



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

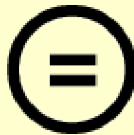
다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



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

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

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)

언론정보학 석사 학위논문

팩트체크 뉴스의 검증 방식과
판정 결과 일치 여부가
이용자의 판단 변화와 판단에
대한 확신 정도에 미치는 영향

2024년 2월

서울대학교 대학원

언론정보학과

전 하 연

팩트체크 뉴스의 검증 방식과
판정 결과 일치 여부가
이용자의 판단 변화와 판단에
대한 확신 정도에 미치는 영향

지도 교수 이 준 환

이 논문을 언론정보학 석사 학위논문으로 제출함

2023년 11월

서울대학교 대학원

언론정보학과

전 하 연

전하연의 언론정보학 석사 학위논문을 인준함

2023년 12월

위 원 장 윤 석 민 (인)

부위원장 서 봉 원 (인)

위 원 이 준 환 (인)

초 록

최근의 미디어 환경에서는 허위 정보나 주장들이 반복적으로 등장하는 경향이 있다. 이에 대응하기 위해 ‘하나의 통합된 팩트체크 방식’의 필요성이 제기되었음에도, 팩트체크의 검증 방식에 대한 경험적 연구는 거의 없는 실정이다. 이에 본 연구는 ‘교차 검증’에 초점을 맞추고, 팩트체크의 검증 및 판정 방식이 이용자에게 미치는 영향에 관한 이해를 확장하고자 한다. 교차 검증이 팩트체크 현장에서 적잖이 발생함에도 불구하고, 이를 실증적으로 조사한 연구가 상당히 드물다는 점에서 그 이용자 효과에 대한 연구의 필요성 역시 제기된다. 따라서, 본 연구는 팩트체크 검증 방식(단일 검증 vs 교차 검증)과 판정 결과 일치 여부(일치 vs 불일치)에 따른 이용자의 판단 변화, 판단에 대한 확신 정도를 실증적으로 검토했다. 또한, 언론사에 대한 신뢰도의 조절 효과도 분석했다. 이를 위해 단일 검증(신뢰 조건 vs 불신 조건), 판정이 일치하는 경우(신뢰 조합 조건 vs 혼합 조합 조건 vs 불신 조합 조건)와 불일치하는 경우(신뢰 조합 조건 vs 혼합 조합 조건 vs 불신 조합 조건)의 교차 검증을 포함한 총 8개 조건에 피험자 내 설계를 적용한 온라인 실험을 수행했다.

실험 결과, 단일 검증 상황에서 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단이 유사할수록 이용자의 판단 변화는 더 적게 나타났고, 판단에 대한 확신 정도는 더 높았다. 다만, 이 효과는 개별 언론사의 신뢰도에 의해 조절되지 않았다. 판정이 일치하는 교차 검증 상황에서도, 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단이 유사할수록 이용자의 판단 변화는 더 적게, 판단에 대한 확신 정도는 더 높게 나타났다. 하지만 판정이 일치하는 교차 검증이 단일 검증에 비해 이용자의 판단 변화와 확신 정도에 더 영향을 미칠 수 있는 가능성은 상대적으로 적은 것으로 해석됐다. 교차 검증에 참여하는 언론사의 신뢰도 조합도 유의한 조절 효과를 보이지 않았다. 한편, 교차 검증 상황에서 판정의 일치와

불일치를 비교할 때, 이용자의 판단 변화와 확신 정도의 변화는 모두 유의미한 차이를 보이지 않았다. 특히 주목할 점은, 판정이 불일치하는 교차 검증 상황에서 신뢰도가 높은 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단이 유사할수록 이용자의 판단 변화는 더 감소하고, 나아가 판단에 대한 확신 정도는 더욱 높아지는 것으로 나타났다.

본 연구는 교차 검증의 이용자 효과에 관한 연구의 필요성을 인식하고, 이를 심층적으로 조사함으로써 교차 검증이라는 설계의 실제적인 영향력을 검토했다. 그 과정에서 이용자 효과와 관련한 심리적 기제를 기반으로 한 가설을 설정하고 변인 간의 관계성을 탐구하는 데 집중했다. 이는 검증 및 판정 결과 제공 방식의 측면에서 팩트체크 뉴스의 이용자 효과에 대한 보다 포괄적인 이해를 제공함으로써 생산적인 논의를 촉진하는 데 기여할 수 있을 것이다.

주요어 : 팩트체크, 교차 검증, 판정 결과 일치 여부, 사실성 판단 변화, 판단 확신 정도, 언론사 신뢰도

학 번 : 2022-25161

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구 배경 및 문제 제기	1
제 2 절 연구 목적	2
제 2 장 선행 연구 검토	5
제 1 절 팩트체크 뉴스 및 교차 검증	5
1. 정보 검증 수단으로서의 팩트체크	5
2. 팩트체크의 교차 검증 방식	9
제 2 절 이용자 효과성 관련 종속 변인	13
제 3 절 검증 방식과 판정 일치 여부가 이용자에게 미치는 효과 ...	15
1. 검증 방식(단일 검증 vs 판정이 일치하는 교차 검증)에 따른 효과 차이	15
1) 단일 검증일 때의 이용자 효과	16
2) 판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때의 이용자 효과	18
2. 판정 결과 일치 여부(일치 vs 불일치)에 따른 효과 차이	24
3) 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때의 이용자 효과	25
제 4 절 언론사에 대한 신뢰도의 효과	31
1. 신뢰와 언론사에 대한 신뢰도	32
2. 언론사에 대한 신뢰도에 따른 효과 차이	33
제 3 장 연구 가설 및 연구 문제	38
제 4 장 사전 조사	41
1. 사전 조사의 목적	41
2. 사전 조사 대상	41
3. 사전 조사의 절차와 내용	41

4. 사전 조사 결과	44
제 5 장 연구 방법	49
1. 실험 참여자	49
2. 검증 대상 선정	50
3. 실험 설계	51
4. 실험 자극물 및 절차	53
5. 주요 변인 측정	54
제 6 장 연구 결과	57
제 1 절 기술 통계 분석 및 상관관계 검증	57
제 2 절 연구 가설 및 연구 문제 검증	61
1. 단일 검증일 때 연구 가설 1-1~3 검증	61
1) 연구 가설 1-1 검증	61
2) 연구 가설 1-2 검증	63
3) 연구 가설 1-3 검증	64
2. 판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때 연구 가설 2-1~4 검증	68
1) 연구 가설 2-1 검증	68
2) 연구 가설 2-2 검증	69
3) 연구 가설 2-3 검증	70
4) 연구 가설 2-4 검증	71
3. 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때 연구 가설 3-1~2, 연구 문제 1,2 검증	79
1) 연구 가설 3-1, 연구 문제 1 검증	79
2) 연구 가설 3-2 검증	80
3) 연구 문제 2 검증	81
제 7 장 종합 논의	83
제 1 절 연구 결과 요약 및 논의	83

제 2 절 연구의 의의	84
제 3 절 연구의 한계 및 제언	87
참고문헌	90
부록	103
Abstract	108

표 목차

[표 1] 언론사들의 정치적 이념성향의 평균 점수(내림차순)	46
[표 2] 언론사의 인지도와 신뢰도(내림차순)	46
[표 3] 언론사별 신뢰도(좌), 인지도(우)의 반복측정 분산분석 결과	47
[표 4] 실험 자극물에 삽입된 8개의 검증 대상	51
[표 5] 조건 1~8에 해당하는 언론사 및 판정결과	52
[표 6] 주요 변인들의 기술 통계치	57
[표 7-1] 단일검증일 때 주요 변인의 상관계수	58
[표 7-2] 교차검증 일치일 때 주요 변인의 상관계수	59
[표 7-3] 교차검증 불일치일 때 주요 변인의 상관계수	60
[표 8] 연구 가설 1-1의 다중회귀분석 결과	62
[표 9] 연구 가설 1-2의 다중회귀분석 결과	63
[표 10-1] 연구 가설 1-3의 위계적 회귀분석 결과(1)	65
[표 10-2] 연구 가설 1-3의 위계적 회귀분석 결과(2)	67
[표 11] 연구 가설 2-1의 다중회귀분석 결과	68
[표 12] 연구 가설 2-2의 다중회귀분석 결과	69
[표 13-1] 연구 가설 2-4의 위계적 회귀분석 결과(신뢰 조합 조건) (1)	72
[표 13-2] 연구 가설 2-4의 위계적 회귀분석 결과(혼합 조합 조건) (1)	74
[표 13-3] 연구 가설 2-4의 위계적 회귀분석 결과(신뢰 조합 조건) (2)	76
[표 13-4] 연구 가설 2-4의 위계적 회귀분석 결과(혼합 조합 조건) (2)	78
[표 14] 연구 가설 3-1, 연구 문제 1의 독립표본 t-검정 결과	79
[표 15] 연구 가설 3-2의 다중회귀분석 결과	80

[표 16] 연구 문제 2의 다중회귀분석 결과	81
---------------------------------	----

그림 목차

[그림 1] SNU팩트체크의 총 5개 등급 체계	26
[그림 2] 연구 모형 1(연구 가설 1-1~3, 연구 가설 2-1~4)	40
[그림 3] 연구 모형 2(연구 가설 3-1~2, 연구 문제 1~2)	40
[그림 4] SNU팩트체크에 참여하는 국내 32개 신문 · 방송 · 통신 · 온라인 언론사의 로고	42
[그림 5] 실험 자극물의 예시	42
[그림 6] 사전 조사 문항 예시	43
[그림 7] 실험 자극물의 예시	53

부록

[부록 1] 사전 조사 예시 문항(뉴스포스트)	103
[부록 2] 실험 도입부 문항	104
[부록 3] 실험 본단계 예시 문항(1)	105
[부록 4] 실험 본단계 예시 문항(2)	106
[부록 5] 실험 본단계 예시 문항(3)	107

제 1 장 서 론

제 1 절 연구 배경 및 문제 제기

디지털 미디어 기술의 급속한 발전과 소셜 미디어 네트워크의 확대로 정보가 대량으로 쉽게 생산되고 유통되면서 사실과 거짓의 구분이 점점 어려워지고 있다. 특히, 가짜 뉴스가 모든 유형의 정보에서도 사실보다 훨씬 더 빠르고 넓게, 더 멀리, 더 심층적으로 확산될 수 있다(Vosoughi, Roy, & Aral, 2018)는 점, 이용자들이 사실 여부보다 자신의 기호에 맞춰 뉴스를 선택한다(정성욱, 2020)는 점은 문제를 더욱 가중시킨다. 이는 시민 사회와 민주주의에도 중대한 위협을 가한다. 사실과 거짓이 혼재된 환경에서 사실성에 대한 판단이 어려워지고, 이에 따라 개인의 편향된 믿음이 확신에 찬 주장으로 변화하며 사회 전반을 휘감는 현상이 발생하고 있다(황치성, 2018, 10, 22).

이에 대한 대응책으로 자동화된 팩트체크가 대두되었지만, 알고리즘을 사용해 증거를 검색하고 사실 여부를 분류하며 그 확률을 제시하는 방식의 정확성을 높이기까지는 추가적인 시간이 소요된다(미디어오늘, 2023, 4, 4)는 지적이 있다. 전문 저널리스트들 사이에서도 인공지능이 숨은 맥락까지 파악해 복잡한 주장들을 정확하게 판단할 수 있을지에 대한 우려도 만만치 않다(윤석민, 2020). 이처럼 자동화된 팩트체크와 같은 기술의 발전은 가짜 뉴스, 조작정보(disinformation) 및 오정보(misinformation)¹⁾의 해결에 필수적이지만, 사실 판단에 있어

¹⁾ 가짜 뉴스라는 용어를 둘러싼 논란도 이어지고 있다. 뉴스란 사실과 진실을 바탕으로 한 정보를 뜻하는데, ‘가짜’와 ‘뉴스’라는 두 단어의 결합이 모순적이라는 것이다. 이에 EU는 2018년 가짜 뉴스 대신 ‘조작된 정보’라는 용어의 사용을 권고했다. 영국 정부도 같은 해부터 공식적으로 가짜 뉴스라는 용어 대

기술에만 의존하는 것은 한계가 있다. 그에 따라 현실적인 대응수단으로써 전문 팩트체커들이 효과적인 팩트체킹을 수행할 수 있도록 하는 ‘검증 방식’에 대한 심도 있는 검토가 필요하다.

문제는 전문 저널리스트들이 수행하는 팩트체킹의 효용성을 높일 수 있는 검증 방식에 대한 실증적 연구가 거의 없다는 것이다. 그간 팩트체크 뉴스가 이용자에게 미치는 영향에 관한 선행 연구들이 축적되어 왔으나, 대부분은 팩트체크 기사에 노출된 이용자의 교정 효과나 태도 변화에 초점을 맞췄다. 그런데 오해의 소지가 있는 정보나 주장은 사실 확인이나 반박에도 불구하고 여러 채널에서 반복되는 경우가 많으며(The Washington Post, 2018, 11, 15), 반복되는 주장에 대해 팩트체크 기사를 작성하는 데 필요한 자원을 감안할 때 ‘하나의 팩트체크 방식’으로 대응하는 것이 바람직하다(Nakov et al, 2021)는 점을 고려한다면, 개별 팩트체크의 제공 조건을 달리할 때의 기사 수용성을 검토하는 선행 연구들의 유용성은 제한적일 수 있다. 따라서 실제 미디어 환경에서 이용자가 통합적인 정보를 얻을 수 있도록 돕는 ‘확장성 있는 팩트체킹 검증 방식’에 대한 연구의 필요성이 제기된다.

제 2 절 연구 목적

본 연구의 주요 목적은 팩트체크 뉴스의 ‘교차 검증’ 방식에 초점을 맞추고, 팩트체킹의 검증 및 판정 방식이 이용자에게 어떠한 영향을 미치는지를 탐구하는 것이다. 이에 교차 검증 방식을 세밀하게 개념화하고, 이 방식의 이용자 효과를 이론적으로 예측하고 실증적으로 검증하는 데 집중하였다. 경쟁하는 뉴스룸들이 협업을 통해 효과적인

신 ‘조작된 정보’나 ‘잘못된 정보’라는 표현을 쓴다(한국경제, 2019, 8, 27). 그럼에도 선행 연구들에서는 가짜 뉴스라는 용어가 계속 사용되어 왔고, 한국에서는 가짜 뉴스의 명확한 정의나 기준이 확립되지 않았다(송경제, 2023, 9, 13). 이에 본 연구에서는 가짜 뉴스, 조작정보 및 오정보, 허위 정보라는 용어를 병행하여 사용하였다.

팩트체크 보도를 실현할 수 있다는 인식에서 교차 검증이 추진되었음에도(Palomo & Sedano, 2021), 그 경험적 효과에 대한 연구는 거의 알려진 바 없다. 실제로 팩트체커들이 동일한 검증 대상에 대해 다른 팩트체커들을 지켜보면서 독립적으로 팩트체킹하는 경우가 적지 않게 발생한다는 점에서(Graves, 2016), 이 검증 방식에 대한 심도 있는 연구가 요구된다. 본 연구에서 다룬 교차 검증 방식은 하나의 사실적 진술에 대한 여러 판정 결과를 한 눈에 보여줌으로써 이용자들이 종합적인 사실성 판단에 접근할 수 있도록 한다(SNU팩트체크, 2022). 복수의 언론사가 팩트체킹을 수행하는 과정에서 판정의 불일치가 발생할 수 있음에도 ‘교차 검증’과 그로 인한 ‘판정 결과 일치 여부’의 효과를 조사하지 않는다면, 팩트체크의 이용자 효과에 관한 포괄적인 이해에 제한점이 있을 수 있다.

이러한 인식에서 본 연구는 팩트체크 뉴스의 검증 방식(단일 검증 vs 교차 검증)과 판정 결과 일치 여부(일치 vs 불일치)를 기준으로, 단일 검증 상황과 판정 결과가 일치하는 교차 검증 상황, 그리고 판정 결과가 불일치하는 교차 검증 상황에서 ‘이용자의 판단 변화’와 ‘자신의 판단에 대한 확신 정도’에 미치는 영향을 실증적으로 검토했다. 또한, 개별 언론사의 신뢰도에 관한 사전 조사를 토대로 ‘언론사에 대한 신뢰도’의 조절 효과도 분석했다. 본 연구는 라틴스퀘어 설계를 적용한 피험자 내 실험을 구성하여, 총 8개의 조건에 120명의 참여자들을 무작위로 할당했다. 각 조건은 구체적으로 단일 검증 상황에서 신뢰도가 높은 언론사가 배정된 조건(조건 1), 신뢰도가 낮은 언론사가 배정된 조건(조건 2), 판정이 일치하는 교차 검증에서는 신뢰도가 높은 언론사 조합(조건 3), 신뢰도가 높은 언론사와 낮은 언론사 조합(조건 4), 신뢰도가 낮은 언론사 조합(조건 5), 불일치하는 교차 검증에서는 신뢰도가 높은 언론사 조합(조건 6), 신뢰도가 높은 언론사와 낮은 언론사 조합(조건 7), 신뢰도가 낮은 언론사 조합(조건 8)으로 구성되었다.

본 연구는 ‘교차 검증’ 방식의 이용자 효과성에 관한 심층적 연구의

필요성을 인식하고, 실험을 통해 그 실질적인 영향력을 검토하는 작업을 수행한 데에 그 의의가 있다. 이전에 교차 검증을 다룬 몇몇의 연구들은 뉴스 생산자의 관점에서만 이를 조망하여 규범적 연구에 치우쳤다는 한계가 있다. 이에 반해, 본 연구는 이용자 측면에서 교차 검증의 경험적 효과를 탐구함으로써 교차 검증이라는 설계의 실제적 효과성을 평가하고, 검증 및 판정 결과 제공 방식의 측면에서 보다 생산적인 논의를 창출하는 데 기여할 수 있다.

제 2 장 선행 연구 검토

제 1 절 팩트체크 뉴스 및 교차 검증

이 절에서는 팩트체크 뉴스와 교차 검증에 관한 개념적 토대와 그 중요성을 검토하고자 한다. 먼저, ‘팩트체크 뉴스’의 정의와 왜 팩트체크의 ‘검증 방식’에 집중하여 연구를 해야 하는지 서술했다. 이어서, ‘교차 검증’이란 무엇인지 그리고 ‘교차 검증의 이용자 효과’에 대해 초점을 두고 연구를 진행하는 이유를 검토했다.

1. 정보 검증 수단으로서의 팩트체크

팩트체크 뉴스²⁾는 어떻게 정의되고 있을까? 선행 연구(정성욱, 2020; Graves, Nyhan, & Reifler, 2016)에 따르면, 이에 대한 명확한 합의는 아직 학자들 사이에서 이루어지지 않았다. 이는 팩트체크라는 용어의 종적인 개념 변화(정성욱, 2020)와 팩트체크 기관을 둘러싼 복잡성(Graves et al., 2016) 때문이다. 팩트체크 뉴스를 정의 내리기 쉽지 않음에도 불구하고, 본 연구에서는 팩트체크가 사실과 사실이 아닌 정보를 분명하게 ‘검증(verification)’하고 ‘판정’을 내리는데 목적을 두는 뉴스 양식이라는 점에 주목하여 다음의 개념 정의와 이에 주목하게 된 이유를 밝힌다.

‘팩트체크 뉴스’란 정치·경제·사회 등의 분야에서 제기된 의혹이나 허위로 의심되는 정보 등에 대해 사실 여부를 판정하는 저널리즘의

²⁾ 본 연구에서는 김형지 등(2020)의 연구를 바탕으로 팩트체크, 팩트체킹, 팩트체크 뉴스, 팩트체크 저널리즘을 ‘언론사들이 수행하는 현대적 의미의 팩트체크 행위’를 나타내는 용어로 교차적으로 사용하였다.

새로운 양식으로, 이용자의 현명한 판단을 도와 지식을 갖춘 시민 사회(informed citizenry) 형성에 기여할 것이라는 기대를 모은다(Graves, 2016). 초기에는 주로 정치인의 발언에 대한 사실 검증에 치우쳤지만, 현재는 특정 주제나 분야에 국한되지 않고 모든 정보의 사실 여부를 밝히는 저널리즘으로 인식된다(Grave & Glaisyer, 2012). 이 과정에서 단순히 사실 여부를 확인하는 것을 넘어 참과 거짓에 대한 검증을 통해 판정을 내리는 것이 핵심이다(정재철, 2017).

그레이브스(Graves, 2016)는 팩트체크 뉴스가 비교적 최근에 부상한 계기에 대해 언론의 게이트키퍼를 제대로 거치지 않고 유통되는 각종 정보가 급증했기 때문이라고 분석한다. 정보의 전달 속도와 다양성 측면에서 이용자 혹은 크라우드가 언론을 앞지르면서, 허위 정보가 언론에서 제작된 뉴스와 유사한 외양으로 나타나 진실을 호도하게 된 것이다. 특히, 허위 정보가 모든 정보 카테고리에서 진실보다 더 빠르고 광범위하며 멀리 확산된다(Vosoughi et al., 2018)는 점에서 그 심각성은 가중되었다. 이러한 상황에서 이용자들이 사실 여부보다는 자신들의 입맛에 맞는 뉴스를 선택적으로 소비한다(정성욱, 2020)는 점은 문제를 더욱 심화시켰으며, 이는 시민 사회와 민주주의에도 큰 위협이 되었다.

이에 크게는 민주 사회를 지켜내고 작게는 저널리즘의 위기를 극복하고자 전 세계 언론으로 확산된 것이 바로 ‘팩트체크’다(박아란 · 이나연 · 정은령, 2018). 이제 언론은 전통적인 정보 전달의 기능보다도 신뢰할 만한 정보의 ‘검증’이라는 새로운 기능을 요구받게 되었다(Hermida, 2015). 현대적인 팩트체크 저널리즘은 화자가 말한 내용을 정확하게 담아내는 것을 넘어 그 발언이 사실인지 규명하는데(Grave & Glaisyer, 2012)에 초점을 둔다. “증거로 뒷받침할 수 있는 한, 언론인은 무엇이 사실이고 그렇지 않은지에 관한 결론에 도달할 권리가 있다(Dobbs, 2012, p. 2)”는 주장처럼, 언론은 팩트체킹을 통해 ‘적극적인 진실의 판정자’(정은령, 2019)로서의 역할을 맡게 된 것이다. 어메이진, 토르슨, 머디먼 그리고

그레이브스(Amazeen, Thorson, Muddiman, & Graves, 2018)에 따르면, 지난 10년간 팩트체크 뉴스의 양적 및 질적 측면 성장에는 여러 원인이 있지만, 특히 사실 여부를 ‘판정’하는 팩트체크 뉴스 고유의 특성이 확산의 주요 원인이라고 주장한다. 이러한 관점을 바탕으로 본 연구는 팩트체크 뉴스의 개념 중에서도 ‘검증’과 ‘판정’이 중요함을 강조하며, 팩트체크의 실효성을 점검하기 위해 ‘검증 방식’에 대한 집중적인 분석을 수행하고자 한다.

팩트체크라는 용어를 둘러싸고 명확한 합의가 이뤄지지 않는 이유는 무엇일까? 먼저, 팩트체크의 종적인 개념 변동을 살펴볼 때, 사실을 검증 및 판정하는 것을 핵심으로 하는 현대적 의미의 팩트체크는 기존의 팩트체크와 차별점을 갖는다. 그레이브스와 어메이진(Graves & Amazeen, 2019)은 과거의 팩트체크를 내부적(internal) 팩트체크로, 현대적 의미의 팩트체크를 외부적(external) 팩트체크로 구분한 바 있다. 전자는 뉴스 제작 과정에서 사실적 정확성을 확인하는 것(정은령, 2019)인 반면, 후자는 기존 객관주의 저널리즘의 한계를 넘어서려는 새로운 저널리즘 운동의 형태로 발전하였다(Graves, 2016). 정은령(2018)은 이 두 가지 접근법의 혼재가 용어에 대한 합의 도출을 어렵게 한다고 지적한다(정성욱 2020).

또한, 현대적 의미의 팩트체크를 수행하는 기관들 사이에도 목적의 다양성이 존재한다. 일부 기관은 정치인이나 공직자의 발언만을 검증하는 반면, 타 언론사의 오보나 실수에 초점을 맞추는 기관도 있다(Graves, 2018). 이와 같은 복잡성에도 불구하고 최근 옥스포드 백과사전에서 내부적 팩트체크와 외부적 팩트체크를 구분하려는 사전적 작업을 진행 중이라는 점(Graves & Amazeen, 2019)에서, 본 연구는 이 두 가지를 엄밀하게 구분하여 ‘외부적 팩트체크’만을 연구 대상으로 삼아 분석할 것임을 명시한다.

외부적 팩트체크의 확산 양상은 다음과 같다. 팩트체크는 1990년대 말 미국 펜실베이니아 대학교의 아넌버그 공공정책센터가 운영하는

‘팩트체크닷오알지(FactCheck.org)’에서 본격적으로 시도됐다. 하지만 대학 연구소의 팩트체크 시스템은 많은 이용자에게 도달하지 못했고, 언론이 결과를 인용할 때만 제한적인 영향력을 미쳤다. 팩트체크가 언론과 직접적으로 결합한 것은 2008년, 미국 대선을 앞두고 템파베이 타임즈가 ‘폴리티팩트(PolitiFact)’를, 워싱턴 포스트가 ‘팩트체커(The Fact Checker)’를 설립하면서부터였다(백영민 · 김선호, 2017). 2010년 이후 팩트체크의 글로벌 붐으로 인해 미국을 비롯한 여러 국가에서 이런 보도 형식이 보편화됐는데(Kessler, 2014), 특히 2016년 미국 대선 과정에서 소셜 플랫폼을 통해 가짜 뉴스가 광범위하게 유통되면서 팩트체크의 필요성이 크게 부각되었다(Barthel, Mitchell, & Holcomb, 2016). 이에 2017년에는 미국의 비영리단체인 퍼스트 드래프트와 구글 뉴스랩이 주도하고 17개의 프랑스 언론사가 참여하는 협업형 팩트체크 모델인 ‘크로스체크(Crosscheck)’가 설립되었다(최순욱 · 윤석민, 2017).

한국에서는 2017년을 팩트체크의 원년(김선호 · 김위근, 2017)으로 평가하는데, 이는 19대 대선을 앞두고 언론사들이 팩트체크를 시작한 시기와 맞물린다. 대선 기간 각 언론사가 보도한 팩트체크를 별도 섹션으로 운영한 네이버의 팩트체크 코너에는 20여 개 언론사의 대선 후보자 발언 및 공약 검증 결과가 게시됐다(정은령, 2019). 이러한 배경에서 2017년 3월, 국내 16개 언론사와 서울대학교 언론정보연구소가 협력하여 ‘SNU팩트체크’라는 협업형 팩트체크 모델을 출범시켰다. SNU팩트체크와 종래의 언론사 단위 팩트체크의 주요 차이점은 협업형이라는 키워드에 있다(윤석민, 2020). SNU팩트체크는 하나의 논쟁적 사안에 대해 복수의 언론사의 ‘교차 검증’을 구현함으로써 팩트체크 뉴스의 품질 제고를 도모한다. 또한 개별 언론사 단위의 검증 결과들을 하나로 묶어 통일된 형식으로 제공하는 것을 통해 이용자가 ‘동일 사안에 대한 다양한 검증 결과’들을 동시에 볼 수 있게 한다. 2023년 9월 기준으로 총 32개의 신문 · 방송 · 통신 · 온라인 언론사가 제휴 언론사로 참여하고 있으며,

윤석민에 의하면 공식적인 협업을 사실상 기대하기 어려운 한국 언론의 현실에서 언론사 간의 실질적 협업을 이끌어 낸 것이 가장 주목할 만한 특징이다.

이처럼 ‘검증’ 및 ‘판정 결과 제공 방식’의 측면에서 외부적 팩트체크를 살펴보면, 논쟁적 사안의 검증 방식이나 모델에 일관성이 있다고 보기는 어렵다. 그럼에도 선행 연구(Palau-Sampio, 2018)는 팩트체커들이 검증 대상을 평가하는 방식이나 모델에 있어 체계성이 부족하며, 이 문제를 해결하기 위한 보편적인 절차의 수립이 필요하다고 제안하고 있다. 이는 팩트체킹 검증 방식에 대한 심도 있는 연구의 필요성을 시사한다. 따라서, 본 연구는 팩트체크 뉴스의 ‘교차 검증’ 방식에 초점을 맞춰 그로 인한 이용자 효과에 관한 이해를 높이하고자 한다. 팔로모와 세다노(Palomo & Sedano, 2021)에 의하면 협업적 팩트체킹 방식에 대한 긍정적인 관점이 있음에도 불구하고, 팩트체크 저널리즘 분야에서 ‘교차 검증의 경험적 효과’에 대한 연구는 거의 없는 상황이다. 이에 본 연구는 ‘교차 검증’의 영향력을 실증적으로 분석하는 것을 통해 팩트체크 뉴스의 전략적 활용에 대한 통찰을 제공하고자 한다.

2. 팩트체크의 교차 검증 방식

교차 검증이란 무엇일까? 우선, ‘검증(verification)’은 정보의 진위 여부를 경험적 근거에 의거해 확인하는 과정을 의미한다. 여기서 경험적 근거는 기존 경험이나 이미 증명된 증거를 말한다. 즉, 검증은 한 번의 검증이 다른 정보의 진위 여부를 확인하는 근거가 될 수 있는 반복적인 과정이다. 이에 따라 ‘교차 검증’은 동일한 대상이나 사안에 대해 ‘둘 이상의 검증 주체’가 검증에 참여하는 방식을 말한다. 팩트체크의 맥락에 적용하면, 한 언론사가 특정한 사실적 진술³⁾을 이미 검증했다

³⁾ 사실성을 갖는 언어적 표현, 즉 ‘사실적 진술(혹은 명제)’은 그 내용이 진실(truth)임을 주장한다. 사실적 진술과 진실의 개념은 맞닿아 있으며, 사실적 진

하더라도 다른 언론사가 그 진술에 대해 다시 검증하는 방식을 의미한다. 그 과정에서 A라는 언론사가 어떤 사실적 진술을 ‘사실’로 판정했더라도, B라는 언론사는 다른 근거에 기반해 ‘거짓’으로 판정할 수도 있다(최순욱 · 윤석민, 2017).

대상이나 사안에 관한 검증은 복잡다단하다. 사실 검증에는 적잖은 시간이 소요되며, 검증 대상의 사실성을 판정하는 것뿐만 아니라 그러한 사실성 판정이 가능한지의 여부를 판단하는 데에도 상당한 노력이 필요하다. 이에 팩트체커들은 허위 정보가 초래할 수 있는 잠재적 피해에 대항하여 팩트체킹에 요구되는 노력의 균형을 잡을 수 있어야 한다(Nakov et al, 2021). 문제는 가짜 뉴스로 인해 팩트체크 뉴스의 역할과 가치가 증가한 만큼, 역설적이게도 팩트체크 뉴스로 인해 가짜 뉴스가 더욱 교묘해지고 있다는 점이다. 이에 저널리즘 분야는 포스트 트루스(post-truth) 시대에 적응하면서 양질의 저널리즘을 생산하고 신뢰를 회복하기 위한 혁신적인 접근 방식을 개발해왔다(Carson & Farhall, 2018). 팩트체크 뉴스에서도 가짜 뉴스를 쉽게 찾아내고 그 영향력을 증진시키기 위한 방안을 모색해왔고(정성욱, 2020), 경쟁하는 뉴스룸들이 협력하면 보다 효과적이고 효율적인 팩트체크 보도를 할 수 있다는 인식에서 추진된 것이 ‘교차 검증’이다(Palomo & Sedano, 2021).

팩트체크 뉴스에서의 협업 저널리즘은 어떻게 전개되어 왔을까? 2016년을 기점으로 여러 국가에서는 온라인에서 유포되는 허위 정보나 오해의 소지가 있는 주장들을 팩트체크하기 위해 뉴스룸을 모아 ‘크로스 미디어 제휴(Cross-Media Alliances)’ 형식으로 공동 검증 프로젝트들을 추진해왔다. 미국의 비영리단체인 퍼스트 드래프트의 주도로 미국, 프랑스, 영국, 독일, 브라질, 나이지리아, 스페인, 우루과이, 아르헨티나, 호주, 유럽연합에서 공동 보도 및 교차 검증을 장려해왔던

술이 주장하는 내용의 참, 거짓을 확인하는 행위가 사실 검증이다(이준용, 2017: 최순욱 · 윤석민, 2017 재인용).

것(Palomo & Sedano, 2021)이 대표적 사례다. 포사와 뮐러(Fossá & Müller, 2019)는 퍼스트 드래프트의 이니셔티브가 진실 생산의 장을 설계하고 허위 정보에 대한 감시자 역할을 공유하며 공익을 위한 게이트키퍼의 기능을 강화하는 새로운 모델을 제시했다고 평가한다.

이 중에서 두 가지 사례를 들면, 2018년부터 이어진 브라질의 뉴스룸 협업 팩트체크 프로젝트인 ‘컴프로바(Comprova)’는 허위 정보와 잘못된 정보에 대응하기 위한 공동 노력이 성공적이었음을 입증하는 사례(Wardle, Pimenta, Conter, Días, & Burgos, 2019)로 평가받는다. 컴프로바는 저널리스트들에게 새로운 작업 방식을 제공하고 잘못된 정보를 다룰 때 뉴스룸의 유연성을 구축했으며 이용자에게 검증된 정보를 제공하도록 설계됐다. 또한, 2019년 스페인에서는 브라질의 성공을 바탕으로 공동 팩트체크 프로젝트인 ‘컴프로바도(Comprobado)’를 결성했다. 이를 통해 다양한 뉴스룸을 한데 모으고 팩트체크와 그 실행 방식에 관련한 지식을 전파할 수 있었다(Mendez, Palomo, & Rivera, 2020)고 평가받았다.

이처럼 다수의 언론사가 동시에 사실 검증에 참여하는 협업형 팩트체크 모델은 언론사 간 협업의 강도에 따라 구분될 수 있다. 외부적 팩트체크의 사례에서 등장했던 프랑스의 ‘크로스체크’와 한국의 ‘SNU팩트체크’는 이 차이를 잘 보여준다. 크로스체크는 각 언론사가 작성한 팩트체크 기사를 배포하기 전에 다른 언론사의 동의를 필수적으로 요구하며 특정 언론사(AFP)의 기자가 모든 언론사의 팩트체크 기사 배포를 최종적으로 승인하는 절차를 운용한다. 반면, SNU팩트체크는 참여 언론사들이 사실 검증 결과물을 독립적으로 작성하고 사실 검증 결과 ‘뱃지(badge)’⁴⁾ 형식으로 이들을 묶어

⁴⁾ ‘사실 검증 결과 뱃지(badge)’는 사실 검증 결과를 이용자가 쉽게 이해하고 접근할 수 있도록 디자인된 인터페이스 요소다. 이 뱃지는 텍스트, 그래픽, 아이콘 등을 활용하여 검증된 내용이 한 눈에 보일 수 있게 표현한다. 각 뱃지에는 검증 대상인 사실적 진술과 범주, 검증을 수행한 언론사의 로고 등이 포함돼 있으며, 판정 결과는 게이지와 바늘 형태로 시각적으로 나타난다. 뱃지의 구체적인 형태는 ‘제4장 사전 조사, 제5장 연구 방법’에서 확인할 수 있다.

동시에 제공함으로써 결과물의 노출 과정에서 이용자에게 언론사들의 협업과 유사한 효과를 주려고 한다(최순욱 · 윤석민, 2017). 즉, 크로스체크가 강도 높은 협업 모델을 채택했다면, SNU팩트체크는 느슨한 협업을 통해 개별 언론사보다 사실 검증의 수요에 더 잘 부응하려는 방식을 취한다.

본 연구는 동일한 대상이나 사안에 대해 2개 이상의 언론사가 검증에 참여하는 교차 검증 방식에서도, 특히 각 언론사의 판정 결과들을 하나로 묶어 제시하는 ‘느슨한 협업 방식’에 집중하고자 한다. 이 방식은 하나의 사실적 진술에 대한 다양한 판정 결과들을 동시에 보여줌으로써, 이용자들이 여러 언론사의 독립적인 교차 검증을 통해 종합적인 사실성 판단에 접근할 수 있게 한다(SNU팩트체크, 2022). 이렇듯 복수의 언론사가 교차적으로 팩트체킹을 수행함으로써 판정의 불일치가 발생할 수 있음에도 불구하고, ‘교차 검증’과 그에 따른 ‘판정 결과 일치 여부’가 이용자에게 어떤 영향을 미치는지를 입체적으로 분석한 연구는 거의 찾아보기 힘들다.

그간 팩트체크 뉴스의 확산에 따라 선행 연구들이 축적되어 왔음에도, 다양한 차원에서의 연구는 여전히 부족한 상황이다(정성욱, 2020). 현재까지의 연구들은 팩트체크 뉴스의 내용 및 플랫폼 분석(정은령, 2017; 최순욱 · 윤석민, 2017; Lim, 2018; Marietta, Barker, & Bowser, 2015), 팩트체크 현장 저널리스트들의 종합적인 비평(정은령, 2018, 2019)에 머물렀다. 또한, 이용자를 대상으로 하는 대부분의 경험적 연구는 ‘개별적인 팩트체크 기사에 노출된 이용자의 팩트체크 교정 효과(correction effect) 및 태도 변화’(백영민 · 김선호, 2017, 2018; 염정윤 · 정세훈, 2018; 정성욱, 2018, 2020, 2021; 정성욱 · 윤석민, 2021; Amazeen et al, 2018; Garrett, Nisbet, & Lynch, 2013; Nyhan & Reifler, 2010)에 주목해 왔다. 이러한 연구들은 주로 가짜뉴스에 대한 팩트체크의 효과적인 교정 가능성과 이용자의 태도 변화 유발에 대한 매커니즘을 탐구하는 데 집중하고 있다.

그런데 실제 미디어 환경에서 허위 정보나 오해를 불러일으킬 수 있는 주장들은 여러 채널을 통해 반복적으로 나타나는 경향이 있으며(The Washington Post, 2018, 11, 15), 반복적인 주장들에 대응하기 위해선 ‘하나의 통합된 팩트체크 방식’이 바람직하다고 나코프 등(Nakov et al, 2021)은 제안한 바 있다. 이를 고려하면 개별적인 팩트체크 기사의 조건 변화에 중점을 둔 선행 연구들의 효용성에는 한계가 있을 수 있다. 이에 이용자가 포괄적인 정보를 한 번의 팩트체킹으로 얻을 수 있는 ‘확장 가능한 팩트체킹 검증 방식’에 대한 연구의 필요성이 제기된다. 따라서, 본 연구는 교차 검증 방식을 보다 세밀하게 개념화하고, 이러한 방식이 팩트체크 뉴스 이용자에게 미치는 영향을 이론적으로 예측하고 실증적으로 검증하는데 초점을 맞추고자 한다.

제 2 절 이용자 효과성 관련 종속 변인

제2절에서는 이용자 효과성을 측정하기 위해 설정한 두 개의 종속 변인에 대해 논의하려 한다. 앞서 언급한 바와 같이 팩트체크 뉴스는 특정 발언이나 진술을 분석하여 사실 여부를 검증하고 그 결과를 제시함으로써 이용자가 이를 수용하도록 적극적으로 설득하는 뉴스(정성욱, 2020)다. 그레이브스와 글레이저(Graves & Glaisyer, 2012)에 따르면 팩트체크 뉴스는 주로 세 가지 역할을 한다. 첫 번째는 사실에 기반한 정보를 제공함으로써 허위 정보에 대한 이용자의 잘못된 믿음이나 인식을 교정하는 것이다. 두 번째는 정치·경제·사회 등의 이슈에 대해 검증된 자료를 바탕으로 사회적 혼란을 예방하고 허위 정보로 인해 이용자의 인식이나 판단이 혼란스러워지는 것을 감시한다. 마지막으로 팩트체크는 저널리스트의 역할을 변화시키는 데 기여하는데, 단순한 정보 전달자가 아니라 사실성을 판단하고 개입할 수 있는 역할을 수행하게 한다.

팩트체크 뉴스의 목적과 역할을 바탕으로, 본 연구는 이용자 효과성을

명확히 측정하고자 ①이용자의 사실성에 대한 판단의 변화, ②판단에 대한 확신 정도를 종속 변인으로 설정하였다. 팩트체크 뉴스의 주요 목적이 설득에 있다는 점을 고려한다면, 이용자들은 팩트체크 판정에 관심을 갖는 것을 넘어 판정의 방향으로 ‘검증 대상의 사실성에 대한 판단 변화’를 보여야 한다. 그런데 선행 연구들은 주로 ‘검증 대상’이 참일 가능성을 평가(Pennycook, Cannon, & Rand, 2018; Thorson, 2016)하거나 ‘팩트체크 판정 결과’에 얼마나 동의하는지(정성욱, 2021; 염정운 · 정세훈, 2018)를 측정하였다. 반면, 본 연구에서는 특정 검증 대상에 대한 이용자의 기존 사실성 판단을 측정하고, 팩트체크 판정을 접한 이후 같은 검증 대상에 대한 사실성 판단을 반복 측정함으로써 두 판단 간의 변화를 측정한다. 이와 같은 ‘두 차례의 반복 측정’을 통해 본 연구는 팩트체크 검증 및 판정 결과 제공 방식이 이용자의 합리적 판단을 어떻게 더 잘 이끌어낼 수 있는지를 면밀히 분석하려 한다.

또한 최근 들어 사실과 거짓의 구분이 점점 모호해지면서 사회적 혼란이 유발되는 점을 감안한다면, 이용자들은 팩트체킹 결과를 더 열린 마음으로 고려하고 ‘자신의 판단에 대한 확신 정도’를 기꺼이 조정할 수 있어야 한다. 이에 본 연구에서는 이용자의 기존 사실성 판단에 대한 확신 정도를 측정하고, 팩트체킹 판정을 접한 이후의 그 확신 정도를 다시 측정하여 판단에 대한 확신 정도의 변화를 측정한다. 크로스닉과 페티(Krosnick & Petty, 1995)에 따르면 특정 이슈나 입장에 대한 개인의 초기 의견 강도는 메시지 처리와 반응에 중요한 영향을 미친다. 셰리프, 셰리프, 그리고 네베르갈(Sherif, Sherif, & Nebergall, 1981) 또한 초기의 의견 강도가 메시지 평가의 기준점으로 작용할 수 있다고 강조한다. 이에 근거하여 본 연구는 검증 대상의 사실성 판단에 대한 확신 정도 역시 반복 측정함으로써 이용자의 사실성 판단 과정을 보다 정밀하게 분석하고자 한다.

제 3 절 검증 방식과 판정 일치 여부가 이용자에 미치는 효과

제3절에서는 팩트체크 뉴스의 검증 방식(단일 검증 vs 교차 검증)과 판정 결과 일치 여부(일치 vs 불일치)를 기준으로, 이용자의 사실성 판단 변화와 판단에 대한 확신 정도에 미치는 효과를 분석해 보았다. 먼저, 검증 방식에 따른 효과 차이를 보고자 단일 검증일 때와 판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때의 이용자 효과에 대해 각각 탐구했으며, 이 두 상황을 비교하여 분석했다. 그 다음으로, 판정 결과 일치 여부를 변인으로 삼아 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때의 이용자 효과를 검토하고, 이를 판정 결과가 일치하는 상황과 비교해 보았다.

1. 검증 방식(단일 검증 vs 판정이 일치하는 교차 검증)에 따른 효과 차이

교차 검증이 팩트체크 뉴스 이용자에게 미치는 효과는 어떠한가? 실제로 교차 검증이 이용자에게 미치는 효과를 실증적으로 다룬 국내외 선행 연구는 거의 존재하지 않는다. 이에 본 연구는 ‘교차 검증’ 방식이 이용자 효과성 관련 종속 변인에 미치는 영향을 살펴보기 전에, ‘단일 검증’일 경우에 이용자의 기존 판단과 언론사의 판정 간 차이에 따라 이용자의 사실성 판단의 변화와 그에 대한 확신 정도에 어떤 영향을 미치는지를 조사하고자 한다. 2개 이상의 언론사가 동일한 대상을 검증하는 것이 교차 검증의 핵심임을 고려할 때, 먼저 본 연구는 단일 언론사의 팩트체크 결과에 대한 이용자 반응의 매커니즘을 분석하고 모델화하는 것을 목표로 한다. 이러한 접근은 교차 검증에 대한 보다 명확하고 체계적인 논의를 위한 기반이 될 수 있기 때문이다.

1) 단일 검증일 때의 이용자 효과

단일 검증일 때 팩트체크 뉴스 이용자들은 언론사의 판정을 접한 후 어떤 양상의 변화를 보일까? 본 연구는 ‘동기화된 추론(motivated reasoning)’, ‘확증 편향(confirmation bias)’ 및 ‘반증 편향(disconfirmation bias)’이라는 인지심리 이론을 활용하여, 단일 검증 상황에서 언론사의 판정 결과에 노출된 이용자들의 정보 처리 기제를 설명하고 그로 인한 이용자 효과를 분석하고자 한다. 이용자가 처음으로 특정 정보를 접하고 그에 대한 판단과 태도를 형성하면, 이는 이후의 정보 선택 및 해석에도 영향을 미친다. 이러한 정보 처리 과정에서 기존 판단이나 태도에 근거하여 편향된 해석이 발생하는 현상을 ‘동기화된 추론’이라고 한다(Kunda, 1987, 1990). 동기화된 추론은 두 가지 주요 동기, 즉 정확성 목표(accuracy goal)와 방향성 목표(directional goal)에 의해 작동한다. 정확성 목표가 높은 이용자는 가능한 한 많은 정보를 수집하고 면밀히 검토하는 경향이 있다(Taber & Lodge, 2006). 반면, 방향성 목표가 높은 경우 이용자는 자신의 판단을 유지하기 위해 편향된 정보만을 받아들이거나 받아들인 정보를 편향되게 해석한다(Fazio & Olson, 2003). 인간은 기본적으로 제한된 인지적 자원을 절약하려는 인지적 구두쇠(Fiske & Taylor, 1991)로서, 적은 인지 자원을 사용해 신속하게 원하는 결론에 도달하려는 경향이 있다.

방향성 목표에 따라 정보 처리 과정에서 활성화되는 두 가지 주요 편향성은 ‘확증 편향’과 ‘반증 편향’이다. 확증 편향은 자신의 기존 신념을 강화하는 정보만을 선택적으로 수용하는 경향을 말하며, 반증 편향은 기존 신념과 상반되는 정보에 대해 더 엄격한 기준을 적용하거나 반박하는 현상을 가리킨다(Taber & Lodge, 2006). 두 편향성은 정보 처리와 판단 형성 과정에서의 편향된 접근을 설명하는데, 기존 신념과 일치하는 정보는 쉽게 받아들여지고 비판 없이 수용되는 반면, 일치하지

않는 정보는 종종 무시되거나 비판적으로 대응된다. 하트 등(Hart et al., 2009)은 67편의 논문에 대한 메타분석을 통해 사전 태도와 일치 여부에 따른 정보의 선택적 노출 현상을 확인했다. 연구에 따르면 수용자들은 자신의 기존 신념, 태도, 행동과 일치하는 정보를 그렇지 않은 정보보다 더 선호했다. 더 나아가, 수용자들은 자신의 신념이나 태도에 도전하는 메시지에 부정적 태도를 보이며 기존의 신념과 태도를 유지하기 위해 이를 편향적으로 처리했다.

팩트체크의 맥락에서도 다수의 선행 연구들은 이와 같은 이론적 예측을 경험적으로 뒷받침하고 있다. 정치인의 의혹 발언에 대한 새로운 사실을 뉴스 형식으로 제시했을 때의 수정 효과를 조사한 니한과 라이플러(Nyhan & Reifler, 2010)의 연구에서, 기존 의견과 반대되는 교정 정보를 받은 피험자는 해당 정보에 대한 반박 의사가 높아졌고, 교정 정보를 받지 않은 집단에 비해 기존 태도를 강화하는 모습을 보였다. 또한 하멜리어스와 반데르미어(Hameleers & Van der Meer, 2020)의 연구에서는 수용자들이 자신의 기존 태도를 다시 확인시켜주는 팩트체커를 선택하고, 기존 태도와 일치하지 않는 팩트체커를 회피할 가능성이 높을 것이라고 예상했다. 실험 결과, 팩트체커에 대한 선택적 노출에 기반한 이러한 가설은 지지되었으며, 이는 정정 정보의 선택 과정에서도 확증 편향이 존재함을 드러냈다.

지금까지의 논의를 종합해 보면, 사람들이 특정 정보에 대한 판단과 태도를 형성한 후 새로운 정보를 받아들이는 과정은 동기에 따라 달라질 수 있으며, 특히 방향성 동기가 강한 경우, 자신이 기존에 가진 판단이나 태도에 근거하여 정보를 처리하게 된다. 이 과정에서 기존의 판단이나 태도와 일치하는 정보는 긍정적으로 받아들여지고, 일치하지 않는 정보에 대해서는 무시하거나 부정하는 확증 편향 및 반증 편향이 나타난다. 본 연구에서는 단일 언론사의 팩트체크 판정 결과가 이용자의 사실성에 대한 기존 판단과 유사할수록(차이가 적을수록), 이용자의 판단 변화와 판단에 대한 확신 정도에 어떤 영향을 미치는지를 확인해 보고자 한다.

제2절에서 논의된 바와 같이, 본 연구는 팩트체크 판정 결과에 노출된 이용자의 ‘판단 변화’와 ‘판단에 대한 확신 정도’를 세분화하여 측정하고자 한다. 크로스닉과 페티(Krosnick & Petty, 1995)의 연구에 따르면 강한 강도의 의견을 가진 사람들은 새로운 메시지에 방어적으로 반응하고, 반대 의견에 직면했을 때 자신의 입장을 확고하게 유지하는 경향이 있다. 또한 이들은 자신의 기존 의견을 뒷받침하는 방식으로 메시지를 처리하는 경향이 있다(Wood, Rhodes, & Biek, 1995). 반면, 약한 강도의 의견을 가진 수용자들은 대안적 주장을 더 열린 마음으로 고려하며 선호도를 기꺼이 조정하려는 경향이 있다. 이런 논리를 팩트체킹에 적용하면, 기존 판단의 확신 정도 또한 언론사의 판정 결과를 평가하는 기준점 역할을 할 수 있다. 따라서 이용자의 판단 변화와 판단에 대한 확신 정도를 모두 고려하여 가설을 세우고자 한다. 이에 다음의 연구 가설 1-1, 1-2를 제시한다.

연구 가설 1-1: 단일 검증일 때, 이용자의 검증 대상의 사실성에 대한 기존 판단과 언론사의 판정 간 차이가 적을수록 이용자의 (a)검증 대상의 사실성에 대한 판단의 변화는 더 적게 나타날 것이다.

연구 가설 1-2: 단일 검증일 때, 이용자의 검증 대상의 사실성에 대한 기존 판단과 언론사의 판정 간 차이가 적을수록 이용자의 (b)자신의 판단에 대한 확신 정도는 더 높게 나타날 것이다.

2) 판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때의 이용자 효과

그렇다면 교차 검증이 검증 방식으로 사용되었을 때 언론사의 판정을 접한 팩트체크 뉴스 이용자의 변화 양상은 어떠할까? 이전의 저널리즘 연구들은 규범적인 관점(정은령, 2018; Lim, 2018)에서만 이를 조망했으며, 이용자 효과에 대한 심리적 기제를 바탕으로 한 가설 설정과 경험적 분석에 집중한 연구는 거의 없었다. 그레이브스(Graves,

2016)에 의하면 팩트체커들은 전통적인 저널리스트들과는 달리 특종이나 독점 뉴스 콘텐츠를 생성하려는 의도가 적으며 다른 팩트체크 기관들의 활동을 지켜보면서 동일한 검증 대상에 대해 독립적으로 팩트체크를 반복하는 경우가 드물지 않다. 이처럼 교차 검증이 팩트체크 현장에서 자주 발생함에도 불구하고, 심리학적 연구에 기반한 가설 설정과 변인 간의 관계성을 탐구하려는 실험 연구는 아직까지 보이지 않고 있다. 이에 본 연구는 심리학적 이론에 근거하여 교차 검증의 이용자 효과에 대한 가설을 추론하고자 한다.

교차 검증은 복수의 언론사가 검증에 참여함으로써 이용자들이 동일한 검증 대상에 대한 여러 판정 결과들을 볼 수 있게 한다. 예를 들어, SNU팩트체크는 각 언론사의 판정 결과들을 하나로 묶어 이용자에게 제공하도록 설계되어 있어 이용자는 하나의 사실적 진술을 둘러싼 다양한 판정 결과를 한눈에 확인할 수 있다(SNU팩트체크, 2022). 그런데 논란의 여지가 있는 이슈를 두고 양측 모두 설득력 있는 주장을 펼치더라도 시어스(Sears, 1966)의 연구에 따르면 수용자는 한쪽 입장만을 접할 때보다 양쪽 입장을 모두 접했을 때 더 강력한 의견을 형성할 가능성이 높았다. 이는 단일 주장에 노출될 경우와 양측 주장에 노출될 경우에 의견 형성과 정보 선호도에 차이가 발생할 수 있음을 시사한다. 따라서, 교차 검증에서도 ‘판정 결과의 일치 여부’를 구분하여 그 효과를 분석하는 것은 보다 정밀한 접근이 될 수 있다. 본 연구는 ‘판정 결과가 일치하는 교차 검증’의 이용자 효과를 탐구하며, 이를 ‘단일 검증 상황’과 비교하여 분석할 것이다.

판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때, 2개 이상의 언론사의 동일한 판정에 노출된 이용자들은 판단과 태도 측면에서 어떤 효과를 보일까? 2016년 미국 대선을 대상으로 한 림(Lim, 2018)의 연구는 주요 팩트체크 기관들이 검증 대상을 상호 교차 검증하고 일관된 판정 결과를 도출했을 때, 그 결과의 영향력과 신뢰도가 크게 증가할 것이라고 강조한 바 있다. 하지만 림의 분석은 정적인 데이터 기반의 내용 분석에

초점을 맞췄기 때문에 팩트체크 판정을 접한 이용자의 동적인 반응을 제대로 포착하기에는 한계가 있었다. 이에 본 연구에서는 인지심리학 이론인 ‘진실 착각 효과(illusory truth effect)’와 ‘가용성 휴리스틱(availability heuristic)’을 바탕으로 교차 검증 상황에서 동일한 판정 결과에 노출된 이후의 이용자 효과를 예측하고 분석할 것이다.

특정한 정보가 반복될 때, 사람들은 처음 제시된 정보나 반복되지 않은 다른 정보에 비해 반복된 정보를 더 진실로 받아들이는 경향이 있다. 즉, 메시지의 타당성을 깊이 분석하기보다는 제시 빈도에 따라 평가가 달라진다는 것이다. 이 현상은 ‘진실 착각 효과’라고 불리며 해서, 골드스타인 그리고 토피노(Hasher, Goldstein, & Toppino, 1977)에 의해 처음 입증된 이래로 강력한 고전 이론으로 자리잡았다(Dechêne, Stahl, Hansen & Wänke, 2010). 진실 착각 효과에 대한 51편의 연구를 메타분석적으로 검토한 데첸 등에 따르면, 이 효과는 진술에 단 한 번 노출되어도 나타나며(Arkes, Boehm & Xu, 1991), 참인 진술과 거짓인 진술에서 모두 발생한다(Brown & Nix, 1996). 또한 신뢰할 수 없는 출처의 반복된 진술도 새로운 진술에 비해 진실로 평가할 가능성이 높았다(Begg, Anas, & Farinacci, 1992).

구체적으로 해서 등의 연구에서는 2(반복/비반복) x 3(노출 횟수: 1회/2회/3회) x 2(사실/거짓)의 실험 디자인을 사용하여 피험자들이 각각 60개의 그럴듯한 주장의 타당성을 평가하는 실험을 진행했다. 실험 결과, 반복되지 않은 메시지에 대한 피험자들의 신뢰도는 변하지 않았지만, 반복된 메시지에 대한 신뢰도는 반복 횟수가 늘어날수록 증가했다. 이 증가는 메시지의 사실 여부와는 무관하게 나타났다. 또한 운켈바흐와 스펡크만(Unkelbach, C., & Speckmann, 2021)은 단순한 반복이 사실적이고 관련성이 있는 정보에 대한 믿음을 증가시킬 수 있는지를 조사했다. 이들의 연구에 따르면 코로나19와 관련된 사실적 정보를 단순히 반복함으로써 진실한 정보에 대한 수용자의 믿음이 실제로 증가하는 것으로 나타났다. 이러한 증가는 진실 착각 효과의

긍정적인 측면을 시사하는데, 특히 잘 알려지지 않은 정보에서는 효과가 더 크게 나타났으며 잘 알려진 정보에서는 증가 폭이 상대적으로 작았다.

정보 처리 이론의 맥락에서 진실 착각 효과와 연관된 또 다른 개념은 ‘가용성 휴리스틱’이다. 이는 사람들이 모든 정보를 고루 검토하는 것이 아니라, 현재 쉽게 접근할 수 있는 정보를 바탕으로 판단을 내리는 것을 의미한다. 트베르스키와 카네만(Tversky & Kahneman, 1973)의 연구에서는 사람들이 실제로 발생하는 사건의 빈도보다는 자신이 쉽게 찾아 쓸 수 있는 기억의 정보를 활용하여 특정 사건의 발생 확률을 추정한다는 가용성 휴리스틱의 개념을 확인했다. 이는 사건의 실제 확률을 객관적으로 평가하기 어려운 상황에서 사람들이 가용성 휴리스틱에 의존해 주관적 확률을 형성하고 그것을 바탕으로 판단과 결정을 내리는 경향이 있음을 나타낸다. 캐럴(Carroll, 1978)의 연구에서도 특정 사건의 가용성을 조작함으로써 그 사건의 빈도나 가능성에 대한 인식을 바꿀 수 있음을 입증했다. 이 연구에서 실시된 두 개의 실험은 사건의 발생 가능성을 상상하도록 지시하는 것만으로도 그 사건이 실제로 일어날 것이라고 기대하는 정도를 상당히 높일 수 있음을 보여주었다.

이러한 가용성 휴리스틱은 어떤 정보나 메시지가 쉽게 인지될수록 그것을 진실로 여길 가능성이 커지며, 이 경향은 반복될수록 강화된다는 점(Ecker et al., 2022)에서 진실 착각 효과와 밀접한 관련이 있다. 두 개념 모두 인간이 정보를 인지하고 처리하는 데 있어 가지는 한계를 드러내며, 이는 ‘제한된 합리성(bounded rationality)’(Simon, 1955)의 개념을 통해 더욱 명확하게 설명될 수 있다. 제한된 합리성은 인간이 의사결정을 할 때 정보 처리 용량의 한계로 인해 모든 정보를 탐색할 수 없기 때문에, 즉각적으로 떠오르는 몇 가지 정보나 내부적으로 처리하기 용이한 정보를 위주로 판단하고 그러한 정보에 긍정적인 평가를 내리게 되는 현상을 나타낸다.

진실 착각 효과와 가용성 휴리스틱은 팩트체크의 맥락에서도

이론적으로 적용될 수 있다. 대안적 사실과 가짜 뉴스가 만연한 현대 사회에서 진실 착각 효과는 사람들이 거짓된 정보를 믿게 되는 과정을 설명하는 이론적 기제로 활용되어 왔다(Schwarz, Newman, & Leach, 2016). 슈바르츠 등의 연구는 가짜 뉴스를 반박하기 위한 교정 전략이 실패하는 이유가 허위 정보의 반복에 있다고 지적하며, ‘빈도-친숙성-진실’로 이어지는 지각 방식에 따라 잘못된 교정 전략은 오히려 기존의 허위 정보에 대한 인식을 강화하는 역효과를 낼 수 있다고 주장한다. 이에 따라 슈바르츠 등은 진실을 고수하기 위한 커뮤니케이션 전략으로 ‘잘못된 정보가 아니라 정확한 정보를 반복해서 전달하는 것’을 강조한 바 있다.

이렇듯 일부 선행 연구에서는 잘못된 정보가 반복되지 않도록 교정 내용을 신중하게 설계할 것을 권장한다. 이와 관련하여 에커, 호건 그리고 레반도프스키(Ecker, Hogan, & Lewandowsky, 2017)는 세 가지 유형의 정정 보도를 통해 잘못된 정보를 반복(명시적 반복/미묘한 반복)하거나 전혀 반복하지 않는 조건을 비교했다. 연구 결과, 명시적 반복을 포함한 교정이 잘못된 정보에 대한 의존도를 줄이는 데 가장 효과적이었으며, 이 방식에서는 초기의 오보를 명시적으로 반복하면서 동시에 그 오보를 명확하게 철회하는 것이 포함되었다. 또한, 에커, 레반도프스키 그리고 채드윅(Ecker, Lewandowsky, & Chadwick, 2020)의 연구에서도 잘못된 정보로 인한 진실 착각 효과에 대한 역효과를 찾지 못했다. 이러한 결과들은 잘못된 정보의 반복에 따른 친숙함의 영향을 완전히 배제할 수는 없지만, ‘명시적으로 잘못된 정보를 정정하고 두드러지는 교정을 제공하는 것’(Ecker et al., 2017)이 효과적인 교정 전략이 될 수 있음을 시사한다.

따라서, 슈바르츠 등(Schwarz et al., 2016)이 제안한 ‘정확한 정보를 반복하여 전달하는 교정 방식’의 효과성은 주목할 만하다. 앞서 운켈바흐와 스펙크만의 연구에서 코로나19와 관련된 사실적 정보에 대한 믿음을 높이는 데 진실 착각 효과가 긍정적인 영향을 미쳤다는 점을 고려하면, 사실에 입각한 정보를 반복해서 제시하는 교정 방식

역시 효과적일 것으로 예상된다. 또한 에커, 레반도프스키, 자야와르다나 그리고 플라데노비치(Ecker, Lewandowsky, Jayawardana, & Mladenovic, 2019)의 연구에 따르면, 잘못된 정보를 반박할 때 사용하는 반론의 개수가 더 많을수록 잘못된 정보에 대한 믿음이 더 크게 감소한다고 보고했다. 이는 가능한 많은 관련성 있는 반론을 사용하는 것이 중요함을 시사한다. 이러한 연구 결과들을 종합해보면, ‘복수의 사실에 입각한 교정 정보를 반복하여 제공하는 방식’을 통해 해당 교정 정보의 이용자 효과를 높일 수 있을 것이라고 예측할 수 있다.

본 연구는 2개 이상의 언론사가 동일한 판정 결과를 반복하는 ‘판정 결과가 일치하는 교차 검증’의 효과를 보고자 한다. 이전 논의들을 토대로 할 때, 전문 팩트체커들이 제공하는 복수의 반복된 교정 정보는 이용자가 그 정보를 더 용이하게 처리할 수 있게 함으로써 긍정적인 평가를 받을 가능성이 높다고 예상할 수 있다. 특히, 본 연구에서 중점을 두는 교차 검증은 ‘복수의 주체에 의한 사실에 기반한 정보의 반복적 제공’에 해당한다. 선행 연구(Weaver, Garcia, Schwarz, & Miller, 2007)에 따르면 동일한 사람이 같은 의견을 세 번 반복하는 것보다 세 명의 사람이 같은 의견을 지지할 때 참가자들이 더 많은 지지를 보이는 경향이 있었다. 이러한 반복 양상은 가용성 휴리스틱에 의해 이용자가 해당 정보를 즉각적으로 떠올릴 수 있게 하여 그 정보를 위주로 판단하게 하는 것을 더욱 용이하게 할 수 있다.

팩트체크의 맥락을 고려할 때 판정 결과가 일치하는 교차 검증 상황은 이용자가 초기에 접한 특정 정보에 대한 사전적 판단과 태도를 형성한 후, 복수의 반복된 교정 정보에 노출되는 구조를 가진다. 이 때, 이용자의 기존 판단과 새롭게 제시된 교정 정보 사이의 유사성(혹은 차이)을 고려하는 것이 이용자의 판단 변화와 자신의 판단에 대한 확신 정도에 대한 보다 정밀한 예측을 가능하게 한다. 따라서, 본 연구는 단일 검증 상황에서의 팩트체크 판정을 기준으로 한 이용자의 변화 양상(연구 가설 1-1, 1-2)과 교차 검증 상황에서 판정 결과가 일치할

때의 이론적 예측에 근거하여, ‘판정 결과가 일치하는 교차 검증의 이용자 효과’(가설 2-1, 2-2) 및 ‘단일 검증과의 효과성 비교’(가설 2-3)를 조사하고자 한다. 이에 연구 가설 2-1, 2-2, 2-3은 각각 다음과 같이 설정되었다.

연구 가설 2-1: 판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때, 이용자의 검증 대상의 사실성에 대한 기존 판단과 언론사의 판정 간 차이가 적을수록 이용자의 (a)검증 대상의 사실성에 대한 판단의 변화는 더 적게 나타날 것이다.

연구 가설 2-2: 판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때, 이용자의 검증 대상의 사실성에 대한 기존 판단과 언론사의 판정 간 차이가 적을수록 이용자의 (b)자신의 판단에 대한 확신 정도는 더 높게 나타날 것이다.

연구 가설 2-3: 이러한 효과는 판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때가 단일 검증일 때보다 더 크게 나타날 것이다.

2. 판정 결과 일치 여부(일치 vs 불일치)에 따른 효과 차이

다음으로 교차 검증일 때 판정 결과의 일치 여부가 팩트체크 이용자에게 미치는 효과 차이는 어떨까? 교차 검증의 효과성에 대한 실증적 연구가 거의 부재한 현 상황에서 2개 이상의 언론사의 판정 결과가 일치하거나 불일치할 때의 이용자 효과 차이를 경험적으로 조사한 연구 역시 전무하다고 볼 수 있다. 이러한 배경 하에 본 연구는 ‘판정 결과가 불일치하는 교차 검증’의 효과를 예상해 보고, 이를 ‘판정 결과가 일치하는 교차 검증’과 비교하여 이용자 효과성 관련 종속 변인에 미치는 영향을 검토하고자 한다.

3) 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때의 이용자 효과

팩트체크 뉴스는 작성 기관에 따라 판정 결과가 ‘불일치’하는 경우가 발생한다(마동훈 · 오택섭 · 김선혁 · 김해영, 2013). 즉, 동일한 의혹에 대해 서로 다른 팩트체크 기관들이 상이한 판정 결과를 내릴 수 있다는 것이다(정은령, 2017). 마리에타 등의 내용 분석 연구에 따르면 팩트체크 기관들의 판정 결과는 얼마든지 상호 모순될 수 있다고 나타났다. 또한 최근 5년간 SNU팩트체크 플랫폼에 게시된 교차 검증 기사 중 판정 결과가 일치한 사례는 57%, 불일치한 사례는 43%의 비중을 차지했다(SNU팩트체크, 2022). 이렇듯 언론사들 간에 판정 결과가 서로 불일치하는 이유는 무엇일까? 팩트체크의 대상이 되는 사안들은 대체로 애매모호하고 찬반 의견이 첨예하게 맞붙는 경우가 많다는 점에서 갈등의 영역을 포괄하기 때문이다(정은령, 2019). 더욱이 중요하고 복잡한 사실적 진술일수록 여러 언론사가 교차 검증을 시도할 가능성이 높으며(최순욱 · 윤석민, 2017), 이 과정에서 세부적인 조건의 차이가 결과의 불일치를 야기할 수 있다(정은령, 2018).

이처럼 팩트체킹에서 발생하는 판정의 불일치에도 불구하고, 아직까지 ‘판정 결과의 일치 여부’를 변인으로 삼아 실증적으로 분석한 연구는 거의 없었다. 구체적으로 언론사들 간의 팩트체킹 판정 결과의 일치도를 내용 분석하여 공정성을 진단하는 연구(이나연, 2018)나 주요 팩트체킹 기관들의 판정 결과를 샘플링하여 그들 간의 일치도를 비교 평가하는 연구(Amazeen, 2015)에 국한되어 있었다. 팩트체킹 판정 결과에 대한 경험적 연구에서도 ‘특정한 하나의 판정 결과’가 이용자에게 미치는 영향에만 초점을 맞춘 경우가 대부분이었다. 예를 들어, 니한과 라이플러(Nyhan & Reifler, 2010)는 ‘거짓’으로 판정된 팩트체크 뉴스만을 분석했으며, 플린, 니한 그리고 라이플러(Flynn, Nyhan, & Reifler, 2017)도 ‘거짓’으로 교정하는 팩트체크의 효과만을 평가했다. 또한 김선호와 백영민(2018)은 동일한 의혹을 각각 ‘거짓’, ‘사실반

거짓반’ , ‘사실’로 판정한 다음 팩트체크 기사의 효과를 조사했고, 정성욱(2021)은 ‘거짓’ 혹은 ‘대체로 거짓’ 판정이 기사 수용성에 미치는 영향을 확인했다.

그러나 이와 같은 연구들은 교차적으로 팩트체크하는 과정에서 판정 결과의 일치 혹은 불일치에 따른 이용자 효과를 ‘통합적 맥락’에서 포착하는 데 한계를 가진다. 그에 따라 본 연구는 이론적 논의에 기반하여 판정 결과의 일치 여부가 이용자 효과에 미치는 차이에 관한 가설을 설정하고 이를 검증하려고 한다.



[그림 1] SNU팩트체크의 총 5개 등급 체계로, ‘거짓-대체로 거짓-사실반 거짓반-대체로 사실-사실’의 5가지 등급으로 구성되어 있다.

그렇다면 판정 결과의 일치와 불일치를 어떻게 구체적으로 정의할 수 있을까? 두 곳 이상의 언론사가 동일한 사안에 대해 실시한 교차 검증에서 판정 결과의 일치도를 분석한 이나연(2018)의 연구에서는 선행 연구를 참조하여 판정 결과의 일치도를 ‘완전 일치’, ‘대체로 일치’, ‘완전 불일치’의 세 가지로 구분하였다. 여기서 ‘완전 일치’는 동일한 대상에 대한 언론사들의 판정 결과가 완전히 일치한 경우, ‘대체로 일치’는 판정 결과가 한 단계 차이 나는 경우(예: 거짓-대체로 거짓)를 의미한다. 또한 ‘완전 불일치’는 동일한 대상에 대한 판정 결과의 방향이 완전히 다른 경우(예: 거짓-대체로 사실)로 정의된다.

하지만 본 연구는 ‘대체로 일치’라는 분류에 대한 개념 정의가 명확하지 않다고 판단하여, 팩트체크 뉴스의 판정 결과를 ‘일치’(예: 거짓-거짓)와 판정 결과의 방향이 완전히 달라지는 ‘불일치’(예: 거짓-대체로 사실)의 두 가지로만 분류하기로 하였다. 이 분류 기준을 SNU팩트체크의 총 5개 등급 체계([그림 1] 참조)에 적용하면, 두

언론사가 모두 ‘대체로 거짓’으로 판정했다면 ‘일치’로, 하나는 ‘대체로 거짓’이고 다른 하나는 ‘사실’로 판정했다면 ‘불일치’로 분류할 수 있다. 본 연구에서는 실험 자극물과 측정 문항으로 SNU팩트체크의 사실 검증 결과 뱃지와 [그림 1]에 제시된 5등급 체계를 수정하여 사용했다. 이를 바탕으로 ‘불일치’에 대해 같은 검증 대상에 대한 판정 결과가 ‘3단계 이상 차이가 나는 경우’로 추가적으로 조작적 정의를 내렸다. 따라서, 본 연구에서 ‘판정 결과 불일치’를 측정할 때는 ‘거짓-대체로 사실’, ‘대체로 거짓-사실’, ‘거짓-사실’의 3가지 케이스만을 대상으로 삼는다는 것을 명확히 한다.

교차 검증일 때 판정 결과가 서로 다르게 나타날 경우, 이용자들은 어떠한 변화 양상을 보이게 될까? 인지심리 이론인 ‘동기화된 추론’과 ‘선택적 노출’에 근거하여 논의를 전개하면 다음과 같다. 태버와 로지(Taber & Lodge, 2006)는 인간의 인지 처리에 영향을 미치는 두 가지 동기인 정확성 목표(사실적으로 정확하게 이해하려는 동기)와 방향성 목표(자신의 신념이나 선호에 부합하는 인식을 형성하려는 동기)가 상충될 수 있음을 지적했다. 그들은 일반적으로 사람들이 자신의 신념이 부정확한 것에 비용을 지불하지 않는 반면 신념과 모순되는 사실을 수용하는 데에는 표현 비용(expressive cost)을 부담할 수 있기 때문에, 대체로 방향성 목표가 더 우세하게 작용할 것으로 추론했다. 이러한 방향성 목표에 기반한 동기화된 추론 과정에서 사람들은 외부 정보를 객관적으로 받아들이기보다는 기존 신념이나 선호와 일치하거나 유리한 정보를 선택적으로 수용하는 경향을 보이는데, 이를 ‘선택적 노출’이라고 한다.

선택적 노출 이론은 미디어 환경에서 정보의 선택적 처리 과정이 어떻게 확증 편향으로 이어질 수 있는지를 설명하는 데 활용되어 왔다(Bennett & Iyengar, 2008). 아이엔거와 한(Iyengar & Hahn, 2009)은 선택적 노출을 개인의 사전 신념이나 태도가 새로운 정보를 선택하는 데 있어 가이드로 작용하는 과정으로 정의한다. 이 과정은

항상 의식적이지는 않지만, 기존 신념이나 태도, 행동에 도전하는 견해보다는 그것을 강화하는 견해를 선택함으로써 개인은 자신의 일관된 자아 이미지를 유지하려는 욕구를 충족시킨다(Festinger, 1957). 이러한 인지 부조화를 회피하려는 욕구는 확증 편향으로 이어질 수 있는데, 이는 수용자가 자신의 이전 판단이나 태도를 강화하는 정보만을 선택하게 되는 현상을 의미한다(Knobloch-Westerwick, Mothes, & Polavin, 2020).

이러한 선택 편향(selection bias)은 교정 정보를 제공받는 상황에서도 나타날 수 있다. 팩트체크 뉴스 이용자들도 자신의 기존 판단이나 태도와 일치하는 정보를 반박하는 팩트체커를 피하거나, 일치하지 않는 정보를 바로잡는 팩트체커를 선택할 가능성이 높다(Hameleers & Van der Meer, 2020). 또한 월터와 투카친스키(Walter & Tukachinsky, 2020)의 연구에 따르면 교정 정보에도 불구하고 잘못된 정보의 지속적인 영향력에 대한 메타 분석 결과, 정정 메시지가 잘못된 정보의 영향력을 완전히 제거하기는 쉽지 않지만 그럼에도 정정 메시지가 수용자의 기존 세계관에 부합할 때, 잘못된 정보가 기존 관점에 반할 때 더 효과적인 것으로 나타났다. 이에 따라, 판정이 불일치하는 교차 검증 결과에 노출된 이용자들은 동기화된 정보 처리를 통해 자신의 판단이나 태도를 뒷받침하는 팩트체커를 선택적으로 받아들여 긍정적으로 처리할 것으로 예상된다.

그렇다면 판정 결과가 불일치하는 교차 검증은 일치하는 교차 검증과 비교할 때 이용자에게 어떤 양상의 영향을 미칠까? ‘진실 착각 효과’와 ‘가용성 휴리스틱’이라는 이론적 배경을 바탕으로 논의하면, 이 두 이론은 모두 ‘처리의 유창성 및 친숙성’과 밀접하게 연결되어 있다(Ecker et al., 2022). 처리의 유창성은 메시지가 머릿속에서 쉽게 인지되거나 검색된다는 신호(Begg, Anas, & Farinacci, 1992)를 나타내며, 처리의 친숙성은 메시지를 반복해서 접한 경험이 있다는 신호(Wang, Brashier, Wing, Marsh, & Cabeza, 2016)로 해석된다. 두

요소는 특정 정보를 처리할 때 중요한 휴리스틱의 역할을 한다(Berinsky, 2017). 기존 연구들에 따르면 유창성이나 친숙함에 대한 인지적 경험이 진실 판단을 유도하는 경향이 있으며, 결과적으로 유창하고 친숙한 정보일수록 더 진실한 것으로 간주되는 경향이 있다는 것이다(Reber & Schwarz, 1999).

이런 맥락에서 판정 결과가 불일치하는 교차 검증의 경우 정보의 유창성이 상대적으로 낮아지는 경향이 있을 수 있으며, 이는 정보를 이해하고 검색하는 과정이 더 복잡하고 어려워질 수 있음을 의미한다(Schwarz, 2015). ‘처리의 불유창성’은 정보가 진실로 간주되기 위한 인지적 단서의 강도가 줄어든다는 것을 의미하기 때문에, 유창성이 높은 정보에 비해 그 영향력이 상대적으로 약해질 것으로 예상할 수 있다(Ecker et al., 2022). 한편, 에커, 레반도프스키, 스와이어 그리고 창(Ecker, Lewandowsky, Swire, & Chang, 2011)에 의하면, 사람들은 특정 사건에 대해 ‘정신적 모델’을 형성하지만 이 모델의 공백을 채울 수 있는 타당한 대안이 존재하지 않는 경우에는 기존 모델을 유지하려는 경향이 있다. 즉, 적절하고 타당한 대안이 제공되지 않는다면 비록 부정확할지라도 일관된 정신적 모델을 유지하는 것을 선호할 수 있다는 것이다. 따라서, 특정 사건에 대한 추론을 할 때 사람들은 유효한 정보가 부족하다는 것을 인식하고 있음에도 불구하고, 기존의 정보에 의존하는 경향이 있을 수 있다(Ecker et al., 2011).

이 같은 ‘정신적 모델’의 접근 방식(Johnson & Seifert, 1994)에 근거하면 판정 결과가 불일치하는 교차 검증은 불완전한 정신 모델을 성공적으로 보완하는 데 크게 도움이 되지 않을 수 있다. 이는 기존 모델의 지속적인 영향력을 줄이기 어려울 것임을 시사한다. 교정 정보가 효과적이기 위해서는 기존 요소와의 일관성을 해치지 않으면서도 반박되는 멘탈 모델의 구성 요소를 성공적으로 대체할 수 있는 정보를 제공할 수 있어야 하기 때문이다(Lewandowsky, Ecker, Seifert, Schwarz, & Cook, 2012). 따라서, 부적절한 교정 정보는 오히려 기존의 판단이나 태도를 더욱 강화하는 역효과를 발생시킬 수

있다(Walter & Tukachinsky, 2020). 이에 따라, 교차 검증일 때 불일치하는 판정 결과를 접한 이용자들은 기존의 판단이나 태도에 더욱 의존하여 이를 지속하거나 혹은 강화할 가능성이 있음을 추론할 수 있다.

판정 결과가 일치하는 교차 검증의 경우에는 어떨까? 앞서 언급한 바와 같이, 이용자의 검증 대상의 사실성에 대한 기존 판단과 제시된 교정 정보 간의 유사성(혹은 차이)에 따라 이용자의 판단과 그에 대한 확신 정도가 달라질 것임을 예측할 수 있다(연구 가설 2-1, 2-2). 동기화된 추론 과정에서 사람들은 자신의 선호를 뒷받침하기 위해 교정 정보에 대한 주목도와 면밀한 조사 수준을 달리하는 경향이 있다(Chang, 2015). 이에 동일한 교정 정보라 할지라도 이용자의 세계관을 긍정하는 경우에는 더 강한 영향력을 발휘할 수 있다(Walter & Tukachinsky, 2020). 이와 달리, 교정 정보가 이용자의 기존 세계관과 부합하지 않을 경우에도 정보의 유창성이 진실 판단에 중요한 인지적 요소로 작용한다는 점(Ecker et al., 2022)을 고려하면, 이는 판정 결과가 불일치하는 상황에 비해 이용자의 판단 변화에 보다 더 영향을 미칠 수 있다. 그러나 본 연구에서 정의한 ‘3단계 이상 차이가 나는 판정 결과 불일치’의 경우, 하나의 일관된 설명 체계를 제공하지 않는다는 점에서 이용자의 기존의 판단 및 태도가 지속적으로 영향을 주거나 역효과를 일으킬 가능성이 있음을 예상할 수 있다(Cappella, Maloney, Ophir, & Brennan, 2015; Walter & Tukachinsky, 2020).

한편, 팩트체크의 판정 결과 일치 여부를 직접적으로 다루지는 않았지만 메시지의 구조적 유사성을 갖는 시어스(Sears, 1966)의 연구는 사람들이 논쟁적인 상황에서 의견을 형성할 때 양쪽 주장에 모두 노출될 경우 한쪽만 접했을 때보다 더 강한 의견을 형성할 가능성이 높다는 것을 보여준다. 그러나, 앞서 다룬 에커(Ecker et al., 2022)의 연구에 따르면 ‘처리의 불유창성’은 곧 진실로 간주되는 인지적 단서의 강도가 감소한다는 것을 의미하기 때문에, 유창성이 높은 정보에 비해 그 영향력이 더 약할 수 있다. 이러한 연구 결과들을 바탕으로 판정 결과가 불일치하는 교차 검증의 경우 일치하는 경우에 비해 이용자의

자신의 판단에 대한 확신 정도의 변화가 더 클 것이라고 결론짓기는 어려울 수 있다.

지금까지의 논의들을 종합하면, 판정 결과의 일치 여부를 변인으로 설정하여 이용자 효과 차이를 추론한다면 전반적으로 교차 검증 상황에서 판정 결과가 불일치할 경우에는 일치할 경우보다 이용자의 검증 대상의 사실성에 대한 판단의 변화는 더 적게 나타날 것이라는 연구 가설 3-1을 설정할 수 있다. 그러나 자신의 판단에 대한 확신 정도의 변화가 더 크게 나타날 것이라는 결론을 내리기 어렵다는 점을 고려하여, 연구 문제 1을 통해 그 양상을 자세히 확인하고자 한다.

연구 가설 3-1: 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때 일치할 때보다 이용자의 (a)검증 대상의 사실성에 대한 판단의 변화는 더 적게 나타날 것이다.

연구 문제 1: 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때 일치할 때보다 이용자의 (b)자신의 판단에 대한 확신 정도의 변화는 어떻게 나타나는가?

제 4 절 언론사에 대한 신뢰도의 효과

제4절에서는 ‘언론사에 대한 신뢰도’를 팩트체크의 수행 주체인 개별 언론사와 관련된 조절 변인으로 설정하고, 이 변인이 다른 변인들과의 상호작용을 통해 이용자 효과성 관련 종속 변인들에 어떤 영향을 미칠지를 탐구하고자 한다. 이를 위해 우선 신뢰와 언론사에 대한 신뢰도라는 개념의 정의를 검토했다. 다음으로 단일 검증, 판정 결과가 일치하는 교차 검증, 그리고 판정 결과가 불일치하는 교차 검증의 상황별로 언론사 신뢰도가 이용자의 검증 대상의 사실성 판단과 그에 대한 확신 정도에 미치는 효과를 예측해 보았다.

1. 신뢰와 언론사에 대한 신뢰도

신뢰는 미디어와 커뮤니케이션 연구에서 오랜 기간 중심적인 변인이었음에도, 아직까지 이에 대한 일치된 정의는 명확히 제시되지 않고 있다(민영, 2016). 그럼에도 본 연구는 신뢰 개념을 뉴스 미디어 환경에 적용하여 언론과 신뢰를 연결 짓고 다양한 차원의 언론 신뢰 개념을 구분함으로써, ‘개별 언론사에 대한 신뢰’를 암묵적 이해를 넘어서 보다 명확하게 검토하고자 한다.

‘신뢰(trust)’란 다차원적인 개념이다. 하니취, 반달렌 그리고 슈타인들(Hanitzsch, Van Dalen, & Steindl, 2018)에 따르면 신뢰를 구성하는 세 가지의 주요 이론적 가정이 대부분의 정의에 영향을 미친다. 첫째, 신뢰는 ‘미래 지향적 판단’이다. 우리가 판단을 내릴 때 주로 과거의 경험에 의존하지만, 신뢰 결정에는 다른 행위자가 미래에 특정한 기대치를 얼마나 충족시킬 것인가에 대한 평가가 포함된다(Vanacker & Belmas, 2009). 뉴스 미디어에 이를 적용하면 특정 언론사에 대한 신뢰는 그 언론사가 앞으로도 공정하고 균형 잡힌 보도를 지속할 것이라는 기대를 반영한다. 둘째, 신뢰를 판단하는 사람은 그 판단을 내리는 순간에 다른 행위자에 대한 모든 정보를 갖고 있지 않다는 점에서, 이러한 ‘위험과 불확실성’은 신뢰의 필수적인 구성 요소이다. 셋째, 신뢰는 미래의 행동에 대한 일반적인 기대를 통해 사회적 복잡성을 감소시키는 역할을 한다(Luhmann et al., 2017). 바나커와 벨마스는 이러한 가정들을 바탕으로 신뢰를 ‘정보가 불충분한 상황에서 그 대상이 미래에 어떤 기대를 충족시킬 것인가에 관한 주관적인 평가’라고 정의한 바 있다.

이러한 관점에서 하니취 등(Hanitzsch et al., 2018)은 ‘언론 신뢰’를 ‘수용자가 언론이 만족스러운 방식으로 자신의 역할을 수행할 것이라는 기대를 바탕으로 뉴스 내용을 수용하려는 의지’로 정의했다. 언론 신뢰는 신뢰의 구체적 대상에 따라 여러 차원으로 구분되는데(Schweiger, 2000), ‘특정 뉴스 보도’에 대한 신뢰, ‘개별

언론사'에 대한 신뢰, '제도적 차원의 전체 언론'에 대한 신뢰 등으로 나뉘어 측정될 수 있다(Turcotte, York, Irving, Scholl, & Pingree, 2015). 이 경우 개별 언론사에 대한 신뢰는 낮지만 그 언론사의 특정 뉴스 보도에 대한 신뢰는 높을 수 있고, 그 반대의 상황도 발생할 수 있다. 마찬가지로 개별 언론사에 대한 신뢰는 높지만 전체 언론 시스템에 대한 신뢰는 낮을 수 있으며, 이 역시 반대의 경우도 가능하다.

따라서 본 연구에서는 언론 신뢰의 다양한 차원 중에서도 특히 '개별 언론사'에 대한 신뢰, 즉 '팩트체킹에 참여하는 개별 언론사'에 대한 신뢰도를 변인으로 설정하여 분석하고자 한다. 서론에서 제시했듯, 본 연구의 목적은 팩트체크 뉴스의 '검증 방식'에 주목하여 그에 따른 이용자 효과성 종속 변인들에 미치는 영향을 조사하는 것이다. 이용자 입장에서는 교차 검증을 통해 동일한 검증 대상에 대한 여러 언론사의 판정 결과들을 비교하는 상황에서, 특히 이들 결과가 상이할 경우 필연적으로 개별 언론사에 대한 '긍정적 기대에 기반한 취약성을 수용하는 심리적 상태(Mayer, Davis, & Schoorman, 1995)'에 따른 신뢰 결정에 놓이게 된다. 이와 같은 매커니즘을 고려할 때 이용자 효과 차이를 좀더 정밀하게 검토하기 위해선 분석 단위(level of analysis)를 '팩트체킹 주체(개별 언론사)'로 설정하는 것이 가장 적합할 것이라고 판단했다.

2. 언론사에 대한 신뢰도에 따른 효과 차이

그간 많은 연구들은 '언론사에 대한 신뢰도'의 개념과 구성 요소를 탐구해왔다(양혜승, 2012). '정보원으로서 미디어를 얼마나 믿을 수 있는지'가 개별 미디어의 신뢰도를 결정한다(Johnson & Kaye, 1998)고 보거나 신뢰성과 전문성 같은 요소들이 개별 미디어에 대한 신뢰도를 형성한다(McCroskey & Teven, 1999)는 관점 등이 그 사례다. 이렇듯 여러 연구들에서 주목해왔던 언론사에 대한 신뢰도는 이용자 효과와 관련한 종속 변인들에 어떤 조절 효과를 미칠까?

‘정보원 신뢰도(source credibility)’는 설득 메시지의 중요한 구성 요소이며 그 효과에 영향을 미치는 중요한 변인으로 인식되어 왔다. 지금까지의 연구들에서 밝혀져 온 바에 따르면, 신뢰도가 높은 정보원은 낮은 신뢰도의 정보원보다 더 큰 영향력을 발휘하는 것으로 확인되었다(Hovland & Weiss, 1951; Kelman & Hovland, 1953; Maddux & Rogers, 1980). 구체적으로 호블랜드와 와이스(Hovland & Weiss, 1951)는 정보원에 대한 믿음감과 전문성이 메시지 수용 및 의견 변화에 중요한 역할을 한다고 밝혔다. 또한 차이켄(Chaiken, 1980)은 설득에 대한 휴리스틱적 접근을 통해 수용자들이 메시지 내용의 세부적인 처리보다는 정보원의 신뢰성에 의존하여 메시지를 판단할 것이라는 가설을 세웠고 이를 경험적으로 입증했다. 더욱이 사람들은 오류가 있을 수 있는 새로운 정보라 할지라도 신뢰할 수 있는 출처에서 제공될 경우에는 그것을 받아들일 가능성이 더 높았다(Smith & Ellsworth, 1987).

정보원 신뢰도 개념을 팩트체크 상황에 적용하면, ‘팩트체킹을 수행하는 언론사’는 메시지 수용 과정에서 중요한 단서인 ‘정보원(source)’에 해당한다. 팩트체크 관련 연구들에서는 신뢰도가 낮은 정보원보다 높은 신뢰도를 가진 정보원과 연계된 메시지의 영향력이 더욱 강하게 나타난 바 있다(Guillory & Geraci, 2013). 대부분의 선행 연구들은 정보원의 신뢰도가 잘못된 정보와 그에 대한 교정 정보의 수용 모두에 긍정적인 영향을 미친다고 보고한다(Cho, Martens, Kim, & Rodrigue, 2011). 이와 관련하여 페티와 카치오포(Petty & Cacioppo, 1986)는 특히 전문 지식이 부족할 때 정보원의 신뢰도가 메시지 수용을 촉진하는 유용한 휴리스틱으로 작용한다고 강조한 바 있다. 불확실한 정보 상황에서 복잡성을 줄이고 의사결정을 용이하게 하는 팩트체크의 맥락을 고려한다면, ‘팩트체킹 수행 언론사에 대한 신뢰도’가 팩트체크 뉴스의 ‘판정 결과와 관련한 수용성 변인들’에 중요한 영향을 미칠 것이라는 예상이 충분히 가능하다.

그렇다면 단일 검증일 때와 판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때, 그리고 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때에 각각 ‘언론사에 대한 신뢰도’가 이용자의 검증 대상의 사실성에 대한 판단 변화와 자신의 판단에 대한 확신 정도에 어떤 영향을 미칠까? 길로리와 제라치(Guillory & Geraci, 2013)의 연구에 따르면 신뢰도가 높은 출처에서 교정 정보가 제공될 경우에 신뢰도가 낮은 출처에서 제공될 때보다 피험자가 해당 정보를 사용할 가능성이 더 높을 것이라고 예상되었다. 실험 결과, 신뢰할 수 있고 전문적인 출처로부터의 정보 정정은 이용자가 그 정보를 추론에 더 많이 활용하게 하는 것으로 나타났다. 이러한 논의들을 종합해 본다면, ‘단일 검증일 때’와 ‘판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때’에는 이용자 효과성 관련 종속 변인들이 ‘개별 언론사의 신뢰도’ 및 ‘복수의 언론사의 신뢰도 조합’에 의해 조절될 것으로 예상할 수 있다.

한편, 동일한 사안에 대해 2개 이상의 언론사가 검증에 참여하는 교차 검증의 이용자 효과를 탐구한 연구가 거의 없었다는 점에서 ‘복수의 언론사에 대한 신뢰도’를 구체적으로 다루는 논문도 상당히 제한적이다. 이에 본 연구는 제4장에서 실시한 ‘사전 조사’를 통해 신뢰도를 세 가지 요소로 나누어 조사하였고, 이 중 두 요소인 인지도와 신뢰도가 높은 상위 2개 언론사와 낮은 하위 2개 언론사를 선정했다. 이후 이 4개 언론사의 조합을 달리하여(예: 신뢰-신뢰 언론사(신뢰 조합), 신뢰-불신 언론사(혼합 조합), 불신-불신 언론사(불신 조합)) ‘복수의 언론사의 신뢰도 조합’에 의해 이용자 효과와 관련한 종속 변인들이 조절될 것이라고 예측했다. 즉, 신뢰도가 높은 언론사들의 조합이 신뢰도가 낮은 언론사들의 조합보다 이용자 효과에 더 큰 영향을 미친다는 것이다. 그에 따른 연구 가설 1-3(단일 검증일 경우)과 연구 가설 2-4(판정 결과가 일치하는 교차 검증일 경우)는 다음과 같다.

연구 가설 1-3: 연구 가설 1-1, 1-2의 효과는 개별 언론사에 대한 신뢰도에 의해 조절될 것이다.

연구 가설 2-4: 연구 가설 2-1, 2-2의 효과는 교차 검증에 참여하는 복수의 언론사의 신뢰도 조합에 의해 조절될 것이다.

다음으로 ‘판정 결과가 불일치’하는 교차 검증일 때 ‘개별 언론사에 대한 신뢰도’가 다른 변인들 간의 관계에 어떠한 영향을 미칠까? 판정 결과가 불일치할 경우, 정보원의 신뢰도가 이용자의 추론 과정에 미치는 영향을 예측하기 위해서는 제3장에서 논의된 ‘선택적 노출’ 이론을 활용할 수 있다. 선택적 노출 이론에 따르면 사람들은 외부 정보를 객관적으로 수용하기 보다는 기존의 생각이나 판단과 유사하거나 혹은 자신에게 유리한 정보를 선택적으로 처리하는 경향이 있다. ‘신뢰-불신 언론사’로 구성된 ‘신뢰도 혼합 조합’ 조건에 이를 적용하면, 편향된 정보 처리는 기존 판단을 지지하는 메시지에 더 긍정적인 반응을 유도한다는 점(Walter & Tukachinsky, 2020)에서 이용자의 기존 판단과 언론사의 판정이 유사하고 해당 언론사에 대한 신뢰도 마저 높을 경우, 이용자의 판단의 변화는 더욱 적게 나타날 것이라고 예측할 수 있다.

또한, 이 상황에서는 이용자의 자신의 판단에 대한 확신 정도도 더 높게 나타날 가능성이 크다. 사람들은 자신의 선호를 뒷받침하는 방식으로 정보에 대한 조사 수준을 달리하고(Chang, 2015) 자신의 세계관을 긍정적으로 반영하는 교정 정보에 더 강한 효과를 경험할 수 있기 때문이다(Walter & Tukachinsky, 2020). 다만, 이용자는 서로 불일치하는 복수의 판정 결과에 동시에 노출되는 상황에서 자신의 기존 판단과 상충하며 정보 처리를 방해하는 다른 언론사의 판정 결과에 직면하게 된다. 비록 반대되는 입장을 옹호하는 언론사의 신뢰도가 낮더라도, 이는 이용자에게 검증 대상을 둘러싼 논쟁이 원활하게 진행되지 않는 것으로 인식될 수 있다. 이에 따라 이용자가 인지하는

메시지의 일관성을 제한하고 그 설득력을 부정적으로 느끼게 될 가능성을 높일 수 있다(Schwarz, Newman et al., 2016). 따라서, 본 연구는 다음과 같은 연구 문제 2를 제시하고 이를 탐색해 보고자 한다.

연구 가설 3-2: 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때, 이용자의 검증 대상의 사실성에 대한 기존 판단과 신뢰도가 높은 언론사의 판정 간 차이가 적을수록 이용자의 (a)검증 대상의 사실성에 대한 판단의 변화는 더 적게 나타날 것이다.

연구 문제 2: 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때, 이용자의 검증 대상의 사실성에 대한 기존 판단과 신뢰도가 높은 언론사의 판정 간 차이가 적을수록 이용자의 (b)자신의 판단에 대한 확신 정도는 어떻게 나타나는가?

제 3 장 연구 가설 및 연구 문제

제2장의 논의를 바탕으로 한 연구 가설과 연구 문제를 정리하면 다음과 같다.

1. 단일 검증일 때의 이용자 효과

연구 가설 1-1: 단일 검증일 때, 이용자의 검증 대상의 사실성에 대한 기존 판단과 언론사의 판정 간 차이가 적을수록 이용자의 (a)검증 대상의 사실성에 대한 판단의 변화는 더 적게 나타날 것이다.

연구 가설 1-2: 단일 검증일 때, 이용자의 검증 대상의 사실성에 대한 기존 판단과 언론사의 판정 간 차이가 적을수록 이용자의 (b)자신의 판단에 대한 확신 정도는 더 높게 나타날 것이다.

연구 가설 1-3: 연구 가설 1-1, 1-2의 효과는 개별 언론사에 대한 신뢰도에 의해 조절될 것이다.

2. 판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때의 이용자 효과

연구 가설 2-1: 판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때, 이용자의 검증 대상의 사실성에 대한 기존 판단과 언론사의 판정 간 차이가 적을수록 이용자의 (a)검증 대상의 사실성에 대한 판단의 변화는 더 적게 나타날 것이다.

연구 가설 2-2: 판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때, 이용자의 검증 대상의 사실성에 대한 기존 판단과 언론사의 판정 간 차이가 적을수록 이용자의 (b)자신의 판단에 대한 확신 정도는 더 높게 나타날 것이다.

연구 가설 2-3: 이러한 효과는 판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때가 단일 검증일 때보다 더 크게 나타날 것이다.

연구 가설 2-4: 연구 가설 2-1, 2-2의 효과는 교차 검증에 참여하는 복수의 언론사의 신뢰도 조합에 의해 조절될 것이다.

3. 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때의 이용자 효과

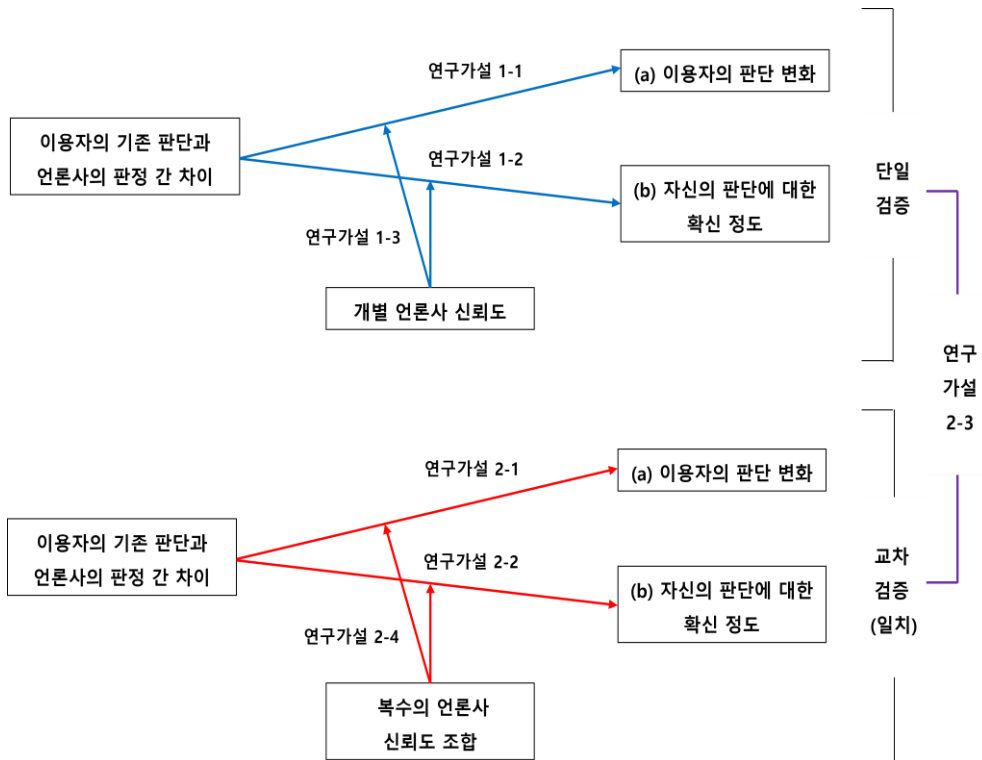
연구 가설 3-1: 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때 일치할 때보다 이용자의 (a)검증 대상의 사실성에 대한 판단의 변화는 더 적게 나타날 것이다.

연구 문제 1: 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때 일치할 때보다 이용자의 (b)자신의 판단에 대한 확신 정도의 변화는 어떻게 나타나는가?

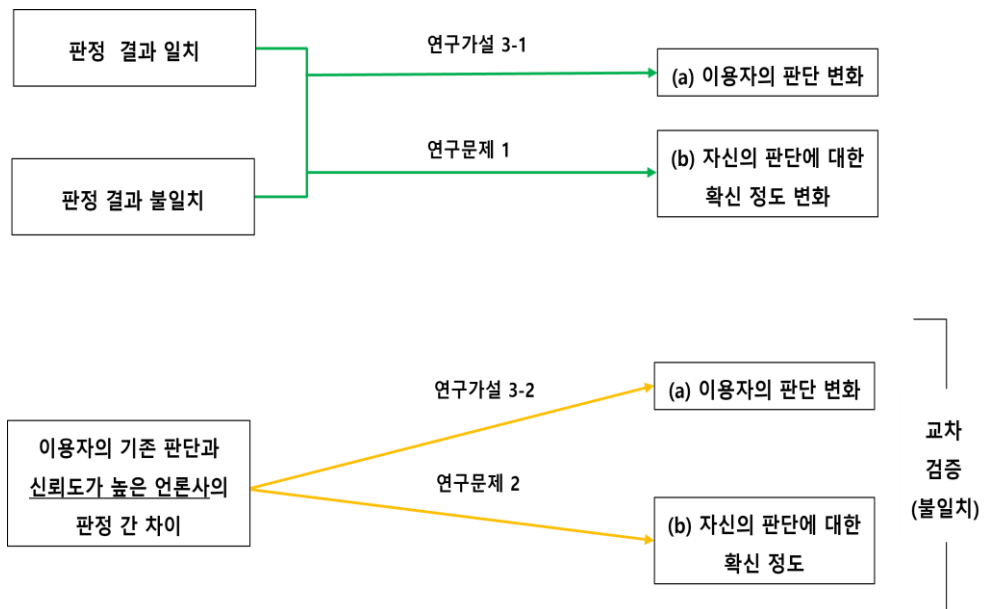
연구 가설 3-2: 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때, 이용자의 검증 대상의 사실성에 대한 기존 판단과 신뢰도가 높은 언론사의 판정 간 차이가 적을수록 이용자의 (a)검증 대상의 사실성에 대한 판단의 변화는 더 적게 나타날 것이다.

연구 문제 2: 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때, 이용자의 검증 대상의 사실성에 대한 기존 판단과 신뢰도가 높은 언론사의 판정 간 차이가 적을수록 이용자의 (b)자신의 판단에 대한 확신 정도는 어떻게 나타나는가?

연구 가설과 연구 문제를 두 가지 연구 모형을 통해 도식화하였다.



[그림 2] 연구 모형 1(연구 가설 1-1~3, 연구 가설 2-1~4)



[그림 3] 연구 모형 2(연구 가설 3-1~2, 연구 문제 1~2)

제 4 장 사전 조사

1. 사전 조사의 목적

본 연구에서는 실험 자극물 구성에 앞서 ‘개별 언론사의 신뢰도’를 효과적으로 조작하기 위해 ‘사전 조사(preliminary study)’를 수행했다. 자극물에 삽입되는 각 언론사의 로고는 주요 변인인 ‘언론사에 대한 신뢰도’에 대한 유도제(trigger) 혹은 자극제(stimulus)의 역할을 한다는 점에서 중요한 요소다. 이에 실험 조건 간의 차이가 연구 가설과 정합하는지, 연구의 목적을 적절히 반영하는지 확인하기 위해 언론사의 로고에 대한 ‘조작 검증(manipulation check)’을 실시하여 연구의 내적 타당성(internal validity)을 강화하고자 했다.

2. 사전 조사 대상

본 연구의 사전 조사는 만 19세 이상의 성인 남녀를 대상으로 하였으며, 온라인 설문에 응답하는 데 별다른 어려움이 없는 사람들로 구성되었다. 눈덩이 표집(snowballing) 방법을 통해 총 20명(남성 10명, 여성 10명)을 모집했고, 참여자들의 연령대는 만 24세에서 63세 사이로, 평균 연령은 41.75세로 나타났다.

3. 사전 조사의 절차와 내용

사전 조사는 다음 절차에 따라 진행되었다. 우선, 연구자는 2023년 10월 15일을 기준으로 SNU팩트체크 플랫폼(<https://factcheck.snu.ac.kr>)에 참여하는 국내 32개 신문·방송·통신·온라인 언론사의 로고를 수집했다. 이후 이 로고들을 온라인 설문에 적합한 형식으로 최소한으로 편집했다.



[그림 4] SNU팩트체크에 참여하는 국내 32개 신문·방송·통신·온라인 언론사의 로고

다음 단계에서는 2023년 10월 28일부터 10월 30일까지 총 20명을 대상으로 사전 조사를 실시하여 ‘개별 언론사의 로고’에 대한 조작 검증을 진행했다. 이를 통해 연구자는 ‘언론사에 대한 신뢰도’라는 본 연구의 주요 변인이 의도대로 적절히 조작될 수 있음을 확인하였다. 사전 조사 이후에는 수집된 데이터를 바탕으로 사실 검증 결과 뱃지에 최소한의 수정 및 편집을 거쳐 최종 실험 자극물을 생성했다. 이 과정을 통해 생성된 실험 자극물의 예시는 아래의 [그림 5]와 같다.



[그림 5] 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때, ‘신뢰(YTN)–불신(뉴스포스트) 언론사’로 구성된 ‘혼합 조합 조건’에 해당하는 자극물의 예시다. 이 경우 동일 검증 대상에 대해 YTN은 ‘전혀 사실 아님’을, 뉴스포스트는 ‘대체로 사실’을 각각 판정했다.

사전 조사 참여자들은 무작위로 배정된 32개 언론사의 로고를 각각 하나씩 보고, 해당 언론사에 대한 ‘인지도’, ‘신뢰도’, ‘정치적 이념성향’을 평가했다. 구체적으로 인지도와 신뢰도는 ‘1(매우 낮음)부터 5(매우 높음)’의 척도로, 정치적 이념성향은 ‘1(매우

진보)부터 5(매우 보수)’의 척도로 평가하도록 요청받았다. 이 평가 과정은 각 언론사의 로고에 대해 총 32회 반복되었다. 참여자들은 평가를 마친 후, 성별과 나이에 관한 기본적인 인적 사항 질문에 응답하며 온라인 사전 조사를 완료했다. 사전 조사 문항의 예시는 [그림 6] 및 [부록 1]에 제시되어 있다.

YTN

귀하가 생각하시는 **YTN의 인지도**를 1(매우 낮음)부터 5(매우 높음)까지 중에서 골라주세요.

(1) 매우 낮음 (2) 약간 낮음 (3) 보통 (4) 약간 높음 (5) 매우 높음

귀하가 생각하시는 **YTN의 신뢰도**를 1(매우 낮음)부터 5(매우 높음)까지 중에서 골라주세요.

(1) 매우 낮음 (2) 약간 낮음 (3) 보통 (4) 약간 높음 (5) 매우 높음

귀하가 생각하시는 **YTN의 정치적 이념성향**을 1(매우 진보)부터 5(매우 보수)까지 중에서 골라주세요.

(1) 매우 진보 (2) 진보 (3) 중도 (4) 보수 (5) 매우 보수

[그림 6] 사전 조사 문항 예시

본 연구에서는 개별 언론사의 신뢰도를 조작하고자 ‘인지도’, ‘신뢰도’, ‘정치적 이념성향’이라는 세 가지 주요 요소를 고려했다. 이러한 요소들을 선정하는 데에는 선행 연구들의 결과가 근거로 활용되었다. 그간 여러 연구(Gilbert, Fiske, & Lindzey, 1998; Guillory & Geraci, 2013)에서는 신뢰도의 구성 요소로 ‘신뢰도’와 ‘전문성’을 함께 고려했으나, 길로리와 제라치(Guillory & Geraci, 2013)의 연구는 ‘신뢰도’와 달리 ‘전문성’이 정보원 신뢰도에 유의미한 영향을 미치지 않는다고 밝혔다. 또한 일부 연구(Schwarz et al., 2016)에 따르면 사람들은 특정 뉴스 미디어가 친숙하게 느껴질 때 해당 미디어를 더

신뢰할 가능성이 높았다. 그러나 뉴스 미디어의 ‘정파적 성향’이 강할 경우, 수용자의 신념이나 견해와 대립될 수 있는 상황에서는 ‘친숙함’이나 ‘인지도’가 신뢰도를 높이는 데 효과적이지 않았다고 지적했다(Schwarz et al., 2016).

한편, 실험 전 사전 조사를 통해 매체 신뢰도를 조작하는 점에서 유사한 김정현(2008)의 연구에서는 매체 신뢰도를 단일 요인으로 평가하여 ‘인지도’와 ‘정치적 이념성향’이 혼합된 결과를 도출했다(예: 신뢰도가 가장 높은 신문 - <동아일보>, 신뢰도가 가장 낮은 신문 - <일요신문>). 하지만 ‘정치적 이념 성향’은 사실보다 감정적 호소에 기반하는 경향이 있어 ‘신뢰도’가 낮게 평가될 수 있다(Baly, Karadzhov, Saleh, Glass, & Nakov, 2019). 이에 응답자들이 신뢰도를 서로 다른 의미로 해석할 수 있어 측정에 오류가 개입될 여지가 있다(Prochazka & Schweiger, 2019). 따라서 본 연구는 신뢰도를 세 가지 차원으로 세분화하여 보다 정밀하게 조사함으로써 실험을 통한 경험적 증거의 실제적 가치를 높이하고자 했다(Mangold, 2023).

4. 사전 조사 결과

2023년 10월 28일부터 10월 30일까지 본 실험에 앞서 총 20명의 참가자를 대상으로 온라인 사전 조사를 진행하였으며, 이를 통해 20건의 데이터를 확보했다. 불성실한 답변이나 이상치가 없는 것을 확인한 후 20건의 데이터를 모두 결과 분석에 사용했다. 사전 조사의 결과는 본 연구에서 개별 언론사의 신뢰도 조작에 필요한 ‘신뢰도가 높은 언론사 2곳’과 ‘신뢰도가 낮은 언론사 2곳’을 선별하는 데 중요한 기준으로 활용되었다.

본 연구에서는 개별 언론사의 ‘인지도’와 ‘신뢰도’를 측정하기 위해 5점 척도를 사용했으며, 참가자들은 ‘1(매우 낮음)부터 5(매우 높음)’까지의 범위 내에서 응답했다. 또한, ‘정치적 이념성향’에 대한 평가는 ‘1(매우 진보)부터 5(매우 보수)’에 이르는 척도로 진행되었다. 그러나 ‘정치적 이념성향’을 보다 세밀하게 분석하고자 정치적

중립점(이 연구에서는 ‘3(중도)’)에서 벗어난 정도를 측정하기 위해 코딩 체계에 변형을 적용하였다. 이에 ‘1(매우 진보)’과 ‘5(매우 보수)’는 ‘2’로, ‘2(진보)’와 ‘4(보수)’는 ‘1’로, 그리고 ‘3(중도)’은 ‘0’으로 재코딩 되었다. 이 방식은 중립점으로부터의 이탈 정도를 나타내며 절대값이 클수록 이념성향의 강도가 높음을 의미한다.

앞서 언급한 바와 같이, 본 연구에서 각 언론사의 ‘정치적 이념성향’을 평가한 이유는 정파성이 높은 미디어가 낮은 신뢰도와 연결되어 있는 반면, ‘중도 미디어’는 일반적으로 더 높은 신뢰도를 보인다는 선행 연구(Baly et al., 2019)에 근거한다. 김경모와 이승수(2018)의 연구에 의하면 수용자의 지각 편향을 경유하는 인지 경로에서는 뉴스의 공정성 판단이 왜곡되고 불안정했지만, 지각 편향이 개입하지 않는 경우에는 비교적 객관적이고 합리적인 공정성 판단이 이뤄졌다. 이는 정치적 편향성이 높게 인지된 언론사에 대한 신뢰도 평가가 수용자의 정파성에 기초해 달라질 수 있음을 시사한다. 따라서, 본 연구는 언론사의 정치적 이념성향에 따른 지각 편향을 통제하는 것이 중요하다고 판단하여 정치적 편향성이 높게 평가된 언론사들을 배제하기로 결정했다.

이에 본 연구에서는 총 32개 언론사를 대상으로 정치적 이념성향의 평균 점수를 산출하고, 이를 기준으로 각 언론사를 내림차순으로 배열했다. 이후 평균 점수가 1(= ‘2(진보)’와 ‘4(보수)’)을 초과하는 언론사 7곳을 연구에서 배제하였다. 아래의 [표 1]에는 이러한 방식을 적용한 언론사들의 정치적 이념성향의 평균 점수가 내림차순으로 나열되어 있다.

조선일보	1.7	노컷뉴스	0.9	한국경제	0.55	뉴스1	0.25
TV조선	1.6	문화일보	0.7	세계일보	0.5	아시아 경제	0.25
오마이 뉴스	1.4	KBS	0.65	한국일보	0.4	연합뉴스	0.25
중앙일보	1.3	MBN	0.65	YTN	0.35	일요서울	0.25
MBC	1.1	머니 투데이	0.65	SBS	0.3	뉴스톱	0.2
채널A	1.1	매일경제	0.55	뉴스1	0.3	서울신문	0.2
전북일보	1.05	여성경제 신문	0.55	중부일보	0.3	시사위크	0.2
JTBC	1	이데일리	0.55	파이낸셜 뉴스	0.3	뉴스 포스트	0.15

[표 1] 언론사의 정치적 이념성향을 ‘2(정파성 매우 높음)’, ‘1(정파성 높음)’, ‘0(중도)’로 채코딩 한 후, ‘1(정파성 높음)’을 초과하는 언론사 7곳을 배제했다. 표에서 음영 처리된 언론사 7곳이 이에 해당한다.

다음으로 배제된 7곳을 제외한 나머지 25곳의 언론사를 대상으로 인지도와 신뢰도를 순위별로 내림차순으로 정렬하였다. 아래 [표 2]는 이와 같은 방식으로 정렬된 25개 언론사의 인지도와 신뢰도를 보여준다.

	인지도	신뢰도		인지도	신뢰도		인지도	신뢰도
1	KBS	YTN	10	서울신문	서울신문	19	노컷뉴스	노컷뉴스
2	SBS	연합뉴스	11	세계일보	문화일보	20	시사위크	시사위크
3	YTN	SBS	12	머니투데이	파이낸셜 뉴스	21	뉴스톱	뉴스톱
4	연합뉴스	매일경제	13	문화일보	세계일보	22	일요서울	일요서울
5	JTBC	KBS	14	파이낸셜 뉴스	이데일리	23	여성경제 신문	여성경제 신문
6	매일경제	JTBC	15	뉴스1	머니투데이	24	중부일보	중부일보
7	한국경제	한국경제	16	이데일리	아시아경제	25	뉴스포스트	뉴스포스트
8	MBN	한국일보	17	뉴스1	뉴스1			
9	한국일보	MBN	18	아시아경제	뉴스1			

[표 2] 상단부에 음영처리 된 ‘YTN’, ‘연합뉴스’를 ‘신뢰도가 높은 언론사’로, 하단부에 음영처리 된 ‘중부일보’와 ‘뉴스포스트’를 ‘신뢰도가 낮은 언론사’로 선정하였다.

‘YTN’(인지도 $M = 4.25$, $SD = 0.851$, 신뢰도 $M = 4.25$, $SD = 0.851$)과 ‘연합뉴스’(인지도 $M = 4.2$, $SD = 0.696$, 신뢰도 $M = 4.2$, $SD = 0.696$)는 인지도와 신뢰도 모두에서 일관되게 높은 순위를 유지하여 ‘가장 신뢰도가 높은 언론사 2곳’으로 선정되었다. 반대로 ‘중부일보’(인지도 $M = 1.75$, $SD = 0.851$, 신뢰도 $M = 1.75$, $SD = 0.851$)와 ‘뉴스포스트’(인지도 $M = 1.65$, $SD = 0.875$, 신뢰도 $M = 1.65$, $SD = 0.875$)는 두 지표 모두에서 낮은 평가를 받아 ‘가장 신뢰도가 낮은 언론사 2곳’으로 분류되었다. ‘YTN, 연합뉴스’가 ‘뉴스포스트, 중부일보’에 비해 인지도 및 신뢰도가 통계적으로 유의하게 높은지를 알아보고자 반복측정 분산분석(Repeated Measures ANOVA)을 실시했다. 이 분석의 결과, $F = 77.947$, $p < .001$ 로 언론사별 신뢰도 및 인지도가 통계적으로 유의한 차이가 있음이 확인되었다. 구체적으로 사후 비교 분석에 따르면, 신뢰도 및 인지도 둘 다 ‘YTN(a)’이 ‘뉴스포스트(c), 중부일보(b)’보다 유의미하게 높았으며, ‘연합뉴스(b)’ 역시 ‘뉴스포스트(c), 중부일보(b)’ 보다 유의미하게 높았다. 이러한 결과는 아래의 [표 3]에 자세히 나타나 있다.

[표 3] 언론사별 신뢰도(좌), 인지도(우)의 반복측정 분산분석 결과

변인 /언론사(신뢰도)	<i>F</i>	<i>Post-hoc</i>	변인 /언론사(인지도)	<i>F</i>	<i>Post-hoc</i>
YTN(a)	77.947***	a, b > c, d	YTN(a)	77.947***	a, b > c, d
연합뉴스(b)			연합뉴스(b)		
뉴스포스트(c)			뉴스포스트(c)		
중부일보(d)			중부일보(d)		

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$

정리하면, 본 연구의 사전 조사를 통해 선별한 신뢰도가 높은 언론사는 ‘YTN, 연합뉴스’이며, 신뢰도가 낮은 언론사는 ‘뉴스포스트, 중부일보’이다. 이를 바탕으로 실험 조건에 언론사의 로고를 적절히 배치하여 ‘언론사에 대한 신뢰도’라는 조절 변인을 효과적으로 조작하고자 했다. 이에 따라 단일 검증 상황에서 신뢰 조건(조건 1)에는

‘YTN’을, 불신 조건(조건 2)에는 ‘뉴스포스트’를 할당했다. 또한 교차 검증 상황에서는 복수의 언론사의 신뢰도 조합을 고려하여 신뢰 조합(조건 3, 조건 6)에 ‘YTN, 연합뉴스’를, 혼합 조합(조건 4, 조건 7)에 ‘YTN, 뉴스포스트’를, 그리고 불신 조합(조건 5, 조건 8)에 ‘뉴스포스트, 중부일보’를 할당했다.

제 5 장 연구 방법

본 연구는 팩트체크 뉴스의 검증 방식(단일 검증 vs 교차 검증) 및 판정 결과 일치 여부(일치 vs 불일치)를 기준으로, 각각의 상황에서 이용자 효과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하고자 한다. 단일 검증과 판정 결과가 일치하는 교차 검증 상황에서는 ‘이용자의 기존 판단과 언론사 판정 간 차이’를 독립 변인으로 설정하였으며, 전자에서는 ‘개별 언론사 신뢰도’를(연구 가설 1-1~3), 후자에서는 ‘복수의 언론사의 신뢰도 조합’을(연구 가설 2-1~4) 조절 변인으로 삼았다. 판정 결과의 일치 여부에 대해서는 일치하는 경우와 불일치하는 경우를 비교하기 위해 ‘판정 결과 일치 여부’를 독립 변인으로 설정했다(연구 가설 3-1, 연구 문제 1). 또한, 불일치하는 교차 검증 상황에서는 ‘이용자의 기존 판단과 신뢰도가 높은 언론사의 판정 간 차이’를 독립 변인으로 설정했다(연구 가설 3-2, 연구 문제 2). 마지막으로, 이용자 효과 종속 변인으로 ①‘이용자의 판단 변화’ ②‘자신의 판단에 대한 확신 정도’를 설정했다.

1. 실험 참여자

본 실험은 2023년 11월 5일부터 11월 10일까지 실시되었으며, 만 19세 이상의 성인 남녀 총 120명을 대상으로 온라인에서 진행하였다. 모든 참여자가 최종적으로 표본에 포함되었고, 설문 작성이나 의사 표현에 문제가 없는 사람들로 구성되었다. 온라인 설문 실험 전에 참여자들은 설문지 상단에 제시된 SNUIRB(서울대학교 생명윤리위원회)의 승인을 받은 설명문과 동의서를 숙지하고 자발적으로 실험 참여에 동의했다. 이후 참가자들은 팩트체크 뉴스에 관한 설명(예: ‘팩트체크 뉴스란?’, ‘교차 검증 방식이란 무엇인가?’)을 제공받고, 이를 이해한 참여자만이 다음 단계의 설문에 참여할 수 있도록 했다.

실험 참여자를 살펴보면 남성은 48명(40%), 여성은 72명(60%)으로 나타났다. 연령대별로는 만 19세 이상 29세까지가 46명(38.3%), 30대는 25명(20.8%), 40대는 11명(9.2%), 50대 이상이 38명(31.7%)으로 구성됐다. 최종학력은 고등학교 졸업 이하가 5명(4.2%), 4년제(2년제) 대학 재학 또는 졸업(중퇴)가 52명(43.3%), 대학원 재학 또는 졸업 이상이 63명(52.5%)이었다. 또한, 월평균 소득별로는 300만원 미만이 50명(41.7%), 300만원 이상 500만원 미만이 33명(27.5%), 500만원 이상 700만원 미만이 15명(12.5%), 700만원 이상이 22명(18.3%)이었다. 마지막으로, 정치적 성향은 매우 진보가 5명(4.2%), 진보가 28명(23.3%), 중도가 59명(49.2%), 보수가 26명(21.7%), 매우 보수가 2명(1.7%)으로 나타났다.

2. 검증 대상 선정

본 연구는 내적 타당성(internal validity)을 높이기 위해 실험 참여자의 정치적 선유 경향이 동기로 작용하는 것을 최대한 배제하고자 ‘정치 중립적’ 성격의 검증 대상을 선정했다. 정파성이 강한 검증 대상을 사용할 경우, 적대적 매체 지각(hostile media perception)이나 제3자 효과(third-person effect)를 고려할 때 참여자의 정치적 선유 경향과 검증 대상의 정치적 성향의 일치 여부에 따라 인지적 편향이 발생할 가능성이 높아진다(김경모 · 이승수, 2018). 그에 따라, 본 연구는 역효과의 가능성을 최소화하기 위해 명시적인 정파적 단서가 없는 검증 대상의 효과를 조사하기로 결정했다(Pingree, Brossard & McLeod, 2014). 암묵적인 정파적 연관성을 완전히 피하는 것은 어려울 수 있지만, 이를 통해 메시지의 편향성 인식을 줄이고 누락 변수의 영향을 가능한 통제하고자 한다.

연구자는 2023년 11월 3일을 기준으로 SNU팩트체크 사이트에 게재된 다양한 검증 대상들을 검토했다. 구체적으로 주제 분류(정치 · 경제 · 사회 · 국제 · 문화 · IT/과학 · 기타) 중 ‘정치’ 부문을 제외하고, 내용이 정치 중립적이라고 판단되는 대상들을 선별했다. 이 과정을 통해 최종적

으로 선정된 8개의 검증 대상들은 실험 자극물로 활용되었다. [표 4]에는 이러한 검증 대상들이 정리되어 있다.

<검증문장 1>	몰래한 녹음, 아동학대 사건에서 증거능력 인정 안된다
<검증문장 2>	이태원 참사 희생자 명단 공개한 인터넷 매체는 처벌 대상이다
<검증문장 3>	미성년 학폭 피해자가 원치 않으면 부모가 가해자를 고소할 수 없다
<검증문장 4>	한국에서 인구가 가장 많은 연령은 61년생이다
<검증문장 5>	식품 겔면 “판매 1위 (하고 싶다)” 문구는 표시광고법 위반이다
<검증문장 6>	응급피임약, 가톨릭계 병원에서는 처방 안 한다
<검증문장 7>	5~10년만 버티면 세금 체납 시효가 만료돼 납부 의무가 사라진다
<검증문장 8>	국민참여재판은 성범죄자에게 관대한 판결을 내린다

[표 4] 실험 자극물에 삽입된 8개의 검증 대상

3. 실험 설계

본 연구에서는 피험자 내(within-subjects) 실험을 위해 라틴스퀘어 설계(Latin Square Design)를 적용하였다. 라틴스퀘어 설계는 모든 실험 조건에 각 요인들을 균등하게 배분함으로써, 순서와 반복에 따른 효과를 최소화하는 데 이점을 제공한다. 본 실험은 총 8개의 조건으로 구성되어 있으며 각각의 조건은 [표 5]에 자세히 나타나 있다.

구체적으로 단일 검증일 때는 신뢰도가 높은 언론사(YTN)의 로고가 포함된 조건(조건 1), 신뢰도가 낮은 언론사(뉴스포스트)의 로고가 포함된 조건(조건 2)을 설정했다. 판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때에는 신뢰도가 높은 언론사 조합(YTN, 연합뉴스)의 로고가 포함된 조건(조건 3), 신뢰도가 높은 언론사와 낮은 언론사 조합(YTN, 뉴스포스트)의 로고가 포함된 조건(조건 4), 신뢰도가 낮은 언론사 조합(뉴스포스트, 중부일보)의 로고가 포함된 조건(조건 5)을 설정했다. 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때에는 신뢰도가 높은 언론사 조합(YTN, 연합뉴스)의 로고가 포함된 조건(조건 6), 신뢰도가 높은 언론사와 낮은 언론사 조합(YTN, 뉴스포스트)의 로고가 포함된 조건(조건 7), 신뢰도가 낮은 언론사 조합(뉴스포스트, 중부일보)의 로고가 포함된 조건(조건 8)을 설정했다.

조건	언론사(판정결과)
조건1	단일검증 - YTN(대체로 사실 아님)
조건2	단일검증 - 뉴스포스트(대체로 사실 아님)
조건3	교차검증(일치) - YTN, 연합뉴스(전혀 사실 아님)
조건4	교차검증(일치) - YTN, 뉴스포스트(전혀 사실 아님)
조건5	교차검증(일치) - 뉴스포스트, 중부일보(전혀 사실 아님)
조건6	교차검증(불일치) - YTN(전혀 사실 아님), 연합뉴스(대체로 사실)
조건7	교차검증(불일치) - YTN(전혀 사실 아님), 뉴스포스트(대체로 사실)
조건8	교차검증(불일치) - 뉴스포스트(대체로 사실), 중부일보(전혀 사실 아님)

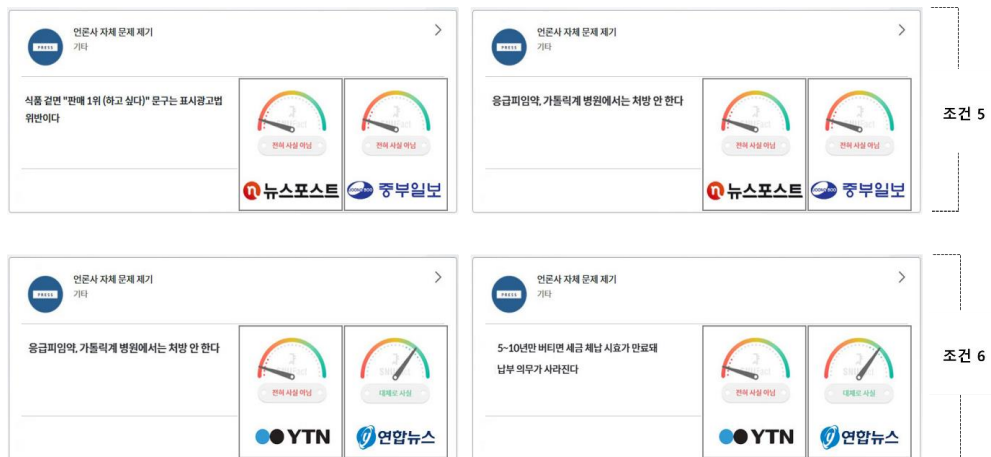
[표 5] 조건1~8에 해당하는 언론사 및 판정결과

본 실험에서는 라틴스퀘어 설계의 원리를 적용하여 자극물의 순서쌍을 구성했다. 우선, 8개의 검증 대상을 8개의 조건에 각각 할당하여 첫 번째 자극물 순서쌍을 형성했다. 이어서 각 검증 대상을 해당 조건에서 다음 조건으로 순차적으로 이동시켰다. 모든 검증 대상은 8개의 조건에 순환적으로 배치됐으며, 이 과정을 통해 총 8개의 자극물 순서쌍이 완성됐다. 이 절차는 개별 검증 대상이 유발할 수 있는 효과의 편차를 상쇄시키고 검증 대상보다는 조건에 초점을 맞추는 본 연구의 목적에 부합한다.

실험 시작과 함께, 총 120명의 참여자들은 8개의 자극물 순서쌍 그룹 중 하나에 무작위로 배정되었다. 본 연구는 피험자 내 설계를 적용하여 개별 참여자가 모든 조건을 경험하게 하였는데, 이 과정에서 각 순서쌍 그룹 내의 랜덤성을 유지하기 위해 8개의 검증 대상들을 참여자들에게 임의의 순서로 제공하였다. 이는 같은 순서쌍 그룹에 속한 참여자들이 동일한 조건의 자극물을 경험하되 그 순서가 서로 다를 수 있도록 함으로써 순서에 따른 편향을 최소화하고 조건별 효과를 더 명확하게 분석할 수 있도록 돕는다.

4. 실험 자극물 및 절차

앞서 선정된 8개의 검증 대상들을 8개의 조건에 맞게 변형시켜 실험 자극물로 사용될 ‘사실 검증 결과 뱃지’들을 생성했다. 이 사실 검증 결과 뱃지는 SNU팩트체크 사이트의 인터페이스 디자인으로 여러 언론사의 검증 결과들을 동시에 보여준다. 본 연구에서는 이 뱃지들에 최소한의 편집을 가해 실제와 유사하게 보이도록 제작했다. 동일한 조건에 속하면서도 서로 다른 검증 대상이 삽입된 실험 자극물의 예시는 아래 [그림 7]에 나타나 있다.



[그림 7] 상단의 두 뱃지는 조건 5에, 하단의 두 뱃지는 조건 6에 속한다. 각 조건에 할당된 뱃지들은 검증 대상을 제외한 모든 핵심 요소들, 즉 검증 언론사 및 판정 결과 등이 동일하다.

본 온라인 실험의 절차는 다음과 같다. 온라인 설문 실험은 먼저 연구 참여자에게 설명문과 동의서를 제시하고 이에 대한 동의를 받는 것으로 시작한다(1단계). 이어서 팩트체크 뉴스의 정의, 검증 방식, 판정 결과에 대한 설명을 제공하고, 이를 이해한 참여자만이 설문의 다음 단계로 진행할 수 있도록 한다(2단계, [부록 2] 참조). 실험의 본 단계에서 참가자들에게는 8개 조건에 해당하는 총 8개의 자극물이 제공되며 각 자극물에 대한 실험 방법과 절차는 동일하다. 참가자들은 특정 검증 대상에 대한 기존의 사실성 판단과 자신의 판단에 대한 확신 정도를 SNU팩트체크 5등급 체계(‘거짓-대체로 거짓-사실반 거짓반-대체로

사실-사실')와 리커트 5점 척도('매우 낮음-낮음-보통-높음-매우 높음')를 사용하여 평가한다(3단계, [부록 3] 참조). 이후 참가자는 각 조건에 해당하는 사실 검증 결과 뱃지를 읽고, 동일한 검증 대상에 대한 사실성 판단과 판단에 대한 확신 정도를 같은 척도로 평가한다(4단계, [부록 4]~[부록 5] 참조). 참가자들은 3~4단계의 과정을 총 8회 반복한다(5단계). 마지막으로 참가자가 인구 통계학적 속성(성별, 연령, 최종학력, 소득수준)과 정치적 성향에 대한 질문에 응답하면 실험은 종료된다(6단계).

5. 주요 변인 측정

1) 독립 변인

(1) 이용자의 기존 판단과 언론사의 판정 간 차이

‘이용자의 기존 판단과 언론사의 판정 간 차이’는 실험의 세 번째 단계에서 특정 검증 대상에 대한 이용자의 ‘기존 사실성 판단’을 5등급 체계(1 = ‘거짓’ ~ 5 = ‘사실’)로 측정한 것과, 네 번째 단계에서 제공된 사실 검증 결과 뱃지에 나타난 ‘언론사의 판정 결과’(역시 5등급 체계 사용) 간의 차이를 의미한다. 본 연구에서는 이 차이의 절댓값(언론사 판정 & pre-판단 절댓값)을 독립 변인으로 활용하였다.

(2) 이용자의 기존 판단과 신뢰도가 높은 언론사의 판정 간 차이

‘이용자의 기존 판단과 신뢰도가 높은 언론사의 판정 간 차이’는 실험의 세 번째 단계에서 이용자가 특정 검증 대상에 대한 ‘기존 사실성 판단’을 5등급 체계(1 = ‘거짓’ ~ 5 = ‘사실’)로 평가한 것과, 네 번째 단계에서 신뢰도 혼합 조합 조건(조건 4, 조건 7)의 사실 검증 결과 뱃지에 나타난 ‘신뢰도가 높은 언론사(YTN)의 판정 결과’(동일한 등급 체계 사용) 사이의 차이를 의미한다. 본 연구에서는 이 차이의 절댓값(신뢰 언론사 판정 & pre-판단 절댓값)을 독립 변인으로 설정하였다.

2) 종속 변인

(1) 이용자의 사실성에 대한 판단의 변화

‘이용자의 사실성에 대한 판단의 변화’는 실험의 세 번째 단계에서 이용자가 특정 검증 대상에 대해 5등급 체계(1 = ‘거짓’ ~ 5 = ‘사실’)를 사용하여 내린 ‘기존 사실성 판단’과, 네 번째 단계에서 사실 검증 결과 뱃지에 나타난 언론사의 판정 결과를 본 후 동일한 검증 대상에 대해 역시 5등급 체계를 사용해 반복 평가한 ‘이후 사실성 판단’ 간의 차이로 정의한다. 본 연구에서는 이 차이의 절댓값(pre-판단 & post-판단 절댓값)을 종속 변인으로 설정하였다.

(2) 이용자의 자신의 판단에 대한 확신 정도

‘이용자의 자신의 판단에 대한 확신 정도’는 실험의 세 번째 단계에서 이용자가 특정 검증 대상에 대한 기존 사실성 판단에 가지는 ‘확신 정도’를 5점 척도(1 = ‘매우 낮음’ ~ 5 = ‘매우 높음’)로 평가한 것과, 네 번째 단계에서 사실 검증 결과 뱃지에 나타난 언론사의 판정 결과를 읽은 후 동일한 검증 대상의 사실성 판단에 대한 ‘확신 정도’를 같은 5점 척도로 다시 평가한 결과 간의 변화(post-확신 & pre-확신 차이)로 정의한다. 이 경우 언론사의 판정 결과를 읽은 후 이용자의 사실성 판단에 대한 확신 정도가 ‘매우 높음’으로 움직였다면 확신 정도가 더 높게 나타난 것에 해당하며, 반대의 경우는 확신 정도가 더 낮아진 것이다.

(3) 이용자의 자신의 판단에 대한 확신 정도의 변화

‘이용자의 자신의 판단에 대한 확신 정도의 변화’는 실험의 세 번째 단계에서 이용자가 특정 검증 대상에 대한 기존 사실성 판단에 얼마나 확신을 가지고 있는지를 5점 척도(1 = ‘매우 낮음’ ~ 5 = ‘매우 높음’)로 평가한 것과, 네 번째 단계에서 사실 검증 결과 뱃지의 언론사 판정 결과를 본 후 동일한 검증 대상의 사실성 판단에 대한 ‘확신

정도'를 같은 5점 척도로 반복 평가한 결과 간의 차이(pre-확신 & post-확신 절댓값)로 정의한다. 본 연구는 이 차이의 절댓값을 종속 변인으로 설정했다.

3) 인구 통계학적 속성 및 정치적 성향

인구 통계학적 속성으로 성별, 연령, 최종학력, 월평균 소득을 측정했다. 연령은 참가자가 만 나이를 자기보고 방식으로 기입하게 했다. 최종학력은 (1)고등학교 졸업 이하, (2)4년제(2년제 포함) 대학 재학 또는 졸업(중퇴 포함), (3)대학원 재학 또는 졸업 이상 중에서, 월평균 소득은 (1)300만원 미만, (2)300만원 이상 500만원 미만, (3)500만원 이상 700만원 미만, (4)700만원 이상 중에서 해당 사항을 선택하게 했다. 마지막으로 정치적 성향은 참가자가 자신을 얼마나 진보적 혹은 보수적으로 생각하는지를 리커트 5점 척도(1 = '매우 진보' ~ 5 = '매우 보수')를 사용해 평가하도록 했다.

제 6 장 연구 결과

본 연구는 팩트체크 뉴스의 검증 방식(단일 검증 vs 교차 검증) 및 판정 결과 일치 여부(일치 vs 불일치)가 이용자의 사실성 판단 변화와 자신의 판단에 대한 확신 정도에 미치는 영향을 조사하고, 언론사에 대한 신뢰도의 조절 효과를 함께 보고자 했다. 분석 방법으로는 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)과 위계적 회귀분석(Hierarchical Regression Analysis)을 이용하였다.

제 1 절 기술 통계 분석 및 상관관계 검증

주요 변인들의 기술 통계 분석 결과는 [표 6]에 요약되어 있다. 이 통계치에는 각 변인들의 평균, 표준편차, 왜도, 첨도가 포함돼 있다.

[표 6] 주요 변인들의 기술 통계치

변인	평균	표준편차	왜도	첨도
단일검증(언론사 판정 & pre-판단 절댓값)	1.158	.906	.261	-.822
단일검증(pre-판단 & post-판단 절댓값)	.900	1.038	1.129	.656
단일검증(post-확신 & pre-확신 차이)	.400	1.054	.526	.802
교차검증 일치(언론사 판정 & pre-판단 절댓값)	1.70	1.241	.158	-1.211
교차검증 일치(pre-판단 & post-판단 절댓값)	.92	1.017	1.014	.322
교차검증 일치(post-확신 & pre-확신 차이)	.31	1.151	.202	.604
교차검증 일치(pre-확신 & post-확신 절댓값)	.82	.861	.951	.604
교차검증 불일치(pre-판단 & post-판단 절댓값)	.93	.962	1.020	.833
교차검증 불일치(pre-확신 & post-확신 절댓값)	.83	.851	.861	.256
교차검증 불일치(post-확신 & pre-확신 차이)	.28	1.152	.194	.373
교차검증 불일치 (신뢰 언론사 판정 & pre-판단 절댓값)	1.77	1.327	.286	-1.183

분석 결과, 주요 변인들의 왜도 범위는 .158에서 1.129까지, 첨도 범위는 -1.211에서 .833까지로 나타났다. 모든 변인들의 왜도 절댓값이 3 이하이며 첨도 값은 7 이하이므로 정규분포의 조건을 만족함을 시사한다.

다음으로 주요 변인들 간의 상관관계를 별도로 나누어 분석한 결과는 [표 7-1], [표 7-2], [표 7-3]에 각각 제시되어 있다.

[표 7-1] 단일검증일 때 주요 변인의 상관계수

변인	단일검증(언론사 판정 & pre-판단 절댓값)	단일검증(pre-판단 & post-판단 절댓값)	단일검증(post-확신 & pre-확신 차이)
단일검증(언론사 판정 & pre-판단 절댓값)			
단일검증(pre-판단 & post-판단 절댓값)	.413***		
단일검증(post-확신 & pre-확신 차이)	-.207**	.144*	

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$

상관분석 결과, 단일검증 시 언론사 판정과 이용자의 기존 판단(pre-판단)의 절댓값은 이용자의 기존 판단과 이후 판단(post-판단)의 절댓값과 정적 상관($r = .413$, $p < .001$)을 나타냈다. 또한, 단일검증 시 언론사 판정과 이용자의 기존 판단의 절댓값은 이용자의 이후 확신(post-확신)과 기존 확신(pre-확신)의 차이와 부적 상관($r = -.207$, $p < .01$)을 보였다. 마지막으로, 단일검증 시 이용자의 기존 판단과 이후 판단의 절댓값은 이용자의 이후 확신과 기존 확신의 차이와 정적 상관($r = .144$, $p < .05$)을 보였다.

[표 7-2] 교차검증 일치일 때 주요 변인의 상관계수

변인	교차검증 일치(언론사 판정 & pre-판단 절댓값)	교차검증 일치(pre-판단 & post-판단 절댓값)	교차검증 일치(post-확신 & pre-확신 차이)	교차검증 일치(pre-확신 & post-확신 절댓값)
교차검증 일치(언론사 선정 & pre-판단 절댓값)				
교차검증 일치(pre-판단 & post-판단 절댓값)	.410***			
교차검증 일치(post-확신 & pre-확신 차이)	-.192***	.046		
교차검증 일치(pre-확신 & post-확신 절댓값)	.141**	.333***	.399***	

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$

서로 일치하는 교차검증에서 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단(pre-판단)의 절댓값은 이용자의 기존 판단과 이후 판단(post-판단)의 절댓값과 정적 상관($r = .410$, $p < .001$)을 나타냈다. 이 상황에서 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단의 절댓값은 이후 확신(post-확신)과 기존 확신(pre-확신)의 차이와 부적 상관($r = -.192$, $p < .001$)을, 이후 확신과 기존 확신의 절댓값과는 정적 상관($r = .141$, $p < .01$)을 보였다. 일치하는 교차검증에서 이용자의 기존 판단과 이후 판단의 절댓값은 이후 확신과 기존 확신의 차이와 통계적으로 유의하지 않았으나($p > .05$), 이후 확신과 기존 확신의 절댓값과는 정적 상관($r = .333$, $p < .001$)이 확인되었다. 또한, 이후 확신과 기존 확신의 차이는 이후 확신과 기존 확신의 절댓값과 정적 상관($r = .399$, $p < .001$)을 나타냈다.

[표 7-3] 교차검증 불일치일 때 주요 변인의 상관계수

변인	교차검증 불일치(pre-판단 & post-판단 절댓값)	교차검증 불일치(pre-확신 & post-확신 절댓값)	교차검증 불일치(post-확신 & pre-확신 차이)	교차검증 불일치 (신뢰 언론사 판정 & pre-판단 절댓값)
교차검증 불일치(pre-판단 & post-판단 절댓값)				
교차검증 불일치(pre-확신 & post-확신 절댓값)	.244***			
교차검증 불일치(post-확신 & pre-확신 차이)	-.038	.357***		
교차검증 불일치 (신뢰 언론사 판정 & pre-판단 절댓값)	.251**	.035	-.256**	

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$

서로 불일치하는 교차검증에서 이용자의 기존 판단(pre-판단)과 이후 판단(post-판단)의 절댓값은 이용자의 기존 확신(pre-확신)과 이후 확신(post-확신)의 절댓값과 정적 상관($r = .244$, $p < .001$)을 나타냈다. 이 상황에서 이용자의 기존 판단과 이후 판단의 절댓값은 이후 확신과 기존 확신의 차이와는 유의한 상관관계가 없었으나($p > .05$), 신뢰하는 언론사 판정과 기존 판단의 절댓값과는 정적 상관($r = .251$, $p < .01$)을 보였다. 불일치하는 교차검증에서 기존 확신과 이후 확신의 절댓값과 이후 확신과 기존 확신의 차이는 정적 상관($r = .357$, $p < .001$)을 보였으나, 신뢰하는 언론사 판정과 기존 판단의 절댓값과는 유의한 상관관계가 없었다($p > .05$). 이 경우 이후 확신과 기존 확신의 차이와 신뢰하는 언론사 판정과 기존 판단의 절댓값은 부적 상관($r = -.256$, $p < .01$)을 나타냈다.

제 2 절 연구 가설 및 연구 문제 검증

본 연구는 '이용자의 판단 변화'와 '판단에 대한 확신 정도'라는 종속 변인에 영향을 미치는 요인들을 분석하기 위해 '다중회귀분석'을 실시했다. 이 방법은 여러 독립 변인들이 종속 변인에 미치는 영향을 동시에 고려하여 인과관계를 추론하는 데 적합하다. 특히, 부분 상관(partial correlation)을 통해 독립 변인들이 서로의 영향을 배제한 상태에서 종속 변인에 미치는 독립적인 영향을 반영하며, 이는 변인들 간의 중첩되는 영향을 고려한 순수한 기여도 분석에 있어 필수적이다. 또한, '언론사에 대한 신뢰도'의 조절 효과를 파악하기 위해 '위계적 회귀분석'도 수행했다. 이 분석은 변인들을 단계별로 모형에 포함시켜 각 변인이 종속 변인에 추가적으로 영향력을 미치는지를 평가한다. 이러한 접근은 다중회귀분석과 비교하여 변인들 간의 상호작용 및 조절 변인의 영향을 탐색하는 데 유용하며, 복잡한 변인 관계와 각각의 순수한 기여도를 이해하는 데 중요한 역할을 한다.

1. 단일 검증일 때 이용자 효과 관련 연구 가설 1-1~3 검증

1) 연구 가설 1-1 검증

연구 가설 1-1은 단일 검증 상황에서 이용자의 기존 판단과 언론사의 판정 간의 차이가 이용자의 판단의 변화에 미치는 영향을 검증하기 위한 것이다. 이를 위해 다중회귀분석을 실시하였다([표 8] 참조). 분석에는 '언론사의 판정과 이용자의 기존 판단(pre-판단) 간 차이의 절대값'을 주요 독립 변인으로 설정하였다. 또한, '검증 대상'(검증문장2~8, 검증문장1을 기준으로 더미변수 생성), 각

검증문장이 제시된 순서를 나타내는 ‘Order’(1~8까지의 연속변수)도 함께 고려했다.

[표 8] 연구 가설 1-1의 다중회귀분석 결과

독립변수	단일검증(pre-판단 & post-판단 절댓값)						R^2	F
	B	SE	$Beta$	t	p	VIF		
(상수)	.312	.230		1.352	.178			
단일검증 (언론사 판정 & pre-판단 절댓값)	.480	.070	.418	6.890	.000***	1.049		
Order	-.036	.027	-.083	-1.359	.175	1.057		
검증문장2	.424	.244	.137	1.735	.084	1.780	1.718	6.058*** (.000)
검증문장3	.252	.245	.082	1.029	.305	1.786		
검증문장4	.079	.246	.025	.321	.749	1.753		
검증문장5	.049	.246	.016	.199	.843	1.758		
검증문장6	.244	.247	.078	.990	.323	1.766		
검증문장7	.242	.248	.076	.973	.332	1.736		
검증문장8	.226	.249	.071	.906	.366	1.745		

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$. $ad R^2 = .160$.

분석 결과, 회귀모형은 $F = 6.058$, $p < .001$ 로, 통계적으로 유의하다. 결정계수 (R^2)는 19.2%로 나타났으며 이는 적절한 설명력을 가짐을 의미한다. VIF 는 모든 변인에서 10 이하로 다중공선성의 문제가 없음을 보여준다. 또한 *Durbin-Watson* 통계량은 1.718로 잔차의 독립성을 확인했다. 본 연구의 주요 관심사인 ‘단일 검증(언론사 판정 & pre-판단 절댓값)’은 $B = .480$, $SE = .070$, $\beta = .418$, $t = 6.890$, $p < .001$ 로 나타나, 이용자의 판단 변화에 통계적으로 유의미한 양의 영향을 미친다. 이는 단일 검증 상황에서 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단 사이의 차이가 적을수록, 이용자의 판단의 변화가 더 적게 나타남을 의미한다. Order와 검증문장2~8은 유의한 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 따라서, 이 결과는 연구 가설 1-1을 강하게 지지한다.

2) 연구 가설 1-2 검증

연구 가설 1-2는 단일 검증 상황에서 이용자의 기존 판단과 언론사의 판정 사이의 차이가 판단에 대한 확신 정도에 어떤 영향을 미치는지를 검증하기 위한 것이다. 이를 위해 다중회귀분석을 진행했다([표 9] 참조). 분석에는 ‘언론사의 판정과 이용자의 기존 판단의 차이의 절댓값’을 주요 독립 변인으로 채택했으며, 추가로 ‘검증 대상’, ‘Order’를 고려했다.

[표 9] 연구 가설 1-2의 다중회귀분석 결과

독립변수	단일검증(post-확신 & pre-확신 차이)						R^2	F
	B	SE	$Beta$	t	p	VIF		
(상수)	.926	.242		3.818	.000			
단일검증 (언론사 판정 & pre-판단 절댓값)	Order	-.110	.028	-.250	-3.953	.000***	1.057	
	검증문장2	.687	.257	.219	2.672	.008**	1.780	3.890*** (.000)
	검증문장3	.274	.258	.087	1.064	.289	1.786	
	검증문장4	.150	.259	.047	.581	.562	1.753	
	검증문장5	.105	.259	.033	.406	.685	1.758	
	검증문장6	.280	.260	.088	1.078	.282	1.766	
	검증문장7	.256	.261	.079	.980	.328	1.736	
	검증문장8	.265	.262	.082	1.011	.313	1.745	

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$. ad $R^2 = .098$.

분석 결과, 회귀모형은 $F = 3.890$, $p < .001$ 으로 통계적으로 유의함을 나타낸다. 결정계수(R^2)는 13.2%로 이는 비교적 적절한 설명력을 가진 것으로 해석할 수 있다. 모든 VIF 값이 10 이하로 나타나 다중공선성의 문제가 관찰되지 않았으며, *Durbin-Watson* 통계량은 2.031로 잔차들 간의 독립성이 확보된 것을 보여준다. 본 연구의 중점인 ‘단일 검증(언론사 판정 & pre-판단 절댓값)’은 $B = -.257$, $SE = .073$, $\beta = -.221$, $t = -3.512$, $p = .001$ 로, 이용자의 판단에 대한 확신 정도에 통계적으로 유의한 음의 영향을 미친다. 이는

언론사의 판정과 이용자의 기존 판단이 서로 유사할수록 이용자의 자신의 판단에 대한 확신 정도가 더 높아짐을 의미한다. Order는 $B = -.110$, $SE = .028$, $\beta = -.250$, $t = -3.953$, $p < .001$ 로, 검증문장2는 $B = .687$, $SE = .257$, $\beta = .219$, $t = 2.672$, $p < .01$ 로 유의미한 영향을 주는 것으로 관찰되었고, 검증문장3~8은 유의한 영향을 주지 않았다. 이 결과들은 연구 가설 1-2를 뒷받침한다.

3) 연구 가설 1-3 검증

연구 가설 1-3은 단일 검증 상황에서 이용자의 기존 판단과 언론사의 판정 간 차이가 이용자의 판단 변화에 미치는 영향에서 언론사에 대한 신뢰도가 조절 효과를 갖는지를 검증하기 위한 것이다. 이를 위해 위계적 회귀분석을 실시하였다([표 10-1] 참조). 분석에서는 불신 조건(조건 2)을 기준으로 설정하여 더미 변수를 생성함으로써 신뢰 조건(조건 1)과 비교하여 언론사에 대한 신뢰도의 효과를 검토했다. 독립 변인과 조절 변인은 평균중심화하여 다중공선성의 문제를 최소화하는 방식으로 분석에 활용했다.

분석 결과, *Durbin-Watson* 통계량이 2에 근접해 잔차의 독립성이 보장된다. 또한, 모든 변인의 *VIF* 값이 10 미만으로 다중공선성의 문제가 없음을 확인했다. 주요 독립 변인인 '언론사 판정 & pre-판단 절댓값'을 포함한 모형 1단계의 설명력은 19.2%였으며, 신뢰 변수를 추가한 모형 2단계에서는 설명력이 변화하지 않았다. 이는 '언론사 판정 & pre-판단 절댓값'을 통제했을 때, 조절 변인인 '신뢰'가 'pre-판단 & post-판단 절댓값'에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않음을 의미한다($p > .05$). 모형 3단계에서 '언론사 판정 & pre-판단 절댓값 x 신뢰'의 상호작용항을 추가했을 때 설명력은 19.5%로 소폭 증가했으나, 이 역시 통계적으로 유의미하지 않았다($p > .05$). 따라서, 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단의 차이가 이용자의 판단 변화에 미치는 영향에서 '신뢰'가 조절 효과를 갖지 않음을 결론지을 수 있다.

[표 10-1] 연구 가설 1-3의 위계적 회귀분석 결과(1)

종속 변인	단계	독립변인	β	t	VIF	DW	R^2	ΔR^2	F
pre-판단 & post-판단 절댓값	1	(상수)	.867	4.180					
		Order	-.036	-1.359	1.057				
		검증문장2	.424	1.735	1.780				
		검증문장3	.252	1.029	1.786				
		검증문장4	.079	.321	1.753				
		검증문장5	.049	.199	1.758				
		검증문장6	.244	.990	1.766		.192	.192	6.058***
		검증문장7	.242	.973	1.736				
		검증문장8	.226	.906	1.745				
		언론사 판정 & pre-판단 절댓값(A)	.480	6.890***	1.049				
	2	(상수)	.880	4.197					
		Order	-.039	-1.426	1.118				
		검증문장2	.424	1.731	1.780				
		검증문장3	.255	1.040	1.788				
		검증문장4	.080	.324	1.753				
		검증문장5	.048	.193	1.758				
		검증문장6	.242	.981	1.767				
		검증문장7	.242	.973	1.736		.192	.001	5.455***
		검증문장8	.225	.904	1.745				
		언론사 판정 & pre-판단 절댓값(A)	.477	6.829***	1.054	1.717			
	3	신뢰(B)	.058	.459	1.060				
		(상수)	.889	4.231					
		Order	-.040	-1.464	1.120				
		검증문장2	.406	1.653	1.793				
		검증문장3	.265	1.078	1.792				
		검증문장4	.069	.279	1.758				
		검증문장5	.028	.113	1.774				
		검증문장6	.241	.973	1.767				
		검증문장7	.235	.943	1.738				
		검증문장8	.223	.895	1.746		.195	.003	5.016***
		언론사 판정 & pre-판단 절댓값	.473	6.750***	1.059				
		신뢰	.060	.471	1.060				
		(A)×(B)	.116	.838	1.037				

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

연구 가설 1-3은 또한 단일 검증 상황에서 이용자의 기존 판단과 언론사의 판정 사이의 차이가 이용자의 판단에 대한 확신 정도에 미치는 영향에서 언론사에 대한 신뢰도가 조절 효과를 갖는지를 검증하기 위한 것이다. 위계적 회귀분석을 통해 검토했으며([표 10-2] 참조), 분석에는 불신 조건을 기준으로 더미 변수를 생성하고 신뢰 조건과 비교함으로써 언론사에 대한 신뢰도의 효과를 분석했다. 독립 변인과 조절 변인은 평균중심화한 값을 활용했다.

회귀 분석 결과, *Durbin-Watson* 통계량은 2에 가까운 값을 보여 자기상관이 없음을 나타낸다. 모든 변인의 *VIF* 값은 10 미만으로 다중공선성이 존재하지 않음이 확인되었다. 회귀 모형의 첫 번째 단계에서 독립 변인인 '언론사 판정 & pre-판단 절댓값'은 종속 변인인 'post-확신 & pre-확신 차이'의 변동성 중 13.2%를 설명하였다. 신뢰 변수를 추가한 두 번째 단계에서도 모형의 설명력은 13.2%로 일관되었으며, 신뢰가 제공하는 추가적인 설명력은 통계적으로 유의하지 않았다($p > .05$). 이는 '신뢰'가 이용자의 확신 정도에 미치는 영향을 독립적으로 조절하지 않음을 시사한다. 모형의 세 번째 단계에서 '언론사 판정 & pre-판단 절댓값 x 신뢰'의 상호작용항을 포함시키면서 모형의 설명력은 13.9%로 약간 증가했지만, 이 증가는 통계적으로 유의하지 않았다($p > .05$). 따라서, 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단 간 차이가 이용자의 확신 정도에 미치는 영향에 대한 '신뢰'의 조절 효과는 없다고 결론 내릴 수 있다. 결과적으로, 연구 가설 1-3은 지지되지 않았다.

[표 10-2] 연구 가설 1-3의 위계적 회귀분석 결과(2)

종속 변인	단계	독립변인	β	t	VIF	DW	R^2	ΔR^2	F
post-확신 & pre-확신 차이	1	(상수)	.628	2.876					
		Order	-.110	-3.953***	1.057				
		검증문장2	.687	2.672**	1.780				
		검증문장3	.274	1.064	1.786				
		검증문장4	.150	.581	1.753				
		검증문장5	.105	.406	1.758				
		검증문장6	.280	1.078	1.766		.132	.132	3.890***
		검증문장7	.256	.980	1.736				
		검증문장8	.265	1.011	1.745				
		언론사 판정							
		& pre-판단	-.257	-3.512***	1.049				
		절댓값(A)							
	2	(상수)	.631	2.860					
		Order	-.111	-3.861***	1.118				
		검증문장2	.687	2.666**	1.780				
		검증문장3	.275	1.064	1.788				
		검증문장4	.150	.580	1.753				
		검증문장5	.105	.404	1.758				
		검증문장6	.279	1.074	1.767				
		검증문장7	.256	.979	1.736		.132	.000	3.487***
		검증문장8	.265	1.008	1.745				
		언론사 판정				2.012			
		& pre-판단	-.258	-3.504***	1.054				
		절댓값(A)							
		신뢰(B)	.014	.108	1.060				
	3	(상수)	.616	2.794					
		Order	-.109	-3.800***	1.120				
		검증문장2	.715	2.770**	1.793				
		검증문장3	.259	1.003	1.792				
		검증문장4	.169	.650	1.758				
		검증문장5	.137	.525	1.774				
		검증문장6	.282	1.085	1.767				
		검증문장7	.268	1.024	1.738		.139	.007	3.334***
		검증문장8	.268	1.024	1.746				
		언론사 판정							
		& pre-판단	-.251	-3.410***	1.059				
		절댓값							
		신뢰	.012	.089	1.060				
		(A)×(B)	-.190	-1.305	1.037				

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

2. 판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때 이용자 효과 관련 연구 가설 2-1~4 검증

1) 연구 가설 2-1 검증

연구 가설 2-1은 판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때, 이용자의 기존 판단과 언론사 판정 간 차이가 사실성 판단 변화에 미치는 영향을 검증하기 위한 것이다. 이를 위해 다중회귀분석을 수행했다([표 11] 참조). 분석에는 ‘언론사의 판정과 이용자의 기존 판단의 차이의 절댓값’을 주요 독립 변인으로 설정하고, ‘검증 대상’, ‘Order’를 추가 변수로 포함했다.

[표 11] 연구 가설 2-1의 다중회귀분석 결과

독립변수	교차검증 일치(pre-판단 & post-판단 절댓값)							R^2	F
	B	SE	Beta	t	p	VIF	DW		
(상수)	.997	.181		5.503	.000				
교차검증 일치									
(언론사 판정 & pre-판단 절댓값)	.336	.039	.410	8.539	.000***	1.018			
Order	-.047	.021	-.108	-2.234	.026*	1.029			
검증문장2	-.399	.195	-.129	-2.044	.042*	1.756	1.828	.209	10.289*** (.000)
검증문장3	-.550	.195	-.177	-2.813	.005**	1.757			
검증문장4	-.534	.194	-.175	-2.756	.006**	1.794			
검증문장5	-.634	.195	-.208	-3.260	.001**	1.809			
검증문장6	-.432	.193	-.142	-2.233	.026*	1.785			
검증문장7	-.455	.194	-.148	-2.337	.020*	1.774			
검증문장8	-.524	.194	-.171	-2.696	.007**	1.770			

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$. ad $R^2 = .189$.

분석된 모형의 F 값은 10.289, $p < .001$ 로, 통계적으로 유의미함을 나타낸다. 결정계수 (R^2)는 20.9%로, 이는 적절한 설명력을 갖추고 있음을 보여준다. VIF 값은 모든 변인에서 10 이하로 다중공선성 문제가 없음을 나타낸다. *Durbin-Watson* 통계량은 1.828로 잔차들

간의 자기상관이 없음을 시사한다. 본 연구의 주요 변인인 ‘교차검증 일치(언론사 판정 & pre-판단 절댓값)’는 $B = .336$, $SE = .039$, $\beta = .410$, $t = 8.539$, $p < .001$ 로 나타나, 이용자의 판단 변화에 통계적으로 유의미한 양의 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 이는 판정 결과가 일치하는 교차 검증 상황에서 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단이 유사할수록, 이용자의 판단이 견고해진다는 것을 의미한다. Order는 $B = -.047$, $SE = .021$, $\beta = -.108$, $t = -2.234$, $p < .05$ 로 유의했으며, 검증문장2~8은 검증문장1에 비해 이용자의 판단 변화에 유의미한 음의 영향을 주었다. 이 결과들은 연구 가설 2-1을 지지한다.

2) 연구 가설 2-2 검증

연구 가설 2-2는 판정 결과가 일치하는 교차 검증 상황에서 이용자의 기존 판단과 언론사 판정의 차이가 이용자의 확신 정도에 어떤 영향을 미치는지를 검증하기 위한 것이다. 이를 위해 다중회귀분석을 실시했다([표 12] 참조). 분석에는 ‘언론사 판정과 이용자의 기존 판단의 차이의 절댓값’을 주요 독립 변인으로 설정했으며, 이외에 ‘검증 대상’과 ‘Order’를 고려했다.

[표 12] 연구 가설 2-2의 다중회귀분석 결과

독립변수	교차검증 일치(post-확신 & pre-확신 차이)						R^2	F
	B	SE	$Beta$	t	p	VIF		
(상수)	1.156	.218		5.312	.000			
교차검증 일치								
(언론사 판정 & pre-판단 절댓값)	-.167	.047	-.180	-3.531	.000***	1.018		
Order	-.087	.025	-.175	-3.415	.001**	1.029		
검증문장2	-.461	.235	-.131	-1.962	.051	1.756	1.734	4.702*** (.000)
검증문장3	-.405	.235	-.115	-1.722	.086	1.757		
검증문장4	-.320	.233	-.093	-1.374	.170	1.794		
검증문장5	-.262	.234	-.076	-1.119	.264	1.809		
검증문장6	-.239	.232	-.069	-1.030	.304	1.785		
검증문장7	.318	.234	.091	1.360	.175	1.774		
검증문장8	-.031	.233	-.009	-.131	.896	1.770		

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$. *ad* $R^2 = .085$.

회귀모형의 F 값은 4.702, $p < .001$ 로 통계적으로 유의하다. 결정계수 (R^2)는 10.8%로, 이는 일정 수준의 설명력을 가지고 있음을 나타낸다. 모든 변인의 VIF 값은 10 이하로 다중공선성이 없음을 확인했다. *Durbin-Watson* 통계량은 1.734로 잔차들 사이의 독립성이 확보되었다. 본 연구의 주요 변인인 ‘교차검증 일치(언론사 판정 & pre-판단 절댓값)’는 $B = -.167$, $SE = .047$, $\beta = -.180$, $t = -3.531$, $p < .001$ 로 나타나, 이용자의 확신 정도에 유의한 음의 영향을 미친다. 이는 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단 사이의 차이가 적을수록, 이용자의 판단에 대한 확신 정도가 더 높아짐을 시사한다. Order는 $B = -.087$, $SE = .025$, $\beta = -.175$, $t = -3.415$, $p < .01$ 로 유의한 영향을 미쳤으나, 검증문장2~8은 모두 유의미한 영향을 주지 않았다. 이 결과는 연구 가설 2-2를 지지한다.

3) 연구 가설 2-3 검증

연구 가설 2-3은 판정 결과가 일치하는 교차 검증 상황이 단일 검증 상황보다 종속 변인들에 미치는 영향이 더 클 것이라는 가정을 검증하기 위한 것이다. 이를 위해 단일 검증 상황(연구 가설 1-1)과 판정 결과가 일치하는 교차 검증 상황(연구 가설 2-1)에서의 이용자의 판단 변화에 관한 비표준화 회귀계수를 비교하였다. 연구 가설 1-1의 비표준화 회귀계수는 $B = .480$, 연구 가설 2-1에 대해서는 $B = .336$ 으로 나타났다. 이 결과는 단일 검증 상황이 판정 결과가 일치하는 교차 검증 상황에 비해 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단이 유사할수록 이용자의 판단이 더 견고해질 수 있음을 시사한다.

또한, 단일 검증(연구 가설 1-2)과 판정 결과가 일치하는 교차 검증(연구 가설 2-2)에서의 이용자 확신 정도에 관한 비표준화 회귀계수를 비교하였다. 연구 가설 1-2의 경우 $B = -.257$, 연구 가설 2-2는 $B = -.167$ 로 나타났다. 이는 단일 검증 상황에서의 비표준화

회귀계수의 절댓값이 더 크게 나타나, 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단이 유사할수록 이용자의 확신 정도가 더 높게 나타날 수 있는 것으로 해석할 수 있다. 이로써, 연구 가설 2-3이 지지되지 않음을 확인할 수 있다.

4) 연구 가설 2-4 검증

연구 가설 2-4는 판정 결과가 일치하는 교차 검증일 때, 이용자의 기존 판단과 언론사의 판정 간 차이가 이용자의 판단 변화에 미치는 영향에서 복수의 언론사의 신뢰도 조합이 조절 효과를 갖는지를 검증하기 위한 것이다. 위계적 회귀분석을 통해 불신 조합 조건(조건 5)을 기준으로 더미 변수를 생성함으로써 신뢰 조합 조건(조건 3) 및 혼합 조합 조건(조건 4)과 비교하여 복수의 언론사의 신뢰도 조합의 효과를 검토했다. 또한 독립 변인, 조절 변인은 평균중심화한 값을 사용했다.

신뢰를 모형에 첨가한 결과는 다음과 같다([표 13-1] 참조). 회귀 분석 결과, *Durbin-Watson* 통계량이 2에 근접해 자기상관의 부재를 나타냈고, 모든 변인의 *VIF* 값이 10 이하로 다중공선성의 문제가 없음을 확인했다. 첫 번째 단계에서 '언론사 판정 & pre-판단 절댓값'이 독립 변인으로 포함될 때, 종속 변인인 'pre-판단 & post-판단 절댓값'의 변동을 20.9% 설명했다. 두 번째 단계에서 신뢰 변수를 추가했으나 모형의 설명력 변화는 없었다. 즉, '신뢰'의 추가적인 영향은 통계적으로 유의하지 않았다($p > .05$). 세 번째 단계에서 '언론사 판정 & pre-판단 절댓값 x 신뢰'의 상호작용항을 추가했으나 모형의 설명력이 변하지 않았고 상호작용항의 유의미한 영향은 확인되지 않았다($p > .05$). 이는 언론사 판정과 이용자의 기존 판단 간의 차이가 이용자의 판단 변화에 미치는 영향에서 '신뢰'의 조절 효과가 없음을 시사한다.

[표 13-1] 연구 가설 2-4의 위계적 회귀분석 결과(신뢰 조합 조건) (1)

종속 변인	단계	독립변인	β	t	VIF	DW	R^2	ΔR^2	F
pre-판단 & post-판단 절댓값	1	(상수)	1.568	9.346					
		Order	-.047	-2.234*	1.029				
		검증문장2	-.399	-2.044*	1.756				
		검증문장3	-.550	-2.813**	1.757				
		검증문장4	-.534	-2.756**	1.794				
		검증문장5	-.634	-3.260**	1.809		.209	.209	10.289***
		검증문장6	-.432	-2.233*	1.785				
		검증문장7	-.455	-2.337*	1.774				
		검증문장8	-.524	-2.696**	1.770				
		언론사 판정 & pre-판단 절댓값(A)	.336	8.539***	1.018				
	2	(상수)	1.570	9.327					
		Order	-.048	-2.236*	1.035				
		검증문장2	-.400	-2.043*	1.756				
		검증문장3	-.550	-2.810**	1.757				
		검증문장4	-.534	-2.754**	1.794				
		검증문장5	-.634	-3.257**	1.809				
		검증문장6	-.432	-2.231*	1.785		.209	.000	9.236***
		검증문장7	-.455	-2.335*	1.775				
		검증문장8	-.524	-2.694**	1.770				
		언론사 판정 & pre-판단 절댓값(A)	.335	8.509***	1.021	1.827			
		신뢰(B)	.015	.142	1.009				
	3	(상수)	1.570	9.309					
		Order	-.048	-2.232*	1.037				
		검증문장2	-.400	-2.040*	1.759				
		검증문장3	-.550	-2.806**	1.757				
		검증문장4	-.534	-2.750**	1.794				
		검증문장5	-.634	-3.248**	1.812				
		검증문장6	-.432	-2.225*	1.793				
		검증문장7	-.455	-2.330*	1.780		.209	.000	8.372***
		검증문장8	-.524	-2.682**	1.783				
		언론사 판정 & pre-판단 절댓값	.335	8.494***	1.021				
		신뢰	.014	.140	1.010				
		(A)×(B)	.002	.025	1.032				

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

혼합을 모형에 첨가한 결과는 다음과 같다([표 13-2] 참조). *Durbin-Watson* 통계량이 2에 근접하여 자기상관이 없음을 나타냈고, 모든 변인의 *VIF* 값은 10 미만으로 다중공선성 문제는 발견되지 않았다. 첫 번째 단계에서 주요 독립 변인인 '언론사 판정 & pre-판단 절댓값'을 모형에 포함시켰을 때, 종속 변인인 'pre-판단 & post-판단 절댓값'의 변동성을 20.9% 설명했다. 두 번째 단계에서 '혼합'이라는 조절 변인을 추가했으나 설명력은 21.1%로 소폭 증가했으며, 이는 통계적으로 유의미하지 않았다($p > .05$). 세 번째 단계에서 '언론사 판정 & pre-판단 절댓값 x 혼합'의 상호작용항을 추가한 결과, 설명력의 증가는 역시 유의하지 않았다($p > .05$). 이 결과는 언론사 판정과 이용자의 기존 판단의 차이가 이용자의 판단 변화에 미치는 영향에 있어 '혼합'의 조절 효과가 없음을 시사한다. 결론적으로, '복수 언론사의 신뢰도 조합'이 이용자의 판단 변화에 유의미한 조절 효과를 갖지 않는다고 해석할 수 있다.

[표 13-2] 연구 가설 2-4의 위계적 회귀분석 결과(혼합 조합 조건) (1)

종속 변인	단계	독립변인	β	t	VIF	DW	R^2	ΔR^2	F
pre-판단 & post-판단 절댓값	1	(상수)	1.568	9.346					
		Order	-.047	-2.234*	1.029				
		검증문장2	-.399	-2.044*	1.756				
		검증문장3	-.550	-2.813**	1.757				
		검증문장4	-.534	-2.756**	1.794				
		검증문장5	-.634	-3.260**	1.809				
		검증문장6	-.432	-2.233*	1.785		.209	.209	10.289***
		검증문장7	-.455	-2.337*	1.774				
		검증문장8	-.524	-2.696**	1.770				
		언론사 판정							
		& pre-판단	.336	8.539***	1.018				
		절댓값(A)							
	2	(상수)	1.566	9.327					
		Order	-.047	-2.203*	1.030				
		검증문장2	-.401	-2.051*	1.756				
		검증문장3	-.550	-2.813**	1.757				
		검증문장4	-.534	-2.756**	1.794				
		검증문장5	-.633	-3.253**	1.809				
		검증문장6	-.433	-2.239*	1.786				
		검증문장7	-.456	-2.342*	1.775		.211	.002	9.306***
		검증문장8	-.525	-2.699**	1.770				
		언론사 판정				1.817			
		& pre-판단	.333	8.456***	1.023				
		절댓값(A)							
		혼합(B)	-.078	-.756	1.007				
	3	(상수)	1.566	9.315					
		Order	-.047	-2.218*	1.031				
		검증문장2	-.399	-2.042*	1.756				
		검증문장3	-.545	-2.781**	1.760				
		검증문장4	-.530	-2.731**	1.796				
		검증문장5	-.628	-3.219**	1.812				
		검증문장6	-.438	-2.262*	1.789				
		검증문장7	-.456	-2.343*	1.775		.211	.001	8.480***
		검증문장8	-.536	-2.742**	1.785				
		언론사 판정							
		& pre-판단	.333	8.434***	1.024				
		절댓값							
		혼합	-.081	-.788	1.010				
		(A)×(B)	-.053	-.625	1.036				

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

연구 가설 2-4는 또한 판정 결과가 일치하는 교차 검증 상황에서 이용자의 기존 판단과 언론사 판정 간 차이가 판단에 대한 확신 정도에 미치는 영향에서 복수의 언론사의 신뢰도 조합이 조절 효과를 갖는지를 검증하기 위한 것이다. 위계적 회귀분석을 통해 불신 조합 조건(조건 5)을 기준으로 더미 변수를 설정하여 신뢰 조합 조건(조건 3) 및 혼합 조합 조건(조건 4)과 비교함으로써 복수 언론사의 신뢰도 조합의 효과를 검토했다. 독립 변인, 조절 변인은 평균중심화하여 분석에 적용했다.

신뢰를 모형에 포함한 결과는 [표 13-3]과 같다. 분석 결과, *Durbin-Watson* 통계량이 2에 근접하여 자기상관의 부재를 나타낸다. 모든 변인의 *VIF* 값이 10 미만으로 다중공선성은 관찰되지 않았다. 첫 번째 단계에서 ‘언론사 판정 & pre-판단 절댓값’을 주요 독립 변인으로 포함했을 때, 이는 종속 변인인 ‘post-확신 & pre-확신 차이’의 변동을 10.8% 설명했다. 두 번째 단계에서 추가된 신뢰 변수는 설명력에 변화를 주지 않았으며, ‘신뢰’가 추가적인 영향을 미치지 않음을 의미한다($p > .05$). 마지막으로, ‘언론사 판정 & pre-판단 절댓값 x 신뢰’의 상호작용항을 포함한 세 번째 단계에서도 설명력은 10.9%로 소폭 증가했으나 통계적으로 유의하지 않았다($p > .05$). 이는 언론사 판정과 이용자의 기존 판단 간의 차이가 이용자의 확신 정도에 미치는 영향에서 ‘신뢰’의 조절 효과가 없음을 시사한다.

[표 13-3] 연구 가설 2-4의 위계적 회귀분석 결과(신뢰 조합 조건) (2)

종속 변인	단계	독립변인	β	t	VIF	DW	R^2	ΔR^2	F
post-확신 & pre-확신 차이	1	(상수)	.872	4.326					
		Order	-.087	-3.415**	1.029				
		검증문장2	-.461	-1.962	1.756				
		검증문장3	-.405	-1.722	1.757				
		검증문장4	-.320	-1.374	1.794				
		검증문장5	-.262	-1.119	1.809				
		검증문장6	-.239	-1.030	1.785		.108	.108	4.702***
		검증문장7	.318	1.360	1.774				
		검증문장8	-.031	-.131	1.770				
		언론사 판정							
		& pre-판단	-.167	-3.531***	1.018				
		절댓값(A)							
	2	(상수)	.877	4.337					
		Order	-.088	-3.432**	1.035				
		검증문장2	-.462	-1.965	1.756				
		검증문장3	-.406	-1.725	1.757				
		검증문장4	-.321	-1.378	1.794				
		검증문장5	-.263	-1.124	1.809				
		검증문장6	-.240	-1.030	1.785				
		검증문장7	.317	1.354	1.775		.108	.000	4.239***
		검증문장8	-.031	-.134	1.770				
		언론사 판정				1.739			
		& pre-판단	-.168	-3.543***	1.021				
		절댓값(A)							
		신뢰(B)	.051	.413	1.009				
	3	(상수)	.875	4.318**					
		Order	-.087	-3.413**	1.037				
		검증문장2	-.459	-1.949	1.759				
		검증문장3	-.406	-1.724	1.757				
		검증문장4	-.321	-1.375	1.794				
		검증문장5	-.266	-1.134	1.812				
		검증문장6	-.235	-1.008	1.793				
		검증문장7	.321	1.367	1.780		.109	.000	3.852***
		검증문장8	-.025	-.107	1.783				
		언론사 판정							
		& pre-판단	-.168	-3.545***	1.021				
		절댓값							
		신뢰	.052	.423	1.010				
		(A)×(B)	-.031	-.302	1.032				

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

혼합을 모형에 포함한 결과는 [표 13-4]와 같다. *Durbin-Watson* 통계량이 2에 근접하여 자기상관의 부재를 나타내며, 모든 변인의 *VIF* 값이 10 미만으로 다중공선성은 관찰되지 않았다. 모형의 첫 번째 단계에서 '언론사 판정 & pre-판단 절댓값'을 주요 독립 변인으로 포함했을 때, 종속 변인인 'post-확신 & pre-확신 차이'의 변동성을 10.8% 설명했다. 두 번째 단계에서 추가된 혼합 변수는 설명력을 10.9%로 미세하게 증가시켰으나, 이는 통계적으로 유의미하지 않았다($p > .05$). 세 번째 단계에서 '언론사 판정 & pre-판단 절댓값 x 혼합'의 상호작용항을 추가한 결과, 설명력은 11.7%로 약간 증가했으나 역시 통계적으로 유의하지 않았다($p > .05$). 이는 언론사 판정과 이용자의 기존 판단 차이가 이용자의 확신 정도에 미치는 영향에서 '혼합 변수'의 조절 효과가 없음을 시사한다. 이러한 결과들을 종합해 볼 때, 연구 가설 2-4는 지지되지 않았다.

[표 13-4] 연구 가설 2-4의 위계적 회귀분석 결과(혼합 조합 조건) (2)

종속 변인	단계	독립변인	β	t	VIF	DW	R2	$\Delta R2$	F
post-확신 & pre-확신 차이	1	(상수)	.872	4.326					
		Order	-.087	-3.415**	1.029				
		검증문장2	-.461	-1.962	1.756				
		검증문장3	-.405	-1.722	1.757				
		검증문장4	-.320	-1.374	1.794				
		검증문장5	-.262	-1.119	1.809				
		검증문장6	-.239	-1.030	1.785		.108	.108	4.702***
		검증문장7	.318	1.360	1.774				
		검증문장8	-.031	-.131	1.770				
		언론사 판정 & pre-판단	-.167	-3.531***	1.018				
		절댓값(A)							
	2	(상수)	.875	4.334					
		Order	-.088	-3.436**	1.030				
		검증문장2	-.459	-1.953	1.756				
		검증문장3	-.404	-1.720	1.757				
		검증문장4	-.320	-1.372	1.794				
		검증문장5	-.263	-1.123	1.809				
		검증문장6	-.238	-1.022	1.786				
		검증문장7	.319	1.364	1.775		.109	.001	4.274***
		검증문장8	-.030	-.127	1.770				
		언론사 판정 & pre-판단	-.164	-3.469***	1.023	1.726			
		절댓값(A)							
		혼합(B)	.086	.693	1.007				
	3	(상수)	.877	4.356					
		Order	-.086	-3.394**	1.031				
		검증문장2	-.464	-1.981*	1.756				
		검증문장3	-.422	-1.799	1.760				
		검증문장4	-.334	-1.436	1.796				
		검증문장5	-.281	-1.205	1.812				
		검증문장6	-.220	-.949	1.789				
		검증문장7	.321	1.376	1.775		.117	.008	4.193***
		검증문장8	.008	.033	1.785				
		언론사 판정 & pre-판단	-.163	-3.441***	1.024				
		절댓값							
		혼합	.097	.790	1.010				
		(A)×(B)	.179	1.767	1.036				

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

3. 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때 이용자 효과 관련 연구 가설 3-1~2, 연구 문제 1, 2 검증

1) 연구 가설 3-1, 연구 문제 1 검증

연구 가설 3-1과 연구 문제 1은 각각 교차 검증 상황에서 판정 결과 일치 여부(일치 vs 불일치)에 따른 이용자의 판단 변화와 판단에 대한 확신 정도의 변화를 비교하기 위한 것이다. 이를 검증하기 위해 독립표본 t -검정을 실시했다([표 14] 참조).

[표 14] 연구 가설 3-1, 연구 문제 1의 독립표본 t -검정 결과

변인	교차검증 일치		교차검증 불일치		t	p
	평균	표준편차	평균	표준편차		
pre-판단 & post-판단 절댓값	.92	1.017	.93	.962	-.226	.821
pre-확신 & post-확신 절댓값	.83	.861	.83	.851	.000	1.000

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$.

판정 결과의 일치 여부에 따른 사실성 판단 변화(pre-판단 & post-판단 절댓값)를 분석한 결과, 일치할 때의 평균값은 .92이고, 불일치할 때는 .93이다. t -검정 결과, t 값은 -.226이고 p 값은 .821로, 두 집단 간 사실성 판단 변화에서 통계적으로 유의미한 차이가 없었다.

판단에 대한 확신 정도의 변화(pre-확신 & post-확신 절댓값)에 대해서도 동일한 분석을 수행했다. 여기서 일치와 불일치할 때의 평균값은 각각 .83으로 동일했다. 이 경우 t 값은 .000이고 p 값은 1.000으로, 두 집단 간의 확신 정도 변화에서도 통계적 유의성이 없었다(연구 문제 1). 이는 판정 결과의 일치 여부가 사실성 판단 변화나 판단에 대한 확신 정도에 영향을 미치지 않음을 의미하며, 연구

가설 3-1은 지지되지 않았다.

2) 연구 가설 3-2 검증

연구 가설 3-2는 판정 결과가 불일치하는 교차 검증일 때, 이용자의 기존 판단과 신뢰도가 높은 언론사의 판정 간 차이가 이용자의 판단 변화에 미치는 영향을 검증하기 위한 것이다. 이를 위해 다중회귀분석을 실시했다([표 15] 참조). 분석에는 ‘신뢰도가 높은 언론사(YTN)의 판정과 이용자의 기존 판단(pre-판단) 간 차이의 절댓값’을 주요한 독립 변인으로 설정했으며, 이외에도 ‘검증 대상’, ‘Order’를 포함했다.

[표 15] 연구 가설 3-2의 다중회귀분석 결과

교차검증 불일치(pre-판단 & post-판단 절댓값)									
독립변수	<i>B</i>	<i>SE</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	<i>p</i>	<i>VIF</i>	<i>DW</i>	<i>R</i> ²	<i>F</i>
(상수)	.608	.314		1.936	.055				
교차검증 불일치 (신뢰도 혼합 조건) - (신뢰 언론사 판정 & pre-판단 절댓값)	.152	.067	.209	2.271	.025*	1.116			
Order	-.056	.039	-.129	-1.461	.147	1.020			2.355***
검증문장2	.443	.336	.152	1.318	.190	1.751	1.957	.162	(.000)
검증문장3	-.059	.336	-.020	-.175	.862	1.756			
검증문장4	.298	.339	.103	.882	.380	1.781			
검증문장5	-.015	.343	-.005	-.044	.965	1.722			
검증문장6	.811	.337	.279	2.404	.018*	1.766			
검증문장7	.465	.345	.160	1.346	.181	1.855			
검증문장8	.387	.335	.137	1.155	.251	1.840			

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$. $ad R^2 = .093$.

분석된 회귀모형의 F 값은 2.355, $p < .001$ 로, 통계적으로 유의함을 나타낸다. 결정계수(R^2)는 16.2%로, 이는 적절한 설명력을 가졌다고 해석할 수 있다. VIF 값은 모든 변인에서 10 이하로 다중공선성의 문제가 없음을 확인했으며, *Durbin-Watson* 통계량은 1.957로 잔차들 간의 독립성을 시사한다. 주요 변인인 ‘교차검증 불일치(신뢰도 혼합 조건) - (신뢰 언론사 판정 & pre-판단 절댓값)’은 $B = .152$, SE

= .067, β = .209, t = 2.271, p < .05로, 이용자의 판단 변화에 유의미한 양의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 신뢰도가 혼합된 조건에서 신뢰도가 높은 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단 간 차이가 적을수록 이용자의 판단 변화가 더 감소한다는 것을 의미한다. 검증문장6은 B = .811, SE = .337, β = .279, t = 2.404, p < .05로 유의한 영향을 미쳤으나, Order와 다른 검증문장들은 유의한 영향을 주지 않았다. 이러한 결과들은 연구 가설 3-2를 뒷받침한다.

3) 연구 문제 2 검증

연구 문제 2는 판정 결과가 불일치하는 교차 검증 상황에서 이용자의 기존 판단과 신뢰도가 높은 언론사 판정의 차이가 이용자의 확신 정도에 어떤 영향을 미치는지를 검증하기 위한 것이다. 이를 위해 다중회귀분석을 실시했다([표 16] 참조). 분석에는 ‘신뢰도가 높은 언론사(YTN)의 판정과 이용자의 기존 판단 간 차이의 절댓값’을 주요한 독립 변인으로 삼았으며, ‘검증 대상’, ‘Order’를 추가 변수로 포함했다.

[표 16] 연구 문제 2의 다중회귀분석 결과

독립변수	교차검증 불일치(post-확신 & pre-확신 차이)									
	B	SE	$Beta$	t	p	VIF	DW	R^2	F	
(상수)	1.455	.351		4.141	.000					
교차검증 불일치 (신뢰도 혼합 조건) - (신뢰 언론사 판정 & pre-판단 절댓값)	-.170	.075	-.208	-2.265	.025*	1.116				
Order	-.087	.043	-.177	-2.015	.046*	1.020				
검증문장2	-.716	.376	-.219	-1.906	.059	1.751	1.759	.171	2.518*	
검증문장3	-.269	.376	-.082	-.714	.477	1.756			(0.012)	
검증문장4	-.287	.379	-.088	-.756	.451	1.781				
검증문장5	-.556	.384	-.165	-1.447	.151	1.722				
검증문장6	-.897	.378	-.274	-2.377	.019*	1.766				
검증문장7	-.825	.387	-.252	-2.132	.035*	1.855				
검증문장8	-.349	.375	-.110	-.932	.353	1.840				

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$. $ad R^2 = .103$.

회귀 모형의 F 값은 2.518, $p < .05$ 로 통계적으로 유의하다. 결정계수 (R^2)는 17.1%로, 이는 모형이 종속 변인에 대한 적절한 설명력을 가짐을 의미한다. 모든 VIF 값이 10 이하로 나타나 다중공선성의 문제는 없는 것으로 확인되었다. *Dubin-Watson* 통계량은 1.759로 자기상관이 없음을 시사하며 잔차의 독립성을 보여준다. 주요한 독립 변인인 ‘교차검증 불일치(신뢰도 혼합 조건) - (신뢰 언론사 판정 & pre-판단 절댓값)’는 $B = -.170$, $SE = .075$, $\beta = -.208$, $t = -2.265$, $p < .05$ 로, 이용자의 확신 정도에 유의한 음의 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 신뢰도가 혼합된 조건에서 신뢰도가 높은 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단 간 차이가 적을수록, 이용자의 판단에 대한 확신 정도는 더 높아진다고 해석할 수 있다(연구 문제 2). Order는 $B = -.087$, $SE = .043$, $\beta = -.177$, $t = -2.015$, $p < .05$ 로 유의했고, 검증문장6, 7은 검증문장1보다 유의한 음의 영향을 주었으나 나머지 검증문장들은 유의미한 영향을 미치지 않았다. 이 결과들은 신뢰도가 높은 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단 간의 차이가 이용자의 확신 정도에 중요한 역할을 한다는 점을 시사한다.

제 7 장 종합 논의

제 1 절 연구 결과 요약 및 논의

본 연구의 목적은 팩트체크 뉴스의 검증 방식(단일 검증 vs 교차 검증)과 판정 결과의 일치 여부(일치 vs 불일치)가 이용자의 사실성 판단의 변화와 판단에 대한 확신 정도에 어떤 영향을 미치는지를 실증적으로 검토하는 것이다. 이 과정에서 언론사에 대한 신뢰도가 어떠한 조절 역할을 하는지도 함께 분석했다. 그 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 단일 언론사가 팩트체킹을 제공하는 ‘단일 검증 상황’에서 언론사의 판정 결과와 이용자의 기존 판단이 유사할수록 이용자의 판단 변화는 더 적게 나타났다(연구 가설 1-1 지지). 이 경우엔 이용자의 자신의 판단에 대한 확신 정도도 더 높게 나타났다(연구 가설 1-2 지지). 반면, 언론사의 판정 결과와 이용자의 기존 판단의 유사성이 이용자의 판단의 변화에 미치는 영향에서 언론사에 대한 신뢰도는 조절 효과를 나타내지 않았으며, 이용자의 확신 정도에 대한 조절 효과도 통계적으로 유의하지 않았다(연구 가설 1-3 기각).

둘째, 복수의 언론사가 팩트체킹을 하는 ‘교차 검증 상황’에서 ‘판정이 서로 일치’할 경우, 이 역시 언론사의 판정 결과와 이용자의 기존 판단이 유사할수록 이용자의 판단 변화는 더 적게 나타났다(연구 가설 2-1 지지). 이용자의 자신의 판단에 대한 확신 정도도 더 높게 나타났다(연구 가설 2-2 지지). 그러나 판정이 일치하는 교차 검증이 단일 검증에 비해 언론사의 판정 결과와 이용자의 기존 판단이 유사할수록 이용자의 판단 변화에 더 영향을 미칠 가능성은 상대적으로 낮다고 해석되었으며, 이는 이용자의 확신 정도에 있어서도 마찬가지였다(연구 가설 2-3 기각). 또한, 복수의 언론사의 신뢰도

조합이 ‘언론사의 판정 결과와 이용자의 기존 판단의 유사성이 이용자의 판단 변화 및 확신 정도에 미치는 영향’에 조절 효과를 갖는지를 알아봤다. 그 결과, 이용자의 판단 변화와 확신 정도에 있어 조절 효과는 통계적으로 유의하지 않았다(연구 가설 2-4 기각).

셋째, 교차 검증 상황에서 ‘판정이 불일치’할 경우와 ‘일치할 경우’를 비교했을 때, 이용자의 사실성 판단 변화와 확신 정도의 변화는 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았다(연구 가설 3-1 기각, 연구 문제 1). 그럼에도 주목할 만한 점은 ‘판정이 불일치’하는 경우, 신뢰도가 높은 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단이 유사할수록 이용자의 판단 변화는 더욱 감소하는 것으로 관찰되었다(연구 가설 3-2 지지). 나아가 이러한 상황에서는 이용자의 확신 정도도 더 높아지는 것으로 나타났다(연구 문제 2). 즉, 판정이 불일치하는 상황에서는 신뢰도가 높은 언론사가 낮은 언론사에 비해 이용자의 판단 변화에 더 큰 영향을 미칠 뿐 아니라, 이용자의 자신의 판단에 대한 확신 정도를 강화하는 데에도 중요한 역할을 한다는 것을 시사한다.

제 2 절 연구의 의의

본 연구는 팩트체크 뉴스의 이용자 효과성에 관한 이해를 확장하고자 ‘검증 및 판정 방식’을 중점을 두고 분석하였다. 사실을 검증하고 판정하는 정보 서비스에 대한 사회적 요구가 팩트체크의 부상 및 확산의 주요한 계기(정은령, 2019)라는 점에 근거하여, 팩트체크 뉴스의 개념 중에서도 검증 및 판정이 중요하다고 판단했기 때문이다. 특히, 본 연구에서는 ‘교차 검증’ 방식에 주목하여 그 영향력에 대해 실증적으로 검토하고자 했다. 경쟁하는 뉴스룸들 간의 협력을 통해 효용성 높은 팩트체크 보도가 가능하다는 인식에 기반한 것이 교차 검증이며, 이러한

협업 저널리즘은 검증 방식에 체계성이 결여된 상황(Palau-Sempio, 2018)에서 일관성 없는 뉴스룸의 반복적 보도를 방지하고, 보다 양질의 정보를 제공할 수 있다(Palomo & Sedano, 2021).

문제는 교차 검증에 대한 연구가 상당히 드물 뿐만 아니라, 이 방식을 다룬 몇몇의 선행 연구들도 ‘뉴스 생산자 측면’에서만 이를 조망하여 저널리즘 분야에서 규범적 전략으로서의 교차 검증의 의의를 살펴본 데에 머물렀다는 것이다. 팩트체크를 종합적으로 검토하는 가운데 교차 검증에 대한 현장 저널리스트들의 긍정적 관점을 언급(정은령, 2019)하거나 검증 방식이 어떻게 새롭고 성공적인 내러티브와 형식으로 발전해 왔는지(Young, Jamieson, Poulsen, & Goldring, 2018) 등이 그 예다. 그러나 이러한 연구들은 주로 국지적 환경(local setting)에서 저널리스트들 간의 교차적 점검에 관한 논의에만 국한될 수 있다는 점(Lindolf & Taylor, 2002), 실제 미디어 환경에서 복수의 팩트체크 결과를 접한 이용자의 변화 양상을 분석하기에는 힘들다는 점에서 그 한계가 있다.

이에 본 연구는 ‘교차 검증’ 방식의 이용자 효과에 관한 심층적 연구의 필요성을 인식하고 실험을 통해 그 실질적 영향력을 실증적으로 검토하는 작업을 수행해 보았다. 이처럼 ‘이용자 단위’에서 교차 검증의 경험적 효과를 탐구하는 것은 기존의 규범적 연구들을 넘어서 교차 검증이라는 설계의 실제적인 효과성을 점검하고, 그에 대한 비판적 검토를 통해 검증 및 판정 결과 제공 방식의 측면에서 팩트체크 뉴스에 대한 생산적 논의를 창출하는 데 기여할 수 있다.

이를 위해 본 연구에서는 교차 검증 방식을 언론사들 간의 협업 강도에 따라 구분하고, 특히 각 언론사의 판정 결과들을 묶어서 제공하는 ‘느슨한 협업 방식’에 집중하였다. 이 방식을 통해 이용자들은 다양한 판정 결과들에 동시에 접근할 수 있게 되며, 이를 바탕으로 ‘검증 방식’과 ‘판정 결과의 일치 여부’가 팩트체크 뉴스 이용자들에게 미치는 영향에 대해 보다 입체적으로 분석할 수 있었다. 따라서, 본 연구는 이용자 효과와 관련한 심리적 기제를 기반으로 한

가설 설정과 변인들 간의 관계성을 탐구하는 데 주력했다. 이 과정에서 독립 변인과 종속 변인 간의 관계를 예측할 수 있는 인지 심리적 또는 정보 처리적 이론을 통해 논의를 전개하고 이를 토대로 가설을 추론하고자 하였다.

연구 결과에 따르면 단일 검증 상황과 판정 결과가 일치하는 교차 검증 상황 모두에서, 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단 간의 차이가 이용자의 판단 변화와 판단에 대한 확신 정도에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단이 유사할수록, 이용자의 판단은 더욱 견고해지고 이와 동시에 자신의 판단에 대한 확신도 증가하는 경향이 나타났다. 이러한 결과는 교정 메시지의 효과성이 수용자의 기존 세계관과 부합하는 경우에 더 크다는 것을 밝힌 월터와 투카친스키(Walter & Tukachinsky, 2020)의 연구와 같은 기존 팩트체크 연구들과 일관성을 보인다. 더 나아가, 기존 연구들이 단일 언론사의 특정한 하나의 판정 결과에만 초점을 맞춘 것과는 달리, 2개 이상의 언론사 판정 결과가 서로 일치하는 경우 이용자에게 미치는 영향을 경험적으로 조사함으로써 팩트체크 뉴스 이용자 효과에 대한 더 포괄적인 이해를 제공했다고 볼 수 있다.

한편, 본 연구에서는 하나의 주장에 노출될 때와 서로 다른 주장에 노출될 때의 의견 형성과 정보 선호도에 차이가 발생할 수 있음을 시사한 시어스(Sears, 1966)의 연구에 근거하여, 교차 검증 상황에서 ‘판정 결과의 일치 여부’에 따라 판정이 일치하는 경우와 일치하지 않는 경우로 나누어 보다 정밀한 이론적 논의와 가설 추론을 전개하고자 했다. 특히, 판정 결과가 서로 일치하지 않는 경우에는 신뢰도가 높은 언론사의 판정과 이용자의 기존 판단이 유사할수록 이용자의 판단 변화는 감소했다. 더욱이 이 경우에는 이용자의 자신의 판단에 대한 확신도 증가하는 경향이 관찰되었다. 이는 이용자가 서로 불일치하는 복수의 판정 결과에 동시에 노출되었을 때, 자신의 기존 판단과 상충하는 다른 언론사의 판정 결과를 직면함에도 불구하고 판단의 견고함과 확신 정도가 증가함을 나타낸다.

이 연구 결과는 기존 의견과 반대되는 교정 정보를 받은 피험자들이 해당 정보에 대한 반박 의사가 높아졌고, 교정 정보를 받지 않은 집단에 비해 오히려 기존 태도를 강화하는 현상을 보였다는 니한과 라이플러(Nyhan & Reifler, 2010)의 연구, 수용자들이 자신의 기존 태도를 확인시켜주는 팩트체커를 선택하고 기존 태도와 일치하지 않는 팩트체커를 회피할 가능성이 높다는 하멜리어스와 반데르미어(Hameleers & Van der Meer, 2020)의 연구와 일관된 결과를 보여준다. 그러나, 본 연구는 논란의 여지가 있는 이슈를 둘러싸고 한쪽 입장만을 전달할 때 그 정보원 신뢰도 효과를 검증한 기존 연구들과는 달리, 양측이 상반된 주장을 펼치고 있는 상황을 설정했다. 그에 따라 실제 미디어 환경에서의 팩트체킹을 더욱 잘 반영함과 동시에, ‘정보원 신뢰도’와 ‘선택적 노출’에 관한 이해를 확장하고 보완하는 데 기여했다고 할 수 있다. 이러한 접근은 연구 결과의 일반화 가능성을 강화하고, 실제 미디어 환경에서의 팩트체킹의 이용자 효과에 대한 보다 깊은 통찰을 제공할 수 있을 것이다.

제 3 절 연구의 한계 및 제언

먼저, 본 연구는 실험 참여자의 수와 선정 방법에 제한점을 가진다. 총 120명의 실험 참여자는 비교적 제한된 규모의 표본을 의미하며, 이로 인해 연구 결과의 일반화 가능성에 제약이 있을 수 있다. 성별 분포는 상대적으로 균형을 이루었으나, 연령대 측면에서는 일부 불균형이 관찰되었다. 이는 다양한 인구 집단에 연구 결과를 적용하는데 약간의 한계가 있을 수 있음을 나타낸다. 향후 연구에서는 더욱 다양하고 광범위한 표본을 활용함으로써 연구의 대표성과 일반화 가능성을 높일 수 있을 것이다.

다음으로 본 연구에서 사용된 실험 자극물은 기존 SNU팩트체크 사이트에 게재된 내용 중에서 정치적 중립성을 기준으로 선별되었다.

또한 무작위로 배정된 실험 참여자들에게 자극물을 랜덤하게 제공함으로써, 실험 결과에 영향을 미칠 수 있는 외부 변인들을 대체로 통제하고자 노력했다(Hayes, 2017). 그럼에도 불구하고 ‘메시지 특성 및 수용자 특성과 관련된 변수’들의 영향력을 완전히 배제했다고 보기에는 여전히 어려운 부분들이 있다.

메시지 특성과 관련하여 본 연구에서는 실험 참여자의 정치적 선유 경향이 동기로 작용하는 것을 최소화하기 위해 정치적으로 중립적인 성격의 검증 대상을 선별하는데 주력했다. 그럼에도 검증 대상의 암묵적인 정파적 연관성이나 소재 및 주제가 가지는 고유한 특성을 완전히 통제하는 것에는 한계가 다소 있었다. 예를 들어 보도 가능성의 측면에서 일부 이슈는 사람들에게 널리 알려져 있을 수 있으며, 반면 다른 이슈는 주목을 받지 못했을 수 있다. 또한 이슈 자체의 휘발성이 높거나, 비교적 장기간에 걸쳐 반복적으로 검증이 된 경우도 있을 수 있다. 김경모와 이승수(2018)의 연구에 따르면 이슈의 고유한 특성이 분석 결과에 영향을 미칠 수 있음을 시사한다. 따라서 다양한 성격의 이슈를 면밀히 분석함으로써 이 연구의 문제 의식을 재검증 해보는 것도 후속 연구에 있어 의미 있는 접근이 될 것으로 보인다.

수용자 특성 측면에서 볼 때, 정치적 선유 경향 이외에도 제시된 이슈에 대한 관여도와 사전 지식 및 개인적 관용도 등을 추가적으로 고려하는 것은 팩트체크 뉴스의 이용자 효과에 대한 보다 정확하고 포괄적인 이해를 도모할 수 있다. 팩트체크 뉴스를 접하는 수용자가 사실성 판단을 내리는 주체임을 감안할 때, 이슈에 대한 관여도가 높거나 낮은지 그리고 해당 이슈에 대한 사전지식이나 흥미의 정도 등에 따라 수용자의 심리적 기제가 다른 양상으로 작동할 수 있음을 인지하는 것이 중요하다. 또한 개인의 관용도가 팩트체크 결과와 자신의 기존 의견 사이의 불일치에 대한 수용자의 반응 차이에 영향을 미칠 수도 있다(Zhang, 2019). 이러한 요인들을 후속 연구에서 깊이 있게 탐구한다면, 수용자 개인의 판단 변화 과정이나 확신 정도 등을 더욱 세밀하게 분석할 수 있을 것이다.

마지막으로 본 연구는 개별 언론사의 신뢰도를 조절 변인으로 설정함으로써, 이 변인이 다른 변인들과의 상호작용을 통해 이용자 효과성에 관련된 종속 변인들에 미치는 영향을 조사했다. 하지만 본문에서 언급된 바와 같이, 개별 언론사에 대한 신뢰도 외에도 ‘제도적 차원에서의 전체 언론’에 대한 신뢰도가 존재한다. 만약 전체 언론에 대한 불신이 클 경우, 이는 실험 결과에 영향을 미칠 수 있는 요소로 작용할 수 있다(김경모 & 이승수, 2018). 전체 언론에 대한 신뢰도가 지속적으로 하락하는 추세(Newman et al., 2021)임을 감안할 때, 개인이 갖고 있는 언론에 대한 낮은 신뢰도가 본 연구의 실험 결과에도 영향을 미칠 수 있음을 의미한다. 이러한 측면은 향후 연구에서 전체 언론에 대한 신뢰도가 이용자 효과성에 어떤 영향을 미치는지에 대한 추가적인 연구의 필요성을 시사하며, 언론 신뢰와 이용자의 반응 간의 관계를 보다 정교하게 이해하는데 기여할 수 있을 것이다.

참고 문헌

김경모 · 이승수 (2018). 뉴스 수용자의 지각 편향과 뉴스 공정성 평가: 언론 신뢰, 메시지 편향성, 자기범주화, 자기-고양의 영향력 분석. <커뮤니케이션 이론>, 14권3호, 145-198.

김선호 · 김위근 (2017). <팩트체크를 체크한다>. (조사 분석1-9). 서울: 한국언론진흥재단.

김선호 · 백영민 (2018). 19대 대선 기간 후보자 간 의혹제기에 대한 팩트체크 뉴스의 설득효과: 팩트체크 뉴스 판정결과와 지지후보를 중심으로. <언론정보연구>, 55권1호, 161-194.

김정현 (2008). 매체 신뢰도와 의구심 및 지각된 설득 의도가 설득 메시지의 효과에 미치는 영향. <언론정보연구>, 45권1호, 5-28.

김형지 · 정은령 · 김은미 · 양소은 · 이재우 · 강민지 (2020). 가짜뉴스와 팩트체크 뉴스 노출 집단의 미디어 이용과 뉴스 인식, 그리고 리터러시 관계. <한국언론정보학보>, 101권, 231-267.

마동훈 · 오택섭 · 김선혁 · 김해영 (2013). <저널리즘 공공성 실현을 위한 한국형 팩트체킹 모델 연구>. 서울: 한국언론진흥재단.

미디어오늘 (2023, 4, 4). 챗GPT는 기사를 대체할 수 있을까. URL: <https://v.daum.net/v/20230404120826517>.

민영 (2016). 신뢰의 조건 : 저널리즘 전문성과 정파적 편향성이 언론 신뢰와 정치 신뢰에 미치는 영향. <한국언론학보>, 60권6호, 127-156.

박아란 · 이나연 · 정은령 (2018). <팩트체크 저널리즘의 주요 원칙>. 서울: 한국언론진흥재단.

백영민 · 김선호 (2017). 팩트체크 뉴스 노출, 영향력 인식, 공유 행동에 대한 탐색적 연구. <한국언론학보>, 61권6호, 117-146.

송경재 (2023, 9, 13). 방송통신위원회는 가짜뉴스 빌미로 ‘언론자유’ 옥죄지 마라. <미디어오늘> URL:

<http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=312483>.

양혜승 (2012). 뉴스사이트의 광고가 뉴스사이트 및 뉴스기사에 대한 수용자의 신뢰도 인식에 미치는 영향. <한국언론학보>, 56권6호, 51-74.

염정운 · 정세훈 (2018). 가짜뉴스에 대한 인식과 팩트체크 효과 연구. <한국언론학보>, 62권2호, 41-80.

윤석민 (2020). <미디어 거버넌스 : 미디어 규범성의 정립과 실천>. 파주: 나남.

이나연 (2018). 한국 언론의 팩트체크: 19대 대통령선거에서의 후보자 검증 기사를 중심으로. <언론정보연구>, 55권4호, 99-138.

정성욱 (2018). 팩트체크 뉴스를 접한 수용자의 '역효과'나 '태도 변화'는 어떤 상황에서 나타나는가? : 정교화 가능성 모델을 바탕으로 한 메커니즘 연구. <한국방송학보>, 32권4호, 103-145.

정성욱 (2020). <팩트체크 뉴스의 실효성 증진에 관한 연구 : 팩트체크 뉴스의 수용 효과 및 자동화된 팩트체크의 판별력 증진 방안을 중심으로>. 서울대학교 대학원 박사학위 논문.

정성욱 (2021). 팩트체크 뉴스의 영향력 확대를 위한 연구 : 팩트체크 뉴스가 수용자에게 미치는 효과를 중심으로. <한국방송학보>, 35권1호, 235-282.

정성욱 · 윤석민 (2021). 팩트체크 뉴스가 매체 신뢰도에 미치는 영향. <한국언론학보>, 65권4호, 5-69.

정은령 (2017). 팩트체킹 뉴스 의미와 한계. <관훈저널>, 143권, 19-25.

정은령 (2018). 한국 팩트체크 저널리즘의 특징: 팩트체크 언론인들의 사실 인식과 사실 검증과정 탐색을 중심으로. <언론정보연구>, 55권4호, 5-53.

정은령 (2019). 팩트체크 뉴스와 한국 방송 저널리즘의 신뢰 회복: 방송 기자들의 팩트체크 뉴스 양식과 뉴스가치에 대한 인식을 중심으로. <방송문화연구>, 31권1호, 47-101.

정재철 (2017). <팩트체크 : 진실을 여는 문 = Fact-checking>. 서울: 한솔수북.

최순욱 · 윤석민 (2017). 협업형 사실검증 서비스의 의의와 과제: <SNU팩트체크>의 사례. <사이버커뮤니케이션학보>, 34권2호, 173-205.

한국경제 (2019, 8, 27). 가짜뉴스 용어 사용 금지한 英 정부...한국은 개념조차 불분명. URL: <http://www.hankyung.com/international/article/201908270636i>.

황치성 (2018, 10, 22). 가짜뉴스를 둘러싼 논란과 탈진실 시대의 조짐들. <한겨레>. URL: <https://www.hani.co.kr/arti/opinion/because/866879.html>.

SNU팩트체크 (2022). URL: <https://factcheck.snu.ac.kr>.

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

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

Arkes, H. R., Boehm, L. E., & Xu, G. (1991). Determinants of judged validity. *Journal of Experimental Social Psychology*, 27(6), 576-605.

Baly, R., Karadzhov, G., Saleh, A., Glass, J., & Nakov, P. (2019). Multi-task ordinal regression for jointly predicting the trustworthiness and the leading political ideology of news media. *arXiv preprint arXiv:1904.00542*.

Barthel, M., Mitchell, A., & Holcomb, J. (2016, 12, 15). Many americans believe fake news is sowing confusion. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/journalism/2016/12/15/many->

americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/.

Begg, I. M., Anas, A., & Farinacci, S. (1992). Dissociation of processes in belief: Source recollection, statement familiarity, and the illusion of truth. *Journal of Experimental Psychology: General*, 121(4), 446.

Bennett, W. L., & Iyengar, S. (2008). A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication. *Journal of Communication*, 58(4), 707–731.

Berinsky, A. J. (2017). Rumors and health care reform: Experiments in political misinformation. *British journal of political science*, 47(2), 241–262.

Brown, A. S., & Nix, L. A. (1996). Turning lies into truths: Referential validation of falsehoods. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 22(5), 1088.

Cappella, J. N., Maloney, E., Ophir, Y., & Brennan, E. (2015). Interventions to correct misinformation about tobacco products. *Tobacco Regulatory Science*, 1(2), 186.

Carroll, J. S. (1978). The effect of imagining an event on expectations for the event: An interpretation in terms of the availability heuristic. *Journal of Experimental Social Psychology*, 14(1), 88–96.

Carson, A., & Farhall, K. (2018). Understanding collaborative investigative journalism in a “post-truth” age. *Journalism Studies*, 19(13), 1899–1911.

Chaiken, S. (1980). Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(5), 752.

Chang, C. (2015). Motivated processing: How people perceive

news covering novel or contradictory health research findings. *Science Communication*, 37(5), 602–634.

Cho, C. H., Martens, M. L., Kim, H., & Rodrigue, M. (2011). Astroturfing global warming: It isn' t always greener on the other side of the fence. *Journal of business ethics*, 104, 571–587.

Daniel Dale. (2018, 11, 16). It' s easy to fact check Trump' s lies. He tells the same ones all the time. *The Washington Post*. Retrieved from http://www.washingtonpost.com/outlook/its-easy-to-fact-check-trumps-lie-he-tells-the-same-ones-all-the-time/2018/11/15/5effb25c-e874-11e8-a939-9469f1166f9d_story.html.

Dechêne, A., Stahl, C., Hansen, J., & Wänke, M. (2010). The truth about the truth: A meta-analytic review of the truth effect. *Personality and Social Psychology Review*, 14(2), 238–257.

Dobbs, M. (2012). *The rise of political fact-checking how Reagan inspired a journalistic movement: a reporter's eye view*. New America Foundation.

Ecker, U. K., Hogan, J. L., & Lewandowsky, S. (2017). Reminders and repetition of misinformation: Helping or hindering its retraction?. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(2), 185–192.

Ecker, U. K., Lewandowsky, S., Swire, B., & Chang, D. (2011). Correcting false information in memory: Manipulating the strength of misinformation encoding and its retraction. *Psychonomic Bulletin & Review*, 18, 570–578.

Ecker, U. K., Lewandowsky, S., Jayawardana, K., & Mladenovic, A. (2019). Refutations of equivocal claims: No evidence for an ironic effect of counterargument number. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8(1), 98–107.

Ecker, U. K., Lewandowsky, S., & Chadwick, M. (2020). Can corrections spread misinformation to new audiences? Testing for the elusive familiarity backfire effect. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5, 1–25.

Ecker, U. K., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N., ... & Amazeen, M. A. (2022). The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nature Reviews Psychology*, 1(1), 13–29.

Fazio, R. H., & Olson, M. A. (2003). Implicit measures in social cognition research: Their meaning and use. *Annual Review of Psychology*, 54(1), 297–327.

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Evanston, IL: Row, Peterson.

Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social cognition*. New York, NY: McGraw–Hill Book Company.

Flynn, D., Nyhan, B., & Reifler, J. (2017). The nature and origins of misperceptions: Understanding false and unsupported beliefs about politics. *Political Psychology*, 38, 127–150.

Fossá, M. I. T., & Müller, K. A. (2019). Crosscheck as a legitimization strategy of the journalism field in reaction to fake news. *Brazilian Journalism Research*, 15(3), 430.

Garrett, R. K., Nisbet, E. C., & Lynch, E. K. (2013). Undermining the corrective effects of media-based political fact checking? The role of contextual cues and naïve theory. *Journal of Communication*, 63(4), 617–637.

Gilbert, D. T., Fiske, S. T., & Lindzey, G. (Eds.), (1998). *The handbook of social psychology* (Vol. 1). Oxford University Press.

Graves, L. (2016). *Deciding what's true: The rise of political fact-checking in American journalism*. New York: Columbia

University Press.

Graves, L. (2018). Boundaries not drawn: Mapping the institutional roots of the global fact-checking movement. *Journalism studies*, 19(5), 613–631.

Graves, L., & Glaisyer, T. (2012). The fact-checking universe in Spring 2012. *New America*.

Graves, L., Nyhan, B., & Reifler, J. (2016). Why do journalists fact-check. Retrieved from <https://www.dartmouth.edu/~nyhan/journalist-fact-checking>.

Graves, L., & Amazeen, M. A. (2019). Fact-checking as idea and practice in journalism. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*.

Guillory, J. J., & Geraci, L. (2013). Correcting erroneous inferences in memory: The role of source credibility. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 2(4), 201–209.

Hameleers, M., & Van der Meer, T. G. (2020). Misinformation and polarization in a high-choice media environment: How effective are political fact-checkers? *Communication Research*, 47(2), 227–250.

Hanitzsch, T., Van Dalen, A., & Steindl, N. (2018). Caught in the nexus: A comparative and longitudinal analysis of public trust in the Press. *The International Journal of Press/politics*, 23(1), 3–23.

Hart, W., Albarracín, D., Eagly, A. H., Brechan, I., Lindberg, M. J., & Merrill, L. (2009). Feeling validated versus being correct: A meta-analysis of selective exposure to information. *Psychological Bulletin*, 135(4), 555.

Hasher, L., Goldstein, D., & Toppino, T. (1977). Frequency and the conference of referential validity. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 16(1), 107–112.

Hayes, A. F. (2013). *Mediation, moderation, and conditional process analysis. Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach, 1*, 20.

Hermida, A. (2015). Nothing but the truth. In M. Carlson & Lewis, S. (Eds.), *Boundaries of journalism* (pp. 37–50), London: Routledge.

Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15(4), 635–650.

Iyengar, S., & Hahn, K. S. (2009). Red media, blue media: Evidence of ideological selectivity in media use. *Journal of communication*, 59(1), 19–39.

Johnson, H. M., & Seifert, C. M. (1994). Sources of the continued influence effect: When misinformation in memory affects later inferences. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 20(6), 1420.

Johnson, T., & Kaye, B. (1998). Cruising is believing?: Comparing internet and traditional sources on media credibility measures. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 75(2), 325–340.

Kelman, H. C., & Hovland, C. I. (1953). "Reinstatement" of the communicator in delayed measurement of opinion change. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 48(3), 327.

Kessler, G. (2014, 6, 13). The global boom in political fact checking. *Washington Post*, Retrieved from <https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/wp/2014/06/13/the-global-boom-in-fact-checking/>.

Knobloch-Westerwick, S., Mothes, C., & Polavin, N. (2020). Confirmation bias, ingroup bias, and negativity bias in selective

exposure to political information. *Communication research*, 47(1), 104–124.

Krosnick, J. A., & Petty, R. E. (1995). Attitude strength: An overview. *Attitude Strength: Antecedents and Consequences*, 1, 1–24.

Kunda, Z. (1987). Motivated inference: Self-serving generation and evaluation of causal theories. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(4), 636.

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

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

Lim, C. (2018). Checking how fact-checkers check. *Research & Politics*, 5(3), 205316801878684.

Lindlof, T. R., & Taylor, B. C. (2002). *Qualitative communication research methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Luhmann, N., Morgner, C., King, M., Davies, H., Raffan, J., & Rooney, K. (2017). *Trust and power*. Cambridge, England ; Medford, Massachusetts : Polity Press.

Maddux, J. E., & Rogers, R. W. (1980). Effects of source expertness, physical attractiveness, and supporting arguments on persuasion: A case of brains over beauty. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(2), 235.

Mangold, F. (2023). Improving media trust research through better measurement: An item response theory perspective. *Journal of Trust Research*, 1–31.

Marietta, M., Barker, D., & Bowser, T. (2015). Fact-checking

polarized politics: Does the fact-check industry provide consistent guidance on disputed realities? *The Forum : A Journal of Applied Research in Contemporary Politics*, 13(4), 577–596.

Mayer, R., Davis, J., & Schoorman, F. (1995). An integrative model of organizational trust. *The Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.

McCroskey, J. C., & Teven, J. J. (1999). Goodwill: A reexamination of the construct and its measurement. *Communications Monographs*, 66(1), 90–103.

Mendez, A., Palomo, B., & Rivera, A. (2020). Managing social networks in online-native newsrooms: When less means more. *Media and Communication*, 8(2), 124–134.

Nakov, P., Corney, D., Hasanain, M., Alam, F., Elsayed, T., Barrón-Cedeño, A., ... & Martino, G. D. S. (2021). Automated fact-checking for assisting human fact-checkers. *ArXiv Preprint ArXiv:2103.07769*.

Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). *Reuters Institute digital news report 2021. Reuters Institute for the study of Journalism*.

Nyhan, B., & Reifler, J. (2010). When corrections fail: The persistence of political misperceptions. *Political Behavior*, 32(2), 303–330.

Palau-Sampio, D. (2018). Fact-checking and scrutiny of power: Supervision of public discourses in new media platforms from Latin America.

Palomo, B., & Sedano, J. (2021). Cross-media alliances to stop disinformation: A real solution? *Media and Communication*, 9(1), 239–250.

Pennycook, G., Cannon, T. D., & Rand, D. G. (2018). Prior

exposure increases perceived accuracy of fake news. *Journal of Experimental Psychology: General*, 147(12), 1865.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion*. New York, NY: Springer.

Pingree, R. J., Brossard, D., & McLeod, D. M. (2014). Effects of journalistic adjudication on factual beliefs, news evaluations, information seeking, and epistemic political efficacy. *Mass Communication and Society*, 17(5), 615–638.

Prochazka, F., & Schweiger, W. (2019). How to measure generalized trust in news media? An adaptation and test of scales. *Communication Methods and Measures*, 13(1), 26–42.

Reber, R., & Schwarz, N. (1999). Effects of perceptual fluency on judgments of truth. *Consciousness and Cognition*, 8(3), 338–342.

Schwarz, N. (2015). Metacognition. In M. Mikulincer, P. R. Shaver, E. Borgida, & J. A. Bargh (Eds.), *APA Handbook of Personality and Social Psychology: Attitudes and Social Cognition* (pp. 203–229). Washington, DC: American Psychological Association.

Schwarz, N., Newman, E., & Leach, W. (2016). Making the truth stick & the myths fade: Lessons from cognitive psychology. *Behavioral Science & Policy*, 2(1), 85–95.

Schweiger, W. (2000). Media credibility — experience or image?: A survey on the credibility of the world wide web in germany in comparison to other media. *European Journal of Communication (London)*, 15(1), 37–59.

Sears, D. O. (1966). Opinion formation and information preferences in an adversary situation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 2(2), 130–142.

Sherif, C. W., Sherif, M., & Nebergall, R. E. (1981). *Attitude and attitude change: The social judgment–involvement approach* (pp. 127–167). Westport, CT: Greenwood Press.

Simon, H. (1955). A behavioral model of rational choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99–118.

Smith, V. L., & Ellsworth, P. C. (1987). The social psychology of eyewitness accuracy: Misleading questions and communicator expertise. *Journal of Applied Psychology*, 72(2), 294.

Taber, C. S., & Lodge, M. (2006). Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs. *American Journal of Political Science*, 50(3), 755–769.

Thorson, E. (2016). Belief echoes: The persistent effects of corrected misinformation. *Political Communication*, 33(3), 460–480.

Turcotte, J., York, C., Irving, J., Scholl, R. M., & Pingree, R. J. (2015). News recommendations from social media opinion leaders: Effects on media trust and information seeking. *Journal of Computer–Mediated Communication*, 20(5), 520–535.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5(2), 207–232.

Unkelbach, C., & Speckmann, F. (2021). Mere repetition increases belief in factually true COVID–19–related information. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 10(2), 241–247.

Vanacker, B., & Belmas, G. (2009). Trust and the economics of news. *Journal of Mass Media Ethics*, 24(2–3), 110–126.

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151.

Walter, N., & Tukachinsky, R. (2020). A meta–analytic

examination of the continued influence of misinformation in the face of correction: How powerful is it, why does it happen, and how to stop it?. *Communication Research*, 47(2), 155–177.

Wang, W. C., Brashier, N. M., Wing, E. A., Marsh, E. J., & Cabeza, R. (2016). On known unknowns: Fluency and the neural mechanisms of illusory truth. *Journal of Cognitive Neuroscience*, 28(5), 739–746.

Wardle, C., Pimenta, A., Conter, G., N. D., & Pedro Burgos. (2019). Comprova: An evaluation of the impact of a collaborative journalism project on brazilian journalists and audiences. *First Draft*.

Weaver, K., Garcia, S. M., Schwarz, N., & Miller, D. T. (2007). Inferring the popularity of an opinion from its familiarity: A repetitive voice can sound like a chorus. *Journal of Personality and Social Psychology*, 92(5), 821.

Wood, W., Rhodes, N., & Biek, M. (1995). Working knowledge and attitude strength: An information–processing analysis. *Attitude strength: Antecedents and consequences*, 4, 189–202.

Young, D. G., Jamieson, K. H., Poulsen, S., & Goldring, A. (2018). Fact-checking effectiveness as a function of format and tone: Evaluating FactCheck. org and FlackCheck. org. *Journalism & Mass Communicatioan Quarterly*, 95(1), 49–75.

Zhang, K. (2019). Encountering dissimilar views in deliberation: Political knowledge, attitude strength, and opinion change. *Political Psychology*, 40(2), 315–333.

부록

[부록 1] 사전 조사 예시 문항(뉴스포스트)

안녕하세요, **온라인 사전조사**에 참여해주셔서 진심으로 감사합니다.
본 사전조사는 실험에 앞서 진행되는 조사이며, **약 10분 정도** 소요될 것으로 예상됩니다.

지금부터 **국내 32개 신문·방송·통신·온라인 언론사의 로고**가 **하나씩** 제시될 예정입니다.
언론사의 제시 순서는 랜덤으로 지정됩니다.

귀하가 생각하시는 각 언론사에 대한 **인지도, 신뢰도, 정치적 이념성향**
을 **(1)부터 (5)까지** 중에서 골라주세요.



귀하가 생각하시는 뉴스포스트의 **인지도**를 **1(매우 낮음)부터 5(매우 높음)까지** 중에서 골라주세요.

(1) 매우 낮음

(2) 약간 낮음

(3) 보통

(4) 약간 높음

(5) 매우 높음

귀하가 생각하시는 뉴스포스트의 **신뢰도**를 **1(매우 낮음)부터 5(매우 높음)까지** 중에서 골라주세요.

(1) 매우 낮음

(2) 약간 낮음

(3) 보통

(4) 약간 높음

(5) 매우 높음

귀하가 생각하시는 뉴스포스트의 **정치적 이념성향**을 **1(매우 진보)부터 5(매우 보수)까지** 중에서 골라주세요.

(1) 매우 진보

(2) 진보

(3) 중도

(4) 보수

(5) 매우 보수

[부록 2] 실험 도입부 문항

온라인 설문 실험이 시작되었습니다.

질문에 응답해 주시기 바랍니다.

"팩트체크 뉴스"란?

✓ 참인지 거짓인지 불명확한 정보에 대해 사실 여부를 언론사가 검증하여 판정하는 뉴스 양식입니다.

✓ 하나의 정보를 하나의 언론사가 검증할 수 있고, 둘 이상의 언론사가 동시에 검증할 수도 있습니다.

✓ 둘 이상의 언론사가 동시에 검증할 경우, 판정 결과가 서로 달라질 수도 있습니다.
(예: A 언론사 - '사실', B 언론사 - '대체로 거짓')

팩트체크 뉴스에 관한 위 설명을 이해하셨습니까?

(이해하지 못하셨다면, 더이상 설문을 진행하실 수 없게 됩니다.)

네

아니오

[부록 3] 실험 본단계 예시 문항(1)

"식품 걸면 "판매 1위 (하고 싶다)" 문구는 표시광고법 위반이다"

위 문장의 사실 여부에 대해 (1)거짓부터 (5)사실까지 중에서 판단해주세요.



(1) 거짓	(2) 대체로 거짓	(3) 사실반 거짓반	(4) 대체로 사실	(5) 사실
--------	------------	-------------	------------	--------

귀하의 사실성 판단에 대한 확신 정도를 (1)매우 낮음부터 (5)매우 높음까지 중에서 골라주세요.

(1) 매우 낮음	(2) 낮음	(3) 보통	(4) 높음	(5) 매우 높음
-----------	--------	--------	--------	-----------

"식품 겔면 "판매 1위 (하고 싶다)" 문구는 표시광고법 위반이다"

다음은 언론사에 의한 '사실 검증 결과'입니다.

✓ 'YTN'은 위 문장을 '전혀 사실 아님'으로 판정하였습니다.

✓ '연합뉴스'는 위 문장을 '전혀 사실 아님'으로 판정하였습니다.



[부록 5] 실험 본단계 예시 문항(3)

두 언론사의(YTN, 연합뉴스) 사실 검증 결과를 본 후, 위 문장의 사실 여부에 대해 (1)거짓부터 (5)사실까지 중에서 다시 한번 판단해주세요.



(1) 거짓	(2) 대체로 거짓	(3) 사실반 거짓반	(4) 대체로 사실	(5) 사실
--------	------------	-------------	------------	--------

두 언론사의(YTN, 연합뉴스) 사실 검증 결과를 본 후, 귀하의 위의 사실성 판단에 대한 확신 정도를 (1)매우 낮음부터 (5)매우 높음까지 중에서 다시 한번 골라주세요.

(1) 매우 낮음	(2) 낮음	(3) 보통	(4) 높음	(5) 매우 높음
-----------	--------	--------	--------	-----------

Abstract

A Study on the Effect of Verification Method and Correspondence of Result of Fact-check News on Users' Changes and Level of Confidence in Judgment

Hayeon Jeon

Department of Communication

The Graduate School

Seoul National University

Currently, misinformation or false claims are repeatedly appearing in the modern media environment. Despite the necessity of an 'Integrated fact-check method' to respond to this issue, there is little empirical research on fact-checking verification methods. Therefore, the study aims to focus on 'cross-verification' and enhance the understanding of the influence of fact-checking verification and judgment methods on the users. Although cross-verification frequently occurs to some degree in fact-checking sites, given that only a few studies have empirically investigated such a matter, the need for a study on the user effect is also raised. Thus, the study empirically examined the changes in user judgment and level of confidence in judgment according to the fact-check verification method (single verification vs. cross verification) and the correspondence of judgment result (correspondence vs.

discrepancy). Moreover, the study analyzed the moderating effect of the reliability of the press. For analysis, the study conducted an online experiment with a within-subjects design for a total of 8 conditions, including the cross-verification of single verification (trust vs. distrust), case in which judgment result corresponds (trust combination vs. mixed combination vs. distrust combination) and the case of discrepancy (trust combination vs. mixed combination vs. distrust combination).

As a result of the experiment, in the single verification setting, there were fewer changes in the user judgment as the press judgment and existing judgment of the users are similar. It had a higher level of confidence in judgment. However, this effect was not controlled by the reliability of the individual press. In the setting where the judgment of cross-verification corresponds, as the press judgment and existing judgment of the users are similar, there were fewer changes in the user judgment and a higher level of confidence in judgment. However, it is interpreted that cross-verification with corresponding judgment had fewer chances to influence the changes of the user judgment and level of confidence further than single-verification. The reliability combination of the press participating in the cross-verification did not show a significant moderating effect. Meanwhile, in the cross-verification setting, when comparing the correspondence and discrepancy of the judgment, the changes in user judgment and the level of confidence did not show significant differences. It should be noted that in the cross-verification setting where the judgment is discrepant, the changes in the user judgment decrease as the judgment of highly reliable press and the existing judgment of the users are similar. Moreover, the level of confidence in the judgment increases.

This study recognized the necessity to look into the user effect of cross-verification. By having an in-depth examination, the study examined the actual influence of cross-verification design. In the process, the study formulated a hypothesis based on the psychological mechanism related to user effect. It also focused on exploring the relationship between variables. By providing a comprehensive understanding of the user effect of fact-check news in terms of the method of providing verification and judgment results, the study is expected to contribute to promoting productive discussion.

Keywords : Fact check, Cross verification, Correspondence of judgment result, Change in the judgment of factuality, Level of confidence in judgment, Reliability of the press

Student Number : 2022-25161