
- 권영지 (2012). <언론사 공신력과 기사 정보량이 루머 댓글 읽기 효과에 미치는 영향에 대한 두 가지 설명 모형: 설득효과모형 대 의제설정모형>. 서울대학교 석사학위 논문.
- 김경학 (2015, 6, 5). 김·경 “허위사실 유포 엄단” 의심환자 불응 땀 ‘강제 격리’. <경향일보>. URL: [http://news.khan.co.kr/kh\\_news/khan\\_art\\_view.html?artid=201506052146245&code=940601](http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201506052146245&code=940601)
- 김민정·윤영민 (2015). 복합매체 이용과 사회적동조가 온라인상에서 루머신뢰 및 루머전파의도에 미치는 영향. <홍보학 연구>, 19권 2호, 96-119.
- 김영옥 (2014). <위험 커뮤니케이션>. 서울: 커뮤니케이션 북스.
- 김영옥·이현승·장유진·이혜진 (2015). 언론은 미세먼지 위험을 어떻게 구성하는가?: 미세먼지 위험보도 프레임과 정보원 분석. <한국언론학보>, 59권 2호, 121-154.
- 김원제·이창주·조항민 (2011). 원자력 정책갈등 해소를 위한 위험커뮤니케이션 구조분석 연구: SMCRE 모델 적용을 통한 원전지역주민과 일반국민의 인식구조 비교분석을 중심으로. <분쟁해결 연구>, 9권 1호, 5-66.
- 김태형·유미·간형식 (2015). 루머 유형과 대응전략에 따른 브랜드 신뢰도 변화에 대한 연구. <상품학연구>, 33권 2호, 39-48.
- 김현주 (1997). 기업 루머의 생성과 확산 : 이론적 고찰. <커뮤니케이션학연구>, 5권 1호, 264-291.
- 류현숙·윤기웅·홍승희 (2013). <소셜미디어를 통한 위험정보 확산과 위험인식에 관한 연구>. 서울 : 한국행정연구원.
- 박진우·이형민·한동섭 (2014). 고리 원자력 발전소 블랙아웃 사고에 대한 매체별 보도 프레임 분석. <언론과학연구>, 14권 2호, 31-74.
- 박휘락 (2016a). 사드(THAAD) 배치를 둘러싼 논란에서의 루머와 확증편향. <전략연구>, 23권 1호, 5-36.
- 박휘락 (2016b). 사드에 관한 한국의 논란 분석: ‘루머폭탄’의 개념 적용. <군사논단>, 85권, 13-35.
- 박휘락 (2017). 사드를 둘러싼 논란의 재조명: 루머폭탄과 확증편향. <군사논단>, 89권, 14-20.
- 송동근·민귀홍·진범섭 (2016). 공중보건 위기 상황 시 정보 정확성과 정보 적절성이 정부 신뢰와 만족에 미치는 영향: 메르스 사태를 중심으로. <홍보학 연구>, 20권 2호, 61-90.



- 송해룡 (2012). <위험 커뮤니케이션: 미디어와 공론장>. 서울: 성균관대학교 출판부.
- 송해룡·이윤경 (2013). 국내 중앙일간지와 지역일간지의 위험보도에 관한 비교연구: “구미 불산가스 누출 사고” 보도 분석을 중심으로. <정치커뮤니케이션 연구>, 28권, 97-144.
- 삼은정 (2017). <루머 전파 과정에서 SNS, 언론, 정부의 특징과 구실에 관한 연구: 방사능 수산물 루머에 대한 프레임 분석을 중심으로>. 성균관대학교 대학원 박사학위 논문.
- 안대천·김상훈 (2012). SNS유형별 광고속성 평가 및 태도에 관한 연구: 블로그, 트위터, 페이스북, 유튜브의 비교. <광고학연구>, 23권 3호, 53-84.
- 안지수·이원지 (2011). 사회적 동조와 개인의 정보처리 성향이 루머 메시지의 신뢰에 미치는 영향. <언론과학연구>, 11권 4호, 296-320.
- 양정은 (2015). 국내 일간지의 식품위험 보도에 대한 연구: 지난 10년간의 보도 양상과 헤드라인의 낙인 요소 분석을 중심으로. <언론과학연구>, 15권 3호, 131-180.
- 오수민 (2012). <소셜미디어 이용, 사회적 동조, 그리고 위험루머 유형이 수용자 인식에 미치는 영향: 트위터 이용을 중심으로>. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 오재호·허모랑·우수민 (2013). 20세기 이후 발생한 재난 특성 분석을 통한 미래 변동 추이 전망. <한국 위기관리논집>, 9권 10호, 47-74.
- 유미 (2014). <루머 유형과 대응전략에 따른 브랜드 신뢰도 변화에 대한 연구>. 한국외국어대학교 석사학위 논문.
- 유재원 (2017). <소셜 미디어 상의 정보원 신뢰도와 위험인식: 업데이트 신속성과 사회적 지지의 효과>. 성균관대학교 석사학위 논문.
- 이민규·이예리 (2012). 국내 신문의 가축 전염병 위험 보도에 대한 프레임 연구: 중앙지와 지역지의 구체적 보도를 중심으로. <언론과학연구>, 12권 2호, 378-414.
- 이원준 (2010). 소비자의 루머 인식과 브랜드 태도. <한국콘텐츠학회논문지>, 10권 11호, 363-370.
- 이원준 (2011). 브랜드 자산, 소비자 로열티, 그리고 온라인 루머의 영향력. <사이버사회문화>, 2권 2호, 49-76.
- 이원준·이한석 (2012). 소비자의 부정적 브랜드 루머의 수용과 확산. <Asia Marketing Journal>, 14권 2호, 65-96.
- 이지은·전학진·유동호 (2015). 기업태도가 소비자의 기업루머 신뢰에 미치는 영향: 루머유형, 메시지 강도와 반박 전략을 중심으로. <마케팅연구>, 30권 2호, 27-52.
- 이현정 (2015, 6, 22). 비타민C로 메르스 예방? 과다 복용 땀 되레 설사만. <서울신문>. URL: <http://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20150622025001>

- 이혜규 (2015). 〈루머〉. 서울: 커뮤니케이션 북스.
- 이혜규·김미경 (2016). 루머의 혐오감에 따른 루머 확산 및 행동 변화 “정보로서의 정서 각성” 모델 기반 연구. 〈한국광고홍보학보〉, 18권 2호, 213-236.
- 장금시·조수영 (2017). 루머 유형, 메시지 소구 유형이 루머 신뢰 및 확산 의도에 미치는 영향: 수용자의 정보 처리 동기의 조절 효과를 중심으로. 〈홍보학 연구〉, 21권 2호, 1-38.
- 장혜지·조수영 (2013). 악성루머에 대한 사회적 동조, 대응방법, 루머이력이 기업평가 및 루머신뢰에 미치는 영향. 〈한국언론학보〉, 57권 4호, 96-123.
- 정건희 (2016, 6, 15). 하늘로 향하는 전자파...‘사드 참외’는 없다. 〈국민일보〉. URL: <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0923586980&code=11122100&cp=mv>
- 조수영·정민희 (2011). 기업의 부정적 루머에 대한 사실 인식에 미치는 댓글의 영향력. 〈한국언론학보〉, 55권 5호, 312-339.
- 조항민 (2013). 국내 언론의 재해보도에 관한 연구: 태풍·폭우·폭염에 대한 주요 일간신문 분석을 중심으로. 〈한국위기관리논집〉, 9권 6호, 21-44.
- 차유리 (2015). “내 그럴 줄 알았지!”: 인터넷루머 장르, 매체·대상 선호도에 따른 수용자 믿음 및 전파의도. 〈한국방송학보〉, 29권 6호, 330-373.
- 차유리·권예지·나은영 (2016). 아니 뎀 굴뚝에 연기 날까?: 정부기관 루머에 대한 인터넷 공중의 개입과 책임귀인 간 관계 탐색. 〈한국언론학보〉, 60권 4호, 120-150.
- 최미정·이수동·김주영 (2004, 10월). 〈정보신뢰도와 감정적 반응이 정당태도 변화에 미치는 영향에 관한 연구: 악성루머와 설득적 자기방어 수단을 중심으로〉 한국유통학회 추계학술대회. 청주: 충북대학교.
- 최민재 (2009, 12월). 〈소셜 미디어의 확산과 미디어 콘텐츠에 대한 수용자 인식연구〉. 한국언론정보학회 가을철 정기학술대회. 서울: 서강대학교.
- 최선을·조용철 (2015, 6, 4). ‘메르스 병원’ 쉬쉬... 커지는 괴담. 〈서울신문〉. URL: <http://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20150604001010>
- 한겨레 (2016, 6, 4). [사설] 투명한 정보공개가 재난 극복의 출발점. 〈한겨레〉. URL: <http://www.hani.co.kr/arti/opinion/editorial/694275.html>
- 한국언론진흥재단 (2016). 〈2016 언론수용자 의식조사〉. 서울: 한국언론진흥재단.
- 홍주의·장석범 (2008, 5, 6). ‘광우병 인터넷 괴담’ 전면수사. 〈문화일보〉. URL: <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LPOD&mid=etc&oid=021&aid=0001949492>  
<http://www.munhwa.com/news/view.html?no=20080506010301273010020>

홍주현·손영준 (2017). 사드 루머(THAAD rumor) 보도에 나타난 한국 언론의 정파성 네트워크 분석과 프레임 분석을 중심으로. <한국언론정보학보>, 84권, 152-188.

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

Bakir, V.(2010). Media and risk: Old and new research directions. *Journal of Risk Research*, 13(1), 5-18.

Camilli, G. (1995). The relationship between Fisher's exact test and Pearson's chi-square test: A Bayesian perspective. *Psychometrika*, 60(2), 305-312.

Coombs, W. T. (1999). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*. Thousand Oaks, CA: Sage. 이현우 (역) (2001). <위기관리 커뮤니케이션>. 서울 : 커뮤니케이션 선복스.

Coombs, W. T. (2000). Designing post-crisis messages: Lessons for crisis response strategies. *Review of Business*, 21(3/4), 37-41.

Coombs, W. T. (2004). Impact of past crises on current crisis communications: Insights from situational crisis communication theory. *Journal of Business Communication*, 41, 265-289.

Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2004). Reasoned action in crisis communication: An attribution theory-based approach to crisis management. *Responding to crisis: A rhetorical approach to crisis communication*, 95-115.

DiFonzo, N., & Bodria, P. (2000). How top PR professionals handle hearsay : Corporate rumors, their effects, and strategies to manage them. *Public Relations Review*, 26(2), 173-190.

DiFonzo, N., & Bordia, P. (2006). *Rumor psychology: Social and organizational approaches*. 신영환 (역) (2007). <루머 심리학>. 서울: 한국산업훈련연구소.

DiFonzo, N., & Bordia, P. (2007). *Rumor psychology: Social and organizational approaches*. Washington, DC: American Psychological Association.

Fearn-Banks, K. (1996). *Crisis communications: A casebook approach*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Holton, C., & Edmondson, D. R. (2012). Gilding the lie: Development of the attitude

- Learning Theory using Information Processing Theory and Fishbein's attitude toward the object to capitalize on false, negative rumors. *Marketing Management Journal*, 22(1), 35-49.
- Jin, Y., Pang, A., & Cameron, G. T. (2009). Developing a publics-driven, emotion-based conceptualization in crisis communication: final stage testing of the integrated crisis mapping (ICM) model. *International Communication Association, Annual Meeting*, 1-37.
- Kim, J. H., & Kim, S. Y. (2017). Who are true believe? -Analyzing the determinants of trust in rumors about nuclear power energy. *Crisisonomy*, 13(1), 17-32.
- Knapp, R. (1944). A psychology of rumor. *Public Opinion Quarterly*, 8(1), 22-37.
- Koenig, F. (1985). *Rumor in the market place: The social psychology of commercial hearsay* dover. MA: Auburn House.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure & function of communication in society, in L. Bryson (Eds.), *The communication of ideas*, New York: Harper & Bros. Also reprinted in Schramm, W. (Eds., 1960). *Mass communications*. (pp. 117-130). Urbana: University of Illinois Press.
- Paek, H.-J., & Hove, T. (2017). How the media effects schema and the persuasion ethics schema affect audience responses to antismoking campaign messages. *Health Communication*. 1-11.
- Peterson, W.A., & Gist, N.P. (1951). Rumor and public opinion. *American Journal of Sociology*, 57(2), 159-167.
- Rosnow, R. L. (1991). Inside rumor: A personal journey. *American Psychologist*, 46, 484-496.
- Rowan, R., (1979). Where did that rumor come from. *Fortune*, 13, 130-137.
- Ryu, Y. J., & Kim, S. Y. (2016). Testing the acceptance and diffusion—model of internet rumor: Focusing on helping motivation for nuclear risk information. *Crisisonomy*, 12(9), 19-37.
- Sandman, P., Miller, P., Johnson, B., & Weinstein, N. D. (1993). Agency communication, community outrage, and perception of risk: Three simulation experiments. *Risk Analysis*, 13(6), 585-598.

- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: the evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20.
- Sellnow, T. L., Ulmer, R. R., Seeger, M. W., & Littlefield, R. (2009). *Effective risk communication: A message-centered approach*. New York, NY: Springer.
- Tuchman, G. (1980). *Making News*. New York: The Free Press.
- Tybout, A. M., Calder, B. J., & Sternthal, B. (1981). Using information processing theory to design marketing strategies. *Journal of Marketing Research*, 18, 73-79.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2013). *Mass media research: An introduction* (10th ed.). 유재천·김동규 (역) (2014). <매스미디어 연구방법론>. 서울: 한경사.

최초 투고일 2018년 2월 7일  
 게재 확정일 2018년 5월 11일  
 논문 수정일 2018년 6월 2일

Abstract

# A Content Analysis of 10-Year Media Coverage on Risk-related Rumors

**JiHye Yang**

Master's degree, Hanyang University

**Hye-Jin Paek**

Professor, Hanyang University

An effective rumor response strategy is crucial for enabling the government to control the spread of rumors during national risks. However, there is a lack of systematic and comprehensive research about what types of risk-related rumors have been available and which rumor response strategies have been employed. Based on the Source-Message-Channel-Receiver-Effect (SMCRE) model, the current study, first, reviews the literature on rumors and, second, analyzes the contents of 10 years of media coverage on risk rumors. Analysis of 1,188 news articles yielded the following five results. (1) Health-related risks were most prevalent. (2) The most prevalent Source of rumor was lay people. (3) The most available types of rumor Messages were bogies, negative, future-oriented, accidental, rational and imaginary. (4) The most prevalent Channel of rumor was online media. (5) The most prevalent Receiver response was uneasy emotion. (6) The most prevalent Effects were political and social. Meanwhile, the most prevalent rumor response strategies were 'Attacker-the-accuser', 'Refutation', and 'Denial', and the use of each type of response varied across the characteristics of risk-related rumors.

**Keywords:** Risk rumor, rumor response strategy, media coverage, SMCRE, content analysis