플랫폼 시대의 매체 문식성(미디어 리터러시)

원용진
서강대학교 커뮤니케이션학부 교수

1. 대중 매체와 플랫폼

대중 매체의 시대가 저물고 있다. 텔레비전으로 대표되는 대중 매체는 생산자가 일방적으로 매체를 통해 대중에게 내용을 전달하는 체제를 갖추고 있었다. 대중은 매체가 정한 시간에 맞추어 전달되는 내용을 받아들였다. 그런 시대를 주도하던 대중 매체를 이제는 유산 매체(legacy media)라 부른다. 명칭에서 그를 몰아낼 듯한 기세마저 느낄 수 있다. 대중 매체를 유산의 자리로 몰아낸 새로운 매체를 새롭다고 부를 이유는 차고 넘친다. 대중이 직접 내용을 선택하고, 선택된 내용에 반응을 전한다. 일방성은 사라지고 쌍방성이 가능해졌고, 대중이 주문하는 대로 배달되는 체제를 갖추고 있다. 여기에 공간적·시간적 제약은 모두 사라졌다. 유튜브나 네이버가 그 같은 서비스를 해내는 새 매체에 해당한다. 유산 매체의 자리를 빼앗았다고 해서, 이를 새 매체라고 호칭하기도 하지만 요즘은 기술적 특성을 강조하여 '플랫폼(platform)'이란 이름을 더 즐겨 쓴다[이광석(2018)]. 매체의 무대에선 대중 매체가 퇴장하는 중이고, 플랫폼이 당당히 걸어 들어오는 장면이 연출되고 있다고 보아도 무방하다.

매체라는 이름에서 플랫폼이라는 외래어 이름으로 매체의 풍경이 바뀐 데에는 깊숙이 숨겨진 뜻이 있다. 기차역의 승강장에 해당하는 플랫폼은 기

차가 승객이나 화물을 싣거나 내리는 공간이다. 플랫폼에 비유한 의미는 결국 대중이 즐겨 찾는 내용을 운반하는 통로를 말하는 셈이다. 그런데 플랫폼은 매체와 달리 영리한 두뇌 체제를 장착하고 있다. 이른바 인공 지능 등을 장착하고 있는 신기술적 존재다. 세계 내 여러 곳에서 플랫폼을 이용하는 대중의 정보를 모으고, 이 정보를 기반으로 개개인의 취향에 맞을 만한 내용을 전해 주는 능력을 지니고 있다. 유튜브는 개인이 영상을 챙겨 본 내력을 기반으로 개인별로 좋아할 만한 내용을 추천하고 여기에 접근할 수 있도록 적극적으로 권유한다. 이른바 개인 맞춤형 정보를 전달하는 체제를 갖추고 있다. 그래서 플랫폼에 '스마트'하다는 수식을 붙여 준다. 바보상자라 불렀던 텔레비전에서 강력한 플랫폼을 장착한 스마트폰이 주도하는 시대로 전환되었다며 미래를 장밋빛으로 보는 사람들이 늘고 있다.

하지만 대중 매체가 등장했을 때의 우려만큼이나 플랫폼의 등장에 대한 걱정도 크다. 구체적으로 유튜브를 통해 양산되는 '가짜 뉴스'에 대한 사회적 관심의 크기를 떠올려 보면 쉽게 이해할 수 있다. 소셜 미디어라 불리는 누리 소통망(SNS)은 자신의 이름을 배신하듯 결코 사회적인 면을 띠지 않는다. 오히려 개인을 더욱 소외되게 만들고 유사 사회성 안에서 서성거리게 할 뿐이다. 사회적 매체라 부르지만 정작 사회적 네트워크를 더 약화시키고 있다는 지적과 비판이 많다. 구글이나 네이버와 같은 포털은 상업적 이익을 우선하는 형태로 정보를 배열하고 유통시킨다는 의심을 받고 있다. 플랫폼이 새로운 사회 문제를 만들어 낸다는 혐의를 받는 셈이다. 그리고 이를 사회적으로 제어해야 한다는 목소리가 이어진다. '가짜 뉴스 방지법'을 제안하는 국회 의원이 있는가 하면, 방송 통신 심의 위원회와 같은 민간 독립 기구에 정보 규제를 요청하며 민원을 제기하는 시민 단체도 있다. 제어의 방식에 대해서는 이견이 있을 수 있지만 플랫폼이 문제를 야기하고 있으며, 그 문제 해결을 위한 사회적 지혜가 필요하다는 사실은 많은 사람들이 동의하고 있다.

이 글은 매체 환경의 변화가 야기할 사회적 문제, 그리고 그것을 해결하기 위한 노력을 정리한다. 특히 매체 환경 변화와 함께 우리 곁에 다가온 '가짜 뉴스'와 그를 지혜롭게 대할 수 있는 능력[매체 문식성(media literacy)]을 중심에 두고 설명하고자 한다. 물론 플랫폼이 매체 무대를 주도하면서 생긴 문제를 '가짜 뉴스'에만 국한시킬 수는 없다. 다만 플랫폼의 존재와 그것이 양산하는 문제 및 해결 방안을 보다 구체적으로 드러내는 데 가짜 뉴스와 플랫폼을 동원하는 것이 효율적이라 예상하고 이들을 논의의 중심에 두었다.

2. 약한 매개, 강한 매개

새로운 매체 환경에 돌입하게 되면 손쉽게 신기술을 장착한 매체의 영향력에 누구든 초점을 맞춘다. 매체가 사회를 변화시킨다는 취지의 주장이다. 이러한 주장을 부정하기는 어려우나 반쪽 진실에 불과하다. 신기술의 매체가 등장하게 된 배경에는 사회적 요구가 있음을 빠트리지 말아야 한다. 사회적 요구에 부응하지 않은 채 새롭다는 이유만으로 살아남을 수 없다. 그런 면에서 보면 새로운 매체의 등장은 사회적 사건이고, 매체와 사회는 상호 작용 관계를 유지한다. 이동 중에도 사용할 수 있는 매체 기기는 바빠지는 일상, 노동과 휴식이 한데 뒤섞이는 생활을 영위해야 하는 현대적 삶과 분명 근친성을 갖는다. 매체가 생활을 빠르게 하기도 하지만 빨라지는 생활이 이동 매체 기기를 필요로 하기도 했다는 말이다. 이 글에서 논의되는 플랫폼과 사회 간 관계는 이러한 맥락에서 이해될 필요가 있다. 플랫폼이 사회에 선행하거나 사회가 수동적 위치에 놓여 있지 않음에 유의해야 한다.

대중의 손에 이동 매체 기기가 들어오는 데 긴 시간이 걸리지 않았다. 그리고 이동 매체 기기 안을 채우는 내용물이 화려해지면서 대중의 혼을 뺏는 데 걸린 시간도 얼마 되지 않는다. 이동 기기의 기술 진전도 빨라서 5세대

(5G) 통신의 시대도 순식간에 맞게 되었다. 언제, 어디서 무슨 내용이든 손쉽게 받아들일 수 있는 시대에 접어들었다. 편의성, 양방향성, 신속성, 다원성 등의 장점을 앞세워 이동 매체 기기들은 대중의 일상 안에 무서운 기세로 진격해 왔다. 그리고 마침내 대중은 그 진격에 자신의 시간과 공간을 내 준 상태를 맞고 있다. 예를 들어, 일인 가구의 생활을 불편하지 않게 만든 일등 공신은 이동 매체 기기다. 텔레비전, 신문, 비디오와 유선 전화를 한번에 대신해 버리는 이동 매체 기기가 없었다면 일인 가구의 생활에 불편함과 많은 비용이 뒤따랐을 것이다. 일인 가구 주인의 신경계와 연결된 이동 매체 기기는 이제 일상을 넘어 대중 육체의 일부분이 되었다 해도 과언이 아니다.

이동 매체 기기가 일반화되고, 일상으로 침투하면서 그 안의 내용들은 누구에게든 산포될 수 있는 유통망을 갖추었다. 과거 텔레비전은 가구를 단위로 침투하였다면 현 매체는 개인(individuals)을 단위로 설정해 작동한다. 더 이상 쪼갤 수 없는 최소 단위인 개개인을 대상으로 매체 활동을 벌인다. 유튜브 등의 플랫폼이 지닌 위력은 그런 맥락에서 이해되어야 한다. 대중인 개개인 누구에게든 도달할 수 있는 유통망을 갖춘 매체의 등장은 유사 이래 처음이다. 완벽한 유통망, 그리고 그를 활용할 준비가 되어 있는 사회적 조건들(바쁜 생활, 일인 가구 등)이 어우러지면서 플랫폼은 공기와 같은 존재가 되었다. 플랫폼 혁명이라거나 플랫폼 자본주의라는 용어가 괜한 엄살은 아니다. 우리 생활에서 가장 우세한 매체가 된 플랫폼, 그를 비켜 갈 도리는 없게 되었다.

과거 매체와 유사하게 플랫폼도 매개의 역할을 수행한다. 정보와 오락을 생산하는 생산자와 생산물을 즐기는 수용자를 잇는 역할을 해낸다. 그렇다면 매체와 플랫폼을 구태여 구분할 필요가 있을까. 그러나 애써 플랫폼이란 용어를 사용하는 데는 이유가 있다. 플랫폼은 과거 매체의 매개와는 전혀 다른 '강한 매개' 역할을 수행하고 있기 때문이다. 과거 매체는 기호를 활용하여 구성한 현실을 수용자인 대중에게 전달하였고 대중은 이를 그대로 받아

들였다. 플랫폼 또한 영상, 말, 글 등 기호로 현실을 구성해 보여 주며, 매체라는 점에서 현실을 구성하는 일은 피할 수가 없다. '강한 매개' 역할을 한다는 지적은 플랫폼이 텔레비전 등 과거 매체의 매개 활동에 보태어 또 다른 매개를 수행하고 있다는 뜻이다.

플랫폼은 장착된 인공 지능을 통해 자신의 내용을 수용자에게 전달하는 동시에 수용자와 관련된 정보, 데이터를 끌어온다. 수용자가 과거 어떤 정보를 언제, 어떤 식으로 접속했는지 등을 수집하는 것이다. 그리고 차후 그 데이터를 기반으로 수용자에게 맞춤 서비스를 제공한다. 수용자로서는 자신의 정보를 내준 대가로 플랫폼으로부터 잘 선택된 정보를 전달받는데 자신이 선호하는 정보를 택하는 시간과 품을 플랫폼이 덜어 주니 고마운 일이긴 하다. 이 고마운 일을 두고 '강한 매개'라 칭하며, '강한 매개' 방식에는 적어도 두 개의 절차가 있다.

첫째, 플랫폼이 수용자로부터 정보를 가져가 큰 데이터베이스(database)를 형성한다. 플랫폼은 데이터베이스 구축의 주체이기도 한 셈이다. 더 이상 쪼갤 수 없는 개인을 '개인과 개인에 대한 정보'로 쪼갠다. 그래서 개인으로부터 분리된 정보는 '가분체(dividuals)'가 되어 플랫폼의 유력한 사업 원천이 된다[들뢰즈, Deleuze(1992)]. 둘째, 구축된 데이터베이스를 기반으로 수용자에게 선별적으로 정보를 제공한다. 데이터베이스를 기반으로 전해진 정보는 자신의 입맛에 딱 맞는 이른바 맞춤형 정보다. 전혀 무관하거나 취향과 완전히 다른 정보가 전달될 가능성은 적다. 수용자는 플랫폼을 통해 유사한 정보, 비슷한 시각의 정보를 전달받고, 자신의 세계 안에 갇히게 된다. 이를 두고 플랫폼이 '필터 버블(Filter Bubble, 인터넷 사이트나 누리소통망에서 개인의 취향이나 선호도를 분석해 적절한 정보를 골라서 제공함에 따라, 이용자가 선별된 정보만을 제공받게 되는 현상)'을 제공한다고 표현한다. 특정 틀 안에 개인을 가둔다는 의미다. 다양한 정보를 전달받아 자신의 판단으로 세상을 해석하는 것이 아니라 늘 유사한 정보를 제공받아

제한된 시각으로 세상을 진단하게 된다. 과거 매체보다 수용자의 정보 복지에 훨씬 더 적극적으로 개입하고 있는 셈이므로 플랫폼에는 '강한 매개'라는 지적이 뒤따른다.

정보를 전달받는 수용자 편에서 보자면 편향된 정보를 받는 일이 유익할 수는 없다. 이론상으로 보자면 시민들은 균형 잡힌 정보 혹은 찬반이 합리적으로 잘 정리된 정보를 선호하는 듯하다. 그리고 시민들은 이러한 논리로 시민으로서의 정보 의무를 표현하기도 할 것이다. 하지만 정보 수용 현실은 이러한 규범적 논의를 배신한다. 자신이 지지하는 세력에 대한 정확한 정보라 할지라도 그 방향이 부정적일 때 수용자는 해당 내용을 피하고 싶어 한다. 정보를 외면하기도 하고, 허위 정보로 규정하며 자신의 수용 순간을 편하게 만든다. 인지 부조화를 피하고자 노력한다. 이와 같은 사람들에게 플랫폼은 신세계가 아닐 수 없다. 자신의 입맛에만 맞는 정보를 꼬박꼬박 전달하고, 그 반대편에 선 정보를 걸러 주니 고맙기까지 하다. 그런 일이 반복되면서 수용자는 자신의 생각, 태도가 어느 한쪽으로 쏠려 있다고 생각할 기회를 갖지 못한다. '자신이 확증하는 편향[확증 편향(confirmation bias)]'으로 세상을 파악하게 된다. 혹은 자신의 편향으로 세상을 확증하는 일을 거듭한다.

'강한 매개', 확증 편향의 중심에 가짜 뉴스와 그를 실어 나르는 플랫폼인 유튜브가 있다. 접속이 간편하고, 언제 어디서든 수용이 가능해 손안에 이동 기기를 가지고 있는 이라면 누구든 유튜브를 수용하고 있다. 유튜브는 간단한 기술 습득으로 채널에 담을 내용 제작이 가능하다. 그리고 누구든 큰 제약 없이 자신의 채널을 운용할 수 있다. 그런 탓에 유튜브 플랫폼 안에는 정보를 제공하는 이들로 차고 넘친다. 자신이 운용한 채널의 인기도를 기반으로 경제적 수익을 올릴 수 있는 탓에 여러 형태의 동영상을 만들어 올리는 개인들로 붐빈다. 텔레비전이나 인터넷 포털 서비스를 넘어선 유력 매체로 인식되면서 광고주가 몰리고 있다. 더 많은 이가 접속할수록 정보는 더 모이고, 더 많은 정보가 모일수록 유튜브 이용자는 늘어난다. 이른바 '네트워크

효과(network effect)'가 증대하면서 유튜브는 다른 매체를 큰 차로 누르고 우세한 매체로 자리 잡은 지 오래다. 그런 조건에 편승해 정보 확산을 통한 권력 습득, 지위 향상, 수익 증대를 노리는 이들이 늘고 있다. 가짜 뉴스를 유통해 자신의 이익을 챙기기 위해 유튜브를 활용하는 일은 이미 예견된 일이기도 했다.

가짜 뉴스의 정체가 본모습을 드러냈고, 그것을 사회적 의제로 삼기 시작한 것은 2016년 미국의 대통령 선거 기간이었다. 이 기간 동안 특정 후보와 관련된 허위 정보가 뉴스라는 이름으로 유통되기 시작했다. 대표적인 예가 '피자 게이트'로 불리는 사건이다. 민주당 후보인 힐러리 클린턴이 아동 성착취 조직에 관련되어 있다는 뉴스가 있었다. 뉴스는 신빙성을 강조하기 위해 특정 피자 가게를 그 조직의 본거지라 지목했다. 인터넷을 통해 이 뉴스가 산포되고, 그 내용에 격분한 한 청년이 피자 가게에 침입해 총격을 벌인다. 감금된 피착취자를 구하려고 벌인 소동이었다. 하지만 가짜 뉴스인 탓에 피자 가게엔 어떤 조직도 없었고, 총격 청년만 법의 심판을 받게 된다. 교황이 트럼프 후보를 지지한다는 뉴스와 함께 피자 가게 뉴스도 선거에 영향을 주기 위해 만들어진 가짜 뉴스였다. 가짜 뉴스는 전형적인 뉴스의 형식으로 위장해 일반 뉴스와 마찬가지로 인터넷 등을 통해 전파되므로 그 진위를 구분하는 일이 쉽지 않다. 그리고 매체가 매체를 인용하는 몇 번의 과정을 거쳐 어디가 그 진원지인지를 점검하는 일조차 어려워진다. 유튜브의 뉴스 채널에서는 유통되는 가짜 뉴스를 인용하여 뉴스를 퍼트리고, 플랫폼인 유튜브는 이 같은 뉴스를 선호하는 수용자에게 유사한 뉴스들을 추천하여 접촉을 유도한다.

2019년 현재 한국에서 유통되는 유튜브 플랫폼에도 가짜 뉴스를 찾기란 그리 어려운 일이 아니다. 광주 민주화 운동을 둘러싸고 벌어진 북한군 침투설, 유공자 과잉 수혜설, 헬기 사격 부재설 등을 대중적으로 유포한 주체들은 유튜브를 적극 활용하였다. 이들 채널들은 자신의 주장을 뒷받침하기 위

해 몇몇 극우 인사들의 기사, 누리집 등을 인용한다. 인용된 내용은 다시 다른 채널들에 의해 재인용되어 광범위하게 유포되기에 이른다. 언론 감시 시민 사회단체인 민주언론시민연합의 사실 관계 확인(팩트 체크, fact check)에 따르면 대부분의 광주 관련설들은 '5.18 민주화 운동 등에 관한 특별법', '민주화 운동 기념사업회법' 제정으로 이끈 역사적 사실에 대한 왜곡으로 판정받은 것들이다. 하지만 이들 가짜 뉴스 제공 채널들은 꾸준히 조회 건수를 올리며, 광고와 후원금으로 수익도 챙긴다.

상식적으로 공유된 역사적 사실을 거스른 정보가 널리 유포되고, 그 유포자가 수익까지 올리는 일이 가능하게 된 데는 플랫폼을 빼놓고 설명할 길이 없다. 플랫폼은 과거 유사한 정보를 검색하였거나 수용했던 이용자를 정확하게 포착해 낸다. 과거 매체가 방송국에서 불특정 다수에게 전달하던 방식을 택했다면 플랫폼은 특정 개인에게 정보를 '배달'하는 친절함을 베푼다. 과거 매체가 현실을 구성해서 보여 주었다면 플랫폼은 구성한 현실에 보태어 선별 작업까지 벌여 배달하기에 '강한 매개'라 칭한다. 하지만 플랫폼의 배달, '강한 매개'의 힘은 그것의 흔적을 남기지 않는다는 데서 발휘된다. 유튜브를 구독하는 이용자의 입장에서는 언제 누가 배달했는지 가늠할 근거가 전혀 없다. 배달된 자체가 자연스러우며 심지어 당연하기까지 하다. 자태를 뽐내며 웅장한 소리를 내는 인공 지능이 아니라 소리 없이, 모습을 감춘 채 정보를 선별해 배달하는 조용한 기계다. '강하게 매개하지만 자연스럽게 받아들여지는' 장치, 그것이 곧 플랫폼이다.

3. 플랫폼의 위력 그리고 사회적 제어

플랫폼이 강하게 매개 작용하지만 자연스럽게 받아들여지는 데는 사회적 담론이 한몫을 한다. 연일 신문과 방송, 그리고 각종 정보 매체에서는 유

튜브, 그리고 그에 부착된 인공 지능, 그들이 끌어모은 자료를 중요 사회 자산으로 평가한다. 플랫폼을 4차 산업 혁명의 담론에 실어 미래의 산업이며, 소통 통로라고 칭송한다. 유튜브에 영상을 올리는 사람(유튜버)의 성공담이 언론의 주요 메뉴가 되고, 유튜버가 스타가 되어 텔레비전을 누빈 지는 이미 오래되었다. 신문과 방송은 칭송을 넘어 스스로 유튜브에 자신의 몸을 싣기도 한다. 신문사도 유튜브에 자신의 공간을 만들었고, 방송사는 과거의 방송을 재가공해 유튜브에 올려 수익을 꾀한다. 하지만 플랫폼을 경계하고, 그에 주의를 기울일 것을 경고하는 사회 제도는 적다. 그야말로 칭송 일색 속에서 플랫폼은 사회 내에 무혈입성을 했고, 모두의 관심을 끌며 일상 안으로 들어와 친근감을 표하는 자연스러운 이웃이 되고 있다.

플랫폼에 대한 칭송 담론은 플랫폼을 더욱 강하게 만든다. 유튜브를 두고 참여의 기회가 대폭 늘어난 매체라고 칭하기도 한다. 누구든 손쉽게 영상을 제작해 올리고, 그를 통해 사회와 소통하며 때론 금전적 보상까지 챙길 수 있는 기회의 매체처럼 보인다. 제한된 생산자가 압도적 지위에 있던 과거 매체와 비교해 보면 그런 칭호가 부자연스럽진 않다. 그런 탓에 플랫폼으로 대중들은 모여든다. 제작한 내용을 올리길 주저하지 않는다. 플랫폼 안에서 이름을 널리 떨치길 원하는 욕망도 숨기지 않는다. 너도나도 유튜버로서의 전망을 가늠하며 그 방향으로 진출하길 꿈꾸고 있다. 화려하지만 진입과 성공이 금방 손에 잡힐 것처럼 쉬워 보이는 탓이다.

하지만 가짜 뉴스로 인해 손해를 보는 쪽에서 서서히 강력한 사회적 제재를 요청하는 목소리를 내기 시작했다. 2018년 10월 2일 가짜 뉴스로부터 개인적 피해를 입었다며 이낙연 총리는 국무회의 자리에서 “가짜 뉴스는 표현의 자유 뒤에 숨은 공적”이며 “개인의 인격을 침해하고 사회의 불신과 혼란을 야기하는 공동체 파괴범”이라고 정의, 성토했다. 또한 방송통신위원회와 과학기술정보통신부 등 관계 부처가 생산, 유통, 소비 등의 단계별로 제도 개선을 꾀할 것을 요청했다. 유럽 여러 국가의 규제를 참조해 국회에서

도 입법 조처해 줄 것을 요청했다. 민주언론시민연합은 유튜브 동영상을 통해 15개의 유튜브 채널이 5.18 민주화 운동을 왜곡, 폄훼했다며 내용을 심의해 줄 것을 2019년 5월에 방송통신심의위원회에 요청한다. 방송통신심의위원회는 2014년 7월 10일 "5.18 광주에 북한 특수군 왔다"라는 제목의 18분짜리 동영상에 대해 망 사업자에게 접속 차단 시정 요구를 했다. 역사적 사실을 현저히 왜곡하여 해당 집단이나 개인에게 편견을 조장한다는 이유를 들었다. 삭제당한 동영상 게재자는 위헌이라며 소송을 걸었으나 대법원은 방송통신심의위원회의 손을 들어 주었다.

국회에서도 2018년 박광온 의원의 「가짜정보 유통방지에 관한 법률안」(이후 「허위조작정보 유통방지에 관한 법률안」으로 명칭 변경)을 비롯하여 여러 의원에 의한 가짜 뉴스의 법적 제재 법안이 제안되고 있다. 제안된 법안은 주로 현행 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」(이하 정보통신망법) 개정의 형식을 취하고 있다. 가짜 뉴스들이 제작·유통되는 주된 경로가 인터넷이고 현행 법제상 인터넷에 대한 규제를 주 내용으로 하는 법률이 정보통신망법이기 때문이다. 정보통신망법은 법률 차원에서 다양한 방식으로 가짜 뉴스를 정의하고, 유통 사업자의 금지 의무와 부과 제재를 규정하는 내용을 담고 있다.

가짜 뉴스와 플랫폼에 대한 규제를 요청하는 쪽에서는 가짜 뉴스가 야기할 사회 문제에 주목한다. 가짜 뉴스가 플랫폼을 통해 선별적으로 유통됨으로써 이용자는 닫힌 정보 체계 안에 갇히게 된다. 늘 유사한 시각의 정보만 접하기 때문에 토론할 수 있는 기회와 능력을 잃게 된다. 사회는 양극화되어 자신의 주장을 되풀이하기를 반복하는 지경에까지 이를 수 있다. 또 자신이 접한 뉴스가 가짜였음을 아는 순간 사회 내 정보원에 대한 불신이 강화되고 어느 것도 믿지 않는 냉소주의가 팽배하게 될 것이다. 이는 사회 내 소통 구조의 붕괴로까지 이어질 수 있는 중요 사안이다. 가짜 뉴스로 인한 최대의 피해는 소통과 토론을 기반으로 하는 민주주의가 받게 될 것이다. 민주주의

가 붕괴되는 최악의 상황이 초래되지 않게 하기 위해 사회적 제어를 강조하고 입법 조처까지 하자는 주장이 나오고 있다.

이렇듯 가짜 뉴스로부터 직접 손해를 입은 쪽에서는 법적, 행정적 조처를 강하게 요구하고 있다. 그들은 그 근거로 유럽 여러 국가의 가짜 뉴스 규제법을 예로 든다. 독일은 2018년 1월 「네트워크 집행법」을 시행했다. 소셜 네트워크 사업자가 위법 소지가 있는 게시물을 지우도록 강제하는 법이다. 한국에서는 이를 두고 '가짜 뉴스 처벌법'이라고 소개했으나 내용을 자세히 들여다보면 가짜 뉴스를 방지할 목적보다 특정 집단에 대한 혐오 표현에 더 초점을 맞추고 있다. 이용자가 200만 명 이상인 유튜브, 페이스북 등에서 사용자가 특정 내용이 불법 게시물이라고 신고하면 회사는 24시간 내에 해당 게시물을 삭제하거나 차단해야 한다. 이 법을 둘러싸고 논란이 크게 일고 있다. 민간 기업에 법적 해석을 위임해 자의적으로 집행할 여지를 제공했다는 것이다. 불법 게시물로 신고를 할 경우 사업자는 처벌이 두려워 신고대로 처리할 가능성이 높다는 점도 우려할 부분이다. 그러나 독일에서는 이를 가짜 뉴스에 초점을 맞춘 것이라기보다는 특정 집단을 혐오하는 극우 집단에 대한 사전 차단적 성격이 강한 것으로 받아들였다. 프랑스에서는 「정보조작대처법」을 마련하여 선거 기간에 한정해서 법원이 가짜 뉴스를 판단해 차단하거나 삭제하도록 해 두었다. 영국은 아직 입법에까지 이르진 않았으나 허위 기만 정보 규제를 위한 논의를 지속하고 있다.

하지만 법적 조처가 가짜 뉴스를 막는 데 효율적이지 못하고, 그로 인해 표현의 자유가 위축되는 부작용이 생긴다는 사실에 많은 학자와 법률가는 동의한다. 그러므로 가짜 뉴스에 맞설 수 있는 사회적 대응에 더욱 관심이 집중된다. 그중 하나가 '팩트 체크'다. 이는 전통적인 언론사에서 주요 뉴스 중 가짜 뉴스로 의심되는 내용을 보도 근거를 중심으로 점검해 이용자에게 알려 주는 방식이다. 최근 전통적인 언론사에는 사실 관계 확인자(팩트 체커)를 두고 주요 기사들의 허위성을 점검하는 데 노력을 기울이고 있다. 정

부나 시민 사회 등에서 플랫폼 기업들이 대응책을 강구하도록 압박하는 방법도 등장하고 있다. 플랫폼 사업자들은 자신들의 신뢰도를 높일 목적으로 그 압박을 받아들여 내용의 점검, 심의 인력 확충을 통한 신속 차단·삭제, 심의 시스템 개선, 팩트 체킹(사실 관계 확인) 기능 정비, 가짜 뉴스 고지 및 대응 기능 정비, 이의 제기, 정차 정비, 가짜 뉴스 유포자에 대한 조치, 뉴스 품질 향상 지원, 언론과 이용자에 대한 교육 사업 추진을 실시하고 있다.

새로운 플랫폼의 등장, 그로 인한 가짜 뉴스의 증가와 그로 인해 고조되는 민주주의의 위기, 그를 타개하기 위한 법적·행정적·사회적 노력. 대다수의 현대 사회는 이 같은 과정을 겪고 있다. 하지만 이 문제가 쉽게 해결될 수 있으리라는 낙관적 전망은 높지 않다.

4. 플랫폼 문식성(리터러시)

텔레비전의 시대에는 미디어 교육이라는 용어가 시민 사회 운동으로 큰 자리를 차지하고 있었다. 텔레비전이 가져올 폐해를 막는 운동을 미디어 교육으로 부르며 학교, 교회, 가정 등에서 미디어 교육을 펼쳤다. 미디어 교육은 텔레비전의 내용을 해독할 수 있는 능력을 키우고 비판적으로 텔레비전을 시청할 수용자를 교육하는 목적을 가지고 있었다. 더 나아가 대안적인 영상물을 제작해 유통하기도 하였다. 하지만 텔레비전의 사회적 효용과 위력이 예전 같지 않으면서 그를 비판적으로 보는 운동도 소강상태에 접어들었다. 텔레비전의 자리를 대신한 유튜브 등의 플랫폼에 대한 비판적인 지적은 드물며, 아직 적극적으로 이를 비판할 태세가 되어 있지 않다고 할 수 있다. 어쩌면 인터넷, 플랫폼이 가져다줄 사회적 이익을 강조한 사회적 담론에 압도되어 있는 탓인지도 모른다. 인터넷과 플랫폼이 과거 매체와는 달리 사회 내 네트워크를 증대시켜 주고 소통을 더 원활하게 할 것이라는 믿음이 아직

큰 탓일 것이라는 짐작도 가능하다. 하지만 가짜 뉴스의 위험성, 가짜 뉴스의 온상으로 지적받고 있는 플랫폼의 힘 등에 대한 자각이 생기면서 일각에서는 플랫폼을 경계하는 사회적 담론을 만들어 과거 미디어 교육에 맞먹는 새로운 실천이 시도되어야 한다는 주장도 늘고 있다[원용진 외(2018)].

'강한 매개'를 행하고 있는 플랫폼에 대한 문식성 담론과 비판적 담론을 형성하는 과정은 텔레비전의 그것과 약간의 차별성을 가진다. 플랫폼은 그 정체로부터 그가 장착하고 있는 기술의 작동 방식, 그가 담아 유통시키는 내용의 실체에서 유튜브의 수용에 이르기까지 폭넓은 문식성 그리고 다양한 개입·실천이 강조된다. '강한 매개'이기에 강한 비판이 동원되어야 하고, 강한 실천으로 이어져야 한다. 우선 플랫폼이 장착하고 있는 기술에 대한 이해가 선행되어야 한다. 플랫폼에 딸린 인공 지능은 이용자의 편의가 아니라 플랫폼 사업자의 사업 지속 가능성을 위한 존재다. 수용자의 정보를 끌어모으고, 이것을 기반으로 데이터베이스를 형성하여, 이용자에게 선별적인 정보를 전달하는 자동 전달 장치로 인공 지능을 이해해야 한다. 과거 텔레비전에 대한 문식성 교육에서 텔레비전의 기술성에 주목하지 않았던 데 비해 플랫폼의 경우는 그 기술적 영향력에 대한 강조가 있어야 한다. 개개인에게 전달된 플랫폼의 정보는 개인의 다양성을 해치는 쪽으로 힘을 발휘할 수 있으며, 필터 버블에 갇히게 할 수 있다는 사실을 강조해야 한다.

플랫폼은 특정 방향으로 이용자를 유도하는 장치를 지니고 있다. 그 장치를 알고리듬(algorithm)이라고 부른다. 알고리듬은 특정 내용이 더 빈번하게 노출되어 소비될 수 있도록 유도하는 장치다. 선정적일수록 사람들에게 더 자주 추천되게 기획하는 것이 그 예다. 과거 포털 서비스에서 낚시성 제목을 단 기사가 더 많이 노출되도록 알고리듬이 짜여 있다는 주장이 있었다. 플랫폼은 결코 자신의 알고리듬을 밝히지 않는 점을 미루어 볼 때 그 주장이 터무니없지는 않아 보인다. 플랫폼 문식성에서 알고리듬의 작동에 대한 관심, 알고리듬이 추천할 주요 내용에 대한 인식은 매우 중요한 과제라 하겠다.

유튜브와 같은 세계적인 플랫폼은 수익 증대를 최대 목적으로 삼는 다국적 기업에 의해 운영된다. 그들은 사회적 평판에도 신경을 쓰지만 수익을 올릴 수 있는 일에 최우선적으로 관심을 쏟는다. 한국에 깔린 통신망을 이용하지만 그들은 망 사용료를 지불하지 않고, 한국 이용자의 관심을 끌어 광고주에게 그 관심을 팔고 경제적 이익을 챙긴다. 주권을 문제 삼아 논의하자면 인터넷 주권, 혹은 플랫폼 주권이 위협받고 있다. 국내 플랫폼이 아닌 국외 플랫폼이 정보와 오락을 독점하며 한국의 행정력으로부터 영향을 받지 않은 곳에 있는 실정을 보면 주권에 대한 언급은 더 늦기 전에 충분히 토론되어야 한다. 자신이 한국 기업이 아니라는 사실을 밝히지 않은 채 한국인의 친구가 되어 관심과 경제적 수익을 챙겨 가는 플랫폼이 있음을 인식하도록 하는 내용을 문식성 교육에서 빠트려서는 안 될 것이다.

플랫폼의 쓰임새는 한정되어 있지 않다. 현재로선 대부분의 사용자들이 플랫폼을 수익 창출의 수단으로 이해하는 경우가 많다. 하지만 플랫폼 논의를 시장에만 국한시킬 이유는 없다. 공익적 내용도 플랫폼에 오를 수 있다. 다만 지금껏 플랫폼이 시장과 관련된 역할을 해 왔던 탓에 시장과의 연상이 손쉽게 이루어졌을 뿐이다. 플랫폼, 문식성 교육에는 플랫폼을 대안적으로 사용할 가능성을 전하는 일도 포함시켜야 한다. 심지어는 사회 운동의 차원에서 플랫폼 활용도 얼마든지 가능함을 알려야 한다. 다만 그런 시도가 적어 공공적 사용에 대한 관심이 낮았음을 지적하고, 문식성 교육을 통해 플랫폼의 활용 가능성을 확대해야 한다.

플랫폼에 실리는 내용은 사회적 평가를 받아야 한다. 그 안에 혐오 발언도 있을 수 있고, 인종 차별적인 것, 서구 중심적인 것, 국수주의적인 내용, 남성 중심적인 내용 등 차별의 내용이 담겨 있을 가능성이 크다. 특히 플랫폼에 실리는 내용은 대중성에 소구하는 탓에 차별적인 것을 무심코 쏟아 낼 개연성이 있다. 기존의 미디어 비평에서는 그를 신화(myths)라고 규정하고 신화를 깨는 비평을 해 왔다. 플랫폼을 비판적으로 보고 해석하기 위한

문식성 교육에도 신화 비평은 여전히 유효하다.

플랫폼에 대안적 기운을 싣고, 반신화적 내용을 더 담아 내기 위해서는 플랫폼에 오를 내용에 제작 문식성은 필수적이다. 디지털 기술의 도입으로 제작 기기들을 다루는 일이 편해졌다. 가벼워지고, 얇아지고, 짧아지고, 작아진 제작 기기들은 높은 성능을 보유하고 있으면서도 편의성이 좋아졌다. 기기 조작에 기반한 제작 문식성의 습득은 플랫폼에 실린 내용을 비판적으로 볼 능력을 증대시킨다. 아울러 대안적 형식과 내용을 갖춘 작품을 제작하고 플랫폼에 실어 대안적 기운이 생기도록 할 수 있다.

영상을 싣는 매체를 두고 매체죽(粥)이라 부르기도 한다. 이들은 책에 비해 영상 매체의 내용을 긴장이나 노력 없이 받아들이기 때문에 수동적 수용으로 그치고 만다는 주장을 편다. 독서가 논리적 사고를 자극할 수 있는 데 비해 영상 감상은 무비판적 수용에 그친다고 결론 내린다. 그 같은 주장은 매체 근본론에 입각한 문제가 있다며 폐기된 지 오래다. 오히려 영상 매체가 문자 매체에 비해 우월함을 전하는 담론이 더 늘고 있음에 주목해야 한다. 영화를 두고 발터 벤야민(Walter Benjamin)은 시각적 접촉성을 가진 매체가 등장했고 새로운 감각을 창출할 수 있는 기회라고 평가했다. 그는 오히려 독서가 줄 수 없는 감각 확장의 기회를 영화가 제공할 수 있음을 간파해 냈다. 그러므로 특정 매체가 근본적으로 저급하다며 지적을 할 일이 아니다. 매체의 문제점을 교정할 뿐 아니라 새로운 쓰임새를 찾아내어 그를 사회에 널리 알려 적극 활용토록 하는 지혜를 전하는 문식성 전파에 더 힘을 보태야 한다.

5. 지속 가능한 제어

플랫폼 혁명이라 불리는 매체 전환의 시기에 플랫폼 문식성을 익히는 일은 소중하다. 플랫폼의 정체를 아는 일에서부터 시작하여 플랫폼을 활용하

는 일에 이르기까지 플랫폼의 안팎에 대한 지식과 경험을 쌓는 일이 요청되고 있다. 플랫폼으로부터 사회적 문제가 도출되기 때문이다. 플랫폼은 대중으로 하여금 폐쇄적 시각을 갖도록 하고, 그를 더더욱 부추길 요량으로 가짜 뉴스 등을 양산해 낸다. 누구든 가짜 뉴스를 쉽게 거부하지 못하고 반동적 수용을 거듭한다. 그래서 플랫폼은 사회 문제가 되었고, 그 문제를 해결하는 일이 중요 사회 의제가 되고 있다.

법적, 행정적 조처로 플랫폼을 제어하려는 노력이 국내외에서 있어 왔다. 그 노력은 단기적으로 성과를 거둘 수는 있으나 장기적으로 보아 사회 내 중요한 자원인 표현의 자유를 위협하는 우로 이어질 수 있다. 이미 존재하는 타 사회의 법적 장치들도 플랫폼이나 가짜 뉴스를 겨냥했다기보다는 반인륜적 혐오 발언 등에 초점을 맞추고 있다. 그런 점에서 문제를 해결할 방법은 시민 사회 내에서 찾을 필요가 있다. 이른바 공론장에서 토의하고, 경쟁해야 한다. 장기적으로 보아 문제를 풀 가장 효율적 방식은 플랫폼 문식성을 높이는 일이다. 문식성 교육을 통해 플랫폼에 대한 이해를 높이고 플랫폼을 사회성, 공공성을 높일 목적으로 사용하는 일이 요청된다.

플랫폼 문식성 교육은 단순히 도덕적 올바름이나 가짜 뉴스를 극복할 사실(팩트) 기반의 정보 식별 능력 전수에 한정되지 않는다. 플랫폼에 대한 기본적인 이해에서부터 시작해, 플랫폼 기술의 작동 방식, 플랫폼 내용의 신화성 판별, 플랫폼 활용을 위한 제작 능력, 플랫폼을 대하는 사회적 담론에 대한 인지 등을 포괄하는 광의의 문식성이 될 필요가 있다.

참고문헌

류동협(2017), “가짜 뉴스에 대응하는 미국의 미디어 교육”, ≪미디어리터러시≫ 1, 87~89쪽.

방송통신심의위원회(2018), ≪가짜뉴스 대응 개선을 위한 정책 방안 연구≫.

원용진 외(2018), ≪4차 산업혁명 시대의 미디어 리터러시 교육≫, 지금.

이광석(2017), “자본주의 종착역으로서 플랫폼 자본주의에 관한 비판적 소묘”, ≪문화과학≫ 92, 18~47쪽.

Gilles Deleuze(1992), “Postscript on the Societies of Control”, ≪October≫ 59, MIT Press, 3~7쪽.

Tarleton Gillespie(2010), “The Politics of ‘Platforms’”, ≪New Media & Society≫ 12-3, 347~364쪽.