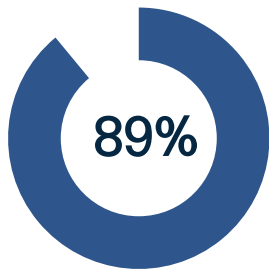


# 1 국민 대부분(89%), 가짜 뉴스 ‘심각하다’

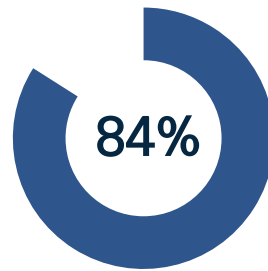
- 우리 국민의 대부분인 89%가 가짜 뉴스가 심각하다고 느끼고 있는 것으로 나타남
- 이번 코로나19 사태가 크게 확산되고 있던 지난주 개신교인들을 대상으로 조사한 결과에도 코로나19 관련 가짜 뉴스가 심각하다는 의견이 84%로 매우 높게 나타남

[그림] 가짜 뉴스 “심각하다”(일반 국민) (%)



\*자료 출처 : 기독교윤리실천운동, '2020 한국교회의 사회적 신뢰도 조사', 2020.02.07, (일반 국민 전국 19세 이상 1,000명, 전화 면접, 2020.01.11.)  
- 본 조사는 국내에서 코로나19 발병 이전에 실시한 것임

[그림] 코로나19 관련 가짜 뉴스 “심각하다”(개신교인) (%)

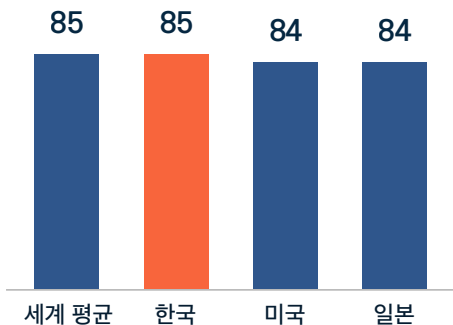


\*자료 출처 : 한국기독교목회자협의회/한국기독교언론포럼, '코로나19 관련 개신교인 의식조사', 2020.02.27, (교회출석 개신교인, 500명, 온라인 조사, 2020.02.25.)

# 2 가짜 뉴스에 속은 적 ‘있다’ 85%

- 글로벌 조사 전문기관인 입소스에서 전세계 25개국을 대상으로 ‘가짜 뉴스’에 대해 조사했는데, 한국의 경우, 85%의 국민이 가짜 뉴스에 속은 경험이 있는 것으로 나타남. 이는 미국(84%), 일본(84%)과 비교했을 때 거의 비슷해 가짜 뉴스의 문제가 우리나라만의 문제가 아님을 알 수 있음
- 이번 코로나19의 경우 “가짜임을 확인한 가짜 뉴스를 접한 경험”은 42%임

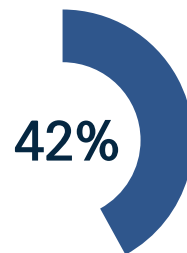
[그림] 가짜 뉴스에 속은 경험 “있다”\*(%)



\*자료 출처 : 입소스, '2019 CIGI-Ipsos Global Survey on Internet Security and Trust', (전세계 25개국, 21,251명, 온라인 조사, 한국은 807명, 2018.12~2019.02)

[그림] 코로나19 관련 가짜 뉴스 접촉도\*\*

가짜임을 확인한 가짜 뉴스를 접한 적 있다



\*자료 출처 : 서울대 보건대학원 우명순 교수팀, 전국 만19세 이상 1000명, 2020.01.31~02.04), 연합뉴스, '신종 코로나, 감염도 두렵지 만...주위 비난 더 무서워', 2020.02.07, <https://www.yna.co.kr/view/AKR20200207043100017>

### 3 '조작된 허위 정보'와 '실수로 인한 잘못된 정보' 모두 '가짜 뉴스'로 인식

- 국민들이 생각하는 가짜 뉴스는 무엇일까, 이를 알아보기 위해 여러 유형을 제시하고 '예', '아니오' 응답을 받아보았는데, 메신저를 통해 유포되는 속칭 '짜라시'를 가짜 뉴스로 인식하는 경우가 93%로 압도적으로 높음
- 그런데, 조작된 콘텐츠 외에 언론보도 중 사실확인 부족으로 생기는 오보 역시 국민들은 가짜 뉴스로 이해하는 경향이 매우 높게 나타남(90%)
- 따라서 우리 국민은 의도적으로 조작된 허위 정보(disinformation)와 실수로 만들어진 잘못된 정보(misinformation)를 구분하지 않고 모두 '가짜 뉴스'로 인식하는 것을 알 수 있음



\*자료 출처 : 한국언론진흥재단 미디어연구센터, '미디어어슈' 5권1호, 2019.02.25. (전국 만 20세 이상 성인남녀, 온라인 조사, 1200명, 2019.02)

### 4 허위 정보를 가장 많이 유통하는 경로, 유튜브(22%), 1위

- 인터넷 이용자(555명)를 대상으로 허위 정보가 가장 많이 유통되는 경로를 질문한 결과, '유튜브'가 22%로 1위를 차지함. 그 다음으로 '주위 사람' 15%, '페이스북/카카오톡' 등 12%, '카카오톡/페이스북 메신저' 12% 등의 순임
- 정치 성향별로 진보 성향 응답자가 보수 성향 응답자보다 유튜브를 훨씬 높게 지적하였음

[그림] 허위 정보가 가장 많이 유통되는 경로(상위 5위) (%)



[그림] 정치 성향별 1위 응답 (%)

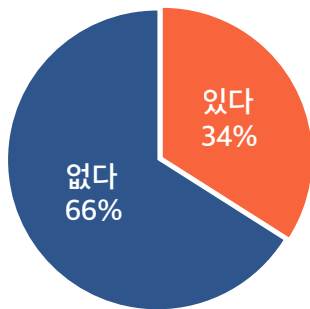


\*자료 출처 : 연세대학교 정보대학원 이상우교수, '유튜브 뉴스에 대한 소비자 인식 조사', (온라인조사, 전국 20-69세, 555명, 2019.08), 한국방송학회/한국심리학회, '유튜브와 정치편향성 그리고 저널리즘의 위기' 2019.08.21.

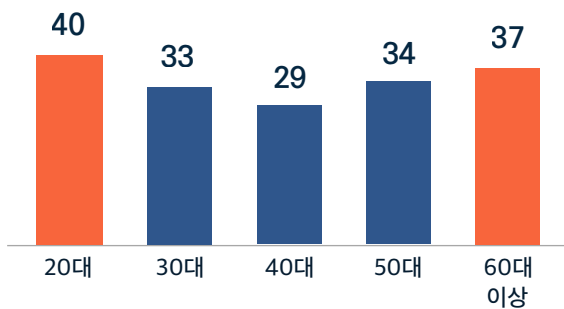
## ● 최근 유튜브 동영상의 가짜 뉴스 접촉도 34%

- 최근 들어 유튜브에서 가짜 뉴스라고 판단되는 동영상을 보거나 전달 받은 경험은 34%로 일반 국민 3명 중 1명 꼴로 나타남
- 이와 같은 경험은 20대 젊은층과 60대 이상 고령층, 양 극단 연령대에서 특히 높게 나타남

[그림] 최근 유튜브 동영상의 가짜 뉴스 접촉 경험 (%)



[그림] 연령별 유튜브 가짜 뉴스 접촉 경험 (%)



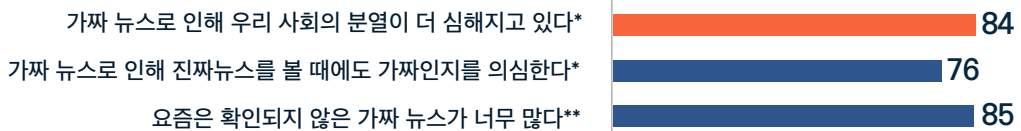
\*자료 출처 : 한국언론진흥재단 미디어연구센터, '미디어이슈' 4권 8호, 2018.08.30, (전국 만 20세 이상 성인 남녀, 온라인 조사, 1218명, 2018.08)

# 5

## 가짜 뉴스로 인해 '우리 사회의 분열이 더 심해지고 있다' 84%

- 우리 국민은 확인되지 않은 가짜 뉴스가 너무 많다고 인식하고 있으며, 가짜 뉴스로 인해 사회 분열이 더 심해지고, 가짜 뉴스로 인해 진짜 뉴스도 가짜인지 의심하게 된다고 우려하고 있음

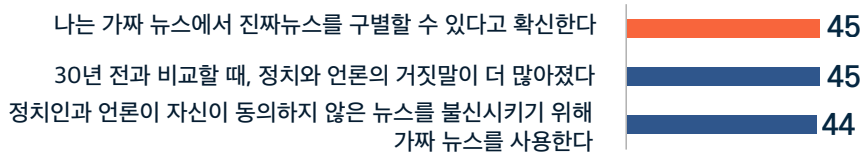
[그림] 가짜 뉴스에 대한 인식 ('그렇다' 비율, 4점 척도) (%)



\*자료 출처 : 한국언론진흥재단 미디어연구센터, '미디어이슈' 3권3호, 2017.03.29, (전국 만 20~59세 남녀, 온라인조사, 1084명, 2017.03)

\*\* 자료 출처 : 엠브레인트렌드모니터 '미디어 이용행태 및 라이프스타일 관련 인식조사', (전국 19~59세 남녀, 온라인조사, 1000명, 2019.01)

[그림] 가짜 뉴스에 대한 인식(동의율, 4점 척도) (%)

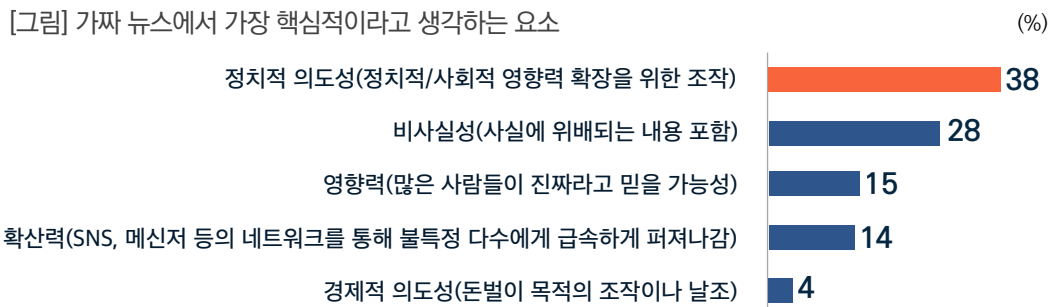


\*자료 출처 : 입소스, '2019 CIGI-Ipsos Global Survey on Internet Security and Trust', (한국 조사 결과, 807명, 온라인 조사, 2018.12~2019.02)

# 6

## 가짜 뉴스에서 가장 핵심적이라고 생각하는 요소, '정치적 의도성'(38%)이 1위

- 사람들이 특정 콘텐츠를 가짜 뉴스라고 인식하는데 있어 가장 중요하게 생각하는 기준이 무엇일까? 이를 알아보기 위해 몇 가지 보기를 제시하고 질문한 결과, 우리 국민들은 유포자의 정치적/사회적 영향력 확장을 위한 조작, 즉 '정치적 의도성'(38%)을 가장 핵심적인 요소로 꼽았으며, 다음으로 '비사실성' 28%, '영향력' 15% 등의 순으로 나타남

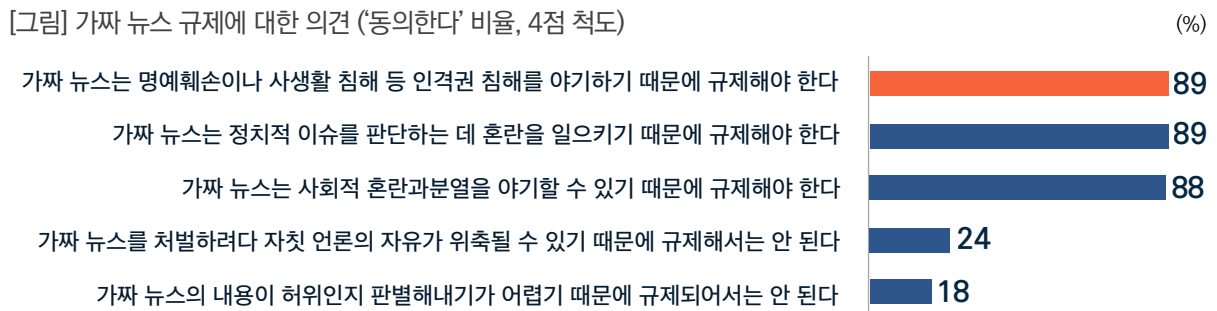


\*자료 출처 : 한국언론진흥재단 미디어연구원, '미디어이슈' 5권 1호, 2019.02.25. (전국 만 20~59세 성인 남녀, 온라인 조사, 1200명, 2019.02)

# 7

## 대부분의 국민, 가짜 뉴스 규제 찬성한다

- 대부분의 우리 국민은 인격권 침해, 정치적 판단 혼란 야기, 사회적 혼란 야기 등의 이유로 가짜 뉴스를 규제하는 것에 대해 찬성하는 것으로 나타남



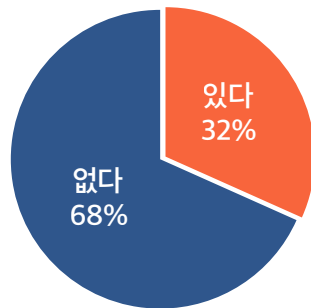
\*자료 출처 : 한국언론진흥재단 미디어연구원, '미디어이슈' 5권 1호, 2019.02.25. (전국 만 20~59세 성인 남녀, 온라인 조사, 1200명, 2019.02)

# 8

## 국민 3명 중 1명 꼴 전·현직 정치인의 유튜브 채널 구독/시청 경험 있다

- 전·현직 국회의원들이 유튜브 채널을 개설하고 운영하고 있는데, 이에 대해 32%의 국민이 구독/시청 경험이 있는 것으로 나타남

[그림] 전·현직 정치인들의 유튜브 채널 콘텐츠 구독/시청 경험 (%)

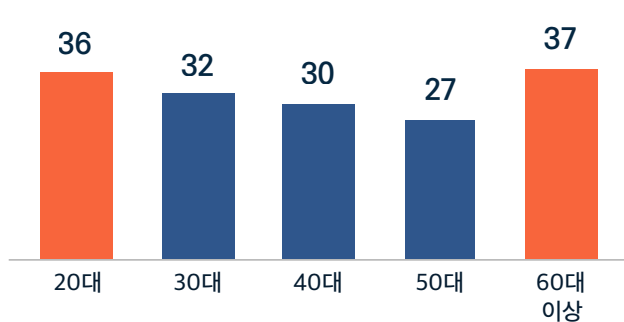


\*자료 출처 : 한국언론진흥재단 미디어연구센터, '미디어이슈' 5권 1호, 2019.02.25 (전국 만 20~59세 성인 남녀, 온라인 조사, 1200명, 2019.02)

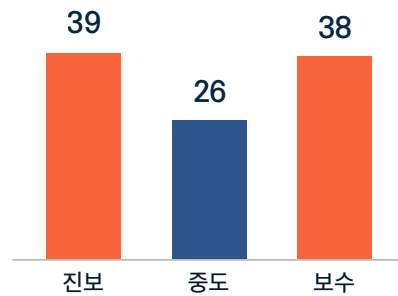
### ● 정치인의 유튜브 채널, 기존 지지층의 결속력 강화 가능하다

- 전·현직 정치인의 유튜브 채널 구독/시청 경험을 연령별로 보면, 20대 젊은층과 60대 이상 고령층이 가장 높은 비율을 보여 특이한 현상이 보이는데, 이는 응답자의 정치성향과 연결되고 있음을 추정할 수 있음
- 이를 정치 성향별로 보면, 진보 성향층과 보수 성향층 양 극단에서 정치인의 유튜브채널 구독/시청률이 높은 반면, 중도층의 경우 낮은 구독/시청률을 보임
- 이와 같은 결과는, 정치인들의 유튜브 채널이 뚜렷한 이념 성향을 띠고 있고, 이용자들 또한 각자의 정치 성향에 맞는 콘텐츠만 선택적으로 노출하는 확증 편향이 반영된 결과라 할수 있음. 결국 정치인들의 유튜브 활동은 소통의 폭을 넓히기보다는 기존 지지층과 결속을 강화 쪽으로 작동할 가능성이 높아 보임

[그림] 전·현직 정치인들의 유튜브 채널 콘텐츠 구독/시청 경험(연령별) (%)



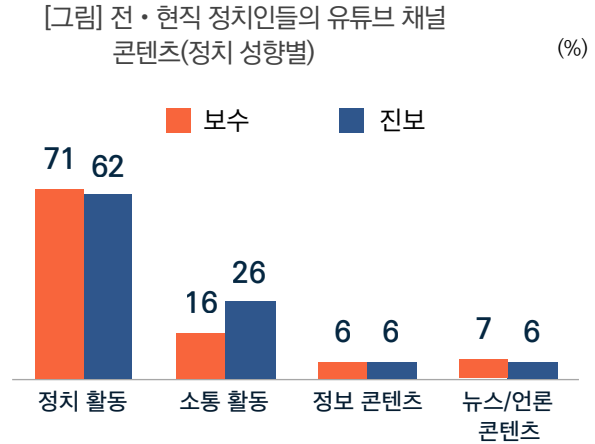
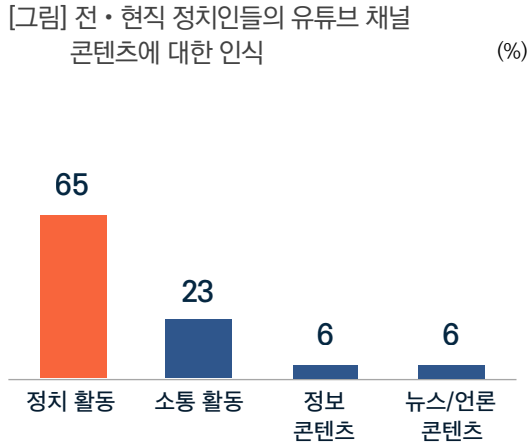
[그림] 전·현직 정치인들의 유튜브 채널 콘텐츠 구독/시청 경험(정치 성향별) (%)



\*자료 출처 : 한국언론진흥재단 미디어연구센터, '미디어이슈' 5권 1호, 2019.02.25, (전국 만 20~59세 성인 남녀, 온라인 조사, 1200명, 2019.02)

## ● 정치인의 유튜브 채널에 대한 인식, '정치 활동' 65% > '소통 활동' 23%

- 전·현직 정치인의 유튜브 채널 콘텐츠에 대한 인식을 알아보았는데, 국민과 '소통 활동'(23%)이라는 인식 보다는 자신의 정치적 주장을 펼치는 '정치 활동'으로 인식하는 비율이 훨씬 높음

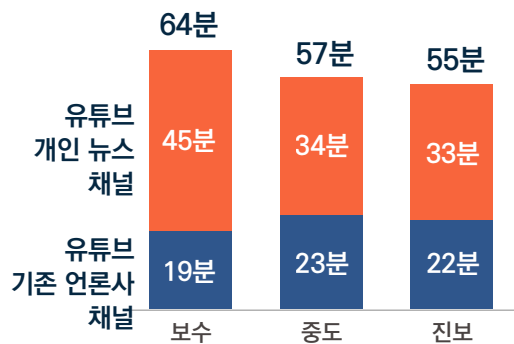


\*자료 출처 : 한국언론진흥재단 미디어연구센터, '미디어이슈' 5권 1호, 2019.02.25, (전국 만 20~59세 성인 남녀, 온라인 조사, 1200명, 2019.02)

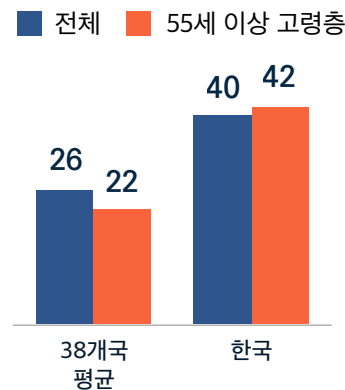
## ● 정치 정보 습득을 위한 유튜브 뉴스 시청 시간, 보수 성향 층이 가장 길어

- 하루 평균 유튜브 뉴스 시청(유튜브 개인 뉴스 채널 + 유튜브 기존 언론사 채널) 시간을 정치 성향별로 살펴보면, 보수 63분, 중도 57분, 진보 54분의 순으로 조사됨
- 국제적으로 한국인의 유튜브 뉴스 시청 시간은 매우 높은 순위에 있음(38개국 중 3위) 특히 55세 이상 고령층의 경우, 38개국 전체 평균은 22%인 반면 한국은 42%로 거의 두배 차이가 나, 한국은 고령층의 유튜브 뉴스 시청률이 매우 높은 나라임

[그림] 정치 정보 습득을 위한 일 평균 유튜브 시청 시간\* (%)



[그림] 일주일간 유튜브 뉴스 시청 비율 (55세 이상 고령층, 국제 비교)\*\* (%)



\*자료 출처 : 연세대학교 정보대학원 이상우교수, '유튜브 뉴스에 대한 소비자 인식 조사', (온라인 조사, 전국 20~69세, 555명, 2019.08), 한국방송학회/한국심리학회, '유튜브와 정치편향성 그리고 저널리즘의 위기' 2019.08.21.

\*\*자료 출처 : 영국 옥스퍼드대 부실 로이터저널리즘 연구소, 'Digital News Report 2019', 2019.06.13. (38개국, 75,000여명, 한국은 2,035명, 온라인 조사, 2019.01-02) 한국언론진흥재단, '미디어이슈 5권 3호', 2019.06.14

## 9 시사점

우리 사회에서 가짜 뉴스의 심각성은 날로 더해 가고 있다(3쪽). 가짜 뉴스는 특정한 목적을 달성하기 위해(6쪽) 사람들을 속이고(3쪽), 나아가 사회 분열과 불신을 조장하기 때문에 더 위험하다.(5쪽)

가짜 뉴스는 왜 생기고 전파될까? 가짜 뉴스는 주로 정치 사회적 갈등 속에서 자기가 목표하는 ‘정치적 의도’를 갖고 만들어진다. 미국에서도 지난 대선 때 “프란치스코 교황이 트럼프 후보 지지를 선언했다” 등과 같은 가짜 뉴스가 트럼프의 당선에 도움이 되었다는 이야기까지 나왔을 정도이다. 가짜 뉴스는 정치 사회적 갈등의 토대 위에서 싹을 틔우고 자란다.

가짜 뉴스의 확산에는 ‘동조 효과’가 작용한다. 동조 효과라는 것은 내가 좋아하고 신뢰하는 사람, 혹은 내 주변의 사람이 믿는 정보를 나도 따라서 믿는 것을 말한다. 내 주변의 사람들이란 나하고 비슷한 생각과 성향을 가진 사람들이다. 이렇게 같은 생각을 하는 사람들이 같은 정보를 공유하다보면 점점 극단화 경향을 갖고 자신의 입맛에만 맞는 가짜 뉴스를 받아들이며 전달한다. 즉 자기가 듣고 싶은 것만 들려주는 뉴스, 그것이 가짜 뉴스가 될 가능성이 높다.

우리 국민은 가짜 뉴스의 제1의 유통 경로로 유튜브를 꼽고 있다(4쪽). 유튜브는 뉴스 다양성에 기여하는 긍정적인 측면도 있지만 가짜 뉴스의 온상이라는 비판도 받는다. 유튜브 시청 시간이 증가할수록 가짜 뉴스를 믿는 ‘확증 편향’ 문제가 심각해진다(최홍규 EBS 미래교육연구소 연구위원). 유튜브가 갖는 추천 알고리즘 시스템의 영향이기도 하다. 한국인의 유튜브 뉴스 시청률은 세계 평균보다 1.5배나 더 높다. 55세 이상 고령층은 2배 가까이 높다(8쪽). 그만큼 가짜 뉴스에 노출될 위험성이 높다.

가짜 뉴스에는 어떻게 대처해야 할까?

YTN의 앵커인 변상욱 기자는 다음과 같은 6가지를 제시한 바 있다.

첫째, 가짜 뉴스를 생산·전파하거나 혐오·배척을 선동하는 사이트나 플랫폼을 피한다.

둘째, 서로 다른 관점을 취하는 2개 이상의 언론사 기사를 놓고 비교하며 읽는다.

셋째, 사진이나 동영상에 제시되어 있다 해도 쉽게 믿어서는 안된다.

넷째, 무언가를 비판하는 기사라면 비판의 근거를 주의깊게 들여다보아야 한다.

다섯째, 기사의 어미를 유심히 살피자. 어미가 “~했다”, “~이다”라면 믿을 만하지만 그 외 “~라고 한다”, “~로 알려졌다”, “~라고 전해지고 있다”, “~가 유력하다” 등은 반쯤 접고 읽어야 한다.

여섯째, 외신이 그렇게 보도했다는 것도 의심해야 한다.

교회는 진리를 추구하는 곳이다. 교회에서는 거짓과 모략 선동이 있어서는 안 된다. 그러므로 그리스도인들은 가짜 뉴스의 생산에 참여해서는 안 된다. 또한 무차별적으로 전해지는 뉴스를 무비판적으로 믿어서도 안 된다. 그 뉴스가 사실인지 아닌지를 비판적으로 따져서 받아들여야 한다. 그렇지 않으면 그리스도인 자신도 모르게 거짓에 참여하게 되고 거짓이 창궐하는 데 일조할 수 있다. 그리고 무엇보다도 교회는 사회적 갈등 속에서 남과 다른 의견을 경청하고 용인할 수 있는 넉넉함이 있어야 한다. 그래서 그리스도인들로 인해 사회적 갈등이 완화된다면 가짜 뉴스가 생기고 확산되는 여지가 그만큼 줄어들 것이다. 진리와 화평을 추구하는 그리스도인들이 이 사회에서 진실한 정보, 정확한 정보가 유통되도록 만들어야 할 책임이 있다.