

팩트체크 보도의 가짜뉴스 판단 기준 검토

An Analysis of the Fake News Assessment Criteria on Fact-check Coverage

백강희
한남대학교 정치·언론학과

Kanghui Baek(khbaek@hnu.kr)

요약

본 연구는 SNU팩트체크 센터(factcheck.snu.ac.kr)에 공개돼 있는 언론사의 팩트체크 기사를 분석했다. 팩트체크 기사 중 복수 언론사를 통해 검증이 이뤄진 교차검증 기사 50건을 연구 대상으로 정하고, 팩트체크 대상 주제, 유형, 성격, 언론사 간 판단 결과 일치도, 활용 근거가 무엇인지 검토했다. 연구결과, 언론사들은 대체로 대선·총선 후보자나 정치인 발언 등 정치 관련 주제를 팩트체킹하고 있었다. 팩트체크 대상의 유형은 주로 객관적인 사실이나 의견 혹은 해석이 개입될 수 있는 정보였으며, 발언 자체의 사실을 확인하는 기사나 인과관계, 비교 기준 시기나 대상에 따라 달리 해석될 수 있는 성격을 가진 정보에 대해 팩트체킹을 하고 있는 것으로 나타났다. 언론은 평균적으로 '대체로 사실 아님'에 가까운 판단을 했으며, 주로 관계자 취재 및 관련 기관 자료, 정부 자료, 전문가 발언 등을 판단 근거로 활용하는 경향을 보였다.

■ 중심어 : | 가짜뉴스 | 팩트체크 | 교차검증 | 판단 기준 |

Abstract

This study examines the fact-check coverage provided by the SNU fact-check center site(factcheck.snu.ac.kr). A total of 50 articles that were cross-checked by multiple news media organizations were analyzed. The study's variables were topics, types, characteristics, consistency of the news media organizations' judgement, and fact-check sources. This study found that fact-checking coverage was generally focused on presidential or general election candidates or politicians, as well as political topics. The types of fact-checking coverage primarily included factual information, as well as some opinions or interpretations. Fact-check coverage was mainly focused on the facts of the statements themselves, causal relationships, or the timing or target of the comparison criteria. On average, the fact-checking coverage most frequently assigned the judgment 'mostly false, and primarily used interviews of individuals or data from organizations involved in the issue, government data, and experts' statements as the bases for its fact-checking judgements.

■ keyword : | Fake News | Fact-check | Cross-check | Assessment Criteria |

I. 서론

오늘날 언론들은 '가짜뉴스'가 넘쳐나고 있다고 보도

하며 해당 발언이나 언론보도의 진위(眞僞) 여부에 주목하고 있다[1-4].

어떠한 정보에 대해 언론이 규정하는 '가짜' 혹은 '사

* 이 논문은 2019학년도 한남대학교 학술연구비 지원에 의하여 연구되었음

접수일자 : 2020년 01월 22일

수정일자 : 2020년 02월 17일

심사완료일 : 2020년 02월 17일

교신저자 : 백강희, e-mail : khbaek@hnu.kr

실' 판단은 해당 정보에 대한 공중의 판단에도 영향을 미칠 수 있다[5][6]. 기존 미디어에 대한 신뢰가 낮을수록 가짜뉴스가 우리 사회 내 미치는 부정적 영향에 대해 더욱 주목하는 한편[7], 가짜뉴스를 자주 접할수록 언론에 대한 신뢰가 나아지고 나아가 실재(real) 뉴스를 정확하게 파악하는 데 방해가 된다는 결과[8]는 팩트체커(fact checker)로서의 언론의 책임과 역할이 크다는 점을 시사한다.

2017년 한국언론진흥재단이 실시한 설문조사에 따르면 제19대 대통령 선거 기간 응답자의 65%가 가짜뉴스로 의심되는 정보를 접해본 경험이 있으며 그 중 69%가 언론사의 팩트체크 기사를 본 적이 있다고 답했다[5]. 다시 말해, 사람들은 해당 뉴스의 사실성을 판단할 때 언론사의 판단을 중요하게 참고한다는 것이다. 그러나 흥미로운 점은 정치적으로 진보나 보수 성향이 강한 응답자일수록 언론사의 팩트체크 기사를 접하더라도 가짜뉴스로 의심되는 정보에 대한 자신의 판단을 바꾸지 않았다. 또한 가짜뉴스 확산에 영향을 미치는 주요한 목적 중 하나가 자신의 정치적 견해를 전달하는 것이라는 점[9]은 가짜뉴스를 규정하는 데 객관적인 사실뿐만 아니라 개인의 신념(faith)이 영향을 미칠 수 있음을 보여준다.

지금까지 가짜뉴스에 대한 개념 정의와 판단은 대체로 가짜뉴스 생산자나 전달자의 의도를 중심으로 이뤄져 왔다[10-14]. 즉, 가짜뉴스는 타인을 속이기 위해 의도적으로 조작된 허위 정보(disinformation)라는 것이다. 그러나 가짜뉴스 생산자나 전달자의 의도성을 정확히 파악하기는 쉽지 않다. 따라서 가짜뉴스 판단 과정에서 더욱 주목해야 할 점은 상대적 사실을 가려내는 것이다. 팩트체커를 위해 언론사 각자가 활용하는 서로 다른 근거는 서로 다른 사실인 상대적 사실을 만들어 내기 때문이다. 실제 일어난 일이나 발언 등 객관적 사실에 대한 팩트체커 판단 과정은 비교적 명확할 수 있으나 의견이나 해석이 개입될 수 있는 정보 혹은 뉴스나 근거 불충분 등의 이유로 아직 확인되지 않은 사실에 대한 팩트체커 판단 과정은 쉽지 않다. 따라서 언론사가 규정하는 '가짜' 혹은 '사실'에 대한 판단 결과 자체 보다는 판단에 이르는 과정에 주목해야 할 필요가 있다.

팩트체크 과정 보다 가짜 혹은 사실이라는 이분화 된 판단 결과 자체에 주목하는 것은 가짜뉴스를 언론사의 정치적 성향에 따른 판단의 편향성 차원에서만 파악하는[15][16] 해석의 오류를 낳을 수 있다. 따라서 본 연구는 정보나 뉴스의 사실성 여부를 중심으로 이뤄지는 접근을 지양하고, 가짜뉴스에 대한 논의가 어떠한 맥락에서 이뤄지고 있으며, 각 언론사가 팩트체커로서 제시하는 판단 기준이 무엇인지 살펴보고자 한다. 구체적으로, 언론의 팩트체크 기사의 검증 대상 뉴스 혹은 정보의 주제, 유형, 성격이 무엇인지 점검하고, 각 언론사의 팩트체크 판단 과정에서 활용한 근거를 분석할 것이다. 이를 통해 판단 결과에 중점을 둔 제한된 논의에서 벗어나 동일한 팩트체크 대상에 대해 언론사가 선택 및 활용한 판단 기준을 면밀히 살펴봄으로써 경합하는 진실[17]에 대한 접근으로 가짜뉴스에 대한 논의를 확장하고자 한다.

II. 이론적 논의

1. 가짜뉴스

가짜뉴스에 대한 명확한 개념 규정은 아직 이뤄지지 않았으나 지금까지 가짜뉴스의 개념은 크게 '가짜'와 '뉴스'를 구별해 논의돼 왔다. 먼저, '뉴스'에 중점을 둔 개념화 논의는 가짜뉴스를 '뉴스'(news)로 명명하기 보다는 정보(information)로서 보다 폭넓게 이해돼야 한다는 접근을 중심으로 이뤄져왔다. 가짜뉴스는 직업 언론인이 생산하거나 전통적인 뉴스 형식을 띠고 있는 대상뿐만 아니라 댓글이나 트위터, 동영상 등 뉴스 외 다양한 형식을 갖춰 유포되기 때문이다[18]. 이에 따라 가짜뉴스를 '진짜' 혹은 '실재' 정보와 반대되는 허위 '정보'(disinformation)의 개념으로 보는 것이 타당하다는 의견도 있다[11][18]. 가짜뉴스에 대한 개념이 대선 기간에 확산된 데 따라 가짜뉴스 혹은 정보를 바라보는 해석에 정치적 관점이 개입 될 수 있다. 예컨대, 가짜뉴스는 자신이 지지하지 않는 집단이나 정당의 의원들이 유포한 진짜 혹은 실제 정보를 폄하하는 "정치화 된"(politicized) 용어라는 것이다[20][21]. 또한, 가짜

뉴스를 바라보는 데 있어 기존 언론은 잘못된 정보(misinformation)를 유포하는 소셜 미디어의 부정적인 역할에 초점을 맞추고 있는 반면 소셜 미디어 이용자들은 가짜뉴스를 기존 언론의 편향성과 연관지어 논의하고 있다는 결과[22]는 특정 정보를 가짜뉴스라고 판단하는 데는 정치적 관점뿐만 아니라 반대 집단에 대한 일종의 편견 혹은 인지적 편향[23]이 작용할 수 있음을 보여준다. 다시 말해, 가짜뉴스를 판단하는 잣대에는 사실(fact) 자체에 대한 논의와 더불어 자신이 믿고 있는 신념(faith) 혹은 세계관(worldview)이 작용할 여지가 있다. 사실을 ‘평가된 객관성(valued objectivity)’이라 보고 우리가 무엇인가를 ‘사실’이라고 규정하는 데는 가치(values)와 믿음(beliefs)이 작용한다[24].

가짜뉴스를 개념화하는 데 ‘가짜’에 중점을 두고 이뤄지고 있는 논의는 뉴스를 생산하거나 유포하는 주체의 의도나 목적이 기준이 돼야 한다고 주장한다. 이에 따르면 가짜뉴스란 타자를 속이려는 의도로 조작된 허위 정보[10-13]로서 실재가 아닌 조작된(fabricated) 뉴스 혹은 정보로 규정된다[14]. 이러한 맥락에서 정보 확인 미흡 등 과실로 인한 잘못된 정보(misinformation 혹은 inaccurate information)는 의도적으로 타인을 속이기 위해 조작되거나(manipulated) 허구의(fabricated) 뉴스 혹은 허위 정보(disinformation)와 구별돼야 한다는 것이다[13][25][26]. 즉, 가짜뉴스 생산 혹은 유통 주체가 해당 정보가 거짓임을 인지하고 있으며 상대를 속이기 위해 의도적으로 생산하거나 유통하는 것이 가짜뉴스라는 것이다.

그러나 반드시 그럴까. 의도성을 기준으로 보면 가짜뉴스 개념화 과정이 더욱 모호해질 수 있는데, 예컨대 주체의 의도성을 정확히 파악하는 것은 매우 어려우며, 그 주체는 해당 정보를 사실이라고 믿고 있을 수도 있기 때문이다. 이러한 면에서 주체의 의도성과는 상관없이 허위 정보라면 모두 가짜뉴스라고 보아야 한다는 주장도 있다[27]. 가짜뉴스에 대한 합의된 개념이 부재하다 보니 가짜뉴스 관련 규제 법안[18]이나 정부 등이 시행하는 규제 방안[28]에 대한 적합성과 실효성에 대한 한계점과 논란도 지속적으로 제기될 수밖에 없다. 따라서, 가짜뉴스를 판단하는 데 있어 주체의 의도성을 기준으로 하기 보다는 그 주체가 제시하는 근거 유무

와 제시된 해당 근거가 얼마나 병존하거나 상충하는지를 점검하는 것이 가짜뉴스 개념화 작업을 위한 보다 합리적인 대안으로 제시될 수 있다.

2. 팩트체크(Fact-check)

가짜뉴스에 대한 개념 정의가 모호하다 보니 가짜뉴스를 판단하는 팩트체크 과정에도 명확한 기준 마련이 미흡하다. 서울대학교 SNU팩트체크1에 등록된 팩트체크 대상 기사들을 분석한 연구에 따르면 가짜뉴스를 판단하는 기사 중 대부분이 사실을 뒷받침하는 근거자료나 원문 출처 URL 등을 충분히 제공하고 있지 않아 팩트체크 과정의 투명성을 담보하고 있지 않았다[29]. 또한, 가짜뉴스에 대한 판단 기준은 해당 나라의 정보 환경에 따라 다르게 적용되는데, 예컨대 가짜뉴스에 대한 논의가 활발한 서구 국가들의 경우에도 미국과 영국은 정치 행위자들을 공격하는 당파적 허위 정보(disinformation)를 가짜뉴스로 규정하고 주로 이에 대해 팩트체크를 하고 있는 반면 독일과 오스트리아는 대체로 이민자들을 대상으로 하는 선정적인(sensational) 이야기들을 팩트체크 대상으로 주목하고 있다[30]. 팩트체크는 주로 기존 언론사가 자체적으로 운영하거나 별도의 팩트체크 전문 기관 등을 통해 이루어지는데 가짜뉴스에 대한 판단 기준이 모호하다 보니 이러한 팩트체크 주체들이 검증한 가짜뉴스 검증 대상과 판단 결과 또한 상이하다[31][32]. 결과적으로 언론인들이나 소셜 미디어 이용자들은 가짜뉴스 판단 과정에 팩트체크 서비스를 전적으로 의지하지 않는 경향을 보인다[33]. 따라서 검증 과정을 명확하게 밝히는 것이 팩트체크의 판정 결과에 대한 사회적 합의를 이끌어내는 데 매우 중요하다. 자신의 소속 언론사에서 팩트체크를 담당하는 언론인들은 팩트체크 과정이나 판정이 근거 자료를 바탕으로 이뤄지기 때문에 객관적일 수 있으나 팩트체크 대상 선정과 판정 결과에서 소속 언론사나 기자 개인의 편향성을 온전히 배제하기는 어

1 SNU팩트체크는 서울대학교 언론정보연구소가 설립한 센터로서, 센터와 제휴를 맺은 각 언론사가 팩트체크한 내용을 게시할 수 있는 플랫폼(factcheck.snu.ac.kr)을 제공하고 있다. 각 언론사가 자율적으로 교차검증 대상을 선정하며 해당 언론사가 독립적으로 취재한 결과를 바탕으로 팩트체크 판단이 이뤄진다.

럽다고 밝혔다[34]. 근거(argument)와 증거(evidence)가 진실을 구성하는 주요 요건이라는 점[24]은 팩트체크에서 검증 과정을 명확하게 밝히는 것이 시급히 필요함을 시사한다[35].

팩트체크는 수용자가 해당 정보에 대해 갖는 태도에 영향을 미친다[36-38]. 팩트체크 뉴스를 접한 사람이 그렇지 않은 사람에 비해 가짜뉴스를 더욱 심각하게 받아들이며[39], 팩트체크 뉴스의 판정 결과에 따라 판단 대상 정보에 대한 기존 태도가 달라진다는 결과[40]는 팩트체크 뉴스의 설득 효과를 보여준다. 특히, 팩트체크가 해당 정보에 대해 부정적인 판단을 한 경우(예를 들어, '사실 반 거짓 반' 혹은 '대체로 사실') 수용자들은 해당 정보를 더욱 불신하는 태도를 나타냈다[40][41]. 또한, 이러한 팩트체크 뉴스의 판정 결과를 받아들이는 데는 판정 주체인 언론사에 대한 수용자의 적대적 미디어 편향(hostile media bias)이 영향을 미치는 것으로 조사됐다[42].

III. 연구문제

가짜뉴스에 대한 인식을 비롯해 팩트체크 과정과 결과에는 판단 주체의 세부적인 기준이 영향을 미칠 수 있으며 이에 따라 동일한 뉴스 혹은 정보에 대해 판단 하더라도 수용자들은 팩트체크 별로 다른 결과에 노출될 수 있다[34]. 검증 대상 선정부터 결과 기술에 이르기까지 팩트체크 방법을 투명하게 공개하는 것이 중요하며[43], 특히 언론 상호 간 교차 검증이 팩트체크 과정에서 영향을 미칠 수 있는 편향성을 막는 데 효과적일 수 있다[34]. 따라서 본 연구는 SNU팩트체크 센터에 공개돼 있는 팩트체크 기사 중 복수 언론사의 교차 검증이 이루어진 뉴스 혹은 정보를 연구 대상으로 정하고, 다음의 연구문제를 제시한다.

연구문제 1: 언론이 교차 검증한 대상의 정보는 무엇인가?

연구문제 1-1: 정보의 주제는 무엇인가?

연구문제 1-2: 정보의 유형은 무엇인가?

연구문제 1-3: 정보의 성격은 무엇인가?

연구문제 2: 교차 검증 과정에서 활용한 근거는 무엇인가?

연구문제 3: 교차 검증 대상의 정보에 대한 언론의 판단 결과는 어떠한가?

IV. 연구 방법

1. 내용 분석 자료

본 연구는 SNU팩트체크 센터가 운영하는 플랫폼(factcheck.snu.ac.kr)에서 언론사 두 곳 이상이 팩트체크에 참여한 교차 검증 기사를 내용 분석 대상으로 정했다. 2019년 12월9일 기준 복수의 언론사가 검증에 참여한 아이템 110건 중 참여 언론사 모두 동일한 팩트체크 판단을 내린 기사 57건과 논쟁 중인 3건을 제외한 총 50건의 기사를 최종 분석에 포함했다. 분석에 포함된 교차 검증 기사는 각 언론사에서 2017년 4월 3일부터 2019년 11월 11일 사이에 보도됐다.

2. 연구변인

2.1. 교차 검증 대상 유형

복수의 언론사가 검증한 동일 대상의 유형은 다음의 15개 항목으로 분류하고 해당 검증 대상이 속하는 유형 1개를 선택해 코딩했다: ①대선·총선 후보자 발언 ②여당 공식 논평/여당 정치인(대선/총선 후보자 제외) 발언 ③야당 공식 논평/야당 정치인(대선/총선 후보자 제외) ④대통령 발언 ⑤청와대 국민청원 게시판 ⑥전공직자 발언 ⑦공직 후보자(현 정치인·공직자 제외) ⑧해외 정치인 발언 ⑨직접적인 관계자 개인 SNS ⑩언론 보도 ⑪시민단체 발표/보도문/자료 ⑫기업 발표/보도문/자료 ⑬유명인(전·현직 정치인·공직자제외) ⑭인터넷 커뮤니티 ⑮기타

2.1.1. 검증 대상 주제

검증 대상이 속한 주제는 다음의 13개 항목으로 분류한 후 해당 검증 대상이 속하는 주제 1개를 선택해 코딩했다: ①정치 ②고용 ③세금 ④소득분배 ⑤재정 ⑥부동산 ⑦탈원전 정책 ⑧국방/안보 ⑨사회 안전(범죄, 미세먼지 등) ⑩교육 ⑪국제 ⑫ IT/과학 ⑬기타

2.1.2. 검증 대상 정보 유형

검증 대상 정보 유형은 ①객관적인 사실(실제 일어난 일 등) ②객관적인 사실 자체보다는 전달자의 의견/해석/주장으로 이뤄진 정보 ③객관적인 사실이나 의견 혹은 해석이 개입될 수 있는 정보 등 3개 항목으로 분류하고 해당 검증 대상이 속하는 유형 1개를 선택해 코딩했다.

2.1.3. 검증 대상 정보 성격

검증 대상 정보 성격은 팩트체크 논의의 중점으로서 어떠한 점에서 복수 언론사의 교차 검증 대상이 되었는지를 보여주는 변인이다. 다음의 13개 항목을 기준으로 해당 검증 대상 정보가 속하는 성격 1개를 코딩했다: ①발언 자체의 사실 확인 ②원인과 결과 ③비교 기준 대상 ④비교 기준 시기 ⑤일반화 ⑥항목 범주화 ⑦문맥 해석 ⑧현재 기준 vs. 차후 기준 ⑨근거 법령 ⑩용어 개념 정의 ⑪단순 언론 오보 ⑫불분명한 근거 혹은 발언의 근거 없음 ⑬기타

2.2. 판단 근거

팩트체크 시 각 언론사가 기사에서 활용한 근거를 다음의 15개 항목으로 분류했다: ①정부 자료 ②지방자치단체 자료 ③공공기관 자료 ④여당 보도문/자료, 여당 정치인 ⑤야당 보도문/자료, 야당 정치인 ⑥대선·총선 공약집 ⑦법/법률/법령 ⑧법원 판결 ⑨통계청 자료 ⑩시민단체 자료/발언 ⑪여론조사 ⑫언론보도 ⑬전문가 ⑭관계자 인터뷰/자료 ⑮기타. 각각의 기사가 해당 유형의 근거를 포함하고 있으면 1점, 없으면 0점으로 코딩했다.

2.3. 판단 결과

인론사들은 기사를 통해 해당 대상에 대해 팩트체크를 하는데, SNU팩트체크 센터 판정 척도를 근거로 검증 결과를 보도한다. 판정 척도는 다음과 같다: ①전혀 사실 아님 ②대체로 사실 아님 ③절반의 사실 ④대체로 사실 ⑤사실 ⑥판단유보. 판단 결과는 동일 검증 대상에 대해 언론사 간 판단 일치도를 계산했다². ‘판단유보’를 결정한 언론사가 한 곳이라도 있는 검증 대상 7건은 분석에서 제외했으며, 결과적으로 총 43건을 대상으로 언론사 간 판단 결과를 살펴보았다.

3. 코더 간 신뢰도

내용 분석을 위한 코딩은 연구진을 포함한 2명의 저널리즘 전공 학위자에 의해 진행됐다. 분석 표본의 약 10% [44-46]의 팩트체크 아이টে를 대상으로 코더 간 신뢰도를 계산한 결과 모든 변수에 대해 만족할만한 수준인 .80을 넘었다[47].

V. 연구 결과

SNU팩트체크 플랫폼에 공개된 언론사의 교차 팩트체크를 분석한 결과 대선·총선 후보자 발언(10건, 20%), 여당 공식 논평/여당 정치인 발언(4건, 8%), 야당 공식 논평 혹은 야당 정치인 발언(4건, 8%), 해외 정치인 발언(4건, 8%) 등 주로 정치 분야에서 팩트체크가 이뤄지는 것을 알 수 있었다(연구문제 1, [표 1] 참조).

표 1. 교차 팩트체크 대상 유형

팩트체크 대상 유형	n(%)
대선·총선 후보자 발언	10(20)
여당 공식 논평/여당 정치인 발언	4(8)
야당 공식 논평/야당 정치인 발언	4(8)
대통령 발언	2(4)
청와대 국민청원 게시판	1(2)
전 공직자 발언	1(2)
공직 후보자 발언	1(2)
해외 정치인 발언	4(8)
직접적인 관계자 개인 SNS	4(8)
언론보도	9(18)

² 판단 일치도(%)는 동일 검증 대상에 대해 판단이 일치한 언론사 수를 교차 검증에 참여한 언론사 수로 나눈 값이다.

시민단체 발표/보도문/자료	3(6)
기업 발표/보도문/자료	3(6)
유명인 발언	1(2)
인터넷 커뮤니티	3(6)
총합	50(100)

이러한 결과는 팩트체크 대상 주제에도 비슷한 경향이 나타나는데 언론사들은 고용, 세금, 소득분배, 재정 등 경제 분야나 국방·안보 분야에 비해 상대적으로 정치(15건, 30%) 분야에서 교차 팩트체크를 많이 하고 있는 경향을 보였다(연구문제 1-1, [표 2] 참조).

표 2. 교차 팩트체크 대상 주제

팩트체크 대상 주제	n(%)
정치	15(30)
고용	5(10)
세금	3(6)
소득분배	2(4)
재정	2(4)
부동산	1(2)
탈원전 정책	3(6)
국방/안보	7(14)
사회 안전(범죄, 미세먼지 등)	4(8)
교육	3(6)
국제	3(6)
IT/과학	2(4)
총합	50(100)

정보의 유형을 보면 언론사들은 대체로 객관적인 사실 자체 보다는 전달자의 의견/해석/주장으로 이뤄진 정보(15건, 30%)나 객관적인 사실이나 의견 혹은 해석이 개입될 수 있는 정보(29건, 58%)를 더 많이 교차 검증하는 것으로 조사됐다(연구문제 1-2, [표 3] 참조).

표 3. 교차 팩트체크 대상 정보 유형

팩트체크 대상 정보 유형	n(%)
객관적인 사실	6(12)
객관적인 사실 자체 보다는 전달자의 의견/해석/주장으로 이뤄진 정보	15(30)
객관적인 사실이나 의견 혹은 해석이 개입될 수 있는 정보	29(58)
총합	50(100)

이러한 결과는 팩트체크 대상 정보 성격을 통해 더욱 구체적으로 살펴볼 수 있는데, 발언 자체의 사실 확인(8건, 16%), 원인과 결과에 대한 해석 차이(8건, 16%), 비교 기준인 대상(6건, 12%)이나 시기(5건, 10%)가 다른 경우, 소수의 사례를 전체 대상으로 일반화하는 경

우(5건, 10%), 동일 항목에 대한 범주화 차이(4건, 8%) 등 다양한 요인들을 점검해야 하는 정보 유형을 대상으로 팩트체크가 주로 이뤄지는 것을 알 수 있다(연구문제 1-3, [표 4] 참조).

표 4. 교차 팩트체크 대상 정보 성격

팩트체크 대상 성격	n(%)
발언 자체의 사실 확인	8(16)
원인과 결과	8(16)
비교 기준 대상	6(12)
비교 기준 시기	5(10)
일반화	5(10)
항목 범주화	4(8)
문맥 해석	3(6)
현재 기준 vs. 차후 기준	3(6)
근거 법령	2(4)
용어·개념 정의	2(4)
단순 언론 오보	2(4)
불분명한 근거 혹은 발언의 근거 없음	2(4)
총합	50(100)

팩트체크 시 활용한 근거 유형을 살펴보면 해당 정보와 관계된 직접적인 인물을 취재하거나 관계 기관의 자료(24건, 48%), 정부 자료(22건, 44%), 전문가(20건, 40%)를 팩트체크 판단결과 시 주로 활용하는 것으로 보인다(연구문제 2, [표 5] 참조). 반면 여야 정치인 발언, 여론조사 등은 상대적으로 활용 빈도 수가 적었다.

표 5. 교차 팩트체크 시 활용한 근거 유형

팩트체크 시 활용한 근거 유형	n(%)
관계자 인터뷰/자료	24(48)
정부 자료	22(44)
전문가	20(40)
공공기관 자료	16(32)
법/법률/법령	16(32)
언론보도	10(20)
시민단체 자료/발언	9(18)
법원 판결	6(12)
여당 보도문/자료, 여당 정치인 발언	5(10)
야당 보도문/자료, 야당 정치인 발언	4(8)
통계청 자료	3(6)
지방자치단체 자료	2(4)
대선·총선 공약집	2(4)
여론조사	2(4)
기타	5(10)
총합	144 ³

3 내용 분석 대상인 전체 정보 50건 중 해당 근거를 사용한 팩트체크 기사 건 수를 복수 코딩했으므로, 총합은 전체 분석 대상인 50건 보다 많다.

검증 대상의 정보에 대한 언론의 판단 결과를 보면 언론사들은 절반의 사실 등 사실과 가깝다고 판단하기 보다는 대체로 사실 아닌 것으로 판단했다(M = 2.19). 판단유보 결정을 한 팩트체크 정보 7건을 제외한 43건 중 언론사 간 교차 검증 결과가 전혀 일치하지 않는 정보는 27건이었으며, 10건이 60% 이상의 일치율을, 3건이 50%의 일치율을 보였다(연구문제 3).

VI. 논의

본 연구는 가짜뉴스 의혹을 담고 있는 뉴스나 정보를 대상으로 이뤄진 언론사의 팩트체크 기사를 점검했다.

이를 위해 SNU팩트체크 센터를 통해 공개된 복수의 언론사가 참여한 팩트체크 기사를 분석했다. 본 연구 결과는 단순히 가짜와 사실을 판정하는 데서 벗어나 동일 사안에 대해 언론사 간 판단 결과는 얼마나 다른지, 검증 과정에서 활용한 근거는 무엇인지 살펴봄으로써 각 언론사가 제시하는 상대적 사실을 논의하고자 했다. 구체적인 연구결과와 함의는 다음과 같다.

첫째, 언론의 교차 검증 대상은 주로 정치 분야와 관련한 뉴스 혹은 정보였으며, 구체적으로 대선·총선 후보자 발언을 검증하는 기사가 가장 많았다(연구문제 1, 연구문제1-1). 우리나라에서 가짜뉴스에 대한 논쟁이 제19대 대선을 앞 둔 2017년 초반부터 이루어진 데 따라[18], 언론사의 팩트체크 기사가 주로 정치 분야를 대상으로 이뤄진 것으로 해석될 수 있다. 또한, 팩트체크 언론인들이 밝혔듯[34], 대선 등 대부분의 언론사가 주목할 만한 이벤트가 없을 경우에는 검증 대상을 찾기 쉽지 않아 주로 선거 후보자 발언을 중심으로 팩트체크가 이뤄졌다고 볼 수 있다.

둘째, 교차 검증이 이뤄진 정보의 유형을 보면 실제 일어난 일 등 객관적인 사실이나 의견 혹은 해석이 개입될 수 있는 정보를 대상으로 팩트체크가 이뤄지고 있었다(연구문제 1-2). 언론사는 발언의 영향력이나 화제성 등이 높은 팩트체크 대상을 선정하는데, 이 과정에서 언론사의 주관적인 뉴스 가치 판단이 개입된다는 점[34]은 언론사가 선택하는 검증 대상의 유형도 이 같은 맥락에서 이해될 수 있다.

셋째, 대체로 의견 혹은 해석이 개입될 수 있는 정보를 대상으로 팩트체크가 이뤄지다 보니 검증 대상이 지닌 성격이 매우 다양한 경향을 나타냈다(연구문제 1-3). 예컨대, 상관관계를 인과관계로 해석하거나 비교하는 시기나 대상의 차이, 예외 사례가 존재함에도 지나친 일반화로 인해 가짜뉴스 의혹이 제기됐음을 알 수 있었다. 즉, 동일한 정보라고 하더라도 세부적인 판단 기준이 다르면 판정결과가 다를 수 있다[34]는 점은 가짜뉴스에 대한 의혹과 판단은 해당 뉴스나 정보를 해석하는 데 있어 다양한 맥락을 살펴보는 등 다차원적으로 이뤄져야 한다는 이론적 및 실무적 시사점을 제공한다.

넷째, 팩트체크 언론사들은 검증 결과에 대한 객관성과 정당성을 확보하기 위해 다양한 근거를 활용하고 있었다(연구문제 2). 관계자 인터뷰나 자료, 관계 기관의 자료, 교수 등 전문가를 통해 해당 정보를 재확인하거나 제3자를 통해 사실성을 검증하고자 했다.

마지막으로, 언론사들은 검증 대상에 대해 '대체로 사실 아님'으로 판단했으며, 검증에 참여한 언론사 간 검증 결과가 모두 불일치하는 사례가 분석 대상의 과반수 이상을 차지했다(연구문제 3). 이는 연구문제 1-2와 1-3을 통해 확인됐듯 동일 사안을 검증하더라도 각 언론사의 판단 기준과 맥락, 근거에 따라 상이한 판단이 나올 수 있음을 재확인한 것이다.

본 연구는 언론의 팩트체크에 대한 관심과 논의가 활발하게 이뤄지고 있는 오늘날 저널리즘 환경에서 팩트체크 결과와 과정을 다양한 요인을 통해 살펴보았다는 데 의의가 있다. 특히, 언론사마다의 판단 기준과 활용하는 근거에 따라 정보의 사실성에 대한 판단 결과가 다르다는 점은 정보 자체의 진위(眞僞) 여부 판단 결과뿐만 아니라 진실이 '어떻게', '누구에 의해' 확립되며 그 과정에서 경합하는 진실(competing truths)이 무엇인지[17][48]에 대해 더욱 적극적으로 논의돼야 한다는 점을 보여준다. 정보에 내포돼 있는 상반된 주장들이 무엇인지 파악하는 일이 보도의 객관성(objectivity)을 확보하기 위한 방법[49]이라는 점에서도 그렇다.

본 연구는 가짜뉴스에 대한 이론적 논의가 정보의 허위성에 대한 판단에 중점을 두고 이뤄져 온 데서 벗어나 언론사의 팩트체크 대상 정보와 근거를 다차원적으로 살펴봄으로써 기존 논의를 보다 확장하려 했다는 점

에서 이론적 함의를 지닌다. 물론 가짜뉴스에 대한 느슨한 개념적 합의에서 벗어나 정확하고 명확한 개념화 작업은 반드시 필요하다. 그러나 해당 정보의 진위(眞僞) 여부 자체에 과도하게 집중돼 이뤄지는 이론적 논의의 불균형성은 객관적 사실의 영역을 다소 정치적으로 해석함으로써[20][21] 가짜뉴스를 올바르게 정의하는 데 방해가 될 수 있다[50]는 점에서 지금의 이론적 접근을 재고할 필요가 있다. 또한, 본 연구는 언론사의 팩트체크 역할이 강조되고 있는 오늘날 저널리즘 환경을 고려할 때 실무적 시사점을 제공한다. 언론은 공중에게 팩트체크 결과 자체를 공표하는 데서 벗어나 검증 대상 정보와 판단 근거 등 판단 결과에 이르는 다양한 맥락을 적극적으로 제공함으로써 가짜뉴스에 대한 합리적 공론이 형성될 수 있는 의사소통의 장을 형성해야 한다. 이를 통해 공중은 어떠한 근거가 보다 논리적이고 합리적인지에 대해 다른 구성원들과 다양한 의견을 적극적으로 공유함으로써 자신들이 소비하는 뉴스에 대해 종합적인 판단을 할 수 있을 것이다. 이러한 접근은 언론사의 가짜뉴스 판단 결과를 단순히 각 언론사의 정치적 성향에 기인하여 해석하는 데서 벗어나 각 언론사를 통해 제시된 병존하거나 상충하는 근거들을 중심으로 논의할 수 있게 돕는다. 나아가, 가짜뉴스에 대한 인식이 언론 신뢰도에 부정적인 영향을 미치고 있음을 고려해볼 때[7][8], 팩트체크 과정을 중심으로 이뤄지는 논의는 언론사의 신뢰를 회복하는 하나의 방법으로 제시될 수 있을 것이다.

이러한 이론적 및 실무적 합의에도 불구하고 본 연구는 분석 대상과 관련해 두 가지 한계점을 지니고 있다. 첫째, SNU팩트체크 센터와 제휴를 맺고 있는 언론사에서 검증한 팩트체크 기사만 분석해 결과를 전체 언론사의 팩트체크 현황을 종합적으로 보여주는 데 한계가 있다. SNU팩트체크 센터는 다수 언론사의 팩트체크 결과를 한눈에 살펴볼 수 있는 유용한 플랫폼이나 후속 연구에서는 제휴를 맺지 않은 다른 언론사들도 포함해 보다 다양한 팩트체크 과정을 논의할 필요가 있다. 둘째, 동일 뉴스나 정보에 대해 복수의 언론사가 팩트체크 한 교차 검증 기사만 분석에 포함해 사례 수가 적다. 본 연구는 언론사의 서로 다른 판단 기준과 결과를 비교하기 위해 교차 검증 사례만을 분석에 포함했으나 적

은 사례 수로 인해 결과를 일반화하는 데 어려움이 있다. 따라서 교차 검증 기사뿐만 아니라 개별 언론사의 팩트체크 결과와 과정을 폭넓게 살펴볼 수 있는 후속 연구가 요구된다.

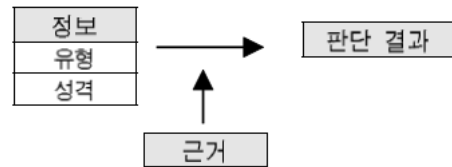


그림 1. 언론사의 팩트체크 구조

참 고 문 헌

- [1] <https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=101&oid=015&aid=0004001174>
- [2] <https://www.hankookilbo.com/News/Read/201808261896087559>
- [3] https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1004910050&plink=MULTINEWS&cooper=SBSNEWSMAIN
- [4] <http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2018110201071021320001>
- [5] 김선호, 김위근, *팩트체크를 체크한다*, 한국언론진흥재단, 2017.
- [6] 차영란, “제19대 대통령 선거의 유권자 투표행태와 정치캠페인 및 정치광고에 대한 수용자 분석: 심층인터뷰를 중심으로,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제18권, 제6호, pp.385-398, 2018.
- [7] 조은희, “뉴스 미디어의 이용과 신뢰가 가짜 뉴스의 인식, 식별, 수용태도에 미치는 영향,” *언론과학연구*, 제19권, 제1호, pp.180-213, 2019.
- [8] E. Van Duyn and J. Collier, “Priming and Fake News: The Effects of Elite Discourse on Evaluations of News Media,” *Mass Communication & Society*, Vol.22, No.1, pp.29-48, 2019.
- [9] 손승혜, 이귀옥, 홍주현, 최지향, 정은정, “트위터는 어떻게 가짜뉴스를 유통시키는가?: <교통법규 개정설>과 <9월 전쟁설>의 트위터 유통 패턴과 유력자, 빈출

- 단어 분석,” 사이버커뮤니케이션학보, 제35권, 제4호, pp.203-251, 2018.
- [10] 이재진, “포스트 트루스(Post-Truth) 시대의 페이크 뉴스와 저널리즘,” 한국기자협회 주최 ‘가짜뉴스 문제점과 대응방안’ 토론회, 2017.
- [11] 윤성욱, “가짜뉴스의 개념과 범위에 관한 논의,” 언론과 법, 제17권, 제1호, pp.51-84, 2018.
- [12] 황용석, 권오성, “가짜뉴스의 개념화와 규제수단에 관한 연구: 인터넷서비스사업자의 자율규제를 중심으로,” 언론과 법, 제16권, 제1호, pp.53-101, 2017.
- [13] B. Brennen, “Making Sense of Lies, Deceptive Propaganda, and Fake News,” J. of Media Ethics, Vol.32, No.3, pp.179-181, 2017.
- [14] J. L. Nelson and H. Taneja, “The Small, Disloyal Fake News Audience: The Role of Audience Availability in Fake News Consumption,” New Media & Society, Vol.20, No.10, pp.3720-3737, 2018.
- [15] 이혜미, 김혜영, 유승호, “국내 언론매체의 이념성향과 뉴스구성에 대한 연구: 미 대선 후보 ‘버니 샌더스’ 관련 보도의 의미연결망 분석을 중심으로,” 한국콘텐츠학회논문지, 제16권, 제8호, pp.180-191, 2016.
- [16] 홍주현, 김경희, “언론의 정치적 성향이 뉴미디어 정책 관련 사설의 의제 및 보도 태도에 미치는 영향,” 한국콘텐츠학회논문지, 제17권, 제3호, pp.162-177, 2017.
- [17] 이지연(역), *만들어진 진실*, Hector Macdonald의 *Truth: How the Many Sides to Every Story Shape Our Reality*, 흐름출판, 2018.
- [18] 박아란, “가짜뉴스와 온라인 허위정보(disinformation) 규제에 대한 비판적 검토,” 언론정보연구, 제56권, 제2호, pp.113-155, 2019.
- [19] European Commission, *A Multi-Dimensional Approach to Disinformation: Report of the Independent High Level Group on Fake News and Online Disinformation*, 2018.
- [20] J. Brummette, M. DiStaso, M. Vafeiadis, and M. Messner, “Read All About It: The Politicization of “Fake News” on Twitter,” Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol.95, No.10, pp.1-21, 2018.
- [21] J. Farkas and J. Schou, “Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood,” Javnost-The Public, Vol.25, No.3, pp.298-314, 2018.
- [22] A. Al-Rawi, “Gatekeeping Fake News Discourses on Mainstream Media versus Social Media,” Social Science Computer Review, Vol.37, No.6, pp.687-704, 2019.
- [23] S. M. Jang and J. K. Kim, “Third Person Effects of Fake News: Fake News Regulation and Media Literacy Interventions,” Computers in Human Behavior, Vol.80, pp.295-302, 2018.
- [24] T. E. Nelson and E. Willey, Issue Frames that Strike a Value Balance: A Political Psychology Perspective. In S. D. Reese, O. H. Gandy, Jr., and A. Grant(Eds.), *Framing Public life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*(pp.245-266), Mahwah NJ: Lawrence Erlbaum, 2011.
- [25] T. Quandt, L. Frischlich, S. Boberg, and T. Schatto-Eckrodt, “Fake News,” The International Encyclopedia of Journalism Studies, 2019.
- [26] E. C. Tandoc, Z. Lim, and R. Ling, “Defining Fake News,” Digital Journalism, Vol.6, No.2, pp.137-153, 2018.
- [27] 한갑운, 윤종민, “가짜뉴스의 규율방법에 대한 법적 고찰,” 과학기술과 법, 제8권, 제1호, pp.59-90, 2017.
- [28] 최지수, 윤석민, “가짜뉴스 거버넌스: 정부규제, 자율규제, 공동규제 모형에 대한 비교를 중심으로,” 사이버커뮤니케이션학보, 제36권, 제1호, pp.127-180, 2019.
- [29] 오세욱, 황구현, “팩트의 형식적 구성 요건에 대한 탐색적 연구: SNU FactCheck 메타데이터 분석을 통한 제언,” 언론정보연구, 제55권, 제4호, pp.54-98, 2018.
- [30] E. Humprecht, “Where ‘Fake News’ Flourishes: A Comparison Across four Western Democracies,” Information, Communication, & Society, Vol.22, No.13, pp.1973-1988, 2018.
- [31] C. Lim, “Checking How Fact-Checkers Check,” Research & Politics, Vol.5, No.3, pp.1-7, 2018.
- [32] M. Marietta, D. C. Barker, and T. Bowser, “Fact-Checking Polarized Politics: Does the Fact-Check Industry Provide Consistent Guidance on Disputed Realities?,” The Forum,

- Vol.13, No.4, pp.577-596, 2015.
- [33] P. B. Brandtzaeg, A. Følstad, and M. A. Chaparro Domínguez, "How Journalists and Social Media Users Perceive Online Fact-Checking and Verification Services," *Journalism Practice*, Vol.12, No.9, pp.1109-1129, 2018.
- [34] 정은령, "한국 팩트체크 저널리즘의 특징: 팩트체크 언론인들의 사실 인식과 사실 검증과정 탐색을 중심으로," *언론정보연구*, 제55권, 제4호, pp.5-53, 2018.
- [35] 정은령, "팩트체크 뉴스와 한국 방송 저널리즘의 신뢰 회복: 방송 기자들의 팩트체크 뉴스 양식과 뉴스 가치에 대한 인식을 중심으로," *방송문화연구*, 제31권, 제1호, pp.47-101, 2019.
- [36] K. Fridkin, P. J. Kenney, and A. Wintersieck, "Liar, Liar, Pants on Fire: How Fact-Checking Influences Citizens' Reactions to Negative Advertising," *Political Communication*, Vol.32, No.1, pp.127-151, 2015.
- [37] K. Clayton, S. Blair, J. A. Busam, S. Forstner, J. Galance, G. Green, A. Kawata, A. Kovvuri, J. Martin, E. Morgan, M. Sandhu, R. Sang, R. Scholz-Bright, A. T. Welch, A. G. Wolff, A. Zhou, and B. Nyhan, "Real Solutions for Fake News? Measuring the Effectiveness of General Warnings and Fact-Check Tags in Reducing Belief in False Stories on Social Media," *Political Behavior*, doi: 10.1007/s11109-019-09533-0, 2019.
- [38] D. B. Margolin, A. Hannak, and I. Weber, "Political Fact-Checking on Twitter: When Do Corrections Have an Effect?," *Political Communication*, Vol.35, No.2, pp.196-219, 2018.
- [39] 백영민, 김선호, "팩트체크 뉴스 노출, 영향력 인식, 공유 행동에 대한 탐색적 연구," *한국언론학보*, 제61권, 제6호, pp.117-146, 2017.
- [40] 김선호, 백영민, "19대 대선 기간 후보자 간 의혹제기에 대한 팩트체크 뉴스의 설득효과: 팩트체크 뉴스 판정결과와 지지후보를 중심으로," *언론정보연구*, 제55권, 제1호, pp.161-194, 2018.
- [41] 정성욱, "팩트체크 뉴스를 접한 수용자의 역효과나 태도 변화는 어떤 상황에서 나타나는가? 정교화 가능성 모델을 바탕으로 한 매커니즘 연구," *한국방송학보*, 제32권, 제4호, pp.103-145, 2018.
- [42] J. Shin and K. Thorson, "Partisan Selective Sharing: The Biased Diffusion of Fact-Checking Messages on Social Media," *J. of Communication*, Vol.67, pp.233-255, 2017.
- [43] <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more-the-commitments-of-the-code-of-principles>
- [44] 김소형, 이진호, "바람직하지 않은 뉴스 전달자, 더 바람직하지 않은 뉴스 수용자: 18대 대통령 선거보도에 대한 포털과 수용자의 주목도 비교," *한국언론학보*, 제59권, 제2호, pp.62-87, 2015.
- [45] 이나연, 백강희, "1994-2014년 한국 경제뉴스의 변화: 언론의 감시견 역할을 중심으로," *한국언론학보*, 제60권, 제4호, pp.203-231, 2016.
- [46] 최인호, 주혜연, 이지연, 김준홍, 박재영, "신문의 대기업 호의보도와 광고의 상관관계," *한국언론학보*, 제55권, 제3호, pp.248-270, 2011.
- [47] K. Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, Thousand Oaks, CA: Sage, 2004.
- [48] 줄리언 바지니, *진실사회*, 예문아카이브, 2018.
- [49] G. Tuchman, "Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity," *American Journal of Sociology*, Vol.77, No.4, pp.660-679, 1972.
- [50] G. Pennycook and D. G. Rand, "Lazy, not Biased: Susceptibility to Partisan Fake News is Better Explained by Lack of Reasoning than by Motivated Reasoning," *Cognition*, Vol.188, pp.39-50, 2019.

저 자 소개

백 강 희(Kanghui Baek)

정회원



■ 2018년 9월 ~ 현재 : 한남대학교 정치·언론학과 조교수

<관심분야> : 저널리즘, 글로벌·글로벌 사회자본 및 소셜 네트워크