

언론중재

ISSN 2005-2952

2023 Spring Vol.166

04

Focus On Media

인격표지영리권(퍼블리시티권)의
현재와 미래

60

특별기획

시정권고 제도의 운용 성과와 전망:
2022년 시정권고 분석

72

디지털 시대의 미디어 이야기

Z세대의 뉴스 이용과 미디어 리터러시



언론중재

2023 Spring Vol.166

인쇄

2023년 3월 27일

발행

2023년 3월 30일

등록

1981년 10월 14일

등록번호

서울중.바 00002

발행인

이석형

편집인

조준원

발행

언론중재위원회(www.pac.or.kr)

서울 중구 세종대로 124 프레스센터빌딩 15층

전화

02-397-3044

디자인·인쇄

문화공감

편집위원

이민규 중앙대학교 미디어커뮤니케이션학부 교수

구본권 한겨레신문 사람과디지털연구소장

박아란 고려대학교 미디어학부 교수

장윤미 법률사무소 삼정 변호사

* 본지는 잡지윤리실천강령을 준수합니다.

* 이 책에 게재된 원고의 내용은 언론중재위원회의 견해와 다를 수 있습니다.

* 이 책은 「방송통신위원회 방송통신발전기금」을 지원받아 제작한 것입니다.

* 저작권법에 따라 본지에 수록된 글의 무단 복제와
전재 및 상업적 이용을 금합니다.

FOCUS ON MEDIA

인격표지영리권(퍼블리시티권)의 현재와 미래

1. 인격표지영리권의 과거와 현재 04

곽재우 법무법인(유한) 광장 파트너변호사

고현진 법무법인(유한) 광장 변호사

정은주 법무법인(유한) 광장 변호사

2. 해외 각국의 인격표지영리권 인정 현황 20

김민성 홍콩대학교 법과대학 박사후 연구원,

뉴욕주 변호사협회 변호사

3. 퍼블리시티권 입법의 영향 36

홍승기 인하대학교 법학전문대학원 교수,

변호사

사건 속 법률

강력범죄 피의자 신상공개와 범죄자 인격권 보호 ① 52

박경규 형사법무정책연구원 부연구위원, 법학박사

특별기획

시정권과 제도의 운용 성과와 전망 : 2022년 시정권 분석 60

이민규 중앙대 미디어커뮤니케이션학부 교수,
서울재중재부 중재위원

디지털 시대의 미디어 이야기

Z세대의 뉴스 이용과 미디어 리터러시 72

심재웅 숙명여자대학교 미디어학부 교수

판례토크

국회 정보위원회 회의의 일괄 비공개 원칙, 위헌일까 80

— 현재 2018헌마1162, 2020헌바428(병합)
국회법 제54조의2 제1항 본문 위헌확인 —
장윤미 법률사무소 삼정 변호사, 前 언론중재위원

Journalism & Ethics

'검증' 없는 전달은 취재가 아니다 86

이샘물 동아일보 디지털이노베이션팀장

해외통신원

일반 인격권과 언론의 자유 : 경합과 이익 형량 92

독일연방헌법재판소 판결
(Beschl. v. 9. Nov. 2022)에 대하여
권용덕 독일 쾰른대학교 법학 박사과정

칼럼

너무 쉬운 원인, 너무 빠른 대책은 가짜다 102

권석천 법무법인 태평양 고문

위원회 News 108



01

인격표지영리권의 과거와 현재

곽재우 법무법인(유한) 광장 파트너변호사

고현진 법무법인(유한) 광장 변호사

정은주 법무법인(유한) 광장 변호사



I. 퍼블리시티권이란

1. 퍼블리시티권의 개념

퍼블리시티권이란 초상, 성명, 음성 등 특정인을 식별할 수 있는 각종 표지를 포함한 대상물을 광고 혹은 상품 판매 등의 방식으로 널리 상업적으로 이용할 수 있는 권리를 말한다. ‘퍼블리시티권’이라는 용어는 미국의 Haelan Laboratories, Inc. v. Topps Chewing Gum, Inc. 사건에서,¹⁾ 제롬 프랭크(Jerome Frank) 판사가 사람은 “프라이버시의 권리에 더하여 또는 프라이버시의 권리와 독립적인 권리로서 개인이 자신의 사진을 공개하는 것에 관하여 배타적인 권리를 부여할 수 있는 권리를 가진다”고 판시하면서 해당 권리를 퍼블리시티권(Right of Publicity)이라 명명한 데서 비롯되었다. 한편, 우리나라는 2022년 12월 법무부가 발의한 민법 일부 개정안(이하 ‘민법 개정안’이라 한다)에서 퍼블리시티권을 ‘자신의 성명, 초상, 음성 그 밖의 인격표지를 영리적으로 이용할 권리’로 정의하면서 ‘인격표지영리권’이라 칭하고 있다.

퍼블리시티권은 이처럼 인격표지의 재산적 가치의 보호 근거가 되는 권리인데, ① 퍼블리시티권이 유명인에게만 인정되는 것인지 혹은 ② 유명세를 불문하고 모든 사람에게 인정되는 것인지 여부는, 권리의 본질적 성격에 따라 결정되는 것이라기보다는 각 국가·주(州)의 입법례와 판례에 따라 달리 정해지고 있다. ① 견해에 따르면 인격표지에 재산적 가치가 실제 인정되는 경우는 유명인의 경우에 한하므로 모두에게 퍼블리시티권을 인정할 실익이 없다는 것이고, ② 견해에 따르면 유명인이 아닌 경우 인격표지의 무단 사용에 따라 인정되는 손해배상액이 결과적으로 높지는 않더라도 이를 보호 대상에서 아예 제외하는 것은 부당하다는 것이다.

다만, 역사적으로 퍼블리시티권이 주로 문제되었던 경우는 인격표지에 재산적 가치가 크게 인정된 경우 즉, 유명 연예인, 스포츠 선수, 정치인 등 주로 전형적인 유명인의 인격표지의 무단 사용이 문제되었던 경우였기 때문에, 이에 따라 자연스럽게 퍼블리시티권에 대한 논의는 유명인을 중심으로 이루어져 온 면이 있다.

¹⁾ Haelan Laboratories, Inc. v. Topps Chewing Gum, Inc., 202 F.2d 866 (2d Cir. 1953).

2. 퍼블리시티권의 성격

(1) 인격권 또는 재산권 여부

퍼블리시티권의 본질이 인격권인지, 혹은 재산권인지에 관해서는 견해의 대립이 있다. 퍼블리시티권을 인격권으로 이해하는 입장(인격권설)에서는 퍼블리시티권은 성명·초상 등을 대상으로 하기에 성명권, 초상권과 같이 헌법에서 인정하는 인격권의 성격을 갖는다고 주장하는 반면, 퍼블리시티권을 재산권으로 이해하는 입장(재산권설)에서는 퍼블리시티권의 대상보다는 목적에 주목하여, 퍼블리시티권은 성명·초상 등을 상업적으로 이용하여 경제적 이익을 얻으려는 것이므로 재산권에 해당한다고 주장한다.

퍼블리시티권의 본질은 상속성 및 양도성의 인정 여부와도 매우 밀접하게 연관되어 있다. 즉, 재산권설에 의하면 권리의 상속성이나 양도성을 인정하기 용이한 반면, 인격권설에 의하면 일신전속적인 인격권의 특성에 따라 퍼블리시티권 역시 상속 또는 양도의 대상이 될 수 없다고 보는 것이 논리적이다.

그런데 퍼블리시티권의 양도성, 상속성 등에 대해서는 각 국가·주(州)의 입법례와 판례에 따라 매우 상이한바(예를 들어 뉴욕주법에 따르면 퍼블리시티권은 사망 후 40년까지 존속하나, 캘리포니아주법에 따르면 퍼블리시티권은 사망 후 70년간 존속하는 등 사망 후 퍼블리시티권의 존속에 대해 긍정하는 경우에도 각 법에서 정하는 존속기간은 상이하다), 퍼블리시티권의 상속성·양도성은 퍼블리시티권의 본연적 성격에 따라 필연적으로 결정되는 것이 아니라 정책적·상황적 요소를 고려한 입법자의 판단에 따라 결정되는 것이라 볼 것이다.

이와 관련하여, 민법 개정안은 인격표지영리권의 상속성을 인정하고 인격표지가 이용허락의 대상이 될 수 있음을 명시적으로 밝히고 있는바, 인격권설보다 재산권설에 가까운 입장을 취하고 있음을 추론해 볼 수 있다.

(2) 물건성 여부

‘물권법정주의의 원칙상 우리 법제에 명문의 규정이 없는 한 퍼블리시티권을 인정할 수 없다’고 결론을 내린 다수의 하급심 법원의 판례(서울고등

법원 2002. 4. 16. 선고 2000나42061 판결, 서울중앙지방법원 2004. 10. 1. 선고 2002가단254093 판결 등)는 퍼블리시티권이 물권의 일종이라는 판단을 전제로 하고 있다고도 볼 수 있다. 퍼블리시티권은 인격표지에 대하여 배타적·대세적 독점권을 부여하는 권리라는 점에서 그 성격상 물권과 유사한 부분이 일부 존재한다고 보는 견해도 있다.

그러나 물권은 특정한 물건에 관한 것이어야 하는데, 초상, 성명 등은 민법이 물건으로 정의하는 '유체물 및 전기 기타 관리할 수 있는 자연력'에 해당하지 않기 때문에 퍼블리시티권은 엄밀한 의미에서는 민법상의 '물권'의 일종이라 보기 어렵다고 할 것이다. 다만, 퍼블리시티권은 권리자에게 인격표지에 대한 '배타적 지배' 권능을 부여하여 민법에서 정하고 있는 물권의 핵심적인 특성을 가지고 있는바, 퍼블리시티권이 물권에 해당하지 않는다 하더라도 최소한 물권과 유사한 성격의 재산권으로 이해하는 데는 논리적으로 어려움이 없을 것으로 보인다.

(3) 기존 인격권과의 차이 및 관계

초상권, 성명권 등의 인격권은 헌법 제10조로부터²⁾ 유래한 헌법상의 권리로, 우리 판례는 이에 대한 구체적·직접적인 명문의 법률 규정 없이도 헌법에 근거하여 그 권리를 인정해 왔다.

인격권과 퍼블리시티권의 차이는 무엇보다 인격권의 성격을 어떻게 정의하느냐에 따라 달라질 수 있다.

먼저, 종래의 인격권만으로도 재산권 차원의 보호까지 가능하다는 입장에서는 퍼블리시티권이 인격권을 구성하는 일부에 해당하므로, 인격권과 별도로 퍼블리시티권을 인정할 실익이 없다고 주장한다.

구체적으로 초상권의 침해가 문제된 사안에서, “누구나 자신의 얼굴 기타 사회통념상 특정인임을 식별할 수 있는 신체적 특징에 관하여 함부로 촬영 또는 그림묘사되거나 공표되지 아니하며 영리적으로 이용당하지 않을 권리”로서 헌법 제10조 제1문에 의하여 헌법적으로 보장되는 권리라고 판시한 대법원 판례(대법원 2006. 10. 13. 선고 2004다16280 판결), 역시 초상

2) 모든 국민은 인간으로서의 존엄과 가치를 가지며, 행복을 추구할 권리를 가진다. 국가는 개인이 가지는 불가침의 기본적 인권을 확인하고 이를 보장할 의무를 진다.



권 침해를 이유로 피고에 정신적 손해배상 이외에 재산적 손해배상 책임을 인정한 하급심 판례(서울고등법원 2010. 12. 22. 선고 2010나58188 판결) 등은 이러한 입장과 궤를 같이한다고 볼 수 있다.

이와 달리 종래 인격권의 개념을 통한 재산권의 보호까지는 불가하다는 입장에 따르면 퍼블리시티권이 인격권에 당연히 포함되는 것이 아니므로, 별도로 퍼블리시티권이라는 개념을 인정할 필요가 있다고 주장한다. 이 경우, 인격권과 퍼블리시티권은 손해배상 범위에서 확연한 차이를 보이게 된다.

즉, 퍼블리시티권은 인격권이 보호하는 대상에 대한 상업적 이용 권한을 보호하는 것이기 때문에 퍼블리시티권이 침해된 경우에는 기본적으로 재산적 손해에 대한 배상을 청구할 수 있다. 예를 들어, 어떤 사람이 유명 연예인의 동의 없이 그 초상을 이용하여 TV 광고를 제작한 경우 유명 연예인이 유사 사례에서 통상적으로 수취하는 모델료 상당의 금액이 손해배상액으로 인정될 수 있을 것이다.

반면에 인격권이 침해될 경우, 인격권 침해에 따른 피해는 일반적으로 재산상 피해가 아닌 정신적 피해이기 때문에, 이에 대해서는 위자료 상당의 손해배상액이 인정될 것이다. 위자료 액수에 관해서는 법원이 여러 사정을 참작하여 그 재량으로 정하게 되는데, 우리나라 법원이 일반적으로 인정하는 위자료 액수는 높지 않다.

결론적으로, 퍼블리시티권은 인격권에 비하여 인격표지의 재산적 가치와

상업적 이용 가능성에 초점을 맞추고 있다는 점에서 근본적인 차이가 있기는 하나, 인격권의 정의 및 보호범위를 어떻게 정하느냐에 따라 퍼블리시티권과 인격권 간 차이의 구체적인 내용이 달라질 수 있다.

II. 퍼블리시티권 인정 여부에 관한 국내 판례의 검토

아래의 III.항에서 자세히 살펴보겠지만, 부정경쟁방지 및 영업비밀 보호에 관한 법률(이하 ‘부정경쟁방지법’이라 한다)에서 퍼블리시티권과 관련된다고 볼 수 있는 조항인 제2조 제1호 (타)목을 신설하기 이전까지 우리나라 법률에는 퍼블리시티권을 인정하는 명문의 규정이 존재하지 않았던 관계로, 퍼블리시티권의 인정 여부는 학계는 물론 실무적으로도 활발히 논의되어 왔다.

우리 하급심 판결에는 (1) 성문법주의를 취하고 있는 우리나라에서 법률, 조약 등 실정법이나 확립된 관습법 등의 근거 없이 필요성이 있다는 사정만으로 물권과 유사한 독점·배타적 재산권인 퍼블리시티권을 인정하기 어렵다고 보아 퍼블리시티권을 인정하지 않는 입장과 (2) 유명인의 성명과 초상 등이 가지는 고객흡인력은 당해 유명인이 획득한 명성, 사회적인 평가, 지명도 등으로부터 생기는 독립한 경제적 이익 내지 가치로서 파악할 수 있으므로, 이는 당해 유명인에게 고유하게 귀속되는 것이고 그 유명인은 이러한 고객흡인력이 갖는 경제적 이익 내지 가치를 배타적으로 지배하는 재산적 권리를 이른바 퍼블리시티권으로 보호받을 수 있다는 입장이 공존하였으나, 확립된 대법원 판결은 존재하지 않았다.

이하에서는 퍼블리시티권을 인정 및 부정한 대표적인 판례들을 그 판단 근거 중심으로 살펴보도록 하겠다.

1. 인정한 판례

(1) 서울고등법원 2013. 8. 22. 선고 2012나1105675 판결

가. 사실관계

한의원을 운영하는 피고가 영화배우인 원고의 허락 없이 원고의 사진과 성명, 자필 메모를 피고의 웹사이트에 게시하면서 원고가 양약수술을 받은 후 피고 운영의 한의원에서 한방치료를 받아 호전된 것처럼 광고한 사안에서, 원고가 피고를 상대로 퍼블리시티권 침해, 사생활의 비밀에 관한 인격

적 이익의 침해, 명예훼손에 따른 불법행위책임을 주장하며 손해배상을 청구하였다.

나. 판시사항

사람의 성명, 초상 등(이하 ‘초상 등’이라 한다)은 한 개인 인격의 상징이므로 해당 개인은 인격권에서 유래하는 것으로서 이를 함부로 이용당하지 않을 권리를 가지고, 초상 등이 상품의 판매 등을 촉진하는 고객흡인력을 가질 수가 있으며, 그와 같이 고객흡인력을 배타적으로 이용하는 권리(이하 ‘퍼블리시티권’이라 한다)는 초상 등 그 자체의 상업적 가치에 기초한 것이므로 위와 같은 인격권에서 유래하는 권리의 한 내용을 이루는 것이라고 할 수 있다.

초상 등에 고객흡인력을 가지는 사람은 사회의 이목을 집중시키는 등으로 그 초상 등이 시사보도, 논설, 창작물 등에 사용되기도 하고, 그러한 사용을 정당한 표현행위 등으로서 수인하여야 하는 경우도 있다고 하여야 한다. 따라서 초상 등을 무단으로 사용하는 행위는 ① 초상 등 그 자체를 독립하여 감상의 대상이 되는 상품 등으로 사용하거나 ② 상품 등을 차별화할 목적으로 초상 등을 상품에 붙이거나 ③ 초상 등을 상품의 광고로써 사용하는 등 오로지 초상 등이 가지고 있는 고객흡인력을 이용할 목적으로 한다고 할 수 있는 경우에 퍼블리시티권을 침해하는 것으로서 불법행위법상 위법하게 된다고 해석함이 타당하다.

(2) 서울중앙지방법원 2014. 1. 24. 선고 2013가단120936 판결

가. 사실관계

성형외과 병원을 운영하는 피고가 병원의 홍보를 위하여 블로그를 운영하면서, 배우 겸 가수인 원고의 동의를 받지 않은 채 ‘(원고 예명) 다이어트’, ‘초창기 (원고 예명) 양 예쁘긴 한데 허벅지와 뱃살이 조금 아쉽기는 하네요’, ‘건강한 다이어트에 도전해 보세요, D성형외과에서 진행되는 가벼운 시술도 적극 추천드리구요’라는 등의 문구와 함께 원고의 얼굴 및 허벅지가 노출된 사진을 사용한 사안에서, 원고가 피고를 상대로 퍼블리시티권 침해에 따른 손해배상을 청구하였다.

나. 판시사항

퍼블리시티권이라 함은 사람의 초상, 성명 등 그 사람 자체를 가리키는 것(identity)을 광고, 상품 등에 상업적으로 이용하여 경제적 이득을 얻을 수 있는 권리를 말한다고 할 것이다. 이러한 권리에 관하여 우리 법은 아직 명문의 규정은 없으나, 인간이 자기의 성명, 초상에 대하여 인격권이 인정되는 것과 마찬가지로 이들을 상업적으로 이용할 권리는 명문의 규정 여부를 불문하고 인정될 필요가 있는 점, 미국, 일본, 독일, 영국, 캐나다, 오스트레일리아 등 다수의 국가에서 법령 또는 판례에 의하여 이를 인정하고 있는 점, 이러한 동일성을 침해하는 것은 민법상의 불법행위에 해당하는 점, 타인의 성명, 초상을 이용하여 경제적 이익을 얻는 것은 부당이득에 해당한다고 봄이 공평의 법관념에 부합하는 점, 사회의 발달에 따라 이러한 권리를 보호할 필요성이 점차 증대하고 있는 점, 유명인이 스스로의 노력에 의하여 획득한 명성, 사회적인 평가, 지명도 등으로부터 생기는 독립한 경제적 이익 또는 가치는 그 자체로 보호할 가치가 충분한 점 등에 비추어 해석상 독립된 재산권으로서 퍼블리시티권을 인정할 수 있다고 할 것이다.

원고의 사진들이 공개된 사진이라고 하더라도, 원고가 위 사진들을 피고의 병원 홍보에 사용하도록 허락한 것이라고 볼 수는 없으며 피고는 높은 광고효과를 위해 대중에게 널리 알려진 원고를 언급하고 원고의 사진을 게재함으로써 인터넷 포털사이트 등을 통해 피고 블로그 노출 빈도수를 높이려고 의도하였다고 봄이 상당하므로, 피고는 원고의 이름, 초상 등을 상업적으로 이용하였다.

(3) 서울서부지방법원 2017. 4. 27. 선고 2016가합33974 판결

가. 사실관계

프랜차이즈 사업자인 피고가 광고계약을 체결한 모델과의 광고계약 및 해당 계약에서 정한 계약 종료 후의 광고물의 무상 사용기간이 경과한 이후에도 임의로 계속하여 모델의 사진이 담긴 메뉴판, 입간판, 전단지 등을 사용한 사안에서, 모델과 전속계약을 체결한 모델의 소속사가 원고로서 피고를 상대로 퍼블리시티권 침해를 주장하면서 손해배상을 청구하였다.



나. 판시사항³⁾

성명과 초상 등 대중에게 널리 알려진 유명인의 개성은 고객흡인력이 있어 독립한 경제적 가치를 가지는데, 이와 같이 특정인의 성명, 초상(본인으로서 동일성이 인식될 수 있는 사진, 그림, 초상화, 이미지, 캐릭터 등), 서명, 음성 등이 갖는 경제적 이익이나 가치를 상업적으로 사용, 통제하거나 배타적으로 지배하는 권리로 설명되는 ‘퍼블리시티권(Right of Publicity)’은 이를 명시적으로 규정한 실정법이 존재하지는 않으나, 헌법상의 행복추구권과 인격권의 한 내용을 이루는 성명권과 초상권에는 사회통념상 특정인임을 알 수 있는 방법으로 성명이나 초상이 함부로 영리에 사용되지 않을 권리가 포함된다고 할 것인 점, 특정인의 성명이나 초상 등에 관하여 형성된 경제적 가치가 이미 광고업 등 관련 업계에서 널리 인정되고 있다면 이를 침해하는 행위는 그 특정인에 대한 관계에서 민법상의 불법행위를 구성한다고 볼 것인 점, 헌법상 사생활의 비밀과 자유 규정, 지적재산권을 보호하는 저작권법 등의 취지 등에 비추어, 인격권과는 독립된 별개의 재산권으로 인정될 수 있다 할 것이다.

3) 서울동부지방법원 2016. 4. 27. 선고 2013가합18880 판결도 같은 취지로 퍼블리시티권을 인정하였다.

나아가, 퍼블리시티권의 대상은 '인격 그 자체'가 아니라 '인격의 발현으로 인하여 생성된 경제적 이익'이며 독립한 재산권에 해당하므로, 이를 제3자에게 양도하거나 권리행사를 포괄적·개별적으로 위임할 수 있다고 보아야 하고, 현실적으로도 퍼블리시티권의 귀속주체가 성명이나 초상이 갖는 경제적 가치를 적극적으로 활용하기 위하여 제3자에게 양도하거나, 제3자로 하여금 전속적으로 이용하게 하는 것이 필요하고 적절한 경우가 발생하므로, 피고는 전속계약에 따라 모델로부터 모델의 퍼블리시티권을 이용하고 그 침해를 배제할 권리를 위임받은 원고에게 퍼블리시티권 침해에 따른 불법행위로 인하여 원고가 입은 손해를 배상할 책임이 있다.

2. 부정한 판례

(1) 서울고등법원 2014. 4. 3. 선고 2013나2022827 판결

가. 사실관계

피고가 자신이나 타인의 얼굴을 촬영한 사진을 입력하면 이를 분석하여 닮은꼴 연예인을 찾아내는 애플리케이션을 제작·배포하면서, 이미 인터넷에 공개된 연예인들의 사진과 성명을 각 연예인의 동의 없이 사용한 사안에서, 해당 연예인들인 자신들의 퍼블리시티권, 성명권, 초상권이 침해되었다고 주장하면서 피고를 상대로 손해배상을 청구하였다.

나. 판시사항

우리나라에서도 최근 연예, 스포츠산업 및 광고산업의 급격한 발달로 유명인의 성명이나 초상 등을 광고에 이용하게 됨으로써 그에 따른 분쟁이 적지 않게 일어나고 있으므로 이를 규율하기 위하여, 퍼블리시티권이라는 새로운 개념을 인정할 필요성은 인정된다고 할 것이나, 성문법주의를 취하고 있는 우리나라에서 법률, 조약 등 실정법이나 확립된 관습법 등의 근거 없이 필요성이 있다는 사정만으로 물권과 유사한 독점배타적 재산권인 퍼블리시티권을 인정하기는 어렵다고 할 것이며, 퍼블리시티권의 성립요건, 양도·상속성, 보호대상과 존속기간, 침해가 있는 경우 구제수단 등을 구체적으로 규정하는 법률적인 근거가 마련되어야만 비로소 원고들이 주장하는 바와 같은 퍼블리시티권을 인정할 수 있다고 할 것이나, 우리 법상 재산권

으로서의 퍼블리시티권은 인정되지 않는다.⁴⁾

(2) 서울고등법원 2015. 1. 30. 선고 2014나2006129 판결

가. 사실관계

인터넷 검색 포털 사이트를 운영하는 피고가 검색 이용자들이 연예인인 원고들의 성명과 상품이 결합한 키워드(예를 들어 'B 티셔츠')나 원고들의 성명만을 키워드로 입력하면, 파워링크, 비즈사이트 또는 쇼핑 메뉴에 미리 대가를 지급한 광고주들의 웹페이지를 검색결과로 나타내는 서비스를 제공한 사안에서, 원고들은 피고가 광고주들의 퍼블리시티권 침해행위에 공모, 가담, 방조하였거나 피고의 서비스 제공 행위는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목⁵⁾ 소정의 부정경쟁행위 또는 민법상 불법행위에 해당한다고 주장하였다.

나. 판시사항

성명권은 헌법상의 행복추구권과 인격권의 한 내용을 이룬다. 성명권은 일반적으로 자신의 성명을 타인의 방해를 받지 않고 사용할 수 있는 권리, 자신의 성명이 타인에 의하여 모용되거나 무단으로 사용되지 않을 권리를 내용으로 한다. 자신의 성명을 상업적으로 이용하고 통제할 수 있는 권리는 위에서 본 성명권에 당연히 포함되고, 별도로 퍼블리시티권이라는 개념을 인정할 필요가 없다.

원고들은 물권, 채권, 지식재산권과 별도의 독립적 재산권으로서 퍼블리시티권이 인정되어야 한다고 주장하고 있으나, “재산권의 내용은 법률로 정한다”는 헌법 제23조 제1문에 따라 물권과 채권은 민법에 의하여, 지식재산권은 저작권법·상표법·특허법·디자인보호법에 의하여 인정하고 있는 반면, 독립적 재산권으로서의 퍼블리시티권을 인정하는 법률은 존재하지 않는다.

4) 다만, 해당 판결은 해당 애플리케이션과 같이 다른 기업이 영리 목적으로 사진을 함부로 사용하는 것은 원고들이 예상하거나 허락한 범위를 넘는 것으로서 원고들의 자기 정보에 대한 통제권 및 초상과 성명이 영리적으로 이용당하지 않을 권리를 정면으로 침해하는 위법한 행위인 점 등에 비추어 보아 원고들의 성명권 및 초상권이 침해되어 정신적 고통을 입었으므로, 피고는 원고들에게 위자료를 지급할 의무가 있다고 판단하였다.

5) [부정경쟁방지법 제2조 제1호 (파)목] 그 밖에 타인의 상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등을 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 타인의 경제적 이익을 침해하는 행위.

원고의 주장에 독립적 재산권으로서가 아니라 불법행위나 양도·상속에 있어서 채권보다 물권에 가까운 독점적이고 배타성이 있는 권리로서 퍼블리시티권을 인정하여야 한다는 취지가 포함되어 있다고 하더라도, 민법 제185조는 물권은 법률 또는 관습법에 의하는 외에는 임의로 창설하지 못한다고 규정하고 있을 뿐 아니라, 현재 인정되고 있는 성명권만으로도 퍼블리시티권이 보호하고자 하는 유명인의 성명에 관한 권리의 보호가 가능하므로 퍼블리시티권을 독립적인 권리로 인정할 필요가 있다고 보기도 어렵다.

(3) 서울고등법원 2015. 6. 19. 선고 2014나2028495 판결

가. 사실관계

성형외과를 운영하고 있는 피고가 온라인 마케팅 업체에 병원 홍보를 의뢰하였는데, 해당 업체가 유명 배우인 원고의 사진과 싸인 등을 올리면서 ‘(원고 이름)님과 2011년부터 좋은 관계라고 하시죠~’, ‘(원고 이름)님이 직접 추천하는 성형외과랍니다’라는 등의 문구를 사용한 사안에서 원고가 퍼블리시티권, 성명권, 초상권이 침해되었다고 주장하면서 피고를 상대로 손해배상을 청구하였다.

나. 판시사항⁶⁾

“재산권의 내용은 법률로 정한다”는 헌법 제23조 제1문에 따라 물권과 채권은 민법에 의하여, 지식재산권은 저작권법·상표법·특허법·디자인보호법 등에 의하여 각 인정하고 있는 반면, 독립적 재산권으로서의 퍼블리시티권이라는 개념을 인정하는 법률은 존재하지 않는다. 민법 제185조는 ‘물권은 법률 또는 관습법에 의하는 외에는 임의로 창설하지 못한다’라고 규정하여 이른바 물권법정주의를 선언하고 있고, 물권법의 강행법규성은 이를 중핵으로 하고 있으므로, 법률(성문법과 관습법)이 인정하지 않는 새로운 종류의 물권을 창설하는 것은 허용되지 아니한다. 그런데 원래 판례법(Common Law)에 그 연원을 가지는 미국의 경우와 달리 재산권으로서의

6) 이 판결을 인용하고 있는 판결로는 서울고등법원 2017. 6. 9. 선고 2016나2057657 판결, 서울중앙지방법원 2019. 7. 24. 선고 2018가합552603 판결, 서울고등법원 2019. 12. 18. 선고 2019나2037296 판결, 서울중앙지방법원 2021. 7. 7. 선고 2020가합552668 판결, 서울중앙지방법원 2018. 12. 21. 선고 2016가합566967 판결 등 다수가 있다.

퍼블리시티권(Right of Publicity)은 우리나라 성문법과 관습법 어디에도 그 근거를 찾아볼 수 없다.

결국, 성문법 국가로서 물권법정주의를 채택하고 있는 우리나라에서 법률, 조약 등 실정법이나 확립된 관습법 등의 근거 없이 그 필요성이 있다는 사정만으로 물권과 유사한 독점·배타적 재산권인 퍼블리시티권이라는 개념을 인정하기는 어렵고, 그러한 권리의 성립요건, 양도성 및 상속성, 보호 대상 및 존속기간, 침해가 있는 경우의 구제수단 등을 구체적으로 규정하는 법률적인 근거가 마련되어야만 비로소 인정할 수 있을 뿐이다. 따라서 퍼블리시티권이라는 권리의 존재를 전제로 한 원고의 주장은 받아들일 수 없다.

III. 부정경쟁방지법 등 기존 법률과 민법 개정안의 인격표지영리권과의 관계

1. 부정경쟁행위의 한 유형으로서의 “유명인 식별표지 무단사용행위” 규정과의 관계

(1) 신설 배경

앞서 살펴본 바와 같이, 하급심 법원은 퍼블리시티권의 인정 여부 등 퍼블리시티권에 관하여 일관되지 않은 판단을 내려왔고, 퍼블리시티권과 관련한 대법원의 판례가 부재한 상황에서, 퍼블리시티권과 관련하여 많은 정책적·학술적 논의가 이루어져 왔다. 관련하여, 퍼블리시티권과 관련한 사회적 관심을 급증시킨 최근의 대법원 판례(대법원 2020. 3. 26.자 2019마 6525 결정)를 살펴보도록 하겠다.

대법원은 소속사인 (주)빅히트엔터테인먼트(현 (주)하이브, 이하 ‘소속사’라 한다)의 동의 없이 BTS(이하 ‘그룹’이라 한다) 구성원들의 사진을 대량으로 수록한 유사 화보집과 포토 카드 등을 제작하여 판매하는 행위에 대하여, 소속사는 그룹의 구성원들을 선발하여 전속계약을 체결한 후 훈련을 통해 구성원들의 능력을 향상시켰고, 전속계약에 따라 그들의 음악, 공연, 방송, 출연 등을 기획하고, 음원, 영상 등의 콘텐츠를 제작·유통시키는 등 그룹의 활동에 상당한 투자와 노력을 하였으며, 그로 인해 그룹과 관련하여 쌓인 명성·신용·고객흡인력이 상당한 수준에 이르렀는데, 이는 소속사의 ‘상당한 투자나 노력으로 만들어진 성과 등으로 평가할 수 있고, 누구나 자유롭게 이용할 수 있는 공공영역에 속한다고 볼 수 없으므로, 타인이 무단으



로 그룹의 표지를 사용하면 소속사의 경제적 이익을 침해하게 된다고 판단하였다.

나아가, 연예인의 이름과 사진 등을 상품이나 광고 등에 사용하기 위해서는 연예인이나 소속사의 허락을 받거나 일정한 대가를 지급하는 것이 엔터테인먼트 산업분야의 상거래 관행인 점을 감안하면 통상적인 정보제공의 범위를 넘어 특정 연예인에 대한 특집 기사나 사진을 대량으로 수록한 별도의 책자나 DVD 등을 제작하면서 연예인이나 소속사의 허락을 받지 않거나 대가를 지급하지 않는 것은 상거래 관행이나 공정한 거래질서에 반하고, 무단으로 발매되는 화보집은 소속사가 발행하는 화보집과 관계에서 수요를 대체할 가능성이 충분하여 경쟁관계도 인정되므로, 화보집 무단 제작 및 판매 행위는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목[현 (파)목] 소정의 '성과 무단사용행위'에 해당한다고 판시하였다.

즉, 해당 사안에서 대법원은 부정경쟁방지법의 보충적 일반조항인 구 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (가)목을 적용하여 유명인의 인격표지를 보호하였다. 그런데 높아진 K컬처의 세계적 위상에 발맞춰 유명인의 인격표지를 보호하고, 그러한 표지의 무단사용으로 인한 유명인 등의 재산적 손실이나 소비자 피해를 적절히 방지함에 있어 이러한 보충적 일반조항의 적용만으로는 한계가 있다는 문제의식이 대두되었다. 그 결과, 2021년 부정경쟁방지법 개정을 통하여 “국내에 널리 인식되고 경제적 가치를 가지는 타인의 성

명, 초상, 음성, 서명 등 그 타인을 식별할 수 있는 표지를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 타인의 경제적 이익을 침해하는 행위(이른바 ‘유명인 식별표지 무단사용행위’)가 부정경쟁행위의 한 유형으로 신설되었고, 2022년 6월 8일부터 해당 규정이 시행 중에 있다.

(2) 부정경쟁방지법과 민법 개정안의 차이

부정경쟁방지법에서는 ‘퍼블리시티권’ 또는 ‘인격표지영리권’과 같은 용어를 명시적으로 사용하고 있지는 않으나, ‘유명인 식별표지 무단사용행위’를 부정경쟁행위의 한 유형으로 규정함으로써 퍼블리시티권이 보호하고자 하는 법익을 실질적으로 보호할 수 있는 법적 근거를 마련하였다는 데 그 의의가 있다.

다만, 부정경쟁방지법에서는 유명인의 초상, 성명 등 타인을 식별할 수 있는 표지 자체에 별도의 권리를 부여하는 것이 아니고 이를 무단사용하여 타인의 경제적 이익을 침해하는 행위를 부정경쟁행위로 규정하는 데 그쳤으며, 따라서 부정경쟁방지법 내 관련 규정의 신설로써 식별표지 보유자에게 어떠한 실제적인 권리가 발생한 것은 아니기에 이에 관한 양도성 및 상속성 인정 여부 등을 동법에서 함께 규정하는 데에는 논리적으로 어려움이 있었다.

즉, 개정 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (타)목의 신설로써 성명, 초상 등의 인적 식별표지를 상업적으로 이용하여 경제적 이익을 얻을 수 있는 가능성에 대한 법적 근거는 마련되었으나, 퍼블리시티권이 우리 법상 독립적인 ‘권리’로 인정될 수 있는지에 대해서는 여전히 해석론에 맡겨져 있다고 볼 수 있다.

하급심 법원도 같은 취지에서, 2021년 12월 7일 개정된 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (타)목에서 ‘국내에 널리 인식되고 경제적 가치를 가지는 타인의 성명, 초상, 음성, 서명 등 그 타인을 식별할 수 있는 표지를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 타인의 경제적 이익을 침해하는 행위’를 부정경쟁행위 중 하나로 새로 규정하였으나, 이는 유명인의 초상·성명 등을 사용하는 제품과 서비스가 다양해지며 관련 불법 상품의 제작·판매 행위도 증가하는 상황에서, 향후 발생할 수 있는 위와 같은 다양한 형태의 무단 사용행위를 적

절히 제재함으로써 건전한 거래 질서를 확립하고 부당한 피해로부터 소비자를 보호하려는 취지에 추가된 것으로서, 위와 같은 규정 내용만으로 곧바로 원고가 주장하는 것처럼 사람이 자신의 성명이나 초상 등을 상업적으로 이용하고 통제할 수 있는 물건과 유사한 독점·배타적 재산권인 ‘퍼블리시티권’을 일반적으로 명문화하였다고 단정하기 어렵다고 판시한 바 있다(서울중앙지방법원 2022. 7. 8. 선고 2021나38453 판결).

그러나 민법 개정안은 이와 달리 인격표지 자체에 권리를 부여하고 있으며, 권리의 양도성, 상속성에 대해서도 보다 명확하게 법률 규정을 마련하였다는 점에서 차이가 있다.

나아가 부정경쟁방지법에서는 ‘국내에 널리 인식되고 경제적 가치를 가지는 타인’의 성명, 초상, 음성, 서명 등 그 타인을 식별할 수 있는 표지를 보호대상으로 하는 반면, 민법 개정안에서는 인격표지영리권을 인격표지 주체의 유명한 정도를 불문하고, ‘누구’에게나 부여되는 권리로 규정함으로써 권리 향유 주체의 범위를 넓혔다는 점에서도 큰 차이가 있다.

2. 헌법 제10조의 행복추구권 및 민법 제750조의 불법행위 규정과의 관계

퍼블리시티권은 헌법 제10조에서 도출되는 기본권인 인격권에서 유래된 권리로 볼 수 있으며, 퍼블리시티권을 인정한 일부 판례 또한 퍼블리시티권의 침해가 기본적으로 민법 제750조 소정의 불법행위에 해당하는 것으로 판시한 바 있다.

민법 개정안의 신설로써 인격표지영리권의 직접적인 법적 근거는 민법에 마련되었다고 할 것이나, 여전히 그 근원에는 헌법 제10조가 자리 잡고 있다고 볼 수 있을 것이다.

나아가 민법 개정안은 인격표지영리권을 침해하는 자에게 침해를 제거하고 침해된 인격적 이익을 회복하는 데 적당한 조치를 할 것을 청구(민법 개정안 제3조의3 제6항, 제3조의2 제2항)할 수 있도록 정하고 있다. 따라서 민법 개정안이 입법될 경우, 인격표지영리권 침해에 따른 권리 구제를 구하는 자는 일반조항 형식을 취하고 있는 민법 제750조가 아닌 민법 개정안 제3조의3 조항에 근거하여 보다 용이하게 권리의 침해 중지와 권리 침해에 따른 손해배상을 구할 수 있을 것으로 보인다. 🏠

02

해외 각국의 인격표지영리권 인정 현황

김민성 홍콩대학교 법과대학 박사후 연구원, 뉴욕주 변호사협회 변호사



1. 인격표지영리권 (퍼블리시티권) 도입을 위한 입법 논의

우리나라 법무부는 2022년 4월에 인격적 이익을 법적으로 보호하기 위해 <인격권에 관한 민법 일부개정법률안(이하 ‘인격권 민법 개정안’이라 한다)> 제3조의2를 입법예고 하였다.¹⁾ 같은 해 12월에 재산권으로서의 성격을 가질 수 있는 인격적 이익을 보호하기 위한 <인격표지영리권에 관한 민법 일부개정법률안(이하 ‘인격표지영리권 민법 개정안’이라 한다)> 제3조의3을 입법예고 하였다. 그 구체적 내용은 다음과 같다.

제3조의3(인격표지영리권)

- ① 사람은 자신의 성명, 초상, 음성 그 밖의 인격표지를 영리적으로 이용할 권리를 가진다.
- ② 제1항의 인격표지영리권은 양도할 수 없다.
- ③ 인격표지영리권자는 다른 사람에게 자신의 인격표지의 영리적 이용을 허락할 수 있다. 다만, 신념에 반하는 등 중대한 사유가 있는 때에는 허락을 철회할 수 있다.
- ④ 다른 사람의 인격표지 이용에 정당한 이익이 있는 사람은 인격표지영리권자의 허락 없이도 합리적인 범위에서 인격표지를 영리적으로 이용할 수 있다.
- ⑤ 제1항의 권리는 본인이 사망한 후 상속되어 30년 동안 존속한다.
- ⑥ 제3조의2 제2항, 제3항의 규정은 인격표지영리권에 준용한다.²⁾

제3조의3의 조항 가운데 추상적으로 명시되어 있는 제1항의 “그 밖의 인격표지”, 제3항의 “신념에 반하는 등 중대한 사유”, 그리고 제4항의 “인격표지 이용에 정당한 이익...합리적 행위”는 해석에 따라서 그 내용이 달라질 수 있다.

1) 제3조의2(인격권) ① 사람은 생명, 신체, 건강, 자유, 명예, 사생활, 성명, 초상, 개인정보, 그 밖의 인격적 이익에 대한 권리를 가진다. ② 사람은 그 인격권을 침해한 자에 대하여 침해를 배제하고 침해된 이익을 회복하는 데 적당한 조치를 할 것을 청구할 수 있고, 침해할 염려가 있는 행위를 하는 자에 대하여 그 예방이나 손해배상의 담보를 청구할 수 있다.

2) <인격권 민법 개정안> 제3조의2 제2항은 인격적 이익에 대한 권리를 침해당한 경우에 있어서 권리자의 구제수단을 밝히고 있고, 제3항은 인격권이 침해될 수 있다는 염려가 있는 경우에 권리자의 침해 예방 청구권 및 침해에 따른 손해배상의 담보를 청구할 수 있는 근거조항이다. 참고로 법무부는 2022년 4월에 <인격권 민법 개정안> 제3조의2를 입법예고 하였을 때, 제3조의2는 <인격표지영리권 민법 개정안> 제3조의2 제6항에서 명시하고 있는 제2항과 제3항 각각의 내용을 하나의 조항으로 묶어서 제2항으로 두었다. 앞의 각주 1) 참조.

인격표지영리권의 보호 범위와 다른 사람의 인격표지를 임의로 이용할 수 있는 정당한 이익에 대한 각각의 구체적 내용 사이에서 긴장관계가 유발될 수 있다. 이 글에서 중점적으로 살펴볼 내용은 <인격표지영리권 민법 개정안> 제3조의3 제1항 “그 밖의 인격표지” 자구(字句)를 통해서 재산적 가치로서 인격적 이익의 보호 범위이다. 헌법상 개인의 표현의 자유가 “인격표지 이용에 정당한 이익...합리적 행위” 자구를 통해서 어떻게 보장될 수 있는지도 중요한 부분이므로 이 글에서 필요한 만큼 살펴보겠다.

아래에서는 인격표지영리권 개념을 최초로 인정하였던 미국의 판례를 필두로 인격표지영리권으로써 보호될 수 있는 인격표지가 구체적으로 무엇인지 탐색할 수 있는 판례들을 살펴보겠다. 다음으로 인격표지영리권 개념을 명시적으로 인정하지 않고 기존 사법제도를 통해서 재산적 가치를 가질 수 있는 인격적 이익을 보호하는 영국의 판례를 분석하겠다. 마지막으로 다른 나라의 인격표지영리권 관련 입법례 및 판례가 우리 <인격표지영리권 민법 개정안> 논의에 어떤 시사점을 줄 수 있을지 밝히겠다.

II. 미국 인격표지영리권 최초 인정 판례

인격표지영리권 개념은 개인의 성명, 초상, 그리고 이와 유사한 성질의 인격표지가 그 주체의 의사와 무관하게 상업적으로 활용되고 있는 사회현실에도 불구하고 인격표지의 주체가 아무런 재산적 이익을 누릴 수 없다는 문제를 개선하기 위해 고안되었다.

인격표지영리권 개념 및 이것의 사회적 필요성에 대한 구체적 논의는 미 연방 항소법원이 *Haelan Labs. v. Topps Chewing Gum*³⁾ 사건에서 인격표지영리권 개념을 최초로 인정함으로써 인하여 본격적으로 이루어졌다. 아래에서는 인격표지영리권을 최초로 인정하였던 *Haelan Labs.* 판례를 자세히 살펴보겠다.

1. 사실 관계

Haelan Labs.(이하 ‘원고’라 한다)는 풍선껌을 제조하여 판매하는 회사이다. 원고는 풍선껌 판매를 촉진하기 위해 소비자에게 풍선껌과 함께 특정 야구선수의 모습이 담긴 여러 종류의 스포츠 카드 가운데 한 장을 제공하

3) *Haelan Laboratories, Inc. v. Topps Chewing Gum, Inc.*, 202 F.2d 866 (2d Cir. 1953).

였다. 그러기 위해서 원고는 야구선수 측(이하 ‘제3자’라 한다)과 그들의 초상을 독점적으로 사용할 수 있는 계약을 체결하였다. 초상권 사용에 관한 계약의 구체적 내용을 살펴보면 다음과 같다. 제3자는 원고 외의 다른 풍선껌 제작회사와 야구선수의 초상을 사용할 수 있는 것을 내용으로 하는 어떤 계약도 체결할 수 없다. 더불어 원고는 이러한 계약을 정해진 기간 동안 연장할 수 있는 선택권을 가진다.

원고의 경쟁사였던 Topps Chewing Gum(이하 ‘피고’라 한다)은 야구선수 초상권 사용에 관한 원고 측 계약의 내용 및 그 구체적 과정 모두를 알고 있었다. 그럼에도 불구하고, 피고 측은 본인들이 제작한 풍선껌의 판매 수익을 올리기 위해 원고 측의 계약과 동일한 내용으로 야구선수 초상권 사용에 관한 계약을 체결하였다.

피고의 이러한 계약으로 인하여 원고는 야구카드가 함께 동봉된 풍선껌 판매 수익에 적지 않은 피해를 입게 되었다. 원고는 피고에게 제3자와의 계약을 해제할 것을 요구하였지만, 피고는 원고의 이러한 요구를 거절하였다. 그 결과, 원고는 피고를 상대로 뉴욕 동부지구에 위치한 미연방 법원에 소송을 제기하였다.

2. 사건 당사자 주장

원고는 피고가 원고의 독점 계약에 관한 모든 내용을 이미 알고 있음에도 불구하고 제3자와 별도의 계약을 체결한 행위는 부정경쟁행위이고, 상표를 침해하는 행위이며, 그리고 원고와 제3자 사이에 체결된 계약 내용을 침해 및 방해하는 행위라고 주장하였다.

반면 피고는 다음과 같은 근거로써 원고의 주장을 반박하였다. 재판 당시의 성문법 ‘New York Civil Rights Code sections 50-51’에 의하여 보호되는 권리 내용은 개인의 인격(personal)이고 이러한 권리는 다른 사람에게 양도될 수 없는 성질을 가진다. 이 법 조문에서 규정되어 있는 인격은 구체적으로 성명과 초상과 같이 개인의 인격표지를 표시하는 것을 의미한다. 원고와 제3자 사이의 계약은 이러한 양도 불가능한 초상권의 배타적 사용 수익을 내용으로 하지만, 그 내용의 실질적 의미는 제3자가 원고에 대하여 초상권 사용에 관한 프라이버시권 침해를 허락한다는 데 있다. 즉 개인의 초상에 대한 사용 및 이를 통한 수익권은 타인에게 양도할 수 없는 권리에



기 때문에, 원고는 애초부터 제3자의 초상에 대하여 아무런 재산적 이익을 독점적으로 사용 및 수익할 수 없는 상태이다.

피고는 원고에 대하여 아무런 계약의 침해 및 방해에 대한 책임 또한 없다고 항변하였다. 더불어 원고는 피고뿐만 아니라 제3자에 대하여도 계약 위반에 따른 어떤 책임도 물을 수 없다고 주장하였다. 그 이유는 다음과 같다. 제3자가 원고와 체결한 계약은 양도될 수 없는 권리, 즉 일신전속권인 초상권의 양도를 내용으로 한다. 이러한 계약은 그 내용의 이행이 원시적으로 불가능한 것으로서 무효이다. 그러므로 피고는 이 계약이 유효하게 체결된 것으로 볼 수 없다고 주장하고, 원고는 피고뿐만 아니라 제3자에게도 계약 침해 및 방해를 이유로써 손해배상 소송을 제기할 수 있는 정당한 이유를 가지지 못한다고 항변하였다.

피고는 위와 같은 근거들로서 미연방 지방법원에 원고의 소 기각을 청구하였다.

3. 사실심 법원의 판결

미연방 지방법원은 피고의 항변을 그대로 인용하였다. 초상과 같은 프라이버시권은 다른 사람에게 양도될 수 있는 재산적 권리가 아니다. 그럼에도 불구하고 원고와 제3자 사이의 계약은 초상의 배타적 사용 및 수익권의 양

도를 내용으로 하고 있다. 이러한 계약은 원시적 이행불능 상태를 전제로 하였기 때문에, 원고는 제3자로부터 아무런 재산적 이익을 양도받지 못하였다. 그러므로 이러한 계약의 효력은 피고와 제3자 사이에서 아무런 영향을 미치지 못한다.

하지만 원고는 제3자의 초상에 관한 배타적 사용 및 수익권을 침해한 피고의 계약 침해 부분으로 한정하여 미연방 제2항소법원에 항소하였다.

4. 항소심 법원의 판결

항소심 법원은 초상에 관한 배타적 사용 및 수익권을 법적으로 보호될 수 있는 재산적 이익으로 보았다.⁴⁾ 그러기 위해서 다른 사람의 초상에 대한 배타적 사용 및 수익권은 뉴욕 주 성문의 법으로써 보호되는 프라이버시 개념과 구분되는 퍼블리시티 가치(publicity value) 개념으로 앞으로 이해되어야 한다고 보았다. 이러한 퍼블리시티 가치에 대한 배타적 사용 및 수익권을 인격표지영리권으로 부를 수 있다고 실시하였다.

다만 항소심 법원은 인격표지영리권이 기존의 재산권(property right) 관련 사법제도 속으로 완전히 포섭될 수 있다고 재판 당시 시점에 단정하지 못하였다. 그럼에도 불구하고 이 사건의 초상에 관한 인격표지영리권은 금전적 가치(pecuniary worth)를 가진다고 보았다.

만약 이 사건의 야구선수와 같은 유명인사들이 자신의 초상에 내재된 퍼블리시티 가치가 상업적 광고에 이용되고도 아무런 금전적 보상을 받지 못한다면 그들은 심리적으로 경제적 박탈감을 느낄 수 있다. 그러므로 인격표지영리권의 주체는 다른 사람이 배타적으로 사용 및 수익할 수 있도록 본인의 인격표지영리권을 계약을 통해서 양도할 수 있어야만 한다.

5. 판결의 의의

이 사건 항소심 법원의 판결은 개인의 성명, 초상, 그리고 이와 유사한 성질의 인격적 표지가 프라이버시권 침해 문제와는 별개로 재산적 가치로서 인격표지영리권 침해 문제로 귀결될 수 있음을 미국에서 최초로 인정하였

4) Haelan Labs., Inc., 202 F.2d 868.

다는 데 그 의의가 있다. 이 사건은 이후 미국 내에서 인격표지영리권에 관한 이론 및 판례 연구가 이루어질 수 있는 초석이 되었다. 다만 이 판결은 재산권으로서 인격표지영리권의 구체적 내용이 무엇인지에 관한 명백한 기준을 밝히지 못하였다.

아래에서는 어떤 인격표지가 인격표지영리권 보호의 객체가 될 수 있는지에 대해 미국에서 다루어졌던 판례의 내용과 더불어 관련 입법례를 살펴 보도록 하겠다.

III. 인격표지영리권 개념의 구체화

1. 인격표지영리권의 일반적 개념

(1) 학술상 인격표지영리권 개념

인격표지영리권의 개념은 Haelan Labs., Inc. 판례 이후에 많은 연구를 통해서 많은 학자 및 실무가들이 동의할 수 있을 정도로 정리되었다. 예를 들어 미국의 토머스 매카시(J. Thomas McCarthy) 교수는 인격표지영리권을 지적재산권 가운데 한 분류로 보고, 인격표지영리권의 개념을 이 권리의 주체가 자신의 정체성(identity)이 내재된 인격표지에 대한 상업적 이용을 배타적으로 지배할 수 있는 인간에게 내재된 기본적 권리로 정의하였다.⁵⁾

(2) 인격표지영리권 개념의 미국 입법 사례

미국 연방법은 인격표지영리권을 규율하기 위한 구체적 내용을 다루고 있지 않고, 개별 주(state)는 인격표지영리권을 각각 규율하고 있다.⁶⁾ 인격표지영리권을 명시적으로 인정하고 있는 미국의 몇몇 주들은 인격표지영리권 개념을 다음과 같이 정의하고 있다.

뉴욕 주에서는 인격표지영리권을 “개인의 성명, 그리고 개인을 묘사한 초상 또는 그림을 서면 동의 없이 무단으로 광고 또는 거래의 목적으로 이용한 사람 또는 법인에게 그 책임”을 지운다고 성문법으로 규정하고 있다.⁷⁾ 이

5) J. Thomas McCarthy & Roger E. Schechter (2019). *The Rights of Publicity and Privacy* (2d ed.), New York: Thomson Reuters, § 1:3.

6) Marshall Leaffer (2007). *The Right of Publicity: A Comparative Perspective*, 70 *Alb. L. Rev.* Bloomington: Indiana University Maurer School of Law, pp.1357-1360.

7) *N.Y. Civ. Rts.*, § 50 (McKinney, 2022).

러한 기본 규정에 덧붙여 사자(deceased performer)의 인격표지영리권을 보호하기 위한 새로운 규정이 추가되면서, 퍼블리시티 가치가 “성명, 목소리, 서명, 사진, 또는 초상”으로 보다 구체적으로 명시되었다.⁸⁾

조지아 주에서는 인격표지영리권에 관한 별도의 성문법이 없다. 다만 조지아 주 대법원이 판결하였던 Bullard v. MRA Holdings, LLC 사건에서 인격표지영리권 개념을 “성명 또는 초상에 대한 배타적 사용권”이라고 정의하였다.⁹⁾ 이러한 인격표지영리권 개념에 비추어 볼 때 퍼블리시티 가치, 즉 보호 내용은 “성명 또는 초상”임을 알 수 있다.

더불어 <일반 불법행위에 관한 법 리스테이트먼트> § 652C 규정에서는 “성명 또는 초상을 도용하여 이익을 취한 개인 또는 제3자를 위해 이러한 행위를 한 개인은 타인의 프라이버시 침해에 대하여 법적 책임이 있다”고 명시하고 있다. 비록 이 규정은 프라이버시 침해라는 표현을 사용할지라도, 이 규정에 덧붙여진 주석에 따르면 성명 또는 초상에 관한 이익은 재산적 가치에 대한 설명이고, 이러한 재산적 이익을 보호하기 위한 법적 장치가 인격표지영리권임을 밝히고 있다. 그러므로 이 규정에 따른 인격표지영리권 개념에 따르면 퍼블리시티 가치는 성명 또는 초상임을 확실하게 알 수 있다.

(3) 일반적 개념의 해석 필요성

인격표지영리권 개념을 규정하고 있는 성문법, 판례법, 또는 <일반 불법행위에 관한 법 리스테이트먼트>를 통해서 도출할 수 있는 퍼블리시티 가치는 성명, 목소리, 서명, 사진, 초상, 또는 그림이라는 사실을 명백하게 알 수 있다.

하지만 이러한 인격표지가 모호하게 표현 또는 묘사된 경우, 인격표지의 주체는 합리적 추론을 통해서만 명확하게 특정될 수 있다. 이러한 인격표지가 특정될 수 있는 합리적 추론의 명백한 기준은 입법례 또는 판례법상의 일반적 정의 개념만을 통해서 도출되기 어렵다. 아래에서는 모호하게 표현 및 묘사된 인격표지를 특정할 수 있는 합리적 추론의 기준에 관한 미국의 판례를 살펴보겠다.

8) N.Y. Civ. Rts. § 50-f (McKinney, 2022). 목소리가 퍼블리시티 가치를 가질 수 있는 인격표지로 인정한 판례에 관하여 Midler v. Ford Motor Co., 849 F.2d 460 (9th Cir. 1988) 참조.

9) 292 Ga. 748, 752-53 (Ga. 2013).



2. 모호하게 드러난 인격표지

(1) 합리적 추론의 필요성

퍼블리시티 가치를 지니는 인격표지가 구체적 사례에서 명명백백하게 어느 특정 유명인사를 형상화하는 것이 아닐 수 있다. 예를 들어 유명인사의 사진을 그림으로 그리는 과정에서 얼굴의 이목구비는 생략되었지만, 그 인사의 고유한 자세가 그대로 그려진 경우를 들 수 있다. 또는 유명인사의 성명을 그대로 사용하지 않고 영문 이니셜로써 대체한 경우도 들 수 있다. 이러한 경우, 본인의 인격표지가 상업적으로 도용되었다는 인격표지 주체의 주장과 그 주장의 상대방 사이에서 인격표지영리권 침해 여부에 대한 법적 논쟁이 일어날 수 있다.

만약 인격표지영리권으로써 보호될 수 있는 인격표지가 명확하게 표현된 성명 또는 분명하게 그려진 초상으로 한정된다면, 인격표지영리권 개념은 유명무실해질 것이다. 그러므로 직접적으로 드러나지 않지만 합리적 추론을 통해서 특정될 수 있는 인격표지는 인격표지영리권의 보호범위로 포섭될 필요가 있다. 인격표지영리권 침해 여부의 법적 판단을 위한 합리적 추론과정은 인격표지영리권의 법적 개념에서 구체적으로 명시하고 있는 성명, 목소리, 서명, 사진, 초상, 또는 그림과 같은 인격표지를 통해서 이루어질

수 있다. 그 결과 합리적 추론과정은 구체적 사례에서 특정 개인을 지칭 또는 형상화할 수 있는 인격표지가 모호한 경우에 있어서 중요한 역할을 할 수 있다.

(2) 성명에 관한 합리적 추론 사례

Hirsch v. S.C. Johnson & Son, Inc. 사례에서 피고는 원고의 성명을 사용하는 대신 그의 별명을 사용하였다.¹⁰⁾ 이 사건에서 재판부는 피고가 사용한 원고의 별명도 원고의 인격표지가 될 수 있다고 판단하였다. 심지어 Carson v. Here's Johnny Portable Toilets, Inc. 사례의 피고는 원고의 성명과 초상을 사용하지 않고 오직 원고가 방송에서 사용하던 유행어만을 광고로 사용하였다.¹¹⁾ 그럼에도 불구하고 이 사건 재판부는 원고가 사용하던 유행어가 인격표지영리권으로써 보호될 수 있는 인격표지로 이해될 수 있다고 보았다.

(3) 초상에 관한 합리적 추론 사례

Newcombe v. Adolf Coors Co. 사례에서 원고는 전미에서 명성을 떨치던 유명한 야구선수로서 다른 선수들과 명확하게 구분되는 특이한 자세로 야구공을 던졌다.¹²⁾ 피고는 원고의 등번호와 함께 특이한 투구동작을 실루엣으로 형상화하였고 이를 광고에 활용하였다. 원고의 이목구비가 드러나지 않았지만, 이 사건의 재판부는 피고가 사용하였던 야구선수 실루엣만으로도 원고의 정체성이 드러날 수 있는 인격표지로 보았다.

White v. Samsung Elecs. Am., Inc. 사례도 앞의 Newcombe 사례와 유사하다.¹³⁾ 피고는 원고와 동일한 머리모양과 의상을 갖춘 로봇이 원고가 진행하는 방송에서의 모습을 형상화하여 이를 광고에 사용하였다. 마찬가지로 이 사건의 재판부도 피고가 사용하였던 로봇의 형상을 원고의 초상과 같다고 보고, 이러한 로봇의 형상을 활용한 행위는 원고의 인격표지를 침

¹⁰⁾ 280 N.W.2d 129 (Wis. 1979).

¹¹⁾ 698 F.2d 831 (6th Cir. 1983).

¹²⁾ 157 F.3d 686 (9th Cir. 1998).

¹³⁾ 989 F.2d 1513 (9th Cir. 1993).

해한다고 판단하였다.

심지어 *Motschenbacher v. R.J. Reynolds Tobacco Co.* 사례에서는 피고가 자동차 경주 운전자로 명성이 드높은 원고의 초상 없이 오직 원고가 운전하던 경주용 자동차만을 광고에 활용하였다.¹⁴⁾ 이 사건 재판부는 원고가 운전하던 경주용 자동차의 고유한 디자인이 운전자인 원고의 인격표지를 형상화한 것으로 보았고, 이러한 인격표지도 인격표지영리권으로써 보호될 수 있다고 판시하였다.

3. 현대 사회에서 인격표지의 복잡·다양화 현상에 대한 전망

인격표지영리권은 *Haelan Labs.* 판례를 통해 처음으로 법적 권리로서 인정되었고, 이후 미국의 몇몇 주들은 개인의 성명과 초상을 보호하기 위한 인격표지영리권을 성문으로 입법화하였다. 성명, 초상과 같이 자명한 개인의 인격표지와 달리 모호하게 표현 또는 형상화된 인격표지가 인격표지영리권으로써 보호될 수 있는지에 관한 법적 분쟁을 구체적 사례를 통해서 살펴보았다. 성명은 별명과 유행어로 대체될 수 있고 초상은 실루엣, 로봇, 또는 자동차로도 대체될 수 있음을 확인하였다.

특히 현대 사회에서는 개인의 인격표지를 나타낼 수 있는 방식이 과거에 없던 방식으로 발전하고 있다. 예를 들어 개인은 현실 공간이 아닌 메타버스, 즉 현실 공간에서만 이루어지던 활동을 가상의 공간에서도 그대로 할 수 있게 되었고, 그 과정에서 자신을 나타낼 수 있는 인격표지를 다양하게 활용할 수 있게 되었다. 이러한 현상 속에서 개인의 어떤 인격표지가 퍼블리시티 가치를 가질 수 있을지에 관한 논의는 점점 복잡하고 다양해지고 있다.

그럼에도 불구하고 인격표지영리권으로써 보호될 수 있는 인격표지 개념의 경계선을 확정하기 위한 논의의 기본 전제는 크게 다르지 않다고 생각한다. 이러한 논의는 개인의 인격표지를 대중매체에서 보다 효율적인 방법에 따라서 영리적으로 활용하려는 측과 본인의 인격표지가 가지고 있는 퍼블리시티 가치, 즉 재산적 가치를 법적으로 보장받으려고 하는 측 사이의 긴장관계에 대한 이해로부터 출발한다. 이러한 긴장관계를 해소하기 위한 해결책은 다른 사람의 인격표지를 영리적으로 활용하려는 측과 인격표

¹⁴⁾ 498 F.2d 821 (9th Cir. 1974).

지의 재산적 가치를 보장받기를 원하는 측 사이의 원만한 합의점을 모색하는 데 있다고 생각한다. 그러므로 인격표지영리권의 보호 범위, 즉 재산적 가치를 가질 수 있는 인격표지에 대한 한계의 공정한 결정은 인격표지의 활용이 영리적 목적에 있는지 또는 비영리적 목적에 있는지를 고려하여 합리적 추론과정이 얼마나 투명하게 이루어지는지에 달려있다고 생각한다. 앞으로 이러한 과정에 대한 연구가 계속해서 이루어질 필요가 있다.

**IV. 영국
사법제도상
인격표지의
보호**

1. 인격표지 보호를 위한 사법제도

영국의 잉글랜드·웨일스 (이하 ‘영국’이라 한다)의 사법제도는 미국에서 유래된 인격표지영리권 개념을 명시적으로 인정하지 않고 있다. 하지만 영국의 사법제도는 인격표지영리권의 보호목적인 인격표지를 기존 사법제도로써 실질적으로 보호하고 있다. 저작권법(The Copyright, Designs and Patents Act of 1988), 상표법(The Trade Marks Act of 1994), 사적모용에 관한 보통법상 불법행위법(The Common Law Tort of Passing Off)을 예로 들 수 있다. 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

2. 저작권법에 의한 보호 및 한계

저작권법은 개인의 독창적인 노력으로써 작성된 글 또는 영상으로 제작된 창작물을 법적으로 보호하고 있다. 법적으로 보호받을 수 있는 저작물이 다른 사람에 의하여 완전히 또는 상당한 정도로 표절되었다면, 저작물에 대하여 정당한 권한을 가지고 있는 개인은 인격표지영리권과 동일한 효과를 주장할 수 있다.

기본적으로 저작권법은 개인의 창작물을 그 보호 목적으로 하고 있다. 만약 유명인사의 초상이 저작권법으로써 보호되려면 이는 창작물로 평가되어야 한다. 그렇기 때문에 유명인사의 초상이 단순히 묘사된 사진은 저작권법상 보호 대상으로 평가될 수 없다.¹⁵⁾ 게다가 유명인사의 초상을 단순히 소유하고 있다는 사실이 곧 유명인사의 초상에 대한 저작권을 가진다는 것을 의미하지 않는다.

¹⁵⁾ Re: Elvis Presley Trademarks, Inc., [1997] R.P.D.T.M.C. 543 (Ch.) (Eng.).



개인의 초상이 묘사된 사진이 완전히 또는 상당히 표절된 경우에 이러한 인격표지는 저작권법에 의하여 보호될 수 있다. 하지만 인격표지가 저작권법에서 요구하고 있는 기준에 부합되지 않을 정도로 표절되었다면 이러한 인격표지는 저작권법에 의하여 보호될 수 없다. 예를 들면 *Bauman v. Fussell* 사례에서 법원은 표절시비가 있었던 유사한 사진에 대하여 저작물로 등록되어 있는 사진의 원본을 독창적으로 재해석한 작품으로 이해하였다.¹⁶⁾ 그 결과 저작물의 원본 작가는 아무런 법적 구제를 받을 수 없었다.

저작권법에 의하여 보호될 수 있는 인격표지는 기본적으로 창작물이어야 하고, 이러한 인격표지에 대한 침해의 모습이 상당한 정도로 표절되어야 한다. 즉 미국 인격표지영리권과 비교해보았을 때 저작권법에 의하여 보호될 수 있는 인격표지의 범위는 비교적 협소하다는 결론을 도출할 수 있다. 그렇다보니 저작권법에 의한 인격표지의 보호에 있어서 흠결의 문제가 일어날 수 있다.

¹⁶⁾ 1978 R.P.D. & T.M. 485-86 (C.A.) (Eng.).

3. 상표법에 의한 보호 및 한계

상표법은 개인의 성명, 서명, 구체적 형상이 기록된 화상, 그리고 음성 등을 상표로서 등록될 수 있는 대상으로 보고 있다. 이러한 대상이 상표로 등록이 되면, 상표권의 주체는 등록상표에 대한 배타적 지배권을 가진다. 즉, 상표로 등록될 수 있는 개인의 인격표지들이 상표법으로써 보호되기 때문에 상표법은 결과적으로 인격표지영리권과 동일한 역할을 할 수 있다.

하지만 상표법에서도 저작권법과 마찬가지로 등록되지 않은 상표는 아무런 보호를 받을 수 없다. 즉 상표법은 개인의 인격표지가 가질 수 있는 퍼블리시티 가치를 보호하는 데 있어서 법적 한계를 보일 수 있다.

예를 들어 Re: Elvis Presley Trademarks, Inc. 사례에서 저작권에 관한 문제와 별개로, 유명인사의 성명 “엘비스 프레슬리(Elvis Presley)”가 상표로 등록될 수 있는지 여부에 관하여 다루었다.¹⁷⁾ 이 사건 담당 법원은 “Elvis Presley”라는 개인의 성명은 매우 흔히 사용될 수 있기 때문에 상표로 등록할 수 없다고 보았다.

4. 보통법상 불법행위법에 의한 보호 및 한계

사적모용(passing off)에 관한 보통법상 불법행위법은 유명인사가 사회에서 쌓아온 명성을 고려하여 유명인사의 성명 및 초상과 같은 인격표지를 그 보호의 대상으로 한다.

예를 들어 Irvine v. Talksport Ltd. 사례에서 피고는 본인의 사업을 홍보하기 위한 광고 및 책자에 원고인 유명인사가 마치 피고의 사업을 지지하는 모습과 같은 형상을 임의로 제작하였다.¹⁸⁾ 이 사건에서 법원은 무단으로 도용된 원고의 초상이 피고에 의하여 사적으로 모용되었음을 인정하였다. 마찬가지로 Fenty v. Arcadia Group Brands, Ltd. 사례에서 담당 법원은 원고의 허락 없이 무단으로 원고의 초상을 도용한 피고에게 사적모용에 대한 불법행위책임을 인정하였다.¹⁹⁾

17) Id.

18) [2002] EWHC 367 (Ch.) (Eng.).

19) [2013] EWHC 2310 (Ch.) (Eng.).

하지만 사적모용에 관한 보통법상 불법행위의 인정여부는 일반 소비자의 오인가능성, 즉 일반 소비자가 유명인사와 상품에 도용된 유명인사의 초상과의 관련성에 대한 오해의 정도에 따라서 결정된다.²⁰⁾ 만약 법원이 도용된 유명인사의 초상이 일반 소비자에게 오인을 일으킬 수 있는 상당성을 부정한다면, 유명인사 초상의 보호에 있어서 한계가 있을 수 있다.

5. 인격표지영리권의 명시적 인정 필요성

영국 사법제도는 미국 인격표지영리권 개념을 명시적으로 인정하지 않고 기존 사법제도를 통해서 재산적 가치를 가질 수 있는 인격표지를 보호하고 있음을 확인하였다. 영국의 이러한 입장은 법체계의 통일성을 고수하고 있다는 점에서 고무적이다. 기존에 형성되어 있는 사법제도 속에 외국의 새로운 법제를 도입하는 일은 분명 전체 사법제도의 통일성을 해칠 수 있기 때문이다. 하지만 기존의 사법제도가 형성될 때 입법자가 염두에 두고 있지 않던 새로운 사회현상을 규율하는 데 한계를 가질 수 있음은 앞의 영국 법원에서 다루어졌던 사례들을 탐색함으로써 확인할 수 있었다.

영국의 인격표지 관련법 및 판례에 비추어볼 때, 기존 사법제도의 해석으로써 인격표지를 보호하기 위한 논의의 방향보다 미국 인격표지영리권을 명시적으로 인정하기 위한 논의의 방향이 필요한 시점이다.

V. <인격표지영리권 민법 개정안>에 대한 시사점

1. 인격권 하위 개념으로서의 인격표지영리권

우리 사법제도는 인격표지영리권을 명시적으로 인정하지 않고 있다. 대법원은 인격표지영리권의 인정 여부에 관한 논의를 직접적으로 다룬 적이 없다. 하급심 법원의 판례들은 이러한 논의에 관하여 서로 상충하는 결론을 도출하고 있다. 이러한 상황에서 우리나라 법무부는 <인격표지영리권 민법 개정안> 제3조의3 규정의 입법을 예고하였다.

법무부는 <인격표지영리권 민법 개정안>의 입법 예고 전, <인격권 민법 개정안> 제3조의2 규정의 입법을 먼저 예고하였다. 즉 인격권에 대한 입법


²⁰⁾ 예를 들어 Lyngstad v. Anabas Pros. Ltd., [1977] F.S.R. 62 (Eng.).

적 논의가 우선 이루어졌고, 그 뒤로 인격표지영리권에 관한 입법적 논의가 이루어졌다. 인격표지영리권이 인격권의 하위 개념으로 포섭되어 있음을 알 수 있다. 이러한 순차적 입법 과정에 비추어 보았을 때, 미국 인격표지영리권 도입을 위한 우리 민법의 기본적 방향은 인격권 중심의 일원론에 입각하여 이루어지고 있음을 알 수 있다.²¹⁾

미국과 달리 우리 사법제도는 인격권을 명시적으로 인정하지는 않지만 실질적으로 인정하고 있었고, 법무부는 <인격권 민법 개정안> 제3조의2의 입법을 예고하였다. 우리 사법제도가 인격권 개념을 인정하는 방향으로 발전하고 있다. 이러한 우리 사법제도의 실정을 거시적 관점에서 비추어볼 때, 인격표지영리권에 관한 입법 논의는 인격권 개념과의 관계 속에서 이루어져야 한다.

2. 일반적 규정에 대한 해석 연구의 필요성

<인격표지영리권 민법 개정안> 제3조의3에서는 인격표지영리권의 인정 여부, 규정방식, 권리주체, 상속 여부, 그리고 침해에 따른 구제수단을 명시하고 있다. 하지만 <인격표지영리권 민법 개정안>에서는 일반적 그리고 추상적 개념을 통해서만 인격표지영리권으로 보호될 수 있는 인격표지가 무엇인지를 밝히고 있으며, 인격표지영리권 침해가 정당화될 수 있는 사유가 무엇인지에 관한 부분 또한 그러하다.

그러므로 인격표지영리권으로 보호될 수 있는 보호 범위를 비롯하여, 다른 사람의 인격표지가 임의로 사용될 수 있는 정당한 사유가 무엇인지에 관한 판례의 태도를 계속해서 살피고 이에 관한 학술적 논의도 함께 이루어져야 한다. 

21) 김민성 (2022), 퍼블리시티권의 정합적 정립을 위한 법 구조 연구 - 미국 보통법상 퍼블리시티권과 우리 민법상 인격권의 비교를 중심으로 -, <민사법학>, 제100호, pp.292-293 참조.

03

퍼블리시티권 입법의 영향

홍승기 인하대학교 법학전문대학원 교수, 변호사



I. 개봉 대기 중 영화이야기

촬영을 종료하고 개봉을 기다리는 음악영화가 있다. 작고한 음악가 두 사람 이야기인데 그 중 한쪽 유족이 영상화에 완고하게 반대한다. 품격 있는 영화로 완성된다면 유족의 반감이 사라질 것이고, 시비를 건다 하여도 법원이 협조하지 않을 것이라고 자문했다. 퍼블리시티권 법제화를 내용으로 하는 민법 개정안이 발의되었다는 소식을 들은 프로듀서가 전화를 했다. “고민을 덜었습니다. 그 가수가 세상을 뜬지 30년이 넘었습니다.” 역설적으로, 입법의 가장 큰 효과는 퍼블리시티권의 존속기간을 확정함으로써 퍼블리시티의 이용을 자유롭게 한 점이 아닌가 싶다.

그간 퍼블리시티권 관련 논문도 쏟아져 나왔고 법안도 꽤 여럿 나오기도 하고 사라지기도 했다. 대한상사중재원과 공정거래위원회가 마련한 표준계약서도 퍼블리시티권을 놓치지 않았고, 대중문화산업발전법은 대중문화에 슬용역관련계약에서 상표권·초상권·콘텐츠 귀속에 관한 사항을 포함하도록 규정하였다(제7조 제1항 제5호). 가히 퍼블리시티권 백가쟁명(百家爭鳴)의 시대였다.

아래에서는 입법의 전개과정을 확인하고, 그간 퍼블리시티권이 어떠한 취급을 받았는지 판례를 중심으로 검토하며, 입법으로 인한 변화가 과연 어떠한지를 예견한다.

II. 다양한 입법시도와 입법

1. 언론중재법의 인격권 - persona의 인격적 측면

2005년 7월 28일 시행 「언론중재 및 피해구제등에 관한 법률」(법률 제 7370호 2005. 1. 27. 제정) 제5조는 ‘인격권 보장’에 대해 다음과 같이 규정하였다.

제5조(인격권의 보장 등)

- ① 언론은 생명·자유·신체·건강·명예·사생활의 비밀과 자유·초상·성명·음성·대화·저작물 및 사적문서 그 밖의 인격적 가치 등에 관한 권리(이하 “인격권”이라 한다)를 침해하여서는 아니된다.
- ② 인격권의 침해가 사회상규에 반하지 아니하는 한도 안에서 피해자의 동의에 의하여 이루어지거나 또는 공적인 관심사에 대하여 중대한 공익상 필요에

의하여 부득이하게 이루어진 때에는 위법성이 조각된다.

- ③ 사망한 자에 대한 인격권의 침해가 있거나 침해할 우려가 있는 경우에 이에 따른 구제절차는 유족이 대행한다. 다만, 다른 법률에서 특별히 정함이 없으면 사망 후 30년이 경과한 때에는 그러하지 아니하다(이하 ④, ⑤ 생략)

2. 퍼블리시티권의 입법시도/입법

2005년 박찬숙 의원이 대표발의한 저작권법 일부개정안(의안번호 3276), 2009년 이성현 의원이 대표발의한 저작권법 일부개정안(의안번호 1804588)이 있었다. 도종환 의원의 대표발의로 2021년 1월 15일 제출된 저작권법 전면개정안(의안번호 7440) 또한 퍼블리시티권을 ‘초상등 재산권’으로 저작권법에 수용하고 있는 방식이다(안 제2조 및 제123조부터 제129조까지).¹⁾ 2015년 1월 13일에는 길정우 의원이 대표발의한 「인격표지권 보호 및 이용에 관한 법률안(의안번호 1913653)」이 제출된 바 있다. ‘퍼블리시티권’을 ‘인격표지권’이라 표기한 이 법안은 23개 조문으로 구성되었는데, 보호기간을 사망 후 30년으로 하였다.

부정경쟁방지 및 영업비밀에 관한 법률(이하 ‘부정경쟁방지법’이라 한다)을 개정하여 퍼블리시티권을 포섭하자는 주장도 끊이지 않았다.²⁾ 이 주장은 가수 박상민 관련 분쟁에서 ‘가수의 이름은 공연활동에 사용하는 영업표지’이므로 그 이름의 사칭을 부정경쟁행위로 판단한 대법원의 판결 선고 이후 힘을 받았다.³⁾ 2014년 1월 31일 시행 부정경쟁방지법[법률 제11963호, 2013. 7. 30., 일부개정]은 부정경쟁행위의 유형으로서 성과모용행위를

1) 제안이유에서는 “초상 성명 목소리 등은 표현의 방식을 취하는 경우가 많아 저작물과 일부 유사한 특성도 있으며 대부분 저작물과 함께 이용된다는 점에서 저작권법에 이에 대한 권리를 명시하여 보호함으로써 저작물 이용과의 관계를 명확히 하고 법적 안정성을 제고하고자 함”이라고 하였다.

2) 이미션 (2010). 퍼블리시티권에 관한 고찰: 그 범위와 한계 및 입법화 방안과 관련하여. <Law & Technology>, 제6권 제2호, p.124.

3) 대법원 2009. 1. 30. 선고 2008도5897판결. 가수 박상민의 음색·창법·모자·선글라스·수염을 흉내내고, 박상민을 사칭하여 가수활동을 하는 이를 상대로 가수 박상민이 형사고소를 한 사건이다. 법원은 ‘특별출연 인기가수 박상민’ 식으로 박상민의 이름을 사용한 행위를 부정경쟁행위로 파악하였으나, 모자·선글라스·수염 등의 독특한 외양을 모방한 점에 대해서는 부정경쟁행위가 아니라고 보고 벌금 700만원을 선고하였다.



신설하였다(제2조 제1항 (차)목). 신설된 (차)목에 대해서는 퍼블리시티권을 보호하기에 적절한 최소한의 입법이라는 긍정적 평가가 있었다.⁴⁾ 2022년 12월 26일 시행 부정경쟁방지법 [법률 제18548호, 2021. 12. 7., 일부개정]은 제2조 제1호 ‘(타)목’을 신설하여 퍼블리시티권을 입법하였다.

3. 민법 개정안

개인의 성명이나 초상에서 인격적 요소와 재산적 요소를 구분한다고 하더라도, 이를 인격권의 성질을 가진 부분과 재산권의 성질을 가진 부분으로 분리하여 각 다른 법률로 규정하는 것은 비효율적이라는 전제에서, 아예 민법에서 퍼블리시티권을 인격권과 함께 규정하자는 주장이 있었고,⁵⁾ 이러한 주장이 입법안으로 나타났다.

법무부는 2022년 12월 26일부터 2023년 2월 6일까지 ‘인격표지영리권’ 신설을 위한 민법개정안을 입법예고하였다.

4) 박준우 (2015), <퍼블리시티권의 이해>, 서울: 커뮤니케이션북스, p.86.

5) 김재형 (2015), <민법의 현대화를 위한 민법개정 연구>, 서울대학교 산학협력단, p.105.

제3조의3(인격표지영리권)

- ① 사람은 자신의 성명, 초상, 음성 그 밖의 인격표지를 영리적으로 이용할 권리를 가진다.
- ② 제1항의 인격표지영리권은 양도할 수 없다.
- ③ 인격표지영리권자는 다른 사람에게 자신의 인격표지의 영리적 이용을 허락할 수 있다. 다만, 신념에 반하는 등 중대한 사유가 있는 때에는 허락을 철회할 수 있다.
- ④ 다른 사람의 인격표지 이용에 정당한 이익이 있는 사람은 인격표지영리권자의 허락 없이도 합리적인 범위에서 인격표지를 영리적으로 이용할 수 있다.
- ⑤ 제1항의 권리는 본인이 사망한 후 상속되어 30년 동안 존속한다.
- ⑥ 제3조의2 제2항, 제3항⁶⁾의 규정은 인격표지영리권에 준용한다.

제3조의3 제6항에서 준용하고 있는 제3조의2의 관련 규정은 다음과 같다.

제3조의2(인격권)

- ① 사람은 생명, 신체, 건강, 자유, 명예, 사생활, 성명, 초상, 개인정보, 그 밖의 인격적 이익에 대한 권리를 가진다.
- ② 사람은 제1항의 인격적 이익에 대한 권리(이하 인격권)를 침해하는 자에게 침해를 배제하고 침해된 인격적 이익을 회복하는 데 적당한 조치를 할 것을 청구할 수 있다.
- ③ 사람은 인격권을 침해할 염려가 있는 행위를 하는 자에게 침해의 예방이나 손해배상의 담보를 청구할 수 있다.

6) 제3조의2(인격권) ① 사람은 생명, 신체, 건강, 자유, 명예, 사생활, 성명, 초상, 개인정보, 그 밖의 인격적 이익에 대한 권리를 가진다. ② 사람은 제1항의 인격적 이익에 대한 권리(이하 인격권)를 침해하는 자에게 침해를 배제하고 침해된 인격적 이익을 회복하는 데 적당한 조치를 할 것을 청구할 수 있다. ③ 사람은 인격권을 침해할 염려가 있는 행위를 하는 자에게 침해의 예방이나 손해배상의 담보를 청구할 수 있다.

III. 퍼블리시티권에 대한 그간의 취급

1. 물건법정주의론

서울고등법원은 2002. 4. 16. 선고 2000나 42061 판결(이하 ‘제임스 딘 항소심 사건’이라 한다)에서, 성문법주의 아래서 법적 근거 없이 물건 유사의 배타적 재산권인 퍼블리시티권을 인정할 수 없다는 이유로 퍼블리시티권을 정면으로 부인하였다.⁷⁾ 이후 2004년 선고된 김민희 사건,⁸⁾ 은지원 사건⁹⁾ 등이 위 ‘제임스 딘 항소심 사건’의 취지를 좇았다. 한편 서울고등법원은 2005. 6. 22. 선고 2005나 9168 판결(이하 ‘이영애 사건 항소심’이라 한다)에서 정반대의 입장을 보였다. 즉, ‘(유명인)의 성명, 초상 등에 대하여 형성된 경제적 가치가 이미 광고업 등 관련 업계에서 널리 인정되고 있는 이상 이를 침해하는 행위는 원고 본인에 대한 관계에서는 명백히 불법행위를 구성하고, 이와 같이 보호되는 한도 내에서 원고가 자신의 성명, 초상 등의 상업적 이용에 대하여 배타적으로 지배할 수 있는 권리를 퍼블리시티권으로 파악하기에 충분하다’고 파악한 것이다.

이후 한동안 퍼블리시티권을 인정하는 판결이 계속되다가, 2013년 이후 다시 퍼블리시티권 개념 자체를 부정하는 판결이 나왔다. 퍼블리시티권의 독립성을 부인하면서 인격권의 침해를 인정하거나,¹⁰⁾ 퍼블리시티권이 아직 명확하게 정해졌다고 볼 수 없다고 판단하거나,¹¹⁾ 혹은 퍼블리시티권의 독립성도 부정하고, 부정경쟁방지법 제2조 제1호 (차)목의 ‘공정한 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법’이라고도 볼 수 없으며 성명권도 침해하지도 않았다는 판단이 그렇다.¹²⁾ 최근 BTS 사진을 대량으로 수록한 부록과 포토카드 등을 제작하여 판매한 행위에 대하여 BTS측이 도서출판금지 등 가처분신청을 한 사건이 있었다. BTS는 (퍼블리시티권의 인정 여부가 불확실하

7) 이 사건의 원심법원은 퍼블리시티권의 성립을 전제하고, 다만 그 퍼블리시티권이 원고에게 양수되지 않았다는 이유로 청구를 기각하였다(서울지방법원 2000. 7. 14. 선고 99가합84901 판결). 항소심이 ‘퍼블리시티권’을 부인하였으나, 당사자가 ‘외국인’이고 더구나 ‘망인’이었다는 점이 부인의 이유가 아니었나 싶다.

8) 서울중앙지방법원 2004. 10. 1. 선고 2002가단254093 판결.

9) 수원지방법원 2005. 1. 13. 선고 2004가단20834 판결.

10) 서울고등법원 2014. 4. 3. 선고 2013나2022827 판결(얼굴인식앱).

11) 서울중앙지방법원 2014. 5. 14. 선고 2013나46305 판결. 이 사건은 배우 민효린과 가수 유이가 성형외과 의사를 상대로 퍼블리시티권 침해를 이유로 손해배상을 한 사안인데, 1심(2012가단337294판결)이 손해배상을 인정하였으나 항소심이 원심을 파기하고 청구를 기각하였다. 항소심은, ‘퍼블리시티권의 의미, 범위, 한계 등이 아직 명확하게 정해졌다고 볼 수 없고, ‘연예인 사진과 이름으로 사람을 유인했다는 사정만으로 퍼블리시티권을 침해했다고 볼 수 없으며, ‘의사가 연예인의 사진과 이름을 사용해 직접 어떤 수익을 얻었다고 볼 자료가 부족하다고 판단하였다.

12) 서울고등법원 2015. 1. 30. 선고 2014나2006129 판결(키워드 검색광고).



므로) 퍼블리시티권을 전혀 언급하지 않고 부정경쟁행위(제2조 제1항 제1호 차목)만을 신청이유로 하였고, 오히려 피신청인이 BTS의 청구가 (재산권으로서 부인되고 있는) 퍼블리시티권에 근거하고 있다고 항변하였다. 서울고등법원은 ‘피보전권리는 부정경쟁행위의 금지예방청구권(부정경쟁방지법 제4조 제1항)이고, 가처분결정이 퍼블리시티권을 인정한 전제에서 발령되었다는 피신청인 주장은 이유없다’고 하였다.¹³⁾

2. 침해에 대한 구제

1) 불법행위에 기한 손해배상청구권

종래 퍼블리시티권 침해를 ‘인정’하는 경우 불법행위에 기한 손해배상청구는 무리 없이 인정되었다. 민법 제750조¹⁴⁾의 ‘위법성’은 독일 민법과 마찬가지로 보호법규 위반뿐만 아니라 ‘선량한 풍속위반’의 경우에도 인정될 수 있기 때문이다.¹⁵⁾

¹³⁾ 서울고등법원 2019. 9. 18.자 2019라20535 결정. 이 사건은 재항고되었으나 대법원 2020. 3. 26. 선고 2019마65235 결정. 기각되었다.

¹⁴⁾ 민법 제750조 ‘고의 과실에 기한 위법행위로 타인에게 손해를 가한 자는 그 손해를 배상할 책임이 있다.’

¹⁵⁾ 박준서(편) (2004), <제3판 주석민법 채권각칙(6)>, 한국사법행정학회, p.118.

가. 재산상 손해배상 청구

퍼블리시티권 침해로 인한 손해배상의 범위는 피해자가 자신의 퍼블리시티(인격적 징표, persona)를 통상적으로 이용하였을 때 얻을 수 있는 대가 상당액으로 평가할 수 있다. 즉, 허용 범위를 넘어 초상을 사용한 사진,¹⁶⁾ 광고계약 기간이 종료한 이후의 계속광고에 대한 사진,¹⁷⁾ 권한 없이 코미디언의 초상·이름·유행어를 사용한 사진,¹⁸⁾ 프로야구 선수의 성명·게임기록을 사용한 사진¹⁹⁾ 등에서, 피고가 원고의 승낙을 받아서 그 퍼블리시티를 사용할 경우에 원고에게 지급하여야 할 '통상의 대가상당액'을 손해배상금으로 인정하였다.

나. 정신적 손해배상 청구

성명, 초상 등 인격적 징표의 침해와 관련하여 피해자가 재산적 손해를 별도로 청구하지 않고 정신적 고통에 대한 위자료 청구만을 하는 경우도 적지 않았다. 1990년대 중반 이후 퍼블리시티권이 논의되기 이전에는 일반적으로 성명, 초상 등의 인격적 측면만을 파악하여 민사소송을 제기하였으니 정신적 고통을 이유로 한 위자료 청구로 이론을 구성하는 것이 간명하였을 것이다. 퍼블리시티권이 본격적으로 논의된 이후에도 소송대리인의 성향 등에 따라 상당수 분쟁은 위자료 청구로 만족하였다.²⁰⁾

재산권으로서의 퍼블리시티권 침해를 이유로 재산적 손해 외에 별도로 정신적 고통을 원인으로 한 위자료 청구를 한 경우에, 재산적 손해와 함께 정신적 고통을 별도로 인정한 경우도 있었다. “테이티스 초이스 커피” 광고 계약 기간 종료 후 모델이 제3의 회사와 별건의 광고출연계약을 하고 그 광고가 집행되고 있음에도 “테이티스 초이스 커피” 광고가 계속 집행된 사건에서, “테이티스 초이스 커피” 광고물을 불법방영함으로써 ‘소외 럭키로부터 전속계약 위반의 책임을 추궁 당할 수 있는’ 특별한 사정을 들어 재산적 손해와는 별도로 정신적 고통을 인정하였다.²¹⁾

그러나 재산적 손해배상을 인정하는 대부분의 사건에서는, 퍼블리시티

16) 수원지방법원 성남지원 2002. 8. 30. 선고 2001가합5032 판결(장정) 등.

17) 서울중앙지방법원 2007. 11. 28. 선고 2007가합2393 판결(베드민턴 선수) 등.

18) 서울중앙지방법원 2005. 9. 27. 선고 2004가단235324 판결(정준하) 등.

19) 서울동부지방법원 2011.2.16. 선고 2010가합8226 판결(프로야구 선수).

20) 서울지방법원 2001. 12. 7. 선고 2001가합31184(이미연) 등.

21) 서울민사지방법원 1991. 7. 25. 선고 90가합76280 제16부판결(윤정).

침해에 대하여는 특별한 사정이 없는 한 재산상 손해 외에 정신상 손해가 발생한다고 보기 어렵고, 만일 정신상 손해가 발생하였다고 하더라도 재산상 손해의 배상에 의하여 정신적 고통이 회복된다는 이유로 별도로 위자료를 인정하지 않는다.²²⁾ 이는 대법원 1998. 7. 10 선고 96다38971판결과 권을 같이하는 것이다.²³⁾

다. 위자료 산정에 있어 재산적 손해 요소

퍼블리시티권 침해를 이유로 하면서도 재산적 손해배상을 구하지 않고 위자료 청구만을 하는 경우, 위자료 산정에 있어 가급적 재산적 손해 요소를 고려하여 손해배상의 범위를 합리화하려고 노력하는 경향도 보인다.²⁴⁾

2) 금지청구

인격권은 그 성질상 일단 침해된 후에 금전배상이나 명예회복 처분 등 사후적 구제수단만으로는 그 피해의 완전한 회복이 어렵고 손해전보의 실효성을 기대하기 어렵다는 이유로 인격권에 기한 금지청구는 인정된다.²⁵⁾ 언론중재 및 피해구제에 관한 법률은 인격권을 침해하는 언론에 대한 침해금지를 규정하고 있다(제30조 제3항).

퍼블리시티권은 프라이버시권에서 출발하였으므로 그 권리의 속성에 인격권적 요소가 남아있다고 해석한다면 퍼블리시티권에 기초한 금지청구를 인정하는 데 어려움이 없다. 실제로 퍼블리시티권 침해로 인한 금지청구를 인정한 사건은 적지 않다.²⁶⁾

3. 퍼블리시티권의 양도성

퍼블리시티권의 양도성이 쟁점이 된 사건에서, 퍼블리시티권을 인정하면

22) 서울중앙지방법원 2007. 11. 28. 선고 2007가합2393 판결(배드민턴 선수) 등.

23) 대법원 1998. 7. 10 선고 96다38971판결에서 대법원은, 재산상의 손해로 인하여 받는 정신적 고통은 그로 인하여 재산상 손해의 배상만으로는 전보될 수 없을 정도의 심대한 것이라고 볼 만한 특별한 사정이 없는 한 재산상 손해 배상으로써 위자된다라고 판단하였다.

24) 서울지방법원 1997. 8. 1. 선고 97가합16508 판결(임격정), 서울지방법원 1997. 11. 7. 선고 97가합20064 판결(H.O.T)

25) 대법원 1996. 4. 12. 선고 93다40614, 40621 판결 등.

26) 서울고등법원 2000. 2. 2. 선고 99나26339 판결(비탈사순), 서울중앙지방법원 2007. 12. 12. 선고 2007가합22441 판결(앤스닥거래소), 서울지방법원 2000. 7. 14. 선고 99가합84901 판결(제임스 단).

서도 그 양도성을 부인한 예는 발견하지 못하였다.²⁷⁾ 제임스 딘 사건에서, 피고는 제임스 딘 재단신탁으로부터 ‘제임스 딘’에 대한 관리처분권을 신탁 받았다는 점, 즉 퍼블리시티권의 양수를 전제로 반론을 펼쳤고, 법원도 양수성을 부정하지 않았다.²⁸⁾ 이후 비달사순 사건,²⁹⁾ 또 다른 제임스 딘 사건,³⁰⁾ 이미연 사건,³¹⁾ 장정 사건,³²⁾ 허브좌훈 사건,³³⁾ 현영 사건,³⁴⁾ 프로야구 선수 사건³⁵⁾ 등에서 퍼블리시티권 양도성을 직접 인정하거나, 혹은 인정하는 전제에서 논리를 전개하였다.

4. 퍼블리시티권의 상속성

퍼블리시티권의 상속성이 직접적인 쟁점이 된 사건으로 제임스 딘 사건,³⁶⁾ 또 다른 제임스 딘 사건³⁷⁾과 소설가 이효석 사건³⁸⁾이 있다.

제임스 딘 사건에서는 퍼블리시티권의 상속성을 일단 부인하면서, 만일 인정된다고 하더라도 사후 39년이 경과한 후 제기된 사건에서 사후 존속을 인정할 근거는 더욱 없다고 하였다. 또 다른 제임스 딘 사건에서는 “유명인이 자신의 퍼블리시티권을 생전에 행사함으로써 그 권리가 구체화되었다가 그 유명인이 사망한 경우와는 달리”, 퍼블리시티권이 아직까지 우리나라 성문법상의 권리로서 인정되지 않고 있는 점, 인격과 완전히 분리되어 존재하는 독립한 권리라고 보기 어려운 점, 인격권은 상속이 되지 않는 점, 상속이 된다고 가정하여도 세월이 지나면서 희석화 할 것이므로 사후 42년째인

27) 제임스 딘 항소심(서울고등법원 2002. 4. 16. 선고 2000나42061 판결)에서는 퍼블리시티권을 인정할 수 없다는 판단을 하였으므로 양도성 논의까지 나아갈 바가 없었으나 그 원심(서울지방법원 2000. 7. 14. 선고 99가합84901 판결)에서는 양도성을 전제로 판단하였다. 제임스 딘 항소심 판결과 궤를 같이한 김민희 사건(서울중앙지방법원 2004. 10. 1. 선고 2002가단254093 판결)에서는 퍼블리시티권을 인정하지 않았으나, 소송계속 중 김민희가 원고에게 피고 등 제3자의 초상권 침해행위에 대한 위자료 청구권을 포함하여 일체의 손해배상청구권을 양도한다는 취지의 진술서를 제출하였고, 그에 기초하여 손해배상청구권에 기한 양수금을 인정하였다. 퍼블리시티권을 부인하면서 원고를 구제하기 위하여 우회적인 방법을 택한 것으로 보인다.

28) 특허법원 1998. 9. 24. 선고 98하201 판결(제임스 딘 II)

29) 서울고등법원 2000. 2. 2. 선고 99나26339 판결.

30) 서울지방법원 2000. 7. 14. 선고 99가합84901 판결.

31) 서울지방법원 2001. 12. 7. 선고 2001가합31184 판결.

32) 수원지방법원 성남지원 2002. 8. 30. 선고 2001가합5032 판결.

33) 서울동부지방법원 2004. 1. 31. 선고 2002가합3370 판결.

34) 서울중앙지방법원 2006. 9. 29. 선고 2006가합27913 판결.

35) 서울동부지방법원 2011. 2. 16. 선고 2010가합8226 판결.

36) 서울지방법원 서부지원 1997. 8. 29. 선고 94가합13831 판결.

37) 서울지방법원 1997. 11. 21. 선고 97가합5560 판결.

38) 서울동부지방법원 2006. 12. 21. 선고 2006가합6780 판결.

현재까지 존속한다고 보기 어렵다고 하였다. 이 사건에서 원고는 퍼블리시티권의 존속기간이 저작권법상의 보호기간인 사후 50년이라고 주장하였는데, 법원은 ‘퍼블리시티권은 자신의 성명 또는 초상에 대한 상업적 이용을 허락하는 권리로서 저작권과는 그 권리의 발생요건, 보호목적, 효과 등을 달리하여 저작권법상 저작자의 권리에 대한 사후 존속기간에 관한 규정을 바로 유추적용할 수는 없다고 하였다.

반면에 소설가 이효석 상속인의 퍼블리시티권 청구에 대하여, 퍼블리시티권의 상속성을 인정하면서 그 존속기간에 대하여는 저작권법상의 사후 50년을 적용하였다. 결론적으로 사후 62년이 경과한 후 소송을 제기하였으므로 더 이상 퍼블리시티권이 존재하지 않는다는 이유로 청구를 기각하였다.

IV. 민법 개정으로 인한 영향

1. 권리의 명확화

민법 개정안 제3조의3이 입법된다면 어떤 변화가 있을 것인가? 퍼블리시티권이 성문법상의 권리로 변화함으로써 권리의 내용이 구체화되고, 피해자의 권리 주장이 한결 수월해질 것으로는 예상할 수 있다. 그렇다고 그 변화가 극적일 것으로는 기대하지 않는다. 종전에도 사회상규에 반하는 위법성을 이유로 손해배상청구를 인정하였고, 퍼블리시티권이 인격권의 발현이라는 등의 논거로 금지청구를 인용할 수 있었기 때문이다.

과거 퍼블리시티권이 부정된 사안들은 대체로 위법성을 인정하기 곤란한 경우 즉, 법안 제3조의3 제4항이 규정하는 ‘다른 사람의 인격표지 이용에 정당한 이익이 있는 경우’ 혹은 ‘표현의 자유’를 우선해야 할 경우 등이라고 이해할 만하다.³⁹⁾ 즉, 향후 분쟁은 빈발할 수도 있으나 입법으로 인하여 결과가 크게 달라지지는 않을 것이라는 뜻이다.

2. 금지청구의 내용

개정법은 민법 개정안 제3조의2 ‘인격권’의 금지청구 규정을 퍼블리시티권에 준용하는 것으로 하였다(제3조의3 제6항). 따라서 퍼블리시티권을 침해하는 자에게는 ‘침해를 배제하고 침해된 이익을 회복하는 데 적당한 조

³⁹⁾ 언론중재법 제5조 제2항도 마찬가지 취지이다.



치를 청구할 수 있고(제3조의2 제2항), 퍼블리시티권을 침해할 염려가 있는 행위를 하는 자에게는 ‘그 예방이나 손해배상의 담보’를 청구할 수 있다(제3조의2 제3항).

이 규정을 저작권법과 언론중재법의 관련 규정과 비교한다.

저작권법은, ‘저작권 그 밖에 저작권법에 의하여 보호되는 권리’를 가진 자는 그 권리를 침해하는 자에 대하여 침해의 예방 또는 손해배상의 담보를 청구할 수 있고, 그 권리를 침해할 우려가 있는 자에 대해 침해의 예방 또는 손해배상의 담보를 청구할 수 있다(제123조 제1항). 한편 이러한 청구를 하는 경우 침해행위에 의하여 만들어진 물건의 폐기나 그 밖에 필요한 조치를 청구할 수 있다(제123조 제2항).

언론중재법에 의하면 언론보도의 피해자는 인격권을 침해하는 언론사 등에 침해의 정지를 청구할 수 있고, 인격권을 명백히 침해할 우려가 있는 언론사 등에 침해의 예방을 청구할 수 있다(제30조 제3항). 이러한 청구를 하는 경우 침해행위에 제공되거나 침해행위에 의하여 만들어진 물건의 폐기나 그 밖에 필요한 조치를 청구할 수 있다.

민법과 저작권법, 언론중재법은 금지청구권의 효력에서 차이가 있다. 민법은 침해물의 폐기를 규정하지 않고, 저작권법은 침해행위의 결과물 즉 침



해물만을 폐기의 대상으로 규정한다. 그런데 언론중재법은 침해물뿐만 아니라 ‘침해행위에 제공된 물건’까지 폐기의 대상으로 한다. 저작권법의 폐기 대상에 주형(鑄型) 등 저작권 ‘침해행위에 제공된 물건’이 포함되는지에 대해서는 입법적 보완이 필요하다는 견해와 ‘그 밖에 필요한 조치’에 해당되는 것으로 해석하는 견해가 갈린다.⁴⁰⁾ ‘그 밖에 필요한 조치’라는 추상적 표현을 둔 바에야 침해행위에 제공된 물건의 폐기도 가능한 것으로 해석하는 편이 현실적일 것이다. 마찬가지로 민법 제3조의2의 ‘인격적 이익을 회복하는 데 적당한 조치’에는 침해물, 혹은 침해행위에 제공된 물건의 폐기를 포함하는 것으로 이해한다.

3. 양도성과 상속성의 내용

민법 개정안은 퍼블리시티권의 양도성을 부정한다. 퍼블리시티권을 ‘인격권’에 부수하는 권리로 파악하는 한 부득이했을 것이다. 그러나 양도성을 허용하지 않는다고 하여 심각한 문제는 생기지 않는다. 권리의 ‘이용허락’으로 퍼블리시티를 사업화 할 수 있을 것이기 때문이다. 개정안 제2항, 제3항

40) 박성호 (2017). <저작권법 제2판>. 서울: 박영사. p.746 참조. 아울러, ‘그 밖에 필요한 조치’로 해결하자는 견해는 정상조(편) (2007). <저작권법주해>. 서울: 박영사. p.1148 참조.

은 그러한 내용을 규정하고 있다.

민법 개정안은 당사자의 사후 30년간 퍼블리시타권이 존속하는 것으로 규정하였다. 언론중재법의 인격권 보호기간이 사후 30년이고(제5조의2 제5항), ‘인격표지권 보호 및 이용에 관한 법률안’에서도 보호기간을 30년으로 규정하였었다.

입법에 반대하는 입장에서도 퍼블리시타권 보호기간의 입법 필요성을 부인하기는 힘들었다.⁴¹⁾ 망인의 퍼블리시타권 분쟁에서 보호기간이 확정되지 않는다면 분쟁의 결과를 예측하기가 불가능하기 때문이다. 사후 30년간 당사자의 유족이나 유업을 잇는 재단이 망인의 퍼블리시타권을 행사할 수 있으므로, 그 기간이 종료하면 퍼블리시타는 공유영역(public domain)으로 들어가고, 누구나 그 퍼블리시타를 이용할 수 있다.

V. 퍼블리시타권의
한계 -
표현의 자유,
보도의 자유와
긴장

1. 일본의 ‘오로지(専ら) 기준’

퍼블리시타권은 태생적으로 표현의 자유와 긴장관계이다. 일본에서는 킹크림슨 사건⁴²⁾에서 ‘오로지(専ら) 기준설’에 의해 ‘표현의 자유’를 우위에 두었다. 언론이 퍼블리시타를 이용하는 사안이 ‘오로지’ 퍼블리시타 가치의 이용을 목적으로 하는 경우에만 퍼블리시타권 침해를 인정하자는 취지이다. 이후 ‘부부카 사건’⁴³⁾에서 ‘오로지 기준설’을 벗어나 퍼블리시타권 침해를 확대하고자 하였으나 핑크레이디 사건에서 최고재판소가 ‘오로지 기준설’을 취함으로써 논란이 정리되었다.⁴⁴⁾

2. 미국의 ‘공정이용’과 ‘지배적 목적’

미국에서는 1942년 Valentine v. Christensen 사건⁴⁵⁾에서 ‘상업적 언론’은 수정헌법 제1조와 무관하다는 ‘상업적 표현 구별론’이 등장하였으나 1976년 연방대법원은 Virginia State Board of Pharmacy v. Virginia

41) 홍승기 (2005). 퍼블리시타권 - 그 실체와 입법론. <국제법률경영>, 겨울호, p.95.

42) 東京高等裁判所 1999(平成11)年 2月 24日 判決.

43) 東京高等裁判所 2006(平成18)年 4月 26日 判決.

44) 임상혁 (2018). <퍼블리시타권의 한계에 관한 연구>. 경기: 경인문화사, pp.221-246.

45) 316 U.S. 52 (1942).



Citizens Consumer Council 사건⁴⁶⁾에서 상업적 표현을 수정헌법 제1조의 보호대상이라고 하였다. 이후 1980년 Central Hudson Gas and Electric v. Public Service Commission of New York 사건에서 상업적 표현과 정치적 표현의 차이를 인정하였다(Central Hudson Test).⁴⁷⁾ 뉴스 비평 토론 등 비상업적 공익적 표현에 대해서는 언론의 자유를 폭넓게 보호하고 퍼블리시티권의 행사를 제한하는 반면, 영리추구를 목적으로 하는 상업적 표현에 대하여는 상대적으로 언론자유를 폭을 좁게 인정하고 퍼블리시티권 보호를 확대하는 것이 기본 입장이다.⁴⁸⁾

캘리포니아주 대법원은 수정헌법 제1조와 퍼블리시티권 사이의 이익형량을 저작권법상 공정이용(§ 107, fair use) 규정에서 찾았다. ‘공정이용’의 요소인 ‘이용의 목적과 성격’의 해석기준인 변형적 이용(transformative use)을 중심으로 한 것이다.⁴⁹⁾ 한편 미주리주 대법원은 ‘지배적 이용 기준’을 적용하였다.⁵⁰⁾ 즉, 피고 상품의 판매에서 원고 퍼블리시티의 상업적 가치를 이용하는 측면이 지배적이라면 그 상품에 수정헌법 제1조의 보호를 받을 수

46) 425 U.S. 748 (1976).

47) 자세한 사항은 홍승기 (2003), 방송광고 사전심의 위한 판단의 함의 - 헌법재판소 2005헌마506 사건을 중심으로 -, <행정법연구>, 제37호, p.63 이하 참조.

48) 김성환 (2009), <퍼블리시티권의 법리와 실제>, 서울: 진원사, p.349.

49) Comedy III Productions v. Gary Saderup, 21 P.3d 797 (Cal. 2001).

50) DOE v. TVCI Cablevision, 110 S.W.3d 363 (Mo.banc 2003).

있는 표현적 내용이 있는 경우에도 퍼블리시티권의 침해이고, 피고 상품의 지배적 목적이 유명인에 대한 논평의 표현이라면 퍼블리시티권 침해가 아니라는 것이다.⁵¹⁾

일본과 미국의 예를 보더라도 퍼블리시티권의 입법으로 보도가 위축될 필요는 없다고 이해한다. 통상의 보도라면 유명인의 퍼블리시티 노출이 퍼블리시티권 침해로 연결되지는 않을 것이다. 🍵

51) 박준우 (2010). 표현의 자유에 의한 퍼블리시티권의 제한. <정보법학>, 제14권 제3호, pp.152-153.

강력범죄 피의자 신상공개와 범죄자 인격권 보호 ①

박경규 형사법무정책연구원 부연구위원, 법학박사

들어가며

우리나라는 2004년 이전까지만 하여도 흉악범의 얼굴을 별다른 절차·조건 없이 공개하였다. 2004년 이후 ‘피의자 인권’에 대한 의식이 높아지기 시작하면서 경찰청에서는 국가인권위원회의 권고에 따라 ‘인권보호를 위한 경찰관 직무규칙’을 제정하여 피의자 보호 규정을 마련하였으며, 흉악범의 얼굴을 가리기 위해 마스크와 모자 등을 제공하였다. 이러한 이유로 초등학생 여아를 성폭행한 조두순(2008년)도 신상이 공개되지는 않았다. 그러나 2009년의 강호순 연쇄살인사건 등 극악 범죄가 계속해서 발생하고, 2010년 부산 여중생 성폭행 살해사건(김길태 사건)으로 인한 국민들의 분노가 커지면서 2010년 4월에 「특정강력범죄의 처벌에 관한 특례법」을 개정하여 특정강력범죄에서의 피의자 신상공개제도에 대한 법적 근거를 마련하여 신상공개를 재개하였다.

특정강력범죄 신상공개제도에 대해서는 2010년경에 「특정강력범죄의 처벌에 관한 특례법」을 통해 법적 근거를 마련할 때부터 찬반논란이 끊이지 않고 있는데, 최근에는 택시기사와 동거녀를 살해한 혐의를 받고 있는 이기영 사건 및 스토킹하던 동료 여성을 살해한 신당역 살인사건(전주환) 등에서 피의자의 현재 모습이 아닌, 과거의 증명사진이 공개되면서 그 실효성에 대해서도 논란이 되고 있다.

강력범죄 피의자 신상공개제도의 법적 근거

강력범죄 피의자의 신상공개는 「특정강력범죄의 처벌에 관한 특례법」에 근거하고 있다. 동 법률 제8조의2에 의하면 특정강력범죄¹⁾ 중 “1. 범행수단이 잔인하고 중대한 피해가 발생한 특정강력범죄사건일 것, 2. 피의자가 그 죄를 범하였다고 믿을 만한 충분한 증거가 있을 것, 3. 국민의 알 권리 보장, 피의자의 재범방지 및 범죄예방 등 오로지 공공의 이익을 위하여 필요할 것, 4. 피의자가 「청소년 보호법」 제2조 제1호의 청소년에 해당하지 아니할 것”이라는 요건이 모두 충족되면 검사 또는 사법경찰관은 피의자의 얼굴, 성명 및 나이 등 신상에 관한 정보를 공개할 수 있고, 신상공개를 할 때에는 피의자의 인권을 고려하여 신중하게 결정하고 이를 남용하여서는 아니 된다. 경찰청 훈령 「경찰수사사건등의 공보에 관한 규칙」 제17조 제2항은 「특정강력범죄의 처벌에 관한 특례법」 제8조의2에 따라 특정강력범죄 피의자의 얼굴을 공개하는 때에는 얼굴을 가리는 조치를 취하지 않는 방식으로 하고, 필요한 경우 수사과정에서 취득하거나 피의자의 동의를 얻어 촬영한 사진·영상물 등을 공개할 수 있도록 하고 있다.

경찰청에서는 「강력범죄 피의자 얼굴 및 신상 공개 지침」을 마련하여 시행하고 있다. 지침에 의하면 「특정강력범죄의 처벌에 관한 특례법」 제2조에 규정된 범죄 중 사회적 파장이 크고, 국민적 관심이 집중된 사건에 대해 신상공개위원회의 의결에 따라 공개할 수 있다. 신상 공개여부는 지방청에 설치된 신상공개위원회에서 결정하는데, 신상공개위원회는 외부위원을 포함해 총 7명의 위원으로 구성된다. 총경급 이상 경찰관 3명의 내부위원과 교육자, 변호사, 언론인, 심리학자, 의사, 여성 범죄전문가 등으로 선임되는 외부위원 4명으로 구성한다.

「강력범죄 피의자 얼굴 및 신상 공개 지침」은 신상공개의 기준과 그 운영방법을 구체적으로 정하고 있는데, 다음 표와 같이 강력범죄 피의자의 신상공개 요건을 4개의 주요항목과 40개의 세부 체크리스트 항목으로 구체화하여 판단하도록 하고 있다.

1) 「특정강력범죄의 처벌에 관한 특례법」 제2조에 의하면 특정강력범죄란 다음의 범죄를 말한다.

1. 「형법」 제2편제24장 살인의 죄 중 제250조[살인·존속살해(尊屬殺害)], 제253조[위계(僞計)등에 의한 촉탁살인(囑託殺人)등] 및 제254조[미수범. 다만, 제251조 및 제252조의 미수범은 제외한다]의 죄
2. 「형법」 제2편제31장 약취(略取), 유인(誘引) 및 인신매매의 죄 중 제287조부터 제291조까지 및 제294조(제292조제항의 미수범은 제외한다)의 죄
3. 「형법」 제2편제32장 강간과 추행의 죄 중 제301조(강간등 상해·치상), 제301조의2(강간등 살인·치사)의 죄 및 흉기나 그 밖의 위험한 물건을 휴대하거나 2명 이상이 합동하여 범한 제297조(강간), 제297조의2(유사강간), 제298조(강제추행), 제299조(준강간·준강제추행), 제300조(미수범) 및 제305조(미성년자에 대한 간음, 추행)의 죄
4. 「형법」 제2편제32장 강간과 추행의 죄, 「성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」 제3조부터 제10조까지 및 제15조(제13조의 미수범은 제외한다)의 죄 또는 「아동·청소년의 성보호에 관한 법률」 제13조의 죄로 두 번 이상 실형을 선고받은 사람이 범한 「형법」 제297조, 제297조의2, 제298조부터 제300조까지, 제305조 및 「아동·청소년의 성보호에 관한 법률」 제13조의 죄
5. 「형법」 제2편제38장 절도와 강도의 죄 중 제333조(강도), 제334조(특수강도), 제335조(준강도), 제336조(인질강도), 제337조(강도상해·치상), 제338조(강도살인·치사), 제339조(강도강간), 제340조(해상강도), 제341조(상습범) 및 제342조(미수범. 다만, 제329조부터 제331조까지, 제331조의2 및 제332조의 미수범은 제외한다)의 죄
6. 「폭력행위 등 처벌에 관한 법률」 제4조(단체 등의 구성·활동)의 죄

〈표 1〉 신상공개 판단기준 및 가이드라인²⁾

연번	판단기준	가이드라인
1	잔인성·중대한 피해	범행수법의 잔혹성(사체훼손·토막 등), 범행시 흉기 사용, 범행 동기, 범행의 치밀성(사전 계획, 증거인멸 등), 2인 이상의 공모
2	충분한 증거	구속영장 발부, 피의자 자백이나 보강 증거가 확보된 경우로 다수의 직접증거가 확보된 경우
3	공공의 이익	국민의 알 권리(사회불안 야기, 국민관심 집중, 다른 유사범행 가능성 등), 재범방지(동종전과, 습성·성향 등), 범죄예방(잠재적 범죄인에 대한 경각심 고취, 국민의 범죄 피해 대비) 등
4	청소년 여부	청소년보호법상 청소년(만 19세 미만)인 경우 공개 불가

공개시기는 원칙적으로는 법원의 1차 판단이 완료된 구속영장 발부 시점 이후를 원칙으로 하고, 다만, 국민과 언론이 관심이 집중되고 충분한 증거확보 시에는 구속영장 발부 전(경찰 관서호송·영장실질심사 출석 시 등)에 공개할 수 있도록 하고 있다. 설령 구속영장이 발부된 이후도 피의자가 범행을 부인하고 관련 보강증거 수집이 필요한 경우에는 충분한 증거확보 후에 공개하도록 하였다. 이 외에 공개방법도 모자나 마스크로 가리지 않는 방법으로 자연스럽게 피의자 얼굴을 노출하는 것으로 한정하고, 적극적으로 얼굴을 노출하는 것은 금지하고 있다.

경찰청은 국가인권위원회 권고³⁾ 등을 받아들여, 2021년 8월 「강력범죄 피의자 얼굴 및 신상 공개 지침」을 개선하여 범죄 예방과 수사 상 목적이 있는 경우에 한해 최소한 범위에서 신상을 공개하도록 하고, 신상공개위원회의 심의 과정에서 피의자에게도 의견진술 및 소명 기회를 부여하도록 하였다.

신상공개제도의 긍정적·부정적 효과 및 찬반논란

특정강력범죄 피의자 신상공개제도에 대해서는 2010년경에 「특정강력범죄의 처벌에 관한 특례법」을 통해 법적 근거를 마련할 때부터 찬반논란이 계속되고 있다.

신상공개제도를 찬성하는 측에서는 ‘① 피의자의 인권보다 범죄예방과 국민의 알 권리가 더

2) 이해환·정지수 (2019). 강력범죄 피의자에 대한 신상공개 - 판단기준 분석과 정책변동론의 적용 -. 〈경찰학연구〉, 제19권 제3호, p.20 참조.

3) 국가인권위원회는 2021년 4월 1일, “관련 법령에 특정강력범죄 피의자의 신상공개결정 시 구체적인 절차가 규정되어 있지 않다고 하더라도, 신상정보 공개와 같은 불이익한 처분을 함에 있어서는 「행정절차법」에 따라 대상자에게 처분에 대한 사전통지 및 의견제출의 기회를 부여함으로써, 대상자로 하여금 자신의 권리와 관계되는 결정에 대하여 자신의 견해를 진술할 수 있도록 하는 기회를 주어 절차적 정당성을 확보하는 것이 마땅하다. … 특정강력범죄 피의자에게 신상정보공개에 대한 통지나 의견진술의 기회를 부여하지 않은 채 피의자의 신상정보를 공개한 것은 적법절차원칙을 위반하여 피의자의 인격권과 개인정보자기결정권을 침해한 것”이라고 결정하면서 “신상공개 대상자의 방어권과 절차적 권리를 보장할 수 있도록 관련 규정을 정비할 것”을 권고하였다.



중요하다. ② 피의자가 범한 다른 범죄에 의한 추가피해가 더 있을 경우에는 얼굴공개를 통해 범죄피해자 또는 목격자로부터 범인의 행적에 관한 증거 및 증언이 추가돼 사건의 진실을 밝힐 수 있다. ③ 다른 잠재적 범죄자들에게겐 범죄를 범할 경우에는 자신의 얼굴이 공개될 수 있다는 심리적 효과가 있어서 범죄예방효과를 기대할 수 있다. ④ 대중의 관심이 쏠린 피의자는 공인(public figure)으로 취급되어야 하며, 따라서 보통사람이 누리고 있는 프라이버시를 인정받을 수 없고, 피의자의 얼굴을 공개함으로써 일반 시민들로 하여금 범죄에 대한 사회적 관심을 갖도록 만드는 것이 공공의 이익에 부합한다. ⑤ 국민의 법감정이나 사회적 필요성에 비추어 볼 때 신상 정보공개는 타당하며, 다수 국민들과 피해자의 권리가 우선되어야 한다. ⑥ 피의자의 얼굴 등 신상을 공개하지 않은 것은 경찰이 지명수배자들의 얼굴 사진을 전국 곳곳에 붙여 놓는 것보다도 모순되고 차별된다. ⑦ 초상권은 개인의 권리이지 가족의 권리는 아니며, 가족이 범죄에 희생당한 피해자들에게 배상할 책임을 지지 않는다고 할 것이므로, 피의자의 가족은 피의자의 신상공개로 인해 피해를 당하지 않도록 요구할 권리를 주장할 수도 없다.’ 등의 논거를 제시한다.⁴⁾

신상공개제도에 반대하는 측에서는 ‘① 유죄가 확정되지 않은 피의자의 신상을 공개하는 것은 피의자를 사실상 유죄자로 취급하는 것으로 되는 것은 물론, 피의자의 초상권 침해나

4) 강동욱 (2019). 범죄피의자의 신상공개에 대한 비판적 검토. <비교법연구>, 제19권 제3호, pp.10-11 참조.



사생활 침해 등을 초래하게 되므로 사실상 무죄추정의 원칙에 반하게 된다. ② 피의자의 신상공개가 될 경우 언론에 의한 보도로 확산되고, 추측보도나 선정적인 보도가 이루어질 경우 사법당국으로 하여금 부당한 예단을 갖게 함으로써 적법절차에 반할 뿐만 아니라 공정한 재판을 그르치게 할 우려가 크다. ③ 수사기관이 가진 피의자의 신상정보는 공적 정보에 해당한다고 할 수 없고, 그 공개가 필요불가결한 것도 아니므로 국민의 ‘알 권리’의 대상으로 보기는 어렵다. 다수의 일반국민이 피의자의 신상공개를 원한다고 해서 이것이 ‘국민의 알 권리’의 대상이 된다고 주장하는 것은 논리적으로도 맞지 않다. ④ 신상공개는 형법상 책임주의의 원칙에 반하게 된다. 피의자는 법원에 의한 확정판결 이전에 단지 혐의단계에 있음에 지나지 않음에도 불구하고 신상공개를 할 경우에 부당하게 명예에 손상을 입거나 사회적 낙인을 찍는 효과가 발생하게 되고, 사실상 유죄자로 취급되어 처벌효과를 겪게 될 수밖에 없게 된다는 점에서 죄형법정주의는 물론 책임주의에 반하게 된다. ⑤ 피의자가 무죄로 판명되는 경우는 신상공개로 인한 피해를 회복하기 어렵고, 유죄로 확정되는 경우에도 신상공개로 인해 피의자의 재사회화에 도움이 되지 않는다. 오히려 피의자의 신상공개가 그들의 인격을 파괴하고, 과잉 처벌로 인해 피의자로 하여금 사회에 대한 불만이나 적개심을 키우는 것으로 되어 형집행 후의 사회복귀나 재사회화를 어렵게 할 수 있다. 심지어 신상공개로 인해 피의자가 공격의 대상이 되어 생명까지도 위협받게 될 수 있다. ⑥ 피의자의 신상공개가 피해자의 감정을 일부 달래주는 효과가 있을지는 모르지만 피해자의 인권보장과는 관련성이 없으며, 피해자나 그 가

족에 대한 인권보장은 국가나 사회에 의한 적절한 보상과 지원을 통해 달성하는 것이 효과적일 것이다. 피의자 신상공개가 피해자 또는 가족의 복수심이나 화풀이를 충족시키는 도구로 활용되어서는 아니 된다. ⑦ 피의자의 신상공개로 인해 그 가족이나 친지 등이 불필요한 고통을 겪을 수 있다. 특히 피의자에게 미성년의 자녀가 있는 경우에는 그 피해는 매우 심각할 것이며, 국가가 이를 알면서도 무시·방치하거나, 방조하는 태도를 취하는 것은 바람직하지 않다.’ 등을 논거로 제시한다.⁵⁾

위와 같이 찬반론은 각각 '신상공개제도가 특정강력범죄의 감소, 피의자의 재범방지 및 재사회화에 기여할 수 있는가'와 관련하여 상반된 논거를 제시하고 있지만, '특정강력범죄 피의자 신상공개제도가 특정강력범죄의 감소 등에 얼마나 효과를 가지는가'에 대한 명확한 실증적 자료는 찾기 힘들다. 경찰측에서는 '2010년에 신상공개제도를 공식적으로 도입한 이후 흉악범죄가 큰 폭으로 감소하였다'는 것을 효과가 있다는 근거로 들고 있지만, 이에 대해서는 '강력범죄 감소 원인은 CCTV 증가, 인구감소, 다른 범죄 이전 등 다양하다고 할 수 있기에 단순 통계수치로 신상공개제도가 특정강력범죄 발생률 감소에 효과가 있다고 단정할 수는 없다'는 반론도 있다.⁶⁾

2008년 안양 초등생 피살사건 이후 리얼미터에서 실시한 강력범죄 피의자 신상공개 여부에 대한 여론조사 결과, 응답자의 80.2%가 강력범죄 피의자의 신상이 공개되기를 원한다고 답했다.⁷⁾ 2023년 1월 4일부터 6일까지 리얼리서치코리아가 4,152명을 대상으로 '범죄자 사진 공개 실효성 논란'에 대한 설문조사를 실시한 결과, 응답자의 89.3%는 강력범죄 방지를 위해서 범죄자의 신상정보를 공개하는 것이 좋다고 답변하고, 범죄자의 인권 등을 고려해 공개하면 안 된다고 응답한 비율은 8.2%이며, 특별한 인식 없음이 응답자의 2.5%이다. 응답자 84.1%는 '피의자 입장과 상관없이 최근 사진을 공개해야 한다'고 답변하였고, '피의자가 거부하면 공개해선 안 된다'는 11.5%이며, '잘 모르겠다·의견없음'은 2.7%, '피의자가 수락하더라도 공개해선 안 된다'는 1.8%였다.⁸⁾ 특정강력범죄 피의자 신상공개제도는 효과 유무 및 정도에 대한 실증적 데이터에 기반하여 인정되고 있는 제도라기보다는 국민적 요구에 의해 유지되고 있는 제도라고 할 수 있다.

5) 강동욱 (2019). 범죄피의자의 신상공개에 대한 비판적 검토. <비교법연구>, 제19권 제3호, pp.11-21 참조.

6) 공병선·오규민 (2020, 10, 12). 신상공개 후 10년새 흉악범죄 77%!?"수치심 효과" vs "직접적 인과관계 적어". <아시아경제>. URL: <https://www.asiae.co.kr/article/2022101109414889146>

7) 이해환·정지수 (2019). 강력범죄 피의자에 대한 신상공개 - 판단기준 분석과 정책변동론의 적용 -. <경찰학연구>, 제19권 제3호, p.26.

8) 백소희 (2023, 1, 19). 신상공개 실효성 논란...응답자 84% "피의자 의사 상관없이 공개". <아주경제>. URL: <https://www.ajunews.com/view/20230109161430251><https://www.ajunews.com/view/20230109161430251>



개선점과 나아갈 방향

현행법에서는 신상공개대상자로 결정된 피의자가 현재의 모습을 사진촬영하는 것을 거부하는 경우 이른바 ‘머그샷(수사과정에서 촬영한 최근의 피의자 사진)’을 공개할 수 있는 법률적 근거가 없다. 그렇기에 피의자가 머그샷 촬영을 거부하는 경우 국가시스템에 등록된 주민등록증 사진을 공개하고 있는데, 지금까지 신상공개된 사건에서는 대부분 과거의 증명사진이 공개되었다. 그리고 과거의 증명사진이 공개된 경우, 피의자가 검찰 송치 시 코로나 등을 이유로 마스크로 얼굴을 가릴 경우 이를 막을 방도는 없다. 이기영 사건과 신당역 살인사건(전주환)에서도 주민등록증 사진이 공개되었는데, 과거의 증명사진이 현재의 피의자 모습과 너무 달라 사람들은 놀랐다. 이에 국민의 알 권리·재범 방지·범죄 예방 등을 목적으로 하는 특정 강력범죄 피의자 신상공개제도의 취지에 부합하지 않으면 법률에서 일관성 있는 사진촬영과 공개 기준을 규율하고, 피의자 동의여부와 상관없이 최근의 머그샷을 공개할 수 있도록 법률적 근거를 두어야 한다는 목소리가 강하게 제기되고 있으며 관련 법률안도 발의되었다.

2023년 3월 2일에 발의된 「특정강력범죄의 처벌에 관한 특례법 일부개정법률안」(박덕흠 의원 대표발의, 의안번호 210373)은 현재 경찰청 훈령이나 지침으로만 규율되고 있는 신상공개 위원회의 법적 근거를 법률에 명시하고, 신상을 공개할 때에는 얼굴을 가리는 조치를 취하지 않는 방식으로 하고, 수사과정에서 취득하거나 촬영한 사진·영상물을 공개할 수 있도록 특강

법을 개정하는 것을 제안하고 있다. 2023년 2월 7일에 발의된 「특정강력범죄의 처벌에 관한 특례법 일부개정법률안」(이형석 의원 대표발의, 의안번호 2119858), 2022년 12월 7일에 발의된 개정법률안(이성만 의원 대표발의, 의안번호 2118752)도 신상공개를 할 때에는 피의자의 얼굴을 식별할 수 있도록 수사과정에서 촬영한 사진 및 영상을 공개하는 것을 내용으로 한다. 2023년 1월 16일에 발의된 「특정강력범죄의 처벌에 관한 특례법 일부개정법률안」(김용민 의원 대표발의, 의안번호 2119492)은 ‘피의자의 얼굴은 최근 1개월 이내에 촬영된 사진으로 공개’하도록 법개정하는 것을 제안하고 있다.

신상공개제도 도입과정, 찬반논란을 통해 알 수 있듯이 신상공개제도는 피의자의 재범방지 및 재사회화 요청보다는 ‘국민의 알 권리’, ‘잠재적 범죄자에 대한 경각심 고취를 통한 일반예방효과 강화 및 이를 통한 강력범죄 발생률 감소에 대한 국민의 기대’에 의해 인정되고 있는 제도이다. 머그샷 공개를 지지하는 목소리에서 말하는 ‘실효성’은 신상공개제도가 가질 수 있는 일반예방효과가 강화될 수 있다는 것에 대한 기대이다.

범죄자의 자녀가 범죄자로 성장하는 ‘범죄의 대물림 현상’은 심각하다. 2021년 8월 경찰청 인권위원회는 「피의자 얼굴 등 신상공개 지침」 개선안에서 ‘일반예방 측면에서, 국내외를 포함하여 지금까지 시행된 피의자 신상공개를 통해 사회안전망이 나아졌음을 뒷받침하는 객관적인 자료나 근거를 찾기 어렵다’는 점을 인정하였다. 신상공개제도가 가질 수 있는 일반예방효과 강화에 대한 국민들의 기대에 조응하여 머그샷을 공개할 수 있도록 법개정을 한다고 하더라도 범죄자 가족들이 겪을 수 있는 고통, ‘범죄의 대물림 현상’이 심화되지 않도록 신상공개대상자를 결정하는 등 신상공개제도의 실무 운영에 있어서 더욱 주의를 기울일 필요가 있다. 🍵

시정권고 제도의 운용 성과와 전망 : 2022년 시정권고 분석

이민규 중앙대 미디어커뮤니케이션학부 교수, 서울제중재부 중재위원

1. 시작하면서

위험사회로 진입할수록 각종 권익침해에 대한 피해구제제도 시스템을 촘촘하게 정비하는 것은 더 나은 사회로 나아가기 위한 중요한 책무이기도 하다. 언론중재위원회(이하 ‘언중위’라 한다)의 시정권고 제도는 다른 피해구제제도의 기본 철학인 ‘불고불리(不告不理)의 원칙을 보완하여 피해당사자가 아닌 언중위가 주체가 되어 잘못된 언론보도로 인한 정정보도나 반론보도, 손해배상청구를 통해 구제받을 수 없는 사각지대에 놓인 개인이나 사회적 법익 침해 사례를 부드러운 권고 형태로 지적하고 이에 대한 재발을 방지하는 예방 역할을 담당하고 있다. 한 예로 2022년 11월 13일 시민언론 만들레 인터넷신문이 사회면에 이태원 참사 희생자 명단을 공개하였다. 이런 보도에 대하여 언중위 시정권고소위원회에서는 해당 보도는 희생자의 기본권 보호를 위반하였으므로 대상보도 가운데 이태원 참사 희생자 명단에서 유족의 동의를 얻지 아니한 희생자의 성명을 식별되지 않도록 하거나 수정, 삭제할 것을 권고한다는 결

1) 해당 기사는 이태원 참사 희생자 명단을 공개한다고 보도하면서, 사전 또는 사후 유족의 동의 없이 희생자들의 성명을 공표하였다. 개인의 성명은 헌법상 인격권과 사생활 보호의 중요한 내용으로서 당사자(망인의 경우에는 유족)의 동의 없는 공표는 공중의 정당한 관심과 공공의 이익을 위한 것이 아닌 한 위 기본권 침해에 해당한다고 판단하였다. 비록 해당 보도가 공중의 관심과 공공의 이익에 관련되어 있다고 하더라도 사안의 성격이나 경위 및 전후 사정(사망자 수색이나 신원확인이 종료된 후의 공표, 보도 후 일부 유족의 비공개요청 등)을 종합해 상호 비교衡量하여 본 결과, 언중위 시정권고소위원회에서는 기본권의 보호가 보다 중요하다고 판단하였다. 그러므로 유족의 동의를 얻지 아니한 희생자들의 명단 공표는 위 기본권 침해에 해당한다고 보았다. 이에 「언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률」 제5조의2 제1항, 제32조 제1항 및 언중위 「시정권고 심의기준」 제2조 제1항, 제11조에 따라 권고사항을 결정하였다.

정을 내렸고¹⁾, 해당 언론사의 재심 청구도 받아들이지 않았다.²⁾

언론보도로 개인이나 사회의 인격권 침해로 다양한 측면에서 구제하는 역할을 수행하여 온 언중위의 시정권고 제도에 대한 구체적인 운용 성과를 꼼꼼하게 살펴볼 필요가 있다. 특히, 시정권고 제도는 그동안의 단순 ‘권고’ 수준에서 한 걸음 더 나아가 2022년부터 정부광고 집행을 위한 핵심지표에 시정권고 건수를 활용하게 되면서 새로운 전환점을 맞이하게 되었다. 이에 영향을 받아 언론사들의 시정권고 결정 수용률³⁾ 또한 가장 높은 수준을 기록한 해였다. 본 글에서는 2022년 한 해 동안 시정권고 제도의 운용 성과에 대해서 살펴보고, 2023년부터 시정권고 건수가 인쇄매체 외에도 인터넷신문과 방송 등과 같은 플랫폼에 정부광고 핵심지표 확대 적용 등을 앞두고 시정권고가 나아갈 방향을 제시해 보고자 한다.

2. 현황 진단

가. 2022년 현황 진단

2022년 한 해 동안 언중위가 언론보도로 인한 법익이 침해될 수 있다는 판단 하에 언론사에 시정권고를 내린 언론보도는 모두 1,239건이었다. 이러한 수치는 역대 가장 많은 시정권고 건수를 기록한 2021년 1,291건에 약간 못 미치는 수준이다. 갈수록 매체 간 경쟁이 심해지고 유튜브(YouTube)와 같은 소셜미디어 공간을 통해 자극적인 뉴스로 수용자의 주목을 받으려는 언론계의 행태가 변화되지 않는 한 향후 시정권고 건수는 지속적으로 증가할 전망이다.

시정권고 제도가 시작된 1981년부터 2022년까지 시정권고 건수를 연도별로 살펴보면 <그림 1>과 같다. 제도 초창기 1981년부터 1989년까지는 관련 기준, 대상과 절차의 미비로 언

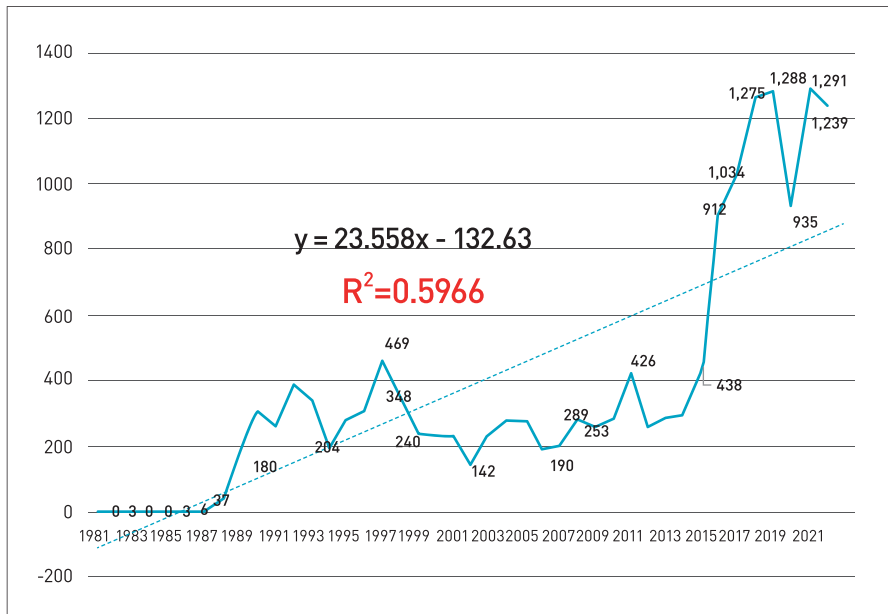
2) 재심청구 기각 이유로 4가지를 근거로 제시하고 있다. (1) 원심결정은 유족의 동의 여부를 유일한 판단 이유로 삼은 것이 아니라 공중의 정당한 관심 내지 공공의 이익과 유족(희생자)의 기본권을 비교衡量하여 판단하였고, 사회적 대참사라고 할지라도 희생자 명단은 여전히 기본권 보호의 대상이며 민주주의 발전과 기본권 인식의 향상에 따라 최근에는 국내·외적으로 유족의 동의 없는 희생자 명단(특히 각 성명 전체)이 대부분 비공개로 이루어지고 있는 점과 (2) 정부 당국이 희생자 명단을 알려주지 않아 유가족의 동의를 받을 수 없다는 주장은 선뜻 납득하기 어렵고, 삭제 요구를 받은 명단을 삭제했다는 주장은 보도 당시를 기준으로 한 원심결정을 번복할 타당한 이유가 되지 못하며, 아직 삭제 요구가 없는 희생자 명단 공개에 대한 유족의 동의가 이루어졌다고 볼만한 특별한 사정이 없고 더욱이 그 동의의 있음을 재심청구인이 적극 입증해야 한다는 점에서 묵시적 동의가 있다고 보기 어려운 점, (3) 「개인정보보호법」이 사망자 본인에게는 적용되지 않는다고 해도 사망자 명단 공개로 유족의 사생활이나 명예 또는 안전에 대한 위협 가능성이 있으며, 한국기자협회의 「재난보도준칙」에 따라 언론 자체적으로 취재하여 보도하였을지라도 그 경우 반드시 각 사망자 성명 전체를 보도해야 하는지는 의문인 점, 마지막으로 (4) 특히 이 사건 보도와 같은 각 희생자 성명 전체의 공개가 반드시 유족의 공동대응, 철저한 진상규명, 책임자 처벌과 재발방지 방안의 마련 및 정부의 참사수습과 처리과정의 부실, 무능, 왜곡 등을 바로잡기 위한 필수불가결한 요소라고 보기 어렵고, 오히려 우선적으로 보호해야 할 유족의 슬픔을 위로하고 고통과 트라우마를 치유케 하며 그 명예와 사생활의 평온과 안전에 대해 위협이나 방해가 될 수 있음을 부인하기 어려운 점 등을 재심 기각 근거로 제시하였다.

3) 시정권고를 받은 뉴스통신이나 인터넷신문과 같은 인터넷을 기반으로 한 매체가 해당 기사를 수정하거나 삭제한 비율을 수용률이라고 한다.

론보도에 대한 시정권고 건수가 미미했다. 1989년에 시정권고제도가 본격적으로 정비된 후 2015년까지 평균 300건 정도의 시정권고 빈도를 보이다 2016년부터 큰 증가세를 보이게 된다. 그 이후 매해 평균 1천 건 이상의 시정권고가 제안되었고 코로나19가 정점이던 2021년 1,291건으로 역대 최고의 시정권고 건수를 기록하였다. 2018년 이후 2022년까지 평균 1,200건 이상의 시정권고를 진행하였다. 향후 추세의 기울기를 예측하는 R²도 0.5966로 높은 수치를 보여주었다.

〈그림 1〉 언론중재위원회 연도별 시정권고 빈도 그래프(1981년~2022년)

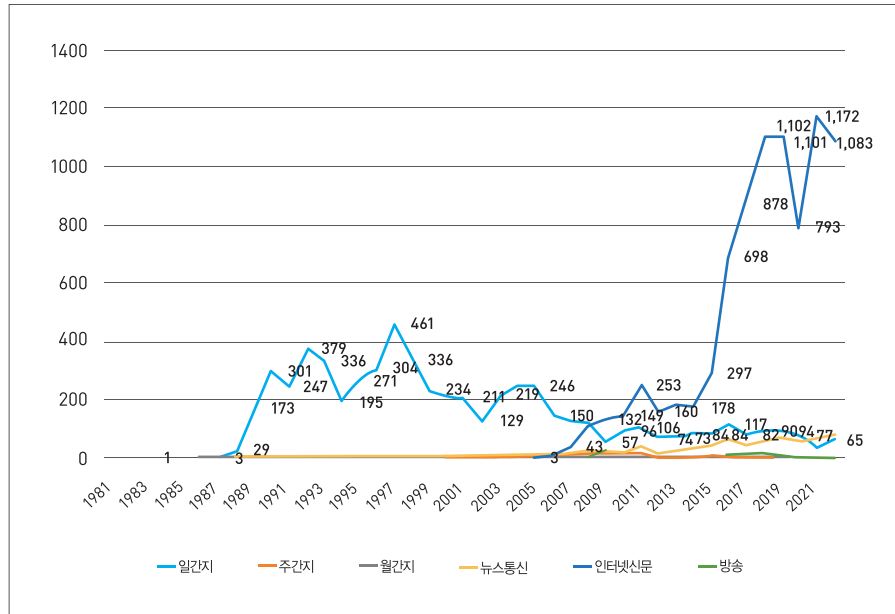
단위: 건수



2022년 시정권고 결정을 받은 언론보도 1,239건을 매체 유형별로 분석한 결과 인터넷신문이 1,083건으로 전체의 87.4%를 차지했다. 언론사 유형별 시정권고 변화를 시대적으로 살펴보면 〈그림 2〉에서와 같이 1989년부터 2007년까지 초반 19년간은 ‘일간지’ 유형이 압도적으로 시정권고 1위를 차지했다. 이후 인터넷신문이 언론중재법상 언론매체의 하나로 편입된 지 4년만인 2009년부터 ‘인터넷신문’ 유형이 부동의 시정권고 1위를 유지하고 있다. 정보통신기술의 발달로 인터넷신문이 많아지고 매체 간 경쟁 심화, 열악한 취재환경과 법률 지식의 부재로 인해 이러한 추세는 당분간 지속될 전망이다. 특히, 코로나19가 극성이었던 2021년에는 ‘인터넷신문’ 비중이 전체 시정권고의 90.8%인 1,172건을 차지하였다.

<그림 2> 매체 유형별 시정권고 그래프(1981년~2022년)

단위: 건수



2022년 중앙일간지 시정권고는 21건(1.7%), 지역일간지의 경우 44건(3.6%)에 그치고 있다. 그러나 자세히 살펴보면 중앙일간지와 지역일간지가 운영하는 ‘인터넷신문’은 전체 인터넷신문 시정권고의 36%에 해당하는 388건이 시정권고를 받고 있다. 외형적으로 ‘인터넷신문’이 시정권고를 가장 많이 받고 있으나 전통언론과 관련 없는 ‘순수’ 인터넷신문은 56%에 해당하는 695건이 시정권고를 받았고, 종이신문을 발행하는 인터넷신문 닷컴계열은 전체의 37%에 해당하는 453건을 차지하여 중앙일간지와 지역일간지들이 인터넷언론으로의 출구전략을 시도하는 사업상 다각화 전략을 일정부분 반영하고 있다.

언론사별로 2019년부터 2022년까지 4년간 시정권고 상위 10개 언론사는 <표 1>에 나타나 있다. 지난 4년간 가장 많은 시정권고를 받은 언론사는 인터넷신문인 <인사이트>로 나타났고 그 뒤를 <인터넷 국민일보>(2019년), <위키투리>(2020년), <조선닷컴>(2021년), <디스패치뉴스>(2022년)가 이었다. 이러한 상위 10개 시정권고를 받은 언론사는 전체 시정권고 대상 언론사들 가운데 18.9%(2019년), 20.1%(2020년), 19.6%(2021년), 21.3%(2022년) 등과 같이 해가 갈수록 그 비율이 높아지고 있다. 즉, 최근 4년간 시정권고 상위 10개 언론사가 전체 시정권고의 평균 20%를 차지하여 집중하는 경향을 보였다.

〈표 1〉 시정권고 상위 10개 언론사 빈도와 비율(2019년~2022년)

단위: 건수

	2019년		2020년		2021년		2022년	
상위 10개 매체	인사이트	40	인사이트	43	인사이트	32	인사이트	40
	인터넷 국민일보	29	위키트리	25	조선닷컴	29	디스패치뉴스	35
	위키트리	25	인터넷 국민일보	18	위키트리	28	살구뉴스	32
	인터넷 세계일보	23	인터넷 세계일보	17	디스패치뉴스	26	포스트웨어	30
	뉴스코리아	22	뉴스코리아	16	톱스타뉴스	26	뉴스코리아	29
	디스패치뉴스	19	디스패치뉴스	16	e머니투데이	24	인터넷 파이낸셜뉴스	22
	동아닷컴	18	헤럴드POP	16	인터넷 세계일보	24	위키트리	20
	뉴시스(Newsis)	17	조선닷컴	13	인터넷 한국경제	22	인터넷 헤럴드경제	20
	아시아뉴스통신	17	뉴시스(Newsis)	12	인터넷 매일신문	21	인터넷 세계일보	18
	인터넷중앙일보	17	부산닷컴	12	인터넷 이데일리	21	조선닷컴	18
톱스타뉴스	17							
상위 10개 매체 합계	244건 (총 1,288건)		188건 (총 935건)		253건 (총 1,291건)		264건 (총 1,239건)	
상위 10개 매체 비율	18.9%		20.1%		19.6%		21.3%	

시정권고 내용의 침해유형별로 살펴보면 사생활 보호 관련 심의기준 위반이 514건으로 총 41.5%를 차지하여 가장 많았다. 역사적으로 살펴보면 사생활 침해 위반 비중은 2020년 188건(20.1%), 2021년 517건(40%)으로 3년 연속 크게 증가하였다. 다음으로 기사형 광고 위반이 2022년 209건(16.9%)으로 두 번째로 많았다. 자살 관련 보도 108건(8.7%), 왜곡·자극적인 기사 제목 59건(4.8%), 범죄사건 보도 56건(4.5%), 신고자 등 보호 위반 52건(4.2%), 차별 금지 50건(4.0%) 순서로 나타났다.

2022년 시정권고를 개인적 법의 침해와 사회적 법의 침해 시정권고로 크게 구분하여 살펴 보면 개인적 법의 침해는 총 674건으로 전체의 54.4%를 차지했고, 사회적 법의 침해는 모두 565건으로 전체의 45.6%를 차지하여 개인적 법의 침해가 높은 비중을 차지했다. 구체적으로 〈표 2〉에서와 같이 개인적 법의 침해 범주 가운데 '사생활 침해' 등이 514건으로 76.3%를 차지해 가장 많은 침해유형이었고 '피의자·피고인 신원공개' 법의 침해가 56건으로 8.3%를 차지해 두 번째로 많은 개인적 법의 침해유형을 보여주었다.

〈표 2〉 2022년 개인적 법익 침해 시정권고 빈도 및 비율

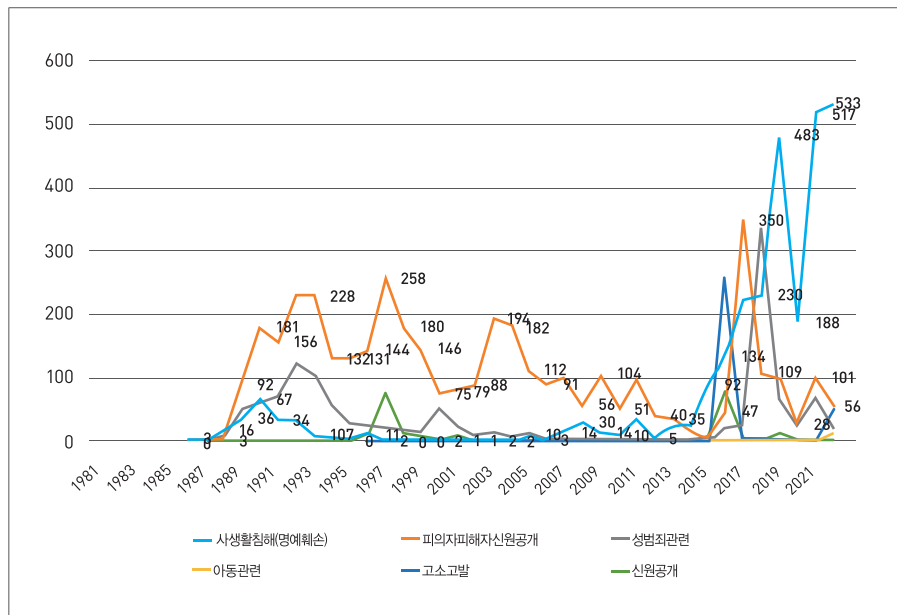
단위 : 건수

항목	사생활 침해 등	명예 훼손	피의자 피고인 신원 공개	피해자 목격자 신원 공개	고소 고발 보도	성폭력 피해자 보호	아동·청소년의 보호	아동 학대 사건 보도	신고자 등 보호	정신 질환자 신원 공개	북한 이탈 주민 신원 공개	합계
빈도	514	19	56	0	0	21	0	12	52	0	0	674
비율	76.3%	2.8%	8.3%	0.0%	0.0%	3.1%	0.0%	1.8%	7.7%	0.0%	0.0%	100%

〈그림 3〉과 같이 시계열적으로 개인적 법익 침해 시정권고 추이를 분석해 보았다. 1981년부터 2022년까지 개인적 법익 침해 변화 추세를 살펴보면 2000년 이전까지는 피의자·피고인 신원공개와 피해자·목격자 신원공개 등 '신원공개' 관련 개인적 법익 침해가 많았던 반면, 2015년 이후에는 사생활 침해(명예훼손) 형태의 개인적 법익 침해 빈도가 증가하는 추세이다. 성폭력 피해자 신원공개나 성폭력 가해자 범행 수법 등 묘사와 같은 '성범죄' 관련 개인적 법익 침해는 2018년 최고점 이후 지속적인 시정권고 효과로 큰 폭으로 감소하는 경향을 보이고 있다.

〈그림 3〉 개인적 법익 침해 시정권고 빈도(1981년~2022년)

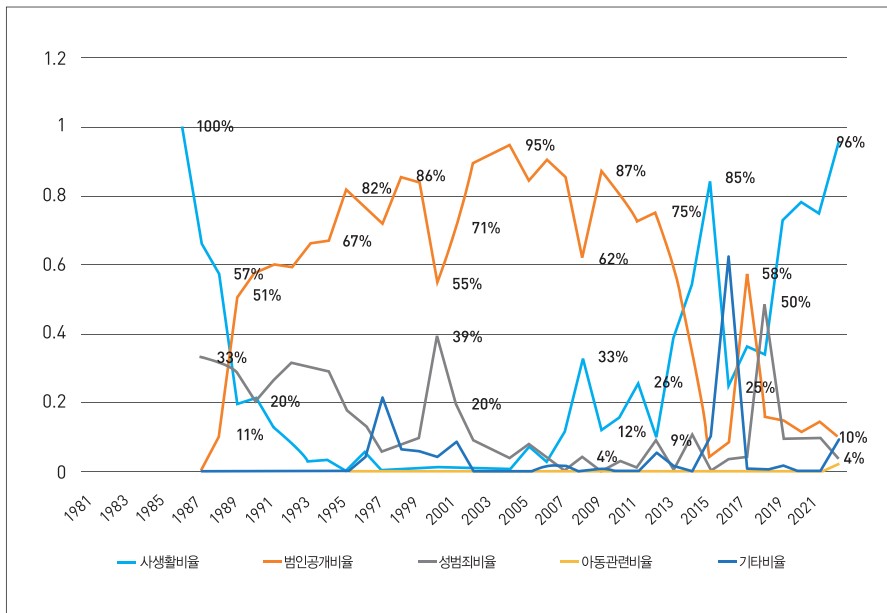
단위 : 건수



〈그림 4〉에서와 같이 개인적 법익 침해를 유형별로 구분하여 구성비율을 시계열적으로 분석해 본 결과, 범인 신상공개와 같은 '신원공개'의 경우 2011년까지 침해 비율이 매우 높았다. 그러나 이 침해유형이 2012년 이후 급격히 비율이 감소하는 추세를 보이고 있다. 즉, 특정 개인 법익 침해유형에 대한 시정권고가 지속적으로 이루어진 경우 해당 법익 침해유형 비율이 많이 감소했다. 사생활 침해의 경우도 초반기에는 비율이 높았으나 지속적인 시정권고 효과로 그 비율이 감소하였다. 하지만 2015년 이후 그 비율과 빈도가 크게 증가하는 추세를 보이고 있어 지속적으로 사생활 침해와 관련해서 시정권고가 세밀하게 이루어져야 할 것으로 보인다. 성범죄 관련 시정권고는 2001년과 2018년 정점을 찍은 후 지속적인 시정권고 효과로 점차 감소되는 추세이다. 비록 시정권고가 강제성이 없는 권고적 조치이지만 지속적으로 시정권고가 이루어질 경우 해당 법익 침해가 크게 감소하는 효력이 발생하는 것으로 입증되었다.

〈그림 4〉 개인적 법익 침해유형별 구성 비율(1981년~2022년)

단위 : 비율



〈표 3〉에서 보는 바와 같이 2022년 총 565건의 사회적 법익 침해 시정권고 가운데 가장 많은 법익 침해는 기사형광고(37%)로 나타났다. 자살관련 보도(19.1%)와 기사제목(10.4%) 관련 시정권고가 그 뒤를 이었다.

〈표 3〉 2022년 사회적 법익 침해 시정권고 빈도 및 비율

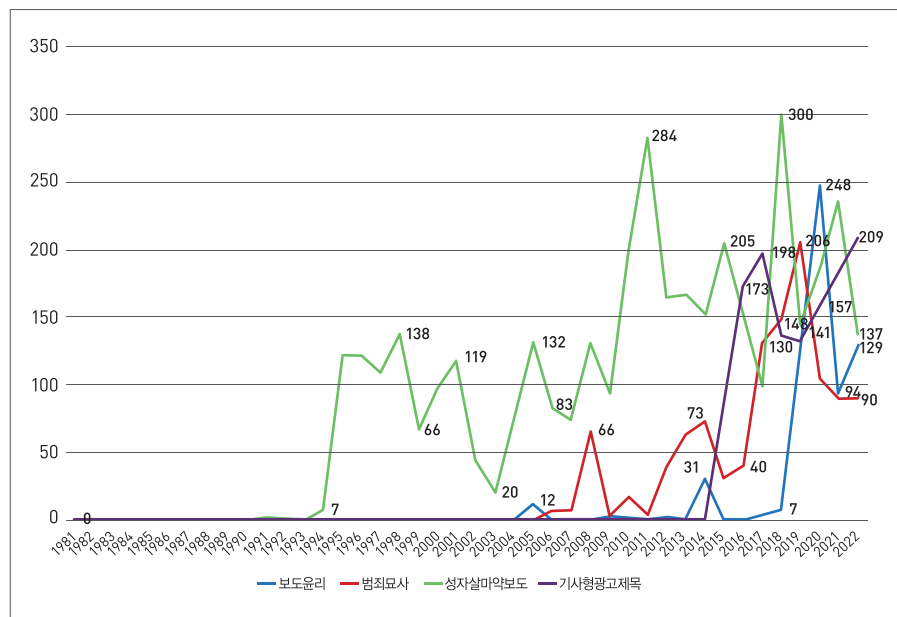
단위: 건수

항목	보도 윤리	차별 금지	재난 보도	음란 포악 진인 범죄 묘사	범죄 수법 상세 묘사	성 관련 보도	자살 관련 보도	마약 및 약물 보도	폭력 묘사	충격, 혐오감	여론 조사	기사형 광고	공중도덕 및 사회윤리 침해	기타	합계
빈도	0	50	20	27	14	21	108	8	16	33	0	59	0	0	565
비율	0.0%	8.8%	3.5%	4.8%	2.5%	3.7%	19.1%	1.4%	2.8%	5.8%	0.0%	10.4%	0.0%	0.0%	100%

〈그림 5〉에서 보는 바와 같이 사회적 법익 침해 시정권고 연도별 추이를 분석해 보았다. 1981년부터 2022년까지 사회적 법익 침해 경향을 살펴보면 1995년부터 성·자살·마약 관련 침해 보도가 증가하다 2019년 300건으로 최고점을 찍은 후 점차 감소하는 경향을 보이고 있다. 그러나 기사형 광고 관련 사회적 침해는 2015년 이후 지속적으로 증가하는 추세를 보이고 있다. 범죄묘사 관련 사회적 침해 보도는 2019년 206건을 정점으로 점차 감소하는 경향을 보이고 있어 전반적으로 사회적 경향성을 반영하고 있다.

〈그림 5〉 언론중재위원회 ‘사회적 법익 침해’ 시정권고 그래프: (1981년~2022년)

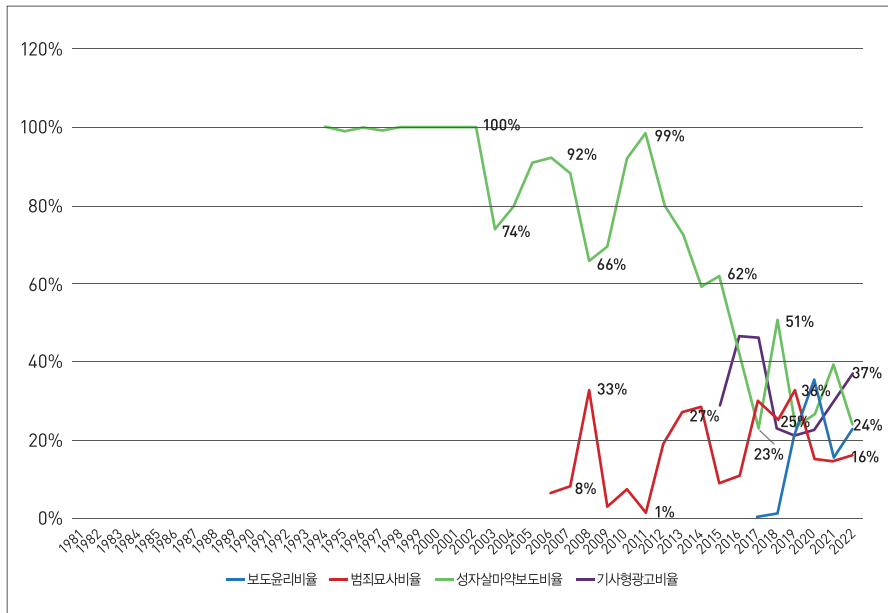
단위: 건수



〈그림 6〉과 같이 사회적 법익 침해해 유형별로 구분하여 구성비율을 시계열적으로 분석해 본 결과 '성·자살·마약 관련 보도'로 인한 비율이 2011년까지는 압도적으로 높은 비율을 보였다. 그러나 이 침해유형이 2012년 이후 비율이 큰 폭으로 감소되는 추세를 보이고 있다. 즉, '자살 관련 보도'나 '마약 및 약물 관련 보도'는 지속적인 시정권고로 인해 해당 법익 침해유형 비율이 많이 감소했다. 이러한 맥락에서 '범죄수법 상세묘사 보도' 항목도 지속적으로 감소하는 비율을 보이고 있다. 그러나 2014년 12월부터 신설된 기사 형태의 의료기관, 의약품, 의료기기 광고를 금지하는 '기사형 광고' 관련 사회적 법익 침해 비율은 다소 주춤했다가 경제 상황의 악화로 크게 증가하는 비율을 보이고 있다.

〈그림 6〉 사회적 법익 침해 유형별 구성비율 그래프(1981년~2022년)

단위 : 비율



나. 2022년 시정권고 수용률 분석

2022년도에 주목할 만한 시정권고 통계로 시정권고 수용률의 약진을 들 수 있다. 2022년 시정권고를 결정받은 인터넷 기반 매체가 해당 기사를 수정하거나 삭제한 비율인 수용률은 67.8%로 나타나 수용률 집계를 시작한 2019년 이후 가장 높은 수치를 기록했다. 〈표 4〉와 같이 2019년 52.8% 비율로 시작한 수용률은 해가 갈수록 꾸준히 증가하는 경향을 나타냈다. 2022년은 수용률을 산정하기 시작한 2019년 대비 15% 상승하였고, 전년도인 2021년과 비교하여도 4.1% 상승한 수치이다. 이 같은 수치는 비록 시정권고 제도가 권고사항 이행을

강제하지 않는 권고적 조치임에도 불구하고, 권고 내용의 합리성으로 인해 해당 언론사가 그 취지를 수용하여 관련 기사를 적극적으로 신속하게 ‘시정’하고 있는 것으로 해석할 수 있다. 2022년 시정권고를 받은 인터넷 기반 매체 기사 가운데 39.7%인 462건이 수정되었고 28.1%인 327건이 삭제되었다.

〈표 4〉 시정권고 수용빈도 및 비율 분석*

()는 비율

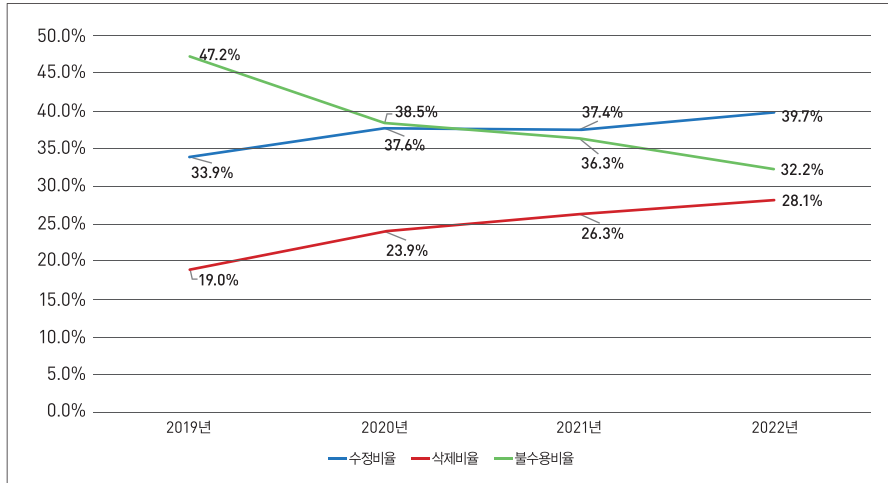
결정회차	수용여부	수용		불수용	합계
		수정	삭제		
2019년 (9차~12차)		125 (33.9)	70 (19.0)	174 (47.2)	369 (100)
		195 (52.8)			
2020년		320 (37.6)	203 (23.9)	327 (38.5)	850 (100)
		523 (61.5)			
2021년		466 (37.4)	327 (26.3)	452 (36.3)	1,245 (100)
		793 (63.7)			
2022년		462 (39.7)	327 (28.1)	375 (32.2)	1,164 (100)
		789 (67.8)			

* 각 연도별 전체 합계와 시정권고 수용값의 합계 수치가 차이점을 보이는 이유는 수용 수치는 추후 수정과 삭제가 가능한 뉴스통신이나 인터넷신문과 같은 인터넷을 기반으로 한 매체를 대상으로 집계하고 있기 때문이다.

〈그림 7〉에 나타난 바와 같이, 시정권고 결정에 대한 수용률 가운데 기사 수정비율은 2019년부터 집계를 시작한 이후 2022년 39.7%로 4년 전과 비교해 5.8% 증가하여 완만한 상승세를 보이고 있었다. 한편, 기사 삭제 비율은 2019년 19%에서 2022년 28.1%로 4년 동안 9.1%로 가파르게 증가하고 있는 경향을 보였다. 반면, 불수용 비율은 2019년 47.2%에서 2022년 32.2%로 15%나 감소하였다. 시정권고 결정에 대한 권고적 효력에도 불구하고 추후 기사를 수정하거나 삭제하는 비율이 증가하는 현상은 많은 언론사들이 시정권고 결정에 대한 기본 취지를 수용하고 있다는 실증적인 결과로 해석할 수 있다. 특히 기사 삭제 비율이 해가 갈수록 크게 증가하는 것은 그만큼 언론보도로 인한 법익 침해가 크다는 현실을 반영하는 수치이다.

〈그림 7〉 시정권고 수용률 수정, 삭제, 불수용 비율 추세 그래프(2019년 9월~2022년)

단위: 비율



다. 심의기준 조항 개정

2022년은 시정권고 심의 제도의 객관적이고 공정한 운영을 위해 ‘시정권고 심의기준’ 규정을 개정하거나 신설하여 무분별한 언론보도로부터 개인의 권익 보호에 많은 노력을 기울인 한 해였다. 6월에는 아동 관련 범죄보도가 증가하고 있는 사회적 현상에 주목하여 가정폭력 사건 관련 보도를 수행함에 있어 피해자뿐만 아니라 해당 사건과 관련된 사람들의 신원이 노출되지 않도록 관련 조항을 개정하였다. 구체적으로 「가정폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법」을 반영하여 기존 심의기준 제7조를 보완, 가정폭력사건을 보도하면서 피해자뿐만 아니라 사건과 관련된 자들의 신원이 노출되지 않도록 함으로써 법익 침해의 우려를 최소화할 수 있도록 하였다.⁴⁾ 또한 기존 ‘성폭력사건’을 ‘성폭력범죄사건’으로 용어를 개정함으로써 용어를 통일하고 보다 다양한 사안에 적용이 가능하도록 하였다.

라. 정부광고 핵심지표 적용

한국언론진흥재단이 2022년 1월부터 정부광고 집행을 위한 지표로 적용하는 언론사 시정권고 건수가 2023년부터는 정부광고 핵심지표로 확대 적용된다. 2023년 하반기부터 방송 등

4) 개정된 내용은 제7조(가정폭력사건 보도 등) ① 언론은 가정폭력사건의 피해자, 가정폭력행위자, 고소인, 고발인 또는 신고인의 주소, 성명, 나이, 직업, 용모, 그 밖에 이들을 특정하여 파악할 수 있는 인적 사항이나 사진 등을 공표하여서는 아니 된다(가정폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법 제18조 제2항). <신설 2022.5.25.> ② 언론은 가정법원에서 처리 중이거나 처리한 사건에 관련된 사람이 누구인지 알 수 있는 내용을 공표하여서는 아니 된다(가사소송법 제10조). <개정 2022.5.25.> 등이다.

기타 매체에 적용할 예정으로 진행되고 있다. 반영되는 지표는 신뢰성(사회적 책임)으로, 3분 위로 구분하여 언론위의 직권조정결정(정정보도) 건수와 시정권고 건수에 각각 점수를 부여하고, 조정성립과 불성립, 기각, 각하, 취하는 제외한다. 구체적으로, 시정권고는 100점 만점 가운데 20% 비중에 해당하고, 신뢰성 항목 40점 가운데 50%에 해당한다. 핵심지표 시행 초기이기 때문에 그 결과는 예단하기 어려우나 전반적으로 시정권고의 효력을 강화하는 데 큰 역할을 담당할 것으로 기대된다.

3. 마치면서

2022년 언론위 시정권고 제도의 운용 성과로는, 이 제도를 통해 언론사나 기자 등이 정당한 이유 없이 개인이나 사회적 법익을 침해하는 보도를 하지 않도록 경각심을 갖게 되었으며, 시정권고 결정에 따른 기사 수정이나 삭제를 나타내는 수용률이 67.8%로 역대 최고치를 기록하였다는 점이다. 이를 통해 국민들의 불신감을 해소하고 언론의 공정성과 신뢰도를 높이는 데 기여하였다. 하지만, 과도한 시정권고는 언론의 자유를 제한할 수 있기 때문에 이에 대한 제도의 운영 방식이나 시정 권고 내용에 대한 수용성에 지속적인 노력을 해야 할 것으로 보인다. 따라서, 언론위 시정권고 제도의 발전을 위해, 이를 운영하면서 발생하는 문제점들을 지속적으로 개선하고 업그레이드시켜 나가는 노력이 필요하다. 언론의 자유와 국민의 권익보호를 적절히 균형 있게 고려하면서, 제도의 운용 방식과 시정 권고 내용의 합리적 수용성을 높여 나가는 노력이 필요하다. 마지막으로 일간신문에 종사하는 30년차 중견 기자는 다음과 같이 언론위의 시정권고 제도의 중요성에 대해서 이야기했다.

“예전에는 ‘인터넷에 올리려고 기사를 쓴다’라는 건 생각도 못했거든요. 그런데 계속 수익이 악화되고 이렇게 매체들이 막 양산이 되면서 연예 기사 한 건이 정말 100건의 좋은 기사를 다 잡아먹는 이런 현실 속에서 누구도 그것을 제어를 못하니까 그런 기사들을 만들 수밖에 없더라고요.

그래서 시장이 이제 계속 이렇게 가면 안 되는데 한국 언론이 정말 걱정이 많아요. 그런 거 생각하면 정확한 (문제를) 지적해 주고 정도를 가계 해야 되는데 이게 참 힘든 것 같아요. 이러한 차원에서 강제성은 없지만 언론위의 시정권고는 예방차원에서 매우 필요하고 중요한 제도인 것 같아요.”(30년차 기자)

언론위의 시정권고 제도는, 앞으로도 언론의 자유를 보호하면서 개인과 사회의 법익을 보호하는 공적 책임을 조화롭게 추구하는 역할을 균형있게 수행할 수 있도록 꾸준한 노력이 지속되어야 할 것이다. 🍵

Z세대의 뉴스 이용과 미디어 리터러시

심재웅 숙명여자대학교 미디어학부 교수



Z세대와 뉴스

Z세대는 1997년에서 2010년 사이에 태어난 세대를 말한다.¹⁾ 이들은 디지털 원주민 첫 세대로 온라인 경험이 풍부하다. 밀레니얼 세대와 함께 MZ세대로 불리지만, 그러기엔 서로 다른 점이 많다. 밀레니얼 세대가 경험을 중시하고 텍스트나 이미지로 소통한다면, Z세대는 교류와 관계를 중시하고 동영상을 통해 소통한다. 편리함과 즉각적인 만족을 추구하는 Z세대에게 동영상은 최적의 정보형태다. 미디어는 물론 각종 정책과 산업 등 모든 분야에서 주목하는 Z세대. 이들은 대중문화는 물론 저널리즘에서도 그들의 존재감을 확실하게 드러내고 있다(Dimock, 2019).

1) Z세대는 10대 초반에서 20대 중반에 해당하는 나이다. 이 글은 초등학교 5~6학년에서 고등학교까지 10대 청소년을 염두에 두고 작성했다.



Z세대에게 뉴스란 무엇이며 어떤 의미가 있을까? 이들을 대상으로 한 심층 면접 결과가 흥미롭다. Z세대는 내용보다는 CNN/FOX 등 뉴스 미디어 브랜드 자체를 뉴스로 본다(Craft et al., 2016). 한편 최근 트렌드, 친구들이 SNS에서 나누는 이야기나 그들의 일상, 지인들의 소셜미디어 업데이트 등을 뉴스로 이해하기도 한다(Madden et al., 2017). 따라서 이들에게는 신문이나 방송 등의 전형적인 뉴스 포맷이 별 의미가 없다. Z세대는 언론사가 생산하는 콘텐츠에서 소셜 피드를 스크롤 하면서 최신 정보와 흥미로운 이야기를 읽는 행위로 뉴스의 영역을 확장하고 있다.

이들은 실용성을 중요하게 여긴다. 그래서 뉴스도 나에게 어떤 효용이 있는지를 따진다. 세상에 어떤 일이 일어나고 있는지 궁금해하며, 생활이나 공부에 도움이 되는 정보, 자신의 관심에 딱 맞는 정보에 민감하다. 동시에 Z세대는 실업이나 불공정 등 일부 사회이슈에 적극성을 보이기도 한다. 예를 들어 기존 세대에 비해 기후변화 콘텐츠를 많이 시청하면서 이 문제에 제대로 대처하지 못하는 현실에 분노하며 큰 걱정을 한다. 반면, 자신들의 노력으로 기후변화를 해결할 수 있다는 강한 자신감도 보인다(Tyson et al., 2021).

Z세대의 뉴스 이용

Z세대는 다양한 플랫폼을 오가는 가운데 뉴스를 짧게 접하고 있다. 한국언론진흥재단(2022)에서 실시한 조사에 따르면, 10대 청소년은 뉴스를 1주일에 50분 정도 이용한다. 그들이 뉴스라고 생각하는 정보를 하루에 7분가량 이용하는 셈이다. 10대 후반으로 갈수록 뉴스 이용량이 두드러지게 감소한다(〈표 1〉 참조). 뉴스를 위해 주로 이용하는 매체는 모바일이 77.9%로 압도적이며, 이어 TV(69.1%)와 PC(49.7%) 순이다. 최근에는 인공지능 스피커(14.4%)가 종이신문(8%)과 잡지(4.7%)를 앞섰다. 인터넷에서는 포털사이트와 동영상 플랫폼을 통해 뉴스를 자주 이용하고, SNS와 메신저 서비스도 이용 빈도가 높다. 반면 인터넷 뉴스사이트나 언론사 홈페이지, 인터넷 커뮤니티를 방문해 뉴스를 이용하는 경우는 매우 적다. 다른 나라 10대도 비슷하다. 미국의 10대는 소셜미디어와 디지털 방식의 뉴스 포맷을 선호한다. 조사 대상의 반 이상이 소셜미디어 피드, 메신저 서비스로부터 뉴스를 얻으며, 40%는 검색엔진을 통해 뉴스를 접하고 있다(Auxier & Arbanas,

2022). 영국의 10대는 인스타그램, 틱톡, 유튜브를 통해 뉴스를 자주 접한다. 이 가운데 틱톡은 2020년 이후 뉴스 이용 경로 중 증가율이 가장 크게 나타났다. 오랫동안 BBC One과 Two가 이들에게 가장 인기 있는 뉴스 채널이었지만 이젠 주요 SNS가 그 역할을 대신한다(Jigsaw Research, 2022). Z세대는 뉴스를 공유하는 방식도 다르다. 링크나 실제 내용을 공유하기보다는 스크린샷 형태를 선호한다. 더 편하며 광고 없이 빠르게 볼 수 있기 때문이라는 것이다(Madden et al., 2017). 여러 이슈에 대해 광범위한 의견이 인터랙티브하게 연결되는 가운데 즉각적이며 강한 몰입감이 Z세대의 뉴스 소비에 동반되는 필요 요소라고 할 수 있다.

Z세대에게 뉴스는 적극적인 탐색의 결과물이라기보다는 다양한 애플리케이션이나 소셜미디어를 이용하는 과정에서 우연히 마주하는 부산물로서의 의미가 강하다. 여러 애플리케이션의 알림이나 화면을 터치하다가 갑자기 접하게 되는 경우가 대부분이기 때문이다. 그런 면에서 알림이나 소셜미디어 피드는 Z세대가 사회 이슈나 현안에 관심을 갖게 만드는 통로로 기능한다(Auxier & Arbanas, 2022). 자신들이 접하는 모든 정보에는 다소 편견이 들어 있다고 믿으며 뉴스를 별로 신뢰하지 않는다. 뉴스는 광고에 더욱 지배될 것이며, 광고의 영향이 더 커지는 새로운 뉴스 형태가 등장할 것이라고 본다(Madden et al., 2017). 한 연구에 따르면 Z세대는 라이브스트리밍을 크게 신뢰하고 있는데(Auxier & Arbanas, 2022), 아마도 뉴스에 대한 회의주의와 관련이 있는 것으로 보인다. 홍수나 산불 등의 갑작스러운 재해는 물론 사고나 집회 현장에서 일어나는 일을 그대로 내보내기 때문에 거짓과 조작이 개입할 가능성이 적다고 생각한다. 이러한 사실은 Z세대가 정보의 결과보다는 과정의 투명성을 중요한 가치로 여긴다는 점을 보여준다.



〈표 1〉 Z세대 뉴스 이용률²⁾

(단위 : %)

매체별	모바일	PC	텔레비전	인공지능 스피커	라디오	종이신문	잡지
전체	77.9	49.7	69.1	14.4	10.8	8.0	4.7
초등학생	70.6	43.5	77.2	19.5	10.6	8.3	6.1
중학생	79.5	47.5	71.3	14.9	13.0	9.0	5.5
고등학생	82.4	56.8	60.2	9.6	8.9	6.7	3.0
서비스/ 플랫폼별	포털	온라인 동영상 플랫폼	SNS	메신저 서비스	인터넷 뉴스사이트	언론사 홈페이지	온라인 커뮤니티
전체	63.7	63.3	49.3	46.9	17.1	15.3	7.0
초등학생	62.3	62.7	27.4	49.8	13.7	11.5	5.4
중학생	61.9	62.2	54.7	49.1	16.2	16.1	7.4
고등학생	66.6	65.0	62.2	42.5	20.8	17.7	8.0

Z세대 뉴스 이용의 우려

Z세대는 뉴스 이용과 관련한 다양한 변화를 최전선에서 주도해가고 있다는 평가를 받는다. 하지만 이런 상황을 자연스러운 변화로만 보기에는 우려스러운 면이 많다. Z세대는 전적으로 소셜미디어를 포함한 온라인에서 뉴스를 이용하다 보니 가짜뉴스나 유해 콘텐츠에 노출될 가능성이 크다. 아직 뉴스에 숨겨진 정치적 의도나 교묘하게 작용하는 광고와 상업적 정보를 구별할 수 있는 인지 역량이 부족한 상태이기도 하다. 열린 사고와 다양한 경험을 하면서 성장해야 할 청소년기에 편향된 인식이나 태도를 학습하면서 자칫 음모론을 내면화하는 부작용을 겪을 수도 있기 때문이다(Vissenberg, 2020).

2016년 스탠퍼드 연구팀은 소셜미디어에 친숙한 10대가 온라인 정보의 신뢰도를 판단하는 데 매우 취약하다고 발표했다. 이 조사에서 10대는 온라인 뉴스기사와 광고를 거의 구분하지 못했다. 기사가 길고 사진이 있으면 뉴스 신뢰도를 높게 평가했다. 연구진은 공공문제와 시민문제 등에 대한 허위정보가 더욱 확산하고 번성할 수밖에 없는 환경에서 이러한 결과는 민주주의를 위협할 것이라고 강조했다(Wineburg et al., 2016). 월스트리트저널은 2021년 100개의 가짜 틱톡 계정 실험을 통해 콘텐츠 자동 추천 알고리즘의 폐해를 보여주었다. 각 계정은 성별과 관심

2) 한국언론진흥재단(2022). 〈2022 10대 청소년 미디어 이용 조사〉, p.144.

사를 표기하지 않은 상태에서 특정 영상에 주목하도록 설계했다. 결과는 놀라웠다. 우울한 감정을 가진 것으로 설계된 계정은 계속해서 우울증 관련 슬픈 영상을 추천받았고, 정치에 관심이 있는 가짜 계정은 허위정보 기반의 영상을 넘어 투표 음모론을 주장하는 영상까지 추천받았다(금준경, 2021).

유튜브에는 1분에 약 500시간 분량의 영상이 업로드된다. 하루에 올라온 모든 영상을 빼놓지 않고 본다면 약 82년이 걸린다. 안타깝게도 유튜브에는 성, 연령, 장애인 등에 대한 차별과 혐오 콘텐츠가 급증하고 있지만 이를 막을 효과적인 방법이 없다. 구독자 수나 슈퍼챗과 별풍선 같은 실시간 후원은 이런 콘텐츠가 범람하도록 하는 수단이 되고 있다. 자극적이며 이용자의 입맛에 충실한 콘텐츠일수록 관심이 더욱 크다. 온라인에서 불거지는 이슈로 짜깁기하는 사이버 렉커는 물론, 생명까지 위태롭게 하는 콘텐츠, 폭행과 사기, 조직폭력과 불법도박 등 범죄 콘텐츠, 지나치게 선정적인 콘텐츠가 계속 유통되고 있다. 특정 집단 혹은 개인을 향한 괴롭힘과 선동도 자주 등장하는 소재다. 이태원 참사 현장에서 희생자와 피해자 가족을 조롱하는 콘텐츠까지 유튜브 공간에는 유해 콘텐츠가 넘쳐난다. 한국은 다른 나라에 비해 유튜브로 뉴스를 이용하는 비율이 상당히 높은 특징을 보인다(최진호·박영흠, 2022). 유튜브 세대라 불리는 Z세대가 이렇게 만연한 가짜뉴스와 각종 해로운 콘텐츠를 뉴스로 인식하고 받아들일 가능성이 작지 않다.

이러한 상황이 더 우려되는 이유는 이들의 정보처리 방식에 있다. 내용보다는 사진이나 제목 등 눈에 띄는 단서를 통해 온라인에서 접하는 무수한 정보나 소셜 피드를 빠르게 판단한다(Vissenberg, 2020). 그리고 개인적으로 중요하지 않은 이슈나 기사에 대해서는 사실 확인에 시간을 쓰려고 하지 않는다. 나와 관계없는 정보는 거짓이냐 사실이냐가 그렇게 중요하지 않다는 뜻이다.

앞으로 생각 자체를 필요 없게 만드는 알고리즘에 기반한 개인화 기술이 더욱 발전할 것이다. 그렇게 되면 끊임없는 뉴스와 정보의 연속에서 관심(attention)은 파편화되고 정보는 무비판적으로 수용되는 부작용이 커질 것이다. 와이어드(Wired)의 편집장이었던 크리스 앤더슨(Chris Anderson)은 알고리즘 기반의 디지털 기술이 얼마나 위험한지를 제일 선두에서 보았다고 말한다. 인스타그램 창립자 중 한 사람인 그레그 호크머스(Greg Hochmuth)는 스마트미디어의 반대편에는 이용자의 통제력을 허물기 위한 수많은 전문가가 있다고 경고한다. 그렇다면 이런 문제에 어떻게 대처할 수 있을까?

Z세대와 미디어 리터러시 교육

이러한 우려는 자연스럽게 미디어 리터러시 교육의 필요성으로 이어진다. 사실 미디어 리터러시가 이해하기 쉬운 용어는 아니다. 통상 다양한 형태의 미디어와 메시지에 접근, 분석, 평가, 창조, 참여할 수 있는 복합적 역량으로 디지털 시민에게 필요한 탐구와 자기표현에 필수적인 기술을 기르는 것으로 정의한다(CML, 2020). 윤리와 규범 및 스스로에 대한 성찰 등도 여기에 포함된다. 이해를 돕기 위해 미디어 리터러시를 일종의 백신에 비유해보면 어떨까? 백신을 접종하면 면역력을 길러 바이러스로부터의 감염 위험을 낮출 수 있다. 평소 좋은 식습관으로 건강에 신경을 쓴다면 백신의 효과는 더 강하게 작용한다. 마찬가지로 미디어 리터러시라는 백신은 유해 콘텐츠로부터 스스로를 보호하는 동시에 다양한 미디어로부터 많은 혜택을 누릴 수 있는 기회를 제공한다. 가정, 학교, 정부가 서로 협력하는 환경이 형성된 사회라면 그 효과는 더욱 긍정적으로 작용할 것이다.

원래 미디어 리터러시는 주로 미디어의 부정적 영향으로부터 어린이나 청소년을 보호하는 수단의 의미가 강했다. 최근에는 이런 보호주의적인 접근을 넘어 Z세대의 창의적인 표현을 장려하고 능동적인 미디어 이용을 강조하는 적극적인 개념으로 변화했다. 대부분의 시간을 스마트폰과 소셜미디어로 보내는 상황에서 가짜뉴스나 유해 콘텐츠에 노출되고 영향을 받는 것은 피할 수 없는 일이다. 미디어 리터러시 교육의 힘은 이때 발휘된다. 설령 문제가 발생하더라도 피해를 최소화하고 빨리 회복하는 힘을 제공하기 때문이다.

한국은 디지털 미디어와 기술에서는 앞서지만, 미디어 리터러시는 걸음마 단계다. 꾸준한 정책적 노력에도 불구하고 현실적인 장벽이 크다. 먼저 미디어 리터러시에 대한 국민의 인식이 여전히 낮다. 이 용어를 들어본 적도 없고 들어도 무슨 뜻인지 상상하기 어렵다는 반응이 많다. Z세대에게 꼭 필요하지만 나중에 해도 되다는 생각이 더 강하다. 미디어 리터러시가 오랜 기간에 걸친 교육과 훈련을 통해 서서히 축적되는 종합적인 힘이라는 사실이 제대로 공유되지 못하고 있기 때문이다. 그리고 미디어 리터러시 정책에 대한 평가가 계량적인 성과 중심으로 이루어지다 보니 커리큘럼 대부분이 콘텐츠 제작 교육에 편중되어 있다. 몇 명이 프로그램을 수강했고 몇 편이나 제작되었는지를 따지는 것이다. 미디어 리터러시가 미디어의 모든 부정적 영향을 치료하는 만병통치약으로 그려지고 있는 것도 문제다. 가정과 학교, 정부가 서로 엇박자를 내는 가운데 미디어 리터러시 교육은 공회전하고 있다.

미디어의 새로운 지형을 구축해가고 있는 Z세대가 더 슬기롭게 미디어와 생활하

는 힘을 기르도록 하기 위해서는 미디어 리터러시가 더는 수사적 표현이나 추상적 개념에 그쳐서는 안 된다. 무엇보다 미디어의 본질에 대한 교육과 실습을 통한 지속적인 훈련을 강화하는 방안이 시급하다. 예를 들어 핀란드는 지난 5년 연속 유럽 미디어 리터러시 조사에서 가짜뉴스에 대한 판별력이 가장 높은 나라다. 가짜뉴스에 대한 리터러시를 최우선 과제로 삼고 모든 정책적인 노력을 기울인 결과다. 실제 핀란드에서 미디어 리터러시는 초등학교 입학 이전부터 시작되는 국가의 핵심 커리큘럼의 한 부분이다. 교사들은 학생들에게 필요한 리터러시 역량을 어떻게 교과에 담아낼 것인가를 생각해야만 한다. 예를 들면, 수학시간에는 통계가 어떻게 조작될 수 있는지를, 미술시간에는 제품광고를 그려보게 하면서 상업광고와의 차이를 비교해보게 한다. 전문가들은 Z세대를 위한 핀란드 정부, 학교, 지역사회, 가정 등의 통합적이며 일관된 노력이 가장 중요한 성공 요인이라고 평가한다. 다른 유럽 대부분의 국가에서도 가짜뉴스를 발견하고 식별하는 능력을 가르치기 위한 프로그램을 적극적으로 운영하고 있다.

미국의 미디어 리터러시 센터(Center for Media Literacy)는 출발점을 비판적 사고 역량에서 찾는다. Z세대가 접하는 모든 미디어 메시지에 대해 <표 2>에 나타난 5가지 핵심 개념과 질문을 적용하는 능력을 21세기 핵심역량으로 규정한다. CML의 프로그램들은 5가지 키워드와 핵심질문을 중심으로 모든 프로그램이 연계되고 강화되도록 구성되어 있다. 학생의 수준, 발전단계, 학생의 위치(가정, 학교, 커뮤니티 등) 등을 고려해 가장 적합한 프로그램을 제공한다. 각 프로그램은 학생들이 자율적이며 자발적으로 학습하고 경험하는 과정에서 필요 역량을 체득하고 내재화하는 것을 목표로 하고 있다. 이와 함께 교강사를 위한 미디어 교육 커리큘럼을 시스템화해서 누구든 어떤 상황에서도 유사한 교육 효과를 기대할 수 있을 만큼 구체적인 프로그램을 제시하는 플랫폼의 기능도 수행하고 있다. 부모에게도 가정에서 어떻게 미디어 리터러시 교육에 접근하고 실천해야 하는지 명확한 방향을 제공한다.

미디어 리터러시는 미디어를 거부하거나 이용하지 않는 것이 아니라 미디어가 무엇인지 이해하고 제대로 쓰는 힘을 기르는 것이다. 앞으로 미디어는 사용자가 더 몰입하고 능동적으로 즐기는 방식으로 진화하게 된다. 여기에 심리적인 방법을 적용해 사용자의 태도나 행동을 변화시키는 설득 디자인(persuasive design)이 더 정교하게 도입되면서 우리는 아담 알터(Adam Alter)의 주장처럼 이런 변화에 저항불가(irresistible) 상황에 놓이게 될지도 모른다. 최근 챗GPT로 알려진 대화형 인공지능 서비스는 구글의 종말을 언급할 만큼 혁명적이다. 기대와 우려가 교차하

〈표 2〉 CML의 키워드와 주요 질문

키워드	질문
저자	누가 메시지를 만들었는가?
형식	내 관심을 끌기 위해 사용한 테크닉은 무엇인가?
청중	다른 사람들은 동일한 메시지를 어떻게 해석하는가?
내용	이 메시지에는 어떤 가치나 관점이 강조되고 배제되었는가?
의도	이 메시지를 생산하고 전달하려는 목적은 무엇인가?

는 가운데 Z세대는 그들의 방식대로 새로운 기술에도 쉽게 적응해 갈 것이다. 그러나 그 과정에서 동반되는 부작용과 피해가 어떠한지는 지금까지의 경험을 통해 충분히 짐작할 수 있다. Z세대의 미디어 리터러시 역량을 한 번에 강화할 수 있는 마법은 존재하지 않는다. 외국의 사례처럼 강한 의지와 관련 주체간의 협력과 협업이 조화를 이룰 때 미래 세대인 Z세대 청소년들이 미디어를 통한 슬기롭고 행복한 생활을 유지해 갈 수 있다. 🌱

참고 문헌

- 금준경 (2021. 7. 3). 유튜브보다 틱톡이 더 무섭다. 〈미디어 오늘〉. URL: <https://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=214735>
- 최진호·박영훈 (2022). 〈디지털 뉴스 리포트 2022 한국〉. 서울: 한국언론재단
- 한국언론진흥재단(2022). 〈2022 10대 청소년 미디어 이용조사〉.
- Auxier, B., & Arbanas, J. (2022). News at their fingertips: Digital and social tech power Gen Z teens' news consumption. Deloitte Insights.
- Craft, S. et al., (2016). Elements of news literacy: A focus group study of how teenagers define news and why they consume it, *Electronic News*, 10(3), 143–160.
- CML (2020). What media literacy is not, Center for Media Literacy.
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center.
- Jigsaw Research (2022). News consumption in the UK: 2022. Ofcom.
- Madden, M. et al., (2017). How youth navigate the news landscape. Knight Foundation.
- Tyson, A. et al., (2021). Gen Z, Millennials stand out for climate change activism, social media engagement with issue. Pew Research Center.
- Vissenberg, J. (2020). The age of "fake news": Stimulating adolescents' news literacy through news credibility evaluation skills. ySkills.
- Wineburg, S. et al., (2016). Evaluating information: The cornerstone of civic online reasoning. Stanford Digital Repository.

국회 정보위원회 회의의 일괄 비공개 원칙, 위헌일까

— 현재 2018헌마1162, 2020헌바428(병합)
국회법 제54조의2 제1항 본문 위헌확인 —

장윤미 법률사무소 삼정 변호사, 前 언론중재위원

1. 사건의 개요

가. 국회 정보위 관련 잇따른 공개거부처분

시민단체 ‘국정원 감시네트워크’ 소속 활동가 5명은 2018년 11월 22일 국회 정보위원회 위원장에게 정보위 1차 법안심사소위 회의에 대한 방청신청을 하였다. 국정원법 개정안 법안심사를 모니터하기 위해 뒷새 뒤에 열릴 회의에 대한 방청을 요청한 것이었다. 이에 대해 국회 정보위는 국회법 제54조의2 제1항 본문 규정을 들어 방청불가 통지를 하였다. 해당 규정은 ‘국회 정보위원회에 대한 특례’ 조항으로 “정보위원회의 회의는 공개하지 아니한다”고 규정하고 있었다.

‘군인권센터’ 소속의 활동가 김 모 씨는 2019년 4월 8일 국회 사무총장에게 국회 정보위원회 전체회의 회의록 일부에 대한 정보공개청구를 하였다. 해당 회의록에 군인권센터 소장의 의혹과 관련한 군사안보지원 사령관 등의 답변 내용이 들어있어 이를 확인하고자 한다는 이유에서였다. 국회 사무총장은 이번에도 국회법 제54조의2 제1항 본문 규정을 근거로 들어 이를 거부하였다.

살펴본 대로, 국회 정보위원회 회의의 방청과 회의록 공개가 불허될 때 근거가 된 법률은 국회법 제54조의2 제1항 본문(이하 '심판대상조항')이었다. 위 조항은 국회 정보위원회 회의의 비공개 원칙을 원칙으로 하며("정보위원회의 회의는 공개하지 아니한다"), 정보위가 주최하는 공청회나 인사청문회의 경우 예외적으로 일정 요건 하에 공개할 수 있도록 규정하고 있었다("다만, 공청회 또는 제65조의2에 따른 인사청문회를 실시하는 경우에는 위원회의 의결로 이를 공개할 수 있다").

나. 청구인들 주장의 요지

최상위법인 헌법은 제50조 제1항 본문에서 "국회의 회의는 공개한다"라고 하여 의사공개 원칙을 규정하고 있다. 시민단체 소속 활동가들은 국회법 제54조의2 제1항 본문이 상위법인 헌법과 상충되고, 정보위의 특수성을 감안하더라도 과도한 기본권 침해에 해당한다며 헌법소원을 제기하였다. 구체적으로, 청구인들은 국회 정보위원회의 회의 내용 중 국가안보와 직접적으로 관련된 정보로, 그 공개가 부적절한 경우만을 비공개 대상으로 할 수 있음에도 심판대상조항은 정보위원회의 모든 의사를 비공개하고 이에 대해 국민이 통제할 수 있는 절차도 마련하고 있지 않아 알 권리를 침해한다고 주장하였다. 다른 상임위와 달리 정보위 회의만 비공개하는 것은 평등권 침해라는 주장도 하였다.

II. 국회 정보위의 모든 의사 비공개, 위헌인가

가. 헌법 제50조 제1항 의사공개원칙의 의미

헌법재판소(이하 '헌재'라 한다)는 해당 심판에서 "국회의 회의는 공개한다"라는 헌법 제50조 제1항의 의사공개원칙이 민주주의의 근간이라는 점을 강조하였다. 의사공개원칙은 의사진행의 내용과 의원의 활동을 국민에게 공개해 민의에 따른 국회 운영을 실천한다는 민주주의적 요청에서 유래하는 것인데, 의사과정이 공개되어야 국민이 의정활동에 대한 감시와 비판을 할 수 있고, 국민이 국가의사결정 과정에 참여할 수 있는 실질적 기회를 보장받아야 정치적 의사형성에 기여할 수 있기 때문이라는 이유에서였다. 헌재는 의사공개에 구체적인 방법은 방청, 보도의 자유, 회의록 공개를 통해 이뤄진다고 덧붙였다.

그런데 국회 정보위는 다른 상임위와는 다른 특수한 위상을 갖고 있는 것 또한 사실이다. 국가의 기밀정보를 다루기 때문에 비공개에 필요성이 다른 상임위에 비해 높다. 따라서 헌재의 심판 과정에서는 국회 운영에 있어 의사공개원칙을 견지하되, 이 원칙을 국회 정보위의 특수성과 어떻게 조율할 것인가가 주된 법률적 쟁점이 되었다.

나. 국회 정보위의 특수성

국회 정보위는 정보기관인 ‘국가정보원’을 피감기관으로 한다. 국정원은 북한과 국외, 방첩, 대테러, 국제범죄조직, 반국가단체 등에 관한 정보를 수집, 작성, 배포하는 업무를 담당하는 기관이다(국가정보원법 제4조). 투명정보다는 기밀성이 중요한 기관인 셈이다. 국회법상 국회 정보위의 소관업무는 ‘국가정보원 소관에 속하는 사항’ 및 ‘국가정보원의 정보 및 보안업무의 기획·조정, 대상부처 소관의 정보예산안과 결산심사에 관한 사항’으로 정의되어 있어(국회법 제37조), 국회 정보위 활동 역시 높은 수준의 보안이 요구된다고 볼 수 있다.

이처럼 국회 정보위는 국정원과 관련한 국가기밀 등을 다루기 때문에 국회법은 국회 정보위의 활동과 관련해 다른 상임위와 달리 기밀보호를 위한 여러 안전장치들을 두고 있기도 하다. 국회 정보위 위원정수는 국회법에 12명으로 정하고 있는 점(국회법 제38조 단서), 정보위 활동으로 알게 된 국가기밀에 속하는 사항은 누설을 금지하는 규정(국회법 제54조의2 제2항), 위원회 소속 직원에 대해 국정원장에 신원조사를 의뢰하도록 한 규정(국회법 제54조의2 제3항) 등이 그것이다.

다. 심판대상조항의 위헌 여부—심판대상조항이 헌법 제50조에 위배되는지 여부

(1) 현재는, 의사공개원칙은 국회 내 의사결정의 공정성을 담보하고 정치적 야합이나 부패를 방지할 수 있다는 점에서 대의민주주의의 구체적 실현을 위한 불가결한 요소라는 점을 강조하면서도 이 원칙이 절대적인 것은 아니라고 보았다. 헌법 제50조 제1항이 본문에서 “국회의 회의는 공개한다”고 규정하고 있지만, 단서에서 “출석의원 과반수의 찬성이 있거나 의장이 국가의 안전보장을 위하여 필요하다고 인정할 때는 이를 공개하지 않을 수 있다”라는 공개의 예외 규정을 두고 있기 때문에 헌법상 의사공개원칙이 절대적인 것은 아니라고 판단한 것이다.

그러나 현재는 이같은 단서 조항에도 불구하고 헌법 제50조 제1항 단서가 매우 구체적으로 비공개 요건을 정하고 있는 만큼 국회 회의의 비공개사유는 엄격하게 해석하여야 한다고 판단하였다. 그러면서 헌법 제50조 제1항으로부터 도출되는 원칙은 “일체의 의사공개를 불허하는 절대적인 비공개는 허용될 수 없는 것”이라고 실시하였다. 정리하면, “특정한 내용의 국회의 회의나 특정 위원회의 회의를 일률적으로 비공개한다고 정하면서 공개의 여지를 차단하는 것은 헌법 제50조 제1항에 부합하지 않는다”는 것이다.

(2) 나아가 현재는, 국회 정보위원회는 국민이 선출한 대표로 하여금 정보기관인 국가정보원의 재량의 남용, 밀행성을 통제할 수 있도록 하는 민주적 통제의 한 방법이므로 정보위 운영의 실효성을 위해서는 회의를 공개해 국민의 비판, 견제가 가능하도록 해야 한다고 판시하였다. 그



런데 심판대상조항은 정보위의 회의 일체를 비공개 하도록 정하며, 예외적으로 공청회와 인사 청문회만을 위원회 의결로 공개할 수 있도록 정하고 있어 이를 제외하고는 출석한 정보위원 과 반수의 찬성이 있거나, 정보위원장이 국가의 안전보장과 무관하다고 인정한 경우에도 회의를 공개할 수 없어 정보위원회 활동에 대한 국민의 감시와 견제는 사실상 불가능하게 된다고 보았다. 결국 현재는 심판대상조항이 헌법 제50조 제1항에 위배되어 위헌이라고 결론 내렸다.

라. 헌법재판관 2명의 반대의견

이러한 결론은 만장일치로 내려진 것은 아니었다. 이은애, 이영진 재판관은 심판대상조항이 합헌이라는 반대의견을 냈는데 헌법 제50조 제1항 의사공개원칙의 의미에 대해서부터 다수 의견과 견해를 달리하였다.

이은애, 이영진 재판관은 “헌법 제50조 제1항은 국회 스스로 회의의 공개 여부를 결정할 수 있는 자율권이 있음을 인정하면서 그 자율권 행사에 대한 한계를 설정하고 있는 조항”이라고 판단하였다. 그러면서 헌법 제50조 제1항의 단서(“다만, 출석의원 과반수의 찬성이 있거나 의장이 국가의 안전보장을 위하여 필요하다고 인정할 때에는 공개하지 아니할 수 있다”)의 의미는, ‘국회 회의의 비공개를 위해서 모든 회의마다 반드시 출석의원 과반수의 찬성이나 의장의 결정



이라는 절차를 거칠 것을 요구하는 조항이라기보다 회의에 참여한 구성원들이 실질적으로 비공개에 대한 합의에 이르렀다고 볼 수 있거나 국가의 안전보장을 위해 필요하다는 것이 인정되는 경우에는 의사공개원칙에 대한 예외가 허용된다는 것으로 보는 것이 타당하다며 현재 다수의 견과는 다른 견해를 제시하였다.

두 재판관은 이같은 전제에서, 정보위 모든 회의는 실질적으로 국가기밀에 관한 사항과 직·간접적으로 관련되어 있으므로 국가안전보장을 위하여 회의의 비공개가 필요하며, 심판대상조항은 일률적으로 회의를 비공개하도록 정하고 있지만 이는 개별 회의마다 일정 수 이상의 구성원의 동의나 위원장의 비공개 결정과 같은 절차를 따를 필요 없이 헌법에서 정한 비공개 요건을 갖춘 것으로 본다는 입법자의 의사가 법률의 형식으로 반영된 것으로 보아야 한다고 판단하였다. 심판대상조항은 헌법 제50조에 위배되지 않으며 합헌이라는 결론이었다.

Ⅲ. 판결에 대한 검토

현재 소수의견에 대해서도 고개가 끄덕여지는 부분은 있다. 특히 “국회 회의의 절차적 사항을 정하고 있는 국회법 조항에 관해서는 헌법이 정한 자율권의 한계를 명백히 넘어서는 경우가 아니라면 가급적 이를 존중함이 바람직하다”고 실시한 부분이 그렇다. 삼권분립의 원칙상 사법부

의 입법부 통제는 필요최소한에 그쳐야 하는 것이 바람직한 것이 사실이다.

하지만 심판대상조항에 헌법 제50조 제1항 단서의 요건이 입법자의 결단으로 들어가 있다는 현재 소수의견의 견해에는 동의하기 어렵다. 헌법 제50조 제1항이 매우 구체적으로 의사공개 원칙의 예외를 규정하고 있는 만큼 헌법 제50조 제1항의 단서 조항은 실질적인 강제성을 가진 규정으로 보아야 할 것이다. 따라서 이 단서 조항의 내용이 심판대상조항에 입법자의 결단으로 암묵적으로 포함되어 있다는 취지의 판시에는 선뜻 동의가 되지 않는다.

경향신문과 민주사회를위한변호사모임은 매년 10대 디딤돌, 걸림돌 판결을 선정하는데, 이번 현재 판결은 2022년 10대 디딤돌 판결 중 하나로 선정되었다. 그동안 심판대상조항은 공개의 대상, 범위, 내용 등에 대한 아무런 판단 없이 일률적으로 국회 정보위 회의를 공개하지 않도록 규정해 국민이 정보위 회의에 접근할 방법 자체를 차단해 왔다. 때문에 이번 디딤돌 판결 선정에 공감은 된다. 심판대상조항이 헌법의 의사공개원칙에 위배된다는 점에 대해 이론을 달기 어렵다고 생각한다.

국회는 심판대상조항이 위헌으로 판단 받은 만큼 후속입법을 마련해야 할 것이다. 현재의 결정 취지에 따른다면, 국회 정보위 회의를 원칙적으로 공개하되, 정보위의 특수성을 감안해 비공개로 할 사유와 그 방법을 구체적으로 정하는 것이 필요해 보인다. 합리적이면서 합헌적인 후속 입법을 기대해 본다. 🙏

‘검증’ 없는 전달은 취재가 아니다

이샘물 동아일보 디지털노베이션팀장

한때 시중에서 “내가 이리려고 OO 됐나 자괴감 들어”라는 문구가 유행한 적이 있다. 기자 사회에서도 “이리려고 기자됐나, 자괴감이 든다”는 이야기가 심심찮게 회자되곤 한다. 오래도록 지망해온 정치부에서 일하는 기자를 만났을 때도 그런 이야기를 들었다. 원하던 취재 분야를 맡았으니 만족하며 일할 줄 알았는데, 당사자는 자괴감에 빠져 있었다. 매일같이 정치인의 발언을 ‘기사’라는 형식으로 고이 포장해 전달하는 일에 환멸을 느낀다는 것이었다. 취재원이 무엇을 어떻게 주장하든, 발화자가 이슈가 되는 인물이라 족족 옮기다 보니 궁극적으로는 해당 발언을 확산해주는 존재에 불과하게 되더라고 한다. 기자는 취재원에게 본인의 주장을 유통하기 위해 이용할 대상이자, 바이럴 수단 중 하나 정도로 간주되는 것 같더라고 했다.

단순히 취재 분야가 ‘정치’여서 자괴감을 느끼는 것일까? 물론 취재원이 하는 발언이 억지스럽거나 부조리하게 생각될수록 그것을 전할 때 느끼는 자괴감은 클 것이다. 하지만 여기서 본질은 발언의 ‘내용’이 아닌, 그 내용을 옮기는 수준에 그치는 ‘업무 역할’이다.

수많은 기자들이 취재원의 발언이나 출입처의 자료를 옮기면서 시간을 보낸다. 정치인과 같이 사람을 주로 상대하는 기자들은 당사자의 발언을 기사화하지만, 정부 부처나 기업을 출입하는 기자들은 매일 같이 쏟아지는 보도자료를 기사화하곤 한다. 보도자료에 고유의 취

재나 분석을 더해 기사를 쓰는 경우도 있지만, 상당수 기자들은 보도자료에 나온 내용을 거의 그대로 옮기는 데 그친다. 취재원이 한 발언이든 출입처 보도자료든, 그것을 옮기는 수준에 그친다면 본질적으로는 그것을 ‘정리하고 확산하는’ 역할을 한다는 점에선 일맥상통한다.

부조리의 본질은 취재원의 발언 자체가 아니다. 취재원은 이해관계나 상황, 지식의 정도 등에 따라 제각기 이야기할 것이다. 그것의 사실관계를 검증하고, 정보의 전달 여부나 방식을 판단하는 게 기자의 역할이다. 따라서 아무리 고상하고 멋있는 발언을 하더라도 업무 역할이 그것을 단순히 옮기는 수준에 그친다면 자괴감을 느낄 법하다. 반대로 아무리 말도 안 되는 이야기를 듣더라도 그것을 치밀하게 검증해내고 독자의 분별력 있는 판단에 도움을 주었다면 기자는 존재 가치를 빛낸 것으로 보람을 느껴야 한다. 중요한 것은 ‘업무 역할’이다.

단순 전달은 취재가 아니다

기자라는 단어는 사전적으로는 ‘기사를 취재하여 쓰거나 편집하는 사람’을 뜻한다. 여기서 중요한 부분은 도대체 ‘취재’란 무엇인가다. 많은 기자들이 취재가 단순히 어디선가 발생한 사실을 그대로 알리는 것이라고 생각하지만, 그것은 단순 ‘전달’이지 취재가 아니다. 미국 언론연구소는 저널리스트들이 종종 업의 본질을 ‘사실들’뿐 아니라 ‘사실들에 대한 진실’을 찾아서 표명하는 것으로 묘사한다고 말했다.¹⁾ 이것은 ‘검증의 규율(Discipline of Verification)’이라고 불리는데, 발생한 사실을 ‘검증’을 거쳐 내보내는 것이 진정한 취재라고 할 수 있다.

많은 기사가 발생 사실을 알리는 것에 그친다. 누가 무슨 발언을 했든 온라인 커뮤니티에서 무엇이 화제가 되든, 어떤 일이 있었다고 적당히 정리해서 옮기는 데에 그친다. 기사는 발생한 사실을 짜깁기한 것이기 때문에 때로는 원 소스만도 못한 요약본이 되기도 한다. “~에 따르면” “~ 측의 주장”이라는 설명 하에 내용의 사실 여부가 미궁에 남겨진 경우도 많다.

어디선가 발생한 이슈를 단순히 옮기는 것이라면 굳이 기자라는 직업이 존재할 필요가 없다. SNS에서 더 많은 팔로어들에게 더 신속하게 소식을 옮겨 나갈 수 있는 인플루언서들이 오늘날 무궁무진하게 존재하기 때문이다. 취재원이 인플루언서라면 ‘단순 전달형’ 기자는 더욱 별 볼 일 없는 존재가 된다. 취재원 스스로가 소셜미디어에 올리면 원하는 방식대로 수많은 대중에게 정보를 전할 수 있고, 이를 더 많은 기자들이 퍼나르도록 할 수 있기 때문이다. 기자는 굳이 상대할 유인도 없고, 영향력 측면에서도 불필요한 존재가 되고야 만다.

취재가 아닌 행위는 얼마든지 기자가 아닌 다른 누군가로, 심지어 기술로도 대체될 수 있

1) American Press Institute, Journalism as a discipline of verification, URL: [https://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/verification-accuracy/journalism-discipline-verification/\(2023, 01, 30, 최종검색\)](https://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/verification-accuracy/journalism-discipline-verification/(2023, 01, 30, 최종검색))

다. 최근 ‘챗GPT’의 등장은 그 가능성을 활짝 열어두었다. 시중에 공개된 정보를 물어보면 챗GPT는 놀라우리만치 일목요연하게 답변해준다. 어떤 소재에서는 정확성이 이슈가 되긴 하지만, 또 다른 영역에서는 정보를 빠르고 종합적으로 제시해 이용자들로부터 놀라움을 자아내고 있다. 기술의 발달로 정확성이 보정된다면 공개된 자료나 발언 등 시중에서 찾아볼 수 있는 정보는 인공지능을 통해 습득하는 날이 올지 모른다. 최근에는 기술의 영향이 뉴스 가치 판단과 편집 영역에도 강력하게 미치고 있다. 유튜브 알고리즘은 이용자들이 원하거나 볼 만한 콘텐츠를 놀라우리만치 유용하게 큐레이션해준다. 에디터의 편집은 가치 있지만, 콘텐츠와 플랫폼의 힘이 이용자의 선택에서 나온다는 점을 감안하면 입지가 충분히 위협받을 만하다.

접근 가능한 정보를 수집해 전달하는 것은 제삼자나 인공지능도 하거나, 심지어 더 잘할 수 있다. 날씨가 스포츠 기사의 일부를 작성해주는 인공지능이 출시되는 까닭이다. 하지만 명확히 눈에 보이지 않는 주장에 대한 검증이나 대부분의 사람들이 모르는 숨겨진 진실이라면 어떠한가? 그에 대한 ‘취재’라는 행위는 인간만이, 많은 경우에는 기자만이 할 수 있는 것이다. 그것이 기술의 발전과 상관없이 기자라는 업을 장기적으로 지탱해주는 요소일 것이다.

미국의 비영리기관 ‘데이터 & 소사이어티’의 연구 디렉터 제나 버렐(Jenna Burrell)은 “챗GPT는 충분한 데이터와 알맞은 알고리즘을 갖는 것보다 ‘진실’을 찾는 것이 더 어렵다는 것을 증명한다”²⁾고 말했다. 기술이 발전할수록 기자 본연의 역량은 더욱 중요해질 것이다. 사실관계를 검증하고, 시중에 공개되지 않은 것을 발굴할 수 있는 기자만이 살아남을 것이다.

저널리즘이 가진 차별성

사실 검증은 윤리의 문제라기보다는 업의 본질에 가까우며, 옵션이 아닌, 갖춰야 할 기본 의 이슈다. 검증 없는 전달은 궁극적으로 거짓 정보를 널리 퍼뜨릴 수 있기 때문이다.

지난해 이란에서 1만 5,000명에 이르는 시위대가 사형 선고를 받았다는 내용이 해외 소셜 미디어에 회자된 적이 있다. 사실이 아니었음에도 불구하고 저스틴 트뤼도(Justin Trudeau) 캐나다 총리를 포함한 유명 인사들이 소셜 미디어에 해당 정보를 옮겨서 논란이 됐다. 그렇다면 기자는 어떤 방식으로 이 같은 이슈를 다뤄야 본연의 역할에 충실할 수 있는가? 당시 NBC가 해당 이슈에 대한 기사를 실었는데 1만 5,000명의 사형 선고에 대한 증거는 없으며 국영 통신사에 의하면 2명의 시위대가 사형 선고를 받았다는 점, 총리의 포스팅 경과와 이에

2) Jenna Burrell (2023, 2, 9) It's time to challenge the narrative about ChatGPT and the future of journalism. Poynter, URL: <https://www.poynter.org/commentary/2023/opinion-chatgpt-will-not-replace-humans/>



대한 공식 입장, 이란 시위를 둘러싼 상황과 배경 등을 종합적으로 다뤘다.³⁾ 이것이 검증이고, 저널리즘이다.

기자들이 경쟁해야 하는 무대는 ‘빠른 확산’의 무대가 아니다. 온라인에서는 수많은 팔로어를 장착한 인플루언서가 신속하게 정보를 전달하지만, 기자는 때때로 느리더라도 ‘무엇이 진실인지’를 검증하고, 몰랐던 정보나 새로운 인사이트를 발굴하는 점에서 구별된다. 세상에는 신속하게 전해야 하는 소식이 있지만, 검증을 생략하면서까지 전하는 것은 경쟁의 무대를 잘못 설정한 것이다. 그 무대에서는 빠르게 누군가를 앞서더라도 많은 것을 잃을 것이다.

검증은 어렵고 시간이 많이 걸린다. 그것은 많은 경우에 가성비나 효율과 거리가 멀다. ‘철저한 검증과 신중한 보도’는 때때로 비생산적인 것처럼 보이지만, 언론사가 그 길을 추구해야 하는 이유는 자명하다. 언론사를 뒷받침하는 것은 독자의 신뢰와 인재다. 독자가 기사를 신뢰하지 않고, 기자들이 머물려고 하지 않는 조직은 장기적으로 지속가능하지 않을 것이다.

언론사는 본질적인 역할로 경쟁해야 한다. 그것이 언론사가 내세워야 하는 차별성이다. 물론 기사를 작성하기 위해 수반된 취재는 눈으로 보이지 않는다. 이에 어떤 언론사들은 기사

3) Ben Goggin (2022, 11, 19). False claim about Iran protester executions goes viral with help from celebrities and politicians, NBC News. URL: <https://www.nbcnews.com/tech/misinformation/iran-protesters-death-sentencing-viral-verify-iran-rcna57261>



를 넘어서 취재 과정까지 전하면서 본연의 역할을 눈에 띄게 드러내고 있다. 시애틀타임스(The Seattle Times)는 지난해 워싱턴주립대에서 발생한 성폭력 사건과 학교 측의 대응을 다룬 적이 있는데, 기사 중간에 “우리가 기사를 취재한 방법”이라는 제목으로 다음과 같은 짤막한 글을 실었다.⁴⁾

“시애틀타임스는 대학들의 성범죄 대응에 있어서의 격차를 알아보기 위해 현재·과거 학생들, 학교 직원들, 생존자 지원자들과 전문가들 수십 명과 이야기했습니다. 워싱턴주립대의 여성들은 변호사를 통해 자신들의 사건을 다룬 법원·학교·경찰 기록 1,000장 이상을 리뷰한 기자와 연락이 닿았을 때 자신들의 경험을 공유할 의향이 있었습니다. -하략-”

기자라면 취재를 어떻게 했는지 이처럼 당당하고 투명하게 공개할 수 있어야 한다.

어려운 취재야말로 기자의 존재 이유

기자들이 신뢰받지 못하는 이유는 기사가 너무 ‘쉽게’ 작성되기 때문이다. 많은 기사에 “이

⁴⁾ Asia Fields (2022, 3, 6). ‘Nothing should have happened to any of us.’ Seattle Times, URL: <https://www.seattletimes.com/seattlenews/times-watchdog/sexual-assault-case-at-washington-state-university-shows-gaps-in-campus-misconductsystems-title-ix/>

런 기사는 나도 쓰겠다”는 댓글이 달리는 것엔 이유가 있다. 어떤 현장에도 가지 않고 아무 취재원과도 소통하지 않은 채 발간되는 기사를 너무나도 흔히 볼 수 있다. 소셜미디어와 유튜브에서 흘러나오는 이야기만 옮겨 붙인 글들이 기사라는 이름으로 뉴스 섹션을 채우고 있다.

기자 생활은 어려워야 한다. 몸이 고되고 근무시간이 길어서가 아니라, 사실을 ‘어렵게’ 검증하는 것을 당연시해야 한다. 미국 텍사스트리뷴(The Texas Tribune)은 지난해 선거 보도를 하면서 회사가 어떻게 취재보도를 하는지에 대한 설명을 실은 적이 있는데, “보도는 어려운 것”이라고 못박았다.⁵⁾ 취재원이 말하는 것을 앵무새처럼 읊는 게 아니라 실제 사람들과 이야기하며 삶의 현실과 경험을 듣고 전문가의 도움을 받아 맥락과 진실을 파악해 보도해야 하기 때문이다.

기자는 쉬운 직업이 아니다. 발생한 사실을 수집하는 것은 쉽지만, 그것을 검증하는 것은 어렵고 고되고 지난한 과정이다. 어려운 일은 어렵게 해야 한다. 한 번이 아니라 두 번을 검증하고, 한 명이 아니라 여러 명에게 검증했을 때 사실은 진실에 가까워진다. 어려운 과정을 거쳐서 기사를 발간했을 때 기자의 존재 이유는 빛나고, 기사는 신뢰받을 수 있을 것이다. 📰

⁵⁾ Texas Tribune Staff (2022, 8, 15). What you can expect from our elections coverage. The Texas Tribune. URL: <https://www.texastribune.org/2022/08/15/texas-tribune-elections-coverage/>

일반 인격권과 언론의 자유 : 경합과 이익 형량

독일연방헌법재판소 판결
(Beschl. v. 9. Nov. 2022)에 대하여

권용덕 독일 쾰른대학교 법학 박사과정

I. 들어가며

의견을 자유롭게 표현하고, 각종 매체를 통해 의견을 자유롭게 유포하는 것은 민주주의를 국가의 기본 이념으로 하는 우리에게 중요하다. 현재 우리는 보다 다양한 매체(신문, 방송, SNS 그리고 Youtube 등)를 통해 정보를 (재)생산 및 획득하고, 유포하고 있다. 우리 헌법 제 21조 제1항부터 제3항은 표현의 자유(언론 및 출판의 자유)에 대한 기본권을 정하여 의견의 자유로운 표현과 유포를 헌법상 보장한다.

특정 의견 또는 표현이 개인의 사생활이나 명예와 관련된 내용을 포함하고 있는 경우, 공공의 알 권리를 위해 언론의 자유의 보호 범위를 무한정 확대할 수 있는가? 언론의 보도가 개인의 명예를 침해하는 경우에도 언론의 자유를 보장해야 하는가? 이 질문은 일반 인격권과 언론의 자유 사이의 경계를 어떻게 나눌 수 있는가와 관련된다. 이와 관련된 문제는 ‘가짜 뉴스’라는 형태로 나타난다. ‘가짜 뉴스는 정치·경제적 이득을 얻기 위한 의도로 사실이 아닌 정보를 마치 사실인 것처럼 가장해 기사 형식으로 유포되는 것을 말한다.’¹⁾ 뉴스의 형태로 유포

1) 다음백과. URL: <https://100.daum.net/encyclopedia/view/47XXXXXd1382> (2023. 2. 22 최종 검색)

포되는 사실 아닌 정보를 통해 타인의 일반 인격권이 침해되는 경우, 표현의 자유가 제한될 필요가 있다. 이에 관하여 헌법 제21조 제4항²⁾에 표현의 자유가 타인의 명예, 권리 또는 공중도덕이나 사회윤리를 침해하지 않는 범위 내에서 보장된다는 점과 이를 침해한 경우 피해 배상을 청구할 수 있다는 점을 규정하고 있다.

최근 독일에서는 일반 인격권의 침해와 언론의 자유 보장 사이의 이익 형량에 관한 연방헌법재판소의 판결이 나왔다. 2023년 1월 13일 발표된 이 판결에서 에디터(이하 ‘원고’라 한다)는 프랑크푸르트 암 마인 고등법원(OLG Frankfurt am Main) 특정문구사용금지 판결을 통해 자신의 기본법상 보장된 표현의 자유 및 언론의 자유를 침해받았다고 연방헌법재판소에 헌법소원을 제기하였다. 이 판례에서 독일 연방헌법재판소가 일반 인격권과 언론의 자유 사이의 이익 형량을 어떤 기준을 가지고 판단하였는지 살펴보고자 한다. 또한 이를 통해 언론의 자유의 보장 범위가 일반 인격권과의 관계에서 어디까지 한정되어야 하는지 확인할 수 있을 것이다.

II. 사실관계

원고는 신문사 다름슈테터 에코(Darmstädter Echo)의 에디터(Editor)이다. 원고는 2020년 9월 4일 온라인 발행 판에서 “탈퇴자의 폭로: 유사 종파 커뮤니티에서 발생한 일”이라는 제목의 기사를 게재하였다. 이 기사에서 원고는 신청인(고등법원(OLG, Oberlandesgericht) 재판인 항소심에서의 원고, 유사 종파 커뮤니티의 대표자)이 관리하는 커뮤니티 내부의 방향성, 구조 및 계층구조를 이 커뮤니티에서 탈퇴한 회원의 시각에서 비판적으로 서술하였다. 탈퇴한 회원의 진술에 따르면 이 커뮤니티는 세상의 모든 사건에 대해 보편적, 종교적 설명 모델로 작동하는 것처럼 본다. 대부분의 커뮤니티 신입 회원은 이미 회원인 친구를 통해 가입하고, 무해한 자기 탐구 세미나처럼 보이는 공개 세미나에 참석한다. 이처럼 신청인의 커뮤니티는 폐쇄적으로 운영되었다. 신청인은 자신을 신의 대리인이자 절대 진리로 여겼고, 이 커뮤니티 내에는 밀고 및 비난, 위계질서 문화가 존재했다. 일반 회원들, 입문자 그리고 훈련 그룹에 속한 회원들은 그를 “마스터(master)”로 여기며 따랐다. 또한 신청인은 산발적 참가자, 신규 이민자 및 보육원생을 자신의 과오로 인해 돈이 없는 회원들로 여겼고, 이 회원들을 저승에서 메시지를 받는 영매가 되도록 훈련시켰다.

한편 원고는 이 커뮤니티에서 탈퇴한 제보자의 진술과 이메일을 통한 신청인과의 인터뷰

2) “언론·출판은 타인의 명예나 권리 또는 공중도덕이나 사회윤리를 침해하여서는 아니 된다. 언론·출판이 타인의 명예나 권리를 침해한 때에는 피해자는 이에 대한 피해의 배상을 청구할 수 있다.”



내용을 토대로 기사를 작성하였다. 원고는 신청인의 국가에 대한 태도에 대해서 이 커뮤니티에서 탈퇴한 회원의 진술에 의해 다음과 같이 보도하였다.

“신청인은 세미나 비용을 현금으로도 지불받는데, 그는 국가를 거부한다. 그는 이 신문의 요청에 따라 성경을 인용하여 자신의 생각을 간접적으로 드러냈다. ‘황제의 것은 황제에게, 하나님의 것은 하나님께 바치시오.’ 특정 국가의 규정은 필요하지만, (...) 모든 사람은 자신의 신념에 스스로 책임을 져야 한다. 탈퇴한 회원에 따르면 보육원생들은 이웃 마을 (...)에 있는 집으로 함께 이사할 계획이었다.”

이 기사를 보도하기 전 원고는 신청인에게 이메일로 인터뷰를 진행하였다.

“당신은 귀하의 시설과 국가가 어떠한 관계 있다고 생각합니까? 당신은 국가를 거부합니까?” 이에 신청인은 다음과 같이 답변하였다.

“성경에는 개인의 신념과 국가 사이의 관계에 대한 답을 제시하는 구절이 있는데, 이 구절은 저에게 지침이 됩니다. 예수님은 바리새인들의 악한 의도를 알아차리고 대답하셨습니다. ‘이 위선자들아, 너희는 왜 나를 해하려고 하느냐? 너희가 세금을 낼 때 사용하는 동전을 보거라. 거기에는 황제의 초상과 비문이 새겨져있다. 황제의 것은 황제에게, 하나님의 것은 하나님께 바치시오(마태복음 22: 15-22).’ 이는 모든 사람이 자신의 개인적인 신념에 대해 책임을 져야 함을 의미합니다. 그럼에도 불구하고 국가에는 사람들의 공존을 규율하기 위해 필요한 규정이 존재합니다. 이 답변에서도 저는 제 자신을 예수님과 같은 수준에 두지 않고, 단지 예수님을 예로 들었을 뿐입니다.”

III. 프랑크푸르트 암 마인 고등법원(OLG Frankfurt am Main)의 “특정문구사용금지” 명령

신청인은 프랑크푸르트 암 마인 지방법원(LG Frankfurt am Main)에 “신청인은 세미나 비용을 현금으로도 지불받고, 그는 국가를 거부한다.”라는 문구(표현)사용의 금지를 신청하였다. 지방법원은 2020년 10월 29일 신청인의 주장을 일부 인용하였으나 문제의 문구의 사용을 금지하지 않았다.

이에 신청인은 2020년 12월 22일 즉각 항소하였고, 프랑크푸르트 암 마인 고등법원(OLG Frankfurt am Main, 이하 ‘고등법원’이라 한다)은 1심 판결을 일부 기각하고, 문제가 된 문구의 사용을 금지하였다.³⁾

1. 고등법원의 판결 요지

신청인이 특정문구사용금지 명령을 신청한 문구인 “신청인은 세미나 비용을 현금으로도 지불받고, 그는 국가를 거부한다”를 고등법원은 의견 표현에 관한 문제로 보았다. 고등법원은 표현의 자유와 언론의 자유는 반드시 지켜져야 하지만, 그럼에도 불구하고 표현 및 언론의 자유 그리고 일반 인격권 사이의 이익 형량을 고려할 때, 해당 문구를 통한 의견의 유포는 위법한 것으로 판단했다. 이 의견 표현은 신청인에 대한 대중의 인식에 부정적인 영향을 주는, 특히 강사로서 신청인을 비방하려는 목적으로 한 의견, 즉 비방 의견이었다. 이 기사에서 신청인이 세미나 비용을 현금으로도 지급 받았으며, 이는 신청인의 주정부의 과세를 회피하려는 것으로 보인다고 언급하여 신청인의 인격권의 ‘침해의 정도’가 더욱 높다. 의견의 자유로운 표현이 원칙적으로 우선 된다고 하더라도, 그 침해의 정도와 비교하여 “최소한의 사실 연결 단서(Mindestbestand an tatsächlichen Anknüpfungstatsachen)”를 입증할 수 없는 경우, 비방하는 의견의 표현은 허용되지 않는다.

2. “최소한의 사실 연결 단서”의 존재 여부 판단

이 사건에서 신청인이 실제로 넓은 의미에서 “국가를 거부한다”는 의견을 뒷받침할만한 단서, 예를 들어 그가 세미나에서 이러한 진술을 했는지 여부에 대해서 아무런 단서도 발견되지 않았다. 또한 이를 단정할 수 있는 신청인의 행위도 밝혀지지 않았다. 이 기사에는 탈퇴

3) OLG Frankfurt am Main, Beschl. vom 22.12.2020 - 16 W 83/20.

한 회원이 이러한 사정을 무엇으로부터 인식했는지 적시되어 있지 않다. 그가 세미나 비용을 현금으로도 지불받았다는 점은 논쟁의 여지가 없다. 이는 그의 세금 납부를 성실히 이행하는 것과 관련이 있는 것이지, 국가 전체에 대한 그의 태도와 관련이 있지는 않기 때문에 세미나 비용의 지불 방법에 관하여서는 논란의 여지가 없다. 에디터가 선서한 진술서에 따르면 제보자는 “신청인이 국가를 그리고 국가의 사회적 혜택을 거부한다”고만 말했다. 에디터의 보도가 형법 제193조의 의미 내에서 공공의 정당한 이익 보호에 부합한다고 하더라도, 다른 어떠한 단서(최소한의 사실 연결 단서)도 드러나지 않았다. 에디터가 마음대로 사용할 수 있는 충분한 사실 연결 단서가 있다고 가정할 수 있는 경우에만, 그가 자신의 의견 표현을 배포할 수 있다. 이를 위해 제보자가 신청인이 실제로 국가를 거부하는 태도를 가지고 있었는지 사실적 징후에 대한 질문을 함으로써 에디터는 신청인이 국가에 대해 어떠한 태도를 가지고 있는지 스스로 확신을 해야 했다.

3. 사안의 판단

고등법원은 문제가 된 에디터의 표현이 기본적으로 의견의 표현에 해당한다고 보았으나, 신청인의 일반 인격권의 ‘침해의 정도’와 비교하여 에디터의 의견 표현이 정당화될 수 없다고 보았다. 따라서 충분한 사실 연결 단서에 기하지 않은 언론의 의견 표현은 정당하지 못하다.

IV. 연방헌법재판소의 판시 내용

에디터는 고등법원의 특정문구사용금지 명령에 대해 표현의 자유 및 언론의 자유를 침해했다고 주장하며, 헌법소원을 제기하였다.

1. 헌법소원 제기의 적법성: 기본권 침해 사항인지 여부

연방헌법재판소법 제93a조 제2항 b에 따라 헌법소원이 원고의 기본권을 행사하기 위해 필요한 경우이므로 인정된다. 본 조항은 헌법소원의 대상⁴⁾을 법률과 국가와 사인 간의 행위에 한정하지 않고, 법원의 판결, 즉 사인 간의 행위에도 확장하고 있다. 원고는 법원의 판결로 특

4) 한국의 헌법재판소는 공권력의 남용으로 국민의 기본권이 침해받은 자의 헌법소원을 심사하지만, 독일은 헌법소원의 종류를 권리구제와 위헌심사에서 더 나아가 법원의 판결에 대한 헌법소원(재판소원)에까지 확대하였다. 이에 따라 연방헌법재판소는 고등법원의 판결에 대한 헌법소원을 받아들였다. 헌법의 작용 범위와 관련된 중요 판례는 엘페스 결정(Elles-Urteil: Ur. v. 16.01.1957 – 1 BvR 253/56 = BVerfGE 6, 32)과 뤼트 결정(Lüth-Urteil: Ur. v. 15.01.1958 – 1 BvR 400/51 = BVerfGE 7, 198 ff.)이 있다. Dieter Grimm (2014), Die Urteilsverfassungsbeschwerden und das Verhältnis von Verfassungsgericht und Fachgerichten in Deutschland. (서울대학교 법학), 제55권 제1호, S. 339 ff.(독일어); S. 360 ff.(한국어) 참조.



정문구사용을 금지 받았고, 이는 원고에게 동조의 의미에 따른 심각한 불이익을 주는 경우에 해당한다. 따라서 고등법원의 판결은 기본법 제5조 제1항에 따른 표현의 자유 및 언론의 자유에 대한 원고의 기본권을 침해한다.

2. 일반 인격권과 기본권 사이의 이익 형량

1) 표현의 자유 및 언론의 자유의 내용과 한계

기본법 제5조 제1항 제1문(표현의 자유)은 보도의 내용과 관련하여 보호의 내용과 한계를 정한다. 기본권으로서 표현의 자유는 의사소통의 수단과 형식에 관계없이 의견과 사실 관계의 유포를 보호한다.⁵⁾ 언론의 임무 중 하나는 공공의 정당한 이익과 관련된 문제를 대중에게 알리는 것이고,⁶⁾ 이는 동조에 의해 보장된다. 언론의 자유의 구체적인 내용은 정보 획득에서 유포에 이르기까지 다양하고,⁷⁾ 특히 내용과 형식에 있어 자신의 생각에 따라 출판물을 구성할 수 있는 권리(출판물 구성의 자유)를 보장한다.⁸⁾

언론의 자유와 출판물 구성의 자유는 기본권으로서 무조건 보장되는 것이 아니다. 이 기본

5) Vgl. BVerfGE 152, 152, 193 Rn. 94.

6) Vgl. BVerfGE 7, 198, 208; 12, 113, 125.

7) Vgl. BVerfGE 10, 118, 121; 62, 230, 243.

8) Vgl. BVerfGE 95, 28, 35 f.; BVerfG, Beschluss der 2. Kammer des Ersten Senats vom 9. Dezember 2020 – 1 BvR 704/18 –, Rn. 15.

권의 보장은 기본법 제5조 제2항에 의해서 제한된다. 일반 인격권과 관련된 기본법 일반 조항에 의해 기본권 보장 및 한계가 정해진다. 구체적으로 일반 인격권은 기본법 제1조 제1항과 관련된 제2조 제1항에 의해 보장되나,⁹⁾ 민법 제823조 제1항 그리고 기본법 제1조 제2항, 제2조 제1항에 따라 이 보장의 한계가 정해진다. 이러한 규정은 보도 대상자의 일반 인격권이 침해된 경우 그에게 부정적인 영향을 미치는 보도의 금지를 청구할 수 있는 권리(민법 제1004조 제1항 제2문 준용)를 부여한다. 이 경우 기본권으로서 언론의 자유의 보장은 한편으로 일반 인격권을 제한하는 결과를 가져온다. 본 사안에서와 같이 특정문구사용을 통한 표현으로 일반 인격권이 침해된 경우, 이 인격권이 침해된 정도와 표현 금지로 인한 표현의 자유 및 언론의 자유가 침해된 정도를 형량해야 한다.

2) 표현의 객관적 의미와 범위

일반 인격권과 표현의 자유 및 언론의 자유 사이의 이익 형량을 할 때, 표현의 객관적 의미를 파악해야 한다. 표현이 당사자의 인격권을 어떠한 관점에서 침해하였는지 파악하는 것이 기본권 침해를 평가하는 데 중요하다. 객관적 의미란 표현하는 사람의 주관적 의도나 그 상대방의 주관적 이해가 아니라, 결정적 요소로서 ‘편견 없고 이해심 많은 대중의 이해’를 의미한다. 기본법 제5조 제1항에 따른 표현의 의미가 잘못 파악되거나 평가되면 기본법 위반이 존재할 수 있다.¹⁰⁾

표현의 자유의 의미와 범위는 표현이 ‘사실 주장’에 해당하는지, ‘의견’에 해당하는지 또는 두 가지 표현의 형태가 결합된 형태로 존재하는지에 따라 다르다. 사실 주장은 진술과 현실 사이의 객관적인 관계를 특징으로 하고, 증거를 통해 사실 여부가 검증될 수 있으나,¹¹⁾ 의견은 입장과 견해를 특징 요소로 하는 진술이다.¹²⁾ 사실 주장과 의견이 결합된 형태로 존재하는 진술의 경우 의견의 개념은 기본권의 효과적인 보호를 위해 넓게 이해되어야 한다. 사실 주장은 내용의 진실성에 따라 평가되는데, 진실한 진술은 원칙적으로 당사자에게 해가 되더라도 받아들여져야 하나, 거짓된 진술의 경우 그러하지 아니하다.¹³⁾ 즉 거짓된 사실 주장의 유포는 법적으로 정당화될 수 없다. 또한 거짓된 사실 주장을 고의로 진술하거나 사실 주장이 거짓임을 진술 당시 이미 의심의 여지없이 인식한 경우에는 제5조 제1항 제1문의 보호를

9) BVerfGE 65, 1, 41; 72, 155, 170; 82, 236, 269; 90, 263, 270.

10) Vgl. BVerfGE 18, 85, 93; 42, 143, 149; 85, 1, 13; BVerfG, Beschluss der 2. Kammer des Ersten Senats vom 11. November 2021 – 1 BvR 11/20 –, Rn. 14.

11) Vgl. BVerfGE 90, 241, 247; 94, 1, 8.

12) Vgl. BVerfGE 7, 198, 210; 61, 1, 8; 90, 241, 247; 124, 300, 320.

13) Vgl. BVerfGE 97, 391, 403.

받지 못한다. 사실 주장의 진실성이 밝혀지지 않았으나 이 주장이 공공의 정당한 이익에 중대한 영향을 미치는 사항인 경우, 이 사실을 유폐하는 자는 기본법 제5조 및 형법 제193조에 따른 공공의 정당한 이익을 보호하기 위해 필요하다고 인정하는 한, 사실 주장을 할 수 있다. 이 경우 언론은 개인보다 사실 주장의 내용에 진실성을 사전에 충분히 조사해야 한다.¹⁴⁾

3) 이익 형량에서 간접 진술의 의미

한편 진술자가 직접 자신의 진술로 채택하여 진술했는지, 그가 제3자의 진술을 유폐했는지 여부도 이익형량에서 매우 중요하다.¹⁵⁾ 언론이 보도된 진술을 자신의 진술로 채택하지 않는 한, 제3자의 (의심의 여지없이)불법적인 진술에 대해 보도하는 것도 가능하다.¹⁶⁾ “자신의 진술로 채택”은 제3자의 진술이 자신의 사고방식에 들어와 본인의 진술이 되는 것을 의미한다.¹⁷⁾

3. 사안의 판단

연방헌법재판소는 만장일치로 2020년 12월 22일자 고등법원의 판결이 기본법 제5조 제1항에 따른 원고의 기본권을 침해한다고 판시하였다. 따라서 연방헌법재판소는 고등법원의 특정 문구사용금지 명령을 취소하고, 이 사안을 고등법원에 파기 환송하였다. 또한 연방헌법재판소는 고등법원이 속한 헤센(Hessen)주에 원고에게 필요한 비용의 배상을 명하였다.

연방헌법재판소는 고등법원의 특정문구사용금지 판결에 대해 다음의 이유를 들어 파기 환송하였다.

- 1) 고등법원에 의해 금지된 원고의 진술이 법적으로 원고 본인의 진술로 간주되는지, 제3자 진술의 유폐에 해당하는지 명확하게 밝히지 않았다.
- 2) 원고의 진술이 의견 표현에 해당하는 한, 이는 원칙적으로 정당하다. 그러나 원고가 보도에서 그의 제보자가 신청인이 국가를 거부한다는 의견을 어떠한 사실에 근거해 도출하였는지 언급하지 않았다고 하여, 원고의 진술에 최소한의 사실 연결 단서가 결여되었다고 판단하는 것은 이익 형

¹⁴⁾ Vgl. BGH, Urteil vom 31. Mai 2022 – VI ZR 95/21 –, AfP 2022, S. 337, 339 Rn. 22; BGHZ 222, 196, 221 f. Rn. 50; 203, 239, 246 f. Rn. 15 f.; 199, 237, 250 f. Rn. 26, jeweils m.w.N.

¹⁵⁾ Vgl. BVerfG, Beschluss der 2. Kammer des Ersten Senats vom 27. August 2019 – 1 BvR 811/17 –, Rn. 17.

¹⁶⁾ BVerfGK 10, 153, 156 f.

¹⁷⁾ Vgl. BVerfG, Beschluss der 1. Kammer des Ersten Senats vom 30. September 2003 – 1 BvR 865/00 –, Rn. 13.

량을 위한 출발점이 불완전하다.

- 3) 고등법원은 “신청인이 국가를 거부한다”는 원고의 진술이 최소한의 사실 연결 단서가 결여된 비하 의견을 포함한다고 판시하였다. 제3자의 동기나 의도에 대한 결론을 도출할 경우, 이 진술은 증명할 수 있는 사실 주장이 아니라 가치 판단에 해당한다.¹⁸⁾ 따라서 가치 판단의 진술에 대해서는 충분한 사실 근거가 뒷받침되어야 한다. 그러나 본 사안에서 충분한 사실 근거가 제시되지 못하였다. 충분한 사실 근거는 동기, 의도 또는 관점을 다른 사람에게 귀속시키는 것이 개별 사례에서 과도한지 여부를 평가하는 기준이 된다. 고등법원은 원고의 진술, 즉 단순한 사실 주장에서 더 나아가 가치 판단에 해당하는 진술이 어느 정도로 신청인을 ‘비하’하는지 또는 신청인에 대한 ‘대중의 인식’과 커뮤니티 내에서 ‘그의 역할’을 어느 정도로 폄하하는지에 대해 납득할 수 있는 근거를 제시하지 못하였다. 원고의 진술은 객관적 의미에서 대부분 추측에 기한 것이고, 실체가 부족하다. 또한 이 진술은 신청인의 사회적 영역에 영향을 미치는 내용이지만, 신청인은 이로 인해 발생할 부정적인 영향을 자신의 사적인 행동에 대한 보도의 경우보다 더 광범위하게 받아들여야 한다. 따라서 고등법원의 판결은 헌법상 받아들일 수 없다.
- 4) 고등법원의 심의 과정에서 대중을 위한 보도의 정보 가치를 고려하지 않고, 보조적인 맥락에서 정보 가치를 고려하였다. 즉 보도가 공공의 정당한 이익(형법 제193조)이 되는 경우에 허용되어야 한다. 그러나 원고의 진술이 신청인과의 인터뷰를 통해 신청인이 국가에 대해 거부하는 태도에 대한 충분한 사실 연결 단서를 가지고 있다면, 예외적으로 진술이 인간의 존엄에 대한 침해, 형식적 모욕, 헌법상 욕설 또는 사실이 아닌 것으로 입증된 비방 발언에 해당하더라도 허용된다.¹⁹⁾ 따라서 고등법원의 판결은 헌법상 유효하지 않다.

V. 마치며

독일의 기본법 제5조 제1항 제1문에 따라 개인과 언론은 표현 및 언론의 자유를 기본권으로서 보장받는다. 그러나 언론이 특정문구를 사용함으로써 개인의 일반 인격권(생명, 신체, 자유 또는 명예)을 침해한 경우, 언론의 기본권 보장이 제한된다. 이에 대해 독일 연방헌법재판소는 일반 인격권과 표현의 자유 및 언론의 자유의 이익 형량의 기준을 제시하고 있다.

¹⁸⁾ 유럽인권재판소는 제3자의 행동의 동기에 대해 주장하는 경우, 이 주장이 사실 주장인지 가치 판단에 해당하는지 구분하는 것은 쉽지 않다는 점을 이미 확인하였다. vgl. EGMR, Axel Springer AG v. Deutschland (Nr. 2), Urteil vom 10. Juli 2014, Nr. 48311/10, §§ 63–64; BVerfG, Beschluss der 3. Kammer des Ersten Senats vom 4. August 2016 – 1 BvR 2619/13 –, Rn. 13.

¹⁹⁾ Vgl. BVerfGE 99, 185 (196); Beschluss der 2. Kammer des Ersten Senats vom 19. Dezember 2021 – 1 BvR 1073/20 –, Rn. 29.



연방헌법재판소는 기본법상 보장되는 표현의 의미를 파악할 때 구체적인 기준으로서 객관적 의미를 중요한 요소로 고려하였다. 객관적 의미란 ‘편견 없고 이해심 많은 대중의 이해’를 바탕으로 표현의 의미를 객관적으로 파악해야 함을 의미한다. 표현을 사실 주장, 의견 그리고 사실 주장과 의견의 결합된 형태로 구분하였다. 사실 주장은 의견과 달리 진실과 현실 사이의 객관적인 관계가 존재하여 증거를 통해 사실 여부를 검증할 수 있다. ‘내용의 진실성’ 여부는 사실 주장 유포의 정당성을 판단할 때 중요한 평가 요소이다. 즉, 진실한 진술의 유포는 원칙적으로 허용되지만 거짓된 사실 주장의 유포는 법적으로 정당화 될 수 없음을 명확히 하였다. 다만 사실 주장이 공공에 중대한 영향을 미치는 사항이고 공공에 정당한 이익을 보호하기 위해 필요한 경우(기본법 제5조 및 형법 제193조), 이 주장의 내용의 진실성 여부가 이를 유포할 당시 밝혀지지 않았더라도 사실 주장은 정당하다. 그러나 이 경우 언론은 개인보다 내용의 진실성에 대해 사전에 충분히 조사해야 할 의무를 진다. 일반 인격권과 언론의 자유 사이의 이익 형량을 할 때, 언론이 제3자의 진술을 그대로 유포했는지, 그의 진술을 자신의 진술로 채택하여 유포했는지 중요하다. 언론이 제보자의 진술을 그대로 유포한 경우 제3자의 불법적인 진술에 대해 보도하는 것도 가능하다.

끝으로, 독일 연방헌법재판소는 진술이 단순한 사실 주장을 넘어 가치 판단에 해당하는 경우 충분한 사실 근거가 뒷받침 되어야 한다고 강조하였다. ‘충분한 사실 연결 단서’는 동기, 의도 또는 관점을 다른 사람에게 귀속시키는 것이 개별 사례에서 과도한지 여부를 평가하는 기준이 된다. 🍷

너무 쉬운 원인, 너무 빠른 대책은 가짜다

권석천 법무법인 태평양 고문



어떻게든 원인을 찾아내려는 습성

“우리가 사는 세계를 들여다보면 도무지 원인을 알 수 없는 불행임에도 억지로 누구 때문이라고 떠넘기거나 자기 책임이라며 떠안는 상황이 종종 눈에 띕니다...독감에 걸리면 예방접종을 맞지 않은 탓, 암이나 당뇨병에 걸리면 평소의 생활습관 탓을 하는 것이지요. 신체적으로 불편한 사람이 그렇게 책임을 추궁 당하면 사회적 고통까지 감내해야 하는 상황으로 몰립니다.”

〈우연의 질병, 필연의 죽음〉(미야노 마키코 등, 다다서재)에 등장하는 구절입니다. 이 책은 말기 암 투병을 하던 일본의 철학자가 의료인류학자와 주고받은 편지를 모은 것인데요, 두 사람은 ‘어떻게 해서든 원인을 찾아내려는 습성’이 어떤 편견을 만들어내는지 이야기합니다.

실제로 TV 채널을 돌리다 보면 ‘습관이 병을 낳는다’는 취지의 건강 관련 프로그램들이 나옵니다. 이런 류의 방송을 접하다 보면 특정한 질병 뒤에는 반드시 특정한 생활습관이 있을 것이란 확신을 갖게 되지요.

‘평소에 운동을 열심히 했다면 면역력이 생겼을 텐데...’ ‘고기 섭취를 줄였다면 쓰러지지 않

았을 텐데...’ 그런 믿음들 속에 질병으로 고통 받는 이들이 스스로를 탓하게 되거나 주변으로부터 “좀 조심하지 그랬냐”고 타박 받는 상황이 연출됩니다.

비단 건강뿐일까요? 눈을 사회로 돌려보면 정말 많은 문제들이 비슷한 방식으로 처리됩니다. 너무 쉽게 원인을 찾아내고 너무 쉽게 해결책을 이야기합니다.

자, 함께 생각해봅시다. 어떤 사태가 일어나면 우리는 대개 누구 책임인지부터 따집니다. “책임자 처벌” 여론이 커지면 검찰이 나서서 수사하고, 구속하고, 재판에 넘깁니다. 그러고는 모두가 훌훌 털어버리고 저마다의 일상으로 복귀하지요.

물론 크든 작든 잘못을 저질렀다면 응분의 책임을 묻는 건 당연합니다. 하지만 사태를 지나치게 도식화하는 것은 경계할 필요가 있습니다. 몇몇 관련자가 작당해서 그 모든 일을 일으켰다는 것은 조금만 생각해봐도 현실성이 떨어지는 시나리오인데요. 그들 역시 그 사태로 피해를 입었을 가능성이 있는데도 그러한 사정은 아무도 돌아보지 않습니다. 그러는 사이 사태는 재발하고 처벌의 악순환은 이어집니다.

현안을 간단 명료하게 설명해주는 ‘밈줄 짝 유튜버’가 대세인 이유도 다르지 않습니다. 진영 논리가 횡행하면서 이러한 단순화 현상은 더욱 심화되고 있습니다. 우리 편의 선의는 믿어 의심치 않으면서 상대 편의 선의는 절대 믿지 않는 거죠.

한마디로, 복잡하게 따지기 귀찮고 싫은 건데요. 복잡한 것은 복잡하게 볼 수 있어야 하지 않을까요? 복잡한 사안을 단순한 논리로 압축한다고 문제가 해결되지는 않습니다. 오히려 사태를 한번 더 꼬이게 할 뿐이지요.

정치판에서도 중요한 현안일수록 길게 논의하지 않습니다. 현안을 방치하면서 여당은 야당 탓을 하고, 야당은 여당 탓을 합니다. ‘대화’와 ‘타협’은 고등학교 교과서에나 있는 사어(死語·죽은 말)일 뿐입니다. 그렇게 한바탕 치고 받으며 싸우다 보면 어느새 다시 선거철입니다. 이 얼마나 쉽고 간편한 정치인가요?

이번엔 누가 콩쥐이고 누가 팥쥐인가?

원인을 쉽게 찾으려는 태도는 역사를 보는 데 있어서도 나타납니다. 한 시대를 보는 눈은 어디에 서서 보느냐에 따라, 또 무엇을 보려고 하느냐에 따라 달라질 수밖에 없습니다. 그래서, 한 시대를 말할 때는 어디에 서서, 무엇을 보려는지부터 고민해야 합니다.

오항녕 전주대 교수(이하 경칭 생략)의 <조선의 힘>(역사비평사)은 바로 이 대목을 이야기합니다. <조선의 힘>이 꼽는 대표적 사례는 조선의 광해군인데요. 그가 인조와 대척점에 서 있기 때문일까요? ‘반정 세력의 쿠데타로 부당하게 쫓겨난 임금’ ‘실용주의 외교로 백성들을 보호한 군주’ ‘명과 후금 사이에서 중립 외교로 대처한 현실주의자’... 광해군에 대한 우리의 인



식은 대체로 우호적입니다.

그렇다면 조선시대 내내 “혼군(昏君)”이란 비판을 받아온 광해군에 대한 평가가 바뀐 건 언제부터일까요? <조선의 힘>은 일제강점기부터라고 답합니다. 일본 식민사학자 이나바 이와키 치가 광해군의 역사적 가치를 재평가하면서 부활하기 시작했다는 것이지요.

‘광해군=현실주의자’ 평가는 철저히 식민주의의 프레임 안에 있었다는 게 오항녕의 지적입니다. “힘의 강약에 따라 시세를 좇는 외교방식”을 현실주의로 치켜세움으로써 “식민지인으로 전략한 사람들을 골수부터 일본제국주의에 투항시키는 유력한 수단”으로 쓰였다고 오항녕은 설명합니다.

임해군과 영창대군의 죽음, 국가 예산의 15~25%를 투입한 대규모 궁궐 공사, 기회주의 외교… <조선의 힘>은 광해군 시대의 정치를 조목조목 비판합니다. “조선의 사회와 백성들은 광해군 15년 동안의 시간을 ‘잃어버렸다’. 민생회복, 사회통합, 재정확보, 군비확충, 문화발전 등 어느 하나 제대로 이룬 것이 없이 반대로 흘러갔다.”

‘콩쥐-팥쥐 논법.’ 오항녕은 우리가 역사를 바라보는 방식을 이렇게 설명합니다. 그가 말하는 ‘콩쥐-팥쥐 논법’은 동시에 있을 수 있는 정책이나 견해를 선/악의 구도로 환원하는 것을 말합니다. 이 논법은 대중의 편견을 강화하고 시각을 편향되게 만들지요. 광해군을 “혼군”이라고 매도했다가 다시 “현실주의자”로 칭송하는 것처럼요.

“조선이 망한 것이 비단 고종 한 사람의 탓이었을까?” 오항녕이 이런 의문을 제기하는 것도

같은 맥락입니다. 고종이 군주의 책임감을 갖고 국정을 운영했다면 상황이 조금 바뀌었을지 모릅니다. 하지만 당시는 서구열강의 제국주의가 숨가쁘게 식민지 경쟁을 하던 때였습니다.

전 세계를 휩쓸던 제국주의 팽창의 압력에 ‘약한 고리’였던 조선이 무너져 내린 것 아닐까? 그 사태를 통치자 한 사람이 막기엔 역부족 아니었을까? 오항녕은 조선의 멸망에 대해 이렇게 지적합니다.

“자연사(自然死)할 만큼 나이가 먹은 상태에서 교통사고를 당한 격이랄까? 새로운 문명의 전환이 필요한 시점에서 일본 제국주의의 침탈을 당한 것이다.” (〈조선, 차라리 빨리 망했다면? ‘亡國 콤플렉스’에 하이킵!〉 프레시안 2010년 8월 27일 기고)

고종의 잘잘못은 역사가들이 분명하게 따져야 합니다. 그래야 위정자들이 경각심을 갖고 정치를 할 것입니다. 다만, 한 사람이 잘못해서 나라가 망하고, 한 사람이 잘해서 나라가 흥했다는 것은 지나친 비약 아닐까요. 또, “고종 당신 때문에 나라가 망했다”고 비난한다고 해서 무엇이 달라질까요.

선악 구도로 모든 게 해결될 수 있을까

우린 지금도 여전히 ‘콩쥐-팥쥐 논법’의 잣대로 세상을 보곤 합니다. 무엇이 선이고, 무엇이 악인지를 구분하려는 노력은 필요합니다. 그러나 한쪽은 무조건 선이고 한쪽은 무조건 악이라는 구도는 틀릴 때가 많습니다.

역사든, 사회든 현실을 제대로 보려면 균형감각이 필요합니다. 일방적으로 좋은 사람도, 일방적으로 나쁜 사람도 없습니다. 선의와 악의, 이기심과 이타심, 개인의 욕망과 윤리적 의무감이 복잡하게 얽히면서 선악의 점묘화를 그리는 것이 현실 속 우리들의 모습입니다.

한국 사회에서 일어나는 사건들을 보면 대부분 ‘콩쥐’가 있고, ‘팥쥐’가 있습니다. ‘콩쥐’는 처음부터 끝까지 착하고 순수하고, ‘팥쥐’는 머리끝부터 발끝까지 교활하고 악독하지요. ‘콩쥐’의 말은 액면 그대로 받아들여지지만 ‘팥쥐’의 말은 콩으로 메주를 쏜다고 해도 믿어주지 않습니다. ‘팥쥐’로 한번 찍히면 해명을 할수록 ‘악명’의 늪에서 허우적거리게 됩니다. “그런 짓을 해놓고 뻔뻔스럽게 무슨 할 말이 있다고…”

2018년 평창 올림픽 때 김보름 선수의 ‘노선영 선수 따돌림’ 논란이 불거졌습니다. 당시는 노 선수가 콩쥐였고, 김 선수가 팥쥐였습니다. 2022년 베이징 올림픽 때는 정반대로 바뀌었습니다. 이번엔 김 선수가 콩쥐가 되고, 노 선수가 팥쥐가 됐지요. 그땐 김 선수를 변호하는 목소리가 들리지 않았다면 그 4년 후엔 노 선수를 변호하는 목소리는 들리지 않았습다.

언론은 이런 사건이 있을 때마다 정확하게 따져보기보다는 신속하게 전달하는 데 몰입합니다. 그러다 보니 너무도 쉽게 선과 악이 나뉩니다. 진영과 관련된 문제에 있어선 한쪽 편을 악



마화하기 일쑤입니다. 도마에 오른 인물이 잘못된 부분도 있겠지만 그 자신이 저지른 잘못에 비해 너무 큰 대가를 치릅니다. 한국처럼 좁은 사회에선 움치고 뛸 곳도 없습니다.

양쪽으로 갈라지는 경우는 그나마 낫습니다. 그래도 어쨌든 한쪽은 적극적으로 방어해주니까요. 진영과 관련 없이 ‘팔쥐’로 몰린 사람은 빠져나갈 구멍이 없습니다. 지난해 10월 ‘40대 남성 배우 마약’ 보도가 있었는데요. 배우가 비틀거리고 길을 가다 마약 혐의로 체포됐다는 내용이었습니다.

그런데 경찰 조사로 확인된 결과는 전혀 달랐습니다. 해당 배우는 신경안정제를 먹고 집을 나섰다가 오해를 받은 것이었지요. 이후 인터뷰에서 그는 “너무 충격적이었다. 이 나라에서 못 살 수도 있겠다”는 생각도 들었다고 토로했습니다.

저 역시 기자시절 비슷한 상황에 놓이곤 했습니다. ‘이건 아닌 거 같은데...’ 주저하면서도 어쩔 수 없이 떠밀려간 적도 많습니다. 다른 매체에 나온 보도를 놓고 데스크에서 “빨리 확인해보라”고 독촉하면 “대충 맞는 거 같다”며 엉거주춤 추종 보도를 했습니다. 제가 팀장이 된 다음엔 “일단 주장했다” ‘전해졌다’로 기사 보내놓고, 정확하게 확인해보자”고 했습니다.

돌이켜보면 부끄러움에 얼굴이 붉어집니다. 그래서인지 10년, 20년 취재 경험이 쌓이면서 점점 자신감이 약해지고, 과감함이 줄더군요. 마음 한 구석엔 늘 찝찝함 같은 것이 남았습니다.

몇 년 전 한 학교에서 일어난 시험지 유출 사건을 취재했을 때 일입니다. 시험지를 유출한 혐의로 기소된 아버지의 재판을 몇 차례 방청했습니다. 그 재판을 지켜보면서 의문 하나에

부딪혔습니다. 아버지가 과연 자녀에게 거짓말을 하도록 시키고 있는 것일까? 만약 그렇다면 유·무죄를 떠나 어린 자녀에게 평생 거짓의 멍에를 지고 살아가게 하는 것인데, 과연 내가 부모라면 그럴 수 있을까?

팩트 중심으로 기사를 쓴 뒤 이런 의문을 답았습니다. 기사가 신문에 실린 뒤 주변 분들로 부터 조언을 들어야 했습니다. “기사는 잘 읽었는데, 앞으로 그런 거 쓸 때는 조심하는 게…” 우리 사회의 99.9%가 범죄자라고 여기는 사람을 옹호한 것처럼 비쳐질 수 있다는 것이었습니다.

그때 약간의 좌절감이 느껴지더군요. 아, 다수가 나쁘다고 지목하는 사람에 대해선 작은 의문이라도 나타내면 위험한 거구나. 모두가 사실이라고 단정하고 있을 때 아니라고 말하기는 정말 힘들겠구나.

인스턴트 해결책은 대안이 될 수 없다

‘콩쥐/팥쥐’ 논법은 단순히 인식 차원의 문제에 그치지 않습니다. 사회 전반에 크고 작은 영향을 미칩니다. 비이성적인 결론에 이를 가능성이 크기 때문입니다.

가장 큰 문제는 시스템보다 사람에 치우치게 된다는 점입니다. 이 사태를 일으킨 장본인(팥쥐)이 바로 눈 앞에 있으니 ‘그 사람만 처벌하면 끝’이라는 생각을 하는 겁니다. 입으로는 “시스템을 고치는 일이 중요하다”고 하면서도 뒷전에 밀어놓기 일쑤이지요. 대충 대책을 내놓고 고치는 시늉만 하고 넘어갑니다.

예를 들면 그렇습니다. 섬마을에서 교사 성폭행 사건이 일어나 인터넷이 들끓자 여성 교사들을 도서 벽지 지역에 가급적 신규 발령하지 않는 방안이 추진됩니다. 서울 강남역에서 여성이 살해되자 정신질환자들에 대한 행정 입원을 추진하겠다는 대책이 발표됩니다. 두 대책 모두 급조된 것으로 영성하기 그지없습니다.

깊이 고민하지 않은 대책은 또 다른 부작용을 낳고, 그 부작용에 대한 대책이 다시 빠른 속도로 나옵니다. 틀린 해법들이 꼬리에 꼬리를 무는 악순환이 되는 겁니다. 원인이 된 시스템을 제대로 고치지 않으면 결국 사태는 재발할 수밖에 없습니다.

이젠 너무 익숙해서 편안함까지 느껴지는 선/악 구도에 의심의 품을 때가 됐습니다. 누가 일방적으로 나쁜 사람이라거나 일방적으로 좋은 사람이라고 말하는 이가 있다면 의심의 눈으로 보아야 합니다. 설사 그것이 진실에 가까운 주장이라고 해도 한발 뒤로 물러서서 다시 생각해 보는 것이 우리 모두를 위한 길입니다.

한국 사회에서 양산되는 인스턴트 해결책들이 얼마나 든든한 대안이 될 수 있을까요. “너무 쉬운 사랑은 다 거짓말이죠. 그래 다 거짓말이죠…” 분명한 것은 버스커버스커의 노래가사처럼, 너무 쉬운 원인, 너무 빠른 대책은 모두 가짜라는 사실입니다. 🍷

상반기 재·보궐선거 선거기사심의위원회 발족

언론중재위원회(이하 '위원회라 한다)는 2023년 상반기 재·보궐 선거를 위한 선거기사심의위원회를 발족하고, 지난 2월 6일 첫 회의를 개최했습니다. 선거기사심의위원회는 국회 교섭단체를 구성하는 정당 및 중앙선거관리위원회 등에서 추천한 인사 9명으로 구성됐으며, 심의위원장에 김선중 위원(법무법인 산경 대표변호사)이, 부위원장은 최수호 위원(전 YTN 해설위원실장)이 각각 선출됐습니다. 선거기사심의위원회는 2월 4일부터 5월 5일까지 90일 간 설치·운영되며, 신문, 잡지 등 정기간행물 및 뉴스통신에 보도된 불공정 기사를 심의하고 후보자 시정요구 안건 등을 처리할 예정입니다.



경인지역 언론사 대표 간담회 개최

이석형 위원장은 지난 2월 7일 경인지역 언론사 대표들을 초청해 간담회를 가졌습니다. 간담회에는 김세운 중재부장(수원지법 수석 부장판사)을 비롯한 경기중재위원과 신항철 경기일보 회장, 한창원 기호일보 대표이사, 박현수 인천일보 대표이사, 김학균 OBS경인TV 대표이사, 배상록 경인일보 대표이사, 최윤정 중부일보 대표이사, 김대훈 경기신문 대표이사가 참석했습니다. 간담회를 통해 참석자들은 경인지역 주요 언론 현안을 공유하는 한편, 언론조정제도 운용 현황 및 성과에 대해 활발하게 의견을 나누었습니다.



2023년 제1차 예비법조인 연수 실시

위원회는 지난 2월 13일부터 17일까지 5일간 전국 로스쿨 재학생 30명을 대상으로 '로스쿨생 동계 실무수습'을 실시했습니다. 위원회는 생동감 있는 교육 기회를 제공하기 위해 그동안 코로나19로 인해 온라인으로 진행해오던 교육 방식을 대면으로 전환하고, 토론회 형식의 참여형 실습교육을 진행했습니다. 로스쿨생 대상 예비법조인 연수는 매년 두 차례 진행하고 있으며, 하반기 제2차 연수는 6월 중 실무수습생 모집·선발을 거쳐 8월 실시할 예정입니다.



<2022년도 연간보고서> 발간

지난해 업무 성과를 담은 <2022년도 연간보고서>가 발간됐습니다. 위원회는 지난 한 해 동안 총 3,175건의 조정신청 사건을 접수·처리하고 1,239건의 기사에 대해 시정권고를 결정했습니다. 2022년도 시정권고 결정 수용률은 67.8%로 나타났습니다. 또한 선거사심위원회(이하 "선심위")를 구성해 운영한 결과, 제20대 대통령선거 선심위는 총 85건의 제재결정을 내려 역대 대통령선거 선심위 중 가장 많은 인건을 처리했으며, 제8회 전국동시지방선거 선심위는 총 68건을 심의·의결했습니다.





언론중재위원회 등재학술지

미디어와 인격권

제9권 제1호 발간 예정



언론중재위원회는 표현의 자유와 인격권에 대한
심도있는 학술적 논의를 위해 <미디어와 인격권>을 발간하고 있습니다.
<미디어와 인격권>은 한국연구재단 등재학술지이며 연 3회 발간(4월, 8월, 12월) 하고 있습니다.
연구자들의 많은 관심과 참여 바랍니다.

기획논문
주제

미디어 윤리와 인격권



연구논문
주제

표현의 자유, 인격권, 언론윤리, 미디어법제 등 <미디어와 인격권>의 발행 목적에
부합하는 주제 전반(언론법제 관련 판례평석 포함)



응모자격

1. 언론학 및 법학 관련 학회 회원
2. 관련분야 전문가자격증 소지자 및 관련분야 종사자로서 해당 분야
전문성이 인정되는 사람



발간일

2023년 4월 15일 토요일 발간



* 기타 자세한 사항은 언론중재위원회 홈페이지(www.pac.or.kr)를 참고하시거나 연구팀(02-397-3042)으로 문의바랍니다.

* 학술지 <미디어와 인격권>은 언론중재위원회 홈페이지(www.pac.or.kr)에서 보실 수 있습니다.