

온라인 루머의 연구경향 분석: 2010년 이후 학술논문의 내용분석을 중심으로

이은진
중앙대학교 패션전공

Analysis of Research Trend in Online Rumor: Focusing on Content Analysis of Academic Journal Articles since 2010

Eun-Jin Lee
Dept. of Fashion, Chung-Ang University

요약 본 연구는 온라인 루머 연구의 주제와 방법론, 이론 개발 등에 대한 체계적인 연구의 필요성에 근거하여 온라인 루머 관련 학술논문의 내용분석을 실시하였고, 국내 등재 학술지에 게재된 논문의 연도별 추이와 연구경향을 파악하였다. 추출 키워드는 '루머', '온라인 루머', '인터넷 루머', 'SNS 루머', '소셜 루머' 등이었으며, 온라인 루머와 관련된 연구가 발표되기 시작한 2010년 이후의 논문을 추출하여 분석하였다. 연구 결과, 첫째, 온라인 루머에 관한 논문의 22.9%가 2017년에 게재되었고, 2014년에서 2020년 사이의 논문 비중이 74.1%로 나타났다. 둘째, 연구주제는 기업 및 브랜드 루머(34.3%), 사회적 이슈 루머(25.7%), 공중보건 루머(11.4%), 기타 루머(28.6%) 등이었고, 연구방법은 실험연구(37.1%), 조사연구(34.3%), 시뮬레이션 기법(11.5%), 빅 데이터 분석(11.4%), 내용분석(5.7%) 등의 순이었다. 셋째, 실증적 연구는 20~40대가 대상인 온라인 조사를 선호하였고, SPSS, Process Macro, PLS, AMOS 등의 통계프로그램으로 분석하고 있었으며, 루머 확산 이론, 루머 전파 모델, 트라이엔디스 모델 등의 이론을 기반으로 하고 있었다. 이러한 결과는 모바일 기기를 이용한 SNS 사용이 급증하면서 루머의 확산속도가 높아지고 있는 시점에 루머 연구의 주제와 설계, 이론 및 방법론의 개발에 유용한 학술 자료를 제공한 것에 의의가 있다.

Abstract This study conducted content analysis of academic articles related to online rumors based on the need for systematic research on the topics, methodology, and theory development of online rumor research. The extraction keywords were 'rumor', 'online rumor', 'internet rumor', 'SNS rumor', and 'social rumors', and articles after 2010, when research related to online rumors began, were extracted and analyzed. The results show that, first, 22.9% of articles on online rumors were published in 2017, and the percentage of articles published between 2014 and 2020 was 74.1%. Second, research themes were corporate and brand rumor (34.3%), social issue rumors (25.7%), public health rumors (11.4%), and other rumors (28.6%). Research methods followed were experimental research (37.1%), survey research (34.3%), simulation techniques (11.5%), big data analysis (11.4%), and content analysis (5.7%). Third, empirical studies preferred online surveys of people in their 20s, 30s, and 40s, which were analyzed by using a statistical program, and were based on theory related to rumors. These results provide academic data that are useful for the development of themes, designs, theories, and methodologies for rumor research, considering that the spread of rumors is increasing due to the use of SNS on mobile devices.

Keywords : Online Rumor, SNS Rumor, Research Trend, Content Analysis, Academic Journal Article

이 논문은 2023년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2023S1A5B5A16082697)

*Corresponding Author : Eun-Jin Lee(Chung-Ang Univ.)

email: nefa12@hanmail.net

Received May 24, 2024

Revised June 5, 2024

Accepted August 2, 2024

Published August 31, 2024

1. 서론

인터넷의 등장 이후 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service, SNS)의 발달로 루머의 생성과 전이가 용이한 환경이 제공되면서 진위 여부를 알 수 없는 정보가 사실보다 더 빨리 공유되고 더 멀리 전파되는 현상이 나타나고 있다. 루머는 사실이라는 것이 검증되지 않은 정보임에도 불구하고 사람들의 흥미와 관심을 불러일으키는 일종의 소문이며, 온라인상에서 댓글이나 리트윗, 공유 및 구전 등을 통해 빠르게 퍼지는 특성을 갖고 있어 루머의 확산 범위가 방대해지고 있다[1,2]. 특히 스마트폰의 광범위한 보급과 함께 시간과 장소의 제약 없이 소셜 네트워크에 접속하게 되면서 루머의 파급력은 더욱 강해지고 있으며, 누구라도 루머에 쉽게 노출되거나 전파할 수 있게 되어 온라인 루머가 단순한 가십거리를 넘어 사회적 문제로 대두되고 있다[3]. 그로 인해 온라인 루머에 대한 연구의 관심이 높아지고 있으나, 루머로 인해 파생되는 여러 가지 문제에 비해 루머와 관련된 충분한 논의와 연구가 이뤄지지 않고 있다.

루머는 사회 및 심리학 분야에서 오랜 기간에 걸쳐 연구된 주제이지만, 루머의 개념과 유형을 밝히거나 루머가 왜 수용되고, 어떻게 전파되는지를 이론적으로 정리하는데 치중해 왔다. 이후 루머의 연구 방향은 내용분석이나 실험 설계, 실증 및 경험적 연구로 확대되었고, SNS의 활성화로 인해 빅 데이터 분석, 코딩 및 추적 연구 등으로 접근방식이 확장되었다. 온라인 루머와 관련된 연구에서는 루머의 수용과 전파가 이루어지기 위한 환경과 루머의 속성이 무엇인지를 설명하기 위해 다양한 관점을 취해 왔고, 루머의 진위 여부를 판단할 수 있는 기준을 제공하는 것이 중요하다고 주장하였다[4]. 그러나 온라인 루머의 수용과 확산과정에 참여하는 행위자들은 각자의 기준에 따라 정보를 판단하고 이를 해석하는 복잡한 과정을 수행하기 때문에 온라인 루머에 대한 기준과 합의점을 찾는 데는 많은 어려움이 발생하였다[5]. 또한, 온라인 루머의 연구주제와 방법론, 이론 개발 등의 한계가 지적되고 있으며, 근거 없는 소문들이 사실인 것처럼 확대, 재생산되는 온라인 루머에 대한 지속적인 연구의 필요성이 제기되고 있다.

따라서 그동안 발표된 논문들의 연구경향을 분석하는 것은 온라인 루머 연구의 추이와 방향성을 검토하고, 온라인 루머와 관련된 이론 및 방법론의 개발에 유용할 것으로 사료된다. 이에 본 연구는 온라인 루머에 대한 체계적인 연구의 필요성에 근거하여 국내의 등재 학술지에

게재된 온라인 루머 관련 논문을 분석하고, 2010년을 기점으로 연도별 추이와 연구주제, 연구 및 조사방법, 실증적 연구의 이론 및 연구모델, 통계분석기법 등의 연구경향을 파악함으로써 루머 연구의 학술적 자료를 제공하고자 한다. 이러한 연구의 필요성과 목적에 근거하여 2장에서는 온라인 루머에 관한 개념과 선행연구를 고찰하고, 3장의 내용분석을 위한 방법과 4장의 분석 결과를 통해 결론 및 제언을 도출하고자 한다. 온라인 루머에 관한 학술논문의 내용분석을 위한 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 온라인 루머 연구의 연도별 추이는 어떠한가?

둘째, 온라인 루머 연구의 주제 및 영역별 연구경향은 어떠한가?

셋째, 온라인 루머 연구의 방법별 연구경향은 어떠한가?

넷째, 온라인 루머 연구의 실증적 연구경향은 어떠한가?

2. 이론 및 선행연구 고찰

2.1 온라인 루머의 개념적 고찰

루머는 공통의 관심사와 관련된 검증되지 않은 진술로 정의되며, 사람에서 사람으로 전해지면서 많은 사람들이 사실이라고 믿는 것처럼 보이기 때문에 신뢰를 얻게 된다[6,7]. 루머는 가십, 정보와 개념적으로 구분되는데, 가십과 정보에 비해 루머의 진위여부가 불분명하여 어떻게 생성되어 확산되는지에 대한 확인이 어렵다. 또한, 루머는 가십보다 중요한 이슈를 다루고 공격, 사회적 성격을 띠고 있어 메시지의 영향력이 크며, 구전과 미디어 채널을 포함한 비공식 채널로 전달되는 사실 여부가 검증되지 않은 정보라고 할 수 있다[8]. 루머는 확산 시기와 확산 후 시기의 관점에서 정의되기도 하는데, 확산 시기에 진위 여부가 불확실하고 확산이 끝난 후에도 진위 여부가 불확실하거나 거짓으로 밝혀질 경우 루머로 정의된다[9].

인터넷의 등장 이후부터는 많은 사람들이 온라인을 통해 루머를 수용, 전파하고 있으며, 소셜 미디어에서 부정적인 루머의 확산은 사회적으로 심각한 문제가 되고 있다[6]. Chen & Wang(2020)은 SNS가 수많은 사용자와 복잡한 네트워크 구조로 인해 루머가 퍼지는 주요 플랫폼이고, SNS를 이용하는 모든 사람들이 정보의 전파자이자 수신자의 역할을 하고 있어 루머가 쉽게 만들어져 널리 퍼지는 현상을 보인다고 하였다[10]. Rani et al.(2022)은 온라인 미디어에 퍼진 루머가 누군가에 의해 의도적으로 만들어진 거짓 정보임에도 불구하고, 이

를 수용하거나 전파하는 사람들이 진실이라고 믿는 경향이 있어 사실인 것처럼 유포된다고 하였다[11]. 또한, 온라인 루머는 내용의 방향성에 따라 긍정적 혹은 부정적이거나 중립적인 성격을 가지며, 대부분의 루머는 개인이나 조직에 대한 부정적인 내용으로 구성되어 있다[8]. 이러한 온라인 루머는 누가 최초로 만들었는지가 불분명하지만 주로 많은 사람들이 관계를 맺으면서 상호작용하는 SNS를 통해 전파되는 특성을 보인다. 따라서 온라인 루머는 인터넷 혹은 SNS를 떠도는 사실 여부가 검증되지 않은 정보를 의미하며, 허위 정보라고 밝혀져도 루머의 주체인 개인이나 조직에 대해 부정적으로 작용할 수 있다.

2.2 온라인 루머의 선행연구 고찰

온라인 루머에 대한 국내 연구는 최근 십여 년 간 집중적으로 이뤄졌고, 주로 2010년 이후부터 학술지에 게재되고 있다. 이들 연구는 온라인 루머가 생성되어 수용, 확산되는 현상과 루머 위기에 대응하는 커뮤니케이션 전략의 관점에서 다양한 변수를 다루었다. 루머의 수용과 확산에 관한 연구들은 온라인에서 루머의 수용 및 확산에 영향을 주는 개인적, 심리적 특성, 루머 자체가 지닌 속성, 환경적 특성 등을 분석하였고, 루머에 대한 신뢰와 사회적 동조가 루머 전파에서 중요한 역할을 한다고 하였다. 김민정, 윤영민(2015)은 사회적 동조가 온라인 루머를 신뢰하거나 전파하는데 영향을 미칠 것으로 보았고, 민혜민, 최윤정(2017)은 SNS와 온라인 커뮤니티에서 사회적 동조를 하는 경우 루머를 신뢰하고 이는 루머 전파에 영향을 미친다고 하였다[1,3]. 루머 수용과 확산 행위에 관한 연구에서는 메시지의 신뢰성과 유용성이 루머 수용의 정적 영향 요인이었으며, 감정의 강도가 강하고 루머 대상에 대한 사전 지식이 많을수록 루머 확산의도가 높은 것으로 나타났다[8,12].

온라인 환경 요인에 관한 연구에서는 인지된 익명성과 전파성이 루머에 대한 호의적인 태도를 거쳐 온라인 루머 행동에 영향을 미쳤고, SNS 브랜드 루머 연구는 루머의 신뢰성과 생동감이 정서적, 인지적 수용태도와 루머 확산의도에 영향을 미친다고 하였다[4,13]. 이원준, 이한석(2012)은 루머 원천 신뢰성과 메시지 신뢰성, 걱정과 같은 요인들이 루머 수용 강도를 높여 확산의도에 영향을 미친다고 하였으며, 이혜규, 김미경(2016)은 루머가 야기하는 혐오감이 루머 확산의도에 미치는 영향이 루머의 중요성 인식에 의해 매개된다고 하였다[14,15]. 홍주현(2017)은 확산 네트워크 분석을 통해 루머의 사실성보

다 파급력이 루머의 확산에 더 중요하다는 것을 밝혔으며, 차유리, 나은영(2015)은 인터넷 루머에 관한 척도개발 연구가 이뤄지지 않았음에 착안하여 인터넷 루머 전파 기대척도를 개발하였다[16,17]. 또한, 루머 위기에 대한 기업 및 브랜드의 대응전략이 소비자의 반응과 행동에 어떻게 작용하는지를 분석한 연구들도 진행되었다. 이와 같이 온라인 루머 연구는 다양한 관점에서 접근하고 있으나, 연구경향과 추이를 확인할 수 있는 내용분석은 이뤄지지 않고 있다. 따라서 본 연구는 기존 연구에서 중요시한 주제와 방법, 연구 추이, 이론 및 실증적 연구 경향을 분석함으로써 온라인 루머 연구의 체계화를 시도하고자 하였다.

3. 연구방법

3.1 분석 대상 및 방법

본 연구는 온라인 루머 연구의 연도별 추이와 연구경향을 파악하기 위한 연구방법으로 내용분석을 실시하였다. 내용분석은 텍스트로부터 타당한 추론의 결과를 도출하는 객관적이고 계량적인 연구방법으로, 학술논문의 추이와 경향성을 체계적으로 분석하는데 적합하다[18]. 분석 대상은 한국연구재단의 등재 학술지에 게재된 논문이었고, 온라인 루머와 관련성이 높은 2010년 이후의 학술논문을 대상으로 하였다. 이들 논문은 KCI 등재 논문으로서 학술대회 발표 논문과 등재후보 논문은 제외하였다. 분석 대상 논문이 게재된 학술지별로 온라인 루머 관련 논문의 게재 건 수는 Table 1과 같다.

3.2 분석 유목

학술논문의 내용분석에 관한 연구에서는 연구 주제와 방법 등의 분석지표를 이용하여 연구경향을 분석하고 있다[19]. 이에 본 연구는 온라인 루머의 연구경향을 분석하기 위해 내용분석 기법을 적용한 선행연구를 토대로 하여 분석 유목을 발췌한 후 본 연구에 맞게 수정 및 보완하였다.

첫째, 영역별 연구경향은 온라인 루머의 특성을 고려하여 인터넷 루머, SNS 루머로 분류하였고, SNS 루머는 소셜 미디어, 트위터, 페이스북 북으로 세분하였다. 연구주제에 따라서는 기업 및 브랜드 루머, 공중보건 루머, 사회적 이슈 루머로 구분하였으며, 구체적인 주제를 제시하지 않은 루머는 기타 루머로 분류하였다.

Table 1. Status of academic journals related to online rumor

Field	Publication society	Academic journal	Number of article
Social science	Korean Academic Society for Public Relations	Journal of Public Relations	8
	Korean Society for Journalism and Communication Studies	Korean Journal of Journalism and Communication Studies	3
	Korean Association for Communication and Information Studies	Korean Journal of Communication & Information	2
	The Korean Advertising & PR Practitioners Society	Journal of Practical Research in Advertising and Public Relations	2
	Korean Association for Broadcasting & Telecommunication Studies	Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies	2
		Broadcasting & Communication	1
	Korean Society for Advertising Education	Advertising Research	1
		The Korean Journal of Advertising and Public Relations	1
	Korean Academy of Commodity Science & Technology	Journal of Product Research	1
	Cybercommunication Academic Society	Journal of Cybercommunication Academic Society	1
	The Korea Institute of Public Affairs	Korean Journal of Public Administration	1
	Institute of Communication Research	Journal of Communication Research	1
	Korea Marketing Association	Asia Marketing Journal	1
Korea Marketing Association	Korea Marketing Review	1	
Natural science	Korean Association of Human Ecology	Korean Journal of Human Ecology	1
Engineering	Korea Academia-Industrial cooperation Society	Journal of Korea Academia-Industrial cooperation Society	1
	Korean Society for Internet Information	Journal of Internet Computing and Services	1
	Korean Institute of Information Sciences and Engineers	KIISE Transactions on Computing Practices	1
		KIPS Transactions on Software and Data Engineering	1
Korea Information Processing Society	Korea Information Processing Society review	1	
	Multi-disciplinary	Korea Communication Association	Korean Journal of Communication Studies
Korean System Dynamics Society		Korean System Dynamics Review	1
The Society of Digital Policy & Management		Journal of Digital Convergence	1
Total			35

Table 2. Composition of analysis framework

Classification	Division
Research area	Internet rumor
	SNS rumor
Research theme	Corporate and brand rumor
	Public health rumor
	Social issues rumor
	Other rumor
Research method	Experimental research
	Survey research
	Content analysis
	Big data
	Simulation
Quantitative research	Other methods
	Investigation method
	Investigation target
	Statistical analysis method
	Research model and theory

둘째, 연구방법에 관해서는 실험연구, 조사연구, 내용 분석, 빅 데이터, 시뮬레이션 기법으로 분류하였다. 이중 시뮬레이션 기법은 시스템 다이내믹스 모델, 행위자 기반 모델, 알고리즘 기반 시뮬레이션으로 세분하였다.

셋째, 실증적 연구의 연구경향은 수치를 부여할 수 있는 정량적 자료를 수집한 실험연구와 조사연구를 대상으로 하였고, 분석 유목은 조사방법, 조사대상, 통계분석기법, 연구모델 및 이론으로 분류하였다. 조사방법은 온라인 조사, 면대면 조사로 구분하였고, 조사대상은 연령으로 세분하였다. 통계분석방법은 통계프로그램에 의한 분석방법을 활용하였으며, 연구모델 및 이론은 논문의 이론적 모델을 고려하여 분류하였다.

3.3 자료 수집 및 분석 절차

본 연구는 온라인 루머에 관한 학술논문의 내용분석을 위해 키워드 검색을 통해 논문을 추출하였고, 온라인 루머와 관련된 논문인지, 아닌지를 확인하는 과정을 거쳤다. 검색 키워드는 ‘루머’, ‘온라인 루머’, ‘인터넷 루머’, ‘SNS 루머’, ‘소셜 루머’ 등이었으며, 온라인 루머와 관련된 연구가 발표되기 시작한 2010년 이후부터 현재까지의 등재 학술지 논문을 추출하였다. 자료 수집은 국내 학술지 논문을 디지털 형태로 제공하는 학술연구정보서비스(RISS), 한국학술지인용색인(KCI) 등에서 이뤄졌고, 본 연구의 목적에 부합하는 35건의 유효한 논문을 수집하였다. 이들 논문은 공통 데이터 추출 절차에 따라 각 논문의 주요 연구 내용에 대한 정보를 추출하였으며, 빈도와 백분율(%)을 산출하여 내용분석을 실시하였다.

4. 연구결과

4.1 온라인 루머 연구의 연도별 추이

온라인 루머 연구의 연도별 추이를 살펴보면, '10년과 '11년, '12년에 각 1편(2.9%), '13년 2편(5.7%), '14년 3편(8.4%), '15년 4편(11.4%), '16년 1편(2.9%), '17년 8편(22.9%), '18년 2편(5.7%), '19년, '20년에 각 4편(11.4%), '21년, '22년에 각 1편(2.9%), '23년 2편(5.7%)이었다. 이중 온라인 루머와 관련된 논문이 가장 많이 게재된 연도는 2017년으로서 루머에 대한 연구자들의 관심이 매우 높게 나타났다. 이는 2017년에 발생한 아동학대, 사드 배치 등의 사회적, 정치적 이슈에 대한 관심과 기업의 노동착취, 발암물질, 이물질 논란 등으로 인해 루머 연구가 증가한 것으로 해석된다. 또한, 2014년에서 2020년 사이에 70% 이상의 논문(74.1%)이 게재되었는데, 이 시기는 스마트폰의 보급으로 모바일 기기를 이용한 SNS의 사용이 급증하면서 사회적, 경제적 이슈와 관련된 루머가 확산되는 현상을 보인 시기라고 할 수 있다.

Table 3. Status of article by year

Year	Number of article	Percentage (%)
2010	1	2.9
2011	1	2.9
2012	1	2.9
2013	2	5.7
2014	3	8.4
2015	4	11.4
2016	1	2.9
2017	8	22.9
2018	2	5.7
2019	4	11.4
2020	4	11.4
2021	1	2.9
2022	1	2.9
2023	2	5.7
Total	35	100.0

4.2 온라인 루머 연구의 주제 및 영역별 연구경향

영역별 연구경향을 분석한 결과에서는 Table 4와 같이 인터넷 루머 17편(48.5%), SNS 루머 18편(51.5%)으로 나타났다. 인터넷 루머에 관한 논문은 온라인 매체나 브라우저, 게시판 형태의 루머가 수용되어 전파 혹은 확산되는 과정과 이와 관련된 다양한 요인을 분석한 연구가 이뤄졌다. SNS 루머의 경우 SNS를 구체적으로 언급

하지 않은 논문은 소셜 미디어에 포함시켰고, 특정 SNS를 제시한 논문은 트위터, 페이스북 북으로 구분하였다. SNS 루머에 관한 논문은 소셜 미디어 9편(25.7%), 트위터 8편(22.9%), 페이스북 북 1편(2.9%)이었으며, SNS 루머의 속성과 분류, 이용자 반응 및 행동, 확산 현상 등과 같이 여러 관점에서 연구가 이뤄지고 있었다.

주제별 연구경향에서는 기업 및 브랜드 루머 12편(34.3%), 공중보건 루머 4편(11.4%), 사회적 이슈 루머 9편(25.7%), 기타 루머 10편(28.6%)으로 나타났다. 기업 및 브랜드 루머 연구는 음모형과 오염형을 다루었는데, 음모성 루머는 기업이나 브랜드에 심각한 피해를 주는 루머이고 오염성 루머는 제품 및 서비스에 관한 검증되지 않은 루머를 의미한다[13,20]. 구체적으로, 유니클로, 농심, 존슨 앤 존슨, 몽드드, CJ제일제당 등을 언급한 논문과 특정 브랜드를 언급하지 않고 이니셜로 처리한 논문이 있었으며, 음모성 루머는 노동착취, 인종차별 논란 등을, 오염성 루머는 생수, 탄산음료, 김치, 라면 등의 이물질과 베이비 로션, 샴푸, 치약, 패션제품 등의 유해물질 및 발암물질 검출을 포함하고 있었다. 공중보건 루머는 메르스, 미세먼지, 지카 바이러스, 독감 예방주사와 관련된 루머를 다루었고, 사회적 이슈와 관련해서는 아동학대, 사드 배치, 집단 갈등, 원전, 한미 FTA, 위협 루머 등에 관한 연구가 이뤄졌다. 마지막으로, 기타 루머는 구체적인 루머 주제를 제시하지 않았으며, 인터넷 혹은 SNS에서 전파되는 루머를 포괄적으로 다룬 것이 특징이었다. 이러한 결과를 통해 온라인 루머에 관한 주제의 다양성을 확인하였으며, 사회적, 경제적으로 루머의 영향력이 높은 분야에서 연구의 관심이 높다는 것을 알 수 있었다.

Table 4. Analysis of research trend by area and theme

Classification		Number of article	Percentage (%)	
Area	Internet rumor	17	48.5	
	SNS rumor	Social media	9	25.7
		Twitter	8	22.9
		Facebook	1	2.9
	Total	35	100.0	
Theme	Corporate and brand rumor	12	34.3	
	Public health rumor	4	11.4	
	Social issues rumor	9	25.7	
	Other rumor	10	28.6	
	Total	35	100.0	

4.3 온라인 루머 연구의 방법별 연구경향

온라인 루머 연구의 방법별 연구경향을 분석한 결과, Table 5와 같이 실험연구 13편(37.1%), 조사연구 12편(34.3%)으로 71.4%를 차지하고 있었다. 실험연구는 실험 절차를 미리 설계하여 일련의 계획에 의해 수행되며, 조사연구는 비실험 상황에서 설문지나 면접에 의해 자료를 수집하여 통계적인 추리과정을 적용한다[21]. 이들 연구방법은 실증적 연구에서 일반적으로 사용하고 있으며, 설문지를 이용하여 계량화된 자료를 수집함으로써 통계적 처리가 가능하다. 본 연구가 분석한 논문 중에서 실험 연구는 실험 설계와 절차에 의해 이뤄지고 있었고, 직접 대면 혹은 온라인 유사 실험을 통해 수집한 자료를 통계적인 방법으로 분석하고 있었다. 조사연구는 연구대상을 모집하여 면대면 조사 혹은 온라인 설문조사를 실시하였으며, 실험연구와 마찬가지로 통계 프로그램을 이용하여 분석하였다.

빅 데이터 분석을 이용한 논문은 4편(11.4%)이었는데, 이들 연구는 네트워크 분석과 프레임 분석, 시계열 분석 등을 실시하고 있었다. 내용분석은 2편(5.7%)이었으며, 네이버의 13개 일간지와 트윗에 대한 내용분석이 이뤄지고 있었다. 시뮬레이션 기법을 이용한 논문은 시스템 다이내믹스 모델 2편(5.7%), 행위자 기반 모델 1편(2.9%), 알고리즘 기반 시뮬레이션 1편(2.9%)으로 나타났다. 이들 연구는 복잡한 사회적 커뮤니케이션으로서 인터넷 루머의 확산과정에 주목하고[22], 루머 확산과 감염, 대응효과 등을 다루고 있었다. 이와 같이 온라인 루머 연구는 실증적 연구가 주를 이루고 있어 다양한 방법을 적용한 연구가 요구된다고 할 수 있다.

Table 5. Analysis of research trend by method

Classification		Number of article	Percentage (%)
Experimental research		13	37.1
Survey research		12	34.3
Content analysis		2	5.7
Big data		4	11.4
Simulation	System dynamics model	2	5.7
	Agent-based model	1	2.9
	Algorithm-based simulation	1	2.9
Total		35	100.0

4.4 온라인 루머 연구의 실증적 연구경향

온라인 루머 연구의 실증적 연구경향 분석은 실험연구

와 조사연구로 분류된 25편을 대상으로 하였다. 이들 논문에서 사용한 조사방법, 조사대상, 통계분석기법, 연구 모델 및 이론을 분석한 결과는 다음과 같다.

4.4.1 조사방법별 연구경향

실증적 연구의 조사방법은 온라인 조사, 면대면 조사로 이뤄지고 있었고, 온라인 조사 19편(76.0%), 면대면 조사 6편(24.0%)으로 나타났다. 이러한 경향은 실험 및 조사에 소요되는 시간과 모집단 구성, 회수율 등으로 인해 온라인 조사를 선호하는 것으로 해석된다. 면대면 조사는 직접 면접방식으로 실험 및 조사를 하였으며, 정량적 자료 수집을 위해 설문지를 이용하고 있었다. 온라인 조사의 경우 실험연구는 유사 실험의 형태였고, 조사연구는 전자 설문지를 이용하여 자료를 수집하는 형태였다. 지금과 같이 모바일 기기의 활용도가 높아지고 SNS를 통해 루머가 급속히 확산되는 현상을 고려하면, 앞으로도 면대면 조사보다 온라인 조사를 더 선호할 것으로 사료된다.

Table 6. Analysis of research trend by investigation method

Classification	Number of article	Percentage (%)
Online survey	19	76.0
Face-to-face survey	6	24.0
Total	25*	100.0

*Analyzing research articles (25) based on experimental and survey research

4.4.2 조사대상별 연구경향

온라인 루머에 관한 실증적 연구는 설문조사를 통해 자료를 수집하였고, 조사 대상에 대한 연령대별 분석 결과는 Table 7과 같다. 연령대별로 분석한 이유는 실증적 연구를 실시한 25편의 논문에서 공통적으로 조사대상의 연령을 제시하고 있었기 때문이다. 한 편의 논문 당 단수 혹은 복수의 연령대를 조사하였으며, 20대 23편(33.8%), 30대 18편(26.5%), 40대 13편(19.1%)으로 20~40대의 연령대가 가장 많았다. 특히 20대, 30대가 전체의 60.3%였는데, 이들은 다른 연령대에 비해 루머에 민감하고 인터넷 혹은 SNS를 자주 이용하는 것으로 볼 수 있다. 또한, 20대 이하는 3편(4.4%), 50대는 7편(10.3%), 60대 이상은 4편(5.9%)의 논문에서 조사한 것으로 나타났다.

Table 7. Analysis of research trend by investigation target

Classification	Number of article	Percentage (%)
Under 20s	3	4.4
20s	23	33.8
30s	18	26.5
40s	13	19.1
50s	7	10.3
Over 60s	4	5.9
Total	68*	100.0

*Since each article investigates multiple age groups, it exceeds the number of research articles (25) subject to analysis.

4.4.3 통계분석방법별 연구경향

온라인 루머에 관한 실증적 연구의 통계분석방법을 분석한 결과는 Table 8과 같다. 자료 분석을 위한 통계 프로그램은 SPSS, Process Macro, PLS, AMOS 등이었고, 한 편의 논문에서 복수의 통계분석방법을 이용하고 있었다. SPSS 통계 프로그램을 이용한 분석방법은 신뢰성 분석이 22편(20.1%)으로 대부분의 논문이 신뢰성 분석을 실시하고 있었다. 이다음으로는 빈도분석 19편(17.4%), 기술통계분석 12편(11.0%), 분산분석 12편(11.0%), 요인분석 9편(8.3%), 회귀분석 9편(8.3%), 상관분석 8편(7.3%), t-test 7편(6.4%), 군집분석 2편(1.8%)의 순으로

Table 8. Analysis of research trend by statistical analysis method

Classification	Number of article	Percentage (%)
Frequency analysis	19	17.4
Correlation analysis	8	7.3
Descriptive statistical analysis	12	11.0
Factor analysis	9	8.3
Reliability analysis	22	20.1
Regression analysis	9	8.3
Cluster analysis	2	1.8
t-test	7	6.4
Analysis of variance (ANOVA)	12	11.0
Process Macro (Moderated mediation effect analysis)	3	2.8
PLS path analysis	3	2.8
AMOS path analysis	3	2.8
Total	109*	100.0

*Since each article uses multiple Statistical analysis method, it exceeds the number of research articles (25) subject to analysis.

나타났다. Process Macro를 이용하여 조절된 매개효과를 분석한 논문은 3편(2.8%)이었고, 경로분석의 경우 PLS 3편(2.8%), AMOS 3편(2.8%)이었다. 따라서 온라인 루머의 실증적 연구는 SPSS 통계 프로그램을 이용한 분석이 가장 많았고, 이외에 PLS, AMOS 등의 구조방정식 모델에 의한 경로분석이 이뤄진다고 할 수 있다.

4.4.4 연구모델 및 이론별 연구경향

실증적 연구의 연구모델 및 이론을 분석한 결과, 루머 확산 이론이 7편(28.0%)으로 가장 많은 논문에서 이론적 근거로 하고 있었다. 구체적으로, SNS에서 확산되는 루머의 속성을 분류하거나 루머 확산의도에 영향을 미치는 요인 및 수용자 특성을 분석한 연구들이 이뤄졌으며, 루머의 흥미성과 진실성, 생동감, 순수성 등이 루머 확산의도에 영향을 미치는 것으로 규명되었다[12,23]. 다음으로는 루머 전파 모델이 3편(12.0%)이었는데, 이들 논문은 루머 전파의도의 관점에서 영향 요인을 분석하기 위한 이론적 모델을 구성하였다. 또한, 트라이앤디스 모델과 루머 신뢰, 태도 및 공유 이론이 각 2편(8.0%)이었고, 루머 심리학 이론, 루머 반박 이론, 자기 범주화 이론, 이용과 충족 기대 이론, 접촉 이론, 잠복 관찰, 손실-이득-양가 기대 접근이 각 1편(4.0%)으로 나타났다. 이중 루머 심리학 이론을 적용한 논문은 루머 대응전략에 대한 소비자 감정을 분석하였고, 자기 범주화 이론 관점의 논문은 인터넷 루머에 관한 논쟁이 갈등 커뮤니케이션으로

Table 9. Analysis of research trend by research model and theory

Classification	Number of article	Percentage (%)
Rumor spreading theory	7	28.0
Rumor trust theory	2	8.0
Rumor attitude theory	2	8.0
Rumor sharing theory	2	8.0
Rumor psychology theory	1	4.0
Rumor rebuttal theory	1	4.0
Self-categorization theory	1	4.0
Use and gratification expectancy theory	1	4.0
Inoculation theory	1	4.0
Lurking theory	1	4.0
Loss-gain-ambivalence expectation approach	1	4.0
Rumor transmission model	3	12.0
Triandis model	2	8.0
Total	25*	100.0

*Analyzing research articles (25) based on experimental and survey research

간주될 수 있다고 하였다[24,25]. 이론과 충족 기대 이론이 기반인 논문은 루머 커뮤니케이션 행위자의 유형을 분류하였으며, 손실-이득-양가 기대 접근을 이론으로 적용한 논문은 양가기대와 이득기대의 두 가지 차원에서 인터넷 루머 전파기대 척도를 개발하였다[17,26]. 이와 같이 온라인 루머에 관한 실증적 연구는 이론 및 연구모형을 토대로 하고 있으며, 앞으로도 더 많은 이론과 척도 개발 연구가 이뤄질 것으로 사료된다.

5. 결론 및 제언

본 연구는 온라인 루머에 관한 학술논문의 내용분석을 통해 연도별 추이와 연구경향을 파악하고, 온라인 루머 연구의 주제와 설계, 이론 및 방법론의 개발에 유용한 자료를 제공하고자 하였다. 분석 대상은 한국연구재단의 등재 학술지에 게재된 논문이었고, 온라인 루머 연구가 발표되기 시작한 2010년을 기점으로 그 이후의 국내 논문을 분석하였다. 본 연구의 결과를 요약하고 결론을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 연도별 추이 분석에서는 2017년에 온라인 루머에 관한 논문이 가장 많이 게재되었고, 2014년에서 2020년 사이의 논문이 높은 비중을 차지하고 있었다. 이 시기는 스마트 폰의 대중화로 인해 시간과 장소의 제약이 줄어들면서 페이스북 북, 트위터, 인스타그램 등이 활성화되었고, SNS상에서 사실인지, 아닌지를 검증할 수 없는 루머가 빠르게 확산되어 사회적 문제를 양산하기도 하였다. 뿐만 아니라, 사회적, 경제적 이슈와 관련된 루머가 확산되는 현상을 보임으로써 온라인 루머에 대한 연구의 관심이 높아진 시기라고 볼 수 있다.

둘째, 연구영역별로는 인터넷 루머와 SNS 루머의 편수 차이가 거의 없었고, 연구주제에서는 기업 및 브랜드 루머, 기타 루머, 사회적 이슈 루머, 공중보건 루머 등의 순으로 나타났다. 기업 및 브랜드에 관한 루머는 특정 기업과 브랜드를 언급하거나 이니셜로 처리하여 음모성 혹은 오염성 루머를 연구하였고, 사회적 이슈 루머는 사회적으로 문제가 되었던 사건, 예를 들어, 아동학대, 사드 배치, 한미 FTA 등에 관한 루머를 주제로 하고 있었다. 이러한 연구경향은 사회적, 경제적으로 루머의 영향력이 높은 주제에 관한 연구가 지속적으로 이뤄지고 있음을 시사한다. 또한, 구체적인 루머 주제를 제시하지 않은 연구와 미세먼지, 메르스 등의 공중보건 루머도 주요하게 다뤄져 온라인 루머에 관한 주제는 다양성을 지닌 것으로

로 결론지을 수 있다.

셋째, 연구방법별로는 실험연구, 설문조사, 시뮬레이션 기법, 빅 데이터 분석, 내용분석 등의 순으로 나타났다. 이중에서도 실험연구와 조사연구의 비중이 비교적 높았는데, 실험연구는 실험 절차를 설계하여 루머에 노출되기 전과 후의 변화를, 조사연구는 가상의 루머를 제시하여 소비자 조사를 실시하는 형태로 이뤄지고 있었다. 이들 연구방법은 설문지를 이용하여 계량화된 자료를 수집하고 통계적으로 처리함으로써 결과의 객관성과 타당성을 높일 수 있다. 그리고 온라인 루머의 확산 현상과 언어 네트워크를 파악하기 위한 빅 데이터 분석과 내용분석이 이뤄졌으며, 루머 확산과 감염, 대응효과 등을 다룬 시뮬레이션 기법도 이용하고 있었다. 이와 같은 연구방법은 루머로 인한 사회·문화 현상을 구체적이고 과학적으로 분석하는데 적합한 것으로 이해된다. 앞으로는 온라인 루머 연구에 대한 이론적 접근과 척도 개발, 관찰 및 질적 연구 등의 방법도 적용되어야 할 것이다.

넷째, 온라인 루머에 관한 실증적 연구는 주로 온라인 조사를 실시하고 인터넷 및 SNS 이용자를 대상으로 계량화된 자료를 수집하여 통계프로그램으로 분석하고 있었다. 조사방법에서는 온라인 조사, 면대면 조사가 이뤄지고 있었는데, 실험 및 조사연구를 위해 소요되는 시간과 설문지 회수율 등을 고려하여 직접 대면보다는 온라인 조사를 더 선호하고 있었다. 조사대상은 온라인 루머에 민감하고 SNS의 이용률이 높은 20~40대가 비교적 많았고, 수집된 자료는 SPSS, Process Macro, PLS, AMOS 등을 이용하여 분석하고 있었다. 통계분석방법은 신뢰성 분석, 빈도분석, 기술통계분석, 분산분석, 요인분석, 회귀분석 등의 순으로 나타나 측정변수의 신뢰성과 타당성 검증, 기초통계량 및 가설 검증이 중요함을 알 수 있었다.

다섯째, 실증적 연구의 이론 및 연구모형을 분석한 결과에서는 루머 확산 이론과 루머 전파 모델을 많이 적용하고 있었다. 이들 이론은 루머를 ‘마음의 감염’으로 보고 전염병 확산 이론을 토대로 하고 있으나, 고전적인 전염병 확산 모델의 한계로 인해 바이러스 확산과 루머 전파의 차이를 고려한 연구들이 이뤄지고 있다[27,28]. 이외에도 트라이앵글 모델을 적용한 연구와 루머 신뢰, 태도 및 공유 이론, 루머 심리학 이론, 루머 반박 이론, 자기 범주화 이론 등을 기반으로 하고 있었다. 따라서 온라인 루머 연구는 이론 및 연구모형을 기반으로 하여 내용 타당성을 높이고 있으며, 구체적인 연구 설계와 절차에 따라 연구되어야 할 것이다.

온라인 루머는 빠른 전파와 확산으로 인해 집단행동을 불러일으키는 위험요소이며, 사실로 검증되지 않은 부정적인 루머의 확산은 사회적, 경제적인 문제를 야기할 수 있다. 이에 본 연구는 온라인 루머를 다룬 학술논문의 연구경향을 분석함으로써 루머 연구에 대한 이해도를 높이고 학술적 자료를 제공하고자 하였다. 연구 결과는 스마트폰 등의 모바일 기기를 이용한 SNS 사용이 급증하면서 루머의 확산속도가 높아지고 있는 시점에 루머 연구의 추이와 경향성을 제시한 것에 의의가 있다. 앞으로 온라인 루머에 적용할 수 있는 이론 및 척도개발, 현상학적 연구와 함께 루머 확산에 대한 실증적 연구가 지속적으로 이뤄진다면 루머로 인해 발생할 수 있는 제반 문제의 해결에 학술적, 실무적으로 기여할 것이다. 본 연구에서는 온라인 루머에 관한 학술논문을 분석하였지만, 향후에는 온라인과 오프라인 루머의 비교분석을 통해 루머 연구를 면밀하게 분석할 필요가 있을 것이다.

References

- [1] M. J. Kim, Y. M. Yoon, "Effect of multiple media use and social conformity on perceived credibility and sharing intention of online rumor", *Journal of Public Relations*, Vol.19, No.2, pp.96-119, 2015.
DOI: <https://doi.org/10.15814/jpr.2015.19.2.96>
- [2] S. Vosoughi, D. Roy, S. Aral, "The spread of true and false news online", *Science*, Vol.359, No.6380, pp.1146-1151, 2018.
DOI: <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- [3] H. M. Min, Y. J. Choi, "The role of social conformity in rumor transmission: The influences of social conformity in online networks on rumor belief and rumor transmission", *Broadcasting & Communication*, Vol.18 No.4 pp.51-89, 2017.
DOI: <https://doi.org/10.22876/bnc.2017.18.4.002>
- [4] H. M. Kim, "A study on effects of online environmental factors on online rumor behavior", *Journal of Digital Convergence*, Vol.18, No.1, pp.45-52, 2020.
DOI: <https://doi.org/10.14400/JDC.2020.18.1.045>
- [5] Y. H. Chang, L. J. Park, "Dynamic process of collective internet rumor based on Play Theory", *Korean System Dynamics Review*, Vol.14, No.4, pp.5-35, 2013.
- [6] Z. Yu, S. Lu, D. Wang, Z. Li, "Modeling and analysis of rumor propagation in social networks", *Information Sciences*, Vol.580, pp.857-873, 2021.
DOI: <https://doi.org/10.1016/i.ins.2021.09.012>
- [7] J. S. Ahn, W. Lee, "Effect of social conformity and individuals' information processing tendencies on trust in rumor messages", *Journal of Communication Science*, Vol.11, No.4, pp.296-320, 2011.
- [8] G. Kwon, Study on Factors Affecting the Rumor Acceptance of Recipients' and Diffusion Action: Application of Triandis Model, Ph.D dissertation, Kyung Hee University, Seoul, Korea, pp.6-8, 2017.
- [9] S. Kwon, M. Cha, K. Jung, "Characteristics and classification of big data-based rumors", *Korea Information Processing Society Review*, Vol.21, No.3, pp.43-50, 2014.
- [10] X. Chen, N. Wang, "Rumor spreading model considering rumor credibility, correlation and crowd classification based on personality", *Scientific Reports*, Vol.10, No.1, 5887, 2020.
DOI: <https://doi.org/10.1038/s41598-020-62585-9>
- [11] N. Rani, P. Das, A. K. Bhardwaj, "Rumor, misinformation among web: A contemporary review of rumor detection techniques during different web waves", *Concurrency and Computation: Practice and Experience*, Vol.34, No.1, e6479, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.1002/cpe.6479>
- [12] G. Kwon, S. Cho, "Effects of rumor recipient's information processing disposition, prior attitude, and prior knowledge on rumor word-of-mouth intentions", *Journal of Public Relations*, Vol.21, No.1, pp.1-25, 2017.
DOI: <https://doi.org/10.15814/jpr.2017.21.1.1>
- [13] J. O. Kim, "The properties of SNS brand rumor, rumor acceptance attitude and diffusion intention", *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, Vol.24, No.8, pp.397-406, 2023.
DOI: <https://doi.org/10.5762/KAIS.2023.24.8.397>
- [14] W. Lee, H. Lee, "Consumer's negative brand rumor acceptance and rumor diffusion", *Asia Marketing Journal*, Vol.14, No.2, pp.65-96, 2012.
- [15] H. Lee, M. Kim, "The informative function of disgust in rumor transmission and behavioral change", *The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, Vol.18, No.2, pp.213-236, 2016.
DOI: <http://dx.doi.org/10.16914/kjapr.2016.18.2.213>
- [16] J. Hong, "The relationship between factuality, the Influence of rumors and types of public via social media: A network analysis of rumor diffusion on THAAD", *Journal of Internet Computing and Services*, Vol.18, No.6, pp.113-125, 2017.
DOI: <http://dx.doi.org/10.7472/jksii.2017.18.6.113>
- [17] Y. Cha, E. Y. Na, "The good, the bad, or the ambivalent rumor?: Validation of the online rumor spreading expectancy scale", *Journal of Communication Research*, Vol.52, No.2, pp.103-166, 2015.
DOI: <http://dx.doi.org/10.22174/jcr.2015.52.2.103>
- [18] Y. Woo, Y. Park, "The application of content analysis to educational technology in Korea, based on its contents and model", *Journal of Lifelong Learning Society*, Vol.8, No.2, pp.131-155, 2012.
DOI: <https://doi.org/10.26857/JLLS.2012.08.8.2.131>

- [19] Y. Ko, M. Kim, "Content analysis of articles on the mobile based tourism information", *Journal of Digital Convergence*, Vol.10, No.10, pp.203-214, 2012.
DOI: <https://doi.org/10.14400/JDPM.2012.10.10.203>
- [20] T. Kim, H. Kahn, "A study on the change of consumer's brand attitudes according to the types of rumors and business types", *Journal of Product Research*, Vol.36, No.3, pp.1-9, 2018.
DOI: <https://doi.org/10.36345/kacst.2018.36.3.001>
- [21] J. Yoon, H. Lee, "Quantitative research methodology for literacy educational research", *Korean Language Education Research*, Vol.30, pp.357-378, 2007.
DOI: <https://doi.org/10.20880/kler.2007..30.357>
- [22] Y. H. Chang, L. J. Park, "System dynamics approach for analyzing internet rumor model using vensim", *Journal of Cybercommunication Academic Society*, Vol.30, No.3, pp.79-113, 2013.
- [23] H. Lee, "Brand rumor transmission in twitter: Moderating roles of informational quality", *Journal of Practical Research in Advertising and Public Relations*, Vol.8, No.3, pp.125-143, 2015.
DOI: <https://doi.org/10.21331/JPRAPR.2015.8.3.006>
- [24] E. J. Lee, "Is the fashion company's response strategy to SNS rumors effective?: Rumor response strategy, consumer delight, trust, and reputation", *Korean Journal of Human Ecology*, Vol.31, No.6, pp.769-785, 2022.
DOI: <http://dx.doi.org/10.5934/kihe.2022.31.6.769>
- [25] Y. Cha, A. Y. Nam, H. J. Oh, "Like you know it all: Understanding uncivil online users in rumor refutation", *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, Vol.35, No.6, pp.73-109, 2021.
DOI: <http://dx.doi.org/10.22876/kab.2021.35.6.003>
- [26] Y. Cha, E. Y. Na, "Exploring the existing state of influentials in the korean internet rumor communication: From the motivational approach", *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, Vol.58, No.4, pp.312-349, 2014.
- [27] M. Nekovee, Y. Moreno, G. Bianconi, M. Marsili, "Theory of rumour spreading in complex social networks", *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, Vol.374, No.1, pp.457-470, 2007.
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.physa.2006.07.017>
- [28] Y. Bao, C. Yi, Y. Xue, Y. Dong, "A new rumor propagation model and control strategy on social networks", *Proceedings of the 2013 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining*, Association for Computing Machinery, NY, USA, pp.1472-1473, August 2013.
DOI: <https://doi.org/10.1145/2492517.2492599>

이 은 진(Eun-Jin Lee)

[정회원]



- 1999년 2월 : 중앙대학교 대학원 패션마케팅전공 (가정학석사)
- 2006년 2월 : 중앙대학교 대학원 의류과학전공 (이학박사)
- 2003년 9월 ~ 2020년 8월 : 중앙대학교 강사 & 연구원
- 2023년 6월 ~ 현재 : (사)한국인문사회총연합회 학술연구교수

<관심분야>

패션 마케팅, 소비자 행동, 온라인 서비스, SNS 연구