

정치 선전의 구조와 작동 방식

권력, 미디어, 감정, 정체성, 기술이 현실 인식을 재구성하는 정치 커뮤니케이션 시스템

작성자: 코리아베스트 | <https://koreabest.org>

작성자: The American Newspaper | <https://americannewspaper.org>



그림 1. 고대 연설, 인쇄술, 전시 포스터, 방송, 디지털 플랫폼으로 이어지는 정치 선전의 역사적 진화

본 문서는 정치 선전을 특정 정파의 도덕적 비난어로 쓰지 않고, 권력이 대중의 인식, 감정, 정체성, 의제, 행동을 조직적으로 형성하는 커뮤니케이션 체계로 분석한다.

목차

- 1. 핵심 요약
- 2. 정치 선전의 개념과 인접 개념 비교
- 3. 역사적 발전: 고대 로마에서 디지털 플랫폼까지
- 4. 핵심 기법: 감정, 프레임, 내러티브, 검열의 결합
- 5. 디지털 시대의 선전: 알고리즘, 플랫폼, AI, 딥페이크
- 6. 정치 선전의 심리학: 왜 사람은 조작되는가
- 7. 민주주의와 권위주의에서의 작동 차이
- 8. 대표 사례 비교: 국가, 전쟁, 선거, 팬데믹
- 9. 식별과 방어: 개인, 언론, 플랫폼, 제도의 대응
- 10. 결론: 정치 선전은 현실 인식의 정치적 인프라다

참고문헌

분석 프레임

읽는 관점: 정치 선전은 “거짓말”만이 아니다. 사실, 통계, 역사, 피해 경험, 애국심, 공포, 분노, 희망, 정체성, 전문가 권위, 플랫폼 알고리즘을 조합하여 특정 해석을 자연스럽게 필연적인 것으로 보이게 만드는 정치적 설계다.

1. 핵심 요약

정치 선전은 특정 권력 주체가 대중의 인식과 감정, 가치판단, 집단 정체성, 행동을 원하는 방향으로 움직이기 위해 설계하는 조직적 커뮤니케이션이다. 여기에는 사실, 주장, 소문, 반쪽 진실, 과장, 통계, 이미지, 상징, 의례, 슬로건, 검열, 플랫폼 유통 전략이 함께 사용된다. 중요한 것은 개별 메시지의 참·거짓만이 아니라, 메시지가 어떤 프레임 안에서 반복되고 어떤 감정을 유발하며 어떤 행동을 정당화하는가이다. [1][2]

정치 선전은 단순한 정치 광고나 홍보보다 넓다. 광고는 특정 후보나 정책의 호감을 높이는 공개적 설득일 수 있지만, 선전은 대중이 현실을 해석하는 기본 틀 자체를 재구성한다. 허위정보나 오정보는 선전의 재료가 될 수 있지만 선전 그 자체와 동일하지 않다. 선전은 진실 일부와 거짓 일부를 섞고, 맥락을 제거하며, 반복과 감정 자극으로 수용자의 판단 환경을 바꾼다.

현대 선전의 핵심 변화는 속도, 규모, 정밀도다. 과거의 포스터와 라디오가 대중을 넓게 겨냥했다면, 오늘날의 플랫폼은 개인의 검색 기록, 관심사, 정치 성향, 분노 반응, 네트워크 위치를 활용해 메시지를 세분화한다. 봇, 트롤, 가짜 계정, 인플루언서, 숏폼 영상, 밈, AI 이미지, 딥페이크는 선전의 생산비를 낮추고 확산 속도를 높이며 출처를 흐린다. [7][8][9]

민주주의 사회와 권위주의 사회 모두 선전을 사용하지만 방식은 다르다. 권위주의 체제는 검열, 국영매체, 경찰력, 교육 통제, 역사 서술 통제, 인터넷 차단으로 선전을 제도화한다. 민주주의 사회에서는 정당, 캠페인, 슈퍼 PAC, 케이블 뉴스, 팟캐스트, 데이터 컨설팅, 이익집단, 플랫폼 알고리즘, 인플루언서가 분산된 방식으로 여론을 형성한다.

방어의 핵심은 “내가 동의하지 않는 메시지는 선전”이라는 태도가 아니다. 오히려 내가 강하게 동의하고, 즉각 분노하거나 공유하고 싶어지는 메시지일수록 출처, 원문, 통계, 이미지, 편집 맥락, 누가 이익을 얻는지를 확인해야 한다. 민주주의의 방어는 검열만으로 가능하지 않다. 독립언론, 시민교육, 투명한 정치 광고 규칙, 알고리즘 책임성, 플랫폼 감사, 팩트체크, 다양한 신뢰 출처의 병렬 비교가 함께 필요하다.

핵심 명제

번호	명제	의미
1	선전은 거짓말이 아니라 현실 해석의 설계다.	참과 거짓을 혼합하고 감정·정체성·반복을 통해 판단의 조건을 바꾼다.
2	선전은 메시지보다 시스템이다.	누가 만들고, 누가 확산시키며, 어떤 매체와 알고리즘이 증폭하는지가 중요하다.
3	선전은 위기에서 강력해진다.	전쟁, 경제 불안, 범죄, 이민, 부패, 국가 정체성 논쟁은 감정 동원이 쉬운 소재다.
4	민주주의에서도 선전은 작동한다.	검열은 약하지만 플랫폼, 캠페인 산업, 분극화 미디어, 데이터 광고가 여론 조작의 통로가 된다.
5	방어는 개인 능력과 제도 설계의 결합이다.	미디어 리터러시만으로 부족하며 광고 투명성, 알고리즘 감사, 독립언론, 시민교육이 필요하다.

2. 정치 선전의 개념과 인접 개념 비교

정치 선전은 대중의 태도와 행동을 특정 방향으로 유도하기 위해 상징, 언어, 이미지, 통계, 서사, 공포, 희망, 적대감, 애국심 등을 조직적으로 배치하는 커뮤니케이션이다. 브리태니커는 선전을 사실, 주장, 소문, 반쪽 진실, 거짓을 유포하여 여론에 영향을 미치려는 행위로 설명한다. Lasswell은 선전을 “중요한 상징의 조작을 통한 집단 태도의 관리”로 파악했다. [1][2]

선전은 반드시 완전한 허위일 필요가 없다. 더 위험한 선전은 대체로 부분적으로 사실이다. 실제 범죄, 실제 경제 불안, 실제 부패, 실제 전쟁 피해, 실제 외부 위협을 선택적으로 강조하고 반대되는 정보는 누락한다. 그래서 수용자는 “완전히 틀린 말은 아니지 않은가”라고 느끼지만, 전체 현실은 특정 정치 목적에 맞게 재배열된다.

정치 선전을 이해하려면 네 가지 질문을 반복해야 한다. 첫째, 메시지를 만든 행위자는 누구인가. 둘째, 어느 집단을 겨냥했는가. 셋째, 어떤 감정을 자극하는가. 넷째, 최종적으로 어떤 행동이나 태도를 원하게 만드는가. 이 네 질문 없이 메시지의 진위만 따지면 선전의 구조를 놓치기 쉽다.

개념	기본 의미	핵심 목적	정치 선전과의 차이
단순 의견 교환	시민·전문가·정치인이 서로의 생각을 공개적으로 주고받는 행위	상호성, 반박 가능성, 자발성	선전은 권력 목표에 맞춘 비대칭·조직적 설계이며 반박 가능성을 약화시키는 경우가 많다.
정치 홍보	정치인·정당·정부의 이미지와 성과를 알리는 활동	공개적 호감 형성	선전은 홍보보다 깊게 세계관, 적대감, 정체성, 현실 인식을 조직한다.
공공외교	국가가 해외 대중을 상대로 자국의 가치·정책을 설명하는 활동	외교적 설득, 국가 이미지	공공외교는 투명성과 상호 이해를 표방하지만, 선전화되면 은폐된 영향공작과 구분이 흐려진다.
정치 광고	후보·정당·정책 지지를 위한 유료 메시지	목표 유권자 설득	광고는 선전의 한 도구일 수 있으나, 선전은 광고 밖의 언론, 밈, 소문, 인플루언서, 검열까지 포괄한다.
캠페인 메시지	선거 승리를 위해 구성된 슬로건·정책·이미지	표 획득, 지지층 동원	모든 캠페인이 선전은 아니지만, 공포·혐오·허위·음모론을 조직적으로 쓰면 선전화된다.
허위정보	의도적으로 만들어진 거짓 정보	속이려는 목적	허위정보는 선전의 재료다. 선전은 허위정보 외에도 사실, 상징, 감정, 침묵을 사용한다.
오정보	악의 없이 퍼진 부정확한 정보	오해·실수	선전 조직은 오정보를 이용해 혼란을 증폭하거나 책임을 회피할 수 있다.
음모론	은밀한 집단이 모든 사건을 조종한다는 폐쇄적 설명 체계	불신과 단순 설명	음모론은 선전의 강력한 내러티브 도구가 되며, 반증을 오히려 음모의 증거로 흡수한다.
심리전	상대의 사기·판단·행동을 약화시키기 위한 작전	군사·안보 목적	심리전은 전쟁·안보 영역의 선전 기법을 포함하되, 작전 목표가 더 명확하다.
정보전	정보 수집·조작·차단·유출·사이버 활동을 포함한 경쟁	전략적 정보 우위	정치 선전은 정보전의 메시지·인지 영역이며, 해킹·유출·플랫폼 조작과 결합될 수 있다.

3. 역사적 발전: 고대 로마에서 디지털 플랫폼까지

정치 선전은 현대 국가의 발명품이 아니다. 권력이 대중의 기억과 감정을 조직하려는 시도는 고대의 연설, 기념비, 동전, 개선식, 종교 의례에서 이미 나타났다. 다만 매체 기술이 변화할 때마다 선전의 속도, 범위, 신뢰 형식도 달라졌다.

인쇄술은 선전의 민주화와 대중화를 동시에 가져왔다. 종교개혁기의 팸플릿과 목판화는 신학 논쟁을 대중 정치의 언어로 바꾸었다. 프랑스혁명은 신문, 클럽, 포스터, 상징, 축제, 순교자 서사를 통해 “국민”이라는 새로운 정치 주체를 상상하게 만들었다.

제1차 세계대전은 국가 주도의 대중 선전이 산업화된 전환점이었다. 미국의 Committee on Public Information은 전쟁 지지와 사기 유지, 보도 관리, 해외 홍보를 담당했다. 영국, 프랑스, 독일도 전쟁 포스터, 신문, 영화, 검열, 적의 잔혹성 서사를 활용했다. [3]

나치 독일과 소련은 선전의 전체주의적 모델을 보여준다. 두 체제는 국영·당영 매체, 교육, 예술, 청년조직, 집회, 검열, 비밀경찰, 역사 재서술을 통합해 정치적 현실을 국가가 독점하려 했다. 냉전기에는 미국과 소련이 라디오, 영화, 문화외교, 위성방송, 망명자 매체, 학술·문화 교류를 통해 이념 경쟁을 수행했다.

현대에는 권위주의 국가의 정보 통제와 민주주의 선거 캠페인의 데이터 산업이 동시에 발전했다. 러시아식 “고속·다채널·무차별” 선전 모델은 사실과 허구를 대량으로 뿌려 상대의 판단 능력을 마비시키는 전략으로 분석되어 왔다. [4] 중국, 북한, 이란 등은 국가 통제 매체와 온라인 영향공작, 검열, 애국주의 서사를 결합한다. 민주주의에서는 정당·캠페인·미디어·플랫폼·후원조직이 분산된 방식으로 선전 효과를 만든다.

시기	주요 매체와 장치	정치적 효과
고대 로마	연설, 개선식, 기념비, 동전, 신화	지도자의 권위와 제국 질서 정당화
종교개혁	인쇄술, 팸플릿, 목판화	신학 논쟁을 대중 정치 갈등으로 확산
프랑스혁명	신문, 클럽, 포스터, 상징, 순교자 서사	국민, 반혁명, 자유, 공포정치의 언어 형성
제1차 세계대전	전쟁 포스터, 검열, 정부 홍보조직, 영화	전시 동원, 적대감, 전쟁채권, 사기 유지
나치 독일	국영매체, 라디오, 집회, 영화, 교육, 검열	지도자 숭배, 인종주의, 적의 비인간화, 전쟁 정당화
소련	당 선전, 예술, 교육, 역사 서술, 검열	계급투쟁, 혁명 정당성, 체제 충성 조직화
냉전	라디오, 문화외교, 영화, 정보기관, 망명 매체	자유주의 대 공산주의, 체제 우월성 경쟁
현대 권위주의	국영매체, 인터넷 검열, 플랫폼 조작, 애국주의	정권 안정, 반대파 고립, 외부 적 서사
현대 민주주의 선거	TV 광고, 케이블 뉴스, 데이터 타기팅, 슈퍼 PAC, SNS	지지층 동원, 상대 후보 악마화, 의제 장악

4. 핵심 기법: 감정, 프레임, 내러티브, 검열의 결합

정치 선전의 기법은 크게 네 층위로 나눌 수 있다. 첫째는 감정의 층위다. 공포, 분노, 굴욕감, 희망, 애국심, 복수심을 자극한다. 둘째는 인식의 층위다. 어떤 사실을 보이게 하고 어떤 사실은 보이지 않게 만든다. 셋째는 정체성의 층위다. “우리”와 “그들”을 만들고 도덕적 위계를 부여한다. 넷째는 제도·매체의 층위다. 검열, 의제 설정, 반복 노출, 알고리즘 증폭으로 메시지 환경을 지배한다.

Institute for Propaganda Analysis가 정리한 고전적 선전 장치에는 이름 붙이기, 화려한 일반화, 전이, 증언, 평범한 사람 이미지, 카드 쌓기, 밴드왜건이 포함된다. 현대 선전은 이 고전 기법에 플랫폼 데이터, AI 이미지, 딥페이크, 마이크로타깅, 인플루언서 네트워크를 결합한다. [13]

선전은 사람에게 “생각하라”고 말하기보다 “느끼라”고 요구한다. 한 문장짜리 구호, 반복되는 이미지, 적대적 별명, 위기 과장, 음모론적 연결은 복잡한 정책 판단을 도덕적 반사작용으로 바꾼다. 이는 민주주의에서 시민의 숙의 능력을 약화시키고 권위주의에서 반대 의견을 배신으로 만드는 기능을 한다.

기법	작동 방식	정치적 효과
적 만들기	복잡한 문제의 원인을 하나의 외부·내부 적에게 집중	분노와 공포를 조직하고 권력의 책임을 회피한다.
희생양 만들기	경제·범죄·문화 불안을 특정 집단 탓으로 돌림	정책 실패를 사회적 약자나 소수자에게 전가한다.
공포 자극	위험을 과장하거나 반복하여 생존 반응 유도	권위주의적 조치, 전쟁, 검열을 정당화한다.
반복	짧은 메시지를 여러 매체에서 계속 노출	익숙함을 신뢰로 오인하게 만든다.
단순 구호	복잡한 현실을 기억 쉬운 문장으로 축약	정책 판단을 정체성 신호로 바꾼다.
감정적 이미지	피해자, 어린이, 국기, 군인, 폭력 장면을 활용	분석보다 감정 반응을 우선시한다.
애국심 동원	정권·정당·지도자를 국가와 동일시	비판자를 반국가적 인물로 낙인찍는다.
도덕적 이분법	선과 악, 국민과 반역자, 문명과 야만으로 구분	타협과 숙의를 배신처럼 보이게 한다.
음모론	우연과 구조 문제를 은밀한 조종자의 계획으로 설명	반증을 음모의 증거로 흡수해 닫힌 세계관을 만든다.
선택적 사실 제시	자기 주장에 맞는 사례만 선택	사실을 사용하지만 전체 현실을 왜곡한다.
맥락 제거	영상·발언·통계를 배경 없이 제시	상대의 의도와 사건의 의미를 바꾼다.
통계 왜곡	비율·기간·표본·기준선을 조작	과학적·객관적 외피를 만든다.
가짜 전문가	권위 있는 직함 또는 위장 연구소를 활용	불확실한 주장에 전문성의 인상을 부여한다.
밴드왜건 효과	다수가 이미 지지한다는 인상을 줌	고립 공포와 사회적 증거를 이용한다.
이름 붙이기	상대에게 모욕적·감정적 라벨 부여	정책 논쟁을 인격 혐오로 전환한다.
카드 쌓기	유리한 정보만 쌓고 불리한 정보는 제거	균형 잡힌 판단을 방해한다.
증언 광고	유명인·전문가·피해자 발언을 활용	논리보다 신뢰 이전 효과를 노린다.
평범한 사람 이미지	지도자가 보통 시민처럼 보이도록 연출	권력자와 대중 사이의 거리를 지운다.
영웅 서사	지도자나 집단을 구원자로 묘사	복종을 감사와 충성으로 변환한다.
피해자 서사	강자가 자신을 피해자로 재현	공격적 행동을 방어적 행동처럼 보이게 한다.
위기 과장	위험을 통제 불능 상태로 묘사	비상권한과 규범 파괴를 정당화한다.
적의 비인간화	상대를 짐승, 바이러스, 배신자로 묘사	폭력과 배제를 도덕적으로 쉽게 만든다.
검열	반대 정보의 접근을 차단	대중이 비교할 대안을 잃게 만든다.
의제 설정	무엇을 생각할지 정함	중요한 쟁점과 비쟁점을 구분하는 힘을 장악한다.
프레이밍	어떤 관점으로 생각할지 정함	같은 사실도 범죄, 안보, 경제, 도덕 문제로 다르게 보이게 한다.
아젠다 전환	불리한 이슈를 다른 논쟁으로 덮음	책임 추궁의 집중도를 낮춘다.
양비론	가해와 피해, 진실과 거짓을 같은 수준으로 놓음	책임을 흐리고 정치적 냉소를 키운다.
냉소주의 유도	모두가 거짓말한다는 인식을 확산	진실 탐색 자체를 무의미하게 만든다.

5. 디지털 시대의 선전: 알고리즘, 플랫폼, AI, 딥페이크



그림 2. 마이크로타기팅, 추천 알고리즘, 봇-트롤, 밈, AI 이미지, 딥페이크가 결합된 디지털 선전 생태계

디지털 플랫폼은 정치 선전을 세 가지 방식으로 바꾸었다. 첫째, 속도다. 밈과 숏폼 영상은 몇 분 안에 수백만 명에게 도달할 수 있다. 둘째, 규모다. 봇, 자동 계정, 크로스 플랫폼 공유가 메시지를 대량 증폭한다. 셋째, 정밀도다. 데이터 분석과 마이크로타기팅은 같은 정치 목적을 가진 서로 다른 메시지를 각각의 집단에게 다르게 전달한다.

YouTube, TikTok, X/Twitter, Facebook, Telegram, WhatsApp, 검색엔진은 모두 다른 선전 논리를 가진다. 공개 피드 플랫폼은 가시성과 알고리즘 증폭이 핵심이고, 메신저형 플랫폼은 폐쇄적 신뢰망과 전달 속도가 핵심이다. 검색엔진은 어떤 정보가 “가장 먼저 보이는가”를 통해 현실의 우선순위를 만든다.

알고리즘 추천은 선전 주체가 직접 소유하지 않아도 활용할 수 있는 증폭 장치다. 강한 감정, 갈등, 충격, 분노, 음모론적 호기심은 참여율을 높이기 쉽고, 참여율 기반 시스템에서는 이런 콘텐츠가 더 많이 노출될 수 있다. 다만 알고리즘이 언제나 극단화를 자동 생산한다는 단순화도 위험하다. 연구마다 결과는 다르며, 사용자 선택, 플랫폼 설계, 콘텐츠 공급, 사회적 맥락이 함께 작동한다. [10][11]

AI 생성 이미지와 딥페이크는 “눈으로 보면 믿는다”는 오래된 직관을 약화시킨다. 실제보다 더 선명하고 감정적인 이미지를 저비용으로 만들 수 있고, 진짜 영상도 “딥페이크일 수 있다”는 주장으로 부정할 수 있다. 이른바 거짓말쟁이의 배당금은 조작물이 많아질수록 진짜 증거의 신뢰도까지 떨어뜨리는 효과를 낳는다. [12]

정치 광고 투명성은 디지털 선전 방어 of 핵심이다. Meta Ad Library 같은 광고 보관소는 사회·선거·정치 광고의 검색과 지출 정보를 일부 제공하지만, 디지털 광고의 전체 생태계는 여전히 플랫폼별 정책, 삭제 기간, 데이터 접근성, 연구자 접근권의 한계를 가진다. [14] 유럽연합의 Digital Services Act는 대형 온라인 플랫폼에 체계적 위험 평가와 투명성 책임을 부과하는 규제 흐름을 대표한다. [15]

도구	작동 방식	선전 효과
소셜미디어 알고리즘	관심·참여·시청시간을 기반으로 콘텐츠 노출을 최적화	선전 메시지가 분노·공포·정체성 자극으로 참여율을 높이면 증폭될 수 있다.

도구	작동 방식	선전 효과
유튜브 추천 시스템	시청 이력과 유사 콘텐츠를 바탕으로 다음 영상을 제시	정치 해설·음모론·정체성 콘텐츠가 연쇄 소비될 수 있다. 연구 결과는 일관되지 않으므로 과장도 경계해야 한다.
X/Twitter	실시간 이슈, 해시태그, 인플루언서, 리트윗 구조	트렌드 점령, 논쟁 과열, 기자·정치인 대상 의제 압박에 강하다.
Facebook	친구망, 그룹, 페이지, 광고 타기팅	지역·연령·관심사 기반 정치 광고와 커뮤니티형 확산에 유리하다.
TikTok	짧은 영상, 음악, 리믹스, 강력한 추천 피드	정치 메시지가 문화 콘텐츠처럼 소비되며 젊은 층에 빠르게 확산된다.
Telegram·WhatsApp	폐쇄형 채널과 그룹, 전달 기능	팩트체크가 어려운 신뢰망 내부에서 소문과 동원 메시지가 확산된다.
میم	이미지·문구·유머·조롱의 결합	복잡한 정치를 경서적 신호로 압축하고 반대파를 희화화한다.
인플루언서	개인 신뢰와 친밀감 기반 메시지 전달	정치 광고가 아닌 생활 콘텐츠처럼 선전 메시지를 전달할 수 있다.
봇·트롤·댓글부대	자동·조직 계정으로 여론 분위기 연출	다수 의견의 착시, 반대파 위축, 언론 의제 자극을 노린다.
마이크로타기팅	데이터로 세분화한 집단에 맞춤 메시지 제공	같은 후보·정책도 집단별로 다른 공포와 욕망을 자극한다.
AI 이미지·딥페이크	합성 이미지·음성·영상으로 증거처럼 보이는 콘텐츠 생산	허위 조작뿐 아니라 진짜 증거 부정에도 사용될 수 있다.

디지털 선전의 작동 순서

디지털 선전은 대체로 생산, 증폭, 정상화의 순서로 진행된다. 먼저 자극적인 이미지, 짧은 영상, 왜곡된 통계, 감정적 구호가 생산된다. 다음으로 봇, 인플루언서, 추천 알고리즘, 폐쇄형 채널이 메시지를 증폭한다. 마지막으로 같은 주장이 여러 출처에서 반복되면 수용자는 그것을 “어디선가 많이 들은 이야기”로 받아들이고, 의심보다 익숙함을 먼저 느낀다.

이 과정에서 가장 위험한 순간은 허위가 진실처럼 보이는 순간만이 아니다. 더 근본적인 위험은 시민이 어떤 정보도 신뢰할 수 없다고 느끼는 냉소 상태다. 선전 방어는 거짓 하나를 반박하는 수준을 넘어 신뢰 가능한 검증 절차와 공통 사실 기반을 회복하는 일이어야 한다.

6. 정치 선전의 심리학: 왜 사람은 조작되는가

정치 선전은 인간이 정보를 순수하게 합리적으로 처리하지 않는다는 사실을 이용한다. 사람은 사실보다 정체성, 집단 소속, 감정적 안전, 사회적 인정, 도덕적 확신에 강하게 반응한다. 선전은 이 취약성을 “무지한 대중”의 문제가 아니라 모든 인간이 가진 인지 구조의 문제로 활용한다.

확증편향은 이미 믿고 싶은 정보를 더 쉽게 받아들이게 한다. 집단정체성과 부족주의는 “우리 편”의 오류를 관대하게 보고 “상대편”의 작은 잘못을 크게 보게 한다. 공포 반응은 위험 신호에 과민하게 만들고, 분노 동원은 즉각적인 공유와 행동을 유도한다.

인지부조화는 자신이 지지한 지도자나 집단의 잘못을 인정하기 어렵게 만든다. 권위 편향은 전문가, 군복, 학위, 기관 이름, 지도자의 언어에 신뢰를 부여한다. 반복 노출 효과는 자주 본 문장을 사실처럼 느끼게 만든다. 사회적 증거는 “다들 그렇게 생각한다”는 분위기를 신뢰로 바꾼다.

경제 불안, 전쟁, 이민, 범죄, 인종, 종교, 젠더, 계급, 부패, 엘리트 불신, 국가 정체성 같은 이슈에서 선전이 강력한 이유는 이 주제들이 정보 문제가 아니라 존재·안전·명예의 문제로 느껴지기 때문이다. 사람은 자기 가족, 국가, 생계, 신앙, 공동체가 위협받는다고 느낄 때 복잡한 반론보다 단순하고 강한 설명을 찾는다.

심리 메커니즘	의미	선전의 활용
확증편향	기존 신념과 맞는 정보만 선호	지지층에게 맞춤형 “증거”를 계속 공급한다.
집단정체성	정치 판단이 소속감과 결합	정책 논쟁을 우리 편 보호와 상대편 공격으로 전환한다.
부족주의	정치 집단을 도덕 공동체처럼 경험	상대 진영의 고통에 무감각해진다.
공포 반응	위험을 빠르게 감지하고 회피하려는 경향	외부 적, 범죄, 전쟁, 이민 위협을 과장한다.
분노 동원	부당함에 대한 강한 행동 충동	공유, 댓글, 투표, 시위, 보복 지지를 유도한다.
인지부조화	자기 신념과 불일치하는 증거를 불편해함	지도자 실패를 인정하기보다 변명과 음모론을 만든다.
권위 편향	전문가·기관·지도자 권위에 의존	가짜 전문가와 위장 연구소가 효과를 발휘한다.
반복 노출 효과	익숙함을 사실성으로 오인	짧은 구호와 별명을 계속 반복한다.
사회적 증거	다수가 믿는 것처럼 보이면 따라감	봇·댓글부대·조작 여론조사로 다수 착시를 만든다.
음모론적 사고	복잡한 현실을 은밀한 계획으로 설명	우연과 구조 문제를 악의적 주체의 음모로 묶는다.
상대 진영 혐오	정책 차이를 도덕적 악으로 해석	정치 타협을 배신으로 만든다.
피해의식	자기 집단이 억압받는다는 감각	공격적 행동을 방어와 회복의 행동으로 정당화한다.
도덕적 공황	사회 변화가 문명의 붕괴처럼 보이는 현상	비상한 조치와 통제를 정당화한다.

7. 민주주의와 권위주의에서의 작동 차이

권위주의 사회에서 선전은 통치 제도의 일부다. 국영매체, 검열, 경찰력, 교육 통제, 역사 서술 통제, 인터넷 차단, 반대파 탄압이 결합되면 대중은 대안적 정보에 접근하기 어렵다. 이때 선전은 설득보다 현실 독점에 가깝다. Freedom House는 2025년 세계 인터넷 자유가 15년 연속 하락했다고 평가하며, 권위주의 정부의 검열과 오프라인 탄압을 주요 요인으로 들었다. [16]

민주주의 사회에서 선전은 더 분산적이고 경쟁적이다. 국가가 정보를 독점하지 못하지만, 정당, 캠페인, 이익집단, 정치 광고, 케이블 뉴스, 팟캐스트, 싱크탱크, 여론조사, 슈퍼 PAC, 데이터 컨설팅 회사, 인플루언서가 각자의 이해관계에 따라 메시지를 만든다. 이 환경에서는 검열보다 주의력 장악, 분노 증폭, 의제 전환, 냉소주의 유도가 중요해진다.

민주주의의 취약점은 표현의 자유 그 자체가 아니라 정보 생태계의 불균형이다. 일부 플랫폼은 참여율을 높이는 콘텐츠를 보상하고, 일부 미디어는 지지층의 분노를 수익 모델로 삼으며, 정치 광고는 세분화된 집단에게 서로 다른 약속과 공포를 전달한다. 권위주의가 “하나의 공식 현실”을 강요한다면, 민주주의의 선전은 “너무 많은 상충 현실”을 만들어 공통 사실 기반을 약화시킬 수 있다.

항목	권위주의 사회	민주주의 사회
통제 구조	국가·당·지도자 중심의 위계적 통제	정당·캠페인·미디어·플랫폼·이익집단의 분산 경쟁
주요 매체	국영방송, 관영신문, 교과서, 검열된 인터넷	케이블 뉴스, 정치 광고, SNS, 팟캐스트, 슈퍼 PAC, 인플루언서
핵심 수단	검열, 인터넷 차단, 반대파 탄압, 역사 통제	프레이밍, 마이크로타기팅, 의제 설정, 여론조사, 알고리즘 증폭
목표	정권 안정, 지도자 숭배, 반대파 고립	선거 승리, 지지층 동원, 상대 후보 약화, 정책 지지
위험	현실 독점, 공포 통치, 시민사회 파괴	공통 사실 기반 붕괴, 분극화, 냉소주의, 선거 신뢰 약화
방어 수단	독립언론 보호, 검열 우회, 국제 감시, 시민사회	투명한 광고, 플랫폼 감사, 미디어 리터러시, 팩트체크, 독립언론

8. 대표 사례 비교: 국가, 전쟁, 선거, 팬데믹

정치 선전 사례를 비교할 때 중요한 것은 누가 메시지를 만들었는지, 어떤 대중을 겨냥했는지, 어떤 감정을 자극했는지, 어떤 매체를 사용했는지, 어떤 정치적 효과를 노렸는지가 다. 같은 “선전”이라도 전시 동원, 정권 안정, 외교적 정당화, 선거 동원, 반대파 무력화, 국제 여론 분열 등 목표가 다르다.

러시아의 현대 선전은 다채널·고속·반복·모순 허용이라는 특징으로 자주 분석된다. RAND의 “firehose of falsehood” 모델은 메시지의 정확성보다 양, 속도, 반복, 다중 채널 노출이 판단 피로와 혼란을 만든다는 점을 강조한다. [4] 미국 정부는 2024년 러시아 관련 외국 악의적 영향작전과 도메인 네트워크에 대응한 조치를 발표했다. [17]

중국 관련 정보작전은 국가 이미지 관리, 해외 비판자 약화, 대만·홍콩·신장·남중국해 등 핵심 이슈의 프레임링, 서방 사회 내부 분열 활용이라는 목표를 가진다. Graphika 등은 중국 국가 연계 영향 네트워크가 해외 대중을 겨냥해 가짜 계정과 분열적 내러티브를 활용한 사례를 보고해 왔다. [18]

우크라이나 전쟁 정보전은 전통적 선전과 디지털 정보전이 결합된 대표 사례다. 러시아는 NATO 확장, 탈나치화, 서방 피로, 우크라이나 부패, 에너지 위기 내러티브를 활용하고, 우크라이나는 침략 저항, 민주주의 방어, 민간 피해, 국제 지원의 도덕적 정당성, 대통령과 군의 소통 능력을 강조한다. EEAS는 러시아와 중국 등 외국 행위자의 정보조작·간섭 위협을 추적하는 FIMI 보고서를 발간해 왔다. [9]

코로나19 허위정보는 보건 정보가 정치 정체성, 정부 신뢰, 과학 불신, 플랫폼 알고리즘과 결합할 때 얼마나 빠르게 선전화될 수 있는지 보여주었다. 팬데믹 상황에서는 불확실성이 높고 과학적 권고가 변화할 수 있기 때문에, 선전 주체는 정책 수정 자체를 “거짓말의 증거”로 프레임하기 쉽다. [5]

사례	메시지 생산자	목표 대중	자극 감정	사용 매체	노린 효과
나치 독일	국가당 선전기구	독일 국민, 청년, 점령지 주민	굴욕감, 인종 혐오, 민족 부흥	라디오, 영화, 집회, 포스터, 교육, 검열	지도자 숭배, 전쟁·학살 정당화, 반대파 제거
소련	공산당·국가기구	노동자, 농민, 청년, 위성국 주민	계급 적대, 혁명 정당성, 미래 낙관	신문, 포스터, 예술, 교과서, 검열	체제 찬성, 반체제 고립, 역사 통제
영국 전시 선전	정부 홍보·정보기관	자국민, 동맹국, 적국 국민	인내, 애국심, 적대감, 사기	포스터, 라디오, 영화, 보도 관리	전시 동원, 사기 유지, 국제 지지 확보
미국 전시 선전	CPI 등 정부 조직, 군·언론 협력	미국 대중, 동맹국, 해외 청중	애국심, 민주주의 수호, 적대감	포스터, 신문, 영화, 연설, 검열	전쟁 지지, 전쟁채권, 병력·산업 동원
러시아 현대 정보전	국가·준국가 매체, 온라인 네트워크	자국민, 서방 대중, 분열된 사회집단	혼란, 냉소, 분노, 서방 불신	TV, 포털, SNS, 가짜 사이트, Telegram	상대국 신뢰 약화, 우크라이나 지원 피로, 선거 분열
중국 정보 통제	당·국가 매체, 검열기관, 온라인 네트워크	자국민, 화교, 해외 여론	애국심, 안정 선호, 서방 위선 비판	국영매체, 플랫폼 검열, 외국어 매체, 가짜 계정	정권 정당성, 대만·홍콩·신장 프레임 관리
북한	조선노동당·국가 선전기구	북한 주민, 해외 동조층	지도자 숭배, 외부 위협, 생존 공포	국영매체, 교육, 예술, 집단 의례	체제 찬성, 정보 차단, 외부 세계 악마화
이란	국가 매체, 혁명수비대 연계 네트워크	국내 대중, 중동 지역, 해외 반미 청중	반제국주의, 종교 정체성, 저항 서사	국영방송, 지역 매체, SNS, 대리세력 매체	정권 정당성, 지역 영향력, 미국·이스라엘 비판
브렉시트	정당·캠페인·언론·온라인 네트워크	영국 유권자, 특히 경제·이민 불안층	주권 회복, 이민 불안, 엘리트 불신	신문, 버스 광고, Facebook, 캠페인 데이터	EU 탈퇴 지지 동원, 국가 정체성 재프레임
미국 대선	정당, PAC, 슈퍼 PAC, 캠페인, 외국 행위자	경합주 유권자, 지지층, 냉소층	분노, 공포, 희망, 부패 혐오	TV, 디지털 광고, 케이블 뉴스, SNS, 팟캐스트	투표율 조정, 후보 이미지 재구성, 제도 신뢰 약화 또는 강화
코로나19 허위정보	정치 행위자, 음모론 네트워크, 일부 인플루언서	정부 불신층, 건강 불안층, 정체성 정치 집단	공포, 분노, 자유 침해감, 과학 불신	Facebook, YouTube, Telegram, WhatsApp, 블로그	보건정책 불신, 백신 거부, 정치 동원
대만 문제	국가·정당·해외 네트워크	대만 유권자, 중국 국민, 미국·아시아 여론	전쟁 공포, 민족주의, 안정 선호	국영매체, SNS, 사이버·정보작전, 외교 메시지	통일·독립 프레임 경쟁, 미국 개입 비용 부각

사례	메시지 생산자	목표 대중	자극 감정	사용 매체	노린 효과
중동 분쟁	국가, 무장정파, 국제 언론, 디지털 활동가	국내 지지층, 해외 여론, 디아스포라	피해자 서사, 종교·민족 정체성, 분노	TV, SNS, 이미지·영상, 국제기구 담론	정당성 확보, 국제 압박, 상대의 도덕성 파괴

사례 비교의 공통 패턴

사례들은 서로 다르지만 공통 구조가 있다. 첫째, 선전은 항상 구체적 타깃을 가진다. 전체 국민이 아니라 불안한 중산층, 전쟁 피로층, 특정 지역 유권자, 해외 디아스포라, 청년층, 종교·민족 정체성이 강한 집단처럼 감정적으로 반응하기 쉬운 집단을 겨냥한다.

둘째, 선전은 단일 메시지보다 반복 가능한 이야기 구조를 선호한다. “우리는 피해자다”, “적은 비인간적이다”, “엘리트가 배신했다”, “지도자만이 질서를 회복한다”, “언론은 모두 거짓말한다” 같은 기본 서사는 국가와 시대를 넘어 반복된다.

셋째, 성공적인 선전은 정보의 양으로 상대를 압도한다. 반박 하나가 나오면 다른 주장으로 이동하고, 사실 확인이 끝나기 전에 새 의제를 제시한다. 따라서 대응은 개별 거짓말 교정보다 네트워크, 자금, 반복 패턴, 플랫폼 증폭 구조를 함께 추적해야 한다.

9. 식별과 방어: 개인, 언론, 플랫폼, 제도의 대응



그림 3. 출처 확인, 원문 확인, 이미지·영상 검증, 통계 검증, 다양한 출처 비교를 통한 선전 방어 체계

정치 선전 방어의 첫 단계는 감정 반응을 늦추는 것이다. 어떤 메시지가 즉시 분노, 공포, 혐오, 조롱, 복수심, 우월감을 일으킨다면 그것은 공유 전 검증의 신호다. 선전은 사람들이 생각하기 전에 반응하도록 설계된다.

개인은 출처, 원문, 날짜, 통계, 이미지, 영상, 편집 맥락을 확인해야 한다. 언론은 클릭 수 경쟁보다 증거 체계와 맥락 설명을 우선해야 한다. 플랫폼은 정치 광고의 투명성, 봇 탐지, 조작 네트워크 공개, 연구자 데이터 접근권, 알고리즘 감사, 반복적 허위 계정 제재를 강화해야 한다. 국가는 표현의 자유를 훼손하지 않으면서도 투명한 광고 규칙, 선거 기간 외국 영향공작 대응, 시민교육, 공공 데이터 접근성을 설계해야 한다.

중요한 것은 “검열”과 “방어”를 구분하는 것이다. 민주주의에서 선전 대응은 불편한 의견을 제거하는 것이 아니라 조작적 출처, 은폐된 자금, 가짜 계정, 위장 매체, 조작된 이미지, 허위 통계, 불투명한 타기팅을 밝혀 시민이 더 나은 판단을 하도록 만드는 것이다.

방어 방법	확인할 것	위험 신호
출처 확인	최초 게시자, 소유 구조, 자금 출처, 계정 생성 시점, 과거 게시 이력을 본다.	익명 계정, 갑자기 생성된 사이트, 출처 없는 캡처 이미지
원문 확인	인용문·영상·법안·보고서의 원문과 전체 맥락을 확인한다.	짧은 클립, 한 문장 인용, 번역 오류, 날짜 누락
감정 조작 신호 탐지	분노·공포·혐오를 즉시 유발하는지 살핀다.	“지금 당장 공유하라”, “그들이 숨긴다”, “모두가 속고 있다”
통계 검증	표본, 기준선, 기간, 분포, 비교 집단을 확인한다.	비율과 절대수 혼동, 그래프 축 조작, 선택적 기간
이미지·영상 검증	역이미지 검색, 메타데이터, 지리·시간 단서, 프레임 편집 여부를 확인한다.	오래된 사진 재사용, AI 이미지, 편집된 자막, 음성 합성
반복 구호 의심	같은 문구가 여러 계정에서 동시에 반복되는지 본다.	해시태그 도배, 동일 문장 댓글, 자동 번역 느낌
극단적 이분법 경계	복잡한 문제를 선과 악, 국민과 반역자로만 나누는지 본다.	타협 금지, 질문 금지, 반대자 비인간화

방어 방법	확인할 것	위험 신호
이익 분석	이 메시지로 누가 정치적·경제적·외교적 이득을 얻는지 묻는다.	분노 유도 후 기부·구독·투표·폭력 지지 요청
타깃과 목적 파악	어느 집단의 어떤 불안과 욕망을 겨냥했는지 분석한다.	지역·인종·종교·연령별 맞춤 공포 메시지
다양한 신뢰 출처 비교	서로 다른 성향의 신뢰 가능한 언론·공식자료·전문기관을 비교한다.	단일 출처만 반복 인용, 다른 자료는 모두 “가짜”라고 주장

정책적 대응 원칙

대응 영역	내용
미디어 리터러시	학교·시민교육에서 출처 확인, 통계 이해, 이미지 검증, 알고리즘 이해를 교육한다.
독립언론 강화	팩트체크와 탐사보도, 지역언론, 국제 보도 협력, 공익 저널리즘을 지원한다.
정치 광고 투명성	광고 구매자, 지출, 타기팅 기준, 노출 대상, 광고 버전을 공개하도록 한다.
플랫폼 책임성	추천 알고리즘의 체계적 위험, 조작 네트워크, 봇 활동, 정치 콘텐츠 증폭 규칙을 감사한다.
연구자 접근권	공익 연구자가 플랫폼 데이터를 안전하게 분석할 수 있는 제도적 경로를 만든다.
선거 보안	외국 영향공작, 위장 도메인, 피싱, 후보·선관위 사칭에 대응한다.
표현의 자유 보호	정부 비판이나 소수 의견을 선전으로 낙인찍지 않도록 독립적 절차와 투명성을 둔다.

10. 결론: 정치 선전은 현실 인식의 정치적 인프라다

정치 선전은 단순한 거짓말이 아니다. 그것은 권력, 미디어, 감정, 정체성, 기술이 결합해 사람들이 무엇을 사실로 보고, 무엇을 위협으로 느끼며, 누구를 적으로 상상하고, 어떤 행동을 정당하다고 믿게 만드는 정치적 시스템이다.

선전의 핵심은 대중을 한 번 속이는 것이 아니라, 대중이 현실을 해석하는 반복적 습관을 바꾸는 데 있다. 특정 언어를 반복하고, 특정 이미지를 각인하며, 특정 집단을 위협으로 지정하고, 특정 지도자를 구원자로 만들고, 특정 정보원만 믿게 만들면 사람들은 같은 세계를 보면서도 완전히 다른 현실 속에 살게 된다.

따라서 정치 선전을 분석하는 일은 민주주의 방어에 핵심이다. 시민이 선전을 이해한다는 것은 모든 정치 메시지를 냉소적으로 거부한다는 뜻이 아니다. 오히려 더 정확하게 묻는 것이다. 누가 말하는가. 왜 지금 말하는가. 누구에게 말하는가. 무엇을 느끼게 하려는가. 어떤 행동을 원하게 만드는가. 무엇을 숨기려는가. 누가 이익을 얻는가.

21세기의 정치 선전은 포스터와 라디오를 넘어 알고리즘, 데이터, 인플루언서, 밈, AI 이미지, 딥페이크, 폐쇄형 메신저, 국제 정보작전으로 확장되었다. 그러나 기본 원리는 오래되었다. 인간의 공포와 희망, 소속감과 혐오, 불안과 자부심을 조직하는 자가 정치적 현실을 조직한다. 민주주의가 살아남으려면 시민의 판단 능력뿐 아니라 정보 생태계의 제도적 투명성과 책임성이 함께 강화되어야 한다.

보고서의 결론적 정의

최종 정의: 정치 선전은 특정 권력 목표를 위해 사실·상징·감정·정체성·기술·매체 유통 구조를 결합하여 대중의 현실 인식과 정치 행동을 조직적으로 형성하는 커뮤니케이션 시스템이다.

참고문헌 및 주요 참고자료

- [1] Encyclopaedia Britannica, “Propaganda: Definition, History, Techniques, Examples.”
- [2] Harold D. Lasswell, “The Theory of Political Propaganda” 및 Propaganda Technique in the World War, 1927.
- [3] U.S. National Archives, “Records of the Committee on Public Information.”
- [4] Christopher Paul and Miriam Matthews, RAND Corporation, “The Russian ‘Firehose of Falsehood’ Propaganda Model,” 2016.
- [5] UNESCO, Journalism, Fake News & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training, 2018.
- [6] NATO, “NATO’s approach to counter information threats,” 2025.
- [7] Oxford Internet Institute / Programme on Democracy and Technology, Industrialized Disinformation: 2020 Global Inventory of Organized Social Media Manipulation.
- [8] Freedom House, Freedom on the Net 2025: An Uncertain Future for the Global Internet.
- [9] European External Action Service, “3rd EEAS Report on Foreign Information Manipulation and Interference Threats,” 2025.
- [10] Yesilada and Lewandowsky, “Systematic review: YouTube recommendations and problematic content,” 2022.
- [11] Haroon et al., “YouTube, The Great Radicalizer? Auditing and Mitigating Ideological Biases in YouTube Recommendations,” 2022.
- [12] Brennan Center for Justice, “How to Detect and Guard Against Deceptive AI-Generated Election Information,” 2024.
- [13] Institute for Propaganda Analysis, “Seven Common Propaganda Devices”; Sproule, “Authorship and Origins of the Seven Propaganda Devices.”
- [14] Meta Transparency Center, “Ad Library Tools” and Ads about Social Issues, Elections or Politics.
- [15] European Commission, “The Digital Services Act.”
- [16] Reporters Without Borders, World Press Freedom Index 2025; Freedom House, Freedom on the Net 2025.
- [17] U.S. Department of Justice, “Justice Department Disrupts Covert Russian Government-Sponsored Foreign Malign Influence Campaign,” 2024; ODNI Election Security Updates, 2024.
- [18] Graphika, “Chinese State Influence” and “Spamouflage” reporting, 2024-2025.

주: 본 보고서는 정치 선전의 구조를 분석하기 위한 교육·연구 목적의 문서이다. 특정 국가나 정당의 모든 정치 커뮤니케이션을 동일하게 평가하지 않으며, 사례는 선전 연구에서 자주 논의되는 유형을 비교하기 위해 제시되었다.