

트위터를 통한 루머의 확산 과정 연구:

한미 FTA 관련 루머의 자극성에 따른 의견 확산 추이와 이용자의 상호작용성을 중심으로*

홍주현** · 윤해진***

이 연구는 소셜 네트워크 사이트를 통해 루머가 급속하게 확산될 뿐만 아니라 정책 결정과정에게까지 영향을 미치는 현상에 주목하였다. 이에 거시적 관점에서 한미 FTA와 관련된 여론의 확산 추이를 살펴보고 미시적 관점에서 이용자 간에 상호작용성이 얼마나 활발하게 나타나는지 분석하였다. 이 연구는 루머의 자극성을 루머의 확산에 영향을 미치는 요인으로 보았다.

한미 FTA 관련 루머 중 트위터 검색 엔진을 통해 연관 검색어로 나타난 맹장수술 괴담, 약값 폭등, 건강보험 붕괴를 중심으로 루머의 자극성과 자극성에 따른 확산 추이, 상호작용성을 분석하였다. 루머의 자극성을 사실적 측면과 표현적 측면으로 구분해 분석한 결과, 사실적 측면의 자극성은 맹장 수술 괴담이, 표현적 측면의 자극성은 약값 폭등이 가장 컸다. 루머의 자극성에 따른 여론의 확산 유형을 분석한 결과, 맹장 수술 괴담의 경우 '폭발적 소멸형 파동'이, 약값 폭등의 경우 '잠재적 소멸형 파동'이, 건강 보험 붕괴의 경우 '반복적 파동'이 형성되었다. 루머의 자극성과 상호작용의 관계를 상관관계 분석한 결과, 맹장 수술 괴담의 경우 약한 정도의 상관관계가, 건강 보험의 경우 높은 정도의 상관관계가 나타났다. 건강 보험 붕괴의 자극성이 맹장 수술 괴담의 자극성보다 낮았지만, 건강 보험의 경우 이용자들이 체감하는 이슈 관여도가 높아 논의가 더 활발하게 이루어진 것으로 생각된다.

이 연구를 통해 한미 FTA 체결과 관련하여 트위터가 부정적인 메시지가 확산되는 통로의 역할을 한 것으로 판단된다. 향후 정부는 소셜네트워크사이트를 통한 루머의 확산 과정을 파악하고, 이에 대한 대책을 마련해야 할 것이다.

주제어: 루머, 확산 추이, 트위터, 상호작용성

1. 문제제기

트위터, 페이스북 같은 소셜 네트워크 사이트(Social Network Sites, 이하 SNSs)들은 모바일 인터넷에 의한 연결성(connectivity)으로 이용자들이 시공간을 초월하여 단문으로 자유롭게 의견을 표출할 수 있도록 했다(Owen & Humphrey, 2008; Pick, 2010). 이용자들은 비용을 지불하지 않고도 트위터를 통해 정보를 얻고, 정치적 의견을 표출할 수 있으며, 정치 행위자나 정책 입안자들도 디지털 미디어 시대의 공론장 중 하나인 트위터를 통해 다양한 정보를 습득하고, 여기서 형성된 여론을 파악한다. 디지털 미디어 시대의 공론장은 정치 정보를 조직화하고,

* 날카로운 지적을 통해 논문의 완성도를 높이는데 도움을 주신 익명의 심사위원 세 분께 진심으로 감사드립니다.

** 국민대학교 언론정보학부 강의전담 교수 (joohssy@kookmin.ac.kr), 주저자

*** MBC 편성국 전문연구위원 (yunhaejun@gmail.com), 교신저자

생산된 정보에 대한 의견 교환을 가능하게 하는 상호작용 도구로 볼 수 있다. 최근 몇 년 사이 SNSs는 후보자와 이용자 간, 정책 입안자와 이용자 간 의견을 교환하는 마이크로 블로깅 플랫폼(microblogging platform)의 역할을 통해 정치 커뮤니케이션 과정에서 영향력을 확장하였다(Henderson & Browerly, 2010; Mascaro & Goggins, 2010).

한국에서는 2008년 스마트폰이 보급된 이래 불과 3년 여 만인 2011년 10월 말 스마트폰 이용자가 2,000만 명을 넘어서는 등 스마트폰이 대중 매체로 자리매김했다. 2011년 10월 26일 치러진 서울시장 재선거에서 유권자들은 트위터를 이용해 후보자에 대한 지지를 호소하고, 투표 참여를 독려하는 등 스마트폰을 통한 이용자의 정치 관여도 높아졌다. 스마트폰 이용자의 증가와 함께 정치 캠페인에서 트위터를 통해 형성된 여론의 정치적 영향력도 커졌다. 박한우(2007)는 트위터를 통해 정치커뮤니케이션이 어떻게 이루어지는지 네트워크 분석을 실시했다. 시민 블로그가 의견을 적극적으로 표출하면서 국회의원과 일반 시민을 연결시키는 역할을 할 뿐만 아니라 정치적 성향이 비슷한 사람들과 관계를 맺으면서 정치적 이슈의 확산에 기여한다고 했다.

정치 과정에서 블로그, 트위터의 영향력이 증가되었음에도 불구하고, 트위터를 통한 의견의 확산에 대해 부정적 견해도 적지 않다. 2012년 대통령 선거 때 국정원에서 여당 후보에 유리한 댓글을 2만 6천여 건이나 올리고 확산시켜 선거에 부정적인 영향을 미쳤다는 의혹을 받고 있는 것이 좋은 예이다. 또한, 트위터의 모바일 연결성(mobile connectivity), 개방성(openness)과 같은 매체적 특성으로 인해 사실보다 오보(misinformation), 유언비어(sensational rumor)가 더 이용자의 관심을 끌고, 급속하게 확산되기 쉽다(Ratkiewicz, Conover, Meiss, Goncalves, & Flammini, 2011). 정치 과정에서 트위터를 통한 부정적인 정보의 확산, 특히 루머의 확산은 우리나라의 사례에서 보듯이 후보자나 정부의 정책에 부정적인 영향을 미칠 수 있다는 점에서 주목할 필요가 있다.

이 연구는 2011년 한미 FTA가 체결된 이후 트위터를 통해 한미 FTA 관련 루머가 급속히 확산된 현상에 주목하였다. 한미 FTA 체결이후 사회 각 분야에 어떤 변화가 일어날지에 국민들의 관심이 집중되었다. 당시 ‘의료 민영화와 건강 보험의 붕괴로 맹장 수술비가 900만원에 이를 것이고, 약값도 폭등해 앞으로 한국에서는 병원에 가기 힘들 것’이라면서 한미 FTA¹⁾를 반대하는 의견이 트위터를 통해 급속히 확산되었다. 급기야 한국 정부는 트위터를 통해 확산되는 루머를 ‘괴담’이라고 하면서 사실이 아니라고 주장했다. 국민들이 병원 의료비 폭등이나 약값 폭등, 건강보험 붕괴와 같은 일은 발생하지 않을 것이라는 정부의 발표를 믿지 못하는 상황에서 루머는 트위터를 통해 폭발적으로 확산되었다. 한미 FTA 반대 집회가 연일 열렸고, 국회 비준도 야당의 반대 속에 한나라당 단독으로 이루어졌다.²⁾

이와 같이 트위터를 통한 루머의 확산이 사회의 정책 결정과정이나 국민들에게 부정적인 영향을 미치고 있음에도 불구하고, 이에 대해 학문적으로 규명한 시도는 찾아보기 힘들다. 무엇보다 여론의 형성과 확산이론의 관점에서 루머와 같은 부정적인 이슈가 어떻게 확산되는지

1) 한미 FTA(South Korea - United States Free Trade Agreement)의 약어.

2) “경제단체들, 한미 FTA 비준촉구 국회앞 집회,” 헤럴드 경제 2011년 11월 1일자 참조.

우리나라의 상황을 고려해 고찰한 연구는 많지 않다. 선행 연구로 사회적 쟁점이 인터넷에서 어떻게 확산되는지 과동 이론의 관점에서 고찰한 연구(홍주현, 2009), 네트워크 이론의 관점에서 의견의 확산 양상을 유형화한 랫키비츠, 마이스, 프라미니와 멘체르(Ratkiewicz, Meiss, Flammini & Menczer, 2011)의 연구, SNS에서 여론을 선도하는 트위터리안이 여론형성에 미치는 영향을 연구한 박상호(2012)의 연구가 있다. 선행 연구들은 인터넷에서 의견의 확산 과정을 고찰하였을 뿐 루머와 같이 사실임을 전제로 한 쟁점과 다른 특성을 갖고 있는 이슈의 확산 과정과 확산 원인을 규명하지 못했다. 이에 비해 트위터에서 일본 대지진과 관련된 루머와 루머에 대한 비판이 얼마나 확산되는지 연구한 타나카, 사카모토와 마츠키(Tanaka, Sakamoto & Matsuka, 2011)의 연구는 주목할 만하다. 타나카와 동료들은 불안감, 정확성 등 루머를 확산시키는 이용자의 심리적 동인에 주목하고 일본 대지진과 관련된 루머와 루머에 대한 비판이 어떻게 확산되는지 밝혔다. 그러나, 단문으로 의견을 개진하고, 팔로어와 팔로잉간의 상호작용을 통해 메시지가 순식간에 확산되는 트위터의 특성을 고려한 확산과정을 밝히지 못했다는 한계를 갖는다.

이 연구는 트위터를 통해 루머가 어떻게 확산되는지 여론의 확산 추이를 살펴보고, 확산 동인으로 루머의 특성 특히, 자극성에 주목해서 자극성에 따라 이용자들이 얼마나 활발하게 의견을 교환하는지 관계를 규명하고자 한다. 루머의 자극성이 이용자들의 의견 표출에 어떤 영향을 미치는지 실증적으로 밝힘으로써 향후 루머의 확산을 방지하고, 대책을 세우는데 유용하게 활용할 수 있을 것이다.

이 연구는 이와 같은 학문적, 현실적 필요에 의해 새로운 여론 형성 매체로 자리매김 한 소셜 미디어 중 하나인 트위터에서 루머와 같은 사실과 동떨어진 정보가 어떻게 확산되는지와 동을 유형(pattern)화 하고, 확산 동인을 밝힘으로써 여론 이론의 범위를 확장시키는데 기여할 수 있을 것이다.

2. 이론적 배경

트위터와 같은 SNSs에서 사회적 사건들은 수많은 연결(link)을 통해 공유되고, 온라인과 오프라인으로 확산된다(Ratkiewicz et al., 2011: 297). 140자로 제한된 트위터의 단문과 팔로어와 팔로잉으로 이루어진 트위터의 확산 구조, 비용을 지불하지 않고도 정보를 이용할 수 있다는 특성은 트위터에서 메시지가 순식간에 공유되고 확산되도록 한다. 이러한 특성을 고려하여 이론적 배경에서는 SNSs를 통해 정보가 어떻게 확산되는지 논의하고, 트위터를 통한 정보의 확산과정을 형식적 측면과 내용적 측면에서 살펴볼 것이다. 이를 통해 이 연구는 루머와 같은 부정적 메시지가 트위터를 통해 어떻게 확산되는지를 설명할 이론적 관점을 제안하고자 한다.

1) 소셜 네트워크 사이트를 통한 정보의 확산 과정

정보의 확산 연구(Information Diffusion)는 여론 연구에서 오랜 기간 동안 관심을 받아 온 주제이다. 정보의 공유와 개인들 간의 상호작용이 여론 형성에서 중요한 역할을 하기 때문이다 (Watts & Doods, 2007). 개인들이 자유롭게 정보에 접근하고, 활발한 상호작용을 할 수 있게 되면서 여론형성 과정에서 개인의 영향력이 증가했는데, 트위터는 이전과는 다른 방식의 커뮤니케이션 행위를 통해 개인들의 영향력을 더욱 증가시켰다. 140자 단문으로 의견을 주고 받는 트위터에서 개인들은 ‘친구’로 연결된 다수의 사람들과 동시에 상호작용이 가능하고 친밀감이 높다는 점에서 익명성을 특징으로 하는 기존의 다대다 커뮤니케이션(many to many)과 다르다 (Owen & Humphrey, 2008).

인터넷에서 댓글이나 퍼나르기를 통해 의견이 확산되는 반면, 트위터에서 개인들은 나를 따르는 사람들(follower)과 내가 따르는(following) 사람들 간의 상호작용을 통해 정보를 확산시킨다. 트위터에서 정보는 리트윗(retweet)에 의해 전체로 확산되는데, 리트윗은 온라인을 통한 사회적 상호작용을 강조한 것으로(Honeycutt & Herring, 2009) 정보를 다수에게 순식간에 확산시키는 역할을 한다. 어떤 사건에 대해 A가 트위터에 올리면 리트윗을 통해 A의 팔로어에게 전달된다. 전달된 메시지는 A의 팔로어와 A의 팔로어의 팔로어에 의해 단 몇 분, 몇 시간 안에 온라인에서 확산되고, 검색 엔진과 연결되어 실시간 검색어 상위에 오르게 된다(Ratkiewicz et al., 2011). 몇몇 개인이 팔로어에게 리트윗한 메시지가 폭발적으로 확산되는 현상을 랫키비츠의 학자들(Ratkiewicz et al., 2010)은 “트위터 폭발(Twitter Bomb)”로 개념화하였다. 리트윗에 의해 팔로어에게 메시지가 전달되고, 또 각 개인의 팔로어가 자신의 팔로어에게 메시지를 전달하는 네트워크 구조에 의해 순식간에 폭발적인 여론이 형성될 수 있는 것이다.

정치 과정에서 트위터의 역할에 대해서는 낙관적 관점과 비관적 관점이 공존한다. 낙관적 관점에서는 트위터가 개인의 정치 참여를 높일 수 있다는 점을 강조했다. 정치 과정에서 정보는 개인들의 이슈에 대한 상황 판단에 영향을 줄 수 있는 매우 중요한 요소인데 소셜 미디어를 통해 개인들의 정보력이 증가함으로써 정치 관여도가 높아지고, 정치 참여 기회도 많아졌다는 것이다(Miraudilla & Mary, 2010). 이렇게 된 데에는 친근한 사람과 속삭이듯이 정보를 교환하는 트위터의 영향이 크다(Deale & Strauss, 2008; O'reilly & Battle, 2009). 이와 대조적으로 인터넷과 같은 뉴미디어의 등장으로 개인들이 깊이 생각하지 않고, 즉각적으로 의견을 표출함으로써 오히려 시민의식을 약화시킬 수 있다는 우려도 제기된다(Stromer-Galley & Foot, 2002). 치밀한 망으로 연결된 인터넷에서 유언비어(rumor)가 훨씬 더 확산되기 쉽다는 것이다.

나마타메(Namatame, 2007)는 정보가 확산되는 과정에서 사람들이 특정 의견을 채택할 것인가의 여부에 입소문이 중요한 영향을 미친다면 질병이 확산될 때 면역력이 약한 사람들이 쉽게 감염되기 쉬운 것처럼 루머도 사회적 네트워크를 통해 전달될 때 메시지에 대한 정보가 없는 사람들에게 더 쉽게 받아들여질 것으로 보았다. 모리스(Morris, 2000)는 개인들이 정보를

다른 사람들에게 전달할 때 자신이 아는 사람들과 정보를 공유하는 경향이 있다고 했다. 루머의 확산 과정에서 이웃 간의 네트워크가 중요하다면서 네트워크 이웃들이 이웃을 더 많이 들수록 루머에 대한 신뢰성이 커진다고 한다. 루머가 타인에게 전달되면서 점차 신뢰성(credibility)을 얻게 되며, 시간이 흐르면서 확산의 한계점을 넘게 되면, 특정 커뮤니티 내에서 진실로 받아들여진다. 먼도자, 포브레와 카스틸로(Mendoza, Poblete & Castillo, 2010)도 정보의 신뢰도는 사건에 대한 진실 자체에 좌우되기보다 개인들에 의해 논의되면서 획득된다고 했다. 즉 이미 개인들에게 루머가 전달되는 과정에서 객관적 진실이나 사실 여부는 더 이상 중요하지 않으며, 전문성을 띄고 확산되면서 특정 커뮤니티 내의 개인들에게 얼마나 진실로 여겨지는가가 더 중요하다는 것이다. 그는 또한 사회적 측면에서 루머가 확산되는 원인으로 개인들의 오피니언 리더에 대한 불신을 지적하였다.

루머는 이슈의 흥미성이 높다는 점에서 전문성이 강한 특성을 갖고 있다. 더욱이 모바일 연결성(mobile connectivity)으로 인해 사용자 간 밀도가 높은 트위터에서는 앞의 연구에서 알 수 있듯이 더욱 폭발적으로 확산될 가능성이 높다(Ratkiewicz et al., 2011). 이 연구는 이러한 트위터의 특성과 개인이 올린 의견에 대한 책임(personal accountability)과 사실 체크 기제(fact-checking mechanism)가 약해 사실보다는 루머가 쉽게 확산되는 현상에 주목했다(Ratkiewicz et al., 2011). 다음에는 루머가 어떻게 확산되는지 확산 과정을 파동 이론의 관점에서 논의하겠다.

2) 소셜네트워크사이트를 통해 확산되는 루머의 파동과 루머에 대한 이용자의 상호작용성

이 연구는 SNSs의 즉각성과 접근성으로 인터넷에서 보다 의견의 역동성(opinion dynamics)이 클 것으로 보고, 여론 이론의 관점에서 의견의 확산 현상을 논의하고자 한다. 매스 미디어 중심의 여론형성 과정에서는 이슈의 생성과 소멸과정을 여론형성의 단계론으로 설명하지만, 인터넷 여론형성과정에서는 이슈의 생성과 의견 공유, 확산이 동시에 발생하는 순환적 과정으로 설명한다(홍주현, 2009).

여론 이론에서 파동(wave)은 사건이 발생한 직후 여론이 어떻게 확산되는지 보여주는 것으로 특정 시간대에 개인들의 의견이 확산되고 소멸되는 추이를 나타낸다. 파동은 높이와 폭, 주기로 구성되는데, 파동의 구성 요소를 여론에 적용시켜 보면, 파동의 높이는 특정 시간대에 개진된 의견의 양으로 볼 수 있다(홍주현, 2009). 파동의 폭은 논란이 되는 이슈에 대한 여론이 형성된 시간을 보여준다. 파동의 높이와 폭에 의해 파동이 다르게 형성될 것이다. 파동의 높이가 높다면 특정 이슈에 대한 사회적 관심도가 높아 의견이 많이 개진된 것으로 볼 수 있으며, 파동의 폭이 좁다면, 특정 이슈에 대한 여론이 순식간에 형성된 것을 나타낸다. 파동의 주기는 진동이 시작되어 다시 반복되기 전 까지, 또는 같은 현상이 반복되기 전까지를 의미하는데, 여론의 형성과 관련해 적용해 본다면 의견이 개진되기 시작한 후 소멸되었다가 다시 동일한

유형의 파동이 형성되기 전까지를 주기로 볼 수 있다. 따라서, 여론형성 과정에서 주기는 한 개의 파동으로 이루어지기도 하고, 여러 개의 파동으로 구성될 수도 있다. 파동의 주기를 토대로 여론의 확산 양상을 유형화할 수 있으며, 여론이 향후 확산될지, 아니면 소멸될지 여론의 형성 방향을 파악할 수도 있다(조동기, 2001; 홍주현, 2009). 이 연구는 이와 같은 여론의 파동을 루머의 확산 과정에 적용시켜 소셜 미디어에 올라온 개인들의 의견이 특정 시간대에 어떻게 확산되는지 추이를 파악할 것이다.

트위터에서 정보는 팔로어와 팔로잉에 의한 상호작용구조와 리트윗이라는 독특한 구조적 특성으로 인해 보다 쉽게 확산된다. 특히, 루머의 경우에는 이용자의 관심과 주목도가 높기에 더 쉽게 확산되기 쉽다. 트위터에서 사실이 아닌 정보가 어떻게 확산되는지 밝히기 위해 랫키비츠와 동료들은 사건이 발생해서 확산되는 과정을 도식화해서 나타냈다(Ratkiewicz, et al., 2011). 그들은 트위터를 통해 사실이 아니지만 사실 같은 정보(truthy memes)와 합법적인 정보(legitimate memes)가 어떻게 형성되고, 확산되는지 오피니언 마이닝(opinion mining) 분석을 통해 밝히고 정보의 확산 네트워크를 유형화하였다. 정보의 속성을 분류하고, 개인 이용자 계정 간 리트윗(retweet)과 멘션(mention)의 상호작용을 직접적인 그래프로 연결되도록 설계한 컴퓨터 프로그램을 통해 사실 같은 정보가 어떻게 확산되는지 확산 네트워크를 보여주었다. 합법적인 것처럼 보이는 내용들은 건잡을 수 없이 확산되는 그래프의 유형(pathological graphs)을 나타냈으며, 이 그래프들은 상호 연결되지 않은, 유입지점이 아주 많은, 별 모양의 그래프를 특징으로 한다(Ratkiewicz, et al., 2011; 303). 그는 비록 작은 규모의 네트워크에서 사실 같은 정보가 어떻게 확산되는지를 연구했지만, 비합법적인 내용의 정보가 비교적 규모가 큰 지역 사회에서 주목을 받아 사실인 것처럼 확산된다면 사실과 구별이 어려워지는 등 문제의 소지가 있다고 보았다. 이를 방지하기 위해 정보가 확산되는 초기에 문제를 감지하고, 대책을 마련해야 한다고 주장했다.

이와 같이 선행 연구들은 주로 컴퓨터 공학 분야에서 컴퓨터 프로그램을 이용해서 네트워크의 유형을 파악하는데 주력하였다. 트위터 여론의 파동을 제시한 연구로는 오코너, 발라서브라마얀, 루티지와 스미스(O'Connor, Balasubramanyan, Routledge & Smith, 2010)의 연구가 있지만, 이들은 주기성(periodicity) 개념을 중심으로 여론의 확산 과정을 규명했다. 즉 시간의 경과에 따른 트윗 수를 주기적으로 측정해 그래프로 나타내어 여론의 규칙적 변화를 감지하였다. 2008년 미국 대통령 선거에서 ‘오바마’로 검색된 트윗 수 추이를 그래프로 제시했는데, 폭이 좁고, 뾰족한 첨탑 모양의 그래프가 형성되면서 점점 여론이 확산되는 양상이 나타났다고 했다. 이를 통해 트위터를 통해 여론이 더 빠르게 확산되고, 순식간에 폭발적으로 형성된다는 것을 알 수 있다.

이 연구는 거시적 관점에서 이용자들 간의 커뮤니케이션을 통해 루머가 어떻게 확산되는지 확산 추이를 살펴보았다. 루머의 확산 추이는 일정 기간 동안 얼마나 많은 의견이 개진되는지 시간의 경과에 따른 의견 확산 양상을 의미한다. 다음으로 이용자 간에 얼마나 활발하게 의견이

교환되는지 상호작용성을 살펴봤다. 여기서 상호작용성은 이용자들이 루머에 대해 반응하는 정도를 의미한다. 트위터에서 개인들은 특정 이슈에 대해 의견을 올리거나(mention), 특정인의 메시지에 반응하거나(reply@), 다른 사람이 올린 메시지를 전체에게 전달하면서(RT@) 의견을 확산시킨다(Cummings et al., 2011). 이 연구는 단순히 자신의 의견을 올리는 것보다는 특정인의 메시지에 답을 하거나 전체에게 전달하는 것을 적극적인 행위로 보고, 이러한 행위를 통해 의견이 더 활발하게 확산된다고 보았다. 따라서 이용자들 간에 이러한 행위가 얼마나 지속적으로 나타나는지 상호작용성의 정도를 중심으로 살펴보는 것은 루머의 확산과 관련해 의미가 있을 것이다.

3) 루머의 확산에 영향을 미치는 요인: 루머의 자극성

이 연구에서 주목한 루머의 경우 다른 이슈에 비해 이용자로부터 관심을 받기 쉽다. 루머는 사실적인 측면에서 기사에 비해 정확성이 떨어지고, 사건을 구성하는 여러 요인 중 피상적인 측면이 강조될 뿐만 아니라 객관적 정보와 동떨어져 편향성을 띄고 있다. 루머의 특성을 고려해 보면, 내용 자체가 편향적이고, 충격적인 요소를 포함한다. 데니스, 배리와 수산(Dennis, Barry & Susan, 2010)은 루머가 자극적이고, 선정적일수록 공중에 의해 현저성이 높게 판단되고, 더 빠르게 확산되는 경향을 나타낸다고 했다. 따라서, 정보 자체가 자극적인 요소를 포함하고 있는지, 감정적인 표현을 통해 메시지를 자극적으로 표출한 것인지 구분해 살펴볼 필요가 있다.

루머는 정보와 달리 공중의 감정을 자극하는 내용이 포함되기 쉬우므로 루머의 확산과정에서 루머가 얼마나 자극적인 내용을 포함하고 있는지에 주목하였다. 메시지가 자극적인 요소, 과장된 것, 감정적인 흥분을 불러일으키는 내용으로 구성되어 있다면 자극적이라고 할 수 있다(Ransohoff & Ransohoff, 2001). 이 연구에서 자극적이라는 것은 공중의 감정을 자극하거나 사실을 과장, 확대한 내용을 포함한 것을 의미한다. 이 연구는 자극성을 사실적 측면의 자극성과 표현적 측면의 자극성으로 구분하였다. 사실적 측면의 자극성은 사건 자체가 자극적인 것으로 정상적인 범위를 벗어난, 충격적인 사건이나 일을 의미한다. 표현적 측면의 자극성은 이용자들이 의견을 표출할 때 얼마나 자극적인 표현을 사용했는지를 의미한다. 자극적인 표현이란 다른 사람들을 감정적으로 자극할 수 있는 표현으로 악의적인 표현, 감정적인 표현, 비속어 등을 사용한 것을 의미한다.

자극적인 메시지를 포함한 루머는 독자의 주의를 끌기 쉽고, 독자들은 이성적이기보다 미성숙하고, 비현실적인 방법으로 반응하기 쉽다. 이 연구는 자극적인 내용을 포함한 루머가 140자 단문으로 의견을 표출해야 하는 트위터에서 과도하게 단순화되면서 이용자의 관심을 더 유발할 것으로 보고 어떻게 확산되는지 그 추이를 파동 이론의 관점에서 살펴보고자 한다.

루머의 사회적 영향력에 대해 고찰한 에이헤른과 소슈라(Ahern & Sosyura, 2013)는 경제지에서 기업 합병과 관련된 루머를 자극적으로 기사화할 경우 루머가 사실이 아님에도 불구하고,

독자의 관심을 더 많이 끌고 주식 시장에까지 영향을 미친다고 했다. 즉 루머의 자극성이 클 경우 이용자들의 관심을 끌고 더 급속하게 확산될 것으로 예측할 수 있다. 루머의 자극성은 루머가 확산되는데 영향을 미치는 요인으로 고려할 수 있다. 디폰조와 보디아(Difonzo & Bordia, 2007)는 루머가 사실에 근거할 경우 사람들이 더 믿는 경향이 있고, 이러한 믿음은 루머의 급속한 확산에 영향을 미치는 중요한 요인으로 작용한다고 했다. 이 연구에서 주목한 사실의 자극성이 클 경우 이용자들이 더 많이 의견을 표출하여 파동의 높이가 높게 나타날 것으로 예상된다. 또한, 루머가 사실일 것이라는 믿음을 근거로 타인과 의견을 활발하게 교환하면서 이용자의 상호작용이 높을 것으로 추측된다.

사람들은 사실적 측면에서 루머의 자극성이 클 경우 심리적인 위안을 얻기 위해 타인과 더 활발하게 커뮤니케이션을 할 가능성이 높다. 오예워(Oyewo, 2007)는 루머가 개인과 개인의 커뮤니케이션을 통해 확산된다면서 문제에 대한 해답이 없는 모호한 상황에서 개인들은 답을 얻기 위해 타인과 상호작용을 더 많이 하고, 집합적으로 행동을 하는 경향을 나타낸다고 했다. 즉 루머가 자극적이고 사회적으로 해결 방안이 제시되지 않을 경우 개인들은 불안함을 해소하기 위해 타인과 더 많이 의견을 교환하는 경향이 나타난다고 볼 수 있다. 이에 앞서 라스노우(Rosnow, 1986)도 개인들이 불안감과 불확실성을 해소하기 위해 타인과 커뮤니케이션을 하고, 이를 통해 루머가 확산된다고 했다. 일본 대지진과 관련해서 트위터에서 루머와 비판이 어떻게 확산되는지 연구한 타나카와 동료들(Tanaka, et, al., 2011)은 루머의 확산에 대해 새로운 변인을 제시하였다. 루머가 사실과 멀 경우 사람들이 불안감을 해소하려고 타인과 커뮤니케이션을 활발하게 하지만, 루머가 사실이 아니라는 비판(criticism)이 더 많이 확산됨으로써 일본 대지진에 대한 사람들의 불안감을 감소시키는 결과가 나타났다고 했다. 루머에 대한 비판적 의견이 더 많이 확산된다면, 사람들의 루머에 대한 인지된 불안감을 해소시킬 수 있다고 한다.

이 연구는 이러한 연구 결과를 토대로 한미 FTA에 대한 루머가 어떻게 확산되는지 살펴보고, 루머의 자극성과 확산의 관계를 밝힐 것이다. 이 연구에서 주목한 한미 FTA는 여러 분야를 다룰 뿐만 아니라 ISD 조항³⁾같이 전문가들조차 이해하기 어려운 내용이 포함되었기에 이와 관련된 루머가 트위터를 통해 순식간에 확산되었다. 한미 FTA에 대한 정보와 지식이 부족한 국민들은 정부의 발표나 언론 보도 같은 공식적 채널보다는 미국 거주 한인 여성들의 발언이나 인터넷에서 회자되는 의견을 더 신뢰하는 현상이 나타났다. 오예워(Oyewo, 2007)나, 라스노우(Rosnow, 1986)가 연구한 것처럼 이슈에 대한 해답을 찾지 못한 사람들이 불안감을 느끼고 타인과 상호작용하면서 트위터를 통해 루머가 순식간에 확산된 것으로 생각된다. 한미 FTA에 대한 루머가 확산되었을 뿐만 아니라 관련 루머의 사회적 파급력이 컸다는 점에서 루머의 확산 동인을 밝히는데 적합하다고 보았다. 지금까지의 논의를 토대로 다음과 같은 연구 문제를 제기했다.

3) ISD(investor-state dispute, 투자자·국가 간 소송제도)란 외국인 투자자가 투자국 정부정책 등으로 손실을 봤을 때, 국제중재기구에 제소해 손해배상을 청구할 수 있는 제도로 한미 FTA 체결 당시 국내 사법제도를 무력화시킨다는 이유로 야당과 시민단체의 반발을 일으킨 조항이다.

- 연구문제 1. 트위터에서 한미 FTA 관련 루머는 그 확산 추이가 어떻게 나타나는가?
 연구문제 2. 트위터에서 한미 FTA 관련 루머의 자극성은 사실적 측면과 표현적 측면에서 어떤 특성을 보이는가?
 연구문제 3. 트위터에서 한미 FTA 관련 루머의 자극성은 이용자의 상호작용성과 어떤 관계가 있는가?
 연구문제 3-1. 루머의 자극성에 따라 이용자의 상호작용성 유형에 어떤 차이가 있는가?
 연구문제 3-2. 루머의 자극성과 이용자의 상호작용성의 상관관계는 어떻게 나타나는가?

3. 연구방법

인터넷과 마찬가지로 트위터에는 언제 의견을 올렸는지 기록이 남으므로(time-stamps) 시간의 경과에 따른 의견의 확산 양상을 관찰할 수 있다. 이 연구는 한미 FTA 이슈를 대상으로 일별 트위터의 댓글 수를 그래프로 나타내 확산 양상을 파악하고, 메시지의 확산 정도를 분석하였다. 2011년 10월 21일 미 오바마 대통령이 한미 FTA 이행법안을 서명한 이후 트위터에서는 한미 FTA 관련 루머가 급속하게 확산되었으며, 11월 22일 한미 FTA 비준 동의안 국회 본회의 통과, 11월 29일 이명박 대통령 한미 FTA 이행 법안 서명을 계기로 트위터를 통해 한미 FTA와 관련된 더욱 많은 루머가 확산되었다. 보수 성향의 신문과 진보 성향의 신문에서는 한미 FTA 관련 루머의 진실 여부에 대한 논란이 벌어졌으며, 트위터에서 루머를 사실로 믿는 사람들과 그렇지 않은 사람들 사이에 의견 충돌이 발생하였다.⁴⁾

1) 분석 대상 이슈

앞에서 살펴본 한미 FTA 일정을 고려하여 이 연구는 한미 FTA 법안이 한국 국회에서 통과되고 한국의 대통령이 비준한 시점인 2011년 11월 18일부터 12월 2일까지 2주일간 트위터에 올라온 트윗을 분석대상으로 했다. 트윗 검색엔진(www.tweetrend.com)⁵⁾을 이용해 한미 FTA를 검색어로 입력하면 연관 단어가 검색된다. 연관 단어는 한미 FTA를 언급한 사람들이 동시에 가장 많이 언급한 내용을 네트워크로 보여준 것으로 이를 통해 한미 FTA 관련해서 주로 등장한

4) 한미 FTA에 대한 반대 의견을 보면, 정치권에서는 민주당측이 현 정부에서 재협상을 거치면서 국익 최우선의 원칙이 무너졌다고 주장했고, 투자국가가 소송제(ISD)를 불공정조항이라며 반대를 했다. 반면, 찬성론자들은 이전 정부에서도 ISD조항에 문제가 없다고 했으며, ISD는 해외 투자를 하는 우리 기업을 보호하기 위해 꼭 필요한 조항이라고 반박했다. 국민들은 자동차 수입 개방, 의료민영화로 소수의 사람들을 제외한 대부분의 국민들에게 막대한 피해가 가기 때문에 반대를 한다고 했다.

5) 트윗트렌드 닷컴은 2010년 1월 이후부터 약 400만명의 트위터 계정을 수집해서 이용자에게 제공하는 검색 서비스이다. 검색어를 입력하면 트윗, 팔로잉/팔로워수, 작성자 ID, 작성 일시 등을 알 수 있다.

단어들이 무엇인지 알 수 있다. 한미 FTA 관련 검색된 연관 단어 중에서 트위터에서 가장 주목을 받은 한미 FTA 관련 내용으로 ‘의료 민영화,’ ‘맹장수술비 폭등,’ ‘건강보험 붕괴,’ ‘약값 폭등’ 순이 나타났다. 이 중에서 ‘의료 민영화’의 경우 의료영리법인이 설립되어 병원을 운영한다는 것인데, 의료법인이 이윤을 극대화하는 과정에서 국민들에게 피해가 갈 것이라는 논리다. 의료 민영화의 경우 한미 FTA에 포함되는 내용이었지만, 맹장수술비 폭등이나 건강보험 붕괴, 약값 폭등은 한미 FTA로 예상되는 결과에 해당된다. 결국 루머 여부는 시간이 경과해서 사실 여부에 대한 판단을 했을 때 사실로 판정이 나면 루머가 아니라고 할 수 있는데, 한미 FTA가 발효된 후 트위터에서 제기된 문제가 모두 사실이 아닌 것으로 밝혀졌다.

2) 자료 수집

루머를 구성하는 메시지를 파악하기 위해 앞서 언급한 트윗 검색 엔진을 이용해 맹장수술 괴담, 약값 폭등, 건강 보험 관련 트윗을 수집했다. 자료 수집 결과 맹장 수술 괴담 관련 트윗 3, 172개, 약값 폭등 632개, 건강 보험 125개가 검색되었다.

3) 조작적 정의

(1) 루머의 자극성

한미 FTA 관련 루머에 대해 오피니언 분석에 의해 주제를 파악한 후 각각의 주제가 얼마나 자극적인지 분석하였다. 두 명의 연구자가 오피니언 마이닝(opinion mining) 기법에 의해 추출한 모든 메시지를 함께 읽고 자극성을 측정하였다. 오피니언 마이닝은 텍스트를 읽으면서 주로 나타나는 단어를 찾아내는 기법으로 많이 등장하는 단어가 이용자에게 의해 중요하다고 판단되는 것이라고 생각한다(Diakopoulos & Shamma, 2010). 주로 소셜네트워크 사이트에서 형성된 여론을 파악하기 위해 컴퓨터 공학 분야에서 사용하는 기법이다. 구조화된 설문지와 달리 개개인이 직접 표현한 단어를 기준으로 얼마나 많은 단어가 등장했는지 측정함으로써 사회의 여론을 파악한다는 점에서 기존 연구방법과 차이가 있다(Diakopoulos & Shamma, 2010). 오피니언 마이닝에서는 개인들이 특정 단어나 표현을 많이 언급한다는 것은 그만큼 중요하기 때문이라고 보는 입장이다. 특정 단어 외에도 찬반 입장을 측정하거나 자주 사용하는 표현을 통해 이용자의 정서를 파악하고 이를 토대로 여론을 감지한다. 이 연구에서 자극성은 사실의 자극성과 표현의 자극성으로 구분된다. 사실의 자극성은 사건을 구성하는 내용 자체가 충격적인 것이다. 충격적이거나 놀라운 내용, 흥미로운 내용을 포함하고 있을 경우 자극성이 높다고 보았다(Ransohoff & Ransohoff, 2001). 이 연구는 사실의 자극성을 ‘높음’과 ‘낮음’으로 구분하였고, 표현의 자극성도 ‘높음’과 ‘낮음’으로 구분하였다. 중립적이거나 자극적인 사실, 표현이 없을 경우 모두 낮음으로 분류하였다(표 1 참조).

<표 1> 자극성 조작적 정의

자극성		예시
표현적 측면	높음	똥을 싸고 뒤질 통상교섭본부 매국노들아! 약값폭등, 과도한 우려라고? 하룻만에 너의들 대답이 거짓말로 드러났다!
	낮음	영국 슈퍼에서 파는 감기약 우리나라와 같은 수준입니다. 싼 편입니다.
사실적 측면	높음	미국인 영리병원의사에게 치료받으면 뇌종양수술 2억원. 제왕절개 5천만원. 맹장수술4천만원 내야 할 듯
	낮음	외교통상부는 3일 “국민건강보험은 한미 FTA 적용 대상이 아니다. 의료 분야는 개방 대상에서 예외”라고 밝혔습니다. 맹장수술비 1천만원은 거짓입니다.

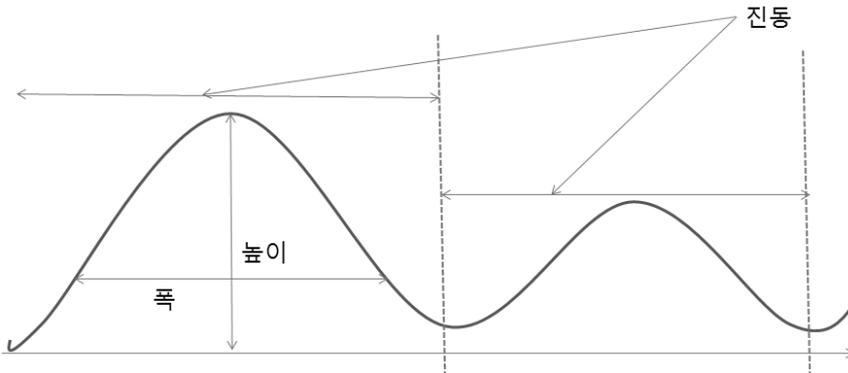
다음으로 이 연구에서는 루머의 자극성에 따라 이용자의 상호작용성이 어떻게 달라지는지 밝히고자 했기에 루머의 자극성을 표현의 자극성과 사실의 자극성의 합으로 측정하였다. 표현의 자극성과 사실의 자극성이 낮을 경우 각각 0점을, 자극성이 높을 경우 각각 1점을 부여하여 표현의 자극성+ 루머의 자극성의 합의 점수는 최하 0점~2점 까지 분포되었다.

2012년 3월 30일부터 1주일간 예비 조사를 통해 일치도가 낮은 유목에 대해 논의하면서 수정하는 과정을 거쳤고, 예비 조사를 다시 실시하여 코더 일치도를 .90이상으로 올린 후 본 조사를 실시하였다. 최종 코더 일치도는 .90(사실적 자극성)에서 .92(표현적 자극성)였다. 본 조사는 2012년 6월 1일부터 한 달간 실시되었고, 두 명의 연구자가 분석 대상 트윗을 반씩 나누어 분석하였다.

(2) 루머의 확산 추이

루머의 확산 추이를 파악하기 위해 이 연구는 일별 트윗 수를 집계해 그래프로 나타냈다. 이 연구에서 분석 대상으로 한 루머에 대한 트윗을 검색한 후 일별로 몇 건의 트윗이 올라오는 지 일별로 분석하였다.

앞의 <그림 1>을 보면, 여론의 파동은 파동의 높이, 폭, 진동수로 구성된다. 이 연구에서 파동의 높이는 얼마나 많은 의견이 개진되었는지 의견의 개수를 의미한다. 파동의 폭은 얼마나 오랜 기간 동안 의견이 형성되었는지 여론 형성기간을 의미한다. 진동수는 하나의 자극이 시작되어 다시 돌아오는 것을 의미하는데, 이 연구에서는 특정 메시지와 관련된 여론이 형성되는 양상을 나타낸다. 진동은 하나의 파동으로 이루어질 수도 있고, 여러 개의 파동으로 이루어질 수도 있다. 파동의 폭과 높이를 기준으로 파동의 유형을 파악하였다. 파동의 폭이 좁고, 여론형성기간이 짧을 경우 ‘폭발적’으로, 파동의 폭이 넓고, 여론형성기간이 길 경우 ‘소멸형’으로 개념화했다(홍주현, 2009). ‘소멸형’은 파동이 한 개만 형성되고, 점점 높이가 낮아지는 경우를 의미한다.



<그림 1> 루머의 확산 추이 조작적 정의

(3) 이용자의 상호작용성

이 연구는 메시지의 자극성에 따라 루머의 확산 정도에 어떤 차이가 있는지 알아보고자 이용자의 상호작용성을 트위터 의견 유형을 기준으로 측정하였다. 트윗은 자신의 의견을 밝히는 언급(mention), 상대방의 의견에 응답하는 리플라이(@, reply), 자신의 팔로어에게 의견을 전달하는 리트윗(retweet)으로 구분할 수 있다. 단순히 자신의 의견을 밝힌 멘션보다 상대방의 의견에 응답을 하거나 리트윗에 의해 전체에게 확산시킬 경우 더 적극적으로 상호작용을 한다고 보고, 상호작용성을 점수화하였다. 멘션의 경우 자신의 의견만 밝힌 것이므로 1점을, 응답(reply@)의 경우 특정인의 멘션에 대해 반응을 한 것이므로 상호작용이 발생하여 2점을, 리트윗의 경우 상대방의 의견에 동조하거나 반대하는 의견을 밝혔을 뿐만 아니라 전체에게 확산시켰다는 의미에서 상호작용이 가장 활발한 것으로 보고 3점을 부여하였다. 트윗의 경우 응답이 여러 번 발생하거나(@ ID @ ID@ ID) 응답에 대한 리트윗이 발생하기도 하는 등(RT@ ID) 응답과 확산이 결합하여 나타나기도 하므로 이 경우 응답에 대해서는 각 1점을, 확산에 대해서는 각 2점씩을 부여하여 확산의 정도를 조작적 정의하였다. 상호작용성에 대한 코더간 신뢰도는 .92였다. 분석 결과, 건강보험의 경우 점수 분포가 1~6점이었고, 약값 폭등 1~8점, 맹장 수술 괴담 1~10점으로 나타났다.

<표 2> 상호작용성 조작적 정의

상호작용성의 종류		의견(1점)
없음(0점)		1 점(1+0)
특정인에게 응답 (@ID)	한 명에게 응답(@ ID)(1점)	2점(1+1)
	여러 특정인에게 응답(@ ID@ ID)	3점(1+1+1)
전체에게 확산 (RT@ID)	전체에 확산(RT@ID)(2점)	3점(1+2)
	특정인에게 응답+확산(RT@ID @ID)	4점(1+1+2)

4. 연구결과

이 연구는 한미 FTA 관련 루머 중 트위터에서 가장 많은 논란이 된 맹장수술 괴담, 약값 폭등, 건강 보험 붕괴를 대상으로 루머의 자극성에 따른 확산 추이와 이용자의 상호작용성을 분석하였다.

1) 루머의 세부내용 분석결과 : 맹장수술 괴담·약값폭등·건강보험 붕괴

한미 FTA 관련 트위터에서 개진된 루머를 중심으로 어떤 내용이 표출되었는지 분석한 결과 맹장수술 괴담과 관련해서는 맹장수술 비용 4천 만 원이 괴담이 아니라는 ‘미국 한인 여성들의 선언문’에 대한 언급이 38.3%로 가장 많았고, ‘맹장수술비 등 의료수가가 증가할 것이라는 의견’이 29.2%로 병원비 폭등과 관련된 내용이 전체의 67.5%를 차지하였다. 병원비 폭등은 국민들의 실생활과 밀접한 관련이 있기에 더 주목을 받고 트위터에서 급속하게 확산된 것으로 생각된다. ‘의료수가의 증가로 조약 발효 전에 맹장 수술을 미리 해야 한다’는 의견도 8.5%로 적지 않았다. 이밖에 ‘영리병원 유치’ 9.4%, ‘건보료 대체로 삼성보험이 수익을 볼 것’이라는 견해도 3.5%로 나타났다. 이에 비해 ‘의료분야가 FTA에서 제외된다는 것’ 0.4%, ‘외교부의 FTA 헛소문 주장’과 ‘이대통령의 괴담 부인’ 등 맹장수술 괴담에 대한 정부의 해명은 각각 3.2%, 3.3%로 적게 나타났다.

<표 3> 맹장수술 괴담 관련 내용

	이슈	트윗 수(%)
의료 수가 증가 관련	미 한인여성 선언문: 맹장수술 4천만원 괴담 아님	1216(38.3)
	맹장수술비 등 의료수가 증가	925(29.2)
	영리병원 유치	299(9.4)
	건보료 대체로 삼성보험 수익	112(3.5)
	ISD 조항 불평등	6(0.2)
	‘의료수가 안 오른다’는 이명박 정부의 주장이 괴담	67(2.1)
정부 대응	의료분야 FTA 제외됨	13(0.4)
	외교부 FTA 헛소문	102(3.2)
	이 대통령 괴담 부인	106(3.3)
개인적 대응	FTA 국민 잘못	57(1.8)
	조약 발효 전 맹장수술 미리 해야 함	269(8.5)
	전체	3172(100.0)

약값폭등과 관련된 트윗의 내용을 분석한 결과, ‘FTA가 불평등 조약’이라는 의견이 37.3%로 가장 많았고, 다음으로 ‘약값이 폭등할 것’ 33.9%, ‘국민을 속인 정부가 매국노’라는 정부에

대한 분노 표출이 25.2%로 높았다. 이에 비해 ‘FTA 과담이 헛소문’이라는 의견은 3.5%로 매우 적게 나타났다. ‘복제약 판매 금지’는 0.2%에 불과했다. 약값폭등과 관련해서는 전체적으로 약값폭등(33.9%) 보다는 FTA 체결로 인한 정부에 대한 불만(‘국민을 속인 정부가 매국노,’ ‘FTA가 불평등 조약’)(62.5%)이 더 많았다.

<표 4> 약값폭등 관련 내용

이슈	트윗 수(%)
약값폭등 우려	214(33.9)
복제약 판매 금지	1(0.2)
FTA 과담 헛소문	22(3.5)
국민속인 정부 매국노	159(25.2)
FTA 불평등 조약	236(37.3)
전체	632(100.0)

건강보험 붕괴 관련해서는 ‘건강 보험료가 급등할 것’이라는 내용이 54.4%로 가장 많았고, ‘수술비 급등’ 16.8%, ‘건강보험 붕괴’ 12.8% 순으로 나타났다. 이밖에 ‘FTA 폐기 주장’ 8.0%, ‘정부의 해명 불신’ 4.8%, ‘국회의 최루탄 사태’ 3.2% 순이었다. 앞의 두 이슈와 마찬가지로 보험료와 의료비가 급등할 것이라는 의견이 71.2%로 대부분을 차지하였다.

<표 5> 건강보험 붕괴 관련 내용

이슈	트윗 수(%)
건강 보험료 급등	68(54.4)
수술비 급등	21(16.8)
건강보험 붕괴	16(12.8)
FTA 폐기 주장	10(8.0)
정부의 해명 불신	6(4.8)
최루탄 사태 문제의 본질 아님	4(3.2)
전체	125(100.0)

2) 루머의 자극성 분석 결과 : 사실적 측면·표현적 측면

이 연구는 한미 FTA 관련 루머가 트위터에서 얼마나 자극적으로 표출되는지 루머의 자극성을 사실적 측면과 표현적 측면에서 분석했다. 이 연구에서 사실적 측면의 자극성은 사실 자체가 충격적이거나 과장된 것을 의미하고, 표현적 측면의 자극성은 감정적인 표현을 사용하여 주장을 강조하거나 과장하여 나타낸 것을 의미한다.

루머의 내용에 따라 자극성이 어떻게 다르게 나타나는지 분석한 결과, 맹장수술 괴담 관련된 이슈의 사실적 자극성이 대부분 높게 나타났다. 맹장수술비용이 4천만 원 이라는 것이 괴담이 아니다라는 미국의 한인 여성 선언문의 사실적 자극성이 90.9%, 맹장 수술 비용 등 의료수가가 증가한다는 이슈의 사실적 자극성이 88.0%, 삼성보험 유리 87.5%, ISD 조항 불평등이 83.3%, 영리 병원 유치 82.6% 순으로 높게 나타났다. 이러한 차이는 통계적으로 유의미했다.

<표 6> 맹장수술 괴담 관련 사실의 자극성

	이슈	높음	낮음	전 체
의료 수가 증가 관련	한인여성 선언문: 맹장수술 괴담아님	1105(90.9)	111(8.1)	1216(38.4)
	맹장수술비 등 의료수가 증가	814(88.0)	111(12.0)	925(29.2)
	영리병원 유치	247(82.6)	52(17.4)	299(9.4)
	건보료 대체로 삼성보험 수익	98(87.5)	14(12.5)	112(3.5)
	ISD 조항 불평등	5(83.3)	1(16.7)	6(0.2)
	이명박 괴담	42(62.7)	25(37.3)	67(2.1)
정부 대응	의료분야 FTA 제외됨	7(53.8)	6(46.2)	13(0.4)
	외교부 FTA 헛소문	8(7.8)	94(92.2)	102(3.2)
	이 대통령 괴담 부인	4(3.8)	102(96.2)	106(3.3)
개인적 대응	FTA 국민잘못	42(73.7)	15(26.3)	57(1.8)
	조약 발효 전 맹장수술 미리 해야 함	34(12.6)	235(87.4)	269(8.5)
	전체	2406(100.0)	766(100.0)	3172(100.0)

$\chi^2=1395.159$, $df=10$, $p<.01$

<표 7> 맹장수술 괴담 관련 표현의 자극성

	이슈	높음	낮음	전 체
의료 수가 증가 관련	한인여성 선언문: 맹장수술 괴담아님	207(17.0)	1009(83.0)	1216(38.4)
	맹장수술비 등 의료수가 증가	225(24.4)	699(75.6)	924(29.2)
	영리병원 유치	96(32.1)	204(67.9)	299(9.4)
	건보료 대체로 삼성보험 수익	13(11.6)	99(88.4)	112(3.5)
	ISD 조항 불평등	1(16.7)	5(83.3)	6(0.2)
	이명박 괴담	29(43.3)	38(56.7)	67(2.1)
정부 대응	의료분야 FTA 제외됨	-	13(100.0)	13(0.4)
	외교부 FTA 헛소문	16(15.7)	86(84.3)	102(3.2)
	이 대통령 괴담 부인	3(2.8)	103(97.2)	106(3.3)
개인적 대응	FTA 국민잘못	5(10.5)	51(89.5)	57(1.8)
	조약 발효 전 맹장수술 미리 해야 함	53(19.7)	216(80.3)	269(8.5)
	전체	2523(100.0)	648(100.0)	3171(100.0)

$\chi^2=99.384$, $df=10$, $p<.01$

이에 비해 표현적 측면의 자극성은 <표 7>에서 알 수 있듯이 대부분 낮게 나타나 맹장수술 괴담과 관련해서는 수술비가 급등한다는 사실적 측면의 자극성이 높은 의견이 주로 표출됐다고 볼 수 있다. 또한, 트윗의 내용이 ‘정부대응’이나 ‘개인적 대응’일 경우 사실적, 표현적 자극성 둘 다 낮은 경향을 보였다.

약값폭등에 대한 메시지의 자극성을 교차 분석한 결과, 세부 내용에 대해 표현적 측면의 자극성이 많이 나타났다(<표 8>과 <표 9> 참조). 사실적 자극성은 ‘약값폭등과 같은 FTA 괴담이 헛소문’과 ‘국민을 속인 정부는 매국노’가 높았고, ‘약값폭등 우려’의 경우 사실적 자극성이 낮은 경우가 79.9%로 많았다.

<표 8> 약값 폭등 관련 사실적 자극성

이슈	높음	낮음	전 체
약값폭등 우려	43(20.1)	171(79.9)	214(33.8)
복제약 판매 금지금지	1(100.0)	-	1(0.2)
FTA 괴담 헛소문	22(100.0)	-	22(3.5)
국민속인 정부 매국노	115(72.3)	44(27.7)	159(25.2)
FTA 불평등 조약	236(100.0)	-	236(37.3)
전체	417(100.0)	215(100.0)	632(100.0)

$\chi^2=337.143$, $df=4$, $p<.01$

‘약값폭등 우려’에 대한 표현의 자극성을 세부 주제별로 교차 분석한 결과, 대부분의 트윗에서 자극적인 표현을 많이 사용한 것으로 나타났다. 불평등 조약에 대해서는 236개의 트윗의 표현의 자극성이 모두 높은 것으로 나타났고(100.0%), 정부가 매국노라는 것 99.4%, 약값폭등 우려 93.0%로 높았다. 이러한 차이 역시 통계적으로 유의미했다.

건강보험료 급등과 관련 세부 이슈별로 교차분석을 한 결과 사실적 자극성은 낮았다. 건강보험료 급등의 경우 낮은 경우가 100.0%였고, 수술비 급등 85.7%로 대부분 낮았다. 건강보험붕괴 관련해서는 FTA 폐기 주장만 10건 중 9건이 자극성이 높게 나타났다.

<표 9> 약값 폭등 관련 표현의 자극성

이슈	높음	낮음	전 체
약값 폭등 우려	199(93.0)	15(7.0)	214(33.8)
복제약 판매 금지금지	-	1(100.0)	1(0.2)
FTA 괴담 헛소문	22(100.0)	-	22(3.5)
국민속인 정부 매국노	158(99.4)	1(0.6)	159(25.2)
FTA 불평등 조약	236(100.0)	-	236(37.3)
전체	615(100.0)	17(100.0)	632(100.0)

$\chi^2=61.142$, $df=4$, $p<.01$

<표 10> 건강보험 붕괴 관련 사실적 자극성

이슈	높음	낮음	전 체
건강 보험료 급등	-	68(100.0)	68(54.4)
수술비 급등	3(14.3)	18(85.7)	21(16.8)
건강보험 붕괴	7(43.8)	9(56.3)	16(12.8)
FTA 폐기 주장	9(90.0)	1(10.0)	10(8.0)
정부의 해명 불신	-	6(100.0)	6(4.8)
최루탄 사태 문제의 본질 아님	2(50.0)	2(50.0)	4(3.2)
전체	21(100.0)	104(100.0)	125(100.0)

$\chi^2=64.840$, $df=5$, $p < .01$

표현의 자극성은 ‘수술비 급등’과 ‘FTA 폐기 주장’이 높게 나타났고, 다음으로 건강보험붕괴 56.3%로 높았다.

<표 11> 건강보험 붕괴 관련 표현의 자극성

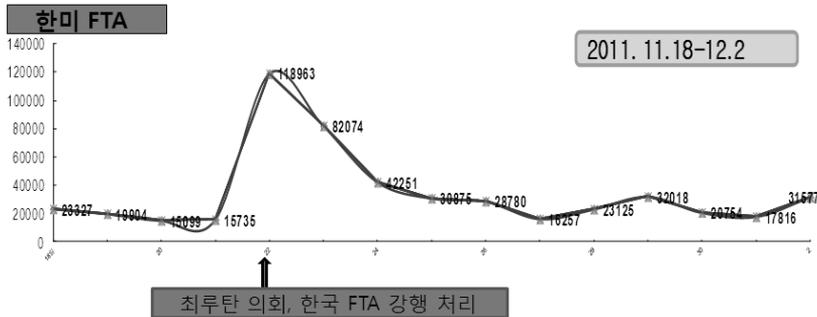
이슈	높음	낮음	전 체
건강 보험료 급등	-	68(100.0)	68(54.4)
수술비 급등	20(95.2)	1(4.8)	21(16.8)
건강보험 붕괴	9(56.3)	7(43.8)	16(12.8)
FTA 폐기 주장	10(100.0)	-	10(8.0)
정부의 해명 불신	-	6(100.0)	6(4.8)
최루탄 사태 문제의 본질 아님	1(25.0)	3(75.0)	4(3.2)
전체	40(100.0)	104(100.0)	125(100.0)

$\chi^2=99.081$, $df=5$, $p < .01$

지금까지 한미 FTA 관련 루머에 대해 자극성을 중심으로 분석하였다. 그렇다면 이와 같은 루머의 자극성이 확산 추이와 확산의 깊이와는 어떤 관련이 있는지 알아보고자 한다.

3) 루머의 자극성에 따른 여론의 확산 추이 분석 결과

먼저, 한미 FTA 와 관련된 전체 트윗의 확산 추이를 그래프로 나타내 보았다. 여기서는 비교를 위해 11월 18일 이전의 트윗의 확산 추이도 함께 나타내었다(<그림 2>). 2011년 11월 18일 한국의 국회에서 한미 FTA 관련 법안이 처리되었는데, 그림을 보면 법안 통과 이전에는 하루 평균 1만 8천여 건의 의견이 개진되다가 법안 통과 직후 하루에 118,963건의 의견이 개진되면서 폭발적으로 확산된 것을 볼 수 있다. 이후 점점 의견의 양이 줄어드는 양상을 나타낸다.

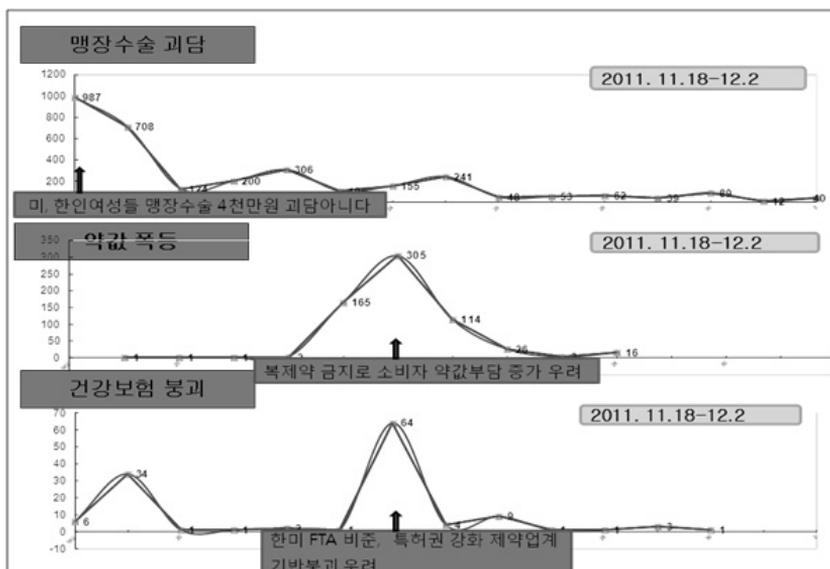


<그림 2> 한미 FTA 관련 트위터 여론의 확산 추이

한미 FTA와 관련되어 이 연구에서 추출한 맹장수술 괴담, 약값폭등, 건강보험 붕괴와 관련된 트윗 수와 여론의 확산 추이를 각각 그래프로 나타내면 <그림 3>과 같다. 분석기간 동안 맹장수술 관련 괴담 트윗이 3,272개로 가장 많았고, 약값폭등 관련 트윗이 632개, 건강보험 붕괴 관련 트윗이 125개 순이었다. 네티즌의 관심을 가장 많이 받고 사실적 측면의 자극성이 큰 맹장 수술 괴담의 경우 ‘맹장수술비 4천 만 원이 괴담이 아니다’라는 미국 거주 한인 여성들의 선언 직후 가장 많은 의견이 개진되었다. 이후 점차 파동의 폭과 높이가 낮아지면서 여론이 소멸되는 양상을 보여준다. 이러한 양상은 <그림 3>에서 최루탄 의회, 한미 FTA 강행 처리된 날 폭발적으로 의견이 개진된 후 점차 소멸되는 양상과 유사하다. 이와 같은 파동의 형성을 보면, 접근성과 확산성이 강한 트위터에서는 사건이 발생하면 여론이 즉각적이고, 폭발적으로 형성되지만 관심이 사라지면 바로 여론이 소멸된다는 것을 알 수 있다.

같은 시기 동안 약값폭등과 건강보험 붕괴는 맹장수술 괴담에 대한 관심이 줄어들면서 새롭게 관심을 받아 쟁점화 되었다. 약값폭등의 경우 11월 22일 FTA 발표로 복제약 생산이 금지되고, 약값이 오를 것이라는 의견이 많이 개진되었다. 건강보험 붕괴의 경우 다른 루머에 비해 트위터에서 덜 언급되었지만 역시 11월 22일 특허권 강화로 제약업계, 의료업계의 기반이 붕괴될 수 있다는 의견을 계기로 여론이 확산된 것을 알 수 있다.

트위터에서는 이슈 생성기가 하루 정도로 매우 짧고, 이슈가 단기간에 형성되고 바로 소멸되는 특징이 나타났다. 맹장수술 괴담과 관련된 여론의 파동은 큰 파동이 형성된 후 파동의 높이가 낮고 폭이 넓은 파동이 형성되면서 여론이 소멸되는 특징에 따라 ‘폭발적 소멸형’으로, 약값폭등의 경우에는 매스 미디어 여론의 추이에서 관찰되는 것과 같이 이슈가 제기된 후 의견이 확산된 후 점차 소멸되어 ‘잠재적 소멸형’으로, 건강보험 붕괴의 경우 다른 인터넷 여론에서와 마찬가지로 파동의 높이와 폭이 일정한 파동이 형성되어 ‘반복적 파동형’으로 분류했다 (홍주현, 2009).



<그림 3> FTA 관련 루머의 확산 추이

4) 루머의 자극성에 따른 이용자의 상호작용성 분석 결과

루머의 자극성이 이용자의 상호작용 행위에 어떤 영향을 미치는지 알아보기 위해 루머의 자극성과 상호작용 유형을 교차분석하였다.

(1) 루머의 자극성과 상호작용 유형 교차분석 결과

연구 문제 3-1에 대한 답을 얻기 위해 루머의 자극성과 상호작용성의 종류의 관계를 교차분석한 결과, 사실적 측면의 자극성이 크게 나타난 맹장수술 괴담과 표현적 측면의 자극성이 상대적으로 높게 나타난 약값 폭등의 경우 리트윗이 각각 64.1%, 94.2%로 많았다. 이에 비해 건강보험 붕괴의 경우 단순 언급이 62.4%로 많았는데, 이러한 차이는 통계적으로도 유의미했다(<표 12>). ‘맹장수술비가 4천만 원, 애플린스 이용이 800만 원 등’ 자극적인 내용이 많은 맹장 수술 괴담의 경우 네티즌들이 적극적으로 확산시키면서 여론을 형성한 반면, 상대적으로 자극성이 낮은 건강보험 붕괴의 경우 단순히 의견을 표출하는데 그친 경우가 더 많았다고 볼 수 있다.

<표 12> 이슈 별 확산의 종류

확산의 종류 \ 루머	맹장수술 괴담	약값 폭등	건강보험 붕괴	전 체
단순언급	830(26.2)	22(3.5)	78(62.4)	930(23.7)
리플라이	308(9.7)	15(2.4)	7(5.6)	330(8.4)
리트윗	2033(64.1)	596(94.2)	40(32.0)	2669(67.9)
전체	3171(100.0)	633(100.0)	125(100.0)	3929(100.0)

$\chi^2=326.406$, $df=4$, *** $p < .001$

다음은 루머별로 상호작용성 점수를 비교하였다. 이 연구는 상호작용성을 단순 멘션 1점, 리플라이 2점, 리트윗 3점으로 측정하였고, 리플라이가 추가될 때마다 1점씩, 리트윗이 추가될 때마다 2점씩 부여하여 타인과 얼마나 상호작용하는지를 점수화하였다. 이와 같은 방법으로 한미 FTA 관련 루머의 상호작용성 점수를 분석한 결과 맹장수술 괴담과 관련된 상호작용성 점수가 1.441로 가장 높았고, 건강보험 붕괴 1.331, 약값 폭등 1.262로 나타났다. 이러한 차이는 통계적으로 유의미했다. 이용자들이 맹장수술 괴담과 관련된 루머를 적극적으로 확산시킨 것으로 여겨진다.

<표 13> 루머별 상호작용성

루머	상호작용성 점수 (트윗수)	표준편차
맹장수술 괴담	1.441(3171)	.025
약값 폭등	1.262(633)	.050
건강보험 붕괴	1.331(125)	.119
전체	1.411(3929)	0.48

$df=2$, $F=161.279$, $p < .01$

(2) 루머의 자극성과 이용자의 상호작용성 상관관계 분석 결과

이 연구는 앞에서 분석한 사실적 측면과 표현적 측면에서의 메시지의 자극성과 이용자 간의 상호작용성 간에 관계가 있는지 밝히기 위해 상관관계 분석을 하였다(연구 문제 3-2). 맹장수술 괴담의 경우 사실적 측면의 자극성과 확산의 깊이 간에는 .289로 약한 정도의 상관관계를 나타냈으며, 표현적 측면의 자극성과 확산의 깊이 간에도 .211의 약한 정도의 상관관계가 나타났다(<표 14>). 이러한 수치는 통계적으로 유의미했다.

<표 14> 사실적 측면, 표현적 측면의 자극성과 상호작용성의 상관관계: 맹장수술 괴담

	상호작용성	사실적 측면	표현적 측면
상호작용성	1	.289**	.211**
		.000	.000
	3166	3166	3165
사실적 측면	.289**	1	.024
	.000		.170
	3166	3171	3170
표현적 측면	.211**	.024	1
	.000	.170	
	3165	3170	3170

**p < .01

약값폭등 관련 자극성은 사실적 측면의 자극성 1.66, 표현적 측면의 자극성 1.97이었다(<표 15> 참조). 메시지의 자극성과 상호작용성 정도에 대해 상관관계를 분석한 결과 사실적 측면의 자극성과 상호작용성의 정도 간에는 .100의 매우 약한 정도의 상관관계가 나타났으나 표현적 측면의 자극성과 상호작용성의 정도 간에는 .151로 나타나 상관관계가 약간 높게 나타났다(<표 10>). 이러한 차이는 통계적으로 유의미했다.

<표 15> 사실적 측면, 표현적 측면의 자극성과 상호작용성의 상관관계: 약값폭등

	상호작용성	사실적 측면	표현적 측면
상호작용성	1	.100*	.151**
		.012	.000
	632	632	632
사실적 측면	.100*	1	.169**
	.012		.000
	632	633	633
표현적 측면	.151**	.169**	1
	.000	.000	
	632	633	633

*p < .05, **p < .01

건강보험 붕괴의 경우 사실적 측면의 자극성 1.32, 표현적 측면의 자극성 1.17이었다(<표 16>). 사실적 측면의 자극성과 상호작용성 정도의 상관관계가 .778로, 표현적 측면의 자극성과 상호작용성 정도의 상관관계가 .536으로 매우 높은 정도의 상관관계가 나타났다(<표 16>). 이러한 차이는 통계적으로 유의미했다. ‘건강보험 붕괴’의 자극성은 ‘맹장수술 괴담’이나 ‘약값폭등’보다 낮았지만 자극적인 트윗에 대해 이용자들이 적극적으로 의견을 올렸기 때문에 상관관계

가 높게 나타났다고 생각된다. 맹장수술이나 약값 폭등에 비해 건강 보험이 붕괴가 자신들의 삶에 미치는 영향력이 더 크다고 생각해서 자극적인 트윗에 적극적으로 반영했다고 해석할 수 있겠다.

<표 16> 사실적 측면, 표현적 측면의 자극성과 상호작용성 정도의 상관관계:건강보험 붕괴

	상호작용성	사실적 측면	표현적 측면
상호작용성	1	.778*	.536**
		.000	.000
	125	125	125
사실적 측면	.778*	1	.517**
	.000		.000
	125	125	125
표현적 측면	.536**	.517**	1
	.000	.000	
	125	125	125

**p < .01

5. 결론

이 연구는 트위터에서 루머와 같은 부정적 메시지가 폭발적으로 확산되기 쉬운 현상에 주목하고, 어떤 속성의 루머가 더 확산되는지, 이용자들의 상호작용을 유발하는 루머의 속성은 무엇인지를 밝히고자 하였다. 이를 위해 한미 FTA 관련된 루머 중 트위터를 통해 가장 주목을 받은 맹장수술 괴담, 약값폭등, 건강보험 붕괴와 관련된 루머의 내용과 루머의 자극성을 분석하고, 자극성에 따른 여론의 확산 추이와 상호작용성 정도를 분석하였다.

1) 연구결과 요약

맹장 수술 괴담과 관련해서는 ‘맹장 수술비가 4천 만 원이 든다’는 것이 괴담이 아니라는 미국 거주 한인 여성 선언문이 단기간에 급속하게 확산되었고, 의료 수가가 증가한다는 내용이 지배적이었다. 이에 비해 정부와 외교부의 괴담 부인은 네티즌의 주목을 받지 못해 정부가 한미 FTA 관련 이슈 선점에 실패했다고 볼 수 있다. 약값 폭등과 관련해서는 FTA가 불평등 조약이라는 내용과 병원비와 마찬가지로 약값이 폭등할 것이라는 내용이 지배적이었다. 건강 보험 붕괴에 대해서는 역시 건강보험료가 급등하고, 수술비가 급등할 것이라는 내용이 확산되었다. 국민들은 한미 FTA와 관련하여 직접적인 영향을 미치는 의료수가, 약값 상승 등 진료비와 관련된 내용에 민감하게 반응하면서 의견을 확산시켰다고 생각된다.

루머의 자극성은 사실적 측면과 표현적 측면으로 나누어 분석했다. 맹장 수술 피담의 경우 ‘맹장 수술비가 4천만 원’과 같은 사실적 측면의 자극성이 가장 컸고, 약값 폭등과 건강 보험의 경우 상대적으로 사실적 측면의 자극성이 적었다. 표현적 측면의 자극성은 약값 폭등이 가장 컸고, 다음으로 맹장수술 피담, 건강 보험 붕괴의 순이었다.

루머의 자극성에 따라 여론의 확산이 어떻게 이루어지는지 분석한 결과, 사실적 측면의 자극성이 큰 맹장수술 피담의 경우 단기간에 폭발적으로 여론이 형성되다가 점차 소멸되는 ‘폭발적 소멸형’ 파동이 나타났고, 표현적 측면의 자극성이 상대적으로 적은 건강보험 붕괴의 경우 ‘반복적 파동형’이 나타났다. 표현적 측면의 자극성이 큰 ‘약값 폭등’의 경우에는 여론이 형성되다가 점차 소멸되는 매스 미디어 중심의 여론형성과정과 유사한 ‘잠재적 소멸형’ 파동이 나타났다.

루머의 자극성과 확산의 종류를 분석한 결과, 사실적 측면의 자극성이 큰 맹장수술 피담과 표현적 측면의 자극성이 상대적으로 큰 약값 폭등의 경우 리트윗이 많았고, 건강보험 붕괴의 경우 단순 언급이 많았다. 이러한 결과는 네티즌들이 자극적인 메시지를 적극적으로 확산시키면서 여론을 형성하는 현상을 보여준다.

루머의 종류와 상호작용성의 상관관계를 분석한 결과, 약값 폭등의 상호작용성이 가장 높게 나타나 이용자들 간의 리트윗이나 리플라이 같은 상호작용이 가장 활발했고, 맹장 수술 피담이 다음으로 높았다. 건강보험 붕괴의 경우 상호작용성이 가장 낮았다. 메시지의 자극성과 상호작용성 간에 상관관계가 있는지 검증하기 위해 상관관계도 분석했는데, 맹장 수술 피담의 경우 사실적 측면의 자극성과 표현적 측면의 자극성과 상호작용성 정도 간에 각각 약한 정도의 상관관계가 나타났고, 약값 폭등의 경우에도 약한 정도의 상관관계가 나타났다. 건강 보험 붕괴에 대해서는 다른 루머에 비해 자극성과 상호작용성 간에 높은 정도의 상관관계가 나타났다. 건강보험 붕괴의 경우, 다른 루머에 비해 사실적 측면의 자극성 평균이 가장 낮았고, 표현적 측면의 자극성 평균도 낮았지만 이슈별 자극성 차이가 컸기에(<표 7> 참조) 상호작용성 정도와의 상관관계 계수가 높게 나타난 것으로 해석된다. 맹장 수술 피담의 경우, 사실적 측면의 자극성이 1.76으로 가장 높았는데, 맹장 수술 관련 이슈별 자극성 차이가 크지 않았기에 상관관계도 낮았다고 생각된다.

2) 결론 및 제언

이 연구는 트위터에서 한미 FTA 관련해서 루머가 어떤 양상으로 확산되는지 알아보고, 메시지의 확산 요인으로 루머의 자극성을 상정하여 자극성과 확산의 추이, 자극성과 상호작용성의 관계를 분석하였다. 한미 FTA 관련해서 루머가 급속히 확산된 메시지의 경우 의료수가 증가, 약값 폭등, 건강보험 붕괴 등 국민들의 이슈 관여도가 높은 특징이 있다. 이슈의 속성 측면에서 보면 사실적 측면 또는 표현적 측면에서 자극성이 높을 경우 확산의 깊이가 크게

나타나 여론의 확산에 영향을 미친다고 할 수 있다. 루머와 관련된 메시지 중에서 자극성이 낮을 경우 네티즌에 의해 덜 언급된 것으로 나타나 SNS가 부정적 메시지의 확산과정에서 통로 역할을 했다고 할 수 있다.

정치 과정에서 SNSs의 역할에 대해서 학자들은 긍정적인 연구결과를 제시하고 있다. 2008년 미국의 대통령 선거에서 SNSs를 통한 지지여론이 형성되면서 오바마가 대통령으로 당선된 것이나 SNSs를 통해 사회적 사건이 확산되면서 사회의 변혁을 이끄는 등 SNSs는 정치 과정에서 플랫폼의 역할을 하는 것으로 나타났다(Jungherr, 2010). 또한, SNSs를 통해 자유롭게 의사를 표출하면서 정치에 대한 이용자의 관심을 높이는 등 정치 관여도에도 긍정적인 영향을 미쳤다(Jungherr, 2010).

그러나, 이 연구는 선행 연구와 달리 루머의 확산 과정에서 SNSs를 통해 루머와 같은 부정적 메시지가 어떻게 확산되는지 보다 세밀하게 밝혔다는데 연구의 의의가 있다. 이 연구를 통해 SNSs가 한미 FTA의 체결에 대한 한국 국민의 반대 의견이 지배적인 상황에서 부정적인 메시지의 확산 통로의 역할을 했음을 알 수 있다. SNSs가 선거와 같은 정치 캠페인에서 후보자에 대한 긍정적인 여론을 형성하고, 시민들의 욕구 표출의 장의 역할을 하는 등 사회 변혁을 이끈 매체로 평가 받았지만, 관점을 달리하면 특정 정책이나 후보자에 대한 부정적 메시지를 생산하는 통로로 기능함으로써 정치과정에 부정적인 영향을 미칠 가능성도 높다고 할 수 있다.

특히, 급속하게 확산된 루머는 정책 형성과정에 부정적인 영향을 미칠 수 있으므로 정책 수행과정에서 SNSs의 부정적 영향력에 대해 깊이 있게 탐구할 필요가 있다. 전통적인 정책결정 과정에서는 문제가 제기된 후 정책에 대한 논의를 통해 정책의제를 설정하고, 이에 대한 여론이 형성되면서 공공의제로 형성된다. SNSs는 그 과정에서 정책의 향방에 영향을 미치는 의견을 표출하고 공감대를 형성하는 비공식 채널(back channel)의 역할을 한다고 볼 수 있다(Jungherr, 2010). SNSs에서는 이슈를 선점한 공중이 여론을 주도적으로 형성하고, 특히 자극적인 속성을 가진 루머가 단기간에 확산되므로, 정책 입안자는 정책이슈와 관련된 여론을 지속적으로 모니터링함으로써 이슈에 대한 주도권을 갖고(issue ownership)을 유지해 나가야 할 것이다.

이러한 연구의 의의에도 불구하고, 본 연구는 다음과 같은 한계로부터 자유롭지 못 하다. 첫째, 이 연구는 루머의 확산과정에 주목하였으나 시간과 비용이라는 현실적인 제약으로 한미 FTA와 관련된 모든 루머를 다루지 못했다. 분석 기간도 2주로 한정하여 전체 루머의 확산과정을 분석하지 못했다. 기간을 확대한다면 여론의 확산 추이가 다르게 나타날 수 있다. 향후 연구에서는 루머의 생성부터 확산, 소멸까지의 전 과정을 다룰 필요가 있다.

둘째, 향후 루머의 속성, 루머에 대한 사람들의 인식 등 다양한 요인에 따라 확산 추이가 어떻게 달라지는지 연구함으로써 이 연구에서 개념화한 여론 유형의 타당도를 높일 필요가 있다.

셋째, 이 연구는 여론의 확산에 영향을 미치는 동인으로 이슈의 속성 측면에서 루머의 자극성만 고려하였다. 그러나 루머의 확산에는 루머를 접한 사람들의 미래에 대한 불안감, 불확실성, 조직에 대한 신뢰 등 다양한 사회·심리적 요인이 영향을 미칠 수 있으므로 이러한 변인들이 포함된 연구 설계를 할 필요가 있다.

Ⅰ 참고문헌

- 박성호 (2012). SNS의 여론형성과정과 참여행태에 관한 고찰-SNS 시대의 새로운 여론형성과 저널리즘 방향. 『한국언론정보학보』, 58호 여름호, 55~73.
- 박한우 (2007). 사이버 공간의 정치 커뮤니케이션에 대한 네트워크 분석 : 17대 국회의원의 이웃 시민 블로그를 중심으로. 『대한정치학회보』, 15집 제1호, 1~19.
- 반현 · 최원석 · 신성혜 (2004). 유권자의 투표 선택과 뉴스 미디어의 점화효과 :17대 총선의 선거 이슈를 중심으로. 『한국방송학보』, 18권 4호, 398~443.
- 왕재선 · 김선희 (2013). 정책이슈 확산의 다이내믹스 : 무상급식 논쟁 사례를 중심으로. 『한국정책학회보』, 22권 1호, 389~421.
- 이형재 · 최미정 (2005). 악성루머에 따른 정보신뢰도가 정당에 대한 태도에 미치는 영향 : 수사학적 자기방어 수단을 중심으로. 『중앙대학교 광고홍보연구』, 13권, 79~108.
- 조동기 (2001). 『사이버공간에서의 여론형성과 집합행동』. KISDI.
- 홍주현 (2009). 『인터넷 토론 환경이 여론의 변동성에 미치는 영향 연구: 인터넷 여론 모델을 중심으로』, 이화여자대학교 대학원 박사학위논문.
- Ahern, R. K. & Sodyura, D. (2013). Rumor has it:: Sensationalism in Financial Media.
Available : <http://webuser.bus.umich.edu/dsodyura/Research%20Papers/Rumor%20Has%20It%20--%20Sensationalism%20in%20the%20Media,%20August%202013.pdf>
- Commings, D., Oh,H., & Wang, N. (2011). *Who needs polls? Gauging public opinion from Twitter data*. Available : <http://nlp.stanford.edu/courses/cs224n/2011/reports/nwang6-davidjc-harukioh.pdf>
- Dale, A. & Strauss, A. (2008). *Mobilizing the mobiles: How text messaging can boost turnout politicking online: The transformation of election campaign communications*. New Brunswick, NJ:Rutgers University Press.
- Diakopoulous A. N. & Shamma, D. A. (2010). Characterizing debate performance via aggregated twitter sentiment. In Conference on Human Factors in Computing Systems(CHI). April. Available: research.yahoo.com/files/note0655-diakopoulos.pdf.
- Difonzo, N. & Bordia, P. (2007). Rumors Influence: Toward a Dynamic Social Impact Theory of Rumor. in the Science of Social Influence edited by Pratkanis, R, A., 260~293. (Psychology Press: NY).
- Friedman, D. J., Goldsmith, B., Grafton, K. S (2010). Regulatory crackdown on the spreading of false rumor: 10 preventative steps to consider, *Corporate Transactions Securities Regulation and Corporate Governance*. Available : <http://www.gibsondunn.com/search/>
- Henderson, A., & Browerly, R (2010). Authentic dialogue? The role of “friendship” in a social media recruitment campaign. *Journal of Management*, 14(3), 237~257.
- Honeycutt, C., & Herring, S.C. (2009). Beyond microblogging: Conversation and collaboration via Twitter. HICSS: Hawaii International Conference on System Sciences. Available: <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=4755499>
- Howard, N. P. (2004). Deep democracy, thin citizenship: The impact of digital media in political campaign strategy. *Annals of American Academy of Political and Social Science*, 597, 1~18.

- Jungherr, Andreas (2010). Twitter in politics: Lessons learned during the German Superwahljahr 2009. CHI, April 10 - 15, 2010, Atlanta, Georgia, USA. Available: www.cs.unc.edu/~julia/accepted-papers/Superwahljahr.pdf
- Kayne, R. (2010). What is microblogging? Available: www.wisegeek.com/what-is-microblogging.htm
- Marett, A. (2010). Participating online: The Internet and its role in political participatory behaviour in the context of the New Zealand general election 2008. Available: http://ir.canterbury.ac.nz/bitstream/10092/4962/1/thesis_fulltext.pdf
- Mascaro, M. C., & Goggins, P. S. (2010) Collaborative information in a political group environment. Available : <http://collab.infoseeking.org/resources/papers/MascaroDrexel.pdf>.
- Mendoza, M., Problete, B., & Castillo, C. (2010). Twitter under crisis: Can we trust what we RT? Available : http://research.yahoo.com/files/mendoza_poblete_castillo_2010_twitter_terremoto.pdf
- Meyers, L., Pourbohloul D., & Newman, M.E.J. (2005). Network theory and SARS: Predicting outbreak diversity. *Journal of Theoretical Biology*, 232, 71~81.
- Mirandilla, P. M. G. (2010). Cybercampaigning for 2010: The use of Websites and social networking sites as campaign platform for 2010 Philippine presidential election. Available: http://www.cprsouth.org/wp-content/uploads/drupal/Grace20Mirandilla_2.pdf
- Morris, S. (2000). Contagion. *The Review of Economic Studies*, 67(1), 57~58.
- Namatame, A. (2007). Diffusion and Emergence in Social Networks. Available: http://www.nda.ac.jp/~nama/Top/Papers/research-namatame/09-02_p.pdf
- O'Connor, B., Balasubramanian, B., Routledge, B., & Smith, N. (2010). From tweets to polls: Linking text sentiment to public opinion time series. *Proceedings of the Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 122~129. Available at <http://repository.cmu.edu/cgi/viewcontent.cgi>
- O'Reilly, T., & Battelle, J. (2009). Web squared: Web 2.0 five years on. Available: <http://assets.en.oreilly.com/1/event/28>.
- Owen, R., & Humphrey, P. (2008). The structure of online marketing communication channels. *Journal of Management and Marketing Research*, 1~10. Available: <http://www.aabri.comwww.aabri.com/manuscripts/09135.pdf>
- Oyewo, O. O. (2007). Rumour: An Alternative Means Of Communication In A Developing Nation: The Nigerian Example. *International Journal of African & African American Studies*, 6(1). 1~15. Available: <https://ojs.siue.edu/ojs/index.php/ijaaas/article/viewFile/85/145>
- Pang, B., & Lee, L. (2008). Opinion mining and sentiment analysis. *Foundations and Trends in Information Retrieval*. 2(1-2), 1~135.
- Pick, Y. C. (2010). *Mobile strategies in political communication*. In Partial Fulfillment of the Requirement for the Degree of Master of Arts in Public Communication. Available at www.american.edu/soc/communication/upload
- Ransohoff, D. F., & Ransohoff, R. M. (2001). Sensationalism in the media: When scientists and journalists may be complicit collaborators. *American College of Physicians-American Society of Internet Medicine*, 4, 185~188.
- Ratkiewicz, J., Conover, M., Meiss, M., Goncalves, B., & Flammini, F. (2011). Detection and tracking political

- abuse in social media. *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. 297-304. Available at www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM11/paper/download/.../3274.
- Roberts, M., Wanta, W., & Dwz, T-H.(2002). Agenda setting and issue salience online. *Communication Research*, 29(4), 452~465.
- Rosnow, R. L., Yost, J. H., & Esposito, J. L.(1986). Belief in rumor and likelihood of rumor transmission. *Language and Communication*(6), 189~194.
- Rosnow, R. L. & Foster, E. K.(2005). Rumor and Gossip Research, American Psychological Association. Psychological Science Agenda, April 2005. Available: <http://www.apa.org/science/about/psa/2005/04/gossip.aspx>
- Stromer-Galley, J., & Kirsten, A. F.(2002). Citizens, Campaigns, and Online Interactivity, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 8(1). Available: <http://jcmc.indiana.edu/vol8/issue1/stromerandfoot.html>.
- Tanaka, Y., Sakamoto, Y. & Matsuka, T.(2011). Transmission of Rumor and Criticism in Twitter after the Great Japan Earthquake. Available: <http://mindmodeling.org/cogsci2012/papers/0415/paper0415.pdf>
- Watts, D. J., & Dodds, P. S. (2007). Influentials, networks and public opinion formation. *Journal of Communication Research*, 4, 441~458.
- Williams, B. C., & Girish J. G. (2010). Communicating with constituents in 140. Working Papers. Southern Illinois University. Available: <http://opensiuc.lib.siu.edu/cgi/>
- Wlezien, C. (2005). On the salience of political issues: The problem with ‘most important problem.’ *Electoral Studies*, 24, 555~579. Available: www.sciencedirect.com

(투고일자: 2014. 02. 25, 수정일자: 2014. 04. 25, 게재확정일자: 2014. 04. 30)

ABSTRACT

The Diffusion of Rumor Via Twitter : The Diffusion Trend and the User Interactivity in the Korea-U.S. FTA Case

Ju-Hyun Hong* · Hae-Jin Yun**

This study explored how rumor is diffused via Twitter and how the characteristics of rumor affect the interactivity among users in the Korea-U.S. FTA case. A key word search located three issues as major ones related to the Korea-U.S. FTA: appendectomy myth, collapse of health insurance, and increases in medicine prices.

The arousal of rumor has two dimensions: fact and expression. The fact arousal was the highest in the issue of ‘appendectomy myth,’ and the expression arousal the highest in ‘increases in medicine prices.’ The rumor diffusion took the ‘explosive wave’ in the issue of appendectomy myth, the ‘latent wave’ in the issue of increase in medicine prices, and the ‘repetitive wave’ in the issue of collapse of health insurance. Correlation analyses revealed a high correlation between the arousal intensity of rumor and the user interactivity in the issue of collapse of health insurance.

The study showed that Twitter took a role of diffusing negative messages about the Korea-U.S. FTA. Results implies that government officials and journalists pay attention to Twitter for sensing the public opinion when building policies and managing crises.

key words: rumor, diffusion, Twitter, interactivity

* Assistant Professorial Lecturer, Department of Journalism & Mass Communication, Kookmin University

** Senior Researcher Programming and Planning Dept, Munhwa Broadcasting Corp.