



코로나19 “인포데믹” 현상에 대한 이론적 고찰 커뮤니케이션학과 행동과학의 통합 적용*

이완수 동서대학교 미디어커뮤니케이션 계열 교수**

이 연구는 코로나19(COVID-19) 팬데믹을 “인포데믹”으로 상정하고, 인포데믹의 확산 과정을 커뮤니케이션학과 행동과학 이론을 중심으로 검토했다. 인포데믹은 정보(information)와 전염병(epidemic)의 합성어로 정보 커뮤니케이션 맥락에서 사람들의 위험 심리와 행동변화를 통합적으로 예측해 볼 수 있는 개념이다. 첫째, 인포데믹은 질병재난과 같은 건강과 관련된 이슈의 정보에 집중함으로써 사회적 불안과 공포가 지나치게 커지는 특징을 보인다. 둘째, 인포데믹은 의도와 관계없이 근거가 부정확하고 불확실한 정보가 사람들의 공포 심리를 타고 사회적으로 대량 확산됨으로써 비이성적 과열양상을 낳는 특징을 보인다. 셋째, 인포데믹은 트위터, 페이스북, 유튜브와 같은 소셜 미디어와 함께 신문, TV, 라디오 등 전통 미디어에 의해 동시에 확산되는 특징을 보인다. 넷째, 인포데믹은 동일한 정보가 반복 보도됨으로써 “물결효과(ripple effects)”를 초래해 합리적 선택을 저해한다. 다섯째, 인포데믹은 불확실한 정보의 과잉화에 따라 인지 과부하를 유발함으로써 정보의 진위여부를 파악하기 어렵게 한다. 이 연구는 인포데믹에 대한 개념과 이론적 논의를 통해 코로나19의 부정적 효과를 완화하고, 앞으로 다가올 반복적인 팬데믹과 공중건강 위기에 효과적으로 대응할 수 있는 시사점을 제안했다.

KEYWORDS 코로나19 팬데믹, 인포데믹, 커뮤니케이션학, 행동경제학, 위험 정보의 사회적 확산

* 이 논문은 2020년도 동서대학교 “Dongseo Frontier Project” 지원에 의해 이루어졌다.

** wansoo1960@gmail.com

1. 연구목적

1919년 전례가 없는 스페인 독감이 세계적으로 창궐한 직후인 그해 5월 사이언스(Science)는 “팬데믹의 교훈들(the lessons of the pandemic)”이라는 제목의 6쪽짜리 논문을 실었다(Scoper, 1919 참조). 그로부터 정확히 100년 후 전 세계를 휩쓸고 있는 신종 코로나바이러스(이하 코로나19)가 발생한 직후인 2020년 5월에는 저널 네이처(Nature Human Behaviour)가 “코로나19 팬데믹 문제해결을 위한 사회행동과학의 역할(using social and behavioural science to support COVID-19 pandemic response)”이라는 제목의 8쪽짜리 논문을 게재했다(Van Bavel et al., 2020 참조). 1919년 당시 사이언스는 스페인 독감의 원인과 해결에 대해 다각적으로 다루면서 미디어, 뉴스, 정보, 커뮤니케이션이라는 용어를 단 한 차례도 사용하지 않았다. 이에 반해 2020년 네이처는 코로나19의 문제원인과 해법을 뉴스, 정보, 그리고 커뮤니케이션 관점에서 집중적으로 다뤘다. 두 논문이 100년의 시차를 두고 같은 팬데믹 문제를 하나는 보건역학 관점에서, 다른 하나는 미디어정보 관점에서 접근했다는 사실은 흥미롭다.

지난 2019년 중국 우한에서 시작된 코로나19 팬데믹 정보는 여러 미디어 채널을 통해 전 지구적으로 빠르게 퍼져나갔다. 세계보건기구(WHO)는 코로나19 발생 3개월 만에 질병 바이러스의 확산을 의미하는 “팬데믹(pandemic)”의 위험성보다 코로나19에 대한 (오류) 정보 과잉으로 빚어진 “인포데믹(infodemic)”이 더 심각한 문제라고 선언했다(Baines & Elliott, 2020; Laato, Islam, Islam, & Whelan, 2020; Pulido, Villarejo-Carballido, Redondo-Sama, & Gomez, 2020). 이 연구는 코로나19 관련 정보를 “인포데믹”으로 상정하고, 이 인포데믹 현상을 이론적으로 어떻게 설명할 수 있는가 하는 연구문제에 주목해 다뤄보고자 한다. 구체적으로 이 연구는 코로나19

정보¹⁾의 형성, 전파, 확산, 그리고 정보 수용자의 반응에 대한 일련의 과정을 설명해 볼 수 있는 개념과 이론적 틀에 대해 살펴보겠다. 인포데믹은 정보(information)와 전염병(epidemic)의 합성어로 실제 질병 바이러스처럼 유행하는 사회 심리적 정보 전염 증상을 말한다. 인포데믹의 핵심적 전달 매개체는 미디어이다²⁾. 인포데믹은 미디어가 코로나19와 같은 사회적 질병재난을 내용적으로 불안, 공포, 위협, 의심, 불신, 추경, 낙인과 같은 부정적 의미(예: 언어)를 담아 양적으로 대량 보도함으로써 심리적 불안과 공포를 증폭시켜 경제적 피해와 사회적 혼란을 야기하는 일종의 ‘정보재난’으로 정의해 볼 수 있다(Rathore & Farooq, 2020).

미디어는 어떤 사회적 문제가 위험하고 긴급하고 불확실할수록 이를 더 공격적으로 과잉, 반복 보도하는 경향을 보인다. 미디어 정보가 단계별로 전이되어 가는 과정에 정보 수용자가 느끼는 위험직각이 비례적으로 증폭되고, 사회 심리적 정보재난으로써 인포데믹이 형성된다. 코로나19 발생 이후 전 세계적으로 수십억 명의 사람들이 이동이 억제되고 고립되는 상황을 맞았지만, 역설적으로 그들은 인터넷과 소셜 미디어를 통해 코로나19와 관련된 정보에 무차별적으로 노출되어 왔다(Del Vicario et al., 2016; Rathore & Farooq, 2020). 미디어가 만들어낸 코로나19 인포데믹은 개인, 정부, 정책입안자, 질병 전문가 등 정보 수용주체들에게 심각한 스트레스, 불안, 공포를 동시다발적으로 불러일으킨다(Van Bavel et al., 2020; Rathore & Farooq, 2020). 코로나19와 같은 위험정보의 사회적 과잉화는 인터넷이 등장하기 전까지만 해도 누구도 경험하지 못했던 새로운 현상이다. 코로나19 정보 전파는 그런 점에서 인류 역사상 가장 강력한 “정보재난”의 사례로 꼽힌다(Cinelli et al., 2020).

1) 정보에는 허위정보와 사실정보를 모두 포함한다.

2) 여기서 미디어는 소셜 미디어뿐만 아니라 기존의 전통 미디어를 포함하는 개념이다.

지금까지 질병재난에 대한 위험커뮤니케이션 연구는 미디어 내용에 대한 프레임 분석에서부터 해당 질병 자체에 대한 위험인식 또는 예방 행동의지에 이르기까지 다양하게 이뤄져 왔다(김영옥, 2014). 하지만 인포데믹과 같은 정보재난 문제를 커뮤니케이션 관점에서 이론적으로 검토한 예는 드물다(Deuze, 2020; Tsoy, Tirasawasdichani, & Kurpayandi, 2021). 코로나19가 발생한 이후 인포데믹에 대한 연구가 잇따르고 있으나, 대부분 연구가 특정한 개념이나 이론적 근거 없이 예측모델 설정을 통해 데이터 분석결과를 제시하거나(Baines & Elliott, 2020; Hua & Shaw, 2020; El Kihal, Abouelkheir, Rachik, & Elmouki, 2019; Pulido, Villarejo-Carballido, Redondo-Sama, & Gomez, 2020), 코로나19에 대한 가짜뉴스나 허위정보가 사람들에게 미치는 영향에 대한 제한적 논의에 그치고 있는 정도이다(Ashrafi-Rizi & Kazempour, 2020; Cinelli et al., 2020; Laato et al., 2020).

이런 가운데 전 세계 저명 사회과학자들이 저널 '네이처 인간행동(Nature Human Behaviour)'에서 코로나19 대유행병과 그 영향에 대한 문제해결을 위해 주요 행동과학적 개념과 연구주제를 집단적으로 제안한 것은 의미심장하다(Van Bavel et al., 2020 참조). 이들 사회과학자들은 "인포데믹"이라는 개념을 직접 언급하지는 않았으나 코로나19와 같은 팬데믹과 공중보건 위기에 대응하기 위해 미디어의 부정적 프레임과 주목성(Peters et al., 2006), 감정과 위험인식(Slovic, Finucane, Peters, & MacGregor, 2004), 위험과 공포지각(LeDoux, 2012; Mobbs, Hagen, Dalgleish, Silston, & Prevost, 2015), 가짜뉴스와 허위정보(Allcott & Gentzkow, 2017; Allen et al., 2020), 낙관적 편향과 부정적 감정회피(Sharot, 2011; Strunk, Lopez, & DeRubeis, 2006), 음모이론과 정보수용(Ellis, 2020; Jolley & Douglas, 2017), 뉴스의 선택적 노출과 정치적 양극화(Iyengar et al., 2019; Westwood et al., 2018), 그리고 정보원의 신뢰와 설득(Brinol & Petty, 2009; O'

Keefe, 2016)과 같은 다양한 개념을 제안했다. 흥미로운 점은 이들 개념들이 코로나19 인포데믹 현상과 상당히 밀접하다는 사실이다.

“위험사회”로 불리는 현대 사회에서는 미디어와 대중 사이에서 일어나는 “질병정보”의 유통이 하나의 바이러스 전염 현상을 일으킨다. 위험한 질병 바이러스 정보의 사회적 확산과정에 나타나는 사람들의 심리적 태도와 예방행동에 대한 이론적 검토는 질병 자체에 대한 예방 못지않게 어떤 면에서는 더 중요하고, 시급한 과제에 속한다. 정보 바이러스의 생성과 유통, 전파와 확산, 그리고 수용과 반응과정으로서의 인포데믹에 대한 전염효과를 밝혀보는 일은 사회건강이나 경제 또는 사회적 위기대응을 위한 실천적 차원에서뿐 아니라, 위험 커뮤니케이션 현상에 대한 학문적 이해 차원에서도 가치가 있다.

2. 인포데믹에 대한 개념과 이론적 검토

최근 학술적 관심의 대상이 되고 있는 인포데믹은 코로나19 정보유통에 따른 “비가시적 재난(*invisible disaster*)”의 하나로 볼 수 있다(Hua & Shaw, 2020). 인포데믹은 재난의 하나이지만, 그렇다고 실제적으로 경험할 수 있는 물리적 재난은 아니다. 인포데믹은 “정보 쓰나미(*tsunami of information*)”처럼 엄청난 분량의 위험정보가 일시에 쏟아지면서 생긴 하나의 사회 심리적 병리 현상으로 정의된다(Pulido et al., 2020). 언론학자 듀즈(Deuze, 2020)도 코로나19 팬데믹을 지구촌에 거주하는 수백만 명을 바이러스에 감염시킨 요인으로 보면서, 동시에 미디어가 매개한 정보재난 사건(*mediatized event*)으로 규정했다. 이런 관점에서 보면 인포데믹 현상은 보건역학 차원에서 뿐 아니라 사회과학적 연구대상으로서 가치가 있다고 하겠다. 이 연구가 코로나19 정보의 과도한 확산과 전염 메커니즘을 커뮤니케이션학과 행동과학 이론을 중심으로 설명해 보려는 것도

인포데믹이 지닌 이런 속성을 고려해서이다.

선행 연구자들은 코로나19 팬데믹 문제를 주로 마스크 끼기, 손씻기, 사회적 거리두기와 같은 역학관점에서 연구를 수행해 왔다(Van Bavel et al., 2020). 하지만 팬데믹 정보가 유통되는 과정에 파생되는 사회 심리적 현상에 대한 사회행동학적 관점에서의 이론적 검토는 드물다. 이런 가운데 듀즈(Deuze, 2020)는 우리 사회가 직면하고 있는 문제, 그 가운데서도 글로벌 팬데믹 상황을 지금까지 나온 미디어와 매스 커뮤니케이션 이론 관점에서 설명을 시도했다. 듀즈는 사람들이 팬데믹 자체에 대한 우려보다 정보, 뉴스, 커뮤니케이션, 소셜 미디어와 같은 정보 매개 기능에 더 관심을 갖고 있다고 진단하고, 팬데믹을 설명할 수 있는 미디어와 커뮤니케이션 이론을 제안했다. 이에 반해 티소이와 그의 연구 동료들(Tsoy et al., 2021)이 코로나19 팬데믹 상황에서 소셜 미디어가 사람들의 위험 인식에 미치는 이론적 검토를 수행한 최근 연구는 방법론적으로 주목할 만하다. 티소이 등은 미디어, 특히 소셜 미디어가 코로나19 팬데믹 위험 인식에 미치는 효과를 설명하는 도구로 배양효과 이론(cultivation theory)과 공포견인 모델(fear drive model) 등 몇몇 커뮤니케이션과 인지 심리학 이론을 제시했다. 수피, 나자피, 그리고 카라미-마틴(Soofi, Najafi, & Karami-Matin, 2020)은 코로나19 팬데믹 상황에서 사람들이 왜 비이성적으로 행동하는지 낙관주의(optimism)나 감정 휴리스틱(affect heuristic)과 같은 행동경제학 이론에서 통찰력을 얻을 수 있다고 설명한다. 수피와 그의 연구 동료들은 행동경제학으로부터의 통찰력이 공중보건정책 수립과 코로나19 예방에 어떻게 개입할 수 있는지에 대한 시사점을 제안하였다.

이에 반해 이 연구는 코로나19 발생이후 주목받고 있는 정보 재난으로써 “인포데믹 현상”을 기존의 저널리즘, 커뮤니케이션학, 인지심리학, 그리고 행동경제학 이론을 통합적으로 적용해 설명해 본다는 점에서 기존 연구와 차별적이다. 먼저 인포데믹 현상을 이론적으로 설명하기 위해

서는 코로나19가 지니고 있는 몇 가지 사회 심리적 특성을 살펴볼 필요가 있다.

1) 인포데믹 현상에 대한 이론적 전제 조건과 내용 구성

이 연구는 코로나19 위협정보에 대한 사회적 전염효과를 탐구하기 위해 먼저 몇 가지 중요한 개념을 전제하고 시작하겠다. 첫째는 코로나19는 정보와 역학(疫學) 측면에서 상황의 불확실성(uncertainty)을 고려할 필요가 있다(Koffiman, Gross, Etkind, & Selaman, 2020). 코로나19는 바이러스의 위험 속성이 잘 알려져 있지 않은 점, 치료 백신이 불명확하다는 점, 사회적 정보 통제가 심한 중국 사회에서 문제의 바이러스가 처음 시작되었다는 점에서 불확실성에 따른 사람들의 위험지각이 더 증폭될 수 있다. 둘째는 사람들의 선행 학습효과이다. 홍콩 사스(SARS)나 메르스(MERS) 사태와 같은 유사 선행경험과 기억이 코로나19에 대한 사회적 불안과 공포를 더 강화시킬 수 있다(Cheung, Fong, & Bressington, 2020). 셋째는 코로나19에 대한 미디어의 반복적인 보도는 감정적 격발성(emotional temper)을 불러일으킬 수 있다(Tsoy et al., 2021). 미디어가 코로나 사태를 반복적으로 연속 보도함으로써 사람들로부터 과도한 위험 감정을 이끌어낸다. 넷째는 코로나19 발생에 따른 비이성적 과열(irrational exuberance) 현상에 주목할 필요가 있다. 코로나19와 같은 생명에 관계되어있는 바이러스 재난의 경우 다른 일반재난과는 달리 실체가 불확실하거나, 과거의 선행경험과 맞닿아 있거나, 미디어의 과잉보도에 노출되면 비이성적 과열 증상으로 이어질 수 있다. 다섯째는 코로나19와 같은 과잉정보 양산에 따라 야기되는 인지 부하(cognition load) 현상을 고려할 필요가 있다. 사람들은 인지 한계 때문에 불확실한 과잉정보를 합리적으로 처리하는데 어려움을 겪는다(Tomono, 2007). 사람들은 코로나19 관련 정보에 지나치게 과다 노출되면, 정보 피로증이 유발되고 결과적으로 위험 상황을 제대로 파악하기 어렵다(Islam,

Laato, Talukder, & Sutinen, 2020).

이 연구는 위에서 제시한 이들 명제들(propositions)을 코로나19 인포데믹의 사회적 병리현상을 설명하는 유용한 정초적 개념으로 이해한다. 기존의 위험 커뮤니케이션 연구들은 미디어가 위험 사실을 객관적으로 분석해 이를 공중들에게 어떻게 발신할 것인가 하는 점과 사람들이 왜 위험을 다르게 인식하는가 하는 해석과 편향에 대한 관점으로 나눠 검토해 왔다. 그러나 이들 두 이론 측은 사회적 맥락 차원에서 이해관계자들이 상호작용 관점에서 다뤄진다는 점에서 서로 구분될 필요는 없다(김영옥, 2014). 최근에는 이 두 이론이 서로 통합하는 쪽으로 이동하고 있다. 공중 건강에 관한 위험 커뮤니케이션 분야에는 여러 이론이 존재하지만 미디어의 사회구성주의, 인간 심리모델, 위험의 사회 확산, 통합커뮤니케이션 접근 방법 등이 비교적 많이 동원된다(김영옥, 2014; Soofi, Najafi, & Karami-Matin, 2020). 따라서 위의 이론적 모델들은 본 연구자가 주목한 미디어의 위험정보와 공중의 위험인식이 사회적 차원에서 어떻게 상호작용하는가에 대한 인포데믹 현상을 밝혀볼 수 있는 중요한 도구로 간주된다.

이러한 맥락에서, 이 연구는 코로나19에 대한 미디어의 사회구성주의와 사회 구성원들의 태도와 행동에 주목하는 인간 심리모델을 사회적 맥락과 서로 연결한 통합커뮤니케이션 이론 관점에서 다뤄 보겠다. 코로나19 인포데믹 현상의 속성을 고려해 볼 때 이에 대한 이론적 논의는 결국 미디어가 생산한 정보의 특성, 이 정보가 사회적으로 확산되는 경로와 사회적 집단효과, 정보 과잉화에 따른 심리적 효과가 개별 정보 수용 주체자들에게 미치는 영향과 특성, 그리고 보건당국과 같은 정보 소비자들의 예방행동 변화와 정책선택 과정을 중심으로 이뤄질 수 있다. 이 연구를 수행하기 위한 이론적 논의 체계는 다음과 같다. 첫째, 이 연구의 핵심적 요소인 코로나19 인포데믹스에 대한 개념과 특징을 기술하고, 이에 근거한 인포데믹 개념 모형을 제시한다. 둘째, 미디어가 코로나 19 인포

데믹 현상을 구성하는 방식으로써 이론적 틀을 제시한다. 셋째, 미디어가 구성하는 코로나19 인포데믹 현상에 대한 심리적 반응과 태도를 중심으로 논의한다. 넷째 미디어가 구성하는 코로나19 인포데믹 현상에 대한 행위방식 등을 이론에 근거해 다뤄보고자 한다. 위의 네 가지 논의는 정보 재난으로서 인포데믹스 현상이 발생되고 그 속성이 사회적으로 확산되어 정보수용 주체들에게 미치는 영향과 행동변화에 대한 일련의 과정을 통합적으로 보여준다.

2) 인포데믹의 개념과 특징, 그리고 모형

(1) 인포데믹의 개념과 특징

인포데믹은 인터넷이나 다른 여러 커뮤니케이션 채널을 통해 타당하거나, 혹은 타당하지 않은 수많은 정보가 한꺼번에 사회적으로 확산되는 현상을 의미한다(Okan et al., 2020). 이 용어는 2003년 홍콩에서 발생한 사스 사태 때 처음으로 명명되었지만(Rothkopf, 2003), 코로나19 사태 이전까지만 해도 학술적 문헌에서는 거의 다루이지 않았다(Nielsen, Fletcher, Newman, Brennen, & Howard, 2020). 코로나19 팬데믹이 시작된 이후 관련 정보의 생산과 소비가 폭발적으로 증가하면서 인포데믹 현상이 주목받기 시작했다(Ashrafi-Rizi & Kazempour, 2020; World Health Organization, 2020). 인포데믹은 양적 차원에서 매일 전례가 없는 규모와 속도로 쏟아지며(Baines & Elliott, 2020), 질적 차원에서 ‘부정확’하거나 ‘불확실’하며, 그리고 위험인식과 대응차원에서 “불균형”한 정보로 정의된다(Pulido et al., 2020). 인포데믹은 사실에 근거한 정보와 과학적 근거가 없는 정보로 구분된다. 예를 들어 “2020년 3월 27일 현재 전 세계적으로 50만 9164명이 코로나19에 감염된 것으로 확인되었다”는 기사는 세계보건기구(WHO)가 어떤 의도 없이 공식 데이터를 공개적으로 발표했기 때문에 신뢰할만한 정보로 볼 수 있다. 그러나 이런 감염

정보도 자주, 그리고 반복적으로 보도될 경우에는 위험 인식이 커져 정보 재난의 성격으로 변환될 수 있다. 이에 반해 “이탈리아 86세 노인이 코로나19 감염 후 손가락이 검게 괴사되어 3개를 절단했다”(김정호, 2021), “20대 일본 여성이 코로나19 예방을 위해 모더나 백신을 접종한 뒤 탈모가 시작되었다”(이서운, 2021)는 뉴스 보도나 “코로나 바이러스가 5G(5세대)에 의해 감염될 수 있다”(Baines & Elliot, 2020)는 소셜 미디어에 의한 정보 전파는 과학적 근거가 부족한 전형적인 인포데믹의 예에 속한다.

인포데믹은 무엇보다 진실과 허위 정보가 동시에 과다하게 쏟아짐으로써 잘못된 정보와 정확한 정보간의 구분이 어렵다. 과학적이고 기술적인 정보가 루머, 조작 데이터, 가짜 전문지식, 부정확한 정보, 그리고 편향 뉴스와 뒤섞이면서 정보 수용자들이 올바른 정보를 판단하고 처리하는데 어려움을 겪는다(Garcia-Saiso et al., 2021, Okan et al., 2020). 이러한 맥락에서 오류 정보의 급속한 확산은 백신 접종 거부 움직임을 야기하거나(Jamison et al., 2019), 공중건강에 심각한 부작용을 초래하기도 한다(Scheufele & Krause, 2019). 인포데믹은 위기나 재난 상황에서 “사실 전달”을 통한 효능감 강화보다는 반대로 불안, 공포, 기피, 혐오 등 부정적인 정서 물결효과(ripple effects)가 두드러진 “병리적 여론 현상”을 만들어낸다. 특히 인포데믹은 근거가 불확실한 위험정보가 일반 질병 바이러스처럼 광범위하게 퍼져나감으로써 사회적 불안과 공포를 불러일으키는 물론, 개인적, 사회적 위기 대응과정에 비효율성을 광범위하게 초래하는 “정보 바이러스”의 성격을 지닌다. 인포데믹 현상은 정보를 둘러싼 사회적 음모론과 심리적 불안감을 안겨준다는 점에서 실패한 위험 커뮤니케이션의 전형으로 볼 수 있다.

인포데믹의 전달 매개체는 미디어이다. 인포데믹은 트위터, 페이스북, 유튜브, 텐센트와 같은 소셜 미디어뿐만 아니라 신문, 방송과 같은 전통 미디어까지 가세하면서 사람들의 심리적 불안과 공포감을 전 방위적으로 증폭

시키는 특징이 있다(Garcia-Saiso et al., 2021; Pulido et al., 2020; Zarocostas, 2020). 질병 바이러스는 의학적, 물리적 통제가 가능하지만, 미디어가 전파하는 정보 바이러스는 다양한 미디어 채널을 통해 순식간에 퍼져나가기 때문에 인위적 통제가 사실상 불가능하다. 질병 바이러스는 한 개인의 생명을 위협하는데 그치지만, 인포데믹과 같은 정보 바이러스는 사회 시스템 자체를 붕괴시킬 수 있다는 점에서 훨씬 치명적이다.

인포데믹 현상이 확산되는 사회적 배경에는 소셜 미디어의 등장을 무시할 수 없다. 소셜 미디어는 오늘날 사람들이 유례없는 정보 과잉에 노출 되도록 만들었으며, 루머나 부정확한 정보를 공유하는 매개 역할을 한다(Cinelli et al., 2020; Islam et al., 2020; Nguyen & Nguyen, 2020). 연구원과 연구원(2020)은 “소셜 미디어를 팬데믹 루머, 가짜뉴스, 거짓말, 그리고 불안과 공포와 같은 부정적 감정을 기하급수적으로 생산하는 ‘비옥한 땅(fertile land)’”으로 규정한다(p. 2). 정보전달 기능에 집중하는 전통 미디어와는 달리 소셜 미디어는 누구나 자신의 견해, 우려, 그리고 의문을 드러내고 상호 간에 논평과 대화를 할 수 있는 플랫폼을 제공한다(Tsoy et al., 2021). 이 소셜 미디어 공간에는 공인된 기존 언론 이외에도 정치인, 일반 시민 등 누구나 정보 생산자나 소비자로서 참여할 수 있기 때문에 정보의 질적 수준을 보장할 수 없다. 소셜 미디어는 정치적 이해관계나, 또는 악의적이거나 의도적인 목적을 갖고 정보를 확산시키는 공간으로 활용되면서 정보의 편향이나 왜곡을 자주 불러일으킨다.

진짜, 가짜, 그리고 진짜와 가짜가 혼재된 뉴스가 트위터상에 어떻게 다르게 확산되는지 관찰한 연구(Vosoughi et al., 2018)를 보면, 가짜 뉴스에 해당되는 루머는 모든 정보 영역에 걸쳐 진짜 정보에 비해 더 널리, 더 빨리, 그리고 더 깊숙이 확산되었다. 허위정보일수록 그 전파 속도가 빠르며, 주로 소셜 미디어를 통해 유통되는 특징이 있다. 문제는 오늘날 많은 사람들이 소셜 미디어를 통해 정보를 소비한다는 점이다(Cinelli et al., 2020; Goel & Gupta, 2020). 바이러스 확산과 관련해 급변하

는 상황을 신문, TV, 라디오 같은 전통 미디어가 충분히 제공하지 못한다고 생각하는 시민들은 소셜 미디어에 보다 의존하는 경향을 보인다(Tai & Sun, 2007). 불확실한 상황일수록 소셜 미디어는 코로나19에 대한 정보나 뉴스를 탐색, 공유, 그리고 토론하기 위한 중요한 공간으로 기능한다. 무엇보다 소셜 미디어 환경에서 전 세계적으로 출몰형 감염성 질병의 기습이 잦아지고 이에 따른 경제사회적 피해가 커짐에 따라 정보바이러스인 “인포데믹 현상”에 대한 실증적 연구가 더 긴요해졌다.

(2) 인포데믹 단계별 확산 모형과 특징

이 연구는 위에서 설명한 인포데믹 개념과 특징에 근거해 코로나19 정보의 사회적 확산 경로(E-S-I-S-C-E-A)를 다음과 같은 7단계로 모형화한다(〈그림 1〉 참조).

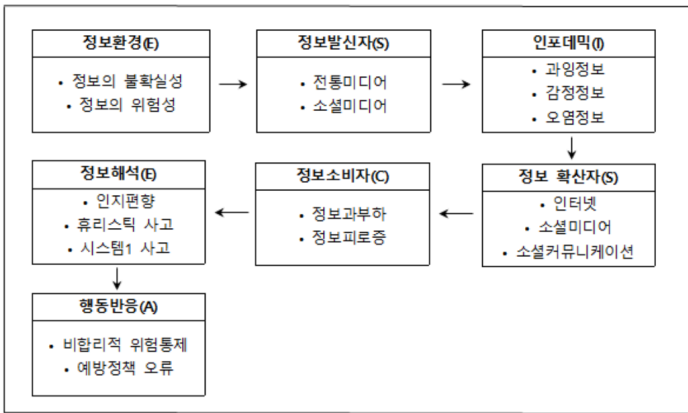


그림 1. 인포데믹 확산 경로 모형

이 모형은 베인스와 엘리엇트(Baines & Elliott, 2020)의 정보 커뮤니케이션 채널 연구를 참고해 연구자가 재구성했다. 베인스와 엘리엇트의 모형은 명제(proposition)를 바탕으로 정보 발신자가 메시지를 펼

플랫폼으로 보내고, 이 과정에 플랫폼에 오염 정보(noise source)가 투입되고, 플랫폼은 이곳에 모여진 정보를 재현(representation)해 정보 수용자에게 보내는 매개 역할을 한다고 가정한다. 이어서 정보 수용자들은 이들 채널을 통해 수용한 정보를 토대로 최종적으로 개인의 신념(belief)이나 지식체계(knowledge system)를 구축하게 된다고 보았다. 이에 반해 본 연구가 제시하는 인포데믹 확산 모형은 좀 더 구체적이다. 먼저 정보환경³⁾(Environment) 단계는 사회 망을 통해 떠도는 수많은 코로나19 관련정보와 지식을 망라한다. 정보 발신자(Sender)는 코로나19 위험 환경에서 관련 정보를 재구성해 전달하는 신문, TV 등 전통 미디어와 인터넷, 소셜 미디어 등 뉴미디어를 포괄하는 개념이다. 정보 발신자는 코로나19에 대한 (오류)정보를 과도하게 생산, 유포하는 이른바 “정보 과잉화”를 만들어내는 핵심 매개 기능을 한다. 인포데믹(Infodemic)은 양적으로 정보 쓰나미를 만들어내며, 질적으로는 사실 정보와 함께 감정, 오류, 허위정보를 포함해 사회 심리적 병리 현상을 불러일으킨다. 정보 확산자(Spreader)는 코로나19 관련 정보가 전파, 유통되는 정보 플랫폼으로써 인터넷 공간, 소셜 미디어, 그리고 소셜 커뮤니케이션을 의미한다. 정보 확산자는 오늘날 미디어 기술의 발달로 다양한 정보 네트워크 공간을 만들어냈으며, 이 공간에서는 사실 정보와 거짓 정보가 함께 뒤섞여 메시지의 신뢰성이나 타당성이 의심을 받는다. 정보 소비자(Consumer) 단계에서는 정보 확산자를 통해 전파된 코로나19 정보를 수용하며, 이 과정에 정보 과부하 현상이 일어난다. 오늘날 정보 수용자들은 다양한 정보 채널, 특히 소셜 미디어를 통해 (오염)정보에 과도하게 노출되면서, 인지적 한계(limited cognition)로 정보 피로증(information fatigue)을 겪는다. 정보해석(Evaluation) 단계에서는 사람들이 정보를 평가하고, 해석하는 과정에 인지 편향이 일어나며, 결과적으로 비이성적이고 즉

3) 정보환경은 베인스와 엘리어트(2020)가 제시한 명제(proposition)에 해당된다.

홍적인 정보처리 방식인 휴리스틱(heuristic)한 사고에 의존하게 된다.⁴⁾ 마지막으로 행동반응(Action) 단계에서는 행위 주체자들이 잘못된 정보해석에 근거해 예방행동을 하거나 비합리적 정책 의사결정을 내리게 된다. 행위 주체자들은 이 과정에 미디어가 제공하는 정보의 양적, 질적 특성에 따라 영향을 받는다.

위에서 제시한 인포데믹 개념 모형을 바탕으로 이 연구의 본문에서는 위험정보의 사회적 확산과정을 개념과 이론에 근거해 살펴보고자 한다. 인포데믹 확산과정을 살펴보기 위해 커뮤니케이션학에서 의제형성과 의제설정 이론, 위험의 사회적 확산 이론, 휴리스틱-체계 모델, 병행과정 확장 모델, 비개인적 영향 가설, 배양효과 이론을, 인지심리학에서 행위 유발성 이론, 공포견인 모델, 인지부하 이론을, 그리고 행동경제학에서는 (감정) 휴리스틱, 제한된 합리성, 가용성 편향, 확증편향 등의 개념 내지 이론을 동원하고자 한다. 이들 이론들은 코로나19라는 불확실한 사회적 위험이슈에 대한 정보의 구성, 효과, 그리고 해석을 체계적으로 설명하는데 적합하다. 이들 이론들은 학문 영역과 논의의 출발이 모두 다르다. 하지만 팬데믹이라는 위험정보가 어떻게 구성되고, 확산되며, 나아가 어떤 방식으로 해석이 이루어져 비이성적인 선택에 도달하는지에 대한 과정을 설득력 있게 보여준다는 점에서 상호 체계적 연결성을 갖추었다. 특히 이들 이론들은 인포데믹 현상이 확산되는 과정을 단계마다 타당성 있게 설명해주는 근거이론으로서 적절하다.

연구자는 이들 주요 이론을 중심으로 인포데믹 현상의 무엇일, 그리고 어떻게 설명할 수 있는지 체계적으로 기술해보겠다. 그리고 코로나19 인포데믹 문제를 해당 이론에 근거해 다룬 경험 연구를 구체적 예시로 제시하겠다. 인포데믹 현상에 대한 이론적 검토는 미디어가 코로나19 위험

4) 코로나19 정보를 최적화된 수준이 아닌, 만족화(satisficing)하는 수준에서 이해하고, 해석하게 된다(Brown, 2004).

정보를 어떻게 생산해 확산시키는지, 이런 위협정보를 사람들이 어떻게 평가하고 추론하는지, 그리고 보건역학 정책입안자들이 공중과 어떻게 커뮤니케이션하는 것이 바람직한가에 대한 시사점을 줄 수 있을 것으로 기대된다. 물론 이들 개념과 이론이 코로나19 인포데믹 현상을 모두 타당성 있게 설명할 수 있다는 뜻은 아니다. 그것은 인포데믹이 지니고 있는 현상의 복잡성 때문에 몇몇 개념이나 이론만으로 설명하는 데는 근본적인 한계가 있다. 이 연구는 이러한 한계를 전제로 하고 시작한다는 점을 미리 밝혀둔다. 그럼에도 아래 기술하게 될 주요 개념과 이론들은 인포데믹 현상을 보다 근접하게 해석할 수 있는 장점을 갖고 있다.

3) 커뮤니케이션 관점에서의 위협정보 구성과 인식

(1) 인포데믹 형성자로서 미디어⁵⁾

미디어는 질병 바이러스 감염을 줄이기 위한 과정에 감염에 취약할 수 있는 공중들의 위협지각을 높여주는데 긍정적 역할을 한다(El Kihal et al., 2019). 미디어는 코로나19와 같은 팬데믹 상황을 경고하는 위험 신호(예: 뉴스)를 지속적으로 내보내는 방식으로 사회적 환경 감시기능을 수행한다. 보건 전문가들도 질병 바이러스가 발생할 때 미디어에 의한 위험경고와 그 효과를 강조한다. 바이러스 예방 전략은 질병 감염자나 감염 취약자와의 접촉을 차단하기 위한 공공 캠페인이나 미디어 보도의 도움 없이는 실효성을 거두기 어렵다(El Kihal et al., 2019). 문제는 미디어가 이러한 사회적 기능을 수행하는 과정에 사람들의 심리에 부정적으로 영향을 미칠 수 있다는 점이다. 미디어는 정보 유통과정에 늘 사실에 기반하거나 규범적인 보도관행을 준수하기는 어렵다. 특히 미디어는 사

5) 여기서 미디어는 신문, TV, 라디오 등 전통 미디어는 물론이고 소셜 미디어까지를 포함하는 개념이다.

회적으로 위협하고, 중요한 사안일수록 관련 정보를 과잉적으로 생산, 유포하는 속성이 있다(Perreault & Perreault, 2021). 이는 미디어가 질병 바이러스 차단을 위해 순기능을 수행하지만, 때로는 불확실한 정보를 대량 생산함으로써 사회 심리적 불안과 공포를 만들어내는 역기능을 한다는 의미도 지닌다.

데이터와 지식의 과잉화는 정보화 사회의 특징 가운데 하나이다(Pulido et al., 2020). 인터넷이나 소셜 미디어의 등장 이후 정보의 생산, 접근, 상호작용이 용이해졌으며, 이로 인해 정보의 대량 확산은 피할 수 없는 현실이 됐다(Del Vicario et al., 2016). 오늘날에는 소셜 미디어와 온라인 공간을 통해 오류의 정보가 집단적으로 공유됨으로써 관련 정보가 질병 바이러스처럼 급속히 퍼져나가 위험을 증폭시킨다(El Kihal et al., 2019; Hua & Shaw, 2020; Lazer et al., 2018). 일부 소셜 미디어나 인터넷 이용자들이 질병 바이러스에 대한 납득하기 어려운 의견이나 잘못된 방향으로 이끌 수 있는 허위정보를 퍼뜨릴 경우 사람들은 뜻하지 않게 혼란과 불안감에 빠질 수밖에 없다.

인포데믹스 현상은 미디어가 불확실한 정보를 엄격한 게이트키퍼(gate-keeping) 과정 없이 무분별하게 내보냄으로써 빚어진다고 할 수 있다. 한 예로 2003년 당시 홍콩에서 사스가 발생했을 때 근거 없는 루머가 삼시간에 퍼져 나갔으며(Ma, 2008), 2015년 국내 메르스 사태 때에도 루머의 과잉 확산으로 사회적 위험인식이 과도하게 커진 적이 있다(김영욱, 2014; 이준영·허우철·한미정, 2019; Choi, Yoo, Noh, & Park, 2017). 로트와 브뤼니만(Roth & Brönimann, 2013)의 연구에 따르면, 사스 바이러스를 둘러싼 뉴스 보도, 루머, 공포에 대한 정보가 이메일과 온라인을 통해 지나치게 부풀려져 지속적으로 전달되면서 미국 시민들이 중국인 밀집 지역을 찾지 않거나, 중국식당에 발걸음을 끄는 일이 벌어졌다. 하지만 이 기간 동안 미국에서 사스에 감염된 사람들은 대부분 외국에서 감염된 8명이 전부였다. 소셜 미디어가 유포, 확산시킨 정

보처럼 실제 감염상황은 그다지 심각하지 않았지만, 사람들이 느끼는 불안 심리는 반대로 매우 컸다.

불확실한 정보 환경에서 미디어의 역할은 중요하다. 과학자와 함께 저널리스트들은 질병 바이러스 감염의 본질에 대한 구체적이고 납득할만한 증거를 갖고 보도하거나, 정부 당국에 의한 예방과 통제적 개입의 타당한 이유를 설명할 의무가 있다(El Kihal et al., 2019). 만약 미디어가 건강위기 상황에서 적절한 정보제공을 통해 개인과 사회가 이를 극복할 수 있다는 효능감을 높이는데 기여하지 못한다면, 사람들은 위기대응의 자원인 위험인식을 적절히 활용하기 어렵다. 사람들이 일상에서 질병 바이러스 감염에 대한 공포심과 불안감을 벗어나기 어려운 것은 말할 것도 없다. 질병 바이러스에 대한 심리적 위협 공포는 많은 경우 인포데믹에 의해 야기된다. 두려움, 추정, 의심, 루머가 뒤섞인 확인되지 않은 대량의 정보가 인터넷 네트워크와 같은 소셜 매체를 통해 급속히 퍼져나가면서 불안 심리가 커진다(Yu, Chen, Liu, & Lee, 2020).

인포데믹 현상은 이처럼 관련정보의 옳고 그름의 문제에도 있지만, 관련 정보가 단순히 대량 유통되는 것만으로도 일어난다고 볼 수 있다(Ashra-Rizi & Kazempour, 2020). 인포데믹의 사회적 전염에는 정보의 질적 속성과 함께 양적 보도도 무시할 수 없다는 뜻이다. 오늘날 위험정보는 인터넷과 같은 네트워크 매체를 통해 퍼져나가는 것이 일반적이다. 이런 현상은 인터넷이 나오기 이전인 2000년대 초까지만 해도 사회적으로 크게 문제 되지 않았다. 그러나 오늘날과 같은 초연결 사회에서는 정보이용 패턴이 달라졌다. 시·공간적으로 개인 간, 집단 간 정보공유가 자유로워지면서 사람들은 정보재난에 쉽게 노출된다(Pulido et al., 2020). 인포데믹과 같은 정보 바이러스가 사회적 불안과 공포를 불러일으키는 데는 일차적으로 관련 정보가 미디어를 통해 얼마나 많이, 그리고 어떤 내용으로 전파되는가와 밀접한 관련이 있다고 하겠다.

(2) 미디어의 위험정보 구성과 위험인식

정보 바이러스의 특성은 양적인 것과 질적인 것으로 구분해 볼 수 있다. 정보 바이러스의 양적인 특성은 정보량의 과다(혹은 과소)가 정보 수용자에 미치는 효과에 관한 문제이고, 질적인 특성은 위험 커뮤니케이션의 부작용을 낳는 메시지의 속성에 관한 문제이다. 먼저 정보 바이러스의 양적 측면은 일차적으로 미디어 이용과 위험인식간의 관계문제에 속한다. 특정 사안들(예: 식품안전 등)에 대한 미디어 보도가 사람들의 위험인식에 미치는 효과 연구는 많이 이뤄져 왔지만(Nardi, Teixeira, Ladeira, & de Oliveira Santini, 2020), 감염병 위기인식에 대한 미디어의 사회적 기능에 관한 연구는 전염병이 빈발해진 근래 들어서야 본격적으로 다뤄지기 시작했다(김영옥, 2014). 그것은 무엇보다 질병 문제가 단순히 질병 자체에 그치지 않고, 질병에 대한 미디어 정보의 사회적 영향이 커지면서다. 미디어가 질병 바이러스에 대한 위험정보를 어떻게 구성하고 전파하는가에 따라 질병에 대한 사회적 위험인식이 결정되기 때문이다(Kasperson et al., 1988). 연구자들은 미디어가 위험요소를 자주 다루면, 이 위험요소의 가용성(availability)이 일반 공중의 사고(思考) 과정에 영향을 미치고, 이로 인해 질병에 대한 사회적 위험인식이 커진다고 가정한다(Kahneman & Tversky, 1972). 이는 달리 말하면, 미디어 보도가 사람들의 위험인식에 영향을 미치는 핵심적 매개요소라고 할 수 있다(Wahlberg & Sjoberg, 2000).

미디어가 사람들의 위험인식에 영향을 미치는 심리적 기제는 무엇보다 위험정보에 대한 뉴스의 보도량과 밀접한 관련성을 지닌다. 뉴스 조직들은 다채널 환경이 만들어지면서 사회적으로 뉴스를 대량으로 생산하고, 많은 사람들에게 뉴스 피로와 같은 심리적 부작용을 불러일으킨다(Ahmed, 2020). 최근 로이터 연구소 조사를 보면, 영국인의 28%가 코로나19 뉴스가 너무 많다고 답했으며, 미국인은 무려 40%가 관련 뉴스가 너무 많다고 답했다. 세계적으로 뉴스 이용자들이 동일한 코로나19 뉴스나

정보에 반복적으로 노출된다는 사실을 공통적 불만으로 제기해 왔다(Ah med, 2020). 미디어의 코로나19 위험 정보구성은 한국에서도 다르지 않다. 코로나19 환자가 국내에서 처음 발생한 2020년 1월 20일부터 7월 20일까지 6개월간 네이버(Naver) 뉴스 포털 사이트⁶⁾에 올라온 관련 기사는 무려 350만 건이 넘었다. 이는 단일 사회이슈로는 가장 짧은 시간에 가장 많이 보도된 사례에 속한다.

코로나19 문제는 2020년 한국에서 바이러스가 발생한 이후 사회적으로 여전히 가장 현저하면서, 접근성이 두드러진 이슈로 볼 수 있다. 문제는 코로나19에 대한 사회 심리적 위기감이다. 이런 위기감은 일차적으로 미디어가 전달하는 관련 정보의 사회적 효과에 기인한다. 미디어가 사회적 위험 요소를 많이 보도하고, 이로 인해 정보노출이 잦아질수록 인포데믹이 더 널리 확산된다는 사실은 자명하다. 인포데믹 현상은 그 특성상 전통적인 미디어 효과이론 가운데 하나인 의제형성(agenda-building) (Cobb, Ross, & Ross, 1976; Lang & Lang, 1991; Nisbet, 2008)과 의제설정 효과(agenda-setting effect)이론을 적용해 설명해 볼 수 있다(McCombs, 2004; McCombs & Shaw, 1972). 의제형성은 이론적으로 미디어가 어떤 분야의 상황이 나빠지는 신호가 감지되면, 그 어떤 분야에 주목해 이를 더 자주 선택하고, 강조함으로써 현저성(salience)을 강화시킨다. 대신에 그 기간에 다른 의제는 미디어의 관심에서 배제된다. 의제형성 이론에 근거해 볼 때 미디어는 코로나19 이슈를 다른 어떤 이슈에 비해 더 집중적으로 선택해 다루었을 수 있다. 코로나19 위기문제를 미디어 의제형성 이론을 적용해 탐구한 예는 많지 않다. 이런 가운데 라페라와 저스텔-바즈퀘즈(Laferrara & Justel-Vázquez, 2020)는 스페인 소셜 미디어 상에 공유되는 코로나19 뉴스를 분석한 결과 인간적 흥미 기사가 많은 가운데 건강 위기관리에 관한 공적 관심사항이 주

6) 네이버 뉴스검색(<https://news.naver.com/>) 참조

요 의제로 많이 다루어졌음을 확인했다. 코로나19 과잉정보인 인포데믹은 결국 미디어가 코로나19 문제를 핵심 이슈로 선택해 집중 보도함으로써 일어난 사회적 현상으로 개념화해 볼 수 있겠다.

의제형성 이론이 미디어가 어떤 의제를 선택하는가에 주목해 다뤄진다면, 의제설정 이론은 미디어가 선택한 의제가 사람들의 심리에 미치는 후속적 효과 메커니즘을 밝히는데 주력한다. 미디어 의제나 프레임 설정 효과의 심리적 기제는 “접근성(accessibility)”의 강화와 관련이 있다(Price & Tewksbury, 1997). 심리학 개념인 “접근성”은 기억 속에서 하나의 지식이 발현(activation)될 가능성을 지칭한다(Higgins, 1996). 미디어가 코로나19에 대한 위협정보를 지나치게 많이 보도하면, 이 문제의 위협성에 대한 현저성과 접근성이 강화된다. 코로나19 인포데믹 현상을 의제설정 이론에 근거해 설명한 연구 역시 많은 편은 아니다. 이런 연구 현실 속에서 메디나, 로드리구에즈, 그리고 사르미엔토(Medina, Rodriguez, & Sarmiento, 2021)의 연구는 주목할 만하다. 이들 연구자들은 미디어를 통한 대규모 백신 접종 프로그램에 대한 정보 유통이 개인의 자기 건강보호와 공익 증진을 위한 백신 접종 효능에 긍정적으로 영향을 미쳐 미디어 의제설정 효과를 확인했다. 이에 반해 브런슨과 그의 연구팀(Brunson et al., 2020)은 메타 분석을 통해 코로나19 백신 접종과정에 미디어의 의제설정 효과를 확인한 결과 미디어가 제시하는 정보 방향에 따라 접종태도가 달라진다는 점을 이론적으로 규명했다. 의제설정 이론상 미디어 보도량이 많아지면 기억 속의 특정 개념, 정보에 대한 “접근성”이 높아져 그 결과로 “가용성”이 증가함으로써 해당 개념이나 정보의 인지된 중요성이 커진다(Price, Tewksbury, & Powers, 1997). 따라서 인포데믹은 정보의 양적 생산과 질적 구성 측면에서 정보의 “접근성”이나 “가용성”이 큰 정보 유형으로 평가해 볼 수 있다. 의제 또는 프레임 설정 이론은 미디어 보도량이나 미디어 보도의 노출 빈도, 그리고 정보 속성에 따라 형성되는 위협인식의 효과를 측정하는데 유용하다.

의제설정 효과에 따라 일반 사회이슈에 대해 인지된 중요성이 커지는 것과 마찬가지로 위험요소에 대한 위험인식도 이런 양적인 보도량과 노출 증가에 따라 비례적으로 커질 것이라고 가정해 볼 수 있다. 감염병으로 인한 건강위기 사례에서도 미디어 이용이 잦을수록 위험인식이 높아지는 것이 확인되었다. TV 시청시간이 1시간 늘어날 때마다 H5N1 조류독감에 대해 걱정된다는 사람들의 비율이 15.6%나 증가했다(Van den Bulck & Custers, 2009). 미디어 이용 증가 배경에는 위험정보의 대량 양산과 직접적인 관계가 있다고 할 수 있다. 미디어가 생산하는 질병관련 이슈의 정보량 증가는 정보 이용 빈도의 증가로 이어지고, 정보 이용 증가는 위험인식의 강화로 나타날 수 있다는 뜻이다(Fleming, Thorson, & Zhang, 2006).

위에서 논의한 연구들이 팬데믹인 코로나19 사태에 시사하는 바는 양적으로 급증세를 보인 미디어 보도량과 정보 확산이 위험인식 상승에 어떻게 영향을 미칠 수 있는가 하는 점이다. 기존 연구들 역시 공중들의 정보 이용수준이 위험지각과 상관관계를 갖는지에 주목해왔다. 예시적 연구로써, 한국인의 경우 미디어 이용이 많을수록 중국산 가공식품이나 후쿠시마 원전 사고 이후 일본에서 수입되는 수산물에 대해 위험인식이 높아졌다(양정은, 2015). 또한 기후변화의 발생 가능성과 심각성에 대한 인식도 미디어 이용량과 밀접한 상관관계를 보였다(임인재·김영욱, 2019). 이런 결과는 코로나19에 대한 미디어 보도가 증가하고, 시민들이 소셜 미디어를 통해 관련 정보나 의견 교류가 증가하는 상황 자체가 바이러스 위험인식을 높이는데 영향을 미칠 수 있음을 시사해준다. 이런 맥락에서 시기별로, 혹은 확진자나 사망자 증가추세에 따라 기사량과 소셜 미디어 소통량의 변화 추이가 어떻게 전개되는지를 살펴보는 것은 인포테믹에 대한 사회적 전파과정을 정보 소통량의 관점에서 파악하는데 도움이 될 수 있다.

사람들의 위험인식에 영향을 미치는 배경에는 단순히 뉴스 보도량이

나 정보 활용 때문만은 아니다. 미디어가 관련 정보를 어떤 속성(attributions)으로 구성해 전달하는가 하는 점도 영향을 미치는 중요한 요소이다. 따라서 정보 바이러스 확산에 따른 인포데믹 현상 역시 단순히 정보의 양적인 차원으로만 접근할 문제는 아니다. 건강위기 정보의 확산이 적절한 사회적 대응으로 이어지지 못하고, 부작용을 초래하는 현상의 이면에는 위험소통 메시지의 구성과 속성을 무시할 수 없다. 코로나19 언론 보도의 속성을 빅데이터 분석한 한 국내 연구에 따르면 “불안”, “공포”와 같은 자극적인 표현의 보도가 다수를 차지했다(김태중, 2020). 이는 언론들이 코로나19와 같은 위험이슈를 다룰 때 지나치게 선정적이고, 자극적인 묘사나 표현을 사용해 보도한다는 것을 보여준다. 김영옥(2014)은 국내 언론에 나타난 미디어 위험보도의 문제점을 대중적인 관심을 끌거나 비이성적 행위를 유도하는 점, 확률적인 속성을 잘못 전달하는 점, 기저율 제시 없이 위험을 추정하는 점, 새로운 위험에 주목하고 재앙 가능성을 강조하는 점, 위험보도에 정파적인 가치를 개입하는 점, 전문가의 과도한 시각을 반영하는 점을 꼽았다. 언론학자 김경희(2020)도 2020년 2월 13일 한 세미나에서 코로나19에 대한 한국 언론보도의 문제점으로 불확실한 정보출처, “패닉”, “대혼란”, “대란”, “공포”, “창궐”과 같은 과장 표현, 기저율을 무시한 확률제시, 다른 전염병과의 무조건적 비교 등을 들었다. 언론의 질병보도에 대한 연구자들의 이러한 비판적 견해는 바이러스 정보의 질적인 성분이나 특징 분석이 필요하다는 것을 뜻한다.

이와 관련해 해외에서도 코로나19 문제에 대한 속성 의제설정 연구가 일부 이루어졌다. 중국 연구자인 우(Wu, 2021)는 미디어가 코로나19 팬데믹을 어떤 속성으로 보도하는지 2차 의제설정 이론(second-level agenda setting)에 근거해 분석했다. 우(2021)는 미디어 의제설정 효과를 검증하지는 않았지만, 토픽 모델링 방법을 사용해 미국과 중국 주요일간지들이 코로나19 상황을 어떤 속성으로 보도하는지를 밝혔다. 분석결과, 중국 신문들은 “국내 경제”와 “국제 관계”에 대한 속성을, 미국 신문들

은 “가족 및 친구”와 “일상”에 대한 속성을 주요 의제로 다뤘다. 이에 반해 미국 연구자인 앤토나치(Antonacci, 2021)는 2차 의제설정 이론을 적용해 미디어 보도 속성이 정치적 평가로 어떻게 이어지는지 살펴보았다. 그는 미디어가 보도한 “백신”, “마스크”, “경제”, “학교/학생”, “바이든”, “봉쇄/검역”, “죽음”, “중국/중국인”, “팬데믹” 및 “트럼프”와 같은 언어 속성이 코로나 정책 문제를 다루는 정치적 인물 평가에 영향을 미친다는 사실을 밝혔다. 선행 연구들은 코로나19 위험정보 확산에 따른 인포데믹 현상을 의제형성이나 의제설정 이론에 근거해 설명이 가능하다는 것을 보여준다.

4) 커뮤니케이션 관점에서의 위험정보 확산

이 연구는 코로나19에 대한 미디어 보도양상에 이어 인포데믹의 사회적 전염효과 메커니즘을 입체적으로 논의해 보겠다. 구체적으로 위험정보의 사회적 확산 기제, 정보 바이러스의 비개인적 영향, 정보 바이러스에 대한 심리적 해석 틀로서 커뮤니케이션의 주요 이론을 제시해 보겠다. 본 연구자는 이들 이론들이 코로나19 인포데믹 현상이 사회적으로 어떻게 확산되는지 설명할 수 있는 유용한 도구로 이해한다.

(1) 위험정보와 위험의 사회적 확산 이론

위험의 사회적 확산 이론(social amplification of risk theory)은 재난이나 질병 같은 위험이슈의 사회적 전파 과정을 커뮤니케이션 차원에서 통합적으로 살펴볼 수 있는 이론의 하나이다(Kasperson et al., 1988). 위험의 사회적 확산 이론은 위험이슈에 대한 공중들의 인식과 행동이 심리적, 사회적, 문화적 관점에서 어떻게 더 강화, 확산되어 나가는지에 대한 과정을 추적해 볼 수 있다고 가정한다(Renn, 1991, p. 287). 위험이슈에 대한 사회적 확산과정은 크게 두 단계로 이뤄진다. 첫째는 정보의 전이 과정에 특정 정보가 확산되면서 사회적 반응을 격발시키고, 이어서 위험이 더 증폭되는 양상으로 나타난다(Renn, Burns, Kasperson, K

asperson, & Slovic, 1992). 전통의 위험 커뮤니케이션 이론들이 커뮤니케이션 과정의 한 부분에 집중했다면, 위험의 사회적 확산 이론은 위험이 어떻게 생성되고, 그것이 사회적으로 어떻게 확장 축소 되는지, 그리고 그 영향력이 어떻게 나타나는지에 대한 과정을 입체적으로 보여준다(Zhao & Wu, 2021). 한 마디로 위험의 사회적 확산 이론은 위험이 생성, 확산, 그리고 대응으로 이어지는 일련의 메커니즘을 설명해주는 통합 이론으로 볼 수 있다.

위험의 확산이나 감소의 과정은 정보 메커니즘과 반응 메커니즘에 의해 관찰된다(김영욱, 2014; Pidgeon, Kaspersen, & Slovic, 2003; Zhao & Wu, 2021). 즉, 정보가 만들어지는 생성 경위와 생성된 정보에 대한 사람들의 반응을 통해 위험의 확산기제(amplification mechanism)를 파악할 수 있다는 뜻이다. 위험의 사회적 확산기제는 결국 개인(예: 소셜 미디어 이용자)이나 집단(예: 기존 전통미디어)이 위험정보를 생산하거나 서로 주고받으면서 전달되어 나가는 과정에 정보를 해석하거나 사회문화적 맥락에 부합하도록 추론하는 과정으로 볼 수 있다. 이 과정에 대중 미디어는 특별히 위험정보 확산에 중추적인 역할을 수행한다.

위험의 사회적 확산 과정은 일반적으로 위험정보의 전달 메커니즘과 정보에 대한 사후적 반응 메커니즘을 통해 관찰된다(Kaspersen et al., 1988). 여기서 정보 전달 메커니즘은 미디어가 직접 생산하는 정보와, 이를 사람들이 2차적으로 전달하는 정보가 모두 해당된다. 정보 전달 메커니즘에서 중요하게 다뤄지는 변수에는 정보의 양, 정보의 성격(속성), 정보의 극화 정도, 그리고 정보의 상징적인 함의 등이 포함된다(Kaspersen et al., 1988). 앞에서 설명한대로 위험정보가 지나치게 확산되는 일차적 원인은 미디어에 의한 과도한 정보유통에서 출발한다(Mazur, 1984). 미디어가 공포심을 자극하는 사실이나 표현을 반복적으로 내보내거나 위험 요소를 강조하면 정보 수용 주체들의 위험지각은 커질 수밖에

없다. 예를 들어 미디어가 코로나19 정보처럼 과도하게 많이 보도하거나, 부정적 속성으로 다루면 위험에 대한 공중의 반응은 한층 강화되어 나타난다. 인포데믹은 정보의 양적 측면에서뿐 아니라, 정보의 질적 측면에서 위험의 사회적 확산 과정을 극명하게 보여주는 사례로 볼 수 있다.

이에 반해 위험 확산의 반응 메커니즘은 사람들이 위험정보를 특정한 방향으로 단순화해 인식함으로써 편향이나 왜곡이 일어난다는 가정에서 출발한다. 사람들은 불확실한 위험정보에 직면했을 때 이를 합리적으로 처리하기보다는 휴리스틱(heuristic)에 의해 직관적으로 처리하고, 이 과정에 합리적인 의사결정에 이르는데 실패한다(Griffin, Neuwirth, Giese, & Dunwoody, 2002). 사람들이 특정 대상이나 인물을 부정적으로 인식하는 “낙인효과”가 대표적이다. 사람들은 이해하기 힘들거나, 과거에 경험을 했거나, 익숙하지 않거나, 불확실할 위험정보에 대해서는 즉흥적으로 받아들이거나 선입견을 갖고 잘못된 해석을 하는 경향을 보인다. 공중의 위험정보 처리와 관련한 이론인 휴리스틱-체계 모델(Heuristic-Systematic Model, Griffin et al., 2002)에 따르면 사람들은 복잡하고, 불확실한 문제일수록 관련 정보를 주변부적 단서나 낮은 인지정보 단계를 통해 처리한다. 이 과정에 정보의 해석적 오류나 편견이 발생한다.

사회적 위험 확산에 따른 불안이나 공포도 결국은 정보의 특성이 불확실할 때 체계적이고 정교한 정보처리 단계에 이르지 못함으로써 증폭된다. 코로나19 정보는 사회적 위험 확산을 통해 증폭된 대표적 사례로 볼 수 있다. 코로나19 위험이슈를 사회적 확산 이론에 적용한 선행 연구로는 중국 소셜 네트워크 서비스인 웨이보(Weibo)의 대중 위험인식과 코로나19 전염병 확산 간의 상관관계에 대한 분석이 있다(Fan, 2020). 이 분석결과에 따르면, 미디어를 통한 위험 커뮤니케이션과 위험의 사회적 증폭과의 관계가 일치했다. 베트남 언론학자인 응꾸옌과 응꾸옌(Nguyen & Nguyen, 2020)도 소셜 미디어 상에 코로나19 위험이 어떻게

확산되는지 위협의 사회적 확산 이론을 적용해 살펴보았다. 그 결과, 소셜 미디어 공간에서 코로나바이러스 정보가 폭증함에 따라 오류와 허위 정보와 비시민적 정보가 사회적 공론장을 지배했으며, 이에 따라 대중들의 불안과 공포에 따른 행동 역시 민감하게 촉발됐다.

위험의 사회적 확산 이론은 위험에 포위된 개인은 물론 집단, 조직, 사회, 국가의 구성원들이 관련 정보를 둘러싸고 상호작용하는 과정을 설명해주는 틀의 하나이다. 현대 네트워크 사회에서는 위험지각이나 인식이 어느 특정 단위집단에 제한되지 않는다. 오히려 반대로 여러 경험주체들이 위험에 대해 직접적인 경험을 하는 동시에 미디어 보도나 주변 사람들과의 상호작용적 대화를 통해 간접 경험을 공유한다. 오늘날 위험정보는 주로 소셜 미디어를 통해 개인, 집단, 조직, 사회 등 다양한 위험관련 주체들에게 전달되며, 활발한 상호작용을 통해 궁극적으로 오류정보와 함께 불안, 공포와 같은 부정적인 감정을 증폭시킨다(Nguyen & Nguyen, 2020). 위험은 결국 위험 자체가 지니고 있는 속성, 미디어를 통한 정보 확산, 위험정보를 받아들이는 사람들의 해석방식에 의해 사회에 확산되어 나간다고 볼 수 있다. 코로나19에 대한 인포데믹 역시 불확실한 속성의 정보가 미디어를 통해 대량 유통되면서 사람들의 위험지각을 강화하는 쪽으로 작용한다고 가정해 볼 수 있다. 그러나 미디어가 양산하는 위험정보가 타자들에게 어떻게 영향을 미치는가에 대한 간접적 평가는 충분히 알려져 있지 않다. 위험정보에 대한 타자들의 인식에 대한 간접 평가는 여론시장 형성에 긍정적(또는 부정적) 영향을 미치기 때문에 이에 대한 검토 역시 필요하다.

(2) 위험정보와 비개인적 영향

사람들은 위험상황에 대해 자신보다 타인들의 행동에 더 민감하게 반응하는 것으로 알려져 있다(Bavel et al., 2020). 사람들은 사회적 위험상황을 단순히 개인 자신의 경험에만 의존해 평가하지는 않는다. 대신 주변 사

람들이 무엇을 하고, 무엇을 생각하는지, 그리고 무엇을 수용하고 거부하는가에 대한 관찰을 통해 사회적 규범들(social norms)에 맞춰 자신의 행동을 결정한다(Cialdini & Goldstein, 2004). 사람들은 이처럼 익명의 사회적 집단들이 어떤 반응을 하는지에 대한 끊임없는 관찰을 통해 자신이 직면하고 있는 위협의 정도를 평가한다(Damstra, Boukes & Vliegenthart, 2018). 자신이 직접 만나지 못한 타자에 대한 간접 평가를 할 수 있는 주요 채널 가운데 하나가 미디어이다. 미디어는 다수의 여론을 전달하는 기능을 수행하기 때문에 타인들이 특정 문제에 대해 어떤 생각을 하고, 행동을 하는지 파악할 수 있는 단서를 제공해 준다. 예를 들어 미디어가 코로나 백신 접종률이 늘어나고 있다는 사실을 보도하면 백신 접종에 대한 개인적인 거부감이 줄어들 수 있다. 미디어가 어떤 위협이 슈를 자주, 그리고 지나치게 과잉 보도하면 타자에 대한 여론추정 과정에 왜곡이 더 쉽게 일어난다(이완수·최명일·유재웅, 2020). 오늘날 주요 대중매체로 등장한 소셜 미디어는 ‘친구’, ‘친구의 친구’, 그리고 ‘친구의 친구의 친구’에게 관련 정보를 확산하는 매개 역할을 함으로써 사람들이 이를 통해 위협에 대한 타인의 여론을 더 광범위하게 탐지한다(Van Bavel et al., 2020). 미디어가 특정 문제를 과도하게 생산, 유통하면 사람들은 자연스럽게 해당 정보에 많이 노출되고, 타자들의 행동을 더 많이 탐색하게 된다. 예컨대 코로나19 상황에 대한 사회적 정보에 자주 노출되면 그 정보의 방향에 따라 자신의 위험인식이나 예방행동을 바꿀 개연성이 커진다.

사람들이 위협 상황에서 타인들(others)의 태도, 신념, 경험을 어떻게 참조하는가 하는 점을 파악하는 일은 매우 중요한 문제이다. 그것은 타인의 여론에 대한 평가가 개별 행위 주체자의 선택과 의사결정 과정에 영향을 미치기 때문이다(이완수 등, 2020; Bavel et al., 2020). 이에 대한 이론이 바로 정치커뮤니케이션 학자인 머츠(Mutz, 1992)가 사회적 영향 과정(social influence process)을 설명하기 위해 제안한 비개인적 영향 가설(impersonal influence hypothesis)이다. 비개인적 영

향 가설은 어떤 문제에 대해 개인 자신의 직접적인 평가와 주변 사람들의 집단적 인식에 대한 자신의 간접적인 평가 사이에 “분화(compartmentalization)”가 존재한다고 가정한다(Mutz, 1998). 일반적으로 불확실한 위험상황에서는 개인의 독자적 판단보다는 주변 사람들에게 나타나는 행동에 대한 간접 평가가 자신의 판단 기준이 되는 경우가 더 많다. 미디어 보도가 이 과정에 영향을 미치면서 위협의 사회적 지각이 실제보다 과도하게 부풀려 인식될 수 있다. 인포데믹 현상은 미디어의 과도한 보도에 의해 자신도 영향을 받지만, 타자들이 더 크게 영향을 받을 것이라는 “여론의 과잉 지각” 때문에 일어난다.

흥미로운 사실은 사람들이 위험정보에 노출되었을 때 자신이 타자들에 비해 덜 부정적으로 영향을 받는다고 평가한다는 점이다(Bavel et al., 2020; Shepperd, Carroll, & Grace, 2002; Weinstein, 1989). 자신에 대한 이런 “낙관적 편향(optimism bias)”은 불안과 공포에 대한 그릇된 환상을 심어줘 보건예방 행동에 소극적이게 만들 수 있다(Van Bavel et al., 2020). 이완수와 그의 연구 동료들(2020)은 비개인적 영향 가설을 적용해 코로나19 경제위기에 대한 개인 자신과 집단적 타자들의 평가를 측정한 결과, 자신보다 타인들이 위기를 더 크게 느낄 것이라고 추정했다. 이 연구는 질병 위험문제에 대한 지각의 차이를 살펴본 것은 아니지만, 위기상황에 대한 “개인의 경험 영역”과 “다중의 추정 영역” 간에 차이가 난다는 점을 보여준다. 그러나 현대 사회에서 사람들은 익명의 타자들이 지니고 있는 생각, 태도, 그리고 행동을 다 알 수는 없다. 이러한 여론 지형을 미디어가 대신 알려준다. 다시 말하면, 미디어가 어떻게 보도하는가에 따라 개인 자신의 생각과 멀리 떨어져 존재하는 타자들의 추정치에 대한 평가 간에 간격이 커진다. 현대 사회에서는 매스 미디어가 특정 여론이나 사회적 분위기를 전달하는데 더 많은 시간과 관심을 기울인다. 이 과정에 타자에 대한 개인의 평가에 미치는 미디어의 영향력은 커진다(Mutz, 1992). 예컨대, 코로나19에 대한 개인의 위험지각은 상당 부분

미디어가 전달하는 익명의 집단 구성원들이 드러내는 태도와 행동(그것은 때로 올바른 태도나 행동이 아닐 수 있다)에 대한 간접적인 정보로부터 영향을 받아 형성된 것이라고 볼 수 있다. 개인 자신의 평가와 타자의 인식에 대한 간접 평가를 비교해 볼 수 있는 “비개인적 영향 가설”은 넓게 보면 위험정보가 사회적으로 어떻게 확산되는지 잘 보여준다. 위험정보에 대한 비개인적 영향의 일차적 주체는 미디어라고 할 수 있다. 미디어의 이런 기능을 바탕으로 정보 수용주체자인 개인들은 인포데믹 현상을 어떻게 인식하는지 살펴보겠다.

(3) 미디어의 위험정보와 위험환경 지각

코로나19 인포데믹 현상은 일차적으로 미디어를 통해 나타난다. 사람들은 미디어가 생산한 정보에 반복적으로 노출되면 그런 정보환경을 자신의 실제 환경으로 인식한다. 인포데믹은 미디어가 만들어낸 “가상의 정보 바이러스 사회”라고 할 수 있다. 따라서 인포데믹은 사람들로 하여금 실제 상황보다 훨씬 위험한 상황으로 지각하게 만든다. 미디어가 제시하는 위험정보에 의해 형성된 환경에 대한 지각을 밝혀보는 해석적 틀 가운데 하나가 배양 효과 이론(cultivation theory)이다. 배양효과 이론은 사람들이 TV 시청에 지나치게 많은 시간을 소비하면, TV 속 현실을 마치 실제 사회현실처럼 받아들인다고 가정한다(Gerbner & Gross, 1976). 이는 달리 말하면, 사람들은 어떤 미디어이든 이용을 많이 하면 할수록 미디어 상에 재현되는 모습을 자신이 살고 있는 실제 사회현실로 일치화시켜 받아들인다는 것이다. 마찬가지로 인포데믹 현상처럼 정보가 과잉적으로 생산되는 사회 환경에서도 배양효과가 발생한다. 배양효과 이론은 원래 TV 시청수준에 따라 사회현실 지각에 차이가 있다는 가설에서 출발했지만, 미디어에 의해 유발된 인포데믹도 사람들의 사회현실 인식을 바꾸는데 영향을 미친다. 우리는 코로나19 위험정보에 과잉 노출되면 “미디어 현실(media reality)”을 “실제 현실(real reality)”과 동일시한다(Tsoy et al., 2021).

이러한 배양 효과를 위험이슈 사례를 통해 검증한 연구는 많다. 메스흐 등(Mesch, Schwirian, & Kolobov, 2013)의 연구에 따르면 H1N1 감염에 대한 두려움의 정도는 소셜 미디어를 이용한 시간이나 정보량과 상관관계를 보였으며, 가르핀 등(Garfin, Siver, & Holman, 2020)은 코로나19 사례를 적용해 유사한 결과를 얻었다. 또한 티소이 등(Tsoy et al., 2021)은 위험상황에서 스트레스와 불안의 증가는 미디어 정보 이용량과 일치한다는 사실을 보고했다. 예를 들어 사람들은 코로나19에 대한 위험성을 다루는 각종의 미디어를 많이 이용하면 자신이 살고 있는 사회현실이 코로나19로부터 심각한 위험상황에 놓여있다고 지각하기 쉽다. 코로나19 인포데믹 현상은 사람들이 미디어를 통해 관련 정보에 지나치게 노출된 사회적 병리현상으로 미디어 배양효과 이론을 적용해 설명해 볼 수 있다.

배양효과 이론은 정보의 이용수준이 독립변수이기 때문에 정보의 노출정도를 중요하게 고려할 필요가 있다. 특히 정보 노출 측면에서 주목되는 매체 가운데 하나가 소셜 미디어이다(Cinelli et al., 2020). 선행연구를 보면, 소셜 미디어의 노출이 전통 미디어의 노출보다 위험인식에 대한 배양효과를 더 강화시킨다(Ng, Yang, & Vishwanath, 2018). 배양효과는 전통 매체와는 달리 특정 위험정보의 노출이 빈번하게 이뤄지는 소셜 미디어에 의해 더 뚜렷이 나타난다는 사실을 보여준다(Garfin et al., 2020; Tsoy et al., 2021). 소셜 미디어 환경에서는 무엇보다 사람들이 자신을 둘러싼 비교적 가까운 이웃들의 위험 환경을 관찰할 수 있기 때문에 사회적 위험 감정이 더 커질 수밖에 없다.

5) 행동과학적 관점에서의 위험정보와 인지체계

(1) 감정정보와 행동변화

감정은 사람들의 행동을 변화시키는데 직접적으로 영향을 미치는 것으로

알려져 있다. 사람들은 위협이나 공포감정이 커지면 자신을 보호하기 위한 행동에 들어간다(Razarus, 1991). 예를 들어 두려움은 문제 기피나 문제 해결을 탐색하는 행동을 낳는다(Tsoy et al., 2021). 위협정보 덩어리로 볼 수 있는 인포데믹은 사람들의 감정을 자극할 수 있고, 그 감정은 행동의 변화로 이어질 수 있다. 공포견인 모델(fear drive model)은 사람들이 외부의 감정 정보에 의해 위험환경을 어떻게 지각하는지 보여주는 이론의 하나이다. 공포견인 모델은 감정이 행동결과를 바꾸거나 위협인식을 통해 예방행동을 강화시키는데 영향을 미친다고 가정한다(Turner & Underhill, 2012). 다시 말하면, 공포의 증감에 따라 예방행동에 참여하는 수준이 결정된다고 본다.

일부 선행 연구들(Ali et al., 2019; Hartmann et al., 2014; LaTour & Tanner, 2003)은 라돈 가스 오염 사건에 대한 두려움과 예방행동 사이의 관계를 공포견인 모델을 적용해 살펴 본 결과, 서로 정적 관계가 있음을 확인했다. 라돈 가스 감염에 대한 두려움이 클수록 예방행동 동기가 커진다는 것이다. 또한 일부 연구자들은 인간이 환경적 위험을 더 두려워할수록 환경 친화적인 행동에 더 적극적으로 참여한다는 사실을 밝혀냈다(Hartmann et al., 2014). 그러나 이들 선행연구에서 간과하고 있는 점이 공포견인을 하는 매개의 주체가 누구인가 하는 점이다. 사람들은 급격한 사회적 변화나 사회적 갈등, 또는 위험성이 클수록 미디어가 제공하는 정보에 더 의존한다(Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). 공포견인 모델을 적용한 연구가 타당성을 인정받기 위해서는 무엇보다 사람들이 느끼는 위협에 대한 두려움과 행동을 미디어가 어떻게 매개하는지 살펴보는 것이 전제되어야 한다.

본 연구자는 미디어가 제공하는 위협정보가 감정을 촉발시키고, 이 감정이 사회적 위험현실에 대한 인식이나 행동변화로 이어진다고 보았다. 인포데믹 역시 일종의 감정 정보로써 사람들의 위협인식에 영향을 미치고 나아가 예방행동으로 이어질 수 있다. 공포견인 모델은 감정 정보로써 인

포데믹 현상이 사람들의 위험 심리에 어떻게 영향을 미치는지 살펴볼 수 있는 유용한 이론 틀이라고 하겠다. 미디어는 위험한 이슈일수록 공포나 불안과 같은 감정 언어를 많이 사용한다. 언론이 사용하는 감정언어는 사람들에게 자신이 위험 환경에 놓여 있다는 인식을 심어주며, 자연히 자신을 보호하기 위해 친환경적 행동을 보이는 쪽으로 견인한다. 국내 연구에서도 코로나19에 대한 미디어 보도가 공포나 불안에 대한 표현을 많이 사용했으며(김태중, 2020), 이러한 보도언어가 폭발적으로 쏟아지면서(이해수, 2020), 사회 환경에 대한 위험인식이 커졌다(Huynh, 2020). 이들 연구 역시 공포견인 모델의 이론적 틀을 충족한다.

위험인식이나 예방행동은 결국 정보 해석주체자인 개인의 감정에 의해 결정되지만, 현대 사회에서 이 감정체계는 미디어가 주로 결정한다(Konijn, 2013). 미디어가 긍정적 감정언어를 사용했을 경우와 반대로 부정적 감정언어를 사용했을 때 위험에 대한 개인적 경각심은 다르며, 위험인식과 행동 역시 다르게 동기화 된다(Tsoy et al., 2021). 특히 공포나 불안과 같은 극단적 보도언어는 위험문제에 대한 공포감을 고조시키고, 신속한 예방행동으로 이끈다. 우리는 지금까지 사람들이 위험정보에 노출되었을 때 어떤 심리적 반응을 보이는지 살펴보았다. 그러나 사람들이 특정 정보에 과도하게 노출되었을 때 그 정보를 정교하게 처리하는지, 아니면 직관적으로 처리하는지 알 수 없다. 정보처리 과정은 전적으로 인지체계에 관한 문제로 이에 대한 이론적 검토가 필요하다.

(2) 정보 과잉 요인과 인지 과부하

코로나19 발생이후 “위험정보 과잉화”는 일상적 사회 현상이 되었다. 미디어가 오늘날 새로운 지식과 정보를 쏟아냄으로써 사람들은 정보 과잉화에 직면했으며(Sweller, 2011), 특히 코로나19 발생 이후 인지 과부하가 커졌다(Islam et al., 2020). 정보 소통채널이 다원화되면서 정보 과잉화, 커뮤니케이션 과잉화, 사회적 과잉화로 소셜 미디어 피로증(social m

edia fatigue)이 유발된다. 그러나 코로나 인포데믹 현상을 인지 과부하와 연결해 이론적으로 규명한 연구는 많지 않다. 특히 코로나19 인포데믹과 같은 “정보 쓰나미”의 사회적 유발 배경과 인지 과부하에 미치는 과정을 이론적으로 설명한 예는 많지 않다. 코로나19와 같은 사회적 위험이슈가 미디어의 매개에 의해 인포데믹으로 전환되는 사회적 배경을 설명하는 해석적 틀의 하나가 행위유발성 이론(affordance theory)이다. 심리학자 깁슨과 카미첼(Gibson & Carmichael, 1966)에 의해 개념화된 행위유발성 이론은 행위자가 특수한 상황에서 실행하는 잠재적 행동을 설명해준다. 노만(Norman, 1988)은 깁슨 등의 초기 이론을 확장해 행위유발을 대상, 가치, 사상, 그리고 개인의 능력에 주목해 이를 토대로 기술적 행위유발성(technical affordance), 개인적 행위유발성(individual affordance), 그리고 맥락적 행위유발성(contextual affordance) 등 3가지 개념으로 구체화했다. 이를 코로나19 이슈에 적용하면, 기술적 행위유발성은 기술(technology)이 “소셜 미디어”와 같은 새로운 플랫폼을 제공하고, 코로나 정보 과잉화를 불러온 요인으로 평가한다. 개인적 행위유발성은 개인이 관심 있는 분야의 정보를 소셜 미디어 등 다양한 정보 채널을 통해 집중 탐색하거나 공유하는 것을 의미한다(Islam et al., 2020). 최근 다양한 뉴미디어 채널이 생겨나면서 정보 노출 공간이 자연스럽게 커졌으며, 이로 인해 인포데믹 현상이 더 광범위하게 나타난다. 이에 반해 맥락적 행위유발성은 코로나19와 같은 팬데믹 문제가 질병, 정책, 보건역학에 대한 대응과 같은 수없이 많은 뉴스 정보를 생산하는 “새로운 상황(new situation)”을 만들어내는 원인으로 간주한다(Islam et al., 2020).

단편적인 정보전달이 이루어졌던 과거와는 달리 오늘날은 복합적 정보를 동시다발적으로 전달하는 정보환경으로 변화했다. 한국 사회도 소셜 미디어와 같은 네트워크에 의해 정보공유 공간이 넓어졌고, 사회 집단 간의 의제 논쟁이 치열해지면서 맥락적 행위유발성이 용이한 환경에 놓여 있다고 하겠다. 코로나19 예방 대책에 대한 이념적 대립도 맥락적 행

위유발의 한 사례로 볼 수 있다. 사람들이 소셜 미디어를 통해 불확실하고, 모호하고, 부정확한 정보를 대량으로 소비할 경우 인지 과부하와 정보 피로증은 피할 수 없다.

사람들이 정보를 처리하는 과정에 개입하는 인지체계에 대한 논의는 정보에 대한 올바른 판단과 해석의 정도를 가늠해 볼 수 있다는 점에서 중요하다. 지금까지 알려진 많은 연구들은 사람들이 정보처리 과정에 인지적 한계가 명백하다는 점을 지적해 왔다(Gigerenzer, Fiedler, & Olsson, 2012 참조). 정보 과잉은 인지 부하로 이어지고, 결국에 정보 피로증이 커지면서 올바른 정보 해석에 이르지 못하는 결과를 낳는다. 따라서 코로나19 발생에 따른 인포데믹과 같은 정보 피로증은 인지 부하 이론(cognitive load theory)(Bright, Kleiser, & Grau, 2015; Islam et al., 2018) 관점에서 설명해 볼 수 있다. 인지 부하 이론(CLT)에 따르면 사람들은 너무 많은 불확실 정보에 노출되며, 새로운 정보나 지식을 적극적으로 수용하기보다는, 반대로 익숙하고 편안한 선행지식에 안주하는 경향을 보인다(Shabani, Khatib, & Ebadi, 2010). 사람들이 자주 보이는 특정 정보에 대한 확증편향도 이런 인지 부하에 따른 자연스러운 반응으로 볼 수 있다. 사람들은 자신의 신념체계와 다른 정보에 직면하면 이를 적극적으로 분석하고, 해석하기보다는 자신의 기존 신념에 부합하는 정보만을 선택적으로 수용한다(Stocking & Gross, 1989). 이런 심리적 반응은 자신이 납득하기 어려운 정보처리를 위해 필요한 에너지 소모를 줄이기 위해서이다.

소셜 미디어 등장 이후 정보 과부하가 가중되고 있는 점은 자연스러운 현상이다. 이슬람 등(Islam et al., 2018)은 이런 현상을 “소셜 미디어 피로증(social media fatigue)”으로 부르고, 여기에는 정보와 커뮤니케이션 과부하, 사회적 과부하, 연결 과부하가 복합적으로 영향을 미친다고 밝혔다. 소셜 미디어가 수없이 많은 뉴스나 정보를 확산시키고, 사람들이 이 소셜 미디어상에 공유된 링크를 통해 문제의 뉴스나 정보를 읽

는다는 점에서(Allcott & Gentzkow, 2017; Ku et al., 2019), 소셜 미디어는 정보 피로증을 유발하는 주요한 매개 요인으로 볼 수 있다.

문제는 사람들이 정보 과잉에 따른 인지 부하로 정보 피로증을 느끼고, 이에 따라 정보 해석에 어려움을 겪는다는 점이다. 인간이 지니고 있는 기억 시스템은 제한적이어서 코로나19 문제처럼 너무 많은, 그리고 복잡한 정보가 한꺼번에 쏟아지면 과부하가 일어날 수밖에 없다. 그리고 사람들은 이들 정보를 효과적으로 처리하는데 어려움을 겪을 수밖에 없다(Sweller, 2011). 사람들은 소량의 새로운 정보는 처리가 가능하지만, 불확실하거나 과도한 정보에 노출되었을 때에는 지식을 배우고 습득하기가 쉽지 않다(Paas, Renkl, & Sweller, 2003; Sweller, 2011). 라토와 그의 연구 동료들(Laato et al., 2020)은 사람들이 왜 소셜 미디어를 통해 미확인 코로나19 정보를 공유하는지에 대한 흥미로운 연구를 수행했다. 이들 연구에 따르면, 사람들은 정보 과부하가 커질수록 개인의 판단에 의존하기보다는 타인의 정보처리 결과를 참고해 자신의 인지 에너지 소모를 최대한 줄이고, 정보 오류의 가능성을 줄이려는 심리적 반응을 보인다.

인지 부하가 사람들의 정보처리에 어려움을 주는 이유는 인지 부하가 지니고 있는 특성 때문이다. 인지 부하는 크게 본질적 부하(intrinsic load), 관련성 부하(germane load), 그리고 비관련성 부하(extraneous load)로 구성되어 있다(Sweller, 2010). 이들 인지 부하 구성은 정보 처리 과정에 미치는 내·외부적 메커니즘과 관계가 깊다. 본질적 인지 부하는 정보를 처리하는 과정에 영향을 미치는 개인의 고유한 심리적 상태나 선유지식(prior knowledge)과 관련된 개념이다. 사람들이 정보처리 과정에 보여주는 감정적 사고인 시스템 1 사고와 숙고적 사고인 시스템 2 사고가 대표적인 예이다(Burns & Slovic, 2012). 예컨대 사람들은 인포데믹과 같은 불확실하고 복잡한 과잉정보에 대해서는 인지 부하를 피하기 위한 전략으로 시스템 1 사고로 정보를 처리할 가능성이 많다.

관련성 부하는 정보를 전이하는 작동기억으로부터 스키마로 불리는 장기 기억에 이르는 잠재의식적 부하(負荷)를 의미한다. 일종의 단기 기억이 장기 기억으로 어떻게 전환되는지를 설명하는 틀로 볼 수 있다. 인포데믹은 관련성 정보 부하를 통해 코로나19에 대한 단기 기억이 분산되어 불완전한 위험 장기 기억으로 전이되는 과정에 형성된다. 이에 반해 비 관련성 부하는 인간 두뇌에 반응을 불러일으키는 외부의 환경적 자극을 의미하는 개념으로 대표적인 예가 인간-컴퓨터 간의 상호작용(HCI)을 들 수 있다(Islam et al., 2020). 코로나19 문제와 같은 외부 환경에 의한 복잡한 자극에 따라 사람들이 어떻게 반응하는가 하는 이른바 자극과 반응(S-R)의 관계가 비관련 부하의 예가 될 수 있겠다.

오늘날 소셜 미디어와 같은 정보 공유망이 커지면서 인지 부하가 일어나고, 이른바 소셜 미디어 피로증(SMF)이 유발되는 것도 바로 정보 과잉에 따른 부작용의 한 예로 볼 수 있다(Islam et al., 2020). SMF는 정보 혹은 커뮤니케이션 과부하(Bright et al., 2015)와 소셜 미디어 이용으로부터 느끼는 주관적인 피로 정도를 의미한다(Islam et al., 2016). 이슬람 등(Islam et al., 2020)은 코로나19 팬데믹에 대한 소셜 미디어 정보처리에 대한 사람들의 태도를 검정한 결과 미확인 정보를 많이 공유할수록 정보 피로감을 더 크게 느꼈다. 결과적으로 소셜 미디어로부터 쏟아지는 새로운 지식과 정보로 인해 초래되는 정보 과부하는 정보 피로증을 강화시킨다는 가정을 세워볼 수 있다(Bright et al., 2015). 정보 피로증은 코로나19 상황과 같은 불명확하고, 모호하고, 부정확한 정보의 과잉화에 따라 사람들이 관련 정보를 해석하거나 합리적 선택을 하는데 방해를 한다(Laato et al., 2020; Samson & Kostyszyn, 2015). 인포데믹은 대표적인 불확실한 과잉 정보 영역으로 볼 수 있다. 따라서 인포데믹 현상은 정보 특성상 인지 부하와 정보 피로증을 수반한다. 이러한 전제 위에서 사람들이 정보 과잉 상황에 직면했을 때 관련 정보를 어떻게 처리하는지 개념적으로 살펴볼 필요가 있다.

(3) 불확실한 정보와 휴리스틱한 사고

사람들이 건강과 관련되어 있는 코로나19처럼 중요한 정보를 판단하고, 평가할 때 아무 의심 없이 받아들이기는 어렵다. 하지만 인간들이 보이는 정보처리 기제를 관찰해보면 오히려 그 반대의 경우가 많다. 인지 심리학자인 허버트 사이먼(H. Simon, 1957)은 일찍이 “제한된 합리성 (bounded rationality)” 개념을 통해 인간들에게 나타나는 정보 처리의 근본적 한계를 설명했다. 사이먼(Simon, 1972, 1990)은 인간은 지식, 계산, 추론과 같은 인지능력의 한계 때문에 합리적 의사결정을 하는데 자주 어려움을 겪는다고 주장했다. 사람들은 잘 알지 못하는 불확실한 정보일수록 직관적으로 해석하고, 판단하는 비합리적 태도를 보인다 (Kahneman, Slovic, Slovic, & Tversky, 1982). 다수의 인지 심리학자의 주장에 근거해 볼 때 사람들은 경험하기 어려운 정체가 불명확한 코로나19 인포데믹 현상을 정교하게 해석하기는 쉽지 않다. 코로나19에 대한 정보는 수없이 많다. 코로나19는 정보 해석과정에 많은 인지 에너지가 투입되어야만 해석이 가능한 영역이다. 인지능력에 한계가 있는 일반인들이 복잡하고, 불확실한 코로나19 정보 영역을 제대로 이해하기는 쉽지 않다. 복잡하고 불확실한 정보일수록 해석과정에 인지 에너지를 더 많이 필요로 하기 때문이다. 달리 말하면, 인지 에너지 투입량이 부족하면 합리적 선택에 도달하기가 어렵다는 뜻이다.

사이먼은 사람들이 어떤 대상에 대해 판단행위를 할 때 그들이 활동하는 세상의 “바깥환경(outer of environment)”에 영향을 받기도 하지만, 현실적으로는 사람의 마음, 기억내용, 의사결정 과정과 관련되어있는 “마음의 내적 환경(inner environment of people’s mind)”에 의해 상당부분 영향을 받는다고 주장한다(Simon, 2000, p. 25). 여기서 “마음의 내적 환경”은 정보를 처리하는 사람의 인지 시스템이라고 할 수 있다. 정보 처리과정에 작용하는 “내적 환경”은 앞서 인지 부하 이론에서 설명한 “본질적 부하” 개념과 상당히 유사하다. 많은 행동경제학자들은 고전

경제학자들이 기대효용 이론에서 주장하는 것과는 달리 사람들은 완전히 이성적이거나, 논리적이거나, 합리적이다는 가정을 의심(여기서 “의심”은 “부정”을 의미하는 것은 아니다)한다(Tomono, 2007). 대신 이들 행동경제학자들에 따르면, 사람들은 불확실한 상황에서 대안을 찾고, 결과를 계산하고 추론할 수 있는 인지적 능력의 한계 때문에 분석적이고 숙고적인 이른바 “시스템 2 사고”를 하지 않는다(Kahneman, 1982).

사이먼이 개념화한 “제한된 합리성” 개념에 대한 아이디어는 1980년대 중반에 접어들면서 트버스키, 카네만, 슬로빅과 같은 일군의 행동경제학자들에 의해 휴리스틱과 시스템 1, 2사고라는 개념으로 확장되었다. 이들 행동경제학자들은 사람들이 불확실한 상황에 대해 판단하거나 선택을 할 때 휴리스틱을 사용하며, 이 때문에 편향이 자주 일어난다고 밝혀 사이먼의 “제한된 비합리성”을 뒷받침했다. 이들 연구자들은 “휴리스틱”을 사람들이 사물을 판단할 때 짐작이나 어림셈법, 즉 단순한 직관으로 접근함으로써 편향이 일어나고, 결국 합리적 선택에 이르지 못하는 개념으로 보았다. 따라서 휴리스틱을 기반으로 하는 사고(heuristic-based thinking)는 중요한 문제에서조차 종종 오류를 범하는 원인이 된다(Kahneman, 2011; Tversky & Kahneman, 1974). 코로나19에 대해 사람들이 보이는 비이성적 과열반응도 그런 측면에서 이해해 볼 수 있다. 사람들은 코로나19와 같은 중요하지만 상황이 복잡하고 난해한 정보일수록 합리적으로 판단할 확률이 낮아진다. 더구나 관련 정보가 양적으로 과도하게 많은 인포데믹의 성격으로 전환되면 정보처리에 더 큰 애로를 겪을 수밖에 없다.

사람들은 바이러스 공포처럼 위험한 상황에 직면하면, 진화론적으로 그것을 정확히 알아보기 위해 높은 수준의 인지 에너지를 투입하는 대신에 위험을 벗어나기 위해 곧바로 위험회피를 위한 즉흥적인 행동에 들어간다. 위험 공포에 대한 이런 비이성적 반응은 행동경제학적 이론으로 설명해 볼 수 있다. 수피와 그의 연구 동료들(Soofi, Najafi, & Karami-Matin, 2

020)은 프레이밍 효과(framing effect), 낙관적 편향(optimism bias), 감정 휴리스틱(affect heuristic), 그리고 집단행동(herding behavior)과 같은 행동경제학적 개념 내지 이론을 통해 코로나19 팬데믹 상황에서 왜 사람들이 “비이성적 행동”을 하는지에 대해 설명을 시도했다. 이들 연구자들이 제안한 행동경제학 이론들은 평소 사람들에게 보편적으로 발견되는 인지적 한계와 비합리적 행동을 적절히 설명해주기 때문이다. 예컨대 프레임 관점에서 정보 메시지가 손실 프레임(loss frame)일 경우에는 질병 탐지 행동이, 이득 프레임(gain frame)의 경우에는 질병 예방행동을 촉진시킨다. 이는 한국 속담의 조삼모사(朝三暮四)처럼 메시지 프레임 변화에 따라 행동의 변화가 다르게 나타날 수 있다는 의미이다(노성종·이원수, 2013). 낙관적 편향성 관점에서도 비대칭적 인식이 나타난다. 사람들은 부정적인 결과는 자신에게 그다지 영향을 미치지 않는다고 생각하지만, 다른 사람들에게는 영향을 더 많이 미친다는 비대칭적 인식을 드러낸다. 사람들은 긍정적인 결과는 평균보다 자신에게 더 자주 일어나지만, 반대로 부정적인 결과는 평균보다 자신에게 더 적게 일어난다고 평가한다. 손을 씻거나 사회적 거리두기를 하면 자신은 감염 가능성이 상대적으로 줄어들지만, 반대로 손을 씻지 않거나 사회적 거리두기를 제대로 하지 않았을 경우에는 다른 사람이 자신보다 더 쉽게 감염될 가능성이 커진다는 반응을 보인다. 집단행동의 경우에도 행동의 비합리성이 발견된다. 예를 들어 주변의 많은 사람들이 사회적 거리두기를 한다던가, 또는 백신을 접종한다던가 하는 메시지는 개인 자신의 행동을 사회적 규범에 맞춰 변화시킨다. 이러한 일관성 없는 행동변화는 고전 경제학자들이 주장해 온 합리적 인간에게는 일어날 수 없는 일이다.

행동경제학자들은 사람들이 무한한 합리성이나 의지력을 가지고 있다는 가정을 의심한다(Tomono, 2007). 또한 표준 경제학 이론에서 가정하는 효능 극대화나 합리적인 의사결정자로서 인간상을 부정한다(Thaler, 2016). 결론적으로 행동경제학 분야는 심리학, 신경과학, 그리고

인지과학 분야의 통찰력을 사용하여 사람들의 행동이 합리적 선택 이론(rational choice theory)에서 어떻게 벗어나 있는지, 사람들의 단기 결정이 때때로 언제, 그리고 어떻게 장기적 선택을 저해하는지 설명하는데 도움을 준다(Soofi et al., 2020).

문제는 이런 인지적 노력이 결여된 직감이나 감정적 판단이 과도한 반응이나 엉뚱한 오판으로 이어질 수 있다는데 있다. 코로나19 발생 직후에 많은 사람들이 근거없는 민간치료법을 믿거나 물품 사재기에 나서는 등 비합리적인 행동을 보인 것도 정보처리의 한계로 이해해 볼 수 있다(이해수, 2020). “코로나바이러스가 5G로부터 감염된다”거나, “백신 접종이 유전자를 바꾼다”는 식의 정보는 과학적 근거가 없지만 사람들이 믿는 이유는 어떤 잘못된 정보에 노출되었을 때 이를 비판적으로 들여다보거나 숙고(熟考)하기보다는 반대로 직관과 감정에 의존해 오류의 추론(fallacious reasoning)을 하거나 인지 편향(cognitive biases)을 보이기 때문이다(Gilovich, Griffin, & Kahneman, 2002; Kahneman, 2011, Tversky & Kahneman, 1974). 특히 정보의 쓰나미라고 할 수 있는 인포데믹 상황에서는 사람들에게서 무오류의 판단을 기대하기 어렵다.

코로나19와 같은 불확실한 정보를 이야기할 때 흔히 등장하는 개념이 어림셈법, 직관, 오류, 편견, 감정, 고정관념 등이다. 이들 개념들은 공통적으로 사람들이 어떤 확인되지 않은 사안을 판단할 때 무의식적으로 범하는 비합리성을 잘 보여준다. 코로나19 인포데믹에 대한 사회적 과열 반응도 사람들이 의사결정을 내릴 때 보이는 이런 비합리적 태도로 설명될 수 있다. 인포데믹은 정보의 양도 문제이지만, 한 번도 경험하지 못한 사실에 대한 정보와 허위 정보가 뒤섞여 있어 합리적 판단에 이르기 어렵다. 행동경제학자인 카네만(Kahneman, 2013)은 “사람들은 설혹 확실한 증거가 없더라도 모순이 없으면 그 사실을 ‘충분히 좋은 것(good enough)’쯤으로 여긴다”고 말한다. 쉽게 말하면, 사람들은 이아가 그럴싸하게 구성되어 있거나 표현의 정당성만도 인정되어도 사실성

여부와 관계없이 곧이곧대로 믿는다는 것이다. 인포데믹의 주요 전달 매체인 소셜 미디어는 카네만이 말하는 증거가 충분하지 않지만, 모순이 없도록 정보를 재구성해 내보냄으로써 ‘충분히 좋은 것’쯤으로 여기도록 하는 기능을 한다고 추정해 볼 수 있다.

행동경제학적 이론의 토대를 제공한 사이먼(Simon, 1957)에 따르면, 사람들은 어떤 위험문제에 직면했을 때 최적의 수준에서 면밀히 따져 보기보다는 일정 수준 이상인 “만족화(satisficing)”하는 차선의 범위에서 판단하고, 선택한다. 사람들은 허위정보를 접했을 때 그 내용을 끝까지 알아보기 위해 모든 인지적 노력을 기울이지 않는다. 대신 자신이 옳다고 생각하는 범위(예: 고정관념이나 선유경험) 안에 들면 쉽게 믿어 버리는 속성이 있다(박진우, 2019). 이는 사람들이 어떤 문제를 비판적으로 사고하기 보다는 의견상 드러난 것만으로 충분하다고 믿는 이른바 직관적(intuitive) 사고습관에 더 익숙하기 때문이다(Kahneman, 2013). 수피 등(Soofi et al., 2020)이 코로나19 예방을 위해 메시지 변화를 통해 사람들의 선택과 행동변화를 이끌어내는데 행동경제학적 이론이 유용하다고 밝힌 것도 같은 맥락이다. 즉, 이들 연구자들은 복잡하고 불확실한 정보에 대해 숙고적으로 처리하는데 어려움을 느끼는 인간의 본능적 인지한계에 주목한 것으로 보여진다. 그러나 한 가지 ‘블랙박스’의 영역으로 남아있는 것이 이런 인지적 한계가 사람이나 집단의 특성에 관계없이 동일하게 나타나는가 하는 점이다.

(4) 위험정보에 대한 판단기제 차이: 일반인 vs. 기자 집단

행동경제학자들은 인간은 누구나 정보처리 과정에 일정한 인지적 한계를 피할 수 없다고 가정한다(이완수, 2019). 행동경제학 이론에 주목한 미국 심리학자인 고든 페니쿱(Gordon Pennycook)과 데이비드 랜드(David Rand)는 “왜 사람들은 가짜뉴스에 속아 넘어가는가(Why do people fall for fake news)?”라는 제목의 뉴욕타임스 기고문(2019)에서 인간

의 비합리성(irrationalizations)과 (인지)게으름(laziness)이 잘못된 정보(misinformation)를 믿는 근본적인 요인으로 파악한다. 사람들이 위험을 지각하는 과정은 일반적으로 경험적(experiential) 접근과 분석적(analytical) 접근으로 이뤄지는 것으로 알려져 있다(Slovic & Peters, 2006). 그러나 현실적으로 사람들은 이성에 근거한 분석적 접근보다 감정에 근거한 경험적 접근에 더 의존하는 편이다(Slovic et al., 2004). 여기에는 사람들이 위험인식을 할 때 감정적인 반응이 판단과정에 영향을 미치도록 마음속에 작동하는 이른바, 감정 휴리스틱(affective heuristic)이 정보탐색을 방해하기 때문이다(김영옥, 2014; Soofi et al., 2020). 감정 휴리스틱은 감정을 기반으로 판단하는 “마음 지름길(shortcut of mind)”(Kahneman & Frederick, 2002)로, 여러 불확실한 상황에서 어떤 대상에 대해 깊이 생각하는 경로에 방해가 된다(Slovic et al., 2002). 사람들은 정보나 상황이 불확실할수록 감정 휴리스틱을 동원해 어림짐작으로 판단하는 경향을 더 자주 보이는 것도 이런 이유 때문이다. 예를 들어 사람들에게 이전에 일어났던 위험 사례를 보여주거나 정보의 시각화를 강조하면 감정적 사고인 시스템 1에 의존해 확률을 평가할 가능성이 커진다(Evans & Stanovich, 2013; Kahneman, 2011; Kahneman & Tversky, 2013).

사람들의 위험인식을 평가할 때 동원할 수 있는 이론으로는 어떤 대상을 준거점(reference point)을 기준으로 얼마나 다르게 판단하고 평가하는가 하는 전망이론(prospect theory)(Tversky & Kahneman, 1974), 빈도나 확률을 판단할 때 쉽게 기억나는 것을 중심으로 판단하는 가용성 편향(availability bias), 자신이 믿고 싶은 것만 믿는 확증편향(confirmation bias), 어떤 기준이 정해지면 그것을 중심으로 판단하는 기준점 편향(anchoring bias) 등이 있다(Kahneman, Slovic, Slovic, & Tversky, 1982). 이러한 선택 편향들은 모든 사람들이 어떤 불확실한 상황이나 정보를 처리하는 과정에 이성보다는 감정에 더 의존한다는

사실을 보여준다.

본 연구는 정보 생산주체인 기자들이 코로나19와 같은 불확실한 정보를 생산할 때 어떤 인지과정을 거치는지, 그리고 일반인들과 다른 인지과정을 거쳐 뉴스 정보를 생산하는가 하는 점에 주목했다. 스톡킹과 그로스(Stocking & Gross, 1989)는 “기자들은 어떻게 생각하는가?(How do journalists think?)”라는 연구에서 기자들이 뉴스를 생산할 때 그들의 머릿속에 어떤 인지 시스템이 작동하는지 잘 알려져 있지 않다고 지적했다. 그러면서 이들 연구자들은 기자들은 어떤 대상을 체계적으로 범주화하거나 정보를 선택, 추론, 평가, 그리고 통합하는 과정에 어려움을 겪는다고 밝혔다. 스톡킹과 그로스(1989)가 일찍이 지적한 것처럼 기자들의 이러한 인지 제한이 뉴스와 정보 구성과정에 편향과 오류를 만들어낼 수 있다는 가정을 부인할 수 없다. 박재영, 이원수, 그리고 노성종(2009)도 기자들은 사실 확인, 객관적 사실 전달, 공정한 평가와 같은 저널리즘 규범을 지키도록 요청받지만, 실제 직무수행 과정에서는 그런 규범이 기대대로 작동하는지 알 수 없다고 밝힌 바 있다. 아무리 직무 규범이 강조되는 기자들이라고 하더라도 지각, 주의, 기억, 계산, 판단, 추론에 있어 합리적이고, 모순이 없으며, 항상 불변적이기는 어렵다. 마감시간에 쫓기는 기자들이 팬데믹 상황에서 분석적이고 숙고적인 정보처리를 거쳐 뉴스를 보도하기는 현실적으로 쉽지 않다. 기자들은 무엇보다 불확실한 상황에서 새로운 사실을 찾아내야 하고, 특히 마감시간이라는 제한된 시간 속에서 직무를 수행해야 되기 때문에 분석과 숙고의 단계를 거치기 어렵다(이원수·양영유·신명환, 2020). 기자들이 질병 관련 보도과정에 확률이라는 개념을 제대로 이해하지 못해 자주 인지적 착각을 일으키거나(Gigerenzer, 2013), 제한적인 합리성, 선형적인 판단, 마음의 제약, 그리고 제한적인 정보와 자원 등으로 오류를 범하는 것도 이런 이유 때문으로 볼 수 있다(Kahneman, 2011).

기자들도 인간이기 때문에 일반인들이 정보를 해석하고, 수용하는

방식과 본질적으로 크게 다르지 않다(Stocking & Gross, 1989). 페니쿱과 랜드(2019)가 기자들의 성찰적 추론(reflective reasoning)의 부족이 부정확한 정보를 만들어내는 원인이 된다고 주장한 것도 이런 맥락에서 이해해 볼 수 있다. 이는 기자들이 직무를 수행하면서 직감(gut feelings), 또는 직관(intuitions)에 의존해 정보를 잘못 처리하거나 과장된 뉴스를 생산할 수 있다는 점을 시사하는 것이기도 하다. 스톡킹과 그로스는 기자들 역시 정보처리 과정에 “그들의 초기 신념(their initial beliefs)”을 확인하는데 그친다고 주장했다. 기자들은 새로운 정보에 노출되었을 때 이미 알고 있는 사실을 확인할 뿐, 그 정보에 오류가 있는지를 확인하지 않는다는 것이다. 스톡킹과 그로스(1989)는 사람들이 편향성을 극복하려고 애쓰지만, 인지 시스템의 한계로 결국에는 편향 단계를 벗어나지 못한다고 말한다. 따라서 기자들 역시 코로나19 사태를 보도하는 과정에 인지 한계로 불확실하거나 잘못된 정보를 생산해 전파했을 개연성을 배제하기 어렵다. 우리가 논의하고 있는 인포데믹 현상도 상당 부분 기자 집단이 뉴스 생산과정에 인지 한계로 인해 빚어낸 편향과 오류의 결과로 볼 수 있다.

페니쿱과 랜드(2019)도 기자들의 인지 편향성이 정보 오류를 낳는다는 스톡킹과 그로스(1989)의 입장을 지지한다. 이들 연구자들은 사람들이 불확실한 정보에 접했을 때 직관적으로 판단하는 정신적 프레임 기준인 휴리스틱, 자신이 믿고 싶은 것만 믿는 확증편향, 정보처리를 위해 에너지를 최대한 적게 쓰는 인지구두쇠(cognitive miser) 개념(Kahneman, 2011)은 모두 인간의 비합리성과 연관되어 있으며, 이런 비합리성이 허위조작정보가 만들어지고, 유포되는 원인으로 보았다(이완수, 2019). 기자들 역시 비합리적 인포데믹 확산 주체라는 의심을 벗기 어렵다. 이러한 가정은 실제 기자 집단을 대상으로 수행된 최근 연구결과에서도 확인된다. 미국 기자들이 팬데믹 관련 내용을 어떻게 취재해 보도하는가에 대한 인터뷰 분석결과를 보면, 기자들은 정보 접근이 어렵고, 취재환경이 불확

실해 정확한 보도를 시도하지 못했다고 밝혔다(Perreault & Perreault, 2021). 미국 기자들의 이런 반응은 기자들 스스로 정보를 합리적으로 해석해 제공하지 못했다는 사실을 보여준다. 파키스탄 기자들 역시 코로나19 상황에서 사실 확인과 게이트키퍼의 결여로 오류의 정보를 다수 생산했다고 보고했다(Jamil & Appiah-Adjei, 2020). 또한 기자들이 팬데믹 취재과정에 정서적으로 심각한 불안과 우울증에 시달렸다는 연구결과도 나와 있다(Osmann, Selva, & Feinstein, 2021). 기자들은 이러한 제한된 정보채널과 심리적 불안감 때문에 뉴스 생산과정에 합리적 선택에 근거해 올바른 정보처리를 하지 못했을 수 있다. 팬데믹 상황에서 한국 기자들의 취재행위도 외국의 경우와 크게 다르지 않다. 양영유(2021)가 국내 연구자로는 처음으로 한국 기자들 11명을 대상으로 팬데믹 상황에서 어떻게 취재하고 뉴스를 생산했는지 심층 인터뷰한 연구결과, 기자들은 취재원 접촉이 어려워 정상적인 정보 수집을 제대로 하지 못했다는 의견을 다수 제시했다. 한국 기자들은 특히 팬데믹 상황에서 SNS와 온라인 브리핑과 같은 간접적인 취재에 의존함으로써 양질의 정보에 접근하지 못했다고 밝혔다. 기자들이 뉴스를 생산하는 과정에 분석적 접근보다 경험적 접근에 더 의존했을 수 있음을 암시한다. 이러한 제한된 취재환경을 놓고 볼 때 기자들이 인포데믹 생산 주체로 가담했을 수 있다는 가정을 배제할 수 없다. 문제는 위험상황에서 사회적 여론형성에 크게 영향을 미치는 기자들이 비이성적으로 정보를 처리할 경우 사회적 위기대응에 부정적으로 영향을 미칠 수 있다는 점이다.

6) 커뮤니케이션학과 행동과학적 관점에서의 예방행동

사람들이 코로나19 팬데믹 정보를 어떻게 평가하고, 이 평가가 어떻게 예방행동 변화로 이끄는지 살펴보는 것은 중요하다(Jahangiry et al., 2020). 인포데믹의 확산은 질병재난에 대한 사람들의 행동에 영향을 미치며, 정부의 예방정책을 바꾸거나, 효율성을 약화시키는 것으로 알려져

있다(Cinelli et al., 2020; Papapicco, 2020). 과거에 질병재난은 역학이나 보건측면에서의 통제만으로 충분했다. 하지만 대중 미디어가 무차별적으로 쏟아내는 질병 관련정보나 정보 바이러스의 폐해가 커지고 있는 오늘날에는 질병재난 자체의 통제만으로는 제대로 된 해결책을 기대하기 어렵다. 대신 미디어가 구성하는 위험질병에 대한 정보의 속성과 확산과정을 이해하는 것이 질병 통제를 위해 보다 효과적이다.

미디어가 생산하는 위험정보는 위험인식을 만들어내고, 궁극적으로 위험에 대한 대응으로 나타난다. 위험인식을 바탕으로 개인의 반응행동을 예측할 수 있는 이론의 하나가 병행과정확장 모델(Extended Parallel Process Model)이다(Maloney et al., 2011; Witte, 1992). 이 모델(EPPM)은 위험인식을 분석함으로써 개인에게 권장되는 건강 행동의 성과를 예측하는데 도움을 준다. EPPM에 따르면 사람들은 위험상황에 노출되면 이를 통제하기 위해 두 가지 위험통제 또는 공포통제 대응 중 하나를 행동으로 선택하는 경향을 보인다(Zhao & Wu, 2021). 물론 EPPM의 이론적 출발이 미디어 정보에 의한 위험노출과 이에 따른 위험인식과 행동변화 과정을 설명하고 있는 것은 아니다. 하지만 사람들은 일상에서 미디어가 제공하는 정보에 의해 위험인식이 결정되거나 예방행동에 대한 변화로 이어지기 때문에 EPPM 이론을 위험 정보요소와 떼어놓고 설명할 수 없다(Jung & Brann, 2014). 코로나19와 같은 불확실한 질병재난의 경우 미디어가 제공하는 위험정보에 따라 위험인식을 거쳐 최종적으로 예방행동이나 정책대응의 변화로 나타날 것으로 가정해 볼 수 있다.

보건역학 차원에서 질병재난을 통제하더라도, 미디어가 잘못된 위험 정보를 쏟아내면 사후적 위기대응은 훨씬 어려워진다. 사람들은 정보 과부하가 일어나며 세심한 의사결정을 하지 못하거나, 자기통제를 상실하게 되어 제대로 된 판단에 이르지 못한다(Samson & Kostyszyn, 2015). 위험커뮤니케이션 연구자들은 그동안 보건당국이 질병 자체에 대해 공중들에게 전문지식을 객관적이면서, 이해할 수 있는 수준으로 전달

하는가하는 문제에 주로 관심을 기울여 왔다(김영옥, 2014). 1919년 스페인 독감 발생 당시 저널 사이언스가 팬데믹 통제를 위한 해결책으로 보건과 역학적 측면을 강조한 것도 당시 사회에서는 정보전달의 문제가 그다지 중요하지 않았기 때문이다. 하지만 오늘날은 상황이 다르다. 정보 전달과 사회적 커뮤니케이션이 중요해졌고, 정보의 사회적 확산과정에 대한 이해가 보다 중요해졌다.

사회적으로 복잡하고 불확실한 정보환경에서는 보건당국의 일방적 설명이 국민들에게 온전히 전달되어 이를 통해 사회적 위험대응이 용이하게 작동할 것으로 기대하기가 힘들다. 정보의 분량도 문제이지만, 정보 전달 채널이 너무 다양해서 정부나 특정 조직의 주도적인 정보 통제는 사실상 어렵다. 로트와 브뤼니만(2013)이 국가의 보건 및 위험관리 당국은 지식, 정보, 컴퓨터 기술능력 등 여러 한계 때문에 그들 혼자서 위험 거버넌스(risk governance)를 모두 감당하기 어렵다고 말한 것도 같은 맥락이다. 사람들이 정보를 어떻게 추구하고, 기피하는지, 그리고 정보가 그들의 행동에 어떻게 영향을 미치는지에 대한 이해 없이는 코로나19와 같은 팬데믹 예방에 효과적으로 대처하기 어렵다(Soofi et al., 2020). 코로나19 인포데믹 현상은 질병재난 대응에 어떻게 작동하는지를 관찰해 볼 수 있는 상징적 사건으로 여겨진다(Cinelli et al., 2020).

미디어가 전파하는 정보 바이러스의 위험성이 커지면서 이에 대한 이해가 질병 바이러스 자체에 대한 대응 못지않게 중요한 과제가 되었다. 보건예방 행정이 단순히 질병 자체에 초점을 맞추는 데서 나아가 질병 정보에 관한 사회적 커뮤니케이션 차원으로 넓혀야 한다는 것을 뜻한다. 이번 코로나바이러스의 예에서 보았듯이 질병의 문제는 이제 질병 자체에 그치지 않는다. 그 보다는 미디어가 전달하는 질병 정보의 양과 속성에 따라 심각한 사회적 병리현상이 나타난다. 예를 들어 정보 과부하에 의해 야기된 인포데믹은 가짜뉴스, 허위정보, 음모이론, 사회적 불평등, 정치적 양극화, (코로나 바이러스) 민간치료법, 인종차별 등과 함께 불안감과 스트레스 증

대, 그리고 잘못된 정보로 인해 생명 손실을 낳는 등 복잡한 사회적 재난으로 이어질 수 있다(이해수, 2020; Van Bavel et al., 2020; Rathore & Farooq, 2020). 인포데믹은 일반 공중은 물론 정부, 정책입안자, 의료 전문가들에게 잘못된 정보를 제공함으로써 과도한 위험인식을 만들어내고, 나아가 잘못된 예방행동과 정책오류를 낳을 수 있다(Rathore & Farooq, 2020). 이는 질병 바이러스에 대한 역학적 예방 못지않게 정보 바이러스에 대한 사회적 대응이 보다 중요해졌음을 의미한다.

개인이나 조직이 재난사고에 취약한 것은 재난 자체의 규모와 비례 측정 때문만이 아니다. 재난사고가 사회적으로 전달되는 과정에 나타나는 복잡한 정보 속성 때문이다(Burns & Slovic, 2012). 재난에 대한 사람들의 태도나 행동은 일차적으로 위험인식과 관계가 있지만, 현대 사회에서 이 위험인식은 미디어가 제공하는 정보의 속성과 밀접하다. 위험에 반응하는 행동은 재난정보의 방향에 따라 강화되기도 하고, 반대로 약화되기도 한다. 위험정보의 확산은 위험 인식에 영향을 미치고, 궁극적으로 위험관련 행동에 영향을 미친다. 따라서 정보재난에 의해 유발된 위험 관련 행동은 정치적, 사회적, 그리고 경제적 영역에 걸쳐 광범위하게 영향을 미칠 개연성이 크다고 하겠다. 따라서 팬데믹에 대한 미디어의 정보 구성과 그 효과를 체계적으로 살펴보는 것이 중요하다. 인포데믹 현상에 대한 이론적 고찰은 현대 사회에서 반복적으로 출현하는 질병 바이러스에 효과적으로 대응할 수 있는 지름길이라고 할 수 있다.

3. 토론과 함의점

글로벌 팬데믹인 코로나19 발생을 계기로 최근 사회적 주목을 받고 있는 연구주제 가운데 하나가 “인포데믹 현상”이다. 저널 네이처 최신희의 지적대로 커뮤니케이션 관점에서의 팬데믹 연구는 코로나19 예방과 대처에

통찰력을 제공하는데 유용하다. 코로나19에 대한 미디어 보도의 주요 쟁점들 가운데 하나인 허위뉴스, 정보원과 신뢰, 위협인식, 심리적 반응, 집단적 감정, 소셜 미디어, 위협 커뮤니케이션, 사회문화적 영향, 정치적 양극화, 편견과 차별, 도덕적 의사결정, 경제위기와 실업문제, 리더십, 고립과 연결, 스트레스와 대응 등의 문제는 모두 인포데믹 현상과 직·간접적으로 연결되어 있다. 이 연구가 인포데믹 현상을 설명하기 위해 커뮤니케이션학과 행동과학 관점에 주목한 것은 코로나19의 부정적 효과를 완화하고, 앞으로 다가올 반복적인 팬데믹과 공중건강 위기에 효과적으로 대응할 수 있는 시사점을 줄 수 있다고 보았기 때문이다.

인포데믹은 질병적 영역이면서, 동시에 커뮤니케이션적 영역으로 코로나19가 발생하기 전까지만 해도 학술적 개념으로 별로 다루이지 않았다. 그러나 세계보건기구(WHO)가 코로나19를 팬데믹에서 나아가 정보재난의 성격인 인포데믹으로 규정하면서 사회과학적 논의의 대상으로 부각됐다. 이에 본 연구는 기존의 코로나19 관련 연구에서 간과되었던 인포데믹 현상을 개념화하고, 이를 이론적으로 어떻게 설명할 것인가를 중심으로 검토했다. 사회적 병리현상으로서 인포데믹은 정보 커뮤니케이션 맥락에서 다음과 같은 몇 가지 특징이 발견된다. 첫째, 인포데믹은 코로나19처럼 사회적 질병재난에 집중되어 전파되는 경우가 일반적이다. 허위조작정보가 정치, 경제 등 일반 정보에 집중하는데 반해, 인포데믹은 질병재난과 같은 생명과 관계된 위험정보에 집중함으로써 사회적 불안과 공포가 지나치게 커지는 양상을 띤다. 둘째, 인포데믹은 부정확한 위험정보가 양적으로 지나치게 폭증하는 특징이 있다. 허위조작정보는 의도성이나 목적성이 있지만, 인포데믹은 의도와 관계없이 근거가 부정확하고 불확실한 정보가 사람들의 공포 심리를 타고 사회적으로 대량 확산됨으로써 비이성적 과열양상을 낳는다. 셋째, 인포데믹은 트위터, 페이스북, 유튜브와 같은 소셜 미디어는 물론 주류 전통 미디어까지 가세하는 복합적인 양상을 보이는 것이 특징이다. 허위정보는 주로 소셜 미디어를 통해

유포되는데 반해, 인포데믹은 일차적으로 전통 미디어를 중심으로 전파되고, 후속적 단계로 소셜 미디어가 관련 정보를 재구성해 동시다발적으로 확산시키는 특징이 있다. 넷째, 허위정보는 특정 대상이나 한정된 영역에 대해 제한적으로 피해를 낳지만, 인포데믹은 관련 정보의 과잉확산으로 사회적 혼란을 초래해 합리적 선택을 저해한다. 다섯째, 인포데믹은 불확실한 정보의 과잉화로 인지 부하를 초래함으로써 사람들로 하여금 무엇이 옳고 그른지, 사실인지 의견인지, 그리고 객관적인지 편향적인지를 구분하기 어렵게 한다는 특징이 있다.

인포데믹에 대한 개념과 이론적 검토를 수행한 이 연구는 몇 가지 학술적 함의점을 제시해볼 수 있다. 먼저, 감염병 위험정보에 대한 사회현상의 하나인 “인포데믹”을 새로운 사회과학적 개념으로 제안하고, 이를 커뮤니케이션학과 행동과학적 맥락 속에서 모형화 함으로써 이론 구축을 위한 토대를 제공했다는 점에서 의미가 있다. 즉, 인포데믹이라는 새로운 개념에 대한 이론화 작업을 통해 코로나 팬데믹을 기술, 설명, 예측, 그리고 통제할 수 있는 가능성을 제시했다. 둘째, 정보 바이러스인 인포데믹의 사회적 확산과정을 이론적으로 탐구해보는 일은 최근 사회문제가 되고 있는 허위조작 뉴스(일명 가짜뉴스)의 생성원인과 확산경로 등의 연구에도 시사점을 준다. 셋째, 코로나19 정보전달 경로와 정보수용자들이 보이는 심리적 전염효과에 대한 메커니즘을 이론적 틀을 통해 살펴본다는 점에서 의미가 있다. 저널리즘, 헬스커뮤니케이션, 그리고 보건역학 분야에서 질병 바이러스에 대한 보도경향이나 사람들의 위험인식, 또는 건강행동 결정요인들에 대한 분화된 이론연구는 있었으나 정보 바이러스의 사회적 전염 증상 메커니즘을 커뮤니케이션학이나 인지심리학적 이론 관점에서 통합적으로 시도한 사례는 없었다. 넷째, 기존 연구들이 질병에 대한 사회적 문제를 주로 보건역학이나 위험커뮤니케이션 이론에 의존해 설명해온데 반해, 이 연구는 사람들의 비이성적 판단과 행동을 설득력 있게 설명해주는 행동경제학 이론을 토대로 정보 바이러스 감염주

체들(예: 기자, 시민, 의료전문가, 그리고 보건예방 정책입안자)의 심리적 행동패턴을 이론적으로 논증해 보았다는 점에서 의미가 있다. 행동경제학은 불확실한 상황에서 사람들이 내리는 비합리적 지각이나 선택을 파악하는데 도움을 준다. 따라서 바이러스 실체가 명확하게 밝혀지지 않은 코로나19와 같은 위협정보에 대한 사회적 감염증상을 살펴봄에 있어 행동경제학 이론은 그 유용성이 크다고 하겠다. 다섯째, 정보 바이러스의 사회적 전염 증상을 밝혀보기 위해 저널리즘 분야인 의제형성과 의제설정 이론, 프레임링 이론, 위협커뮤니케이션 분야인 위협의 사회적 확산 이론, 정치커뮤니케이션 분야인 비개인적 영향 가설, 배양효과 이론, 인지심리학의 인지 부하 이론, 공포전인 모델, 그리고 행동경제학 이론을 접목함으로써 개별 이론들의 영역을 확장, 심화, 통합해 살펴보았다는 점에서 의미가 있다. 코로나19 인포데믹 현상은 정보의 형성이나 구성뿐만 아니라, 정보 수용자 개인의 심리적 반응과 사회문화적 맥락의 여러 규범적 요소들을 함께 살펴봐야만 파악이 가능한 영역이다. 따라서 인포데믹 현상은 여러 이론이 함께 접목되어 통합적으로 기술될 때 체계적 설명이 가능하다. 여섯째, 이 연구는 미디어의 정보속성 프레임이 사람들의 인지 프레임에 어떻게 전이(transfer)되는가를 살펴봄으로써 미디어 의제설정효과 연구를 확장하는데 기여한 측면이 있다. 기존의 의제설정 또는 프레임 이론은 주로 미디어의 사회적 의제구성에 주목한 반면에, 이 연구는 코로나19에 대한 미디어의 정보속성과 실제 정보수용자의 머릿속 인지속성을 비교 관찰해 볼 수 있는 이론적 단서를 제시했다. 미디어가 전달하는 불균형적인 위험속성 프레임들이 정보수용자들에게 어떻게 연결되어 비이성적인 판단이나 행동으로 이어지는지에 대한 이론적 함의점을 제시했다. 일곱째, 정보를 생산하는 기자와 이를 소비하는 일반인들이 정보를 처리하는 방식에 차이가 있는지를 인지 심리학적 관점에서 비교해 살펴보고, 서로 차이를 발견하기 어렵다는 점을 밝힘으로써 향후 저널리즘 연구에 시사점을 제시했다. 우리는 기자들이 이성적, 합리적 판단에 근거해

인포데믹을 구성하고, 해석할 것으로 기대해 왔으나, 이 연구는 그런 보
도 규범성이 인간의 “제한된 합리성”으로 인해 지켜지기 어렵다는 점을
논증했다. 여덟째, 사람들은 인포데믹과 같은 복잡한 정보에 대해서는 휴
리스틱(heuristic)한 사고방식을 통해 그 정보를 직관적, 경험적으로 처
리한다는 점을 밝히고, 이런 결과에 따라 상황 지각과 선택 과정에 비합
리적 정책오류가 발생할 수 있다는 점을 논의했다.

정보 바이러스의 사회적 병리현상을 이론적으로 접근한 이 연구는
현실적 차원에서도 몇 가지 의미가 기대된다. 첫째는 코로나19와 같은
복잡하고, 불확실한 인포데믹 확산의 경우 소셜 미디어가 핵심적인 매개
역할을 한다는 사실을 제시하였다. 소셜 미디어는 대량 정보를 과잉 확산
하는 매개 역할을 함으로써 인지 과부하를 초래하고, 나아가 “소셜 미디
어 피로증”을 유발한다는 점을 매체의 특성과 정보 수용자들의 인지적 한
계를 중심으로 검토했다. 둘째는 경제적으로 코로나19 인포데믹의 과
열현상이 사람들의 소비심리와 경제위축에 미치는 요인과 효과를 간접적
으로 추론해 볼 수 있을 것으로 기대된다. 셋째는 사회적으로 코로나19
인포데믹 과열 현상의 생성원인, 전파와 확산 경로, 그리고 그 효과에 대
한 메커니즘을 밝혀봄으로써 사회적 혼란과 불안, 그리고 공포의 원인,
그리고 사후적 통제를 위한 단서를 제공할 수 있을 것으로 기대된다. 넷
째는 최근 사회문제가 되고 있는 가짜뉴스의 예방이나 통제 가능성에 대
한 시사점을 인포데믹 현상에 대한 이론적 검토를 통해 얻을 수 있을 것
으로 기대된다. 하지만 인포데믹이라는 복잡한 사회 심리적 현상을 몇몇
의 이론적 틀로 다 설명할 수는 없다. 인포데믹은 무엇보다 광범위하고,
포괄적인 하나의 추상적인 개념으로 이를 일반화해 측정하는 작업은 쉽
지 않다. 인포데믹은 바이러스의 위험성, 방역수칙, 백신 접종, 예방정책,
백신 외교문제, 국가 간 이동통제와 같은 다양한 요인에 의해 중첩적으로
구성되기 때문에 단순히 정보의 과잉 관점에서만 설명할 수는 없다. 인포
데믹은 원인, 과정, 그리고 그 효과가 사회문화적 맥락 속에서 복잡하게

작동하기 때문에 어떤 관점에 주목하는가에 따라 적용하는 이론이 달라질 수 있다. 또한 인포데믹 현상을 기존의 가짜 또는 허위뉴스 현상과 어떻게 명확히 구분지어 설명할 것인지도 검토되어야 할 문제이다.

참고문헌

- 김경희 (2020, 2, 13). 한국 언론 '코로나19' 보도 어땠나...“과장·추측성·생중계식 보도 안 돼”. 〈한겨레〉. URL: <https://www.hani.co.kr/arti>
- 김영옥 (2014). 〈위험 커뮤니케이션〉. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 김정호 (2021, 2, 11). 코로나의 '무서운 후유증'...“손가락 3개 검게 괴사돼 절단”. 〈한국경제〉. URL: <https://www.hankyung.com/international/article/2021021119247>.
- 김태종 (2020). 뉴스 빅데이터를 활용한 코로나19 언론보도 분석: 토픽모델링 분석을 중심으로. 〈한국콘텐츠학회논문지〉, 20권 5호, 457-466.
- 노성중·이완수 (2013). '지구온난화' 對 '기후변화'. 〈커뮤니케이션 이론〉, 9권 1호, 163-198.
- 박재영·이완수·노성중 (2009). 한미(韓美) 신문의 의견기사에 나타난한국 기자와 미국 기자의 사고습관 차이. 〈한국언론학보〉, 53권 5호, 268-290.
- 박진우 (2019). 〈가짜뉴스 수용과 전파에 영향을 미치는 심리적 요인에 대한 연구: 수용자의 편향적 매체 지각과 편향적 정보처리 그리고 소셜 네트워크 구조 인식을 중심으로〉. 한양대학교 대학원 박사학위 논문.
- 양영유 (2021). 코로나 19는 기자들의 취재관행에 어떤 영향을 주었나?: 팬데믹 전후의 근무형태 변화에 대한 기자 인식을 중심으로. 〈한국콘텐츠학회논문지〉, 21권 5호, 11-21.
- 양정은 (2015). 국내 일간지의 식품위험 보도에 대한 연구. 〈언론과학연구〉, 15권 3호, 131-180.
- 이서윤 (2021, 2, 11). “모더나 맞고 대머리 돼” 두피 다 드러난 일 28살 여성. 〈SBS〉. URL: https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1006425664&plink=SEARCH&cooper=SBSNEWSSEARCH.
- 이완수 (2019). 사람들은 왜 쉽게 속아 넘어가는가?. 〈미디어와 인격권〉, 5권 2호, 82-142.
- 이완수·양영유·신명환 (2020). 근로시간 단축이 취재와 뉴스를 어떻게 바꿔 놓

- 있는가?: 주 52시간제 도입에 따른 취재관행과 뉴스생산에 대한 기자 인식을 중심으로. <커뮤니케이션 이론>, 16권 3호, 151-203.
- 이완수·최명일·유재웅 (2020). 신종 코로나바이러스 발생에 따른 경제위기 평가에 대한 비개인적 영향가설 검증: 경제단위와 평가시점에 대한 지각분화를 중심으로. <한국언론학보>, 64권 5호, 286-318.
- 이준영·허우철·한미정 (2019). 메르스 루머의 수용과 확산에 미치는 영향 요인 탐색: 트라이앤디스(Triandis) 모델의 적용. <광고연구>, 122호, 104-133.
- 이혜수 (2020). 인포테크미라는 기술 미디어 전염병: 정보과식과 정보편식의 병리들. <문화과학>, 103호, 167-183.
- 임인재·김영욱 (2019). 기후변화 보도 유형이 행동의도에 영향을 미치는 경로 연구: 감정의 인지적 평가 이론 중심 분석. <한국언론정보학보>, 96호, 37-72.
- Ahmed, S. T. (2020). Managing news overload (MNO): The COVID-19 infodemic. *Information*, 11(8), 375.
- Ali, K., Zain-ul-Abdin, K., Li, C., Johns, L., Ali, A. A., & Carciopolo, N. (2019). Viruses going viral: Impact of fear-arousing sensationalist social media messages on user engagement. *Science Communication*, 41(3), 314-338.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Allen, J., Howland, B., Mobius, M., Rothschild, D., & Watts, D. J. (2020). Evaluating the fake news problem at the scale of the information ecosystem. *Science Advances*, 6(14), eaay3539.
- Antonacci, C. V. (2021). Trump's Pandemic: A Content Analysis of Attribute Agendas in US News Media Coverage of the COVID-19 Outbreak Through November 2020.
- Ashrafi-Rizi, H., & Kazempour, Z. (2020). Information typology in coronavirus (COVID-19) crisis: A commentary. *Archives of*

Academic Emergency Medicine, 8(1).

- Baines, D., & Elliott, R. J. (2020). Defining misinformation, disinformation and malinformation: An urgent need for clarity during the COVID-19 infodemic. *Discussion Papers*, 20.
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 3(1), 3-21.
- Bright, L. F., Kleiser, S. B., & Grau, S. L. (2015). Too much Facebook? An exploratory examination of social media fatigue. *Computers in Human Behavior*, 44, 148-155.
- Brinol, P., & Petty, R. E. (2009). Source factors in persuasion: A self-validation approach. *European Review of Social Psychology*, 20(1), 49-96.
- Brown, R. (2004). Consideration of the origin of Herbert Simon's theory of "satisficing"(1933-1947). *Management Decision*.
- Brunson, E. K., Schoch-Spana, M., & Working Group on Reaching Populations for COVID-19 Vaccine. (2020). A social and behavioral research agenda to facilitate COVID-19 vaccine uptake in the United States. *Health Security*, 18(4), 338-344.
- Burns, W. J., & Slovic, P. (2012). Risk perception and behaviors: Anticipating and responding to crises. *Risk Analysis*, 32(4), 579-582. <https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.2012.01791.x>
- Cheung, T., Fong, T. K., & Bressington, D. (2020). COVID-19 under the SARS cloud: Mental health nursing during the pandemic in Hong Kong. *Journal of Psychiatric and Mental Health Nursing*. <https://doi.org/10.1111/jpm.12639>
- Choi, D., Yoo, W., Noh, G., & Park, K. (2017). The impact of social media on risk perceptions during the MERS outbreak in South Korea. *Computers in Human Behavior*, 72. doi: 10.1016/j.chb.2017.03.004
- Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004). Social influence: Compli

- ance and conformity. *Annu. Rev. Psychol.*, 55, 591-621.
- Cinelli, M., Quattrocioni, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoli, E., Schmidt, A. L., & Scala, A. (2020). The COVID-19 social media infodemic. *Scientific Reports*, 10(1), 1-10.
- Cobb, R., Ross, J. K., & Ross, M. H. (1976). Agenda building as a comparative political process. *American Political Science Review*, 70(1), 126-138.
- Damstra, A., Boukes, M., & Vliegthart, R. (2018). The economy. How do the media cover it and what are the effects? A literature review. *Sociology Compass*, 12(5), e12579.
- Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., & Quattrocioni, W. (2016). The spreading of misinformation online. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(3), 554-559.
- Deuze, M. (2020). The role of media and mass communication theory in the global pandemic. *Communication Today*, 11(2), 4-16.
- El Kihal, F., Abouelkheir, I., Rachik, M., & Elmouki, I. (2019). Role of media and effects of infodemics and escapes in the spatial spread of epidemics: A stochastic multi-region model with optimal control approach. *Mathematics*, 7(3), 304.
- Ellis, E. G. (2020). The coronavirus outbreak is a petri dish for conspiracy theories. *Wired*. Retrieved from <https://www.wired.com/story/coronavirus-conspiracy-theories>.
- Evans, J. S. B., & Stanovich, K. E. (2013). Dual-process theories of higher cognition: Advancing the debate. *Perspectives on Psychological Science*, 8(3), 223-241.
- Fan, Y. (2020, October). The social amplification of risk on Weibo—Take the COVID-19 epidemic in China as an example. In *Proceedings of the 2020 Conference on Artificial Intelligence and*

Healthcare (pp. 91-95).

- Fleming, K., Thorson, E., & Zhang, Y. (2006). Going beyond exposure to local news media: An information-processing examination of public perceptions of food safety. *Journal of Health Communication, 11*(8), 789-806.
- García-Saisó, S., Marti, M., Brooks, I., Curioso, W. H., González, D., Malek, V.,... & D'Agostino, M. (2021). The COVID-19 Infodemic.
- Garfin, D. R., Silver, R. C., & Holman, E. A. (2020). The novel coronavirus (COVID-2019) outbreak: Amplification of public health consequences by media exposure. *Health Psychology, 39* (5), 355.
- Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of communication, 26*(2), 172-199.
- Gibson, J. J., & Carmichael, L. (1966). *The senses considered as perceptual systems* (Vol. 2, No. 1, pp. 44-73). Boston: Houghton Mifflin.
- Gigerenzer, G. (2013). Smart heuristics. In J. Brockman (Eds.). *Thinking: The new science of decision-making, problem-solving, and prediction* (pp. 39-54). Harper Perennial.
- Gigerenzer, G., Fiedler, K., & Olsson, H. (2012). Rethinking cognitive biases as environmental consequences. *Ecological Rationality: Intelligence in the World, 80-110*.
- Gilovich, T., Griffin, D., & Kahneman, D. (Eds.). (2002). *Heuristics and biases: The psychology of intuitive judgment*. Cambridge university press.
- Goel, A., & Gupta, L. (2020). Social media in the times of COVID-19. *Journal of Clinical Rheumatology*. doi: 10.1097/RHU.00000000001508
- Griffin, R. J., Neuwirth, K., Giese, J., & Dunwoody, S. (2002). Lin

- king the heuristic-systematic model and depth of processing. *Communication Research*, 29(6), 705-732.
- Hartmann, P., Apaolaza, V., D'souza, C., Barrutia, J. M., & Echeburria, C. (2014). Environmental threat appeals in green advertising: The role of fear arousal and coping efficacy. *International Journal of Advertising*, 33(4), 741-765.
- Higgins, E. T. (1996). *Knowledge activation: Accessibility, applicability and salience*. In E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (pp. 133-168). New York: Guilford Press.
- Hua, J., & Shaw, R. (2020). Corona virus (Covid-19) "infodemic" and emerging issues through a data lens: The case of china. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7), 2309.
- Huynh, T. L. (2020). The COVID-19 risk perception: A survey on socioeconomic and media attention. *Econ. Bull.*, 40(1), 758-764.
- Islam, A. N., Laato, S., Talukder, S., & Sutinen, E. (2020). Misinformation sharing and social media fatigue during COVID-19: An affordance and cognitive load perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 159, 120201.
- Iyengar, S., Lelkes, Y., Levendusky, M., Malhotra, N., & Westwood, S. J. (2019). The origins and consequences of affective polarization in the United States. *Annual Review of Political Science*, 22, 129-146.
- Jahangiry, L., Bakhtari, F., Sohrabi, Z., Reihani, P., Samei, S., Ponnnet, K., & Montazeri, A. (2020). Risk perception related to COVID-19 among the Iranian general population: An application of the extended parallel process model. *BMC Public Health*, 20(1), 1-8.

- Jamil, S., & Appiah-Adjei, G. (2020). Battling with infodemic and disinfodemic: The quandary of journalists to report on COVID-19 pandemic in Pakistan. *Media Asia*, 47(3-4), 88-109.
- Jamison, A. M., Quinn, S. C., & Freimuth, V. S. (2019). "You don't trust a government vaccine": Narratives of institutional trust and influenza vaccination among African American and white adults. *Social Science & Medicine*, 221, 87-94.
- Jolley, D., & Douglas, K. M. (2017). Prevention is better than cure: Addressing anti-vaccine conspiracy theories. *Journal of Applied Social Psychology*, 47(8), 459-469.
- Jung, T., & Brann, M. (2014). Analyzing the extended parallel process model and health belief model constructs in texting while driving: News coverage in leading US news media outlets. *International Journal of Health Promotion and Education*, 52(4), 210-221.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Macmillan.
- Kahneman, D., & Frederick, S. (2002). Representativeness revisited: Attribute substitution in intuitive judgment. Heuristics and biases: *Psychology of Intuitive judgment*, 49, 81.
- Kahneman, D., Slovic, S. P., Slovic, P., & Tversky, A. (Eds.). (1982). *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*. Cambridge university press.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1972). Subjective probability: A judgment of representativeness. *Cognitive Psychology*, 3(3), 430-454.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (2013). Choices, values, and frames. In *Handbook of the fundamentals of financial decision making: Part I* (pp. 269-278). Retrieved from <http://www.columbia.edu/itc/hs/medinfo/g6080/misc/articles/kahneman.pdf>.
- Kasperson, R. E., Renn, O., Slovic, P., Brown, H. S., Emel, J., Go

- ble, R., & Ratick, S. (1988). The social amplification of risk: A conceptual framework. *Risk Analysis*, 8(2), 177-187. doi:10.1111/j.15396924.1988.tb01168.x
- Koffman, J., Gross, J., Etkind, S. N., & Selman, L. (2020). Uncertainty and COVID-19: How are we to respond?. *Journal of the Royal Society of Medicine*, 113(6), 211-216.
- Konijn, E. A. (2013). The role of emotion in media use and effects. In K. E. Dill (Eds.), *The Oxford handbook of media psychology* (pp. 186-211). Oxford University Press.
- Ku, K. Y., Kong, Q., Song, Y., Deng, L., Kang, Y., & Hu, A. (2019). What predicts adolescents' critical thinking about real-life news? The roles of social media news consumption and news media literacy. *Thinking Skills and Creativity*, 33, 100570.
- Laato, S., Islam, A. K. M., Islam, M. N., & Whelan, E. (2020). Why do people share misinformation during the Covid-19 pandemic?. *arXiv preprint arXiv:2004.09600*.
- Laferrara, V., & Justel-Vázquez, S. (2020). The health crisis on Instagram: How the media are building their agenda on the visual social network during the COVID-19 Pandemic. *Trípodos. Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna-URL*, 1(47), 123-134.
- Lang, G. E., & Lang, K. (1991). Watergate: An exploration of the agenda-building process. *Agenda Setting. Readings on media, public opinion and policy making*, 277-289.
- LaTour, M. S., & Tanner Jr., J. F. (2003). Radon: Appealing to our fears 1. *Psychology & Marketing*, 20(5), 377-394.
- Lazarus, R. S. (1991). Cognition and motivation in emotion. *American Psychologist*, 46(4), 352.
- Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Zittrain, J. L. (2018). The science

- of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
- LeDoux, J. (2012). Rethinking the emotional brain. *Neuron*, 73(4), 653-676.
- Ma, R. (2008). Spread of SARS and war-related rumors through new media in China. *Communication Quarterly*, 56(4), 376-391.
- Maloney, E. K., Lapinski, M. K., & Witte, K. (2011). Fear appeals and persuasion: A review and update of the extended parallel process model. *Social and Personality Psychology Compass*, 5(4), 206-219.
- Mazur, A. (1984). The journalists and technology: Reporting about love canal and Three Mile Island. *Minerva*, 22, 45-66.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- McCombs, M. E. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public agenda*. Malden, MA: Blackwell.
- Medina, L. M., Rodriguez, J. R., & Sarmiento, P. J. D. (2021). Shaping public opinion through the lens of agenda setting in rolling out COVID-19 vaccination program. *Journal of Public Health*, 43(2), e389-e390.
- Mesch, G. S., Schwirian, K. P., & Kolobov, T. (2013). Attention to the media and worry over becoming infected: The case of the Swine Flu (H1N1) Epidemic of 2009. *Sociology of Health & Illness*, 35(2), 325-331.
- Mobbs, D., Hagan, C. C., Dalgleish, T., Silston, B., & Prévost, C. (2015). The ecology of human fear: Survival optimization and the nervous system. *Frontiers in Neuroscience*, 9, 55.
- Mutz, D. C. (1998). *Impersonal influence: How perceptions of mass collectives affect political attitudes*. Cambridge University Press.

- Nardi, V. A. M., Teixeira, R., Ladeira, W. J., & de Oliveira Santini, F. (2020). A meta-analytic review of food safety risk perception. *Food Control*, *112*, 107089.
- Ng, Y. J., Yang, Z. J., & Vishwanath, A. (2018). To fear or not to fear? Applying the social amplification of risk framework on two environmental health risks in Singapore. *Journal of Risk Research*, *21*(12), 1487-1501.
- Nguyen, H., & Nguyen, A. (2020). Covid-19 misinformation and the social (media) amplification of risk: A Vietnamese perspective. *Media and Communication*, *8*(2), 444-447.
- Nielsen, R. K., Fletcher, R., Newman, N., Brennen, J. S., & Howard, P. N. (2020). *Navigating the 'infodemic': How people in six countries access and rate news and information about coronavirus*. Reuters Institute.
- Nisbet, M. C. (2008). Agenda building. *International Encyclopedia of Communication*, *1*, 140-145.
- Norman, D. A. (1988). *The psychology of everyday things*. New York, NY: Basic Books.
- Okan, O., Bollweg, T. M., Berens, E. M., Hurrelmann, K., Bauer, U., & Schaeffer, D. (2020). Coronavirus-related health literacy: A cross-sectional study in adults during the COVID-19 infodemic in Germany. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *17*(15), 5503.
- O'Keefe, D. J. (2016). Persuasion and social influence. *The international encyclopedia of communication theory and philosophy*, 1-19.
- Osman, J., Selva, M., & Feinstein, A. (2021). How have journalists been affected psychologically by their coverage of the COVID-19 pandemic?: A descriptive study of two international news organisations. *BMJ Open*, *11*(7), e045675.

- Papapicco, C. (2020). Informative contagion: the coronavirus (COVID-19) in Italian journalism. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 10(3), e202014.
- Paas, F., Renkl, A., & Sweller, J. (2003). Cognitive load theory and instructional design: Recent developments. *Educational Psychologist*, 38(1), 1-4.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39-50.
- Perreault, M. F., & Perreault, G. P. (2021). Journalists on COVID-19 Journalism: Communication Ecology of Pandemic Reporting. *American Behavioral Scientist*, 65(7), 976-991.
- Peters, E., Västfjäll, D., Slovic, P., Mertz, C. K., Mazzocco, K., & Dickert, S. (2006). Numeracy and decision making. *Psychological Science*, 17(5), 407-413.
- Pidgeon, N., Kasperson, R. E., & Slovic, P. (Eds.). (2003). *The social amplification of risk*. Cambridge University Press.
- Price, V., & Tewksbury, D. (1997). *News values and public opinion: A theoretical account of media priming and framing*. In G. A. Barnett & F. J. Boster (Eds.). *Progresses in the communication sciences* (pp. 173-212). Greenwich, CT: Ablex.
- Price, V., Tewksbury, D., & Powers, E. (1997). Switching trains of thought: The impact of news frames on readers' cognitive responses. *Communication Research*, 24(5), 481-506.
- Pulido, C. M., Villarejo-Carballido, B., Redondo-Sama, G., & Gómez, A. (2020). COVID-19 infodemic: More retweets for science-based information on coronavirus than for false information. *International Sociology*, 35(4), 377-392.
- Rathore, F. A., & Farooq, F. (2020). Information overload and infodemic in the COVID-19 pandemic. *J Pak Med Assoc*, 70(5),

162-165.

- Renn, O. (1991). Risk communication and the social amplification of risk. In *Communicating risks to the public* (pp. 287-324). Dordrecht: Springer.
- Renn, O., Burns, W. J., Kasperson, J. X., Kasperson, R. E., & Slovic, P. (1992). The social amplification of risk: Theoretical foundations and empirical applications. <http://dx.doi.org/10.18419/opus-7403>
- Roth, F., & Brönnimann, G. (2013). *Risk analysis using the internet for public risk communication*. Focal report/Crisis and Risk Network(CRN), 8.
- Rothkopf, D. J. (2003). When the buzz bites back. *The Washington Post*, 11, B1-B5.
- Samson, K., & Kostyszyn, P. (2015). Effects of cognitive load on trusting behavior—an experiment using the trust game. *PloS One*, 10(5), e0127680.
- Scheufele, D. A., & Krause, N. M. (2019). Science audiences, misinformation, and fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(16), 7662-7669.
- Scoper, G. A. (1919). The lessons of the pandemic. *Science*, 48(1274), 501-506.
- Shabani, K., Khatib, M., & Ebadi, S. (2010). Vygotsky's zone of proximal development: Instructional implications and teachers' professional development. *English Language Teaching*, 3(4), 237-248.
- Sharot, T. (2011). The optimism bias. *Current Biology*, 21(23), R941-R945.
- Shepperd, J. A., Carroll, P., & Grace, J. (2002). Exploring the causes of comparative optimism. *Psychologica Belgica*, 42(1/2), 65-98.

- Simon, H. A. (1957). *Models of man: Social and rational*.
- Simon, H. A. (1972). Theories of bounded rationality. *Decision and Organization*, 1(1), 161-176.
- Simon, H. A. (1990). *Bounded rationality*. In *Utility and probability* (pp.15-18). London: Palgrave Macmillan.
- Simon, H. A. (2000). Bounded rationality in social science: Today and tomorrow. *Mind & Society*, 1(1), 25-39.
- Slovic, P., Finucane, M. L., Peters, E., & MacGregor, D. G. (2002). Rational actors or rational fools: Implications of the affect heuristic for behavioral economics. *The Journal of Socio-Economics*, 329-342.
- Slovic, P., Finucane, M. L., Peters, E., & MacGregor, D. G. (2004). Risk as analysis and risk as feelings: Some thoughts about affect, reason, risk, and rationality. *Risk Analysis*, 24, 311-322.
- Slovic, P., & Peters, E. (2006). Risk perception and affect. *Current Directions in Psychological Science*, 15, 322-325.
- Soofi, M., Najafi, F., & Karami-Matin, B. (2020). Using insights from behavioral economics to mitigate the spread of COVID-19. *Applied Health Economics and Health Policy*, 18(3), 345-350.
- Stocking, S. H., & Gross, P. H. (1989). *How do journalists think? A proposal for the study of cognitive bias in newsmaking*. Bloomington, IN: ERIC Clearinghouse on Reading and Communication Skills.
- Strunk, D. R., Lopez, H., & DeRubeis, R. J. (2006). Depressive symptoms are associated with unrealistic negative predictions of future life events. *Behaviour Research and Therapy*, 44(6), 861-882.
- Sweller, J. (2011). Cognitive load theory. In *Psychology of learning and motivation*(Vol. 55, pp. 37-76). Academic Press.

- Tai, Z., & Sun, T. (2007). Media dependencies in a changing media environment: the case of the 2003 SARS epidemic in China. *New Media & Society, 9*, 987-1009.
- Thaler, R. H. (2016). Behavioral economics: Past, present, and future. *American Economic Review, 106*(7), 1577-1600.
- Tomono, N. (2006). Kodo keizaigaku: Keizai ha 'kanjo' de ugoiteiru. 이명희(역)(2007). <행동경제학>. 서울: 지형.
- Tsoy, D., Tirasawasdichai, T., & Kurpayanidi, K. I. (2021). Role of Social Media in Shaping Public Risk Perception during COVID-19 Pandemic: A Theoretical Review. *International Journal of Management Science and Business Administration, 7* (2), 35-41.
- Turner, M. M., & Underhill, J. C. (2012). Motivating emergency preparedness behaviors: The differential effects of guilt appeals and actually anticipating guilty feelings. *Communication Quarterly, 60*(4), 545-559.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science, 185*(4157), 1124-1131.
- Van Bavel, J. J., Baicker, K., Boggio, P. S., Capraro, V., Cichocka, A., Cikara, M.,...& Willer, R. (2020). Using social and behavioural science to support COVID-19 pandemic response. *Nature Human Behaviour, 4*(5), 460-471.
- Van den Bulck, J., & Custers, K. (2009). Television exposure is related to fear of avian flu, an ecological study across 23 member states of the European Union. *European Journal of Public Health, 19*(4), 370-374.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science, 359*(6380), 1146-1151.
- Wahlberg, A. A., & Sjöberg, L. (2000). Risk perception and the media. *Journal of Risk Research, 3*, 31-50. doi:10.1080/

136698700376699.

- Weinstein, N. D. (1989). Optimistic biases about personal risks. *Science*, 246(4935), 1232-1234.
- Westwood, S. J., Iyengar, S., Walgrave, S., Leonisio, R., Miller, L., & Strijbis, O. (2018). The tie that divides: Cross-national evidence of the primacy of partyism. *European Journal of Political Research*, 57(2), 333-354.
- Witte, K. (1992). Putting the fear back into fear appeals: The extended parallel process model. *Communications Monographs*, 59(4), 329-349.
- Wu, K. (2021). Agenda-setting in cross-national coverage of COVID-19: An analysis of elite newspapers in US and China with topic modeling. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 11(4), e202116.
- Yu, S. C., Chen, H. R., Liu, A. C., & Lee, H. Y. (2020, December). Toward COVID-19 information: Infodemic or fear of missing out?. In *Healthcare* (Vol. 8, No. 4, p. 550). Multidisciplinary Digital Publishing Institute.
- Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. *Lancet*, 395(10225), 676.
- Zhao, S., & Wu, X. (2021). From information exposure to protective behaviors: Investigating the underlying mechanism in COVID-19 outbreak using social amplification theory and extended parallel process model. *Frontiers in Psychology*, 12, 1351.

투 고 일 자: 2021년 07월 14일

심 사 일 자: 2021년 08월 10일

게재확정일자: 2021년 08월 25일

Abstract

Conceptual and theoretical review of the COVID-19 “Infodemic” phenomenon

Integrated application of communication theory and
behavioral economics theory

Lee, Wan Soo

Professor, Dongseo University

This study assumed COVID-19 pandemic as an “infodemic” and discussed the process of social spread of the infodemic by integrating communication and behavioral economics theory. Infodemic is a compound word of “information” and “epidemic” and refers to the symptoms of social and psychological information infection that spread like a real disease virus. As a result of the discussion, infodemic has several characteristics in the context of information communication. First, the infodemic is characterized by excessively increasing social anxiety and fear by focusing on health-related information such as disease and disaster. Second, the infodemic has the characteristic of creating an irrational overheating pattern as inaccurate and uncertain information spreads socially through people’s fear psychology regardless of intentions. Third, infodemics are spread simultaneously by social media such as Twitter, Facebook, and YouTube, as well as mainstream media such as newspapers, TV, and radio. Fourth, infodemic has the characteristic of making it more difficult to solve the problem by causing a “ripple effects” as the same information is repeatedly reported. Fifth, infodemic has the characteristic of making it difficult to determine the authenticity of information by

causing cognitive overload according to the overload of uncertain information. Through a theoretical discussion of the infodemic phenomenon, this study suggested implications for mitigating the negative effects of COVID-19 and effectively responding to recurrent pandemic and public health crises in the future.

KEYWORDS COVID-19 Pandemic, Infodemic, Communication, Behavioral Economics, Social Amplification of Risk Information