

페이크 뉴스와 인터넷 : 토론 정리

'17.03.21. / KISO

o 일 시 : 2017년 3월 20일 (월) 13:00~15:30

o 장 소 : 서울특별시 프레스센터

o 주 최 : KISO

<토론 1 : 김대원 박사(카카오 정책지원팀)>

1. 페이크 뉴스 일반

- 언론보도의 진실스러움을 흠쳐 신뢰도를 획득하는 것이 (해외에서 논란이 된) 페이크 뉴스가 추구하는 방향.
- 다만, 우리나라에서는 해외에서의 페이크 뉴스의 개념이 논란이 되는 것이 아니라, '가짜' 뉴스가 논란이 되고 있음. 가짜뉴스는 언론 등에 회자 되는 사안을 보면 페이크 뉴스의 범위를 넘어서는 것으로 보임
- 따라서, 가장 우선적으로 해야 할 부분은 학자, 연구자들이 문제가 되는 페이크 뉴스가 무엇인가에 대한 개념을 명확히 하는 것임
- 또한, 페이크 뉴스에 대한 논의들이 가짜 뉴스가 투표 결과에 영향을 미치는 것을 가정하고 있음, 다만 명백하게 인과관계는 아직 연구되지 않았는데 너무 서둘러 규제하려는 것은 아쉬움
- 가짜뉴스와 정치적 영향력을 한 데 묶으면서 구조를 바꿔서 잘못된 정보가 나오지 않아야 한다고 주장하지만, 과거부터 페이크 뉴스는 있었음. 이미 한국사에서도 서동요가 존재했음

2. 한국 인터넷 사업자의 페이크 뉴스 처리

- 국내 사업자의 경우 해외 사업자와 다르게 이미 강력한 페이크 뉴스를 막기 위한 법적 규제가 있는 경우가 많음
- 우선, 페이스북은 페이크 뉴스로 신고된 게시물에 주의 문구를 삽입하는 등의 플래그 처리만 하지만, 우리나라의 경우는 정보통신망법상의 임시조치를 통해 일정 기간동안 게시물을 삭제(블라인드)처리하는 더 강력한 수단이 있음

- 또한, 독일의 24시간 삭제 및 차단 조치와 관련해서도 이미 우리나라는 2007년부터 시행하고 있음
- 어떠한 사실이 진짜로 벌어졌는지 사업자가 판단하기 어렵기 때문에, 논란이 되는 페이크 뉴스역시 사업자가 판단하기 어려움. 지금까지 이러한 ‘사실과 관련된’ 사안에 대해서 논란이 있는 경우 미디어 플랫폼이 판단하기보다 방송통신심의위원회, 선거관리위원회 등 전문 기관에서 이를 판단하여 사업자에 제공하였고 사업자는 이에 따라 왔음
- SNS, 포털 사업자 등이 팩트체킹을 해야한다는 주장이 있는데, 그럼 어떤 콘텐츠를 포털이 팩트체크를 할지 인터넷 사업자가 판단하여야 함. 이는 포털사업자가 아젠다 세팅을 한다는 비판에 직면할 것임
- 특히, 흔히 한국에서 분류되는 SNS상에서의 페이크 뉴스에 대한 논의의 경우 다양한 서비스가 있는 만큼, 이를 모두 묶어 규제하는 방식보다는 각 서비스의 성격을 고려하여 각각에 대한 페이크 뉴스에 대한 대책이 필요한 측면이 있음
- 인스턴트 메시지의 내용에서 페이크 뉴스를 판명하는 것은 게시판형 SNS와 다르게 사적 통신의 검열이슈가 있을 수 있음
- 포털상에서의 페이크 뉴스 규제 논의는 한국의 서비스와 외국의 서비스(특히 구글) 과의 차이를 검토하여야 할 필요가 있음. 구글은 특정 키워드에 대한 결과가 콘텐츠 분류없이 나열되지만, 다음에서는 특정 카테고리 중심으로 나뉘어져 결과가 나열되기 때문임
- 또한, 한국은 언론 등록제를 통해 등록된 언론사만이 뉴스란에 노출되고, 더 나아가 다음은 뉴스제휴평가위원회를 통과한 언론사의 기사만 신고 검색되므로, 어떤 기사가 허위라는 것은 가짜뉴스라기보다는 오보라고 보는 것이 맞음
- 따라서 좀 더 차분한 대응 및 논의가 필요할 것으로 보임

3. 결론

- 외부적인 규제를 통한 방식보다, 궁극적으로 이용자가 어떠한 정보를 정확하다고 신뢰하느냐에 대한 문제를 해결하는 것이 중요함. 결국 확증 편향의 문제 사회적인 문제를 가짜뉴스에 희석하고 있는 상황이라고 보임
- 사업자 입장에서는 좋은 콘텐츠는 유입시키고, 나쁜 콘텐츠는 퇴출하는 것이 중요함. 따라서, 카카오는 이러한 가짜뉴스 문제에 대해 열린 입장이고, 좋은 제안이 있으면 얼마든지 수용하고 적용하겠음

〈토론 2 : 김수연 센터장(중앙선거관리위원회 사이버범죄대응센터)〉

1. 중앙선거관리위원회 선거 기간 중의 업무

- 공직선거법에 의거해 허위사실의 삭제요청, 비방사실의 삭제요청, 그리고 게시자의 고발권을 가지고 있음
- 특히 50일여로 다가온 대선인 경우, 한번 당선자가 결정되면 선거 범죄가 있더라도 이를 반복하여 재선거를 실시하는 것이 어려운 측면이 있음. 따라서 예방차원에서 삭제명령 등을 활용하고 있음

2. 중앙선거관리위원회 업무 처리 애로사항

- 중앙선거관리위원회는 공정한 선거를 위해 필요한 조치를 하고 있음
- 다만, 그 결과 나타난 삭제요청 건수, 고발 건수에 대해 양측 모두에서 비판이 가능한 측면이 있음
 - ⇒ 많다 : 공적기관의 규제이니, 표현의 자유 침해라는 의견
 - 적다 : 허위사실, 왜곡된 정보는 신속히 바로잡아야 된다는 의견
- 정보통신망법상 불법정보는 삭제가 가능하지만, 이러한 불법정보들은 음란물 등 명백한 불법정보에 속함
- 그러나 정치적 표현은 이 사실이 명백한 허위인지 등 내용 판단이 필요하므로 판단이 어려운 경우가 많아 최대한 신중하게 접근하고 있으나, 그 내용에 대해서는 양 당사자가 다른 의견을 가진 경우가 많음
- 또한 선거관리위원회는 법에 따라 글을 삭제요청할 권한만 있을 뿐, 글의 내용을 수정하는 등의 다른 방안을 제시할 수 없는 한계가 있음. 따라서 표현의 자유를 보호하면서도 허위사실을 바로잡을 수 있는 방안이 부족한 것이 현실임
- 공직선거법에 위반되지는 않지만 특정 진영에게 유리한 정보(예 : OO정부 때 경제가 좋았다는 내용의 정보)가 있음. 다만, 이것을 규제하기 위해 새로이 법을 제정하거나 개정하는 것은 신중하게 접근해야 할 문제라고 생각함

3. 자율규제의 필요성

- 선거와 관련된 것이 아니더라도, 현행법으로 커버할 수 있는 범위 밖의 게시물은 추가 법 제정·개정이 아닌 자율규제를 통해 규제가 이루어져야 된다고 생각함

- 페이크 뉴스와 관련된 사안도 마찬가지로, 결국 선거관리위원회는 글을 삭제할 수 있느냐 없느냐의 관점에서 판단할 수밖에 없는 것이 사실임
- 다만, 한국에서도 외국의 경우처럼 팩트체크 시스템, 이를 바탕으로 하는 자율규제 시스템이 정립되면 정부에 의한 표현의 자유 침해, 검열 관련 이슈 없이도 공정한 선거를 치루는 것이 가능할 수 있음
- 언론, 학계 등 다양한 분야가 참여하는 방식으로 팩트체크 기관을 설립하는 방식이 바람직할 것으로 보임.
- 다만, 우리나라의 경우, 전체적으로 신뢰도가 낮은 측면이 있어, 어떠한 방식으로 팩트체크 기관이 생겨도 그 결과에 대한 국민들의 불신이 있을 것으로 예상됨
- 그러나, 팩트체크 시스템과 이에 수반하는 자율규제 시스템을 도입한다면, 표현의 자유를 적게 침해하는 방식(글 수정 권고 등)으로 허위정보를 수정할 수 있다는 점에서 그 효용성이 기대되는 측면이 있음
- 서울대에서 팩트체크 시스템을 운영한다고 하는데, 이러한 팩트체크가 활성화 되면, 앞으로 한국사회가 더욱더 신뢰 사회로 변화할 수 있을 것으로 보임

<토론 3 : 이수종 팀장(언론중재위원회 연구팀)>

※ 세부사항 붙임 토론문 참고

1. 가짜 뉴스 현상에 관한 논의

- 사회적으로 논란이 되는 것은 가짜 뉴스가 처음 나타나서가 아니라 이것이 광범위하게 유통되는 것이므로 가짜뉴스 ‘현상’ 이라고 보아야 함
- 이러한 ‘가짜 뉴스 현상’의 본질은 허위·날조된 뉴스의 내용이 페이스북 등 SNS와 포털 등을 통해 광범위·신속하게 전파되는 유통된다는 것임
- 따라서, 가짜 뉴스 현상은 위와 같이 유통되고 소비되는 방식으로 인한 피해가 심각한 만큼, 대응을 위한 사회적 논의 역시 이러한 플랫폼에 맞춰줘야 함

2. 가짜 뉴스 현상에 대한 규제

- 현재 정보통신망법, 공정선거법 등 법률은 가짜 뉴스를 생산하여 유포시킨 자만을 대상으로 처벌하는 방식이므로, 급격히 확산되는 가짜뉴스 현상을 막기에는 역부족인 측면이 있음
- 가짜 뉴스 현상은 이것이 유통되고 있는, 또한 뉴스플랫폼의 역할을 전담하고 있는 SNS 혹은 포털이 사회적 책임을 진다고 볼 수 있음
- 가짜 뉴스는 공적 여론 형성과정에 미치는 부정적 영향이 있으므로 인한 민주주의를 위협하는 것이라는 점에서 재제가 필요한 측면이 있음
- 따라서, 가짜 뉴스의 급속한 전파, 전달의 역할을 하고 있는 SNS 등 플랫폼 사업자를 규제할 수 있는 추가적인 법제화가 있어야 할 것으로 보임
- 이미 우리 대법원은 판결을 통해 정보 매개자의 책임을 일부 확인된 바 있음. 또한 이러한 정보 매개자의 책임 문제는 이미 독일연방헌법재판소는 정보의 생산뿐만 아니라 정보의 전파기능에도 공적 임무가 부과되는 것이라고 판시하는 등 세계적인 추세임

3. 결론

- 사업자의 구체적인 실천 방안으로는, 시민의 공공 감시가 가능하도록 누구에게나 신고창구를 개방하는 것이 있음
- 끝으로, 앞으로 1인 미디어 활동이 증가할 것으로 예상되며, 언론사 경계가 모호해질 것으로 예상됨

- 이런 상황에서 가짜 뉴스에 대해 더욱 적극적으로 대처할 필요성이 대두한 것으로 보임. 선거 국면에서는 가짜뉴스가 선거에 영향을 미치므로, 언론중재위원회는 조정 사건 등을 통해 열심히 맡은 바를 다 하겠음

<토론 4 : 이준웅 교수(서울대 언론정보학과)>

1. 가짜 뉴스 개념 관련

- 가짜뉴스(fake news)의 정의는 앞선 발제에 따르면 ①기만적 형식, ②허위적 내용, ③유통자의 의도에 상업적·정치적 의도가 있는지 여부, 이렇게 세 가지를 고려하는 것으로 보임
- 다만, 가짜 뉴스의 반대말을 이른바 진짜 뉴스(genuine news) 라고 할 수 있을 것임. 가짜 뉴스를 정의하기 위해 무엇이 진짜 뉴스인가에 대해서 판단해보자면 우리가 흔히 접하는 뉴스가 모두 진짜 뉴스로 보기 어려운 측면이 있음. 예를 들면, 광고주의 협찬에 의해 작성된 기사는 진짜 뉴스라고 보기 어려움. 또한 언론사의 오보, 정치를 다루는 팟캐스트 방송도 흔히 말하는 진짜 뉴스가 아님. 그러나 그것을 모두 가짜뉴스로 명명하지는 않음
- 요컨대, 가짜뉴스도 진짜뉴스도 아닌 회색지대의 영역이 존재하고 있고, 따라서 명확히 가짜 뉴스 명확히 진짜 뉴스는 존재하기 어려움
- 특히 허위적 내용, 유통자의 의도를 고려할 경우 과연 페이크 뉴스가 무엇인가에 대해 파악하기 어려운 점이 있음

2. 가짜 뉴스를 해결하기 위한 방안

- 언론의 역사는 무엇이 옳은 뉴스인지 투쟁의 역사였음. 이를 통해 언론의 정체성을 형성해 온 측면이 있음
- 이른바 옐로우 저널리즘과 정론지의 투쟁을 비롯하여, 언론은 무엇이 이상적인 뉴스인지에 대해 지속적으로 논의해왔으며 그 결과가 현재의 뉴스라고 보여짐
- 하지만 이런 논의는 언론계 내에서 ‘무엇이 뉴스인가’에 대한 논의를 거쳐 형성된 것이지, 이러한 것이 언론 외부에 기대어 있던 것은 아님
- 그러나 21세기에 들어 언론은 유통을 담당하는 플랫폼 사업자에게 책임을 넘기는 양상을 보임
- 이렇게 언론의 책임을 지속적으로 방기하면 포털 등 플랫폼 사업자의 영향력은 강화되고 언론의 영향력은 약화될 것이 자명함
- 페이크 뉴스를 해결하는 주체는 결국은 언론이 되어야 함. 법령이나 외부의 제한을 통해 이를 해결하려고 할 경우 언론은 더 이상 언론으로서의 역할을 하기 어려움