

2023 Spring AI Engineering

**Study on the Effective Management
regarding Online False information in the
Internet Environment**

Kim, Ju sik

December 2023

2023 Spring AI Engineering

**인터넷 환경 내 효율적인 허위조작정보
관리 방안에 대한 고찰**

김 주 식

December 2023

Executive Summary (English)

In an era of rapid social development, we are living amidst an overwhelming flood of information, allowing us to easily derive useful values in life from fast-paced information and comfortably access desired information in real-time from our homes. However, this convenience is shadowed by the problem of 'fabricated misinformation' being used to gain advantages in politics, society, and economics. Cleverly crafted false information is causing problems for nations, societies, and individuals.

With the development of SNS and the advent of the individual media era, verifying the truthfulness of every article in an environment where anyone can comfortably broadcast news anytime, anywhere, is practically challenging. The emergence of 'ChatGPT', capable of writing natural, logical texts like a human, has drawn worldwide attention. This versatile AI enables those who cannot write to author papers, beginners in coding to create programs, and those who do not speak foreign languages to fluently communicate with foreigners. The influx of books on utilizing ChatGPT in marketing, work, daily life, and wealth management indicates a shift from fabricated misinformation being a personal issue to a serious political and social problem. The use of new technologies like ChatGPT in producing disinformation is becoming increasingly sophisticated, posing a realistic issue.

This study aims to understand the concept of fabricated misinformation, identify problems, and propose solutions. Firstly, it presents the purpose and necessity of the study. Secondly, it seeks solutions to the problem of fabricated misinformation through an analysis of previous research cases and environmental studies by country, topic, and business domain. Thirdly, it offers strategic recommendations through various methods such as policy, subject matter, and distribution channels. Fourthly, it proposes increasing the reliability of information and combating fake news by responding to it from its creation through AI automated systems, ensuring transparency of information with an internet real-name system, enhancing the ethics education of creators and users, and implementing digital media literacy education. It suggests creating a strong international framework for managing the development and use of AI in cooperation with other countries.

The study examines the reasons for the creation of fabricated misinformation and analyzes environmental and problem cases domestically and internationally, looking at how to effectively block 'fake news' and reduce its damage. While some solutions are presented, they are not seen as fundamental. The study suggests that fact-checking through AI programs before creating prompts and strong legal and institutional measures are necessary, and emphasizes the importance of self-regulation and the promotion of ethical consciousness in the internet environment among news creators and users.

Executive Summary (Korean)

급속한 사회발달로 인해 많은 정보의 홍수 속에 살아가고 있는 우리로서는 빠른 정보로 인해 삶의 유용한 가치를 쉽게 얻을 수 있고 안방에서 실시간으로 원하는 정보를 편안하게 얻을 수 있는 시대에 살고 있다,

이러한 편리함 뒤에는 이를 활용한 ‘허위조작정보’를 생산 유포하여 정치, 사회, 경제 모든 분야에 유리한 이득을 취하기위해 거짓 정보를 교묘하게 생성하여 국가나, 사회, 개인에 이르기까지 많은 문제를 야기시키고 있는 것이 문제이다.

SNS발달로 1인 미디어 시대로 언제 어디서나 편안하게 기사화해서 전파할 수 있는 환경에 노출되어 있는 시점에서 기사에 대한 진위를 일일이 검증한다는 것은 사실상 어렵다.

특히 인간처럼 자연스러운 문장을 구사하고 논리적인 글도 똑딱 써낼 정도로 똑똑해진 ‘챗GPT(ChatGPT)’의 등장은 전 세계인의 관심을 끌기에 충분했다. 쓰임새가 무궁무진한 팔방미인 AI는 글을 쓸 줄 모르는 사람도 논문을 쓸 수 있게 해주고 코딩을 처음 접하는 사람도 프로그램을 만들 수 있게 해줬으며, 외국어를 전혀 못하는 사람도 외국인 친구와 유창하게 메시지를 주고받을 수 있게 해줬다. 마치 기다렸다는 듯 마케팅, 업무, 일상, 재테크 등에 챗GPT를 활용하는 법을 다룬 서적들이 쏟아져 나오음으로서 과거 단순히 개인의 명예를 침해하는 정도로 문제시되었던 허위조작정보가 이제는 사회적 혼란 및 정치적 의사결정의 왜곡 등 심각한 정치, 사회적 문제로 등장하게 되고 있고, 챗GPT등 생성형 AI등 새로운 기술을 활용하여 허위조작(Disinformation)의 제작 수준이 날로 진짜와 구별하지 못할 정도로 고도화 지능화되어 가고 있는 것이 현실적 문제로 대두되고 있다.

이번 연구고찰에서는 이러한 문제를 해결해 보고자 연구 배경 및 선행연구에 대한 이론과 허위조작정보에 대한 개념인식을 이해하고, 문제점 파악 및 해결방안을 다음과 같이 정리하고자 한다. 첫째로 연구의 목적 과 연구의 필요성을 제시하고자 한다. 둘째로 선행연구사례 환경 분석을 통해 국가별, 주제별, 비즈니스 도메인별 문제점 분석을 통해 허위조작정보에 대한 문제 해결점을 찾아보고, 셋째로 전략적 제언으로 정책적,기술, 교육적,사회적 전략적 제언을 통한 해결책 제시와 넷째로 각종 유통채널마다 AI 자동화 시스템에 의해 생성시점부터 가짜뉴스에 대응하고, 인터넷 실명제를 통한 정보의 투명성을 확보하고 부족한 부분은 생성자나,이용자의 인터넷환경에서의 윤리교육을 강화 하고,디지털 미디어 리터러시 교육도 병행하여 포털 사업자의 선제 조치를 통해 가짜뉴스 신고 접수 및 신속 심의 상황을 포털 사업자와 공유하고 근절대응 협의체 참여 협의강화를 통한 해결을 통해 정보 신뢰도의

증가를 시키고 가짜뉴스를 차단에 노력하고, 다른 국가와 협력해 AI의 개발 및 사용을 관리하기 위한 강력한 국제 프레임워크를 만들어 함께 대처하는 방법을 제시해 놓았다.

지금까지 본 고찰에는 허위조작정보의 생성이유와 국외 및 국내 사례연구를 통한 환경 분석과 문제점 고찰을 통해 어떻게 대응해야 만이 효율적으로 “가짜뉴스”를 차단하고 이로 부터 피해를 줄일 수 있는지 살펴보고 대안을 일부제시 했지만 근본적인 대책이라고 볼 수 없다고 보며, 프롬프트 작성시 사전 AI프로그램에의한 팩트체크 검증과 강력한 법적 제도적 조치가 강구되어야 하고 무엇보다도 뉴스 생성자와 이용자의 자율규제 및 인터넷 환경 윤리의식 고취가 선행되어야 한다고 생각한다.

목 차

I. 개요.....	1
1. 연구목적	1
2. 연구방법	2
II. 선행연구 및 이론적 배경	3
1. 가짜뉴스 와 허위정보 개념과 정의.....	3
2. 허위조작정보(disinformation)의 현황.....	5
3. 허위조작정보 분석	5
III. 선행사례 분석	8
1. 국가별 사례(국외).....	8
2. 국가별 사례 (국내).....	13
3. 디지털 생태계	23
IV. 효율적 허위조작정보방지를 위한 전략적 제언	28
1. 정책적 제언	28
2. 기술 · 교육적 제언	29
3. 사회적 제언	31
V. 결론 및 향후 연구방안	33
참고문헌(References).....	35
감사의 글(Acknowledgements).....	37

표목차

<표 1> 허위정보 개념 및 정의.....	4
<표 2> 대표적인 ‘가짜 뉴스 사이트’ 목록	20
<표 3> 범주에 따른 가짜 뉴스 분류.....	21

그림목차

<그림 1> 가짜뉴스의 구분	3
<그림 2> 미국대선 당시 페이스북을 통해 유통되었던 가짜뉴스 중 상위5개.....	8
<그림 3> ‘프란치스코 교황, 트럼프 지지해 전세계 놀라게 하다’는 제목의 기사.....	9
<그림 4> 미국 대선 기간 중 진짜뉴스와 가짜뉴스의 공유량 추이.....	9
<그림 5> 브렉시트 국민투표당시 가짜뉴스(좌)와 정정보도(우).....	10
<그림 6> 브렉시트 전,후 영국의 경제성장률 비교	10
<그림 7> 2017년 프랑스 대통령선거 1차 투표결과	12
<그림 8> 손도르프 폭동뉴스.....	13
<그림 9> AI가 만든 미국 국방부 청사 가짜 폭발사진	18
<그림 10> 러시아와 현대자동차 현지생산 관련사진	21
<그림 11> 한 이용자가 ‘데일리파닥’에서 만든 유머 가짜 뉴스.....	22
<그림 12> ‘부활’과 ‘외계인’을 사랑한 가짜뉴스	22
<그림 13> 힐러리 클린턴 런닝메이커가 ‘빅풋(미확인 물체)이라고 주장하는 사진	23
<그림 14> 팩트체크넷의 자동화 팩트체크 알고리즘의 기본 절차	30
<그림 15> 가짜뉴스 게이트 키퍼	32

I. 개요

1. 연구목적

‘허위 조작정보’는 사실이 아닌 정보가 사실인 양 언론 보도와 유사한 형식을 띠고 널리 전파되는 것을 뜻한다. 디지털 기기가 발달한 이후로, 기성 언론이 아닌 다양한 매체에서 사실 검증을 제대로 거치지 않은 정보를 우후죽순으로 생산하고 있다.

허위 조작정보는 과거에도 존재했다. 백제 무왕이 지었다는 <서동요>에 얹힌 설화도 선화공주와 결혼하려고 거짓 정보를 노래에 담아 퍼뜨렸다는 것이다. 하지만, 과거에는 정보 생산과 유통이 쉽지 않아, 확산 속도나 범위가 매우 느리고 한정적 이었다. 하지만 지금은 ‘가짜 뉴스’가 사회에 미치는 영향이 크고, 이에 대한 교육이 필요하다는 목소리가 높아지고 있다. 요즘 뉴스를 보면 AI 관련 이야기들이 빠지지 않고 등장한다. 그도 그럴 것이 몇 년 전만 해도 짧은 대화만 겨우 가능한 수준이던 인공지능이 이제는 작곡부터 연주까지 스스로 하는가 하면 전문 화가의 실력에 버금가는 그림도 순식간에 그려낼 정도로 역량이 향상되었기 때문이다. 그 뿐인가. 스마트폰은 물론 교통, 유통/물류, 교육, 금융, 통신, 숙박분야 등 그야말로 우리 삶의 거의 모든 영역에 AI가 도입되며 본격적인 ‘AI 시대’에 접어들었다.

특히 인간처럼 자연스러운 문장을 구사하고 논리적인 글도 똑딱 써낼 정도로 똑똑해진 ‘챗GPT(ChatGPT)’의 등장은 전 세계의 관심을 끌기에 충분했다. 쓰임새가 무궁무진한 팔방미인 AI는 글을 쓸 줄 모르는 사람도 논문을 쓸 수 있게 해주고 코딩을 처음 접하는 사람도 프로그램을 만들 수 있게 해줬으며, 외국어를 전혀 못하는 사람도 외국인 친구와 유창하게 메시지를 주고받을 수 있게 해줬다. 마치 기다렸다는 듯 마케팅, 업무, 일상, 재테크 등에 챗GPT를 활용하는 법을 다룬 서적들이 쏟아져 나왔다.

무서운 속도로 발전하는 과학기술에 맞춰 우리의 삶도 빠르게 변해 나가고 있지만, 우려의 목소리도 만만치 않다. 아무리 긍정적인 면을 위해 만들어진 기술이라 해도 부정적인 용도로 악용될 수 있기 때문인데, 실제로 현실과 구분하기 어려운 가짜 정보들이 빠르게 확산되기 시작했다. 위험한 발언을 하는 유명 인사의 영상이 인터넷에 떠도는가 하면, 특정 인물의 사망 소식이나 거짓 뉴스가 진짜처럼 퍼지기도 한다. 물론 모두 AI가 만들어낸 가짜 영상, 가짜 사진, 가짜 글이다.

디지털 정보기술로 인해 모든 개인이 각자의 미디어를 가지고 정보의 생산자가 되면서 과거에 생각하지 못했던 엄청난 정보의 생산과 유통이 폭발적으로 증대하고 있다. 실로 언론·출판의 자유가 만개(滿開)하고 있다. 누구든지 자신의 생각과 의견을 자신만의 개인미디

어를 가지고 글로, 그래픽으로, 사진으로, 영상으로 쉽고 빠르게 대중을 상대로 전달할 수 있게 되었다. 그들 정보 중에는 진실된 정보도 있고 거짓된 정보도 있으며, 가치 있는 유익(有益)한 정보도 있고 가치가 없거나 유해(有害)한 정보도 있으며, 없는 사실을 꾸며낸 조작한 정보도 있다. 최근의 인공지능(AI) 기술(Deep Fake)은 진짜인지 가짜인지를 구별할 수 없는 생성형AI 가짜정보를 쉽게 만들 수 있도록 해 준다.

따라서 이번 연구에서 인터넷 상에서 일어나는 정보의 왜곡, 변조, 조작 등으로 인한 “가짜뉴스”의 다양한 현황을 선행 연구로 찾아보고 각종 환경분석 사례를 통한 문제점을 국가 및 국제적 협력 관계뿐만 아니라 미디어 교육적 전략과, 기술적 전략, 사회적 전략 제언과 AI기술을 활용하여 사전 검증을 통한 대안제시와 부족한 부분을 인터넷 윤리 의식과 미터러시 교육을 통해 가짜뉴스 차단에 대한 최선의 방법을 찾아 대안을 제시하는데 목적이 있다.

2. 연구방법

본 연구는 선행사례 연구를 통해 허위정보를 분석하고 중요성을 명확히 인지하여, 개선 활동의 효과를 검증한다. 아래는 본 연구의 주요 연구 방법을 기술한 것이다.

먼저 선행사례 연구대상을 설정하고, 각 허위정보 부실사례를 대상으로 하여 관련된 허위정보의 사례 연구의 대상을 선정한다. 이후 사례 연구 결과 분석을 위해 수집한 사례의 분석 결과를 종합적으로 평가하고 분석하여 허위정보로 인해 발생한 문제와 손실을 식별하고 분석한다. 또한 부적절한 정보 생성과 도용, 유용, 유통 등에 대하여 다각적 방법으로 분석하고 허위정보 관리의 부실한 측면과 그로 인해 발생한 경영적 문제를 확인한다. 이후 개선방안을 제시한다. 허위정보 피해의 중요성과 효율적인 관리 방법을 인식하고 개선 활동을 수행할 수 있도록 제언을 제시하고 효율적인 관리를 위한 전략적 방법을 제안한다.

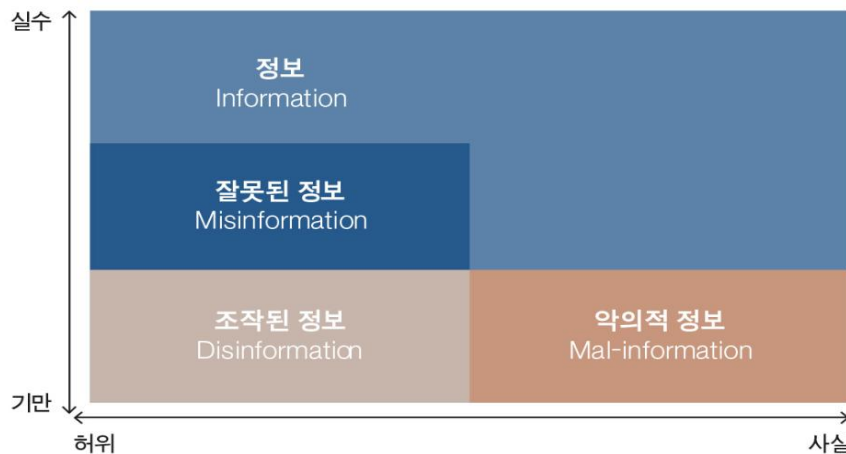
마지막으로 결론을 도출하고, 연구 결과와 제안된 개선 방안을 종합하여 결론을 도출하며 아울러 연구의 한계와 향후 연구 방향을 논의한다

II. 선행연구 및 이론적 배경

1. 가짜뉴스와 허위정보 개념과 정의

가짜뉴스는 크게 잘못된 정보, 조작된 정보, 악의적 정보로 나눌 수 있다.

<그림 1> 가짜뉴스의 구분



‘잘못된 정보(Misinformation)’는 내용은 비록 허위이지만 현실적 악의(actual malice)가 없는 정보이다. 종종 기자들이 보도과정에서 잘못된 정보를 전달하여 타인의 명예를 실추시키거나 사생활을 침해할 때 발생한다. 이러한 경우의 대부분은 현실적 악의가 없는 단순 실수로 오보정정을 통해 시정된다.

‘조작된 정보(Disinformation)’는 정보를 제공하는 자가 허위로 만들어 낸 내용을 현실적 악의를 갖고 유포하는 경우이다. 조작된 정보를 개인이나 집단, 조직, 특정 국가에 피해를 줄 목적으로 유포하기 때문에 범죄행위에 해당한다. 좁은 의미로 기만을 목적으로 한 가짜뉴스는 조작된 정보에 해당한다.

‘악의적 정보(Mal-information)’는 정보 내용은 사실이지만, 누군가의 명예를 더럽히거나 사생활을 침해하기 위해 악의를 갖고 유포하는 정보이다. 이 경우에도 현실적 악의를 갖고 정보를 제공하지만, 정보 자체는 역사적 사실이거나 진실이다. 잘못된 정보(오보)든 조작된 정보나 악의적 정보든 결론적으로는 모두 사회적 갈등과 혼란을 가중시킨다.

가짜뉴스는 잘못된 정보와 조작된 정보에만 해당한다. 그러나 사실을 적시하는 악의적 정보도 사회적 갈등을 유발시키고 개인에게 큰 피해를 주기는 마찬가지이다. 결국 가짜뉴스는 정보에 대한 신뢰를 떨어뜨려서 사회적 신뢰가 상실되게 만든다. 또한 쓸모 있는 정

보와 쓸모 없는 정보를 구분하기 어렵게 만든다. 그래서 이를 구분해 내기 위해 많은 사회적 기회비용을 지불하게 만드는 특징이 있다

<표 1> 허위정보 개념 및 정의

개념	정의
허위정보 (disinformation)	● 의도적으로 만들어진 허위정보 또는 오해를 부르는 정보로 대상을 속이기 위해 계산된 방식으로 퍼뜨리는 정보 ● 괴담(hoax), 정치적 선동, 가짜 계정을 동원하여 선전(propaganda)하는 활동 포함
괴담 (hoax)	● 진실을 가장해서 고의로 조작한 정보로 관찰이나 판단의 오류, 선의의거짓말, 전설, 만우절 농담 등과 구별됨
풍자(satire) 뉴스 패러디(parodies)	● 재미에 기반한 의도로 대상이 허구임을 인지할 수 있을 정도로 허위 정보를 구성함
체리피킹 (cherry-picking)	● 전반적 사실에 기초하지만 유리하거나 좋은 것만 강조, 혹은 추출한 정보
유언비어 루머(rumor)	● 근거 없이 퍼지는 소문, 풍문 등의 정보로 불확실성이 주요 원인 중 하나
오인정보, 오보 (misinformation)	● 사실이 아님을 인식하지 못한 채 의도적 또는 비의도적(실수, 오타, 해석상 착오)으로 전파되는 정보 ● 목적은 뚜렷하지 않고, 이해의 부족이나 정보 전달 과정에서 왜곡에서 비롯된 잘못된 부정확한 정보를 의미
낚시기사 (clickbait)	● 특히 인터넷에서 자극적인 이미지나 제목을 사용해 가치가 떨어지는 콘텐츠에 클릭하도록 유도
선동기사 (propaganda)	● 정치 지도자, 정당 등에 대한 허위, 과장된 선전
설명불일 (miscaptioned)	● 뉴스의 사진이나 영상 자체는 실제(디지털로 조작된 산물이 아닌)이나 고유 출처나 내용 혹은 의미를 설명한 캡션 부분이 잘못된 경우
사기 (scam)	● 보통 수익성을 목적으로 한 조작 생성된 거짓 정보

2. 허위조작정보(disinformation)의 현황

최근 기술의 발달과 함께 무분별하게 유포되는 ‘허위조작정보(가짜뉴스, Fakenews)’로 인하여 현대사회에서 우리는 사상·표현의 자유 시장론 및 진리생존설을 어떻게 받아들여야 하는 것인가? 표현의 자유와 인격권의 충돌에 대한 논의는 인터넷이 등장하기 훨씬 이전부터 진행되어 왔다. 최근 미디어플랫폼에서 문제되고 있는 허위조작정보와 관련된 논의는 그 영역이 확장되었다. 과거 단순히 개인의 명예를 침해하는 정도로 문제되었던 허위조작정보가 이제는 사회적 혼란 및 정치적 의사결정의 왜곡 등 심각한 정치, 사회적 문제로 등장하게 된다. 챗 GPT 등 생성형 AI를 활용하여 허위조작(Disinformation)의 제작 수준이 날로 진짜와 구별하지 못할 정도로 고도화·지능화 되어 가고 있는 것이 현실이다.

한국인터넷진흥원 조사에 따르면 국내 SNS 이용자의 46.9%가 ‘SNS로 최신 정보를 빠르게 얻을 수 있으며 41.4%가 ‘SNS 게시물에 본인의 의견을 표시한다’고 밝혔다. SNS 이용자의 절반가량이 지인들이 공유해주는 게시물에 대한 강한 신뢰를 갖고 있으며 또 10명 중 4명 가량은 자신의 정치적 의사 등을 댓글로 표시하는 데 거리낌이 없다는 얘기다. 특히 SNS에서는 ‘가짜뉴스’가 진짜 뉴스보다 더 빨리 퍼져나간다는 연구결과도 있다. 미국 매사추세츠공대(MIT) 연구진이 지난 2006년부터 2017년까지 약 300만명이 트윗한 12만 6,000건의 뉴스를 분석한 결과 가짜 뉴스는 진짜 뉴스보다 리트윗 비율이 70%가량 많았다. 아울러 1,500명에게 전달되는 속도 역시 가짜 뉴스가 진짜 뉴스보다 6배 이상 빨랐다. 특히 정치 관련 가짜 뉴스의 전파 속도는 다른 주제의 뉴스보다 3배 이상 빨라 정치 관련 사안의 파급력이 크다.

이외에도 유튜브 1인 방송을 통해 각종 거짓 정보를 퍼뜨리는 경우도 많아 최소한의 규제라도 마련해야 한다는 목소리가 크다. 한국언론진흥재단의 지난해 보고서에 따르면 응답자의 83.7%가 ‘가짜 뉴스로 인한 문제점이 심각하다’ 밝혔고 87.8%는 ‘혼란을 야기하고 있다. 이러한 개인 및 사회문제로 인해 피해가 커지므로 인해 허위조작정보의 대한 규제의 목소리가 커지고 있으며, 기업 및 국가차원의 규제가 진행되고 있는 편이나 규제가 생산을 따라가지 못하고 있는 실정이다. 따라서 본 연구에서는 인터넷 상 허위조작정보에 대한 생성 원인과 문제점을 각종 사례 유형별 환경분석을 통해 확인하고 올바른 대처 방법을 고찰해 보고자 한다.

3. 허위조작정보 분석

페이크뉴스(Fake News)에 대한 관심과 논의가 뜨겁다.¹ 특히 2016년 미국 대선을 거쳐

¹ 페이크뉴스를 편의상 ‘가짜뉴스’로 표기하나 페이크뉴스가 보편화된 용어로 사용되고 있고 그 개념이 외국에서 수용된 점에 근거하여 여기서는 페이크뉴스라고 씀. 실제로 페이크뉴스를 한국어로 어떻게 번역해야 하는가에 대해서 명확하지 않음. 이를 ‘조작 뉴스’ 또는 ‘속임수 뉴스’라고 해야 한다는 의견도 있음. 현재 가장 문제가 되는

면서, 우리의 경우는 최근 중앙선거관리위원회(이하 선관위)가 향후 선거에서 페이크뉴스 등에 대해 강력한 규제의지를 밝히면서 더욱 달아오르고 있다. 아직까지 학문적 연구가 본격적으로 이루어지지는 않았지만 연구의 필요성은 충분한 것으로 보인다. 무엇보다 페이크뉴스가 민주주의를 훼손하고 저널리즘을 황폐하게 만든다는 주장이 과연 얼마나 사실인가에 대한 본격적 연구가 필요할 것이다. 나아가서는 페이크뉴스가 표현의 자유 선상에서 논의될 문제가 아닌 사기나 기만과 같은 범죄행위라는 주장에 대해서도 심도 있는 연구가 요구된다. 페이크뉴스²에 대한 세미나³와 신문과 잡지 칼럼, 논평⁴ 등이 나오면서 점차 이러한 요구가 조금씩 충족될 수 있으리라 생각된다.

이러한 연구는 학문적 목적에서만 아니라 현재 ‘언론’이란 타이틀을 달고 있는 매체의 존재를 영위하기 위한 실천적 측면에서도 필수적이라 사료된다. 다시 말하자면 현재의 페이크뉴스 범람 현상은 변화하는 미디어 환경 속에서 언론이 나아가야 할 바를 제시해 준다. 특히 포스트-트루스(Post-Truth)⁵ 시대 언론의 사회적 기능과 역할 그리고 책무가 무엇인가를 더욱 명확하게 알려줄 수 있다고 판단된다. 구체적으로 페이크뉴스는 ▲ 조작성 ▲ 의도성 ▲ 형식성 ▲ 스트레이트성 요인으로 구조화되었다(강석, 2017).

첫째, 페이크뉴스의 내용은 진실 된 사실이 아니라 거짓 또는 허위의 사실이다. 조작된 성격이 강하다. 없는 사실을 마치 진실 된 사실인 것처럼 보이도록 만들어내기도 하지만 이미 있는 동영상이나 사진 또는 기사를 짜깁기 편집하여 새로운 사실로서 수용하도록 조작하여 전달함으로써 이를 믿게 만드는 경우가 많다. 이러한 점은 페이크뉴스의 제작이 매우 간편하다는 점에 기인한다. 전문적으로 페이크뉴스를 제작할 수 있는 앱도 존재한다. 핵심은 페이크뉴스가 담고 있는 것은 그 목적과 상관없이 허위 사실에 불과하다는 것이다. 이러한 점에서 페이크뉴스를 오보나 왜곡보도, 선정적 보도 등과 구분할 수 있다.

둘째, 페이크뉴스는 특정의 인물이나 조직을 겨냥하여 그 가치를 훼손하려는 의도에서 제작되는 경우가 많다는 것이다. 다시 말하자면 페이크뉴스는 어떠한 의도성을 내포한다는 것이다. 처음 출발은 순수한 즐거움과 재미를 추구하는 것일지라도 점차 특정의 목적을 의도해서 제작된 형태로 변화하는 콘텐츠라고 판단된다.

것이 SNS 상에서의 ‘조작 뉴스’이지만 이는 실제로 만우절 가짜기사나 패러디 기사에서부터 기사형 광고에 이르기까지 광범위한 형태를 포함함.

² 이재진(2017.1.22). 페이크뉴스는 범죄행위. <문화일보>

³ 대표적으로, 2017년 2월 14일 한국언론학회 <대선 보도 진단 연속 세미나 ① - Fake News(가짜 뉴스) 개념과 대응방안>.4) 대표적으로, 2017년 1월호 <신문과 방송>. 특집, 뉴스 유통 플랫폼의 책무성

⁴ 대표적으로, 2017년 1월호 <신문과 방송>. 특집, 뉴스 유통 플랫폼의 책무성.5) 옥스퍼드사전은 2016년을 보내면서 대표어로서 ‘Post-Truth’를 선정했다. 이에 대한 해석이 다양할 수 있으나 대개는 진실이 무의미해지는 것 또는 진실이 상대적이고 다수일 수 있다는 점을 상징한다는 해석이 타당하게 여겨진다. 윤태진(2017.2.12.) ‘포스트-진실 시대의 뉴스’ <경향신문>(정동칼럼).

출처: http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201702122053035&

셋째, 페이크뉴스에 대해서 가장 규제가 어려운 문제는 페이크뉴스가 ‘기사 형식’을 취한다는 것이다. 뉴스란 보도되는 기사 내용이 담겨지는 그릇이라고 할 수 있는데 진실한 뉴스가 담보하는 기사의 신뢰성이나 진실성 또는 객관성 등의 저널리즘의 기본원칙이 문제될 수 있다. 이처럼 형식적 측면에서는 리얼뉴스와 페이크뉴스가 매우 유사하여 이들 사이를 구분하기가 거의 불가능하다. 즉 기사는 매일 또는 매시간 일어나는 사건·사고 소식, 즉 사실을 게이트키핑을 거쳐 전달하는 그릇인데, 만일 그 그릇에 날조된 사실이 담겨 있다면 더 이상 기사가 아닌 것이다.

넷째, 저널리즘의 역할과 관련하여 언론이 제대로 된 역할을 하고자 하였다면 주요 사안과 인물들을 집요하게 추적하고 이들의 사실관계를 보도하는 것이어야 한다. 즉 비록 허위이고 과장된 것이기는 하지만 뉴스에서 대개 다루는 ‘사실 관계’를 보도하는 것처럼 보임으로서 당연히 뉴스라고 생각하거나 판단하게 된다.

이러한 요소 이외에도 최근 페이크뉴스는 ▲ 흥미성(즐거움)과 ▲ 상업성(돈벌이)의 두 가지 요소로 부가될 수 있을 것으로 보인다. 다양한 요소들이 서로 상호작용하여 페이크뉴스가 제작되고 유통됨을 알수 있다. 결국 ‘페이크뉴스란 기사형식으로 전달되는 조작된 허위 또는 기만적 정보’라고 정의내릴 수 있다. 여기에는 소위 기사형 광고도 포함될 수 있다. 우리나라 ‘신문 등의 진흥에 관한 법률(이하 신문법) 제6조(독자의 권리보호)’에서는 기사와 광고를 분리하라고 규정하고 있는데, 그 핵심은 ‘독자 보호’에 있다. 페이크뉴스의 규제정책도 이용자보호 측면에서 이 연구의 필요성이 있다. 이를 위해 먼저 다양한 피해사례 환경분석을 통해 문제점을 고찰해 보도록 하겠다.

III. 선행사례 분석

본 연구에 있어서 선행사례 분석은 국가별, 사회적, 미디어 생태등으로 가짜뉴스에 대한 다각적 분석을 통해 연구해 보기로 한다

1. 국가별 사례(국외)

1) 미국

2016년 미국 대통령 선거: 러시아의 가짜뉴스 조작 의혹이 제기되었다. 미국 정부는 러시아의 관여와 확산되는 가짜뉴스로 인해 선거 결과에 영향을 미쳤을 가능성을 조사했다. 주요 내용을 살펴보면 미국 인터넷 뉴스 매체인 “버즈피드(Buzz Feed)” 분석에 Ekfmaus 2016sus 대선전 3개월간 가장 인기가 있었던 가짜뉴스 20개 가운데 페이스북 내 공유 .반응. 댓글 수는 총 871만1천 건에 달했으며, 대표적으로는 ‘프란치스코 교황이 도널드 트럼프 공화당 후보 지지를 발표했다’(반응96만건), ‘힐러리 클린턴 민주당 후보가 테러단체 IS에 무기를 판매한 것으로 드러났다’(79만건), ‘클린턴이 IS와 주고받은 이메일이 공개됐다(75만4천건) 등의 내용이며, ‘클린턴은 어떤 연방 공직도 맡을 자격이 없다’(70만건)등 기사가 엄청나게 많은 조회 수를 기록하여 공유된 것으로 나타났다.

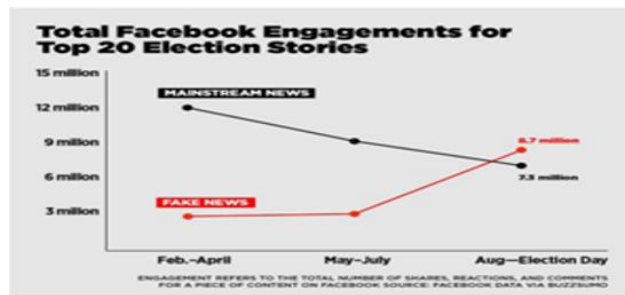
<그림 2> 미국대선 당시 페이스북을 통해 유통되었던 가짜뉴스 중 상위5개

가짜 뉴스 제목		매체 이름	공유·댓글 수
1	"프란치스코 교황, 트럼프 지지로 전세계를 놀라게 했다"	엔딩 더 페드	96만건
2	"위키리크스, 클린턴이 이슬람국가에 무기 판매 확인"	더 폴리티컬 인사이더	78만9천건
3	"클린턴의 이슬람국가 이메일 유출, 상상했던 것보다 더 끔찍해"	엔딩 더 페드	75만4천건
4	"클린턴, 어떤 공무직에도 걸맞지 않아"	엔딩 더 페드	70만1천건
5	"클린턴 이메일 용의자 FBI 요원, 아내 죽인 뒤 자살한 채 발견"	덴버 가디언	56만7천건

<그림 3> ‘프란치스코 교황, 트럼프 지지해 전세계 놀라게 하다’는 제목의 기사



<그림 4> 미국 대선 기간 중 진짜뉴스와 가짜뉴스의 공유량 추이



이런 가짜뉴스 공급자는 애초에 가짜 뉴스 발행을 목적으로 만들어진 웹사이트나 정치적 당파성이 강한 블로그로 대선을 1~3개월 앞둔 시점에 만들어졌으며, 대선직전 극적으로 조회 수를 증가시켜 목적을 달성하려는 의도가 있다. 또한 가짜뉴스는 민주당보다 공화당 지지 경향이 강한 것으로 알려졌다.

2) 영국

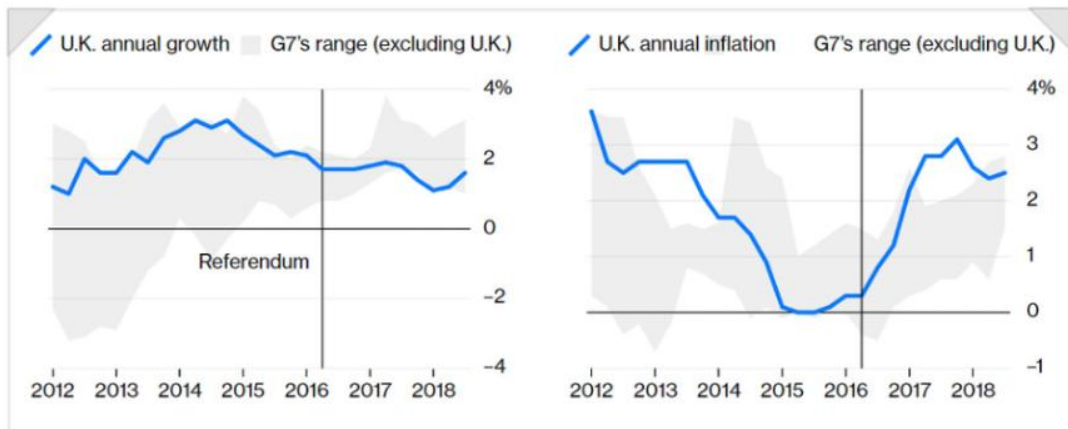
브렉시트 투표: 2016년 영국이 EU를 탈퇴를 둘러싼 국민투표 기간에 가짜뉴스가 확산되었다. 이 가짜뉴스는 무차별한 이민 정책과 경제적 불안을 부각하여 국민들의 부정적인 열망을 불러일으켰다. 당시 상황을 살펴보면 2012년 말 영국은 EU내에서 부담하고 있는 연 15조 가량의 분담금과 이민자 수용 쿼터 등에 대해 불만을 터트렸다. 이 때 저소득층과 대영제국에 대한 향수가 남아 있는 중장년층을 중심으로 EU를 탈퇴하고 옛 영광(해가지지 않는 나라 대영제국)을 되찾아야 한다는 목소리가 높아졌고, 그런 목소리가 여론이 되기까지는 이민자와 경제상황에 대한 가짜뉴스가 한몫 했다. 이민자의 자녀 70만 명을 교육시키는 데 연 32억 파운드, 한국 돈으로 4조 7천억 정도든다는 내용의 가짜뉴스(아래사진 좌), 항의를 받고 정정 기사를 게재한(아래사진 우), 당시 영국 보수당 총리였던 데이비드, 캐머론은 이러한 보도 내용을 바로잡으려는 시도했던 것이 아니라 오히려 가짜뉴스의 여론을 이용 2015년 총선에서 보수당이 재집권할 경우 브렉시트를 국민투표에 부치겠다고 약속 했다.

<그림 5> 브렉시트 국민투표당시 가짜뉴스(좌)와 정정보도(우)⁵



물론 공약을 내건 자신도 언론인, 모든 국민들도 심지어 도박 베팅업체들까지도 실제로 브렉시트가 이루어지리라고는 생각하지도 않았다. 그러나 2016년6월 23일 선거 결과는 찬성 51.9%, 반대 48.1%로 영국은 EU를 탈퇴하게 되었다.

<그림 6> 브렉시트 전,후 영국의 경제성장률 비교⁶



이후 영국의 싱크탱크 국립경제사회연구소(National Institute of Economic and Social Research)에 나타난 내용을 경제성장률 면에서 보면 G7을 선도하던 영국은 브렉시트⁸가 결정된 이후 바닥권으로 내려가고, 인플레이션 압력은 그 중 최고치로 나타났음을 볼 수 있다. 그래프를 보면 국민투표 이후 영국의 성장률인 파란 선은 영국을 제외한 G7의 성장률 범위인 회색 면적의 정점에서 바닥으로 내려갔고, 인플레이션은 그 반대의 형태를 볼 수 있다.

5 출처: https://ifacts.org/fake_news_posts/front-page-corrections-needed-stop-press-errors/

6 출처: National Institute of Economic and Social Research

7 주요 선진 7개국 -> 미국, 일본, 독일, 영국, 프랑스, 캐나다, 이탈리아

8 브렉시트(Brexit)란 British(영국)와 Exit(탈퇴)의 합성어로, 영국의 유럽연합(EU) 탈퇴를 말한다.

3) 프랑스

2017년 대통령 선거: 프랑스 대통령 선거 기간 동안 가짜뉴스가 확산되었다. 이 가짜 뉴스는 정치인들에 대한 허위 정보를 제공하였고, 사회적 갈등과 불신을 조장하였던 사건. 선거 직후, 프랑스 정부는 가짜뉴스로부터 민주주의를 지키기 위한 법률 개정 작업을 시작했다. 2017년에 치러진 프랑스 대통령 선거. 드라마틱한 진행으로 기성 정당이 모두 참패하고, 거의 무소속에 가까웠던 신생 정당의 후보가 당선되면서 프랑스 정치 역사 이래 최대 이변이 된 사건이다.

대선전 분석을 보면 주류 정당은 모두 몰락하여 당선 가능성이 거의 전무한 상황이다. 이에 마크롱이 중도 이념을 내세우며 개혁을 몰고 오겠다며 외치고, 르펜이 프랑스의 문을 걸어 잠가야 한다는 강경 우파적 스탠스로 미국과 영국처럼 우파적 바람을 이끌고, 프랑스 사회당 (PS)의 프랑수아 올랑드 현 대통령은 중임 선거로 출마할 수 있었으나, 2016년 12월 1일 지지율이 극히 낮아 재선을 노리지 않겠다며 불출마 선언을 했다. 이로써 올랑드 대통령은 제5공화국에서 연임을 위해 선거에 나서지 않은 첫 현임 대통령이 되었다. 또한 이번 선거의 당선자는 당연히 프랑스의 제25대 대통령이 된다. 대통령 선거 이후에는 다가올 국회의원 총선거가 더불어 열릴 예정이다. 이번 대선에서 이번이 예상되는 만큼 이 여파가 총선거에도 영향을 미칠 가능성이 높으므로 더욱이 대선에 많은 노력을 기울이고 있었고, 프랑스는 현재 에마뉼엘 마크롱, 마린 르펜, 장 토크 멜랑송, 프랑수아 피용 등 네 명의 주요 대선 후보가 치열한 각축전을 벌이고 있다 이 중 가짜 뉴스 논란에 가장 많이 휩싸인 후보는 바로 에마뉼엘 마크롱이다. 합리적 중도를 지향하는 ‘전진’이라는 뜻의 신당 ‘앙마르슈’를 창당한 마크롱은 프랑수아 피용이 ‘페넬로프 게이트’로 지지율이 급락한 사이 무서운 상승세로 지지율 1위 하고 있는 상황이다.

대표적인 가짜 뉴스는 “사우디아라비아 정부가 마크롱의 캠페인에 돈을 대주고 있다”는 기사였다. 벨기에의 대표적인 언론, 르수아(Le Soir)를 흥내 낸 가짜 웹사이트에 게재된 이 기사는 마크롱이 프랑스 주재 사우디 대사를 자주 만났다는 구체적인 정황까지 함께 실렸다. 스포트니크, RT 등 러시아의 국영 매체들 역시 마크롱에 대한 거짓 정보를 쏟아냈다. “부자 게이가 마크롱에게 돈을 대주고 있다” “마크롱은 미국의 대리인”이라는 내용이다. 최근에는 “알카에다가 마크롱을 지원한다”는 허위 정보유력 대선주자인 중도 성향 에마뉼엘 마크롱의 선거 캠프가 경쟁 후보인 극우 정당 국민전선(FN) 마린 르펜 후보를 명예훼손 혐의로 고소한 직후 이뤄진 것으로, 르펜은 전날 밤 마크롱과의 양자 TV토론에서 ‘마크롱이 바하마에 세금을 피하기 위해 비밀계좌를 뒀다’는 의혹을 제기했다.

또한 정체불명의 웹사이트는 가짜 선거 결과를 내보냈다. 1차 투표에서 극우정당 국민전선(FN) 마린 르펜 후보가 득표율 28.1%로 1위를 차지하고, 이어 중도신당 에마뉼엘 마크

롱후보가 22.83%로 2위라는 내용이며 이는 미국 주재 프랑스인들의 전자투표 결과에 근거했다고 주장했지만 이번 대선에서 전자투표는 시행되지 않은 가짜뉴스이며 실제 투표결과를 보면 이를 반영하여 근소한 차이로 마크롱이 이긴 것을 확인할 수 있으며 가짜뉴스에 대한 영향력은 엄청난 피해나 결과를 가져올 수 있음을 알 수 있다.

<그림 7> 2017년 프랑스 대통령선거 1차 투표결과

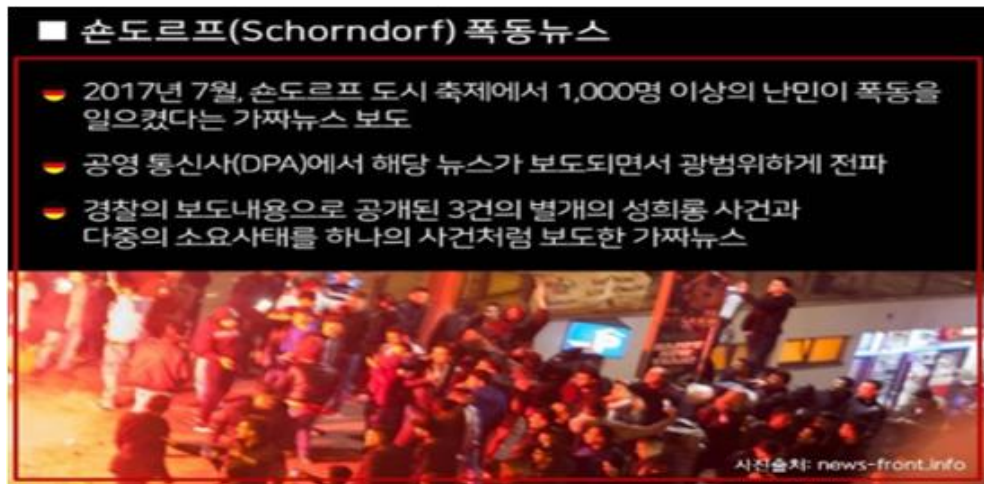
선거 결과		
후보	양 마르슈! 에마뉘엘 마크롱	국민전선 마린 르펜
1차	24.01% 8,656,346표	21.30% 7,678,491표

4) 독일

가짜뉴스가 문제된 최근의 선거는 2017년 9월에 실시된 연방하원의회 선거였다. 독일에 서 가짜뉴스의 주요 생산주체이자 유포자로는 극우적 성향의 정치집단이 지목되고 있는 데, 선거 기간 중 대표적인 가짜뉴스로 선정한 10개의 뉴스 중 7개가 극우 정당인 대안당 (AfD)을 통해 유포된 것으로 알려졌다. 극우집단의 가짜뉴스는 페이스북을 통해 주로 유포되 었고, Epoch Times과 같은 극우 블로그도 가짜뉴스의 주요 유포경로였다. 가짜뉴스가 생산되 는 주된 요인은 난민 정책에 대한 반대여론 형성으로 판단되고 있다. 선거 기간 중 가짜뉴스 를 대상으로 진행한 논문에서 대표적인 가짜뉴스로 선정한 10개의 뉴스 중 8개가 난민을 소 재로 한 것으로 나타났다.

2017년 7월 바덴-뷔어템베르크(Baden-Württemberg) 주의 쏜도르프(Schorndorf)라는 도시에 서 축제 중에 1,000명 이상의 난민이 폭동을 일으켰다는 가짜뉴스가 보도되었다. 이 뉴스는 통신사인 DPA에서도 보도되면서 광범위하게 전파되었고, 이 뉴스에 대해 “좋아요”를 누르거 나, 리트윗하거나, 본인의 페이스북에 게시하는 등 유포에 동참한 일반 시민의 숫자가 50만 명을 넘은 것으로 파악되었다.

〈그림 8〉 손도르프 폭동뉴스



뉴스의 제목부터 “손도르프 지역 축제에서 폭동 및 성폭행 발생”이라고 하여 왜곡이 이루어졌으며 뉴스의 생산부터 목적성, 의도성을 가진 가짜뉴스에 해당하기 보다는 언론의 저널리즘적 양식 부족(poor Journalism)으로 평가할 수 있는 사안이었다.

2. 국가별 사례 (국내)

1) 정치적 관점

우리나라에서 가짜뉴스가 가장 많은 분야는 '정치'이고 그 도구는 '유튜브'이다. 2022년 앱·리테일 분석서비스 와이즈앱에 따르면 한국인이 가장 오래 사용한 앱 1위가 유튜브로 총 740억 분이다. 2위 카카오톡 296억 분, 3위 네이버 197억 분보다 두세 배 이상이 많다.

가짜뉴스로 인한 정치, 사회 등 다양한 분야에서 문제를 일으켜 왔다 대표적인 사례 몇가지를 살펴 보면 다음과 같다.

(1) 광우병 괴담⁹

2008년 이명박 정부에서 미국산 쇠고기 개방을 추진하자 MBC PD수첩에서 앓은뱅이 소를 보여주며 광우병 괴담을 유포했다. 광우병 논란으로 인해 겁에 질린 시민들이 광화문에서 쇠고기 수입반대 촛불집회를 하였다. 시위가 대규모로 퍼지면서 수많은 극좌 단체들이 '너송송 구멍탁'이라는 슬로건을 내걸면서 대한민국 국민들이 광우병에 감염되어 죽는다는 등의 광우병 괴담을 퍼뜨렸다.

⁹ [김성윤 칼럼] 누가 괴담과 가짜 뉴스를 퍼뜨리는가? | 작성자 bindol

이로 인해 이명박 정부 지지율이 20%대까지 떨어졌고 이명박 대통령 탄핵 운동으로까지 이어졌다. 하지만 막상 미국산 쇠고기 수입 이후 10년이 넘도록 현재까지 한국에서 광우병에 걸린 사람은 단언컨대 단 한 명도 없다. 심지어 미국산 쇠고기 수입은 참여정부에서 확정지어 놓고 간 것이므로 정말 문제가 되어야 할 것은 이명박이 아닌 전임 노무현이다. 설령 정말 광우병 관련 문제가 있었어도 전임 정부에서 확정지은 걸 멋대로 파기하면 국가 신용도가 추락한다. 게다가 촛불집회에 앞장서서 나섰던 대표적인 인물 김미화도 한우보다 저렴한 미국산 쇠고기를 이용해서 개인 사업장을 운영하고 손님들도 잘만 먹고 있는 것을 보면 명백한 사기극이다. 심지어 PD수첩으로 광우병 선동을 주도했던 최승호 PD는 아무런 책임을 지지 않았고, 그 어떤 처벌도 받지 않았고 문재인 정부가 들어서자 MBC 사장으로 영전까지 했다. 결국 우파 지지층에게는 이를 광우병이라는 별칭과 함께 이명박 정부를 흔들 목적으로 좌파세력이 벌인 음해로 취급하며 이들이 반발심리로 이명박을 고평가 하는데 일조하였다.

괴담과 가짜 뉴스는 여러 가지 방식으로 국가나 사회에 큰 피해를 줄 수 있다. 그중 중요한 것을 간추려 보면 첫째, 잘못된 정보를 퍼뜨려 대중이 잘못된 정보를 얻고 신뢰할 수 있는 출처에 대한 신뢰가 부족해질 수 있다. 이는 의견의 양극화와 음모론의 증가로 이어질 수 있다. 둘째, 이러한 이야기는 공포, 공황 또는 증오를 선동하여 사회 불안과 커뮤니티 분열을 야기할 수 있다. 또한 기존의 편견과 고정관념을 증폭시켜 차별과 소외를 조장할 수 있다. 셋째, 가짜 뉴스의 유포는 여론과 선거에 영향을 미쳐 민주적 절차를 훼손할 수 있다. 이는 제대로 작동하는 민주주의의 토대를 약화하고 정보에 입각한 의사결정을 방해할 수 있다. 넷째 괴담과 가짜 뉴스는 경제적으로도 좋지 못한 영향을 미칠 수 있다. 그 중에서도 허위 정보는 주식 시장, 투자 결정, 소비자 행동에 많은 영향을 미쳐 금전적 손실로 이어질 수 있다. 다섯째, 사건의 증폭을 위해서다. 정치인들은 개인적인 이익이나 정치적 이득을 위해 특정 이야기 줄거리를 증폭시키거나 사건을 선정적으로 보도하기 위해 가짜 뉴스를 공유하기도 한다. 그 대표적인 예는 다음과 같다.

(2) 제16대 대통령선거시 이회창후보 자녀 병풍 즉 김대업사건

당시 오마이뉴스, 일요시사 등은 김대업의 제보를 받아 이회창 두 아들의 체중 미달로 인한 병역면제에 대해 의혹을 제기하는 기사를 보도했다. 하지만 이회창의 두 아들의 병역 의혹은 사실무근으로 밝혀졌고 김대업은 대선이 끝난 후 명예훼손 및 무고, 공무원 자격 사칭 등의 혐의로 징역 1년 10개월의 형을 선고받았다.

(3) 논두렁 시계사건

노무현 대통령의 이른바 '논두렁 시계(피아제) 사건'에서 SBS가 "권양숙 여사가 이 명품시계를 논두렁에 버렸다"라고 보도한 내용은 허위인 것으로 드러났다. 이와 관련하여 당시 수사 책임자였던 대검찰청 중수부장 이인규는 국정원장 원세훈이 기획한 것이라고 진술하였다. 그러나 권양숙의 발언이 허위인 것과 별개로 권양숙이 피아제 시계를 받은 것과 노무현이 피아제의 존재를 뒤늦게 알아차리고 폐기해버린 것은 측근을 비롯한 여러 사람이 진술한 사실이다. 즉 시계를 받은 건 사실이고, 그걸 논두렁에 버렸다는 말은 거짓이다.

(4) 21대 총선 관련 가짜뉴스

더불어민주당 고민정 서울 광진구 을 후보: 허위 지지선언을 넣은 위법한 공보물을 만들어 선거구 내 약 8만 가구에 유포했다. 주민자치위원인 한 상인회장이 "고민정 같은 국회의원 10명만 있으면 살맛 나는 대한민국이 될 것"이라고 말했다는 내용이지만, 현행법상 주민자치위원은 특정 후보를 지지할 수 없으며, 해당 상인회장은 "나는 고 후보 지지 선언을 한 적이 없다"는 입장을 밝혔다. 이로 인해 2020년 4월 13일 광진구 선관위가 검찰에 수사의뢰했다.

더불어민주당 맹성규 인천 남동구 갑 후보: 선거공보물에 국토교통부 근무 기간을 부풀려 넣어서 인천시 선관위가 고발했다. 공보물에는 '국토교통부 30년 제2차관 출신'이라고 적혀 있었으나, 실제로 국토교통부에 근무한 기간은 25년 7개월이다.

미래통합당 민경욱 인천 연수구 을 후보: 선거에서 낙선하자 21대 총선은 부정선거라고 주장하였다. 정작 선거가 조작이라고 내놓은 증거는 투표용지였고 추가 제보자를 찾겠다고 포상금을 내걸거나 재검비용을 지지자들에게 요구하는 모습을 보여주었다.(중앙일보) 그리고 민경욱 의원에게 투표용지를 건넨 제보자는 투표용지 유출 혐의로 구속되었다(세계일보)

2) 사회적 관점

가짜뉴스의 홍수의 시대에 살고있는 요즘 가짜뉴스의 시작은 과연 언제부터였을까? 놀랍게도 이집트의 람세스2세부터 콘스탄티노플의 악마통치자들.'빵이 없으면 케이크를 먹으세요.' 앙투아네트등등 수세기전부터 가짜뉴스는 확산되어 있었다. 가짜뉴스는 과학을 공략하고 황색언론을 만들고, 인종파별 음모론과 심지어는 외계인침공까지 믿게 만든다.

멕시코에서 무고한 두남자(이방인)이 아동 장기밀매범죄자로 몰려 폭력을 당하고 산채로 불타죽인 내용은 가히 충격적이었다. 최근까지도 코로나에 관련한 가짜뉴스들도 얼마나

많았는가?

몇 해전 국내에서 발생한 ‘한강 대학생 사망’ 사건에서 결정적 증거가 없음에도 유튜버들은 허위정보를 쏟아냈다. 한 유튜버는 고 손정민씨의 친구 A씨가 다른 사람들과 손씨를 물에 던졌다는 의혹을 제기했으나 이는 다른 사람들이 한강에 쓰레기를 버리는 모습이었던 것으로 밝혀졌다. 이들이 허위 정보를 만들어낸 이유는 수익 때문이었다. 손씨 사건을 집중적으로 다룬 유튜버 6명이 최소 1500만원에서 최대 3000만원의 수익을 얻었다는 분석도 있었다.

(1) 주제별 사례

가짜뉴스도 다양한 형태로 나타나고 있으며 때로는 이념을 기반으로 국가나 사회를 양분하여 서로를 적대시하여 엄청난 위협을 초래하거나 표를 얻을 목적으로 교묘하게 이용하고, 사회,문화적 문제와 파장을 일으켜 상대를 곤경에 처하고 이해와 배려심은 없고 개인주의적 성향으로 이용하며,순간적인 파급적 조작 내용으로 소수의 수익과 이익을 추구하고 재미와,흥미,유머처럼 생각하며 퍼뜨려 정작 당사자는 영문도 모른채 속수 무책으로 당하는 모습을 오히려 아무런 가책없이 즐기는 등 비 윤리적인 행동이 나타나 사회적인 문제가 심각하게 대두되어 국가나 사회 그리고 특정 개인에게 피해를 끼치는 문제를 안고 있다. 이러한 문제의 원인을 하나하나 고찰하고 해결 방안을 다음과 같이 찾아 보고자 한다.

① 이념관련

2020년 4월부터 미국의 CNN에서는 북한 전문 매체 데일리NK를 인용하여 김정은이 심혈관 수술로 위독한 상태에 있다는 설을 보도하였다. 이에 태영호는 김정은이 김정일을 참배하지 않은 것을 보아 '김 위원장은 건거나 일어설 수 없는 상태'가 확실하다고 하고, 지성호는 '내부 소식통'을 인용하여 김정은 99% 사망이라고 주장하였다. 문정인 등의 정부 측 인사는 김정은 살아있고 건강하다고 주장하면서 대립하였다. 그러다가 5월 2일 건강한 모습으로 등장하면서 건강이상설에 대한 예측실패에 태영호와 지성호는 사과하였다.

국민청원 및 제안 게시판에 ‘포털 사이트 네이버에 대한 철저한 수사가 필요하다’는 제목의 글이 올라왔다. 추미애 더불어민주당 대표가 네이버 댓글의 여론 조작 의혹을 제기한 바로 다음 날이었다. 평창 동계올림픽 남북 아이스하키 단일팀 구성 관련 기사의 비판 댓글에 ‘공감’과 ‘비공감’이 비정상적으로 빠르게 올라가는 모습이 담긴 동영상도 공개됐다. 자동 프로그램(매크로) 사용이 의심됐지만 자체적으로 확인이 어려웠던 네이버는 경찰에 수사를 의뢰했고, 온라인 공간에서 여당 지지자로 유명한 ‘드루킹’이 저지른 범행이라는 사실이 밝혀져 일파만파다.

최근 일어났던 후진국형 이태원 참사다. 사실확인에는 객관적인 검증을 위한 수고로운 노력이 필요 하지만 가짜뉴스는 쉽게 지어낼 수 있고, 음모론은 서사 구조가 그럴 듯 하게 들린다. 관련 가짜뉴스는 초기SNS에선 참사원인이 가스누출,화재,마약 등이라는 내용으로 함께 올라온 사진과 동영상은 설득력을 더했다.수십명의 시체가 길거리에 늘어선 모습과 아비규환의 현장사진,목격담이 가짜뉴스를 진실로 받아 들이기에 충분했다.이렇게 초기 가짜뉴스는 원인에 초점을 맞추었다면,다음엔 책임론에 방향을 틀었다. ‘팩트체크’라는 글이 퍼졌는데, 과거 헬러윈 때는 늘 통제가 있었고 경찰 800명을 투입했다는 내용이다. 모두 잘못된 정보였지만, 온라인에선 이미 사실처럼 확산됐다. 정치권을 통해 빠르게 확산됐다. 참사와는 무관한 것으로 결론난 '토끼 머리띠' 남성이 참사 당일 인파를 밀었던 당사자로 지목됐던 것을 시작으로 몇 차례 가짜뉴스로 촉발된 의혹은 이어졌다. '우파 또는 좌파 세력이 참사를 촉발했다'는 등의 출처를 알 수 없는 가짜뉴스들까지 확산돼 정치권 입을 통해 확산되기 시작했다.

심지어 "이태원 참사는 마약 때문" "북한 공작원 소행"이라는 주장도 제기되었다. 주로 정치인이나 SNS 선동가 또는 장사꾼들이다. 굳이 이름이나 사례를 명시하지 않아도 누구인지 알 만한 사람은 다 안다. 이들은 사실 여부는 개의치 않은 채 인기 영합과 정치권력 획득, 이권을 위해 아무 말이나 내지르고 본다. 맹목적 팬덤을 만들어 마치 치외법권인 것처럼 법과 진실을 조롱하기까지 한다. 이번 사태가 유가족의 슬픔을 정치적으로 이용하고 온갖 음모론으로 사회 갈등을 부추겼던 세월호 참사처럼 흘러가선 안 된다. 시민들은 합리적 이성의 눈으로 가짜뉴스를 걸러내고, 정부는 한 치의 의심도 없이 명백하게 사실을 규명하고 재발 방지 대책을 마련해야 한다.

② 사회, 문화적 관련

A. 베를린소녀 강간사건

독일 베를린에서 러시아계 13세 소녀가 난민들에게 납치되어 집단으로 강간당한 사건은 날조임이 밝혀졌다.당시 켈른에서 집단 성폭행 사건으로 난민에 대한 반감이 거세지고 있던 와중에 이 가짜뉴스는 엄청난 파장을 몰고 왔으며 이 소년은 30시간 정도 행방불명 되었고 ,귀가후 아랍계 난민들에게 납치되어 집단으로 강간 당했다고 경찰에 밝혔다. 그러나 조사결과 소녀는 강간 당한 적이 없고 본인도 거짓증언 이었다는 사실이었다. 이 뉴스가 발단되어 러시아계 독일인과 극우단체에 의한 반대시위가 벌어졌고 ,러시아 외무장관은 독일 당국이 이 사실을 은폐하려고 한다며 비난하는 등 외교문제로 발전하였다.

B. 메르켈은 히틀러의 딸

메르켈이 아돌프 히틀러의 딸이라는 주장은 오랫동안 자주 반복되어온 가짜 뉴스로, 독일 내 반 메르켈 진영 뿐 아니라 스페인, 그리스 등 유럽연합(EU)과 협상을 벌이면서 독

일과 메르켈에 반감을 가진 국가들 중심으로 가끔씩 제기되어 왔다. 그러한 가짜 뉴스를 만드는 쪽은 히틀러의 생모 사진과 메르켈의 젊었을 때 사진을 비교하며 닮았다고 주장하거나, 과거 히틀러와 손 모양을 비슷하게 하고 있는 메르켈총리의 사진을 놓고 두 사람의 유사성을 보여주려고 하고 있지만 이러한 주장은 사실로 확인된 것이 하나도 없다. 이러한 가짜 뉴스는 뉴스의 진위여부로 사람들을 혼란 시키려는 의도라기보다, EU의 주도권을 쥐고 있는 독일 메르켈의 리더십과 히틀러로 상징되는 제국의 이미지를 겹쳐서 보여주려고 하는 ‘은유’로 이해하는 것이 보다 효과적인 해석이 될 수 있을 것이다.

③ 금융관련

수익형 가짜 뉴스로는 인공지능(AI)을 이용해 미국 국방부 청사(펜타곤) 근처에서 폭발이 일어났다고 만든 가짜이미지가 지난 5월22일(현지시간) SNS를 통해 삼시간에 확산하면서 미 주식시장이 출렁이는 사건이 벌어졌다.

CNN·MSNBC·폴리티코 등에 따르면 이날 오전 8시 42분쯤 @CBKNews121이라는 아이디를 가진 계정이 트위터에 펜타곤과 비슷하게 생긴 직사각형 건물 옆에 커다란 연기가 피어오르는 모습이 담긴 이미지를 처음 공유했다. 이후 300만 명 이상의 팔로어를 보유한 러시아 관영 매체 RT의 트위터 계정이 “펜타곤 근처에서 폭발이 있었다는 보도”를 게재했고, 블룸버그뉴스 피디를 사칭한 트위터 계정도 “펜타곤 단지 근처에서 큰 폭발”이라고 해당 이미지를 유포했다. 하지만 펜타곤이 위치한 버지니아주 알링턴 소방서는 “펜타곤 보호구역이나 근처에서 폭발이나 사고가 발생하지 않았으며 대중에게 위험은 없다”고 트위터에 알렸다.

<그림 9> AI가 만든 미국 국방부 청사 가짜 폭발사진



이 사진은 ‘가짜’이다 22일 SNS에 급속하게 퍼졌던 미국 국방부 청사(펜타곤) 근처 폭발 사진. 마치 펜타곤 인근에 대형 폭발이 발생해 불길의 치솟는 듯하지만, 이는 인공지능(AI)이 만든 가짜 이미지인 것으로 밝혀졌다.

가짜 펜타곤 사진에 이어 백악관으로 추정되는 건물이 연기를 내뿜는 또 다른 이미지까지 SNS에 퍼지면서 ‘AI 발 가짜뉴스’로 시장은 일시적으로 급락했다. 이 가짜뉴스에 상승세였던 S&P 500지수도 0.3% 가량 급락했고, 다우존스 20 산업평균지수도 80 포인트 추락했다. 단, 10여 분간의 혼란 끝에 미국 당국이 해명을 발표하자 증시는 다시 제자리를 찾았다. 이처럼 일반 개인이 아무런 제재없이 가짜뉴스를 기사화해서 퍼트려 엄청난 수익의 파장을 일으키고 사라지는 일들로 인해 많은 일반 사람들은 수익성에 큰 피해를 보기도 한다.

AI의 등장 이후로 AI를 활용한 가짜뉴스가 SNS를 통해 급속히 확산할 경우 정보에 민감한 주식시장이나 대형 선거 이벤트에 사회적 악영향을 끼칠 수 있다는 우려는 계속 존재했었는데. 블룸버그는 “AI생성 가짜 뉴스에 시장이 농락당한 첫 사례”라며 이러한 우려가 현실로 확인되었다는 것을 보도했다.

언론사들의 기사형 광고(advertorial)(권만우·전용우·임하진, 2015), 실제로 기사형 광고는 기존 저널리즘에서도 가장 논란이 되는 쟁점중 하나다. 언론사가 광고를 게재할 때는 광고임을 분명히 밝히도록 「신문법」 등에 서 명시하고 있으나 이를 기사의 형태로 작성하여 광고인지 아닌지 불명확하게 만들어 내보내는 것으로 수익을 위해 이용자를 기만하면서 뉴스형식을 띠는 면에서 가짜 뉴스의 하나로 볼 수 있다

언론사가 만든 수익형 가짜 뉴스의 대표적 사례가 기사형 광고라면, 언론사가 아닌 개인 또는 단체가 만든 수익형 가짜 뉴스의 대표적 사례는 ‘가짜 뉴스 사이트(fake news site)’들이다.

올해4월 개그맨 서세원씨가 캄보디아에서 세상을 떠났다 그에 재산에 대한 가짜 뉴스가 유튜브를 통해 판을 쳤다 서씨가 10조원에 달하는 유산을 남겼다는 가짜뉴스를 유포해 4억원을 올린 일이다. 머니투데이에 따르면 유튜버 A씨는 서씨가 숨진 지난달 20일부터 이날까지 20일간 자신의 계정에 25개의 영상을 게재했다. 총 조회수는 1905만 4000건으로 영상 1개당 평균 100만건인 셈이다. 영상은 대부분 1분 길이의 숏폼으로 제작돼 유튜브 알고리즘을 통해 퍼졌다. 구독자가 31만명을 넘는 A씨는 유튜브 수익분석 사이트 소셜블레이드에 따르면 누적 조회수가 1억 3628만회에 달한다. 그의 최근 한 달 수익은 최대 4억 4238만원으로 추산된다.

<표 2> 대표적인 ‘가짜 뉴스 사이트’ 목록

• 70 News • ABCNews.com.co • American News • Before It's News • bizstandardnews.com • Bloomberg.ma • Burrard Street Journal • Celebtricity • cnn-trending.com • Conservative 101 • Conservative Frontline • Conservative State • CountyNewsroom.info • Daily Buzz Live • DC Gazette • Denver Guardian • Disclose TV • Donald Trump News • DrudgeReport.com.co • Empire Herald • Empire News • Empire Sports • Ending the Fed • Firebrand Left • Global Associated News • Globalresearch.ca • Gossip Mill Mzansi • Gummy Post • Huzlers • InfoWars • KMT 11 News • Liberal Society • Liberty News • LibertyWritersNews	• LinkBeef • Media Mass • Naha Daily • NationalReport.net • NaturalNews • NBCNews.com.co • Neonnettle.com • News Breaks Here • News Examiner • News Hound • NewsWatch33 • Now 8 News(Now8News.com) • Pmrtly • React 365 • Red Flag News • Stuppid • The Boston Tribune • The Last Line of Defense • The New York Evening • The News Buzz Daily • The News Nerd • The Political Insider • The Reporterz • TrueTrumpers.com • UndergroundNewsReport.com • United Media Publishing • USA Newsflash • usatoday.com.co • washingtonpost.com.co • World News Daily Report • World Politic US • World Truth TV • Yes I'm Right • YourNewsWire.com
--	---

출처: 위키피디아(http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_fake_news_websites) 등 인터넷 자료 종합

<표2>에 나타난 것과 같이 가짜 뉴스 사이트들은 기존 언론사명과 비슷한 제호 혹은 중요한 사안을 다루고 있는 인상을 주는 제호를 사용해 뉴스 사이트를 만든다. 물론, 이들은 진짜 뉴스를 작성하거나 게재하는 것이 아니라 이용자들이 클릭할 것 같은 내용을 만들어 채운다. 이들은 경제적 목적을 위해 사람들이 뉴스를 클릭하도록 조작된 내용을 만들어 사이트에 게재한 애드센스 등을 통해 광고 수익을 거두고자 하는 것이다.

가짜뉴스 관련한 대표적인 사례가 마케도니아다. 인구 200만 명이 조금 넘는 남유럽의 작은 나라 마케도니아의 소도시 벨레스 (Veles)에는 미국 대선 관련 가짜 뉴스를 만들어 내는 수상한 웹사이트가 100여 개 이상 등록되어 있었다(Tynan, 2016.8.24). 벨레스 지역의 인구는 5만 5,000명에 불과하다. 벨레스에 사는 18세 청년 보리스(가명)는 그가 만든 친 트럼프 사이트 2곳에서 약 2016년 8월부터 11월까지 4개월 동안 마케도니아 사람들의 평균 연봉 4년 치에 해당하는 1만 6,000달러를 벌어들였고, 1990년대 유고에서 독립한 이후 벨레스의 경제는 쇠락하기 시작했고, 변변한 직장을 구하기 어려운 벨라스의 청년들은 이소식을 듣고 적지 않은 수 가 이 일에 뛰어 들었고,가짜뉴스를 짜집기 해서 진,위 여부를 따지지도 않고 만들어 돈 벌이에 급급했던 사례다. 이후 가짜 뉴스에 대한 문제가 제기되면서 구글은 보리스가 운영하는 사이트의 광고를 중단시켰다

러시아 현지에서 놀라운 소식이 전해져 화제를 모으고 있다. 러시아의 산업통상부 장관이 현대차와 기아가 러시아 현지에서 자동차 생산을 진행하고 있다는 소식을 전한 것이다. 반면 이에 대해 현대차 측은 “사실무근”이라며 현지 생산을 진행하고 있지 않다고 해명했다.

<그림 10> 러시아와 현대자동차 현지생산 관련사진



러시아와 우크라이나의 전쟁으로 인해 러시아 시장 내 자동차 제조사들의 난항은 물론 국내 제조사들의 피해가 막심한 상황이다. 르노와 도요타, BMW, 닛산, 폭스바겐 등의 제조사들이 현지 생산을 중단한 상황이며 국내 제조사라고 다르지 않다. 더욱이 러시아 현지 공장 생산을 중단하며 국내 제조사들의 피해가 막심한 상황이다. 러시아 시장은 인근 구동구권

국가들로 자동차를 이동시키는 물류의 거점이기도 해 자동차 회사들에게 지정학적으로 꽤 중요한 곳이 아닐 수 없다. 하지만 전쟁이 본격화되며 현지 기업들은 막심한 손해를 입고 있다.

<표 3> 범주에 따른 가짜 뉴스 분류

	작성 내용	정치적 목적	경제적 목적	독자 기만	뉴스 형식
유머형 가짜 뉴스	거짓	낮음	높음	X	O
수익형 가짜 뉴스	거짓	낮음	높음	O	O
기만형 가짜 뉴스	거짓	높음	높음	O	O
봇 생성 가짜 뉴스	거짓	높음	낮음	O	△
풍자	일부 거짓	높음	낮음	X	O
거짓말	거짓	높음	높음	O	O
정치적 선동	일부 거짓	높음	낮음	O	O
루머	일부 거짓	낮음	높음	O	X
오보	일부 거짓	낮음	낮음	X	O

이 외에도 유머형 가짜 뉴스, 수익형 가짜 뉴스, 기만형 가짜 뉴스, 봇 생성 가짜뉴스, 풍자, 거짓말, 정치적 선동, 루머, 오보 등을 모두 가짜 뉴스라고 칭 할 수도 있지만, 가짜 뉴스는 뉴스 형식, 작성 주체, 독자 기만 여부, 작성내용 등을 모두 고려하여 판단하여야 한다.

④ 재미, 흥미, 유머관련

의도적으로 뉴스를 조작한 목적에 따라 우선 유형을 구분해 볼 수 있다. 첫째, 재미를 위한 유머형 가짜 뉴스다. 대표적인 유머형 가짜뉴스 사례가 만우절이면 등장하는 가짜 뉴스들이다. 기존 매체들이 4월1일 만우절을 맞이하여 허위의 사실을 기사화해 올리는 것으로 단순히 웃자는 의도에서 실시되지만 때론 심각한 피해를 낳고 사과하거나 배상하는 일이 발생하기도 한다.

<그림 11> 한 이용자가 ‘데일리파닥’에서 만든 유머 가짜 뉴스



출처: <http://www.dailypadak.com/articles/5675494473203712>

‘남극에서 하늘을 나는 펭귄떼가 발견됐다’(2008년 《BBC》), ‘프랑스 영부인 카를라 브루니가 영국 정부 위촉 ‘패션 해결사 로 나선다’(2008년 《가디언》) 등도 대표적인 유머형 가짜 뉴스라고 할 수 있다.

<그림 12> ‘부활’과 ‘외계인’을 사랑한 가짜뉴스



엘비스 프레슬리가 살아나서 집으로 돌아가고 있다는 WWN의 기사. WWN은 이외에도 엘비스 이야기를 여럿 다 썼다. (자료=온라인 커뮤니티 갈무리)

WWN은 대중들의 관심이 몰리는 유명인들을 다루는 경우가 많았다. 특히 마이클 잭슨, 케네디 전 미국 대통령, 아돌프 히틀러 등 이미 고인이 된 인물들이 “살아났다”고 주장했다. 한때 가짜 보도로 미국 대중음악 팬들을 혼돈으로 몰아넣었던 것은 엘비스 프레슬리가 살아 있다는 기사였다. 엘비스의 죽음은 위장된 것이며, 곧 집으로 돌아갈 것이라고 말했다. 기사에는 엘비스가 버거킹에서 식사를 마치고 나오는 모습을 담았다는 위조 사진이 첨부됐다. 이로 인해 당시 팬들은 엘비스가 죽지 않고 살아있다고 믿으며 ‘엘비스 생존설’로 가짜정보를 재생산 하기에 이르렀다.

부활 소재와 함께 WWN이 각별히 사랑했던 또 다른 주제는 외계인이다. 1994년에는 미 의회를 출입하고 있는 상원의원 12명이 외계인이라고 주장했다. 이어 한 상원의원이 “그 사실(외계인설)을 파악하는데 이렇게 오래 걸리다니. 정말 놀랍다.”는 발언을 했다고 덧붙였다. 하지만 이 발언 또한 사실이 아닐 가능성도 있다.

<그림 13> 힐러리 클린턴 런닝메이트가 ‘빅풋(미확인 물체)이라고 주장하는 사진



P'Lod이라는 이름의 외계인은 WWN에 자주 등장하는 인기스타다. WWN은 “이 외계인은 당시 미국 여성 정치인들과 알고 지냈으며 힐러리 클린턴에게 묘한 감정을 느끼기도 했다”고 주장했다. 또 넘치는 질투심 때문에 급기야 빌 클린턴 전 대통령과 싸움까지 벌였다고 말했다. 후에 이 외계인은 힐러리를 떠나 콘돌리자 라이스 전 미 국무장관에게 관심을 보였다고 전해진다.

3. 디지털 생태계

1) 정보 및 미디어

정보 및 미디어 생태학은 현대 사회에서 정보와 미디어의 역할, 구조, 그리고 상호작용을 연구하는 학문 분야다. 이 분야는 어떻게 정보와 미디어가 우리의 일상 생활, 문화, 기술, 정치, 경제, 그리고 사회적 상호작용에 영향을 미치는지를 이해하고 설명하기 위해 다양한 이론과 개념을 활용한다.

매체 결정론은 정보와 미디어가 우리의 생각과 행동에 큰 영향을 미친다는 개념을 강조하며, 특정 매체를 선택하고 사용하는 것이 어떤 정보를 수용하게 되고, 그것이 허위뉴스와 같은 정보의 확산에 어떤 영향을 미치는지를 다룬다. 매체 생태학은 정보와 미디어가 상호 작용하는 방식과 미디어 환경이 사회에 미치는 영향을 연구하는 분야로, 정보와 미디어의 관계를 이해하는 데 도움을 준다. 여기에는 매체의 다양성, 역할, 그리고 매체 간의 상호 작용이 포함된다. 매체 환경은 정보와 미디어가 전달되는 공간과 기술적 매체를 설명하는 개념으로, 어떤 매체 환경에서 정보가 어떻게 전파되며, 이것이 허위뉴스와 같은 정보 현상에 영향을 미치는지에 관심을 가진다. 매체 생산론은 미디어 산업과 매체의 생산에 중점을 둔다. 허위뉴스와 같은 정보가 어떻게 생산되는지와 미디어 생산자의 역할을 연구한다. 매체 수용론은 미디어를 소비하는 개인과 그들의 반응을 연구하며, 어떤 종류의 매체 내용이 어떻게 받아들여지며, 그것이 허위뉴스와 같은 정보의 확산과 사용자의 의사 결정에 어떤 영향을 미치는지를 다룬다.

정보 및 미디어 생태학의 이러한 이론과 개념은 현대 사회에서 정보와 미디어의 역할과 영향을 이해하는 데 도움이 되며, 허위뉴스와 같은 정보와 미디어 현상을 분석하고, 대응하는 데 유용한 도구로 활용된다.

2) 사회 심리학

사회 심리학은 허위뉴스 현상을 이해하는 데 중요한 이론적 배경을 제공한다. 이 분야에서는 먼저, 사람들이 정보를 평가할 때 신뢰할 만한 소스로부터 오는 정보에 대해 높은 신뢰도를 부여하는 '신뢰성 편향'이라는 개념을 연구한다. 또한, 사회 심리학은 사람들이 소속된 그룹의 의견을 따르려는 '사회적 승인과 동질성' 현상을 분석 합니다. 이로써, 가짜뉴스가 소속 그룹 내에서 확산될 때 그 정보의 신뢰성이 높아질 수 있다.

또한 '소셜 스케일링'¹⁰이론에 따르면, 사람들은 소속 그룹 내에서 정보가 확산될 때 그 정보를 더 쉽게 받아들이며 확산시키는 경향이 있다. 이와 함께 사회 심리학은 정보 신뢰성 평가 과정과 정보를 어떻게 평가하고 판단하는지를 연구하여 허위뉴스와 진실한 정보를 구분하는 데 도움을 준다.

더불어, 사회 심리학은 사회적 영향력과 사회적 네트워크를 통한 정보 확산에 관한 연구를 수행한다. 사람들은 가까운 친구, 가족, 동료 등의 의견에 민감하게 반응하며, 이러한 사회적 영향은 허위뉴스의 확산과 수용에 영향을 미칠 수 있다. 이런 방식으로, 사회 심리학의 이론적 지식은 허위뉴스 대응책을 개발하고, 사람들이 정보를 신중하게 평가하고 처리하

10 "소셜 스케일링"은 사회적으로 중요한 문제를 해결하거나 사회적 가치를 창출하기 위해 개인과 집단이 협력하는 것을 의미한다. 소셜 스케일링은 개인의 힘과 노력을 넘어서 사회 전체에 긍정적인 영향을 미치기 위한 노력이며, 이를 통해 사회 문제의 해결, 사회적 참여 증진, 지속 가능한 변화 등을 도모할 수 있다. 소셜 스케일링은 사회적 기업, 비영리 단체, 정부 등 다양한 주체들이 협업하여 사회적 가치를 실현하는 데에 사용되는 개념

는 데에 기여한다

3) 소셜 미디어와 네트워크

허위뉴스와 소셜 미디어, 그리고 네트워크에 대한 이론적 배경을 이해하기 위해서는 여러 관련 이론과 연구 주제를 고려해야 한다. 먼저, 소셜 미디어 활용 이론은 사람들이 소셜 미디어를 어떻게 사용하고 그 플랫폼에서의 활동이 허위뉴스의 확산과 어떤 관련이 있는지를 연구한다. 또한 사회 네트워크 이론은 사람들 간의 관계와 상호 작용을 연구하며, 이를 통해 허위뉴스의 확산 메커니즘을 분석하고 어떤 인물들이 정보를 받아들이고 확산시키는 역할을 하는지를 이해하는 데 도움을 준다.

정보 확산 이론은 정보가 어떻게 사회에서 확산되는지에 대한 연구를 수행하며, 허위뉴스의 경우 어떻게 가짜 정보가 소셜 미디어를 통해 빠르게 전파되는지와 이를 촉진하는 요인을 이해하는 데 중요한 역할을 한다. 또한 필터 버블 이론은 소셜 미디어 플랫폼이 개별 사용자에게 맞춤형 콘텐츠를 제공하고 정보를 개인화하는 경향이 있는데, 이로 인해 사용자들이 다양한 의견과 정보를 노출받지 않게 되는 현상을 다룬다. 허위뉴스는 필터 버블 현상을 통해 사용자들이 특정 사례의 정보에 노출되고 허위 정보를 받아들일 가능성이 높아지는 문제를 제기한다.

마지막으로, 사회적 증명 이론은 다른 사람들이 어떤 정보나 행동을 따르는 것이 사람들에게 영향을 미칠 가능성이 높다는 개념을 다룬다. 소셜 미디어에서 다수의 사람이 허위 정보를 공유하거나 믿을 때, 이는 다른 사용자들에게 허위 정보를 믿게 만들 수 있다. 이러한 이론적 배경을 이해하면 소셜 미디어와 네트워크를 통한 허위뉴스의 확산을 더 잘 이해하고 대응하는 데 도움이 될 것이다. 이론을 바탕으로 허위뉴스 대응 전략을 개발하고, 정보 확산과 네트워크 효과를 고려하여 미디어 소비 및 소셜 미디어 활동을 조절할 수 있다고 본다.

디지털 생태계의 특성을 살펴보면 다음과 같이 가짜 뉴스가 확산되기 좋은 조건을 만들어 내고 있다.

첫째, 정보로서 콘텐츠 생산량의 급격한 증가다. 누구나 다양한 목적에 따라 다양한 형식으로 콘텐츠를 무한하게 생산한 후 모듈화한 콘텐츠를 다양한 방식으로 유통할 수 있기 때문이다. 둘째, 콘텐츠 원본의 식별 불가능성이다. 모듈화된 콘텐츠의 심층적 재조합 가능성으로 인해 원본 콘텐츠가 다양한 유통 과정 속에서 여러 차례 재가공됨에 따라 원본 내용을 확인하기가 점점 더 불가능해지고 있다. 플랫폼을 통해 콘텐츠가 주로 유통되면서 이런 경향은 더욱 강해지고 있다. 셋째, 콘텐츠 작성 주체의 불명확성이다. 원본 식별 불가능성과

함께 최초 원본을 누가 작성했는지도 유통 과정에서 자주 사라진다. 또한, 콘텐츠 생산량의 급격한 증가로 누가 작성했는지 식별이 가능하더라도 해당작성 주체의 신뢰성을 확인하기 어렵다. 예를 들어 비교해 보자면, 과거신문의 경우 특정 언론사가 지면을 통해 발행할 경우 해당 내용이 유통 과정에서 변경되거나 작성 주체가 다른 곳이라고 생각할 가능성이 없었지만, 디지털 생태계 내에서는 이 모두를 의심할 수 있다. 이러한 맥락에서 해외 주요 디지털 매개자의 원인과 대책을 살펴보면 아래와 같다.

(1) 구글

‘70 News’ 사례 • 미디어이트(Mediaite)가 최초 밝혀 보도한 내용에 따르면, 미국 대선 직후 구글 검색창 에서 “결선 투표 결과 2016”(final election vote count 2016)을 검색할 경우, 트럼프가 클린턴을 상대로 선거인단 투표와 일반 투표, 둘 모두를 이겼다는 내용의 70 News 사 이트의 뉴스가 최상위에 노출되었는데, 이는 거짓 정보이었으며, 구글의 대책은 이익을 조정하는 간접 정책에 초점 • 거짓된 콘텐츠를 내놓는 사이트들을 구글 애드센스(AdSense) 서비스 대상에서 제외 키로 함 • ‘.com’으로 끝나는 뉴스 사이트 주소에서 끝에만 ‘.co’으로 끝나는 도메인을 사용한 사이트의 광고를 차단하였다.

프랑스 4월 대선을 앞두고 있는 가짜 뉴스 대응 실험에 참여하기로 • 프랑스 대선은 극우 포퓰리즘 정파가 득세하고 러시아가 후원하는 가짜 뉴스가 개입 할 조짐이 보이는 등 미국 대선과 비슷한 양상을 보이고 있음 • 구글의 미디어 실험 부서인 뉴스랩은 전통 언론과 협업하는 뉴스 검증 플랫폼인 크로 스체크를 지원하겠다고 밝힘 • 력적인 저널리즘 검증 작업 프로젝트로, 구글 뉴스랩과 비영리 조직 퍼스트드래프트 (First Draft) 그리고 17개 뉴스룸이 함께 다가오는 프랑스 대선에서 가짜 뉴스들을 대 상으로 검증 작업을 벌일 예정이라고 밝혔다.

(2) 페이스북

미국 대선에서 가짜 뉴스 논란의 중심에 있는 매체 페이스북 관객 네트워크(Facebook Audience Network)를 개정해 가짜 뉴스 사이트들에게는 광고를 주지 않겠다고 발표하고, 비공식적인 태스크포스를 꾸리고, 자신들의 소셜네트워크가 트럼프 당 선에 미친 영향에 대해 조사하였으며 2016년 11월19일 페이스북에는 사용자들이 가짜 뉴스를 보고할 수 있는 새로운 기능을 도입하였다.

12월15일 페이스북은 자사 네트워크의 가짜 뉴스 콘텐츠들에 경고 문 구를 붙이고 외부의 전문가에게 사실 확인을 맡기는 보다 적극적인 가 짜 뉴스 정책을 발표 • 포인터 인터네셔널 팩트체킹 네트워크(Poynter International Fact-Checking Network)와 파트너십을 맺고 자

사 사이트의 가짜 뉴스들을 폭로하는 데 힘 쓰겠다고 밝히고 자사 알고리즘 변경을 통해 검증하여 차단하겠다고 하였다.

(3) 트위터

2016년 11월 많은 가짜 뉴스와 연루설이 제기됐던 대안 우파(alt-right)의 계정들을 폐쇄하고 사용자들이 특정 단어가 포함된 알림은 끌 수 있는 기능도 도입하고, 2017년 2월 추가 조치로 “안전 검색(safe search)” 기능을 도입하겠다고 밝혔다. 이렇게 각 포털사이트마다 문제에 대한 정책을 나타내고 있지만 홍수처럼 생성되는 많은 가짜뉴스를 완전히 대응하기란 어려워보이나 문제인식을 갖고 신중한 팩트위주 보도에 더 큰 관심이 필요할 것 같다. 방송통신위원회 서는 ‘가짜뉴스 근절 TF’ 가동...심의 사각지대 해소하기 위해 뉴스타파의 이른바 ‘허위 인터뷰 기사’ 등 가짜뉴스 문제와 관련, ‘가짜뉴스 근절 TF’를 가동해 방송·통신 분야의 가짜뉴스 근절에 적극적 행동에 나서기로 했으며, ‘가짜뉴스 근절 TF’는 우선 방심위를 비롯한 유관기관과 협조해 가짜뉴스에 대한 조치가 미흡한 방송·통신 분야에 대한 철저한 심의와 이행 조치 및 특히 규제의 사각지대에 있는 인터넷 언론 등의 매체에 대한 규제책 마련 등 제도 개선 추진, 고의, 중대한 과실 등에 의한 악의적인 허위 정보를 방송·통신망을 이용해 유포할 경우 ‘원스트라이크 아웃’이 가능한 ‘통합 심의법제’ 등 보완 입법에 나서 가짜뉴스 근절 및 언론의 사회적 책임 강화를 추진한다고 밝혔다. 포털과 SNS 및 동영상 플랫폼 등을 통해 무분별하게 가짜뉴스가 확산되고 있다는 점에 주목해 사업자의 관리 책임 강화 등을 위해 관련 부처 및 국회와 지속해서 긴밀하게 협력하면서 근절대책을 세워 나가겠다고 밝혔다.

IV. 효율적 허위조작정보방지를 위한 전략적 제언

지금까지 살펴본 선행사례 분석을 통해서 확인된 것처럼 “가짜뉴스는” 국가적, 사회적, 개인적으로 다양한문제를 일으키고 있으며 정치적,상업적 목적으로 이용되고 있어 커다란 문제임을 인식할 수 있고 이에 대한 방지의 노력 또한 다양하게 이루어 지고 있음을 알 수 있다.이러한 문제를 해결하기 위하여 다음과 같은 전략적 제언을 하고자 한다.

1. 정책적 제언

효율적 허위조작정보방지를 위한 정책적 제언은 아래와 같이 기술하여 본다

- (1) 가짜뉴스를 방지하기 위해서는 정책적 제언은 무엇보다 다양한 주체들이 협력하고 개인 또는 조직의 자율적인 노력과 사회적 협력이 필요하다.

사회적 협력은 정부, 기업, 시민사회 단체의 협력으로 가짜뉴스를 탐지하고 제보하는 체계를 구축하기 위해 정보를 수집하고 검증하는 플랫폼을 운영해야 하며,다부처간 협력을 통해 부처 및 기관 간의 협력을 강화하여 가짜뉴스에 대한 대응 전략을 수립하고 실행할수 있어야 한다. 또한 광고 플랫폼은 가짜뉴스 사이트에서의 광고 게재를 차단하고, 광고 수익을 제한하는 방안을 마련하고,광고주는 광고 게재 시 가짜뉴스 사이트에 대한 검증 절차를 강화하고, 신뢰성 있는 미디어에 광고를 게재하도록 책임을 강화 해야한다.

- (2) 국제적인 차원에서 가짜뉴스에 대한 협력을 강화하고, 국제적인 가짜뉴스 유포에 대한 대응을 위한 협약이나 규정을 개발 하여야 한다고 본다.

뉴스 제공자의 자율적 노력으로 뉴스를 생산하는 기업이나 개인은 자율적으로 신뢰 있는 정보를 제공하고, 가짜뉴스에 대한 팩트 체크를 실시해야 한다. 교육 기관이나 미디어 등에서는 자율적으로 가짜뉴스에 대한 교육과정을 개발하고, 신뢰성 있는 정보를 제공하고 개인들은 뉴스를 소비할 때 자율적으로 다양한 출처의 정보를 확인하고 판단하는 능력을 갖추어야 한다. 국제적인 차원에서 가짜뉴스에 대한 법적 조치를 협약이나 규정을 통해 강화하고, 국제적인 협력을 강조하여 원천적인 차단을 이끌어 내어야 한다고 본다.

- (3) 가짜뉴스에 대한 제재와 처벌을 강화하여 가짜뉴스의 유포와 확산을 방지할 수 있도록 하여야한다.

가짜뉴스에 대한 법적 정의를 명확히 하여 유포 행위를 구체적으로 규정하고, 가짜뉴스 유포에 대한 벌금이나 징역형 처벌을 강화하여 가짜뉴스를 유포하는 행위에 대한 경각심을 유발하고, 가짜뉴스에 대한 신고를 접수하고 조사하는 체계를 플랫폼 업체가 운영하도록 규정하고, 플랫폼 업체는 가짜뉴스를 유포하는 사용자의 신원 정보를 제공하여 법적 조치를 취할 수 있도록 하여 강력한 규제를 통해 생성자가 스스로 가짜뉴스를 생성 하지 말아야 한다는 마음을 먹게 해야한다고 본다

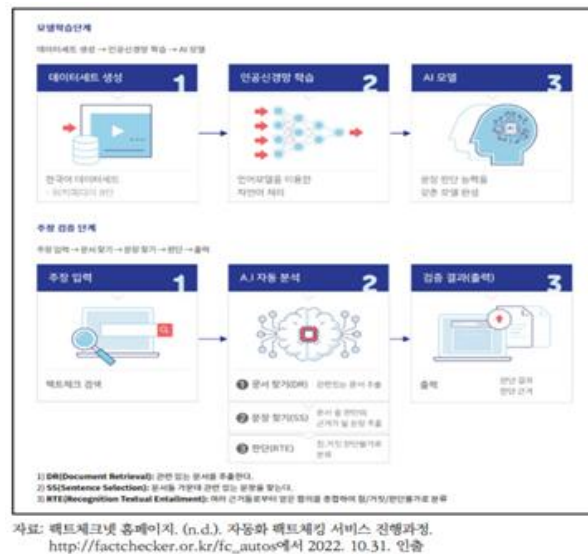
2. 기술 · 교육적 제언

인공지능과 머신러닝 기술을 활용하여 가짜뉴스를 탐지하고 차단하는 방법을 연구하고 개발해야 한다. 이를 위해 자동 팩트 체크 시스템이나 알고리즘 기반의 가짜뉴스 필터링 시스템을 도입할 수 있어야 한다.

기술적 대응은 가짜뉴스 대응에 있어서 중요한 요소 중 하나라고 생각한다. 블록체인 기술을 통해 데이터의 무결성과 신뢰성을 보장하는 데에 사용될 수 있으며, 뉴스 기사의 작성, 수정, 배포 과정을 블록체인으로 관리하여 가짜뉴스의 유포를 사전에 억제할 수 있고, 또한, 블록체인을 활용한 분산형 뉴스 플랫폼을 구축하여 중앙화된 플랫폼에 의존하지 않고 다양한 소스의 뉴스를 제공할 수 있도록 해야 하며 텍스트뿐만 아니라 이미지나 오디오 형태로도 확산될 수 있으므로 이에 따라 인공지능 기반의 이미지 분석과 오디오 분석 기술을 개발하여 가짜뉴스를 식별하고 대응할 수 있는 능력을 강화해야 하며,

블록체인은 데이터의 변경 이력을 투명하게 기록할 수 있고, 뉴스 기사의 팩트 체크 과정과 결과를 블록체인에 기록함으로써 투명성을 확보하고 이를 통해 뉴스 소비자들은 팩트 체크 결과를 신뢰할 수 있으며, 가짜뉴스의 확산을 억제할 수 있을 것이다.

<그림 14> 팩트체크넷의 자동화 팩트체크 알고리즘의 기본 절차



다음은 AI 기술을 활용한 자동 팩트 체크 시스템을 활용하여 가짜뉴스 억제 방안을 갖추어야 한다고 본다. 자동 팩트 체크 시스템은 인공지능과 자연어 처리 기술을 활용하여 뉴스 기사의 사실 여부를 신속하게 확인하는 도구이며, 이를 통해 가짜뉴스를 식별하고 억제하는 데에 도움을 줄 수 있다고 본다.

신속한 팩트 체크는 뉴스 기사의 사실 여부를 신속하게 확인할 수 있고, 시스템은 뉴스 기사의 내용을 분석하고, 사실 여부를 판별하는 과정을 자동화하여 빠르게 결과를 제공하여 이를 통해 가짜뉴스가 빠르게 확산되는 것을 억제할 수 있을 뿐만 아니라, 자동 팩트 체크 시스템은 다양한 신뢰할 수 있는 데이터 소스를 활용하여 팩트 체크를 수행할 수 있고 이는 정부 기관, 학술 연구 기관, 독립적인 팩트 체크 기관 등의 신뢰성이 검증된 데이터를 활용하는 것을 의미한다. 이를 통해 팩트 체크 결과의 신뢰성을 높일 수 있도록 해야 한다고 본다

또한 디지털 미디어 기술을 활용한 ‘디지털 리터러시’ 교육 방안을 강화 하여야 한다

먼저 뉴스를 이용하는 소비자 교육을 통해 가짜뉴스를 식별하고 대응하는 방법을 가르치는 교육 프로그램을 개발해야 하고, 이를 통해 소비자들은 사실 확인의 중요성을 이해하고, 다양한 소스를 비교 분석하는 능력을 키울 수 있도록 해서 이용자 스스로 식별할 수 있는 능력과, 미디어 문해력을 강화하는 교육을 실시해야 한다. 이는 뉴스 기사의 구조와 편집 기법, 언어 사용 등을 이해하고 분석할 수 있는 능력을 배양하는 것을 목표로 해서, 이를 통해 가짜뉴스의 특징을 파악하고 신뢰할 수 있는 뉴스를 선택할 수 있게 해야한다.

추가적으로 가짜뉴스에 대한 대응은 개인의 노력뿐만 아니라 사회적인 협업이 필요하다고 본다. 학교나 지역사회에서 가짜뉴스에 대한 토론과 자유로운 의견 교환을 할 수 있는 플랫폼을 마련해주고, 이를 통해 사람들은 서로의 관점을 이해하고 비판적사고를 발전시킬 수 있고, 뉴스 소비자들은 다양한 소스에서 정보를 얻을 수 있도록 해야한다, 이를 위해 학교에서는 다양한 언론사의 뉴스를 활용한 교육 자료를 제공하고, 개인적으로도 다양한 소스를 참고하도록 유도하고, 이를 통해 소비자들은 단일 소스에 의존하지 않고 다양한 시각을 얻을 수 있으며 가짜뉴스에 노출되지 않도록 뉴스 소비 습관을 개선해야 한다. 이는 소셜미디어에서의 뉴스 소비를 제한하고, 신뢰할 수 있는 언론사의 웹사이트나 앱을 활용하는 것을 권장하는 방향으로 가야한다고 제언한다.

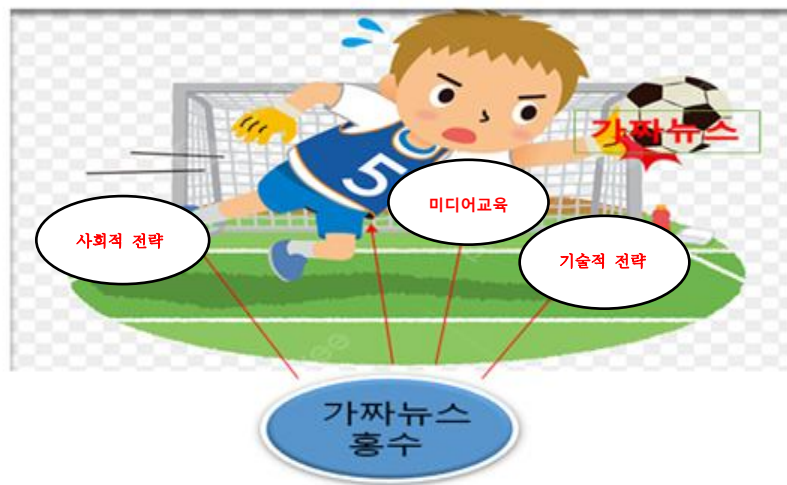
3. 사회적 제언

사회적인 방안으로는 신뢰할 수 있는 정보를 제공하고, 정보의 정확성을 검증하는 시스템을 구축해야 하며, 정부, 언론사, 사회 단체 등이 협력하여 신뢰할 수 있는 소스를 제공하고, 사실 확인을 위한 독립적인 기관을 운영하는 것이 중요하다고 본다.

사회 교육과 미디어 리터러시 교육을 강화하여 사람들이 가짜뉴스를 식별하고 대응할 수 있는 능력을 갖출 수 있도록 해야 하며, 학교, 대학, 커뮤니티 센터 등에서 가짜뉴스에 대한 교육 프로그램을 개발하고, 사회적인 캠페인을 통해 사람들에게 미디어 리터러시의 중요성을 알리는 것이 필요하다고 본다. 미디어 리터러시 교육을 통해 정보평가,미디어분석,창의적 미디어 제작,미디어 윤리,디지털 기술적 능력을 강화 함으로서 가짜뉴스 판별 및 대책에 도움이 된다고 본다.

또한 소셜미디어 플랫폼의 책임 강화다 소셜미디어 플랫폼은 가짜뉴스의 확산에 큰 역할을 하고 있다. 따라서 플랫폼은 적절한 알고리즘과 모니터링 시스템을 도입하여 가짜뉴스의 확산을 억제하고, 신뢰할 수 있는 소스를 우선적으로 제공해야 하고, 가짜뉴스를 신고할 수 있는 매커니즘을 마련하고, 신고된 가짜뉴스에 대해 강력하고 신속하게 효과적인 대응을 취해야 하며, 가짜뉴스에 대한 대응은 정부, 언론사, 사회 단체, 학계 등의 협력을 통한 대응뿐만 아니라, 다자간 협약을 통해 가짜뉴스에 대한 대응 전략을 공유하고, 각 영역의 전문가들이 협력하여 문제를 해결하는 것이 성과를 거둘 수 있으며, 또한, 국제적인 차원에서의 협력과 지원을 통해 가짜뉴스에 대한 대응을 강화해야한다고 본다. 정보의 생산자나 이용자에 대한 인터넷 실명제를 통한 사회적 책임을 묻는 것 또한 효과가 있다고 생각한다.

<그림 15> 가짜뉴스 게이트 키퍼



인터넷 실명제는 악성댓글 방지에 효과적이며, 현재 익명성의 장점을 이용한 악플러들로 인해 많은 사람들이 피해를 입고 있다. 하지만 실명제가 도입되면 개인의 신원이 공개되므로 악플러들은 쉽게 악플을 남길 수 없게 될 것이다. 또한, 실명으로 댓글을 작성하는 사람들은 책임있고 신중한 행동을 할 가능성이 크며, 이로 인해 악성댓글의 발생을 줄일 수 있다. 인터넷 실명제는 정보 신뢰도의 증가를 가져오며, 현재 인터넷에서는 익명성을 이용한 허위정보와 가짜뉴스가 쉽게 퍼지는 문제가 있다. 하지만 실명제 도입으로 허위정보와 가짜뉴스를 만들어내는 사람들을 검거하고 방지하는데 더욱 노력할 수 있다. 개인이 자신의 이름을 걸고 글을 쓰게 되면서 더욱 책임감을 가지고 정확한 정보를 제공하려는 경향이 생길 것이다 인력 낭비를 최소화할 수 있다. 현재 악플로 인해 피해를 입거나 명예훼손을 일으킨 가해자를 찾아내기 위해서는 전문적인 인력을 쓰는 등 많은 시간과 노력이 필요하다. 하지만 인터넷 실명제가 도입되면 악플로 인한 가해자를 쉽고 빠르게 추적하여 처벌할 수 있기 때문에 인력 낭비를 줄일 수 있습니다. 이는 사이버 수사대 등의 전문적인 인력이 할당 받는 업무의 효율성을 높일 수 있으며, 사회적으로 인력의 낭비를 방지하는데 도움을 줄 것이다.

이상의 3가지 제언을 복합적으로 이루어 진다면 제언을 통해 최대한 가짜뉴스를 차단하는 효과는 있겠지만 100% 차단은 현실적으로 어렵다고 보며, 정보생성자의 윤리적 도덕적 의식이 전제 되어야 근절 될 수 있다고 생각한다.

V. 결론 및 향후 연구방안

지금까지 살펴보았듯이 가짜뉴스는 허위 정보를 뉴스 형식으로 퍼뜨리는 현상을 말하고 있고, 심지어 보이스피싱이나 사이버 사기에도 악용되면서 미국이나 영국 등은 국가 안보 차원에서 딥페이크 악용 방지 입법과 검증 시스템 개발에 나서고 있지만 우리나라는 전담 부서조차 불분명한 실정임을 알 수 있다.

각종 SNS와 온라인 커뮤니티를 통해 빠르게 퍼져나가는 가짜뉴스는 인터넷 이용자들에게 혼란을 불러오며, 주로 정치, 경제, 사회 등 다양한 분야에서 논란을 야기하고있음을 알 수 있고 특히 선거기간에는 정치인에 대한 허위 정보가 확산되어 선거 결과에 영향을 줄 수도 있다. 이러한 문제점을 해결하기 위한 다양한 대책을 마련하고 있지만, 가짜 뉴스에 대한 피해 사례는 여전히 줄어들지 않고 있는 것이 현실이다.

본 연구를 통해 내놓은 해결책 제언으로 정책적 전략 제언으로 강력한 법적 규제와 국제적,사회적 협력을 통해 문제를 해결할 수 도 있고, 미디어 교육적 전략 제언으로서, 뉴스 소비자들이 가짜뉴스를 식별하고 대응할 수 있는 능력을 함께 강화하는데 도움을 주고, 기술적인 전략 제언으로서, 자연어 처리, 알고리즘 개선, 자동 팩트 체크 시스템, 블록체인 기술, 이미지 및 오디오 분석 등을 활용하여 가짜뉴스를 식별하고 대응하는 능력을 향상시킬 수 있으며. 이를 통해 신뢰할 수 있는 뉴스 환경을 조성할 수 있을 것이며, 사회적인 전략 제언으로서, 신뢰할 수 있는 정보를 제공하고, 교육과 협력을 통해 사회적인 대응을 강화하는 것을 목표로 하고. 이러한 노력을 통해 건강하고 신뢰할 수 있는 뉴스 환경을 조성할 수 있다고 본다.

그러나 가짜뉴스 대응을 위한 나라 간 국제적 협력을 통해, 국제사회에서는 가짜뉴스로 인한 문제를 해결하기 위해 다양한 조치들을 취하고 있음을 알수 있고, 또한 국제적인 신뢰성과 경쟁력을 지원하기 위해 Microsoft와 Facebook 등 IT 기업들은 가짜뉴스 문제 대응과 인공지능 및 머신러닝 기술을 통한 가짜뉴스 탐지 기술 개발에 힘을 기울이고 있다. 전 세계적으로 가짜뉴스가 광범위하게 퍼져나가고 있기 때문에 국제적인 협력과 노력이 필요할 것으로 보인다. 그러나 인터넷 환경상 뉴스 생성자 및 플랫폼 제작자,기관,모든 포털사이트에서 생성되는 모든 기사를 검증해 내기는 쉽지 않다. 따라서 근본적인 근절 대책은 없다고 보지만 앞에 제언한 대책을 잘 따르고 ,인터넷 환경상 이용하는 모든 정보에 대한 생성자와 이용자 모두의 자율적 인터넷 윤리 의식을 제고하고, 법과 제도적 뒷받침 속에 AI기술을 활용한 원천적 자동화 팩트체크 시스템 기술을 지속적으로 개발하고, 대처해 나가는 것이 최선의 해결 방안으로 지속적인 관심을 가지고 차단을 위해 연구해 나가야 한다고 생각한다.

인공지능이 가져올 이런 장밋빛 미래 뒤에는 기술악용에 따른 어두운 그림자도 드리워져 있다는 점을 늘 생각해야 하며, 특히 우리 총선과 미국 대선이 치러지는 시기가 다가오는 지금 인공지능을 이용한 가짜 뉴스가 더 활개를 칠 거라는 우려 또한 사실이다.

선행연구 분석에서도 언급한 바와 같이 페이크뉴스(Fake News)에 대한 관심과 논의는 전세계적으로 뜨겁게 대두되었으나 아직까지 학문적인 연구가 본격적으로 이루어지지 않고 현상에 대한 정리가 중심이 되고 있음을 안타깝게 생각하며 동시에 최근 이슈가 되고 있는 챗GPT의 성장속도에 따른 정교한 가짜뉴스 생산에 대한 대비를 위해서도 국가가 강력한 의지를 가지고, 생성자나 이용자의 인터넷 윤리의식을 가질 수 있도록 지속적인 관리와 연구가 이어지고, 후속적인 연구는 계속 이어져 나가야 한다고 본다.

참고문헌(References)

<국내문헌>

- 조은희(2022), 'SNS 뉴스 전파행동의 특징' 사회과학연구 33-1, 충남대학교 사회과학연구소 과학기술정보통신부(2022), 「제 5 차 과학기술기본계획(2023~2027)」
- 문화체육관광부 보도자료, “문체부, ‘악성 정보 전염병’ 가짜뉴스 퇴치 전면 강화”, 2023.4.20.
- 이미숙, 진형익(2022), “가짜뉴스에 대한 사회적 인식과 불편비용 추정 연구”, 한국혁신학회지 17(1), 153.
- 오미애, 이정란, 최호식, 천미정, ‘기계학습기반 보건복지분야 가짜뉴스 탐지 방법연구’, 연구보고서 2022-48. 한국보건사회연구원, 고려시엔피
- 진민정 언론.SNS.정치권. 교육계 모두 ‘가짜뉴스와 전쟁’ 저널리즘학연구소 2017.5 통권 557 호
- 오세욱, 정세훈, 박아란(2017), 가짜뉴스 현황과 문제점, 한국언론연구재단, 연구서 2017-06
- 류동협 (2017). 가짜 뉴스에 대응하는 미국의 미디어교육., 1 호, 86-89.
- 마동훈.오택섭.김선혁 (2013).서울: 한국언론진흥재단.
- 오세욱.박아란 (2017). 일반 국민들의 ‘가짜 뉴스’에 대한 인식 [전자매체본]., 3 권 3 호, URL: <http://www.kpf.or.kr/site/kpf/research/selectMediaPdsView.do?seq=574068>
- 정은령 (2017). 팩트체크 뉴스 의미와 한계., 143 호, 19-25 쪽.
- 한상기 (2017). 가짜 뉴스의 현황과 원인, 그리고 대응 방안[전자매체본].
- 김종근(2017.4.20). “SNS 속의 가짜뉴스: 현황과 대책”. 가짜뉴스(fake news)와 언론·미디어의 공적 책무 세미나 발표문.
- 김지현(2017). ‘가짜뉴스’ 대응책 고민하는 정치권·언론계. 신문과 방송. (2)554. 100-103.
- 권오성(2017). 미국 “기업·언론의 팩트체크”, 유럽·한국 “법·제도적 제재”. 신문과 방송. (4)556. 20-25.
- 박한명(2017.4.20). “SNS 속의 가짜뉴스: 현황과 대책”. 가짜뉴스(fake news)와 언론·미디어의 공적 책무 세미나 토론문.
- 배영(2017.3.20.). 페이크뉴스에 대한 이용자 인식 조사. 제 1 회 KISO 포럼: 페이크 뉴스와 인터넷 포럼 발표문.
- 이준웅(2017.4.9.). [미디어세상] 독일 ‘가짜뉴스 처벌법’ 바로 알기, 경향신문, http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201704092106025&code=990100
- 정일권(2017.4.20). “가짜뉴스와 언론, 미디어의 공적책임: 어떻게 바른 뉴스를 정립할 것인가?”. 가짜뉴스(fake news)와 언론·미디어의 공적 책무 세미나 토론문.

- 지성우(2017.4.20). “가짜뉴스와 언론, 미디어의 공적책임: 어떻게 바른 뉴스를 정립할 것인가?”. 가짜뉴스(fake news)와 언론·미디어의 공적 책무 세미나 발표문.
- 방송 트렌드 & 인사이트 Broadcasting Trend & Insight 2018 년 4 호 Vol.17
- 정세훈(2023.4) 가짜뉴스의 대응방안 및 쟁점, 특집 가짜뉴스가 지배하는 세상 여론시장 위기와 표현의 자유(관훈저널 봄호)

<외국 문헌>

- OECD(2023), 「Good practice principles for public communication responses to mis- and disinformation」, Public Governance Policy Papers, <https://doi.org/10.1787/6d141b44-en>,
- Zarocostas, J., “How to fight an infodemic”, World Report, Vol.395, Iss. 10225, pp.676, Lancet, [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30461-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X), 2020.2.29.
- Eugene Volokh, Fake News and the Law, from 1798 to Now, 2016. 12. 9. The Washington Post, goo.gl/rm8JI5
- What is fake news? How to spot it and what you can do to stop it. Guardian, 2016.12.17. <https://www.theguardian.com/media/2016/dec/18/what-is-fake-news-pizzagat>
- Barthel, M., Mitchell, A., & Holcomb, J. (2016). Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion. Pew Research Center Report.
- Adamic, L. A. & Glance. N. (2005). The political blogosphere and the 2004 US election: divided they blog. Proceedings of the 3rd international workshop on Link discovery. ACM.

감사의 글(Acknowledgements)

우연찮은 기회에 저와 면접관련 친분이 있는 지인 소개로 학과 제언을 받고 입학한지 엇그제 같은데 벌써 ‘BUSINESS PROJECT’ 작성을 통한 졸업을 생각하니 무척 빠른 세월을 느낍니다.

주변 동료들은 산업전선에서 대부분 명퇴 후 휴식을 찾고 있는 나이에 그것도 모르는 학문에 배움의 길로 들어간다 하니 많은 지인들의 만류와 ‘왜! 그 나이에’ 하는 시선도 있었지만, 늘 꾸준하게 목표를 두고 정진하는 저의 모습에 대단하다며 찬사의 피드백을 전해주는 지인들도 있었습니다.

사실 저는 10년 전부터 무엇인가 계속해서 도전하는 목표를 세우고 하나하나 성취감을 느끼면서 늘 공부하면서 살아가고 있었고, 그동안 살아오면서 겪은 경험을 토대로 제2인생을 잘 준비하고 있어서 공부에 대한 큰 부담은 갖고 있지 않았습니다.

그러나 처음 접하는 블록체인, 파이선, 머신러닝,딥러닝, WEB3.0 등 다양하고 생소한 공부는 다소 당황스럽고 힘들게 느껴질 때도 있었고, 과제 또한 저에게는 힘들 때도 있었습니다.

저는 부족한 부분을 채우기 위해 스스로 노력만 하면 할 수 있는 출석은 빠지지 말고 오프라인 강의 참석을 해야겠다 다짐하고 성실히 강의에 참여했고, 주변 원우들의 따뜻한 배려로 오늘에 이르게 되었습니다.

처음 써보는 BP또한 홍승필 교수님, 장중호 교수님께서 지도해 주시는 대로 따라 하였고 다소 부족한 점이 많았지만 잘 지도해 주신 덕분에 마무리한 것 같습니다..

보통 대학원 수업은 여유 있고 친목 성격의 학업이라 생각 했는데 분,초를 지키는 강의시간에 놀라기도 했습니다. 모든 교수님들의 열정적인 강의는 수업이 끝나서도 삶에 보탬이 될 수 있는 좋은 수업이었습니다.

이렇게 어려운 과정을 잘 수행할 수 있었던 점은 먼저 늘 관심과 배려로 지도해주신 홍승필 교수님, 5명의 원우들 특히 매 강의마다 옆자리에서 잘 모르는 것을 질문하면 이해하기 쉽게 설명해준 우주엽 대표님께 감사드리며 그 덕에 BP작성을 마칠 수 있는 것 같습니다.

또한 주말을 반납하고 지난 1년동안 묵묵히 지켜봐 준 가족들에게도 감사하게 생각합니다.

또 한 해가 저물어 갑니다. 그동안 무엇을 했나 되돌아 볼 수 있는 좋은 계기가 된 것 같습니다.

니다.

지난 1년간은 저에게는 많은 경험과 도전의 시간이었습니다 빠르게 변화하는 모습을 수업을 통해 확인하는 시간이 된 것 같습니다.

배운 학문을 잘 기억하고 실천하여 새로운 일에 잘 활용하겠습니다.

다시 한번 잘 지도해주신 홍승필 교수님과 함께했던 원우들께 감사드립니다.