

numbers 제 37호



주요 내용

2020. 03.06

1. 가짜 뉴스, '심각하다' 89%
2. 총선 D-40일 현재 국민 여론 분석

우리는
더 나은 정보가
더 나은 세상을 만든다고
믿습니다

목회데이터연구소 주간리포트

홈페이지 | www.mhdata.or.kr
E-mail | mhdata@mhdata.or.kr
전화 | 02.322.0726

2020 일반사회통계

가짜 뉴스, ‘심각하다’ 89%

지난 1월 30일 문재인 대통령은 코로나19와 관련 불신과 불안을 조장하는 가짜 뉴스는 중대한 범죄 행위로 규정하고 엄정한 대응을 강조했다. 박근혜 정부 때 발생한 메르스의 경우도 대통령이 직접 나서서 가짜 뉴스 유포 사범을 엄단하겠다고 밝히기도 했다.

우리 국민은 가짜 뉴스에 대해 대부분 심각하게 느끼고 있으며, 가짜 뉴스의 유통 주범으로 유튜브를 꼽고 있으며, 가짜 뉴스로 인해 진짜 뉴스를 가짜로 의심하는 경험까지 했으며, 가짜 뉴스의 가장 핵심적인 요소는 ‘정치적 의도성’이라 판단하는 것으로 나타났다. 이러한 이유로 가짜 뉴스가 우리 사회의 분열을 더 가중시킨다고 생각하고 있다.

빅데이터 분석을 해보면 가짜 뉴스는 큰 선거를 앞두고 더 난무하는 것으로 나타난다. 한국언론진흥재단 뉴스빅데이터팀). 지금 우리나라는 코로나19 사태와 국회의원 선거가 맞물려 그 어느 때 보다도 가짜 뉴스의 위험에 놓여있다고 볼 수 있다.

목회데이터연구소 **[넘버스] 37호**에서는 작금의 어려운 사회적 환경 가운데 **가짜 뉴스의 실태와 국민 인식을 파악함으로 한국 사회와 한국 교회가 어떻게 대응해야 할지**를 고민해 보고자 한다.

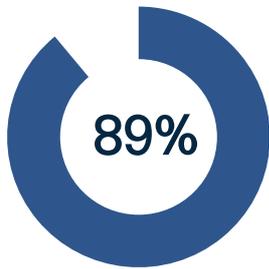
일러두기

- 본 리포트에서 사용한 자료는 저작권법을 준수합니다.
- 본 리포트의 데이터는 소수점 첫째 자리에서 반올림하여 정수로 표기하였으므로, 보고서 상에서 표기된 값의 합이 100%가 되지 않을 수 있습니다.
- 복수 응답 문항의 빈도는 그 합이 100%를 초과할 수 있습니다.

1 국민 대부분(89%), 가짜 뉴스 ‘심각하다’

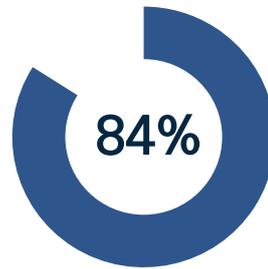
- 우리 국민의 대부분인 89%가 가짜 뉴스가 심각하다고 느끼고 있는 것으로 나타남
- 이번 코로나19 사태가 크게 확산되고 있던 지난주 개신교인들을 대상으로 조사한 결과에도 코로나19 관련 가짜 뉴스가 심각하다는 의견이 84%로 매우 높게 나타남

[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) (%)

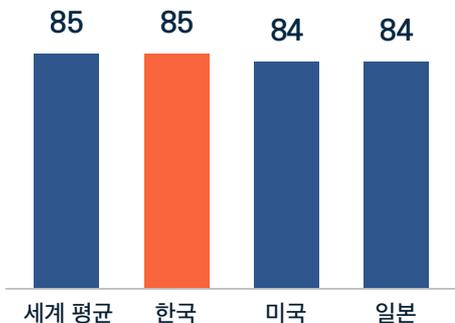


*자료 출처 : 한국기독교목회자협의회/한국기독교언론포럼, '코로나19 관련 개신교인 의식조사', 2020.02.27, (교회출석 개신교인, 500명, 온라인 조사, 2020.02.25.)

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

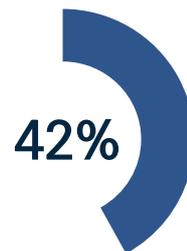
[그림] 가짜 뉴스에 속은 경험 “있다”*(%)



*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 유통되는 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 (%)

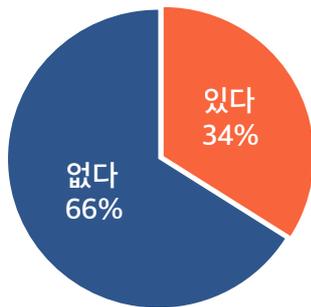


*자료 출처 : 연세대학교 정보대학원 이상우교수, ‘유튜브 뉴스에 대한 소비자 인식 조사’, (온라인조사, 전국 20-69세, 555명, 2019.08), 한국방송학회/한국심리학회, ‘유튜브와 정치편향성 그리고 저널리즘의 위기’ 2019.08.21.

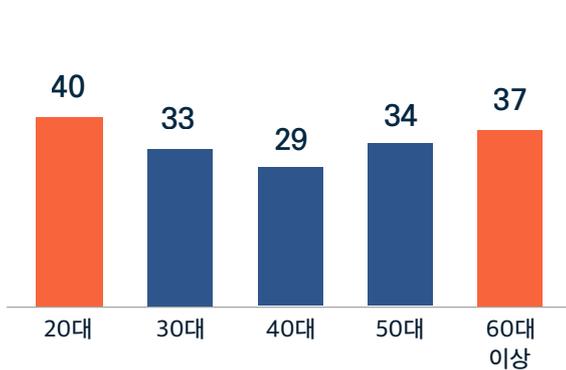
● 최근 유튜브 동영상의 가짜 뉴스 접촉도 34%

- 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 (%)



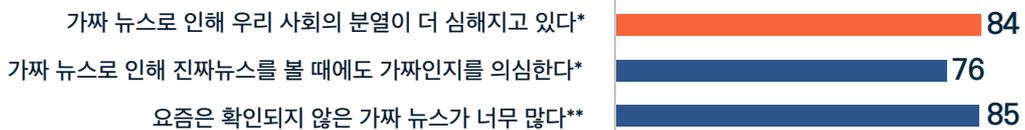
*자료 출처 : 한국언론진흥재단 미디어연구센터, '미디어이슈' 4권 8호, 2018.08.30, (전국 만 20세 이상 성인 남녀, 온라인 조사, 1218명, 2018.08)

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

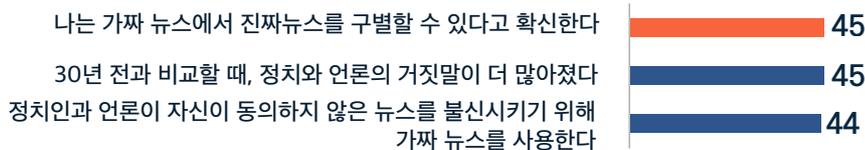
[그림] 가짜 뉴스에 대한 인식 ('그렇다' 비율, 4점 척도) (%)



*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) (%)

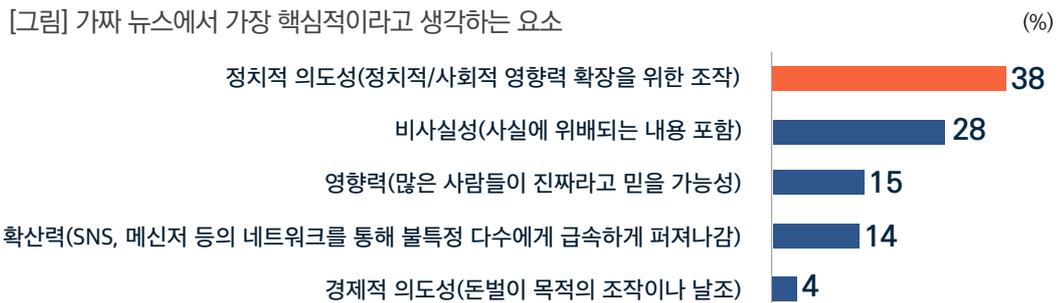


*자료 출처 : 입소스, '2019 CIGI-Ipsos Global Survey on Internet Security and Trust', (한국 조사 결과, 807명, 온라인 조사, 2018.12~2019.02)

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

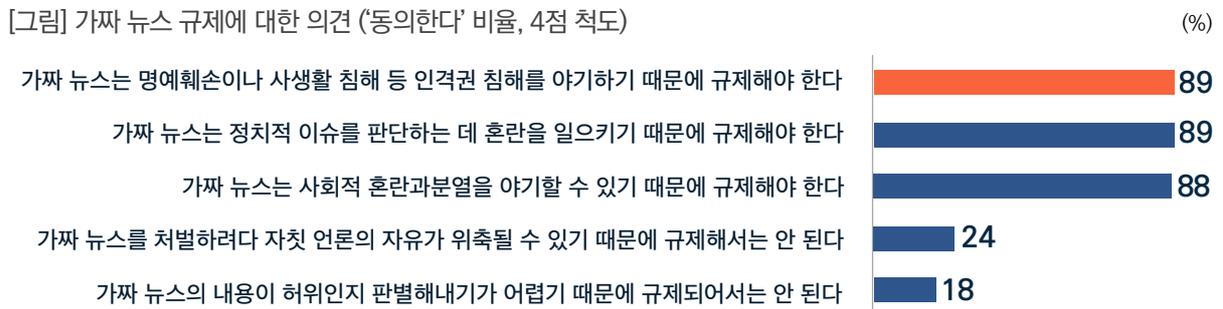


*자료 출처 : 한국언론진흥재단 미디어연구센터, '미디어이슈' 5권 1호, 2019.02.25. (전국 만 20~59세 성인 남녀, 온라인 조사, 1200명, 2019.02)

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



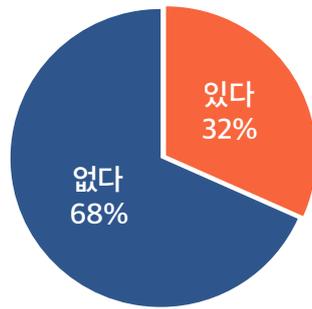
*자료 출처 : 한국언론진흥재단 미디어연구센터, '미디어이슈' 5권 1호, 2019.02.25. (전국 만 20~59세 성인 남녀, 온라인 조사, 1200명, 2019.02)

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 (%)

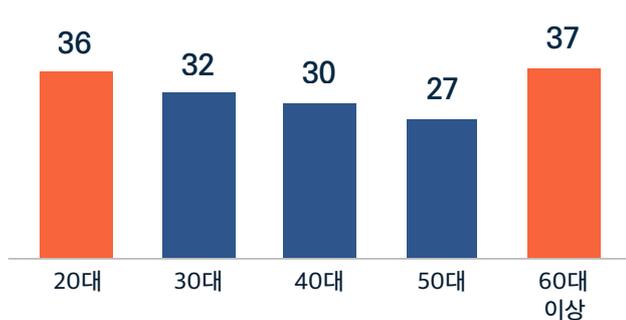


*자료 출처 : 한국언론진흥재단 미디어연구센터, '미디어이슈' 5권 1호, 2019.02.25 (전국 만 20~59세 성인 남녀, 온라인 조사, 1200명, 2019.02)

● 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 유튜브 채널 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 할 수 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) (%)



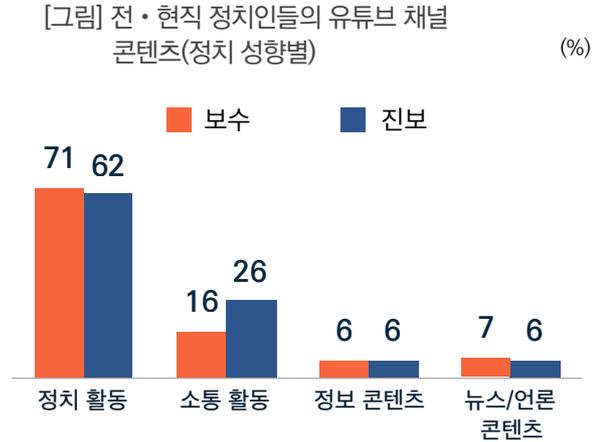
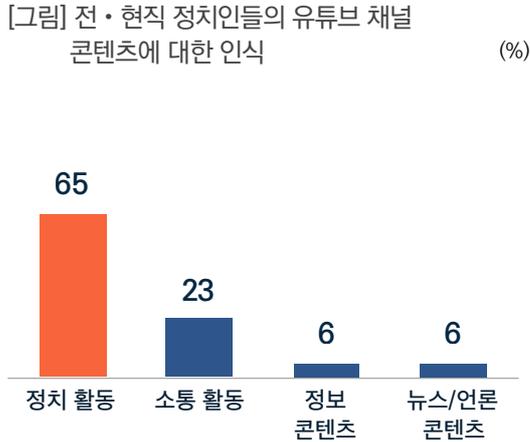
[그림] 전·현직 정치인들의 유튜브 채널 콘텐츠 구독/시청 경험(정치 성향별) (%)



*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

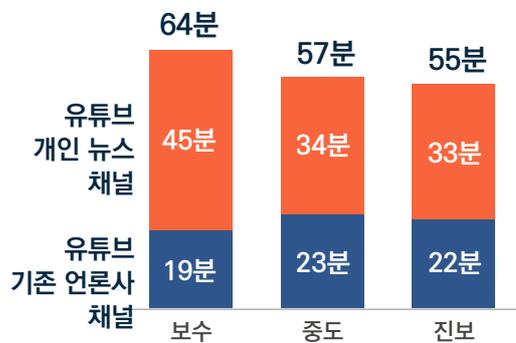


*자료 출처 : 한국언론진흥재단 미디어연구센터, '미디어이슈' 5권 1호, 2019.02.25, (전국 만 20~59세 성인 남녀, 온라인 조사, 1200명, 2019.02)

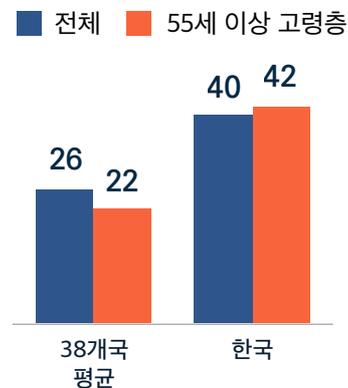
● 정치 정보 습득을 위한 유튜브 뉴스 시청 시간, 보수 성향 층이 가장 길어

- 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.

1 최근 언론 보도 통계

총선 D-40일 현재 국민 여론 분석

2 언론 보도 및 이슈 큐레이션

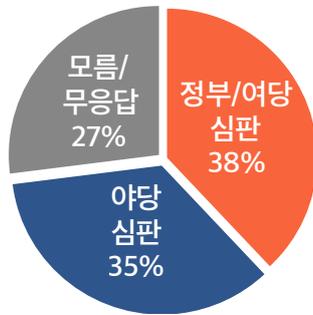
21대 총선이 채 한 달 남짓 남았는에도 코로나19 사태로 인해 전국적으로 예전 만큼 선거 분위기가 달아 오르지 않고 있다. 정치 신인들은 대면 접촉을 못해 자신을 알릴 기회가 적어 상대적으로 불리한 선거전을 치를 수 밖에 없는 상황이다. D-40일 현재 선거 상황은 어떨지 점검해 본다.

1

이번 총선, 정부 여당에 대한 심판론과 야당에 대한 심판론, 오차 범위에서 팽팽이 맞섬

- 이번 총선의 의미에 대해 '정부 여당 심판' 38%, '야당에 대한 심판' 35%로 두 의견이 팽팽하게 맞서고 있음

[그림] 총선의 의미 (%)

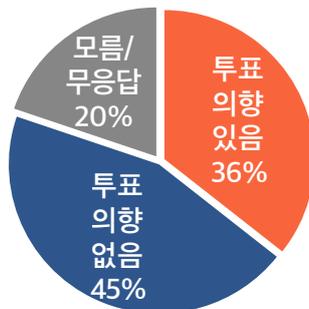


*자료 출처 : 중앙선거관리위원회/중앙선거여론조사심의위원회, 등록번호 6601, 2020.02.25. '뉴스1 총선거여론조사 5차 조사', (엠브레인퍼블릭, 전국 18세 이상 남녀, 1000명, 전화 면접 조사, 2020.02.24-25)

● 현 지역구 의원, '투표 하겠다' 36% < '하지 않겠다' 45%

- 이번 총선에서 현 지역구 의원에 대해 투표하겠다는 의견(36%)보다 투표하지 않겠다는 의견(45%)이 높아, 현 지역구 의원에 대해 재 신임율이 높지 않은 것으로 나타남

[그림] 현 지역구 의원 투표 의향 (%)



*자료 출처 : 중앙선거관리위원회/중앙선거여론조사심의위원회, 등록번호 6601, 2020.02.25. '뉴스1 총선거여론조사 5차 조사', (엠브레인퍼블릭, 전국 18세 이상 남녀, 1000명, 전화 면접 조사, 2020.02.24-25)

2 투표 후보 결정 요인, '도덕성'과 '공약' 임

- 투표 후보를 결정하는 데 가장 중요한 고려요인으로 '도덕성' 28%, '공약' 25%, '정당' 21% 등의 순으로 유권자들은 도덕성과 공약을 가장 중요시하는 것으로 나타남

[그림] 투표 후보 결정시 가장 중요한 고려 요인 (상위 6위) (%)



*자료 출처 : 중앙선거관리위원회/중앙선거여론조사심의위원회, 등록번호 6601, 2020.02.25.
 '뉴스1 총선거여론조사 5차 조사', (엠브레인퍼블릭, 전국 18세 이상 남녀, 1000명, 전화 면접 조사, 2020.02.24-25)

● 더불어민주당과 미래통합당(미래한국당)간의 투표 의향 격차, 후보 투표보다 정당 투표에서 격차가 크게 줄어듬

- 이번 선거에서 투표 의향 후보 정당은 '더불어민주당' 31%, '미래통합당' 21%로 두 정당 간 10%p의 격차를 보이는 반면, 비례대표를 뽑는 정당투표에서는 '더불어민주당' 23%, '미래한국당' 20%로 두 정당의 격차가 크게 줄어든 것으로 나타남

[그림] 21대 총선 투표 정당(투표 후보 정당 vs 비례 대표 투표 정당) (%)

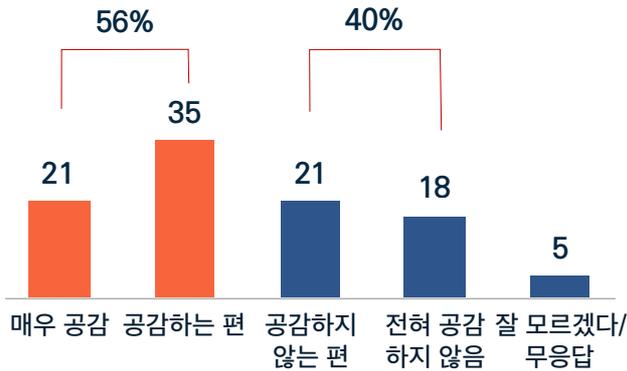


*자료 출처 : 중앙선거관리위원회/중앙선거여론조사심의위원회, 등록번호 6630, 2020.03.03.
 '중앙일보 21대 총선 관련 국민 여론조사', (한국리서치, 전국 18세 이상 남녀, 1000명, 전화 면접 조사, 2020.02.24-27)

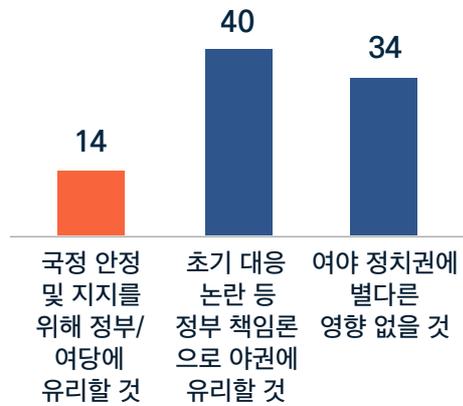
● 코로나19로 인한 총선 연기론, 긍정의견이 부정의견보다 높아

- 코로나19로 인해 총선을 연기하자는 주장에 대해 ‘공감한다’(매우+약간) 56%, ‘공감하지 않는다’(전혀+별로) 40%로 공감한다는 긍정의견이 더 높음
- 코로나19가 이번 총선에 미칠 영향은 여권보다 야권에 유리하다는 의견이 훨씬 높음

[그림] 코로나19로 인한 총선 연기론에 대한 공감도 (%)



[그림] 코로나19가 총선에 미칠 영향



*자료 출처 : 중앙선거관리위원회/중앙선거여론조사심의위원회, 등록번호 6601, 2020.02.25.

'뉴스1 총선거여론조사 5차 조사, (엠브레인퍼블릭, 전국 18세 이상 남녀, 1000명, 전화 면접 조사, 2020.02.24-25)

3 언론 보도 기사 및 큐레이션

언론 보도 기사 큐레이션



[코로나19로 달라진 일상](#)

조선일보_2020.02.29.

“마스크 못 구해 집에서 시달려... 40대 남성들 ‘감염공포보다 마스크가 더 스트레스’”



[코로나19로 인한 외식업 피해 상황](#)

아시아경제_2020.03.04.

“‘코로나19’ 외식업 초토화 시켰다... ‘손에는 5만원 남짓, 알바 내보내고 버틴다’”



[코로나19 위험 인식 전국민 조사](#)

동아일보_2020.03.04.

“국민 60% ‘코로나로 일상 반이상 멈춰’... ‘분노감’도 3배로 증가”



[전국민 여론조사 ; 코로나19가 총선에 미치는 영향](#)

중앙일보_2020.03.04.

“중도 표심 코로나 충격... ‘총선에 영향 미칠 것 같다’ 61%”



[메신저의 일상화](#)

매일경제_2020.03.01.

“선물하기·이모티콘·단체채팅... 전국민 하루 110억건 ‘카톡’”



[밀레니얼 세대가 보는 현재와 미래](#)

오마이뉴스_2020.03.04.

“스무살 88% ‘헬조선’... 여성 절반 ‘결혼 안 해’... 79.3% ‘기본소득 찬성’”



[체육단체 및 기관종사자 성폭력 실태 조사](#)

조선일보_2020.03.05.

“강제로 입맞추고 포옹’...체육계 종사자 10명 중 1명은 성폭력 경험”

스토리가 있는 기사



[코로나19, 비판과 비난을 멈추기 위해](#)

경북매일_2020.03.04.

“입 막은 사람들의 도시”



[코로나19가 바꾸는 세상 풍경 7가지](#)

한겨레신문_2020.03.02.

“타인의 안전이 나의 안전’ 확인한 ‘초연결 생존’”

넘버즈 칼럼

‘코로나19’와 함께 번지는 ‘가짜 뉴스’ 바이러스

권혁률

성공회대 연구교수
한국기독교교회협의회 언론위원장

‘코로나19’라는 신종바이러스가 우리 사회를 휩쓸며 큰 혼란과 희생을 초래하고 있다. 그런데 우리 사회 안에는 이미 이 못지않은 혼란과 갈등을 초래하는 바이러스가 몇 해 전부터 창궐하고 있었다. 그것은 바로 ‘가짜 뉴스’라는 바이러스다. 서로에 대한 불신과 증오를 부추기고, 이를 통해 우리 사회의 공동체성이 파괴되는 중에 누군가는 경제적, 정치적 이익을 누리는 현상이 급속히 확산되고 있는 것이다.

‘코로나19’가 창궐하는 중에서도 우리는 수많은 관련된 가짜 뉴스를 접하고 있다. 초기에 “건대입구역에 코로나바이러스 걸린 중국인이 쓰러졌어요”라는 식의 가짜 뉴스가 퍼진 것을 시작으로, 정부가 제공한 것으로 보이는 도시락 사진과 함께 ‘중국 유학생에게 문재인 대통령 명의 도시락이 제공되었다’는 허위 사실을 게시한 글이 SNS를 통해 확산하기도 했다. 그러나 사진 속 도시락은 정부가 우한에서 귀국한 우리 교민에게 제공한 것으로 밝혀졌다. 또 대구에서 근무 중인 의료진들의 처우와 관련해 ‘의료진이 숙소를 자비로 해결하고 있다’는 가짜 뉴스도 퍼져 분노를 자아냈으나, 실제로는 의료진의 숙소를 비롯한 생활 전반이 지원되고 있었다. ‘(보건 당국이) 방호복 대신 가운 착용을 권고했다’고 SNS에 퍼진 글도 사실이 아닌 것으로 확인됐다. 복지부에 따르면 의료진의 복장은 감염 위험에 따라 일회용 방수성 긴팔 가운과 전신보호복 중 스스로 선택해 착용 가능하다. ‘중국을 경유해 들어온 여성이 코로나19로 발열 증상을 보였고 모 지역 보건소에 격리됐다’는 내용의 허위 정보를 재미 삼아 수차례 SNS 오픈 채팅방에 올린 고등학생이 적발된 사건도 있었다. 확인 결과 A군이 글을 올린 시점에 해당 지역에서 코로나19로 격리된 이는 없었던 것으로 드러났다.

이 정도는 사회 불안과 갈등을 증폭시키는 수준이지만, 국민들의 건강과 방역에 상당한 악영향을 미칠 수 있는 가짜 코로나19 대처법도 온라인을 통해 광범위하게 퍼지고 있다. 고백하자면, 명색이 언론인으로 가짜 뉴스에 관심이 많은 필자조차도 깜빡 속은 적이 있다. 평소 신뢰하는 유명 목회자가 전문가의 글이라고 보낸 글이라 별 의심 없이 몇몇 단톡방에 전달했는데, 알고 보니 가짜 뉴스였던 것이다. 절반 이상은 제대로 된 대처법이었지만 그 글 중 가장 관심을 끌었던 몇몇 문장은 검증되지 않은 내용이었다. 실제로 가짜 뉴스 중 상당수는 이처럼 사실인 정보에 허위·조작 정보를 버무려 놓은 경우가 대부분이다. 그렇기에 85%의 우리 국민이 가짜 뉴스에 속은 적이 있다(입소스, 2019)는 결과가 나오는 것이다.

가짜 뉴스의 역사 - ‘서동요’와 ‘관동대학살’

우리 역사에서 가장 유명한 가짜 뉴스는 두 가지를 꼽을 수 있다. 훗날 백제 무왕이 된 것으로 알려진 서동이는 ‘서동요’는 선화공주와 결혼하기 위해 선화공주가 남몰래 정을 통하고 있다는 가짜 뉴스를 퍼트린 것이다. 두 번째 관동대지진이 났을 때 일본 정부가 책임을 회피하기 위해 조선 사람들이 방화와 강도 등을 일삼고 있다는 허위 사실을 퍼트려 분노한 일본 민간인과 자경단이 우리 동포를 학살한 사건이다.

서동요를 선화공주의 입장에서 보자면, 어린아들이 서동이 주는 마에 넘어가 거짓말을 아무 죄의식 없이 퍼트린 결과 무고한 공주가 음란한 여자로 몰려 궁궐에서 쫓겨나는 엄청난 피해를 당한 사건이다. 관동대학살

역시 일본 관료들이 엄청난 재앙에 대한 사회적 불만과 정치적, 행정적 책임 추궁을 피하기 위해 힘 없는 조선인을 희생 제물로 삼았고, 이로 인해 6천 명이 넘는 무고한 우리 동포가 학살당한 사건인 것이다.

그런데 이 두 사건 모두, 상식적으로 생각하고 조금만 살펴보면 진실을 알 수 있는 가짜 뉴스에 의한 사건이었음에도 사람들은 속아 넘어갔다. 서동요의 경우, 누가 그런 노래를 가르쳐줬는지 부르는 어린이에게 확인하거나, 궁궐에서 사실 여부를 조사해보면 진실이 쉽게 드러날 사건이었다. 관동대학살 역시 언론이 조금이라도 사실 여부에 대한 취재를 했으면 확인될 사안이었음에도 무책임한 카더라식 보도가 이를 맹목적으로 믿은 대중의 비이성적 분노와 반인도적 학살을 촉발한 사건이다.

여기서 우리는 가짜 뉴스를 만들어 부리는 사람만의 책임이 아니라 이를 제대로 판별하지 않고 유포하거나 무조건 맹신하는 사람들의 책임도 떠올릴 수밖에 없다. 특히 기독교인들은 목회자, 아는 사이인 장로, 권사가 보내주는 SNS 메시지를 무조건 믿거나 사실 여부에 대한 확인 없이 맹신하는 경우가 많기에 더욱 그러하다. 기독교윤리실천운동이 실시한 <2020년 한국교회의 사회적 신뢰도 여론조사>에서 ‘가짜 뉴스의 심각성’에 대해 묻은 결과, ‘매우 심각하다’는 응답률이 전체 응답자의 64.9%였으나 기독교인 응답자는 71.6%나 ‘매우 심각하다’고 대답해 다른 종교인들이나 무종교인보다 가짜 뉴스의 폐해를 더욱 심각하게 인식하고 있는 것으로 나타난 것은 이를 반증하는 증거라 할 것이다.

자극적 프레임 뒤에 숨은 의도는 ‘돈’과 ‘정치’

이런 가짜 뉴스는 도대체 누가 만들어 유포하는 것일까? 지난 미국 대선 당시 미국을 뒤흔든 가짜 뉴스의 원지를 추적해보니 마케도니아에 위치한 벨레스라는 이름의 소도시였다는 충격적 사실이 밝혀졌다. 이곳에서부터 친 트럼프 성향의 악의적 가짜 뉴스가 쏟아진 것인데, 범인은 대부분 이 도시에 거주하는 10대 후반 청소년이었다고 한다. 이들은 미국 극우 성향의 영터리 뉴스사이트나 SNS의 글을 긁어모아 적절히 짜깁기하고 윤색해 가짜 뉴스를 만들었는데, 벨레스의 청소년들이 친 트럼프 성향의 뉴스를 생산한 이유는 단순하다. 그들이 도널드 트럼프에 호의적이고, 힐러리 클린턴에 악의적이어서가 아니라 트럼프의 뉴스가 돈이 되기 때문이었다. 그들은 누가 미국 대통령이 되든지 상관하지 않았다. 단지 ‘프란치스코 교황이 트럼프 지지 선언을 했다’가 뉴스콘텐츠 시장에서 장사가 됐고, ‘힐러리 클린턴, ISIS에 무기 판매’가 돈이 되기 때문에 가짜 뉴스를 생산한 것이다.

가짜 뉴스가 유통되는 유튜브와 같은 SNS 서비스에서 광고주들이 가짜 뉴스 사이트에 직접 광고하지는 않는다. 모든 광고는 광고 중개 서비스를 통한다. 광고주가 중개업체에 돈을 지불하면, 중개업체는 금액별로 광고를 배치한다. 높은 조회 수가 나오는 사이트일수록 높은 금액의 광고를 배치하는 식이다. 때문에 가짜 뉴스 같은 자극적 콘텐츠가 돈이 된다.

우리나라의 경우 여기에 ‘정치적 의도’가 더해지는 경우가 많다. 우리나라에는 유독 정치인이 운영하거나 혹은 정치적 성격으로 운영하는 사이트나 개인 유튜브 방송이 많고 해외에서 유례를 찾기 어려울 정도로 높은 영향력을 확보하고 있다. 실제로 국민 3명중 한 명 꼴로 전·현직 정치인의 유튜브 채널을 구독/시청하고 있는데, 이들 정치인의 채널은 국민과의 소통 활동이 아니라 정치 활동이라고 평가하고 있는 것으로 나타났다. 이런 현실에서 우리 국민들은 가짜 뉴스에서 가장 핵심적 요소가 ‘정치적 의도성’이라고 생각하는 것으로 응답하였다(한국언론진흥재단, 2019). 결국 정치인들이 자신의 정치적 의도를 가지고 ‘가짜 뉴스’를 생산하고 있는데 이를 많은 국민들이 즐겨 시청하며 이들의 재정 수익과 정치적 영향력 확대에 기여하고 있는 것이다.

가짜 뉴스를 자주 보면 가짜 뉴스의 함정에 빠져

또 하나 우리가 주의할 점이 있다. 미디어의 알고리즘이 혐오와 차별, 극단적 주장을 확대 재생산하는 데 기여한다는 사실이다. 우리가 인터넷이나 핸드폰을 통해 접하는 정보는 알고리즘을 거쳐 선별적으로 전달되는 것인데 이때 알고리즘은 개인 맞춤형 콘텐츠를 제공한다. 이용자가 좋아하고 자주 보는 것 위주로 보여주는 방식이기 때문에 개인의 편견과 고정관념 역시 강화된다. 한 번 가짜 뉴스나 정치 편향적 글을 읽기 시작하면 점점 그런 글만 접하게 돼 결국 자신의 편향성이 강화되는 함정에 빠지게 되는 것이다.

‘필터버블(Filter Bubble)’ 현상도 이를 부추긴다. 정보를 제공하는 인터넷 검색 업체나 SNS 등이 이용자 맞춤형 정보를 제공하는 과정에서 이용자가 특정 정보만 편식하게 필터링을 해주는데, 이런 개인화 알고리즘은 뉴스 콘텐츠와 만나 필터버블 현상을 극대화한다. 한쪽으로 쏠린 내용 위주로 전달되면서 당사자의 인식과 여론을 호도할 수 있게 된다. 최근 가짜 뉴스가 확산되는 원인도 여기에 있다. 결국 개인화한 알고리즘으로 인한 필터버블 현상과 맞물려 잘못된 사실도 진실처럼 보일 수 있게 된다. 사실 여부보다 자신의 호불호가 뉴스를 보고 믿는 기준이 되는 셈이다.

가짜 뉴스는 십계명 위반

기독교 언론학자들은 창세기의 선악과 사건을 하나님과 인간의 커뮤니케이션이 단절된 사건으로 해석하고 있다. 이런 관점에서 보면 선악과를 따먹은 것은 뱀이 유포한 가짜 뉴스에 아담과 하와가 속아 넘어가면서 벌어진 사건인 것이다. 지금 우리를 유혹하며 분열과 갈등, 혐오와 차별을 조장하고 있는 가짜 뉴스에 또다시 속아 넘어가지 않도록 지혜와 분별이 필요한 시대에 우리는 살고 있다. 에덴동산에서 뱀이 전해준 가짜 뉴스를 믿고 행동한 하와와 같은 어리석음을 우리가 범해서는 안 될 것이다.

분명한 것은 가짜 뉴스는 십계명 위반이라는 사실이다. 가짜 뉴스 생산자든 유포자든 "네 이웃에 대해 거짓 증거하지 말라"는 하나님의 말씀을 위배하게 되는 것이다. 가짜 뉴스가 창궐할수록 "진리를 알지니, 진리가 너희를 자유케 하리라"(요 8:32)는 말씀 위에 굳건히 서고자 하는 지혜와 노력이 절실하다.

역대 주간 리포트 주요 내용

- 제 1호 | 인구 절벽, 그리고 개신교 인구 변화
- 제 2호 | 대한민국은 갈등 공화국(사회적 신뢰도, 갈등지수) | 종교 스위칭
- 제 3호 | 모바일 시대가 온다(개신교인 미디어 이용 실태) | 청년층 운세보기 | 황혼 이혼
- 제 4호 | 나홀로 Life, 나는 혼자여도 좋다 | 함께 일하고 싶은 리더
- 제 5호 | 다문화 가족, 그들도 우리의 이웃이다(이주 여성 실태) | 북한 비핵화 인식
- 제 6호 | 위기의 크리스천 대학생(대학생 종교 실태) | 불법 촬영(몰카) 실태
- 제 7호 | 하루 13명, 술 때문에 죽는다(음주실태) | 청년 취업 실태
- 제 8호 | 여름휴가, 어떻게 보내십니까(교회 수련회 통계) | 남성 육아 휴직
- 제 9호 | 유튜브 홀릭 | 한일 분쟁
- 제 10호 | 흡연, 성인 남성 하루 100명 죽는다 | 55세 이상 고령층 취업 희망자
- 제 11호 | 크리스천 4명 중 1명, 교회 안 나간다 | 한국인, 정신·심리 관련 조사
- 제 12호 | 북한이탈주민, 연 가구 소득 2,000만 원 미만 40% | 2019 대한민국 영향력 있는 인물 순위
- 제 13호 | 추석, 즐겁지만 여성에게는 힘든 명절, 89% | 2040 아빠 육아경험, 고령화 통계
- 제 14호 | 한국인, 인간관계를 축소하고 있다 | 합계 출산율, 전국 초중생 방과후 학원 이용 실태
- 제 15호 | 한국인 행복도, '돈'에 과도하게 영향받고 있다 | 임금 근로자 연봉 상하위 격차 14.4배
- 제 16호 | 한국인 1일 37명 자살 | 우리나라 기부 참여율 40%(최근 1년간)
- 제 17호 | 장애인, 문화 활동 거의 못하고 있다 | 한국 부자 보고서 분석
- 제 18호 | 장애인 실태 2, '장애인 근로자, 고용 기업의 만족도 높다!' | 미국 크리스천의 담임 목사 인식 조사, 한국 국가 경쟁력 순위
- 제 19호 | 한국 사회 혐오, 심각하다 96% | 100세 시대 인식조사
- 제 20호 | 특별판(1-19호) 종합 정리
- 제 21호 | 개신교인, 전광훈 목사 긍정적 평가 13% | 한국 사회 공정성 평가조사
- 제 22호 | 당신은 '꼰대'입니까? | 문재인 대통령 임기 반환점, 주요 여론조사 통계
- 제 23호 | 학벌 중심 사회, 국민 절반 가까이 학력 콤플렉스 '느낀 적 있다' | 평생직장 인식 변화, 우리나라 커피 소비 인식 조사 결과
- 제 24호 | 가족 호칭, '가부장 문화가 반영됐다' 72% | 한국인이 좋아하는 인물편(분야별)
- 제 25호 | 한국인의 결혼 · 가정관 빠르게 변하고 있다 | 한국인이 좋아하는 브랜드(일반 국민 vs 개신교인 비교), 우리 국민 절반은 '나는 가난하다' 생각한다)
- 제 26호 | 개취를 아십니까? | 전세계 기독교 청년의 교회 인식 조사, 한국인의 기대 수명
- 제 27호 | 한국인의 기부, 불투명성이 발목 잡는다! | 2019 초중등 진로 교육 현황 조사 결과, 1인당 노동소득과 소비 간 비교
- 제 28호 | 2019 [넘버즈] Top 7
- 제 29호 | 2020년 1인 가구 대세 시대 | 미국 크리스천, 교회 출석 이유, '목사의 설교 내용' 절대적임, 한국 사회, 빈익빈 부익부 현상 뚜렷하게 나타남
- 제 30호 | 50년 뒤 한국, '국민 2명 중 1명이 노인!' | 한국인 새해 경기 및 살림살이 전망,

역대 주간 리포트 주요 내용

- 31호 | 어려울 때 가장 먼저 찾는 대상, '가족!' | 2020 새해 목표, 성격 변화
- 32호 | 이제는 착한 소비의 시대! | 2019년 한국 파송 선교사 현황, 한국인 4명 중 1명 '사소한 일에 화가 난다'
- 33호 | 빅데이터로 본 2019 한국 교회 | 10대 청소년, 관심·흥미 주제 찾을 때, 유튜브가 압도적, 한국인 5명 중 1명 '종종 소외감을 느낀다'
- 34호 | 생활의 기쁨, 가족보다 '반려동물'에서 더 얻는다! | 코로나19 사태가 가져온 일상의 변화
- 35호 | 외로운 대한민국, 한국인 고독 지수 78점 | 밀레니얼 세대 직장인 분석
- 36호 | 코로나19 관련 개신교인 여론조사 결과 분석 | 코로나19 관련 국내 주요 신학교 권고의 글 모음

목회데이터연구소

서울시 강남구 역삼로8가 17 현빌딩 2층

미션

우리는 세상과 교회를 이루고 있는 이슈, 사고방식, 그리고 트렌드를 한국 교회 목회자와 리더십에게 알리는 '정치 중립/가치 중립의 공정한 팩트 탱크'로서, 사회 여론 조사, 공공 통계 등 데이터 기반의 통계 자료를 제공합니다.

우리는 교회-사회의 대화와 소통을 풍요롭게 하고 더욱 견고하고 온전한 의사 결정을 위해 '사실'에 입각한 자료를 제공합니다.

후원 방법

본 연구소는 주간리포트를 제작하여 한국 교회와 한국 사회에 무료로 제공함으로써 100% 후원을 통해 운영됩니다. 이 사역에 동참해주시면 감사하겠습니다.
(현재 후원 교회, 기관, 개인은 홈페이지에서 게시하고 있습니다).

문의 : 02-322-0726, 계좌 안내 : 하나은행 203-910046-18604(목회데이터연구소)
후원 링크 → [클릭 하기](#)

섬기는 이들

김지철 목사 | 운영위원장 (미래목회와말씀연구원 이사장)

류영모 목사 | 후원이사회 회장(한소망교회 담임목사)

신원하 교수 | 연구자문위원장(고려신학대학원 원장)

만든 이들

지용근 | 목회데이터연구소 대표 | ykji@mhdata.or.kr

김진양 | 목회데이터연구소 부대표 | marpro@mhdata.or.kr

김준영 | 목회데이터연구소 연구원 | jy0113@mhdata.or.kr