

# 가짜뉴스(Fake News) 대응방안 마련 시급하다



최근 SNS상에서 유통되는 ‘가짜뉴스(Fake News)’의 문제점이 계속해서 지적되고 있는 가운데, 많은 사람들이 ‘기사 형식을 취하고 있는 조작된 온라인 콘텐츠’를 가짜뉴스로 인식한다는 조사 결과가 나와 주목되고 있다. 한국언론진흥재단은 지난 3월 29일 ‘미디어이슈 3권 3호’를 통해 ‘일반 국민들의 ‘가짜뉴스’에 대한 인식’ 조사 결과를 발표했다.

## 국민 84% “가짜뉴스 문제 많아”

보고서에 따르면 응답자의 80%가 ‘기사 형식의 조작된 온라인 콘텐츠’를 ‘가짜뉴스’로 생각한다고 응답했다. ‘페이스북, 트위터 등에서 유포되는 정체불명의 게시물’ (74.3%), ‘카카오톡, 라인 등에서 유포되는 속칭 지라시 톡’ (74.1%), ‘들어본 적 없는 <○○뉴스>란 이름으로 배포되

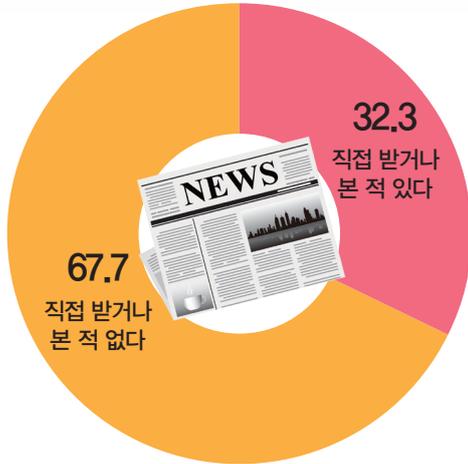
는 인쇄물’(72.4%) 등을 ‘가짜뉴스’로 생각한다는 응답률도 높았다. 다만 ‘기존 언론사들의 왜곡, 과장 보도’에 대해서는 40.1%만이 ‘가짜뉴스’에 해당한다고 조사됐다.

가짜뉴스에 대한 인지 여부와 별도로 본인이 가짜라고 판단하는 뉴스를 직접 받거나 본 경험이 있는지 묻자, 그렇다고 응답한 사람은 350명으로 전체의 32.3%인 것으로 나타났다. 성별, 연령별로도 큰 차이 없이 인터넷이 가짜뉴스를 접하는 가장 주된 경로였고, 신문, 텔레비전 등 대중매체를 통해 접한 경우는 9.1%였으며, 친구, 선후배 등과의 사적 모임이 7.7%로 뒤를 이었다.

가짜뉴스로 인해 벌어지고 있는 현상들에 대해서는 ‘한국사회에서 가짜뉴스로 인한 문제점은 매우 심각하다’는 의견에 대해 83.7%(매우 동의 40.3%, 약간 동의 43.4%)가 동의한다고 답했으며, ‘가짜뉴스로 인해 우리 사회의

올해 들어 본인이 가짜라고 판단하는 뉴스를 직접 받거나 본 경험

(단위: %)



한국언론진흥재단 미디어연구센터 온라인 설문조사(2017년 3월 17일~19일, N=1,084)

분열이 더 심해지고 있다’는 의견에 대해서도 응답자의 83.6%(매우 동의 48.1%, 약간 동의 35.5%)가 동의한다고 답해 가짜뉴스가 우리 사회를 분열시키는 등 심각한 문제를 발생시키고 있다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

가짜뉴스와 관련된 문제를 해결하는 가장 효과적인 수단에 대해서는 대중매체에서 가짜뉴스를 부추길 경우 경고나 정정보도, 벌금 등의 징계 조치를 가하는 것에 대해 응답자 중 가장 많은 비율인 43.4%가 찬성했다. 뒤를 이어 가짜뉴스 내용의 게시글이나 댓글을 작성한 온라인 이용자를 처벌(30.6%), 가짜뉴스 내용의 게시글이나 댓글을 포털 등 인터넷서비스사업자가 삭제(16.0%) 순으로 조사됐다.

한편 이번 조사는 전국의 성인남녀 1,084명을 대상으로 3월 17일부터 19일까지 온라인 설문조사로 실시됐다.

### ‘가짜뉴스’ 개념 정의와 대응방안 마련 시급

지난 2월 14일 한국언론진흥재단과 한국언론학회는 한국프레스센터에서 ‘Fake News(가짜뉴스) 개념과 대응방안’이라는 주제로 세미나를 개최했다. 전 세계적으로 문제시되고 있는 가짜뉴스가 국내에서도 심각한 영향을 미친다는 사실을 공감하고, 대학교수, 언론인, 전문가 등이 모여 대응방안을 모색하기 위해 마련된 자리였다.

발제자로 나선 황용석 건국대 미디어커뮤니케이션학과 교수는 “가짜뉴스 규제를 위해서 대상과 개념 분리가

실행돼야 한다”며 “패러디, 오보, 유언비어 등을 명확히 구분해야 표현의 자유 침해 없이 의도적 조작 피해를 방지한다”고 강조했다.

또한 그는 “뉴스의 사실 여부를 판단하는 것은 굉장히 어렵고 복잡한 일”이라며 “언론과 전문가 등 다양한 주체가 참여하는 ‘팩트체킹’ 협업 시스템이 필요하다”고 제안했다.

두 번째 발제자로 나선 박아란 언론진흥재단 미디어연구센터 선임연구원은 “현재 특정 피해자의 인격을 공격하는 가짜뉴스 작성자는 처벌할 법적 근거가 있다”며 “반면 피해자를 특정할 수 없는 가짜뉴스의 경우 처벌 규정이 없는데 조심스러운 논의가 필요하다”고 말했다. 타인의 인격권을 침해하는 가짜뉴스는 실정법으로도 규율 가능하지만 허위 정보를 퍼뜨려 사회적 혼란을 야기하는 것을 전반적으로 규율할 법규는 없다는 것이다. 박 연구원은 “앞으로 더욱 정교하고 세밀한 가짜뉴스가 등장하고 판별하기 어려울 것”이라며 “뉴스 생산자는 정밀한 사실 확인을 통해 고품질의 뉴스를 만들어야 하고 포털같은 뉴스 매개자는 가짜뉴스를 판별할 수 있는 절차와 기술을 마련해야 한다”고 강조했다.

한편, 토론자로 나선 김익현 지디넷 미디어연구소 소장은 “가짜뉴스를 직접 만드는 생산자뿐만 아니라 사실 확인 없이 이를 무차별적으로 확산시키는 기존 언론사도 확산 책임을 벗어날 수 없다”고 지적했다.

고려대 미디어학부 민영 교수는 “가짜뉴스가 제도언론에 대한 불신에서 발생했지만 뉴스의 신뢰성에 기대고 있다는 측면에서 매우 역설적인 현상”이라며 사실이 무엇인지 알고 싶어하는 심리적 욕구가 강한 만큼 언론의 사실 검증 기능을 강화해 가짜뉴스의 범람을 막아야 한다고 조언했다.

### 언론 - 플랫폼 책임의식 가져야

3월 20일 한국인터넷자율정책기구(KISO)가 개최한 ‘페이크 뉴스와 인터넷’ 세미나에서는 학계와 공공기관, 업계에서 패널들이 참석해 가짜뉴스에 대한 규제 방법론을 논의했다.

가짜뉴스(fake news)란, 뉴스의 형식을 띠고 있지만 불구하고 언론에 의해 생산된 것이 아닌 뉴스를 말한다. 현



재 국내에선 가짜뉴스에 대한 정의가 다소 불명확한 상태지만 일반적으로 정치·경제적 이득을 보기 위해 기사 형식으로 만들어진 허위 정보부터 오보, 지라시 형태 등으로 넓은 의미에서 사용되고 있다.

발제를 맡은 배영 숭실대 정보사회학과 교수는 KISO와 닐슨코리아가 전국 인터넷 이용자 1000명을 대상으로 실시한 설문조사 결과를 바탕으로 “이용자들은 주로 지라시와 개인 블로그에서 가짜뉴스를 접하고 있다”며 “정치적 이슈에 대한 관심도가 낮으면 가짜뉴스에 대한 신뢰가 증가한다”고 전했다. 배 교수는 “뉴스 공유에 대한 행태는 기존 뉴스와 차이가 없거나 오히려 더 활발하다”며 “의심가는 뉴스와 달리 개연성을 갖춘 뉴스에 대해서는 확인 행위가 소극적으로 이뤄지는데 이 부분에 대한 심층적 논의나 사회적 대책 마련이 필요하다”고 지적했다.

‘가짜뉴스에 대한 법적 대응방안’에 대해 발제한 황창근 홍익대 법대 교수는 언론 관계법 위반 여부에 보호되는 법이나 신뢰성 측면에서 행정 형벌이 가능하다는 입장을 밝혔다. 황 교수는 “입법론적으로 가짜뉴스의 침해 사항에 주목한다면 언론법적으로 적용 가능하다”며 “단 언론의 형식, 언론을 사칭한다는 관점에서 ‘가짜뉴스를 별하는

범죄의 신실’이라는 입법 검토가 가능하다”고 전했다.

토론자로 나선 이수종 언론중재위원회 연구팀 팀장은 법적 규제 장치가 필요하다는 의견을 전했다. 이 팀장은 “현행법은 가짜뉴스가 인격권을 침해한 경우만을 대상으로 하기 때문에 특정 사실을 날조하는 등 포괄적인 가짜뉴스 개념에는 포섭되기 어려운 점이 있다”며 “페이스북과 같은 SNS에 명백한 책임을 부여하는, 좀 더 강화된 법적 보호안이 필요하다”고 말했다.

이준용 서울대 교수는 “가짜뉴스 대응에 대해 언론사에서 책임의식을 가지고 해결해야 할 문제”라며 “가짜뉴스 대응 주체는 언론사가 되어야 한다”고 주장했다. 이 교수는 “언론사가 이 책임을 방기하고 플랫폼에게 내용에 관련된 권한을 넘겨준다면 이미 하락하고 있는 언론 내용에 대한 장악력은 더 약화될 것이며, 플랫폼 사업자의 여론 지배력은 더 커질 것”이라고 지적했다.

한편, 김대원 카카오 정책팀 박사는 미국에서 문제가 됐던 가짜뉴스 현상을 우리나라에 직접 적용하는 것은 무리가 있다는 입장을 밝혔다. 김 박사는 “가짜뉴스를 유통하는 미디어 플랫폼의 역할이 강화돼야 한다는 이야기가 나오는데, 카카오톡 네이버와 같은 포털 사이트는 이미 가

짜뉴스를 필터링하는 기능을 갖췄다”며 “문제 콘텐츠에 ‘주의’ 표시를 하는 해외 사이트보다 더 적극적인 형태인 ‘삭제’를 하고 있는 상황에서 우선 가짜뉴스 판단을 위해서는 우리나라에 적합한 개념 정의가 필요한 것 같다”고 말했다. 이어 “네이버와 다음 등 포털은 카테고리별로 검색 결과를 나누고 있다”며 검색 결과에 카테고리 구분을 두지 않아 뉴스와 일반 콘텐츠가 구분하기 힘든 구글과 다른 점이라고 강조했다.

### 구글, ‘증오발언’ ‘가짜뉴스’ 관리

구글은 지난 3월 16일 성별, 인종 또는 기타 기준에 따라 특정 집단에 대한 증오나 폭력을 조장하는 콘텐츠를 품질평가자들이 신고하면 이를 ‘화나는-공격적인(Upsetting-Offensive)’이라는 카테고리로 분류해 검색결과에서 후순위로 밀리게 하는 새 가이드라인을 내놨다. 그동안 전 세계 1만명의 품질평가자 평가 결과를 검색결과 순위에 반영해 온 구글이 최근 증오 발언이 담긴 콘텐츠를 이번 신고대상에 포함한 것이다.

위싱턴포스트에 따르면 “새 가이드라인은 비록 검색 결과가 이용자의 의도를 충족시키는 것이라고 해도 해당 지역의 이용자 관점에서 볼 때 혼란스럽거나 모욕적인 콘텐츠가 포함된 모든 웹 결과에 대해서는 새 카테고리에 지정토록 했다”고 전했다.

구글의 새 가이드라인을 두고 일각에서는 독일 정부를 비롯해 각국이 증오 발언과 가짜뉴스를 해결을 위한 방책을 내놓고 있어 이에 대한 움직임이라는 분석이다. 지난 3월 14일 독일 정부는 증오 발언이나 가짜뉴스를 삭제하지 않는 SNS 업체에 최고 5000만유로(약 611억원)의 벌금 부과를 추진한다고 밝힌 바 있다. 전세계 각국이 증오발언과 가짜뉴스로 골머리를 앓는 가운데 정부 차원에서 나온 첫번째 강력 조치다. 법안이 통과되면 SNS 업체는 위법한 콘텐츠를 24시간 안에 삭제 또는 차단해야 한다.

### 가짜뉴스의 확산 원천 차단해야

국내에서도 지난 3월 27일 국방부가 SNS 상에서 무분별하게 유포되고 있는 군복무 단축 관련 글에 대해 “군 복무기간 단축과 관련한 뉴스 형태의 SNS 게시물의 내용은 전혀 근거 없는 허위 사실”이라고 밝힌 사례가 있다. 국방



부는 보도자료를 통해 “일부 SNS를 통해 ‘2018년부터 군복무 단축 결정 1년에 30일씩 줄어든다’는 제목의 가짜뉴스가 생산돼 유포되고 있다”며 이같이 밝혔다. 이어 “국방부는 병 복무기간 단축과 관련해 어떠한 결정도 한 바가 없다”며 “군 복무기간 단축과 관련한 가짜뉴스에 현혹되지 않기를 바란다”고 강조했다.

한편 이날 특정인의 페이스북 계정을 통해 ‘속보, 국방부 병무청에서 군복무 단축사안이 통과. 1년 3개월까지 줄어든대요. 2023년부터는 1년3개월 정착합니다’라는 내용의 글이 호응을 얻으며 무분별하게 확산되었다.

사정이 이렇다보니 기업 홍보실에서도 가짜뉴스에 대한 우려가 크다. 한 기업의 홍보임원은 “정치뉴스에만 등장했던 가짜뉴스가 바로 기업뉴스로 넘어올 수도 있다”며 “정치적 경제적 이익을 취하기 위한 가짜뉴스가 판을 칠 수도 있으니 각별한 주의가 필요하다”고 말했다. 흔히 지라시일 경우에는 기본적으로 신뢰감 없이 그냥 보고 넘어가지만, 가짜뉴스는 일반 대중이 언론사 뉴스라고 생각하고 믿기 때문에 더 위험하다는 것이다.

아울러 가짜뉴스를 옮긴 사람에 대한 처벌이 불명확한 현실에서 처벌 규정을 강도 높게 명확히 해서 가짜뉴스의 확산을 원천 차단해야 한다는 목소리도 크다. 가짜뉴스는 단순 오보량은 완전히 틀리기 때문에 이미 확산된 이후에 징벌 규정을 높여도 소용없다는 것이다. **KAA**

유재형 yoojh1999@kaa.or.kr | 김다혜 dahye@kaa.or.kr