방통융합정책연구 KCC-2019-17

건전한 인터넷 환경 조성 방안 연구

A Study on Creating a Healthy Online Environment

2019. 12

연구기관 : 정보통신정책연구원

방송통신위원회
Korea Communications Commission

방통융합정책연구 KCC-2019-17

건전한 인터넷 환경 조성 방안 연구

(A Study on Creating a Healthy Online Environment)

성욱제/김민정/정은진/심홍진

2019. 12

연구기관 : **정보통신정책연구원**

방송통신위원회
Korea Communications Commission

이 보고서는 2019년도 방송통신위원회 방송통신발전기금 방송통신 융합 정책연구사업의 연구결과로서 보고서 내용은 연구자의 견해이며, 방송통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『**건전한 인터넷 환경 조성 방안 연구**』의 연구결과 보고서로 제출합니다.

2019년 12월

연 구 기 관 : 정보통신정책연구원
총괄책임자 : 성욱제 연 구 위 원
참여연구원 : 김민정 연 구 원
정은진 연 구 원
심홍진 연 구 원

목 차

요약문 ····· vii

제 1 장 서 론 ····· **1**

제 1 절 연구의 필요성 및 목적 ····· 1

1. 연구의 필요성 및 목적 ····· 1

2. 기존 연구 및 본 연구의 차별성 ····· 7

제 2 절 연구의 구성 및 방법 ····· 11

1. 연구의 구성 ····· 11

2. 연구의 방법 ····· 12

제 2 장 허위조작정보 문제해결을 위한 노력 ····· **13**

제 1 절 국내 현황 ····· 13

1. 관련 법령 또는 법안 ····· 13

2. 법령 이외 노력 ····· 16

제 2 절 해외 현황 ····· 24

1. 관련 법령 또는 법안 ····· 24

2. 법령 이외 노력 ····· 28

제 3 장 전문가회의 구성 및 주요 내용 ····· **61**

1. 구성 및 목적 ····· 61

2. 운영방법 및 경과 ····· 63

제 4 장 제언을 위한 기초 논의 ····· **66**

제 1 절 제언 사례 ····· 66

1. 유럽 평의회(Council of Europe)(2017), 정보 무질서: 연구/정책 수립을 위한 학제 간 프레임워크 ····· 66

2. 유럽집행위원회(EC) 고위전문가그룹(2018), 허위조작정보에 관한 다차원적 접근 ····· 69
제 2 절 허위조작정보의 개념과 범위 ····· 70
1. 국내외 개념 정의 사례 ····· 70

제5장 허위조작정보 문제해결을 위한 제언 ····· 73
제 1 절 허위조작정보의 개념 정의 ····· 73
제 2 절 기본원칙 ····· 76
제 3 절 영역별 제언 ····· 78

제 6 장 결 론 ····· 86
제 1 절 제언 요약 ····· 86
제 2 절 시사점 및 한계 ····· 87

참고문헌 ····· 88

표 목 차

〈표 1-1〉 가짜뉴스의 개념 유형 분류 ····· 8
〈표 2-1〉 정보통신망법 개정안 발의 현황 ····· 14
〈표 2-2〉 가짜정보 유통방지 등 별도 법률안 발의 현황 ····· 15
〈표 2-3〉 방송법 개정안 발의 현황 ····· 15
〈표 2-4〉 2019년 자유학기제 미디어교육 지원 사업 사례 ····· 20
〈표 2-5〉 미디어리터러시, 인터넷윤리 교육콘텐츠 개발 사례 ····· 22
〈표 2-6〉 허위조작정보에 관한 실천강령에 서명한 인터넷 플랫폼 기업 ····· 32
〈표 2-7〉 허위조작정보에 관한 실행계획의 주요 내용 ····· 32
〈표 2-8〉 페이스북이 광고를 금지하는 콘텐츠 유형 ····· 39
〈표 2-9〉 페이스북이 금지하는 '허위 행동'의 유형 ····· 41

그 림 목 차

〔그림 1－1〕 Oxford dictionaries ····· 2
〔그림 1－2〕 Rand Corporation(2018) ····· 2
〔그림 1－3〕 BuzzFeed News(2016. 11. 16.) ····· 3
〔그림 1－4〕 UNESCO(2018) ····· 4
〔그림 1－5〕 AVAAZ(2019) ····· 5
〔그림 1－6〕 가짜뉴스에 대한 국민인식조사 ····· 8
〔그림 2－1〕 초등학생을 위한 뉴스 리터러시 교재 ····· 21
〔그림 2－2〕 유럽연합의 허위조작정보에 관한 대응책 마련 과정 ····· 30
〔그림 5－1〕 Unesco, [저널리즘 교육과 훈련을 위한 핸드북] ····· 84
〔그림 6－1〕 허위조작정보 문제해결을 위한 제언 ····· 86

요 약 문

1. 제 목

○ 건전한 인터넷 환경 조성 방안 연구

2. 연구 목적 및 필요성

○ 인터넷과 사회관계망 서비스의 발전에 따라 사실이 아닌 내용이 진짜 뉴스(정보)처럼 더욱 빠르게 확산되면서 문제(민주주의 사회 유지하는 데 위협 등)의 심각성이 커지고 있음

○ 이에 따라, 허위조작정보 문제해결을 위해 다양한 전문가 그룹의 구성, 운영을 통해 허위조작정보의 개념 정의 및 우리 사회 각 영역에서 노력해야 할 부분에 대한 제언을 마련하는 데 목적이 있음

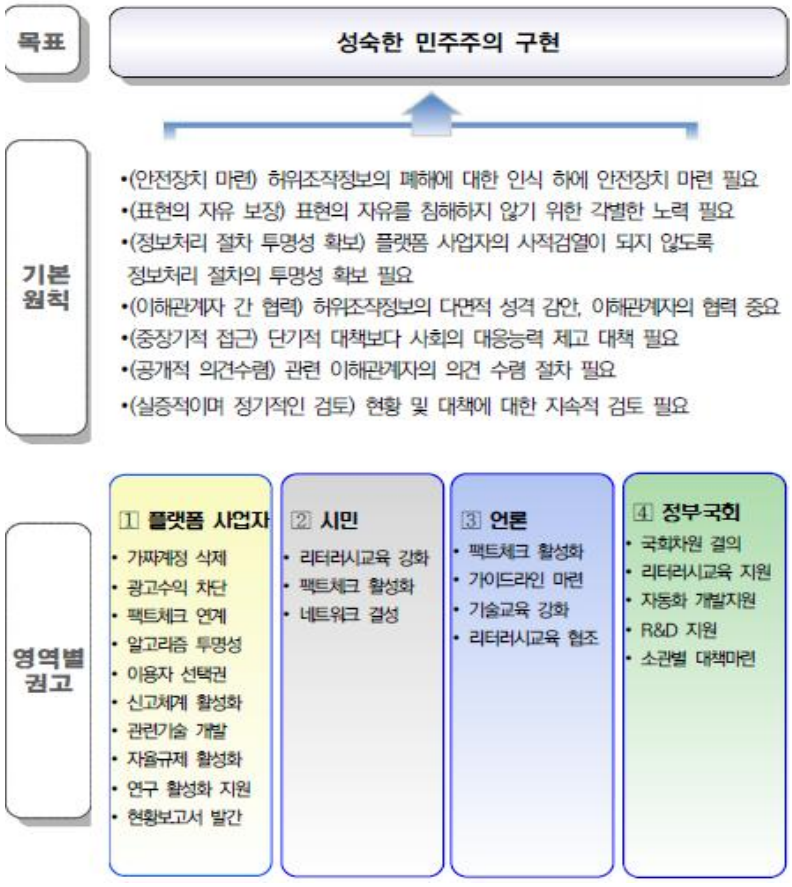
3. 연구의 구성 및 범위

○ 제1장은 서론으로 본 연구의 배경 및 목적, 전체 보고서의 구성 및 내용, 그리고 연구방법을, 제2장은 허위조작정보 문제 해결을 위한 국내외 노력(법적 접근 방식부터 사업자의 자율적인 접근 방식 등)을, 제3장은 허위조작정보에 관한 전문가회의 구성 및 운영경과를, 제4장은 연구결과를 도출하기 위한 기초자료로 정책적 제언을 위한 해외 벤치마킹 사례 조사 및 허위조작정보의 개념과 관련한 지금까지의 이론적 논의를, 제5장은 연구결과에 해당하며 허위조작정보 문제해결을 위한 제언의 기본원칙 및 영역별 제언을, 제6장은 결론으로, 전문가회의 운영 결과 및 정책적 제언의 요약, 본 연구의 시사점과 한계를 기술하고 있음

4. 연구 내용 및 결과

○ (허위조작정보의 개념 정의) 허위사실임을 알면서 정치적/경제적 이익 등을 얻을 목적으로 다른 정보 이용자들이 사실로 오인하도록 생산·유포한 모든 정보

※ (제외) 언론중재법에 따른 언론 기사, 패러디·풍자



5. 시사점 및 한계

○ 우리 사회에서 허위조작정보 이슈와 같이 사회적으로 예민한 주제를 가지고 민간 전문가로 구성된 회의체를 운영하고 허위조작정보 문제 해결을 위한 제언의 기본원칙과 세부적인 영역별 방안을 구체적으로 제시했다는 점에서 의의가 크다고 판단됨

– 하지만 제언의 기본방향과 영역별 제언의 실행가능성, 구체성 등을 보면 여전히 선언적이거나 추상적인 부분들이 있다는 사실을 감안하면, 이번 보고서에서 제언한 내용은 허위조작정보 문제해결을 위한 구체적 논의를 위한 기초 논의자료라고 볼 수 있음

○ 현재의 제언은 다른 영역에 비해 플랫폼 사업자에게 많은 노력(의무)을 주문하고 있다는 점에서 문제해결의 많은 부분을 유통사업자에게 전가한 측면 존재. 허위조작정보의 생산 단계에서부터 유통에 이르는 보다 종합적이고 중장기적인 대책을 마련하는 작업 필요. 추후 후속연구를 통해 보다 구체화하는 작업 필요

SUMMARY

1. Title

A Study on Creating a Healthy Online Environment

2. Objective and Importance of Research

The development of Internet and social network services accelerated the spread of disinformation faster and wider than ever before. When the harm of disinformation is referred to as an impediment to citizens' decision on socially important issues, it raises concerns that the seriousness of the problem is increasing. A cautious approach is needed in that issues related to the concept, judgment and measures of disinformation are immediately linked to freedom of expression. It is also necessary to seek ways to create a sound Internet environment through cooperation with online platforms and experts directly related to the distribution of disinformation.

3. Research Results

This study reviewed the definition of the concept, scope and problem of disinformation. In particular, High-level expert group on disinformation, consisting of experts related to academia, media organizations, related agencies, civic groups, and online platforms, was conducted and recommendations were drawn out to solve the problem of dis information based on discussions held at expert meetings.

4. Implications and Limitations

In this context, considering that the production, distribution and consumption of dis information has a possibility to threaten democracy, efforts to create a sound Internet environment, such as this study, are expected to contribute greatly to society. It can raise awareness and raise social responsibility so that the Internet can properly handle its role as a public sphere. In addition, the results of this research are expected to serve as benchmarking cases in relation to future policies in areas related to broadcasting and communication services.

CONTENTS

Chapter 1. Introduction

Chapter 2. Current Measures to tackle online disinformation

Chapter 3. High-level Experts Group on online disinformation

Chapter 4. Case study : Recommendations

Chapter 5. Recommendations for resolving disinformation problem

Chapter 6. Conclusion

제1장 서 론

제1절 연구의 필요성 및 목적

1. 연구의 필요성 및 목적

1) 허위조작정보의 생산과 유통

– 가짜뉴스*, 허위조작정보는 새로운 것이 아니지만 인터넷이 발달하고 사회관계망 서비스가 급속히 확산되면서 사실이 아닌 내용이 진짜 뉴스(정보)처럼 확산되는 상황이 이전보다 빈번하게 발생하면서 문제의 심각성 더욱 커짐

* 가짜뉴스는 힘 있는 주체들이 단순히 '동의하지 않는' 모든 보도를 가리키는 데 사용되면서, 기존 언론의 신뢰를 허문다는 점에서, 허위조작정보(disinformation) 등으로 용어 변경 필요성 제기

– 허위조작정보는 다양한 주체(국가·非국가, 이윤추구집단, 미디어, 시민, 개인·집단)들에 의해 생산되며 이전보다 더 큰 규모로 생산·유통·확대되고 있음. 변화된 미디어 환경으로 인해 이전과는 전혀 다른 새로운 방식으로 진행되어 현상을 제대로 이해하는 것이 쉽지 않음

– '16년 옥스퍼드 사전도 올해의 단어로 탈–진실(post-truth)* 선정

* 여론을 형성하는 데 객관적 사실보다 감정/개인적 신념에 호소하는 것이 더 영향력이 있는 상황을 가리킴

〔그림 1－1〕 Oxford dictionaries

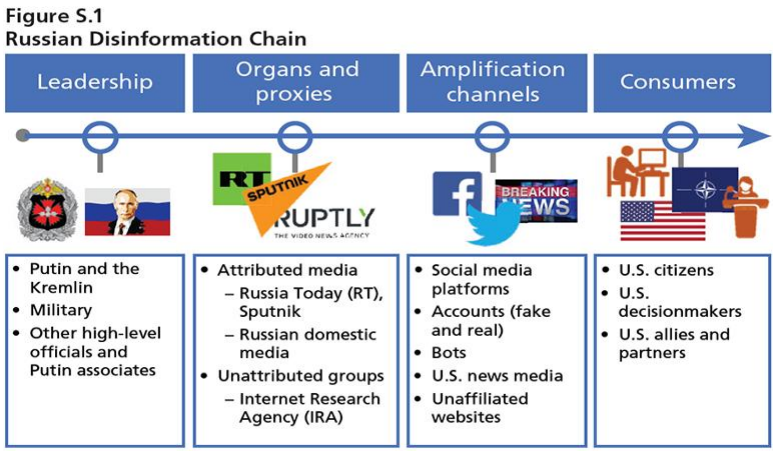
자료: https://languages.oup.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016

○ 허위조작정보(가짜뉴스) 논쟁의 시발점: 정치와 SNS

– '16년 미국 대선과 영국 브렉시트(Brexit) 찬반 국민투표를 겪으면서 부각됨. 국민들이 가짜뉴스로 인해 제대로 된 의사결정을 내리는데 방해를 받았다는 것*

* 국민투표 며칠 전부터 15만개가 넘는 러시아 트위터 계정이 브렉시트 독려(대부분 무슬림과 이민자들에 대한 두려움 부추김)(하재식, 2019)

〔그림 1－2〕 Rand Corporation(2018)

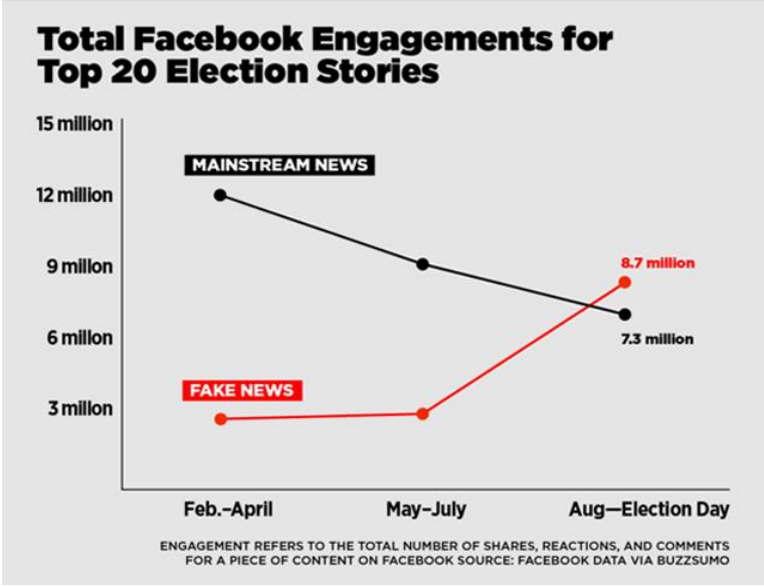


자료: https://twitter.com/randcorporation/status/1058459743490985984?lang=da

– <BuzzFeed News>에 따르면, 미국 대선기간 중 가짜뉴스가 언론사 뉴스보다 더 많은 참여(engagement)*를 이끌어냄(870만건 vs 730만건)

* 공유(Share), 반응(Reaction), 댓글(Comment)

〔그림 1－3〕 BuzzFeed News(2016. 11. 16.)



자료: https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook

○ 우리나라에서 가짜뉴스가 논란이 되기 시작한 것도 탄핵, 조기 대선으로 이어지는 국면부터라고 할 수 있음

– 선관위는 2017년 1월, 가짜뉴스에 대응하기 위해 비방흑색선전 전담 TF를 꾸렸으며, 대선 종료 후 발표에 따르면 19대 대선 중 사이버상 위법게시물 삭제요청은 총 40,222건이었고, 이 중 가짜뉴스와 관련 있는 허위사실 공표는 25,178건, 후보자 비방은 841건으로 총 26,019건에 달함. 이는 18대 대선기간 중 적발한 전체 숫자 7,201건과 비교하면 5배 이상 급증한 수치

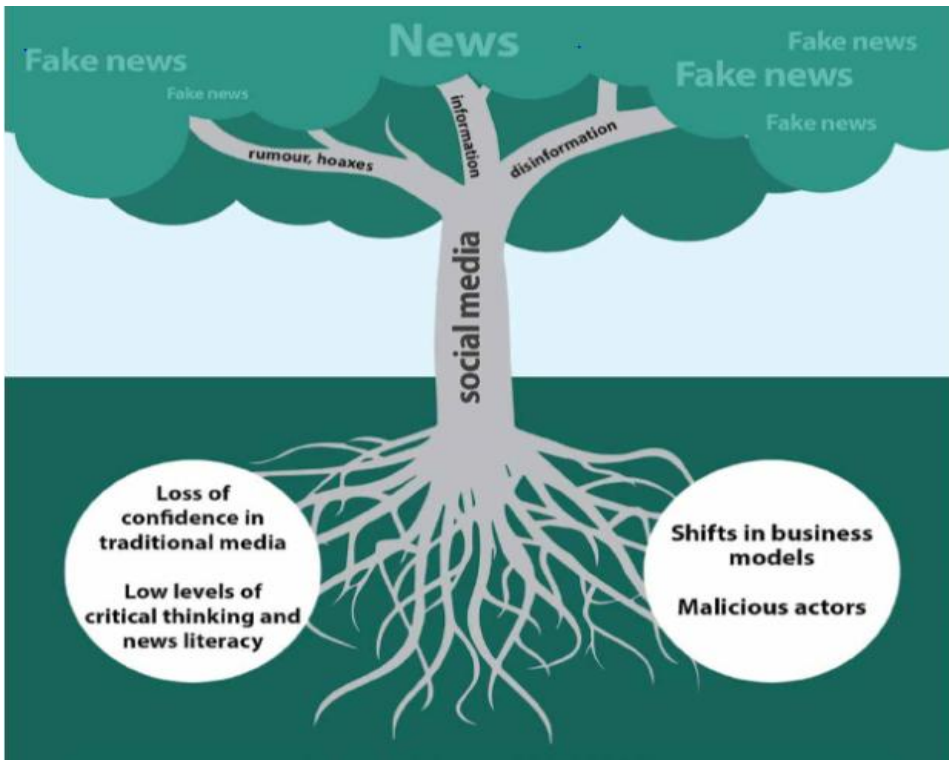
○ 허위조작정보 유통(확산)의 요인

– 기존 미디어의 신뢰도 하락 + 필터버블, 확증편향(confirmation bias), 반향실(Echo chamber) + 알고리즘

– 신뢰할만한 미디어가 부재한 상황 속에서, 자신들이 원하는 이야기를 듣고 싶어 하는 사람들의 심리와 메시지를 선별해서 전달하는 소셜 미디어 알고리즘*의 결합이 만든 상황

* 탐비니(Tambini)는 소셜 미디어가 사람들의 기호를 수집한 뒤 메시지를 선별하여 전달할 경우, 선거의 공정성을 해칠 수 있다고 지적(박아란, 2019)

〔그림 1－4〕 UNESCO(2018)



자료: World trends in freedom of expression and media development: global report 2017/2018

○ 허위조작정보의 특징(AVAAZ)[1)]

1) 우리의 공포를 먹고 자라며, 빨리 퍼진다 (It feeds off our fear and it travels fast)
2) 소셜 미디어에서 번식하며, 수많은 사람에게 전달된다 (It thrives on social media and reaches billions)
3) 우리를 공격하는 무기가 된다 (It is being weaponized against us)
4) 사람들을 죽이고, 민주주의를 죽인다 (It's killing people and poisoning democracy)
5) 누구나 희생양이 될 수 있다 (No one is immune)

〔그림 1－5〕 AVAAZ(2019)

1) AVVAZ(2019), https://secure.avaaz.org/campaign/en/disinformation_briefing_eu/

2) 허위조작정보의 해악

○ 민주주의 사회 유지하는 데 위협

– 허위조작정보는 민주적인 정치 절차(선거의 완전성 포함)에 대한 위협, 보건·과학·재무 등 다양한 분야의 정책을 형성하는 과정으로서의 민주적 가치에 대한 위협을 가져온다는 측면에서 해악이라고 할 수 있음

– 시민들이 많은 허위조작정보에 노출되어 있으면, 민주주의 사회를 유지하는 데 어려움 발생. 민주주의 사회는 사안을 잘 이해하고 있는 시민들(informed citizens) 간의 공적 논의를 통해 운영되기 때문

– 허위정보의 확산이 온라인상에서의 편향적 정보습득과 맞물리면서, 민주주의의 작동, 건전한 여론 형성, 질 높은 공중담론 도출에 큰 위협을 초래하고 있다는 우려

○ *기술은 우리가 정보(과학, 의학 지식 포함)에 접근하고, 공유하는 방법을 바꿔놓았다. 새로운 플랫폼은 과학자, 정책입안자, 기자, 국제기구, 민간영역, NGO, 일반 공중이 국제적인 보건 어젠다에 더 많이 참여하고 협력하도록 만들었다. 하지만, 새로운 기술은 때때로 여론을 오도하는 데 활용된다.* ***거짓 정보의 확산은 사람들의 생명, 보건 안전, 공공 보건 시스템에 위협****이 된다. 예를 들어, 백신접종에 대한 잘못된 정보가 소셜 미디어 등에서 급증한 결과, 예방 가능한 질병들의 발병이 증가했다. 질병(예를 들어, Ebola)이 발생하는 동안에도 부정확한 정보가 퍼지면서, 복잡한 보건 위기에 효율적으로 대처하는 것을 어렵게 만들고 있다*(UN Antonio Guterres 사무총장, 2019)[2)]

○ *가짜뉴스가 확산되는 과정에서 과학과 진실이 거짓으로 매도되고, 그 자리에 선동과 무지, 왜곡이 활개치고 있다. 세상에 대해 우리 모두가 가졌던 인식의 기반이 송두리째 무너지고 있다.* ***가짜뉴스의 확산은 기후변화, 테러리즘, 핵무기 확산, 증오 범죄, 무역전쟁, 경제적 불평등, 언론 탄압 등 세계적 문제들에 대해 공동으로 대처하는 것을 극도로 어렵게 만들고 있다***(하재식, 2019)

2) 허위조작정보의 위험: 탈 진실 시대의 보건을 지키면서, 가짜뉴스와 싸우기("The Danger of Disinformation - Countering Fake News and Safeguarding Health in the Post-Truth Era") 컨퍼런스(2019. 5)

2. 기존 연구 및 본 연구의 차별성

1) 기존과제 현황

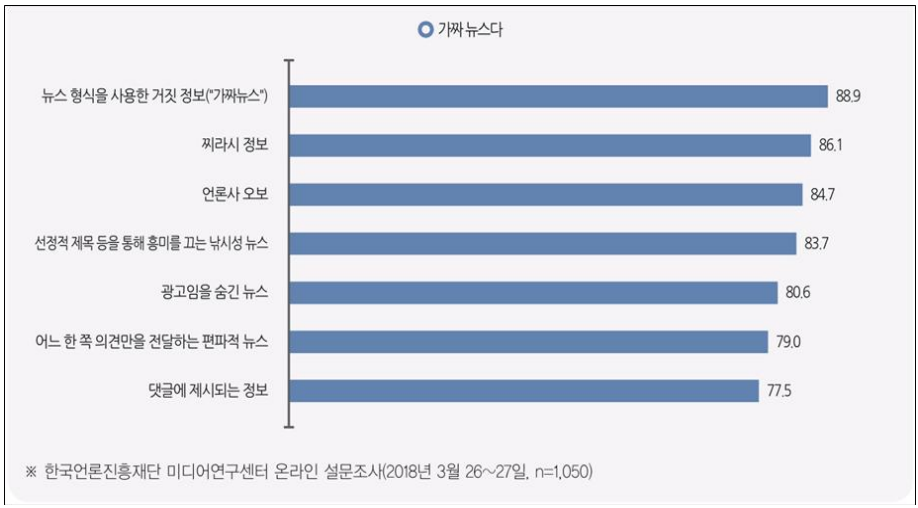
○ 황용석, 권오성(2017), 가짜 뉴스의 개념화와 규제수단에 관한 연구: 인터넷 서비스 사업자의 자율규제를 중심으로

- 2016년 미국 대선 이후 가짜뉴스 논쟁이 관심을 끄는 가운데, 가짜뉴스에 대한 개념정의 없이 잘못된 정보를 포괄적으로 지칭하는 문제점을 지적하면서, 가짜뉴스의 개념을 정의내리고 그에 따른 규제방안을 탐색
- 가짜뉴스를 "언론의 외양적 진실스러움을 훔친 기만적 가짜정보"로 개념화하고, "상업적 또는 정치적 목적에서 타자를 속이려는 의도가 담긴 정보", "수용자가 허구임을 오인하도록 언론보도의 양식을 띤 정보", "검증된 사실처럼 허위포장한 정보"로 정의
- 가짜뉴스는 인터넷서비스사업자의 자율규제의 대상이라고 보고, 해외의 주요 인터넷서비스사업자의 자율규제 방법 탐색. 또한, 인터넷서비스사업자가 가짜뉴스를 자율 규제함에 있어서 검토해야할 사항과 규제방안 제시

○ 한국언론진흥재단(2018), 언론신뢰도에 대한 시민인식조사

- 뉴스 수용자들은 가짜뉴스의 범위를 모호하고 광범위하게 인식하고 있음. 수용자들은 뉴스 형식을 사용한 거짓정보, 즉 협의의 가짜뉴스만을 가짜뉴스로 인식하는 것이 아니라, 언론사의 오보, 어느 한쪽 의견만을 전달하는 편파적 뉴스, 댓글에 게시되는 정보까지도 가짜뉴스로 받아들이고 있음

〔그림 1－6〕 가짜뉴스에 대한 국민인식조사



자료: 김위근, 언론신뢰도에 대한 시민인식조사, 2018

○ Tandoc Jr., Lim & Ling(2018), Defining "fake news" A typology of scholarly definitions

– 가짜 뉴스의 유형을 사실성(facticity)과 속이려는 의도(intention to deceive)의 높고 낮은 정도에 따라 구분

〈표 1－1〉 가짜뉴스의 개념 유형 분류

Level of facticity	Author's immediate intention to deceive	
	High	Low
High	Native advertising Propaganda	News satire
Low	manipulation Fabrication	News parody

자료: 탄독, 림, 링(Tandoc Jr., Lim & Ling), 2018

○ EC 고위전문가그룹(2018), A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent High Level Group on fake news and online disinformation

– 각국의 민간 전문가그룹과 함께 허위정보 대응 보고서 작성, 이를 기반으로 온라인 플랫폼 사업자가 자율적으로 실행 가능한 강령(Code of Practice)을 마련하여 공표

– ① 허위정보를 확산하는 계정과 웹사이트에 대한 광고배치를 제한하는 등 허위정보로 인한 수익 배분을 제한, ② 정치 광고나 이슈기반 광고에 대한 투명성 보장을 위해 광고주의 실명 및 국적, 광고비 후원 주체 등에 대해 공개, ③ 허위계정(spam)이나 봇(bot, 자동입력 시스템 등의 행위를 인간이 한 행위로 오인하게 하는 상황 등)에 관한 문제 해결을 위해 노력, ④ 정보 소비자들이 허위정보를 보고할 수 있도록 하고, 다양한 출처 및 신뢰성 높은 정보를 제공할 수 있도록 서비스 개선, ⑤ 사생활 침해가 이뤄지지 않는 한 온라인 공간의 허위정보를 감시할 수 있도록 플랫폼이 갖고 있는 데이터를 연구기관 등과 공유

○ 박아란(2018), 저널리즘 원칙과 팩트체크 토론회

– 가짜뉴스 근절을 위해선 단순히 정보의 진위여부를 가리는 것 뿐 아니라 진위 여부 판정의 투명성 확보가 필요하며, 네이버·구글·페이스북 등 온라인 플랫폼 사업자가 책임지고 가짜뉴스 근절에 노력해야 함

– 투명성 확보가 가짜뉴스 근절의 핵심이며, “(가짜뉴스의) 사실 여부를 판정하는 것이 규제의 목적이 되어선 안 된다”면서 “온라인에서 판정에 대한 투명성을 확보하는 것이 목적이어야 한다”고 강조하면서, “온라인 콘텐츠의 매개자인 플랫폼 사업자들이 절차에 관한 책임, 즉 알고리즘의 투명성과 공정성, 불법정보의 신고 및 처리 절차를 개선하고 그에 대해 적절한 책임을 져야 한다”고 주장(미디어스)

○ 서울대 산학협력단(2018), 인터넷 신뢰도 기반조성을 위한 정책방안 연구

- 온라인 공간에서 확산되고 있는 허위 정보를 막기 위해 해외 각국이 실행해온 정책들을 살펴보고, 법률적 규제동향을 검토하는 한편, 기술적 대응책을 제시해 허위정보에 대처할 장단기적인 정책방향의 제시

- 해외각국의 대책 마련 과정을 유형별로 살펴보고, 특히 협력적 자율규제 모델인 EU 모델에 주목, 해외의 법적규제 동향을 살펴보고 한국의 가짜뉴스 관련 법안의 문제점 검토, 허위정보의 확산을 기술적으로 통제할 수 있는 방안 검토

2) 차별성(독창성)

○ 본 연구는 기존 연구들이 가짜뉴스/허위조작정보의 개념화, 이에 따른 정책방안을 제시했던 것과는 달리 실제적으로 현실에서 적용 가능한 방안을 마련하는 데 중점을 두고 있다는 점에서 그 차이가 있음

- 예를 들어, 본 연구는 온라인상에서 급속도로 퍼지는 허위조작정보의 유통을 최소화하기 위해 지금까지 제시되었던 다양한 방안을 검토하고 우리 사회 각 영역에서 노력해야 할 부분에 대한 제언을 마련하고자 함

- 이를 위해 허위조작정보와 관련한 전문가 그룹(이해관계자 포함)으로 회의체를 구성, 운영하고 이를 통해 기본원칙과 각 영역별 제언을 도출하고자 함

제 2 절 연구의 구성 및 방법

1. 연구의 구성

○ 위의 연구목적을 달성하기 위해 본 연구는 크게 여섯 개의 부분으로 나뉘며, 다음과 같은 순서로 구성됨

- 제1장은 서론으로 본 연구의 배경 및 목적, 전체 보고서의 구성 및 내용, 그리고 연구방법을 기술함
- 제2장은 허위조작정보 문제 해결을 위한 국내외 노력을 다룸. 법적인 접근 방식부터 사업자의 자율적인 접근 방식 등을 기술함
- 제3장은 허위조작정보에 관한 전문가회의 구성 및 운영경과를 다룸
- 제4장은 연구결과를 도출하기 위한 기초자료로 정책적 제언을 위한 해외 벤치마킹 사례 조사 및 허위조작정보의 개념과 관련한 지금까지의 이론적 논의를 기술함
- 제5장은 연구결과에 해당하며 허위조작정보 문제해결을 위한 제언의 기본원칙 및 영역별 제언을 기술하고 있음
- 제6장은 결론으로, 전문가회의 운영 결과 및 정책적 제언의 요약, 본 연구의 시사점과 한계를 기술하고 있음

2. 연구의 방법

- 허위조작정보 문제해결을 위한 제언을 도출하기 위해, 전문가들로 구성된 전문가회의를 구성 및 운영하고, 허위조작정보의 유통에 직접적인 영향을 미치는 인터넷 플랫폼을 비롯한 각계의 의견수렴 실시

- 허위조작정보에 관한 전문가회의는 학계, 시민단체, 업계 전문가 등 사안 관련 이해도가 높은 전문가 그룹으로 구성

제2장 허위조작정보 문제해결을 위한 노력

제1절 국내 현황

1. 관련 법령 또는 법안

○ (형법) 허위 사실 적시 명예훼손죄 등(제307~9조)

○ (민법) 명예훼손에 대한 손해배상

○ (정보통신망법) 허위사실 적시로 명예훼손 및 사생활침해 등 권리를 침해당한 자는 인터넷 사업자에게 직접 삭제 요청 가능(정보통신망법 제44조의2)

※ 신청인 요청 → 포털 확인 → 임시조치(30일) → 삭제 또는 재게시

– 불법(명예훼손 등)·유해정보(역사왜곡 등)에 해당하는 허위조작정보는 방심위에서 심의를 거쳐 삭제·접속차단 등 시정요구 가능 (정보통신망법 제44조의7, 방통위설치법 등)

※ 신청인 요청 → 방송통신심의위원회 통신심의 → 사업자에게 시정요구(방심위) → 시정요구 미이행 시 방송통신위원회가 시정명령(불법정보에 한해 재량)

○ (공직선거법) 후보자 등의 출생지·가족관계·신분·직업·경력·재산·행위·소속단체, 특정인 또는 특정단체로부터의 지지여부 등에 관하여 공표된 사실이 거짓임을 이유로 서면 이의제기를 받은 상급선거관리위원회는 조사를 통해 거짓으로 판명되면 지체없이 공고함(제110조의2(허위사실 등에 대한 이의제기))

○ (법안 발의) 국회에 가짜뉴스, 허위조작정보와 관련해서 전체 24개 법안(과학기술정보방송통신위원회 소관 법안 13건 + 타위원회 소관 11건*) 발의

* 언론중재법 개정안 2건, 공직선거법 개정안 4건, 국가정보화기본법 개정안 2건, 초·중등교육법 개정안 1건, 미디어교육 활성화에 관한 법률 1건, 성폭력방지법 1건

– (정보통신망법 개정안 발의) 총 9건으로 가장 많음

〈표 2－1〉 정보통신망법 개정안 발의 현황

김관영 의원 (바 '17. 4. 11)	■ (정의) 거짓의 사실을 언론보도의 형식으로 제공해 이용자들이 오인하게 하는 정보 ■ 가짜뉴스를 임시조치 대상에 포함, 미이행 시 과태료 3천만원 이하
주호영 의원 (한 '17. 4. 25)	■ (정의) '정치적 또는 경제적 이익을 위하여 고의로 거짓의 사실 또는 왜곡된 사실을 포함하는 내용의 정보' 및 '언론보도로 오인하게 하는 내용의 정보' ■ 2년 이하 징역 및 2천만원 이하 벌금
안호영 의원 (민 '17. 5. 30)	■ (정의) 정보통신망을 통해 상업적 또는 정치적으로 정보를 매개로 타자를 속이려는 기만적 의도성을 가진 행위로 수용자가 허구임을 오인하도록 언론보도의 양식을 띤 정보 또는 사실검증이라는 저널리즘의 기능이 배제된 가운데 검증된 사실로 포장하는 행위 ■ 사업자에 가짜뉴스 삭제의무 부과 및 위반 시 3천만원 이하 과태료
이은권 의원 (한 '17. 7. 26)	■ (정의) 거짓의 사실 또는 왜곡된 사실을 언론보도로 오인하게 하는 정보 ■ 제44조 유통금지, 제44조의3 임의의 임시조치 대상에 포함
송희경 의원 (한 '17. 8. 4)	■ (정의) 거짓 또는 왜곡된 사실을 언론보도로 오인하게 하는 정보 ■ 제44조7의 불법정보에 포함 및 위반시 3천만원 이하 과태료
이장우 의원 (한 '17. 9. 1)	■ (정의) 본인 또는 제3자의 정치적·경제적 이익을 위하여 고의로 거짓의 사실 또는 왜곡된 사실을 언론 보도로 오인하게 하는 내용의 정보 ■ 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금
박완수 의원 (한 '18. 4. 25)	■ (정의) 거짓의 사실 또는 왜곡된 사실을 언론 보도로 오인하게 하는 내용의 정보 ■ 제44조7의 불법정보에 포함 및 1년 이하의 징역 1천만원 이하의 벌금
강효상 의원 (한 '18. 5. 9)	■ (정의) 정치적·경제적 이익을 위하여 고의로 거짓의 사실 또는 왜곡된 사실을 언론 보도로 오인하게 하는 내용의 정보 ■ 제44조7의 불법정보에 포함 및 7년 이하의 징역, 10년 이하의 자격정지 또는 5천만원 이하의 벌금
김성태 의원 (한 '18. 7. 30)	■ (정의) 정치적·경제적 이익을 위하여 고의로 거짓의 사실 또는 왜곡된 사실을 언론 보도로 오인하게 하는 내용의 정보 ■ 제44조7의 불법정보에 포함 및 7년 이하의 징역 또는 7천만원 이하의 벌금

– (별도 법률안) 가짜정보 유통방지 또는 가짜뉴스대책위원회 구성 등 2건

〈표 2－2〉 가짜정보 유통방지 등 별도 법률안 발의 현황

박광온 의원 (민) '18. 4. 5)	■ (정의) 정부기관 등에서 명백하게 내용이 사실이 아니라고 판단한 정보 ■ (방통위) 가짜정보 내용 공고, 유통방지계획수립(3년마다), 실태조사 실시(매년), 가짜뉴스 피해예방 교육 실시, 가짜정보 이의신청 시 판단 ■ 과징금(매출액의 1/10) 부과 및 3천만원 이하 과태료 ■ 가짜정보 유통금지, 처리절차, 기술적·관리적 조치 의무, 보고의무 등 규정 ■ 정보통신시스템, 데이터, 프로그램을 변경·위조하거나 운용을 방해하는 프로그램 사용 금지 ■ 가짜정보 유포자는 5년이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금, 사업자 의무 불이행 시 100분의 10 이상에 해당하는 과징금 부과
강효상 의원 (한) '18. 5. 9)	■ (정의) 정치적·경제적 이익을 위하여 신문·인터넷신문·방송 또는 정보통신망에서 생산된 거짓 또는 왜곡된 내용 언론의 정보로서 언론보도 또는 언론보도로 오인하게 하는 내용의 정보 ■ 국무총리 소속으로 가짜뉴스대책위원회를 신설하여, 방송과 정보통신망에서의 가짜뉴스와 관련된 유통 방지 대책은 방송통신위원회를 주관기관으로 함

– (방송법 개정안) 미디어 교육 강화 등 2건

〈표 2－3〉 방송법 개정안 발의 현황

안호영 의원 (민) '18. 4. 5)	■ 시청자미디어재단의 사업에 "미디어를 통한 거짓 또는 왜곡된 정보의 유통에 따른 피해예방을 위한 사업" 추가
하태경 의원 (한) '18. 9. 14)	■ 시청자미디어재단의 사업에 "미디어를 통하여 제공되는 정보의 올바른 이해·분석 및 비판에 관한 교육" 포함

2. 법령 이외 노력

○ (자율규제) 한국인터넷자율정책기구(KISO)에서 가짜뉴스 관련 정책규정 마련('18. 3월), 이에 따라 가짜뉴스 신고센터를 운영('18. 5월~)하여 언론보도 형식의 허위게시물은 정책규정에 따라 심의·조치

〈KISO 정책규정 해설: 가짜뉴스 관련〉

제5절 언론보도 형식의 허위 게시물 관련 정책[본절신설 2018. 3. 23]

제33조 (목적)
본 절에서는 인터넷 공간의 신뢰성을 높이고 공익을 보호하기 위해 언론의 기사형식을 도용 또는 사칭한 허위 게시물에 대한 처리 기준을 마련하는데 그 목적이 있다.

제34조 (게시물 제한)
① 회원사는 다음 각 호의 요건을 모두 충족하는 게시물이 유통되고 있음을 신고 등을 통해 알게 된 경우 이에 대해 삭제 등 필요한 조치를 취할 수 있다. 다만, 게시물이 창작성과 예술성이 인정되는 패러디나 풍자에 해당하는 경우에는 그러하지 아니하다.
1. 언론사의 명의나 언론사의 직책 등을 사칭 또는 도용하여 기사 형태를 갖춘 게시물의 경우
2. 게시물의 내용이 허위로 판단되는 경우
② 회원사는 제1항의 요건의 적용 여부에 대해 필요하다고 인정하는 경우 KISO에 심의를 요청할 수 있다.
③ 회원사는 제1항의 규정에도 불구하고, 정책규정 제2장 및 제4장에 해당하는 게시물의 경우 해당 규정에 따라 처리한다.

1. 연혁 및 제정취지

가. 의의

○ '페이크 뉴스' 혹은 '가짜 뉴스'는 2016년 미 대선 당락에 영향을 주었다고 알려져 있다. 한국에서는 실증적인 연구가 이루어지고 있지는 않으나 가짜뉴스가 일정부분 폐해가 있다는 의견이 있다.

○ 원칙적으로 표현의 자유에는 진실을 표현할 자유뿐만 아니라 허위를 표현할 자유 역시 포함된다고 할 것이다. 따라서 모든 허위정보를 규제하는 것은 자칫 표현의 자유를 훼손할 우려가 크다.

○ 다양한 의견은 이른바 공론장에서 논의를 통해 진위를 가릴 수 있을 것이다. 다

만 언론의 기사를 가장하여 작성된 게시물의 경우 이용자들이 해당 게시물이 사실이라고 신뢰하는 경향이 높아 공론장에서 비정상적으로 높은 신뢰도를 획득할 우려가 있다.

○ 이러한 차원에서 KISO는 언론보도 형식의 허위 게시물을 규제하여, 다양한 이용자의 실질적인 표현의 자유를 보호하고자 해당 정책을 마련하게 되었다

2. 요건

가. 언론사의 명의나 언론사의 직책 등을 사칭 또는 도용하여 작성된 기사형태를 갖춘 게시물일 것

○ 언론사의 명의나 언론사의 직책 등을 사칭 또는 도용하여 작성되어야 한다. 언론사의 명의를 사칭한다는 의미는 실제 하지 않는 신문인 경기 연합뉴스, 대한신문과 같이 실제 존재하지 않는 언론의 명의를 사용하는 것을 의미한다. 언론사의 명의를 도용하는 경우는 기성 언론사의 명의를 사용한 경우를 의미한다. 직책 역시 기자, 부장, 논설위원, 수석기자 등 언론사의 직책을 도용한 것을 의미한다.

○ 명의나 직책을 모두 사칭 또는 도용할 필요는 없고 명의 혹은 직책 하나만 활용한 것으로 족하다.

○ 기사 형태를 갖춘 게시물은, 형태나 방식이 언론사의 방식과 유사하게 작성된 것을 의미한다.

나. 게시물의 내용이 허위일 것

○ 어떠한 게시물의 내용이 허위인지는 판단하기 어려우나 공식적으로 제공된 자료, 언론 등이 보도한 자료 등을 포함하여 검토한다.

다. 풍자 또는 패러디 등이 아닐 것

○ 허위임이 명백하나 단순히 어떠한 사항을 풍자 또는 패러디함이 명백한 경우 삭제해서는 아니 된다.

○ 이에 사실이 아님을 전제로 작성된 뉴스 형태의 게시물 등을 인터넷에 올리는 경우와 같이 해당사안이 기존 언론의 패러디로 볼 수 있는 것뿐만 아니라 언론 등에 대한 명백한 풍자와 관련된 사항에 대해서는 역시 삭제가 제한된다.

라. 명예훼손 관련 게시물, 선거기간 게시물이 아닐 것

○ 기사 형태의 허위 게시물로, 특정인의 명예를 훼손하는 경우에는 명예훼손에 따른 정책규정 제2장이, 선거기간에는 특별규정인 정책규정 제4장이 각각 적용된다.

자료: 한국인터넷자율정책기구, 정책규정 해설집

○ (팩트체크) 27개 언론사*와 협력을 맺은 SNU 팩트체크센터에서 기자를 대상으로 팩트체크 역량 교육을 제공하고, 언론사의 팩트체크 기사를 센터 플랫폼과 네이버 뉴스홈에 공개

* 한국경제, 아시아경제, 뉴시스, 아이뉴스24, 뉴스1, 머니투데이, 세계일보, 오마이뉴스, TV조선, MBC, 한국일보, KBS, MBN, 조선일보, 매일경제, 서울신문, SBS, 중앙일보, JTBC, YTN, 뉴스톱, 문화일보, 이데일리, 전북일보, 노컷뉴스, 연합뉴스, 시사위크

– (팩트체크 주제 선정) 각 언론사가 자율적*으로 선정, 검증내용 역시 각 언론사가 독립적으로 취재한 결과 게시

* 팩트체크 대상의 선정, 취재, 검증결과에 대한 판정에 팩트체크 센터 관여하지 않음

– (팩트체크 결과 판정) 전혀 사실 아님, 대제로 사실 아님, 절반의 사실, 대체로 사실, 사실, 판단유보 등 6개 카테고리로 구분, 판정

〔SNU팩트체크센터 팩트체크 판정 유형〕

〈SNU 팩트체크 원칙〉

1. 팩트체크는 불편부당성과 비 당파성을 견지해야 한다.
 – 팩트체크를 하는 주체는 이해관계가 얽힌 사안을 다룸에 있어 어느 한쪽에 치우치지 않는다. 팩트체크하는 사안에 대해 지지나 반대 등의 입장을 취하지 않는다.

2. 팩트체크의 검증대상은 아래와 같다.
 1) 정당한 공적 관심사(public concern)와 관련이 있는 것이어야 한다. 선거, 입법 등 시민의 공적 생활이나 보건, 환경 등 시민의 안녕에 영향을 미칠 수 있는 중요한 사안이 검증 대상이 되어야 한다.

2) 실질적 근거를 동원해 사실성을 가릴 수 있는 것이어야 한다. 의견은 검증대상이 될 수 없다.
3) 시민들이 팩트체크의 검증대상을 제안할 수 있도록 한다.

3. 팩트체크의 과정은 일관되고 명확한 기준에 따라 이루어져야 한다.
- 사실성에 오류가 없는지 여부가 검증대상의 선정부터 판정까지 검증과정을 일관하는 기준이어야 한다. 어떠한 편견 없이 오로지 증거가 결론을 이끌어내도록 해야 한다. 시민들의 이해를 돕기 위해 검증의 전체적인 맥락을 설명해야 한다.

4. 팩트체크의 근거자료들은 확인가능하게 공개되어야 한다.
- 팩트체크를 하는 주체는 취재원의 안전에 위협이 되지 않는 한 자신들이 검증에 사용한 근거를 이용자들이 확인할 수 있도록 최대한 구체적으로 밝힌다.

5. 팩트체크에 오류가 있다면 이를 정직하게 수정하고 공개적으로 알려야 한다.
- 팩트체크를 하는 주체는 검증결과나 과정에서 오류가 있었다면 그 이유를 명시적으로 밝혀야 한다. 시민들이 검증결과를 보고 오류를 발견했거나, 검증결과가 공인이 아닌 사인의 권리를 침해한다고 판단해서 신고할 경우 팩트체크의 주체는 이에 대해 적절한 조치를 취해야 한다.

6. 팩트체크의 재원을 투명하게 공개해야 한다.
- 팩트체크를 하는 주체들은 재정지원을 받았을 경우 이를 투명하게 공개해야 한다. 팩트체크의 재정지원 원칙은 '지원은 하되 검증결과에는 간섭하지 않는다'는 팔길이 원칙(arm's length)이 지켜져야 한다. 재정지원이 검증 과정이나 결론에 영향을 미치지 않도록 해야한다. 팩트체크하는 사안의 이해관련자나 당사자 등의 재정 지원을 받아서는 안 된다.

7. 팩트체크의 주체들은 정당이나 이해관계가 있는 단체의 구성원이어서는 안 된다.
- 팩트체크의 주체들은 정당의 구성원이어서는 안 된다. 팩트체크의 주체들은 검증 대상과 연관이 있는 이해집단의 구성원이어서는 안 된다.

자료: SNU팩트체크센터

○ (미디어교육) 방송통신위원회, 문화체육관광부, 교육부 산하 미디어교육 유관기관*을 중심으로 이용자의 정보판별 역량 향상을 위한 교육콘텐츠 개발 및 미디어교육 확산을 위한 인프라 구축 지원

* 시청자미디어재단, 한국정보화진흥원, 한국언론진흥재단, 영상미디어센터 등

– (학교미디어교육) 시청자미디어재단, 한국언론진흥재단 등은 교육부 자유학기제[3] 협업기관으로 참여하여 자유학기제 맞춤형 미디어교육(미디어 리터러시 수업, 미디어진로체험 등) 지원

〈표 2－4〉 2019년 자유학기제 미디어교육 지원 사업 사례

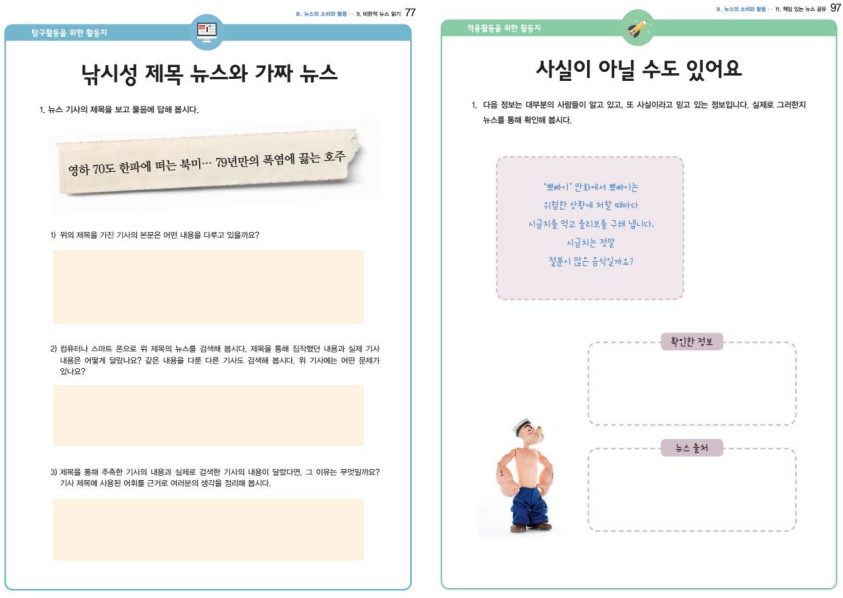
1. 시청자미디어재단	
지원내용	시행학교
매체별(영상, 라디오, 스마트), 장르별(다큐, 영화, 애니메이션 등) 학교특성에 따른 맞춤형 미디어리터러시 교육 및 제작 교육 프로그램 지원	130개교
지역 시청자미디어센터 방송시설 및 장비를 활용한 미디어 진로 및 방송제작 체험 실시	50개교
미디어 진로 체험이 가능한 방송장비가 탑재된 찾아가는 미디어버스 활용, 도서산간 지역 등 미디어진로체험 실시	70개교
2. 한국언론진흥재단	
지원내용	시행학교
자유학기제 교육과정에 미디어교육을 운영하려는 학교에 수업용 인프라 지원·미디어교육 강사 파견, 수업용 신문(지역신문), 미디어교육 교재 제공, e-NIE 프로그램 이용 지원	100개교

자료: 시청자미디어재단(https://kcmf.or.kr), 한국언론진흥재단(https://forme.or.kr/)

3) 중학교 과정 중 한 학기 또는 두 학기 동안 학생 참여형 수업을 실시하고 교과 연계 주제선택 활동, 동아리 활동, 진로탐색활동 등 체험활동 중심으로 교육과정을 운영하는 제도(교육부 자유학기제, https://ggoomggi.go.kr)

– 초중등 학생의 미디어교육을 위한 뉴스 리터러시 교재 및 다양한 연령과 장애청소년, 소외계층 대상 디지털시민교육콘텐츠 개발

〔그림 2-1〕 초등학생을 위한 뉴스 리터러시 교재



자료: <세상을 바라보는 창, 뉴스로 열어요>, 한국언론진흥재단

– (사회미디어교육) 한국언론진흥재단, 한국정보화진흥원 등이 정보소외계층 등 다양한 계층과 연령대를 대상으로 미디어리터러시 교실 운영 및 인터넷윤리 교육콘텐츠 개발 및 공개, 인터넷 이용관련 소양교육 추진

– 범국민 대상 미디어리터러시 교육용 영상 제작을 통해 허위정보를 포함한 저품질 정보의 위험성에 대한 인식 제고 및 올바른 정보분별력 함양

〈표 2－5〉 미디어리터러시, 인터넷윤리 교육콘텐츠 개발 사례

개발 연도	제목	대상	시간	내용
2014	SNS와 유언비어	전국민	4분	SNS를 이용함에 있어 올바른 정보를 판별하고 유통해야함을 강조(애니메이션)
	유언비어가 만들어 낸 결과	전국민	4분	유언비어로 발생한 피해사례를 소개하고 올바른 정보전달의 필요성을 강조
	소셜미디어를 대하는 바른 태도	전국민	4분	'미세먼지로 인한 휴교'라는 정보가 확산되면서 전달받은 정보의 사실확인의 필요성과 무분별한 전달의 위험성을 경고(애니메이션)
2017	우리동네 파수꾼 웰리	전국민	10분	잘못된 정보를 바탕으로 여행을 떠나는 웰리와 친구들 이야기를 통해 출처 확인의 중요성 등에 대해 전달(애니메이션)
2018	온라인 정보 바로보기	성인	8분	온라인상의 정보 판별능력 강화를 위한 영상(사례, 강연중심 영상)
	드림 업!(사이버폭력 예방 뮤지컬)	청소년	52분	래퍼가 꿈인 주인공이 사이버 폭력(허위사실유포, 악성댓글 등) 피해를 입고 친구들의 도움으로 극복하는 뮤지컬 실연 영상

자료: 한국정보화진흥원 아름다운 인터넷 세상 교육자료실(https://아인세.kr)

○ 더불어민주당, 허위조작정보 대책 특별위원회(2019)

– '18년 더불어민주당은 '허위조작정보 대책 특별위원회'(위원장 박광온)를 구성, 운영하며 허위조작정보 대책 등 발표

– '18년 10월 17일 "가짜뉴스, 허위조작정보 어떻게 할 것인가" 정책토론회 개최

– '19년 10월 1일 허위조작정보 종합대책 발표

① 팩트체크(Fact Check) 활성화

② 미디어 리터러시(media literacy)의 공교육화

③ 혐오·차별 표현의 금지(공무원 의무)

④ 역사의 부정·왜곡 금지

⑤ 플랫폼 공적규제 강화

- 허위조작정보 개념을 정보통신망법 9가지 불법정보로 대체
- 임시조치 차단에 대한 이의신청권 신설 등 표현의 자유 확대
- 불법정보 유통방지를 위한 기술적조치 등 플랫폼 사업자의 사회적 책임 강화

⑥ 언론사 정정보도 위치 합리적 조정

⑦ 허위조작정보 피해자 권리구제를 위한 징벌적 손해보상제도 도입

⑧ 딥 페이크(Deep fake) 성범죄 처벌 신설

제 2 절 해외 현황

1. 관련 법령 또는 법안

가. 독일

– (규제목적) 온라인상에서 불법콘텐트(unlawful content)의 유통 방지

– (법적근거) '17년 6월, 소셜네트워크에서의 법 집행 개선 법(Act to improve enforcement of the law in social networks) (별도 법률 제정)

– (규제대상) 불법 콘텐트(Unlawful content) - 형법에 근거한 21개 정보(나찌 선전/선동, 범죄선동, 범죄단체조직, 테러집단조직, 증오유발표현, 범죄묘사유포, 아동포르노 보유/유포, 모욕, 명예훼손, 의도적 명예훼손, 프라이버시 침해, 증거조작 등)

– (판단조치절차) 이용자 불만(Complaints) 제기, 사업자 판단 후 조치(내용 삭제): 명백한 경우 24시간, 기타의 경우 7일 이내(기타의 경우, 자율기구에 판단 위탁 가능)

– (판단/조치주체) 소셜네트워크사업자(2백만 가입자 이상)*

* 유튜브, 페이스북, 인스타그램 등

– (제재) 연방법무부(Federal office of justice) 벌금* 부과

* 5유로–5백만/5천만 유로

– (특징) 소셜 네트워크에서의 불법 콘텐트 유통방지: 기존 불법 콘텐트의 범위 확대 없음

나. 프랑스

– (규제목적) 온라인상에서 허위정보(False Information)의 유통 방지(선거기간에 한정)

– (법적근거) '18년 12월, 정보조작방지법(Lutte contre la manipulation de l'information) (기존 법률*개정을 위한 별도 법률 제정)

* 선거법, 1986년 커뮤니케이션법, 교육법 등

– (규제대상) 총선 3개월 전부터의 조작 정보(information) ((선거결과를 바꿀 정도의) 거짓/기만적인 주장이 온라인 공중 커뮤니케이션 서비스를 통해 의도적, 인위적, 자동적, 대규모로 유통될 경우)

– (판단조치절차) 검찰, 후보자, 정당/정치단체, 이해관계자의 불만 제기, 법원 판단 후 조치(내용삭제): 48시간 이내(명백한 경우에 한해)

– (판단주체) 법원(가처분 판사 juge des referes)

– (조치주체) 온라인 공중 커뮤니케이션 서비스(service de communication au public en ligne) 사업자 (웹사이트 운영자)

– (제재) 벌금(75,000유로), 1년 이하의 징역

– (특징) 선거기간 내의 정보조작 유통방지 허위정보만을 대상으로 하고 있음(일시적). 법원 판결에 의한 조치

다. 영국

– (규제목적) 온라인상에서 불법/유해(illegal & harmful) 콘텐트의 유통 방지* 현행법상 불법/유해 콘텐트를 '호스팅'하는 온라인 플랫폼의 책임 없음

– (법적근거) '19년 4월, 문화미디어부(DCMS)/내무부(Home office) 공동 온라인 피해(Online harms) 백서(white paper)*

* 법안제출 사전작업(정부 공식문서, 공개 의견수렴 문항 포함)[4]

– (규제대상) 불법(illegal)/유해(harmful) 콘텐트 : 테러집단, 범죄집단, 아동포르노, 리벤지 포르노, 사이버스토킹, 증오유발, 감옥, 마약, 폭력, 집단따돌림, 자해/자살, 온라인 허위정보(disinformation)*, 정보조작(manipulation)** 등

* 고의로 속이기 위해 거짓 정보를 유포(spreading false information to deceive deliberately), **선전(propaganda), 거짓정보

– (판단조치절차) 이용자 불만(Complaints) 제기, 사업자 판단* 후 조치(내용삭제)* 규제기구 행동강령(code of practices) 제정

** 콘텐츠의 불법성 여부, 유해정보의 유해정도 등에 따라 해당 콘텐츠의 제재수준이 상이할 수 있어, 제재수단이 콘텐츠의 삭제에까지 이르지 않을 수도 있음

– (판단/조치주체) 소셜미디어플랫폼, 파일호스팅사이트*, 공개토론포럼, 메시징서비스**, 검색엔진

* 웹하드/클라우드 등 **문자서비스(SMS,MMS) 등

– (제재) 규제기구의 사업자 조치 평가 후 제재*

* 벌금, 서비스 중지, 사이트 차단 등

– (특징) 규제 대상이 가장 폭넓음. 공동규제 형태(규제기구 행동강령 + 사업자 판단/조치). 공개 의견수렴 진행 중(정해진 바 없음)

4) 백서 발표 이후 별도로 허위조작정보 관련 입법례를 두지 않음

라. 싱가포르

– (규제목적) 온라인상에서 허위사실(false statement)의 유통 방지

– (법적근거) '19년 4월, 온라인 허위/조작으로부터 보호 법안*(protection from online falsehoods and manipulation act 2019)

* 정부입법안(별도 법률 제정)

– (규제대상) 사실에 대한 허위진술(false statements of fact)*, 정보조작(information manipulation)

* 국가안보, 국가보건/재정, 대선/총선 영향, 증오유발, 국가신뢰 등과 관련한 사실에 대해, 전부/일부의 허위/오인 진술

– (판단조치절차) 소관부처 장의 판단 후 사업자 조치(내용정정, 삭제, 접속차단)

– (판단주체) 소관 부처 장

– (조치주체) 인터넷 중개 서비스(internet intermediary service) 사업자*

* 소셜네트워킹서비스, 검색엔진, 콘텐트어그리게이션서비스, 메시징서비스, 비디오 공유서비스

– (제재) 중앙부처 행정명령, 규제기구(IMDA) 집행*

* Part 3(허위진술에 대한 지침) 위반 개인: 2만 달러 이하 벌금, 1년 이하 징역, 그 외: 50만 달러 이하 벌금(제15조), part 4(플랫폼/미디어서비스에 대한 지침) 위반 개인: 2만 달러 이하 벌금, 1년 이하 징역, 그 외: 100만 달러 이하 벌금 (제27조)

– (특징) 정부, 규제기구의 개입이 가장 강함. 허위정보만을 대상으로 하고 있음(상시적). 정부입법안(수정 가능성 있음)

2. 법령 이외 노력

가. 유럽연합(EU)

1) 허위조작정보에 관한 종합대책안(Tackling online disinformation: a European Approach)

○ 유럽집행위원회는 2018년 허위조작정보에 관한 종합대책안으로 <온라인 허위조작정보 억제하기: EU적 접근법(Tackling online disinformation: a European Approach; April Communication: 이하, '종합대책안')>을 발표, 세 축으로 진행된 자문결과를 담음

– 첫째, 공적 자문(public consultation)을 구하기 위해 2017년 11월부터 2018년 2월까지 시민, 소셜미디어플랫폼, 언론기관, 학계를 대상으로 온라인 설문 실시, EU 28개국 대상 유로바로미터(Eurobarometer) 조사에서도 허위조작정보에 대한 시민 인식을 측정함

– 둘째, 컨퍼런스 및 콜로키움을 주재하여 문제현상을 정의하고 인터넷 플랫폼 기업들이 시행하고 있는 자율규제 효과에 대해 평가 시도

– 셋째, 정책의 틀을 마련하는 데 전문가들의 자문을 얻고자 고위전문가그룹(High-Level Expert Group)[5] 구성하였으며, 2개월간 논의와 협업을 거쳐 최종 보고서 발간

○ 종합대책안은 허위조작정보 문제에 대해 올바른 인식을 제고하고, 허위조작정보의 확산을 억제하고자 "보다 투명하고, 진실하며 책임질 수 있는(A more transparent, trustworthy and accountable)" 온라인 생태계 조성 목표를 지니며, 4대 기본원칙에 기반함

5) 고위전문가그룹(High-Level Expert Group)은 시민단체, 팩트체크 기구, 학계 및 언론, 인터넷 플랫폼 기업의 대표를 포함한 39명의 전문가로 구성되었다.

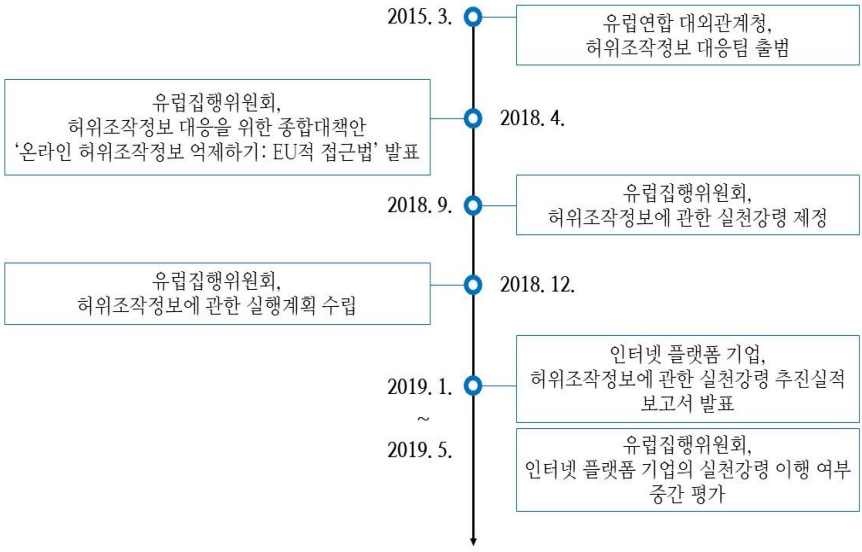
- 기본원칙 1: 정보가 어떻게 생산되었으며 누가 후원(광고)하는지를 밝힘으로써 정보의 투명성을 증진한다.
- 기본원칙 2: 정보의 다원화(diversity)를 장려한다.
- 기본원칙 3: 정보의 신뢰성(credibility)을 촉진한다.
- 기본원칙 4: 다양한 이해관계자를 포괄하는 총체적인 해결책을 고안해야 한다.

– 4대 기본원칙을 바탕으로 '유럽 전역 팩트체크 네트워크 시스템 구축', '미디어 리터러시 교육의 프레임워크 개발', '양질의 저널리즘 발전 지원' 등의 세부대책 수립

– 종합대책안은 허위조작정보를 차단하고 보다 투명한 정보를 이용자에게 제공하기 위해서는 업계의 자율규제를 통한 조력*의 필요성 강조

* 협회, 협의체, 기업, 회원국 등이 수행해야 할 의무는 '허위조작정보에 관한 실천 강령'에서 보다 구체적으로 논의됨

〔그림 2－2〕 유럽연합의 허위조작정보에 관한 대응책 마련 과정



주: 원문에서 발췌한 내용을 바탕으로 재구성함.
자료: European Commission(2019. 6)

2) 허위조작정보 실천 강령(Code of practice)

○ EU는 각국의 민간 전문가그룹과 함께 허위정보 대응을 위한 종합 보고서를 마련, 이를 기반으로 플랫폼 사업자가 자율적으로 실행 가능한 강령(Code of Practice)을 마련하여 공표

– 자율규제 기반의 EU 실천강령은 플랫폼 사업자*, 소셜네트워크, 광고업자, 광고업계를 대상으로 마련된 것

* 구글, 페이스북, 트위터, 모질라를 대상으로 동의 확보

○ 실천 강령에 동의한 사업자들이 이행해야 할 내용

① 허위정보를 확산하는 계정과 웹사이트에 대한 광고배치를 제한하는 등 허위정보로 인한 수익 배분을 제한

② 정치광고나 이슈기반 광고에 대한 투명성 보장을 위해 광고주의 실명 및 국적, 광고비 후원 주체 등에 대해 공개

③ 허위계정(spam)이나 봇(bot, 자동입력 시스템 등의 행위를 인간이 한 행위로 오인하게 하는 상황 등)에 관한 문제 해결을 위해 노력

④ 정보 소비자들이 허위정보를 보고할 수 있도록 하고, 다양한 출처 및 신뢰성 높은 정보를 제공할 수 있도록 서비스 개선

⑤ 사생활 침해가 이뤄지지 않는 한 온라인 공간의 허위정보를 감시할 수 있도록 플랫폼이 갖고 있는 데이터를 연구기관 등과 공유

〈표 2－6〉 허위조작정보에 관한 실천강령에 서명한 인터넷 플랫폼 기업

실천강령 서명일	인터넷 기업
2018년 10월 10일	• 구글(Google) • 트위터(Twitter)
2018년 10월 11일	• 페이스북(Facebook)
2018년 10월 16일	• 모질라(Mozilla)
2019년 5월 22일	• 마이크로소프트(Microsoft)

자료: 유럽집행위원회가 공식 웹페이지에 게시한 각 서명기업의 서명 제출문

– 유럽연합은 고위전문가그룹의 자문을 바탕으로 단계적인 접근을 통해 허위조작정보 대응책을 마련, 첫 단계로 2019년 1년간 인터넷 플랫폼 기업의 자율에 맡긴 후 자율규제의 실효성에 대한 평가를 진행할 예정이며 평가 결과에 따라 제 2단계로서 공동규제 또는 공적규제를 고려할 계획을 밝힘

3) 허위조작정보에 관한 실행계획(Action Plan on Disinformation)

○ EU는 허위조작정보의 확산에 대응하기 위한 범유럽 차원의 노력을 촉구하고 개별 회원국 간 협력을 강화하고자 2018년 12월 허위조작정보에 관한 실행계획을 수립

– 실행계획은 4대 핵심 목표를 상정하고 이에 따라 유럽연합 국가들이 공동으로 취하고자 하는 세부 실행계획*을 총 10개로 구성

* 2019년 5월 유럽의회 선거를 비롯해 2020년까지 진행되는 유럽연합 내 각 회원국의 대선, 총선, 지역선거에 집중적으로 대비하기 위해 허위조작정보의 개입을 차단하려는 의도를 반영

〈표 2－7〉 허위조작정보에 관한 실행계획의 주요 내용

핵심목표1. 허위조작정보를 찾아서 분석하고 공표한다.	
세부 실행계획 1	2019년 유럽 의회 선거 기간에 집중함과 더불어 장기적인 측면에서 고위대표측은 회원국들과 협력하고 허위조작정보 대응팀 및 유럽연합 대표부(Union Delegations)는 허위조작정보 탐지, 검출 및 분석에 필요한 툴과 인력을 보강할 것이다. 이에 회원국들은 허위조작정보 대응팀과 유럽연합 대표부가 필요로 하는 자원의 확보를 도울 것이다.

세부 실행계획 2	고위대표는 서부 발칸지역과 남부 유럽지역을 위한 허위조작정보 대응팀의 권한의무를 검토하여 허위조작정보 문제를 효율적으로 다룰 수 있도록 노력할 것이다.
핵심목표2. 허위조작정보에 공동으로 대응하며 협력을 강화한다.	
세부 실행계획 3	2019년 3월까지 유럽집행위원회와 고위대표는 회원국들과 협력하여 허위조작정보를 유포하는 선거 캠페인에 대처하기 위해 긴급 경보 시스템(Rapid Alert System)을 확립할 것이다.
세부 실행계획 4	유럽집행위원회는 유럽 지역 내 다가오는 선거를 위해 유럽의회와 협력하여 유럽 연합이 추구하는 가치와 정책에 대한 소통을 강화할 것이다. 회원국들은 소통을 위해 각별한 노력을 기울여야 한다.
세부 실행계획 5	유럽집행위원회와 고위대표는 회원국들과 협력하여 유럽 연합 인근 지역과의 소통을 강화할 것이다.
핵심목표3. 인터넷 플랫폼 및 업계와의 협업을 통해 허위조작정보에 대응한다.	
세부 실행계획 6	유럽집행위원회는 실천강령의 이행여부를 지속적으로 면밀한 모니터링을 실시 할 것이다. 특히 유럽 의회 선거와 같이 필요할 시에는 유럽집행위원회가 신속하고 실효적인 이행을 촉진할 수 있다. 유럽집행위원회는 실천강령 시행 12개월 이후 실효성에 대해 종합적인 평가를 수행할 것이다. 실천강령의 영향 및 이행 결과가 미흡하다고 판명될 경우 유럽집행위원회는 추가적인 규제 조치를 제안할 수 있다.
핵심목표4. 사회의 위기회복력을 증진하고 허위조작정보에 대한 인식을 제고한다	
세부 실행계획 7	2019년 유럽 의회 선거를 대비하기 위한 목적과 더불어 장기적 관점에서 회원국들과 협력하여 허위조작정보가 미치는 부정적인 영향에 대한 인식을 제고하기 위해 대중을 대상으로 캠페인을 시행하고, 유럽연합과 인근 지역의 언론 및 시민단체를 대상으로 교육을 진행할 것이다. 허위조작정보 관련 연구, 독립적인 언론, 양질의 저널리즘 환경 지원하기 위해 지속적인 노력을 기울일 것이다.
세부 실행계획 8	회원국들은 유럽집행위원회와 협력하여 소셜 네트워크와 디지털 미디어 상의 허위조작정보 캠페인을 적발하기 위해 독립적 팩트체크 기구 및 다분야의 전문가들로 구성된 팀을 꾸려야 한다.
세부 실행계획 9	2019년 3월 개최되는 미디어 리터러시 주간의 일환으로 유럽집행위원회는 회원국들과 협력하여 대중의 미디어 리터러시 능력 향상을 위한 툴 개발을 지원할 것이다. 또한 회원국들은 미디어 리터러시와 관련한 시청각미디어서비스지침의 규정을 준수해야 한다.
세부 실행계획 10	다가오는 2019년 유럽 의회 선거를 대비하여 회원국들은 선거 정책 패키지(권고안의 후속 조치)가 실효성이 있도록 보장해야 한다. 유럽집행위원회는 정책 패키지가 어떻게 구현되는지 면밀히 모니터링하고 타당한 경우에는 지원과 자문을 제공할 것이다.

자료: European Commission(2018. 12)

○ (실행계획 추진 성과) 유럽연합은 허위조작정보에 관한 실행계획을 4대 핵심목표에 따라 추진하고 각 영역에서의 추진 성과를 구체적으로 제시

– '핵심목표 1: 허위조작정보 분석 및 공표'에 따라 모니터링 프로젝트인 'EU vs Disinfo'[6]의 인력 보충 및 예산 증액

– '핵심목표 2: 허위조작정보에 대한 공동 대응 및 협력 강화'를 위해 긴급 경보 체계(Rapid Alert System)[7] 구축

– '핵심목표 3: 인터넷 플랫폼 및 업계와의 협력' 부문에서 인터넷 플랫폼 기업의 자율규제 성과 자체보고를 추진, 유럽집행위원회는 2019년 유럽의회 선거기간 동안 온라인 플랫폼 기업의 실천강령 이행 여부 집중 모니터링 계획 선포*

* 핵심목표 3 (세부실행계획 6)

– '핵심목표 4: 사회의 위기회복력 증진 및 인식 제고' 영역에서 '유럽 미디어 리터러시 주간(European Media Literacy Week)'[8]개최 및 독립적인 팩트체크 기구 설립 등 양질의 저널리즘 환경 조성 노력

6) 유럽연합 대외관계청 허위조작정보 대응팀이 허위조작정보 유포 사례를 적발하고 분석 및 모니터링하기 위해 2015년부터 추진해 온 프로젝트, 적발 사례는 웹사이트(https://euvsdisinfo.eu/about/)에 공표함

7) 유럽연합 내 선거 관련 허위조작정보 유포문제가 발생 시 유럽연합 28개국 간 신속히 정보를 공유하기 위하여 긴급 연락 체계를 구축함

8) 2019년 3월 18~22일 미디어 리터러시 주간 기념, 유럽 각지에서 관련 행사 320여개 개최됨

4) 인터넷 플랫폼 기업의 실천강령 이행 추진실적 보고서(Implementation Reports)

○ 실천강령에 서명한 기업들(p.22)은 유럽연합 지역 내에서 허위조작정보 자율규제 노력을 구체적으로 적시하여 유럽집행위원회에 보고

– 2019년 1월부터 5월 유럽의회 선거기간까지 매월 추진실적 보고서의 형태로 허위조작정보 대응 현황을 공개적으로 제출

○ (사례 1) 구글(Google)

– 구글은 유럽집행위원회의 모니터링 요청에 따라 2019년 1월 첫 월례보고서를 제출 이후 5개월 간 자사의 자율규제 및 자체심의 성과를 보고. 구글의 보고서는 4대 부문 - '광고 게재에 대한 정밀 검토(Scrutiny of Ad Placements)', '정치광고의 투명성(Political Advertising)', '서비스의 무결성(Integrity of Services)', '선거활동에 관한 정책(Election Activity)' - 에서 유럽집행위원회와의 협력 의지를 밝힘

① 광고 게재에 대한 정밀 검토

– 유럽집행위원회의 실천강령 부록 리스트(European Commission, 2018. 10)[9]에 따르면 구글은 서명 이전에도 이용자를 기만하는 광고나 콘텐츠의 수익 창출을 제한하는 내부지침을 전 세계 공통으로 시행해온 것으로 나타남. 2019년 1월에서 5월까지 유럽연합 내에서 수익을 창출하는 구글 광고와 콘텐츠 게시물 중 자사지침을 위반하였다고 판단, 조치한 건수를 총 4개 지표로 구분하여 공개

– 첫째, 기만적인 광고*, 즉 '왜곡된 주장(Misrepresentation)'[10] 광고 적발하여 자체 심의기준에 따라 광고를 금지. 심의기준을 위반한 광고는 사용자에게 노출을 제한하고 있으며 심한 경우에는 광고 계정을 폐쇄하여 악의적 광고로 인한 사용자 불만에 대처, 특히 유럽연합에서 진행되는 선거와 관련하여 광고 레이아

9) 유럽집행위원회에서 발간한 '부록2: 실천강령 서명기업의 모범사례(Annex II Current Best Practices from Signatories of the Code of Practice)' 참고

10) 구글 광고의 공식사이트(support.google.com/adspolicy)의 한글 표기를 참조하여 'Misrepresentation'을 '왜곡된 주장'으로 표기했다.

웃이나 디자인이 공신력 있는 기관이나 웹사이트, 명칭, 로고 등으로 오해될 수 있는 경우 심의. '왜곡된 주장' 광고 적발 건수는 유럽연합 전체 월 평균 약 26,000건, 월별 개별국 단위 최대 건수는 영국(1월, 16,679건)으로 나타남, 구글은 적발된 광고를 삭제 또는 노출 제한

* '누락된 정보', '사용할 수 없는 프로모션', '혼동을 야기하는 콘텐츠', '불분명한 연관성', '허용되지 않는 비즈니스 관행' 등

– 둘째, 콘텐츠 게시자가 악의적으로 '부정확한 정보를 전달하는 콘텐츠(Misrepresentation)'[11]를 게시한 경우, 해당 콘텐츠에 구글 애드센스 툴을 접목하여 광고수익 제한. 유럽 내에서 왜곡된 주장형 콘텐츠에 대한 광고수익 제재 조치는 1월부터 5월까지 총 3건(2019년 2월 영국, 4월 에스토니아, 핀란드 각 1건) 이루어짐

– 셋째, 구글은 광고 클릭 후 랜딩 페이지에서 고유 콘텐츠가 부족한(Insufficient Original Content) 경우*, 해당 광고의 집행 제한. 유럽연합 전체 월 평균 4,916건, 개별국 단위로는 최대 월 1,985건(영국 4월분)을 적발 및 게재 금지 조치

* 빈 페이지 또는 콘텐츠보다 광고가 더 많은 페이지, 외부 출처의 콘텐츠를 자동으로 스크래핑하는 경우 등

– 넷째, 광고주뿐만 아니라 콘텐츠 게시자에 대해서도 유사한 지침을 부과, 웹사이트가 '가치 없는 인벤토리(Non-Valuable Inventory)'로 밝혀지는 경우 광고 수익 제재. '가치 없는 인벤토리' 제재 건수는 유럽연합 전체 월 평균 약 238건으로 밝힘

11) 구글 애드센스의 공식사이트(support.google.com/adsense)의 한글 표기를 참조하여 'misrepresentation'을 '부정확한 정보를 전달하는 콘텐츠'로 표기했다.

② 정치광고의 투명성

- 구글은 2019년 1월 29일부터 유럽내 정치광고에 대한 인증 절차를 마련, 2018년 11월 미국의 중간선거, 2019년 5월 인도의 총선 과정에서도 정치광고 콘텐츠의 책임자를 투명하게 공개하는 방침을 수행한 바 있음. 유럽 지역에 대한 구글의 내부 심의정책은 유럽연합(영국 제외) 내에서 유럽연합 정당의 정당이나 현직 선출직 공직자 또는 후보가 있는 광고에 대하여 광고주의 신원 증명, 거주 지역에 대한 정보 제공을 의무화함

- 유럽연합 회원국 (영국 제외)의 시민으로 신원 증명된 광고주에 한해 광고를 게재 허용*

* 게재된 광고에는 "누구에 의해 지불된(paid-for-by)" 고지를 달도록 함

- 유럽의회 선거가 열린 2019년 5월 구글에 제출된 정치광고 676건 중 174건이 인정기준을 충족, 약 63,000개의 인증된 정치광고 게재됨. 광고 정보를 투명하게 공개하기 위해 인터렉티브 웹사이트 형식으로 'EU내 정치광고 투명성 리포트(Transparency Report on EU Political Advertising on Google)'*를 제공하고 누구나 원자료에 접근할 수 있도록 API 플랫폼을 개방함

* 지역별 집행금액, 도달률, 광고유형, 광고 타겟의 인구통계학적인 속성 데이터 제공

③ 서비스의 무결성

- 구글은 악의적인 '봇(automated bot)' 또는 명의 도용을 막기 위한 적극적인 기술 지원을 약속하고 '스팸, 현혹 행위, 사기(spam, misleading, and scams)' 및 '명의 도용(impersonation)' 영상을 제한하는 유튜브 커뮤니티 가이드라인(community guideline) 도입. 유튜브 심의기준을 위반하는 콘텐츠를 게시하여 3회 이상 경고(strike)를 받은 경우 해당 게시자의 채널을 삭제하는 '삼진아웃제'를 실시하여 커뮤니티 가이드라인의 실효성 제고

– 유튜브는 전 세계적으로 2월부터 5월 사이 '스팸, 현혹 행위, 사기' 채널 월평균 약 85만 개, '명의 도용(impersonation)' 채널 월 평균 약 2천개 적발 및 제거. 유튜브는 정책 시행에 대한 데이터와 접수 신고에 대한 전 세계 데이터를 '커뮤니티 가이드라인 시정 조치 투명성 리포트'[12]에 공개하고 있으나 유럽지역 내 개별 수치는 공개하지 않음

– 구글은 유럽연합 지역 내 사용자에게 양질의 공신력 있는 콘텐츠를 제공하기 위한 기술적 투자, 2019년 4월부터 5월까지 유럽내 총 17개국 대상 유튜브 메인화면 상단에 '뉴스 속보(Breaking News)' 영역 구축. 신뢰할 수 있는 출처의 뉴스 컬렉션을 제공하고 유럽의회 선거 후보자 검색 시 검색결과 상단에 유럽의회 선거 정보와 후보자의 공식 유튜브 계정이 우선 노출되도록 설정함

④ 선거 활동

– 구글은 사회 각계 이해관계자들과 미디어 리터러시 교육 및 팩트체크 활동을 실시, 5월까지 저널리스트 총 5,730명 대상 디지털 선거 정보 리터러시 교육 프로그램을 운영하고 유럽의회 선거관계자들에게도 온라인 정보보안과 선거관련 온라인 정보 활용 교육을 제공함

○ (사례 2) 페이스북(Facebook)

– 페이스북은 유럽집행위원회의 모니터링에 응하기 위해 2019년 1월부터 5월까지 실천강령의 5가지 영역*에서 준칙의 이행여부를 월례 보고서를 통해 발표함

* 광고 게재에 대한 정밀 검토(Scrutiny of ad placements), 정치광고와 사회적 쟁점광고(Political advertising and issue-based advertising), 서비스의 무결성(Integrity of services), 이용자 지원(Empowering consumers), 학계 지원(Empowering the research community)

12) https://transparencyreport.google.com/youtube-policy/removals

① 광고 게재에 대한 정밀 검토

– 페이스북은 2019년 2월부터 유럽연합 내 오정보(misinformation) 광고를 제한하기 위한 새로운 정책을 마련, 백신 접종 관련 오정보 광고 콘텐츠 삭제 및 지속적으로 해당 정책을 위반하는 광고 계정 비활성화 등 심의 조치 활동을 보고함

– 자사의 기존 광고 정책상 광고 콘텐츠의 내용과 관련하여 게재 금지 유형*을 밝히고, 2019년 3월부터 유럽연합 내 자사 정책을 위반한 광고를 식별하여 매월 60만 건 이상 광고 게재를 제재함

* '품질이 낮거나 사용자 경험을 방해하는 콘텐츠', '오해의 소지가 있거나 잘못된 정보를 담은 콘텐츠', '시스템을 우회하는 콘텐츠'를 포함하는 광고

〈표 2－8〉 페이스북이 광고를 금지하는 콘텐츠 유형

콘텐츠 유형	정의
품질이 낮거나 사용자 경험을 방해하는 콘텐츠	• 실질적으로 중요한 콘텐츠나 원본 콘텐츠가 없음 • 콘텐츠에 비해 너무 많은 광고를 게재 • 팝업 광고나 삽입 광고를 포함 • 예상치 못한 콘텐츠 경험을 포함하는 페이지 • 선정적이거나 충격적인 내용의 콘텐츠 • 악의적이거나 기만적인 내용의 광고
오해의 소지가 있거나 잘못된 정보를 담은 콘텐츠	• 팩트체크 기관에 의해 잘못된 내용이 밝혀졌거나 때에 따라 특정 분야의 전문성을 갖춘 기관이 잘못된 내용이라고 밝힌 정보를 포함한 광고 • 상업적 목적으로 정치적 또는 사회적으로 민감한 주제를 이용하는 콘텐츠를 포함하는 경우
시스템을 우회하는 콘텐츠	• 페이스북의 광고 검토 절차나 기타 정책 시행 시스템을 회피하려는 의도의 전략을 사용하는 경우 • 광고 콘텐츠 또는 랜딩 페이지를 가장하려는 시도를 하는 경우

주: 페이스북 공식 웹페이지에서 원문을 발췌했으며 각 유형별 구체적인 예시는 표에서 생략
자료: 페이스북 광고 정책(facebook.com/policies/ads/prohibited_content/)

② 정치광고와 사회적 쟁점광고

- 페이스북은 유럽의회 선거를 앞두고 정치광고 게재에 관한 모니터링 강화를 위해 2019년 1월 아일랜드 더블린 및 싱가포르에 선거 운영 센터 설치, 모니터링 인력 배치. 또한, 범사회적인 쟁점 전반을 규정*하고 관련 이슈를 게재하는 광고의 경우 광고주의 소재지와 신원 정보를 확인하는 제도 도입

* 미국의 정책 의제 비교프로젝트(Comparative Agendas Project)[13]와 유로바로미터 여론조사 결과를 참조하여 유럽 연합 내 사회 이슈 유형으로 '이민', '정치적 가치', '시민권 및 인권', '외교 안보 정책', '경제', '환경 정책' 6개 지정

- 6개 유형에 해당하는 사회적 쟁점 관련 논쟁을 조장하거나 지지 의사를 피력하는 광고 콘텐츠는 별도의 허가 승인 절차를 거치도록 규정함

- 또한, 페이스북은 정치 및 사회적 쟁점 광고의 투명성과 선거의 공정성을 높이기 위해 '광고 라이브러리(Ad Library)'[14]구축하고, 정치적/논쟁적 광고는 게재 시점으로부터 최장 7년 간 라이브러리에 보관하도록 지침 제정. 이용자가 직접 인스타그램과 페이스북에 게재 중인 정치적, 논쟁적 광고를 검색할 수 있도록 광고 라이브러리 리포트(Ad Library Report)를 공개함[15]*

* 국가명이나 단체명, 광고주명 등 키워드를 입력하여 게재 중인 광고문구와 지출, 지역별 도달률, 후원 주체 등의 정보를 열람할 수 있음

- 광고 라이브러리 리포트 통계상 2019년 3월부터 5월 말까지 EU 전역에서 집행된 정치광고는 총 343,736개로 1억 9천 8백만 유로가 광고 집행에 사용됨

---

13) 미국의 비정파적, 독립적인 대학연구기관들이 세계의 정책의제와 수립과정에 대해 정보를 수집하여 공개하는 프로젝트

14) 페이스북은 2018년 5월에 미국에서 출시된 광고 아카이브에 페이지에서 게재 중인 광고를 확인하는 기능을 통합하여 광고 라이브러리로 이름을 변경함

15) 페이스북 광고 라이브러리 리포트(facebook.com/ads/library/)

③ 서비스의 무결성

– 페이스북은 유럽 의회 선거의 무결성을 보장하기 위해 정치적 선전에 악용되는 사칭 계정 차단 활동에 주력하여 가짜 계정이나 가명 계정 및 공동 허위 행동(Coordinated inauthentic behavior)*에 가담하거나 참여하도록 요청하는 계정을 적발 및 차단 조치

* 페이스북이나 인스타그램의 여러 계정, 페이지, 그룹을 사용하여 집단적으로 허위 행동(Inauthentic behavior)에 가담하거나 참여하도록 유도하는 경우, 허위정보나 왜곡된 정보를 이용한 정치적 선전에 연루되어 있으며 네트워크를 형성하여 사람들을 오도하거나 여론을 조작하는 경우를 공동 허위 행동으로 적발함

〈표 2－9〉 페이스북이 금지하는 '허위 행동'의 유형

'허위 행동'의 유형
• 콘텐츠의 출처에 대해 잘못된 정보를 제공하는 경우
• 페이스북 외부 링크의 랜딩 페이지에 대해 잘못된 정보를 제공하는 경우 (예: 최종 랜딩 페이지 URL과 일치하지 않는 URL을 표시)
• 자신의 신원, 목적 또는 실체의 기원에 대한 오해를 불러일으키는 경우
• 커뮤니티 규정에 명시된 기타 정책 위반 사실을 숨기거나 커뮤니티 규정 시행을 피하기 위해 오해를 불러일으키는 경우
• 공유, 좋아요, 조회수를 늘리기 위해 잘못된 정보를 제공하거나 오해를 불러일으키는 경우

주: 페이스북 공식 웹페이지에서 원문을 발췌함.
자료: 페이스북 커뮤니티 규정(https://www.facebook.com/communitystandards/inauthentic_behavior)

– '공동 허위 행동'이 특정 국가에서 발생하거나 활동하는 것을 확인하고 유럽 지역 내에서 '공동 허위 행동'으로 적발된 가짜 계정 네트워크 전체 폐쇄 조치

– 페이스북 월례 보고서의 국가별 '공동 허위 행동' 적발 내용에 따르면 러시아에서 최다 발생하였으며, 유럽 내에서 지속적으로 '공동 허위 행동'을 수행

* 일례로 2019년 5월 '공동 허위 행동'으로 적발된 러시아의 가짜 계정 네트워크

는 페이스북과 인스타그램을 포함하여 118개의 계정이 사칭 등의 조작 행위를 통해 '공동 허위 행동'에 가담하거나 참여하도록 유도한 것으로 나타났고, 주로 동부 우크라이나의 군사적 충돌, 우크라이나 및 러시아를 포함한 유럽 내 정치 뉴스, 시리아 내전과 관련한 주제를 다루는 정치적, 지역적 뉴스 콘텐츠를 게시함

④ 이용자 지원

- 페이스북은 유럽 전역에서 현지 팩트체크 기구와의 협력 및 지원 규모를 확대, 국제팩트 체크네트워크(IFCN)가 검증한 Newtral, Maldita.es, AFP 등의 팩트체크 기구들과 파트너십 체결. 2019년 3월부터 스페인, 폴란드, 그리스, 크로아티아, 포르투갈 등 9개 국가에 걸쳐 21개의 현지 팩트체크 기구 활동 지원, IFCN이 시행중인 FactCheckEU프로젝트에 참여*

  * 유럽연합 차원에서 팩트체크 기구들이 서로 연대하여 유럽 의회 선거와 관련한 정보의 사실을 검증하는 팩트체크 활동

- 민관과 협력하여 허위조작정보의 식별을 위한 미디어 리터러시 교육 지원, 주로 유권자가 필요로 하는 정보를 비판적으로 판별하는 능력을 길러주기 위한 청소년 대상 교육 활동 지원. 폴란드(디지털 청소년 포럼과 협력하여 청소년 교육 행사 진행), 덴마크(청소년을 위한 디지털 리터러시의 날 행사 개최), 이탈리아(청소년, 노년층 대상 소셜 미디어의 올바른 사용 프로젝트 진행), 아일랜드(정부와 미디어 리터러시 캠페인 공동 주관), 프랑스(미디어 리터러시 관련 프로젝트 총 12개 후원) 등 미디어 리터러시 교육 사업 투자 규모 확대

- 유럽 의회 선거 기간에는 자사의 플랫폼을 이용해 이용자들에게 투표 참여를 독려하거나 올바른 선거 관련 정보 제공*

  * 페이스북 뉴스 피드에 공식 선거 웹사이트로 연결되는 버튼이 나타나도록 하거나 인스타그램에 투표 인증 스티커 등의 '유권자 정보 리마인더' 기능 도입

⑤ 학계 지원

– 페이스북은 온라인 플랫폼 상에서 유포되는 허위조작정보 및 정치광고 관련 학계의 연구 활동을 장려하기 위해 2018년부터 시행해 온 자사 정책의 연장선 상에서 유럽위원회의 요청을 반영, 연구자들에게 페이스북의 데이터를 제공 및 공유 인프라 구축*

* 소셜 미디어가 선거를 비롯한 정치·사회적 이슈에 미치는 영향에 관한 연구를 지원하는 '소셜 사이언스 원(Social Science One)' 프로젝트와의 협력 강화 및 유럽 11개국 총 30개 학술기관 선정, 학계와 페이스북 데이터 공유 인프라 구축 등

– 또한, '광고 라이브러리' API를 개방하여 연구자들의 데이터 접근 권한을 확대, 페이스북 계정을 통한 ID 검증 프로세스를 거치면 플랫폼 서비스 약관에 동의한 모든 사용자가 API에 액세스할 수 있도록 지원함

5) 인터넷 플랫폼 기업의 자율규제 성과에 대한 평가

○ 유럽집행위원회는 각 인터넷 플랫폼 기업의 허위조작정보에 관한 실천강령의 준칙 이행 여부를 매월 모니터링 후 평가

– 2019년 1월부터 5월까지 매월 평가를 시행한 결과 실천강령에 근거한 인터넷 플랫폼의 조치가 전반적으로 정치광고의 투명성을 확보하는 데 효과적으로 기여했다고 평가함

– 구글의 경우, 유럽집행위원회는 기존에도 수행하던 일반적인 자율규제 성과만 밝힌 것에 아쉬움을 표현하며 향후 '허위조작정보'에 대한 구체적인 성과 제시를 촉구, 광고건별 집행액 등 보다 정교한 자료를 요청하며 지속적인 모니터링을 예고함

– 페이스북의 경우, 유럽집행위원회는 정치광고나 사회적 쟁점을 다루는 광고의 투명성을 확보하기 위해 광고 라이브러리를 구축하는 등 정책 개선의 노력과 관

련하여 긍정적으로 평가했으나, 서비스의 무결성과 관련하여 공동 허위 행동 적발 사례에 대해서는 유럽연합 지역 내에서 발생하는 사례를 중심으로 정보 제공할 것을 촉구함

○ 또한, 유럽집행위원회는 인터넷 플랫폼 기업들의 실천강령 추진실적에 대한 평가와 함께 독립적인 기구인 ERGA(European Regulatory Group for Audiovisual Media Services)의 모니터링 결과[16]를 기반으로 최종 평가 후 다음 단계로의 논의를 이어갈 예정임

16) 유럽집행위원회에 따르면 2020년 초 최종 평가보고서 발간 예정됨(EC,2019. 10. 29, https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/annual-self-assessment-reports-signatories-code-practice-disinformation-2019)

나. EU 기금 지원 사업 - 허위조작정보 관련

(1) Co-inform

공공의 참여를 통한 오정보 문제 해결방안 마련 및 사회의 대응능력 강화 (Co-Creating Misinformation-Resilient Societies)

기 간	2018. 4. 1. ~ 2021. 3. 31.
예 산	총 4.1백만 유로. 유럽연합의 연구개발 프로그램 "Horizon 2020"의 세부 프로그램 Research and Innovation action(RIA)의 일환으로 지원
협력기관	스웨덴, STOCKHOLMS UNIVERSITET (유럽 7개국의 대학기관 및 중소기업 참여)
목 표	"context Matters, Your Sources Too" 소셜미디어 상의 오정보를 게재한 게시물 및 뉴스 기사를 찾아내고 이에 대처함 소셜미디어 이용자(대중), 팩트체커(언론), 정책입안자를 아우르며 잘못된 정보를 담은 게시물이 인구통계적 특성 및 네트워크 내 확산 가능성이 높은 구조를 이해하고 예측함 소셜미디어의 반향실(echo-chamber)효과를 측정하고 확증 편향된 네트워크에 상반된 인식과 올바른 정보를 노출함 오정보 문제에 대한 사회의 대응능력 및 디지털 리터러시, 비판적 사고 역량을 키우는 데 기여하는 도구를 만들어내는 것을 목표로 함. 이러한 도구들은 유럽연합 3개국의 언론, 시민, 정책입안자들과 함께 설계하여 시험함
툴	이해관계자(시민, 언론, 정책입안자)들을 함께 참여시키기 위해 같이 만들어가는(co-creating) 오픈소스 플랫폼 및 툴을 사용함 공동 창조 방법(co-creational methodologies)은 정부의 개입 최소화와 언론 및 학계, 시민, 비영리 단체 간의 상호작용을 촉진하는 방법으로, 오정보의 흐름을 예측하고 찾아내는 고도의 지능기법과 결합하여 이용자의 오정보 수용 및 거부에 대해 실시간으로 처리하고 측정함
웹사이트	https://coinform.eu/

(2) Reveal

소셜미디어 상 정보 속 숨겨진 의미를 찾아내기
(REVEALing hidden concepts in Social Media)

기 간	2013. 11. 1. ~ 2016. 12. 31.(종료)
예 산	총 6.9백만 유로. 유럽연합의 'FP7-ICT' 프로그램을 통해 5.2백만 유로를 지원
협력기관	룩셈부르크, INTRASOFT INTERNATIONAL SA
목 표	콘텐츠의 품질과 정확성을 판단하는 데 기여한 영향, 평판 및 영향력을 분석하여 정보의 신뢰도를 공표함 소셜미디어 상에서 서로 연결된 정보원들 간 상호작용이 일어나는 맥락과 원형의 정보가 사용되는 맥락에 관한 지표를 파악함. 이를 통해 소셜미디어 상의 개인 간 상호작용을 실시간으로 분석하고, 원형의 콘텐츠를 찾아내서 공표하고 정보의 신뢰성을 평가함 정보 내에 숨겨진 상위 개념(concept)의 발견을 목표로 함
툴	소셜네트워크 분석 등
웹사이트	http://www.reveal-project.eu/

(3) Comprop

알고리즘, 봇이 유럽 정치 담론에 미치는 영향 연구
(Computational Propaganda: Investigating the Impact of Algorithms and Bots on Political Discourse in Europe)

기 간	2016. 1. 1. ~ 2020. 12. 31.
예 산	총 2백만 유로, 유럽연합의 연구개발 프로그램 “Horizon 2020”의 일환으로 ERC 통합 기금을 통해 지원
주 관	영국, THE CHANCELLOR, MASTERS AND SCHOLARS OF THE UNIVERSITY OF OXFORD
목 표	소셜미디어를 통한 시민·정치적 참여에 부정적인 영향을 미치는 다양한 기술(봇, 알고리즘)에 대응함 소셜미디어 봇과 같은 툴이 정치적인 콘텐츠, 허위조작정보, 혐오 발언, 정크 뉴스 등을 통해 여론을 어떻게 조작하는 지에 대한 분석. 조직사회학, HCI(Human Computer Interaction), 정치학 등의 관점을 이용하여 증거를 수집 및 분석, 해석함
툴	컴퓨터 공학 및 허위조작정보 전문가 등 해당 분야의 전문가 네트워크를 통한 부팅 검출(Boot detectors), 통합 데이터베이스를 구축하기 위해 과거에 봇이 관여했던 로그 기록, 네트노그래피(network ethnography[17])방법을 이용한 연산 이론(가짜 뉴스 보급 패턴 분석), 알고리즘 및 정성적 통계, 정보제공 목적의 연구결과 전략적 배포
웹사이트	https://comprop.oii.ox.ac.uk/

17) 네트워크 데이터의 의미와 영향을 발견하기 위해 정성적 연구방법과 결합한 소셜네트워크 분석 방법. 에스노그래피에서 유래한 온라인 커뮤니케이션 연구방법.

(4) InVID

비디오에는 진실이 있다 - 언론을 위한 소셜미디어 비디오 콘텐츠 검증 (In Video Veritas - Verification of SocialMedia Video Content for the News Industry)

기 간	2016. 1. 1. ~ 2018. 12. 31.(종료)
예 산	총 3.8백만 유로 중 유럽연합이 연구개발 프로그램 'Horizon 2020'의 IA (Innovation action)에 따라 3.2백만 유로를 지원
협력기관	그리스, The Centre for Research and Technology-Hellas(CERTH)
목 표	"In Video content, there is truth!" 비디오 조작을 방지하고 언론 매체가 소셜미디어에서 유포되는 비디오 파일, 비디오 콘텐츠 관련 신뢰도와 정확도를 분석 검증할 수 있도록 도움
툴	InVID 플랫폼과 애플리케이션 개발하여 유럽 3개 기관(AFP, DW, APA)에서 시범 사용함
웹사이트	https://www.invid-project.eu/

(5) FANDANGO

인공지능 및 빅데이터 분석을 통한 가짜뉴스 탐지 및 배포
(FAke News discovery and propagation from big Data ANalysis and artificial intelliGence Operations)

기 간	2018. 1. 1. ~ 2020. 12. 31.
예 산	총 3.6백만 유로, 유럽연합의 연구개발 프로그램 "Horizon 2020"의 일환으로 2.9백만 유로 지원
협력기관	이탈리아, ENGINEERING - INGEGNERIA INFORMATICA SPA
목 표	가짜뉴스를 탐지하고 모든 유럽 시민들에게 보다 효과적이고 검증된 커뮤니케이션을 제공하기 위해 다양한 유형의 정보데이터, 정보원(매체), 소셜미디어, 오픈데이터를 집계하여 검증함
툴	언론 및 기업들에 분야간(cross-sectoral) 빅데이터 관리 및 분석 기능을 제공하고 효과적으로 모든 데이터 소스의 상호 호환을 도움
웹사이트	https://cordis.europa.eu/project/rcn/213549/factsheet/en

(6) SocialTruth

초연결사회를 위한 개방-분산된 디지털 콘텐츠 검증
(Open Distributed Digital Content Verification for Hyper-connected Sociality)

기 간	2018. 12. 1. ~ 2021. 11. 30.
예 산	총 3.2백만 유로, 유럽연합의 연구개발 프로그램 “Horizon 2020”의 일환으로 2.5백만 유로 지원
주 관	그리스, INSTITUTE OF COMMUNICATION AND COMPUTER SYSTEMS
목 표	확장 가능하고 분산된 검증 시스템을 구축하여 개방적, 민주적, 대안적 방식으로 모두 쉽게 접근할 수 있는 검증 서비스를 다양하게 제공함
툴	표준방식의 개방형 API를 이용한 내용 분석(content analytics), 분산된 신뢰(distributed trust)에 대해 감사 가능한(auditable) 블록체인 레지스트리, 브라우저 내장형이며 개인적으로 상용화된 사용자 친화적 가짜뉴스 탐지 툴 개발 활용
웹사이트	https://cordis.europa.eu/project/rcn/218733/factsheet/en

(7) ELHO(Electoral Hostility Research Centre and Observatory)

선거에 대한 반감의 유형, 변화, 결정요인, 결과에 대한 연구
(The Age of Hostility: Understanding the Nature, Dynamics, Determinants, and Consequences of Citizens' Electoral Hostility in 27 Democracies)

기 간	2019. 4. 1. ~ 2024. 3. 31.
예 산	총 2.5백만 유로, 유럽연합의 연구개발 프로그램 "Horizon 2020"의 일환으로 ERC-ADG 기금(Advanced grant)을 통해 지원
주 관	영국, LONDON SCHOOL OF ECONOMICS AND POLITICAL SCIENCE
목 표	개인적, 집단적, 총체적 수준에서 선거에 대한 반감(electoral hostility)을 지니는 원인과 결과, 시간이 지남에 따라 어떤 변화가 있는 지 파악함
툴	27개국에서 다수준 패널 조사 시행. 심층면접, 실험, 선거 다이어리(election diaries), 선거관리기구의 설문조사, 캠페인 코딩 등을 결합한 방법을 활용 인체공학자, 정신과전문의, 변호사, 선거관리기구, IGO와의 협력
웹사이트	https://cordis.europa.eu/project/rcn/216567/factsheet/en

(8) GoodNews

지오메트릭 딥러닝 기술을 이용한 소셜네트워크 가짜뉴스 탐지
(Fake news detection in social networks using geometric deep learning)

기 간	2018. 9. 1. ~ 2020. 2. 29.
예 산	총 1.5십만 유로, 유럽연합의 연구개발 프로그램 "Horizon 2020"의 일환으로 ERC(proof of concept) 기금을 통해 지원
주 관	스위스, UNIVERSITA DELLA SVIZZERA ITALIANA
목 표	지오메트릭 딥러닝 패러다임을 이용하여 소셜미디어의 가짜뉴스 알고리즘을 찾아내는 기술 개발 역량을 키움
툴	머신러닝의 새로운 패러다임 활용(from an Euclidian- 2D to a non-Euclidian technology involving 3D or graph analysis), 소셜미디어 상 실제 데이터 속에서 가짜뉴스를 찾아내는 데모 시스템 개발, IP 포트폴리오와 라이센스 확인
웹사이트	https://cordis.europa.eu/project/rcn/218443/factsheet/en

(9) Social Sensor

사용자가 생성한 입력 데이터를 감지하여 미디어 검색 경험 개선 (Sensing User Generated Input for Improved Media Discovery and Experience)

기 간	2011. 10. 1. ~ 2014. 10. 31.(종료)
예 산	총 9.1백만 유로, 유럽연합이 FP7-ICT프로그램으로 6.5백만 유로를 지원
협력기관	그리스, INSTITUTE OF COMMUNICATION AND COMPUTER SYSTEMS
목 표	소셜미디어 데이터와 멀티미디어의 큰 흐름을 수집, 처리, 집계하여 서로 다른 온라인 공간 사이를 연결하고 논의된 주제에 대한 감정(sentiment), 유력자(influencer)를 식별하며 고품질 콘텐츠와 경향을 밝힘.
툴	Dynamic Social COntainers(DySCO) 중심 미디어 검색을 통해 소셜 콘텐츠 마이닝과 검색, 컨텍스트 및 네트워크 인식 방법, 멀티미디어 웹콘텐츠와 사용자가 생성한 콘텐츠의 색인 목록 작성 등을 통합한 방법을 사용함
웹사이트	http://www.socialsensor.eu/

(10) WeVerify

검증 방식의 강화
(WIDER AND ENHANCED VERIFICATION FOR YOU)

기 간	2018. 12. 1. ~ 2021. 11. 30.
예 산	총 2.9백만 유로, 유럽연합이 연구개발 프로그램 “Horizon 2020”의 일환으로 2.5백만 유로를 지원
주 관	불가리아, ONTOTEXT AD
목 표	소셜미디어, 웹 상의 복잡한 콘텐츠(cross-modal content) 검증, 소셜네트워크 분석, 블록체인 기반 기존에 알려진 가짜 콘텐츠(known fakes)들의 공개 데이터베이스를 통해 조작된 콘텐츠 공표
툴	오픈소스 플랫폼, 참여형 검증 방식, 오픈소스 알고리즘, 직관적인 시각화 방법을 사용함
웹사이트	https://cordis.europa.eu/project/rcn/220254/factsheet/en

(11) Debunker

유럽 내 정치, 보건, 과학 분야 오인식 문제: 원인, 결과, 해결방안 연구
(The Problem of European Misperceptions in Politics, Health, and Science: Causes, Consequences, and the Search for Solutions)

기 간	2016. 9. 1. ~ 2021. 8. 31.
예 산	총 1.9백만 유로, 유럽연합의 연구개발 프로그램 'Horizon 2020'의 일환으로 ERC 통합 기금을 통해 지원
주 관	영국, THE UNIVERSITY OF EXETER
목 표	특정 주제(이민, 백신, 기후 변화 등을 포함)에 대한 사람들의 오인식 개선
툴	3개 분야(정치, 보건, 과학)를 대표하는 특정 주제에 대한 유럽의 오인식 수준을 측정 및 평가함 주제에 대해 수집하고 통합한 사실적 정보를 통해 잘못된 인식을 극복하고 효과적으로 여론의 인식 개선할 수 있는 다양한 접근법 및 기법을 조사함
웹사이트	https://cordis.europa.eu/project/rcn/204137/factsheet/en

(12) Botfind

봇 탐지 및 자동화된 공격 검출, 소셜미디어 시민 참여에 대한 신뢰 회복
(Finding Bots, Detect Harassing Automation, and Restoring Trust in Social Media Civic Engagement)

기 간	2017. 8. 1. ~ 2019. 1. 31.(종료)
예 산	총 1.5십만 유로, 유럽연합의 연구개발 프로그램 'Horizon 2020'의 일환으로 ERC 통합 기금을 통해 지원
주 관	영국, THE CHANCELLOR, MASTERS AND SCHOLARS OF THE UNIVERSITY OF OXFORD
목 표	봇(Bot)이 언론 및 시민 단체를 대상으로 부정적인 메시지와 가짜뉴스를 더 오래 유통시킬 수 있으며 소셜미디어의 통제 없이 작동한다는 것을 입증함
툴	TBC
웹사이트	https://cordis.europa.eu/project/rcn/211447/factsheet/en

다. 플랫폼 사업자의 자체적인 노력: 구글 뉴스 이니셔티브(GNI) 사례

○ (성격) 뉴스 업계 전반에서 혁신을 주도하기 위해 언론인, 언론기관, 기업가들과 협력하는 프로그램을 개발하고 지원하며, 아래의 3개 목표에 초점을 맞춰 프로그램 진행

① 양질의 저널리즘 도모

② 언론계와의 협업으로 지속 가능한 비즈니스 모델 발전

③ 뉴스 보도에 있어 새로운 사고와 접근 방식 제시

○ (주요 프로그램) 구글 뉴스랩(Google News Lab), GNI Innovation Challenge, News on YouTube, Google News Initiative Cloud Program, Digital News Innovation Fund

1) 구글 뉴스 랩(Google News Lab)

– 구글 뉴스 이니셔티브 내의 팀으로 언론인 및 기업가들과 협력하여 뉴스 혁신 추진 "오늘날의 저널리즘이 맞닥뜨린 4개의 도전과제(1. 신뢰/오보(Trust & Misinformation), 2. 지역뉴스(Local News), 3. 포용 저널리즘(Inclusive Journalism), 4. 신기술(Emerging Technologies)에 대처하기 위한 연합 구축 및 파트너십 관계의 발전, 연구 및 교육 수행"

– 50개 이상 국가와 파트너십을 맺고 교육 제공. 2020년까지 저널리스트 50만명 교육 목표. 전 세계 저널리스트 약 30만명에 온/오프라인 강의 제공. 선거철 등 확산되는 잘못된 정보(disinformation and misinformation)를 막기 위해 국제팩트체크네트워크(International Fact Check Network) 및 전 세계 수십 개 언론사와 파트너십 맺음. 멕시코(Verificado), 브라질(Comprova), 인도네시아(CekFakta), 저널리스트를 위한 인도의 교육 네트워크를 비롯한 여러 이니셔티브 지원. First Draft*와 함께 저널리스트들이 전 세계에 잘못된 정보를 알리고 올바른 정보를 공유할 수 있도록 돕는 크로스체크 도구를 개발하고 있으며 EU 선거를 앞두고 수 백명의 저널리스트 교육을 진행함

* 허위조작정보 관련 문제 해결을 위한 뉴스 기관 및 기술 분야 기업들이 연합한 "First Draft" 출범 지원

〈구글 뉴스랩이 설정한 4대 도전 과제〉

도전 과제	프로젝트 명	프로젝트 내용
1. 신뢰/오보 (Trust & Misinformation)	Trust Project	저널리즘이 소비자들에게 신뢰를 줄 수 있는 방법 모색
	퍼스트 드래프트 (First Draft)	현지 조사, 연구, 교육을 통해 잘못된 정보 및 왜곡된 정보를 바로잡기 위해 노력함.
	크로스체크 (Cross Check)	선거기간 동안 소셜 미디어를 통해 확산되는 잘못된 정보를 바로잡기 위해 노력함
2. 지역뉴스 (Local News)	Report for America	향후 5년 동안 지역 매체에 1,000여 명의 젊은 언론인들을 진출시키는 것을 목표로 함.
	Matter Ventures	미디어 스타트업 지원 단체로, Next Media Alliance와 함께 지역매체에 디자인 부트캠프 제공
	Google의 게시판	지역 매체의 뉴스 보도를 장려하기 위해 특정 지역 관련 콘텐츠를 더 많이 제공함
3. 포용 저널리즘 (Inclusive Journalism)	미국 뉴스편집인협회	언론사별 연간 고용 다양성 조사 지원
	Maynard Institute	200명의 소수인종 기자들에게 교육 제공
	NeueDeutsche Medienmacher	독일 이민자 관련 뉴스 보도의 객관성 제고 위해 노력하는 언론인단체 지원
4. 신기술 (New Technology)	저널리즘 360	VR 저널리즘에서 실험 지원
	Documenting Hate	증오 범죄 및 편견 사건을 추적하는 Pro Publica* 프로젝트 지원 * 언론, 학술 및 컴퓨팅 조직과 협력
	Google 데이터 시각화	Google 데이터를 사용해 스토리를 전달할 수 있도록 데이터 시각화 전문가들과 협력 추진

2) GNI Innovation Challenge

- 디지털 시대의 저널리즘과 뉴스 산업 발전을 돕기 위한 협력 도모. 지역 펀딩 지원을 통해 GNI Innovation Challenge는 전 세계를 아울러 온라인 저널리즘과 새로운 유형의 출판 비즈니스 모델 개발 지원. 아시아 태평양 지역의 첫 번째 GNI Innovation Challenge는 구독자 확보를 통한 수익 증진에 초점을 둔 프로젝트임. 수익원의 다양화를 통해 새로운 형태의 수익을 창출하기 위한 아이디어 개발 목적으로 진행

3) News on YouTube

- 구글 뉴스 이니셔티브의 일환으로 유튜브가 온라인 뉴스 동영상 콘텐츠의 발전 지원함. 세계 각국의 언론 기관 과 전문가들이 새로운 제품 기능 개발을 돕고 유튜브에서의 뉴스 서비스 경험을 개선할 수 있게 도움. 지속 가능한 동영상 비즈니스 구축을 지원하기 위해 23개국의 뉴스 파트너십 기관들에 자금을 지원함. 전문가들이 언론 기관의 플랫폼 운영 및 기술 통합 등에 대해 교육도 진행함. GNI Youtube innovation 펀딩에는 23개국이 참여하고 있으며 87개의 프로젝트가 지원을 받음

4) Google News Initiative Cloud Program

- 언론 기관들이 기술을 통해 생산성 증진과 협업을 도모할 수 있도록 도움. G Suite 프로그램과 The Cloud Credits프로그램으로 나뉨. 약 100개의 언론사를 대상으로 6,000개의 G Suite 라이선스와 구글 클라우드 크레딧을 제공

5) DNI Fund

- 유럽 30개국 559개 프로젝트에 115m유로 이상의 보조금 지급. 교육 프로그램 제공: 온라인 교육센터, 구글 뉴스 이니셔티브 장학생 프로그램, 전문 언론인 협회 및 대학 네트워크와 협력, 컬럼비아 대학의 뉴스룸 리더십 프로그램 진행

2) 크로스체크(Cross Check)

- (성격) 2017년 2월부터 시작된 온라인 검증 프로젝트이며, 첫 번째 프로젝트 당시 프랑스와 영국의 37개 언론사 기관 협력체로 출범함. 프랑스 대통령 선거까지 10주의 기간 동안 온라인으로 유포된 허위, 왜곡의 소지가 있거나 혼란을 야기하는 보도 관련 검증을 도움

- (목적) 프랑스 유권자들이 선거 투표 시 정보에 입각한 결정을 내리도록 검증된 정보를 제공하는 것을 돕기 위해 만들어짐. "대중이 중대한 결정을 내리는 데 있어 필요한 정보를 제공하는 것이며 무엇이 신뢰할 수 있는 사실인지 보다 빠르게 확인하고 그 정보를 대중에 제공하기 위한 것"이라고 설명함

- (구성원) 2016년 말 First Draft의 파트너십 기관들이 CrossCheck 프로젝트에 관해 논의한 이후 추가적으로 언론사들에 협력을 요청함. 초기 구성 이후부터 현재까지 Cross Check의 프랑스 네트워크는 17개 협력기관에서 34개 기관*으로 늘어남

* AFP, bellingcat, Bloomberg, BuzzFeedNEWS, CFJ, Centre France, 4News, EPjT, EURACTIV, euronews, EXPLICITE, facebook, FACTO SCOPE 2017, france télévisions, GlobalVoices, Google News Lab, International Business Times, lexpress, La Provence, LA VOiX DU NORD, Lavenir, LCI, Le Journal du Dimanche, Le Monde, Le Télégramme, LES DÉCODEURS, Les Echos, THE OBSERVERS(FRANCE 24), Libération, Mashable avec(FRANCE24), MEEDAN, nice-matin, ouest france, Rue89Bordeaux, Rue89Lyon, Rue89Strasbourg, SciencesPo ÉCOLE DE JOURNALISME, storyful. , STREETPRESS, SUD OUEST, LSE, Saphir News, FRANCE24 등

제3장 전문가회의 구성 및 주요 내용

1. 구성 및 목적

○『허위조작정보 자율규제 협의체』 구성(방통위 보도자료, 2019. 6. 11.)

- 방통위 '19년도 업무계획에 따라 '19년 6월 11일「허위조작정보 자율규제 협의체」 구성
- 이는 온라인에서 확산되는 허위조작정보로 인한 공론장 훼손에 대한 우려가 높아지면서 이에 대한 대책 마련의 일환으로 시행된 것
- '18년 정책연구과제(서울대, 인터넷 신뢰도 기반조성 방안)에서 제안된 해외 자율규제 모델을 토대로 우리나라 상황에 맞는 자율규제 방안을 도출하는 것을 목적으로 함
- 협의체 위원은 학계·언론단체·관련전문가·시민단체 등으로 구성되어 있으며, 위원간 보다 자유로운 의견 개진을 위해 정부와 인터넷 사업자는 협의체 위원으로 참여하지 않음
- 방통위 이효성 위원장은 인사말을 통해 "허위조작정보 대응은 자칫 표현의 자유를 위축시킬 수 있는 만큼 자율규제, 미디어교육, 인터넷 기업의 사회적 책임 강화 등 선진국의 대응방안을 참조해 다차원적 관점에서 접근하는 것이 필요하며, 허위조작정보는 온라인에서 다양한 경로를 통해 확산되는 만큼 사회 공동체 차원에서 스스로 대응방안을 모색하여 실천하는 것이 효과적"이라고 언급한 바 있으며, "사회적 논의를 시작하기 위해 협의체라는 소통의 장이 마련된 만큼 해결의 실마리가 도출되길 기대하고, 이번 협의체가 허위조작정보에 대응하기 위한 사회적 공감대 형성 및 자율규제 활성화의 계기가 되도록 방통위도 노력할 것"이라고 덧붙임

○ 명칭 변경:『허위조작정보에 관한 전문가 회의』

- 자율규제의 주체인 인터넷 사업자가 참여하지 않은 상태에서 '자율규제 협의체'라는 명칭을 사용하는 것이 적절하지 않으므로 명칭 개정의 필요를 제기하는 위원 다수
- 이에 따라, EU 자율규제의 모델을 제시했던 고위전문가 그룹(HLEG)의 벤치마킹

정도로 모임의 성격을 설정하고, '허위조작정보에 관한 전문가 회의'로 명칭 변경 – 이후 위원간 호선에 따라 이재경 위원(이화여대)을 위원장으로 선출

○ (구성) 학계, 언론단체, 유관기관, 시민단체, 플랫폼 사업자 등

성 명	직 책	비고
이재경 (위원장)	이화여대 커뮤니케이션미디어학부 교수	학계
문재완	한국외국어대 법학전문대학원장	
이희정	고려대 법학전문대학원 교수	
이재국	성균관대 미디어커뮤니케이션학과 교수	
황용석	건국대 미디어커뮤니케이션학과 교수	
황성기	한양대 법학전문대학원 교수	
안형준	방송기자연합회 회장	언론 단체
박아란	한국언론진흥재단 선임연구위원	
정은령	서울대 언론정보연구소 SNU 팩트체크센터장	관련 전문가
진상옥	前 순천향대 신문방송학과 초빙교수	
송상근	스토리오브서울 편집장	
김재환	한국인터넷기업협회 정책실장	
김언경	민주언론시민연합 사무처장	시민 단체
김연화	소비자공익네트워크 회장	

○ (목적) 허위조작정보 문제해결을 위해 우리사회가 어떤 노력을 기울여야 하는지에 대해 '허위조작정보에 관한 전문가 회의' 이름으로 제언(recommendation)하는 것

2. 운영방법 및 경과

○ (운영) 매월 1회 개최

회의일시	논의주제
1차(6월)	모임의 성격, 역할, 명칭의 적절성
2차(7월)	
3차(8월)	논의 주제 선정
4차(9월)	허위조작정보의 정의 및 범위
5차(10월)	영역별 제언(안)
6차(11월)	사업자 현행 조치 검토 및 제언(안)
7차(12월)	제언 보고서 검토

○ 1차 회의(2019. 6. 11.) 주요 논의 내용

- 참석 위원 수: 10명
- (협의체 명칭과 성격에 대한 논의) 사업자가 참여하지 않은 상태에서 자율규제 협의체라는 명칭은 적절하지 않으므로 명칭 개정 필요. 명칭 변화에 따라, 협의체 성격과 취지가 달라지므로, 이에 대한 추가적인 논의 필요
- (인터넷 사업자 참여 독려) 자율규제의 주체인 인터넷 사업자에게 협의체의 성격을 잘 설명하고 협의체 참여를 독려할 필요

○ 2차 회의(2019. 7. 4.)* 주요 논의 내용

* 보다 자유로운 의견 개진을 위해 과제 발주처인 방통위는 2차 회의부터 회의에 참석하지 않음

- 참석 위원 수: 13명
- (위원장 선출) 위원 호선에 의거, 이재경 위원(이화여대) 위원장으로 선출
- (모임의 성격 및 명칭) EU 고위전문가 그룹(HLEG)의 벤치마킹 정도로 이해. 사업자(인기협)가 전문가로 참여한 만큼 '협의체'라는 명칭을 사용하기는 무리가 있음. 자율규제 역시 규제의 실행주체인 사업자 참여 없이는 현실성이 낮다는 점을 감안, 사용하는 것이 부적절하다고 판단

☞ '허위조작정보에 관한 전문가 회의'로 명칭 변경

* 다만, 목적(ex. 대응, 대책, 차단, 규제 등)이 빠져 있다는 점에서 일반적인 모임 명칭과는 차이가 있어 어색하다는 일부 의견(황용석, 문재완 위원)

– (운영결과) 허위조작정보와 관련한 다양한 제언/권고(recommendations)를 담은 보고서를 모임의 이름으로 작성(KISDI 정책보고서와는 구분). 보고서 작성을 위한 실무 지원은 KISDI에서 지원(ex. 국내외 사례 등)

○ 3차 회의(2019. 8. 9.) 주요 논의 내용

– 참석 위원 수: 14명

– (전문가 회의 역할 및 향후 운영) 전문가 회의 이름으로 권고나 제안 형식의 보고서(키스디 보고서와는 별개)를 12월까지 작성하는 것을 목표로 함

– 효율적 운영을 위해, 논의 주제*를 정하고, 주제별 논의결과를 정리할 것**

* 4차 회의(9. 20) 주제: 보고서에서 다룰 허위조작정보의 개념 정의 및 범위 설정 + 허위 조작정보의 유형 구분 등

** 논의를 위한 백업 데이터나 논의결과 정리는 키스디에서 수행

○ 4차 회의(2019. 9. 20.) 주요 논의 내용

– 참석 위원 수: 13명

– (개념 정의를 위한 전제 조건) 개념 정의는 무엇을 할 것인가(규제 주체, 수단, 수준 등)와 밀접하게 연관되어 있음. 전문가회의 제안의 범위는 온라인플랫폼사업자에게 요구할 수 있는 자율규제 수준으로 한정해서 논의 진행

– (허위조작정보 개념 정의) 허위조작정보의 구성요소 논의

– 국내사례(학계 + 법안), 해외사례(학계 + EU, UNESCO 등) 비교

– 허위사실의 유포를 기본요소로 하되, 추가적인 구성요소*에 대한 검토

* 의도/고의, 목적(정치, 경제적 이익, 사회에 해악 등), 실질적 해 등을 조합해서 개념 정의 시도

– 전송수단/대량유포 가능성(온라인), 정보의 형태(기존 가짜뉴스 논의 때 정의되었던 뉴스형식에 국한하지 않음)와 관련해서는 이견이 크지 않음

○ 5차 회의(2019. 10. 18.) 주요 논의 내용

- 참석 위원 수: 12명
- (허위조작정보 개념 정의) 허위조작정보 개념 정의에 대한 잠정적 합의안 도출
- 허위사실임을 알면서도 정치적/경제적 이익 등을 얻을 목적으로 다른 정보 이용자들이 사실로 오인하도록 생산, 유포한 모든 정보
- (허위조작정보 방지를 위한 권고) 총 4개의 영역으로 나누어 논의
- 허위조작정보의 유통을 줄이기 위한 방안에 대한 검토
- 4개의 영역(정부 및 정치권/플랫폼 사업자/시민/언론)에 대한 자율규제 권고안 마련

○ 6차 회의(2019. 11. 8.) 주요 논의 내용

- 참석 위원 수: 13명
- (KISO 신익준 사무처장 발제) 민간자율심의체계 소개, 한국인터넷자율정책기구 운영 정책, 주요 기능. 회원사 현황 소개, 정책결정 및 심의결정을 통한 회원사의 게시물 자율규제 지원 과정, 게시물/검색어 심의 현황 및 결과, 문제점 등
- 허위조작정보 전문가회의 보고서 작성을 위한 소위원회 위촉
- 전체 보고서 구성 검토
- 플랫폼 사업자에 대한 권고안 논의

○ 7차 회의(2019. 12. 10.) 주요 논의 내용

- 참석 위원 수: 10명
- (전문가회의 최종보고서 전반적인 내용 검토) 보고서 목차 및 세부 내용 수정·보완을 위한 논의
- 제목 '허위조작정보 문제해결을 위한 제언'으로 수정
- 세부 목차 구성 수정, 허위조작정보의 개념 정의 및 범위, 허위조작정보 문제해결을 위한 영역별 제안, 기본원칙 등 재검토 후 수정·보완

제4장 제언을 위한 기초 논의

제1절 제언 사례

1. 유럽 평의회(Council of Europe)(2017), 정보 무질서: 연구/정책 수립을 위한 학제 간 프레임워크[18)]

□ 보고서 개요

- 제1저자 클레어 와들(Claire Wardle)은 비영리기구 First Draft[19)]의 공동창립자이자 이사로 재직 중이며, 소셜미디어, 디지털 저널리즘, UGC(User Generated Contents) 관련 다수의 연구 및 프로젝트 책임자로 연구 활동을 펼쳐옴
- 제2저자 호세인 데락샨(Hossein Derakhshan)은 작가이자 미디어커뮤니케이션 및 사회학 연구자로 주로 디지털 및 소셜미디어의 사회정치적 영향과 이론을 연구함
- 인터넷과 소셜 네트워크 기술의 발전이 오정보의 생산, 유통, 확산 방식의 근본적인 변화를 초래, 정보오염은 다양한 이슈에 대한 공중의 담론을 오염시킨다는 문제의식에 따라 오염된 정보의 유통에 대해 실행가능한 해결책 모색의 필요성 대두
- 정책입안자, 국회, 학계, 과학기술분야 전문가에게 정보 무질서와 관련한 문제현상 해결에 필요한 프레임워크를 제공하기 위해 작성됨

□ 보고서 목차 및 주요 내용

1) 정보 무질서의 개념체계 분석
2) 필터버블 현상 및 반향실 효과 관련 연구 검토

---

18) <Information disorder : Toward an interdisciplinary framework for research and policy making>(2017)

19) 2015년 설립된 비영리기구로 디지털 시대의 신뢰, 진실과 관련하여 저널리즘이 당면한 난제를 극복하기 위해 노력하는 저널리스트, 학계 및 과학기술분야 전문가들을 지원하며, 연구 및 교육 등을 수행함(https://firstdraftnews.org/about/)

3) 소셜 네트워크의 자율규제 및 기존 규제 방안 검토

4) 인공지능 및 허위조작정보 탐지 기술에 관한 미래 동향 소개

5) 영역별(IT 기업, 정부, 미디어, 시민사회, 교육부, 기금 지원 재단) 권고안 제시

□ 영역별 제언

○ IT 기업 (13개)

1) 국제 자문 기구 창설

2) 연구자에게 관련 데이터(담론 개선을 위한 이니셔티브) 제공

3) 콘텐츠를 뒤로 배치하는 알고리즘 작동에 대한 투명한 기준 제공

4) 플랫폼 간 협력

5) 정보의 맥락 강조 및 시각적 지표 개발

6) 금전적 보상을 없앰

7) 컴퓨팅 기술 활용한 확산(computational amplification) 단속

8) 非영어 콘텐츠 관리

9) 시청각 형태의 오정보 및 허위조작정보에 주의를 기울임

10) 메타데이터는 신뢰할 수 있는 파트너에 제공

11) 팩트체킹 및 검증 툴 개발

12) 정보원천을 밝히는 검색엔진(authenticity engine) 구축 필요

13) 필터 버블 현상을 최소화하기 위한 방안[20] 마련

○ 정부 (6개)

1) 정보 무질서 맵핑 연구 지원

2) 애드 네트워크 규제

3) 페이스북 광고의 투명성 요구

4) 지역/공공서비스 미디어 지원

---

20) a. 피드 및 검색 알고리즘을 소비자가 선택할 수 있도록, b. 다양한 사람과 관점에 대해 노출, c. 사용자가 개인적으로 콘텐츠 소비할 수 있도록 옵션 제공, d. 소셜 네트워크에서 사용되는 용어들을 바꿈

5) 사이버 보안 교육 강화

6) 플랫폼이 일정량의 공공서비스 뉴스를 사용자의 피드에 제공

○ 미디어 (8개)

1) 타 기관과의 협력

2) 전략적 침묵(Strategic silence)*에 합의

* 클릭수를 유도할 수 있는 허위조작정보를 일부러 기사화하지 않는 것

3) 미디어의 윤리 규범 강화

4) 콘텐츠와 더불어 정보원을 밝힘(debunking)

5) 비판적인 정보 소비에 관한 기사 작성

6) 정보 무질서의 규모, 위협에 대한 소재를 다룰 것

7) 기사 헤드라인의 질적 수준 향상

8) 조작된 내용을 유포하지 말 것

○ 시민 사회 (2개)

1) 정보 무질서의 위협에 대한 교육

2) 비영리단체는 기업, 정부, 언론, 연구기관 등의 다양한 플레이어를 잇는 정직한 중개자(honest broker) 역할을 할 것

○ 교육부 (3개)

1) 뉴스 리터러시 관련 국제 표준 커리큘럼을 만들 것

2) 지역 도서관과의 협력

3) 저널리즘 스쿨 커리큘럼 업데이트

○ 기금 지원 재단(Grant-Making Foundations) (3개)

1) 해결책 마련을 위한 다양한 시도 지원

2) 기술적 방안 지원

3) 정보 생태계, 정보 활용 능력(information skills) 관련 교육프로그램 지원

2. 유럽집행위원회(EC) 고위전문가그룹(2018), 허위조작정보에 관한 다차원적 접근[21)]

□ (5대 원칙 제시)

1) 온라인 뉴스의 투명성 향상: 광고 집행, 프라이버시 관련 데이터 공유 등
2) 미디어/정보 리터러시 제고: 허위조작정보의 대응, 이용자가 디지털미디어환경 여행의 가이드 역할
3) 이용자/저널리스트 역량제고 가능한 도구 개발: 허위조작정보 억제하면서도, 급변하는 정보기술에 긍정적인 영향을 미칠 수 있도록 함
4) 유럽 뉴스미디어 생태계의 다양성과 지속가능성 보장
5) 유럽 내 허위조작정보의 영향에 대해 지속적으로 연구하고, 필요한 대책들을 상황에 맞게 상시적으로 조정: 다양한 플레이어들이 선택한 방안들에 대한 검토

□ (연구센터 설립)

- 독립적이고 자율적인 연구센터 설립(회원국 내 연구센터 간 네트워킹이 효율적으로 작동할 수 있는 인프라 구축)
- 네트워크 설립과 주요 핵심 분야 R&D에 대한 충분한 재정 지원 필요(ex. advanced content verification tools, AI, Big data)

□ (중장기 방안)

- 온라인상에서 믿을만한 콘텐트가 더 잘 보이게 함으로써 허위조작정보를 '희석시키는' 것만으로는 충분하지 않음. 장기적으로 사회적 대응 능력(resilience)을 강화하는 조치들도 시행할 필요가 있음
- 뉴스미디어 생태계의 다양성과 지속 가능성을 지원할 방안 모색과 함께 미디어/정보 리터러시 활성화 필요(시민들의 비판적 접근/책임 있는 행동)

21) <A multi-dimensional approach to disinformation>(2018)

제 2 절 허위조작정보의 개념과 범위

1. 국내외 개념 정의 사례

1) 허위사실 + 의도

– (허위정보) 의도가 존재하는 오정보*(mis-information)(Fetzer, 2004)

※ 오정보(mis-information) 중 해당 정보를 생산하고 퍼트림으로써 다른 사람들을 속이고자 하는 의도를 지닌 정보

– (허위조작정보) 허위(False, mis-information)와 의도(intent to harm, mal-information)의 교집합으로서의 허위조작정보(disinformation) (Unesco 저널리즘, 가짜뉴스 핸드북, 2017)

– (가짜뉴스) 특정한 의도로 만들어진 거짓 정보(오세욱 외, 2017), 의도적으로 허위사실을 퍼뜨릴 때(정일권 2017), 허위사실을 고의적 의도적으로 유포하기 위한 목적으로 작성한 것(박아란, 2017), 허위사실을 고의적 또는 의도적으로 유포하기 위한 목적으로 작성한 것(김종근, 2017), 특정한 의도를 가지고 생산된 거짓 정보(염정윤·정세훈, 2018), 다른 사람을 기만하고자 하는 의도를 가지고, 사실과 다른 정보를 전달하는 오정보(misinformation)(정세훈, 2018), 의도적 허위정보(유의선, 2018)

– (기만적 정보) 특정한 의도를 내포하는 가짜 정보(Antoniadis, Litou, & Kalogeraki, 2015), 목표 대상을 속이기 위해 퍼뜨리는 거짓 또는 오도하는 정보(Bittman, 1985) (황용석·권오성, 2017; 황용석 외 2018 재인용)

2) 목적(정치적/경제적 이익 등) 추가

– (가짜뉴스) 정파적 혹은 경제적 이익을 목적으로(오세욱·박아란, 2017), 독자를 오도하거나 이익을 취하기 위해(김민정, 2018)

– (허위기만정보) 정치적, 경제적으로 실질적인 이익을 얻기 위해, 또는 고의로 대중을 기만하여 공익을 해치기 위해(이향선, 2018)

– (허위정보) 의도적으로 해를 끼칠 목적*으로(이정념, 2019)

* 정치, 사회, 경제, 문화, 교육, 재정 등을 포괄하는 다양한 영역에서 (...) 정치적 목표 또는 경제적 이익 등 특정 목적을 달성하기 위해

– (허위정보) 해를 끼치거나 정치적/개인적/재정적 이익을 취할 목적으로(영국 정부 커뮤니케이션서비스 GCS)[22]

– (허위조작정보) 일부러 공공에 해악을 미치거나 이익을 내려는 목적으로[23] (EU 고위 전문가그룹(HLEG), 2018)

※ (예외) EU/회원국법 상 규제대상인 불법콘텐트(특히 명예훼손, 증오유발표현, 폭력유도)의 생산, 유통과 관련한 이슈, 일부러 사실을 왜곡하지만, 사람들을 오인케 하려는 목적을 가지지 않은 다른 형태(풍자, 패러디) 제외

– (국내 관련 법안) 정치적 또는 경제적 이익을 위하여(주호영 의원), 본인 또는 제3자의 정치적·경제적 이익을 위하여(이장우 의원), 정치적·경제적 이익을 위하여(강효상 의원; 김성태 의원)

---

22) the deliberate creation and dissemination of false and/or manipulated information that is intended to deceive and mislead audiences, either for the purposes of causing harm, or for political, personal or financial gain

23) all forms of false, inaccurate, or misleading information designed, presented and promoted to intentionally cause public harm or for profit

3) 조작(오인하게 하는 또는 (적극적) 조작) 추가

○ 허위사실 + 오인하게 하는

– 이용자들이 오인하게 하는 (김관영 의원), 오인하게 하는 (이은권 의원; 송희경 의원; 박완수 의원)

○ 허위사실 + 조작

– (가짜뉴스) 검증된 사실처럼 허위 포장한 (황용석·권오성, 2017), 조작된 허위 또는 기만적 정보 (이재진, 2017)

– (페이크뉴스) 과대 포장하여 사실인 것처럼 (이종문, 2017)

– (허위기만정보) 주도면밀하게 꾸며 퍼뜨리는 (Howard, Kollayni, Bradshaw, & Neudert, 2017; 이향선, 2018 재인용)

– (허위조작정보) 허위사실 조작의 악의성 (이준웅, 2018)

※ 고의로 유포한 유언비어 의미로 해석 가능

4) 실제적 해악(사회적 문제 야기 또는 공익에 해를 끼칠 수 있는) 추가

– (가짜뉴스) 사회적 문제를 야기할 수 있는 (김익현, 2017)

– (허위조작정보) 시민의 건강과 환경, 안전을 보호 하는 등의 공익과 더불어, 민주주의의 정치적 과정 및 정책입안 과정을 위협하려 하는 공익에 해를 끼칠 수 있는 (EU, 실천강령(Code of Practices), 2018)

※ (예외) 잘못된 광고나 오보, 풍자 및 패러디, 분명히 식별되는 편파적인 뉴스와 의견은 포함되지 않음

제5장 허위조작정보 문제해결을 위한 제언

제1절 허위조작정보의 개념 정의

○ 구성 요소

– 허위조작정보 개념을 정의하는 데 기본적인 요소는 정보의 허위성(falsity)과 의도(intention)라고 할 수 있음

* 허위 사실을 기본 전제로, 허위사실임을 알면서 어떤 의도를 가지고 생산 또는 유포했다는 것을 의미

– 허위조작정보와 오정보(mis-information)의 차이도 고의 또는 의도에 있음

※ 형법상 과실과 고의의 차이

– 허위사실이 '언제나 명백한 관념은 아니라는' 근본적인 문제제기도 있음

ex) 어떤 표현에서 의견과 사실을 구별하거나 객관적 진실과 거짓을 구별하는 것은 상당히 어려우며, 현재는 거짓으로 인식되지만 시간이 지난 후 그 판단이 뒤바뀌는 경우도 있다는 것

– 허위조작정보의 개념정의는 논의목적에 따라 달라지므로, 무엇을 위한 개념 정의인지를 우선적으로 정해야한다는 의견도 있음

– 사회과학적으로 허위조작정보가 개인이나 사회의 의사결정에 미치는 영향 등을 분석할 경우에는 넓게 정의할 수 있으나, 법에서 권력적인 규제권한의 근거를 마련하고자 하는 경우에는 엄격한 개념 정의가 필요함. 그 엄격성은 규제의 필요성(허위조작정보의 위해 또는 위험)이 규제의 예상되는 폐해를 넘을 정도로 중대하다는 요건 등을 충족시키는 것이라야 함. 즉, 대응을 할 것인지, 어떤 유형의 대응을 할 것인지에 따라 개념의 범위도 달리 규정하여야 함

– 법규의 규제대상은 명확하고 구체적이어야 하므로 최소한의 좁은 범위로 허위조작정보가 정의될 필요가 있으나, 사회에서 논의되는 문제적인 콘텐츠로서의 허위조작정보(예를 들면, 미디어교육을 위해)는 보다 넓은 개념으로 사용될 수 있음

– (논의 목적) 허위조작정보 문제해결을 위해 우리사회 각 영역이 어떤 노력을 기울여야 하는지에 대한 제언으로 입법 등의 타율 규제를 전제로 한 것은 아니라는 사실에 원칙적으로 합의

– 의도는 앞에서 살펴본 것과 같이 인지, 목적, 조작 등으로 보다 구체화될 수 있으며, 의도에 국한하지 않고, 결과(실제적 해악)까지 정의에 담을 것인가 등에 따라 구체적인 의견이 달라짐

1) 고의(인지 여부)

– 알면서

2) 목적(정치·경제적 이익 등)

– 정치·경제적 이익을 얻을 목적으로

– 공익에 위해를 가할 목적으로

※ 기타 의견

3) 조작(오인하도록 등)

– 정보이용자들이 사실로 오인하도록

– 사실인 것처럼 조작하여

※ 기타 의견

4) 실제적 해악

– 특정 개인 또는 집단에 실제적 해악을 끼치는

※ 기타 의견

- 1) 고의를 기본으로 하고, 4) 실제적 해악은 허위조작정보의 범위를 지나치게 축소할 수 있다는 점에서 제외
- 2) 목적과 3) 조작 중 보다 기본적인 수준에서 개념 정의를 도출
- (정보형태) 뉴스형식에 한정할 필요 없이 모든 정보로 설정

☞ 허위사실임을 알면서 정치적/경제적 이익 등을 얻을 목적으로 다른 정보 이용자들이 사실로 오인하도록 생산·유포한 모든 정보

* 단, 해당 개념은 동 제언을 위해서 설정한 것으로, 동 제언의 범위를 벗어나는 법적 규제 등에 동일하게 적용할 수 있는 정의규정은 아니라는 사실을 분명히 밝힐 필요가 있음. 앞서 언급한 것과 같이, 논의 목적이 달라지는 경우, 예를 들어, 법적 규제를 위한 정의 규정은 별도의 논의 과정이 필요함

ㅇ 제외

- 언론* 기사

* 언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률 제2조 제1호 정의 조항 의거, 방송, 신문, 잡지 등 정기간행물, 뉴스통신 및 인터넷신문 의미

- 패러디·풍자

제 2 절 기본원칙

가짜뉴스라는 단어는 정파적 관점에서 동의하지 않는 모든 보도를 가리키는 등 정치적 공격 도구로 사용되어 오면서, 기존 언론을 포함한 뉴스 자체에 대한 불신을 야기했다. 전문가 회의는 앞으로 가짜뉴스라는 용어의 사용을 자제할 것을 권고하면서 제언의 기본원칙을 다음과 같이 밝힌다.

1. 허위조작정보 문제에 대응하는 안전장치 마련이 필요하다.

– 허위조작정보의 유포는 다면적이며 해당 환경 내 광범위한 행위자들에 의해 영향을 받고 또 끼친다는 점에서, 모든 이해당사자들은 이러한 거짓정보 확산에 맞설 책임과 협력 의무 존재

* 허위조작정보의 폐해를 인식하며, 문제해결을 위한 노력 필요 공감

2. 단, 표현의 자유를 침해하지 않기 위해 각별한 노력이 필요하다.

– 표현의 자유와 열린 공간으로서의 인터넷에 대한 기본권 보장에 유념

* 정부의 강요에 의해서건 자발적인 정책에 의해서건, 거짓으로 생각된다는 이유만으로 합법적인 콘텐츠 및 메시지에 대한 접근을 막거나 이를 삭제하여서는 안 됨

3. 정보가 처리되는 절차의 투명성 확보가 필요하다.

– 자율규제라고 하더라도, 플랫폼 사업자가 시민의 자유로운 의견 개진을 막는 사적 검열이 되어서는 안 됨. 어떤 기준에 의해 처리가 이뤄지는지 전체 절차의 투명성 확보 노력 필요

4. 허위조작정보 문제해결을 위한 모든 이해관계자의 협력이 필요하다.

– 허위조작정보 문제는 모든 이해관계자들이 협력할 때에만 가장 효과적으로 해결될 수 있음. 다양한 이해관계자가 협동해야 한다는 측면에서 통합적 접근이 필요

5. 허위조작정보에 대한 사회의 대응능력을 제고하는 중장기적인 대책이 필요하다.

– 당장의 문제를 해결하기 위한 단기적 대책*보다는 허위조작정보에 대한 사회의 대응능력(resilience)을 제고하는 보다 장기적인 대책 필요

* 허위조작정보의 문제는 다면적이며 변화한다는 점에서, 원인이 하나가 아니기 때문에 하나의 해결책이 존재하지 않음

6. 종합적 대책 마련을 위한 공개 의견수렴 절차가 필요하다.

– 장기적·종합적 관점의 대책을 마련하는 과정에서 관련 전문가 및 이해관계자의 의견을 반영할 수 있는 절차 필요*

* EU의 경우, 시민, 소셜미디어플랫폼, 언론기관, 학계를 대상으로 의견수렴(2017년 11월부터 2018년 2월까지 온라인 설문조사) 과정을 거쳤으며, EU 28개국 대상 유로바로미터(Eurobarometer) 조사에서도 허위조작정보에 대한 시민 인식 측정

7. 데이터에 기반한 실증적이며 정기적인 검토가 필요하다.

– 허위조작정보 관련한 변화 추적, 위험에 대한 평가 등이 정기적으로 이루어져야 할 필요

– 허위조작정보 문제해결을 위한 다양한 제언/대책들의 시행이 효율적인지, 표현의 자유 등에 관한 부작용은 없는지 등을 지속적으로 검토*할 필요

* 데이터에 기반 한 실증적 검토

제 3 절 영역별 제언

1) 플랫폼 사업자

플랫폼 사업자는 현대 디지털 공론 생태계의 주역이다. 따라서 건강한 생태계의 유지와 발전에 가장 중요한 책임을 담당해야 한다. 전문가 회의는 이러한 인식을 바탕으로 플랫폼 사업자들이 다음의 사항들을 실천해주기를 권고한다.

1. 서비스의 완전성 확보를 위해 가짜 계정 삭제 등의 노력이 필요하다.

- 허위정보 등을 작성하는 가짜계정 삭제를 위해 노력하고, 봇에 의해 작성된 정보가 인간에 의해 작성된 것으로 오해되지 않도록 노력

* 페이스북, AI를 통한 가짜 계정 차단. '19년 3분기 가짜계정 17억개 차단, 스팸성 게시물(19억 개)의 99% 이상 AI로 적발

2. 허위조작정보에 대한 광고 수익을 차단하려는 노력이 필요하다.

- 허위조작정보를 이용한 광고 수익 창출의 연결고리 차단 노력
- 사업자는 내부 자체 가이드라인(규정)을 위반한 컨텐츠에 대해서 자사의 광고 서비스(광고 배치 후 광고 수입의 일부를 배분) 제한

3. 허위조작정보의 판별을 위해 제3자 팩트체킹 기관과의 연계 노력이 필요하다.

- 플랫폼 자신이 팩트체크 기관이 될 수 없으므로, 공신력 있는 팩트체크 기관*과의 협력 방안 모색 필요

* 정치적 중립성 등 제3자의 덕목/기준/역할에 관한 기준 마련 필요[24)]

- 신뢰할 수 있는 정보의 가시성(visibility)을 제고하고, 허위조작정보를 뒤로 배치하

24) IFCN 준칙: 불편부당성과 공정성 준수, 정보원 투명성 준수, 재정과 조직에 관한 투명성 준수, 방법의 투명성 준수, 공개적이고 정직한 수정 준수

는 등의 조치 필요*

* 허위조작정보의 대상, 판단 절차 등의 방식과 관련한 근거 마련 필요

– 허위조작정보에 대한 반론(또는 해명), 이의 제기, 진위 판단에 도움을 줄 수 있는 정보의 링크 등 배치 필요

4. 허위조작정보의 노출을 최소화할 수 있는 정보처리 방식(알고리즘) 기준의 투명성 확립 노력이 필요하다.

– 신뢰할 수 있는 정보의 가시성 제고, 관련 정보의 링크 배치 등 이용자의 허위조작정보 노출을 최소화할 수 있도록 정보처리 방식(알고리즘)에 대한 기준의 투명성 제고 필요

5. 이용자가 정보 전달방식을 선택할 수 있는 권한을 보장하는 노력이 필요하다.

– 이용자가 자신의 피드에서 알고리즘에 따른 큐레이션을 선택할 것인지 아닌지를 선택할 수 있도록 함

* (예시) 광고출처 및 광고노출 기준 등에 대한 알고리즘을 공개하고, 알고리즘 적용 여부 등에 대한 선택권 부여

6. 이용자가 허위조작정보를 보다 손쉽게 신고할 수 있는 신고체계의 간소화 노력이 필요하다.

– 이용자가 허위조작정보를 보다 손쉽게 신고할 수 있도록 신고체계와 관련된 메뉴를 간소화할 필요

7. 효과적인 팩트체킹 시스템을 위해 자동화 시스템에 대한 개발지원 노력이 필요하다.

– 인간 팩트체킹 시스템의 한계를 감안, AI 등을 활용한 자동화(Automated) 팩트체킹 시스템 개발 노력 필요

8. KISO로 대표되는 국내 자율규제 시스템의 활성화 노력이 필요하다.

– 역외사업자(유튜브, 페이스북 등) 및 국내 미참여 사업자의 '국내 자율규제 시스템'* 참여 독려

* 현재 KISO에 가입되어 있는 회원사는 10여개

9. 허위조작정보 관련 연구 활성화를 위한 기반 조성 노력이 필요하다.

– 허위조작정보 관련 연구를 위해 개인정보 보호처리가 된 데이터를 제공하는 등, 관련 연구 활성화를 위한 기반 제공

10. 전체적인 진행상황을 공유하기 위해 현황 보고서 발간 노력이 필요하다.

– 위의 사항에 대한 종합적인 보고서를 발간, 전체적인 진행 상황을 공유하려는 노력 필요

[플랫폼의 팩트체크 활용 사례]

○ (페이스북) IFCN에 가입한 펙트체커를 활용해 플랫폼의 게시물에 대한 팩트체크를 의뢰하고, 그 결과를 플랫폼에 공유*

* 이용자 신고 → 제3자 검증 → 2개 이상의 팩트체크 기사를 링크하고 허위 가능성(possibly false) 표시 등

– 모니터링 전문업체인 '크라우드 탱글'을 통해 논란의 여지가 많은 게시물*을 선정하고, IFCN 팩트체커에게 의뢰

* 이용자 신고, 팩트체크 기사, 삭제 경험이 많은 계정 등 빅데이터 활용

– 팩트체크 결과 허위정보 가능성이 있는 게시물에 표시(possibly false)를 부착하고, 관련 팩트체크 기사를 게시물에 링크로 연결

○ (구글) 사전에 약속한 형식요건*을 만족한 게시물은 구글이 자동으로 인식하여 해당 게시물에 팩트체크를 태깅하여 노출

* 구글은 ClaimReview 마크업(컴퓨터 언어형식), Share the Facts 위젯(응용프로그램) 형식에 맞춰 '기자명, 출처, 팩트체크 결과, 수정내역' 등을 작성하도록 요구함

※ 구글은 국내외 동일하게 적용 중이지만 국내 언론사의 참여가 저조하다고 답변

〈구글의 팩트체크 자동태깅 절차〉

① 구글이 준용하는 schemaa.org가 개발한 claimreview 마크업(컴퓨터 언어형식), 듀크대학이 개발한 share the facts 위젯(응용프로그램)이 요구하는 대로 팩트체크 기사 구조화

② 요구되는 데이터 형식이 팩트체크 기사 안에 모두 포함되었다고 시스템이 판단하면 그 기사에는 팩트체크가 태깅되고, 팩트체크 결과의 주요 내용(검증대상, 출처, 사실 여부) 노출

③ 사후 수동 모니터링을 통해 팩트체크 내용이 기준*에 부합되지 않는다고 판단되면, 팩트체크 태깅이 삭제될 수 있음

* 기사의 명확성, 팩트체크 출처 및 방법의 투명성, 팩트체크 결과 포함 여부 등

2) 시민 (이용자/연구자)

공론생태계의 주인은 민주사회의 주역인 시민이다. 정보의 생산자이자 이용자이기도 한 시민들은 범람하는 허위조작정보의 폐해를 최소화하기 위해 스스로 유통되는 정보의 진실성과 신뢰도를 판단할 수 있는 능력을 강화하기 위해 노력해야 한다. 전문가 회의는 그러한 환경 조성을 위해 다음 사항을 권고한다.

1. 이용자에 대한 미디어 리터러시 교육의 강화가 필요하다.

  – 정보의 속성을 이해하고 허위조작정보를 걸러낼 수 있는 역량 제고와 정보가 유통되는 플랫폼에 대한 교육이 함께 이루어질 필요(김선호, 2018; 김아미, 2017)

2. 팩트체크 주체로서 허위조작정보에 대한 공론화 과정에 적극적 참여가 필요하다.

  – 각자의 전문지식 영역 내에서 팩트체크를 자율적으로 실시하고, 허위조작정보에 대한 공론화* 과정에 적극 참여 필요

  * EU의 경우, 온라인 플랫폼 팩트체크 EU(Factcheck EU) 출범

3. 허위조작정보에 관한 통합적 논의를 위해 광범위한 개방형 네트워크 결성이 필요하다.

사례) 유럽집행위, 통합 네트워크(SOMA, Social Observatory for Disinformation and Social Media Analysis) 설립

– 유럽 각국에서 허위정보에 대응하기 위해 노력하는 전문가(팩트체커, 기자, 연구자 등)를 지원하기 위해 만들어졌으며, 이들의 협업을 위한 플랫폼 및 기술적 지원도 제공

– (주요 연구) 허위조작정보의 규모, 방식, 이용도구, 구체적인 특성, (잠재적) 영향, 사람들이 일반적으로 관심 가지는 사안(공적영역, 정치, 건강, 과학, 교육, 재무 등) 관련 뉴스/정보의 사실관계(진실성) 측정, 허위조작정보의 소스와 확산 메커니즘, 플랫폼 데이터의 측정/분석, 알고리즘 작동 이해, 소스 투명성을 위한 공정·객관적인 지표 개발, 허위조작정보에 대한 공중의 인식 제고 등

3) 언론

언론은 공론생태계에서 정보의 생산과 유통을 담당하는 중요한 주체이다. 그러므로 시민들이 접하는 정보의 신뢰를 높이기 위해 최대한 노력해야 한다. 그래야 허위조작정보의 폐해를 최소화 할 수 있는 사회적 토대가 마련된다. 전문가 회의는 그러한 환경 조성을 위해 언론이 다음의 사항들을 실천해주기를 권고한다.

1. 팩트체크 저널리즘에 대한 인식개선을 통한 팩트체크 활성화 노력이 필요하다.

- 허위조작정보 문제 해결을 위해 언론의 신뢰 회복 필요에 대한 자각
- 팩트체크 저널리즘 인식 개선 필요 : 객관성에서 투명성으로*

* 화자가 말한 내용을 정확하게 받아쓰기 하는 것을 넘어 그 발언이 사실인가를 기자들의 독자적인 조사를 통해 규명한 뒤 판정결과를 독자들에게 제시. 검증과 해석, 판정이라는 평가적 과정에 초점(Amazeen, 2013; 정은령, 2019)

2. 허위조작정보의 기사화를 자제하기 위한 가이드라인 마련 등 전략적 침묵에 대한 노력이 필요하다.

- SNS 상에서 화제가 된다는 이유로 확인되지 않았거나 허위조작정보로 의심되는 내용을 검증 없이 기사화하는 것을 자제 (양질의 저널리즘 추구)
- 국경 없는 기자회는 국제편집인네트워크(GEN), 유럽방송연맹(EBU), AFP 등과 협력해서 [저널리즘 트러스트 이니셔티브] 프로젝트* 진행

* 허위정보나 논쟁적인 콘텐츠에 대한 검열은 하지 않되 이들에 대한 가시성 즉 노출을 낮추는 것을 목적으로 함

〔그림 5－1〕 Unesco, [저널리즘 교육과 훈련을 위한 핸드북]

정확성	진실을 항상 담보할 수는 없지만, 언론인은 정확성을 위해 노력해야 하고 팩트 보도를 기본원칙으로 삼아야 한다.
독립성	언론인은 항상 독립적인 목소리를 내야 한다. 공식적이든 비공식적이든 특정 이익을 위해서는 아니 되며, 이해충돌을 일으키는 행위를 해서도 아니 된다.
공정성	공정한 보도란 열린 마음으로 명민하게 정보를 걸러내고 평가하는 것이다. 언론이 사건의 맥락과 다양한 이해관계에 대한 설명을 제공하는 것은 보도에 대한 신뢰를 구축하는 데 이바지한다.
비밀 엄수	비밀 정보원에 대한 보호는 탐사보도의 근본원칙이다. 내부고발자(whistle-blower)를 비롯한 비밀 정보원과 신뢰를 유지하고 그들의 안전을 보장하는 것은 필수적이다.
인간 존중	언론은 타인의 삶에 대한 자신의 영향력을 인지해야 한다. 공익을 위한다는 것을 근본원칙으로 삼되, 불이익을 받는 집단이 직면한 문제들도 고려해야 한다.
책무성	언론은 오류를 즉각적으로 성실하고 명백하게 수정해야 하며, 대중의 근심 어린 목소리에 귀 기울이고 응답해야 한다.
투명성	취재 과정에서 투명성은 책무성의 바탕이 되고, 나아가 진실을 발견하고 지키는 데 기여한다.

자료: UNESCO, 〈저널리즘, '가짜뉴스' 그리고 허위정보: 저널리즘 교육과 훈련을 위한 핸드북〉 in 박아란(2019) 재인용

3. 허위조작정보 기술에 대한 교육 강화 노력이 필요하다.

– 위조된 동영상(Deep fake)을 파악하는 능력을 배양하기 위해 딥페이크 검증 기술 교육* 필요

* 원본 이미지와 조작된 이미지 사이의 차이점을 습득해나가는 안면인식 프로젝트(Face Forensics) 등

4. 미디어 리터러시 교육에 대한 적극적인 협조 노력이 필요하다.

– 미디어 리터러시 교육의 보다 효율적인 수행을 위해 적극적 협조

* 프랑스의 경우, 공영방송사(프랑스텔레비전, 라디오프랑스, 프랑스미디어몽드, INA, Arte, TV5 Monde 등)를 중심으로 미디어교육과 정보의 해독을 위한 공동 플랫폼 창설 준비

4) 정부/국회

정부와 국회는 시민들이 국가의 주권자로서 자유롭게 생각을 표현하고 교환할 수 있도록 건강한 공론생태계를 조성하고 발전시켜야 하는 책임이 있다. 전문가 회의는 정부와 국회가 다음과 같은 역할을 적극적으로 수행하기를 권고한다.

1. 허위조작정보 문제해결의 의지를 밝히는 국회 차원의 초당파적 결의 노력이 필요하다.

 * EU에서 실천강령(code of practices) 도입이 가능했던 것도 허위조작정보 문제 해결에 대한 EU 의회의 초당파적 결의가 기반이 됨

2. 허위조작정보에 관한 미디어 리터러시 교육 지원을 강화하는 노력이 필요하다.

 – 허위조작정보를 분별하기 위한 대응 매뉴얼이나 가이드라인을 제작하여 배포하는 등의 교육이나 캠페인 전개 필요 ex) RESIST (UK)

3. 자동화 팩트체킹 시스템 개발 지원 노력이 필요하다.

 – 인터넷 환경에서 대량으로 생산 유통되는 허위정보 억지에 인간 팩트체커만으로는 역부족. 인공지능 기술 활용 등 자동화된 팩트체킹(Automated Fact-checking) 시스템 개발 지원 필요

4. 허위조작정보에 관한 종합적 연구를 지원하는 노력이 필요하다.

 – 허위조작정보 생산·유통, 방지기술 등에 관한 R&D 예산 확대 필요
 * 유럽집행위(EC)의 Horizon 2020 기금규모는 약 800억 유로(약 102조 5천여억 원)

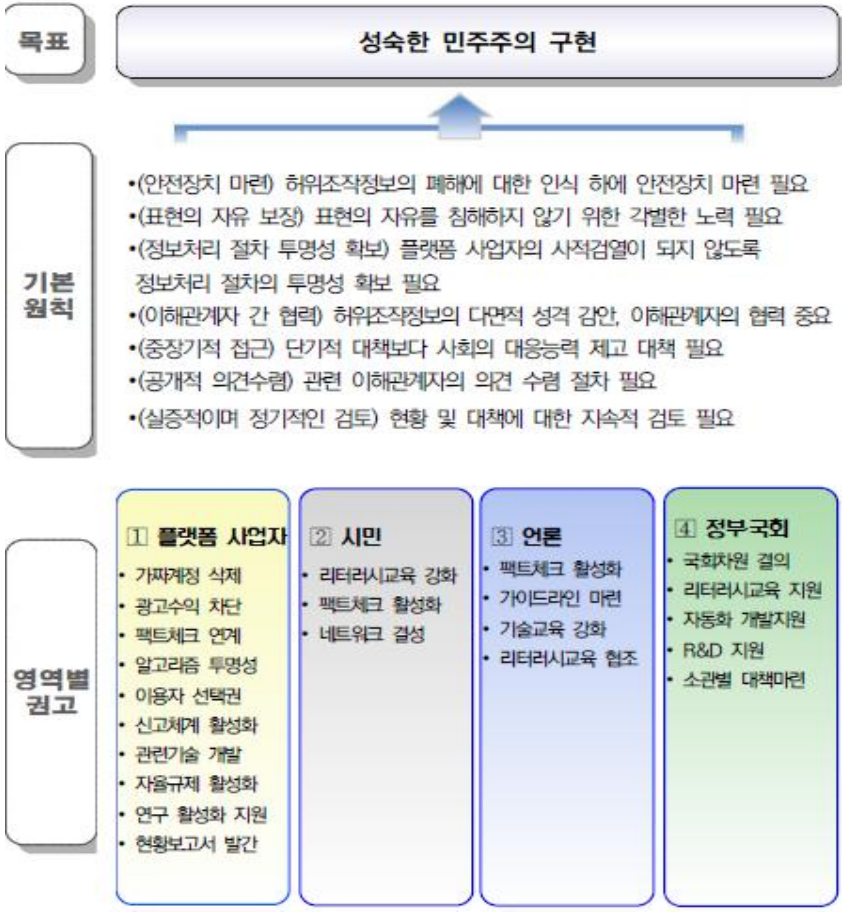
5. 허위조작정보의 다면적 측면을 고려, 소관별 대책을 마련하는 노력이 필요하다.

 – 위에서 언급된 다양한 방안을 실현하기 위해, 유관부처에서 소관 정책을 담당하여 추진할 필요

제6장 결 론

제1절 제언 요약

〔그림 6－1〕 허위조작정보 문제해결을 위한 제언[25)]



25) 허위조작정보에 관한 전문가회의(2019. 12. 20. 공개토론회)

제 2 절 시사점 및 한계

1) 시사점

○ 허위조작정보와 관련한 대책을 논의하는 경우, 기본적으로 찬반이 매우 첨예하게 갈리는 사안이라고 할 수 있음. 이에 따라 전문가로 참여한 위원 간에도 허위조작정보의 개념, 범위, 대책 등에서 이견 존재

– 그럼에도 불구하고 우리 사회에서 대규모 민간 전문가로 구성된 회의체를 처음으로 운영하고 허위조작정보 문제 해결을 위한 제언의 기본원칙과 세부적인 영역별 방안을 구체적으로 제시했다는 점에서 의의가 크다고 판단됨

– 제언의 기본방향과 영역별 제언의 실행가능성, 구체성 등을 보면 여전히 다소 선언적이거나 추상적인 부분들이 있다는 사실을 감안하면, 이번 보고서에서 제언한 내용은 허위조작정보 문제해결을 위한 구체적 논의를 위한 기초 논의자료라고 볼 수 있음

2) 한계

○ 앞서 언급한 것처럼, 허위조작정보와 관련한 민간 전문가들로 구성했으나 구체적인 정책 제언의 방향에서는 위원 간 이견이 있는 경우가 다수 존재

– 이에 따라 전문가 회의 이름으로 작성된 제언이 다소 추상적이거나 구체적이지 못한 수준에서 머무는 제언도 존재, 각 영역별(플랫폼, 시민, 언론, 정부/국회) 제언 중 일부 제언은 선언적인 성격을 지니고 있는 것들도 있음

– 또한 현재의 제언은 다른 영역에 비해 플랫폼 사업자에게 많은 노력(의무)을 주문하고 있다는 점에서 문제해결의 많은 부분을 유통사업자에게 전가한 것이라고 볼 수 있는 측면도 존재함. 결국, 허위조작정보의 생산 단계에서부터 중장기적인 대책을 마련하는 작업도 필요할 것 . 이러한 부분에 대해서는 추후 후속연구를 통해 이를 보다 구체화하는 작업이 필요할 것으로 판단됨

참 고 문 헌

〔국내 문헌〕

구글 코리아(2019), 구글이 허위 정보에 맞서는 방법.

김민정(2018), 가짜뉴스에서 벗어나기. <신문윤리>, 11월호.

김선호(2018), 진실이 가려지는 시대의 미디어 리터러시. <미디어와 교육>, 8권 2호, 204-221.

김아미(2017), <'가짜 뉴스'와 청소년 : 청소년은 뉴스를 어떻게 경험하는가>, 경기도교육연구원.

김익현(2017), 가짜뉴스 현상에 대한 두 가지 고찰 — 의도된 가짜와 매개된 가짜라는 관점을 중심으로, <언론중재>, 2017 봄호, 6-15.

김종근(2017. 4월), "SNS 속의 가짜뉴스: 현황과 대책", 가짜뉴스(fake news)와 언론·미디어의 공적 책무 세미나 발제문.

박아란(2017. 2월), "가짜 뉴스에 대한 법률적 쟁점과 대책", 한국언론진흥재단 - 한국언론학회 주최 Fake News(가짜뉴스) 개념과 대응방안 세미나 발제문. 서울: 프레스센터.

박아란·황미연(2019), 이천년 고도에서 저널리즘의 미래를 내다보다: 허위정보, 페루자 저널리즘 원칙, 임팩트 트래킹, 젠더 감수성, <2019 해외 미디어 동향>, 서울:한국언론진흥재단.

염정윤·정세훈(2018), 가짜뉴스에 대한 인식과 팩트체크 효과 연구: 기존 신념과의 일치 여부를 중심으로, <한국언론학보>, 62권 2호, 41-80.

오세욱·박아란(2017), 일반 국민들의 '가짜 뉴스'에 대한 인식, <미디어이슈>, 3권 3호, 1-12.

유의선(2018), 가짜뉴스의 법적 규제: 사회적 법익 보호를 중심으로, <언론과 법>, 17권 2호, 39-68.

윤성옥(2018), 가짜뉴스의 개념과 범위에 관한 논의. <언론과 법>, 17권 1호, 51-84.

이재진(2017. 2월), "포스트 트루스(Post-Truth) 시대의 페이크뉴스와 저널리즘", 한국기자

협회 주최 가짜뉴스 문제점과 대응 방안 세미나 발제문.

이정념(2019), 온라인 허위정보의 규제를 위한 접근법-허위정보의 의미와 본질, 규제 방향을 중심으로, <과학기술법연구>, 25권 2호, 69-103.

이종문(2017), 선거정보의 페이크뉴스에 대한 유권자 인식 분석 연구: 제19대 대통령선거 정보를 중심으로, <한국도서관·정보학회지>, 48권 3호, 113-130.

이준웅(2018. 11월), "허위조작정보 규제론의 위헌성과 정치적 위험성", 가짜뉴스와 허위조작 정보, 표현의 자유의 위기 세미나 발제문.

이향선(2018), <가짜뉴스 대응 개선을 위한 정책 방안 연구> (KCSC-2018-008), 서울: 방송통신심의위원회.

정세훈(2018), 가짜뉴스의 대응 방안 및 쟁점, <관훈저널>, 60권 1호, 76-82.

정은령(2019), <팩트체크의 국내외 현황: 객관주의 저널리즘의 성찰로부터 허위정보 억지의 최전선으로>, 2019 사이버커뮤니케이션학회 추계학술대회.

정은령·고예나(2018), <인터넷 신뢰도 기반 조성을 위한 정책방안 연구> (KCC-2018-26), 과천: 방송통신위원회.

정일권(2017. 4월), "가짜뉴스와 언론, 미디어의 공적책임: 어떻게 바른 뉴스를 정립할 것인가?", 가짜뉴스(fake news)와 언론·미디어의 공적 책무 세미나 토론문.

중앙일보(2017. 4. 27), 19대 대선 가짜뉴스 3만건… '오유', '일베' 댓글 → 밴드·페북·트위터 SNS 이동.

하재식(2019), <가짜뉴스 전쟁>, 서울: 커뮤니케이션북스.

한국인터넷자율정책기구 (2018). KISO 정책규정 해설서.

황용석(2017. 2월), "페이크 뉴스 풍자인가, 기만인가? 개념화와 여론 영향력을 중심으로", 한국언론진흥재단－한국언론학회 주최 Fake News(가짜뉴스) 개념과 대응방안 세미나.

황용석·권오성(2017), 가짜뉴스의 개념화와 규제수단에 관한 연구, <언론과법>, 16권 1호, 53-101.

황용석·정재관·정다운(2018), 가짜뉴스 관련 국내 입법안 분석과 그 한계 위헌성 여부를 중심으로, <사회과학연구>, 25권 2호, 101-123.

황창근(2017), 가짜뉴스에 대처하는 법적 방안, <언론중재>, 2017 봄호, 26-37.

〔해외 문헌〕

Antoniadis, S., Litou, I., & Kalogeraki, V.(2015. October). "A model for identifying mis-information in online social networks", In OTM Confederated International Conferences "On the Move to Meaningful Internet Systems"(pp.473-482), Springer, Cham.

AVAAZ(2019). Briefing: The urgent threat of disinformation and how we can protect ourselves. URL: https://secure.avaaz.org/campaign/en/disinformation_briefing/.

Bittman, L., & Godson, R.(1985). The KGB and Soviet disinformation: an insider's view. Pergamon-Brassey's.

BuzzFeed News(2016. 11. 16). "This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook", https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook.

Council of Europe(2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making.

European Commission(2018. 3). A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent High Level Group on fake news and online disinformation.

_____(2018. 9). Code of Practice on Disinformation.

_____(2018. 10). Communication on tackling online disinformation: a European Approach.

_____(2018. 12). Joint Communication to the european parliament, the european council, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions: Action Plan against Disinformation.

Fetzer, J. H.(2004). Information, misinformation, and disinformation. Minds and Machines, 14, 223-229.

Government Communication Service(2019). RESIST: counter-disinformation toolkit.

Howard, P. N., Kollanyi, B., Bradshaw, S., & Neudert, L. M.(2018). Social media, news and political information during the US election: Was polarizing content concentrated in swing states?

Oxford dictionaries. Retrieved from https://languages.oup.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016.

Rand Corporation. Retrieved from https://twitter.com/randcorporation/status/1058459743490985984?lang=da.

UK Government(2019). Online Harms White Paper. Joint Material by the Digital, Culture, Media & Sport and the Home Department.

UN(2019). The Danger of Disinformation - Countering Fake News and Safeguarding Health in the Post-Truth Era Conference.

UNESCO(2018a). Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training.

_____(2018b). World trends in freedom of expression and media development: global report 2017/2018.

● 저 자 소 개 ●

성 욱 제

- 파리 8대학 정보커뮤니케이션학과 석사
- 파리 2대학 정보커뮤니케이션학과 박사
- 현 정보통신정책연구원 연구위원

김 민 정

- 연세대학교 언론학 석사
- 현 정보통신정책연구원 연구원

정 은 진

- 연세대학교 언론홍보영상학과 학사
- 연세대학교 언론학 석사
- 현 정보통신정책연구원 연구원

심 홍 진

- 연세대학교 언론학 박사
- 현 정보통신정책연구원 연구위원

방통융합정책연구 KCC-2019-17

건전한 인터넷 환경 조성 방안 연구

(A Study on Creating a Healthy Online Environment)

2019년 12월 일 인쇄

2019년 12월 일 발행

발행인 방송통신위원회 위원장

발행처 방송통신위원회

경기도 과천시 관문로 47

Homepage: www.kcc.go.kr

인 쇄 인 성 문 화