

# 미디어와 세상

## 10주차 : 미디어 리터러시 알아보기

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 1	이론 강의	“
3주차 (03월 24일)	미디어에 대한 기본적인 이해 2	이론, 토론, 실습	“
4주차 (03월 31일)	미디어 플랫폼과 콘텐츠 등에 대한 이해	“	“
5주차 (04월 07일)	디지털 미디어에 대한 이해	“	“
6주차 (04월 14일)	미디어 리터러시 알아보기 등	“	“
7주차 (04월 21일)	소셜 미디어 알아보기 1	“	“
8주차 (04월 28일)	중간고사	-	30%
9주차 (05월 05일)	소셜 미디어 알아보기 2	이론, 토론, 실습	출석 15%, 참여 10%
10주차 (05월 12일)	미디어 리터러시 역량 키우기 1	“	“
11주차 (05월 19일)	미디어 리터러시 역량 키우기 2	“	“
12주차 (05월 26일)	미디어 리터러시 역량 키우기 3	“	“
13주차 (06월 02일)	미디어 리터러시 역량 키우기 4	“	“
14주차 (06월 09일)	미디어 리터러시 역량 키우기 5	“	“
15주차 (06월 16일)	미디어 리터러시 등에 대한 종합 토론	종합 토론	과제 등 15%
16주차 (06월 23일)	기말고사	-	30%



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

## 미디어 리터러시 개념 규정

디지털 사회를 살아가는 우리에게 필수 역량으로 꼽히는 미디어 리터러시는 어떤 능력들로 구성될까?

다양한 미디어를 적극적으로 활용하는 사람이라면 이미 미디어 리터러시를 모두 갖추었다고 할 수 있을까?

미디어 리터러시는 미디어 리터러시를 갖추기 위해 요구되는 하위 역량의 총합으로 정의되곤 한다.

미국의 미디어리터러시교육협회(National Alliance for Media Literacy Education, NMLE)는 미디어 리터러시를 ‘모든 종류의 의사소통 수단을 기반으로 접근, 분석, 평가, 창조하고 사회적 변화를 추구하는 참여적 행동을 할 수 있는 역량’ 이라고 규정한다.

# 미디어 리터러시 개념 규정

미디어 리터러시 : 모든 종류의 의사소통 수단을 기반으로 접근, 분석, 평가, 창조하고 사회적

변화를 추구하는 참여적 행동을 할 수 있는 역량

- 1) 접근 역량: 다양한 정보, 도구, 콘텐츠를 찾고 쓸 수 있다.
- 2) 분석 · 평가 역량: 미디어 콘텐츠 및 정보의 진위, 의미, 유용성, 관점 등을 분석하고 평가할 수 있다.
- 3) 창조 역량: 내가 표현하고자 하는 의미를 담아 미디어 콘텐츠나 정보를 만들고 적합한 플랫폼을 선택해 공유할 수 있다.
- 4) 행동 역량: 여러 사람의 의견을 모아 사회적인 변화를 이끄는 참여 행동을 할 수 있다.

## 미디어 리터러시 개념 규정

예제) 여행을 가려고 계획 중인 상황에서 미디어 리터러시 하위 역량들을 어떻게 발휘할 수 있을까?

먼저 ‘접근 역량’은 어떤 미디어에 어떻게, 왜 접근하는지에 관한 것이다.

여행 계획을 세울 때 우리는 여행 카페에서 다른 사람의 후기를 찾아보거나 구글 지도 등 애플리케이션을 이용해 여행지의 거리나 위치를 확인할 수 있다. 다양한 여행 관련 커뮤니티를 찾아가거나 여행 잡지를 찾아볼 수도 있고 최근에 여행을 다녀온 지인에게 연락해 정보를 구할 수도 있다. 이 전반적인 과정에서 접근 역량이 발휘된다.

다음 단계에서는 ‘분석과 평가’ 역량이 필요하다.

다양한 미디어와 정보원에 접근해 수집한 정보나 콘텐츠를 믿을 만한지, 나에게 유용한지, 누가 왜 만들었는지 등의 기준을 적용해 분석하고 평가해야 한다.



## 미디어 리터러시 개념 규정

예제) 여행을 가려고 계획 중인 상황에서 미디어 리터러시 하위 역량들을 어떻게 발휘할 수 있을까?

이렇게 정보를 모으고 계획을 세워 여행을 떠났다고 치자. 여행지에서 우리는 디지털 미디어를 활용해 많은 기록을 남기고 여행 후기를 작성해서 내가 원하는 사람들과 공유하기도 한다. 또 정보 수집 단계에서 도움을 받았던 여행 커뮤니티가 있다면 그곳에 후기를 남겨 다음에 정보를 찾을 사람들을 돕기도 한다. 이렇게 ‘창조 역량’을 발휘한다.

사회적 참여 행동 역량은 어떻게 구현할 수 있을까. 예를 들어 여행하면서 불편했던 점이나 개선이 필요하다고 판단한 사항을 지역 홈페이지 등을 통해 전달할 수도 있다. 혹은 여행지의 쓰레기 문제 등이 마음에 걸렸다면 환경 보호 챌린지를 만들어 소셜 미디어에 공유하는 것도 가능하다.

이처럼 디지털 미디어 공간을 통해 여러 사람의 목소리를 모아 사회적인 변화를 이끄는 ‘행동 역량’을 발휘할 수 있다.

# 디지털 시민성을 지향하는 미디어 리터러시

## 미디어 리터러시

: ‘모든 종류의 의사소통 수단을 기반으로 접근, 분석, 평가, 창조, 행동하는 역량’.

⇒ 미디어 리터러시를 이렇게 정의하고 소개할 때 사족처럼 덧붙이는 두 가지 설명이 있다.

하나는 미디어 리터러시가 단순히 미디어 활용 능력을 의미하지 않는다는 것이다.

미디어 리터러시나 디지털 리터러시라는 말을 접했을 때, 디지털 기기를 잘 활용하는 역량 혹은 미디어를 이용해 영상이나 콘텐츠를 잘 제작하는 역량으로 이해하기 쉽다.

하지만 정의에서 보았듯이 미디어 리터러시는 제작, 이해, 소통과 참여를 포괄하는 개념이다.



# 디지털 시민성을 지향하는 미디어 리터러시

## 미디어 리터러시

: ‘모든 종류의 의사소통 수단을 기반으로 접근, 분석, 평가, 창조, 행동하는 역량’.

⇒ 미디어 리터러시를 이렇게 정의하고 소개할 때 사족처럼 덧붙이는 두 가지 설명이 있다.

**두 번째로** 미디어 리터러시는 개인의 수월성만 강조하는 개념이 아니라는 것이다.

미디어 리터러시는 디지털 미디어로 연결된 우리가 서로에게 가지는 **윤리적 책임감**과 **공동체 지향성을 전제**한 개념이다.

우리는 디지털 미디어로 연결된 사회에 살고 있다. 예를 들어 보자. 디지털 환경에서 내가 공유한 정보는 빠른 속도로 수많은 사람에게 닿고 그 영향력 역시 크다. 이때 내가 받은 정보를 공유하기 전에 해당 정보를 다시 한 번 살피고 믿을 만한 정보인지 판별한 후 내가 원하는 사람들에게 효율적으로 전달하는 것이 미디어 리터러시를 갖춘 사람의 행동이다.

이때 **정보에 대해 한 번 더 생각하고 공유하는 것은 정보가 가지는 사회적파급력과 다른 사람에게 미치는 영향력을 고려하는 윤리적 책임감, 공동체 지향성을 전제**한 미디어 리터러시 역량을 갖추고 있기 때문에 할 수 있는 행동이다.

## 디지털 시민성을 지향하는 미디어 리터러시

앞서 살펴본 것처럼.. 미디어 리터러시가 ‘모든 종류의 의사소통 수단을 기반으로 접근, 분석, 평가 창조하고 행동하는 능력’ (NAMLE, 2018)이라면, **디지털 시민성을 지향하는 지금의 미디어 리터러시에는 두 가지 요소가 추가되어야 한다.**

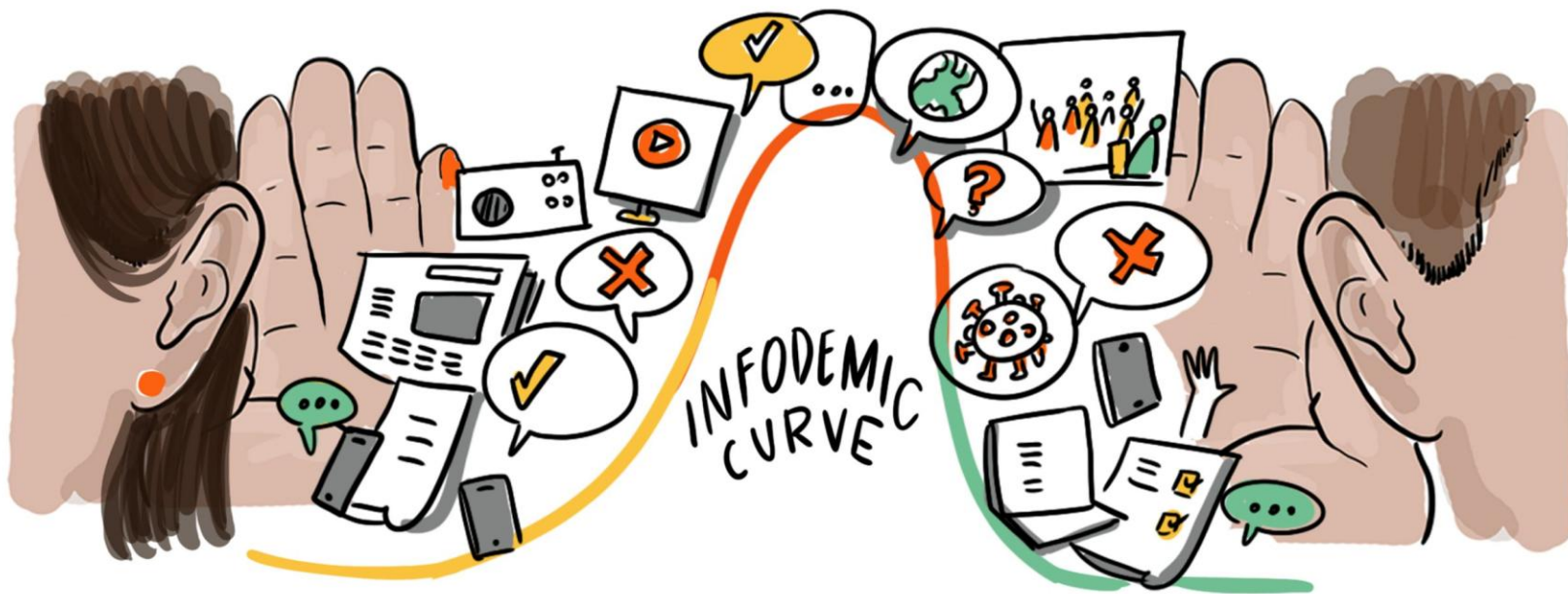
**첫째,** 미디어 리터러시를 갖춘 사람은 자신의 미디어 이용과 생산, 미디어를 활용한 소통과 참여가 **자신이 속한 온·오프라인 공동체에 어떤 영향을 주는지** 책임감 있게 고려하는 시민적 태도를 가져야 한다.

**둘째,** 미디어 리터러시를 갖춘 사람은 **건강한 공동체에 기여**하는 미디어가 어떤 모습인지 대안적인 상상을 할 수 있어야 한다.

# 디지털 시민성을 지향하는 미디어 리터러시

디지털 시민성 함양을 위한 미디어 리터러시는 디지털 사회에 대한 관심과 이해, 성찰 및 대안적 상상을 가능하게 하는 역량이다. 디지털 시민성 함양을 목표로 하는 미디어 리터러시 교육은 다음과 같은 주제를 다룰 수 있다.

- 1) 허위 조작 정보(‘가짜 뉴스’) 등 현재 우리가 살아가는 사회에서 주목해야 하는 미디어 문화 및 현상에 관심을 가지고 성찰한다.
- 2) 인공지능 윤리 등 미디어와 테크놀로지에 관심을 가지고 테크놀로지와 사회, 테크놀로지와 나의 생활 · 생각 · 인식의 관계를 성찰한다.
- 3) 미디어나 테크놀로지가 개인과 어떻게 영향을 주고받는지, 예를 들어 소셜 미디어 이용과 정체성 구현은 어떤 관계가 있는지 이해한다.
- 4) 미디어나 테크놀로지가 사회와 서로 어떻게 영향을 주고받는지, 예를 들어 미디어 플랫폼의 추천 알고리즘의 영향을 이해한다.



# 인포데믹스의 발생과 미디어 환경

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

# 인포데믹스란 무엇인가?

인포데믹스(**infodemic**)는 정보를 뜻하는 인포메이션(**information**)과 전염병을 뜻하는 에피데믹스(**epidemics**)의 합성어다. 인포데믹스는 **허위 정보가 마치 전염병처럼 빠르게 확산되는 현상**을 지칭한다. 전염병이 인간의 신체와 사회 전반에 해를 끼치는 것처럼, 인포데믹스 역시 인간과 사회에 해악을 가져온다. 인포데믹스라는 용어의 유래는 2003년 중증급성호흡기증후군(**severe acute respiratory syndrome, SARS**), 줄임 말로는 사스로 명명된 전염병이 등장한 시점으로 거슬러 올라간다. 치명률이 높은 사스에 대한 공포심과 더불어 **부정확한 추측이나 루머들이 동반된 허위 정보가 급속도로 확산되면서 정치·경제·사회에 악영향을 끼치는 상황을 묘사하기 위해 등장한 것이다.** 인포데믹스는 2020년 코로나19가 세계적으로 대유행(**pandemic**)하면서 다시 사용되기 시작했다. 세계보건기구(WHO)는 코로나19 관련 허위 정보에 대응해 인포데믹스 관리 프로그램을 가동해 왔다. 코로나19 인포데믹스 관리 프로그램은 코로나19 공중 보건과 관련해 사람들에게 정확하고 신뢰성을 지닌 정보를 시의 적절하게 전달하는 활동을 수행한다.

## 인포데믹스의 세 가지 구성 요소

인포데믹스는 허위 정보가 전염병처럼 빠르게 확산되는 것이라고 했다. 여기서 세 가지 구성 요소를 발견할 수 있다. 허위 정보, 전염병, 빠른 확산이다. 따라서 인포데믹스를 인수 분해하면 다음과 같이 나타낼 수 있다.

인포데믹스 = (허위 정보) × (전염병) × (빠른 속도)

### 허위 정보란 무엇인가?

허위 정보(misinformation)란 말 그대로 허위인 정보, 즉 사실과 다른 잘못된 내용을 포함한 정보를 말한다. 최근에는 허위 정보와 비슷한 용어로 ‘가짜 뉴스(fake news)’ 나 ‘허위 조작 정보(disinformation)’ 라는 말이 자주 사용된다.

이 용어들은 사실과 다른, 틀린 내용을 포함하는 정보를 지칭한다는 점에서 유사하지만 세부적으로는 의미상 차이가 있다.

## 허위 정보란 무엇인가?

**가짜 뉴스**는 뉴스의 틀을 갖추고 마치 사실인 것처럼 유포되지만 실제로는 거짓인 뉴스를 말한다.

**형식상 뉴스처럼 보이는 것이 가장 큰 특징**이다.

반면 **허위 조작 정보**는 **의도적으로 상대방을 기만할 목적으로 조작한 정보**를 말한다. 여기서 의도란

돈을 벌기 위한 경제적 목적이나 특정 정치 세력의 이익을 얻기 위한 정치적 목적 등을 의미한다.

예를 들어 유튜브 같은 소셜 미디어를 통해 고의로 허위 조작 정보를 유포해 사람들의 관심을 끌고

광고 수익이나 후원, 또는 물건 판매 등으로 경제적 이익을 얻으려는 행위들을 자주 볼 수 있다.

또한 특정 정치 세력이나 집단을 공격하기 위해 허위 조작 정보를 유포하는 사건도 자주 발생한다.



## 허위 정보란 무엇인가?

일반적으로 대중은 가짜 뉴스라는 용어에 익숙하고 훨씬 자주 사용하지만 UN이나 EU같은 국제기구들에서는 공식적으로 가짜 뉴스 대신 허위 정보나 허위 조작 정보라는 용어를 사용한다.

그 이유는 여러 가지다. 우선 **뉴스의 형태를 지니지 않은 허위 정보들이 많기 때문**이다. 그런 점에서 뉴스라는 용어는 매우 제한적인 범위의 틀린 정보만을 지칭하는 한계를 지닌다.

두 번째는 **가짜 뉴스라는 용어가 실제 정보의 옳고 그름과 상관없이 자신의 의견과 다른 정파를 공격하기 위해 사용되는 경향이 있어서**다. 상대방 주장의 진실 여부와 상관없이 무조건 가짜 뉴스라고 공격하는 일이 많아지면서 정작 ‘진짜’ 가짜 뉴스에 대응하기 어려워졌다.

세 번째는 **가짜 뉴스라는 용어 사용이 전반적인 뉴스의 신뢰도를 낮추기 때문**이다. 사람들이 기존 언론사들의 뉴스 대신 오히려 소셜 미디어 등에서 유통되는 출처 불명의 허위 정보를 믿는 경향이 강한데, 이런 상황에서 가짜 뉴스라는 단어가 가뜰이나 안 좋은 기존 뉴스의 이미지를 더 부정적으로 만드는 효과를 발생시키는 것이다.

# 허위 정보는 인간과 사회에 심각한 해악을 끼치는가?

## 허위 정보는 전염병처럼 인간과 사회에 심각한 해악을 끼치는가?

최근 몇 년간 허위 정보 대응 문제가 국제 사회의 중요한 화두로 부상한 것은 몇 가지 중요한 사건들이 계기가 됐다.

**첫 번째**는 2016년 미국 대통령 선거다. 당시 공화당 트럼프 후보가 민주당 클린턴 후보를 누르고 대통령에 당선됐는데, 미국의 여론 조사 기관들과 언론사들의 여론 조사 결과가 실제 투표 결과와 너무도 큰 차이가 나 논란이 일기도 했다. 그러나 실제로 더 큰 논란은 선거가 끝난 다음 일어났다. 2016년 11월 16일 버즈피드의 실버먼 기자가 작성한 기사가 시발점이었다. 실버먼은 2016년 미국 대통령 선거를 앞두고 페이스북에서 유통되던 가짜 뉴스와 진짜 뉴스에 대한 이용자 반응을 집계했다.

놀랍게도 선거 직전 3개월 동안 가짜 뉴스에 대한 이용자 관여도(공유, 반응, 댓글 등)가 **주요 언론사들의 진짜 뉴스에 대한 이용자 반응을 능가한 것**으로 나타났다. **가장 큰 반응을 일으킨 가짜 뉴스는 ‘교황이 도널드 트럼프 후보를 지지했다’는 것과 ‘힐러리 클린턴이 이슬람 원리주의 무장 단체인 IS에 무기를 팔았다’는 것이었다.**

실버먼의 기사는 선거 시기 소셜 미디어나 웹 사이트를 통한 허위 정보 유통 문제의 심각성을 실증하는 사례가 되었다.

# 허위 정보는 인간과 사회에 심각한 해악을 끼치는가?

한겨레

## 독버섯처럼 번진 ‘가짜 뉴스’의 그늘

“가짜 뉴스를 좇는 사람들은 똥 먹는 병에 걸린 것이나 다름없다.”

프란치스코 교황이 세계적으로 논란이 되고 있는 ‘가짜 뉴스’에 일침을 날렸다. 교황은 7일 발간된 벨기에 가톨릭 주간지 <테르티오>와의 인터뷰에서 “가짜 뉴스는 스캔들과 가십거리를 좇는 언론의 배설물에 불과하다”며, 가짜 뉴스에 현혹되지 말아야 한다고 강조했다.

프란치스코 교황은 가짜 뉴스의 가장 큰 피해자 중 한 명이다. 미국 온라인매체 <버즈피드>가 지난달 공개한 자료를 보면, 대선 직전 석달간 페이스북을 통해 가장 많이 공유된 가짜 뉴스는 ‘프란치스코 교황, 트럼프 지지해 전세계 놀라게 하다’는 제목의 기사였다. 교황은 도널드 트럼프도, 힐러리 클린턴도 공개적으로 지지한 적이 없다. 이 뉴스는 전체 공유수가 96만건에 이르렀는데, 이는 기존 언론이 생산하는 ‘진짜 뉴스’의 평균적인 공유 건수를 압도하는 수치다.

가짜 뉴스는 미국만의 문제가 아니다. 올해 초 독일에서도 “베를린에서 러시아 국적 미성년자가 난민들에게 성폭행을 당하고 살해당했다”는 가짜 뉴스가 퍼졌는데, 이를 두

페이스북으로 유통된 미국 대선 관련 ‘가짜 뉴스’ 상위 5개 출처: 버즈피드

가짜 뉴스 제목	매체 이름	공유·댓글 수
1 “프란치스코 교황, 트럼프 지지로 전세계를 놀라게 했다”	엔딩 더 페드	96만건
2 “위키리크스, 클린턴이 이슬람국가에 무기 판매 확인”	더 폴리텍컬 인사이어	78만9천건
3 “클린턴의 이슬람국가 이메일 유출, 상상했던 것보다 더 끔찍해”	엔딩 더 페드	75만4천건
4 “클린턴, 어떤 공무직에도 걸맞지 않아”	엔딩 더 페드	70만1천건
5 “클린턴 이메일 용의자 FBI 요원, 아내 죽인 뒤 자살한 채 발견”	텐버 가디언	56만7천건

근거없는 “교황이 트럼프 지지” 기사  
페이스북 타고 공유 96만건 1위  
교황 “똥 먹는 병 걸린 것” 개탄

차별·왜곡 일삼는 ‘대안우파’ 활동  
용돈 노린 10대들 ‘철없는 짓’ 한몫  
구글 등 “차단 알고리즘 가동” 비상

밀경찰) 출신이라는 기사 역시 전세계적으로 ‘히트’를 친 가짜 뉴스다.

체 <브라이트바트>를 운영하며 성·인종 차별적 기사를 퍼뜨려 유명세를 탔다. <워싱턴 포스트>는 지난달 20일 가짜 뉴스 누리집 운영자들의 말을 인용해, “온라인 극우 매체에서 일했던 사람들이 새로운 가짜 뉴스 누리집을 만들며 확장하는 구조”라고 분석했다.

여기에 온라인 광고 수익을 노리는 10대들의 ‘철없는 행동’이 더해졌다. 영국 <비비시>(BBC) 방송이 미 대선과 관련된 가짜 뉴스를 퍼뜨린 누리집 도메인을 역추적해 분석한 결과, 인구 5만여명의 마케도니아 시골마을 벨레스에서 100개가 넘는 미 대선 누리집

# 허위 정보는 인간과 사회에 심각한 해악을 끼치는가?

한겨레 ☒ 구독중

## 가짜뉴스와 팩트체크, 과연 누구 힘이 더 셀까

입력 2018.02.03. 오전 10:56 · 수정 2018.02.03. 오후 1:15 (기사원문)



[https://www.hani.co.kr/arti/economy/economy\\_general/830664.html](https://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/830664.html)

# 허위 정보는 인간과 사회에 심각한 해악을 끼치는가?

## 허위 정보는 전염병처럼 인간과 사회에 심각한 해악을 끼치는가?

최근 몇 년간 허위 정보 대응 문제가 국제 사회의 중요한 화두로 부상한 것은 몇 가지 중요한 사건들이 계기가 됐다.

**두 번째** 사건은 러시아 게이트로도 불리는 2016년 미국 대통령 선거 시기 러시아의 조직적인 미국 대선 개입 사건이다. 《뉴욕타임스(The New York Times)》 특종 보도로 세상에 드러난 이 사건의 전말은 러시아가 트럼프 후보를 당선시키기 위해 페이스북, 트위터, 유튜브, 인스타그램, 텀블러 등 **소셜 미디어상에서 클린턴에 대한 허위 조작 정보를 조직적으로 유포하는 여론 조작 활동**을 했다는 것이다.

이 과정에서 러시아는 수천 개 이상의 가짜 미국인 소셜 미디어 계정과 수백만 명의 이용자를 이용한 것으로 알려졌다. 러시아 게이트 사건은 허위 정보의 문제가 **한 국가의 차원을 넘어서 국제적 차원으로 확장된 대표적인 사건**이다.

# 허위 정보는 인간과 사회에 심각한 해악을 끼치는가?

한국일보

2017년 02월 27일  
15면 (국제)

## 백악관-러시아 유착관계 ‘제2 워터게이트’로 번질까

FBI에 내통설 반박 요청했다가  
거절 당하자 의원들에 압력 가해

도널드 트럼프 정부 인사들의 러시아 내 통설이 끝내 제2의 워터게이트로 번질 수 있다는 우려가 확산되고 있다. 트럼프 대통령 측근들이 러시아와 내통했다는 의혹 보도에 대해 백악관이 연방수사국(FBI)을 통해 무마하려던 시도가 수포로 돌아가자 이어 고위급 정보당국자와 의원들까지 동원한 것으로 알려지면서다.

24일(현지시간) 워싱턴포스트(WP)와 CNN 등에 따르면 라인스 프리버스 백악관 비서실장은 최근 제임스 코미 FBI국장

정보국(CIA) 고위 관리들과 공화당 소속 리처드 버 상원 정보위원장, 데빈 누네스 하원 정보위원장 등이 포함된 것으로 알려졌다. 앞서 뉴욕타임스와 CNN은 트럼프 대통령의 대선 캠프 관계자들이 러시아 정보당국 고위 관계자와 지속적으로 접촉해 왔다고 보도한 바 있다.

논란이 커지자 백악관은 FBI와 논의한 사실은 인정하면서도 부적절한 처사는 없었다는 점을 강조했다. 손 스파이서 백악관 대변인은 24일 브리핑에서 “잘못된 기사를 바로 잡는 것은 당연히 해야 할 일”이라고 설명했다. 하지만 수사 중인 사안을 백악관이 FBI 당국과 협의한 것은 법무부 규정 에 어긋날뿐더러 수사에 대한 외압이란 시



# 허위 정보는 인간과 사회에 심각한 해악을 끼치는가?

## 허위 정보는 전염병처럼 인간과 사회에 심각한 해악을 끼치는가?

최근 몇 년간 허위 정보 대응 문제가 국제 사회의 중요한 화두로 부상한 것은 몇 가지 중요한 사건들이 계기가 됐다.

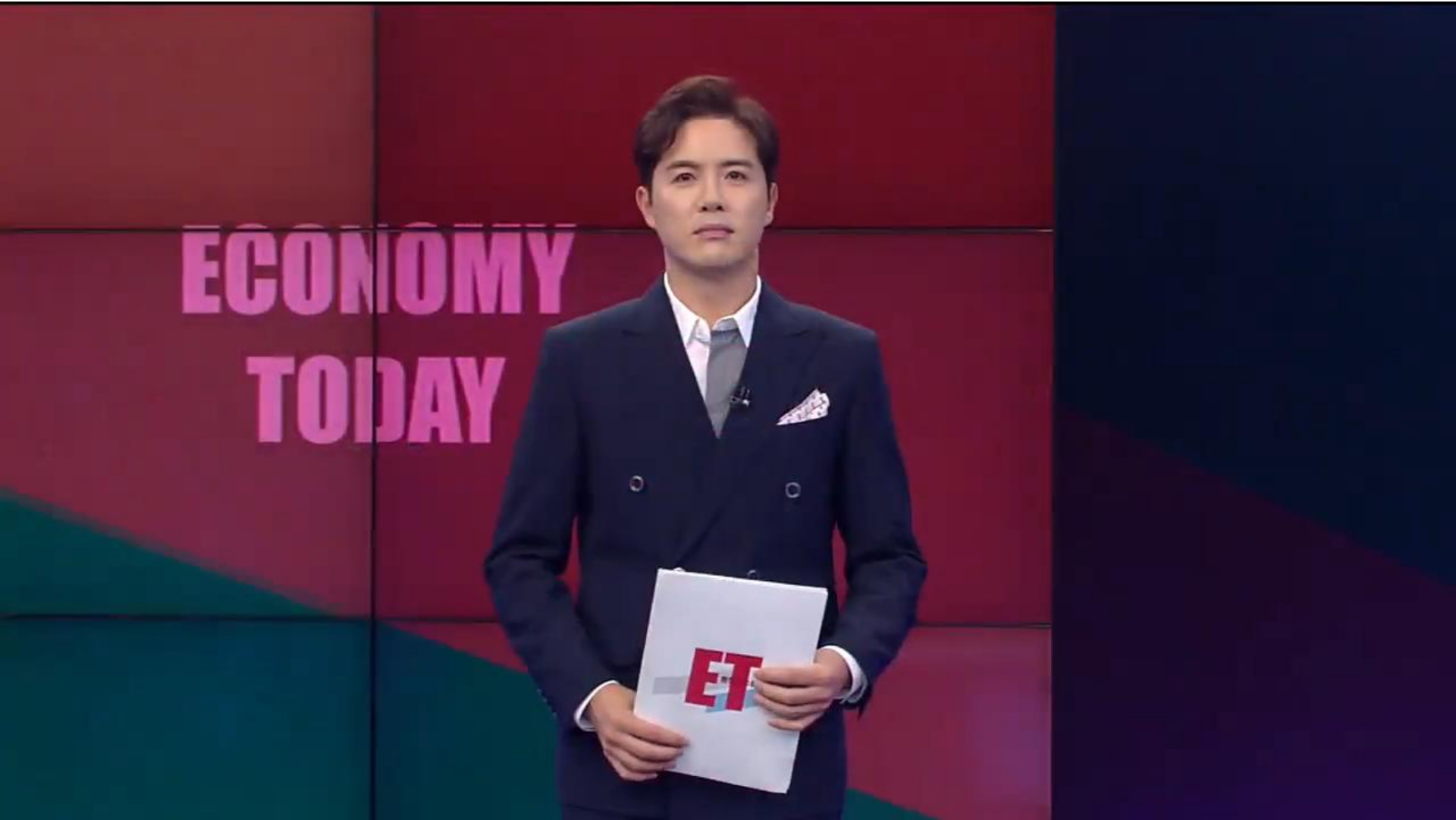
**세 번째** 사건은 영국 브렉시트(Brexit) 국민 투표 시기의 허위 정보 캠페인이다. 2016년 6월 영국은 국민 투표를 통해 유럽연합 탈퇴를 결정했다. 당시 유럽연합 탈퇴는 찬성 의견 51.9퍼센트, 반대 의견 48.1퍼센트의 근소한 차이로 결정되었는데, 투표 이후 **당시 캠페인 중 상당수가 허위 정보**였다는 것이 밝혀져 논란이 되었다.

허위 정보가 유럽연합 탈퇴와 실제 투표 결과에 영향을 준 것이다.

**네 번째** 사건은 2020년 코로나19의 세계적 대유행이다. 코로나19 대유행 국면에서 허위 조작 정보 유통 문제가 심각한 사회 문제로 부상했다. 각종 **허위 정보가 범람하면서 국가의 방역 체계 구축이나 백신 접종 대응 등에 차질이** 빚어진 것이다. 코로나19 관련 허위 정보는 개인의 신체적 건강뿐 아니라 국가의 효율적인 감염병 예방과 사회적 대응을 저해함으로써 정치·경제·사회·문화 등에 전방위적 악영향을 미친 대표적 사례로 볼 수 있다.



허위 정보는 인간과 사회에 심각한 해악을 끼치는가?



[https://www.youtube.com/watch?v=M\\_gEoeJ2UMk](https://www.youtube.com/watch?v=M_gEoeJ2UMk)

# 허위 정보는 왜 급속도로 확산되는가?

## 허위 정보는 왜 급속도로 확산되는가?

‘진실이 신발을 신기도 전에 거짓은 지구 반대편까지 도달한다(A lie can travel halfway around the world while the truth is putting on its shoes)’는 영어 표현이 있다. 일반적으로 진실보다 허위 정보가 더 빨리 확산되는 상황을 일깨워 주는 격언이다. 인터넷 시대가 되고 소셜 미디어 이용이 일상화되면서 허위 정보의 확산 속도는 빛의 속도에 버금가게 되었다.

허위 정보가 더 빠르게 확산되고 더 많이 유통되는 이유는 무엇일까?

첫 번째는 허위 정보가 주목도와 가시성이 높기 때문이다. 일반적으로 허위 정보는 특수한 목적, 예를 들어 정치적 공격이나 상업적 이익 획득을 노리고 유포된다. 따라서 매우 선정적이고 극단적인 용어를 사용하며 사람의 감정을 자극하고 격한 반응을 일으켜 주목도를 높이려는 경향이 있다. 허위 정보에 대한 주목도가 높아지면 가시성도 높아지고, 가시성이 높아지면 더 많이 확산될 수 있다. 예를 들어 검색어 순위에 올라가면 그 자체로 더 많이 소비될 수 있는 상황과 유사하다.

# 허위 정보는 왜 급속도로 확산되는가?

## 허위 정보는 왜 급속도로 확산되는가?

허위 정보가 더 빠르게 확산되고 더 많이 유통되는 이유는 무엇일까?

두 번째 이유는 소셜 미디어 환경이 허위 정보의 빠른 확산의 배경이 되기 때문이다. 허위 정보는 과거에도 존재했지만 유독 현대 사회에서 더 큰 문제가 되고 있다. 소셜 미디어 환경의 구축으로 인한 허위 정보의 빠른 확산이 그 원인 중 하나다. 소셜 미디어로 인해 사람들은 뉴스와 정보를 훨씬 빠르고 편리하게 이용할 수 있다. 스마트폰, 태블릿, 노트북, 컴퓨터 등을 통해 언제 어디서든 뉴스나 정보를 접할 수 있다. 소셜 미디어가 이용자의 관심사에 맞춰 뉴스를 추천해 줄 뿐 아니라, 주변 지인들이 관심을 갖는 뉴스나 정보도 즉각적으로 알려 준다. 문제는 이러한 소셜 미디어에서 검증되지 않은 허위 정보 역시 빠르고 편리하게 전파될 수 있다는 점이다.

소셜 미디어의 신속성과 편리함 이면에는 허위 정보 유통 및 정보 신뢰성의 문제가 따리를 들고 있다.