

04

FOCUS ON MEDIA

OTT 플랫폼과 저널리즘

52

사건 속 법률

강력범죄 피의자 신상공개와
범죄자 인격권 보호 ②

72

디지털 시대의 미디어 이야기

인공지능(AI) 권리침해: 피해구제와
산업 간 균형 찾는 유럽연합(EU)



언론중재

2023 Summer Vol.167

인쇄

2023년 6월 28일

발행

2023년 6월 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

OTT 플랫폼과 저널리즘

1. 방송콘텐츠 이용행태의 변화와 OTT 저널리즘

04

유건식 KBS제작기획2부(언론학 박사),
前 KBS공영미디어연구소장

2. 국내외 OTT 다류 저널리즘의 커뮤니케이션 관습과 법제

22

임종수 세종대 미디어커뮤니케이션학과 교수

3. 〈나는 신이다〉가 던진 저널리즘 법제의 새로운 과제

38

최유 한국법제연구원 연구위원, 법학박사

사건 속 법률

강력범죄 피의자 신상공개와 범죄자 인격권 보호 ② 52

박경규 형사법무정책연구원 부연구위원, 법학박사

주목할 만한 해외언론법제 60

방송 공영성 강화를 위한
방송법 일부 개정:

日 NHK를 둘러싼 몇 가지 논의
이재호 NHK대형기획부, 일본 조치대 신문학 박사

디지털 시대의 미디어 이야기 72

인공지능(AI) 권리침해: 피해구제와
산업 간 균형 찾는 유럽연합(EU)

정관영 법률사무소 데이터로 대표변호사

판례토크

법원기자실 사용 및 출입증 발급 허가, 누가 결정하여야 할까 84

– 서울고등법원 2021누74480, 대법원 2022두
52300 출입증발급 등 거부처분 취소 판결 –
장윤미 법률사무소 삼정 변호사, 前 언론중재위원

Journalism & Ethics

투명한 공개와 해설이 신뢰를 높인다 90

이샘물 동아일보 디지털이노베이션팀장

해외통신원 96

미국에서의 언론사에 대한
명예훼손소송: 사실과 의견의 구분

– Dominion v. Fox News소송과 Herring
Networks v. Maddow판결 –

이효진 Corporate Counsel, EBIN New York, Inc.
(변호사, 워싱턴DC변호사협회 변호사)

위원회 News 106



1. 들어가며

우리는 방송 프로그램을 매우 좋아한다. 한동안 온 가족이 TV 앞에 앉아서 보기도 했다. 1970년에 방송한 TBC의 <아씨>는 70% 이상의 시청률이 나오면서 방송 시작 전에 “문단속 잘하고 수도꼭지 잠근 후 시청하세요”라는 자막까지 내보내야 했다. 그것도 한 번 놓치면 볼 수 없는 희소성 때문에 방송하는 시간에 자리를 지켜야 했다. 최근에도 이런 방송이 있었다. 바로 KBS가 2020년 추석 특집으로 방송한 <대한민국 어게인 나훈아>로, 본방송 이외에 IPTV나 케이블TV, 웨이브(Wavve)에서도 볼 수 없었고, 스페셜 방송만 딱 한 번 했다. 그래서 그런지 드라마도 10%가 넘기 힘든 시기에 본방송의 닐슨(Nielsen) 전국 시청률이 29.0%를 기록했다.

이제는 TV로 방송을 시청하는 비율이 뚝 떨어졌다. 2000년 지상파TV 전체의 프라임타임 시청률이 62%에 달했는데, 2023년(1~4월)에는 21.7%로 떨어졌다. 디지털 기술의 발달에 따라 방송사에서 방송하는 시간에 더 이상 앉아 있을 필요가 없기 때문이다.

지상파에서 만드는 콘텐츠가 항상 인기를 끌던 시대는 벌써 지났다. 넷플릭스(Netflix)나 유튜브(YouTube) 콘텐츠가 더 인기를 끄는 것도 어제 오늘의 일이 아니다. 넷플릭스에서 방송한 <오징어 게임>은 공개 후 28일 동안 16.5억 시간을 시청하여 넷플릭스 역사상 가장 많이 시청한 콘텐츠에 등극했다. 2위인 <기묘한 이야기> 시즌 4보다 3억 시간이나 많다. 넷플릭스에 서비스하는 181,120개의 콘텐츠 중에서 한국 콘텐츠는 1,940개로 영화와 TV가 각각 970개씩이다.¹⁾ TV 타이틀을 갖고 있는 유튜브 채널 중에서 일일 조회수 1위는 KBS World TV로 357만 명이지만, 2위 대륙판눈요기 TV(347만 명)와 4위 싸비TV(343만 명)는 기존 방송과 무관하다.²⁾

방송콘텐츠 이용은 OTT로 이동하고 있다. OTT란 Over The Top의 약자로 초기에는 케이블TV의 셋톱박스가 아닌 단말기를 통해 콘텐츠를 제공하는 서비스를 뜻했으나, 인터넷 기술의 발달에 따라 기존의 케이블TV나 IPTV 셋톱박스가 아닌 인터넷이나 모바일을 통해 방송 프로그램, 영화 등 각종 콘텐츠를 제공하는 서비스를 의미한다. OTT의 최고 인기 장르인 앞에서 언급한 <오징어 게임>을 포함하여 <킹덤>이나 <지옥>, <더 글로리> 등 드라마였다. 이후 <나는 솔로>나 <피지컬: 100> 등 예능이 추가되기 시작하

1) URL: <https://top10.netflix.com/>, (2023. 5. 10. 최종검색)

2) URL: <https://vling.net/ko/search?keyword=TV&sort=dailyViewCount>, (2023. 5. 10. 최종검색)

였고, 최근에는 다큐멘터리 <나는 신이다: 신이 배신한 사람들>(이하 <나는 신이다>라고 한다)와 <국가수사본부: 끝을 보는 사람들>(이하 <국가수사본부>라 한다)이 화제가 되었다. 이렇게 유튜브나 OTT가 드라마나 예능에 이어 저널리즘의 영역까지 파고드는 현상이 나타나면서 '유튜브 저널리즘'이나 'OTT 저널리즘'이라는 담론이 대두되고 있다.

본 글에서는 디지털 기술의 발달에 따른 콘텐츠 이용행태의 변화, 대안 저널리즘으로서의 유튜브와 OTT의 저널리즘 차이 및 가능성과 한계를 정리하고자 한다.

2. 방송콘텐츠 이용행태의 변화와 플랫폼의 성장

2.1. 방송콘텐츠 이용행태의 변화

데이터의 비주얼화로 유명한 비주얼 캐피털리스트(Visual Capitalist)는 미디어의 진화 과정을 3단계(Wave 0~2)로 구분하고, 미래에 대해서는 데이터 중심의 미디어(Wave 3)가 될 것으로 전망했다. 0단계는 프로토 미디어(Proto-Media) 시대로 1430년 이전 5만 년 이상의 기간이다. 인간은 연설, 구전, 텍스트 등의 활동을 통해서만 메시지를 전파할 수 있었다. 1단계는 아날로그 및 초기 디지털 미디어 시대(Analog and Early Digital Media)로 1430년부터 2004년까지다. 인쇄기, 라디오, 텔레비전, 컴퓨터의 발명을 통해 일방향의 강력하고 값싼 커뮤니케이션이 가능했다. 2단계는 커넥티드 미디어(Connected Media) 시대로 2004년 이후 현재까지다. 웹 2.0과 소셜 미디어의 탄생으로 누구나 콘텐츠를 제작하거나 참여하여 전 세계에 도달하는 바이럴 효과를 얻을 수 있다. 3단계는 데이터 미디어(Data Media) 시기다. 상당한 양의 데이터가 '오픈 소스'가 되어 누구나 이용할 수 있고, 웹 3.0과 블록체인을 통한 정보의 소유권까지 가능하게 되었다.³⁾ 방송 콘텐츠 이용행태는 라디오, 텔레비전, 케이블TV, 인터넷, 앱의 출현과 함께 이용자 편의성을 확대하는 방향으로 발전했다.

방송콘텐츠 이용은 처음에는 안테나를 통해서만 가능했지만, 점차 기술이 발달하면서 유무선과 쌍방향의 형태로 진화했다. 국내에서 방송 콘텐츠 이용 변화의 계기를 보면 라디오(1927), TV(1956), 아날로그 케이블

3) Desjardins, J. (2022, 7, 7). The Evolution of Media: Visualizing a Data-Driven Future. (Visual Capitalist). URL: <https://www.visualcapitalist.com/evolution-of-media-data-future/>

TV(1995), 위성방송(2002), 디지털 케이블TV(2005), IPTV(2008), 티빙(TVING, 2010), 넷플릭스(2016) 진출 등이 있다.

2022년 방송매체 이용행태 조사에 따르면, 스마트폰 보유율이 2013년 68.8%에서 2022년 93.4%로 증가하였다. TV 수상기 이용시간은 2013년 3시간 14분에서 2022년 3시간 3분으로 감소하였고, 데스크톱, 스마트폰 등 TV 수상기 이외의 매체로 방송 프로그램을 시청하는 시간은 2014년 1시간 22분에서 2022년 1시간 51분으로 증가하였다. 매체를 주 5일 이상 이용하는 비율은 TV가 2013년 79.4%에서 2022년 75.5%로 하락한 반면, 스마트폰은 각각 65.8%에서 90.1%로 증가하였다.⁴⁾ OTT 이용률은 2019년 41.0%에서 2022년 85.4%로 증가하였으며, 2022년 서비스별 이용률은 유튜브(94.1%), 넷플릭스(31.2%), 티빙(11.2%), 웨이브(6.8%) 순이다. 유튜브로는 예능/오락(61.3%)을 주로 이용하고, 넷플릭스는 드라마(47.8%)와 영화(31.9%), 티빙은 드라마(60.6%)와 예능/오락(27.2%), 웨이브는 드라마(47.3%)와 예능/오락(24.6%), 영화(21.9%)가 주된 이용 장르이다. 이용하는 매체도 차이가 있는데, 유튜브는 절대적으로 스마트폰(95.8%)으로 이용하고, 넷플릭스는 스마트폰(54.5%)과 TV 수상기(32.0%), 티빙은 스마트폰(78.5%), 웨이브는 스마트폰(53.1%)과 TV 수상기(24.2%)를 주로 이용한다.⁵⁾

이렇다 보니 가장 영향을 받은 것은 지상파TV 시청률이다. 닐슨 수도권 기준으로 지상파TV의 프라임타임(19:00~22:59) 시청률은 2000년 62.23%에서 2023년 21.68%로 하락한 것으로 집계됐다. 반면, 유료방송은 2.0%에서 19.02%로 증가하고, 2011년 출발한 종합편성은 0.19%에서 9.78%로 상승하였다.

방송콘텐츠 이용이 전통적인 TV에서 OTT로 바뀌는 이유는 첫째, 이용자의 편의성이다. 인터넷과 모바일의 발달은 시청자들의 미디어 소비에 대한 접근성과 편리성을 향상시켰다. 언제 어디서나 원하는 사람과 함께 영상 콘텐츠를 즐길 수 있다. 둘째, 돈의 가치(Value for Money)다. 미국의 경우 케이블TV 월 이용 가격이 10만 원이 넘는다. 그렇다 보니 케이블TV나 위성방송을 끊고(코드커팅, Cord-cutting), 합리적인 OTT로 이동하고 있다. 셋째, 사업성이 좋다. 저작권을 소유하고 있는 스튜디오는 방송이나 DVD

4) 방송통신위원회·정보통신정책연구원 (2022). <2022 방송매체 이용행태 조사>, pp.7-13.

5) 오윤석 (2023). OTT 서비스 플랫폼별 이용행태 비교. <KISDI STAT Report>, 23-06호, p.5.



판매율이 오프라인보다 VOD로 서비스하는 온라인의 수익성이 더 높다.⁶⁾

또한 이용자는 단순히 방송콘텐츠의 이용을 뛰어넘어 직접 제작하여 유튜브에 올리기도 한다. 유튜브 콘텐츠로 유명세를 얻게 된 유튜버는 역으로 방송에 출연한다. 대표적인 사례가 게임유튜버 대도서관, 여행유튜버 콕튜브, 빠니보틀 등이 있다.⁷⁾

2.2. 플랫폼의 성장과 구독모델

플랫폼은 원래 기차역에 사람들이 던고 서거나 물건을 올려놓을 수 있는 높고 평평한 곳인 승강장을 뜻한다. 플랫폼은 점차 의미가 무대, 장(場), 놀이터 등으로 확장되어⁸⁾, “규모와 형태가 빠르고 쉽게 변화하며 새로운 기능, 사용자, 고객, 벤더, 그리고 파트너를 포괄하는 매우 가치 있고 강력한 에코시스템”⁹⁾이며, “공급자와 이용자를 매개하는 공간”¹⁰⁾으로서 “다른 이해

6) 유건식·한정훈·노창희 (2022). <OTT 트렌드 2023>. 서울: 형설eLife, pp.11-12.

7) 김수정 (2021, 4. 30). 유튜버의 놀라운 지상파 침투력. <머니투데이>. URL: <https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=202104301107290269>

8) 김광석 (2018 7. 19). 플랫폼이란 과연 무엇인가? <경제 읽어주는 남자 김광석>. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=x-5GXZCJ4NA&t=168s>

9) Simon, P. (2011). The Age of the Platform. 장현희 (역) (2013) <플랫폼의 시대>. 파주: 제이펍

10) 정인숙 (2022). <미디어 플랫폼의 이해>. 서울: 컴북스컴퍼스

관계자가 부가적인 제품, 서비스 또는 기술을 만들 수 있도록 기반을 제공하는 제품, 서비스 또는 기술”을 의미한다.¹¹⁾

미국 뉴욕대 아룬 순다라라잔(Arun Sundararajan) 교수는 “5년 내 플랫폼을 기반으로 하는 사업의 규모가 10배 이상 성장할 것”이라고 보았다.¹²⁾ 세계경제포럼은 2025년 글로벌 디지털플랫폼 매출액이 약 60조 달러(약 7경 2,000조 원) 규모로 성장하며, 글로벌 전체 기업 매출의 30%가 플랫폼 비즈니스를 통해 이뤄질 것이라 전망하고 있다. 유엔무역개발회의(UNCTAD)에서도 데이터의 축적과 플랫폼에 의한 가격 경쟁력과 네트워크 효과로 인한 경쟁우위를 배경으로 디지털플랫폼 경제가 그 위상을 더욱 강화할 것으로 전망하며 플랫폼 경제의 대세론을 강조하고 있다.¹³⁾ 이제 디지털은 기존 전통 경제의 패러다임을 플랫폼 기반으로 전환하며 진화하는 상황이다.

현재 디지털 세상은 플랫폼이 주도하는 세상이 되었다. 플랫폼의 세상에서 대표적인 비즈니스가 구독모델이다. <101가지 비즈니스 모델 이야기>¹⁴⁾에서는 영상 콘텐츠 제공 중개형 플랫폼(넷플릭스), 트래픽 기반 플랫폼(유튜브), 커뮤니티 기반 영상 콘텐츠 플랫폼(비키, Viki) 등 22가지를 소개하고 있다. OTT는 크게 구독모델(SVOD, Subscription Video on Demand), 광고모델(AVOD, Advertising Video on Demand), 개별 구매 모델(TVOD, Transaction Video on Demand)로 분류할 수 있으며, 유튜브, 넷플릭스 등은 OTT 시장을 이끌고 있는 대표적인 구독모델이다.

넷플릭스는 1998년 우편으로 DVD 배송 서비스를 시작하면서 월정액 서비스를 시작하였다. 많을 때는 1천만 명 이상의 가입자를 보유하고 있었지만, 우편 배송 기반의 월정액 서비스는 올해 9월에 역사의 뒀안길로 사라질 예정이다.¹⁵⁾ 현재는 구독료 기반의 SVOD 가입자와 광고 지원을 받는 비디

11) Hagiu, A. & Yoffie, D. B. (2009, 4). What's your google strategy? (Harvard Business Review). URL: <https://hbr.org/2009/04/whats-your-google-strategy>
 12) 박재원 (2020, 10, 7). 플랫폼 비즈니스 5년내 10배 성장. <한경 코리아넷>. URL: <https://www.hankyung.com/finance/article/2020100756871>
 13) 김준연 (2021, 12, 13). 글로벌 플랫폼경제의 부상: 혁신론과 독점론을 넘어서. <월간 SW중심사회>. URL: https://spri.kr/posts/view/23347?code=data_all&study_type=&board_type=issue_reports
 14) 남대일 (2020). <101가지 비즈니스 모델 이야기>. 서울: 한스미디어.
 15) 유건식 (2023, 4, 24). 넷플릭스 DVD 대여 서비스 종단의 의미. <PD저널>. URL: <http://www.pdjournal.com/news/articleView.html?idxno=74980>

오 서비스인 AVOD를 중심으로 한 글로벌 가입자가 2억 3,250만 명에 이른다. 넷플릭스를 따라서 훌루(2008), 아마존 프라임 비디오(2011), 파라마운트+(2014), HBO나우, 쇼타임, 유튜브 프리미엄(이상 2105), 스타즈(2016), ESPN+(2018), 디즈니+, 애플TV+(이상 2019), 피콕, HBO맥스(이상 2020, HBO맥스는 2023년 5월 맥스로 변경)가 론칭되었다.

국내에서도 OTT는 치열한 경쟁을 펼치고 있다. 넷플릭스, 티빙, 웨이브, 쿠팡 플레이, 디즈니+, 왓챠 등의 서비스 중에서 넷플릭스가 압도적으로 우위를 보이고 있다. 월 평균 이용자는 코리안클릭 기준(2023년 5월)으로 넷플릭스가 1,200만 명에 달하지만 티빙은 590만 명, 웨이브가 395만 명 정도이다. 경영실적으로도 넷플릭스만 흑자이고 티빙과 웨이브는 1,200억 원대의 적자를 겪고 있다. 그럼에도 넷플릭스는 전 세계 190개 국가에 동시 유통하면서 K-콘텐츠의 인기를 급속히 확장시키고 있다. 넷플릭스는 공개 후 28일 동안의 시청시간을 발표하는데, 역대 시청시간 톱10에 <오징어 게임>이 월등하게 1위를 차지하였고, <지옥>, <더 글로리>, <이상한 변호사 우영우> 등 4개나 올라왔다. 넷플릭스는 한국 오리지널 콘텐츠 제공 영역을 드라마에서 예능, 다큐멘터리에까지 확장하고 있다.

구독료 기반의 SVOD 서비스 외에 광고 기반의 AVOD 서비스도 급증하는 추세이다. 현재는 거의 모든 서비스가 광고 모델을 도입하고 있다. 절대 광고 모델을 도입하지 않겠다고 했던 넷플릭스마저도 2022년 11월 도입하였다. 여기에서 더 나아가 구독료는 없이 광고로만 운용하는 실시간 채널 서비스인 FAST(Free Ad-supported Streaming Service)도 확대하고 있다. 비아콤(Viacom)이 2019년에 인수한 플루토TV(PlutoTV)는 대표적인 FAST 서비스로서 2023년 3월 말 현재 8천만 명의 이용자를 확보하고 있다.

최근에는 40분 이상의 TV쇼나 영화보다 10분 이내의 짧은 길이의 숏폼(short-form) 콘텐츠가 인기를 끌고 있다. 시청시간 기준으로는 롱폼(long-form)이 유리하다. 몰아보기 경향까지 만들면서 많은 시간을 소비하기 때문이다. 2021년 <오징어 게임>이 공개된 후 28일간 시청시간은 16억 5천 시간으로 압도적으로 많다. 그러나 최근 젊은 세대들은 긴 영상을 보기보다는 요약보기 등 핵심 영상을 즐겨본다. 대표적인 예가 유튜브 쇼츠로서 2021년 7월 시작한, 최대 길이가 60초로 제한되는 유튜브 섹션이다. 소셜 비디오 전문기업 튜블라 랩(Tubular Labs)이 2022년 9월부터 2023년

4월까지 조사한 시청 시간에 따르면, 미국 5대 방송과 케이블TV의 영상 중에서 쇼츠가 유튜브 시청의 34.8%(2021~2022년 조사 27%)를 차지할 정도이다. 반면, 20분 이상의 영상은 9%에 불과하다.¹⁶⁾

3. OTT와 저널리즘

3.1. OTT 저널리즘에 대한 논의 배경

주로 영화와 드라마 콘텐츠에 집중하던 넷플릭스나 웨이브 같은 OTT가 <피지컬: 100>이나 <나는 솔로> 같은 예능으로 장르를 확장하였고, 이제는 화제의 다큐멘터리까지 제작하여 영향을 끼치고 있다. 넷플릭스에서 지난 3월 3일 공개한 다큐멘터리 <나는 신이다>가 기존 방송에서 다루었을 때보다 훨씬 화제가 되고, 같은 날 공개한 웨이브의 <국가수사본부>도 회자가 되면서 'OTT 저널리즘'이라는 용어를 사용하기에 이르렀다.

<나는 신이다>는 MBC에서 제작(연출 조성현)하여 넷플릭스에서 공개한 다큐멘터리로서 JMS(기독교복음선교회 정명석) 3부, 오대양(박순자) 1부, 아가동산(김기순) 2부, 만민중앙교회(이재록) 2부 등 총 8부작 콘텐츠다. 스스로를 신이라 부른 4개의 사이비 종교의 만행과 이를 폭로하는 사람들의 인터뷰로 구성되어 있는데, 충격적인 영상을 노출하여 공개하자마자 대한민국을 떠들썩하게 했다. 대체적인 반응은 사이비 종교 단체의 악행에 대한 경악과 노골적이고 선정적인 장면에 대한 놀람이다.

<국가수사본부>는 국가수사본부의 사건 발생부터 검거까지, 누군가의 삶을 위해 '끝을 보는' 강력계 형사들의 이야기를 담은 13부작 100% 리얼 수사 다큐멘터리다. 친절한 이웃(1~2회), 방망이와 작대기(3회), 설계자들(4회), '용이'한 거짓말(5회), 택배 왔습니다(6회), 강릉 블루스(7회), 끝까지 간다(8회), 형사의 낮과 밤(9회), 거미줄 속, 숨바꼭질(10회), 헤어 나올 수 없는(11회), 빨간 헬멧을 쓴 남자(12회), 경찰공무원 복무규정(13회)으로 구성되었다. 이러한 다큐멘터리가 나오면서 언론에서는 OTT 저널리즘에 대해 “현직 PD들이 만든 다큐멘터를 OTT에 유통하며 기존 지상파에서의 제약을 극복해 기존 PD 저널리즘에 심층성을 더한 저널리즘”¹⁷⁾이라고 긍정적

¹⁶⁾ Advanced Television (2023, 5, 11). Shorts viewing grows on YouTube. URL: <https://advanced-television.com/2023/05/11/data-shorts-viewing-grows-on-youtube/>

¹⁷⁾ 윤유경 (2023, 3, 22). '나는 신이다' 촉발 OTT 저널리즘 원칙 적용 속세 남기다. <미디어오늘>. URL: <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=309142>

으로 보기도 하고, “저널리즘으로 포장된 OTT”¹⁸⁾라고 폄하하기도 한다.

3.2. OTT 저널리즘과 유튜브 저널리즘

아직 OTT 저널리즘에 대한 분명한 정의는 없다. 저널리즘에 대해 마이클 셔드슨(Michael Schudson)은 “일반 대중이 관심을 갖고 중요하게 생각하는 당대 현안에 대한 활동, 실행, 또는 정보를 생산하거나 확산하는 행위”¹⁹⁾라고 하고, 김찬중은 “뉴스를 취재 편집해서 미디어를 통해 보도, 논평, 해설 등을 하는 활동이며 이 과정에서 수반되는 관행과 원칙들을 포함한다. 객관성과 공정성, 사실과 의견의 분리 등 불편부당한 방식으로 사실을 전달하는 저널리즘 원칙이 강조된다.”고 했다.²⁰⁾

좀 더 이슈를 강조하는 셔드슨의 정의를 따르면, OTT 저널리즘은 ‘OTT 플랫폼을 활용하여 공중에게 공적 관심을 알리고 확산하는 행위’라고 조작적 정의를 내릴 수 있다. <나는 신이다>나 <국가수사본부>는 MBC의 <PD수첩>이나 SBS의 <그것이 알고 싶다>와 유사한 포맷이므로 이를 기준으로 보면 시사 다큐멘터리라고 할 수도 있고 탐사보도라고 할 수 있다. 이 분류를 따르면 OTT에서 공개된 시사 다큐멘터리나 탐사보도라고 정의할 수도 있다.²¹⁾

이에 앞서 국내에서는 2019년 무렵에 유튜브의 저널리즘 기능과 관련하여 논의가 일어났다. 정치 유튜버들이 객관적 사실보다는 특정 사안이나 이미 보도된 뉴스 등에 자신의 주관적 논평이나 의견을 덧붙여 방송하면서 이를 저널리즘으로 인정할지 아니면 부정할지에 대해서다. 구글 트렌드에서 유튜브 저널리즘을 검색하면 2004년에 가장 많은 검색량을 보이고 점차 감소하다가 최근에 약간 상승하고 있다. 학술연구정보서비스(RISS)에서 검색하면 해외에서는 유튜브 저널리즘 용어가 2010년에 처음 나타나고,²²⁾ 국내에서는 2019년에 첫 등장한다.²³⁾

18) 이재철 (2023. 4. 9). 저널리즘으로 포장된 OTT. <매일경제>. URL: <https://www.mk.co.kr/news/it/10707940>

19) Schudson, M. (2003). <The Sociology of News>. New York: W.W.Norton&Company, p.11.

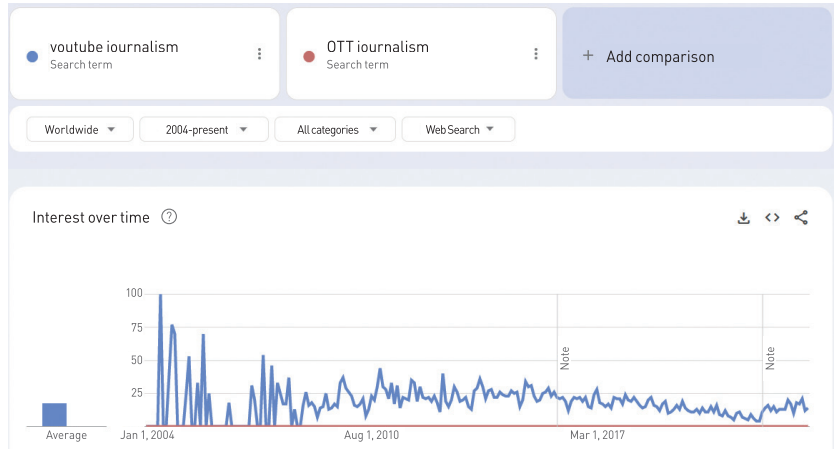
20) 김찬중 (2019. 5. 2). 갈림길에 놓인 유튜브 저널리즘. <PD저널>. URL: <http://www.pdjournal.com/news/articleView.html?idxno=63095>

21) 유건식 (2023. 5). 흥행을 위한 선택일 뿐 ‘OTT 저널리즘’ 아직은 일러. <신문과 방송>. 서울: 한국언론진흥재단, p.13.

22) Antony, M. G. & Thomas, R. J. (2010). This is citizen journalism at its finest: YouTube and the public sphere in the Oscar Grant shooting incident. <New Media & Society>. Dec 2010, Vol. 12 Issue 8, pp.1280-1296.

23) 유용민 (2019). 유튜브 저널리즘 현상 논쟁하기 : 행동주의의 부상과 저널리즘의 새로운 탈경계화. <한국방송학회>, 33(6), p.6.

〈그림 1〉 유튜브 저널리즘과 OTT 저널리즘 트렌드 분석(2023. 5. 15. 기준)



출처 : <https://trends.google.com/trends/>에서 검색

유튜브도 큰 범주에서 OTT에 포함하지만 일반적으로 OTT는 주로 SVOD를 뜻하고, 유튜브 저널리즘 논의는 OTT 플랫폼에 앞서 시작되었으므로 본 글에서는 OTT 저널리즘과 유튜브 저널리즘을 구분하고자 한다.

3.3. 유튜브 저널리즘의 현황과 특징

유튜브 저널리즘은 유튜브 플랫폼을 통해 뉴스를 유통하고 소비하는 형태의 저널리즘을 뜻한다. 기존의 뉴스 미디어에 비해 영상 중심이며, 언론사뿐만 아니라 개인 저널리스트나 소규모 미디어 조직이 담당하는 경우가 많다. 유튜브는 저널리즘의 새로운 탈경계화를 추동하고 있다.²⁴⁾

유튜브가 영상 시청을 주도하다 보니 미디어로서의 유튜브의 영향력이 막강해졌고, 언론도 유튜브에 대한 의존도가 증가하면서 유튜브 저널리즘이라는 용어가 나왔다. 퓨 리서치 센터(Pew Research Center)는 〈유튜브와 뉴스〉라는 보고서에서 유튜브 저널리즘의 현상을 제시하였고²⁵⁾, 미디어 리서치 기관인 닐슨은 ‘2019 뉴스 미디어 리포트: 새로운 뉴스 생태계, 유튜브 저널리즘’을 내면서 유튜브 저널리즘이라는 용어를 사용했다. 디지털

24) 유용민 (2019) 앞의 글

25) Pew Research Center (2012. 7). YouTube and news. 〈Pew Research Center Report〉. URL: <https://www.journalism.org/2012/07/16/youtube-news/>

뉴스 경험이 94%에 이르고, 2016년 이후 뉴스 이용 매체로서 유튜브 이용률이 급증하여 포털(85%)에 이어 36%로 2위에 올랐다. 2022년에는 유튜브 이용률이 72%로 카카오톡 70%보다 높고, 유튜브에서 뉴스 이용률은 44%로 2위인 카카오톡 24%보다 월등히 높다. 2016년만 해도 페이스북이 24%로 유튜브 16%보다 높았는데, 2022년 페이스북은 14%에 그쳤다.²⁶⁾

닐슨은 유튜브가 “새로운 영상 뉴스 유통 채널로 등장하면서 유통을 분화하고, 영상 생산 인프라의 보편화로 인한 콘텐츠 생산 비용 감소로 개인이 방송 생산자로 등장해 생산까지 분화되면서 뉴스 산업이 변화되었다”고 밝혔다.²⁷⁾ 또한 유튜브는 “전문 기자집단을 넘어 유명인, 기관, 개인 등 다양한 생산자가 참여”하고, “유명인 및 개인 등에 의한 기존 뉴스 해설형 콘텐츠 제작이 증가”하는 특징을 보인다. 특히 개인 및 인플루언서 채널 수가 2018년도를 기점으로 크게 증가하였다.²⁸⁾ 닐슨은 유튜브 뉴스를 크게 방송사 제작뉴스, 디지털 언론사 제작뉴스, 개인 제작뉴스, 인플루언서 제작뉴스로 구분하고, 유튜브 뉴스 이용자가 39%에서 82%까지 성장할 것으로 전망하면서 유튜브가 저널리즘의 영역이 될 것으로 내다봤다.

〈그림 2〉 유튜브 뉴스 채널의 유형 및 콘텐츠 특징

방송사	디지털언론	개인	인플루언서
JTBC, KBS 등 방송사의 뉴스 채널 구독자수 TOP 10 채널 ¹⁾	디지털 언론사 및 방송사의 뉴미디어 브랜드 구독자수 TOP 10 채널 ¹⁾	일반 개인이 제작한 뉴스 콘텐츠 제공 구독자수 TOP 10 채널 ¹⁾	인지도가 높은 개인이 제작한 뉴스 채널 구독자수 TOP 10 채널 ¹⁾
1 YTN NEWS 6 MBN NEWS 2 JTBC NEWS 7 SBS시인의방송 3 SBS 뉴스 8 채널A뉴스TOP10 4 KBS NEWS 9 뉴스TVHOSUN 5 채널A 뉴스 10 TV연말뉴스	1 비디오이그 6 맥트V1NEWS 2 만지방송국 7 오마이뉴스TV 3 스포츠뉴스 8 가로세로연구소 4 뉴스타파 9 MediaVOP 5 뉴스타운TV 10 델릭뉴스	1 디베세시카 6 노재광 2 신안군의국립TV 7 황태순TV 3 박승희 변호사 8 이준근TV 4 책만TV 9 김동길TV 5 개채지되질자 10 슈카월드	1 산모란수 6 조강태TV 2 정규재TV 7 이만우TV 3 황양우의뉴스브로럼 8 김문민TV 4 고성락TV 9 김용우의취재당 5 TV왕카메라 10 전태연의인터뷰TV

출처 : Nielsen (2019). 〈뉴스 미디어 리포트: 새로운 뉴스 생태계, 유튜브 저널리즘〉. p.12.

지난 5월 16일 기준 유튜브 데이터 분석 사이트 블링(vling)에 따르면, 유튜브 국내 뉴스 채널 구독자는 YTN(390만명), SBS(338만 명), MBC(331만 명), TV조선(306만 명), JTBC (280만 명), KBS(227만 명), 채널A(210만 명), MBN(171만 명) 순이다. 방송사들은 별도의 뉴스 콘텐츠를 제작하여 버티컬 채널도 운영하고 있는데, MBC 14F(172만 명), SBS 비디

26) 한국언론진흥재단 (2022). 〈디지털 뉴스리포트 2022 한국〉. p.8.

27) 한국언론진흥재단 (2022) 앞의 글

28) 한국언론진흥재단 (2022) 앞의 글. p.10.

오머그(126만 명), MBC 엠빅뉴스(109만 명), SBS 스포츠뉴스(88만 명), KBS 크랩(42만 명) 순이다. 유튜브 저널리즘의 특징으로 양선희(2020)는 생산 주체의 다양화, 유통 구조의 다변화, 소비 동기의 차별화를 꼽는다.²⁹⁾ 좀 더 풀이하면, 뉴스 생산이 개인으로 확장된 점, 뉴스 유통이 분화한 점, 개인 맞춤형 알고리즘에 따른 확장편향이나 필터버블이 증가하는 점, 확장편향과 관련되어 가짜뉴스의 파급이 강화되는 점, 저널리즘 경계가 약화하는 점, 뉴스가치가 신뢰성이나 전문성의 전통적 뉴스 가치에서 흥미성이나 휴식/여가 등으로 변화하는 점 등이다.

3.4. OTT 저널리즘의 등장³⁰⁾

국내 OTT에서 화제가 된 다큐멘터리는 넷플릭스의 〈나는 신이다〉와 웨이브의 〈국가수사본부〉가 있고, 해외 OTT에서는 〈타이거 킹(Tiger King)〉 등이 있다.

탐사 다큐멘터리는 사회에 주의를 환기시키고 시정효과를 얻어야 한다. 〈나는 신이다〉는 넷플릭스가 콘텐츠 시청 시간을 공개하는 사이트에서 3월 6~12일에 글로벌 비영어 TV쇼 부문 5위, 한국 TV 부문 2위를 기록했다. 아울러 전 세계의 VOD, OTT 드라마 또는 영화의 시청률을 순위화하여 집계하는 웹사이트 '플릭스 패트롤(Flix Patrol)'의 TV쇼 부문에서 3월 8일 글로벌 16위를 기록했다. 국민에게 사이버 종교의 진실을 알게 하고, 검찰총장도 “엄정한 형벌이 선고될 수 있도록 공소유지에 최선을 다하라”³¹⁾고 지시한 것을 보면 일정 정도 저널리즘의 목적을 달성한 셈이다. 다만, 선정적인 장면으로 화제를 끌어 모은 점과 한국기자협회와 여성가족부가 펴낸 〈성폭력·성희롱 사건 보도 공감기준 및 실천 요강〉(2022)에 따른 피해자보호 관점 부족³²⁾, 사제들의 아동 성추행 사건을 다뤄 호평을 받은 영화 〈스포트라이트〉 같은 구조적인 접근 부족 등의 문제는 남는다.

29) 양선희 (2020). 유튜브 저널리즘의 시대, 〈사회과학연구〉, 31(1), pp.245-262. URL: <http://jsscnu.re.kr/xml/23071/23071.pdf>

30) 유건식 (2023. 5). 흥행을 위한 선택일 뿐 'OTT 저널리즘' 아직은 일러. 〈신문과 방송〉. 서울: 한국언론진흥재단

31) 신민지 (2023. 3. 6). '나는 신이다' 파장..검찰총장, "정명석에 엄정한 형벌 선고되게 최선을 다하라." 〈kbc〉. URL: <http://www.kbc.co.kr/article/view/kbc202303060020>

32) 권순택 (2023. 4. 13). 〈나는 신이다〉, MBC는 안 되지만 넷플릭스에서는 괜찮다? 〈참세상〉. URL: <http://www.newscham.net/news/view.php?board=news&nid=107136>

경찰청 산하 조직으로서 국가수사본부는 「국가경찰과 자치경찰의 조직 및 운영에 관한 법률」 제16조에 따라 2021년 1월 1일 출범했다. 국가수사본부의 사건 발생부터 검거까지, 누군가의 삶을 위해 ‘끝을 보는’ 강력계 형사들의 리얼 수사 장면을 보여준 측면에서 저널리즘의 기능을 했다고 볼 수 있으나, 경찰은 제작진에 협조한 영상 중에서 다큐멘터리에 사용한 피의자 조사 장면이 인권침해에 해당한다며 삭제를 요청한 것으로 알려졌다. 이를 보면 피의자 인격권 침해의 소지는 있다.

해외에서 OTT 저널리즘으로 불리는 대표적인 사례는 넷플릭스가 2020년 3월 공개하여 화제가 됐던 <타이거 킹>이다. 시즌 1은 총 7화, 시즌 2는 총 5화로 각각 구성되었고, 등급은 ‘청소년 관람불가’이다. 호랑이 같은 대형 고양이 맹수를 사육하여 돈벌이를 하는 인물을 다룬 범죄 다큐멘터리로 피카레스크³³⁾ 방식을 취했다. 사자와 호랑이 등 온갖 별종들에 둘러싸인, 타이거 킹이라 불린 희대의 말쑥꾼을 중심으로 전개되며 강력한 캐릭터와 맹수 사육의 세계에서 일어난 충격적인 실화를 보여 주면서 선풍적인 인기를 끌었다. 플릭스 패트론에서 2020년 TV쇼 100위 중 44위를 할 정도로 인기가 많았지만 2021년 시즌 2는 그만한 인기를 거두지는 못했다. 반면, 자극적 묘사와 인신공격적인 일방적 주장을 여과 없이 전달하는 방식 때문에 비판도 많았다.

앞에서 설명했듯이 해외에서는 유튜브 저널리즘이라는 용어가 2010년경 등장했지만 아직 본격적으로 사용되지는 않고 있다. 지금까지 OTT는 드라마나 예능 콘텐츠가 주를 이루었고, 다큐멘터리는 저널리즘 성격보다는 볼거리로서의 콘텐츠 라이브러리 확보 차원이 강했기 때문이다. 해외에서 국내의 OTT 저널리즘에 해당하는 콘텐츠는 OTT 중에서 다큐멘터리 오리지널을 많이 제작한 넷플릭스의 범죄 다큐멘터리라고 생각된다.

전경란(2023)의 연구에 따르면 2013년 이후 넷플릭스 오리지널 다큐멘터리 543편의 연구에서 범죄 소재가 120편으로 가장 많았고 이 중 80%가 청소년시청불가 등급이었다. 2018년 이후 범죄 장르의 증가 폭이 크며, 내용적으로도 기존 지상파나 케이블 TV에서 찾아볼 수 없는 소재와 주제를 다룰 뿐만 아니라 살인자를 직접 인터뷰하는 등 재현 양식에서도 차별점을

33) 15~16세기경 스페인에서 유래한 문학 장르의 하나로 주인공을 포함한 주요 등장인물들이 도덕적 결함을 갖춘 악인들로 등장해서 해당 이야기를 이끄는 소설 장르를 말한다.



갖는 것으로 평가했다.³⁴⁾ 위키 웹사이트 ‘나무위키’에는 2015년부터 4월 14일까지 758개가 등록되어 있고, 이 중에서 범죄 장르는 114개다. <나는 신이다>는 다큐시리즈, 범죄 시리즈, 범죄 실화 다큐멘터리로 분류되어 있다. 범죄 다큐멘터리는 매년 증가 추세에 있고 2022년 29개로 가장 많았다.³⁵⁾

4. OTT 저널리즘의 가능성과 한계

빌 코바치와 탐 로젠스틸(Kovach & Rosenstiel)은 저널리즘이, 시민이 자유로울 수 있고 자치를 시행할 수 있도록 정보를 제공하며 진실을 추구해야 한다고 주장했다.³⁶⁾ 정보 제공 측면에서 OTT는 전통적인 저널리즘 이상의 효과를 볼 수 있다. 특히, 기술의 발달에 따른 편의성 때문에 콘텐츠 시청의 미래로 받아들여지고 있고, 결국에는 기존 방송의 영향력을 뛰어넘는 시기가 도래할 것이다. 또한, 기존 매체에 비해 심의에서 자유롭기 때문에 그동안 사회적 난제로 여겨왔던 문제 해결의 실마리를 제공하기도 하는 등 OTT 저널리즘의 순기능에 대한 기대감도 높이고 있다.

OTT 저널리즘은 지상파에서 시사 다큐멘터리 제작의 전문성을 가진 PD들이 OTT용으로 제작하므로 “기존 지상파에서의 제약을 극복해 기존 PD

34) 전경란 (2023). 넷플릭스 오리지널 다큐멘터리 연구. <영상문화콘텐츠연구>, 28호, p.43.

35) 나무위키. URL: <https://namu.wiki/w/넷플릭스/오리지널%20콘텐츠%20목록/기타>

36) Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2021). *The Elements of Journalism* (1st ed.). 이재경 (역) (2003). <저널리즘의 기본 요소>. 서울: 한국언론진흥재단. p.6.

저널리즘에 심층성을 더할” 수 있다.³⁷⁾ 유튜브 저널리즘과 달리 공공 저널리즘의 재구조화와 재맥락화로 작용할 수 있는 것이다. 주제에 대한 다각적인 검토, 사회의 다양한 목소리를 입체적이고 긴 호흡으로 다루는 ‘PD 저널리즘 실천의 연장선상’으로 기능할 수 있다³⁸⁾는 주장과도 일맥상통한다.

〈나는 신이다〉와 〈국가수사본부〉 모두 방송사에서 제작하던 일정보다 긴 제작기간을 보장받고 제작비도 더 투입하여 다큐멘터리의 품질을 높였다. 〈나는 신이다〉의 조성현 PD는 “〈피디(PD) 수첩〉등 고정 프로그램에서 만들었다면 8~10주간 빠듯하게 제작할 수밖에 없었겠지만, 2년의 시간이 주어지면서 인터뷰만 200명 넘게 실시하는 등 심층적으로 접근할 수 있었다”고 말했다.³⁹⁾ 〈국가수사본부〉의 배정훈 PD도 “OTT여서 다양한 이야기를 더 자유롭게 담을 수 있었다”고 한다.⁴⁰⁾

이 같은 제작환경은 좀 더 리얼하게 제작하여 사회적 의제화를 이루게 되면 문제 해결의 단초를 제공할 수 있고, 전통적 미디어에 대한 불신이 있는 상황에서 대안이 될 수도 있을 것으로 보인다. 최근 로이터저널리즘연구소에서 발간하는 〈디지털 뉴스 리포트 2022〉에 따르면 한국의 언론 신뢰도는 30%로 46개국 중 40위에 불과하고,⁴¹⁾ KBS의 2023년 1분기 미디어신뢰도 조사에서도 국내 언론 신뢰도는 33.6%에 불과하다.⁴²⁾ 더구나 로이터저널리즘연구소의 신뢰도(2016년 22%, 2017년 23%, 2018년 25%, 2019년 22%, 2020년 21%, 2021년 32%)를 보면 한국의 언론 신뢰도는 이른 시간 내에 회복되기 어려운 수준으로 보인다. 향후 OTT 저널리즘이 점차 사회적 영향력을 확장시켜 간다면 레거시 미디어에 대한 대안 저널리즘의 기능을 수행할 수 있는 토대가 마련되는 셈이다.

37) 윤유경 (2023, 3. 22). '나는 신이다' 촉발 OTT 저널리즘 원칙 적용 속제 남기다. 〈미디어오늘〉. URL: <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=309142>

38) 이종명 (2023, 5. 19). OTT 시대, “OTT(Over-The-Topic) 저널리즘”: 뉴 미디어 플랫폼에서의 저널리즘 실천에 대한 화답과 ‘공공 저널리즘’의 가능성 진단. 〈한국언론학회 2023 봄철 정기학술대회 발제집〉.

39) 김은형 (2023, 3. 10). '나는 신이다' 조성현 피디, 선정성 논란에 직접 답했다. 〈한겨레〉. URL: https://www.hani.co.kr/arti/culture/culture_general/1083037.html

40) 김예슬 (2023, 3. 29). '국가수사본부', '그일'과 출발점부터 달랐죠. 〈쿠키뉴스〉. URL: <https://www.kukinews.com/newsView/kuk202303280202>

41) 최진호·박영흠 (2022). 〈디지털 뉴스 리포트 2022 한국〉. 서울: 한국언론진흥재단. p.17.

42) KBS (2023). 〈2023년 1분기 KBS 미디어 신뢰도 조사 결과〉. URL: <https://about.kbs.co.kr/index.html?sname=report&stype=reliability>

글로벌 콘텐츠 유통 미디어라는 OTT 플랫폼의 특성상, 이슈를 글로벌 차원으로 확장할 수 있는 데 따라 탐사 다큐멘터리를 통한 사회적 공감대의 범위가 국경 너머까지 형성될 수 있을 것으로 기대된다.⁴³⁾ 공영방송 탐사 보도의 쇠락 국면⁴⁴⁾에서 OTT에서 유통되는 다큐멘터리가 저널리즘 본연의 기능도 수행한다는 긍정적인 평가를 얻은 가운데, 글로벌 시장에서 사회적 주목을 받게 되면서 글로벌 차원으로 이슈의 확장이 가능한 것이다.

반면, 〈나는 신이다〉를 통해 촉발된 OTT 저널리즘은 유튜브에 비해서는 훨씬 정제되었지만 분명한 한계를 갖고 있기도 하다. 오늘날 유튜브를 통한 뉴스 소비 현상을 저널리즘이라고 부르는 데 논란이 있지만 실생활에서는 유튜브가 저널리즘의 기능을 수행하고 있다.⁴⁵⁾ 이런 가운데 개인 맞춤형 알고리즘으로 개인의 성향에 맞춰 필터링된 정보만을 접하게 되어 확증편향을 만들어 낼 우려가 있다.⁴⁶⁾ 〈펜앤드마이크TV〉, 〈신의 한 수〉, 〈가로세로연구소〉는 보수성향 유권자가 집결하는 대표 채널이고, 〈판지방송국〉, 〈사람사는 세상 노무현재단〉 채널은 진보 성향의 유튜브 채널이다. OTT 플랫폼은 이용자가 콘텐츠를 이용할 때 개인 맞춤형 알고리즘이 작동한다는 점에서 유튜브 저널리즘의 폐단을 답습할 우려가 크다고 할 수 있다.

또한, OTT 콘텐츠는 심의에서 상대적으로 자유로운 속성 때문에 기존 방송 저널리즘보다 선정적이고 자극적이라는 지적을 받고 있다. OTT의 상업성으로 인한 저널리즘 본연의 기능이 부족할 수 있다는 것인데, OTT는 기본적으로 공적 기능을 수행할 의무가 없다는 점도 이러한 한계를 강화시킨다. 뿐만 아니라 OTT에 해당 콘텐츠를 제공했을 때 수익에 도움이 될지가 콘텐츠를 선택하는 기준일 수밖에 없다. 다큐멘터리 기획단계에서 상업성이 결여된다면 유통단계는 물론, 제작조차 어려워질 수 있다. 이는 결국 〈나는 신이다〉나 〈국가수사본부〉 등 고발성 다큐멘터리 편성이 유지되지 못하고 일회성으로 끝나 OTT 플랫폼의 저널리즘 기능이 지속될 것이라는 기대감을 낮추게 한다.

43) 이종명 (2023, 5. 19). OTT 시대, "OTT(Over-The-Topic) 저널리즘": 뉴 미디어 플랫폼에서의 저널리즘 실천에 대한 화답과 '공공 저널리즘'의 가능성 진단. 〈한국언론학회 2023 봄철 정기학술대회 발제집〉

44) 박인규 (2017). 탐사저널리즘의 주체 변동: 공영모델의 조락과 비영리모델의 부상. 〈한국콘텐츠학회논문지〉, 17(8), pp.27-38.

45) 마정미 (2020). 유튜브 저널리즘과 공론장(public sphere)에 관한 연구. 〈한국소통학보〉, 19(1), p.222.

46) 양선희 (2020). 유튜브 저널리즘이 시대, 전통적 저널리즘의 대응 현황과 과제. 〈사회과학연구〉, 31(1), p.251. URL : <http://jsscnu.re.kr/xml/23071/23071.pdf>




5. 맺으며

변화된 시청 환경에서 유튜브와 OTT는 저널리즘의 기능을 수행할 가능성과 한계를 동시에 보여 주었다. 유튜브는 기존 방송사 콘텐츠를 ‘대세’ 플랫폼 유튜브로 유입하고 있으며 콘텐츠 생산 주체를 개인 유튜버로까지 확장한다는 주된 특징을 갖고 있다. OTT는 기존 방송사보다 더 생생하고 심층적인 내용을 담아 제작하였으며 유사한 주제에 대해 글로벌 공감대 형성과 연대의 가능성도 보여 주었다. 이종명(2023)은 <나는 신이다>를 텍스트, 담론 실천, 사회적 실천 등 세 가지 차원에서 읽어내고, 새로운 미디어 플랫폼에서의 저널리즘 실천, PD 저널리즘의 연장선에서의 자율성, 공적 이슈에 대한 공론화의 가능성을 제시하기도 하였다. 그럼에도 OTT는 아직 저널리즘을 수행하기에는 한계가 많다. 그 특성에 따라 확장편향적인 동시에 저널리즘 본연의 기능보다 선정적이고 자극적인 면을 강화할 수 있으며, 무엇보다 공적 기능을 수행할 의무가 없어 저널리즘 기능을 지속적으로 수행할 것으로 기대하기는 어려워 보인다.

전통적 저널리즘도 최근에 화제가 된 OTT 작품을 고려하여 라이브 스트리밍 서비스에 중점을 두고, 고품질의 브랜드 콘텐츠 제작, 서브 채널의 활성화, 언론사의 가치 유지, 저널리즘의 원칙 준수, 시민 참여 확대 등에 중점을 두고 유튜브에 맞는 콘텐츠 제작을 해야 할 필요도 있어 보인다.⁴⁷⁾

47) 양선희 (2020) 앞의 글, pp.255-257.

아울러, OTT 플랫폼 콘텐츠에 적용할 법제의 방향성과 관련하여, 네이버가 2009년 인터넷 뉴스 서비스 사업자로 규정되어 언론중재법상 조정·중재 대상으로 포섭되었지만, OTT의 시사 다큐멘터리는 여기에 해당이 되지 않는다는 점이 지적될 수 있다.⁴⁸⁾ 방송통신심의위원회에서도 넷플릭스 오리지널 콘텐츠를 심의한 적은 없다.⁴⁹⁾ 이에 OTT 저널리즘의 성격 및 방향에 대한 고민과 더불어 OTT 플랫폼 콘텐츠를 둘러싼 법제에 대한 논의도 함께 검토해야 할 것이다. 

48) 정철운 (2023. 5). 시사교양 PD들의 새로운 시도 OTT 저널리즘 시대 열리나. <신문과 방송>. 서울: 한국언론진흥재단. p.10.

49) 심영섭 (2023. 5). 현재는 규제 밖의 영역 심의 방향과 형식 모색해야. <신문과 방송>. 서울: 한국언론진흥재단. p.20.

02

국내외 OTT 다큐 저널리즘의 커뮤니케이션 관습과 법제

임종수 세종대 미디어커뮤니케이션학과 교수



1. <나는 신이다> 신드롬

올해 초 넷플릭스(Netflix) <더 글로리> 신드롬이 한창일 무렵 OTT¹⁾에서는 드라마 형식과 거리가 먼 두 편의 다큐멘터리가 세간의 이목을 집중시켰다. 공교롭게도 이 두 콘텐츠는 3월 3일 같은 날 출시되었는데, 넷플릭스의 <나는 신이다: 신이 배신한 사람들>(이하 ‘나는 신이다’라고 한다)와 웨이브(Wavve)의 <국가수사본부: 끝을 보는 사람들>(이하 ‘국가수사본부’라고 한다)가 그것이다. 이들 콘텐츠가 주목받은 것은 특종을 해서가 아니다. 이미 오래전 일로 기억되는 사이버 교주의 성폭행 사건, 지금 이 시간에도 벌어지는 범인검거와 같은, 널리 알려진 것을 다룬다. 그럼에도 신드롬에 가까운 주목을 받은 것은 전례 없는 표현방식 때문이다. 갑자기 떠오른 ‘OTT 저널리즘’은 바로 새로운 표현이 가져오는 충격에 관한 것이다.

두 콘텐츠의 공개 이후 언론보도는 숨김없는 영상으로 작중 인물의 인권 침해와 명예훼손을 범했다고 지적했다. 특히 선정성 논란이 컸던 <나는 신이다>에 대해 “자극적 묘사”, “선정성”, “인권침해” 문제를 거론했다. 시민단체의 토론회도 한 몫 했다. 가장 강렬하게는 피해자를 대상화하고 음란물처럼 “전시”했다는 지적도 있다. 저널리즘 원칙, 다시 말해 한국기자협회와 여성가족부의 ‘성희롱·성폭력 사건보도 공감기준 및 실천요강’을 준수하지 않았다는 것이다. 마침 OTT 다큐멘터리 분석논문도 발표되어(전경란, 2023) OTT가 사회적 문제를 숙의나 해법보다 그 수법 묘사에 치우쳤다는 비판을 받기도 했다.

언론이 말하는 OTT 저널리즘의 문제를 요약하면 1) 자극적인 콘텐츠 범람, 특히 청소년들의 접근에 대한 무방비, 2) 방송심의규정과 언론중재법상 구제방법 부재, 3) OTT 자체등급 분류로 인한 도덕적 해이성 등이다. 하지만 첫 번째 지적은 OTT 수용의 책임이 미디어에서 수용자에게 이전되었음을 인정하지 않는 것이고, 두 번째는 전환 중인 미디어 법제를 지적하지만 피해자가 있다면 언제든 실정법으로 다뤄볼 수 있음을 애써 외면하는 것이다. 세 번째 지적은 지난 5월부터 시행되는 ‘OTT 자체등급분류 제도’를 말하는데, 이는 공공기관에 의한 등급 분류 체계를 개선한 것으로, 등급 분류를 손 놓은 것이 아니라 사업자의 자율성과 함께 ‘책임성’을 강화한 정책이다. 당연히 영상물등급위원회를 통한 모니터링과 사후감독이 작동하도록 디자인되어야 한다.

1) OTT는 Over The Top의 줄임말로, 인터넷을 통해 영상 콘텐츠를 제공하는 서비스를 말한다. 대표적인 OTT 서비스는 유튜브(YouTube), 넷플릭스(Netflix), 왓챠(Watcha), 웨이브(Wavve) 등이 있다.

언론의 우려가 선정성이나 폭력성에 있기보다 OTT 저널리즘 기능에 대한 불안감이라고 생각하는 것은 과도한 억측일까? 물론 선정적이지 않은 것은 아니다. 선정성에도 불구하고 기존 TV 탐사보도와 다르지 않다면 문제일 것이다. 따라서 그 차이가 무엇인지 살피는 것이 레거시 미디어 관습만을 ‘답정너’하는 것보다 더 유익하다. 어떤 신문 사실은 “보도 영역에 들어선 OTT 콘텐츠에 대해 추가로 가이드라인을 마련할 필요가 있는 것이 사실이다”라고 적시한다.²⁾ OTT가 저널리즘 기능을 수행하든 하지 않든 가이드라인은 필요하다. 문제는 개인화된 미디어에 어울리는 가이드라인이 구체적으로 어떻게 하는지일 것이다. 그것이 반드시 기존 신문과 방송의 눈높이를 맞춰야 할 이유는 없다. 온갖 것이 급변하는 시대에 온고이지신(溫故而知新)의 지혜는 필요하겠지만 인류문명의 커뮤니케이션 변화경향에 좀 더 예민할 필요가 있다.

2. OTT, 다큐 저널리즘의 새로운 영토

먼저 용어법부터 살펴보자. 국내에는 ‘저널리즘 다큐멘터리’ 또는 ‘저널리즘 다큐멘터리 영화’라고 부르는 경향이 있지만, <나는 신이다>, <국가수사본부> 같은 콘텐츠는 사실 ‘다큐멘터리 저널리즘(줄여서 다큐 저널리즘)’이라 정의하는 것이 옳다. 엄밀히 말해, <국가수사본부>는 리얼리티 TV의 관습을 더 따르고 있지만, 넓은 의미에서 다큐멘터리적 구성으로 어떤 사회적 문제를 기록한다는 점에서 광의의 다큐 저널리즘이라 할 수 있다. 따라서 저널리즘 다큐멘터리는 통상 미디어나 언론인, 보도, 언론 관련 사건 등 ‘저널리즘에 관한 기록’을 담은 다큐멘터리 영화를 지칭한다. 저널리즘 다큐멘터리가 저널리즘에 관한 다큐멘터리라면, 다큐멘터리 저널리즘은 다큐멘터리 형식으로 만들어진 저널리즘이다. OTT 저널리즘은 바로 이 다큐 저널리즘이 OTT 미디어에서 펼쳐지고 있음을 지시하는 용어이다.

다큐 저널리즘은 사실의 성찰적 기록과 깊이 있는 통찰을 목표로 하는 다큐멘터리 정신에 저널리즘의 시의성과 신속성이 겹쳐진 커뮤니케이션 활동이다. 19세기 말 영화가 인류의 무대에 첫 선을 보일 때, 영화는 곧 사실의 기록을 의미했지만 이후 극영화 주류의 역사에서 다큐 저널리즘 영화는 좁디좁은 길을 겨우 헤쳐 왔다. 국내에서 저널리즘적 빛을 발한 다큐 영

2) 한국일보 (2023. 3. 15). 자극적 묘사, 인권침해...OTT 부작용 이제 논의할 시점. URL: <https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2023031415100003400>

화로는 김동원 감독의 1994년작 <행당동 사람들>과 2002년작 <송환>이 있다(1960년대 이후 국가기관에 의해 제작된 국가기록물은 논외로 한다). 이후 다큐 저널리즘 영화는 2010년대에 들어 정치 분야에서 폭발적으로 생산된다. <다이빙 벨>(2014), <자백>(2016), <공범자들>(2017), <더플랜>(2017), <노무현입니다>(2017), <김광석>(2017), <그날바다>(2018), <대통령의 7시간>(2019), <삼질>(2019) 등이 그것이다.

이들 다큐 저널리즘 영화는 방송 기자나 PD들이 탐사 저널리즘(investigative journalism)를 표방하며 작업해 온 탐사보도 프로그램과 유사하다. 둘은 모두 ‘환경감시’ 활동을 수행한다. 주지하듯이, 대표적인 한국 탐사보도 프로그램으로 <추적 60분>(1983), <PD수첩>(1990), <그것이 알고 싶다>(1992) 등이 있다. 1987년 민주항쟁 이후 자율성이 높아진 지상파 3사는 사회 부조리와 모순을 심층적으로 고발하는 탐사보도 영역을 본격화했고 시청자의 반응도 한껏 고조되었다. 이들 프로그램은 사회적 이슈, 감정보다 사실과 정보의 우선, 전문가나 권위자의 해석 등 레거시 미디어의 서술문법을 유지했다. 객관보도를 지향하는 기자와 다소 다른 결을 보이는 PD들의 탐사보도 또한 레거시 텔레비전의 문법으로 인정받았다.

OTT 저널리즘은 거기에서 보다 자유로운 표현과 상업성이 가미된 듯 보인다. 하지만 OTT 저널리즘 또한 사실성을 추구한다. 따라서 기술적으로 보면, OTT 저널리즘은 시사적 사안을 기록하는 다큐멘터리 영화와 TV 탐사보도 정신이 OTT 영토에서 재창조된 것이다. OTT가 영화적 TV(cinematic TV)라는 점을 떠올린다면, OTT 저널리즘은 영화적 기록과 TV 저널리즘이 화학적으로 결합된 것으로 포지셔닝해 볼 수 있지 않을까 싶다. 이는 마치 <옥자>나 <설국열차>가 넷플릭스를 무대로 한 영화, <오징어 게임>과 <더 글로리>가 넷플릭스를 무대로 한 드라마인 것과 마찬가지로이다. 그런 점에서 무엇보다 강조되어야 할 것은 OTT라는 미디어이다. <나는 신이다>와 <국가수사본부>를 만든 방송사 교양 PD들은(MBC <PD수첩>의 조성현 PD와 SBS <그것이 알고 싶다>의 배정훈 PD) 하나같이 OTT였기에 가능한 작업이었다고 말한다. OTT 다큐 저널리즘 콘텐츠가 다큐멘터리 영화와 TV 탐사보도와 닮은 듯 보이지만 OTT에 최적화된 ‘다른’ 콘텐츠 양식을 암시한다.

3. 어떤 콘텐츠가 있는가?: 글로벌 풍경

다큐 저널리즘이 훨씬 풍부한 나라는 미국이다. 보다 현대적 의미의 다큐 저널리즘 콘텐츠가 대중적으로 주목받게 된 계기는 세계화, 대기업, 폭력, 자본주의 등을 주제로 하는 미국 영화감독 마이클 무어(Michael Moore)의 작업에서이다. 고등학교 총기난사 사건을 계기로 미국 정치의 공포심 조장과 총기소지의 관계를 폭로한 〈Bowling for Columbine〉(2002), 조지 W. 부시 정부의 테러와의 전쟁을 비판적으로 다룬 〈Fahrenheit 9/11〉(2004), 미국 의료보험 제도를 꼬집은 〈Sicko〉(2007) 등이 있다. 당시에는 영화제 출품이 거의 유일한 경로였지만, 2010년대 이후는 OTT로 확대되고 있다. 한편, 최근 무어 감독은 기후 변화 대응을 비판적으로 검토하는 〈Planet of the Human〉(2019)의 총괄 프로듀서를 맡기도 했다.

다큐 저널리즘 콘텐츠를 분류하면 크게 ‘정치/사회’와 ‘살인/성폭행/범죄’, ‘자연’ 등으로 나뉜다. 노예제가 폐지되었음에도 흑인을 차별화하고 주변화하여 노예적 상태로 만드는 사회체계를 폭로한 〈13th〉(2016), 헌법으로 보장된 낙태 결정권을 뒤집기 위한 정치적 시도를 다각도로 조명하는 〈Reversing Roe〉(2018), 2016년 미국 대선에서 페이스북과 케임브리지 애널리티카 정보유출 사건을 다룬 〈The Great Hack〉(2019), 진보 여성의 정치운동을 다룬 〈Knock Down the House〉(2019), 몰락한 GM 공장을 사들인 중국기업에서 벌어지는 동서양 문화 충돌에 대한 (버락 오바마 부부가 설립한 제작사에서 만들어 더욱 유명해진) 〈American Factory〉(2019), 2017년 지상 최고의 음악축제가 악몽의 사극으로 끝난 〈FYRE〉(2019), 미국판 대학입시 비리를 다룬 〈Operation Varsity Blue〉(2021) 등이 있다.

특히 스포츠는 독립된 사회문제 섹터로 다뤄진다. 월드컵 개최지 결정 문제에서부터 막대한 수익사업, 더 나아가 국제정치에 미치는 영향력 등 국제축구연맹(FIFA)의 속살을 파헤친 〈FIFA Uncovered〉(2022)는 최근 넷플릭스에서 출시되었고 계속해서 시즌제로 방영될 예정이다. 축구, 농구, 크리켓 등 다양한 스포츠 분야에서 일어난 승부조작 스캔들을 다룬 〈Bad Sport〉(2021), 경쟁에서 살아남아야 하는 운동선수가 그간 말하지 못했던 정신적 고통에 대해 말하는 〈Untold〉(2022), 성공한 스포츠 스타의 실제 삶과 인종, 삶의 뿌리에 대해 이야기하는 〈Naomi Osaka〉(2021) 등도 있다. 그 외에 〈Break Point〉(2023), 〈The Battered Bastards of Baseball〉(2014), 〈The Last Dance〉(2020), 〈Last Chance U〉(2020) 등 스포츠 승부의 세계와 스포츠 정신, 스타의 여정에 대한 콘텐츠가 있다.

살인과 성폭행, 각종 범죄 사건은 다큐 저널리즘의 단골 주제이다. 대표적으로 2007년 이탈리아 여대생 살인사건 용의자 아만다 녹스에 대한 <Amanda Knox>(2016), 1969년 성직자의 성적 학대와 살인사건을 시리즈 형식으로 파헤친 <The Keepers>(2017), 아이들과 임신부 가족들이 끔찍하게 살해당한 사건을 CCTV, 경찰의 바디캠, 피해자가 직접 찍은 사진과 동영상 등으로 구성한 <American Murder>(2020), 억만장자 성범죄자에 의해 희생당한 학대 생존자들의 이야기 <Jeffrey Epstein>(2020), 고속도로변 사체로 발견되어 캐면 캡수록 미스터리한 사건을 풀기까지 30년이나 걸린 <The Girl in the Picture>(2022), 특이한 성격과 자선활동으로 전 국민을 매료시키지만 충격적인 성범죄 이력을 가진 인물로 드러난 <Jimmy Savile>(2022), 리벤지 포르노 웹사이트에 올라온 딸의 사진을 보고 잔혹한 운영자를 처단하기 위한 불굴의 온라인 운동을 다룬 <The Most Hated Man on the Internet>(2022) 등이 있다. 그 외에도 <House of Secrets>(2021), <The Staircase>(2018), <Who Killed Little Gregory>(2019), <Making a Murderer>(2015) 등이 있다.

사이비 종교는 돈과 살인, 성폭행과 결부된 독립적인 섹터이다. 대표적으로 사이비 종교 교주가 신도를 정신적으로 육체적으로 지배하는 <Keep Sweet: Pray and Obey>(2022)는 <나는 신이다>를 고스란히 떠올리게 한다. 교주와 신도의 관계가 종교를 빌미로 어떤 지경에 이르게 되는지 섬뜩하게 묘사한다. 미국 유타주 솔트레이크 시티를 배경으로 한 모르몬교의 범죄와 종교적 환영을 추적하는 <Murder Among the Mormons>(2021), 사이비 종교의 광기를 가감 없이 보여준 <Wild Wild Country>(2018) 등도 대표적인 사이비 종교 고발물이다.

환경과괴로 인해 자연은 점점 더 중요한 저널리즘 이슈가 되고 있다. 하지만 자연은 다른 한편으로 인간에게 위로와 성찰의 기회를 준다는 점에서 특별하기도 하다. 대표적인 저널리즘 자연 다큐멘터리로 육식이 자연에 미치는 영향을 다룬 <Seaspiracy>(2021), 거대 고양이과 동물 사육의 문제를 다룬 <Tiger King>(2020), 지구의 아름다움과 위대함, 환경의 문제를 정면으로 응시하는 <Our Planet>(2019), <Our Great National Parks>(2022), 문어와의 교감을 통해 삶의 진실을 마주하는 <My Octopus Teacher>(2020) 등이 있다.

이상에서 보듯이, 정치, 경제, 종교, 사회, 스포츠, 자연 등 다큐 저널리

즘이 다루는 영역은 다양하다. 이들 콘텐츠는 2010년 이전까지만 하더라도 한 편의 심층적 다큐멘터리 영화로 제작 출품되었다. 흥행이 확인되면 속편을 만들 정도였다. 하지만 2010년대 중반 전후 다큐 저널리즘 콘텐츠는 시리즈물로 변신하여 시즌제 또는 파트제로 전체 이야기를 이어가는 것으로 바뀌고 있다. 전래의 TV 탐사보도와 결을 달리 하는 다큐멘터리 영화가 OTT 미디어를 무대로 새로운 형식적, 재현적 방법을 찾아 폭발적으로 성장하고 있다.

4. OTT 다큐 저널리즘의 재현 관습

사실 <나는 신이다>와 <국가수사본부> 이전에 <사이버지옥>(2022, 넷플릭스)이 있었다. <사이버지옥> 또한 <나는 신이다>만큼은 아니지만 큰 울림이 있었다. 2018년 하반기부터 불거진 이른바 'N번방' 사건을 맞닥뜨리게 된 기자, PD, 경찰을 인터뷰 형식으로 추적하는 이 콘텐츠는 뉴스로만 접했던 N번방 사건을 충격적으로 재조명한다. 위에서 살펴본 미국의 사례, 그리고 <사이버지옥>에서 <나는 신이다>, <국가수사본부>로 이어지는 국내 콘텐츠로부터 우리는 OTT 다큐 저널리즘의 '차이'에 대해 말할 수 있을 듯하다.

미디어 콘텐츠의 차이는 콘텐츠 제작과 편성의 문화기술(cultural technology)에 따라 재현의 지평이 달라지기 때문에 발생한다. 리얼리티 예능과 다큐멘터리, 심지어 뉴스에서조차 수많은 카메라와 고정 카메라, 드론, CCTV, 그 외에 스마트폰과 소형의 강력한 신종 카메라로 인해 다양한 실험을 할 수 있었다. 가령, 1990년대 6mm 카메라와 2010년대 드론은 이전까지 하지 못했던 대상물에 대한 '밀착'을 가져왔다. 6mm 카메라는 카메라를 들이대는 대상물의 심리적 저항을 크게 낮췄고, 드론은 축 없는 촬영으로 그 어떤 대상물 또는 현장에도 직접 다가갈 수 있었다.

사실을 전달하는 다큐멘터리에서도 재현의 문제는 본질적인 이슈였다. 최초의 다큐멘터리인 로버트 플래허티(R. Flaherty)의 <북극의 나눅>(1922)이 사실 이누이트족들의 '극적인' 삶을 필름에 담은 재현의 결과물이었다. <북극의 나눅>은 이글루의 아침 장면 촬영을 위해 평소보다 더 큰 이글루를 지어야 했고, 이글루 안이 너무 어두워 절반을 허문 뒤 일광 조명으로 촬영했으며, 나눅이 바다코끼리와 힘겨루기할 때는 촬영팀이 평소에 사용하던 사냥총이 아닌 작살을 사용하도록 했다. 당시 이누이트족 사람들은 이글루가 아닌 일반 집에 거주하고 이미 널리 보급된 총으로 사냥했지만

이누이트족 이미지를 위해 이글루와 작살이 필요했던 것이다. 그렇게 보면, 문화기술의 발전이 그전에 비해 현실을 훨씬 더 있는 그대로 담을 수도 있게 하는지도 모른다.

OTT 다큐 저널리즘은 인터넷 프로토콜 위에 클라우드와 스트리밍이라는 OTT 고유의 문화기술로 기존 영화나 TV에서는 경험할 수 없었던 ‘당겨받기(pull) 서비스와 ‘자유로운 시간구성’이라는 차별성을 실현한다. 인터넷은 상호접속과 차별금지의 프로토콜에 기반하기 때문에 기존의 TV처럼 콘텐츠가 일방적으로 흘러가지 않고 이용자와의 인터페이스를 통해 선택 소비된다. 이는 곧 콘텐츠가 가상공간에서 언제든지 소비될 수 있도록 준비되어(ready to use) 있음을 뜻한다. 이와 더불어, OTT 다큐 저널리즘 콘텐츠는 연속적 구성을 지향한다. 지금까지 텔레비전 탐사보도 프로그램은 대부분 1회로 그치고, 특별 기획의 경우 2부작이나 3부작인 경우가 대부분이었다. 이 경우에도 각 회차는 주제나 소재의 차이로 구분될 뿐 연속적 서사물처럼 그려지는 경우는 거의 없었다.

그에 반해 OTT 다큐 저널리즘의 콘텐츠는 몇 회씩 이어갈 수 있다. <사이버지옥>은 1회로 끝나지만, <나는 신이다>는 8회, <국가수사본부>는 13회로 구성된다. 2015년 출시된 <Making a Murderer>는 두 파트에 각각 10회로 구성된다. 회당 시간구성도 자유롭다. <사이버지옥>은 거의 2~3회로 분절할 수 있는 1시간 45분 분량이다. 인터뷰와 증언이 주된 자료가기 때문에 시리즈화하기 힘들었던 것으로 보이는데, 그럼에도 100분 정도의 편성시간은 TV에서는 불가능한 시간이다. <나는 신이다>는 많게는 70분, 짧게는 39분의 에피소드를 연속적으로 배치한다. <국가수사본부> 역시 마찬가지로 개별 에피소드를 30~40분 정도 할당한다. 이는 형사들의 수사 활동을 분절하여 긴박감을 높이는 데 기여한다.

당겨받기 서비스와 자유로운 시간 구성은 다큐멘터리를 ‘시리즈물’의 관습 체계로 전환시킨다. 시리즈는 개별 에피소드의 일화성(episodic)과 그런 일화성의 연속성(continuity)이 빚어내는 서사(narrative)가 중요하다. 즉, 시리즈는 전체 이야기의 줄거리가 시작되면서 하위 미스테리와 문제가 제시되고 해결되지만(일화성), 그것으로 끝나지 않고 또 다른 미스테리와 문제로 대체되면서 하나의 긴 이야기(연속성)를 이어간다. <Making a Murderer>는 다큐멘터리임에도 마치 한 편의 서사극을 보는 것처럼 구성되어 있다. <나는 신이다>와 <국가수사본부> 또한 이 같은 구조를 따르고 있다.

〈나는 신이다〉는 JMS 정명석 씨의 악행과 추적, 제도적 처벌의 문제점 등을(그 외에 오대양, 아가동산, 만민의 교회 등도) 서사적으로 그려낸다. 〈국가수사본부〉는 수사 기획에서 실제 수사, 체포, 기소 등 전 과정을 보여 줌으로써 다큐멘터리가 마치 드라마 같아 보인다. 〈사이버지옥〉은 시리즈로 구성되지는 않았지만 페이드 아웃(fade out)을 통해 일화성과 연속성을 표현한다. 이는 악당의 악행을 폭로하는 데 그치는 기존 TV 탐사보도 프로그램에 비해 더욱 강렬한 감정을 남긴다. 또한 이들 콘텐츠는 OTT 사이트에 있기 때문에 언제든지 접근 가능하다. OTT 다큐 저널리즘 콘텐츠는 폭로 이후 사라지지 않고 시청자에게 어떤 정동(情動, affect)의 서사로 '존재'한다.

5. OTT 다큐 저널리즘의 이슈

1) 사건의 전체성 재현

OTT 다큐 저널리즘 콘텐츠의 관습체계는 사건을 총체적으로 보게 한다. 사건의 전체성은 권위자에 의해 해석된 사건이 아니라 마치 시청자가 사건을 직접 들여다보는 듯한 느낌을 준다. 이 같은 느낌은 넷플릭스가 2013년 선댄스 영화제에서 초연된 것을 이듬해 자사 플랫폼에 출시한 〈The Square〉에서 잘 볼 수 있다(Gilmore, 2017/2019). 〈The Square〉는 2014년 넷플릭스를 통해 북아프리카 지역에 들불처럼 일었던 '재스민 혁명'(Jasmin Revolution)에 대한 관심과 참여를 촉발하여 그해 아카데미 최고 장편 다큐멘터리 부문에 지명되고, 에미상 프라임타임 논픽션 부문 감독상과 편집상, 최고 작품상을 거머쥐었다. 넷플릭스 상의 〈The Square〉는 현실의 혁명 공간과 그것을 전세계로 퍼나르는 온라인 공간 간의 상호작용, 이른바 'SNS 혁명'이라 부르는 현실-가상세계 간 시너지의 좋은 사례이다. 혁명의 현장 한가운데에서 겪는 〈The Square〉 주인공의 시선은 혁명의 관찰자가 아니라 당사자의 기록, 다시 말해 혁명에 관한 다큐멘터리가 아니라 '혁명의 기록'으로서 다큐멘터리의 지위를 보여주었다.

하지만 앞서 언급한 것처럼, 사건의 전체적(또는 사실적) 기록이 범죄 또는 피해사실을 구체적으로 묘사하기 때문에 오히려 '저널리즘 원칙'을 무너뜨린다고 비판받는다. 저널리즘 원칙을 강조하는 관련 뉴스는 "피해자의 증언을 포르노적으로 매개했다"라든가, "악마 같은 가해자에게 당하는 피해자만 남으면서, 우리는 피해자를 이해할 수 없게 되고 사건을 나에게서 일어나지 않을 '특이한 일'이라고 단언한다(윤유경, 2023). 그리고 보면 그들

에게 시청자는 사리판단 없는 사람처럼 보인다. “얼굴과 실명을 공개한 성폭력 피해자들이 고통을 못 이겨 울거나 제대로 말을 잊지 못하는 모습”을 보인다고 쓰는데, 이는 다큐멘터리 카메라 때문이 아니라 사이버 교주의 폭력성이 낮설게 인지되었을 때 얻게 되는 피해자의 격한 감정이다. 〈나는 신이다〉는 “관음증과 욕망” 또는 “가학의 쾌락”을 주기보다 ‘가학의 이물감’ 또는 ‘거부감’을 더 크지 주지 않을까?

다루는 사안을 어떻게 표현할 것인지는 미디어의 사회적 위치에 맞게 디자인되는 것이 바람직하다. 오픈된 채널과 달리 영화관처럼 개인적 책임 하에 소비되는 OTT에 대중매체와 똑같은 저널리즘 원칙을 적용하는 것이 과연 바람직한지 재고해 봐야 한다. 〈나는 신이다〉에서와 같은 직접적 묘사가 “자극적 관심을 문제해결 열쇠로 착각”하게 만든다고 여겨질지도 모르겠다(강푸른, 2023). 하지만 〈오징어게임〉이나 〈더 글로리〉가 기존 TV 드라마와 다른 미학과 즐거움을 주듯이, 〈나는 신이다〉는 〈PD수첩〉이나 〈그것이 알고 싶다〉와 다른 사실성의 재현으로 사회고발의 충격을 준다는 점에서 OTT에 적합한 저널리즘 원칙 수립을 고민할 때이다.

나는 차라리 〈나는 신이다〉가 벗은 몸을 ‘전시’하는 게 아니라, 종교라는 이름으로 한 인간을 얼마나 처참하게 ‘가스라이팅’하는지 사건의 사실성과 전체성을 폭로하는 ‘정동(情動, affect)의 다큐멘터리’라고 생각한다. 영상은 그릇된 구원의 신념이 한 사람을 극단의 비인간적 상태로 몰아가는 현장을 그대로 보여준다. 공기(公器)와 같은 대중매체로는 현실 사이버 종교 교주의 악랄함의 실체를 제대로 전달하기 어렵다. 사건의 전체적 서사가 사이버 종교의 악의적 속임수 매커니즘을 이해시키는 방법이다.

2) OTT 다큐멘터리 분쟁사례

OTT 다큐 저널리즘 콘텐츠는 명예훼손에 대한 직접적인 소송을 통해 해결한다. 이때 국가마다 차이는 있지만 제작자의 ‘악의성’과 ‘고의성’이 판단의 기준이다. 지난 3월 삼촌의 살인을 방조한 죄로 종신형을 선고받은 10대 지적장애인에 대한 넷플릭스 다큐멘터리 〈Making a Murderer〉(2015)에 대한 소송에서 법원은 넷플릭스의 손을 들어줬다. 〈Making a Murderer〉는 삼촌이라는 사람이 1985년 성폭행 및 살인미수 혐의로 수감되었다가 18년 만에 진범이 나타나 석방된 전력이 있는데, 수사당국이 그의 억울한 옥



살이에 대한 책임을 회피하려 지적장애인을 협박하여 살인범으로 몰았다는 의혹을 제기했다. 이에 사건을 맡은 은퇴한 경찰이 명예훼손을 제기했지만, 법원은 제작자가 실제 악의가 있었는지 또는 진실을 의도적으로 무시했는지 확인되지 않기 때문에 원고 패소 판결을 내렸다.

이때 표현방법은 법적 판단의 결정적 기준이 아니라는 점이 중요하다 (Cho, 2023). 피해자는 부적절한 행동을 암시하는 배경음악, 그래픽, 보이스오버, 살인 재판 장면의 편집 등이 문제라고 주장했지만 받아들여지지 않았다. 판사는 그 어떤 다큐멘터리도 특정 사실을 축약, 편집, 강조할 수밖에 없기 때문에 말 그대로 진실이 표현되는 데는 불가피한 변경이 있을 수밖에 없다고 보았다. 따라서 그런 변경이 불법이기 위해서는 악의성과 고의성이 증명되어야 한다고 했다. 어떤 표현으로 인해 진술의 요체가 변하지 않는 한 사소한 부정확성은 용인될 수 있다는 것이다.

이 같은 일은 계속해서 발생할 것이다. 최근 넷플릭스는 자체 다큐멘터리에서 엉뚱한 사람의 사진을 사용하여 소송을 당했다. 2013년 손도끼 살인범을 다룬 <The Hatchet Wielding Hitchhiker>(2023)는 손도끼를 들고 있는 다른 사람의 사진을 손도끼 살인범으로 묘사했기 때문이다. 피해자는 텍사스 주 법원에 명예훼손과 초상권 침해 혐의로 100만 달러의 징벌적 손해배상을 청구했다. 2021년에는 상업적 어업의 영향력에 대해 기록한 <Seaspiracy>(2021)가 해양 기업이 바다 생물에게 끔찍하고 되돌릴 수 없

는 살상을 자행하고 우리의 먹거리를 위협할 뿐 아니라 불법노동이 횡행한다고 고발했다. 이에 영화에 인용된 NGO와 전문가들은 ‘영화에 오해의 소지가 있는 주장, 잘못된 통계, 맥락 없는 인터뷰가 진행되었다’며 넷플릭스에 소송을 제기했다. 이 또한 마찬가지로 명예훼손이 입증되기 위해서는 허위진술의 악의성과 고의성이 증명되어야 한다.

그에 반해, 한국은 미디어에 보다 엄격한 기준을 요구한다. 2017년 <김광석>을 공개한 방송기자 출신 이상호는 기준에 밝혀진 사실과 다른 허위사실을 유포하여 명예를 훼손했다는 민사소송에서 패소했다. 하지만 형사소송에서는 주장하는 바가 허위로 인식할 정도가 아니었고, 비방의 목적이 없었음을 인정받아 2022년 1월 대법원으로부터 무죄 확정을 받았다. 앞서와 같은 취지이다. 하지만 UN의 폐지 권고에도 불구하고, ‘사실을 말한 죄’를 인정하는 우리나라에서는 무고한 피해자 외에 지탄받아 마땅한 사람들마저 사실을 말하지 못하게 함으로써 법의 보호를 받을 확률이 크다. 그것은 애초의 사실적시 명예훼손의 법 취지를 왜곡하는 꼴이다.

전통적인 저널리즘 시각에서는 OTT 저널리즘의 표현 방법에 의문을 제기할 수도 있다. 프리랜스 작가이자 영화 평론가인 호나데이(Hornaday, 2018)는, 워터게이트 사건을 저널리스트 인터뷰로 재구성한 독립 다큐멘터리 <Watergate>(2018), 총기사고를 대비하기 위해 무장하는 미국 교사들의 윤리와 실효성을 다룬 <G Is For Gun>(2018), 전과자의 투표를 금지하는 플로리다 법에 정면으로 맞서는 과정을 그린 <Let My People Vote>(2018) 등은 훌륭한 예술작품의 하나일 뿐이지 저널리즘이라 할 수 없다고 말한다. 그 이유로 배경음악, 선택적 프레이밍 및 편집, 재연 등 영화적 분위기와 질감이 수용자에게 특정한 감정을 불러일으키는 예술의 지표이기 때문이라는 것이다. 그 중에서도 작가 고유의 시각 유무가 저널리즘과 다큐멘터리 예술을 갈라놓는 요소라고 강조한다.

하지만 전통적인 보도에서 탐사보도 프로그램, 다큐멘터리 영화, 그리고 작금의 OTT 다큐 콘텐츠에 이르기까지 저널리즘을 구성하는 행위와 그 콘텐츠의 외연은 점점 더 넓어지고 있다. 이를 ‘저널리즘 바깥’으로 규정하는 것이 편리할지는 몰라도 현실을 반영하지는 못한다. 무엇이 OTT 저널리즘의 원칙일지는 국가마다 따르고 있는 법리가 다르기 때문에 일괄적으로 단언하기 힘들다. 만약 법제도 정비가 필요하다면, OTT 역시 또 하나의 사회적 감시 장치로 잘 작동하기 위한 방안이어야 할 것이다.

3) OTT 규제체제와 ‘미디어중재’ 논의의 필요성

비판은 또한 OTT 콘텐츠가 방송심의를 받지 않고 언론중재 대상이 아니기 때문에 위험천만하다고 말한다. 가령 이렇다. “OTT는 언론사가 아니기에 언론중재 및 피해구제에 관한 법률의 적용 대상이 되지 않는다. OTT 콘텐츠는 영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률에 따른 ‘온라인 비디오물’로 분류돼 지상파 방송사 PD가 제작한 다큐멘터리를 OTT를 통해 공개한다면 방송법에 따른 ‘방송심의를 관한 규정’의 적용도 받지 않는다. 그렇기에 보도 이후 피해자가 겪을 추가 피해를 막는 수단도 거의 없는 실정이다. 당장 OTT를 규제하기 어렵더라도, OTT 저널리즘을 실천하기 위한 가이드라인부터 마련할 필요가 있다.”(윤유경, 2023)

어떤 공통의 기준은 지켜나가는 것이 바람직하다. 하지만 어떤 한 기준이 시대와 공간을 넘어 절대적일 수는 없다. 위 기사에서 OTT 콘텐츠에 적용하고자 하는 저널리즘과 그 원칙은 신문과 방송처럼 공개된 미디어 환경에서의 저널리즘 원칙이다. 이것이 당사자간 상호거래로 커뮤니케이션이 이루어지는 OTT에서도 똑같이 적용되어야 한다는 데는 선뜻 동의하기 어렵다. 기계적 적용이 아니라 현실적 적용이 중요하다.

우리나라는 지금 방송과 OTT를 아우르는 통합법 성격의 ‘시청각미디어 서비스법’을 추진 중에 있다. 동법은 네트워크에 관계없이 방송과 통신을 플랫폼 계층과 네트워크 계층으로 구분하고, 동일 계층 내 서비스에 대해서는 동일한 규제 철학을 적용하겠다는 것을 목표로 한다. 하지만 엄격하게 말하면 ‘다른 서비스 다른 규제’가 더 맞는 표현이다. ‘흐름의 미디어’인 방송과 ‘인터페이스 미디어’인 OTT가 같은 계층일 수 없기 때문이다. 두 미디어는 누구에게나 열려있는 채널과 계약을 통해 선택적으로 활용되는 플랫폼으로 구분된다. 인터페이스 미디어 계층을 어떻게 정의하고 규제체제를 갖출 것인가를 연구하는 것이 문제해결의 첩경이다.

시청각미디어서비스법은 2018년 유럽연합(EU)의 ‘시청각미디어서비스 지침’ 개정을 참조한다. 국가 연합체인 EU는 시청각미디어서비스 지침을 통해 각기 다른 국가의 규제 통일성을 기하고자 하는데, 2018년 개정에서 OTT를 포함시키고자 했다. 이유는 유해 콘텐츠로부터 미성년자의 보호의 필요성과, 타인에 대한 증오심 유발 금지의 필요성, 그러면서도 언론의 자유 보장과 같은 규제문제에 직면했기 때문이다. 이에 따라 OTT를 시청각미디어

하위법주로 포섭, 최소한의 규제수준만 제시하고 회원국이 자체적으로 규제체계를 도입할 수 있게 했다.

미국에서는 인터넷 상의 미디어 콘텐츠에 대한 사전사후 심의가 국가검열이라는 이유로 금지되어 있다. 내용규제는 불법 콘텐츠 유통과 미성년자 보호, 지적 재산권 보호 차원에서만 작동한다. 미국은 2018년 오픈인터넷 질서(Open Internet Order)를 폐기하여 통신법(Communications Act of 1934)상 일반적인 ‘정보서비스’ 사업자, 즉 통신법 타이틀 I의 규율을 받는 지위에 있다. 미국 통신법 Title I이 규정하는 정보서비스는 원거리전기통신(telecommunication)을 통해 사용 가능한 정보를 생성, 수집, 저장, 변환, 처리, 검색 활용 또는 제작하는 기능을 제공하는 것으로서, 전자적 공표(electronic publishing)를 포함하지만 원거리전기통신 시스템의 관리, 통제 및 운영 또는 원거리전기통신 서비스의 운영을 위한 기능의 사용에는 해당하지 않는 것을 의미한다. 따라서 미국에서 OTT는 국가 기구나 미디어 특별법으로 규제되지 않고 이용자와 사업자간 민형사적 소송으로 해결되는 영역이다.

어쨌든 현재로서는 OTT가 저널리즘적 기능을 수행한다고 해도 언론조정·중재의 직접적 대상일 수는 없다. OTT가 언론조정·중재의 대상이기 위해서는 관련 법 개정이 전제되어야 하는데, 이를 위해 ‘중재 영역의 다층화’ 연구가 필요해 보인다. 언론조정·중재가 언론과 피해 당사자 모두에게 최소한의 분쟁비용으로 최적의 결과를 얻기 위한 사회적 장치라고 할 때, 기존 신문, 방송에서의 언론조정·중재와 다른 부가통신 상의 미디어중재를 새로 설정하여 그 절차와 실현방안을 모색하는 것이다. 이는 언론조정·중재를 ‘미디어중재’로 확장하는 것이다. 이를 통해 피해자가 호소하는 경우 ‘사후보정’ 절차를 밟을 수도 있을 것이다. 표현의 자유가 확장된 시대에 다른 서비스 다른 규제의 원칙에 합당한 제도개선의 노력이 필요하다.

언론조정·중재와 다소 결을 달리 하는 말이지만, 사실 OTT 콘텐츠가 규제 바깥에 있는 것은 아니다. 직접적으로 미디어 관련법이 없어도 그런 행위를 관할하는 여러 가지 민형사 법이 있기 때문이다. 법을 활용하지 않아서 문제이지 법이 없어서 처벌하지 못하는 것은 아니다. 예를 들어, 최근 유튜브를 무대로 주식투자 방송이 거시/미시 경제 분석에서 투자 종목 분석에 이르기까지 다양한 콘텐츠를 제공한다. 그 중 일부는 특정 업체의 영업을 촉진하는 내용을 다루면서 해당 금융상품 광고도 함께 제시한다. 만

약 특정 증권사의 상장지수펀드(ETF)를 방송하면서 해당 금융상품 광고나 협찬이 게재된다면 어떻게 될까? 유튜브이기 때문에 ‘규제 바깥’에 있는 것일까? 그렇지 않다. 우리나라 ‘금융소비자보호법’은 이를 관할한다. 특정 상품을 명시적으로 소개하지 않아도 그 ‘영업을 촉진하도록 설계된 방송’을 업무광고로 간주하여 규제할 수 있다. 문제는 그런 종류의 방송이 지금도 서비스하고 있음에도 불구하고, 직접적으로 미디어 관련 법이 없다는 이유로 규제되지 않는다는 것이다.

6. OTT 다큐 저널리즘의 안착을 위하여


OTT는 콘텐츠를 흘려보내는 게 아니라 ‘게재’한다. 한 번 방송되고 흘러가 버리는 TV 프로그램과 달리, OTT 콘텐츠는 이용자와 지속적인 인터페이스를 유지한다. 이것의 실효성은 의외로 크다. OTT에 게재된 콘텐츠는 언제든지 다시 볼 수 있기 때문에 표현방법과 무관하게 사회적 감시 효과가 배가된다.

지난 3월 중순 JMS 총재 정명석 씨를 변호하던 법무법인 광장 소속 변호사 모두는 변호인을 사임했다. “구체적인 이유를 밝힐 수는 없다”고 했는데, <나는 신이다>가 방송된 지 2주일이 채 되지 않던 때여서 그 이유를 충분히 짐작할 수 있다. OTT에 게재되어 사이버 종교의 악행이 언제든지 감시됨으로써 악마도 변호할 수 있다는 법률가들에게조차 도덕적 감시 효과가 발생한 것이리라. 사회적 공분을 야기한 개인이나 집단이 고품질의 법률 서비스로 빠져나가지 못하게 한 것은 그 자체로 의미 있는 진전이다.

<나는 신이다>에 대해 JMS는 방송 전에, 아가동산 측은 방송 이후 MBC와 조성현 PD, 넷플릭스(본사, 넷플릭스월드와이드엔터테인먼트엘엘 씨, 넷플릭스서비시스코리아)에 대해 방송금지 가처분 신청을 냈으나 최근 모두 기각되었다. 법원은 “다큐 내용이 진실이 아니라고 단정하기 어렵다”는 이유로 JMS의 가처분 신청을 기각했다. 아가동산은 아가동산과 김기순에 대해 허위내용을 담고 있다는 이유로 가처분 신청을 냈지만, 넷플릭스에 대한 소는 곧바로 취하였고, 5월 24일 법원으로부터 “<나는 신이다> 소유권과 저작권이 모두 넷플릭스에게 있어” 가처분 신청이 기각된다고 통보 받았다.

미디어 리얼리즘은 현실을 모사(模寫)하는 미디어 범람의 시대에 중심적 사조이다. 그것은 지난 100여년의 기획에서 보듯이 하나의 방법만 있는 것이 아니다. 여기에서 핵심은 무엇이 현실을 그럴 듯하게 보이게 하는지 그

방법에 관한 것이다. 현실의 이데올로기나 관계를 객관적으로 묘사하여 재현된 현실로서 실제 현실을 자연화할 수도 있고, 이상적이라고 여겨지는 세계에 적합한 인물상과 그런 인물들 간의 관계를 총체성의 수준에서 그려낼 수도 있다. 그것도 아니면 현실과 극적 세계를 오가며 서로에게 말을 걸거나 특별한 부분을 의도적으로 강조하여 수용자가 현실을 지각하도록 촉구할 수도 있다.

OTT 다큐 저널리즘 콘텐츠 또한 마찬가지이다. OTT 다큐 저널리즘은 재현 세계로부터 얻게 되는 어떤 강력한 감정적 힘으로서의 정동(情動, affect)을 생산한다. 사람의 몸과 영혼을 휘젓는 사이버 교주에게 치밀어 오르는 분노, 그에게 몸과 마음을 빼앗긴 여성 피해자에 대한 연민, 그럼에도 스스로 자신을 깨고 세상에 나서려는 인간에 대한 공감 같은 것이다. 그것은 신자유주의 체제에서 처절한 살아남기를 보여준 <오징어 게임>, 종교에서 시작해 정치, 검찰, 언론, 더 나아가 우리들 스스로에 의한 감시사회의 두려움을 묘사한 <지옥> 등에서 느꼈음직한 감정과 유사하다. 미디어 법과 제도는 OTT에서의 개인적 정동이 사회적으로 올바르게 순환되도록 정비되어야 한다. 

참고 문헌

- 1) 강푸른 (2023. 4. 27). “나는 신이다: 자극적 관심을 문제해결 열쇠로 착각”. <KBS News>. URL: <https://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=7662000>
- 2) 윤유경 (2023. 3. 22). ‘나는 신이다’ 촉발 OTT 저널리즘 원천 적용 속제 남기다. <미디어오늘>. <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=309142>
- 3) 전경란 (2023). 넷플릭스 오리지널 다큐멘터리 연구. <영상문화콘텐츠연구>, 28집, pp.33-57.
- 4) Hornaday, A. (2018, 10. 4). Documentaries aren't journalism, and there's nothing wrong with that. <The Washington Post>. URL: <https://url.kr/xq3nzu>
- 5) Gilmore, J. N. (2017). Circulating The Square, The age of Netflix, 임종수 (역) (2019). <넷플릭스의 시대>. 서울: 판덤북스, pp.224-259
- 6) Cho, W. (2023. 3. 15). Netflix wins defamation suit over 'Making a Murderer'. <The Hollywood Reporter>. URL: <https://url.kr/zr87sp>

03

〈나는 신이다〉가 던진 저널리즘 법제의 새로운 과제

최유 한국법제연구원 연구위원, 법학박사



1. 〈나는 신이다〉의 파장: 언론분쟁 의 가능성

방송사와 언론인들이 글로벌 OTT(Over The Top)¹⁾ 사업자인 넷플릭스(Netflix)를 이용하기 시작했다. 넷플릭스는 자체 제작으로 지난 3월 3일 〈나는 신이다: 신이 배신한 사람들〉(이하 ‘나는 신이다’라 한다)이라는 8부작 다큐멘터리를 공개하였다. 이 다큐멘터리는 대한민국에서 활동하는 4개의 사이버 종교단체의 만행과 피해를 다루고 있다. JMS(기독교복음선교회)에 대해 3부, 오대양 사건에 대해 1부, 아가동산 사건 2부, 그리고 만민중앙교회 사건 2부 등 총 8부로 구성되었다.

세계 각국에서 온라인으로 동영상 서비스를 제공하는 넷플릭스는 영화와 드라마뿐만 아니라 다큐멘터리, 스탠딩 코메디 등 다양한 장르의 콘텐츠를 제공하고 있다. 그 중에서도 이 다큐멘터리가 주목받게 된 것은 실제 제작을 맡은 곳이 문화방송(MBC)이었다는 점인데, 문화방송의 대표적인 탐사보도프로인 〈PD수첩〉을 연출한 조성현 감독이 담당했다.

문화방송은 넷플릭스에서 공개한 이 다큐멘터리 이후 직접 후속보도를 내보기도 했다. 지난 4월 19일 MBC 〈PD수첩〉에서는 현재 구속수감 중인 JMS 총재 정명석 씨에 관한 후속편을 공개하였다. 넷플릭스 다큐멘터리와 지상파 방송보도를 차례로 공개하는 일련의 과정은 새로운 전략으로 보였다. 넷플릭스로 공중의 주목을 이끈 이후 자연스럽게 방송으로 유도한 것이다. 더욱 놀라운 것은 그동안 사이버 종교 내지 종교인들의 비리에 관한 보도로 인해 신도들의 시위 및 각종 소송문제로 힘들었던 문화방송이 법적인 책임을 회피하고자 넷플릭스를 이용한 것으로 보였다는 점이다.

본래 이 다큐멘터리는 문화방송에서 방송될 계획이었지만 넷플릭스에서 공개하기로 한 이유 중 하나는 바로 사이버 종교 내지 종교단체로부터 보도 내용에 대한 공격과 법적 책임의 부담을 덜어내고자 한 것이었다.²⁾ 이렇게 넷플릭스가 100% 투자하여 문화방송과 넷플릭스의 협력이 탄생한 것이다.

결과적으로 이 다큐멘터리는 세간의 이목을 집중시키는 데 성공하였다. 이전에도 사이버 종교에 관하여 여러 번 방송되었지만, 최근에 다시 주목을 끌게 된 것은 바로 이 다큐멘터리의 공(功)이라 할 수 있다. 특히 현재 외

1) 초고속 인터넷망과 PC를 비롯한 스마트폰, 태블릿 등 다양한 단말기를 통한 인터넷 동영상 서비스, 이른바 OTT(Over the Top)는 전기통신의 형식을 갖춘 채, 점점 방송과 유사한 형태로 진화하고 있다.

2) 조성현 PD도 한 인터뷰에서 넷플릭스에서 공개한 이유를 직접 밝혔다. 인터뷰 내용에 관해서는 MBC 라디오 (2023. 3. 7). 〈김종배의 시선집중: "JMS 폭로 '나는 신이다' 제작, 그 뒷 이야기"〉 참조. URL: https://www.imbc.com/broad/radio/fm/look/interview/index.html?list_id=7196868&list_use=1&bbs_id=focus03&page=1 를 참조.

국민 신도 2명에 대한 성폭력으로 구속기소되어 다시 재판 중인 정명석 씨에 대한 관심이 집중되었으며, 이례적으로 이원석 검찰총장이 직접 ‘정명석 재판’에 대해 언급할 정도로 사이버 종교문제는 국민적 관심을 이끌었다.³⁾ 이 다큐멘터리가 공개되기 이전에 보였던 기존 언론사들의 상대적인 무관심에 비하면, 공개 이후 사이버 종교에 대한 사회적 경각심과 문제의식이 더 커졌다는 점에서 탐사보도가 목적인 저널리즘의 역할이 OTT를 통하여 더 잘 이루어졌다고 볼 수 있다.

제작진이 예상하였겠지만, 방송 직전과 직후 JMS와 아가동산측은 방송금지 가처분을 법원에 신청하는 등 법적 대응에 나섰다. 과거에 여성신도 강간죄가 법원에서 인정되어 2018년까지 10년 동안 감옥에 있었던 정명석 씨는 다시 여성신도 강간혐의로 구속 재판 중인 상태였다. JMS는 다큐멘터리가 공개되기 이전인 2월 24일 넷플릭스와 제작사인 문화방송을 상대로 방송금지 가처분 신청을 하였지만, 재판부는 3월 2일 “다큐 내용이 진실이 아니라고 단정하기 어렵다”라는 이유에서 가처분 신청을 기각하였다.⁴⁾

아가동산과 교주 김기순씨는 방송 직후인 3월 13일 방송금지 가처분을 신청하였지만, 5월 24일 서울중앙지방법원 제50민사부는 이를 기각하였다. 아가동산은 넷플릭스 코리아와 넷플릭스 미국 본사 그리고 제작사인 MBC와 연출을 담당한 조성현 PD를 상대로 방송금지 가처분 신청을 하였지만, 넷플릭스 본사와 넷플릭스 코리아에 대해서는 가처분 신청을 취하하였다. 법원은 “제작사인 MBC와 조성현 PD에게 방송에 관한 권리가 남아 있지 않다”고 보았으며, 또한 “영상을 보유하고 있더라도 아가동산과 김기순씨 측에 대한 추가적인 인격권 침해의 위험이 발생할 우려가 있다고 보지 어렵다”고 판단하였다.⁵⁾ 이후 아가동산측은 미국 넷플릭스 본사를 상대로 방송금지 소송을 다시 제기하는 등 법적 절차를 계속하고 있다.⁶⁾

〈나는 신이다〉의 제작의도가 사이버 종교의 문제점을 우리 사회에 다시

3) 오승복 (2023. 3. 6). KBS 보도 이원석 검찰총장 “JMS 정명석, 엄정 형벌 받게 해야”. 〈KBS뉴스〉. URL: <https://news.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=7619378>

4) 박규리 (2023. 3. 2). 넷플릭스 다큐 ‘나는 신이다’ JMS 방송금지 가처분 기각. 〈연합뉴스〉. URL: <https://www.yna.co.kr/view/AKR20230302138300004>

5) 이남경 (2023. 5. 24). 법원, ‘나는 신이다’ 아가동산 편 방송금지 가처분 신청 기각. 〈MBN뉴스〉. URL: <https://www.mbn.co.kr/news/entertain/4932088>

6) 김철희 (2023. 5. 25). 아가동산, 넷플릭스 상대로도 상영금지 가처분 재신청. 〈YTN〉. URL: <https://n.news.naver.com/mnews/article/052/0001889179?sid=102>



일깨우는 것이었다면 일단 성공적이었다고 볼 수 있다. 다만, 연출과 편집에 대한 비판적인 시선도 적지 않았다. 특히 성폭력 피해자의 증언을 ‘재연’한 방식이 너무 자극적이고 선정적이었다는 비판이었다. <나는 신이다>는 피해자의 증언만이 아니라 피해자가 입은 성폭력을 재연하는 방식으로 모사(摹寫)하였다. 이에 대해 제작진은 모사된 사건들은 실제 사실이었으며, 심지어 실제 수위의 10분의 1 정도밖에 다루지 못한 내용이라고 하였다.⁷⁾ 만약 이 다큐멘터리가 문화방송에서 공개되었다면, 성폭력 피해자에 대한 보도에 관하여 한국기자협회와 여성가족부가 마련한 ‘성폭력 범죄 보도 세부 권고 기준’이나 ‘성폭력·성희롱 사건보도 공감기준 및 실천요강’을 기준으로 제작되었을 것이다. 그렇지만 넷플릭스 다큐멘터리에 이러한 기준을 요구할 법적 근거는 현재 없다고 볼 수 있다.

기존 언론의 보도방식과 차이가 있는 OTT의 탐사보도 다큐멘터리의 보도방식은 향후에 더 큰 문제를 야기할 수 있다. 즉, 방송법 규제를 받지 않는 OTT 다큐멘터리가 탐사보도와 유사한 기능을 하면서 언론이 가져야 할 법적 책임뿐만 아니라 저널리즘 윤리를 회피할 수 있는 통로를 제공할 수도 있기 때문이다. 특히 해외에 본사를 둔 OTT는 소송을 통한 법적 책임을 지우는 것이 매우 어렵다는 점에서 사실상 법적 책임을 회피할 수단도

7) 앞의 조성현PD 인터뷰 참조.

될 수 있다. <나는 신이다>의 제작진 역시 법적 부담을 경감하기 위해 해외 OTT와 협업했음을 스스로 밝힌 바 있다.

또한 이러한 다큐멘터리 연출은 넷플릭스라는 상업적 매체, 즉 유료 회원제 서비스의 특성이 반영된 결과로도 볼 수 있다. 지상파에 대한 방송법상 규제와 방송사 내부절차와는 달리, 넷플릭스가 어떤 기준과 절차를 통해 다큐멘터리를 제작하고 공개했는지 알 수 없기 때문이다.

현재 활발하게 성장하는 OTT 사업 추세에 비추어 보면 명예훼손 등 언론분쟁에서 발생하는 사건들이 향후 OTT에서도 발생할 가능성은 매우 높다고 할 수 있다. 본래 넷플릭스가 제공하는 오리지널 다큐멘터리의 내용과 대상은 매우 다양한데, 그 중에서 선정적인 연예프로그램이나 폭력, 마약 등 흥미를 유발하는 요소들을 대상으로 하는 작품들이 적지 않기 때문이다.

이 문제는 향후 보다 큰 법적인 쟁점들을 초래할 것으로 보인다. 우리 법체계에서 OTT는 전기통신법상의 부가역무를 제공하는 사업자일 뿐 「방송법」상 '방송'도, 「언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률(이하 '언론중재법'이라 한다)상 '언론'도 아니기 때문이다. OTT를 방송으로 보는 견해에 따르면 이에 대한 규제가 사각지대에 놓여있다고 할 수 있지만, OTT가 방송이라는 시각 자체에 대한 반대도 적지 않다. 요컨대 언론인 출신 제작진과 달리 넷플릭스가 저작권을 갖고 있는 오리지널 다큐멘터리가 언론보도인지의 여부에서부터, 유료 동영상 서비스의 경우에 어떤 내용규제가 필요한 것인지, 그리고 규제가 필요하다면 규제방식은 행정청에 의한 직접 규제로 해야 하는 것인지, 아니면 자율규제에 맡겨야 하는 것인지 등등 우리 언론과 방송법제에서 해외 글로벌 OTT를 포함한 OTT에 관한 법적인 이슈들이 <나는 신이다>를 계기로 이제는 묵과할 수 없는 현실이 되고 있다.

2. OTT 저널리즘에 대한 법제 적용의 가능성 및 한계

넷플릭스의 등장과 부각은 우리 동영상 제작 및 유통시장에 새로운 활력을 제공한다는 점에서 긍정적이라 할 수 있다. 그렇지만 동시에 글로벌 플랫폼 등장에 대한 우려의 목소리가 높아지고 있는 것도 사실이다. 특히 넷플릭스, 유튜브 등 전 세계적인 플랫폼이 갖고 있는 막강한 자금력과 영향력은 온라인 세계 새로운 권력자의 등장이라는 위험성을 내포한다. OTT 사업자는 사적 검열까지는 아니더라도 알고리즘의 선호를 이용하여 시청자들에게 특정한 작품의 선호를 조종할 수 있다. 소비자와 동영상 작품을 연

걸시켜주는 플랫폼 내지 포털사업자는 문지기(gatekeeper)가 되어 소비자가 눈치챌 수 없도록 은밀한 방식으로 소비자의 선호를 조작할 수 있기 때문이다. 또한 글로벌 비즈니스를 통해 모은 자금력을 바탕으로 동영상 시장에 지배력을 행사할 수 있다는 점도 우려스럽다. 글로벌 OTT의 자본력은 영화와 드라마뿐만 아니라 다큐멘터리 시장에서도 마찬가지이다. 기우(杞憂)겠지만, 지상파 시청률이 하락하는 추세에서 MBC와 같은 지상파 방송이 넷플릭스의 하청업체로 전락할 가능성도 적지 않기 때문이다.

1998년 DVD 대여점 사업을 시작한 넷플릭스는 불과 16년 전인 2007년부터 가입자들에게 온라인 스트리밍 서비스를 시작하였다. 이때만 해도 넷플릭스가 영화나 드라마, 그리고 다큐멘터리 각종 분야에서 전세계 온라인 동영상 시장의 강자가 될 것이라고 예측할 수 있었던 사람은 거의 없을 것이다. 글로벌 OTT는 향후 시사대담 내지 뉴스서비스에 이르는 콘텐츠에까지 영향력이 확장될 수 있으며, 실제 미국에서는 넷플릭스와 같은 스트리밍 서비스를 통한 뉴스룸을 제공하는 방송사 OTT도 존재한다. 우리나라의 경우에도 유튜브를 통해 실시간 뉴스방송이나 다시보기 또는 뉴스연장 방송 등을 제공하고 있다는 점에서 OTT와 뉴스는 이제 그 경계를 서로 넘나들고 있다.

다만 우리 법제에서 OTT는 「방송법」이 아닌 「전기통신사업법」상의 부가서비스라는 법적 지위를 부여받고 있다.⁸⁾ 현재의 방송환경을 규정하는 법제도는 2000년에 제정된 일명 ‘통합 「방송법」 체계’이다. 즉, 구(舊)방송법과 「종합유선방송법」, 「한국방송공사법」, 그리고 「유선방송관리법」을 통합한 것이 현재의 「방송법」인데, 통합법 체계는 빠르게 변화하는 방송시장에서 새로운 매체 내지 서비스가 등장할 때마다 새롭게 규정해야 한다는 점에서 탄력적인 대응을 어렵게 하였다. 방송과 통신이 융합된 새로운 인터넷 방송서비스가 등장하자 입법자는 방송법에 이를 포함하지 않고 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」을 새롭게 제정하였다. 즉, 매체별 규제라는 이른바 수직적 규제체계에서는 새로운 매체가 등장할 때마다 그 매체에 대한 규제를 마련해야 하는 입법적 문제점을 안고 있다.

그러나 실질적인 문제는 내용규제라 할 수 있다. 동영상 서비스를 제공한

8) 전기통신사업법은 OTT와 같은 온라인 동영상 서비스에 대해 “온라인 동영상 서비스란 정보통신망을 통하여 ‘영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률’ 제2조제12호에 따른 비디오물 등 동영상 콘텐츠를 제공하는 부가통신역무를 말한다”고 정의하고 있다(전기통신사업법 제2조 12의 2).



다는 점에서 방송과 똑같지만, 내용규제에 있어서는 방송법에서 벗어나 있는 것이다. OTT에 방송과 같은 규제를 실시한다면, 실제 적용되는 규범은 방송통신심의위원회의 「방송심의에 관한 규정」에 따르게 된다. 이 규정은 방송의 공적 책임(제7조), 공정성(제9조~제13조), 객관성(제14조~제18조), 윤리적 수준(제25조~제34조), 소재 및 표현기법(제35조~제42조의2), 어린이·청소년 보호(제43조~제45조의2), 광고효과 등(제46조~제50조), 방송언어(제51조~제52조) 등의 규제를 받게 된다. 하지만 OTT와 같은 인터넷 콘텐츠에는 방송통신심의위원회가 「정보통신에 관한 심의규정」 상의 심의기준을 적용한다. 방송기준과 이 기준을 비교하면, 공정성이나 객관성 등과 같은 방송심의에 고유한 항목들이 인터넷 콘텐츠에는 적용되지 않거나 완화되어 적용된다.⁹⁾

OTT는 드라마와 다큐멘터리에서 방송과 거의 동일한 서비스를 제공한다. 즉, 국내 OTT는 드라마와 영화를, 넷플릭스는 영화, 드라마, 그리고 다큐멘터리를, 유튜브는 여기에 더해 시사보도를 표방한 개인방송 콘텐츠를 제공하고 있다. OTT에서 제공하는 콘텐츠는 이제 방송과 매우 유사하며, 사실상 방송의 기능을 하고 있는 것으로도 보인다. 따라서 이를 방송으로

9) 황성기 (2017). OTT 서비스 규제기준에 관한 연구-내용적 규제를 중심으로-. <법학논총> 제34집 제호, 한양대학교 법학연구소, p.2.

분류하자는 견해도 있지만, 기능상의 유사성에도 불구하고 우리 법체계에서 OTT는 아직 방송으로서의 법적 지위를 갖고 있지는 못하다. 이로 인해 언론중재법상의 언론중재나 조정의 대상이 되지도 않는다.

앞서 언급했듯이, OTT는 통신을 기반으로 한 서비스라는 점에서 현행 방송법체계의 규율대상이 아니다. OTT사업자는 「전기통신사업법」상의 부가통신사업자로서 신고 절차만 이행하면 누구나 사업을 개시할 수 있다. 그리고 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(이하 '정보통신망법'이라 한다)상의 정보통신서비스제공자로서 법적 지위와 책임을 갖고 있다. 아동·청소년 이용 성착취물 등 불법촬영물의 삭제·접속차단 등의 유통방지 조치의무와 기술적·관리적 조치 의무와 불법촬영물 등의 삭제·접속차단 등의 조치 의무(제22조의5 제1항, 제22조의5 제2항 및 제22조의6), 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 부가통신사업자의 이용자에 대한 의무(제22조의7), 국내 대리인(제22조의8), 실태조사(34조의2 제1항)등의 의무를 수행해야 한다. 뿐만 아니라 이용자의 이익을 현저히 저해하는 행위도 금지된다(제50조 제1항 제5호, 제52조, 제53조).

또한 OTT는 「저작권법」상 온라인서비스제공자로서 법적 지위를 부여받고 있으며, 불법 저작권 침해 신고 시 이에 대한 삭제 조치 의무가 부여되어 있다. OTT 콘텐츠는 「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」상 정보통신에 관한 심의 규정에 근거하여 불법·유해 정보의 기준을 준수해야 하며, 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」에 근거하여 유료로 유통되는 VOD 콘텐츠의 경우 사전 등급 심의의 대상이 된다.

지난 20여 년간 방송환경은 많은 변화를 겪어왔다. 지상파, 케이블, 위성파 같은 유·무선 방송사업자들이 경쟁하던 환경에서, 초고속 인터넷을 기반으로 한 이른바 OTT사업자들, 즉 온라인 콘텐츠 및 플랫폼 사업자들이 시장을 주도하는 환경으로 변화하고 있는 것이다. 향후에는 OTT가 방송에 중요한 역할을 할 것으로 예상하는 견해도 늘고 있다. 이러한 미디어 환경의 변화로 인하여 새로 등장한 OTT 미디어들은 이제 언론의 역할을 넘나들고 있다. 즉 기존의 방송은 이제 OTT영역까지 넘어서야 하는 과제를 안게 된 것이다. 달리 말해 OTT에까지 방송의 역무를 확장할 것인가 OTT 규제의 핵심이라 할 수 있다. 크게 보면 OTT에 대하여 방송과 같은 내용규제와 제재조치를 신설할 것인지를, 그리고 작게 보면 공영 OTT를 만들고, 공영 OTT에서도 의무전송과 의무제공이 이루어지도록 하여야

할 것인지에 대한 입법적 과제가 남았다고 할 수 있다.

인터넷을 기반으로 한 OTT에 적합한 방송법적 규제는 많지 않으며, 이를 신설할 필요가 있는지에 관해서도 논란이 많다. 앞에서 본 바와 같이 OTT는 현재 방송법상의 방송이 아닌 전기통신사업법상의 역무라는 법적인 지위를 갖고 있다. 입법론적으로는 OTT를 포함한 모든 시청각서비스를 통합하는 법을 제정하여 방송법에 편입시키려는 입법정책과 통합방송법안들이 시도되었지만,¹⁰⁾ 근본적으로 방송에 대한 규제의 강화가 필요한 것인지에 대한 고민이 필요하다. <나는 신이다>의 사례에서 보듯, 콘텐츠 종류와 수준에 따라 OTT 규제의 사각지대를 막아야 할 필요성이 있는지 고민할 필요가 있겠지만, 기본적으로 방송의 자유 및 보호는 헌법상 표현의 자유와 밀접한 관련이 있고, 그 역할과 특성이 서로 다른 공영방송과 상업방송을 구분하지 않고 현행 규제 제도를 넓혀가는 것은 과도한 규제가 될 수 있다. 또한 OTT의 규제 강화는 국내 사업자와 글로벌 사업자에게 차등적으로 나타날 수 있다는 점에서 규제의 효과성에 문제가 발생할 수 있다.

기본적으로 동일 서비스에 대한 동일 규제라는 수평적 규제를 논의하지만, OTT의 특성을 고려한 차등적 규제가 필요하다는 의견도 적지 않다. 인터넷으로 방송이 전파되는 주파수의 희소성이 사라진 시대에 공공성을 강조한 공영 방송규제를 기본적 규제로 삼을 이유가 있을지에 관한 근본적인 의문이 발생한다. 그리고 규제의 사각지대를 메우는 것이 반드시 법적 강제이어야 하는지 아니면 저널리즘 직업윤리와 자율규제이어야 하는지에 관한 고민이 더해질 수 있을 것이다. 물론 우리 저널리즘이 법을 대체할 정도의 수준인지에 관한 고민도 여전히 존재한다.

이러한 행정규제에 대한 입법적 논의와 별도로 현실적인 문제는 발생하고 있다. 국내외 OTT에 의한 인격권 침해 사례는 실제 일어났으며, 앞으로 그 가능성은 점점 더 커지고 있다.

3. OTT의 인격권 침해, 피해구제 위한 법적 개념 정립부터

OTT의 인격권 침해에 따른 법적 대응에는 일반 사법제도가 적용된다. 그런데 문제는 글로벌 OTT 콘텐츠로 인한 피해가 발생한 경우이다. 일반적으로 OTT에 대해서 적용할 수 있는 정보통신망법상의 명예훼손이나 「형법」상의 모욕죄, 「민법」상의 손해배상 등의 제도들 모두 글로벌 기업에 적용

10) 대표적인 예로 2019년 김성수 의원이 대표발의한 「방송법」 전부 개정안을 들 수 있다.

할 때는 또 다른 문제가 발생한다. 즉, <나는 신이다> 사례에서도 보듯, 해외 본사를 상대로 한 법적 조치는 쉽지 않고, 넷플릭스 코리아에 대한 법적 조치도 실효성을 갖기 어려울 수 있다.

지난 2017년 9월 8일 인천지방법원에서 선고한 손해배상청구 사건은 이와 비슷한 현실을 보여준다. 원고는 자신에 대한 모욕 및 헐담을 한 글이 트위터(twitter)에 게시되어 있으며, 이러한 글이 구글(www.google.co.kr)에서 검색된다는 점에서 트위터코리아 유한회사에 삭제를 요청하였다.¹¹⁾ 그러나 법원은 트위터코리아는 '트위터 웹사이트, 모바일 네트워크 및 기타 플랫폼 등에서의 트위터 정보 네트워크의 프로모션을 위한 마케팅, 광고, 판매지원, 전략, 기타 서비스 관련 지원 및 자문서비스 제공과, 이용자 및 잠재적인 광고주 커뮤니티 개발 및 유지 관련 지원, 자문서비스 제공 등을 위한 회사라는 점에서 해당 글에 대한 삭제 권한이 없다고 보았다. 즉, 해당 글에 대한 삭제 권한은 아일랜드 더블린에 위치한 Twitter International Company에 있다고 본 것이다.¹²⁾ 그런데 이러한 판결의 결과는 사실상 권리 침해를 주장하는 원고가 해외 본사를 상대로 소송을 하여야 하기 때문에 권리 구제에 상당한 제약을 받을 수 있다.

이러한 상황은 구글이나 페이스북(Facebook) 그리고 넷플릭스 모두 마찬가지이다. 따라서 OTT를 포함한 글로벌 미디어플랫폼에서 국내 이용자의 인격권을 침해할 경우에는 이를 해결하기 위한 적절한 수단과 절차가 미흡하다고 평가할 수 있다.¹³⁾ 「전기통신사업법」은 2020년 법개정을 통해 제22조의8을 신설하여 국내에 주소 또는 영업소가 없는 부가통신사업자에게 국내 대리인을 지정하도록 하고 있지만, 실제 소송에서 이 제도가 얼마나 유용하게 작동될지는 두고 볼 문제이다.

이러한 관점에서 OTT나 유튜브 등에 언론중재법을 적용하는 것에 대해서는 다른 관점에서 생각해 볼 수 있다. OTT를 방송으로 규정하지 않더라도 OTT의 인격권 침해에 대해 방송에 준하여 구제할 수 있는 방안이 여러모로 모색될 수 있다. 헌법과 방송법 그리고 언론중재법의 방송 개념은 다를 수 있으며, 특히 언론중재법상의 방송 개념은 더 확대될 수 있다고 생각한다.

11) 인천지방법원 2017. 9. 8. 선고 2017가합670 손해배상(가)

12) 위 판례의 본안판단 부분 참조.

13) 박아란 (2020), 디지털 인격권 침해와 인터넷서비스사업자의 책임에 대한 비교법 연구, <한국언론학보>, 64권 3호, p.34.

실제 헌법상의 방송과 방송법상의 방송은 다르다는 견해도 있다.¹⁴⁾ 그리고 언론중재법상의 방송 개념 또한 그 목적과 기능을 위하여 또 다른 범위와 수준에서 개념형성이 될 수 있다. 주파수의 희소성이 사라진 시대에 헌법상의 방송 개념이 공적인 의사형성에 중요한 역할을 하는 커뮤니케이션 서비스에 해당한다면 OTT도 여기에 해당할 것이다. 다만, 이러한 헌법상의 방송개념은 방송의 자유권적 기능을 보호하기 위한 목적이라 할 수 있다.¹⁵⁾ 이에 반해 방송법상 방송의 개념은 헌법상의 가치인 방송의 자유와 독립을 보장하고 또한 방송의 공적 책임을 높이려는 입법목적과 기능에서 방송의 개념과 규제를 형성할 수 있다. 인터넷을 기반으로 한 OTT는 사업진입과 편성권 등에서 기존의 방송과 결을 달리한다고 할 수 있다. 다만, OTT는 기능에 있어서 방송과 유사한데, 그러한 이유에서 OTT를 방송에 포함할 수도 있겠지만, 내용규제의 범위를 방송과 같이 하는 것은 오히려 헌법이 보장하려는 언론의 자유에 역효과를 줄 수도 있다는 점을 고민해 보아야 할 것이다.

그리고 언론중재법에서의 언론 및 방송 개념도 이 법의 목적인 ‘언론보도 또는 그 매개(媒介)로 인하여 침해되는 명예 또는 권리나 그 밖의 법익(法益)에 관한 다툼이 있는 경우 이를 조정하고 중재하는 등의 실효성 있는 구제를 확립하기 위하여 개념범위를 다르게 형성할 수 있을 것이다. OTT가 방송과 유사한 기능을 수행한다는 점을 고려하여 이용자의 권익 보호 관점에서 이에 대한 규제절차와 방법을 방송과 유사하게 제공할 필요가 있다는 것이다.

4. 나가며

기본적으로 〈나는 신이다〉 연출방식의 선정성 문제는 피해자들 즉, 인터뷰 참가자들로부터 제기되지 않아 OTT와 피해자 간 법적 분쟁에까지 이르지 않았다. 다만, 이 다큐멘터리를 통해 언론이 얻은 것과 잃은 것을 보다 분명하게 할 필요가 있다.

연출방식에 대한 비판적 시선에도 불구하고 저널리즘으로서의 〈나는 신이다〉는 탐사보도의 목표를 달성했다는 점이다. 이는 사실상 언론으로서의

14) 권형돈 (2019). 헌법상 방송개념과 OTT서비스의 방송법적 규제의 정당성. 〈언론과 법〉, 제18권 제1호, 한국언론법학회, p.16.

15) 권형돈 (2019), 위의 논문, p.17.



OTT 기능을 절감할 수 있게 해주었다고 해도 과언이 아니다. 역설적으로 이러한 OTT의 기능은 기존 미디어와 언론법제 환경에도 시사하는 바가 크다. 이른바 대안 언론임을 내세운 수많은 1인 매체들이 유튜브에서 활발하게 활동하고 있다는 점은 기존의 언론사와 저널리즘에 대한 사회적 갈등을 단적으로 보여준다고 할 수 있다.

좋은 저널리즘이 어떤 것인지는 사실 정의하기 쉽지 않다. 좋은 저널리즘을 논할 때에는 시민, 공공, 책임 등의 관점에서 언론 및 언론법제의 역할과 태도를 고려해야 한다. 언론은 시민들, 즉 공공의 관심사에 관한 것이거나 또는 공공의 관심을 받아야 할 사실들을 밝혀내고, 독자들에게 독립적이고, 투명하고, 신뢰성 있게 그리고 객관성을 갖고 알리는 역할을 수행해야 한다는 점은 일반적으로 일치하는 좋은 저널리즘의 기본적 가치라 할 것이다. 또한 언론은 소수자를 보호하기 위해서 기존의 공공이 갖고 있는 편견에 대해서도 최소한일지라도 개방적으로 접근할 필요가 있을 것이다.

기능적으로 본다면 이러한 역할을 수행하는 미디어가 있다면 언론이라고 하지 않을 수 없을 것이다. 법제도는 항상 현상보다 느리게 따라가게 마련이다. 민법, 형법 등 타인에 대한 인격권 침해 행위로 인해 발생할 수 있는 사회적 갈등을 해소하기 위한 법제도는 마련되어 있다. 여기에 미디어 콘텐츠에 대해 언론법제를 적용할 것인지 여부는 해당 표현물이 언론으로서의 기능을 수행하고 있는지에 따라 판단할 수도 있다.



넷플릭스가 제작한 다큐멘터리를 이용한 언론인들의 새로운 시도는 탐사 보도나 심층적인 보도에 새로운 활력을 불어일으킬 수 있을 것이다. 그럼에도 상업적인 매체의 특성이 언론보도와 어떻게 조화를 이룰 수 있을지에 관해서는 앞으로의 추이가 주목된다. 사실상 언론의 기능을 하는 다양한 매체들을 어떻게 기존 언론제도와 연결시킬지에 관한 연구가 더욱 필요하다고 할 수 있다. 언론분쟁의 경우에도 유튜브와 넷플릭스 등 OTT에서 이뤄지는 저널리즘 콘텐츠를 언론중재법상 언론조정·중재 대상으로 규정할지에 관한 심도 있는 논의가 필요할 때이다.

결론적으로, 제도적으로는 국내의 OTT 자체가 내부적인 윤리규정을 마련해야 할 필요가 있는 것은 분명하지만, 이를 위해 공공의 영역에서 국내 내지 글로벌 기업들에게 규정 마련을 유도하고 그에 필요한 환경을 조성할 수 있을지에 관해서는 다양한 고민들이 필요하다. 한편으로는 언론인 스스로도 어떤 매체에서 활동하더라도 스스로 저널리즘을 준수하도록 다짐할 필요가 있다. 현대사회의 가장 강력한 규범은 법이지만, 법이 모든 것을 규정할 수는 없다. 법의 강제가 적합하지 않은 영역에서는 여전히 가장 중요

한 규범은 직업윤리이며, 가장 대표적인 직업윤리는 저널리즘이라 할 것이다. 그동안 국민의 여론형성에 공익적 기능을 하는 언론은 자율적으로 직업윤리로써의 저널리즘을 강조해왔다. 우리 언론법제가 언론인들로 하여금 스스로 저널리즘을 잘 성장시킬 수 있는 환경을 제공해왔는지 다시금 생각해 볼 필요가 있다. 🌐

강력범죄 피의자 신상공개와 범죄자 인격권 보호 ②

박경규 형사법무정책연구원 부연구위원, 법학박사

I. 들어가며

피의자 신상공개제도에 대해서는 계속해서 찬반 논란이 있다. 최근에는 ‘묻지마 폭력’ 등 흉악범죄가 계속적으로 발생하면서 피의자 신상공개제도의 범위를 확대해야 한다는 목소리가 커지고 있고, ‘부산 돌려차기 男’ 사건에서 피의자가 기소되어 피고인 신분으로 전환되면서 신상공개가 불가능해지는 등 현행 제도의 보완책도 함께 마련해야 한다는 목소리도 나온다. 이에 정부는 현행 피의자 신상공개에 대해 대상 범죄를 불특정인에 대한 ‘묻지마 폭력’까지 넓히고, 기소된 피고인도 포함시키는 특별법을 추진하고 있다.¹⁾ 이런 맥락에서 이하에서는, 국내 사정을 주로 다뤘던 지난 봄호에 이어, 미국과 독일을 중심으로 외국의 피의자 신상공개 특히, 사진 공개가 어떠한 요건 하에서 이루어지는지 살펴본다.

II. 미국

1. 연방 차원

미국 「연방 정보자유법(The Freedom of Information Act) (이하 ‘FOIA’라 한다)은 행정 정보 공개에 관한 법률로, 정부 문서에 관한 일반공중의 접근을 허용함으로써 행정의 투명성

1) 조성필 (2023. 6. 18). 범죄자 ‘머그샷’ 공개 추진...‘묻지마폭력’도 신상공개 대상 포함(종합). <아시아경제>. URL: <https://www.asiae.co.kr/article/2023061817360327934>

을 증가시키기 위한 목적으로 제정된 연방 법률이다. 동 법률은 국민의 알권리를 보장하기 위해 제552조제(a)항에서 연방정부 형사사건의 행정정보를 포함하여, 연방정부의 일반 행정정보에 대한 공중의 접근을 원칙적으로 인정하면서도 제(b)항에서 공중의 접근(공중에게로의 공개)이 거부될 수 있는 예외사유에 대해 자세히 규정하고 있다. 제(b)항제(7)호에 의하면 “수사기관에서 수집된 기록 또는 정보가 a) 해당 정보 또는 기록의 생산이 수사진행에 방해가 될 것이라고 합리적으로 예상되는 경우, b) 공정한 판결 또는 심리를 해할 우려가 있는 경우, c) 개인의 사생활을 부당하게 침해할 것이라고 합리적으로 예상되는 경우, d) 국가, 지방정부 또는 외국기관에 대한 비밀정보가 누출될 것이라고 합리적으로 예상되는 경우, e) 수사기관의 수사, 기소에 대한 기술, 절차를 공개하여 그와 같은 공개가 법집행을 방해할 우려가 합리적으로 예상되는 경우 또는 f) 어느 개인의 생명이나 신체적 안전을 위협에 빠뜨릴 것이라고 합리적으로 예상되는 경우” 공개될 수 없다.

위와 같이 「연방 정보자유법」 제552조제(b)항제(7)호의(c)는 “부당한 사생활 침해가 합리적으로 예상되는(could reasonably be expected to constitute an unwarranted invasion of personal privacy) 수사 기록 또는 정보”를 공개예외 사유로 규정하고 있는데, 미국 연방보안국(United States Marshal Service)이 연방범죄로 체포된 피의자의 머그샷 또는 범인 식별용 얼굴사진(mug shot; booking photographs) 및 이름에 대한 공개 여부를 담당하고 있다.

연방차원에서 머그샷 공개 기준과 관련하여 연방항소법원 간에 이견(circuit split)이 있다. 제6연방항소법원은 알 권리를 보다 우선하는 판결을 하였는데 반해, 제10 및 제11연방항소법원은 프라이버시권을 우선하는 판결을 하였다.

제6연방항소법원은 DETROIT FREE PRESS, INC. v. DEPARTMENT OF JUSTICE 판결에서 범죄행위로 인하여 기소되어 법정에서 현출된 피고인은 초상권이나 성명권이 인정되지 않아 그의 얼굴 등 신상정보는 프라이버시권의 보호 범위 밖에 있다고 판시하였다.²⁾ 이 사례에서 디트로이트 자유언론조합은 정보자유법인 5. U.S.C. § 552(a) 조항을 근거로 연방보안국에 대하여 연방범죄로 기소되어 재판받고 있는 8명의 피고인들에 대한 범인식별용 사진의 배포를 요청하였으나, 연방보안국은 신문사 등에 대한 사진의 배포는 해당 피고인들의 프라이버시권을 침해한다는 이유로 그 요청을 거절하였다. 당시 위 법원은 의회가 정보자유법을 제정함으로써 해당 정보가 명백히 공개의 예외 조항에 해당하지 않는 한 정부기관의 정보를 공개하여야 한다는 정책을 채택하였고, 공개의 예외 조항은 좁게 해석되어야 된다는 전제 하에, “피고인이 이미 기소되어 법정에서 현출된 경우 피고인의 이름이나 얼굴 등 신상은 이

2) Detroit Free Press, Inc. v. Dep't of Justice, 73 F.3d 93, 97 (6th Cir. 1996).

미 공개가 되었으므로 피고인의 사진을 배포하는 행위는 피고인의 프라이버시권을 침해하지 않는다”고 판시하였다. 특히 이 사례에서 법원은 정보공개예외조항에 대한 요건을 상세히 실시하였는바, 정보자유법상 정보공개조항의 예외인 ‘부당한 사생활의 침해’의 의미에 대하여, “첫째, 해당 정보에 대한 정부기관의 공개로 인하여 개인의 사생활이 침해될 것이라고 합리적으로 예상되어야 하고, 둘째, 사생활 정보에 대한 보호의 필요성과 해당 정보의 공개로 인하여 획득되는 공적 이익을 비교·형량하여 사적 정보보호의 필요성이 우세하다고 인정되면 해당 정보의 공개는 부당한 사생활의 침해에 해당한다”고 판시하였다.

또한 제6연방항소법원은 “Bailey v. City of Port Huron 판결”(음주 교통사고로 인하여 체포된 사례)에서 음주 교통사고를 일으켜 체포된 피의자 신상을 공개한 경찰서에 대하여 프라이버시권의 침해를 인정하지 않았다. 당시 법원은 “음주 교통사고 혐의로 체포된 피의자의 성명, 사진, 집, 전화번호, 비밀경찰로 활동 중인 남편의 직업을 공개한 경찰서의 행위는 체포된 피의자의 프라이버시권을 침해하지 않는다”고 판시하였다.³⁾ 이 사건에서는, 미국 마약 단속국에서 비밀경찰(undercover)로 활동 중인 경찰관과 그의 부인이 탑승한 차량이 교통사고를 냈고, 당시 위 경찰관의 부인인 피의자는 자신이 위 차량을 운전하였다고 진술하였으나, 조사결과 부인이 아닌 남편인 경찰관이 음주상태에서 운전한 것으로 확인되어 위 경찰관은 음주운전으로 인한 교통사고, 피의자는 공무집행방해로 조사를 받게 되었다. 그 후 경찰서는 체포 당시 피의자의 사진, 생년월일, 남편의 사진, 이름, 집, 전화번호, 남편의 직업 등을 언론에 공개하였다. 그 후 위 부부는 남편이 조사하였던 사람들로부터 미행을 당하게 되었고 집 케이블 선이 절단되었으며 집 앞에 세워둔 자동차가 파손되고 누군가로부터 협박을 받는 등 신상공개로 인한 피해를 입게 되었다. 이에 피의자는 위 경찰서가 그녀의 사진과 남편의 이름, 사진, 직업 등 다른 개인적 정보를 언론에 공개한 행위는 수정헌법 제14조에 의하여 보장되는 프라이버시권을 침해하였다는 소송을 제기하였다. 제6연방항소법원은 절도범으로 체포된 사람의 얼굴이 포함된 전단지를 배포한 행위가 절도범에 대한 프라이버시권의 침해를 구성하지 아니한다고 판시한 Paul v. Davis 연방 대법원 판결을 인용하며, “형사 피의자는 자신의 범인 식별용 사진(mug shot) 및 경찰 체포 기록에 포함된 정보에 대한 언론의 공개 요청에 대하여 이를 비밀로 유지할 권리가 없으므로 이를 공개한 경찰서의 행위는 피의자의 프라이버시권을 침해하지 않는다”고 판시하였다.⁴⁾

반면에, 제11연방항소법원은 KARANTSALIS v. U.S. DEP’t OF JUSTICE 판결에서 증권 사기범죄로 유죄판결을 받은 피고인에 대한 범인식별용 사진을 공개하는 행위는 피고인

3) Karantsalis v. U.S. Dep’t of Justice, 635 F.3d 497 (11th Cir. 2011).

4) Bailey v. City of Port Huron, 507 F.3d 364 (6th Cir. 2007).

의 개인적 프라이버시권을 부당하게 침해하였다고 판시하였다.⁵⁾ 이 사례에서는, 한 언론사가 연방보안국에 정보자유법을 근거로 피고인에 대한 범인식별용 사진을 요청하는 이메일을 보냈다. 당시 위 피고인은 2009년 증권 사기범죄로 기소되어 법원에서 유죄를 인정한 바 있었다. 그러나 연방보안국은 이와 같은 피고인의 사진은 정보자유법상 공개의 예외사유에 해당하는 5 U.S.C. § 552(b)(7)(c), 즉, “부당한 사생활 침해가 합리적으로 예상되는 기록 또는 정보”(could reasonably be expected to constitute an unwarranted invasion of personal privacy)에 해당한다는 이유로 위 요청을 거부하였고, 이에 위 언론사는 법원을 상대로 연방보안국의 결정을 취소하고 사진을 공개해 달라는 소송을 제기하였다. 이에 제11연방항소법원은 “범인식별용 사진은 범죄행위의 명백한 징표로, 만일 일반 대중에 공개된다면 이는 유죄를 암시하게 될 뿐만 아니라, 위 사진은 체포된 바로 직후의 사진으로 체포된 사람의 가장 취약하고 당황한 모습을 담고 있어 이에 대한 일반 대중에의 공개는 개인의 자유를 박탈하는 결과를 초래한다”고 판시하였다. 즉, 위 법원은 범인식별용 사진은 체포된 직후 촬영된 것으로 해당 사진의 특성 때문에 그 공개는 그 사람의 프라이버시권을 침해한다고 본 것이다. 위 법원은 또한 피고인에 대한 사진의 공개가 사생활 침해에 해당하기 위한 세 가지 요건을 구체적으로 실시하였는바, “첫째, 공개되는 사진이 대상자의 형사적 범죄를 암시하는 사진으로 개인적 프라이버시권과 관련이 있어야 하며, 둘째, 해당 사진의 공개로 얻어지는 공공의 이익이 없는 경우여야 하며, 셋째, 해당 사진의 공개로 인한 공공의 이익과 침해되는 프라이버시권을 비교·형량하여 프라이버시권의 침해가 클 경우여야 한다”고 판시하였다. 이에 따라 제11연방항소법원은 첫째, 범인식별용 사진은 체포 당시의 사진으로 당사자의 형사 범죄를 암시하고 있고, 당사자는 자신의 형사적 기록에 대한 중대한 개인적 이익을 보유하고 있어 개인적 프라이버시권과 관련이 있으며, 둘째, 피고인에 대한 사진의 공개는 공공의 이익과 무관하며, 셋째, 피고인은 자신의 범인식별용 사진의 공개를 금지하는 것에 대하여 중대한 개인적 사생활 이익을 보유하고 있는 반면, 일반 대중은 피고인의 얼굴 사진에 대하여 단순히 호기심을 충족시키는 이외에는 달리 어떠한 공적 이익도 보유하지 않으므로 사진의 공개로 인한 프라이버시권의 침해가 사진의 공개로 인한 공익보다 훨씬 더 크다고 판단하여, 결국 위 사진의 공개를 거부한 연방보안국의 행위에 어떠한 잘못이나 오류가 없다고 판단하였다.

한편, 미국 연방보안국은 2012년 12월 12일 전까지는 제6항소법원의 결정에 따라 공개기조를 띄기도 하였으나, 2012년 12월 12일을 기점으로 제10 및 제11연방항소법원의 판결취지에 따라, 공개지명수배 등 사법집행의 목적을 제외하고 원칙적으로 머그샷을 공개하지 않을 것이라는 정책적 입장을 발표하기도 하였다.⁶⁾

5) Bailey v. City of Port Huron, 507 F.3d 364 (6th Cir. 2007).

6) 강서영 (2021). <피의자 신상공개제도에 관한 헌법적 연구>. 서울: 헌법재판소 헌법재판연구원, p.31.



2. 주(州) 차원

미국 각 주 차원에서는 머그샷 공개에 관한 규율이 통일되어 있지는 않다. 대부분의 주들이 연방 정보자유법과 유사한 법률을 통해 공개될 수 있는 기록·정보를 규율하고, 예외적으로 공개될 수 없는 기록·정보를 규정하는 방식을 취하고 있는데, 머그샷이 예외적으로 공개될 수 없는 기록·정보에 속하는지 여부와 관련하여 각 주의 규율은 세부적으로 차이가 있다. 크게 보면 ① 머그샷 공개에 친화적인 주 ② 머그샷 공개에 비친화적인 주, 그리고 ③ 머그샷 공개와 프라이버시권 간 조화를 꾀하는 주로 나뉜다.⁷⁾

약 30개 정도 주는 머그샷 공개에 친화적이다. 일부 주는 머그샷을 공개하도록 하는 명시적인 법령을 가지고 있는 주도 있다. 버지니아(Virginia) 주 공공기록법(public records law)은 “중범죄(felony)에서 진행 중인 수사에 방해되지 않도록 하기 위해 공개하지 않는 것이 필요한 경우가 아닌 한” 성인 피체포자에 대한 머그샷을 공개하도록 하고 있다. 노스다코타(North Dakota) 주는 머그샷은 공개될 수 없는 정부 수사기록에 속하지 않는다는 명시적 규정을 두고 있다. 미네소타(Minnesota) 주와 네브라스카(Nebraska) 주는 머그샷은 공개된다는 명시적 규정을 두고 있다. 그 밖의 다른 주들은 머그샷이 공개될 수 없는 기록·정보에 해당한다는 명시적 규정을 두지 않고 있기에 머그샷 공개에 친화적인 주들이다.

7) 이에 대해 자세히는 Eumi K. Lee (2018), Monetizing Shame: Mugshots, Privacy, and the Right to Access, 70 Rutgers U. L. Rev. 557, pp.593. 이하 참조.

일부 주는 머그샷 공개에 비친화적이다. 조지아(Georgia), 캔사스(Kansas), 몬타나(Montana), 뉴저지(New Jersey) 그리고 워싱턴(Washington) 주는 머그샷을 원칙적으로 비공개 형사사법정보 또는 공공기록으로 하고 있다. 뉴저지 주는 체포된 피의자의 성명, 나이, 주거지, 직업, 죄명, 보석금 및 체포와 관련된 상황은 일반에 공개될 수 있는 기록·정보로 하고 있지만 머그샷은 그렇지 않다.

나머지 주들은 개개 사건에서의 머그샷 공개가 프라이버시권에 기한 공개제외 사유에 해당하는지에 따라 공개 여부를 결정하도록 하고 있다. 뉴햄프셔(New Hampshire) 알권리법(Right-to-Know law)은 “공개되는 경우 프라이버시권이 침해되는 파일은 공개될 수 없다”고 한다. 캘리포니아(California) 주에서는 머그샷 공개여부는 수사기관의 재량적 판단에 맡겨져 있다.

위와 같이 미국의 각 주에서는 머그샷 공개 범위가 통일되어 있지 않은데, 최근에는 머그샷 공개 사실 웹사이트 등에 의한 과도한 머그샷 공개로 인해 프라이버시권 침해에 대한 비판이 일면서 기존에 비해 머그샷 공개를 제한하는 취지로 법을 개정한 주도 있다. 오리건(Oregon) 주는 공공기록법(Public Record Acts)에서 체포 기록은 공적인 기록으로 공개되고 범인식별용 사진 역시 체포 기록의 일부로 일반에 공개하는 것으로 하고 있었지만, 2021년 법률을 개정하여 머그샷을 원칙적으로 공개할 수 없도록 하였다. 개정된 법에 의하면, 수배자 또는 용의자의 체포를 위해 필요하거나 추가적인 범죄행동의 발견을 위해 필요한 경우와 같이 법집행기관이 공개필요성이 있다고 판단하는 경우 또는 유죄판결이 이루어진 경우에만 대중에게 공개될 수 있다.⁸⁾

III. 독일

독일은 범죄자와 피의자에 대한 공개적 신원노출을 원칙적으로 허용하지 않는 견해가 지배적이다. 다만 ‘중대한 범죄의 경우 혹은 사회적 중요성에 따라 특별한 사정의 존재’를 전제로 정당한 공개의 이익이 인정되는 경우 신원명시보도가 허용된다.

독일의 「형사절차 및 벌과금 절차에 대한 지침」에서는 검사로 하여금 수사 목적 외의 이유로 피의자가 노출될 수 있는 경우를 회피하여야 하고, 이름을 밝힐 필요가 있는 경우에는 그가 의심만을 받고 있다는 점을 분명히 해야 한다고 정하고 있다(제4a조). 나아가 ① 공보 활동을 통해 공정한 절차에 대한 피의자의 권리가 침해되어서는 안 되고 ② 완전한 내용의 보

8) Barreda, V. (2021. 12. 30). Oregon law limiting the release of mugshots goes into effect: Here's what to know <The Register-Guard>. URL: <https://www.registerguard.com/story/news/crime/2021/12/30/oregon-law-mugshot-release-2022-faq-booking-photo/9046406002/> (2023. 6. 10. 최종검색)

도가 이루어지는 것에 대해 공공이 가지는 이익이 피의자의 인격권에 비하여 우월한 것인지 여부를 개별적 사안에서 심사하여야 하며 ③ 공공이 가지는 일반적 정보에 관한 이익은 원칙적으로 실명을 밝히지 않고서도 충족될 수 있다고 규정하고 있다(제23조).

독일 언론평의회(Presserat)의 언론윤리규정(Pressekodex) 제8조(인격권 보호)는 “언론은 사람의 사생활과 그의 정보자기결정권을 존중한다. 사람의 행동이 공적 관심의 대상이 된 경우라면 그의 행동은 언론에 의해 보도될 수 있다. 신원을 특정할 수 있는 보도는 대중의 알 권리가 관련인의 보호 이익보다 우세한 경우에만 인정된다. 단순히 흥미유발 또는 센세이션을 위해 신원을 특정할 수 있는 보도를 하는 것은 허용되지 않는다. 익명보도가 요구되는 경우라면 익명보도가 이루어져야 한다.”고 하고 있다. 그리고 제8조 관련 가이드라인 8.1에서 범죄혐의보도와 관련하여 상세 가이드라인을 제시하고 있다. 가이드라인 8.1의 (2)는 “범죄, 수사·재판절차 관련 보도를 함에 있어서 언론은, 개개 사례에서 정당한 공중의 이익과 범죄 혐의자 또는 범죄자의 보호가치 있는 이익을 형량할 때 전자가 후자보다 우월한 경우에만 범죄 혐의자 또는 범죄자의 신원을 특정할 수 있는 성명, 사진 그리고 기타 정보를 공개할 수 있다. 그러한 이익을 형량함에 있어서는 특히 다음의 사항들이 고려되어야 한다. 즉, 범죄혐의의 정도, 범죄의 중합 정도, 절차 진행단계, 범죄혐의자 또는 범죄자가 이미 대중에게 알려져 있는 정도, 범죄혐의자 또는 범죄자의 이전 행동, 대중의 사안에 대한 관심정도이다.”

가이드라인에 의하면, 일반적으로 다음과 같은 경우 공적 이익이 우세하다. 즉, 매우 중한 정도의 범죄 또는 그 종류나 규모에서 매우 특별한 범죄인 경우, 그 사람의 공적 임무, 사회적 역할이나 기능과 그의 혐의 간에 관련성이 있거나 모순이 존재하는 경우, 유명인사인데 대중이 그에 대해서 가지는 이미지와 그의 지위 및 그의 혐의 간에 모순이 존재하는 경우, 사회전체가 관심을 가질 정도의 중한 범죄, 지명수배자인 경우이다. 또한, 가이드라인에 의하면 범죄혐의자에게 무죄의 가능성이 있는 경우 신원을 특정할 수 있도록 하는 보도가 이루어져서는 아니 된다. 가이드라인은 과거의 범죄에 대한 보도는 범죄자의 사회복귀 이익을 위해 일반적으로 성명과 사진 공개 없이 이루어져야 하고, 오래된 범죄일수록 더욱 더 사회복귀이익은 더 크다고 하고 있다. 판사, 검사, 변호사, 감정인과 같이 사법업무에 종사하는 자의 경우 그가 업무를 수행하고 있는 중이라면 신원을 밝히는 보도가 일반적으로 가능하다고 한다.

위와 같은 기준에 따라 독일에서는 중대한 성범죄, 연방의회 의원의 수뢰 관련 보도, 전 영국 공군장교의 납치사건 가담 관련 보도, 유명인의 과속으로 인한 운전면허 정지 관련 보도 등에서는 신원명시보도가 적법한 것으로 판단된 바 있다.⁹⁾ 독일 연방대법원 판례에 의하면 사진 공개를 통해 신원을 특정할 수 있도록 하는 것의 허용 여부는 성명 등 언어적 기재를 통

9) 김광현 (2023). 피의자 신상정보공개제도의 현황·문제·보완 검토. <국회입법조사처 NARS 현안분석>, 제285호, p.14.

해 신원을 특정할 수 있도록 하는 것에 비해 보다 더 엄격한 기준이 적용되어야 한다.¹⁰⁾ 최근의 한 사건에서는 배임죄 등 경제범죄 혐의가 제기된 기업대표의 성명뿐만 아니라 매우 큰 사진을 함께 공개하여 범죄혐의를 인터넷 기사로 보도한 것이 피의자의 인격권을 침해하여 위법한 지가 문제되었다. 이 사건에서 뮌헨 고등법원은 혐의범죄의 중대성, 규모 등을 고려하면 성명을 공개하여 범죄혐의를 보도한 것은 적법하지만, 혐의자가 이전에 일반인에게 공개되지도 않았다는 점, 성명뿐만 아니라 매우 큰 사진을 함께 공개하였다는 점을 종합적으로 고려하면 혐의범죄의 중대성, 규모 등을 고려하더라도 그에게 미치는 낙인효과가 너무 크기에 과도한 인격권 침해이므로 사진을 공개한 것은 부적법하다고 판단하였다.¹¹⁾

IV. 맺음말

미국의 경우 각 주 차원에서는 머그샷 공개범위가 통일적이지는 않고 폭넓게 머그샷을 공개하는 주가 있는가 하면, 개개 사안에서 피의자의 사생활 이익과의 형량을 통해 공개를 인정하는 주도 있다. 주마다 조금씩 차이가 있지만, 전통적으로 언론·출판의 자유가 강하게 보장되고 있는 미국에서는 전반적으로 우리에게 비해 머그샷 공개의 범위가 훨씬 넓다는 점을 알 수 있다. 독일의 경우 성명 외에 피의자 사진 공개에서 더욱 엄격한 요건이 적용되고 있다. 구체적인 인정범위는 미국에 비해 상대적으로 제한적으로 이루어지고 있다고 할 수 있다.

현재 미국에서는 과도한 머그샷 공개에 대한 비판이 있는가 하면, 반면에 독일에서는 다른 나라(특히 미국)와 비교할 때 신상공개의 범위가 좁다는 점에서 피의자에 대한 과도한 보호가 아니냐는 비판이 있다.

피의자 신상공개제도는 아직 유죄판결을 받지 않은 피의자의 신상을 공개하는 제도이다. 최근 우리나라가 피의자 신상공개 대상 범죄의 범위를 현재보다 확대하도록 법률 개정을 추진하고 있지만, 피의자 신상공개제도의 취지를 고려하여 국민의 알권리와 피의자의 인격권, 그리고 무죄추정원칙이 상호 충분히 조화될 수 있도록 명확한 세부기준을 마련하는 노력이 필요하다. 🇰🇷

10) BGH, Urteil vom 17.12.2019, Az. VI ZR 249/18.

11) OLG München, Urteil vom 01.06.2021, Az. 18 U 144/21.

NHKホール

방송 공영성 강화를 위한 방송법 일부 개정: 日 NHK를 둘러싼 몇 가지 논의

이재호 NHK대형기획부, 일본 조치대 신문학 박사

1. 들어가며

지난해 6월 일본 참의회 본회의에서 방송법 일부 개정안이 통과되면서 공영성 강화를 모색하는 일본방송협회(日本放送協会, Nippon Hōsō Kyōkai, 이하 ‘NHK’라 한다)의 행보가 주목 받고 있다. 방송법에 의하면, 공영방송 NHK의 목적은 △ 공공복지를 위하여 △ 일본 전국에서 수신이 가능한 풍부하고 좋은 프로그램으로 구성된 국내 기간방송을 담당하고 △ 방송 송출과 그 수신 기술 발달에 필요한 업무를 수행하며¹⁾ △ 국제방송 및 국제위성방송을 송출하는 것을 그 목적으로 규정하고 있다. 또한 방송법에 명기되어 있지는 않으나, 학계와 사법부는 ‘방송의 공공성’을 담당하는 주체로서 NHK와 민영방송이 서로를 보완하는 이른바 ‘이원방송체제’라는 데에 대체로 동의하고 있다.

이번 일본의 방송법 일부 개정안에는 NHK의 인터넷 방송사업 등 디지털 시대 공영성 강화 방안과 관련된 내용이 포함되어 있다. 특히 개정안이 통과된 이후에도 공영성 강화를 주제로 한 논의는 여러 맥락에서 이어지고 있다. 이 과정에서 NHK 자문위원장인 소가베 마사히로(曾我部真裕) 교토대(京大) 교수가 NHK의 앞으로의 역할에 대해서 ‘이용자의 요구’와 ‘국민문화’, ‘부족한 정보공간의 보완’이라는 관점에서 의견을 제시하거나, 인터넷 공간에서 나타나는 정보 편식으로 인한 집단 극화(group polarization) 현상 등에 대한 대책으로서 ‘인

1) 이를 위해 방송 진화에 관련한 사회학적인 연구 및 기술적 연구 또한 NHK의 본래업무 중 하나로, 예를 들어 8K방송의 실험 송출도 현재 NHK에서 진행 중인 기술적 연구 중 하나이다.

포메이션 헬스(information health) 개념이 등장하는 등 방송과 전파의 융합시대에 걸맞은 기존 방송의 인터넷 활용이 화두로 떠오르고 있다.

이런 맥락에서 이 글에서는 총무성 산하의 제3자 기구에서 현재까지도 논의되는 방송제도 검토안 가운데 공영성 강화 방안에 직간접적으로 관련된 내용들을 살펴보고자 한다.

2. NHK의 특징과 개정 방송법의 주요 내용

일본의 경우 전국에 방송국을 두는 사업자는 NHK뿐으로, 민간방송의 경우 닛폰테레비, TBS 등 도쿄에 위치한 이른바 ‘키(key) 방송국(キー局)’을 중심으로 각지의 ‘로컬(local) 방송국(ローカル局)’이 네트워크 체제로 협력하는 시스템이다. 즉, 예를 들어 지방에서 방송되는 TBS 제작 프로그램의 경우, TBS가 직접 해당 지역에 방송국을 소유하고 방송하는 것이 아닌, TBS 중심의 네트워크인 ‘JNN’에 가입한 로컬 방송국이 TBS의 전파를 받아 해당 지역에 방송하는 방식이다.

NHK와 민간방송의 관계는 서로를 보완하는 이른바 ‘이원체제’로 이루어져 있다는 점에 대해 합의가 이루어져 있지만, 방송의 공공성을 담당하는 핵심적인 존재는 어디까지나 NHK로 보는 시각이 지배적으로, 실제로 방송법상 민간방송에 대한 규제는 NHK에 비해 적다.

NHK의 인터넷 송출 플랫폼인 NHK플러스는 2020년에야 출범하였으며, 민간방송의 플랫폼인 TVer의 경우 2015년 도쿄에 위치한 키 방송국 5개사를 중심으로 시작해 로컬 방송국들이 뒤이어 합류하고 있다. 2023년 현재로서는 저녁시간대의 이른바 골든 타임에 방송되는 대부분의 예능, 드라마 등이 송출 대상이나, 일본은 저작권법상 방송과 송출과 인터넷 송출의 권리가 다른 경우가 많아 저작권상의 이유로 일부 내용이 송출되지 않거나 프로그램 전체가 송출 대상에서 제외되는 경우도 있다. 현재까지도 뉴스 및 정보방송은 송출 대상에서 제외되고 있는 등 방송의 인터넷 동시송출이 전면적으로 이루어졌다고 보기 어려운 부분이 많다.

한편 총무성(総務省)에 따르면, 이번 방송법 개정안 중 NHK에 관련되는 부분은 “수신료의 적절하고 공평한 부담을 피하기 위한 제도 정비”로 정의되고 있다. 총무성은 개정 전의 수신료 제도에 대해 “수신계약을 체결할 의무가 있는 대상자 중 약 17%가 계약 미체결 상태이며(2020년 말 기준), 지불되지 않은 수신료 비용은 같은 시기 수신설비 설치 후 신속하게 수신계약을 맺은 자의 부담으로 전가됨과 더불어, 의무불이행자에 대한 영업비용에 의무이행자가 납부하는 수신료가 재원으로 사용되는 등 의무이행자와 의무불이행자간 불공평이 생기고 있다”라고 지적한다.²⁾

2) 総務省 (2022), 〈情報通信政策研〉, 第6巻 第1號, p.175.

개정안은 이에 대한 대책으로 수신계약에 있어서 필요한 각 기재 조항을 법으로 규정하는 한편, NHK가 의무불이행자(수신계약의 체결의무 이행을 연체한 자)에 대해 의무연체기간 동안의 수신료에 대해 증액된 금액을 징수할 수 있도록 했다.³⁾ 아울러, 계약자에 대한 수신료 인하를 위한 재원으로 사용하기 위해 NHK의 수신료를 바탕으로 전개되는 사업을 대상으로 한 매년 사업연도의 손익계산에서 흑자로 인한 이월잉여금이 발생했을 경우 일정액을 환원목적 적립금으로 지정하는 것을 법제화 하는 한편, 손익계산에서 적자가 발생하지 않는 한 해당 적립금을 다른 목적으로 사용하는 것을 금지하는 방안도 채택되었다.

개정안에는 수신료 관련 내용 외에도 NHK 자회사와의 업무 효율성을 높이기 위해 필요한 경우 총리대신의 허가를 받아 관련사업 지주회사에 출자가 가능하게 하고, 다른 방송사업자들에 대해 NHK의 본래 업무에 지장이 가지 않는 한도 내에서 각 지역의 방송사업자들과 설비를 공여하거나 자막, 해설방송 기술지원 등을 규정하는 방안이 담겼다.

3. 방송법 개정 논의 과정: '삼위일체 개혁'과 분과회의 역할

앞서 언급했듯이, 이번 방송법 개정은 2022년 6월에 가결되었으나 이를 위한 의견취합은 2015년 총무성에 설치된 '방송을 둘러싼 각종 과제에 대한 검토회(放送を巡る諸課題に関する検討会)' 산하 분과회인 '공공방송의 올바른 모습에 대한 검토분과회(公共放送の在り方に関する検討分科会, 이하 '분과회'라고 한다)'에서 다룬 논의까지 거슬러 올라간다.

분과회의 상위기구에 해당하는 검토회에서 NHK 인터넷 동시방송과 관련된 업무, 수신료, 관리체제(governance) 등 이른바 '삼위일체 개혁'에 대해 논의한 끝에, NHK의 인터넷 동시방송을 가능케 한 2020년 1월의 방송법 개정 이후 같은 해 4월 분과회 설립이 이루어졌다.⁴⁾ 이후 2020년 말까지 총 13회에 걸쳐 분과회의가 개최되었으며, 여기에서 논의된 내용은 2021년 1월 '방송법 개정에 대한 의견서'에 정리되었다. 이 의견서의 내용이 실제 방송법 개정안에 대부분 반영된 것이다.

수신료 제도 개혁 논의는 분과회 출범 이후 중점적으로 이루어졌다. NHK 측에서는 관련 논의 초기에 경영계획안을 통해 각종 경비절감안을 제시했으나 수신료에 대해서는 당분간 인하할 의향이 없음을 표명했다. 또한, 인터넷 활용업무 실시기준 초안을 통해서 당시 기준으로 수신료 수입의 2.5% 이내로 제한되어 있던 인터넷 활용업무 예산과 관련하여, 이는 어디까지

3) 증액되는 액수의 상한은 총무성령(令)으로 별도 규정하도록 했으며, 수신료 증액은 의무불이행자가 NHK와 수신계약을 체결했을 경우 계약자의 미계약기간에 대해 청구할 수 있다는 의미로, 수신계약 체결을 맺지 않은 상태에서 NHK측이 임의로 증액된 수신료를 의무불이행자에게 청구할 수 있다는 뜻은 아니다.

4) 본고에서는 편의상 2020년 1월의 방송법 개정에 대해서는 '구(舊) 방송법 개정'이라 칭한다.

나 한시적인 기준일 뿐 2021년 이후의 예산 기준에 대해서는 내부 논의를 거쳐 결정하겠다는 의사를 밝혔다.

이러한 NHK의 입장은 일본의 민영방송단체인 일본민간방송연맹(日本民間放送連盟, 이하 '민방련'이라 한다)과 일본신문협회(日本新聞協会)의 강한 반발을 초래했다. 이들은 수신료에 관해, "인터넷의 세계에서는 무료가 당연하고 설령 다양한 콘텐츠를 제공하는 구독서비스라고 해도 월 1,000엔 안팎이 보통이다"라며 NHK의 당시 수신료 금액인 월 2,230엔(한화 약 20,000원)은 지나치게 높다고 지적했다(NHK 지상파와 위성방송 동시계약 기준).⁵⁾ 당시 민방련의 오쿠보 요시오(大久保好男) 회장은 기자회견에서 인터넷 업무 예산의 2.5% 제한을 재고하겠다는 NHK의 입장에 대해 "겨우 1년 만에 철폐한다면 2020년 구(舊) 방송법 개정을 둘러싼 논의는 무슨 의미가 있었던 말인가. 당시 NHK가 표명한 입장은 방송법을 개정, 인터넷 동시방송을 가능케 하기 위한 방편에 불과했다는 의심이 든다."라며 비판적인 입장을 표명했다.⁶⁾

한편 총무성은 NHK의 인터넷 업무 예산에 대해 방송법 및 심사기준상 상한을 두어야 한다는 입장을 견지했고, NHK는 2020년 11월 인터넷 활용업무 실시기준의 변경안을 총무성에 제출, 상한을 연간 200억 엔 이내로 정했다. 다케다 료타(武田良太) 당시 총무대신도 기자회견 및 공식자료를 통해 수신료 인하를 적극적으로 고려할 것을 주문했다. 결국 NHK는 2021년 1월에 열린 경영위원회에서 초안의 입장을 변경하면서, 경비절감을 통해 확보한 예산을 재원으로 2023년도 수신료를 인하하겠다는 계획을 발표했다.

분과회 내부에서의 수신료에 관한 논의에서는, NHK의 인터넷 관련 업무를 어떻게 정의하는가에 대한 논의도 있었다.⁷⁾ 이 문제는 지난 2017년 NHK방송의 인터넷 동시송출에 대해 "수신료 징수를 목표로 하는 데 있어 일정 부분 합리성이 인정된다"라는 NHK 자문기구의 보고를 바탕으로 NHK가 검토회에 검토를 요청했으나, 당시 다카이치 사나에(高市早苗) 총무대신이 시기상조라는 이유로 받아들이지 않았다. 인터넷 공간에서의 공영방송의 역할과도 직결되는 이 문제는 2020년 6월 방송법 개정을 위한 분과회의 논의가 본격적으로 시작되던 시점에 분과회 사무국이 제시한 자료에도 주요한 논점으로 제시되는 등 논의 초기 단계부터 분과회가 이 문제를 주요 쟁점 중 하나로 받아들이고 있었음을 시사하고 있다.⁸⁾

5) 放送を巡る諸課題に関する検討会(2020), "公共放送の在り方に関する検討分科会(第8回) 議事要旨", 総務省, URL: https://www.soumu.go.jp/main_content/000711289.pdf (2023. 6. 8. 최종검색)

6) 日本民間放送連盟(2020), "2020.09.17.大久保会長会見", URL: <https://j-ba.or.jp/category/interview/jbai04080> (2020. 9. 17. 최종검색)

7) 구 방송법 개정을 통해 NHK의 인터넷 관련 사업 자체는 NHK의 업무로서 법으로 규정되었으나, NHK의 인터넷 사업은 '임의업무(任意業務)', 즉 NHK의 본래 업무인 방송을 '보완하는 업무'로 규정되어 있는 점이 영국 BBC나 독일 ARD/ZDF와의 차이점이다.

8) 放送を巡る諸課題に関する検討会(2020), 通信・放送融合時代に向けた受信料制度の在り方に関する論点整理(案), URL: https://www.soumu.go.jp/main_content/000700717.pdf (2023. 6. 8. 최종검색)



무엇보다 이번 방송법 개정 과정에서는 방송 수신기를 설치한 자 외에도 인터넷 동시방송이나 VOD방송만을 시청하는 자에 대해서도 수신료를 징수하는 이른바 ‘영국형 모델’과, 수신기 설치 여부와 관계없이 모든 세대 및 사업장에 대해 방송부담금을 징수하는 ‘독일형 모델’ 중 어느 쪽이 앞으로의 수신료 제도에 더 적합한지를 두고 많은 논의가 이루어졌다. 다만, 영국형 모델의 경우, 일본은 현재 인터넷 동시송출이 여명기에 해당하고 이를 도입할 경우 서비스 이용자의 확대가 늦어질 수 있기 때문에 시기상조라는 이유로 결론을 내지 못했다. 독일형 모델과 관련해서도 대다수의 국민이 방송 혹은 통신 등의 경로를 막론하고 공영방송의 시청이 가능해지거나 또는 실제로 시청하고 있는 상태가 되지 않으면 어렵다는 이유로 마지막까지 결론이 나지 않았다.

결국, 최종 발표된 의견서에는 이와 관련된 결론이 명기되지 않았다. 의견서에는 향후 NHK의 동시방송 플랫폼인 NHK플러스와 민영방송의 동일 성격의 서비스인 TVer의 콘텐츠 제공을 통해 시청자 확대를 꾀하는 것이 중요하다고 언급하는 데 그쳤다.⁹⁾

9) 2022년 기준으로 '전국 방송서비스 접촉 동향조사'에 따르면, NHK플러스는 2020년 1%에서 2022년 5%까지 이용률이 증가, Tver는 동기간 7%에서 16%로 증가했다. NHK放送文化研究所 (2022, 11). 〈放送研究と調査〉, pp.36-38.

4. 개정 이후의 움직임 : 2차 검토회, “인포메이션 헬스” 그리고 “공영방송”

4.1. 디지털 시대 방송의 역할 논의하는 ‘2차 검토회’

2022년 6월 방송법 개정 이후에도 방송 공영성 강화를 위한 논의는 지금까지 계속되고 있다. 논의의 주체는 2021년 11월 설립된, 이전 검토회의 후신(後身)에 해당하는 “디지털 시대에 있어서 방송제도의 올바른 모습에 대한 검토회(デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会, 이하 ‘2차 검토회’라 한다)”로 바뀌었다. 여기에서는 통신과 방송의 융합을 넘어선 올아이피(ALL IP)시대에 방송제도는 어떻게 대응해야 하는가에 대한 각계의 의견이 취합되었다.

2차 검토회에서 현재 논의되고 있는 내용은 방송환경 변화에의 대응, 디지털 시대 방송의 의의와 역할, 방송 네트워크 인프라의 미래상, 인터넷을 통한 방송 콘텐츠의 발신 방향성, 디지털 시대 방송제도의 모습 등 다방면에 걸쳐있다. 이 가운데 2차 검토회에서 “인터넷을 통한 방송 콘텐츠의 발신의 방향성”과 관련해 현재 진행되고 있는 논의 중 NHK의 공영성 및 수신료 제도과 관련된 부분을 살펴보면 다음과 같다.

현재 2차 검토회 산하에 설치된 두 개의 워킹 그룹 중 첫 번째 그룹에서는 “누구나 안심하고 시청 가능한 신뢰할 수 있는 방송 서비스”를 주제로 논의가 진행되고 있다. 2차 검토회에서는 이에 대해 “(디지털 환경에서도) 방송에 준하는 공공적 활동을 통한 동시방송 등을 뒷받침하는 방안”이라고 설명하고 있다.

‘NHK의 공공성에 연관되는 부분을 발췌해 살펴보면, “방송에 준하는 공공적 활동”은 방송국에서 발신하는 인터넷 방송에 대해서도 기존의 방송 시스템 속에서 방송국에게 요구되던 공공의 역할을 부과하는 것이라고 할 수 있다. ‘공공의 역할’과 관련하여서는 기존 방송과를 통한 시청데이터 활용에 대해 재점검이 필요하다는 논의가 나온다. ‘다른 양방향 서비스에서와 같이 개인화 및 프로파일링을 통해 최적화된 정보제공’을 할 경우, 이를 필요 최소한도로 억제하거나 적절한 가이드라인을 제시하는 방향으로 논의되고 있다.¹⁰⁾

4.2. NHK의 ‘인포메이션 헬스’

2차 검토회에서는 특히 “인포메이션 헬스(information health)” 개념이 빈번하게 언급되었

10) 가령, 구글 등의 경우, 계정의 검색 내역이나 페이지 열람 등을 바탕으로 이용자의 취향을 파악해 관련 검색어 또는 뉴스를 제공하는데, 최근 데이터 방송을 통해 방송사도 기술적으로 이러한 취향에 맞춘 정보 제공이 가능해졌다. 이에 검토회 전문가들은 이러한 기술 도입이 자칫 정보 편향성을 초래할 수 있어 이를 제한하거나 명시적인 가이드라인이 필요하다고 지적한다.

다. 이 개념은 인터넷 공간에서 최근 문제가 되고 있는 페이크 뉴스(fake news)나 편향된 정보취득으로 초래되는 집단 극화(group polarization) 현상 등에 대한 대책으로서 시청자에게 다양한 정보를 제공할 필요가 있다는 점이 핵심이다. 또한, 방송은 ‘취재·편집 등으로 뒷받침되는 신뢰도 높은 정보의 발신’, ‘사회의 기본 정보의 공유 및 다양한 가치관에 대한 상호 이해 촉진’ 등을 통해 이를 담당하는 주요 주체로서 중요하다는 발상이 인포메이션 헬스 개념이다.¹¹⁾

이 개념은 2차 검토회의 전문가 중 한 명인 야마모토 타츠히코(山本龍彦) 게이오기주쿠대(慶應義塾大) 교수가 제창한 개념이다. 이에 따르면 현대 정보화 사회에 있어서는 인터넷 보급에 따른 정보의 공급과다, 관심경제(attention economy, 사람들의 눈길을 끌기 쉬운 자극성 있는 정보의 경제적 가치가 높이 평가되어 유통되는 현상), 마인드 해킹(mind hacking, 정치적인 의제에 대해 프로파일링이나 마이크로 타겟팅 등의 기술을 통해 개인의 감정이나 사고를 조작하는 기법), 필터 버블(filter bubble, 취득정보의 편향성)과 에코 챔버(echo chamber) 효과¹²⁾로 인한 집단 극화의 발생, 가짜뉴스(fake news), 비방과 중상 및 악성 댓글 등의 과제가 산적해 있다고 지적하며, 이러한 문제는 민주주의의 근간을 위협할 수 있다고 한다. 이에 다양한 정보를 균형 있게 접함으로써 가짜뉴스 등의 문제에 대해 일정 수준의 ‘면역(비판적 능력)’을 획득하는 것을 “인포메이션 헬스”라고 정의하고 있다.¹³⁾

4.3. 2차 검토회 ‘워킹그룹’의 공영성 강화 모색

2차 검토회 산하에 설치된 또 다른 워킹 그룹이 다루는 범주는 “공영방송”이다. 이 워킹 그룹에서는 인터넷 시대 공영방송의 역할에 대해 검토하고 있다. NHK는 이에 앞서 2022년 4~5월에 TV방송을 전혀, 혹은 거의 시청하지 않는 층에 해당하는 약 3,000명을 대상으로 사회실험을 진행했다. 이 결과를 토대로 그룹 내부에서 논의가 진행 중이다. 사무국에 따르면, 현재 논의되는 의제는 인터넷 시대 공영방송의 역할, 인터넷 활용업무가 나아갈 방향, 인터넷 방송에 관한 민영방송과의 협력방안, 인터넷 활용업무의 재원과 수신료 제도 등에 걸쳐 있다. 이 가운데 민영방송과의 협력방안을 제외한 나머지 세 의제를 중심으로 살펴보면 다음과 같다.

11) 여기에서 논의되는 주체에는 물론 NHK뿐 아니라 민간방송도 포함되나, 공공방송인 NHK에게는 이런 역할의 수행이 한층 더 요구된다고 볼 수 있다.

12) 미디어가 전하는 정보를 이용하는 이용자가 갖고 있던 기존의 신념이 담긴 체계로 구성된 커뮤니케이션에 의해 유사 성향의 시청자들만 모여 소통한 결과, 같은 입장을 지닌 정보만 지속적으로 되풀이 수용하는 현상을 말한다.

13) 鳥海不二夫, 山本龍彦 (2022), “共同提言”健全な言論プラットフォームに向けて—デジタル・ダイエット宣言 ver.1.0”, KGRl Working Papers, URL: <https://www.kgri.keio.ac.jp/docs/S2101202201.pdf> (2023. 6. 17. 최종검색)

워킹 그룹의 전문가들로부터 무엇보다 ‘공영방송’ NHK의 역할과 관련한 다양한 목소리가 나왔다. 주요 내용을 보면, “수익에 직결되지 않는 중요한 가치관에 대한 정보를 정확히 전달하는 것이 NHK의 중요한 역할”이며 “(NHK는) 저널리즘을 바탕으로 한 편입 미디어로서 인터넷 공간에서 발생하는 각종 문제에 대해 어떠한 역할을 수행할 것인지를 명확하게 할 필요가 있다”는 것이다. 또한, “인터넷의 결점을 극복할 수 있는 방향을 NHK가 제시하기를 기대한다” 등 공영방송으로서의 NHK의 역할을 강조하는 시각이 많았다. 이와 관련, 워킹그룹의 전문가 가운데 한 명인 아오야마가쿠인대(青山学院大)의 우치야마 다카시(内山隆) 교수는 NHK가 전세계의 미디어 관련 기업 중 매출액 기준으로 23위에 해당한다고 지적하면서, “국제경쟁의 압박과 인터넷 영상송출 시장의 도입기인 지금 NHK는 민간에 비해 리스크에 투자하기 쉬운 재원을 확보하고 있으며, 업계 리더로서 개척을 선도하는 자세가 필요하다”고 주장했다.¹⁴⁾

NHK 자문위원장인 소가베 마사히로(曽我部真裕) 교토대(京都大) 교수가 제안한, NHK의 앞으로의 역할에 대한 몇 가지 논점이 주목을 받는다. 그의 제안 가운데 공공성과 관련이 있는 부분을 발췌하면 ‘이용자의 요구’와 ‘국민문화’, ‘부족한 정보공간의 보완’을 들 수 있다.¹⁵⁾

소가베 교수는 먼저 ‘이용자의 요구’와 관련하여 ‘시청자의 이익’을 ‘시민의 이익’과 ‘소비자의 이익’으로 분리해 생각한다는 영국의 논의를 소개하면서, 공영방송이 지금까지 공헌해온 분야는 주로 ‘시민의 이익’이며 공영방송의 역할은 단순히 요구에 응하는 게 아닌, 공유되어야 할 정보를 제공한다는 규범 면에서도 생각할 필요가 있다고 제안했다. 또한 ‘문화’에 대해서는 NHK가 대하드라마 등 시대를 상징하는 프로그램을 방송함으로써 국민문화의 일익을 담당해 왔다고 평가하며 이를 국민통합적인 측면에서 숙고해야 한다고 주장했다. 마지막으로 ‘부족한 정보공간의 보완’에 대해서는 먼저 ‘특정 장르의 공급부족을 공공 미디어가 제공한다는 발상은 필요하나 한계도 존재’하지만, NHK가 일정 부분 기여할 수 있는 부분도 분명 존재한다고 강조했다. 소가베 교수는 또, NHK가 가짜뉴스나 취득 정보의 편향성(filter bubble)을 직접적으로 정정할 가능성은 제한적이라고 보았다. 아울러 NHK의 잠재적 이용자의 필요를 충족하고 공영방송의 가치를 전하는 기능 즉, 그 가치를 사회 전체에 보급하는 기능은 충분히 기대할만하다고 진단했다. 잠재적 이용자들이 TV가 아닌 인터넷을 통해 NHK를 접하게 되고, 이들의 니즈를 충족하여 지속적으로 NHK 시청자로 머물 수 있게 할 것이며, 이를 통해 장기적으로 공영방송의 가치가 사회에 전파되는 효과가 나타날 것이라는 진단이다.

14) デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会(2022), “ネット配信時代のメディア産業-産業組織と経営戦略の観点から”, 総務省, URL: https://www.soumu.go.jp/main_content/000841134.pdf (2023. 6. 10. 최종검색)

15) デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会(2022), デジタル時代における公共放送の役割と受信料制度の在り方, URL: https://www.soumu.go.jp/main_content/000841133.pdf (2023. 6. 10. 최종검색)



5. ‘인터넷 사업, 본래업무냐 임의업무냐’, NHK는 논쟁 중

NHK 자문위원장인 소가베 교수 제안의 무게감을 고려하면, 향후 NHK의 공공성 강화 방향에 대한 흐름을 짐작해 볼 수 있다. 인터넷 업무의 방향성에 관한 의제가 논쟁으로 이어지고 있는데, ‘방송법상 NHK의 인터넷 관련 업무를 어떻게 규정할 것인가’ 하는 의제와 연결된다. 물론, 여기에는 필연적으로 자원문제도 연결될 것이다.

앞서 언급했듯, 현 방송법상 NHK의 인터넷 사업 분야는 NHK의 ‘본래업무’인 전파를 통한 방송을 ‘보완’하는 ‘임의업무’로 규정되어 있다. 임의업무의 경우 매년 해당 사업의 내용과 종류, 비용 등의 계획을 책정하는 한편, 총무대신의 허가를 받아야 한다.

정부 여당인 자유민주당 내에 설치된 방송법 개정 관련 소위원회에서도 2022년 “방송의 보완이 아닌 NHK의 본래업무로 규정할 것인지, 만일 본래업무로 규정할 경우 그 범위를 어떻게 설정할 것인지 등을 포함해 검토할 것”이라는 제언을 내놓은 바 있다. 그러나 2차 검토회의 공공방송 워킹그룹에 속한 외부 전문가들 사이에서는 의견이 엇갈린다. 공영방송의 인터넷 방송사업이 해외 주요국에 비해 뒤쳐진 일본의 경우 디지털 정보공간에서의 활동에 대한 과제도 상대적으로 산적해 있는 실정이다. 현재, NHK가 디지털 정보 공간에서 선도적인 역할을 맡아야 한다는 법학계의 의견이 존재하는 한편, ‘본래업무’인가 ‘임의업무’인가라는 막연한 논의를 할 필요가 있는지에 대한 이견도 나온다. ‘본래’와 ‘임의’라는 이원적인 대립을 바

<표 1> 일본 및 해외 주요 공영방송의 인터넷 동시송출 비교¹⁶⁾

구분		영국(BBC)	프랑스(FTV)	독일(ARD, ZDF)	핀란드(Yle)	한국(KBS)	일본(NHK)
플랫폼		BBC iPlayer	france.tv	ARDMediathek ZDFMediathek	Yle Areena	My K	NHK 플러스
방송개시		2007년	2012년 다시보기, 2017년 동시송출 각각 시작	2007년 ZDF Mediathek, 2008년 ARD Mediathek	2007년 다시보기, 2013년 동시송출 각각 시작	2011년	2020년
동시 송출	실시상황 (제도상 규정)	○ (본래업무)	○ (TV서비스에 해당)	○ (기본업무)	○ (임의업무)	○ (법령에 규정없음)	○ (임의업무)
	요금	무료	무료	무료	무료	무료	무료
다시 보기	실시상황 (제도상 규정)	○ (본래업무)	○ (온디맨드 시청각미디어에 해당)	○ (기본업무)	○ (임의업무)	○ (법령에 규정없음)	○ (임의업무)
	송출기한	방송 후 약 30일 이내	방송 후 최소 7일간	방송 후 7일 이내	논픽션 프로그램은 90일 이내, 픽션 프로그램은 1년 이내	방송 후 2주 이내	방송 후 약 1주일간
	요금	무료	무료	무료	무료	무료(일반화질), 유료(고화질)	무료
그 밖의 VOD	실시상황 (제도상 규정)	× (2015년 서비스개시, 수요부족으로 2017년에 폐지)	○ (온디맨드 시청각미디어에 해당)	○ (기본업무)	○ (임의업무)	○ (법령에 규정없음)	○ (임의업무, NHK 온디맨드)
	요금	/	유료	무료	무료 (과거 프로그램의 송출은 Yle Elävä arkisto에서 실시)	무료(일반화질), 유료(고화질)	유료
예산규모 (전체예산 대비)		2018년도 기준 252억 엔 (4.59%)	불명	ARD 2017년도 기준 1071억 엔(12.28%), ZDF 2017년도 기준 299억 엔(10.17%)	불명	불명	2020년도 기준 170.3억 엔 (2.4%)

탕으로 한 논의가 디지털 정보공간의 문제들을 축소시킬 우려가 있다는 의견도 있다. 디지털 정보공간에서 NHK가 담당해야 할 역할과 이를 위한 수신료 등 제도적 방안 마련 요구도 이어진다.

이에 대해 민방련과 일본신문협회를 중심으로 부정적인 견해가 나오고 있다. NHK 인터넷 방송의 ‘본래업무무화’는 민영언론을 압박한다는 것이다. 예를 들어 신문협회의 경우 “거액의 수신료를 재원으로 삼는 NHK의 인터넷 사업이 확장될 경우 민간사업자와의 공정한 경쟁을 왜곡할 우려가 있다”고 주장하고 있다. 아울러, TV등의 수상기를 보유하지 않은 자에게도 이른바 ‘인터넷 수신료’가 도입될 수 있다는 우려가 있다. 이에 대해 현재로서는 워킹그룹 내

16) 放送を巡る諸課題に関する検討会 (2020). 通信・放送融合時代に向けた受信料制度の在り方に関する論点整理(案). p.9. URL : https://www.soumu.go.jp/main_content/000700717.pdf



전문가의 대다수가 아직은 시기상조, 혹은 부적절하다는 의견을 제시하고 있으나, 소수의견으로 PC나 스마트폰으로 NHK방송을 시청하는 자에 대해서는 논의가 필요하다는 시각도 존재한다.

지난해 11월 열린 ‘공공방송 워킹그룹’ 제4차 회의에서는 NHK, 민방련, 신문협회가 참석하여 여러 의견이 제시되었다. 무엇보다, NHK가 공영방송의 역할을 어떻게 실현해 갈 것인가, 공영방송의 역할을 어떻게 인식하고 있는가 등 구체성을 요구하는 지적이 많았다. 회의에 참석한 시시도 조치(宍戸常寿) 도쿄대 교수는 “BBC의 경우 어떤 정보가 공공성이 있는 정보 인지를 구체적으로 제시하고 있는 반면, NHK가 역점을 둘 것이라 밝힌 ‘널리 전한다’, ‘안전, 안심’은 지나치게 추상적이다. NHK로서 명확한 의견을 제시해주길 바란다.”고 강조했다. 민방련과 신문협회가 ‘본래업무화’에 반대한다면 막연한 우려를 표명할 것이 아니라 구체적인 증거나 조사를 내놓아야 한다는 지적이 나오기도 했다. NHK의 인터넷 오리지널 콘텐츠의 제작 및 방송이 민영방송과의 경쟁에 있어 구체적으로 어떤 부분이 문제가 되는지 등 보다 정확한 주장의 근거가 필요하다는 것이다.¹⁷⁾ 워킹그룹회의에서는 이밖에도, 언론이 ‘시민의 이익’이라는 관점에서 경쟁정책을 검토할 것, 비경쟁영역(국제업무 등)에서 NHK도 BBC와 유사하게 적극적인 비즈니스 활동 전개를 검토할 것, 나아가 수신료의 NHK업무 외 활용방안을 검토할 것 등이 제안되었다.

17) NHK放送文化研究所 (2023. 3). 〈放送研究と調査〉, pp.48-49.

6. 나가며

일본방송계에서는 현재 방송제도와 관련 △ 방송통신 융합시대에 있어서의 방송의 역할 △ 공영방송 NHK의 미래, 이렇게 두 축을 중심으로 활발한 논의가 진행되고 있다. TV보급률이 줄어들면서 방송이 쇠퇴할 것이라는 극단적인 의견도 존재하나, 인포메이션 헬스의 관점에서 볼 때 인터넷에 비해 설명책임(accountability)면에서 우위를 지니는 방송의 가치는 여전히 존재한다. 2차 검토회 산하 워킹그룹은 이를 바탕으로 앞으로 NHK 뿐 아니라 민영방송 등 각 방송국들이 제공하는 정보의 질, 그리고 시청자에 대한 개인정보 등의 안전성 담보를 위해 논의를 거듭하고 있다. 공영방송 NHK에 대한 논의는 수신료와 인터넷 방송사업에 집중되고 있다. 인터넷 시대 공영방송으로서 NHK가 담당해야 할 공공의 목표는 무엇인지를 좀 더 명확하게 해야 한다는 요구이다. 아울러, 민영방송·신문 등 기존의 레거시 미디어들과 어떻게 협력할 것인가에 대해 방송업계 내부에서의 경쟁논리만이 아닌 거시적인 측면에서 논의가 심화되어야 필요가 있다는 시각이 힘을 받고 있다.

이번 방송법 개정을 둘러싼 논의는 수신료 제도는 물론, NHK의 인터넷 업무를 방송법상 어떻게 규정할 것인가 하는 문제까지 이어지고 있다. 수신료를 재원으로 유지되는 공영방송의 특성상 본래대로라면, 위에서 언급했듯, 법령으로 정의하는 것이 바람직하다고 할 수 있다. 앞으로 공영방송의 인터넷 방송은 그 비중이 높아질 것으로 보여 관련 논의가 더욱 활발해질 것으로 예상된다. 🌐

인공지능(AI) 권리침해: 피해구제와 산업 간 균형 찾는 유럽연합(EU)

정관영 법률사무소 데이터로 대표변호사



I. 들어가며

2020년 오픈AI(OpenAI)는 기존의 언어예측모델보다 훨씬 성능이 개선된 GPT3를 출시한다. GPT2보다 100배 이상의 파라미터(Parameter, 매개변수)를 가진 GPT3는 훨씬 대규모의 데이터를 학습할 수 있었고, 그 결과 GPT3는 모든 상황에 일반적으로 두루 적용할 수 있는 일반인공지능(Artificial General Intelligence, AGI)을 추구할 수 있어 무궁무진한 범용성을 잠재하고 있었다. 이에 기반해 오픈AI는 2022년 11월 인간과 같은 응답을 생성하기 위해 특별히 설계한 챗GPT를 출시하였는데, 기존의 GPT3보다 '일반 대중들이 더 쉽게 다가가고 챗GPT와 상호작용할 수 있게 한 점에 특징이 있다. 이는 챗GPT가 특정한 문



제 공간을 넘어 다양한 주제와 맥락에 대해 일관된 대화를 이끌어갈 수 있도록 개발된 ‘생성형 인공지능(Generative AI)’¹⁾이기 때문에 가능한 일이다. 이로써 오픈 AI는 일반인들의 초거대 인공지능에 대한 접근 문턱을 어마어마하게 낮추었다. 챗 GPT 출시에 충격을 받은 구글(Google), 아마존(Amazon), 메타(Meta) 등 미국의 빅테크 업체들은 자의 반 타의 반으로 인공지능 경쟁에 참전하게 된다. AI에 대한 기대가 만발한 가운데 글로벌 경쟁의 막이 열린 것이다. 다만, AI는 편향된 데이터와 신뢰성 문제, 데이터 보안과 프라이버시 문제, 직업 대체 우려 등 인간의 기본권과 권리 침해의 그림자를 안고 있는 것 또한 사실이다.

II. 인공지능기술의 명암(明暗)

이런 와중에 단순히 생각하면 ‘빅테크 기업들끼리 경쟁해서 일반 소비자들이 더 좋은 인공지능 서비스를 제공 받으면 좋지 않느냐’고 치부할 수도 있겠지만 문제는 그렇게 단순하지 않다. 작금의 인공지능, 특히 생성형 인공지능의 문제점을 짚어보면 다음과 같다.

첫째, 인공지능 자체의 불완전성으로 인한 권리침해 우려다. 인공지능은 학습 데이터에 기반하여 작동하는데, 이 데이터가 편향되어 있다면 인공지능도 편향된 결과를 생성할 수 있다. 또한 인공지능은 때때로 예측할 수 없거나 불안정한 결과를 생성할 수 있고, 존재하지 않는 패턴이나 정보를 보거나 들은 것처럼 그릇 생성하는 ‘할루시네이션(Hallucination)’ 오류를 일으키기도 한다. 이는 특히 의료, 법률 등의 중요한 분야에서 심각한 문제를 일으킬 수 있다.

둘째, 생성형 인공지능이 산출한 특정 결정이나 예측이 어떻게 만들어졌는지 명확하게 설명하기 어려운 ‘블랙박스’의 문제다. 생성형 인공지능은 복잡한 패턴을 학습하고 재현할 수 있지만 그 과정은 대부분 블랙박스로 보여진다.

셋째, 예측 불확실성의 문제다. 생성형 인공지능의 출력은 확률적이어서, 동일한 입력에 대해 매번 다른 출력을 생성한다. 이는 특정 문맥에서 일관성을 유지하는데 어려움을 초래할 수 있다.

1) 생성형 인공지능은 기존에 본 적 없는 새로운 데이터를 생성하거나 조작하는 능력을 가지고 있다. 이는 인간이 아닌 시스템이 원본 데이터의 패턴과 구조를 이해하고 이를 기반으로 새로운 데이터를 생성하는 능력을 뜻한다.



넷째, 악용의 위험이다. 생성형 인공지능 기술이 잘못된 자의 손에 들어갈 경우, 가짜 뉴스 생성, 디지털 사기 등의 형태로 악용될 수 있다.

요컨대 인공지능 기술에는 명암이 있다. 인공지능이 효율적인 자동화, 창조력, 빅데이터 처리 등에 있어 탁월한 성과를 보여주고 있는 사실은 그 누구도 부인할 수 없다. 그러나 인간의 기본권과 권리 침해의 그림자도 있다. 명과 암, 어떤 측면에서 보든 지금은 인공지능 역사의 ‘변곡점’인 것만은 맞는 듯하다. 우리나라도 인공지능 산업을 놓고 벌이는 글로벌 패권 경쟁에서 자유롭지 않다는 점에서 EU가 두 마리 토끼(인공지능 산업발전과 권리침해 예방·구제)를 잡기 위해 취하고 있는 대응방안을 면밀히 살펴볼 필요가 있다.

III. 인공지능의 권리침해에 관한 유럽연합의 입법대응

유럽연합(EU)은 2018년 <유럽 인공지능 전략(Communication: Artificial Intelligence for Europe)>을 발표한 이래 2019년 <신뢰할 만한 AI윤리 가이드라인(Ethics Guidelines for Trustworthy AI)>, 2020년 <인공지능 백서(White Paper on Artificial Intelligence—A European approach to excellence and trust)>를 발간하는 등 법·제도적인 측면에서 인공지능 전략을 꾸준히 추진해왔다. EU는 이러한 논의의 결과를 바탕으로 <인공지능에 관한 통일규범의 제정 및 일부 연합제정법들의 개정을 위한 법안(Proposal for a Regulation laying down harmonized rules on artificial intelligence (The Artificial

Intelligence Act) and amending certain Union Legislative Acts)》(이하 ‘인공지능 법안’), 〈제조물책임 지침(Product Liability Directive)〉(이하 ‘PLD’) 개정안, 〈인공지능에 대한 비계약적 민사책임 지침(non-contractual civil liability rules to artificial intelligence, The AI Liability Directive)〉(이하 ‘AI책임 지침’) 제정안 등 입법을 추진하고 있다.²⁾

1. 인공지능 법안

가. 인공지능 법안의 적용범위

유럽연합 집행위원회(European Commission)는 2021년 4월 21일 유럽의회에 ‘인공지능 법안’을 발의하였다. 인공지능 법안은 (a) EU 내에서 인공지능 시스템(이하 ‘AI 시스템’)을 시장에 출시하거나 서비스하는 공급자(해당 공급자의 소재지가 EU 내이든 제3국이든 무관), (b) EU 내에 있는 인공지능 시스템의 사용자, (c) 제3국에 있는 AI 시스템의 공급자 및 사용자(단, 시스템의 산출물이 EU 내에서 사용될 것)에 대하여 적용된다(제2조 제1항). 그러나 군사 목적으로만 개발되거나 사용되는 AI 시스템, 제3국의 공공기관 또는 국제기구가 EU 또는 EU 회원국과 법 집행 및 사법공조를 위해 국제협약의 틀 안에서 AI 시스템을 사용하는 경우에는 적용되지 않는다(제2조 제3항, 제4항).

나. 위험 단계별 규제 체계

EU 인공지능 법안의 가장 큰 특징은 AI 시스템의 위험도에 따른 이른바 ‘위험 기반 접근(risk-based approach)’ 방식에 있다. 인공지능 법안은 AI 시스템을 위험 수준에 따라 허용불가위험(unacceptable risk) 인공지능, 고위험(high risk) 인공지능, 특정 AI 시스템 및 최소수준위험(low or minimal risk) 인공지능으로 분류하였다.

이 중에서 허용불가위험 인공지능은 원칙적으로 금지된다. 고위험 인공지능은 원칙적으로 출시 전 적합성평가를 거쳐야 하는데, 그 종류로는 사람의 생체 인식

²⁾ 인공지능 법안의 경우 여러 매체와 학술지를 통해 많이 알려졌기 때문에 여기에서는 그 개요만 소개하고, PLD 개정안과 AI책임 지침을 중심으로 살펴보고자 한다. 한편, 유럽의회는 지난 6월 14일(현지시간) 찬성 499표, 반대 28표, 기권 93표로 인공지능법안을 채택했다. EU 집행위원회를 통과하면 2026년부터 시행된다.

및 분류, 중요 인프라의 관리 및 운영, 교육 및 직업훈련, 고용, 인사관리 및 자영업 접근, 필수 공공서비스 및 민간서비스의 접근 및 향유, 법 집행, 이민·난민·국경 통제 관리, 사법 관리와 민주적 과정에 관한 AI 시스템이 있다. 고위험 AI 시스템의 제공자, 제조자, 수입자, 유통자, 사용자는 매우 높은 수준의 규제를 적용 받는다.³⁾ 그 밖에 특정 AI 시스템으로서 투명성 의무(Transparency obligations)의 대상⁴⁾에 해당하는 AI 시스템(법안 Title IV), 법안 상의 규제가 적용되지 않는 최소수준위험 AI 시스템이 있다.

다. 시사점

인공지능 법안은 위험 기반 접근 방식을 통해 인공지능이 초래할 수 있는 위험도의 수준에 따라 차등적으로 규제함과 동시에 고위험 AI 시스템의 공급자·수입업자·사용자별로 각각에 특유한 의무를 부과하여, 규제에 대한 예측 가능성과 일관성, 기술 발전에 따른 대응의 유연성, 상충하는 법익 간의 균형과 조화를 최대한으로 꾀하고 있다. EU가 역량을 발휘하여 이와 같은 여러 가지 요소를 동시에 성취해낼지 주목할 일이다.

2. 제조물책임 지침 개정안

가. 논의의 배경

인공지능을 비롯한 소프트웨어가 장착된 제품 또는 인공지능 소프트웨어는 제조물책임법 상의 ‘제조물’에 해당할까? 해당된다면 인공지능이 장착된 제품이나 소프트웨어에 내재한 결함으로 말미암은 생명·신체 또는 재산에 발생한 손해에 대하여 제조자가 배상책임을 지게 되겠지만, 해당되지 않는다면 인공지능에 의한 권리침해 구제에 상당한 어려움이 야기될 것이다. 인공지능의 특성상 제조물책임법이 아닌 일반 민사 입증책임 분배 원칙에 따르면 소비자는 피해 구제를 받기 어렵게 된다. 인공지능이 내린 결론에 대해 개발자조차 그 경위를 설명할 수 없는 이른바 ‘인공지능의 블랙박스 문제’는 인공지능 소프트웨어의 ‘결함’ 여부를 판단하기 어

3) 법안은 고위험 AI 시스템에 관하여 총 5개의 장(Chapter)을 할애하여 고위험 AI 시스템 공급자, 사용자, 수입업자별로 여러 가지 법적 의무를 부과하고 있다.

4) 인공지능 법안 제4편 제52조에서 특정 인공지능 시스템에 대한 투명성 의무를 규정하고 있다.

럽게 만들기 때문이다.

EU는 1985년 제조물책임 지침을 시행하여 소비자가 제품의 결함에 의해 피해를 입었을 때 보다 용이하게 보상이나 배상을 청구할 수 있는 방안을 제공해왔다. 그러나 제조물의 책임범위에 관해서는 제조되거나 가공된 ‘동산(動産)’과 같은 전통적인 제조물에 한정하여 해석해왔다. 때문에 기존 제조물책임 지침에 따른 제조물의 정의에서는 동산 이외의 경우를 상정하기 어렵다. 인공지능이 산업과 경제의 중심이 되고 전통적인 제조업체까지도 소프트웨어와의 융합을 생존의 조건으로 삼게 된 오늘날에는 맞지 않는 규정이 된 셈이다. 이에 4차 산업혁명 시대를 맞이하여 소프트웨어를 포함한 무형의 제품이나 서비스에 대하여도 제조물성을 인정해야 한다는 의견이 대두되고, 제조물책임 지침 시행 후 40년 가까운 시간이 흘러 지침의 개정 필요성에 대한 목소리 또한 높아졌다. 이에 유럽연합 집행위원회는 2022년 9월 28일 PLD 개정안을 제안하기에 이르렀다.

나. PLD 개정안의 주요내용

유럽연합 집행위원회는 디지털 시대와 순환경제 및 글로벌 가치사슬 영향에 부합하는 규범을 적용하기 위한 취지에서 PLD 개정안을 제안하였다. PLD 개정안은 결함 있는 제품(스마트 기술부터 의약품에 이르기까지)에 대한 제조사의 엄격한 책임에 관한 기존 규칙을 현대화하고, 결함 있는 제품이 피해를 입힐 경우 피해자가 공정한 보상을 받을 수 있도록 하는 것을 목표로 한다. 또한 인공지능 기능이 있는 제품으로 인한 피해자가 제조사에 대해 더 효과적으로 보상 청구를 할 수 있도록 돕고자 한다.

인공지능 관점에서 볼 때 이번 PLD 개정안에서 가장 중요한 포인트는 AI 시스템, 인공지능 지원 제품이나 소프트웨어가 손해를 야기하였을 경우 피해를 입은 자가 제조물책임 지침에 기하여 손해배상청구를 할 수 있도록 한 점이다. 개정안은 제조물의 범위를 전기, 디지털 제조 파일, 소프트웨어까지 확장하였다. 무형의 AI 시스템과 인공지능 기반 제조물도 지침 상의 “제조물”의 범위에 포함될 수 있음을 상정한 것이다. 이는 결함이 있는 인공지능이나 소프트웨어로 인해 피해를 입은 자가 제조업체의 과실을 입증하지 않아도 보상 받을 수 있는 길을 열었다는 점에서 의미가 크다. 나아가 개정안은 제조자들이 시장에 이미 출시한 제조물을 소프트웨어 업데이트나 머신러닝으로 변경할 때에도 책임을 질 수 있음을 규정하였다. 개정안은 기업이 새롭고 혁신적인 제품이나 소프트웨어에 투자할 수 있게끔



법적 안정성을 부여하고, AI 시스템과 관계된 결함으로 인해 피해를 입은 자가 공정한 보상을 받을 수 있도록 제도적으로 뒷받침하고 있는 점에 그 의의가 있다.

한편 PLD 개정안은 제조물에 결함이 있는지 여부를 법원이 판단함에 있어 인공지능 법안에 명시된 것을 포함하여 모든 의무적인 안전 요건을 고려하도록 하고 있다.

3. 인공지능책임 지침 제정안

가. 개요

유럽연합 집행위원회는 앞서 본 PLD 개정안을 제안함과 동시에 같은 날 AI책임 지침 제정안도 함께 발표하였다. 위원회는 이 새로운 지침을 통해 AI 시스템에 의해 발생한 손해에 대한 책임 프레임워크를 보완하고 현대화할 것을 제안하였다. 결국 AI책임 지침의 목적은 유럽 안에서 AI 시스템에 의해 피해를 입은 사람들이 그 밖의 기술에 의해 피해를 입은 사람들과 동일한 보호 수준을 누리게 하는 데 있다. 지침은 피해자가 AI 시스템에 의해 발생한 손해를 입증해야 하는 부담을 완화하기 위해 ‘인과관계 추정’ 규정을 만들고, 피고로 하여금 손해를 입힌 것으로 의심되는 고위험 AI 시스템에 대한 ‘증거를 공개하도록 명령’하는 권한을 법원에 부여하고자 한다.

나. 제안 배경: 기존 법체계의 한계

오늘날 인공지능 기술은 건강(예: 질병 진단 도구), 이동성(예: 자율주행 시스템), 농업(예: 모니터링 도구) 등 다양한 분야에서 의사결정 과정을 개선하는 등 점점 더 많이 활용되고 있지만, 기존 손해배상 규정은 인공지능, 사물인터넷, 로봇 공학 등 새로운 디지털 기술의 맥락에서는 그것을 집행하기가 매우 복잡하고 어렵다. 이러한 복잡한 법집행으로 말미암아 EU 시민과 EU 기업들의 인공지능 기술에 대한 신뢰가 손상되었다는 것이 유럽연합 집행위원회가 제기한 우려점이다. 위와 같은 배경에서, 위원회는 신형 디지털 기술에 대한 신뢰를 장려하고 인공지능 제품 및 서비스의 성공에 필요한 투자 안정성을 창출하고자 인공지능책임 지침 제안에 이르렀다. AI 시스템과 관련된 책임 문제가 해결되어야만 EU 시민과 기업들이 안심하고 인공지능 기술을 사용할 것이기 때문이다.

한편, EU에는 피해자가 입은 손해의 책임 청구에 관한 세 가지 방식이 존재한다. 과실 기반 책임 청구(손해, 과실 및 인과관계 입증 필요), 엄격한 책임 청구(과실과 무관), PLD에 의거한 결함이 있는 제품 제조자에 대한 청구(제품의 결함 및 그 결함과 손해 간의 인과관계를 증명해야 함)가 그것이다.

문제는 디지털 콘텐츠, 소프트웨어, 데이터가 수많은 신제품의 기능에 중요한 역할을 하지만, 이런 무형의 요소들이 제조물책임 지침 상의 '제조물'로 분류될 수 있는 범위가 분명하지 않다는 점이다. 이로 인해 소프트웨어, 특히 소프트웨어 업데이트로 인한 손해의 보상 방식과 책임 소재에 관한 법적 불확실성이 발생한다. 또한 기존의 PLD는 물리적 또는 물질적 피해에 대한 보상만을 제공한다는 한계가 있다. 나아가 인공지능의 고유한 특성들(예: 불투명성/투명성 부족, 설명 가능성, 자율성, 제한된 예측 가능성 등)은 입증책임의 충족을 특히나 어렵게 만든다. EU의 현행 배상책임 규정에 따르면 피해자가 손해배상을 청구하려면 일반적으로 손해의 존재, 책임 있는 자의 과실, 그 과실과 손해 간의 인과관계 또는 손해와 결함 간의 인과 관계를 증명해야 한다. 그러나 AI 시스템은 피해자가 잠재적 책임 있는 자의 과실이나 결함, 그리고 그 과실/결함과 손해 간의 인과관계를 식별하고 증명하는 것을 과도하게 어렵게 하거나 심지어 불가능하게 하는 특성을 가지고 있다. 그 결과 현행법상으로는 AI 시스템으로 인한 피해의 보상이나 배상이 극히 어려워지는 문제가 있다.

다. 목적 및 적용범위

AI책임 지침은 AI 시스템으로 인한 피해와 관련 정보에 대한 접근 및 입증책임 완화를 위한 통일된 규칙을 마련하고, 피해자(개인 또는 기업)에 대한 광범위한 보호 체계를 구축하여 인공지능을 육성하는 것을 목적으로 한다. 지침의 전반적인 목표는 인공지능으로 인한 피해자가 일반 제품에 의한 피해자와 동등한 보호를 받도록 보장함으로써 신뢰할 수 있는 인공지능의 전면적인 실현을 촉진하는 것이다. 유럽연합 집행위원회가 마련한 이 지침은 복잡한 AI 시스템의 특성으로 말미암아 피해자들이 제품과 손해 발생 사이의 인과관계를 입증하기 어려운 애로사항을 해소하는 데 주안점을 두고 있다.

AI책임 지침은 AI 시스템이 유발한 손해에 대한 비계약적 민사책임 규정(‘계약 외’ 민사책임 규정, 즉 피해자와 책임 있는 자 간의 계약관계에 상관없는)을 조화시키고자 한다. AI책임 지침은 인공지능 법안에 따라 고위험으로 정의되는지 여부와 상관없이, AI 시스템에 의해 발생한 손해에 적용된다. AI책임 지침은 형사 책임에 관해서는 적용되지 않지만, 국가기관이 인공지능 법안 상 의무 주체인 점을 감안할 때 국가 책임에 대해서는 적용될 수 있다.

PLD 지침과 관련하여, PLD 지침 개정안은 EU의 기존 제조물책임 제도를 현대화하는 것을 목표로 결함 있는 제품에 의해 발생한 손해에 대해 개인이 제조사를 상대로 청구하는 사안에 적용되는 반면, AI책임 지침은 국가 과실 기반 책임 제도의 개혁을 제안하여 손해를 야기한 AI 시스템에 영향을 끼친 과실에 대해 자연인·법인이 어떤 사람에게든 청구하는 사안에 적용된다는 점에 그 차이가 있다.

라. 주요내용

AI책임 지침은 두 개의 주요한 기능을 도입하여 누군가의 과실로 인한 피해자의 손해를 입증하는 법적 과정을 단순화하였다. 첫째는 인과관계 추정(Presumption of causality)에 관한 것이고 둘째는 증거 공개(Disclosure of evidence)에 대한 것이다.

(1) 인과관계의 추정

AI책임 지침의 인과관계 추정 규정은 손해배상 청구인(피해자)이 AI 시스템 공급자의 특정한 과실 또는 주의의무 위반으로 인한 피해 발생 과정을 자세하게 설

명해야 하는 어려움을 해소하는 데 도움을 줄 것으로 기대된다. 청구인의 입증책임을 대폭 완화하는 셈이다. 인과관계 추정은 다음의 조건이 모두 충족될 때 적용된다.

첫째, 어떤 AI 시스템이 EU 또는 국가의 특정한 의무를 위반하여 손해가 발생하였음을 청구인이 입증하였을 것(지침 제4조(1)(a))

단, 고위험 AI 시스템 제공자에 대한 손해배상 청구의 경우, 법원은 인공지능 법안에 서 규정한 요구사항의 위반과 AI 시스템이 생성한 결과 또는 AI 시스템의 실패 사이의 인과관계를 추정해야 한다. 고위험 AI 시스템이 아닌 AI 시스템과 관련된 손해배상 청구의 경우, 청구인이 인과관계를 증명하는 것이 지나치게 어렵다고 법원이 인정할 때 만 추정이 적용된다(제4조(5))

둘째, 각 사건의 정황에 따라, 피고의 과실이 AI 시스템이 만들어낸 결과물에 영향을 미치거나, AI 시스템이 결과물을 만들어내지 못하여 관련 손해가 발생하였을 합리적인 가능성이 있을 것(제1조(b))

셋째, AI 시스템이 만들어낸 결과물 또는 AI 시스템이 결과물을 만들어내지 못했기 때문에 손해가 발생하였음을 청구인이 입증하였을 것(제1조(c))

(2) 증거 공개

고위험 AI 시스템의 설계, 개발, 배포 및 운영에 잠재적으로 많은 사람들이 관련되어 있기 때문에, 청구인이 손해에 대해 잠재적으로 책임이 있는 사람을 식별하고 손해배상청구의 조건을 입증하는 것은 매우 어렵다. 이 문제를 해결하기 위해 AI책임 지침은 손해를 입힌 것으로 의심되는 고위험 AI 시스템에 대한 증거 공개를 명할 수 있는 권한을 국가 법원에 부여하였다(제3조(1)). 따라서 고위험 AI 시스템을 담당하는 회사는 특정 문서, 정보 및 로깅 요구사항 등 다양한 정보를 공개해야 한다.

청구인은 청구를 뒷받침할 충분한 증거를 제시하고 피고로부터 증거를 얻기 위해 적절한 노력을 기울여야 한다. 청구인은 또한 피고가 아닌 제공자 또는 사용자에게도 증거 공개를 요구할 수 있지만, 이는 피고로부터 증거를 수집하기 위한 모든 적절한 시도가 실패한 경우에만 가능하다. 또한 AI책임 지침은 법적 수단이 효과적일 수 있도록 법원에 증거 보존을 명령할 권한을 부여할 것이다(제3조(3)).

증거 공개는 손해배상청구를 뒷받침하는 데 필요하고도 적절해야 한다. 이와 관련하여 국가 법원은 모든 당사자(제3자 포함)의 정당한 이익과 영업비밀 및 공공 또는 국가 안보와 관련된 기밀 정보의 보호를 고려해야 한다(제3조(4)).

마. 이해관계자들의 시각

소비자단체와 시민사회단체들은 AI책임 지침을 환영하지만 이 지침에는 보이지 않는 문제점들이 있다고 주장한다. AI 시스템이 얼마나 불투명하고 복잡한지를 고려할 때, AI 시스템 운영자에게 잘못이 있음을 증명하는 책임을 소비자에게 부담 지우는 것은 사실상 소비자들의 손해배상청구권 행사를 불가능하게 만들 것이라는 주장이다.

반면 테크 산업 일각에서는 AI책임 지침이 혁신에 암울한 영향을 미칠 수 있다고 우려한다. 제안된 지침이 비즈니스에 악영향을 미치고 광범위한 책임 청구를 초래하여 불필요하게 비즈니스와 보험 비용을 증가시킬 것이라고 강조한다. EU 시장에 암울한 영향을 미치고 혁신가, 창업가, 투자자에게 방해요소가 될 것이라는 주장이다.

여러 논란에도 불구하고 AI책임 지침은 AI 시스템으로 인하여 발생할 수 있는 소비자 권리침해와 인공지능 산업 혁신 사이에서 균형을 유지하면서 피해자가 법적 절차를 밟는 과정에서 마주치게 될 장벽을 제거하고자 하는 데 그 의의가 있다. AI책임 지침이 적용될 경우 AI 시스템이나 서비스로 인한 피해자의 구제가 좀 더 수월해질 전망이다.



IV. 유럽연합의 대응이 우리에게 주는 시사점

이상 살펴보았듯이 유럽연합의 대응은 각각의 AI 시스템이 야기하는 시장실패의 환부를 도려내는 방식은 아니다. 인공지능에 관하여 발생할 수 있는 제반 문제들을 상정하여 폭넓은 규제를 선제적으로 해나가는 것이 EU의 대응방식이라 할 수 있다. 이는 자칫 인공지능 산업 발전에 족쇄로 작용할 수도 있다. 그러나 인공지능 기술의 발전과 산업의 발전이 반드시 일치하지는 않는다는 점(예를 들어 자율자동차의 트롤리 딜레마(Trolley Dilemma)를 해결하지 못한다면 자율자동차 산업의 폭발적인 성장은 불가능)에서, 인공지능 권리침해에 대한 EU의 대응과 그것이 유럽의 인공지능 산업에 끼치는 파급효과를 유의 깊게 추적 관찰할 필요가 있다. 유럽연합의 대응이 성공하든 실패하든 간에 우리로서는 타산지석으로 삼기에 충분하기 때문이다.

어떤 시각으로 보든 간에 지구상의 어떤 국가보다 유럽연합이 인공지능 규제에 관하여 여러 해에 걸쳐 순차적·체계적으로 접근해온 것만은 부정할 수 없을 것이다. 우리도 2019년 12월 <인공지능 국가전략>을 발표하고 인공지능 윤리 기준을 마련하는 등 움직임이 있었지만, 인공지능에 대한 위험 기반 접근, 위험도에 따른 세부적인 책임 규정 등에 관해서는 구체적인 논의와 공론의 과정이 충분치 않은 상황이다. 오히려 우리나라야말로 EU보다 더 인공지능에 관한 제도적 대비의 필요성이 시급하다는 점에서 늦은 감이 있다. 지금이라도 인공지능의 기술 수준과 산업 발전에 발맞추어 인공지능으로 인한 기본권 침해와 민사책임에 관한 법제를 정비해야 한다.

기술은 중립적이기 때문에 '신뢰'가 있으면 사용할 수 있지만 없으면 사용할 수 없다. 인공지능의 위험성을 목도하고 있는 요즘, 인공지능에 대한 적절한 거버넌스와 규제는 소비자들에게 신뢰라는 보이지 않는 씨앗을 내리어 역설적으로 인공지능산업 발전의 토양으로 작용할 수 있다. 신뢰는 혁신에 박차를 가하는 보이지 않는 손이기 때문이다. 🌱

법원기자실 사용 및 출입증 발급 허가, 누가 결정하여야 할까

— 서울고등법원 2021누74480, 대법원 2022두52300
출입증발급 등 거부처분 취소 판결 —

장운미 법률사무소 김정 변호사, 前 언론중재위원

1. 사건의 개요

‘미디어오늘’은 2020년 12월 서울고등법원장에게 법원 출입기자 등록신청을 하였다가 기자단 운영은 법원 권한이 아니라는 이유로 거절당하였다. 이에 ‘미디어오늘’은 법원 출입증발급 거부처분을 취소하라며 서울고등법원장을 상대로 행정소송을 제기하였고, 1심 법원은 서울고등법원장의 이 같은 조치는 재량권을 일탈·남용한 것으로 위법하다고 판단하였다(서울행정법원 2021구합57308 판결). 해당 1심 판결의 내용은 본지 2022년 여름호 ‘판례토크’에서 소개한 적이 있다.

위 판결에 대한 대법원의 최종 결론이 나왔다. 피고 서울고등법원장이 항소한 2심 재판에서 ‘미디어오늘’의 청구는 소송요건조차 갖추지 못하였다는 이유로 ‘각하(소(訴)가 형식적인 요건을 갖추지 못한 경우, 부적법한 것으로 하여 내용에 대한 판단 없이 소송을 종료하는 일) 판결’을 받았고, 대법원은 2022년 12월 1일 심리불속행으로 ‘미디어오늘’의 상고를 기각하여 원고 패소 판결을 확정지었다.

1심 법원의 결론은 서울고등법원장이 ‘미디어오늘’의 법원 기자실 사용과 출입증발급 요구를

‘기자단에 문의하라’며 거절한 것은 위법하다는 것이었는데, 2심과 대법원은 왜 미디어오늘의 주장은 소송의 요건조차 갖추지 못하였다고 본 것일까. 그리고 이러한 법원의 판결이 언론계에 가져올 파장은 무엇일까. 이 같은 내용에 대해 살펴보고자 한다.

II. 대상 판결 – 서울고등법원 2021누74480 출입증발급 등 거부처분 취소 판결

가. 1심 판결의 요지

‘미디어오늘’은 2020년 12월 8일 서울고등법원에 출입기자단 등록 신청을 하였는데, 이에 대한 서울고등법원장의 답변은 ‘출입기자단 가입 여부 및 구성은 서울법원종합청사 출입기자단의 자율에 맡기고 있고, 법원은 그 가입 여부 및 구성에 전혀 관여하지 않으니 출입기자단 간사에게 문의하라’는 것이었다. ‘미디어오늘’은 이 같은 서울고등법원장의 회신이 부당한 행정처분이라며 소송을 제기하였고, 1심 재판부는 관계 법령상 국유재산인 법원 청사의 관리 책임은 서울고등법원장에게 있는 것이고, 출입기자단에게 있지 않으므로 청사 출입 여부에 대한 결정권을 기자단에 돌리는 것은 위법하다고 판단하였다.

나. 2심 판결의 쟁점 – 서울고등법원장의 출입증발급 거부가 행정소송의 대상인지 여부

2심 재판부의 판단은 달랐다. 서울고등법원장의 회신이 행정소송의 대상이 되기 위해서는 ‘행정청의 처분에 해당하여야 하고, 이때 ‘처분’은 “행정청의 종국적이고 실질적인 거부의 의사결정이 권한 있는 기관에 의하여 외부로 표시되어 신청인이 이를 알 수 있는 상태에 다다른 것으로 볼 수 있어야 한다”는 것이 판례의 입장인데(대법원 2008. 10. 23. 선고 2007두6212, 6229 판결 등 참조), 서울고등법원장의 위 회신은 판례가 언급한 ‘행정청의 처분’의 요건을 충족하지 못하였다는 이유에서였다. 즉, 서울고등법원장의 회신은 안내에 불과할 뿐 행정소송의 요건이 되기 위한 행정처분에 해당하지 않는다고 본 것이다. 2심 재판부의 판단 근거는 구체적으로 다음과 같았다.

첫째, 서울고등법원장의 회신의 내용은 ‘미디어오늘이 신청한 법원출입등록 여부에 대해 법원이 관여하지 않으니 출입기자단 간사에게 문의하라’는 것으로, ‘미디어오늘’의 신청에 대해 명시적으로 거부하는 의사를 표시하였다고 보기 어렵다. 또, 회신의 내용을 보면 ‘미디어오늘’의 기사실 출입 신청에 대해 종국적이고 실질적인 거부의 의사결정을 대외적으로 표시한 것으로 보기 어렵다.

둘째, ‘미디어오늘’이 출입기자단과 협의를 이루지 못하거나, 협의 결과 출입기자단에 가입하지



못하게 되었더라도 곧바로 기자실 사용 및 출입증 발급이 거부되는 것은 아니고, 서울고등법원장의 회신으로 법원이 미디어오늘의 신청에 대해 중국적인 처분을 할 의무가 소멸한 것도 아니다.

셋째, 서울고등법원장의 회신내용을 보면 ‘미디어오늘’의 출입기자단 등록신청을 연기하거나 보류한 것일 뿐 ‘미디어오늘’의 법률관계에 변동을 일으킨다고 할 수 없다. 즉 회신의 내용을 보면, 행정청의 처분이라기보다 안내하는 취지에 불과하다.

넷째, 서울고등법원장이 법원 청사 관리인으로서 관리, 운영에 있어 광범위한 재량권을 갖고 있고, 기자실의 관리, 운영 등에 관한 기준과 절차의 설정 등도 재량의 영역에 속해 그동안 기자실 운영에 있어 출입기자단의 의견을 반영해 온 점을 고려하면 기자실 출입 및 출입증 발급에 관한 업무를 전적으로 출입기자단에 위임하였다거나 출입기자단의 판단에 맡겨 결정하였다 할 수 없다. 실질적으로 출입기자단 가입이 선행된 경우에만 소속 기자들의 기자실 출입 및 출입증 발급을 하겠다는 의사를 대외적으로 표시한 것이라고 할 수도 없다.

다섯째, 서울고등법원장은 기자실 출입 관리 등과 관련해, 출입기자단에 가입하지 않은 언론사 소속 기자들의 기자실 출입 및 출입증 발급을 허용하지 않거나 전면적으로 금하는 것으로 관리, 운영을 해왔다고 볼 만한 자료나 정황이 없다. 기자단 가입 여부를 종전의 출입기자단과 협의하도록 했다고 하여 청사관리인으로서 공물관리권에 대한 재량권을 전혀 행사하지 않았거나 게을리 한 것으로 볼 수도 없다.

여섯째, 출입기자단에 가입하지 못하거나 그 협의가 이루어지지 않는다고 하여 그 소속 기자들에 대하여 중국적으로 기자실 사용과 출입증 발급을 허용하지 않거나 제한할 것이라고 단정할 수 없다. 그 경우 서울고등법원장이 기자실 사용 신청을 받아들일 것인지 여부에 대해서는 중국적으로 결정을 하게 된다.

그 밖에도 2심 재판부는, 국회 등 다른 행정기관과 같은 출입기자 등록신청 등에 관한 구체적인 절차와 기준이 마련되어 있지 않은 상황에서 종전 출입기자단과 협의하도록 한 것은 그 협의 결과를 확인한 이후에 중국적인 처분을 하려는 것으로 이는 청사관리를 위한 재량의 범위 내에 있는 절차라는 점, '미디어오늘'이 서울고등법원장의 회신 이후 출입기자단과 협의를 거치지 않고, 서울고등법원장에게 최종적이고 중국적인 처분을 요구하지 않은 채 소송을 제기한 점을 각하의 사유로 판단하였다.

2심 판결 내용을 정리하면, 행정소송의 대상은 '신청인에 대하여 중국적이고 실질적인 거부의 의사표시를 한 행정처분'이어야 하는데 서울고등법원장의 회신은 이 같은 행정처분의 요건을 충족하지 못하였다는 것이다.

다. 대법원의 심리불속행 기각

대법원은 '미디어오늘'이 상고하자 실체 판단을 하지 않고, 2022년 12월 1일 심리불속행 기각 판결을 하였다(대법원 2022두52300 판결). '심리불속행'이란 민사나 가사·행정·특허 분야 상고 사건에서 상고이유에 관한 주장이 헌법이나 법률, 대법원 판례 위반이나 중대한 법령 위반에 관한 사항 등을 포함하지 않은 경우 더 이상 심리하지 않고 상고를 기각하는 제도를 의미한다. 이로써 기자단 가입 신청 2년 만에 '미디어오늘'의 패소판결이 확정되었다.

III. 대상 판결에 대한 비판적 검토

2심 재판부와 대법원의 판결에 대해 비판적으로 검토해 보고자 한다. 2심 재판부는 서울고등법원장의 회신은 '미디어오늘'의 법원 기자실 출입신청에 대한 중국적이고 실질적인 거부의 의사표시라고 볼 수 없다고 판단하였다. 기자실 출입에 대한 명시적인 거부 의사가 아니므로 '미디어오늘'의 법률관계에 변동은 가져오는 것도 아니고 서울고등법원장의 기자실 출입 여부에 대한 처분 의무가 소멸하는 것도 아니라고 보았다. 과연 그럴까.

서울고등법원장은 '미디어오늘'에게 보낸 회신에서 "출입기자단 가입 여부 및 구성은 서울법원 종합청사 출입기자단의 자율에 맡기고 있고, 법원은 그 가입 여부 및 구성에 전혀 관여하지 아니함을 알려드립니다"라고 밝혔다. 언론사의 법원 기자실 출입 여부를 기자단 자율에 맡기고 있어



법원 차원에서는 기자단 가입에 아예 관여하지 않고 있음을 “(서울고등법원장은) 전혀 관여하지 아니함을 알려드립니다”라는 문구로 명확하게 밝힌 것이다.

이처럼 현실에서는 법원기자실 출입을 새로 신청한 언론사가 종전 법원 기자단의 허가를 받지 못하면 기자실 출입은 사실상 불가능하게 된다. 법원이 개입을 하지 않는다고 공언한 상황에서 종전 기자단의 허가를 받지 못하면 이후 서울고등법원장에게 별도의 판단을 구하는 절차는 진행되지 않는다. 서울고등법원장이 ‘미디어오늘’에 보낸 회신에서 “기자단 가입 문제에 대해서는 전혀 관여하지 않는다”라고 명시적으로 밝혔던 것은 이러한 상황을 반영한 것이다.

이 같은 언론현실을 고려할 때, 법원 기자단 가입 문제는 종전 출입기자단과 협의하면 되고, 협의가 되지 않더라도 서울고등법원장에게 가입 여부에 대한 판단을 구하면 되는 것이라는 2심 재판부의 판단은 선뜻 이해가 되지 않는다. 실제로 서울고등법원장에게 판단을 구하는 것이 가능하다면 법원이 “기자단 가입 문제에 전혀 관여하지 않는다”라고 회신하였을 리도 만무하다.


2심 재판부는 서울고등법원장의 회신이 ‘행정처분’이 아닌 ‘안내’에 불과하다고 보았지만 그 기재가 안내의 형식을 띠고 있을 뿐, 그 내용은 기자실 운영에 대하여서는 온전히 기자단의 판단에 맡겨두고 있으며, 법원은 관여하지 않으니 기자단의 허가를 받으라는 것이었다. 실제로 법원이 기자들의 기자실 이용 여부를 기자단의 판단에 맡기고 있는 점, 협의가 되지 않는 경우 기자단의 재승인 이외에 기자단에 가입할 수 있는 방법이 없다는 점, 그러나 서울중앙지방법원 청사

의 관리 책임은 서울고등법원장에게 있는 점 등을 고려할 때 서울고등법원장의 회신은 '기자실 출입 신청에 대한 거부'의 의사표시로 보는 것이 타당하다고 생각된다.

같은 이유로 1심 재판부는 서울고등법원장의 회신은 국유재산 관리에 관한 공물(公物)관리권의 일환으로 이루어진 것이므로 법원 청사의 관리주체로서 행한 행정처분에 해당하며, 언론사로서는 당연히 법령상 법원 청사의 관리주체인 서울고등법원장에게 기자실 출입 등과 관련한 신청을 할 법규상·조리상의 신청권이 있다고 판단하였다. '미디어오늘'의 소제기가 소송요건을 당연히 충족하였다고 본 것이다. 이는 '행정처분'과 관련해 신청인의 권리구제를 위해 비교적 그 범위를 폭넓게 인정하는 종전 법원의 태도에도 부합한다고 생각된다.

IV. 결론

우리 언론에는 '기자단'이 존재한다. 정부부처 기자실에 특정 언론사들이 출입하며, 다른 언론사를 출입기자단에 가입시킬지 여부를 결정짓고, 출입처로부터는 각종 정보와 편의를 제공받는다. 법원 출입기자단의 경우 기자단에 등록되어야 법정 내 노트북 이용이 가능하고, 법원으로부터 판결문을 받을 수 있다. 이러한 '기자단'은 정부부처로부터 취재편의를 제공 받는 것을 넘어 출입처와 언론 간 유착의 단초가 될 수 있다는 점에서 여러 문제제기가 있어 왔다.

기자실을 폐쇄적으로 운영하고, 기득권을 감시해야 할 언론이 오히려 출입처에서 기득권을 누린다는 것은 건강한 언론 환경에 저해가 될 수 있다. 더 큰 문제는 국민의 알권리에도 침해가 될 수 있다는 점이다. 국가인권위원회는 법원과 검찰의 법조기자단 관행과 관련해 '언론의 자유와 국민의 알권리 보호를 위하여 기자실 사용 및 출입증 발급 등 언론사의 취재 지원 서비스 제공에 있어서 합리적 이유 없는 차별대우를 하지 않도록 관행이나 제도를 개선하는 것이 바람직하다'라고 결정한바 있다(국가인권위원회 2022. 2. 9.자 2020진정0891600 결정). 이러한 점을 고려하였을 때 이번 대상 판결은 언론의 잘못된 관행을 바로잡을 수 있는 기회를 놓친 것 같아 여러모로 아쉽다. 

투명한 공개와 해설이 신뢰를 높인다

이색클 동아일보 디지털노베이션팀장

회사에서 기자들이 공들여 취재한 기획 기사를 뉴스 사이트 메인에 오래도록 큐레이션한 적이 있다. 일정 시간이 지나자 독자들이 피로감을 느꼈는지 “왜 같은 기사를 계속 걸어두느냐”는 항의의 댓글을 달기 시작했다. 놀랐던 것은 적지 않은 독자들이 언론사나 기자가 기사 소재로 언급된 대상으로부터 돈을 받았다고 생각을 하더라는 것이다. 돈을 받았으니 시의성이 덜한 기사를 주요하게 다루고 노출하는 게 아니냐는 의심이었다. 처음엔 당혹스러웠는데, 생각해 보니 일정 부분 이해할 만도 했다. 기사 소재가 어떻게 채택되고 취재되며 보도되는지 독자들이 설명을 접할 기회가 있었을까. 독자는 맥락 없이 ‘결과물’만 접하는 경우가 많다.

통상 음식은 ‘원산지’ 표기를 한다. 어디서 수확되었는지 알 수 있고, 더 나아가 어떤 방식으로 재배나 사육되었는지 알 수 있다. 어떤 경우에는 농부가 어떤 철학을 갖고 재료를 길러 냈거나 셰프가 어떻게 식재료를 엄선하고 조리를 했는지까지 알려주는 경우도 있다. 사람들이 음식을 믿고 먹을 뿐 아니라 충분한 가치를 느끼며 즐기는 것은 그런 이유에서다.

기사에도 독자를 위한 일종의 ‘원산지 설명’을 하면 어떨까. 어떤 소재를 왜 채택했고 어떻게 취재했으며, 제작 과정은 어떠했는지 말이다. 기사를 제작한 기자가 어떤 커리어를 밟아 왔고 취재 전문성은 어떠하며, 무슨 철학으로 보도에 임하는지까지 알면 더욱 좋다. 그 설명

이 투명하고 상세할수록 독자는 기사를 더욱 신뢰할 수 있을 것이다. 또는 최소한 실제와 다른 어떠한 부정행위나 불순한 의도를 의심하면서 기사를 읽지는 않을 것이다.

신뢰를 높이는 기사 설명법

언론사들은 ‘회사 소개’나 ‘윤리 강령’ 등의 페이지를 통해 회사의 지향점이나 가이드라인 등에 대해 알리고 있다. 문제는 대부분의 독자들은 일일이 이 같은 페이지를 방문하며 언론사를 파악하지도 않을뿐더러, 개별 기사에 대한 신뢰는 이와는 별개의 문제라는 것이다. 그렇다면 독자가 실제로 읽는 기사에 해당 기사를 둘러싼 구체적인 배경을 설명하면 어떨까?

언론 신뢰를 높이기 위한 활동을 하는 미국의 단체 ‘트러스팅 뉴스(Trusting News)’는 “연구에 의하면 뉴스룸이 취재 과정에 대한 설명과 인사이트를 제공했을 때 목표나 동기에 대해 사람들이 더 잘 이해할 수 있고 언론사에 대한 인식도 향상된다”며 “이런 류의 투명성은 결과물에 대한 불신으로 이어지는 나쁜 추정을 하게 되는 것을 방지한다”고 말한다.¹⁾

투명성을 구성하는 요소는 취재 과정, 제작자, 동기, 윤리나 가치와 같이 독자들이 알기를 원하는 것으로 구성된다. 모든 기사에 그렇게 할 필요는 없지만, 논란이 될 만한 주제를 다뤘거나 추가적인 노력을 기울인 기사에는 아래 질문에 답할 것을 트러스팅 뉴스는 권한다.

- 왜 해당 기사를 취재했는지: 무엇을 보도할지 어떻게 고르며, 기사 아이디어는 어디서 얻었으며, 취재를 통해 어떤 질문에 답하고 싶은지
- 어떻게 기사를 취재했는지: 출처, 팩트 체크, 얼마나 많은 시간을 쏟았는지, 기사와 관련된 윤리적인 결정에 대한 대화는 무엇이었는지
- 일하는 방식에 대해 독자가 추가로 알아야 할 것: 비즈니스 관계, 공문서 정보공개 청구 등

미국 언론사에서 이처럼 취재 과정을 상세히 설명하는 사례는 심심찮게 접할 수 있다.

〈LA타임스〉는 LA에서 코로나19로 인한 사망률이 상대적으로 높은 과밀한 주거 지역의 실태를 보도한 적이 있다.²⁾ 취재진은 별도의 기사를 통해 취재 과정을 다음과 같이 설명했다.³⁾

“과밀화된 주거지에 대한 우리 기사는 코로나19가 만연한 비좁은 주거공간에서 수십 번의

1) Transparency. Trusting News. URL: <https://trustingnews.org/trustkits/transparency/> (2023. 5. 10. 최종검색)

2) Mejia, B., Dillon, L., Lemee, G. L. and Kambhampati., S. (2022, 10. 19). L.A.'s love of sprawl made it America's most overcrowded place. Poor people pay a deadly price. (Los Angeles Times). URL: <https://www.latimes.com/california/story/2022-10-19/los-angeles-history-overcrowding-united-states>

3) Mejia., B., Dillon., L., Liam Dillon (2022, 10. 19). A century of overcrowded homes: How we reported the story. (Los Angeles Times). URL: <https://www.latimes.com/california/story/2022-10-19/overcrowded-los-angeles-homes-reporting>

인터뷰와 방문을 동반했다. 우리는 역사적인 책들, 학술 저널, 구전, 인구 조사 및 공공 건강 데이터, 도시 공문서, 신문사 클리핑 등을 자세히 살펴봤다. 기사에 기록된 과밀화로 인해 고군분투하는 사람들에 더해, 자신의 시간과 전문성을 관대하게 공유해준 역사가와 연구자들에게도 공(功)을 돌리고 싶다.”

더 투명하고, 더 다각적으로 공개하기

취재·제작 과정을 보여줄 수 있는 방법은 무척이나 다양하다. 음식도 원산지나 조리 과정을 표기하는 것을 넘어서 원재료가 생산되는 농장 투어나 오픈 주방을 운영할 수도 있듯이 말이다. 농장에서 식탁까지의 전 과정과 배경을 세심하게 조명하는 다큐멘터리와 같은 영상을 방영한다면 음식에 대한 신뢰도는 한층 더 높아질 것이다. 기사 역시 마찬가지다.

〈뉴욕타임스〉는 ‘타임스 인사이드(Times Insider)’라는 코너⁴⁾를 운영한다. 〈뉴욕타임스〉에 실린 기사의 이면을 보여주는 코너다. 취재기자가 7개월간 현장을 누빈 이야기, 데이터 저널리스트가 PDF로 된 문서 터미를 다운받아 분석한 이야기 등 다양한 배경이 소개된다. 〈NPR〉 비주얼팀은 블로그를 통해 브레인스토밍과 개발에 이르는 제작과정을 소개하기도 했다.⁵⁾

〈텍사스 트리뷴〉은 2022년 선거를 앞두고 “선거 보도에서 기대할 수 있는 것”이라는 제목의 기사를 발간해 독자가 궁금해 할 법한 사항을 설명했다.⁶⁾ 언론사가 투표를 어떻게 설명하는지, 정치인의 책임을 어떻게 묻는지, 가짜 뉴스는 어떻게 다루는지 등에 대해 상세히 다뤘다.

언론사들은 한 발짝 더 나아가 독자에게 언론사와 관련해 무엇이 궁금한지를 묻고, 이에 대한 답변을 제공하기도 한다. 〈시애틀타임스〉 탐사보도팀은 독자들에게 그들이 알고 싶어하는 것이 무엇인지 질문한 뒤, 자주 제기된 질문에 대한 답변을 담은 페이지를 만들었다.⁷⁾ 당시 독자로부터 취재 과정과 윤리 정책에 대해 무려 60개가 넘는 질문이 접수됐다고 한다. 이를테면 “팀에서는 어떤 주제를 탐사할지에 대한 우선순위를 어떻게 정하느냐”는 질문에 대해 〈시애틀타임스〉 탐사보도 기자인 마이크 리처(Mike Reicher)는 이렇게 답했다.

“우리는 권력자들에게 책임을 물을 수 있는 질문을 찾고 있습니다. 대기업의 리더일 수도

4) URL: <https://www.nytimes.com/series/times-insider>

5) URL: <https://blog.apps.npr.org/blog/>

6) 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/>

7) Taylor Blatchford (2021, 11, 5). Answers to your questions about The Seattle Times’ investigative journalism. 〈The Seattle Times〉. URL: <https://www.seattletimes.com/seattle-news/times-watchdog/faq-how-the-seattle-times-does-investigative-journalism/>



있고, 유망한 정치인일 수도 있습니다. 종종 사람들의 삶을 좌우하는 무명의 업무 기관일 수도 있습니다. 우리는 특히 궁극적으로는 정부 기관 내부의 비밀을 폭로하는 것을 좋아합니다. 독자의 삶에 영향을 직접적으로 미치는 기사가 우선순위이고, 그렇기 때문에 시애틀, 워싱턴 주, 또는 태평양 연안 북서부와의 강력한 연관성을 찾습니다. 우리는 구조적인 문제를 폭로하기를 원하는데, 이것은 통상 작은 집단이나 단지 한 명의 개인에게 영향을 미치는 기사를 다루지는 않는다는 것입니다. 우리는 특별히 취약한 피해자들, 침묵해왔거나 관심을 환기할 능력이 없는 사람들을 찾습니다. 큰 영향력을 발생시킬 수 있는 잠재력을 가진 기사도 다루려고 합니다. 법을 바꾸거나 문제가 있는 정치인을 제하거나 정책을 형성하고, 부당한 사업 관행을 끝내거나 다른 광범위한 개혁 말입니다. 독자들로부터 많은 흥미로운 팁을 얻지만 시간과 자원이 한정돼 있는 상황에서 어떤 기사를 취재하느냐는 어려운 결정을 내려야 합니다. 이걸 우리에게 가장 어려운 일 중 하나입니다.”

투명한 해설의 힘

기사가 ‘객관적으로’ 보이기엔 불가능에 가깝다. 소재의 모든 면모를 동일하게 다루며 종합한다면 백과사전에 가까워질 것이고, 복잡다단한 정보를 한정된 공간에 모두 담을 수도 없



을 것이다. 게다가 이해관계자들은 자신의 입장을 대변해주는 것이 객관적인 기사라고 생각한다. 기자들은 현장에서 건져낸 수많은 팩트들을 바탕으로 포인트를 잡아 보도하되, 그 과정과 판단에 부끄러움이 없어야 할 것이다. 그것을 보여줄 수 있는 수단이 '투명한 해설'이다.

국내 언론계도 취재·제작 과정을 해설하는 시도를 하고 있다. 동아일보는 깊이 있는 저널리즘에 작품성을 가미한 대표작을 '히어로콘텐츠'라는 이름으로 선보이고 있는데, '인사이드'라는 코너를 통해 취재·제작 과정을 해설하고 있다.⁸⁾ 기자들은 당초 어떤 고민을 하면서 주제를 선정했는지, 취재원을 어떻게 섭외했는지, 취재 과정의 어려움은 무엇이었는지 등을 소개한다. 기사 제작에 참여한 기획자와 디자이너 개발자도 연재에 함께한다. 기획이나 디자인 과정은 어떠했고 개발 상의 고민을 어떻게 해결했는지 등을 생생하게 설명하고 있다.

필자는 히어로콘텐츠 출범 초기에 기획자이자 프로젝트 매니저로 일했다. '인사이드' 코너 운영을 함께하면서, 투명도가 높을수록 불필요한 의심이나 추정이 싹트기 어려움을 알게 됐다. 제작 이면을 수면 위에 드러내는 것은 독자로부터 신뢰를 한층 강화하는 계기가 됐다.

모든 기사에 거창하고 상세한 해설을 달아야 하는 것은 아니다. 취재 과정을 엿볼 수 있는 작은 단서만으로도 독자들은 기사에 대한 신뢰를 한층 높일 수 있을 것이다. <뉴욕타임

8) URL: <https://original.donga.com/inside>

스)의 바이라인 개선 조치가 좋은 예시가 될 것이다. 〈뉴욕타임스〉는 얼마 전 디지털 기사에서 보도의 시간과 장소를 보여주던 기존 ‘데이트라인(dateline)’의 표기 방식을 종료하고, 이를 한층 개선된 바이라인으로 변경한다고 밝혔다.⁹⁾ ‘워싱턴(WASHINGTON)’이라고 하는 대신, ‘워싱턴에서 보도(Reporting from Washington)’라고 표기해 기자가 현장에 있다는 것을 명확히 하거나, 취재 노력에 대해 더 광범위한 묘사를 포함하면서 장소를 표시하는 것이다.

〈뉴욕타임스〉의 독자 연구에 따르면 독자들은 데이트라인이 뉴스의 장소를 의미한다는 것을 이해하지만, 기자들이 그 장소에 있었다는 것까지 알진 못해 혼선을 겪는 경우가 많았다고 한다. 〈뉴욕타임스〉 측에서는 “새로운 형식은 뉴스 수집의 범위를 더욱 완전하게 묘사하고 전문가 목격자로서의 역할을 강조하면서 이를 통해 신뢰도를 끌어올릴 수 있다”고 밝혔다.

언론에 대한 독자의 신뢰 하락은 오래도록 이슈가 돼왔다. 어떤 방식이든, 취재 이면을 조금이라도 엿볼 수 있다면 기사에 대한 신뢰도는 한층 높아질 것이다. 결과물이 무엇이건 어떤 사람이 무슨 과정을 거쳐 그것을 내놓았는지가 불투명하다면 신뢰를 쌓기 쉽지 않다. 브랜드 이미지만으로는 불충분하다. ‘우리를 신뢰해달라’가 아닌, ‘우리를 신뢰할 수 있도록 무엇을 할 테니 신뢰해달라’고 해보면 어떨까. 독자의 신뢰는 ‘언론사 하기 나름’일 수 있다. 🌐

9) The New York Times (2023. 5. 23). An Update on Datelines. 〈The New York Times〉. URL: <https://www.nytc.com/press/an-update-on-datelines/>

미국에서의 언론사에 대한 명예훼손소송: 사실과 의견의 구분

– Dominion v. Fox News소송과 Herring Networks v. Maddow판결 –

이효진 Corporate Counsel, EBIN New York, Inc.
(변호사, 워싱턴DC변호사협회 변호사)



I. 들어가며

최근 미국에서 제기된 명예훼손소송 중에서 초미의 관심사인 소송은 도미니언 보팅 시스템즈(Dominion Voting Systems)¹⁾가 미국의 대표적인 보수언론매체인 폭스 뉴스 네트워크(Fox News Network)를 상대로 제기한 명예훼손 소송이다(이하 ‘도미니언 소송’이라 한다). 2020년 미국 대선이 도널드 트럼프(D. Trump) 전(前) 대통령의 재선 실패로 끝난 후, 폭스 뉴스 진행자인 지닌 피로(Jeanine Pirro)는 도미니언 보팅 시스템즈(이하 ‘도미니언’이라 한다)와 그 경쟁사인 스마트매틱(Smartmatic) 등 미국 대선의 선거용 전자시스템 제공에 참여한 회사들이 투표 시스템의 프로그램 조작을 통하여 조 바이든(J. Biden) 미국 대통령의 당선을 이끌어 냈다는 발언을 하였다.

이에 도미니언은, 2021년 3월 경 미국 델라웨어 주(州) 법원에 폭스 뉴스 방송의 진행자가 도미니언에 대한 사실왜곡성 발언을 함으로써 도미니언의 명성과 사업 전망에 막대한 손해를 끼쳤다는 이유로 폭스 뉴스 네트워크(이하 ‘폭스 뉴스’라 한다) 및 그 진행자를 상대로 약 1

1) 미국을 비롯한 다양한 국가에서 전자투표 시스템, 투표지 스캐너, 투표용 소프트웨어 등을 제공하는 다국적 기업이다.

조 8천억 원의 천문학적 손해배상액을 청구하는 명예훼손 소송을 제기하였다.²⁾ 피고 폭스 뉴스 측은 문제된 방송에서의 발언은 사실을 적시한 발언이 아니라 정치적 의견 표명이었을 뿐이므로 명예훼손이 성립하지 아니한다고 항변하였으나, 법원(Delaware Superior Court)은 2023년 3월 31일에 내린 약식판결(Summary Judgment)에서 피고 폭스 뉴스 측의 항변을 배척하고 본 사건을 정식 재판인 배심원 재판으로 진행하도록 결정하였다.³⁾ 이에 따라, 도미니언 소송은 2023년 4월 중순 경부터 배심원 재판으로 진행될 예정이었으나⁴⁾, 배심원 재판에서 승산이 없을 것임을 예상한 피고 폭스 뉴스 측이 11시간에 걸친 협상을 진행한 끝에 도미니언에 약 9천억 원 상당의 합의금을 지급하는 것으로 도미니언 소송을 마무리 지었다.⁵⁾

도미니언 소송에서 본 바와 같이, 명예훼손 소송에서 문제된 발언 또는 표현행위가 사실의 적시인지, 의견의 표명인지에 대한 구분은 중요하다. 이에 대하여 우리나라 대법원 판결과 미국 연방법원의 판결을 통하여 이하에서 살펴본다.

II. 대법원 판결에서의 사실과 의견의 구분 기준

우리나라 형법상 명예훼손죄가 성립하려면 사실의 적시가 있어야 한다.⁶⁾ 여기서 사실의 적시란, 가치판단이나 평가를 내용으로 하는 의견표현에 대치되는 개념으로서 특정인의 사회적 가치나 평가가 침해될 가능성이 있을 정도로 구체성을 띤 사실을 지적하여 보여주는 것을 의미한다. 다시 말하면, 시간적으로 또는 공간적으로 구체적인 과거 또는 현재의 사실관계에 관한 보고나 진술로서 그 표현내용이 증거에 의한 증명이 가능한 것을 사실의 적시라 한다.

명예훼손죄가 성립하기 위한 법률적 요건이 이렇하기 때문에, 어떠한 진술이 사실의 적시인지 아니면 의견의 표명인지에 따라 죄의 성립 여부가 판가를 나기도 한다. 이에 관한 구체적인 예시로 최근에 선고된 우리나라 대법원 판결⁷⁾의 사실관계를 살펴보자.

이 사안에서 피고인은 주민자치위원인 A에게 전화를 걸어 “어제 열린 00동 마을제사 행사

2) “우리나라 형법상 명예훼손죄와 같이 미국의 23개 주(州)에서는 명예훼손행위를 범죄(crime)로 의율하고 있으나, 나머지 27개 주에서는 명예훼손행위를 불법행위(torts)로 보아 민사상 손해배상책임을 부과한다. 미국에서 가장 인구가 많은 주들로 손꼽히는 뉴욕 주나 캘리포니아 주, 그리고 도미니언 소송이 제기된 델라웨어 주는 후자에 속한다.

3) Chase, R. and Bauder, D. (2023, 3, 31). Judge: Dominion defamation case against Fox will go to trial. (Associated Press News). URL: <https://apnews.com/article/fox-news-dominion-trump-election-lies-voting-42cae434c4ctadbbafe73d1f2bca8e4d>.

4) Timm, J. C. (2023, 4, 16). What you need to know about the Dominion v. Fox News trial. (NBC News). URL: <https://www.nbcnews.com/media/dominion-fox-news-trial-what-to-know-rcna79204>.

5) Taylor, M. (2023, 4, 18). Fox News reaches \$787.5 million settlements in Dominion’s defamation lawsuit. (POLITICO). URL: <https://www.politico.com/news/2023/04/18/fox-news-reaches-settlement-with-dominion-in-defamation-lawsuit-00092621>

6) 「형법」 제307조(명예훼손) ①공연히 사실을 적시하여 사람의 명예를 훼손한 자는 2년 이하의 징역이나 금고 또는 500만원 이하의 벌금에 처한다.

7) 대법원 2022. 5.13. 선고 2020도15642 판결

에 남편과 이혼한 피해자도 참석을 하여, 이에 대해 행사에 참여한 사람들 사이에 안 좋게 평가하는 말이 많았다”고 말하고, 00동 주민들과 함께한 저녁식사 자리에서 “피해자는 이혼했다는 사람이 왜 마을제사에 왔는지 모르겠다”고 말하였다. 이에 피해자는 본인이 이혼하였다는 사실을 피고인이 공공연하게 적시하여 피해자의 명예를 훼손하였다는 이유로 피고인을 형사 고소하였고, 피고인은 사실적시 명예훼손죄로 기소되었다. 본 사건의 1심과 2심 법원은 피고인에 대하여 사실적시 명예훼손죄가 성립한다고 판단하였으나, 대법원의 판단은 달랐다.

우리나라 대법원 판례는 “판단할 진술이 사실인지 아니면 의견인지를 구별할 때에는 언어의 통상적 의미와 용법, 증명가능성, 문제된 말이 사용된 문맥, 표현이 이루어진 사회적 상황 등 전체적 정황을 고려하여 판단해야 한다”라는 기준을 제시한 바 있다.⁸⁾ 이는 사실 적시인지 아니면 의견 표명인지를 구분하는 기준을 명확하게 제시하는 것은 어려우며, 결국 개별 사안에서 도출된 증거들을 전체적으로 그리고 종합적으로 고려하여 그 여부를 판단하는 수밖에 없다는 의미이다.

위 ‘이혼 발언’ 사건으로 돌아가 보자. 이 사건에서 대법원은 우선, 이혼하였다는 사실 자체만을 언급한 것은 피해자의 사회적 가치나 평가를 떨어뜨린다고 볼 수 없다고 판단하였다. 또한 대법원은, 이 사건 발언의 배경과 내용 등에 비추어 보면, 문제가 된 발언은 피해자에 관한 과거의 구체적인 사실을 진술하기 위한 것이 아니라 피해자의 마을제사 참석에 대한 부정적인 가치판단이나 평가를 표현하고 있을 뿐이라고 보았다. 즉, 위 ‘이혼 발언’은 피해자의 사회적 가치나 평가를 침해하는 구체적인 사실의 적시에 해당하지 않는다는 것이다. 결론적으로 대법원은 피고인의 발언이 사실의 적시가 아닌 의견의 표명에 불과하므로 명예훼손죄가 성립하지 않는다고 판단하였다.

III. 미국 연방법원 판결에서의 사실과 의견의 구분 기준

이러한 우리나라 대법원 판결과 같이 명예훼손의 성립 여부와 관련하여 사실과 의견의 구분을 다룬 판결이 미국 연방항소법원에서 선고된 바 있다. 이른바 헤링 네트워크사(社) 대 매도우(Herring Networks, Inc. v. Maddow) 판결이다(이하 ‘매도우 판결’이라 한다).⁹⁾ 이 사건은 한 언론사가 다른 언론사 및 그 소속 언론인에 대하여 명예훼손 소송을 제기하면서 천만 달러에 달하는 거액의 손해배상을 청구한 사건이다.

진보성향의 미국 언론매체 엠에스엔비씨(MSNBC) 방송사에 소속된 저명 시사평론가 레이

8) 대법원 2018. 9. 28. 선고 2018도11491 판결 등 참조

9) Herring Networks, Inc. v. Maddow, No. 20-55579, 2021 WL 3627126 (9th Cir. Aug. 17, 2021)

첼 매도우(Rachel Maddow)는 2019년 7월경에 자신이 진행하는 방송프로그램에서 ‘데일리 비스트(Daily Beast)’라는 언론매체가 보도한 어느 보고서에 대한 내용을 다룬다. 그 보고서(이하 ‘데일리 비스트 보고서’라 한다)는 보수성향의 미국 언론매체인 오에이엔(OAN) 방송사에 관한 내용을 담고 있었다.

문제가 된 매도우의 방송에서는 “오에이엔 방송사 소속 직원이 러시아 정부가 자금을 지원하는 선전매체인 ‘스푸트니크(Sputnik)’ 언론사를 위해, 친(親)푸틴 대통령 성향의 선전물을 생산하기 위해, 러시아 정부로부터 보수를 받고 있다”는 데일리 비스트 보고서의 내용을 담은 영상물이 방영되었다. 또한 매도우는 데일리 비스트 보고서의 내용 중 ‘오에이엔 방송사에는 러시아의 크렘린 대통령궁을 위한 선전물로 묘사되는 보도나 영상을 방영한 역사가 있다’는 부분을 언급하면서 아래와 같은 발언을 덧붙였다.

“그렇다면 미국에서 가장 비굴하게 아부하는 친(親)트럼프 대통령 성향의 우익 뉴스매체는 말 그대로 (러시아의) 돈을 받는 러시아 선전매체이다. 그 매체에서 방송 중인 미국 정치부 기자들은 러시아 정부를 위한 선전물을 생산하기 위해 러시아 정부로부터 보수를 받고 있다.” (“In this case, the most obsequiously pro-Trump right wing news outlet in America really literally is paid Russian propaganda. They’re [sic] on air U.S. politics reporter is paid by the Russian government to produce propaganda for that government.”)

위 발언을 빌미로 오에이엔 방송사는 캘리포니아 남부연방지방법원(U.S. District Court of Southern California)에서 매도우와 엠에스엔비씨 방송사를 상대로 명예훼손 소송을 제기하였다. 원고 오에이엔 방송사는, 피고 매도우의 발언이 명백한 거짓이며 자사의 평판과 향후 사업전망에 크나큰 피해를 야기하는 명예훼손적 발언이라고 주장하였다. 이에, 피고 매도우 측은 문제가 된 발언이 표현의 자유 및 언론의 자유를 보장하는 미국 수정헌법 제1조의 보호를 받는 발언임을 강조하면서¹⁰⁾ 해당 발언은 사실을 적시한 발언이 아니며, 타 언론매체의 보도에 의하여 이미 공개된 사실에 대한 정치적인 의견 표명에 불과한 발언이었으므로 명예훼손에 의거한 손해배상 책임이 성립하지 않는다고 맞섰다.

1심 법원은 매도우 측의 주장을 받아들여 오에이엔 방송사의 손해배상청구를 기각하였다.¹¹⁾ 이에 오에이엔 방송사는 1심 법원의 판결에 항소하였다. 그러나 2심 법원인 미국 연방 제9순

10) 미국 수정헌법 제1조(The First Amendment 또는 Amendment I)는 미국의 헌법 수정안으로서, (i) 특정 종교를 국교로 정하거나(국교금지), (ii) 자유로운 종교 활동을 방해하거나(종교의 자유 보장), (iii) 언론의 자유를 막거나(언론의 자유 보장), (iv) 출판의 자유를 침해하거나(출판의 자유 보장), (v) 평화로운 집회의 자유를 방해하거나(집회의 자유 보장), (vi) 정부에 대한 탄원의 권리를 막는 어떠한 법률의 제정도 금지하고 있다. 미국 수정헌법 제1조는 표현의 자유를 보장하는 대표적인 조항이다.

11) Herring Networks, Inc. v. Maddow, 445 F. Supp. 3d 1042, 1054 (S.D. Cal. 2020)

회항소법원(이하 ‘연방항소법원’이라 한다) 또한 1심 법원과 같이, 매도우 측의 손을 들어주어 오에이엔 방송사의 항소를 기각하였다.

문제가 된 발언만을 놓고 보면, 매도우는 마치 사실을 적시한 명예훼손적 발언을 한 것처럼 보인다. 그렇다면 연방항소법원은 어떻게 매도우의 발언이 사실의 적시가 아닌 의견의 표명에 불과하여 명예훼손에 의한 손해배상책임이 성립하지 않는다는 결론을 내리게 되었을까?

이 질문에 대한 답은 두 가지 측면에서 살펴볼 수 있다. 첫 번째 측면은, 표현의 자유와 언론의 자유를 보장하기 위한 미국의 수정헌법 제1조 및 미국 주정부 차원에서의 법률적 보장 측면이다. 두 번째 측면은, 앞서 살펴본 우리나라 대법원 판결과 같이, 문제가 된 표현 행위의 구체적인 맥락에 대한 종합적인 관찰과 관련된다. 이하에서는 첫 번째 측면과 두 번째 측면을 순차적으로 살펴본다.

1. 미국에서의 언론 및 표현의 자유의 법률적 보장

우선, 미국은 언론의 자유와 표현의 자유를 보장하는 것을 국가와 정부의 매우 중대한 책무 중 하나로 인식하고 있는 나라다. 따라서 언론의 자유와 표현의 자유는 미국 수정헌법 제1조에서뿐만 아니라 각각의 주에서 개별적으로 제정 또는 도입한 법률로도 보호하고 있다. 매도우 판결이 내려진 캘리포니아 주는 특히나 전략적 봉쇄소송 억제법(Anti-SLAPP Statute)을 도입하여 표현의 자유 및 언론의 자유를 한층 강하게 보호하고 있는 주이다. 여기서 전략적 봉쇄소송 억제법이란, ‘재갈 물리기 소송’ 또는 ‘입막음 소송’이라고도 불리는 ‘전략적 봉쇄소송(Strategic Lawsuit Against Public Participation: 이하 ‘SLAPP’이라 한다)¹²⁾을 무력화(無力化)하는 법률을 말한다. 미국 연방의회 차원에서의 SLAPP억제법이 통과되지는 않았으나, 2022년 10월 기준으로 뉴욕 주와 캘리포니아 주 그리고 도미니언 소송이 제기된 델라웨어 주를 포함한 미국 32개 주 및 컬럼비아 특별구(Washington, D.C.)에서는 SLAPP억제법이 시행 중이다.¹³⁾

오에이엔 방송사의 공격을 막을 방패로써 매도우 측이 내세운 것도 캘리포니아 주의 SLAPP억제법이었다. 캘리포니아 주의 민사소송법(California Code of Civil Procedure § 425.16)은 “공적으로 중요한 사안에 관한 (일반대중 또는 언론의) 지속적인 참여를 장려하는

12) 전략적 봉쇄소송(SLAPP)이란, 승소 자체가 목적이기 보다는 상대방에게 소송비용 부담과 정신적인 고통을 야기함으로써 공적인 사안에 대하여 개인 또는 언론이 갖는 표현의 자유를 억제하거나 그들의 공적인 참여를 위축시키기 위하여 정부나 고위공직자 또는 대기업 등이 제기하는 부당한 소송을 의미한다.

13) Anti-SLAPP Legal Guide (The Reporters Committee for Freedom of the Press) Legal Resources+. URL: <https://www.rcfp.org/anti-slap-legal-guide/>.



것이 공공의 이익에 부합하므로, (일반대중 또는 언론의) 공적 참여는 사법 절차의 남용에 의하여 억압되어서는 아니된다”고 규정하고 있다.¹⁴⁾ 매도우 판결에서 연방항소법원은 캘리포니아 주 SLAPP억제법의 목적과 이를 달성할 방법론에 대하여 실시하였다.

연방항소법원에 따르면, 캘리포니아 주의 SLAPP억제법의 목적은 (i) 미국 헌법상 기본권인 표현의 자유와 관련된 사건에서 (ii) 비용 부담 및 시간적 소모가 큰 소송을 수단으로 삼아 (iii) 공적인 사안에 관한 발언을 위축시키는 소송이 제기된 경우에 (iv) 원고의 본안 청구가 이유 없음이 명백하다면, 조기에 원고가 제기한 소를 각하하거나 원고의 청구를 기각하는 것이라고 판단하였다. 또한, 이러한 법의 목적을 달성하기 위한 방법론으로 법원은 SLAPP억제법을 폭넓게 해석할 재량을 갖는다고 판시하였다.

나아가 연방항소법원은 캘리포니아 주의 SLAPP억제법의 구체적인 해석에 있어서, 피고 매도우 측의 SLAPP억제법에 기초한 항변을 법원이 심리하기 위해서는 사안을 두 단계로 나누어 살펴보아야 한다고 판시하였다.

첫 번째 단계는 SLAPP억제법에 기반한 피고의 항변이 형식적인 요건을 충족하는지에 관하여 살펴보는 단계이다. 이 단계에서의 입증책임은 피고가 부담한다. 즉, 원고의 소제기가

14) California Code of Civil Procedure § 425.16 [Anti-SLAPP Statute] The Legislature finds and declares that it is in the public interest to encourage continued participation in matters of public significance, and that this participation should not be chilled through abuse of the judicial process.

피고의 헌법상 기본권인 표현의 자유를 행사하기 위하여 한 피고의 표현 행위에 기반하고 있음을 피고가 증명하여야 한다. 다시 말하면, 원고가 피고에게 압박을 가하여 피고의 기본권인 표현의 자유를 위축시킬 목적으로 소제기를 한 것인지 법원이 살펴보겠다는 것이다. 이 첫 번째 단계에서 피고가 입증책임을 다하였다면, 두 번째 단계에서의 입증책임은 원고가 부담한다.

두 번째 단계는 당사자들의 주장을 실제적인 차원에서 살펴보는 본안 심리의 단계이다. 이 단계에서 원고는 자신이 제기한 소송에서 승소할 합리적인 개연성(reasonable probability)이 있음을 증명하여야 한다. 여기서 합리적인 개연성 요건은, 원고의 소제기가 충분한 법률적 근거에 기반하고 있는 경우이거나 합리적인 배심원단이라면 원고의 편을 들어줄 가능성이 예상되는 경우에 충족된다. 만약 두 번째 단계에서 원고가 자신이 승소할 합리적인 개연성을 입증하지 못한다면, 즉 원고의 주장을 뒷받침할 법률적 근거가 부족한 경우이거나 합리적인 배심원단이라면 원고의 편에 서지 않을 것임이 명백한 경우에는, 법원은 반드시 SLAPP억제법에 기반한 피고의 항변을 받아들여야 한다.

매도우 판결에서 연방항소법원은 구체적인 증거들을 살펴본 후에, 피고 매도우 측이 위 첫 번째 단계에서의 입증책임을 다하였다고 판단하면서 두 번째 단계로 넘어가 원고가 합리적인 개연성에 관한 증명책임을 다하였는지 살펴보았다. 여기서 이 두 번째 단계가 바로 우리나라 대법원 판례가 제시한 사실과 의견의 구분 기준과 같이 명예훼손적 발언이 나온 맥락과 상황에 대한 관찰과 관련되며, 앞서 제기된 질문에 대한 답의 두 번째 측면에 관한 것이라고도 하겠다.

2. 표현행위의 맥락 및 상황에 대한 종합적인 관찰

연방항소법원은, 먼저 캘리포니아 주의 불법행위법에서 명예훼손을 어떻게 정의하고 있는지 살펴본 후 캘리포니아 주법상 명예훼손이 성립하려면 문제된 발언이 사실의 적시(a statement of fact)여야만 한다고 보았다. 다음으로, 문제된 발언이 사실의 적시인지 의견의 표명인지를 판단하기 위해서는 연방법원의 판례에 따라 “합리적인 배심원단이 문제된 발언을 접했을 때, 그 발언이 객관적 사실에 대한 주장(an assertion of objective fact)을 내포하고 있다고 결론 내릴 수 있겠는지” 고려해 보아야 한다고 실시하였다.¹⁵⁾ 만약 이 질문에 대한 답이 ‘아니오’라면 문제된 발언은 자동적으로 미국 수정헌법 제1조의 보호를 받아 명예훼손의 책임으로부터 자유로워진다. 앞서 소개한 우리나라 대법원 판결에서도 비슷한 고민이 드러나

15) Unelko Corp. v. Rooney, 912 F.2d 1049, 1053 (9th Cir. 1990)

있었다. 문제된 발언이 사실의 적시인지 아니면 의견의 표명에 불과한지에 따라 명예훼손 책 임의 성립 여부가 판가름 나기 때문에, 연방항소법원은 다시 아래와 같이 연방법원의 판례상 세분화된 세 가지 요건들을 제시하여, 어떤 발언이 사실의 적시인지 아닌지를 살펴보았다.

- (1) 문제된 발언의 전체적인 어조를 살펴보았을 때, 합리적인 배심원단이라면 피고가 사실을 적시하 였다는 인상을 받을지 여부
- (2) 문제된 발언에서 피고가 비유적이거나 지나치게 과장된 언어(figurative or hyperbolic language) 를 사용함으로써 사실의 적시를 하였다든 인상이 부정되는지 여부
- (3) 문제된 발언이 참인지 거짓인지 증명 가능한 성질의 발언인지 여부¹⁶⁾

연방항소법원은 위 세 가지 요건들을 종합하면서, 본 사건은 결국 문제된 매도우의 발언을 둘러싼 총체적 상황에 대한 평가(totality of the circumstances test)가 요구되는 사안이므로 매도우의 발언이 어떤 맥락에서 나온 것인지 또한 자세히 살펴보아야 한다고 결론 내렸 다. 우리나라 대법원에서도 이와 유사한 판단을 하였다. 일견 명예훼손적 사실의 적시인 듯 보이는 발언이라 하더라도, 단순히 그 발언만을 놓고 판단할 것이 아니라, 그 발언을 구성하 는 “언어의 통상적 의미와 용법, 증명가능성, 문제된 말이 사용된 문맥, 표현이 이루어진 사 회적 상황 등 전체적 정황을 고려하여 판단해야” 한다는 것이다.

연방항소법원의 판단에 영향을 미친 요소에는 미국법률협회(American Legal Institute) 가 발행한 불법행위 보통법전집(Restatement of Torts)¹⁷⁾ 제2판 또한 해당되는 것으로 보 인다. 연방항소법원이 매도우 판결의 기초로 삼은 캘리포니아 주 불법행위법은 명예훼손에서 의 사실 적시와 의견 표명의 구분에 관하여 위 불법행위 보통법전집의 견해를 따르고 있다.¹⁸⁾ 불법행위 보통법전집에서는 일견 명예훼손적 사실의 적시로 보이는 발언인 ‘나는 그가 알코 올 중독자임에 틀림없다고 생각한다’라는 발언을 다루면서, 그 발언이 나온 맥락과 상황에 따 라서 발언의 성질이 어떻게 달라지는지를 보여 준다. 아래는 불법행위 보통법전집에 나온 사 실 적시와 의견 표명의 구분에 관한 구체적인 예시들이다.

¹⁶⁾ Partington v. Bugliosi, 56 F.3d 1147, 1153 (9th Cir. 1995)

¹⁷⁾ (Restatements of the law)는 특정 영역의 법률에 관한 해석론을 담은 일련의 논문집으로서 대다수의 미국 법률가나 법학자들이 비중 있게 참고하는 보통법전집이다.

¹⁸⁾ Volokh, E. (2021. 8. 17). One America's Network's Libel Lawsuit Against Rachel Maddow Rejected by Ninth Circuit. (Reason: The Volokh Conspiracy). URL: <https://reason.com/volokh/2021/08/17/one-america-networks-libel-lawsuit-against-rachel-maddow-rejected-by-ninth-circuit/>

[예시 1] “A가 B에게 그의 이웃인 C에 관한 편지를 쓴다. A의 편지에는 ‘나는 그가 알코올중독자임에 틀림없다고 생각한다’라고 적혀 있다. A의 편지를 본 배심원은 A의 발언이 단순한 의견의 표명에 불과한 것이 아니라, C에 관한 자신의 의견을 정당화할 수 있는 어떠한 사실을 A가 알고 있음이 시사된 것이라고 판단할 수도 있다.”¹⁹⁾ 이 경우에는 A의 C에 대한 명예훼손이 성립한다.

[예시 2] “A가 B에게 그의 이웃인 C에 관한 편지를 쓴다. A의 편지에는 ‘C는 6개월 전에 이사 왔다. 그는 도심지에서 근무한다. 나는 지난 6개월간 그를 두 번 보았는데, 그때마다 그는 휴대용 라디오에서 나오는 뉴스를 들으면서 뒷마당의 야외용 의자에 앉은 채 술병을 손에 들고 있었다. 나는 C가 알코올중독자임에 틀림없다고 생각한다.’라고 적혀 있다. 이러한 A의 발언은 C에 대한 명예훼손에 해당되지 않는다. 왜냐하면, A의 발언은 A가 C에 대하여 받은 인상을 뒷받침하는 사실만을 적시하고 있을 뿐, 그 외의 다른 내용은 내포하고 있지 않기 때문이다.”²⁰⁾

이처럼 같은 내용의 발언이라도 그 발언이 나온 맥락과 상황에 따라 사실의 적시가 되기도 하고 의견의 표명이 되기도 하기 때문에, 우리나라 대법원과 마찬가지로 연방항소법원 또한 매도우 판결을 내림에 있어서 문제된 매도우의 발언이 나온 맥락 및 상황을 중점적으로 고려하였다.

연방항소법원은 문제된 매도우의 발언이 위 불법행위 보통법전집의 [예시 2]에 해당하는 상황에서 나온 발언과 유사하다고 판단한 것으로 보인다. 우선, 연방항소법원은 문제된 매도우의 발언을 중심으로 그 발언 직전과 직후에 이루어진 매도우의 다른 발화에 비추어 매도우가 단순히 데일리 비스트 보고서에 기재된 사실을 반복적으로 언급하고 있었을 뿐이었다고 판단하였다. 또한, 문제된 발언이 나오기 직전까지 매도우가 데일리 비스트 보고서에서 언급된 사실 외의 추가적인 사실이나 비공개된 사실에 대하여 단 한 번도 시사한 바가 없었다는 점에 주목하였다. 이는 위 불법행위 보통법전집의 [예시 2]에서 A가 문제된 발언에 앞서 C에 관한 사실만을 나열한 것과 비슷한 상황인 것이라고 볼 수 있다. 마지막으로, 매도우의 문제된 발언이 데일리 비스트 보고서의 보도내용을 가감 없이 언급한 끝에 덧붙인 주관적 해석에 불과하다는 연방항소법원의 결론은, C에 관한 사실들을 나열한 끝에 덧붙인 ‘나는 C가 알코올


19) Illustration 3 of Restatement (Second) of Torts sec. 566

20) Illustration 4 of Restatement (Second) of Torts sec. 566

중독자임에 틀림없다고 생각한다’는 A의 발언이 의견 표명에 불과하다고 본 위 [예시 2]의 결론과 맞닿아 있다. 다시 말하면, 연방항소법원은 문제된 매도우의 발언이 데일리 비스트 보고서에 실린 사실을 보도한 이후에 그러한 사실 보도를 기반으로 화려한 수사어구를 덧붙인 매도우 방식의 뉴스 해설에 불과하였다고 결론 내린 것이다.

IV. 나가며

지금까지 우리나라 대법원 판결과 결을 같이 하는 미국 연방법원의 명예훼손 소송에서의 사실 적시와 의견 표명의 구분에 대한 판단 기준을 살펴보았다. 이 글의 도입부에서 소개한 도미니언 소송에서 델라웨어 주 법원이 피고 폭스 뉴스의 항변을 배척한 것도 사실 적시와 의견 표명의 구분에 대한 기준을 제시한 미국 연방법원 판례의 영향을 받은 것으로 보인다. 매도우 판결에서 연방항소법원은 문제된 발언이 매도우의 정치적 의견 내지는 타 언론매체의 보도에 대한 해설이라고 보았는데, 그 이유는 타 언론매체의 보도에서 이미 다른 사실을 매도우가 자신의 방송에서 먼저 가감 없이 언급한 후 자신의 해설을 덧붙였기 때문이다. 즉, 문제된 발언의 기초가 된 사실 보도의 발원지는 엠에스엔비씨 방송사나 매도우가 아니었다. 이와는 달리, 도미니언 소송에서의 델라웨어 주 법원은 문제된 폭스 뉴스 진행자의 발언이 사실의 적시에 해당한다고 보았는데, 그 이유는 폭스 뉴스가 도미니언이 선거 조작에 관여하였다는 사실 보도의 발원지였기 때문이다. 따라서 폭스 뉴스 진행자가 해당 보도와 관련된 정치적 의견 표명을 그에 덧붙였다고 하더라도 문제된 발언의 기초가 된 사실 보도의 발원지가 폭스 뉴스였다는 점은 부정할 수 없었을 것으로 보이며, 결과적으로 폭스 뉴스 진행자의 문제된 발언은 사실의 적시에 해당한다는 지적을 피하기 어려웠을 것으로 판단된다.

이처럼 사실의 적시인지 의견의 표명인지 구분하기 모호한 명예훼손 사건을 다룸에 있어, 우리나라 대법원의 판례와 결을 같이 하는 미국 연방항소법원의 매도우 판결의 의의는 크다고 하겠다. 도미니언 소송과 같이 언론매체를 상대로 한 명예훼손 소송에서 향후에도 매도우 판결에서 제시된 사실과 의견의 구분 기준이 대세로 자리매김할지 귀추가 주목된다. 

위원회 창립 42주년 기념식 개최

위원회 창립 42주년 기념식이 3월 29일 위원회 제강의실에서 개최되었습니다. 이석형 위원장은 기념식에서 “위원회 조정·중재제도의 신속·공정 처리의 위상과 신뢰는 매우 공고하며, 국제적으로도 상당히 높이 평가받고 있음을 체감한다”는 소감을 전하면서 “미디어 생태계의 급속한 변화에 대응할 수 있도록 능동적으로 대처해 나갈 것”을 당부했습니다. 이날 기념식에서는 유공직원으로 선정된 한병훈(기획팀), 박경미(조사팀), 임미숙(조사2팀), 황진아(심의팀), 김재근(부산사무소), 왕정민(감사관실) 직원에게 표창장이 수여되었습니다.



부산 지역 언론인 워크숍 개최

위원회는 오는 4월 11일 오후 1시부터 부산사무소 강의실에서 부산 지역 기자들을 대상으로 워크숍을 개최했습니다. 언론보도로 인한 법익침해 예방 및 지역 저널리즘 제고에 도움이 되는 내용으로 구성된 이번 워크숍에서는 부산일보 김승일 모바일전략국장이 '디지털 시대에 지역 기자로 살아남기'를 주제로 강연했으며, 위원회에서는 남승균 부산사무소장이 '슬기로운 언론분쟁 예방·해결, 정중태 심의팀 차장이 '시정권고 사례를 통해 본 보도 유의사항'을 주제로 강의를 진행했습니다.

선거기사심의위원회 결산좌담회 개최

2023년도 상반기 재·보궐선거 선거기사심의위원회는 지난 4월 28일 결산좌담회를 개최하고 그동안의 운영 성과 및 제도 개선 방안 등에 대해 논의했습니다. 2023년 2월 4일 출범해 5월 5일까지 약 3개월간 운영된 선거기사심의위원회는 총 7건의 불공정 선거보도를 심의·의결(경고 2건, 주의 5건)했습니다.



충청권역 대학언론 기자 대상 교육 연수 및 간담회 개최

위원회는 지난 6월 2일 대전에서 충청권역 대학언론 기자들을 상대로 교육 연수 및 간담회를 실시했습니다. <공사신문> 및 <카이스트방송국> 소속 학생기자 16명이 참가한 가운데 행사 1부에서는 구울화 대전사무소장의 언론법제·언론윤리 및 언론 분쟁해결 관련 전문 교육이 진행됐고, 2부에서는 김태호 홍보팀장이 OX 퀴즈 등을 통해 위원회의 기능과 역할을 안내하는 시간을 가졌습니다.

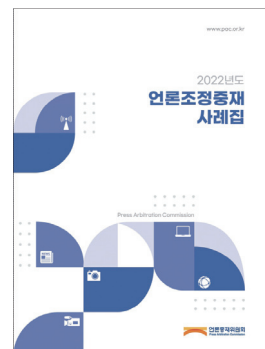


2022년도 시정권고 사례집 발간

위원회는 지난 4월 28일 <2022년도 시정권고 사례집>을 발간했습니다. 해당 사례집에서는 지난해 위원회가 시정권고 결정한 1,239건 중 장에 차별적 표현을 기사 제목에 부각한 경우, 대형 참사 관련 사진을 여과 없이 공표한 경우 등 주목할 만한 사례들을 모아 수록했습니다.

2022년도 언론조정중재사례집 발간

위원회는 지난 5월 31일 2022년에 처리한 주요 언론조정사례를 담은 <2022년도 언론조정중재사례집>을 발간했습니다. 이번 사례집에는 다양한 언론조정사건 처리 통계와 함께 유튜브 관련 조정사건 처리현황 및 인터넷 기반 매체의 피해구제 제도문 게재방식 등에 대한 분석을 수록하여 위원회를 통한 피해구제 방식의 양적·질적 효과를 가능케 볼 수 있도록 했습니다.





OTT라는 이름의 미디어 플랫폼이 가져온 드라마틱한 변화가
저널리즘 법제에 새로운 과제를 던져주고 있습니다.
언론중재 여름호에서는 새롭게 부각되고 있는
OTT 저널리즘을 짚어보았습니다.
이번 호가 관련 연구의 단초가
되기를 기대합니다.

언론중재위원회 등재학술지

미디어와 인격권

제9권 제2호 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

AI와 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 8월 15일 화요일 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.