

# 미디어와 세상

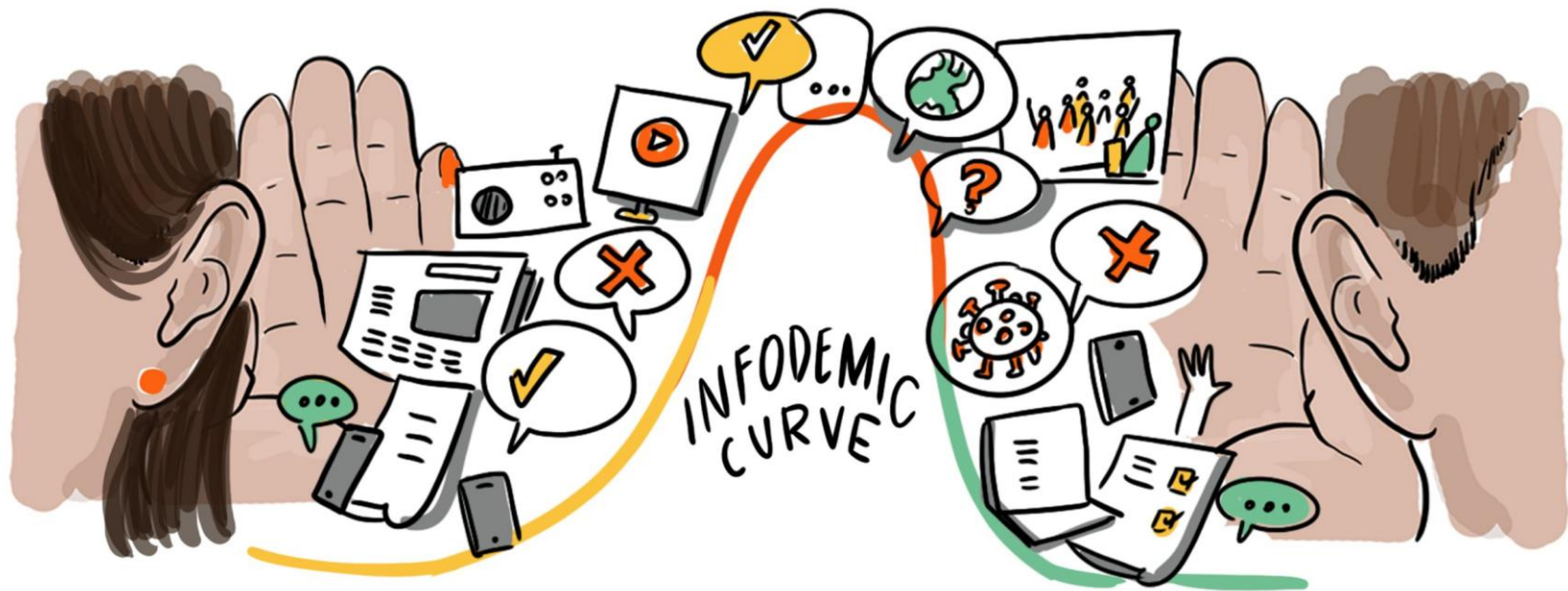
## 11주차 : 미디어 리터러시 역량 키우기

- 인포데믹스 생산 · 유통 · 소비

2025년 1학기

신문방송학과 엄호동

강의 주차	강의 제목	수업 유형	평가
1주차 (03월 10일)	강의 계획 및 설명	강의 설명	출석 15% / 참여 10%
2주차 (03월 17일)	미디어에 대한 기본적인 이해	이론 강의	“
3주차 (03월 24일)	미디어 기능과 미디어 영향력에 대한 이해	이론, 토론, 실습	“
4주차 (03월 31일)	미디어 플랫폼과 콘텐츠 등에 대한 이해	“	“
5주차 (04월 07일)	디지털 미디어에 대한 이해	“	“
6주차 (04월 14일)	비판적으로 미디어 읽고 쓰기	“	“
7주차 (04월 21일)	디지털 시민성이란?	“	“
8주차 (04월 28일)	중간고사	-	30%
9주차 (05월 05일)	미디어 리터러시 알아보기	이론, 토론, 실습	출석 15%, 참여 10%
10주차 (05월 12일)	인포데믹스의 발생과 미디어 환경	“	“
11주차 (05월 19일)	인포데믹스 생산 · 유통 · 소비	“	“
12주차 (05월 26일)	미디어 리터러시에 대한 이해와 토론	“	“
13주차 (06월 02일)	알고리즘과 디지털 미디어 리터러시	“	“
14주차 (06월 09일)	소셜 미디어 이용자의 권리와 책임	“	“
15주차 (06월 16일)	미디어 리터러시 등에 대한 발표 및 종합 토론	종합 토론	과제 등 15%
16주차 (06월 23일)	기말고사	-	30%



# 인포데믹스의 생산과 유통 그리고 소비

홍종윤 외, 2022. 세상을 바라보는 눈, 미디어 리터러시. <한국언론진흥재단>.

# 인포데믹스의 생산과 유통 그리고 소비

**인포데믹스(infodemic)**는 허위 정보가 생산, 유통, 소비되는 체계적인 시스템을 기반으로 발생한다.

이러한 인포데믹스는 사람, 기업, 기술의 합작품이다.

사람은 허위 정보를 생산, 유통하고 소비하는 주체다. 기업은 허위 정보를 쉽게 생산해 유통, 소비할 수 있는 플랫폼을 제공한다. 기술은 허위 정보의 생산, 유통과 소비가 원활히 이뤄지도록 돕는다.

## 1) 허위 정보의 주체: 생산자와 이용자

문제가 되는 허위 정보는 사람이 만든다. 허위 정보의 생산자는 사람이며 결국 사람이 문제다.

허위 정보의 생산자는 경제적 목적이나 정치적 목적을 달성하려는 동기를 지닌 경우가 많다.

허위 정보 사이트나 소셜 미디어 계정을 만들어 사람들의 관심을 끌고 클릭을 유도해 광고 수익을 얻거나 후원금을 땄다. 또 허위 정보를 통해 여론을 조작하고 정치 행위를 교란하려고 한다.



# 인포데믹스의 생산과 유통 그리고 소비

## 1) 허위 정보의 주체: 생산자와 이용자

허위 정보를 만드는 사람만 문제는 아니다.

오히려 더 심각한 것은 허위 정보를 소비하고 적극적으로 유통하는 사람들일 수 있다.

허위 정보의 이용자는 허위 정보를 수신하고 소비한다.

또한 의도적이건 그렇지않건 간에, 허위 정보를 전달하고 확산시키는 역할도 한다.

사람들이 허위 정보를 믿는 이유는 허위 정보가 사실인 것처럼 잘 포장되어 있어서 일 수도 있지만

내 주변의 동료나 지인들이 관심을 갖고 공유한 정보기때문일 수도 있다.

이른바 지인 효과가 발생하는 것이다.

# 인포데믹스의 생산과 유통 그리고 소비

## 1) 허위 정보의 주체: 생산자와 이용자

우리 사회는 허위 정보 문제에 대응할 때 흔히 허위 정보의 생산자에만 초점을 맞추는 경향이 있다.

즉, 허위 정보를 만드는 사람들을 찾아 법적 처벌이나 규제를 가하려는 것이다.

물론 사회적으로 폐해가 큰 허위 정보를 지속적으로 생산하는 사람을 처벌하는 것이 필요할 때도 있다.

그러나 일반적으로 허위 정보 생산자를 찾는 작업은 쉬운 일이 아니다.

더구나 막대한 양의 허위 정보가 유통되는 상황에서 일일이 그 모든 허위 정보 생산자를 찾는 것은 거의 불가능한 일이다.

무엇보다도 생산자 처벌 관점의 대응은 허위 정보를 지속적으로 찾고 적극적으로 유통하는 허위 정보 이용자의 문제를 해결해 주지 못한다.

# 인포데믹스의 생산과 유통 그리고 소비

## 2) 허위 정보의 플랫폼 : 소셜 미디어 기업

소셜 미디어는 웹 기반 기술을 활용하여 사회적 상호 작용을 지원하는 미디어를 가리키는 말이다.

소셜 미디어를 통해 사람들은 이전보다 더 폭넓고 강화된 인간관계 속에서 살아간다.

소셜 미디어 서비스는 이용자들이 공개된 계정을 만들면 다른 이용자와의 연결을 통해 거대한 사회적 연결망을 구축해 준다.

이 연결망 속에서 소셜 미디어 이용자들은 친구, 팔로어, 일촌, 팬 등의 다양한 인간관계를 형성하고 글과 사진, 동영상을 생산하고 공유하면서 거대한 사회적 커뮤니케이션을 생성해 낸다.







# 인포데믹스의 생산과 유통 그리고 소비

## 2) 허위 정보의 플랫폼 : 소셜 미디어 기업

여기에는 소셜 미디어 기업들이 성장 극대화 전략을 최우선으로 추구한 것도 주요한 요인으로 작용했다. 즉, 유통되는 정보의 품질에 상관없이 사람들이 관심을 많이 갖고, 자주 이용하고, 자신의 서비스에 오래 머무르게 할 수 있는 정보를 우선으로 유통하는 시스템을 만든 것이다.

예를 들면 이용자 맞춤형 콘텐츠 추천 알고리즘이 대표적이다.

이는 관심 경제(attention economy), 즉 사람들의 관심이 곧 돈이 되는 경제 시스템에서 어찌 보면 당연한 기업 전략일 수도 있다.

# But...

이용자의 관심을 끄는 콘텐츠들이

허위 정보, 음모론, 가짜 뉴스라면 이야기가 달라진다.



## 인포데믹스의 생산과 유통 그리고 소비



<https://www.youtube.com/watch?v=UtR9m9baFXM>

# 인포데믹스의 생산과 유통 그리고 소비

## 3) 허위 정보의 확산: 소셜 기술

소셜 미디어 기술은 허위 정보 확산에도 활용된다.

소셜 미디어 서비스들은 누구나 쉽게 콘텐츠를 만들고, 공유하고, 확산시킬 수 있는 기술적 시스템에 기반하고 있다.

이러한 편리함의 이면에는 기술적으로 양질의 진짜 정보와 허위 정보를 구별하기 어렵다는 문제가 도사리고 있다.

소셜 미디어 등장 이전에는 신뢰할 만한 양질의 정보와 그렇지 않은 정보의 구분이 어느 정도 가능했다.

예를 들어 주요 언론사의 뉴스와 속칭 증권가 지라시는 형태적으로도 구분되고 사람들의 신뢰 수준도 당연히 달랐다.

그러나 소셜 미디어에서 유통되는 허위 정보와 진짜 정보를 구별하는 것은 거의 불가능하다.

# 인포데믹스의 생산과 유통 그리고 소비

## 3) 허위 정보의 확산: 소셜 기술

소셜 미디어 콘텐츠의 유통 기술 중 하나인 ‘좋아요, 추천, 공유, 리트윗’ 등의 소셜 버튼(social button) **이용자 행동 정보를 추적하고 분석**하는 쿠키(cookie)나 픽셀(pixel) 등도 허위 정보 확산 도구로 이용될 수 있다.

소셜 미디어 기업들은 이러한 기술을 제공해 **이용자 데이터를 수집하고 분석해 맞춤형 콘텐츠를 제공하고** 동시에 **표적 광고 판매 같은 상업적 수단으로도 활용**한다.

이러한 기술은 허위 정보의 생산과 확산에도 활용될 수 있다.

허위 정보 생산자들은 이용자 데이터 수집 및 분석을 통해 **자신들의 허위 정보를 믿을 가능성이 높은** 사람들을 찾아내고 **빠르게 확산시킬 수 있는 경로를 알아낼** 수도 있다.

# 인포데믹스의 생산과 유통 그리고 소비

## 3) 허위 정보의 확산: 소셜 기술

인간을 흉내 내는 자동화 소프트웨어의 일종인 소셜 봇(social bot)은 편리한 마케팅 도구로 흔히 활용된다.

소셜 봇 기술 역시 허위 정보를 손쉽게 값싸게 생성하고 배포하는 데 활용될 수 있다.

소셜 봇은 인간인 것처럼 위장하여 허위 정보를 게시하고 자기들끼리 또는 인간들과 상호 작용을 통해 허위 정보를 확산한다.

현대 사회의 인포데믹스는 이처럼 사람, 기업, 기술이 결합된 총체적 협업의 산물이다.

이를 뒤집어 이야기하면, 인포데믹스에 대한 대응 역시 사람, 기업, 기술의 총체적 협업이 되어야 한다는 것을 의미한다.

허위 정보 생산자 처벌, 유통 플랫폼 규제 같은 일면적 대응 방식은 현실적으로 실행하기도 어려울 뿐만 아니라 실질적인 효과를 거두기도 어렵다.



## 인포데믹스의 생산과 유통 그리고 소비



<https://www.youtube.com/watch?v=XVwGoFBTYrk>