

디지털생물학 관점에서 본 가짜뉴스의 유형

Types of Fake News from a Digital Biology Perspective

주 저 자 : 이승환 (Lee, Seung Hwan)

동양대학교 산학협력단 교수

fani@naver.com

<https://doi.org/10.46248/kids.2021.1.121>

접수일자 2021. 02. 26. / 심사완료일자 2021. 03. 23. / 게재확정일자 2021. 03. 26.

이 논문은 2020년 동양대학교 학술연구비의 지원으로 수행되었음

Abstract

In the cybernetics world, we are living in the age of digital information and are exposed to a lot of information. Such information is being exposed on the Internet without being filtered without being criticized. Social media, which played a big role in the production and spread of information, brought about a major innovation that changed the paradigm of the modern society when Facebook was opened in 2004. Of the 3.9 billion Internet users worldwide, 3.5 billion use SNS. Social media is playing an important role as a tool for information sharing and communication. With the development of mobile devices, SNS is being used by more people and the spread of a lot of information is accelerating. Digital literacy skills are related to the field of design through computer programs. Therefore, the case of 'fake news' that evolves through the process of reproduction, selection, and mutation from the perspective of digital biology to see what phenomena are occurring across politics, society, and economy on a social media basis as technical elements and meaning transmission necessary for information transmission. I looked at. Although the natural ecosystem also causes confusion by viruses, we can confirm that it is causing social confusion by creating fake news in the cyber world, and we want to present the problem of how information is being circulated and socially prepared.

Keyword

Fake News(가짜뉴스), Cybernetics(사이버네틱스), Digital Biology(디지털생물학), SNS(사회관계망서비스), Digital Literacy(디지털리터러시)

요약

사이버네틱스 세상에서 디지털 정보화 시대를 살아가고 있는 우리는 수많은 정보에 노출되고 있다. 이러한 정보들은 진위를 따지지 않고 여과 없이 인터넷 상에서 노출되고 있다. 정보의 생산과 확산에 큰 역할을 한 소셜미디어는 2004년 페이스북이 개설되면서 현대 사회의 패러다임을 바꾸게 되는 일대의 큰 혁신을 가져오게 되었다. 전 세계적으로 39억명에 이르는 인터넷 사용자 중 35억명이 SNS를 사용하고 있다. 소셜미디어는 정보의 공유와 소통의 도구로서 중요한 역할을 하고 있는 것이다. 모바일기기의 발달로 SNS는 더 많은 사람들이 이용하게 되고 많은 정보의 확산을 가속화 하고 있다. 디지털 리터러스 능력은 컴퓨터프로그램을 통해 디자인분야와 연관성을 갖고 있다. 이에 정보 전달에 필요한 기술적 요소와 의미전달로써 소셜미디어 기반에서 정치, 사회, 경제 전반에 걸쳐 어떠한 현상이 발생되고 있는지에 대해 디지털생물학 관점에서 번식, 선택, 변이 과정을 겪으며 진화되는 '가짜뉴스' 사례를 살펴보았다. 자연의 생태계도 바이러스에 의해 혼란을 야기하지만 사이버세상에서도 가짜뉴스를 만들어 사회적으로 혼란을 야기하고 있다는 것을 확인 할 수 있으며 어떻게 정보가 유통되고 있으며 사회적으로 준비가 되어야 할지에 대한 문제를 제시하고자 한다.

목차

1. 서론

1-1. 연구 배경 및 목적

2. 이론적 배경

2-1. 사이버네틱스 세상의 진화

2-2. 가짜뉴스와 디지털리터러시 관계

2-2. 가짜뉴스 관련 선행 연구

3. 디지털생물학 관점의 가짜뉴스

3-1. 번식

3-2. 선택

3-3. 변이

4. 결론

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

현대 사회는 온오프믹스(on+offmix) 세상으로 오프라인 중심의 사회에서 온라인플랫폼 세상으로 시장이 변화되고 있다. 더군다나 코로나19로 인한 사회적 거리두기가 생활화 되면서 온라인 기반은 사회·경제·정치·문화 전반에 걸쳐 세상을 바꾸고 있다. 1969년 인터넷의 시작은 사이버공간 상에 홈페이지를 만드는 환경을 조성하였고 오프라인매장을 온라인기반으로 구축할 수 있는 계기를 만들었다. 이후 온라인시장은 발전을 거듭하면서 사람들간 커뮤니케이션 할 수 있는 소셜미디어 시장이 발전하면서 온라인플랫폼 시장은 급속도로 발전하게 되었다. 본 연구에서는 사회관계망서비스(SNS)가 사회전반에 끼치는 영향 중 가짜뉴스(fakenews)를 전파하는데 디지털생물학 관점에서 어떻게 전파되고 영향을 끼치는지에 대한 현상에 대해서 조사 하고자 한다. '가짜뉴스(fake news)'는 사회적으로 큰 문제를 일으키고 있다. 따라서 많은 나라에서 이를 해결하기 위한 사회적 장치와 법적 장치를 마련하고 있는 실정이다. 최근 언론기관 뉴스만이 아니라, 개인 및 사회단체 등 다양한 경로로 확산됨에 따라 건잡을 수 없는 상황으로 의도치 않은 결과를 초래하기도 한다. 이러한 가짜뉴스 문제는 정보통신 기술의 환경 및 발전 속도와 더불어 빠르게 전파되면서 더욱 심각해진다. 인터넷 발달 이전에는 가짜뉴스와 관련된 검증과 유통경로가 극히 제한적 이어서 사회적으로 이슈가 되지 못했지만 최근 들어와 가짜뉴스는 사회전반에 걸쳐 큰 문제로 야기되고 있다. 본 연구는 디지털리터러시 능력이 디자인분야와의 연관성이 있다고 판단되며 기초연구로서의 사료적 가치를 두고 진행하고자 한다. 급변하는 사회에서 이슈를 통해 정치적 이슈나 경제적 손실을 막기위한 의도된 정보 유통을 통해 악용하는 사례들이 점점 많아짐에 따라 디지털생물학 관점에서 본 가짜 뉴스 사례를 중심으로 사회적 현상에 대해 고찰하고자 한다.

2. 이론적 배경

2-1. 사이버네틱스(Cybernetics) 관점의 진화

사이버네틱스(cybernetics)는 원래 사전적인 의미로는 기계, 동물, 사회 등에 나타난 제어와 통신의 유사성을 발견하고, 인공두뇌의 실현과 오토메이션(auto-mation)의 개량을 지향하는 과학의 한 분야¹⁾를 의미한다. 사이버네틱스는 사물이 아닌 행동하는 방식

들을 다룬다. 노버트 위너(Nobert, Wiener, 1894-1964)²⁾라는 수학자에 의해 그 발전의 토대를 세웠다. 사이버네틱스는 '소통과 통제의 동시적 과정으로서 메시지의 교환'이라는 의미이다. 여기에서 메시지만 정보로써 한 마디로 '정보교환'에 있다.

세상은 커뮤니케이션 수단으로 시작된 언어로부터 디지털언어로서 수단의 변화가 의식표현의 한계에서 선행적으로 야기되었으며, 그것을 표현하는 도구로서 매체의 변화로 발전해왔다. 기술적인 발전에 의해 시작된 미디어기술의 발전으로 인쇄, TV, 인터넷 등의 미디어의 혁신이 표현방식의 내용적 변모를 수반하였는지 단정지을 수 없다. 논의의 맥락은 주로 뉴스 기사 변화에 초점을 맞추어 가상현실과의 연계를 추적하였다. 여기서 다루는 가장 중요한 사실은 뉴스가 전통적 의미에서 그 본질로 여겨진 사실에 대한 재현하는 기능을 잃어버리고 자기지시적인 기능을 갖게 된다. 즉 메타포, 기호, 커뮤니케이션 등의 새로운 방식 속에서는 진실과 가짜, 겉과 속이 경계를 허물어 가고 있다. 그 결과 정보는 방향성을 잃어버리고 오로지 언어 체계만의 자율성이 보장되는 현상이 초래된다. 이상에서 사이버 세상이 지닌 본질적인 의미를 현실 지배나 엄격한 관점에서 조명하였다. 이러한 내용들로부터 우리는 사이버 세상을 형성하는 어떤 특정 구조를 추정할 수 있게 된다.³⁾

사이버네틱스 진화의 과정은 세 가지로 해석될 수 있다. 그 첫째는 물리적 공간과 가상공간의 양극화에 따른 관점이다. 물리적 공간과 가상공간은 나름대로 양극화의 관점을 가지고 물과 기름 같이 섞이지 않은 채로 진화의 과정을 이루어 내는 것이다. 이는 현재의 포화상태인 물리적 세계를 규정지으며 이와 같이 인터넷 등을 위시한 가상공간의 진화 또한 매우 발전 되어있다. 두 번째는 물리적 공간과 가상공간이 만나서 부딪히는 중첩의 과정이다. 기존의 물리적 공간과 가상공간이 만나서 새로운 보완관계에 놓이게 된다는 것이다. 세 번째로는 물리적 공간과 가상공간의 중첩으로 생기는 제3공간의 탄생이다. 이는 기존의 서로 섞이기 힘든 물리적 공간과 가상공간의 보완 및 연계된 공간의

1) 동아 새국어사전

2) 미국의 수학자사이버네틱스(cybernetics)의 창시자. 수학에서는 실함수론(實函數論)·조화해석(調和解析)·급수론·확률론을 연구하였으며, 이 밖에도 물리학·전기통신공학·신경생리학·정신병리학 등 분야에도 중요한 공헌을 하였다.

3) 라도삼 저, 비트의 문명 네트의 사회, 커뮤니케이션, 1999, pp.35~40. 요약

창출로 이는 새로운 공간 질서의 성립을 의미한다.⁴⁾ 사이버네틱스 공간의 진화는 사회 전반의 시스템을 변화시키고 있으며, 사회 과학의 한 분야에서 사물이 아닌 행동하는 방식들을 다룬다.

2-2. 가짜뉴스와 디지털 리터러시(digital literacy)

관계

사이버네틱스 세상에서 정보는 더 이상 문자를 읽을 줄 안다고 해서 습득되는 것이 아니다. 디지털 세상에 문해력(literacy)은 어느 때보다 중요하다. 디지털리터러시(digital literacy)는 "디지털 기술을 사용할 줄 하는 능력과 언제 어떻게 사용할지를 아는 능력"이라고 규정한다.(M. Rubbla, G. Baile) 사이버 도구이면서 테크닉과 서비스이고, 콘텐츠로써 다양한 속성을 지니고 있다. 다양한 디지털다바이스의 발달로 인터넷 상의 정보에 대한 의존도가 높아졌다. 사람들은 스마트폰은 인체의 일부가 된 것처럼 없으면 불안하고 무기력해진다. 이처럼 스마트폰과 소셜네트워크서비스(SNS)는 사람이 살아가는데 중요한 도구이다. 정보통신기술의 발전으로 대중들은 더 강력하고 다양한 기능과 기술을 탑재한 서비스로 사용자의 의존도가 높아질 것이다. 따라서 디지털리터러시(digital literacy)는 더욱더 파급력이 강력해 질 것이다.



[그림 1] 빌 헤이더의 얼굴이 아널드 슈워제네거로 바뀌는 딥페이크 영상

[그림 1]은 실제로 헤이더-슈워제네거 영상을 딥페이크(Deepfake)⁵⁾로 만들어 'NBC'에 영상을 올렸는데

4) www.kukminilbo.co.kr (2002. 12. 31)

5) 딥페이크(deepfake, 딥 러닝(deep learning)과 가짜(fake)의 혼성어)는 인공 지능을 기반으로 한 인간 이미지 합성 기술이다. 생성적 적대 신경망(GAN)라는

사람들의 절반은 영상이 조작된 것을 몰랐다고 한다. 이런 기술로 2019년 미국 정가를 떠들썩하게 하였던 낸시 펠로시 의장의 가짜 영상은 보수성향 소셜미디어를 중심으로 빠르게 확산되어 정치적으로 악용한 사례가 있다. 소셜미디어는 디지털리터러시로 이해도를 향상시키기 위해 디지털 도구와 기술을 활용하게 된다. 디지털 리터러시 능력은 미디어 콘텐츠에 관련된 이해와 활용능력, 디지털 테크닉과 미디어를 비판적으로 접근하며 영향에 대한 이해를 갖춘 이 모든 것들을 포용하는 개념이라고 할 수 있다.

디지털 리터러시는 사진, 동영상, 텍스트를 활용하는 필수적이고 보편적인 능력을 의미한다. 사이버네틱스 세상에서는 리터러시가 요구되는 배경은 소셜네트워크 환경을 근본적으로 변화시켜 왔다. 이러한 세상에서 살아가기 위한 능력을 갖추기 위해서는 사람들은 사이버네틱스 환경의 속성과 영향의 범위를 이해하는 디지털 리터러시가 요구된다. 사이버세상은 시간과 공간에 관계 없이, 보존과 무한복제로 유기체처럼 살아가며 쉬쉬며 유통되고 있다. 정보는 소통하고 조작할 수 있게 하는 인터넷을 통해 기존의 정보 전달과 소통 방식, 사회적 관계 형성 구조를 근본적으로 변화시키는 요인이다. 이러한 속성으로 디지털 기술과 메시지는 좀더 편리하고 강력해지지만 그 속에 드러나지 않은 블랙박스적 속성을 지니고 있다.⁶⁾ 정보를 만들고 운영하는 설계자는 전문성과 관계없이 기술구조에 무지한 채 이용하고 있다. IT기술의 발달은 사용자와 강력한 의존적 관계를 형성하고 있다. 그 기술을 단편적이고 편향된 정보 전달을 하는 도구로 사용한다면 비대칭 현상은 사이버네틱스 세상에서 사회적 문제가 심각해 질 것이다.

2-3. 가짜뉴스 관련 선행 연구

'가짜뉴스(fake news)'는 2016년도 미국 대선에서 이슈가 되면서 사회적으로 문제시 되고 있다. 페이크뉴스라는 용어의 본래 의미는 '의도적으로 조작된 정보로서 기사의 형태를 갖춘 것'을 의미하지만, 국내에서는 뉴스 미디어가 사실 검증에 실패한 오보, 품질이 낮은

기계 학습 기술을 사용하여, 기존의 사진이나 영상을 원본이 되는 사진이나 영상에 겹쳐서 만들어낸다. 이런 기능 때문에, 딥페이크를 유명인의 가짜 섹스 동영상이나 가짜 리벤지 포르노 등을 만드는데 사용되기도 했다. 또한 가짜 뉴스나 악의적 사기를 만드는데도 사용될 수 있다. 출처-위키백과

6) https://www.crezone.net/?page_id=629734&c=info&m=V&n=2211&search_key=&search_word=¤t_page=2 요약(2021.02.16.)

기사 등 포괄적으로 사용되고 있다. ‘가짜뉴스’는 트럼프가 대선때 언론의 신뢰를 저해시키고자 만들어 낸 용어로 자신을 비판하는 언론에 대한 불신을 이용하는 데 지지자들을 자극시키는데 적극적으로 활용하였다. 즉 영리한 마케팅 수단이었다. 미국에서는 뉴스사이트처럼 위장한 사이트에서 가짜뉴스를 만들어 수익을 내고 있는 사례가 있지만 아직까지 한국에서는 발견된 바는 없다. 하지만 누구나 인터넷 뉴스를 만들 수 있고 인터넷기자 등록이 까다롭지 않아 ‘가짜뉴스’의 논란은 계속 사회적 문제로 남을 것이다.

많은 선행연구들을 통해 ‘가짜뉴스’가 어떠한 의도나 목적을 가진다는 것을 확인 할 수 있었다. 기사들의 내용은 의도적인 허위성과 언론보도 형식으로 나눌 수 있다. 그러나 가짜뉴스가 어떤 속성들로 정의되는지는 아직까지 많은 논쟁 중이다. 여기에서 가짜뉴스는 허위, 풍자, 음해 등 여러 가지의 유사개념과 혼용하여 ‘가짜뉴스’라고 칭한다.

우리나라의 경우 정치적 성향이 보수와 진보진영으로 나누어 서로 검증절차를 걸치지 않고 무분별하게 생산 유통하고 있기 때문에 팟캐스트와 개인방송을 카카오톡이나 밴드, 페이스북 등에서 전파되고 있다. 흥미로운 점은 종이 신문과 같이 정치적인 성향이 확실한 매체의 경우 가짜뉴스를 주로 경험하는 경로에 대한 인식에 뉴스 구독자의 정치적 선호도에 따라 영향을 미쳤다. 사람들은 보고 싶은 것만 보고 듣고 싶은 것만 듣는 성향이 강하기 때문에 그러한 현상이 더 두드러진다고 볼 수 있다. 또한 가짜뉴스라고 인식한 정보를 다른 사람들에게 전달할 때 ‘진실한 정보’인지가 중요하지 않다면, ‘뉴스 이용자들은 어떤 동기에서 다른 사람에게 정보를 전달하는 것일까’ 대한 조사에서는 진실한 정보일 것이라고 판단한 것이 아니라, 대부분 흥미로워서 전달한 것으로 나타났다.⁷⁾ 이러한 경향은 뉴스의 진실 또는 거짓과 관계없이 파급되고, 또한 기사가 왜곡되고 편향된 방향으로 유통되기도 한다는 것을 알 수 있다.

사회관계망서비스(SNS)는 정보공유의 목적을 두고 이용하고 있다. 미디어의 특성상 사용자의 연령층 학력 수준에 따라 다르다. 본 연구에서는 언론진흥재단에서 조사한 보고서의 자료를 토대로 분석하는 기초 자료로 활용하였다.

2019년 한국언론진흥재단에서 전국의 남녀(1200명)를 조사한 가짜뉴스의 범위에 해당하는 유형에 대한

조사 결과 <표 1> 흥미로운 것은 아래 내용에 대한 설문 중 ‘가짜뉴스다’, 또는 ‘가짜뉴스가 아니다’에 대한 답변 중 가짜뉴스다는 90%이고 10%는 가짜뉴스가 아니라고 판단하고 있다. 그 중 제품 또는 업체를 홍보하는 내용의 광고형태의 기사의 경우 가짜뉴스가 아니다가 24.7%나 차지하였다. 이렇듯 10%이상의 대중들이 가짜뉴스를 검증 절차 없이 그대로 전달하는 역할을 하게 된다.⁸⁾

[표 1] 가짜뉴스의 유형

메신저 등을 통한 유포 ‘짜라시’ 형식	92.8%
언론사 뉴스형식	92%
언론사가 사실 확인을 충분히 거치지 않아 오류를 담은 채 보도하는 오보	89.6%
기사내용과 맞지 않는 선정적 제목을 붙인 낚시성 기사	87.25%
클릭수를 높이기 위해 취재과정 없이 짜깁기 하거나 동일 내용을 반복 게재하는 기사	86.6%
SNS 등에 올라온 내용을 확인이나 추가취재 없이 그대로 전재한 기사	85.9%
한 쪽 입장만 일방적으로 혹은 전체 사건 중 일부분만 전달하는 편파적 기사	81.4%
특정 제품/업체를 홍보하는 내용을 담은 광고성 기사	75.3%

허위정보 또는 가짜뉴스로 판단한 유튜브 동영상 내용에 대한 조사 내용 중 ‘사진 이미지를 바탕으로 한 음성 중심 영상’(51.2%), ‘기존 영상들을 이어붙인 편집 영상’(47.6%)로 영상 편집기술의 발달로 대중들이 손쉽게 영상편집을 할 수 있는 기반이 만들어져서 더 많은 가짜뉴스가 양산되고 있다는 것을 알 수 있었다. 이는 유저들의 속일 수 있는 디지털리터러시 능력과 연관성이 있다는 것을 알 수 있다.

‘유튜브로 유통되는 허위정보 또는 가짜뉴스에 대한 인식 중 한국사회에서 유튜브를 통한 허위 정보 혹은 가짜뉴스로 인한 문제점은 매우 심각하다.’에 대한 조사에 의하면 78%의 대중들이 심각성에 대해 공감하고 있다.⁹⁾ 또한 76% 일반 국민들이 가짜뉴스로 인하여 진짜뉴스를 볼 때에도 가짜인지를 의심하고 있으며, 뉴스를 볼 때 많은 사람들이 의심을 하고 있는 것으로

7) 박아란, 이나연, 오현경, 온라인 허위정보와 뉴스미디어, 한국언론진흥재단, 2020, pp73-84 정리

8) 언론진흥재단, 미디어이슈1호, 2019

9) 언론진흥재단, 미디어이슈8호, 2018

조사되었다. 이렇듯 가짜뉴스는 사회적으로 영향을 미치고 있다는 것을 많은 대중들이 이해하고 있다는 것을 알 수 있었다.¹⁰⁾

정보화 시대를 살아가면서 대중들은 수많은 정보를 접하게 된다. 따라서 뉴스 형식을 취하는 정보에 대해 신뢰를 하게 된다. 하지만 최근에는 뉴스 형식의 콘텐츠가 가짜뉴스를 포함하고 있는 경우가 많아졌다. 가짜뉴스는 자극적인 낚시성 제목과 사람들의 흥미를 끌만한 내용을 담고 있으며, 소셜미디어의 이용률 증가로 확산이 빨라지고 있다. 한국은 최상의 통신서비스 환경으로 정보의 양이 급격히 증가하고 속도 또한 더 빨라지고 있다. 소셜미디어 이용률이 전 세계 3위로 조사되었으며 연령층 또한 점점 더 늘어나고 있다. 가짜뉴스는 더욱더 고도화되고 지능화 되고 있으며, 가장 취약한 연령층이 10대로 청소년들이 이용률이 높은 공간인 소셜미디어가 가장 높고, 소셜미디어의 활용이 생활에 일부일 정도로 친숙한 것이 이유 중 하나이다. 그만큼 상호작용이 뛰어나기 때문에 확산과 사회적 문제가 확대될 가능성이 높다고 볼 수 있다.

소셜네트워크서비스(SNS)의 발달은 사이버네틱스 세상에 전이를 맞이하게 되었으며, 트위터, 카카오톡, 페이스북, 인스타그램 등과 같은 인터넷 기반의 SNS는 현대 사회에 중요한 커뮤니케이션의 수단이 되었다. 이는 정보통신 발전에 따라서 디지털디바이스시장의 폭발적인 확대와 동시에 서비스와 기술력이 발전됨에 따라 사용자들은 기존에 텍스트와 사진을 통한 정보 전달에서 동영상에 접한 정보습득이 급속화 되었다. 따라서 유튜브와 같은 동영상플랫폼 시장이 급성장하게 되었다. 이러한 시장의 발달은 이용자들간의 상호커뮤니케이션을 적극적으로 활용하면서 파급력이 큰 정보의 생산은 물론 유통 채널로 그 영향이 확대되고 있다. 이러한 다양한 플랫폼시장은 우리 사회의 서비스와 정보의 유통 채널로서 여론 형성에 큰 기여를 하고 있다. 따라서 사용자들은 손쉽게 정보를 습득하고 재생산하여 유포할 수 있게 되었다. 이로 인해 '1인미디어'의 대중화가 빠른 속도로 발전해 가고 있다.

정보통신기술의 발달과 함께 '가짜뉴스'는 주요한 사회문제로 대두되고 있다. 비단 국내만의 문제가 아니라, 전 세계적으로 확산되는 주제이다. 최근 미국과 서유럽에서 선거기간 동안 자신의 정당 후보를 지지하거나 상대방 후보를 비방할 목적으로 사회관계망서비스(Social Networking Service, SNS)를 통해 가짜뉴스가 대량으로 유통되었다.(김유향, 2019) 가짜뉴스들은 대

부분 정치성향의 내용이 많고, 종종 소수자 혐오, 인종 차별을 포함하여 사회공동체를 근간을 흔들어 혼란을 야기 할 수 있다는 우려를 낳고 있다. 가짜뉴스 중 일부는 특정 국가나 집단에 의해 조직적으로 유포되는 것으로도 알려져 있다. (정보통신정책연구원, 2018)¹¹⁾ 소셜네트워크서비스를 조사한 연구에 따르면, 가짜뉴스는 일반적인 뉴스 보다 더 많은 사람에게 전달하는 것으로 나타났다. "진실은 겨우 1,000명 이내로 배포된 데 비해 가짜뉴스 상위 1%는 일상적으로 1,000~100,000명 범위까지 배포"되었다.(Soroush and Deb, 2018: 1148). 이것은 이용자들이 '진실' 보다 가짜뉴스를 더 많이 전달한다는 것이고, 따라서 '진실'이 가짜뉴스와 동등한 조건으로 노출되는 것이 아니라는 것을 알 수 있다.¹²⁾ 따라서 많은 사람들이 가짜뉴스를 목적을 가지고 양산 유통하고 있는 것이다. 기성 언론이 지금과 같은 국민적 불신을 방지할 경우 자극적이고 선정적인 논조로 무장한 가짜뉴스가 힘을 얻고, 급기야 기성언론사의 지위를 위협할 가능성이 높다. 지난 미국 대선 당시 페이스북에서의 공유댓글 현황을 분석한 결과 가짜뉴스 20개가 871만건으로 뉴욕타임스워싱턴포스트CNN 등 주요 언론의 유력 대선 기사 20개(736만 건)를 앞질렀다.¹³⁾

이렇게 가짜뉴스의 파급력이 커져가는 가운데 코로나19와 관련한 잘못된 정보가 전 세계를 혼란에 빠뜨리고 있다. 대표적으로 소금물이 코로나19를 퇴치한다거나, 알코올을 마시면 바이러스가 퇴치된다는 등 루머를 믿고 따라 하다 최소 800명이 숨지고 5,800여명이 병원 치료를 받았다. 미국 의학 관련 학회는 논문에서 2019년 12월31일부터 2020년 4월 5일 사이 온라인 상에 올라온 코로나19 관련 거짓 정보는 2,300여개에 달한다고 분석했다.¹⁴⁾

코로나19와 관련된 가짜뉴스로 인해 세계보건기구에서는 월444조원의 사회적 손실을 보고 있으며 800명이 사망하였다는 뉴스로 사회적 문제가 심각한 상황이다. [그림 2]

11) 김지연, 심재철, 김규태, 김유향, 시민과학 기반 가짜뉴스 관리 플랫폼 연구. 과학기술학연구, 2020. p.41

12) Ibid. p.42

13) <https://www.ipsos.com/ko-kr/ibsoseu-peobeullig-jinjjailkka-gajjailkka-peikeu-nyuseugajjanyuseu-fake-newse-daehan-gugnaeoe>(2021.2.12.)

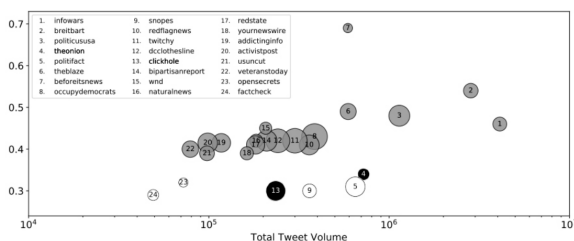
14) <https://www.yonhapnewstv.co.kr/news/MYH20200814016800038>(2021.2.09.)

10) 언론진흥재단, 미디어이슈3호, 2017

〈KSKTV〉 〈신의 한수〉 등 가짜뉴스가 많은 유튜브 채널일수록 원의 크기가 크다. 가짜뉴스를 다루지 않은 12개 채널은 그림에서 뺐다. 모바일기기의 발달로 뉴스의 소비행태가 변화되면서 가짜뉴스는 중요한 사인으로 떠올랐다. 이처럼 모바일 인터넷으로 뉴스를 소비하는 일이 증가하면서 사실 여부가 체크 되지 않은 뉴스들이 확산되기 좋은 환경이 조성되고 있다. 더군다나 유튜브의 구독자와 트래픽이 경제적 이익과 직결되면서 이를 전문적으로 이용해서 가짜뉴스를 생산하는 개인과 단체들이 늘어나고 있다.¹⁷⁾

가짜뉴스는 사회, 정치, 경제 분야 중에서 정치분야에서 가장 많이 생산되고 있다.¹⁸⁾ 정보를 습득하는 상대 또한 정보 전달을 하는 과정에서 사람들은 30%정도 밖에 전달이 안된다고 한다. 따라서 자기가 원하는 정보만을 취하고 전달하는 과정에서 변이된 정보가 유통될 수 있는 것이다.

최근에는 인터넷 뉴스는 봇(bot)들이 자동 작성하고 전파하며 능동적으로 수행하는 인공지능 소프트웨어로 프로그래밍이 된 특정 행위에 특화되어 뉴스를 생산하고 있다. 미국 대통령선거 기간 러시아는 2,700개의 봇을 작동하면서 미국선거와 관련한 트윗 140만 개를 자동으로 작성하였다.¹⁹⁾



[그림 4] 트윗 봇들이 전파한 가짜 뉴스
*출처: shao, et., 2017, p.11

매사추세츠공대(MIT) 연구 결과 가짜뉴스가 진짜 뉴스보다 더 널리, 더 빨리 퍼지는 경향이 있는데, 가짜 뉴스를 퍼뜨리는 사람은 보통 팔로워가 적은 이들이었다. 전파의 원리로 보면 이는 전달되는 기회가 더 많다는 전달될 확률이 높기 때문이라고 한다. [그림 4]는 트윗 봇들이 전파한 가짜뉴스에 대한 조사로 흰

색은 패러디 뉴스, 까만색은 팩트체크 뉴스이며 회색 원이 가짜뉴스이다. 2017년 미국 대선 중 1,400만 개의 트윗 메시지를 조사해 진짜뉴스 및 가짜뉴스의 전파된 상황을 분석한 결과, 소셜 봇(social bot)들이 가짜 정보 유통에 핵심적 역할을 한 것으로 나타났다.²⁰⁾

‘사회적 감염 번식’의 해법 역시 생물학적 감염과 연관성이 있다. 바이러스에 의한 감염의 경우 감염 고리를 차단하거나 백신개발을 통해 집단 면역 체계를 구축한다. 온라인에서 ‘가짜뉴스’ 같은 잘못된 정보의 전염을 막기 위해선 이를 가급적 빨리 교정할 필요가 있다고 한다. 2011년 3월 11일 동일본대지진 당시 가스탱크가 폭발해 독성 비가 내릴 수 있다는 한 트위터 사용자의 주장에서 지자체에서 소문을 바로 잡는 트윗을 두 시간 더 빨리 올렸다면 소문이 퍼지는 정도를 25% 정도 줄였을 것이란 연구 결과가 있다. 또 페이스북의 경우 사기성 글을 공유했을 때 친구들이 바로 지적한다면 당사자가 해당 글을 삭제할 확률이 20%까지 높아진다는 사실도 밝혀졌다.²¹⁾ 여기서 말하는 번식은 정보의 확장 채널이 많아짐에 따라 유통되는 경로도 많이 지게 된다. 따라서 가짜뉴스의 유통과정에서 초기에 삭제 할 경우 전파의 확률을 줄일 수 있는 것이다.

3-2. 선택

선택은 진화를 하는 방향을 제시한다. 자연에서의 선택은 우열을 통해 이루어지지만 사이버네틱스 세계에서는 이용자의 요구에 따라 변하게 되는 예측 할 수 없는 불허성을 띠고 있다. 선택이 없으면 번식하지 못하고 소멸되게 된다. 우성인 것이 열성인 것보다 생존할 수 있다는 논리 자체가 성립되지 않는다. 생물학에서는 우성인자와 열성인자가 있어 진화를 하게 되지만 디지털 세계에서는 우성인자가 존재하지 않는다. 사이버네틱스 세상에서는 정보는 선택되어 무작위로 유통될 수 있는 것이다. 자연의 생태계에서는 주어진 환경에서 더 잘 살아 남느냐에 따라 선택되어 진화하게 된다. 하지만 사이버세상에서의 선택은 지속적으로 살아남는다는 정의도 없다. 선택되어 형성되어지는 것은 순간일 뿐 또 다른 선택의 연속일 뿐이다. 자연의 생태계에서는 선택은 번식만큼 중요한 역할을 하지만, 진화의 과정에서는 중요한 요소인 선택이 있다. 그것이 없으면

17) http://h21.hani.co.kr/arti/special/special_general/45983.html(2021.1.10.)

18) 언론진흥재단. 2020

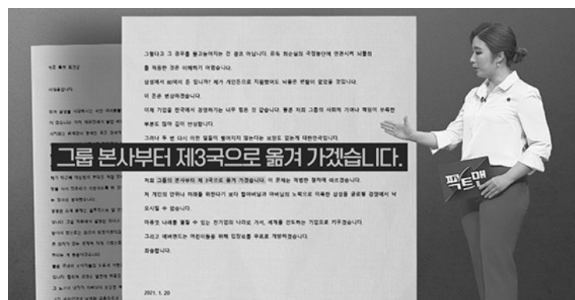
19) 오세욱, 정세훈, 박아란, 염정윤, 가짜 뉴스 현황과 문제점, 한국언론진흥재단, 2017, p31-32

20) 애덤 큐차르스키 지음, 고호관 옮김, 수학자가 알려주는 전염의 원리. 세종, 2021. p380

21) <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0924177281&code=13150000&cp=nv>(2021.2.4)

생태계는 다양성이 존재하지 않고 모두 같을 것이고 진화도 발생할 수 없을 것이다.

사이버네틱스세상에서 선택은 자연에서 선택과는 다르다고 볼 수 있지만 결국 상호작용의 근간을 두고 이뤄진다고 볼 수 있다. 정보의 습득과 전달은 자기가 믿거나 또는 흥미롭기 때문에 본인의 SNS에 유포하게 된다. 한 예로 삼성 이재용회장이 옥중에서 쓴 편지를 조작하였다. SNS상에서 급속하게 퍼져나가면서 삼성의 변호사가 공식 발표하면서 진화가 되었다. [그림 5]



[그림 5] 삼성 이재용 옥중편지 가짜뉴스
*출처: KBS뉴스

사이버네틱스 세상에 선택은 정답이 없는 진보와 보수, 경제 마케팅 논리로써 이용자의 성향에 따라 진화되고 있다. 아이러니한 것이 제일 먼저 정보를 입수하고 알려야 할 언론사가 소셜미디어에서 유포되는 정보를 확인하고 뉴스로 전하는 시대로 변화되고 있는 것이다.

3-3. 변이

코로나19 바이러스는 자연 생태계에서 인간이 살아가는 세상을 뒤엎고 있다. 그동안 자연스러운 일상은 다시 돌아 갈 수 없는 세상이 되었다. 어느 누구도 예측하지 못한 상황이다. 바이러스는 시간이 가면서 또 다른 변이가 생겨나 더 큰 확산을 야기하고 있다. 이처럼 변이과정은 예측할 수 없이 발생하고 전이되고 있다. 사이버네틱스관점에서 '가짜뉴스'는 온라인을 타고 인간의 육체가 아닌 사회적 정치적 이데올로기를 변형된 형태의 뉴스로 변이되어 사회를 혼란에 빠뜨리고 있다. 변이는 우연한 뒤섞임, 불규칙성, 예측불허 자연에서도 예측할 수 없는 현상이다. 최초의 뉴스에서 시작된 정보가 사람들 사이에서 영향을 미치며 불쾌하고 혼란스러운 과정을 겪게 된다. 생물학에서 진화가 가능하려면 변이가 필요하다. 이 세상은 그러한 변이과정을

통해 변화되어 왔다. 자연 생태계에서 자식은 부모와 똑같은 수 없다. 둘 사이에는 약간의 다른 점이 존재한다. 변이는 수많은 메커니즘에 의해 발생한다. 사이버네틱스 세상에서도 변이의 속도와 변이가 세상에 영향을 미치는 정도는 자연생태계의 진화와 나란히 진행된다. 선택에는 미묘한 차이가 있기 때문에 변이는 매우 중요한 요소이다. 세상에 모든 것이 똑같다면, 생존이나 자손 번식을 우열을 정하는 것이 불가능할 것이다. 그리고 선택은 모든 상황에 똑같이 적용되어, 모두가 죽거나 살 것이다. 예를 들어 온라인게이미 개발되면 똑같은 명령언어로 프로그래머가 있지만 게이머의 전략과 작전에 의해 능력치가 달라지는 것처럼 사이버세상에서 미디어의 영향력은 게이머처럼 언론의 장악력을 바탕으로 개인 또는 미디어의 능력을 이용하는 상황이 벌어지고 있다.

변이 과정이 있기 때문에 선택은 강력하거나 감소할 특성을 가려낸다. 변이 과정을 통해 번식하고 선택에 의해 결정되면서 진화를 하는 것이다.²²⁾ 자연이나 사이버네틱스 세상 모두 새로운 돌연변이 특성이 있는 사실은 나쁜 것이 아니다. 사이버네틱스 세상에서 변이는 인간 상호간에 의식과 연출로 표현되어 변이 과정을 통해 허위정보로 각색되고 있는 것이다.

한 예로 2017년 서울시 버스에서 일어난 사건으로 큰 이슈가 됐던 일이 있었다. 당시 버스에 타고 있던 사람이 목격담을 올렸는데, 해당 글에서는 "아이 엄마가 버스 안에 사람이 많아 미쳐 내리지 못해 이후 기사에게 세워 달라고 요청하였지만 버스 기사는 이를 무시하였으며, 이후 그 다음 정류장에서 아이 엄마가 내리자 버스기사는 아이 엄마를 향해 욕설을 퍼부었다"고 주장했다. [그림 6]



[그림 6]버스기사를 악당 같은 모습으로 왜곡한
*출처: *출처: 머니투데이의 일러스트

22)피터 뱅틀리 지음, 김한영 옮김, 디지털생물학, 김영사, 2003, p62-63 정리

이 내용이 인터넷 소셜미디어 이용자들 사이에서 급속도로 퍼졌고, 소식을 접한 이용자들은 분노의 반응이 불같이 타오르고 서울시 버스운송사업 조합측에 항의의 글을 올렸다. 문제가 커지면서 언론사에서도 취재를 하고 서울시에서 진상조사를 한 결과, 맨 처음 제보한 SNS에 올라온 글은 거짓으로 판명 났다.

이 가짜뉴스의 최대 피해자인 버스기사는 시민들의 댓글에 충격을 받아서 너무 고통스러워 자살 생각했다고 한다. 잘못된 정보는 결국 사회를 혼란시키고 한 개인의 삶을 파괴하는 영향을 끼치게 되었다. 의도였던지 의도치 않던 일이든 이러한 정보는 참여자와 공유자의 상호작용 속에서 왜곡되어 변형된 ‘가짜뉴스’로 또 다른 정보로 전파가 되기도 한다.

4. 결론

정보통신기술과 미디어의 발전은 우리의 일상을 빠른 속도로 변화시키고 있다. 자율주행자동차가 현실화 되고 드론으로 택배를 배송하는 시대에 미디어의 발달은 수많은 정보를 양산하고 빠른 속도로 전파되고 있다. 소셜미디어 환경에서 사람들은 가상공간의 환경을 잘 이해하고 디지털 디바이스 기기를 잘 다루는 것뿐만 아니라, 사이버네틱스 세상에서 공유와 상호작용을 통해 디지털리터러시를 키워 나간다. 소셜미디어의 발전은 개인별로 다양하게 구성된 환경에 따라 레퍼토리를 공유하면서 개인 또는 집단을 연결하게 된다. 디지털 환경은 언제 어디서나 시공간에 구애를 받지 않고 누구나 정보를 습득하고 만들 수 있는 역량을 갖추고 있다. 이러한 환경은 ‘가짜뉴스’를 생산하게 되는 주요한 요인이 되었고 사이버네틱스 세상에서 디지털생물학 관점에서 번식, 선택, 변이 과정을 통해 생산 유통된다는 것을 알 수 있었다. 디지털화된 정보를 선택, 가공 자신의 원하는 방식으로 만드는 능력이 강조되면서 블로그나 유튜브는 점점 더 전문화되고 있다.

가짜뉴스의 진화과정을 살펴보면 첫째, 번식은 사회적 관계 속에서 정체성을 표출하고 지식 정보를 취사 선택하고 재조합하는 창의력을 의미한다. 둘째, 선택은 정보를 이분법으로 나누어 새롭게 재 가공하여 구성하여 자기가 원하는 방식으로 편집하고 구성하여 집단과 상호작용하게 된다. 셋째, 변이는 기존의 뉴스를 새롭게 재창조하는 방식으로 변이를 과정을 통해 정치적으로 악용하고 마케팅을 목적으로 소비자를 속이는 사례가 많다. 디지털 생물학관점에서 바이러스처럼 번져가

는 가짜뉴스를 진화하기 위해서는 초창기에 진위여부를 확인하여 대응할 시 유포율을 20%를 줄일 수 있다고 한다. 뉴스는 누구나 알권리를 전달하기 위한 미디어 활동이다. 그러나 뉴스를 가장한 ‘가짜뉴스’라는 형태로 세상을 혼란시키고 상업적으로 악용하는 사례가 많이 지고 있다. 사회관계망서비스는 강력한 네트워크 기반으로 정보를 양산 유통하는 과정을 통해 새로운 미디어의 장르로 거론되고 있는 가짜뉴스는 디지털리터러시 능력과 개인 또는 단체의 능력이 커짐에 따라 새로운 전이를 마련하게 될 것이다. 본 연구는 언택트 시대에 온라인기반의 정보가 사회적으로 큰 영향을 끼치고 있으며 정보의 진실과 거짓을 떠나서 사회적으로 악용되고 있는 가짜뉴스를 디지털생물학관점에서 가짜뉴스의 유형을 나누었으며 기초적인 모델을 제시한 한계가 있다. 후속 연구로는 디지털리터러시 능력 중 디지털프로그램을 다루는 디자인의 능력이 가짜뉴스의 유형이 산업사회에서 사회적으로 어떻게 진화될 것인지에 대한 연구를 진행하고자 한다.

참고문헌

1. 권성호, 김성미, 2011, 소셜 미디어 시대의 디지털 리터러시 재개념화, 한국교육방송공사, 미디어와 교육
2. 김지연, 심재철, 김규태, 김유향, 2020, 시민과학 기반 가짜뉴스 관리 플랫폼 연구. 과학기술학연구
3. 김왕석, 라도삼, 1997, 인터넷과 가상공간, 그리고 주체, 언론연구논집24
4. 라도삼 저, 1999, 비트의 문명 네트의 사회, 커뮤니케이션
5. 박아란, 이나연, 오현경, 2020, 온라인 허위정보와 뉴스 미디어, 한국언론진흥재단
6. 이소은, 박찬경, 강민지, 2020, 뉴스의 데이터화: 형식과 실천, 인식, 한국언론진흥재단
7. 애덤 큐차르스키 지음, 2020, 고호관 옮김, 수학자가 알려주는 전염의 원리. 세종
8. 이승환, 2005, 디지털생물학 관점에서 본 넷

아트에 관한 연구, 한양대학교 일반대학원

9. 피터 밴틀리 지음, 김한영 옮김, 2003,
디지털생물학, 김영사

10. <https://www.crezone.net>

11. <http://h21.hani.co.kr>

12. <https://www.ipsos.com>

13. <https://www.kukminilbo.co.kr>

14. <https://www.yna.co.kr>

15. <https://www.yonhapnewstv.co.kr>