

빅데이터를 활용한 안전분야 트렌드 분석 : 가짜뉴스(fake news)를 중심으로

주성빈*

요 약

2017년 3월 기준, 가짜 뉴스로 인한 폐해는 대체로 정치적 이슈에 집중되어 있다. 국외에서 가짜뉴스 문제는 2016년 미국 대선에서 크게 화제가 된 적이 있고 독일, 프랑스 등 선거를 앞둔 국가들에서도 새로운 정치사회적 문제로 등장하였다. 국내에서는 대통령 탄핵소추 및 탄핵 인용, 조기 대선 등 정치적 이슈와 맞물려 이슈 및 언급량이 집중되고 있다. 이러한 현상은, 최근 다양한 형태의 기사 생성방법 및 정보의 공유방식과 연계되어, 정치적 쟁점과 관련된 가짜 뉴스뿐만 아니라 안전 이슈(safety & security issue)와 관련된 가짜 뉴스의 생산, 확산에 이르고 있고, 결과적으로 국민들에게 상당한 혼란을 야기할 수 있는 정보로 변질될 가능성이 농후하다. 따라서 이러한 문제인식은 관련된 실태분석과 효과적인 대응방안을 고민하는 것은 현 시점에서 중요함을 의미한다. 따라서 이 연구는 가짜 뉴스가 안전 분야에 어떠한 형태로 생성되고 있고, 관련 분야에 어떻게 영향을 미치는가를 확인하는 것이 주요 목적이다. 이를 위해 실시간으로 발생하는 수많은 데이터 속에서 이슈 진단·분석·전망·관리를 위한 정확하고 유의미한 분석을 하고자 하였다. 그 결과, 우리나라에서 언급되고 있는 가짜뉴스는 정치적 이슈뿐만 아니라 안전 이슈와 관련되어 지속적으로 생성되고 있고, 국외에서 발생하는 일반적 형태와는 차이를 보이고 있음을 알 수 있다.

An Analysis of Trends on the Safety Area Utilizing Big Data : Focused on Fake News

Joo, Seong Bhin*

ABSTRACT

As of March 2017, fake news is largely focused on political issues. Outside the country, main issues of the fake news have been a hot topic in the US presidential election in 2016 and emerged as a new political and social problem in countries like Germany and France. In Korea, issues of the fake news are also linked with political issues such as presidential impeachment and prosecution, impeachment quota, early election, etc. This phenomenon has recently led to the production and spread of fake news related to safety and security issues as well as political issues in connection with various methods of generating articles and sharing information. As a result, there is a high possibility that the information will be transformed into information that can cause considerable confusion to the public. Therefore, the recognition of such problems means that it is important at this point to consider the related situation analysis and effective countermeasures. To do this, we tried to make accurate and meaningful analysis for the diagnosis, analysis, forecasting and management of issues utilizing Big Data. As a result, it is found that the fake news is continuously generated in relation to the safety and security issue as well as the political issue in the South Korea, and differs from the general form occurring outside the country.

Key Words: safety issues, big data, fake news, political issues, security issue

접수일(2017년 12월 02일), 수정일(1차: 2017년 12월 29일),
게재확정일(2017년 12월 31일)

* 동의대학교 소방방재행정학과

1. 문제의 제기

오늘날 언론에서 정보는 다채널, 다매체, 매체 융합을 넘어서 빅데이터(big data)를 어떻게 활용할지가 형태를 결정할 중요한 이슈로 인식되고 있다. 이는 언론매체의 환경이 급변하고 있음을 의미한다. 이러한 현상은 기사의 양적·질적 향상, 대중의 정보 공유 영역의 확장 등 다방면에서 긍정적인 변화로 연결되고 있으나 최근, 잘못된 기사나 가짜 뉴스(fake news)에 의한 정보 오류의 심각성도 크다.¹⁾

2016년 옥스퍼드 사전은 ‘탈 진실(post truth)’을 올해의 단어로 선정했다. 브렉시트(Brexit)와 미 대선을 거치면서 전 세계에서 ‘가짜뉴스’의 문제가 크게 주목받으며, ‘탈 진실’이 올해의 단어로까지 선정된 것이다. 옥스퍼드 사전에 따르면, ‘탈 진실’은 ‘감정이나 개인적 믿음이 공공 여론을 형성하는데 객관적 사실보다 더 영향을 발휘하게 되는 상황’을 뜻한다. ‘탈 진실’은 2015년에 비해 20배 더 많이 사용되었다고 한다[1].

2017년 3월을 기준으로, 가짜 뉴스로 인한 폐해는 대체로 정치적 이슈에 집중되어 있다.²⁾ 국외에서의 가짜뉴스 문제는 지난해 미국 대선에서 크게 화제가 된 적이 있고 독일, 프랑스 등 선거를 앞둔 국가들에서도 새로운 정치사회적 문제로 등장하였으며, 국내에서는 대통령 탄핵소추 및 탄핵 인용, 조기 대선 등 정치적 이슈와 맞물려 집중되고 있다. 하지만, 정치적 쟁점과 관련된 가짜 뉴스뿐만 아니라 가짜 뉴스로 인하여 발생할 수 있는 안전 이슈(safety & security iss

ue)의 혼란 가능성과 대응방안에 대한 논의도 이뤄져야 할 시점으로 보인다[2].³⁾ 실제로 2016년 12월, 태국의 수도 방콕에서 폭발이 있었다는 가짜 뉴스가 급속도로 번지면서 시민들이 불안감을 느낀 사건과 유럽에서도 2016년에 난민이 범죄를 일으켰다는 등의 허위 정보를 실은 가짜뉴스가 난민에 대한 사회적 혐오감을 증폭시키는 등 사회적 혼란을 가중시킨 사례가 있다[3].

가짜 뉴스는 타인의 인격과 명예를 훼손할 뿐만 아니라 사회적 정보에 대한 신뢰를 떨어뜨려 건전하고 합리적인 공론 형성을 저해하는 등 그 부작용이 매우 크다. 또한 가짜 뉴스는 일단 전파되고 나면 사실관계를 바로잡는 데 많은 노력과 비용이 소모되는 등 큰 피해가 수반되어 그 위험성이 크다고 볼 수 있다.

따라서 이 연구에서는 SNS상에 게시되어 있는 다양한 형태의 뉴스를 살펴보고, 우리나라에서 생산되는 가짜 뉴스의 실태를 작성주체, 작성내용, 작성목적이나 의도, 작성형식 등으로 구분한 개념 정립을 통하여 안전 분야에 미친 영향에 대한 분석을 시도해보고자 한다. 이를 통하여, 가짜 뉴스로 인한 안전 분야에 미치는 영향력을 인식하고, 효과적인 대응방안을 마련하는데 연구의 목적이 있다.

2. 이론적 배경

2.1. 가짜뉴스의 정의

2.1.1. 기원

가짜 뉴스라는 표현이 언제부터 사용되었는지 명확하게 언급하고 있는 자료는 존재하지 않으나 용어의 표현 특성상 상당히 오래 전부터 존재했으리라 추정된다.⁴⁾

3) 2017년 3월 29일, 한국언론진흥재단이 발표한 ‘일반 국민의 가짜 뉴스에 관한 인식’ 보고서에 따르면 응답자(20~50대 성인 1,084명) 중 32.3%가 2017년에 가짜 뉴스를 받아 본 경험이 있다고 응답했다. 그리고 가짜 뉴스를 받은 사람들은 PC와 스마트폰(76.3%)을 통해 가짜 뉴스를 접하는 경우가 대부분이었으며, 신문·TV는 9.1%, 친구·선후배 등과의 사적 모임은 7.7%에 불과한 것으로 나타났다. PC·스마트폰을 통해 가짜 뉴스를 접한 주된 경로는 카카오톡, 라인 등 모바일 메신저(39.7%)가 가장 많았다.

1) 디지털 기술의 발전과 인터넷 환경의 보급으로 말미암아 언론소비의 형태는 신문·잡지 등과 같은 ‘구독식’의 ‘아날로그 형태’에서 인터넷신문·포털뉴스 등과 같은 ‘전송식’의 ‘디지털 형태’로 바뀌고 있다. 특히 2000년대 말부터 시작된 모바일의 보급은 더욱더 이런 현상을 가속시키고 있다.

2) 기성 언론의 형식으로 거짓 정보를 유포하는 ‘가짜뉴스’는 과거에도 있었다. 14년 전(2003년) 오늘날은 당시 미국에서 가장 부유한 인물인 마이크로소프트사의 빌 게이츠 회장이 피살됐다는 가짜뉴스가 인터넷에 확산됐다. 이 가짜 뉴스를 기성 언론들이 사실 확인을 거치지 않고 확대 보도하면서, 한때 주식시장이 영향을 받는 등 사회적 파장이 일었다. 우리나라도 머리 잘렸다는 거짓정보가 유포되어 많은 국민들이 공포심이 극도로 달했던 사례도 있다.

일반적으로 알려진 가짜 뉴스의 기원은 20세기 세계대전의 시대로 거슬러 올라간다. 전시 중에 정부의 선전으로 상대국에게 흘린 오정보가 가짜 정보 시작으로 볼 수 있다는 것이다. 서기 1,500년경부터 현재까지의 도서 텍스트 정보를 검색 할 수 있는 구글의 'NGrams Viewer'를 보면, 'fake news'라는 문구는 제1차 세계 대전 초반에 등장하여, 제2차 세계대전 중에 가장 많이 언급되고 있다. 당시의 가짜 뉴스는 주로 일반 대중의 신념과 감정을 조작하기 위해 정부의 의도적으로 허위 정보를 흘리는 것이었다[4]. 그러나 세계대전이 종식되고, 냉전체제가 붕괴된 시점에서, 현대적 관점에서 가짜 뉴스의 기원은 언제쯤으로 보는 것이 합리적일까? 2016년 12월, Internet Archive TV 뉴스 아카이브의 협력을 얻어 GDELT Television Explorer를 도구로 활용하여 연구를 시작했다. 이 도구를 이용하면 2009년 이후에 방송된 200만 시간 동안 미국의 텔레비전 뉴스에서 언급된 특정 단어나 문구를 검색 가능하게 되는데 그 결과, fake news라는 문구는 2009년부터 2016년까지 주요 TV 뉴스에서 거의 사용되고 있지 않았다는 사실이 밝혀졌다[5].

즉, 최근에 언급되고 있는 '가짜 뉴스(fake news)'라는 용어는 상당히 가까운 시점, 정확히 이야기하자면 2016년 3-4분기에 등장하여 큰 이슈를 남겼다고 볼 수 있다.5)

- 4) 구글 뉴스를 살펴보면 지난 몇 개월 동안 650만개의 뉴스가 이 주제에 접하고 있지만 정확한 기원을 밝히고 있는 것은 전무하다.
- 5) 구체적 사건은 2016년 11월 11일에 있었던 페이스북 북마크 저커버그(Mark Elliot Zuckerberg)가 한 컨퍼런스에서 이 주제(fake news)를 언급한 날이다. 일부 언론에서 페이스북 북에서 생성된 다양한 형태의 가짜 뉴스가 선거 결과에 영향을 줬다는 것을 언급하자 저커버그는 'fake news'에 대하여 언급하였고, 그의 발언을 발단으로 하여 'fake news'라는 말은 단번에 화제를 불러 일으켰다. 그 후, 결정적이었던 것이 2017년 1월 11일 미 도널드 트럼프(Donald Trump) 대통령의 기자회견이었다. 회견장에서 트럼프는 CNN을 "가짜 뉴스"라고 불렀고, 이러한 표현은 말은 언론에 대한 비판적 입장을 표현하는 도구로 사용되기 시작하였다.

결론적으로, 가짜 뉴스의 기원은 제1차 세계대전부터 시작되었고, 현대 사회에서 이 용어를 제조명시킨 것은 마크 저커버그로 볼 수 있다.

2.1.2. 개념

가짜 뉴스에 대한 효과적인 대응방안을 마련하기 위해서는 가짜뉴스의 개념 정립이 필요한데 아직까진 통일된 정의가 이루어지지 않고 있다. 하지만 가짜 뉴스의 개념 범위를 제한적으로 해석할 필요성은 많은 분야에서 공감하고 있는 분위기이다.

흔히, 가짜뉴스는 정치·경제적 이익을 위해 의도적으로 언론보도의 형식을 하고 유포된 거짓 정보를 일컫고, 주로 일반 대중의 신념과 감정을 조작하기 위한 목적으로 생성되는 허위정보로 알려져 있다. 이를 작성주체, 내용, 목적, 형식의 분류로 살펴볼 수 있는데, 변화된 언론환경을 반영하여 개념화하면 <표 1>과 같다[6].

<표 1> 작성형태에 따른 가짜뉴스의 정의

형태	내용
주체	온라인 이용자, 1인 미디어, 정통적 언론사 등에 상관없이
내용	허위 사실
목적	고의/의도적으로 유포하기 위해 허위사실임을 알면서도 독자를 오도하거나 이익을 취하기 위해 유포
형식	기사 형식

하지만 이 연구의 목적과 가짜뉴스가 생산되고 유포되는 한국적 상황이 반영되기 위해서는 수정된 형태의 개념화가 필수적이다. 즉, 현재까지 국내에서의 생산 및 배포된 주요 가짜뉴스 형태는 첫째, 해외처럼 페이스북(facebook)이나 트위터(twitter), 구글(google) 검색을 통해 가짜 뉴스가 확대되는 것과 다르게 카카오톡(KakaoTalk) 같은 메시징 서비스를 통해서 전파되고 있다는 점에서 더욱 어려움을 겪고 있다. 둘째, 가짜뉴스 유통 형태는 미국 대선 등 해외 사례와 다른 양상을 보인다. 해외는 대량 트래픽을 통한 수익, 정치 목적 등 다양한 이유로 생산된다. 그러나 국내는 대부분 특정 정치 입장에 있는 집단이 상대를 비방하기 위해 생산하는 경우가 많다. 셋째, 국내 양대 뉴스 유통 채널인 네이버(Never)와 다음(Daum)에서 가짜 뉴스 사이트가 뉴스로 직접 올라오기는 어렵다. 물론, 그 가능성을 간과할 수는 없으나 뉴스제휴평가위원회를 통해 검증된 제휴사의 기사만 뉴스로 노출되기 때문 상대적으로 노출 가능성은 낮아보인다. 그러나 SN

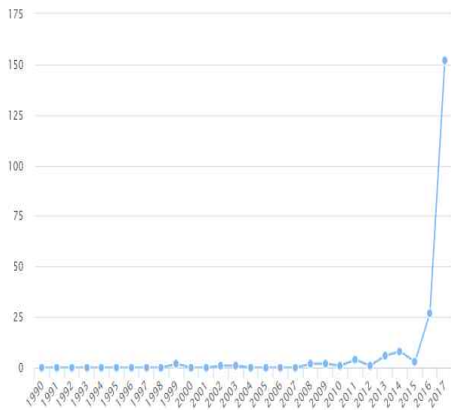
S, 개별 인터넷 커뮤니티, 메신저 등 포털보다 폐쇄된 환경을 이용해 허위 사실을 유포하는 경우가 많아 주의가 필요하다.

<표 2> 수정된 가짜뉴스의 정의

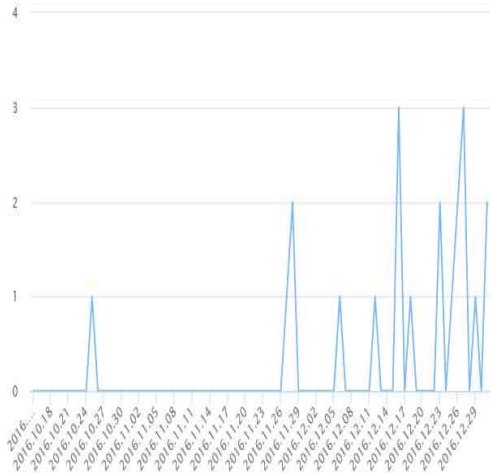
형태	내용
주체	정통적 언론사를 제외한 온라인 이용자, 1인 미디어
내용	허위 사실
목적	고의/의도적으로 유포하기 위해 허위사실임을 알면서도 독자를 오도하거나 이익(금전적 이익 제외)을 취하기 위해 유포
형식	형식 불문(기사 형식, 비정형 정보·자료 등)

2.1.3. 국내 언급 추이

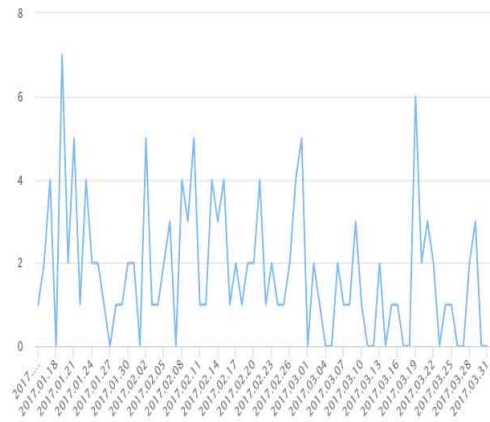
종합일간지, 경제일간신문, TV방송뉴스, 인터넷신문, 영자일간지, 지역주간신문과 고신문 및 1990년대 이전신문 등을 포함한 기사 DB를 바탕으로 뉴스를 분석하면 <그림 1>과 같다. ‘빅카인즈(BicKinds)’를 활용하여, 1990년부터 2017년 상반기까지 가짜뉴스(fake news)의 언급량을 분석해보면, 2015년까지는 관심도와 뉴스 이슈에서 매우 낮은 수준을 보이고 있음을 알 수 있다. 상대적으로 2016년 하반기부터 2017년 3월까지 가짜뉴스(fake news)의 언급량을 분석한 결과는 <그림 2>, <그림 3>과 같이, 2016년 11월말을 기점으로 점점 높은 수치를 나타내기 시작하여 2017년에 이르러 상당한 수준의 언급량을 보이고 있음을 알 수 있다.



(그림 1) 1990년-2016 3/4분기 상반기 가짜뉴스 언급 현황



(그림 2) 2016년 4/4분기 가짜뉴스 언급 현황



(그림 3) 2017년 1/4분기 가짜뉴스 언급 현황

2.2. 확산 원인

2.2.1. 사회적 폭포(social cascades) 효과

어떤 한 명이 다른 사람에게 영향을 주어 변화시키고, 변화한 두 사람이 또 다른 사람에게 영향을 주는 지속적 과정을 통해 구조 전환을 이루어 가는 일련의 형태로, 소수의 믿음과 관점이 다수의 사람들에게로 확산되는 현상을 말한다. 이는 특정 사상에 사로잡혀 그것을 맹목적으로 따르거나 자신이 실제로 아는 정

보를 근거로 판단을 내리기 보다는 다른 사람들의 생각에 근거해 판단을 내리기 때문에 발생한다.[7]

2.2.2. 집단 극화(group polarization) 현상

사회심리학에서 집단의 의사결정이 구성원들간의 토론 후에 개별적인 결정보다 극단적으로 보수적이거나 극단적으로 혁신적인 방향으로 나뉘는 현상이다. 이러한 현상은 ‘집단’이라는 익명성 때문에 의사결정 실패시 전적인 책임을 회피하려는 경향이 있고, 최초 의사결정 시점부터 모험적인 결정 경향이 나타나는 책임의 분산, 다른 구성원도 자신과 같은 생각을 갖고 있을 것이라고 확신하여 자신의 의견에 당연히 동의할 것이라고 과신하는 형태로 나타난다[8].

2.2.3. 낮은 디지털 리터러시(Digital literacies) 수준

디지털 리터러시란 디지털 사회에서 살아나가고, 학습하고, 일하기 위해 필요한 역량으로, 최근에는 단순히 컴퓨터를 사용할 줄 아는 능력이 아니라 탐색한 정보의 가치에 대한 비판적 사고력과 정확한 이해를 기반으로 자신의 목적에 활용할 수 있는 능력인 디지털 리터러시(digital literacy)에 대한 역량 강화의 필요성에 대해서 주요 국가에서는 강조하고 있다.

2.2.4. 지각 편향(Perception bias) 효과

뉴스를 소비하는 것은 ‘주목(attention)’행위로, 높은 인지적인 관여가 필요하다. 하지만, 인간이 할 수 있는 주목의 양은 한정적이며, 이는 이용가능한 시간과 관심에 의해 제한되기 마련인데, 특정 시점마다 주어진 시간 내에서 특정 행동을 선택해야 하는데 뉴스 같은 콘텐츠의 소비는 결국 다양한 선택지 가운데 하나를 선별하는 과정을 거치는 것이며, 이는 일정의 제로섬 과정과 비슷하다. 즉, 하나를 선택하게 되면 다른 것을 버리게 되는 것이다[9].

3. 연구 설계

3.1. 연구방법 및 범위

이 연구에서는 내용분석의 한 유형인 텍스트 분석 방법을 활용하였다. 특히, 온라인상의 SNS 자료의 활

용에 대한 방안 모색이 목적이기 때문에 대용량의 자료 분석이 필요하여 텍스트 마이닝과 관련된 오픈이언 마이닝 기법을 활용하여 SNS상의 방대한 자료를 분석하였다.⁶⁾ 연구 범위는 ‘가짜 뉴스’, ‘fake news’와 관련된 키워드로 한정하였고, 연관 검색어 분석과 사례를 통한 검색어 추이 분석순으로 진행하였다. 먼저, 온라인상에서의 가짜뉴스 검색어 분석 및 사례분석의 범위를 설정하기 위한 사전 단계로써의 실시한 연관 검색어 분석은 2017년 3월 8일에서 4월 8일 한 달 동안의 SNS 자료를 활용하였으며, 사례분석은 사례발생 시점 전후의 언급량을 분석하였다.

3.2. 분석도구

연구의 결과 도출을 위하여 ‘소셜메트릭스(social metrics)’, ‘빅카인즈(big kinds)’, ‘구글트렌드(google trends)’, ‘네이버 데이터랩(naver datalab)’을 분석 도구로 사용하였다. ‘소셜메트릭스’는 ‘소셜검색’, ‘소셜 인사이트’의 두 가지 메뉴로 이루어져 있으며, 소셜검색 메뉴를 통하여 검색어를 입력하면 SNS 중트위터와 블로그 상의 텍스트를 분석하여 연간 키워드 순위, 감성 키워드 순위, 주간 급증 키워드 순위를 제공 한다. 소셜 인사이트 메뉴는 탐색어 맵, 탐색어 추이, 탐색어 여론을 제공한다. ‘빅카인즈’는 뉴스, 뉴스 히스토리, 뉴스차트의 메뉴를 제공하며 키워드 관계도와 연관이슈 언급 추이를 활용하였다. ‘구글트렌드’는 이용자들의 시간 흐름에 따른 관심도 변화를 이용자 검색어 사용량 기반으로 제공한다. ‘네이버 데이터랩’은 검색어로 알아보는 대한민국, 지역통계, 데이터 융합분석, 공공데이터의 메뉴를 제공하고, 데이터 융합분석은 네이버에서 검색되는 검색어의 변화 추이를 제공한다.

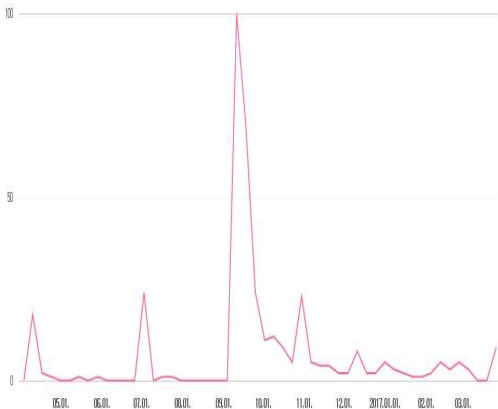
6) 2017년 3월 30일, 한국언론정보학회가 개최한 ‘뉴스의 옷을 입은 루머: 가짜 뉴스의 유통 매커니즘과 사회문화적 이해’ 세미나에서는 이용자의 19.7%가 ‘페이스북이나 트위터 등 SNS’를 통해 가짜 뉴스를 자주 접하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 SNS는 뉴스 소비와 관계형성(networking)이 동시에 일어나는 공간으로 가짜 뉴스가 뉴스로서의 가치는 낮을 수 있지만 관계형성을 위해서는 가치가 있을 수 있기 때문에 어떤 사람과 어떻게 SNS 정보네트워크를 형성하고 있는지가 노출되는 정보의 종류에 영향을 미치게 된다고 분석하였다.

<표 4> 안전분야 주요 가짜뉴스 현황

내용	날짜
세월호 참사 전원 구조	2014년 4월 16일
강원도 횡성군 북동쪽 지진 발생	2016년 5월 18일
서귀포 여대생 연쇄살인	2016년 8월 19일
제주 성당 묻지마 살인사건	2016년 8월 19일
한국해군, 중국 잠수함 2대 공격 1척 격침	2016년 11월 28일
한국 인육 가공·판매 공장 적발, 기형아 통조림	2016년 11월 28일
경북 경주 남남서쪽 지진 발생	2016년 12월 24일
일본 소녀 2명 강간 한국인 무죄 판결	2017년 1월 17일
CNN, 북한 특수부대, 청와대 잠입 준비 중. 공산화 위기 1분전	2017년 1월 28일
김일성 장학재단 명단 발견	2017년 1월 26일
대전 지진 발생	2017년 2월 13일
우리 국민이 중국 내에서 집단 폭행 당함	2017년 3월 8일

4.2.1. 강원도 횡성군 북동쪽 지진 발생

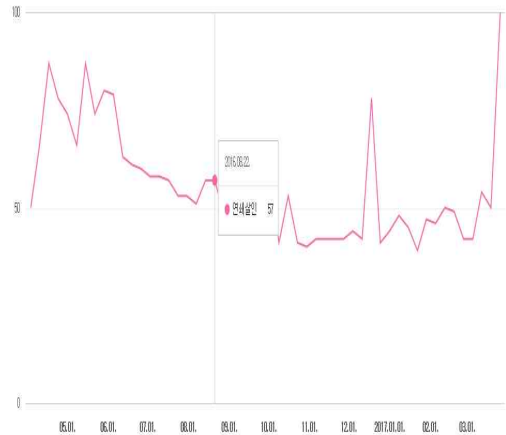
2016년 5월 18일, 강원도 횡성군 북동쪽 1.2km 지역에서 6.5규모의 지진이 발생했다는 정보가 확산되었다. 유포 내용은 발생지역 인근에 산사태 발생 가능성이 높고 건물 붕괴 등에 관한 내용이었다. (그림 6)과 같이 실제로 지진이 발생하지 않았지만 가짜뉴스가 유포된 시점을 중심으로 관련 내용은 많은 주목을 끌었다.



(그림 6) 가짜 뉴스 사례 1-강원도 횡성군 지진

4.2.2. 서귀포 여대생 연쇄살인

2016년 8월 19일, 제주에서 여성만 골라 살해한다는 정보가 확산되었다. 유포 내용은 연쇄살인범이 지역에 자주 출몰해 여성만 살해하는 특징이 있어 목격자나 제보자는 서귀포경찰서에 전화를 바란다는 내용이었다. 이러한 가짜뉴스는 (그림 7)과 같이 실제로 연쇄살인이 발생하지 않았지만 가짜뉴스가 유포된 시점을 중심으로, 그리고 이후에도 관련 내용은 많은 주목을 끌었다.



(그림 7) 가짜 뉴스 사례 2-서귀포 여대생 연쇄살인

5. 정책적 제언

이 연구를 통하여 가짜뉴스의 현황 및 파급효과가 기존의 정치적 이슈와 유사하게 확산·파급효과가 크다는 것을 확인할 수 있었고 이는 안전분야에 있어서도 가짜뉴스에 대한 관심을 높일 필요성에 대한 자료로 보여주는 것이라 판단된다. 또한 빅데이터 분석이 많은 연구에서 일반화됨에 따라 가짜뉴스의 확산형태에 대한 긍정적 영향으로 이어질 것으로 보인다.

이 연구의 함의는 다음과 같다.

첫째, 국내 상황의 특수성을 이해하여야 한다. 해외처럼 페이스북이나 트위터, 구글 검색을 통해 가짜뉴스가 확대되는 것과 다르게 국내에서는 카카오톡 같은 메시징 서비스를 통해서 전파되고 있다는 점에서 더욱 어려움을 겪고 있다. 페이스북, 트위터, 구글 플

랫폼은 여러 사람들의 신고로 가짜 뉴스로 판정하거나 알고리즘을 통해 확산을 막을 수 있으나 메신저에서 전송되는 메시지들은 그 내용을 자세히 들여다보지 않는 이상 가짜 뉴스 전파를 막을 방안이 뚜렷하게 보이지 않는다. 한국적 상황은 글, 동영상, 네거티브 확산. 가짜뉴스 유통 행태는 미국 대선 등 해외 사례와 다른 양상을 보인다. 해외는 대량 트래픽을 통한 수익, 정치 목적 등 다양한 이유로 생산된다. 그러나 현 시점, 국내에서는 대부분 특정 정치 입장에 있는 집단이 상대를 비방하기 위해 생산하는 경우가 많은 특징이 있다.

둘째, 분야별 확산성 정도의 차이에 대한 이해가 필요하다. 이 연구를 통해, 자연적 재난과 사회적 재난과 관련된 가짜뉴스는 유포된 시점부터 매우 강력한 영향력(언급량 등)을 보이는 것을 알 수 있었다. 다만 이 연구에서 더 나아가, 같은 날 다른 분야 기사(정치/재난, 자연재난/사회재난 등)와 확산 속도의 차이와 확산이 지속정도에 관한 후속 연구가 이어져야 한다. 이를 통해 뉴스와 SNS의 반응의 상대성, 가짜뉴스 확산에 있어 SNS 공간이 상대적으로 더 즉흥적이고, 흥미위주로 빠른 속도를 보이는지 등에 관한 논의를 이어갈 수 있을 것이다.

셋째, 가짜뉴스에 대한 경각심을 가져야 한다는 것이다. 앞선 분석결과를 통해서도 그 심각성을 인식할 수 있지만, 구글 트렌드 분석결과를 통해 그 근거를 보완해 보면, 한국의 가짜뉴스에 대한 관심도는 매우 저조한 실정이다. 2012년-2016년 한국·미국·일본의 지역별 가짜뉴스에 대한 관심도는 미국·일본은 한국에 비해 전국적으로 높은 점수를 보이고 있으나, 한국은 수도권, 특히 서울에서만 가짜뉴스에 대한 관심도가 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

이러한 함의에도 불구하고, 이 연구는 다음과 같은 한계점도 존재한다. 첫째, 향후 언론환경과 한국적 상황의 변화로 인해 이 연구에서 규정한 가짜뉴스의 개념정의는 지속적으로 수정·보완되어야 할 것이다. 둘째, 빅데이터 분석의 특성상 인터넷의 주 사용계층이 20-30대의 청년층이라는 부분은 추론 가능하지만 정확한 파악이 불가능할 뿐만 아니라 인구통계학적 특성인 연령별, 세대별 조사 등은 정량화하기 어려움이 있으므로 연구에서 제외하고 수치화된 데이터 및 관

련 검색어, 추이만을 연구대상으로 선정하였다.

참 고 문 헌

- [1] 옥스퍼드 사전(<https://en.oxforddictionaries.com>), 2017년 7월 20일 검색.
- [2] 한국언론진흥재단, 미디어이슈, 제3권 제3호, 2017.
- [3] 연합뉴스(hwww.yonhapnews.co.kr), 2016년 12월 28일 기사; 세계일보, 2016년 12월 28일 기사.
- [4] 포브스(www.forbes.com), 2017년 7월 20일 검색.
- [5] 중앙일보(joongang.joins.com), 2017년 2월 22일 기사.
- [6] 한국언론학회·한국언론진흥재단, 'Fake News(가짜뉴스) 개념과 대응방안' 토론회 자료집, 2017.
- [7] Hunt Allcott · Matthew Gentzkow, Social Media and Fake News in the 2016 Election, Journal of Economic Perspectives, 31(2), 2017; 뉴욕타임즈(www.nytimes.com), 2017년 10월 20일 기사.
- [8] Manoel Horta Ribeiro · Pedro H. Calais · Virglio A. F. Almeida · Wagner Meira Jr, "Everything I Disagree With is #FakeNews": Correlating Political Polarization and Spread of Misinformation, <https://arxiv.org/pdf/1706.05924.pdf>, 2017; Marina Azzimonti, Marcos Fernandes, Social Media Networks, Fake News, and Polarization, http://marina-azzimonti.com/wp-content/uploads/2015/01/draft-03_1_2017.pdf, 2017; Lynn Silipigni Connaway · Heidi Julien · Michael Seadle · Alex Kasprak, Digital literacy in the era of fake news: Key roles for information professionals, Association for Information Science and Technology, 54(1), 2017.
- [9] Peter-J. Jost, Johanna Pünder, Isabell Schulze-Lohoff, Fake News - Does Perception Matter More Than the Truth?, GERMAN ECONOMIC ASSOCIATION OF BUSINESS ADMINISTRATION, 2017; Florida Association of College and

Research Libraries, Fake News and Digital Literacy: The Academic Library's Role in Shaping Digital Citizenship, 2017 FACRL Annual Conference, 2017.

[저자 소개]



주 성 빈 (Joo, Seong Bhin)
2007년 동의대학교 경찰학학사
2010년 동의대학교 경찰학석사
2015년 동국대학교 경찰학박사
現 동의대학교 소방방재행정학과
조교수

email : tjqlswn@hanmai.net