

뉴스라는 거짓말 가짜뉴스의 전개

이 호 은
(청운대학교 방송영상학과)

1. '가짜뉴스' 역정보인가 과정보정보인가

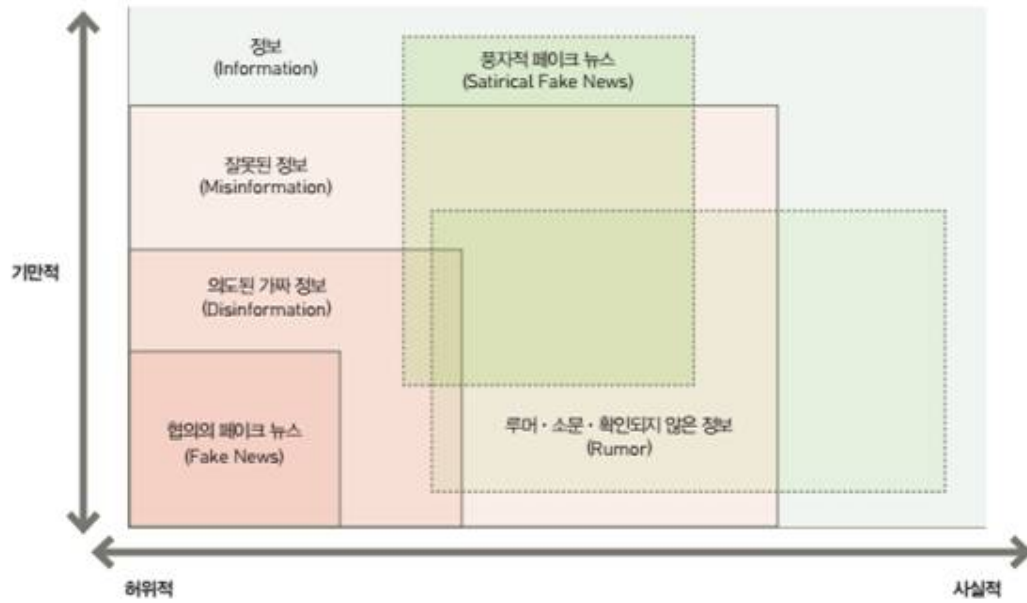
촛불 탄핵정국을 넘어 대한민국은 대선 정국에 접어들었다. 2017년 4월 중반으로 접어들면서 후보들은 사실을 확인할 시간이 어려운 일정 속에서 네거티브 전략에 집중하고 있다.



소위 '가짜뉴스'라는 표현은 최근에 우리 사회에서 회자되고 그 문제점에 대하여 우려하고 있지만 가짜뉴스는 언론의 역사, 나아가 커뮤니케이션의 역사와 함께 하였다고 해도 지나치지 않다. 가짜뉴스는 흔히 교묘하게 조작된 '속임수 뉴스'를 뜻한다. 경찰은 가짜뉴스를 '실제 언론 보도처럼 보이도록 가공해 신뢰도를 높이는 방식으로 유포되는 정보'로 정의하고 있으며 한국언론진흥재단은 '정치·경제적 이익을 위해 의도적으로 언론 보도의 형식을 하고 유포된 거짓 정보'로 정의한다.

[네이버 지식백과] 가짜뉴스 [false news] (한국경제신문/한경닷컴)

가짜 뉴스와 유사 개념의 관계



《윤서-황윤석(2017.3.20), "가짜뉴스 현상과 인터넷 서비스 사업자 자율규제 헌법", KBO리얼 정책세미나 발표문, p.4》

신문과 방송 5월호



시사 > 전체기사

'1600만 촛불집회' 노벨 평화상 추진

서울시, 내달 시민추천단 구성

입력 : 2017-03-19 18:04 / 수정 : 2017-03-19 21:29

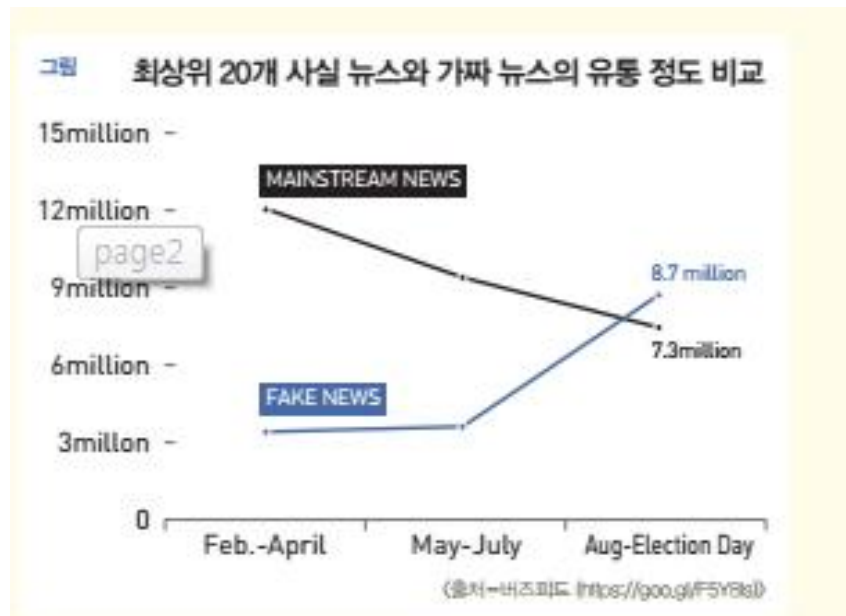


서울시가 지난해 10월부터 4개월 넘게 비폭력으로 진행된 촛불집회를 노벨 평화상 후보로 추천한다. 사진은 지난해 12월 3일 서울 광화문광장에서 열린 촛불집회 장면. 국민일보DB

최근 가짜뉴스에 대하여 사회적인 관심이 더욱 높아진 것은 미 대선에서 트럼프의 거짓말이 검증이 되지 않거나 무시 되었는데도 불구하고 대통령에 당선 되었다고 하는 소문에서 관심을 끌기 시작한 것에서 찾아 볼 수 있다. 2016년 11월 미국 대통령 선거 당시 '가짜뉴스'가 보여준 파급력은 전 세계를 놀라게 했다. 당시 페이스북에 가장 많이 공유된 기사 5개 중 4개가 가짜뉴스였다. '프란체스코 교황이 트럼프를 지지한다'(1위)거나 '힐러리가 테러단체 이슬람국가(IS)에 무기를 팔았다'(3위) 등은 삼시간에 전 세계로 퍼졌다. 진실은 중요하지 않았다. 페이스북 이용자들은 자극적인 내용을 접하자마자 '공유(share)' 버튼을 눌렀다. 이 가짜뉴스에 대한 공유나 댓글 건수는 각각 96만 건, 79만 건에 달했다

[네이버 지식백과] 가짜뉴스 [false news] (한경 경제용어사전, 한국경제신문/한경닷컴)

한편 한국의 유력한 대선 후보자였던 반기문 전 UN사무총장의 낙마 사례를 들 수 있다. 지난 1월 7일 한 인터넷 매체는 현 유엔사무총장이 반 전 총장의 대선출마에 문제를 제기했다는 기사를 냈다. '반기문, 한국 대통령 출마는 유엔법 위반' '반기문, 대통령 출마 UN 출



마제동 가능' 등의 제목인 가짜 뉴스였다. 가짜라 해도 그 파급력은 컸고, SNS를 통해 빠르게 확산됐다. 일부 야권에선 이를 인용해 언급하거나 리트윗 하기도 했다. 결국 그는 2월 1일 대선 불출마를 전격 선언하면서 "인격살해와 가짜 뉴스로 정치교체 명분이 실종됐다."하였다. 이를 계기로 '가짜 뉴스'에 대한 우려가 도마에 올랐다. 본격적인 대선국면에 접어들면서 가짜뉴스 범람 우려가 커지고 있지만, 이를 완벽히 제재할 수단이 없어 소셜미디어, 포털 사이트업체들의 고심이 커지고 있다.

가짜라는 표현은 사실이라는 표현 보다는 팩트(fact)와 대치되는데, 쉽게 정체를 확인하기 어려운 개념이 되고 있다. 공정, 균형, 신속 등의 요소만으로 뉴스의 사명을 다했다는 설명으로 명쾌하지 않다. 과연 어디까지가 가짜뉴스이고 어디까지가 사실이란 말인가. 아울러 팩트인가 스토리인가의 구분도 어려운 상황이고, 초점이 무엇인지 등.. 그야말로 뉴스의 사실성은 어디까지 인정해야 하는 것인가 혼란스럽기까지 하다.

뉴스의 생산, 제작, 전달방식에서도 가짜뉴스의 새로운 생산의 현상이 목격된다. 텍스트로 전달하는 문자 중심 시대에서 영상시대로 전개되면서 사실이 가공되거나 변형되는 것이 가능해지고, 감성적인 요소가 개입되거나 이미지의 전략적인 편집이 감행된다면 뉴스의 사실성은 훼손되기 어려운 상황이 되었다.

결국 뉴스 생산자의 시력, 시야, 시각이 더욱 주요한 시대가 도래 하였다.

아울러 가짜뉴스의 원인을 언론의 부주의로 보기에는 뉴스 생산자의 입장에서 다소 억울할 수 있겠다. 디지털 환경이 빠르게 전개되는 미디어 환경에서 과거 뉴스의 수용자가 새로운 뉴스의 생산자가 된 것도 한 몫 한 것임에 틀림없다. 등록 가능한 뉴스 생산자 (언론사)의 수가 포화 상태에 이르렀다는 소식도 들려온다.

가짜 뉴스의 생산과 전달의 과정을 통하여 자세히 살펴보면 어쩌면 가짜뉴스는 역정보의 생산 보다는 과정보의 결과로 확인 될 수도 있다. 예로 디지털 언론사의 폭발적인 증가와 방송분야에서도 보도 기능을 갖고 있는 종편의 등장과 약진, 무엇보다도 SNS의 폭발적인 상호작용과 뉴스 전달속도는 정통성을 갖고 있는 언론사의 위상을 위축시키고 있다.

전통적인 언론사의 뉴스생산 환경은 더욱 치열해지거나 험해지고 있다. 아울러 뉴스 생산자의 소명은 더욱 무거워지고 있다고 볼 수 있다. 정확성, 균형성의 사명은 물론 품위도 갖 추어야하는 숙제를 받게 되었다.

2. 가짜 뉴스의 위험

1) 익명성과 파급력, 그리고 선정성

가짜 뉴스의 특징은 그것이 어디에서 누구에게서 생산되었는지 생산주체를 확인하기가 어렵다는 것이다. 더욱이 자극성이 높은 선정적 기사로 이루어져 빠른 파급력을 보이기 쉽다.

연초에 일본의 한 혐한 사이트는 “노무현이 일본 소녀를 성폭행했다”는 내용 등 악의적으로 제작된 가짜뉴스를 게재해 논란이 일었다. 일본 가짜 뉴스 사이트 ‘대한민국 민간보도(大韓民國民間報道·korean-news.xyz)’와 이를 한글판으로 바꾼 ‘한국신문(korean-newsspot.blogspot.kr)’은 매우 악질적인 가짜 뉴스를 게재해 한국 혐오 분위기를 조성했다. 한국신문은 마치 국내 언론인 것처럼 한글로 쓰여진 기사를 게재하고, 대한민국 민간보도에선 이를 일본어로 번역·인용해 가짜 뉴스를 확산시켰다.

한국신문에 게재된 대표적인 가짜 뉴스는 ▲한국 일본인 소녀 강간 사건 판결 무죄로 ▲한국 인육공장 적발, 기형아 통조림 ▲한국 10세 인기 아역 소녀 임신 “업계에서 흔한 일” ▲한국 경찰이 초등학교 강간 혐의 체포 “100회 이상 했어” 등이 있다. 대한민국 민간보도는 고 노무현 전 대통령 모욕 기사를 게재한 이후 논란이 불거지자 폐쇄한 것으로 알려졌다.



2) 무책임한 소비자

뉴스 정정보도가 나가도 이미 가짜뉴스를 접한 소비자는 팩트에 관심이 없다. 무책임한 소비자는 언론인의 부주의를 소명할 기회를 허락하지 않는다. '아니면 말고' 식의 뉴스 소비 태도는 이용자의 현명한 사회 참여의 기회를 스스로 박탈하는 아쉬운 현상으로 목격된다. 소비는 하되 확인은 하지 않는 경우이다. 미디어 교육 등의 필요성이 대두 되는 부분이다. 아이덴티티를 확인해주는 시민 교육 등이 필요하다.

3. 검증과 성찰

1) 소비자의 의심과 검증

뉴스 생산자를 확인하고 뉴스를 판별하는 능력을 갖춘 현명한 수용자의 역할이 중요하다. 무엇보다도 비판적인 시각으로 뉴스를 접근할 필요가 있다. 정보의 획득과 검증이 매우 용이하고 일반적인 환경에서 비교적 중요한 인물과 사회적 사건 뉴스는 시민의 정보 수용의 수준을 넘어서는 주요한 스스로의 환경감시의 기능으로 볼 수 있다.

소비에서 검증하는 수용자의 덕목이 현대 사회에서 요구 된다.

2) 생산자의 확인과 성찰

뉴스생산자는 기사를 쓰기 전에 반드시 타 언론사의 기사를 검토하고 사실성을 검증하는 것이 습관이다. 최근 SNS, 대학, 리서치 기관은 팩트체크를 통하여 가짜뉴스를 판별하려고 애쓰고 있다. 더욱이 언론사들도 참여하는 서울대학교 팩트체크 플랫폼도 개발되어 운영되기 시작하였다.



* 서울대학교 팩트체크 플랫폼



* 서울대학교 팩트체크 플랫폼

☐ 참여 언론사

하단의 언론사 배너를 클릭하시면,
해당 언론사가 검증한 팩트를 보실 수 있습니다.

KBS

CHANNEL A

조선일보

SBS

MBN

동아일보

YTN

한국일보

중앙일보

서울신문

세계일보

TV조선

JTBC

한국경제

매일경제

MBC

서울대학교 팩트 체크 참여 언론사

JTBC 뉴스룸 | 팩트체크



[팩트체크] 안철수 부인 '특혜임용' 논란... 사실 여부 검증

[앵커] 어제(5일) 문재인 후보 아들의 '특혜 채용' 의혹에 이어, (해당 기사 ▶ [팩트체크] 문재인 아들 '특혜 채용 논란' 확인해보니) 오늘은 안철수 후보 부인의 '교수임용 특혜' 의혹을 확인합니다. 안 후보의 부인

2017-04-06 22:31

JTBC 팩트체크

4. 결론

1) 가짜뉴스 대응 시스템

지난해 '역대 가장 추악한' 대통령 선거 국면에서 가짜뉴스로 홍역을 앓은 미국 언론은 새해 들어 가짜뉴스 근절을 위한 전면전에 나섰다. 가짜뉴스는 뉴스 생산자는 물론 뉴스에 등장하는 인물의 명예를 훼손할 뿐만 아니라 언론사의 공신력도 크게 좌우하기 때문에 절박감을 느낀 각 언론사가 범람하는 가짜뉴스의 폐해를 막고자 직접 가짜뉴스에 대응하고자 하였다. CNN 머니는 가짜뉴스를 추려낼 전문 기사를 뽑아 미디어 팀을 확충하였다.

빌 도드 캘리포니아 주 상원의원은 "가짜뉴스의 증가보다 우려스러운 건 뉴스 진위를 구분하는 능력 향상에 대한 교육이 제대로 진행되지 않는 것"이라며 고교생들에게 가짜뉴스 식별방법을 교육하기 위한 법안을 제출했다.

한국도 범람하는 가짜뉴스의 심각성을 느끼고 뉴스나 광고, SNS 등 여러 매체로 전달되는 수많은 정보를 올바르게 해독하는 능력을 기르는 미디어 교육이 초·중학교 수업에 본격 도입될 것으로 보인다.

교육부는 전문 교수진에게 정책연구를 맡겨 초·중등학교 교과서에 수록될 '미디어 리터러시' 단위 모형을 처음으로 개발했다고 9일 밝혔다. 일르 통해 미디어가 제공하는 정보와 콘텐츠를 비판적으로 이해하고 자신의 생각을 미디어를 활용해 표현하거나 공유하는 능력을 키우겠다는 계획이다.

독일 정부는 2017년 3월 가짜뉴스나 증오 표현을 방치하는 소셜네트워크서비스(SNS) 기업에 최대 600억원 벌금을 부과 하는 법안을 추진하기로 했다. 올해 총선을 앞두고 있어 가짜뉴스가 여론을 선동할 가능성이 농후하다는 판단에서다.

2) 페이스북 등 책임 강화 논의

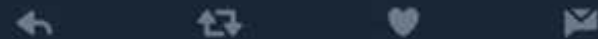
가짜뉴스의 진원지로는 대표적인 SNS인 페이스북이 꼽힌다. 해외 페이스북은 이러한 문제점을 인지하고 제3의 기관을 통해 가짜뉴스로 의심되는 게시물 내용을 확인하는 작업을 추진하고 있다. 하지만 국내에서는 아직 제대로 논의가 되고 있지 않다. 우리 당국도 가짜뉴스 대응 방안 고심하고 있다. 중앙선거관리위원회는 흑색선전 전담 TF팀을 운영하고 있다.



사이버선거범죄대응센터 @NEC... · 2017. 3. 20. ▾

에게 보내는 답글

[중앙선거위 사이버선거범죄대응센터에서 알려드립니다-2] 공직선거법상 금지된 "허위사실공표"에 해당되어 제250조에 따라 처벌될 수 있사오니 즉시 삭제하여 주시기 바라며,



사이버선거범죄대응센터 @NEC... · 2017. 3. 20. ▾

에게 보내는 답글

[중앙선거위 사이버선거범죄대응센터에서 알려드립니다-1] 위 글 중 문재인 비자금 제하의 유튜브 동영상 중 "문재인 비자금 1조원짜리 자기앞수표" 부분은



사이버선거범죄대응센터 @NEC... · 2017. 3. 21. ▾

에게 보내는 답글

중앙선거위 사이버선거범죄대응센터에서 알려드립니다-2] 만약 이 글을 퍼나르는 경우에도 처벌될 수 있습니다. 중앙선거관리위원회

 02-502-8475



사이버선거범죄대응센터 @NEC... · 2017. 3. 21. ▾

에게 보내는 답글

중앙선거위 사이버선거범죄대응센터에서 알려드립니다-1] 위 글 중 "혼자 지원해 혼자 합격" 부분은 공직선거법상 금지된 "허위사실공표"에 해당되어 제250조에 따라 처벌될 수 있사오니 즉시 삭제하여 주시기 바라며,





최근 가짜뉴스에 대한 각종 논의는 가짜뉴스의 개념을 정립하고 플랫폼 사업자의 책임 강화, 명확한 규제조항 신설 등을 해법으로 제시하고 있다.



하지만 개인적인 SNS에 대한 규제는 실효성이 떨어지는 조치로서 심각한 논의가 요구 된다. 언론사의 행위와 개인의 표현 행위는 차별적으로 보아야 하며, 규제도 다른 시각에서 바라보아야 한다.

3) 뉴스생산자의 소명

팩트 체크는 언론인의 사명이다. 언론인은 기사를 취재하고 편집하는 과정에서 사실을 확인하는 고유의 업무가 부여된 것이다. 책임과 함께 권한이 주어지는 중요한 업무가 언론인들에게 필요하다. 주어진 소명에 대하여 충실 하는 언론인의 태도가 여전히 견지되어야 한다. 특히 지상파 등의 공영적 매체는 사실 확인은 물론이고 정확성, 균형성 그리고 품위까지 담보하는 뉴스 생산자로서 사명감 있는 역할을 수행하도록 성찰이 필요하다.

대학 혹은 수용자의 협업을 통하여 팩트 체크에 대한 논의는 의미가 있다. 하지만 가짜 뉴스에 대응하는 방법으로는 적절하지 않다. 가짜 뉴스에 대응하는 것은 언론의 고유 업무라고 볼 수 없다. 언론은 가짜 뉴스를 생산하지 않아야 하는 것이 본래의 소명이며, 뉴스에 대한 검증은 태생적인 업무이며, 이를 위해서는 스스로 탐사하고 보도하는 역할이 있을 뿐이다.

한편 페이스북 등 SNS와 언론사의 업무를 차별적으로 보는 시각도 필요하다. 가짜뉴스의 문제는 미디어의 과잉으로 인한 과정보이지 언론사의 심각한 부주의로 인한 역정보로 보기에는 다소 논의가 필요하다.

가짜뉴스를 검증하고 팩트체크의 대상을 선정하는 것은 기계적인 균형을 맞추어서 수행되는 것이 아니라 기자로서 가치 판단에 따른 것이어야 한다. 팩트체킹은 대학 혹은 리서치팀이 개발한 각종 시스템으로 이루어 질 수 있지만, 사실성 있는 뉴스나 진실이 담긴 탐사 보도는 여전히 현명하고 소명의식이 있는 기자의 몫임을 부정할 수 있는 언론인이나 학자는 아직 찾기 어렵다.

무엇보다도 가짜뉴스는 사실성과 함께 의도와 맥락이 주요한 스토리로서의 평가가 주요하게 되었다. 결국 뉴스의 진실이 어디까지 인지를 측정하기 보다는 뉴스가 과연 사회의 맥락과 어떻게 연결되고 시민을 위한 의도가 반영되는지도 살펴야 하는 언론인의 오래된 책임감을 상기하게 하는 대목이다.