2025

미디어법제 연구보고서

언론중재위원회
Press Arbitration Commission

2025

미디어법제
연구보고서

언론중재위원회
Press Arbitration Commission

목차 CONTENTS

PART 01 **미디어 환경 변화에 따른 피해구제보도 형식의 시기별 변화 분석:**
언론중재위원회 조정 사례를 중심으로

Ⅰ. 서론 ····· **8**

1. 문제제기 ····· 8
2. 연구목적 및 내용 ····· 10

Ⅱ. 이론적 논의 ····· **11**

1. 디지털 미디어 환경의 언론피해구제제도에 관한 논의 ····· 11
2. 매체 환경 변화에 따른 피해구제 형식의 변화 ····· 18
3. 언론피해구제 형식 관련 법률안 ····· 27

Ⅲ. 미디어 환경 변화에 따른 피해구제 형식 변화 분석 ····· **39**

1. 연구방법 ····· 39
2. 시기별 피해구제 형식 분석 결과 ····· 44

Ⅳ. 매체별 피해구제보도 사례분석 ····· **62**

1. 전통적인 언론의 피해구제 형식 ····· 62
2. 인터넷 신문의 피해구제 형식 ····· 66
3. 온라인 동영상 플랫폼의 피해구제 형식 ····· 69

Ⅴ. 결론 및 논의 ····· **79**

1. 연구의 요약 ····· 79
2. 시사점 및 제언 ····· 81
3. 연구의 의의와 한계 ····· 83

참고문헌 ····· 85

PART 02

유튜브 관련 인격권 침해 판결분석과 법제 개선 방안

- 2022~2024년 국내 민·형사 판결을 중심으로 -

Ⅰ. 서론 ····· 91

1. 연구의 목적과 필요성 ····· 91
2. 연구 범위와 방법 ····· 92

Ⅱ. 유튜브 관련 판결의 통계적 분석 ····· 95

1. 분석범위 및 내용 ····· 95
2. 민사판결의 통계적 분석 ····· 96
3. 형사판결의 통계적 분석 ····· 101

Ⅲ. 유튜브 관련 민사판결의 쟁점별 분석 ····· 103

1. 쟁점별 분석의 개관 ····· 103
2. 민사판결의 쟁점별 분석 ····· 107

Ⅳ. 유튜브 관련 형사판결의 쟁점별 분석 ····· 140

1. 형사판결의 분석 항목 ····· 140
2. 형사판결의 쟁점별 분석 ····· 143

Ⅴ. 유튜브 판결분석을 통한 시사점과 법제 개선 방안 ····· 154

1. 유튜브 판결분석을 통한 시사점과 한계 ····· 154
2. 법원 판결 차원에서의 개선방안 ····· 158
3. 입법 및 정책 차원의 개선방향 ····· 161

참고문헌 ····· 164

민사판결 목록 ····· 165

형사판결 목록 ····· 168

PART
01

미디어 환경 변화에 따른 피해구제보도 형식의 시기별 변화 분석:
언론중재위원회 조정 사례를 중심으로

정서현, 언론중재위원회 연구센터 연구원, 언론학 박사

Ⅰ. 서론 8
Ⅱ. 이론적 논의 11
Ⅲ. 미디어 환경 변화에 따른 피해구제 형식 변화 분석 39
Ⅳ. 매체별 피해구제보도 사례분석 62
Ⅴ. 결론 및 논의 79

표 목차

표 1 언론중재법상 피해구제보도 형식에 관한 주요 내용 ····· 20

표 2 매체특별성 피해구제 형식을 지정한 개정 법률안 ····· 30

표 3 원 보도와 동일한 분량을 지정한 개정 법률안 ····· 33

표 4 알림 표시에 관한 개정 법률안 ····· 35

표 5 피해구제 방법의 지침 마련 개정 법률안 ····· 38

표 6 보도문 가시성 요인의 매체별 분석 범위 ····· 41

표 7 피해구제 형식 내용분석 범주 ····· 43

표 8 연도별 피해구제보도 게재 매체 분석 ····· 45

표 9 연도별 피해구제보도의 제목 및 형식 분석 ····· 46

표 10 연도별 피해구제보도의 길이 분석 ····· 47

표 11 연도별 활자매체의 피해구제보도 가시성 분석 ····· 49

표 12 연도별 활자매체의 피해구제보도 활자 가시성 분석 ····· 50

표 13 연도별 영상매체의 피해구제보도 가시성 분석 ····· 52

표 14 연도별 영상매체의 피해구제보도 방송위치 분석 ····· 53

표 15 연도별 인터넷 매체의 피해구제보도 게재방식 분석 ····· 54

표 16 연도별 인터넷 매체의 피해구제보도 게재위치 분석 ····· 55

표 17 연도별 인터넷 매체의 피해구제보도 게재시간 분석 ····· 56

표 18 온라인 동영상 플랫폼의 피해구제보도 게재방식 분석 ····· 57

표 19 온라인 동영상 플랫폼의 피해구제보도 게재위치 분석 ····· 58

표 20 연도별 조정 결과에 대한 부제소 조항 분석 ····· 59

표 21 연도별 조정 결과에 대한 이행강제금 분석 ····· 60

그림 목차

그림 1 지면신문 피해구제보도 게재 예시 ····· 63

그림 2 방송에서의 피해구제보도 예시(좌)와 인터넷 홈페이지 다시보기(우) 예시 ····· 65

그림 3 인터넷 신문의 피해구제보도 별도 게재(좌)와 원보도 하단 게재(우) 예시 ····· 67

그림 4 언론사의 소셜미디어 인스타그램(좌)과 페이스북(우) 피해구제보도 게재 예시 ····· 69

그림 5 유튜브 영상 설명란(좌)과 댓글 최상단 고정(우) 피해구제보도 예시 ····· 71

그림 6 유튜브 피해구제보도 영상 게재 예시 ····· 72

그림 7 유튜브 영상 말미 피해구제보도 수정 게재 예시 ····· 73

그림 8 유튜브 제목 및 썸네일 수정 전(좌)과 수정 후(우) 피해구제 예시 ····· 75

Ⅰ. 서론

1. 문제제기

오늘날 뉴스는 더 이상 신문 지면과 방송 편성표 안에만 머물지 않는다. 인터넷 신문과 포털, 유튜브, 소셜미디어, 그리고 생성형 인공지능(Generative Artificial Intelligence)까지, 이용자는 다양한 미디어를 통해 단편화된 정보를 소비한다. 최근에는 숏폼 등 다양한 포맷의 뉴스 콘텐츠가 만들어지고 있으며, 국민 절반 이상이 유튜브(Youtube)를 통해 뉴스를 접하고 있는 상황이다(Reuters Institute, 2025). 더욱이, AI는 이용자가 원문 기사를 직접 클릭하지 않고도 정보를 얻을 수 있는 제로클릭(zero-click) 시대의 새로운 뉴스 소비 행태를 확산시키고 있다.[1]

이처럼 미디어 환경이 빠르게 디지털 중심으로 전환되는 동안, 언론보도로 인한 인격권 침해 역시 새로운 양상을 보이고 있다. 온라인 공간에서는 보도의 영향력이 시공간의 제약 없이 확산되며, 콘텐츠는 알고리즘에 따라 무작위로 확산되거나 빠르게 소멸되기도 한다. 하나의 뉴스 콘텐츠가 여러 플랫폼으로 복제되고 재전송되면서 원본의 맥락이 왜곡된 채 디지털 흔적으로 남는 현상도 빈번하다. 특히, 플랫폼 알고리즘은 자극적인 콘텐츠를 우선적으로 노출하는 경향이 있어(Milli et al., 2025), 정제된 피해구제보도는 대중의 관심에서 쉽게 밀려날 가능성이 높다. 영상 중심의 짧고 강렬한 콘텐츠 소비 패턴이 강화되면서, 정정·반론·추후보도와 같은 피해자의 원상회복을 위한 보도는 이용자의 주목을 끌기 어려운 구조적 한계에 놓이게 되었다. 그럼에도 우리 사회의 논의는 주로 징벌적 손해배상이나 허위조작정보 등 현상적 규제의 방향에 쏠려 왔고, 실제로 피해자에게 어떤 방식으로, 어느 수준의 피해구제가 이루어지고 있는지에 대해서는 상대적으로 관심이 적었다.

현행 언론피해구제제도는 민·형사상의 사법적 구제와 함께 「언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률」(이하 언론중재법)에 따라 정정·반론·추후보도청구와 손해배상청구 등을 통해 피해자의 인격권을 회복할 수 있도록 설계되어 있다. 이 제도들은 헌법상 언론의 자유와 인격권 보호를 조화시키기 위해 '무기대등의 원칙'을 핵심 가치로 삼고 있다. 이에 따라 언론중재법에서는 이 같은 청구권의 이행에 있어, 원 보도와 동일한 채널·지면·장소에서 같은 효과를 발생시킬 수 있도록 규정해 왔다.

그러나 이 제도적 틀은 전통적인 언론 매체를 중심으로 설계된 것으로, 온라인 환경에서 플랫폼을 중심으로 뉴스의 생산·유통·소비가 이루어지고 있는 현 상황을 충분히 반영하고 있는지에 대한 의문이 제기된

1 제로클릭은 이용자가 검색 후 원문 웹사이트 링크를 클릭하지 않고 AI가 생성한 요약 및 추천 정보만으로 정보를 소비하는 현상을 의미한다.

다. 주지한 바와 같이 온라인 공간이 가지는 특성들 탓에 피해구제보도 시 '원 보도와 동일한 효과'를 어떻게 정의하고 구현할 것인지가 훨씬 더 복잡한 문제가 되었기 때문이다. 실제로 정정·반론·추후보도는 원 보도에 비해 눈에 잘 띄지 않거나, 다른 플랫폼으로 확산된 2차 콘텐츠에는 전혀 반영되지 못하는 경우가 많다는 지적이 계속 제기되어 왔다(조준원, 2024, pp.73-74). 즉, 무기대등의 원칙이 매체 환경 변화에 따라 어떻게 재해석되고 실제로 구현되어야 하는지에 대해서는 충분한 논의가 이루어지지 못했다.

이러한 맥락에서 디지털 환경의 언론피해구제를 둘러싼 최근 논의는 크게 두 방향으로 갈라져 있다. 하나는 기사삭제와 열람 차단, '잊힐 권리(Right to be forgotten)' 등 새로운 유형의 청구권을 적극적으로 도입해 피해를 근본적으로 차단해야 한다는 입장이다(이수종, 2016; 정애령, 2019). 다른 하나는 기사삭제가 공적 기록을 소멸시키고 표현의 자유를 과도하게 제약할 위험이 큰 만큼, 기존 정정·반론·추후보도의 가시성과 원 보도와의 연결성을 강화하는 방향으로 개선해야 한다는 입장이다(박아란, 2025). 하지만 두 논의의 충돌에 앞서, 실제 언론피해구제가 이루어지고 있는 현장에서 디지털 환경에 맞추어 피해구제의 방법과 그 형식이 어떻게 발전되어 왔는지에 대한 실증적 파악은 충분하지 않았다. 요컨대, 급변하는 뉴스 유통·소비 구조 속에서 기존의 제도들이 피해자의 인격권 회복을 위해 어떠한 방식으로 변화해 오고 있는지, 그리고 디지털 환경에 적합한 새로운 피해구제 형식은 어떻게 설계되어야 하는지에 대해 경험적 근거에 기반한 구체적 논의가 요구되는 시점이다. 매체 환경이 변화하는 만큼 피해구제의 방법 역시 이에 발맞추어 변화해야 하며, 무기대등의 원칙을 실질적으로 구현하는 보다 효율적이고 효과적인 피해구제 방향을 모색할 필요가 있다.

물론 이러한 논의는 오래전부터 학술적 관심의 대상이 되어 왔다. 언론피해구제에 관한 선행연구는 크게 두 가지 흐름으로 정리할 수 있다. 첫째는 피해구제보도의 '형식'에 초점을 맞춘 연구들이다. 이들 연구는 피해구제보도가 이행될 신문 지면의 게재위치·크기·활자, 방송의 시간·자막·낭독속도, 인터넷 매체의 게재방식 등 개별적으로 매체별 피해구제 형식을 분석해 왔다(권형준, 2000; 이재진·김상우·상윤모, 2008). 둘째는 피해구제보도의 '내용'에 초점을 맞춘 연구들로, 피해구제보도문에 책임 귀인 및 오보 원인에 대한 설명 여부나 보도문 내 사진 활용 등 보도문 내용의 충실성과 이러한 요인들이 피해자의 명예 회복과 매체 신뢰에 미치는 영향 등을 분석해 왔다(육은희, 2020; 이재신, 2018). 그간의 선행연구들은 언론피해구제의 질적 향상을 위한 쟁점들을 쌓아 올렸다는 점에서 중요한 성과를 거두었다. 그러나 대부분의 연구가 특정 시점의 단면적 분석에 그쳐, 매체 환경 변화에 따른 피해구제 형식의 장기적 변화 양상을 추적하지는 못했다. 또한, 주로 신문이나 인터넷 신문 등 특정 매체에 국한된 분석이 이루어져, 전통적인 언론 매체에서 인터넷 매체와 동영상 플랫폼으로 이어지는 매체 전환 과정을 포괄하지 못했다는 아쉬움이 남는다.

2. 연구목적 및 내용

이러한 문제의식 하에 본 연구는 디지털 미디어 환경에서 언론피해구제 형식이 어떻게 변화해 왔으며, 현재 어떤 방식으로 작동하고 있는지를 분석하고자 한다.[2] 궁극적으로 디지털 미디어 환경에서 바람직한 언론피해구제 방향을 모색하기 위해, 언론중재위원회의 조정 사례를 기반으로 피해구제 형식의 변화를 실증적으로 분석하고자 한다. 언론중재위원회는 우리나라 언론피해구제의 핵심 기관으로서 매년 수천 건의 조정·중재 사건을 처리하며, 디지털 환경 변화에 따른 새로운 피해구제 형식들을 실험하고 발전시켜 왔다. 이러한 실무 사례들을 체계적으로 분석하는 것은, 이론적 논의와 실제 운용 사이의 간극을 메우고 향후 제도 개선 방향을 모색하는 데 도움이 되리라 생각된다. 구체적으로 본 연구는 다음 세 가지 목적을 가진다.

첫째, 언론중재법의 적용 대상 매체가 단계적으로 확대된 시점을 기준으로 언론중재위원회 조정 데이터를 시기별로 분석하여, 매체 환경 변화에 따른 피해구제 형식의 변화 양상을 실증적으로 살펴보고자 한다. 둘째, 정량 분석으로 포착하기 어려운 매체별 특성을 보완하기 위해 전통적인 언론 매체, 인터넷 신문, 온라인 동영상 플랫폼의 주요 피해구제 보도 사례를 분석하고자 한다. 셋째, 이러한 분석을 바탕으로 디지털 환경에서 실효성 있는 언론피해구제를 위한 방향성을 고민해 보고자 한다. 매체 환경이 변화하는 만큼 피해구제의 방법도 발맞춰 변화해야 하며, 더욱 실효성 있는 피해구제가 이루어질 수 있는 방향으로 발전해야 한다. 본 연구는 이러한 발전의 과정을 추적하고, 향후 나아갈 방향을 모색하는 데 기여하고자 한다.

연구보고서의 구성은 다음과 같다. 제1장은 연구 배경과 목적을 담은 서론이며, 제2장에서는 언론피해구제제도의 법적 논의와 피해구제 형식에 관한 선행연구의 논의들을 종합한다. 제3장에서는 언론중재위원회에서 합의가 된 사건의 조정조서 분석을 통해 시기별 피해구제 형식의 정량적 분석 결과를 정리한다. 제4장에서는 신문과 방송, 인터넷 신문, 온라인 동영상 플랫폼의 피해구제보도 방법에 대한 사례들을 살펴본다. 마지막으로 제5장에서는 연구 결과를 종합하여 디지털 미디어 환경에서 나아가야 할 언론피해구제 방향과 향후 연구 과제를 논의한다.

2 본 연구에서 피해구제 '형식'이라 함은 피해구제보도문이 게재되는 방식을 의미한다. 피해구제 '방법' 혹은 '방식'에는 피해구제보도문의 게재 외에도 손해배상, 기사삭제 및 열람차단, 후속보도, 사과문 등의 다양한 언론피해구제의 방법이 포함되므로, '형식'이라는 용어를 사용했음을 밝힌다.

Ⅱ. 이론적 논의

1. 디지털 미디어 환경의 언론피해구제제도에 관한 논의

가. 언론피해구제제도와 피해구제의 수단

언론피해구제제도는 언론에 의해 발생할 수 있는 개인 또는 단체의 권리 침해에 대해 피해를 회복하거나 예방하기 위해 마련된 법적·제도적 장치를 말한다. 언론은 사실 보도와 가치 판단을 통해 국민의 알 권리를 충족시키는 역할을 하지만, 이 과정에서 타인의 권리나 명예를 침해해서는 안 된다는 헌법적 한계를 가진다. 헌법 제21조 제4항은 "언론·출판은 타인의 명예나 권리 또는 공중도덕이나 사회윤리를 침해하여서는 아니된다. 언론·출판이 타인의 명예나 권리를 침해한 때에는 피해자는 이에 대한 피해의 배상을 청구할 수 있다."라고 규정하여 언론 자유의 한계를 명시하고 있다. 즉, 언론보도로 인해 명예 등 인격권이 침해된 경우 피해자는 법에 따라 적절한 구제를 받을 수 있다.[3]

언론에 의해 명예 등 인격권 침해를 받게 된 경우, 이에 대한 구제 방법은 크게 민·형사상의 사법적 구제와 언론중재법에 따른 구제로 구분할 수 있다. 대표적으로 명예훼손에 대한 구제 방법을 살펴보면, 민법은 제750조에 "고의 또는 과실로 인한 위법행위로 타인에게 손해를 가한 자는 그 손해를 배상할 책임이 있다"고 정해 불법행위로 인한 손해배상책임을 규정하고 있다. 제751조 제1항은 "타인의 신체, 자유 또는 명예를 해하거나 기타 정신상 고통을 가한 자는 재산 이외의 손해에 대하여도 배상할 책임이 있다"고 하여 비재산적 손해에 대한 배상도 인정하고 있다. 나아가 민법 제764조에 따르면 "타인의 명예를 훼손한 자에 대해서는 법원은 피해자의 청구에 의하여 손해배상에 갈음하거나 손해배상과 함께 명예회복에 적당한 처분을 명할 수 있다"고 규정하여, 법원이 피해자의 청구에 따라 정정보도 등 명예회복을 위한 원상회복청구권을 요구할 수 있는 근거를 두고 있다.[4]

한편, 형법 제307조 제1항은 "공연히 사실을 적시하여 사람의 명예를 훼손한 자는 2년 이하의 징역이나 금고 또는 500만 원 이하의 벌금에 처한다"라고 하여 사실적시 명예훼손죄를 규정하고 있다. 제307조

3 인격권에 관하여 우리나라 헌법에서 명시적으로 규정한 조항은 없다. 다만, 법 이론과 법원의 판례를 통해 인격에 관한 권리를 기본권으로 인정하고 있다. 유일하게 언론중재법에서 인격권을 "생명, 자유, 신체, 건강, 명예, 사생활의 비밀과 자유, 초상(肖像), 성명, 음성, 대화, 저작물 및 사적(私的) 문서, 그 밖의 인격적 가치 등에 관한 권리"라 정의하고 있다(제5조 제1항).

4 과거에는 명예회복에 적당한 처분으로 사죄광고가 널리 이용되었다. 그러나 헌법재판소는 양심의 자유 및 인격권 침해를 이유로 민법 제764조 명예회복에 적당한 처분에 사죄광고를 포함시키는 것은 위헌이라 결정하였다(헌재 1991. 4. 1. 선고 89헌마60 결정). 따라서 현재 실무상으로는 정정보도문을 게재하는 형식의 원상회복방법이 주로 이루어지고 있다.

제2항은 “공연히 허위의 사실을 적시하여 사람의 명예를 훼손한 자는 5년 이하의 징역, 10년 이하의 자격정지 또는 1천만 원 이하의 벌금에 처한다”라고 허위 사실 명예훼손죄를 규정하고 있다. 또한, 인터넷 언론매체에 의한 명예훼손은 「정보통신망 이용 촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」(이하 정보통신망법) 제70조에 따라 법적 책임을 물을 수 있다.[5] 동법 제44조의2 정보의 삭제요청 등 조항은 온라인 게시물로 인해 자신의 명예나 사생활이 침해당했다고 생각하는 자는, 해당 정보를 취급한 정보통신서비스 제공자에게 침해 사실을 소명해 해당 정보의 삭제 또는 반박 내용의 게재를 요청할 수 있다. 동조 제2항에서는 정보통신서비스 제공자가 삭제 등의 요청을 받으면 지체없이 해당 게시물을 삭제하거나 일시적으로 게시물에 대한 접근을 차단하는 임시 조치를 행해야 하도록 규정하고 있다.

이렇듯 민·형사상 구제 제도는 언론에 의한 권리 침해에 대해 손해배상청구 등을 통해 피해를 구제하거나 예방하려는 기능을 갖는다. 기본적으로 민사상의 손해배상 방법은 금전배상주의를 취하고 있으나(제394조, 제763조), 명예훼손은 원상회복주의에 관한 특칙을 두고 있는 것이 특징이다. 그러나 이 같은 사법적 구제제도는 고의·과실 등 귀책사유를 전제로 하므로 고의·과실이 없으나 법익 침해가 발생한 때에는 구제가 어렵고, 법익 침해를 주장하는 피해자가 이를 구체적으로 입증해야 하며 소송절차의 특성상 신속한 구제가 어렵다(윤진희, 2019, p.111). 언론보도로 인한 인격권 침해의 영향력 및 파급력이 상당함을 고려하면, 이같은 사법적 구제만으로는 언론피해구제를 담보하기 어려운 것이 사실이다.

이러한 한계에 직면하여, 우리나라는 1981년 언론중재위원회를 설립하였다. 언론중재위원회는 언론에 의한 피해에 대해 신속한 조정과 중재를 수행하여 당사자 간 합의를 통한 자율적이고 실질적인 구제를 도모한다. 이후 제정된 언론중재법은 언론피해 구제 수단으로 원상회복을 실현하기 위한 구체적 권리로서 반론권을 명문화하고 있다. 언론 등의 보도로 인격권을 침해당한 경우 피해자가 언론사 등을 상대로 직접 정정보도청구권(제14조), 반론보도청구권(제16조), 추후보도청구권(제17조)을 요구할 수 있고, 손해배상을 청구할 수 있는 절차를 마련하고 있다. 각 제도의 본질적 목적과 기능은 언론보도에 대한 반론권 행사라는 점에서 동일하다(윤진희, 2019, p.112).[6] 반론권은 “보도된 내용에 의해 피해를 입은 자가 당해 미디어에 대해 원문보도와 동일한 조건 하에 그에 대한 반론을 무료로 게재 내지 방송하여 줄 것을 요구하는 권리”라고 정의된다(권영성, 2000, p.427; 박경래, 2008 재인용). 또는, “언론의 취재보도 자유와 개인의 인격권을 조화롭게 해결하기 위한, 즉 보도 매체로서 언론이 갖는 광범위한 영향력과 시의성을 고려해 ‘언론과 대등한 입장에서’ 가능한 신속하게 보도 대상자의 피해를 구제해 보려는 장치”라고 정의한다(이승선, 2001, p.221).

---

5 정보통신망법 제70조 (벌칙) ①사람을 비방할 목적으로 정보통신망을 통하여 공공연하게 사실을 드러내어 다른 사람의 명예를 훼손한 자는 3년 이하의 징역 또는 3천만 원 이하의 벌금에 처한다. ②사람을 비방할 목적으로 정보통신망을 통하여 공공연하게 거짓의 사실을 드러내어 다른 사람의 명예를 훼손한 자는 7년 이하의 징역, 10년 이하의 자격정지 또는 5천만 원 이하의 벌금에 처한다. ③제1항과 제2항의 죄는 피해자가 구체적으로 밝힌 의사에 반하여 공소를 제기할 수 없다.

6 그러나 각각의 권리에 대한 법률적 성질은 다르게 해석하는 견해가 있다. 언론중재법상 정정보도청구권은 반론권과 성질을 달리하는 ‘특별히 창설된 권리’로 보는 견해가 대표적이다. 언론중재법 제정 이전의 정정보도청구권은 반론권 성격을 가지는 것으로 이해되나, 언론중재법 제정 이후의 정정보도청구권은 보도된 사실의 진실 여부를 판별하는 과정을 거치고 허위임이 인정되면 위법성 조각사유 유무와 관계없이 해당 기사를 정정하도록 하므로, 기존 민법이나 일반 권리 체계에서 유래한 것이 아니라 언론 피해에 대한 신속한 구제를 목적으로 입법자가 새롭게 창설한 권리로 보는 것이다(박아란, 2025, pp.348-352).

반론권의 헌법적 근거는 액세스권에 있다. 액세스권은 헌법 제10조 인간의 존엄과 가치에 기초한 인격권의 보호를 위해 인정되는 권리로, 기본적으로는 '매스 미디어에 접근하여 이용할 수 있는 권리'라고 설명된다(김현귀, 2013). 광의의 의미로는 매스 미디어를 통해 누구나 자신의 의사를 표명할 권리를 의미한다. 좁은 의미의 액세스권은 매스 미디어에 의해 명예훼손·비판·공격 등을 당한 국민이 자기와 관련이 있는 보도에 대한 반론 내지 해명을 요구할 수 있는 권리를 말하며, 이는 정정보도청구권이나 반론보도청구권으로 구현된다(성낙인, 2021, p.470). 피해자는 언론사에 잘못된 내용을 바로잡는 정정보도청구를 할 수 있고, 보도 내용으로 피해를 입은 당사자가 동일 지면이나 분량으로 자신의 반론을 게재해 줄 것을 요구하는 반론보도청구를 할 수 있다.

또한, 범죄 보도 등에서 무죄 판결이 나는 경우 등에 기존 보도에 이어 후속 보도를 요구하는 추후보도청구가 인정된다. 언론중재법 제17조 제2항은 추후보도에 "청구인의 명예나 권리 회복에 필요한 설명 또는 해명이 포함되어야 한다"라고 규정하고 있다. 이처럼 우리나라 언론피해구제제도는 언론중재위원회를 통해 신속하게 정정·반론·추후보도 등의 수단을 활용하여 그 피해를 구제할 수 있도록 하는 체계를 갖추고 있다. 이러한 제도는 금전배상과 같은 구제 수단만으로 달성하기 어려운 인격적 회복을 가능케 한다는 데 의의가 있다.

나. 언론피해구제와 무기대등의 원칙

무기대등(武器對等)의 원칙은 무기평등의 원칙 혹은 당사자대등주의라고도 한다. 이는 본래 소송법상의 원리로서, 분쟁 당사자 쌍방이 평등한 지위에서 대등한 공격과 방어의 수단 및 기회를 가져야 한다는 원칙을 말한다. 형사소송에서는 국가기관인 검사와 피고인의 사이에 압도적인 역량 차이가 존재함을 고려하여 양측에 균형 잡힌 절차적 권리를 보장하는 데서 출발하였고, 민사소송 등 일반 쟁송절차에서도 적용되는 절차적 정의의 원칙이다. 이 원칙의 법 이론적 배경에는 공정한 재판을 위해서 당사자 쌍방이 같은 무기로 싸울 수 있어야 한다는 관념이 자리잡고 있다. 즉, 한쪽 당사자만 충분한 정보나 수단을 갖고 다른 쪽은 변론 기회조차 없다면 정의로운 해결이 어렵기에, 법은 제도적으로 공평한 다툼의 장을 마련해야 한다고 보는 것이다.

언론피해 구제절차에서도 무기대등의 원칙은 중추적인 가치다. 이는 언론보도로 피해를 입은 개인과 언론기관 사이의 구조적 힘의 불균형을 시정하려는 취지로 해석할 수 있다. 언론은 사실상 일방적으로 정보를 수집·공표하여 여론 형성에 막대한 영향을 미치는 강한 무기를 보유하고 있다. 반면 개인은 자신의 반론이나 해명을 같은 규모와 속도로 전파하기 어려운 약자의 위치에 존재한다. 무기대등의 원칙에 입각하면, 이러한 불균형을 바로잡기 위해 피해자 개인에게도 언론과 대등한 효과를 가진 방어수단을 부여해야 한다. 헌법재판소는 이를 강조하며, 언론에 의한 인격권 침해가 발생하면 "피해자를 위해 신속·적절하고 대등한 방어수단이 주어져야 하며, 특히 공격내용과 동일한 효과를 갖도록 보도된 매체 자체를 통해 방어 기회를 보장하는 것이 형평의 원칙에 부합한다"라고 판시한 바 있다(헌법재판소 1991. 9. 16. 선고 89헌마165 결정). 여기서 말한 매체 자체를 통한 방어란, 피해자가 피해를 준 동일 언론 매체 지면이나 프로그램을 통

해 자신의 반론을 개진할 기회를 얻는 것을 의미한다. 이는 언론사의 잘못을 동일한 크기와 범위로 대응함으로써 일반 독자들에게 균형 잡힌 정보를 제공하기 위함이다.

요컨대 언론피해구제에 무기대등의 원칙을 적용하는 것은, 피해자에게 가해자와 동일한 수준의 대응 기회를 보장하여 줄 것을 의미한다. 언론중재법 제15조 제6항은 "언론사등이 하는 정정보도는 공정한 여론 형성이 이루어지도록 그 사실공표 또는 보도가 이루어진 같은 채널, 지면(紙面) 또는 장소에서 같은 효과를 발생시킬 수 있는 방법으로 하여야 하며, 방송의 정정보도문은 자막(라디오방송은 제외한다)과 함께 보통의 속도로 읽을 수 있게 하여야 한다."라고 규정하여, 원 보도와 같은 수준의 영향력을 발생시킴으로써 무기대등의 원칙을 실현하고자 한다.

또한, 제15조 제3항은 언론사들이 정정보도청구를 수용할 때에는 "지체 없이 피해자 또는 그 대리인과 정정보도의 내용·크기 등에 관하여 협의한 후, 그 청구를 받은 날부터 7일 내에 정정보도문을 방송하거나 게재하여야 한다. 다만, 신문 및 잡지 등 정기간행물의 경우 이미 편집 및 제작이 완료되어 부득이할 때에는 다음 발행 호에 이를 게재하여야 한다."라고 하여, 피해구제보도문의 내용과 크기에 관한 협의와 게재시기에 대해 규정하고 있다. 동조 제5항은 "정정보도에는 원래의 보도 내용을 정정하는 사실적 진술, 그 진술의 내용을 대표할 수 있는 제목과 이를 충분히 전달하는 데에 필요한 설명 또는 해명을 포함하되, 위법한 내용은 제외한다"고 하여, 피해구제보도문의 제목을 아우르는 내용상의 규정이 이루어지고 있다. 뿐만 아니라, 제27조 재판에 관한 조항의 제2항은 "법원은 정정보도청구등이 이유 있다고 인정하여 정정보도·반론보도 또는 추후보도를 명할 때에는 방송·게재 또는 공표할 정정보도·반론보도 또는 추후보도의 내용, 크기, 시기, 횟수, 게재 위치 또는 방송 순서 등을 정하여 명하여야 한다"라고 하였고, 같은 조 제3항에서 "제2항의 정정보도·반론보도 또는 추후보도의 내용을 정할 때에는 청구취지에 적힌 정정보도문·반론보도문 또는 추후보도문을 고려하여 청구인의 명예나 권리를 최대한 회복할 수 있도록 정하여야 한다"고 하여 원상회복의 성격을 확인할 수 있다.

마찬가지로 언론중재법 시행령 제11조는 협의문의 내용에 관해 "법 제15조 제3항에 따른 정정보도의 내용·크기 등에 관한 협의에는 공표할 정정보도문의 내용·크기 외에 정정보도의 횟수와 정정보도문의 위치 또는 방송순서가 포함되어야 한다"라고 규정하였다. 즉, 언론중재법상 피해자의 원상회복과 무기대등의 원칙을 구현하기 위한 수단으로 피해구제보도문에 대한 충분한 협의와 같은 절차적 요인과 함께 보도문의 게재시기, 채널·지면·장소 등 게재위치 또는 방송순서, 크기, 횟수, 낭독 속도 등의 형식적 요인, 그리고 제목과 내용의 구성과 같은 내용 측면의 요인이 고려되고 있다.

다. 변화하는 미디어 환경에서 무기대등의 원칙 실현을 위한 논의

전통적인 미디어 환경에서 고안되었던 정정·반론·추후보도 등의 구제 수단이 디지털 시대에도 여전히 효과적인가에 대해서는 의문이 제기된다. 국내에 반론권이 처음 도입된 것은 1980년 12월 31일, 언론기본법 제정을 통해서였다. 그로부터 약 45년의 세월이 흐르는 과정에서 미디어 환경은 그 어느 산업보다도 급격하고 근본적인 변화를 겪었다.

1980년대는 텔레비전, 라디오, 신문이 지배하던 대중매체의 전성기였다. 정보의 생산과 유통은 소수의 매체에 의해 독점되었고, 정보 소비자는 수동적 수용자(audience)에 머물렀다. 1990년대 들어 케이블TV의 보급과 함께 PC가 대중화되고 네이버, 다음 등 포털 사이트가 등장하면서 정보 유통의 다변화가 시작되었다. 2000년대에는 인터넷 프로토콜 기반의 IPTV(Internet Protocol Television) 확산 및 인터넷 뉴스의 활성화와 함께, 포털이 뉴스 유통의 핵심 플랫폼으로 자리 잡았다. 수용자는 능동적 주체로서 이용자(user)가 되었고, 동시에 블로그, 카페 등을 기반으로 시민기자와 1인 미디어가 등장하며 견고했던 기존 언론의 구조에 균열이 생기기 시작했다. 2010년대 들어 뉴스 소비 채널은 트위터(현 X), 페이스북 등 소셜미디어로 급속히 이동했고, 유튜브 기반의 영상 중심 1인 미디어가 부상하면서 MCN(Multi Channel Network, 다중채널네트워크) 기업들이 성장했다. 이 시기부터 정보의 생산과 확산이 개인 단위로 이루어지는 구조가 본격화되었다. 2020년대 현시점에 와서는 유튜브가 뉴스 생산·유통·소비의 핵심 창구로 자리 잡았다. 이는 '유튜브 저널리즘'이라는 용어로 대변되는 현상이다. 이 개념을 어떻게 받아들일 것인지에 대한 설왕설래를 뒤로하고, 그 용어의 등장 자체만으로 유튜브 중심의 뉴스 소비 현상을 보여주는 것이라 하겠다. 게다가 ChatGPT 등 생성형 AI의 대중화는 뉴스 소비 방식에 또 다른 전환점을 만들어내고 있다. AI 자동 생성 콘텐츠, AI 기반의 뉴스 유통에 따른 제로클릭 시대의 도래, 초개인화된 알고리즘 뉴스 소비 등의 현상이 나타나고 있는 시점이다. 급변하는 미디어 환경의 물살 속에서, 오히려 전통적인 매체의 권위 및 신뢰도 저하 현상은 뚜렷해졌다(한국언론진흥재단, 2025). 이 같은 미디어 환경의 변화는 필연적으로 기존의 틀에 어긋남을 가져오기 마련이다.

정정·반론·추후보도 등의 구제 수단은 그 유용성에도 불구하고, 인지도와 접근성 측면에서 한계가 지적되어 왔다. 문제가 된 원 보도가 대서특필되어 상당한 사회적 파급력을 불러일으킨 데 비해, 그에 대한 정정·반론·추후보도 등의 피해구제보도는 동일한 수준의 주목을 받지 못하는 경우가 많기 때문이다. 디지털 미디어 시대에 이러한 한계는 더욱 복잡한 문제로 확대되고 있다. 온라인 공간에서는 보도의 영향력이 시공간의 제약 없이 확산되며, 콘텐츠는 알고리즘에 따라 무작위로 확산되거나 빠르게 소멸되기도 한다. 최근 몇 년간 급변해온 미디어 시장의 유통망은 촘촘히 연결되어 있어, 하나의 콘텐츠는 IPTV와 OTT 등 서로 다른 매체로 규정되는 채널들로 확산된다. 뿐만 아니라, 정보 유통이 분산화되면서 문제가 된 하나의 보도가 수많은 블로그, 커뮤니티, 소셜미디어를 통해 파생·재생산되고, 이 과정에서 원 보도의 맥락이 변형되거나 단편화될 가능성이 높아졌다. 그 결과, 왜곡된 정보가 디지털 공간에 잔존하는 현상이 나타난다. 콘텐츠 소비 방식의 변화 역시 언론피해구제에 어려움을 가중시킨다. 과거 포털 중심의 뉴스 소비와 달리, 오늘날에는 영상 중심의 짧고 강렬한 콘텐츠 소비 패턴이 강화되었다. 또한, 플랫폼의 추천 알고리즘은 이용자의 관심을 끌 수 있는 흥미 중심의 콘텐츠를 우선적으로 노출하는 경향을 보인다. 이에 따라, 상대적으로 절제된 형식의 피해구제보도는 노출 기회가 제한되며, 이러한 보도는 대중의 관심에서 후순위로 밀려날 가능성이 높다. 결과적으로, 디지털 미디어 환경에서 언론에 의한 피해를 무기대등의 원칙에 입각해 회복시킬 수 있는 방안에 대한 심도 있는 검토가 필요한 시점이다.

이에 따라 최근의 논의는 크게 두 갈래의 방향으로 진행되는 경향을 확인할 수 있다. 첫째는 디지털 미디어 환경에서 무기대등한 언론피해구제를 위해 새로운 유형의 청구권을 적극적으로 수용해야 한다는 견해다. 이 입장은 기존의 정정·반론·추후보도 제도만으로는 디지털 미디어를 기반으로 확산되는 피해를 충

분히 회복할 수 없다는 문제의식에서 출발한다. 특히 정정보도청구는 보도 내용을 바로잡는 것으로 피해자를 위한 매우 강력한 구제 수단이지만, 피해를 주는 기사 원본이 존속하는 한 근본적인 해결책이 되지 못한다는 지적이다(양철한, 2014). 이에 기사삭제 및 열람 차단이라는 새로운 청구권의 요구가 등장하였다. 기사삭제는 데이터베이스에서 기사를 완전히 소멸시키는 행위이며, 열람·검색 차단은 이용자들이 기사에 접근할 수 없도록 하는 행위를 말한다(박아란·김현석, 2021, p.119). 엄밀히 보자면 기사삭제는 기사를 영구히 소멸시킨다는 점에서 열람·검색 차단보다 언론 자유의 제약이 크다. 하지만 피해구제 측면에서 보면, 열람·검색 차단 역시 실질적으로 이용자가 기사에 접근할 수 없도록 막는다는 점에서 기사삭제와 거의 동일한 효과가 있다. 일반 이용자 역시 언론피해구제 수단으로서 기사삭제와 열람 차단에 큰 차이를 두지 않는 것으로 나타난다(박아란·김현석, 2021, p.141).

학계에서는 2010년대 중반 즈음에서부터 잊힐 권리에 대한 관심과 함께 기사삭제청구권에 대한 논의가 활발하게 전개되었다. 2014년 스페인 대 곤잘레스(Google Spain v. Gonzales) 사건에 대한 유럽연합사법재판소(CJEU) 판결에서 잊힐 권리가 처음 인정된 이후 기사삭제청구권, 보다 정확히는 링크삭제청구권이 쟁점으로 떠올랐기 때문이다.[7] 이 시기 즈음으로, 2013년 국내에서도 언론보도에 관하여 인격권에 기한 기사삭제청구권을 인정하는 최초의 대법원 판결이 이루어지면서(대법원 2013. 3. 28. 선고 2010다60950 판결), 이에 대한 사회적·학술적 관심이 확장되었다.

특히, 기사삭제청구권 도입의 제도적 운용에 대해 언론중재위원회의 활용 방안이 주로 논의되었다. 잊힐 권리로서 기사삭제청구권은 언론보도로 인한 피해를 구제하는 것이므로, ① 언론중재위원회의 업무성격과 동일하고, ② 언론중재위원회가 분쟁에 대한 인격권 보호 경험이 많으므로 해당 청구권의 처리를 가장 효율적으로 할 수 있으며, ③ 국가기관으로부터 독립된 기구로서 객관적인 판단 체계를 갖추고 있다고 평가되기 때문이다(주정민, 2016, p.56). 동시에 표현의 자유를 보호하는 차원에서 우선적으로 기존 기사를 그대로 유지하면서 정확한 정보 제공을 목적으로 하는 정보갱신권이 고려되기도 하였다. 정애령(2019) 역시 변화된 미디어 환경에서 현행 법제상 마련된 반론권 보장은 더 이상 인격권 보호에 충분하지 않다고 지적하며, 언론피해구제방안에 정정·반론·추후보도청구뿐만 아니라 기사삭제를 추가해 법제화할 것을 제안했다. 실무적으로 기사삭제는 이미 언론중재위원회와 법원에서 빈번하게 활용되고 있는 피해구제 수단이다.[8] 2024년에 언론중재위원회 조정절차를 진행한 경험이 있는 신청인을 대상으로 진행한 설문조사에 따르면, 기사삭제로 피해를 구제받은 경우에 만족도가 가장 높게 나타난다(언론중재위원회, 2024, p.60). 또한, 동 보고서에 따르면 이용자들은 인터넷 기사에 대한 수정 및 열람 차단(삭제) 청구권의 도입 필요성에

7 개인에 대한 언론보도의 내용이 허위이거나 언론보도로 인해 명예훼손, 프라이버시권 침해 등이 발생했을 때, 개인의 잊힐 권리 보장을 위해 이러한 기사가 온라인에서 유통되는 것을 금지해야 한다는 요지의 판결이다. 유럽사법재판소는 2014년 5월 13일 언론사에 대한 잊힐 권리 행사는 받아들일 수 없으나, 구글에 대한 잊힐 권리 행사에 대해서는 받아들여야 한다고 판결하였다. 본래 잊힐 권리는 온라인상 저장·유통되는 모든 개인 정보를 대상으로 하는 포괄적 개념이나, 이 사건에서는 그 대상을 언론의 보도 내용으로 하고 있어 의미하는 바가 크다고 평가된다(주정민, 2015). 그러나 기사삭제청구권이 잊힐 권리와 연계되어 논의되는 것이 바람직하지 않다는 지적도 있다(문소영·김민정, 2016).

8 법원의 2022년~2024년 확정판결 기준 명예훼손 언론소송을 청구권별로 분석한 결과, 473건 가운데 39건(8.2%)이 기사삭제청구였고 이 가운데 10건이 인용되었다(언론중재위원회, 2025a, p.27). 언론중재위원회에서는 2024년 기준 인터넷 매체를 대상으로 피해구제된 2,140건 가운데, 원 보도를 열람 차단하는 방식으로 양 당사자가 합의하여 사건이 종결된 경우가 663건(31%)으로 나타났다(언론중재위원회, 2025b, p.21).

대해 96.2%가 필요하다고 응답했다(p.27). 반면, 피신청인인 언론사는 이에 대해 57%만이 필요하다고 응답했는데, 이 같은 차이는 일반 개인과 언론인으로서 언론 자유에 대한 상반된 입장에서 비롯된 것으로 해석된다.

이 같은 관점의 차이는 학계에서도 드러난다. 즉, 기사삭제는 언론 자유의 제한 효과가 크기 때문에 신중히 도입할 필요가 있다는 견해가 존재한다. 문소영과 김민정(2016)은 한국의 법적 규제에 이미 개인의 인격권 침해를 구제하는 방안들이 촘촘하게 마련되어 있으므로, 기사삭제청구권을 언론중재법상 새로운 권리로 신설하는 것은 표현의 자유를 심각하게 제약하는 것이라 주장했다. 이러한 견해에 따라 디지털 미디어 환경의 언론피해구제 방법에 대한 두 번째 논의는 디지털 환경에서 언론 자유의 제한적 효과가 큰 기사삭제보다 정정·반론보도의 가시성을 높이고 원 보도와의 연결성을 강화할 수 있는 시각적·구조적 설계가 필요하다고 보는 것이다. 박아란과 김현석(2021)은 기사삭제가 "특정한 표현 자체를 존재하지 못하도록 원천적으로 봉쇄하는 결과"를 초래한다는 법원의 판시를 빌어 표현의 자유와 직접적으로 충돌하는 개념이라 평가하였다. 따라서 문제가 된 기사에 정정·반론보도문으로 피해자의 침해된 인격권을 회복할 수 있다면 기사삭제는 보충적이고 제한적인 후순위 수단으로 사용해야 함을 제언하였다.

국제적으로도 저지와 코하니(Judge & Korhani, 2022)는 선거 과정에서 정치인·후보자 등을 왜곡하는 디지털 복제물(replica)이 유권자의 판단과 선거 공정성에 심각한 영향을 미칠 수 있음을 경고하며, 이에 대한 대응책으로 디지털 반론권(digital right to reply)의 필요성을 역설했다. 이들은 규제가 특정 기술에만 반응하는 방식이 아니라, 시청각미디어 조작 전반의 도구적 효과성에 기반해야 한다고 강조하였다. 즉, 딥페이크와 같은 특정 기술에 반응하는 방식이 아닌, 피해자가 동일한 매체·플랫폼에서 직접 대응할 수 있는 디지털 반론권의 도입이 중도적 대안이 될 수 있음을 제언하였다. 스토브(Stove, 2016)는 디지털 미디어 환경에서 삭제가 아닌 반론권의 적합성을 검토하며, 그 이유로 인터넷 환경은 피해 범위가 국경을 넘어 확산되고 스트라이샌드 효과(Streisand effect)를 고려할 필요가 있으므로 삭제보다 반론권이 현실적이고 적절한 구제책이라 주장하였다.[9] 또한, 이미 인터넷 환경은 글을 올리거나 댓글을 다는 등 반론권 행사의 기능이 내장(built in)되어 있어 피해자 의견을 개진할 수 있으나, 정보 불균형으로 인해 개인의 반박이 묻히거나 신뢰를 얻지 못하는 경우가 많으므로 법적으로 이에 대한 배치·형식을 통제하는 명령이 필요하다고 주장하였다.

이와 함께, 디지털 미디어 환경에서 피해구제보도의 실효성이 낮아지고 있음을 지적하며, 기존의 피해구제 형식을 보다 능동적이고 구조적으로 개선할 필요성에 대해 논의가 이루어지고 있다. 박아란(2025)은 언론중재위원회의 조정중재 사례집에 나타난 유튜브 관련 플랫폼 조치 사례를 분석하여, 조정을 통해 디지털 플랫폼에 적절한 형태로 피해구제 형식들이 변화되고 있음을 확인하였다. 또한, 원 기사와 정정보도문을 연동하거나 시각적으로 부각되는 방식을 활용하여 이용자들이 오류와 정정내용을 동시에 인식할 수 있도록 하는 조치가 병행된다면 정정을 통해 피해자의 명예회복을 달성할 수 있을 것이라 판단했다. 연구자는 이를 위해 향후 정정보도의 가시성과 연결성을 강화하는 방향으로 제도적 보완이 이루어져야 한다고 주장하였다(박아란, 2025, pp.369-370).

9 스트라이샌드 효과는 온라인상에서 어떤 정보를 숨기거나 삭제하려다가 오히려 사람들의 관심을 끌게 되어 당초 기대와 반대로 그 정보의 확산을 가져오는 역효과를 말한다(이한영, 2016).

이러한 맥락에서 본 연구는 디지털 미디어 환경에서 언론피해구제의 실효성을 높이기 위한 방안으로서 정정·반론·추후보도의 가시성을 높이고 디지털 환경에 적합한 시각적·구조적 설계를 강화하는 것에 초점을 맞추고자 한다. 이를 위해 언론중재위원회의 피해구제 실태 현황을 체계적으로 분석한다. 언론중재위원회는 우리나라 언론피해구제의 핵심 기관으로서, 매년 수천 건의 조정·중재 사건을 처리하며 디지털 환경 변화에 따른 새로운 피해구제 형식들을 실험하고 발전시켜 왔다. 특히 최근 몇 년간 유튜브, OTT, 소셜미디어 등 다양한 디지털 플랫폼에서 발생하는 언론피해에 대응하면서 플랫폼별 특성을 반영한 창의적인 구제 방식들이 시도되고 있다. 이러한 실천적 시도들을 면밀히 검토함으로써, 디지털 환경에서 효과적인 피해구제 형식의 특징과 한계를 파악할 수 있을 것이다.

2. 매체 환경 변화에 따른 피해구제 형식의 변화

가. 피해구제 형식에 관한 법규의 명시적 변화

한국의 반론권 제도 도입은 1907년 광무신문지법, 1964년 언론윤리위원회법, 1963년 방송법을 거쳐, 1980년에 제정된 언론기본법(1980. 12. 31. 법률 제3317호)에서 실질적으로 법제화되었다(이승선, 2023). 언론기본법 제6장 언론침해에 대한 구제에서는 제48조부터 제51조까지 언론의 사실적 주장에 의해 피해를 본 자에게 정정보도청구권을 부여하고, 언론중재위원회를 통해 언론 관련 분쟁의 조정 및 침해에 관한 심의가 이루어지도록 했다.[10] 제49조 제2항은 정정보도를 청구하는 피해자 또는 그 대리인은 이의대상인 보도의 본문과 게재를 요청하는 정정보도문을 첨부하도록 하였다. 동조 제3항은 발행인 또는 편집인이 정정보도게재청구를 받은 때에는 지체 없이 피해자 또는 대리인과 정정보도의 내용, 크기 등에 관해 협의하도록 하였고, 신문·통신은 청구를 받은 날로부터 7일 이내에, 그 밖의 정기간행물은 다음 발행호에 이를 무료로 게재해야 한다고 규정하였다. 같은 조 제4항에서는 정정보도의 내용에 위법한 내용이 포함될 수 없음을 규정하였고, 제5항은 정정문의 자수는 이의의 대상이 된 공표내용의 자수를 초과할 수 없다고 규정하였다. 또, 제6항에서 "방송국의 장 또는 편성책임자가 정정보도방송청구를 받은 때에는 7일 이내에 그 공표가 행하여진 동일한 방송주파삭에 의해 동일한 효과를 발생시킬 수 있는 방법으로 정정보도를 하여야 한다"고 하여 무기대등의 원칙을 명시하였다. 언론기본법은 그간 흩어져 있던 언론 관련 법규범을 하나의 종합적인 언론법으로 정립했다는 데 의의가 있으나, 지나치게 언론의 자유를 침해하는 독소조항을 내포하고 있

10 언론기본법의 '정정보도청구권'은 그 성격상 언론사의 고의·과실이나 위법성 여부, 보도 내용의 진실 여부와 상관없이 피해자의 반론 내지 반박을 허용하여, 사실상 반론보도청구권으로 파악하는 것이 다수설이었다. 헌법재판소에서도 정정보도청구권이 비록 표제 및 법문 가운데 '정정'이라는 표현을 쓰고 있지만, 이른바 '반론권'을 입법화한 것으로 보도내용의 진실 여부를 따지거나 허위보도의 정정을 청구하기 위한 것이 아니라고 판시하였다(헌재 1991. 9. 16. 선고 89헌마165 결정). 이후 1995년 개정 정간법과 2000년 개정 방송법에서 원래의 성격을 반영해 정정보도청구권은 '반론보도청구권'으로 변경되었고, 2005년 언론중재법에서 실질적인 '정정보도청구권'이 신설되었다.

다는 비판에서 벗어나지 못했다(성낙인, 2002, p.8).[11] 언론기본법은 제5공화국의 대표적인 악법으로 지목받으며, 1987년 제6공화국에 들어서며 폐지되었다.

그러나 언론기본법이 폐지되면서도 동법에 제도화되어 있던 언론중재위원회를 통한 정정보도청구권 제도는 「정기간행물의등록등에관한법률」(이하 정간법, 1987. 11. 28. 제정, 법률 제3979호)에 규정됐고, 「방송법」(1987. 11. 28 제정, 법률 제3978호)에 준용됐다. 구체적으로 정간법 제3장에서 '침해에 대한 구제'를 규정하였으며, 제16조 제3항에서 발행인 또는 편집인이 정정보도게재청구를 받은 때에는 지체없이 피해자 또는 그 대리인과 정정보도의 내용, 크기 등에 관하여 협의하도록 하고, "…같은 정기간행물에, 그 밖의 정기간행물은 편집이 완료되지 아니한 다음 발행호에 이를 무료로 게재하여야 한다"고 규정하였다. 동조 제5항은 "정정보도의 내용은 독자투고의 형식으로 게재할 수 없으며, 정정보도문의 자수는 이의의 대상이 된 공표내용의 자수를 초과할 수 없다"고 규정하였다. 1987. 11. 28. 개정 정간법에서는 추후보도청구권이 신설되어 피해구제기능이 강화되었고(제20조), 1995. 12. 31. 개정 정간법에서는 권리의 명칭이 정정보도청구권에서 반론보도청구권으로 올바르게 개칭되었다(제16조).

1987년 제정 방송법 역시 제6장에 '침해에 대한 구제' 규정을 두고, 제41조 제5항에서 "정정보도문의 자수는 이의의 대상이 된 공표내용의 자수를 초과할 수 없다"고 하였고, 제6항에서 "방송국의 장 또는 편성책임자가 행하는 정정보도는 그 공표가 행하여진 동일한 방송주파삭에 의하여 동일한 효과를 발생시킬 수 있는 방법으로 하여야 한다"라고 규정하였다. 이후 개정 방송법(2000. 1. 12. 법률 제6139호) 제6장 '시청자의 권익보호' 제91조에 반론보도청구권에 관한 규정을 두고, 제5항에서 "방송사업자가 행하는 반론보도는 그 공표가 행하여진 동일한 채널 및 동일한 효과를 발생시킬 수 있는 방법으로 이를 하여야 하며 반론보도문은 자막과 함께 통상적인 속도로 읽어야 한다"라고 규정하여, 방송 미디어의 특수성을 반영해 자수에 대한 규정은 삭제되고 낭독과 그 속도를 법으로 규정하였다.

이후 2005. 1. 27. 언론중재법이 제정되어, 정간법과 방송법 등 각 개별법에 분산되어 있던 언론피해구제제도를 포괄하여 이 법에 단일화하였다. 이와 함께 정정보도청구권이 신설되었다. 제15조 정정보도청구권에 관한 조항의 제6항은 "언론사가 행하는 정정보도는 공정한 여론 형성이 이루어지도록 그 사실공표 또는 보도가 행하여진 동일한 채널, 지면 또는 장소에 동일한 효과를 발생시킬 수 있는 방법"으로 해야 하고, 방송의 경우 "정정보도문은 자막과 함께 통상적인 속도로 읽을 수 있게 하여야 한다"고 규정하였다. 2009. 2. 6. 개정에서는 인터넷멀티미디어방송(IPTV)과 인터넷뉴스서비스가 언론중재법 대상 매체로 포함되어, 정정보도청구권의 행사에 관한 제15조 제1항에 "단, 인터넷신문 및 인터넷뉴스서비스의 언론보도등의 내용이 해당 인터넷홈페이지를 통하여 계속 보도 또는 매개 중인 경우에는 그 내용의 정정을 함께 청구할 수 있다"라는 내용의 단서를 신설하였다. 이후 법 용어의 변경, 중재부 증원 등의 개정이 있었으나 피해구제의 형식에 관한 조항은 큰 변화없이 유지되고 있다(<표 1> 참조).

11 그럼에도 최근에 와서 언론기본법에 대한 재평가가 이루어지기도 한다. 이승선(2023)은 제11대, 제12대 국회에서 언론기본법 개정 법률안이나 폐지 법률안이 제출되는 가운데, 반론권으로서 정정보도청구권 및 언론중재제도를 폐지하자는 논의는 이루어진 바가 없음을 강조했다. 오히려 현행 언론중재법의 토대가 되었다는 데 있어, 언론보도와 피해구제의 긍정적 역할을 수행한 것으로 평가한다. 이외에도 언론기본법에 도입된 정보청구권은 당시 실효성이 없었으나, 1980년대 이후 정보공개법 제정 논의가 활발하게 이루어질 수 있는 토대를 마련했다고 평가한다.

한편, 언론중재법에서 정정보도청구등의 소에 관한 제26조 제8항은 정정보도청구등의 소의 재판에 필요한 사항을 대법원규칙으로 정하도록 하고 있다. 관련하여 대법원규칙으로 제정된 것은 1996. 6. 27. 반론보도 등 청구사건 심판규칙이다. 동 심판규칙 제4조 제2항은 "법원이 반론보도심판 또는 추후보도심판의 신청을 이유있다고 인정하여 반론보도 또는 추후보도를 명하는 때에는 게재 또는 방송할 반론보도 또는 추후보도의 내용, 크기, 시기, 횟수, 게재부위 또는 방송순서등을 정하여야 한다"라고 규정하였고, 제3항은 "법원이 제2항의 반론보도 또는 추후보도의 내용등을 정함에 있어서는 신청취지에 기재된 반론보도문 또는 추후보도문을 참작하여 신청인의 명예나 권리를 최대한 회복할 수 있도록 정하여야 한다"고 규정하였다. 이후 해당 규칙이 폐지되면서 2005. 7. 13. 정정보도청구 등 사건 심판규칙이 제정되었고, 제2조에서 정정보도청구등을 신청하는 경우 신청서에 피해구제보도문과 그 게재 또는 방송을 구하는 크기, 시기, 횟수, 게재부위 또는 방송순서 등을 기재하도록 하였다.

표 1 언론중재법상 피해구제보도 형식에 관한 주요 내용

구분	내용
제2조(정의)	16. "정정보도"란 언론의 보도 내용의 전부 또는 일부가 진실하지 아니한 경우 이를 진실에 부합되게 고쳐서 보도하는 것을 말한다. 17. "반론보도"란 언론의 보도 내용의 진실 여부와 관계없이 그와 대립되는 반박적 주장을 보도하는 것을 말한다.
제15조 (정정보도청구권의 행사)	③ 언론사등이 제1항의 청구를 수용할 때에는 지체 없이 피해자 또는 그 대리인과 정정보도의 내용·크기 등에 관하여 협의한 후, 그 청구를 받은 날부터 7일 내에 정정보도문을 방송하거나 게재(인터넷신문 및 인터넷뉴스서비스의 경우 제1항 단서에 따른 해당 언론보도등 내용의 정정을 포함한다)하여야 한다. 다만, 신문 및 잡지 등 정기간행물의 경우 이미 편집 및 제작이 완료되어 부득이할 때에는 다음 발행 호에 이를 게재하여야 한다. ⑤ 언론사등이 하는 정정보도에는 원래의 보도 내용을 정정하는 사실적 진술, 그 진술의 내용을 대표할 수 있는 제목과 이를 충분히 전달하는 데에 필요한 설명 또는 해명을 포함하되, 위법한 내용은 제외한다. ⑥ 언론사등이 하는 정정보도는 공정한 여론형성이 이루어지도록 그 사실공표 또는 보도가 이루어진 같은 채널, 지면(紙面) 또는 장소에서 같은 효과를 발생시킬 수 있는 방법으로 하여야 하며, 방송의 정정보도문은 자막(라디오방송은 제외한다)과 함께 보통의 속도로 읽을 수 있게 하여야 한다.
제16조 (반론보도청구권)	③ 반론보도 청구에 관하여는 따로 규정된 것을 제외하고는 정정보도 청구에 관한 이 법의 규정을 준용한다.
제17조 (추후보도청구권)	② 제1항에 따른 추후보도에는 청구인의 명예나 권리 회복에 필요한 설명 또는 해명이 포함되어야 한다. ③ 추후보도청구권에 관하여는 제1항 및 제2항에 규정된 것을 제외하고는 정정보도청구권에 관한 이 법의 규정을 준용한다.
제27조 (재판)	② 법원은 정정보도청구등이 이유 있다고 인정하여 정정보도·반론보도 또는 추후보도를 명할 때에는 방송·게재 또는 공표할 정정보도·반론보도 또는 추후보도의 내용, 크기, 시기, 횟수, 게재 위치 또는 방송 순서 등을 정하여 명하여야 한다. ③ 법원이 제2항의 정정보도·반론보도 또는 추후보도의 내용 등을 정할 때에는 청구취지에 적힌 정정보도문·반론보도문 또는 추후보도문을 고려하여 청구인의 명예나 권리를 최대한 회복할 수 있도록 정하여야 한다.

*제2조는 호(號), 이외는 항(項)을 표기함.

실무적으로 언론중재위원회는 「언론조정중재규칙」을 두고 있다. 피해구제보도문의 형식을 지정한 조항은 2011. 11. 29. 개정 언론중재규칙에서부터 찾아볼 수 있다. 개정된 규칙에는 제30조의2 '정정보도문등의 작성 기준'을 신설하고, 제1항에 "위원회의 조정절차에 의한 정정보도문 등에는 위원회의 조정에 의한 보도임을 알리는 문구를 삽입하도록 한다."라고 하여 피해구제보도의 경위를 표시하도록 했다. 제2항에서는 피해구제보도문의 제목에 조정대상 기사의 핵심 내용을 포함하여 작성하도록 했으며, 제3항은 그밖의 작성 기준은 언론중재위원회 세칙으로 정하도록 했다. 이후 2012. 8. 27. 개정 언론조정중재규칙은 보다 실효성 있는 피해구제를 위해, 제30조의2 조항을 구체화했다. 제3항을 "정정보도문등의 본문은 2단락 이상으로 나누어 게재하며, 첫 번째 단락에는 조정 대상 기사 중 문제 된 내용을 요약하여 적고, 두 번째 단락에는 정정 등의 내용을 적는다."라고 신설하여, 피해구제보도문의 내용상의 형식을 지정했다. 또한, 동조 제4항을 신설하여 조정 과정에서 중재부가 부제소와 이행강제금에 관해 논의하도록 했다.[12] 이외에도 2010. 9. 6. 개정 언론조정중재규칙에서는 비공개 절차인 조정 및 중재 사건 심리 내용의 외부 유출을 방지하기 위해 심리실에서의 녹음, 녹화 및 촬영 행위를 제한하는 규정을 마련하는 등(제15조 제3항), 피해구제보도 형식 차원의 실효성뿐만 아니라 실질적인 피해구제 이행을 위한 규정을 마련하였다는 특징이 있다.

요컨대, 우리 법에서 언론에 의한 피해의 구제는 1980년 언론기본법을 통해 반론권적 성격의 정정보도청구권과 언론중재위원회 절차가 체계화된 뒤, 법 폐지에도 불구하고 핵심 장치가 정간법과 방송법으로 계승되면서 무기대등의 원칙과 신속한 절차 진행, 무상 게재 등 절차적 구제가 공고화되었다. 특히, 2000년 개정 방송법은 통상 속도의 낭독과 자막 표기를 병행하는 방식으로 매체 특수성에 맞춘 형식 규율을 적용해 피해구제의 실효성을 높였다. 이후 2005년 언론중재법은 분산된 제도를 단일화하고 종전의 반론보도와 구별되는 실질적 '정정보도청구권'을 신설하였고, 원 보도와 같은 채널, 지면 또는 장소에서 동일한 효과를 달성하도록 규정함으로써 피해구제의 기능을 공고히 했다. 2009년에는 IPTV와 인터넷뉴스서비스로 법의 적용 대상 범위를 확장함으로써 디지털 환경에 대응했다. 실무적 차원에서는 언론중재위원회가 피해구제보도의 형식뿐만 아니라 조정절차와 피해구제 이행의 실질적인 실효성을 높이기 위한 규칙을 마련해 왔다.

이 과정에서 피해구제에 관한 조항은 크게 피해구제보도문의 내용과 게재 형식에 관한 규정으로 나뉘어 나타난다. 내용 측면에서는 원 보도의 포함 여부, 정정 내용을 대표하는 제목, 내용 전달에 필요한 설명 또는 해명, 위법한 내용의 제외 등을 규정했다. 형식 측면에서는 동일한 채널·지면·장소, 그리고 낭독 속도 등을 규정하여 문제가 된 원 보도의 영향력과 동일한 효과를 확보하도록 했다. 결국 피해구제 제도의 흐름은 반론 중심의 구제에서 출발하여 반론과 정정의 기능을 분리·발전시켰고, 지면의 자수, 방송의 낭독 등 매체 특성을 반영해 실효성을 높였다.

12 언론조정중재규칙 제30조의2 (정정보도문등의 작성 기준) ④ 중재부는 조정절차에서 다음 각 호의 사항을 논의하여야 한다.
1. 합의 또는 결정에 대한 피신청인의 이행을 조건으로, 신청인이 피신청인 및 피신청인 소속 직원에 대하여 조정 대상보도와 관련된 민·형사상 책임을 묻지 않는 것.
2. 피신청인이 이행기일 내에 정정보도문 등을 보도하지 않을 경우, 늦어진 기간에 따라 신청인에게 일정한 배상을 하도록 하는 것.

나. 언론피해구제에 관한 선행연구의 검토

언론피해구제에 관한 선행연구를 시기별로 구분하면, 언론중재법 제·개정을 기반으로 크게 세 개의 기준으로 나누어 볼 수 있다. 첫 번째 기준은 인터넷신문을 조정중재 대상으로 포함하면서 언론중재법이 제정된 2005년이다. 이 시기 전으로는 신문·잡지·방송 등 레거시 미디어를 중심으로 언론중재위원회에 의한 정정보도 사례나 법원 판례에 의한 반론보도 사례를 분석하였다. 2005년 이후로는 인터넷 신문 중심으로 인터넷 환경에서의 정정·반론보도가 이루어지고 있는 현황을 실증적으로 분석하는 연구가 이루어졌다. 두 번째 시점 기준은 인터넷뉴스서비스가 언론중재법에 포함된 2009년이다. 2009년 이전에는 인터넷 신문에 대한 관심과 함께 뉴스를 매개하는 언론으로서의 포털에 관한 연구가 이루어졌다. 이후로는 인터넷상에서 정정·반론보도의 효과에 대한 측정, 언론중재위원회 조정·중재 결과와 법원판결의 비교분석 등 다양한 관점에서 언론피해구제 연구가 이루어졌다. 마지막으로 대략 2020년을 전후로 뉴스 콘텐츠의 생산, 유통, 소비 행태 전반이 유튜브와 같은 온라인 동영상 플랫폼과 소셜미디어로 이동하면서, 미디어 환경 변화에 따른 언론피해구제의 개선 방안들이 연구되기 시작했다. 이 가운데 피해구제보도의 방법을 다룬 연구는 앞서 살펴본 법규가 그렇듯 피해구제보도의 형식과 내용으로 나누어 살펴볼 수 있다.

(1) 피해구제의 형식에 관한 논의

언론기본법으로 국내에 반론권 제도가 법제화되었지만, 보다 구체적으로 정정보도의 내용 및 작성방법, 보도방법 등에 관한 세부 규정을 마련할 필요성이 꾸준히 논의되었다. 예를 들어, 장영민과 정진수(1995, pp.51-52)는 정정보도문 형식과 관련한 문제를 다음과 같이 정리하였다. 첫째, 정정보도문의 제목은 원 보도가 제목을 붙여 독자의 관심을 끈 것과 동일한 수준이어야 한다. 둘째, 원 보도의 표시 방법에 관해서는, 당시 지면 신문에서 통상적으로 원 보도가 게재된 판·날짜·면수·제목을 표시하는 것이 일반적이었으나, 경우에 따라 원 기사의 내용을 요약하는 방식을 허용할 필요가 있다고 하였다. 셋째, 내용과 관련하여 당시 정정보도청구권은 사실상 반론보도청구권을 의미하였으므로, 피해구제보도문은 원 보도와 다른 내용을 독자에게 알리는 데 근본적인 취지가 있는 것임을 지적하였다. 따라서 피해구제보도문은 동일한 주제를 다루되 상이한 관점에서 작성해야 한다고 강조했다. 또한 말미에는 정정보도청구인을 특정할 수 있는 표기를 할 것을 제안했다. 넷째, 크기와 관련하여 당시 정간법은 정정보도문의 자수가 원 보도 자수를 초과할 수 없음을 규정했으나(제16조 제5항), 연구진은 이러한 수적인 기준이 정정보도청구권의 본질에 부응하지 못한다고 지적하면서 원 보도의 내용을 개괄적·요약적으로 제시하고, 원 보도와의 관념적 연관성을 유지하는 범위에서 피해자의 입장을 충분히 기술할 수 있어야 한다고 했다. 마지막으로 게재 위치는 원 보도와 동일한 면이나 난에 게재하는 것이 타당하다고 제언했다.

방송의 경우도 방송법에 피해구제보도에 관한 세부 규정이 없었기 때문에, 법원의 판결을 통해 기준이 형성되었다. 대표적으로 이른바 '세계정교 총령본존 사건'에 대한 대법원 판결(대법원 2000. 3. 24. 선고 99다63138 판결)이 원칙적 기준을 제시했다는 평가를 받는다(권형준, 2000; 박형상, 2001). 판례는 방

송사의 진행자가 반론보도문을 낭독하되, 반드시 방송 프로그램의 첫 머리에 방송될 필요는 없다고 판시했다. 방송 횟수는 무기대등의 원칙에 비추어 원 보도의 방송 횟수와 동일하게 하도록 판시하기도 했으나(서울고등법원 2000. 7. 13.자 99나61271 결정), 반론보도청구권의 의미를 고려하면 산술적 논리를 벗어나 각 방송의 내용과 길이를 종합적으로 고려해 정하는 것이 타당한 것으로 본다(권형준, 2000, p.93). 이처럼 방송에서의 피해구제보도 형식은 지면 매체와 같이 게재 위치와 길이가 규정되는 한편, 방송 매체의 특성에 맞게 양식이 변화되었다. 자막과 화면처리 방법 외 낭독자와 낭독 속도를 규정한 것이다. 초기에는 배경화면에 보도문을 자막으로 띄우기만 하거나 낭독만 하는 등 한 가지 방식으로 이루어진 사례도 있었으나, 2000. 1. 12. 제정 방송법부터 자막과 음성을 모두 사용하도록 법제화했다.[13]

2005년 언론중재법 제정으로 인터넷 신문이 조정중재 대상에 포함되면서, 인터넷상 반론권 논의가 본격화되었다. 대표적으로 이재진 외(2008)는 언론중재위원회에서 합의된 사건의 조정 결과를 분석하였다. 연구 결과, 전통적인 언론 매체인 신문·방송 사건과 뉴미디어로서 인터넷 신문 사건 간 피해구제 형식에 차이가 있음을 확인했다. 인터넷 매체에서는 게재 위치와 양식 등의 형태가 달라졌고, 게재 지속시간과 링크 연결 등 매체 특성에 따라 변화한 피해구제 형식이 등장했다. 또한, 기사삭제라는 새로운 형태의 권리 요구가 이루어지기 시작한 것으로 나타났다. 구체적인 분석 결과를 살펴보면 다음과 같다. 먼저, 보도횟수나 보도문의 크기가 중요했던 전통 매체에 비해 인터넷 매체는 게재 지속시간이 중요해졌다. 보도의 가시성을 위한 게재 양식과 관련해서는 원 보도의 제목 및 본문과 같은 활자 및 크기를 사용할 것을 지정하는 사례가 많았지만, 애초에 인터넷 신문은 크기 설정이 고정되어 있으므로 특별히 지정하지 않는 사례도 있었다. 게재 위치는 문제가 된 기사의 본문 하단에 게재하는 것으로 수정하거나 별도의 기사로 게재하는 방법 중에 고려할 수 있게 되었다. 또한, 원 보도에 반론보도문의 링크를 걸도록 하는 등 인터넷 매체 특성에 따라 새로운 피해구제 방법들이 등장하기 시작했다. 이외 링크를 활용하여 언론사의 인터넷 홈페이지 초기 화면에 피해구제보도문을 게재하고 제목 클릭시 본문으로 이동하는 형식으로 변화되었다.

특기할 만한 사항으로는 인터넷 신문에서도 반론보도문의 자수가 300자에서 400자 사이로 게재된 경우가 많았다는 점이다. 이는 신문·잡지의 지면 보도와 유사한 수준이다. 지면 보도와 달리 공간적 제약이 없는 인터넷 매체의 특성을 고려하면 의외의 결과라 평가된다. 마지막으로 분석대상 사건 30건 중 10건이 삭제를 전제로 합의했고, 이 중 일부는 인터넷뉴스서비스에서도 삭제하는 것을 바탕으로 합의가 성립됐다. 이와 같은 결과에 기반해 연구진은 기사삭제 또는 열람차단청구권 등 다양한 분쟁해결수단을 개발할 필요성에 대해 제언하면서 미국 일부 주에서 실시하고 있는 철회 요구(retraction statute) 조항을 참고할 것을 제안하였다.[14] 동시에 인터넷 매체 특성을 반영하여 반론문 게재 방식을 더욱 구체화하고 명확히 해야 할 필요성에 대해 역설하였다.

주지한 바와 같이, 이 시기 인터넷 신문의 등장에 이어 네이버, 다음 등의 포털이 뉴스 소비의 중심으로

13 방송법 제91조(반론보도청구권) 제5항 방송사업자가 행하는 반론보도는 그 공표가 행하여진 동일한 채널 및 동일한 효과를 발생시킬 수 있는 방법으로 이를 하여야 하며 반론보도문은 자막과 함께 통상적인 속도로 읽어야 한다.

14 언론사나 개인이 잘못된 정보나 명예훼손적 내용을 발표한 이후, 이를 공식적으로 철회하거나 정정할 경우 법적 책임을 완화해주는 조항이다. 각 주마다 차이가 있으나, 철회 요청을 받은 후 일정 기간 내 철회문을 발표해야 하고 원래 발표와 동일한 방식과 규모로 철회해야 한다.

부상했다. 이에 재매개 저널리즘(re-mediated journalism)으로서 인터넷 포털사의 언론성 여부가 쟁점으로 대두되었다. 포털을 언론 개념에 포함시켜 규제할 필요가 있다는 주장과 함께, 포털 사이트의 뉴스란 아래 고정적인 정정·반론보도란을 마련하는 등 뉴스 매개 서비스에서의 무기대등의 원칙 실현을 위한 기술적 조치가 필요하다는 논의가 전개되었다(박경래, 2008; 이재진 외, 2008). 포털 사업자는 정보를 매개하는 '통신'이므로 언론중재법 대상으로 포함하는 것에 대한 비판적 논의도 이루어진 바 있으나(유수윤·정재황, 2010), 2009. 2. 6. 언론중재법 개정으로 인터넷뉴스서비스와 인터넷멀티미디어방송도 조정 및 중재 대상에 포함되었다. 이 개정에서 포털서비스로 인한 피해 확산 방지를 위해, 인터넷 포털사의 표시 및 통보 의무(제17조의2 제1항)와 동일 청구 간주(제17조의2 제2항 및 제3항)에 관한 조항을 포함하였다. 이러한 상황이 전개되는 가운데 이동근(2010)은 언론중재위원회 토론회에서 향후 인터넷 기반 매체에서의 피해 구제 방법에 대한 세부적인 가이드라인 마련 필요성을 강조하기도 했다.

언론중재위원회에 접수되는 조정 신청 가운데 인터넷 매체 관련 신청이 가장 많으며, 그 비중은 해마다 증가하고 있다. 최근 5년간 전체 사건 대비 인터넷 기반 매체 대상 조정사건 비율은 2020년 75.1%에서 매해 증가했고, 2024년에는 80.9%에 달했다(언론중재위원회, 2025b). 김영주와 박창문(2015)은 언론중재위원회 경남중재부의 조정처리 현황 분석을 통해 조정처리효율의 감소와 피해유형의 집중화, 그리고 청구유형이 정정보도와 손해배상으로 편중되어 있다는 특징을 짚었다. 연구진은 언론중재위원회가 실질적인 조정효율성을 제고하기 위해서는 피해구제보도문의 크기, 위치, 형식, 제목 등을 원 보도와 동일한 수준으로 격상해야 한다고 제언했다. 또한, 단편적인 정정·반론보도 중심의 합의에서 벗어나 기고문 게재, 사과문 발송, PR보도, 포털 블로그 전재 기사삭제 등 다양한 구제 수단이 필요하다고 주장하였다.

이와 함께, 인터넷 환경에서 적절한 피해구제를 위해 기사 제목의 중요성을 강조하는 연구도 살펴볼 필요가 있다. 신용우(2020)는 기사나 방송의 제목만을 보고 판단하는 미디어 소비 행태가 늘어나고 있어, 단순히 기사 하단에 피해구제보도문을 추가하는 것으로는 미디어 이용자가 정정·반론의 사실을 인식하기 어렵다는 점을 지적했다. 따라서 기사나 방송보도의 제목에 정정·반론보도 등의 사실을 병기하는 등 제목에 초점을 맞춘 피해구제 접근이 필요하다고 하였다. 또한, 개인의 콘텐츠 생산과 유통이 자유로워진 환경에서, 원 보도나 영상을 별도로 분리하여 전파하는 사례가 늘어나고 있음을 지적하였다. 이에, 피해구제에 관한 영상을 따로 제작·방영하는 것만으로는 미디어 이용자가 피해구제보도를 인식하지 못할 가능성이 높아, 방송보도에 대한 정정보도 등을 원 보도와 피해구제보도를 결합해 편집·게시하는 등 시각적·구조적 연결성을 강화해야 하며, 이러한 방식을 법령에 반영할 수 있다고 제안했다.

이상의 논의를 종합하면, 정정·반론·추후보도를 통한 피해구제제도는 매체 유형별로 그 형식과 절차가 상이하게 발전해왔다. 지면 매체는 크기, 위치, 형식 등을 중심으로, 방송 매체는 시간대, 방송 방식, 자막 등의 시각적 동일성을 중심으로 규범이 형성되었다. 반면, 인터넷 매체는 지속 게재시간, 링크 연결, 원 보도의 수정과 삭제 등 기술적 특성을 반영한 새로운 구제방식이 도입되었다. 특히 인터넷 환경에서는 흔히 얘기하는 정보의 바다 속에서 이용자의 주목을 끌 수 있는 방식이 피해구제의 실효성을 높이는 핵심 요인으로 부상했음을 알 수 있다. 주요 미디어가 변화할 때마다, 연구자들은 공통적으로 미디어의 특성을 고려한 맞춤형 피해구제 가이드라인을 수립하고, 피해구제보도의 무기대등의 원칙을 실현하기 위한 기술적·형식적 개선이 필요하다는 데 목소리를 높여왔음을 알 수 있다.

(2) 피해구제보도문의 내용에 관한 논의

언론피해구제 연구의 한 갈래가 형식에 초점을 맞춘 한편, 또 다른 갈래는 보도문의 내용 그 자체에 초점을 맞추는 방향으로 이루어져 왔다. 특히 2005년 인터넷 신문이 언론중재위원회의 조정·중재 대상에 포함된 이후 정정·반론 등 피해구제보도의 양적 증가는 뚜렷하게 나타난 반면(윤지희·이건호, 2011), 질적 수준은 이에 미치지 못했다는 지적이 지속적으로 제기되었다. 이러한 문제는 국내외 비교 연구에서 드러난다. 임양준(2007)은 한국 신문이 정정보도에서 주로 '날짜, 면, 보도 내용, 오보 내용, 정정 내용'의 최소한 형식만을 제시하는 경향이 있는 반면, 미국 신문은 오보 유형, 오보 원인, 오보 내용 등 정정보도를 하게 된 오류의 배경과 맥락을 적극적으로 설명한다고 분석했다. 요컨대 한국은 '무엇을 바로잡았는가'에 머무르는 반면, 미국은 '왜 그런 오류가 발생했는가'에 초점을 맞춰 책임과 재발 방지의 단서를 제공한다는 것이다. 이와 관련해 2000년대 중반부터는 정정·반론보도에 언제 어느 법원의 판결이나 언론중재위원회의 결정에 의해 정정 또는 반론을 게재하게 되었는지를 명시하는 등 절차적 경위를 표기하는 관행이 나타나기 시작했다(김재협, 2004, p.303). 이는 최소한의 배경 정보를 공개했다는 점에서 진전이지만, 오보의 실질적 원인과 책임 구조를 구체적으로 밝히는 수준까지는 나아가지 못했다.

문제가 된 기사의 책임 귀인 역시 피해구제보도문의 내용에 있어 중요한 구성 요인이다. 기자를 대상으로 오보 발생 원인을 묻는 조사에서 기자의 잘못으로 오보가 발생한다고 응답한 비율이 84.2%로 높게 나타난 반면(한국언론진흥재단, 2009), 실제 정정보도를 내용분석한 결과 오보 원인을 취재원으로 기술한 사례가 많은 것으로 나타났다(윤지희·이건호, 2011). 나아가, 언론보도의 내용이 단순사실에 관한 오보가 아니라 기자의 정보 선택이나 주관적 판단에 관한 내용일수록 정정보도문의 길이가 더욱 길어지고 정정까지의 기간이 더 오래 걸리는 것으로 나타난다. 즉, 언론에서는 정정보도문에 오보 발생 원인을 구체적으로 밝히는 데 소극적이며, 오류의 성격에 따라 정정보도문의 구성·분량·시기 등이 달라지는 것으로 확인된다. 이후 유사한 연구를 수행한 함성원과 서상호(2014)는 다시금 정정보도문에 책임 귀인에 대한 내용이 부실함을 확인하였고, 이에 대한 문제는 최근까지도 지적되고 있다(임종섭, 2022). 이러한 결과에 따라 오보 발생 원인을 밝히는 등 정정보도에 관한 기본 가이드라인 구축의 필요성과 정정보도의 게재 위치를 일정한 장소에 고정하여 가시성을 높이는 개선 방안 등이 꾸준히 제시되고 있다.

만약 문제가 된 보도에 사진이 포함되어 있다면 어떨까. 이재신(2018)은 문제가 된 보도와 정정보도의 사진 유무를 기준으로 한 2X2 실험과 각 기사에 긍정적, 부정적 사진을 조작한 2X2 실험을 설계하였다. 종속변인은 문제가 된 보도의 대상 인물에 대한 감정적·인지적 인상이었다. 그 결과, 사진 유무에 따라 감정적 인상 변화가 크게 나타났고, 사진이 있을 때 변화 폭이 최대로 나타났다. 또한, 사진 속 감정의 방향에 따라 정정보도의 효과 폭이 다르게 나타났다. 원 보도에 부정적 사진을 제시하고 정정보도에 긍정적 사진을 보도했을 때, 감정적 인상 개선 폭이 매우 크게 나타난 것이다. 이러한 결과는 피해구제보도문을 구성하고 있는 다양한 요인들 하나하나에 따라 그 효과 수준이 다르게 발현될 수 있음을 시사한다.

피해구제보도가 원 보도와 동일한 효과를 거둘 수 있는 형식에 중점을 두고 있어, 원 보도 자체가 복잡한 사안인 경우에 그 내용을 전달하는 데 소홀히 하는 경향이 있다는 지적도 살펴볼 만하다(김재협, 2004). 실제로 피해구제보도의 효과가 사안에 따라 다르게 나타난다는 실증 결과가 이러한 논의의 필요성을 뒷받

침한다. 육은희(2020)는 정정보도의 효과를 측정하기 위해, 사건 속성과 정정보도에 대한 책임 귀인 여부를 변인으로 한 실험연구를 수행하였다. 연구자는 언론보도의 사건 속성을 윤리적 사건과 일반 사건으로 구분하였고, 정정보도에 대한 책임 귀인을 내부, 외부, 귀인 없음으로 조작한 2X3 실험을 설계했다. 이에 대한 종속변인은 문제가 된 보도 속 인물에 대한 평가와 매체에 대한 신뢰도로 설정하였다. 그 결과, 정정보도는 문제가 된 기사 내의 인물에 대한 평가를 긍정적으로 변화시키는 데 상당한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, 사건이 다루는 주제의 심각성이 높거나 그 표현이 개인의 감정을 자극하는 등 윤리적 사건인 경우, 인물에 대한 평가 변화가 더욱 크게 나타났다. 또한, 윤리적 사건의 정정보도에 책임 귀인이 제시되지 않았을 때 인물에 대한 평가 회복 정도가 낮게 나타났다. 이는 정정보도의 내용에 책임 귀인에 대한 정보가 담겨있을 때, 언론보도로 인해 형성된 인물에 대한 부정적 감정 평가가 완화될 수 있다는 것을 의미한다. 더 나아가, 내부 귀인이 있는 경우에만 정정보도 이후 해당 매체에 대한 신뢰도가 높아지는 것으로 변화했다는 결과 역시 눈여겨볼 만한 결과이다. 이 연구는 문제가 된 보도의 사건 속성과 정정보도 내용상 책임 귀인 작성 여부에 따라 피해구제의 효과가 달라질 수 있음을 실증적으로 확인했다는 점에서 의미가 있다. 결국, 언론보도로 인한 피해를 최소화하기 위해서는 사안의 속성에 맞는 피해구제보도문의 내용 설계가 이루어져야 함을 시사한다.

실상 지면의 부담이 최소화된 인터넷 환경에서 피해구제보도문의 내용이 보다 상세하게 작성될 필요가 있다는 주장은 지속적으로 제기되고 있다. 김주연(2022)은 언론중재위원회 조정·중재에 따른 피해구제보도가 언론중재법의 조항에 따라 충실히 실행되고 있다고 평가하는 한편, 현재 정정·반론·추후보도의 약점을 다음과 같이 짚었다. 첫째, 원 보도의 전파력에 비해 피해구제보도의 전파력이 낮고 사람들의 주목을 받지 못하고 있다는 점이다. 둘째로는 원 보도를 읽은 독자들 중 피해구제보도문을 읽은 비중이 낮을 것으로 추측된다는 점을 지적했다. 즉, 인터넷 환경에서 피해구제보도의 접근성이 매우 하락했다는 점을 지적하며, 이를 해결하기 위한 방안으로 인터넷뉴스서비스사업자로 하여금 피해구제보도의 접근성을 높이도록 의무를 부과하는 방법과 정정·반론·추후보도 자체의 충실성을 높이는 방안을 제안하였다.

전자는 피해구제 형식의 기술적 보완을 의미하며, 후자는 내용상의 보완을 의미한다. 김주연(2022)은 후자의 사례로, 한겨레신문이 2019. 10. 11.자 윤석열 당시 검찰총장 접대 의혹 단독보도와 관련하여 2020년에 게재한 정정보도를 제시하였다. 이 정정보도에서 한겨레는 취재 경위를 설명하며 어떤 부분이 과장되었고, 어떤 주장에 대한 입증 증거를 보완하지 못했는지 등을 세세히 설명했다. 김주연(2022)은 이러한 방식의 정정보도를 원 보도 이상의 가치를 지닌 보도로 평가하며, 피해구제보도문 자체의 충실성을 높이는 노력이 필요하다고 제안하였다. 즉, 피해구제보도문 그 자체가 하나의 콘텐츠로서 미디어 이용자들이 읽는 재미가 있는 보도여야 한다는 것이다. 물론 인터넷 환경이 무제한적 공간이 제공된다고 해서 피해구제보도에 제약이 없는 것은 아니다. 자신의 편집기사 내용을 정정하는 것은 물론이고 제3자의 반박을 공표하도록 강제하는 것 역시 미디어 자유에 대한 중대한 개입으로서 적절한 범위로 제한되는 것이 마땅하며, 피해자가 원하는 양만큼 반박을 할 수 있는 자유까지 허용되지는 않는다고 볼 수 있다(이수종, 2024, p.110).

종합하면, 한국의 피해구제보도는 2005년 이후 양적 확대에도 불구하고 피해구제보도의 배경과 책임 구조를 충분히 드러내지 못한 채 최소한의 형식에 머무는 한계가 지속되었다. 절차적 경위를 표기하는 관행이 자리 잡았지만 왜, 어떻게 정정·반론보도가 발생했는지, 그 책임 귀인에 대한 구체적 설명은 부족했

다. 연구 결과들은 책임 귀인 방식, 사건의 속성, 사진과 같은 시각 요소 등 피해구제보도를 구성하는 다양한 요인에 따라 피해구제보도의 효과가 크게 달라지며, 내부 귀인을 명시할 때 인물 평가와 매체 신뢰의 회복이 유의미하게 커진다는 점을 보여준다. 이에 따라 형식 중심의 최소 고지에서 벗어나 피해구제보도의 원인, 맥락, 검증 과정 등 내용 기준을 확립하고, 보도문의 게재 위치를 표준화하여 가시성과 접근성을 높여야 한다는 주장이 제기된 바 있다. 인터넷 환경에서는 공간적 제약이 거의 존재하지 않으므로 피해구제보도의 경위와 성격을 세밀히 해설하는 '읽히는 피해구제보도'를 확산할 필요가 있다는 것이 요지다. 결국 피해구제보도는 단순한 정정이나 반론의 통지가 아니라 책임 있는 설명으로 설계될 때, 원 보도의 피해자에 대한 부정적 영향을 실질적으로 완화하고 매체 신뢰 회복에 기여할 수 있을 것으로 사료된다.

3. 언론피해구제 형식 관련 법률안

학계의 논의를 넘어, 정정·반론·추후보도의 형식 자체를 법제화함으로써 피해구제보도의 가시성을 강화하고 무기대등의 원칙을 실현하려는 법적 논의들도 꾸준히 전개되었다. 언론중재제도 관련 법률안을 분석한 이승선(2021)은 언론중재법 관련 최근의 발의안들이 ① 언론중재위원회 위원 구성, ② 온라인상의 피해 구제, ③ 언론보도 내용에 대한 언론중재위원회의 적극적 개입 요구, ④ 징벌적 손해배상, ⑤ 정정보도 시 매체별 보도 방법에 관한 내용을 담고 있음을 확인했다. 이 가운데 본 절에서는 침해에 대한 구제와 관련된, '정정·반론·추후보도 시 보도 방법'에 관한 내용을 담고 있는 개정 법률안들을 검토한다. 이를 위해 유사한 내용의 법률안들을 묶어 ① 매체 특성별 피해구제 형식의 규정, ② 원 보도와 동일한 분량의 규정, ③ 알림 표시 의무화에 관한 규정, ④ 언론중재위원회 지침화라는 네 가지 축으로 나누어 살펴본다.

가. 매체 특성별 피해구제 형식 구분

언론중재법 제정 취지에 부합하는 실효성 있는 피해구제 방식에 대한 관심은 제19대(2012~2016) 국회에서부터 본격화 되었다. 특히, 언론중재법에 매체별로 피해구제보도 방법에 대한 세부 기준을 마련하는 내용이 등장했다(<표 2> 참조). 최초로 최민희 의원안(2013. 3. 21.)에서 이러한 시도가 이루어졌다. 해당 개정 법률안은 제15조의2(명백한 오보에 대한 정정보도의 특례) 조항을 신설하며 '명백한 오보(명백히 사실과 다른 언론보도등)'에 대해 언론중재위원회가 3일 이내에 명백한 오보 여부를 판단하도록 했다. 명백한 오보로 판단된 경우 언론사 등의 대표자에게 정정보도문을 명시하여 정정보도를 청구할 수 있도록 하고, 명백한 오보에 대한 정정보도청구는 조정 대상에서 제외했다. 그리고 동조 제5항에 명백한 오보에 대한 정정보도문의 방송 및 게재에 대해 매체 특성별로 세부 기준을 마련했다. 이 법률안에서 기준을 마련한 매체는 신문, 방송, 잡지 등 정기간행물, 인터넷신문 및 뉴스통신, 인터넷뉴스서비스로 5개 매체이다.

구체적으로 명백한 오보로 판단될 경우, 신문은 "오보기사가 게재된 같은 지면의 같은 위치에 오보기사의 2분의 1 이상의 크기로 정정보도문을 게재하고 정정보도문의 제목은 오보기사의 제목과 같은 크기로

할 것"으로 규정하고, 방송은 "(오보보도와) 같은 프로그램의 시작 전 1분 동안 정정보도문을 자막으로 게재(라디오방송은 제외한다)하고 통상적인 속도로 읽을 것"이며 정기간행물은 "목차가 게재되는 지면에 이어지는 1개 지면에 정정보도문을 게재하고 정정보도문의 제목은 오보기사의 제목과 같은 크기로 할 것"이라 하였다. 인터넷 매체와 관련해서는 인터넷신문 및 뉴스통신의 경우 "오보기사의 본문 상단에 정정보도문을 게재하고 인터넷 홈페이지 초기화면 상단 메뉴 바로 아래 정정보도문과 기술적으로 연결되어 있는 정정보도문의 제목을 게재할 것"이며, 인터넷뉴스서비스는 "오보기사의 본문 상단에 정정보도문을 게재하고 해당 오보기사가 제목으로 게재된 바 있는 모든 공간에 정정보도문과 기술적으로 연결되어 있는 정정보도문의 제목을 게재할 것"으로 규정하였다. 이처럼 최민희 의원안은 각 매체별로 위치, 크기, 분량 등을 상세히 규정하고 있다.

이러한 방식으로 매체 특성별 피해구제 형식을 지정한 법률안은 이후에도 박광온 의원안(2018. 11. 29., 2020. 8. 20.)과 최근 발의된 노종면 의원안(2025. 11. 14.)에서도 확인된다. 제20대 국회에서 발의된 박광온 의원안(2018. 11. 29.)은 제15조(정정보도청구권의 행사) 제6항을 개정하며 신문, 방송 및 인터넷 멀티미디어 방송, 잡지 등 정기간행물, 뉴스통신·인터넷 신문 및 인터넷뉴스서비스로 4개 매체의 정정보도 형식을 규정했다. 해당 개정안에서는 신문과 정기간행물의 경우 정정보도문을 첫 지면에 게재하도록 하고, 인터넷 매체는 해당 언론사 등의 인터넷 홈페이지의 초기화면에 게재하도록 했다. 방송 및 인터넷 멀티미디어 방송은 원 보도 프로그램 시작 시 자막과 함께 통상적인 속도로 읽을 수 있도록 했다. 이 개정 법률안은 비록 매체별로 규정하고 있으나, 최민희 의원안과 비교했을 때 그 내용을 상세히 규정하고 있는 것은 아니다. 다만, 세부적인 사항에 대해서는 제15조 제9항을 신설해, 문화체육관광부령으로 지정하도록 했다. 해당 법률안은 임기만료로 폐기되었으나, 21대 국회에서도 유사한 내용으로 재발의되었다(박광온, 2020. 8. 20.). 박광온 의원안에 대한 문화체육관광위원회 검토보고서에 따르면, 피해구제를 위한 정정보도의 실효성을 높이기 위한 개정안의 취지는 타당하다고 평가하면서도 매체별로 정정보도 방식을 법률에 명시하는 것은 사안 마다의 사실왜곡 정도, 피해의 정도 등 사실관계에 관계없이 일률적인 방식으로 정정보도가 이루어져야 하므로, 이는 언론의 자유와 편집권을 과도하게 제한할 수 있다고 지적하였다. 또한, 정정보도등을 신문의 첫 지면 등에 게재하도록 강제할 경우, 언론사가 이를 수용하기 위한 부담이 커져 오히려 당사자간 합의에 의해 이루어지는 분쟁 조정이 어려워질 가능성이 높다고 평가했다.

최근 발의된 노종면 의원안(2025. 11. 14.)은 언론중재법의 적용 대상에 온라인 동영상 뉴스서비스를 '언론보도등'으로 포함하고, 허위보도 및 허위조작보도 개념을 도입했다. 제15조 제3항에서 언론사등이 정정보도청구를 수용할 때에는 피해자 또는 그 대리인과 정정보도의 내용과 크기 뿐만 아니라, '방식'에 대해서도 협의하도록 했다. 또한, 동조 제6항에서 매체별 정정보도 게재 방식을 지정하는 동시에, 후단을 신설하여 정정보도의 무기대등의 원칙을 명시한 규정을 세분화하였다. 구체적으로 정정보도의 크기, 횟수, 시간, 기간 등에 대해 ① 허위성 여부, ② 언론사의 매체력(영향력), ③ 원보도의 전파력을 반영해 법원이 정하도록 했다.

노종면 의원안에서는 텔레비전방송·라디오방송·인터넷멀티미디어방송, 신문, 인터넷 신문, 인터넷뉴스서비스, 온라인 동영상 뉴스서비스 5개 매체를 대상으로 피해구제 형식을 지정했다. 신문은 언론보도등이 게재되었던 지면의 좌상단에 게재하도록 하고, 방송 매체는 원 보도 프로그램에서 출연자가 등장한 후

첫 순서에 자막으로 정정보도문을 표시하고 통상적인 속도의 음성으로 읽도록 했다. 인터넷 신문은 인터넷 대표 주소로 접속할 때 표출되는 첫 화면의 최상단과 이용자가 정정보도등 및 정정보도청구등을 확인할 수 있는 별도의 화면에 게재하도록 했다. 인터넷뉴스서비스 역시 인터넷 신문과 마찬가지로, 첫 화면 또는 보도 전용 화면의 최상단과 정정보도등을 확인할 수 있는 화면에 게재하도록 했다. 특히, 인터넷뉴스서비스의 경우, 원 보도가 첫 화면에 게재되었던 경우에는 정정보도 역시 반드시 첫 화면에도 게재하도록 규정했다. 법의 적용 대상으로 추가된 온라인 동영상 뉴스서비스는 "지정된 제목, 내용, 최초 노출 화면을 준수하여 제작한 정정보도 동영상 콘텐츠를 정정보도 대상 동영상 콘텐츠가 게재되었던 위치와 무관하게 온라인 동영상 뉴스서비스 접속화면 중 최상위 화면에 게시할 것"으로 규정하였다.

이처럼 매체 특성별 피해구제 형식을 지정한 법률안들은 매체별로 다른 정보 소비 구조를 전제로 노출 위치를 세밀화하고 정정보도의 가시성을 극대화하려는 시도의 일환으로 평가할 수 있다. 또한, 최근 언론중재법 적용 대상 확장 논의와 함께(권형둔, 2025; 김주용, 2025), 세부 기준을 마련하는 매체 역시 점차 확장되는 방향으로 전개되는 특징을 보인다.

표 2 매체특별성 피해구제 형식을 지정한 개정 법률안

발의일	발의	개정안 내용	비고
2013.3.21.	최민희의원 등 25인	**제15조의2 (명백한 오보에 대한 정정보도의 특례) 신설** **제5항** 언론사등이 제4항에 따라 정정보도문을 방송하거나 게재할 경우에는 다음 각 호의 기준을 따른다. 1. 신문: 명백한 오보로 판단된 기사가 게재된 같은 지면의 같은 위치에 오보기사의 2분의 1 이상 크기로 정정보도문을 게재하고 정정보도문의 제목은 오보기사의 제목과 같은 크기로 할 것 2. 방송: 명백한 오보로 판단된 보도 또는 사실공표가 이루어진 같은 프로그램의 시작 전 1분 동안 정정보도문을 자막으로 게재하고 통상적인 속도로 읽을 것 3. 잡지 등 정기간행물: 목차가 게재되는 지면에 이어지는 1개 지면에 정정보도문을 게재하고 정정보도문의 제목은 오보기사의 제목과 같은 크기로 할 것 4. 인터넷신문 및 뉴스통신: 오보기사의 본문 상단에 정정보도문을 게재하고 인터넷 홈페이지 초기화면 상단 메뉴 바로 아래 정정보도문과 기술적으로 연결되어 있는 정정보도문의 제목을 게재할 것 5. 인터넷뉴스서비스: 오보기사의 본문 상단에 정정보도문을 게재하고 해당 오보기사가 제목으로 게재된 바 있는 모든 공간에 정정보도문과 기술적으로 연결되어 있는 정정보도문의 제목을 게재할 것	
2018.11.29.	박광온의원 등 11인	**제15조 (정정보도청구권의 행사)** **제6항 수정** 언론사등은 … 정정보도문을 다음 각 호의 구분에 따라 방송하거나 게재(인터넷신문 및 인터넷뉴스서비스의 경우 제1항 단서에 따른 해당 언론보도등 내용의 정정을 포함한다)하여야 한다. 1. 방송 및 인터넷 멀티미디어 방송: 사실공표 또는 보도가 이루어진 채널의 프로그램 시작 시 자막과 함께 통상적인 속도로 읽을 수 있게 할 것 2. 신문: 신문의 첫 지면에 게재할 것 3. 잡지 등 정기간행물: 정기간행물의 본문이 시작되는 첫 지면에 게재할 것 4. 뉴스통신·인터넷신문 및 인터넷뉴스서비스: 해당 언론사 등의 인터넷 홈페이지의 초기 화면에 게재할 것 **제9항 신설** 제6항 각 호의 구분에 관한 세부적인 사항은 문화체육관광부령으로 정한다.	

발의일	발의	개정안 내용	비고
2020.8.20.	박광온의원 등 10인	**제15조 (정정보도청구권의 행사)** **제6항 수정** 언론사등은 … 정정보도문을 다음 각 호의 구분에 따라 그 사실 공표 또는 보도가 이루어진 같은 채널, 지면(紙面) 또는 장소에서 방송하거나 게재(인터넷신문 및 인터넷뉴스서비스의 경우 제1항 단서에 따른 언론보도등 내용의 정정을 포함한다)하여야 한다. 1. 방송 및 인터넷 멀티미디어 방송: 채널의 프로그램 시작시 자막(라디오 방송은 제외한다)과 함께 통상적인 속도로 읽을 수 있게 할 것 2. 신문: 신문의 첫 지면에 게재할 것 3. 잡지 등 정기간행물: 정기간행물의 본문이 시작되는 첫 지면에 게재할 것 4. 뉴스통신·인터넷신문 및 인터넷뉴스서비스: 해당 언론사 등의 인터넷 홈페이지의 초기 화면에 게재할 것 **제9항 신설** 제6항 각 호의 구분에 따른 정정보도의 세부적인 사항은 문화체육관광부령으로 정한다	
2025.11.14.	노종면의원 등 14인	**제15조 (정정보도청구권의 행사)** **제3항 수정** 언론사등이 제1항의 청구를 수용할 때에는 지체 없이 피해자 또는 그 대리인과 정정보도의 내용·크기·방식 등에 관하여 협의한 후 … 정정보도문을 방송하거나 게재 하여야 한다. **제6항 수정** 언론사등이 … 다음 각 호의 어느 하나에 따라 정정보도문을 방송하거나 게재(인터넷신문 및 인터넷뉴스서비스의 경우 제14조 제1항 단서에 따른 계속 보도, 인용, 매개 중인 언론보도등에 대한 정정 또는 삭제의 공표를 포함한다) 하여야 한다. **제6항 후단 신설** 이 경우 정정보도의 크기, 횟수, 시간, 기간 등은 해당 언론보도등이 허위보도등인지 허위조작보도등인지의 구별, 언론사등의 매체력, 정정보도 대상 언론보도등의 전파력을 고려하여 법원이 정한다. **제6항의 1~5호 신설** 1. 텔레비전방송, 라디오방송, 인터넷 멀티미디어 방송: 언론보도등이 방송되었단 프로그램에서 출연자가 등장한 후 첫 순서에 자막(라디오 방송은 제외한다)으로 정정보도문을 표시하고 통상적인 속도의 음성으로 읽을 것 2. 신문: 언론보도등이 게재되었던 지면(紙面)의 좌상단에 게재할 것 3. 인터넷신문: 인터넷 대표 주소로 접속할 때 표출되는 첫 화면(이하 “첫 화면”이라 한다)의 최상단과 이용자가 정정보도등 및 정정보도청구등을 확인할 수 있는 별도의 화면(이하 “정정보도등 확인 화면”이라 한다)에 게재할 것 4. 인터넷뉴스서비스: 첫 화면 또는 보도 전용 화면의 최상단과 정정보도등 확인 화면에 게재하며, 정정보도 대상 언론보도등이 첫 화면에 게재되었던 경우에는 정정보도 역시 반드시 첫 화면에도 게재할 것(다만, 인터넷뉴스서비스가 매개한 언론보도등에 대한 정정보도는 매개 대상인 언론보도등에 대한 정정보도를 매개하는 것으로 갈음한다) 5. 온라인 동영상 뉴스서비스: 지정된 제목, 내용, 최초 노출화면을 준수하여 제작한 정정보도 동영상 콘텐츠를 정정보도 대상 동영상 콘텐츠가 게재되었던 위치와 무관하게 온라인 동영상 뉴스서비스 접속화면 중 최상위 화면에 게시할 것	허위보도, 온라인 동영상 뉴스서비스

나. 원 보도와 동일한 분량 명시

최근 제21대 국회에서부터는 주로 전반적인 분량을 원 보도와 동일하게 하고자 한 시도가 활발해졌다. 이는 "같은 효과를 발생시켜야 한다"는 기존 규정을 형식적으로 구체화하여 정정보도 규범을 강화하려는 취지로 해석된다. <표 3>은 관련 내용으로 발의된 개정 법률안이다. 최초 제안한 것은 정청래 의원안(2020. 7. 10.)이다. 해당 개정 법률안에서는 정정·반론·추후보도 시 '원 보도의 지면 및 분량'으로 방송 및 게재하도록 하는 내용을 담고 있다.

이후 김영호 의원안(2020. 11. 19.)은 제안 이유로 현행법에 정정보도가 원 보도와 동일 효과를 발생시킬 수 있도록 하고 있으나, 실제 정정보도가 원 보도에 비해 지나치게 짧거나 글씨가 작아 독자·시청자가 제대로 인지하지 못하는 현실을 지적하면서, 언론보도로 인한 피해회복을 목적으로 하는 정정보도청구는 사람들이 충분히 인지할 수 있도록 하는 것이 현행법의 취지에 맞다고 하였다. 이에 따라, 이 법률안에서는 제15조 제3항에서 정정보도를 하는 경우 언론사와 피해자가 협의할 수 있는 사항 중 정정보도의 '크기'를 삭제하고 '내용'에 관한 협의만을 남겨두었고, 동조 제6항을 '정정의 대상인 언론보도등과 같은 시간·분량 및 크기로 보도하여' 같은 효과를 발생시킬 수 있는 방법으로 하도록 했다. 이후 최강욱 의원안(2021. 2. 4.)에서는 정정보도등을 원 보도와 같은 채널, 지면 또는 장소에서 '같은 크기, 같은 위치, 같은 방송시간 등 원 보도와 같은 효과를 발생시킬 수 있는 방법'으로 하도록 했다. 앞의 개정 법률안과 달리, 김용민 의원안(2021. 6. 23.)은 인터넷 매체에 대해서만 정정보도의 위치, 분량, 방법을 정한 것이 특징이다. 제17조의2 조항을 인터넷신문 및 인터넷뉴스서비스에 대한 특칙으로 하고, '정정보도등이 인용된 경우에 원 보도와 일치하는 구역 및 화면순서, 분량, 방법으로 기사를 제공하거나 매개'하도록 했다. 이 경우, 원 보도의 기사 제목 및 본문 상단에 정정보도등이 있음을 표시하도록 했다. 이외에도 제17조의3 조항을 신설하여, 상기의 조치에 대한 이행 및 관리·감독을 위해 정정보도청구신고센터를 설치·운영하도록 했다.

상기 4건의 법률안을 포함해 총 16건의 언론중재법 개정 법률안을 통합·조정한 문화체육관광위원회 대안(2021. 8. 25.)에서는 원 보도와 같은 시간, 분량 및 크기로 정정보도를 하되, 단서 조항으로 정정해야 할 내용이 원 보도의 일부분에 해당하는 경우에는 원 보도의 시간·분량·크기의 2분의 1 이상으로 하도록 했다. 이는 피해구제 형식이 사안마다 일률적으로 적용되어 언론사에게 부담이 될 수 있다는 우려를 일정 수준 방지하기 위한 단서 조항으로 보인다. 그러나 임기만료 폐기되었고, 제22대 국회에서도 마찬가지로 정청래 의원안(2024. 5. 31.)과 김영호 의원안(2024. 6. 18.)이 각각 원 보도의 '지면 및 분량', 원 보도의 '크기 및 분량'으로 피해구제보도가 이루어지도록 하는 내용의 법률안을 발의했다.

표 3 원 보도와 동일한 분량을 지정한 개정 법률안

발의일	발의	개정안 내용	비고
2020.7.10.	정청래의원 등 11인	**제15조 (정정보도청구권의 행사)** **제3항 수정** 언론사등이 … 원 보도의 지면 및 분량으로 그 청구를 받은 날부터 7일 내에 정정보도문을 방송하거나 게재하여야 한다. **제16조 (반론보도청구권)** **제1항 수정** … 언론사등이 청구를 수용할 때에는 원 보도의 지면 및 분량으로 반론보도문을 방송하거나 게재하여야 한다. **제17조 (추후보도청구권)** **제2항 수정** … 원 보도의 지면 및 분량으로 방송하거나 게재되어야 한다.	
2020.11.19.	김영호의원 등 27인	**제15조 (정정보도청구권의 행사)** **제3항 수정** 언론사등이 … 피해자 또는 그 대리인과 정정보도의 내용에 관하여 협의한 후 … **제6항 수정** 언론사등이 … 그 사실공표 또는 보도가 이루어진 같은 채널, 지면(紙面) 또는 장소에서 정정의 대상인 언론보도등과 같은 시간·분량 및 크기로 보도하여 …	
2021.2.4.	최강욱의원 등 12인	**제15조 (정정보도청구권의 행사)** **제6항 수정** 언론사등이 하는 정정보도는 … 그 사실공표 또는 보도가 이루어진 같은 채널, 지면 또는 장소에서 같은 크기, 같은 위치, 같은 방송시간 등 원 보도와 같은 효과를 발생시킬 수 있는 방법으로 하여야 하며, …	
2021.6.23.	김용민의원 등 10인	**제17조의2 (인터넷신문 및 인터넷뉴스서비스에 대한 특칙)** **제4항 신설** 인터넷신문사업자 및 인터넷뉴스서비스사업자는 정정보도청구등이 인용된 경우에는 원보도와 일치하는 구역 및 화면 순서, 분량, 방법으로 기사를 제공하거나 매개하여야 한다. 이 경우 원 보도 기사 제목 및 본문 상단에 정정보도등이 있음을 표시하여야 한다.	
2021.8.25.	문화체육관광 위원장	**제15조 (정정보도청구권의 행사)** **제6항 수정** 언론사등이 하는 정정보도는 … 그 사실공표 또는 보도가 이루어진 같은 채널, 지면 또는 장소에서 정정의 대상인 언론보도등과 같은 시간·분량 및 크기로 보도하여 같은 효과를 발생시킬 수 있는 방법으로 하여야 하며, … **제6항 단서 신설** 다만, 정정의 대상인 언론보도등의 내용이 원래의 언론보도등의 일부인 때에는 같은 채널, 지면 또는 장소에서 원래의 언론보도등보다 시간·분량 및 크기를 작게 하여 정정보도를 할 수 있으나, 이 경우에도 원래의 언론보도등의 시간·분량 및 크기의 2분의 1 이상으로 하여야 한다. **제7항 신설** 인터넷신문사업자 및 인터넷뉴스서비스사업자는 정정보도를 쉽게 검색·확인할 수 있도록 필요한 기술적 조치를 취해야 한다.	대안

발의일	발의	개정안 내용	비고
2024.5.31.	정청래의원 등 10인	**제15조 (정정보도청구권의 행사)** **제3항 수정** 언론사등이 제1항의 청구를 수용할 때에는 원 보도의 지면 및 분량으로 … 정정보도문을 방송하거나 게재하여야 한다. **제16조 (반론보도청구권)** **제1항 수정** … 언론사등이 청구를 수용할 때에는 원 보도의 지면 및 분량으로 반론보도문을 방송하거나 게재하여야 한다. **제17조 (추후보도청구권)** **제2항 수정** 추후보도에는 … 원 보도의 지면 및 분량으로 방송하거나 게재되어야 한다.	
2024.6.18.	김영호의원 등 10인	**제15조 (정정보도청구권의 행사)** **제3항 수정** 언론사등이 제1항의 청구를 수용할 때에는 원 보도의 크기 및 분량으로 … 정정보도문을 방송하거나 게재하여야 한다.	알림 표시

다. 알림 표시

인터넷뉴스서비스가 2009년 언론중재법 적용 대상으로 편입되면서, 피해구제 형식과 관련하여 또 다른 축의 논의가 전개되었다. 이는 정정·반론·추후보도 자체의 형식뿐 아니라, 이용자에게 해당 기사에 대해 정정보도청구 또는 조정 신청이 제기되었음을 알리는 '알림 표시' 제도를 도입·강화하는 방향이다(<표 4> 참조). 먼저, 인터넷뉴스서비스가 정정보도청구등이나 조정 신청이 있음을 알리는 표시의 방법을 대통령령으로 규정하는 발의안이 등장했다(정부안, 2011. 7. 14., 2013. 6. 28.). 진성호 의원안(2011. 12. 30.)은 이와 같은 표시를 인터넷뉴스서비스사업자뿐만 아니라 인터넷 멀티미디어 방송사업자에게도 부과하고, 그 구체적인 시행방법에 대해서는 언론중재위원회 규칙에 따르도록 하는 내용의 발의안을 냈다. 아울러 동 발의안에서 언론사가 자발적으로 정정보도 등을 하는 경우와 언론중재위원회의 조정을 거쳐 정정보도 등을 하는 경우에 그 형식이나 내용에 차이가 없으므로, 피해구제의 공신력과 효과를 제고하기 위해 조정을 거친 피해구제보도에는 해당 보도가 언론중재위원회의 조정을 거쳐 이루어졌다는 경위를 알리는 표시를 포함하도록 했다.

이후에도 정정보도청구등이 있음이나 조정 신청이 있음을 알리는 표시를 '쉽게 알아볼 수 있는 위치'에 하거나(주호영 의원안, 2017. 4. 25.), '식별이 용이하도록' 표시할 것을 규정하는 내용(강효상 의원안, 2017. 4. 25.), 이러한 내용을 쉽게 검색·확인할 수 있도록 필요한 조치를 취하도록 하는 내용(김영호 의원안, 2021. 5. 7.) 등이 발의되었다. 특히, 노종면 의원안(2025. 11. 14.)은 제17조의2 제4항을 신설하여 인터넷신문사업자 및 인터넷뉴스서비스사업자가 정정보도등 알림 표시를 할 때 포함해야 할 구체적인 구성 내용을 명시하였다. 여기에는 정정보도청구등의 ① 청구인, 청구대상, 청구일, ② 수용 여부, ③ 진행 현황, ④ 조정 또는 중재 여부 및 결과, ⑤ 소 제기 여부 및 결과, ⑥ 손해배상 또는 손해배상의 소 제기 여부 및 결과가 포함된다. 또한 동조 제6항을 신설하여 이러한 내용을 확인할 수 있는 별도의 화면(정정보도등 확인 화면)을 마련하도록 하고, 이 경우 홈페이지 첫 화면 중 최상위에 정정보도등 확인 화면으로 연결되는 안내를

표시하는 조치를 취하도록 했다.

표 4 알림 표시에 관한 개정 법률안

발의일	발의	개정안 내용	비고
2011.7.14.	정부	**제17조의2 (인터넷뉴스서비스 등에 대한 특칙)** **제4항 신설** 제1항에 따른 표시의 방법에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. **제18조 (조정신청)** **제8항 신설** 제7항에 따라 통보를 받은 인터넷신문사업자 및 인터넷뉴스서비스사업자는 지체 없이 해당 기사에 관하여 조정신청이 있음을 알리는 표시를 하여야 한다. **제9항 신설** 제8항에 따른 표시의 방법에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	
2011.12.30.	진성호의원 등 11인	**제17조의2 (인터넷뉴스서비스에 대한 특칙)** **제4항 신설** 제1항에 따른 정정보도 청구 등이 있음을 알리는 표시의 위치, 방법 그 밖에 필요한 사항은 중재위원회규칙으로 정한다. **제19조 (조정)** **제10항 신설** 조정에 의한 정정보도, 반론보도 및 추후보도에는 중재위원회의 조정을 거쳐 이루어졌음을 알리는 표시가 포함되어야 한다.	경위 표시
2013.6.28.	정부	**제17조의2 (인터넷뉴스서비스 등에 대한 특칙)** **제4항 신설** 제1항에 따른 표시의 방법에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. **제18조 (조정신청)** **제8항 신설** 제7항에 따라 통보를 받은 인터넷뉴스서비스사업자 또는 인터넷신문사업자는 지체 없이 해당 기사에 관하여 조정신청이 있음을 알리는 표시를 하여야 한다. **제9항 신설** 제8항에 따른 표시의 방법에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	
2017.4.25.	주호영의원 등 10인	**제17조의2 (인터넷뉴스서비스에 대한 특칙 등)** **제1항 수정** 인터넷뉴스서비스사업자 및 인터넷신문사업자는 … 표시를 쉽게 알아볼 수 있는 위치에 하여야 한다. **제4항 신설** 제1항에 따른 표시의 방법에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.	
2018.5.9.	강효상의원 등 14인	**제17조의2 (인터넷뉴스서비스에 대한 특칙)** **제1항 수정** 인터넷뉴스서비스사업자는 … 대통령령으로 정하는 바에 따라 식별이 용이하도록 정정보도청구 등이 있음을 알리는 표시를 하고 …	

발의일	발의	개정안 내용	비고
2021.5.7.	김영호의원 등 10인	**제17조의2 (인터넷뉴스서비스에 대한 특칙)** **제4항 신설** 인터넷뉴스서비스사업자는 제3항에 따라 정정·반론 또는 추후보도에 관한 수용을 통지받은 때에는 제공 또는 매개하는 기사의 제목 및 내용에 정정보도 등이 있음을 표시하고, 정정보도등의 내용을 쉽게 검색·확인할 수 있도록 필요한 조치를 하여야 한다. **제17조의3 (인터넷신문에 대한 특칙) 신설** **제1항** 인터넷신문사업자는 정정보도청구등을 받은 경우 지체 없이 해당 기사에 관하여 정정보도청구등이 있음을 알리는 표시를 하여야 한다. **제2항** 인터넷신문사업자는 보도한 기사에 관한 정정보도등이 있는 경우 해당 기사의 제목 및 내용에 정정보도등이 있음을 표시하고, 정정보도등의 내용을 쉽게 검색·확인할 수 있도록 필요한 조치를 하여야 한다.	
2024.5.29.	문화체육관광 위원장	**제17조의2 (인터넷뉴스서비스에 대한 특칙)** **제4항 신설** 인터넷뉴스서비스사업자는 … 제공 또는 매개하는 기사의 제목 및 내용에 정정보도등이 있음을 표시하고, 정정보도등의 내용을 쉽게 검색·확인할 수 있도록 필요한 조치를 하여야 한다. **제17조의4 (인터넷신문에 대한 특칙) 신설** **제1항** 인터넷신문사업자는 정정보도청구등을 받은 경우 곧바로 해당 기사에 관하여 정정보도 청구, 반론보도 청구, 추후보도 청구가 있음을 알리는 표시를 하고 해당 기사를 매개한 인터넷뉴스서비스사업자에 그 청구 내용을 통보하여야 한다. **제2항** 인터넷신문사업자는 보도한 기사에 관한 정정보도등이 있는 경우 해당 기사의 제목 및 내용에 정정보도등이 있음을 표시하고, 정정보도등의 내용을 쉽게 검색·확인할 수 있도록 필요한 조치를 하여야 한다.	대안, 동일 시간·분량·크기
2024.6.18.	김영호의원 등 10인	**제17조의2 (인터넷뉴스서비스에 대한 특칙)** **제4항 신설** 인터넷뉴스서비스사업자는 제3항에 따라 정정보도·반론보도 또는 추후보도에 관한 수용을 통지받은 때에는 제공 또는 매개하는 기사의 제목 및 내용 상단에 정정보도·반론보도 또는 추후보도가 있음을 표시하여야 한다. **제17조의3 (인터넷신문에 대한 특칙) 신설** **제1항** 인터넷신문사업자는 정정보도청구등을 받은 경우 지체없이 해당 기사에 관하여 정정보도청구등이 있음을 알리는 표시를 하여야 한다. **제2항** 인터넷신문사업자는 보도한 기사에 관한 정정보도·반론보도 또는 추후보도가 있는 경우 해당 기사의 제목 및 내용 상단에 정정보도·반론보도 또는 추후보도가 있음을 표시하여야 한다.	동일 크기·분량
2024.7.17.	이정헌의원 등 22인	**제17조의2 (인터넷뉴스서비스에 대한 특칙)** **제2항 후단 신설** … 이 경우 기사제공언론사는 정정보도청구등을 받은 사실을 이용자가 알 수 있도록 대통령령으로 정하는 방법으로 게재하여야 한다.	
2025.3.10.	김장겸의원 등 13인	**제23조의2 (인터넷뉴스서비스에 대한 조정 특칙) 신설** **제1항** 인터넷뉴스서비스사업자와 기사제공언론사 중 일방이 조정 신청 당사자가 된 경우 지체 없이 해당 기사에 관하여 조정 신청이 있음을 알리는 표시를 하고 상대방에게 그 신청 내용을 통보하여야 한다.	

발의일	발의	개정안 내용	비고
2025.11.14.	노종면의원 등 14인	**제17조의2 (인터넷신문 및 인터넷뉴스서비스에 대한 특칙)** **제1항 수정** (정정보도청구등을) 받은 뒤 중재위원회 또는 법원을 통하여 정정보도등을 인정하는 최초의 결정, 판결 또는 합의가 나왔을 때에는 지체 없이 해당 결정, 판결 또는 합의의 내용을 알리는 표시를 하여야 한다. **제4항 신설** 인터넷신문사업자 및 인터넷뉴스서비스사업자는 정정보도등 알림 표시를 제작할 때 이용자가 다음 각 호의 내용을 쉽게 열람할 수 있도록 구성하여야 한다. 1. 정정보도청구등의 청구인, 청구대상, 청구일 2. 정정보도청구등의 수용 여부 3. 정정보도청구등의 진행 현황 4. 제19조 및 제24조에 따른 정정보도청구등의 조정 또는 중재 여부 및 결과 5. 제26조에 따른 정정보도청구등의 소 제기 여부 및 결과 6. 정정보도청구등과 함께 손해배상 또는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제44조의10에 따른 손해배상의 소가 제기되었다는 사실 및 결과 **제6항 신설** 인터넷신문사업자 및 인터넷뉴스서비스사업자는 이용자가 제4항 각 호의 내용을 확인할 수 있는 별도의 화면(이하 "정정보도등 확인 화면"이라 한다)을 마련하여야 한다. 이 경우 홈페이지 첫 화면 중 최상위에 정정보도등 확인 화면으로 연결되는 안내를 표시하는 등 기술적 조치를 하여야 한다.	

라. 언론중재위원회 지침

한편, 피해구제보도의 형식을 법률이 아닌 언론중재위원회의 지침으로 관리하려는 시도도 확인된다. 제21대 국회에서 발의된 김원이 의원안(2020. 12. 1.)은 제17조의3 인터넷을 통한 언론보도등 피해 구제 조항과 제17조의4 정정보도 등에 대한 지침 조항을 신설하면서, 언론중재위원회가 정정·반론·추후보도의 방식 등에 대한 지침을 마련하도록 하고, 언론사등은 특별한 사유가 없다면 이에 따라야 한다고 규정하였다(<표 5> 참조). 이는 개별 사안의 다양성과 매체 환경의 변화 속도를 고려할 때, 경직된 법률 규정보다는 중재위원회의 전문성을 바탕으로 한 유연한 가이드라인이 더 적절할 수 있다는 문제의식에서 나타난 시도라 해석된다.

그러나 이에 대한 문화체육관광위원회 검토보고서에서 "이러한 지침을 만들 권한을 언론중재위원회에 부여하는 것이 중재위원회의 업무 범위를 벗어나므로 지침이 아닌 법에 정정보도등의 방식을 규정할 필요가 있다"라고 하였다.

표 5 피해구제 방법의 지침 마련 개정 법률안

발의일	발의	개정안 내용	비고
2020.12.1.	김원이의원 등 16인	**제17조의4 (정정보도 등에 대한 지침) 신설** 중재위원회는 언론사등이 방송 또는 게재하는 정정보도, 반론보도 및 추후보도를 통하여 공정한 여론형성이 이루어질 수 있도록 정정보도, 반론보도 및 추후보도의 방식 등에 대한 지침을 마련하여야 하며, 언론사등에 해당 지침을 준수하도록 권고하여야 한다. 이 경우 언론사등은 특별한 사유가 없으면 이에 따라야 한다.	

정리하면, 피해구제보도 형식과 관련된 개정 법률안들은 크게 매체 특성별 정정보도 형식의 세분화, 원보도와 동일한 분량의 지정, 알림 표시 제도의 정교화를 축으로 전개되어 오고 있는 것으로 보인다. 이들 법률안은 공통적으로 피해구제보도의 가시성과 접근성을 제도적으로 보장하여 피해구제의 실효성을 높이려는 방향을 지향하는 동시에, 그 과정에서 언론의 자유 및 편집권과의 긴장 관계를 보여준다. 특히, 다양한 인터넷 기반 매체들이 뉴스 소비의 핵심 경로로 자리 잡으면서 개별 단위의 콘텐츠의 가시성이 점차 약화되고 있는 바, 추상적 기준을 넘어 실제 이용자 화면 상의 위치, 최초 노출 화면, 정정보도 확인 화면 등 구체적으로 피해구제보도의 노출을 극대화할 수 있으리라 예상되는 위치를 표준화하는 시도가 이루어지고 있다. 이러한 개정 법률안이 제안하는 시도는 무기대등의 원칙 하에서 피해자의 원상회복권을 강화하려는 제도적 실험으로 이해할 수 있다.

이러한 흐름은 언론중재제도가 전통적 신문·방송 중심의 틀을 넘어, 플랫폼 기반 뉴스 유통과 알고리즘 환경 속에서 피해구제보도의 실질적 효과를 어떻게 담보할 것인가라는 새로운 과제를 안고 있음을 보여주며, 향후 언론법제 논의의 중요한 축으로 지속될 가능성이 크다. 이러한 맥락에서 본 연구는 그동안 미디어 환경 변화에 따른 피해구제 보도 형식의 변화 경향을 분석하고자 한다.

Ⅲ. 미디어 환경 변화에 따른 피해구제 형식 변화 분석

1. 연구방법

가. 분석 대상

본 연구는 디지털 미디어 중심의 매체 환경 변화에 따라 시기별 언론피해구제 보도 형식의 변화 양상을 살펴보는 데 목적이 있다. 이를 위해, 언론중재법의 적용 대상 매체 확장 후 이듬해 하반기에 조정 합의된 사건의 피해구제보도 형식을 분석하고자 했다. 주지한 바와 같이, 언론중재위원회는 2005년 언론중재법이 제정되며 인터넷 신문을 조정·중재 대상으로 포섭하였다. 이후 2009년 언론중재법 개정으로 인터넷뉴스서비스와 인터넷멀티미디어방송이 조정·중재 대상으로 확장되었다. 가장 최근에는 언론중재위원회 내부 소위원회 회의를 거쳐 2022년 9월부터 언론사가 운영하는 유튜브 등의 뉴스 콘텐츠를 조정·중재 대상으로 포함하였다. 따라서 분석대상은 2006년, 2010년, 2024년 하반기에 조정 성립된 사건이다.[15]

하반기를 분석 대상을 삼은 것은 제·개정 이후 새로운 매체 유형이 조정 대상으로 실질적으로 포함되고, 사건들이 일정 기간 누적된 이후의 시점을 반영하기 위함이다. 제·개정 직후 상반기의 경우, 제도 시행 초기로서 적용 과정에서의 혼선이나 불안정성이 나타날 가능성이 크다. 상대적으로 하반기는 제도 안착 단계로, 개정 법률의 실효적 적용이 가시화되고 새로운 매체에 대한 피해구제 형식이 안정화되는 시기라 판단하였다. 특히 온라인 동영상 플랫폼의 경우, 2024년에 언론사의 유튜브 채널을 조정대상 매체로 직접 지정하여 신청한 사건이 전년 대비 증가하였고(10.7%→16.2%), 유튜브 쇼츠 콘텐츠에 대한 조정 신청도 새롭게 접수되는 등 조정 사례가 다변화되고 있다(언론중재위원회, 2025b). 이처럼 다양한 유형의 사례가 본격적으로 나타나기 시작한 2024년을 분석 대상 기간으로 선정하는 것이 온라인 동영상 플랫폼의 피해구제 형식을 살펴보는 데 적절하다고 판단하였다.

한편, 신청인이 여러 건의 청구를 하였으나 조정 절차 중 병합된 경우, 병합 사건을 하나의 사건으로 간주했다. 즉, 신청인과 피신청인이 합의하여 작성된 조정조서 1건을 하나의 사건으로 보았다. 또한, 본 연구

15 언론중재위원회에서 심리 결과는 조정성립, 직권조정결정, 조정 불성립 결정, 기각, 각하, 구제 취하, 미구제 취하 등으로 나타날 수 있다. 이 가운데 당사자 간 합의가 이루어진 경우에 해당하는 조정성립 사건만을 분석했다. 조정이 성립되면 중재부는 조정조서를 작성하고 당사자에게 정본을 송달한다. 조정조서에는 당사자와 대리인, 조정대상, 조정신청 취지, 조정신청이유, 조정사항, 조정연월일 등을 기재하도록 하고 있다.

는 피해구제 형식을 분석하기 위한 것이므로 피해구제보도문을 게재하는 것 외의 방식으로 피해구제가 이루어진 사례는 분석대상에서 제외했다. 여기에는 자체적인 후속보도, 피신청인의 사과 혹은 유감 표명, 기사삭제 및 열람차단, 기사수정, 손해배상만으로 피해구제가 된 경우 등의 사례가 해당 된다. 이에 따른 최종 분석대상 사건은 2006년 132개, 2010년 140개, 2024년 223개로, 총 495건의 조정조서를 분석대상으로 삼았다. 부제소 및 이행강제금 등 조정의 실효성과 관련된 요인은 495건의 조정조서 데이터를 기반으로 분석 결과를 제시했다. 다만, 조정에 따라 1개 건에 대해 여러 매체에 피해구제가 이루어지는 경우가 많다. 가령 1개 조정조서에서 지면신문, 인터넷 신문, 그리고 유튜브 채널에 각각 피해구제보도문을 게재하는 방법으로 조정 합의되는 경우다. 따라서 피해구제보도가 게재된 매체를 기준으로 한 경우, 분석 대상은 2006년 134개, 2010년 172개, 2024년 267개로 총 573건이다. 따라서 본 연구는 매체를 기준으로 한 573건의 데이터를 기반으로 분석 결과를 제시했다.

나. 분석 절차 및 방법

(1) 분석 절차

분석 절차는 다음과 같다. 먼저, 언론중재위원회의 조정 사건 기초통계데이터를 활용했다. 해당 데이터에는 사건번호, 신청인, 피신청인, 조정대상기사, 침해유형, 조정 회의 내용, 조정심리 결과 등에 관한 정보를 확인할 수 있다. 이 가운데 사건번호, 피신청인, 조정대상기사, 침해유형 관련 데이터를 활용했다. 다만, 분석기간인 2006년, 2010년, 2024년의 시간차가 큰 만큼 데이터의 분류체계가 조금씩 상이하므로, 최종 코딩북의 유목 및 분류체계에 맞게 수정하였다.

다음으로, 피해구제 보도 형식을 분석하기 위한 내용분석을 진행했다. 이를 위해, 먼저 정정·반론보도문 형식을 분석한 과거 선행연구를 참조하여 코딩북 초안을 만들었다. 이후 분석대상 중 일부를 무작위로 추출해 예비 코딩을 진행하며 본 연구에 적합하도록 분류체계를 정교화했다. 본 코딩은 9월 18일부터 10월 23일까지 약 한 달에 걸쳐 진행되었다.

본 연구는 디지털 미디어 환경으로 변화해가는 가운데 피해구제의 형식의 변화 양상을 살펴보기 위한 것이므로, 모든 코딩 항목을 각 시기별로 교차분석했다. 구체적으로 2006년(인터넷 신문 도입기), 2010년(인터넷뉴스서비스 도입기), 2024년(온라인 동영상 플랫폼 도입기)에 따른 피해구제 형식을 분석하였다. 단, 온라인 동영상 플랫폼은 2024년부터 분석대상에 포함되었으므로, 온라인 동영상 플랫폼의 피해구제 형식을 별도로 분석한 경우 단순 빈도분석을 수행하였다. 코딩 자료는 통계 프로그램 SPSS를 활용해 분석했다. 최종적으로, 정량적 분석을 보완하기 위하여 매체별 피해구제의 사례를 정리하는 작업을 수행했다.

(2) 분석 항목

분석 데이터는 언급한 바와 같이 언론중재위원회의 조정조서이다. 조정조서는 기본적으로 사건에 대한 '일반사항'과 신청인과 피신청인이 합의한 '조정사항', 그리고 신청인이 요구한 '신청의표시'로 구성된다. 이 가운데 본 연구에서는 일반사항과 조정사항에 대한 내용분석을 수행했다. 조정사항 안에는 ① 보도문의 제목과 본문, ② 해당 보도문을 게재하는 형식 등 구체적인 이행 방법, 그리고 ③ 조정의 실효성을 담보하기 위한 부가 조항들이 포함되어 있다. 본 연구의 분석 항목 역시 조정조서의 내용에 따라 일반사항, 피해구제 형식, 그리고 조정에 의한 피해구제의 실효성 확보 조항을 기준으로 분석했다.

(가) 일반사항

사건 관련 일반사항으로는 기본적인 사건번호, 피신청인, 대상매체, 매체분류 등을 코딩했다. 언급한 바와 같이 사건번호와 피신청인은 언론중재위원회 기초통계데이터 자료를 활용했다. 피해구제 대상 매체는 언론중재위원회 기초통계데이터에 기반하여 신문, 방송, 잡지, 뉴스통신, 인터넷 신문, IPTV, 인터넷뉴스서비스, 온라인 동영상 플랫폼, 기타로 구분했다.

(나) 피해구제 형식

피해구제 형식은 피해구제보도문의 제목 및 형식, 보도문의 길이, 그리고 매체별 가시성 요인을 분석했다. 먼저, 피해구제보도문의 제목 및 형식은 정정보도, 반론보도, 추후보도, 정정 및 반론보도, 일반기사, 알림기사, 기타 등 7개 항목으로 분류하였다. 코딩 방법은 보도문의 제목을 기준으로 하였다. 예컨대, 피해구제보도문의 본문에 정정보도 내용이 담겨있다 하더라도, 제목을 '알려드립니다', '알려왔습니다', '알림' 등의 형태로 보도하는 경우 '알림기사'로 코딩했다. 다음으로, 피해구제보도문의 길이는 보도문의 제목과 공백을 모두 포함한 글자 수를 코딩하였다. 분석 범주는 200자 이하에서부터 700자 초과까지 100자 단위로 구분하여 총 7개 항목으로 분류하였다.

이어서 피해구제보도문의 가시성 요인은 <표 6>과 같이 매체속성별로 세분화하여 코딩했다. 피해구제의 방법은 본질적으로 매체가 가지고 있는 속성에 따라 어떻게 보도할 것인지가 달라지기 때문이다. 본 연구에서는 매체 속성에 따라 크게 활자 매체와 영상 매체로 구분하되, 활자 매체 가운데 피해구제 방법의 성질이 다른 인터넷 매체를 별도로 추가 분석하였다. 인터넷 매체에는 뉴스통신, 인터넷 신문, 인터넷뉴스서비스가 포함된다. 영상 매체에서는 온라인 동영상 플랫폼을 별도 분석하였다.

표 6 보도문 가시성 요인의 매체별 분석 범위

활자매체			영상매체	
신문	잡지	인터넷 매체	방송	온라인 동영상 플랫폼
		별도분석		별도분석

활자 매체의 보도문 가시성 분석은 박스, 음영, 볼드, 활자, 명시하지 않음, 기타 등 6개 항목으로 분류하였다. 이 가운데 '활자'를 지정한 경우, 제목과 본문, 활자체와 크기 등 세부적인 요인들을 추가로 코딩했다. 구체적으로 제목 활자체, 제목 활자크기, 본문 활자체, 본문 활자크기, 줄간격, 명시하지 않음, 기타 등 7개 항목으로 분류했다. 활자 매체의 가시성 요인은 모두 복수 코딩되었고, 분석결과에는 복수 코딩 데이터를 별도의 항목으로 제시했다. 예를 들어, 피해구제보도문의 제목 활자체와 본문 활자체를 지정한 경우에 이를 별도의 구분 항목으로 제시하였다. 이는 구체적으로 어떤 요소 간의 조합을 통해 가시성을 확보하고자 했는지 확인하기 위함이다.

영상 매체에는 방송과 온라인 동영상 플랫폼이 포함된다. 영상 매체의 보도문 가시성 요인은 낭독속도, 자막표기, 배경 자료화면, 방영시간, 명시하지 않음, 기타 등 6개 항목으로 구성했다. 이 항목 역시 복수 코딩 후 분석결과에 별도의 구분 항목으로 제시하였다. 영상 매체의 피해구제보도문 방송 위치는 방송 프로그램의 첫머리(초반), 가운데(중간), 말미(끝), 명시하지 않음, 기타 5개 항목으로 분류하였다.

인터넷 매체를 별도로 분석한 것은 전통적인 신문·방송 매체와 달리, 원 보도의 수정이 용이하고 비선형적인 뉴스 소비가 이루어지는 공간이므로 피해구제의 방법을 달리 지정하고 있기 때문이다. 이에 따라, 인터넷 매체의 게재 방식은 별도 기사, 원 보도 하단, 별도기사 및 원 보도 하단, 명시하지 않음, 기타 등 5개 항목으로 분류하였다. 이어서 살펴본 게재위치와 게재시간 요인은 피해구제보도문을 원 보도 하단에만 게재하도록 한 경우에는 '해당없음'으로 코딩하였다. 게재위치는 홈페이지 초기화면, 기사 유형 섹션(링크), 명시하지 않음, 해당없음, 기타 등 5개 항목으로 분류하였다. 특히, 게재위치의 기타 항목에는 포털이 피신청인이 된 사례가 포함된다. 포털 사업자는 뉴스 보도의 생산자가 아니므로, 기사의 게재나 수정 요구가 이루어질 수 없기 때문이다. 다음으로, 인터넷 매체는 피해구제보도를 별도 기사로 게재할 경우 일정 시간 동안 지정한 특정 위치에 해당 기사를 고정해두는 방법을 활용하고 있다. 이에 대한 고정 지속시간 범주는 24시간 동안, 48시간 동안, 72시간 동안, 7일간, 10일간, 명시하지 않음, 해당없음, 기타 등 8개 항목으로 분류하였다.

온라인 동영상 플랫폼은 피해구제보도의 게재방식과 게재위치를 분석했다. 온라인 동영상 플랫폼은 본질적으로 영상 매체이지만 소셜미디어로서의 성격을 가지고 있으므로 다양한 공간을 활용해 활자 형태의 피해구제보도문을 게재할 수 있다. 따라서 온라인 동영상 플랫폼의 게재방식은 텍스트 게시, 텍스트 수정, 동영상 게시, 동영상 수정, 열람 차단, 기타 등 6개 항목으로 분류하였다. 한편, 게재방식 범주에 열람차단 분류가 포함된 이유는 분석대상 가운데 1건의 사건 내에서 복수 매체를 대상으로 피해구제가 이루어지면서 유튜브 동영상을 열람 차단 한 사례가 포함되었기 때문이다. 마지막으로, 온라인 동영상 플랫폼의 게재위치는 영상 더보기란(설명란), 댓글란 최상단 고정, 해당없음, 기타 등 4개 항목으로 분류하였다.

(다) 조정에 의한 피해구제 실효성 강화 조항

마지막으로, 조정에 의한 피해구제의 실효성 강화 조항으로 부제소와 이행강제금 조항을 분석했다. 부제소 조항은 일반 부제소, 고소취소/소 취하, 행정상 민원제기 금지, 없음, 기타 등 5개 항목으로 분류하였다. 일반 부제소는 "신청인은 나머지 청구를 포기하고, 이 사건 조정대상기사와 관련하여 피신청인 및 소속

임직원에 대해 별도의 민·형사상 책임을 묻지 아니한다."라는 내용으로 통상 합의된다. 부제소 합의될 수 있는 방법으로 고소 취소 또는 소 취하가 포함된 경우가 있다. "신청인은 이 사건 조정대상기사에 관해 제기한 소를 취소한다."라는 내용이 포함된 경우, 고소 취소/소 취하로 코딩했다. 아울러, "별도의 민원 등 이의제기를 하지 아니한다."와 같은 문구가 포함된 경우 행정상 민원제기 금지 항목으로 코딩했다. 부제소 조항 역시 복수 코딩하였고, 분석 결과에 복수 코딩 항목을 별도의 항목으로 제시하였다.

이행강제금 조항은 조정 합의된 사항에 관하여 피신청인이 이행하지 않을 경우 이행강제금을 부과하도록 합의하여 피해구제의 실효성을 높이기 위한 것이다. 1일 기준 50만 원 미만, 50만 원 이상 100만 원 미만, 100만 원 이상, 없음, 기타 등 5개 항목으로 분류하였다. 이상의 분석 범주에 대해서는 <표 7>과 같다.

표 7 피해구제 형식 내용분석 범주

분류			범주	비고
일반 사항	사건번호		주관식 예) 0000서울조정0	
	피신청인		주관식 예) 주식회사 OOOO	
	대상매체명		주관식 예) OO일보	
	매체분류		① 신문 ② 방송 ③ 잡지 ④ 뉴스통신 ⑤ 인터넷신문 ⑥ IPTV ⑦ 인터넷뉴스서비스 ⑧ 온라인 동영상 플랫폼 ⑨⑨ 기타	
피해 구제 형식	보도문 제목 및 형식		① 정정보도 ② 반론보도 ③ 추후보도 ④ 정정 및 반론보도 ⑤ 일반기사(스트레이트) ⑥ 알림기사 ⑨⑨ 기타	
	보도문 길이		① 200자 이하 ② 200자 초과 300자 이하 ③ 300자 초과 400자 이하 ④ 400자 초과 500자 이하 ⑤ 500자 초과 600자 이하 ⑥ 600자 초과 700자 이하 ⑦ 700자 초과	
	활자 매체	보도문 가시성	① 박스 ② 음영 ③ 볼드 ④ 활자 ⑤ 명시하지 않음 ⑨⑨ 기타	복수 코딩
		활자형식 세부	① 제목 활자체 ② 제목 활자크기 ③ 본문 활자체 ④ 본문 활자크기 ⑤ 줄간격 ⑥ 명시하지 않음 ⑨⑨ 기타	복수 코딩
	영상 매체	보도문 가시성	① 낭독속도 ② 자막표기 ③ 배경 자료화면 ④ 방영시간 ⑤ 명시하지 않음 ⑨⑨ 기타	복수 코딩
		방송 위치	① 첫머리(초반) ② 가운데(중간) ③ 말미(끝) ④ 명시하지 않음 ⑨⑨ 기타	
	인터넷 매체	게재 방식	① 별도기사 ② 원보도하단 ③ 별도기사 및 원보도하단 ④ 명시하지 않음 ⑨⑨ 기타	
		게재 위치	① 홈페이지 초기화면 ② 기사 유형 섹션 ③ 명시하지 않음 ④ 해당없음 ⑨⑨ 기타(포털사업자)	
		게재 시간	① 24시간동안 ② 48시간동안 ③ 72시간동안 ④ 7일간 ⑤ 10일간 ⑥ 명시하지 않음 ⑦ 해당없음 ⑨⑨ 기타	

분류			범주	비고
피해 구제 형식	온라인 동영상 플랫폼	게재 방식	① 텍스트게시 ② 텍스트수정 ③ 동영상게시 ④ 동영상수정 ⑤ 열람차단 ⑨⑨ 기타	복수 코딩
		게재 위치	① 영상 더보기란(설명란) ② 댓글란 최상단 고정 ③ 해당없음 ⑨⑨ 기타	복수 코딩
실효성 조항	부제소조항		① 일반부제소 ② 고소취소/소 취하 ③ 행정상 민원제기 금지 ④ 없음 ⑨⑨ 기타	복수 코딩
	이행강제금		① 1일 50만 원 미만 ② 1일 50만 원 이상 100만 원 미만 ③ 1일 100만 원 이상 ④ 없음 ⑨⑨ 기타	

2. 시기별 피해구제 형식 분석 결과

언론중재법 제·개정에 따라 법의 적용을 받는 조정 대상 매체가 확장된 시기별로 피해구제 형식의 변화 양상을 살펴보고자 했다. 2006년, 2010년, 2024년 분석대상 3개 연도와 피해구제 형식 관련 요인을 교차분석하여, 연도별 피해구제 형식의 비율과 차이를 분석했다.

가. 피해구제보도문의 일반적인 특성

언론중재위원회 조정을 통해 피해구제보도문이 게재되는 매체의 비중을 분석한 결과는 <표 8>과 같다. 연도별로 피해구제가 이루어진 매체의 비중은 유의미하게 달라지는 것으로 나타났다(χ^2= 260.092, df=12, p<.001). 비록 2005년 언론중재법이 제정되며 인터넷 신문이 언론중재위원회의 조정 대상으로 포함되었지만, 2006년에는 아직까지 신문·방송 중심의 조정이 이루어지던 시기라 할 수 있다. 이 시기 신문을 대상으로 피해구제보도문이 게재된 비율은 72.4%로 압도적으로 많았고, 방송이 11.9%로 나타났다.

2010년부터 피해구제보도문이 게재된 매체는 신문이 44.8%로 여전히 가장 많았으나, 인터넷 신문이 37.8%로 나타나 신문과 유사한 수준으로 피해구제가 이루어지기 시작했다. 2009년 개정에 따라 인터넷 뉴스서비스의 피해구제 사례도 9.9%로 등장하기 시작했다. 즉, 신문 중심 구조가 약화되고 인터넷 기반 매체가 빠르게 부상하고 있는 시기임을 알 수 있다. 이후 2024년에는 신문이 6%로 매우 적은 비중을 차지하는 반면, 인터넷 신문을 대상으로 한 피해구제의 비율이 63.3%로 나타났다. 디지털 미디어 환경이 뉴스 생산, 유통, 소비의 중심으로 자리잡으며, 언론보도에 의한 피해구제 역시 인터넷 매체를 중심으로 이루어지는 시기가 도래하였음을 알 수 있다. 2024년 하반기 기준으로 온라인 동영상 플랫폼은 전체 분석대상의 8.2%를 차지하는 것으로 나타났다.

이처럼 언론중재위원회의 피해구제보도문 게재 매체 비율 변화는 디지털 미디어 환경의 변화와 궤를 같이하고 있다. 전통적인 언론 매체의 영향력이 감소하고 인터넷 기반의 매체가 뉴스 소비의 주요 매체로 부상함에 따라 언론피해구제 역시 인터넷 기반 매체로 이동하고 있음을 알 수 있다.

표 8 연도별 피해구제보도 게재 매체 분석

구분		2006	2010	2024	전체
신문	빈도	97	77	16	190
	비율	72.4%	44.8%	6.0%	33.2%
방송	빈도	16	12	10	38
	비율	11.9%	7.0%	3.7%	6.6%
잡지	빈도	4	0	0	4
	비율	3.0%	-	-	0.7%
뉴스통신	빈도	3	1	6	10
	비율	2.2%	0.6%	2.2%	1.7%
인터넷 신문	빈도	14	65	169	248
	비율	10.4%	37.8%	63.3%	43.3%
인터넷뉴스서비스	빈도	0	17	44	61
	비율	-	9.9%	16.5%	10.6%
온라인동영상플랫폼	빈도	0	0	22	22
	비율	-	-	8.2%	3.8%
전체	빈도	134	172	267	573
	비율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

$\chi^2 = 260.092$, df = 12, $p = .000$

*IPTV 항목은 0건으로 나타나 제외되었음

구체적으로 어떠한 형식의 피해구제보도로 조정 합의되어 왔는지 살펴보기 위해, 피해구제보도문의 제목 및 형식을 분석했다. 분석 결과, 반론보도가 53.9%로 절반 이상을 차지하며 가장 높은 비율로 나타났다(<표 9> 참조). 이어서 정정보도가 20.4%, 정정·반론보도를 같이 게재하도록 한 경우가 11%, 알림기사의 형태가 9.8%로 나타났다.

분석대상 시기별로 피해구제보도문의 제목 및 형식을 교차분석한 결과 유의미한 차이가 나타났다(χ^2= 164.411, df=12, p<.001). 2006년에는 반론보도가 57.5%로 대다수를 차지하고 일정 수준 정정보도(23.9%)가 이루어지는 경우가 많았다. 그러나 2010년에는 정정보도가 36.6%로 가장 높은 비율을 차지했으며, 반론보도는 27.3%에 그쳤다. 또한, 알림기사 방식의 피해구제보도가 이루어진 경우가 25%로 나타나, 다른 시기와 비교했을 때 다소 다른 양상을 보였다. 2024년에는 다시 반론보도가 69.3%로 대다수를 차지하는 것으로 나타났고, 하나의 피해구제보도문 안에 정정보도와 반론보도가 모두 담긴 복합적 방법의 비중이 16.5%로 증가한 것이 특징이다. 기타 항목으로는 하나의 피해구제보도문 내 정정·반론·추후보도가 모두 포함된 사례와 정정보도 및 사과문이 포함된 사례 등이 해당되었다.

이러한 결과는 언론중재위원회의 주된 피해구제 형식이 시기별로 상이한 특성을 보여왔음을 시사한다. 전체적으로는 반론보도가 주된 피해구제 방식이지만, 2010년의 경우 정정보도와 알림기사 방식이 상

대적으로 높은 비중을 차지하는 등 시기별 언론 환경과 분쟁 유형에 따라 합의되는 구제 방식이 달라진 것으로 보인다. 특히 최근에는 반론보도 중심으로 회귀하는 동시에 정정과 반론을 결합한 복합적 구제 방식이 증가하고 있어, 언론보도로 인한 피해의 양상이 더욱 복잡해지고 있음을 반영하는 것으로 해석된다.

표 9 연도별 피해구제보도의 제목 및 형식 분석

구분		2006	2010	2024	전체
정정보도	빈도	32	63	22	117
	비율	23.9%	36.6%	8.2%	20.4%
반론보도	빈도	77	47	185	309
	비율	57.5%	27.3%	69.3%	53.9%
추후보도	빈도	6	3	6	15
	비율	4.5%	1.7%	2.2%	2.6%
정정 및 반론보도	빈도	12	7	44	63
	비율	9.0%	4.1%	16.5%	11.0%
일반기사 (스트레이트)	빈도	0	1	0	1
	비율	-	0.6%	-	0.2%
알림기사	빈도	4	43	9	56
	비율	3.0%	25.0%	3.4%	9.8%
기타	빈도	3	8	1	12
	비율	2.2%	4.7%	0.4%	2.1%
전체	빈도	134	172	267	573
	비율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

$\chi^2 = 164.411$, df = 12, $p = .000$

피해구제보도문의 길이를 분석한 결과, 3개 연도 전체를 기준으로 200자 초과 400 미만이 28.1%를 차지해 가장 많았다(<표 10> 참조). 연도별로 살펴보면, 점차 보도문의 길이가 길어지는 추세가 확인되었다(χ^2= 124.560 df=12, p<.001). 신문과 방송 위주의 조정이 이루어지던 2006년에는 200자 이하가 35.8%로 가장 많았고, 200자 초과 300자 이하 보도문이 33.6%로 그 뒤를 이었다. 즉, 2006년에는 전반적으로 보도문의 길이가 300자 이하인 경우가 대다수였다.

2010년에는 200자 초과 300자 이하가 36%로 여전히 높은 비중을 차지했으나, 300자 초과 400자 이하가 19.8%로 나타나 보도문이 점차 길어지는 양상을 보였다. 특히, 2010년에는 분석 기간 가운데 700자 초과의 긴 보도문이 게재된 경우가 11.6%(20건)로 가장 많았다. 2024년에는 200자 이하 보도문으로 합의된 경우가 7.1%에 그친 반면, 300자 초과 400자 이하가 42.7%로 상당수를 차지했고 400자 초과 500자 이하가 14.6%, 500자 초과 600자 이하가 9.4%로 나타나 전반적인 피해구제보도문의 길이가 증가

한 경향이 확인되었다.

앞서 인터넷 신문이 조정 대상으로 포섭된 직후에 수행된 이재진 외(2008)의 선행연구에서는 인터넷 신문의 피해구제보도문의 길이가 기존 매체와 크게 차이나지 않는다는 결과를 확인한 바 있다. 그러나 여러 시기를 기준으로 피해구제 형식을 분석한 본 연구의 결과에 따르면, 보도문의 길이가 점차 길어지는 경향성을 확인할 수 있었다. 이는 지면신문에서 인터넷 신문으로 조정 대상 매체가 변화하는 과정에서 나타나는 현상으로 해석할 수 있다. 한정된 공간이 주어지는 지면신문의 경우, 핵심적인 내용만을 간략히 정정·반론하는 짧고 압축된 피해구제보도가 이루어져야 했다. 그러나 인터넷 환경의 특성은 무한한 공간성에 있으므로, 피해구제보도문의 길이가 확장될 수 있는 것이다. 즉, 보도문 길이 변화는 조정 대상 매체의 특성 변화에 따라 피해구제의 실효성을 높이기 위한 구조적 적응 결과라고 해석할 수 있다.

표 10 연도별 피해구제보도의 길이 분석

구분		2006	2010	2024	전체
200자 이하	빈도	48	33	19	100
	비율	35.8%	19.2%	7.1%	17.5%
200자 초과 300자 이하	빈도	45	62	54	161
	비율	33.6%	36.0%	20.2%	28.1%
300자 초과 400자 이하	빈도	10	34	114	158
	비율	7.5%	19.8%	42.7%	27.6%
400자 초과 500자 이하	빈도	10	11	39	60
	비율	7.5%	6.4%	14.6%	10.5%
500자 초과 600자 이하	빈도	9	10	25	44
	비율	6.7%	5.8%	9.4%	7.7%
600자 초과 700자 이하	빈도	1	2	8	11
	비율	0.7%	1.2%	3.0%	1.9%
700자 초과	빈도	11	20	8	39
	비율	8.2%	11.6%	3.0%	6.8%
전체	빈도	134	172	267	573
	비율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

$\chi^2 = 124.560$, df = 12, $p = .000$

나. 피해구제보도문의 가시성 분석결과: 활자, 영상, 인터넷 매체

다음으로, 언론보도에 의한 피해구제의 실효성을 높이기 위한 시각적 요소, 즉 가시성과 관련된 변인은 활자 매체와 영상 매체, 인터넷 매체를 분리해서 분석했다. 이는 각각의 매체 특성이 다르므로 피해구제

보도 시 원보도와 동일한 효과를 내기 위한 가시성 확보의 방법이 다르기 때문이다. 활자 매체는 지면신문, 잡지, 뉴스통신, 인터넷 신문, 인터넷뉴스서비스를 포함한 513건이고, 영상 매체는 방송과 온라인 동영상 플랫폼을 포함한 60건을 대상으로 데이터를 분리하여 분석했다. 그리고 인터넷 매체의 가시성 분석에는 뉴스통신, 인터넷뉴스서비스, 인터넷 신문이 포함되었으며, 온라인 동영상 플랫폼은 별도로 분석했다.

(1) 활자매체

활자 매체의 가시성 요인 분석 결과는 다음과 같다. 전반적으로 활자 양식만을 지정한 경우가 32.7%로 가장 많이 활용되었다(<표 11> 참조). 피해구제보도문에 박스·음영·볼드 효과를 주도록 한 사례가 22.4%, 구체적으로 명시하지 않는 경우가 22.2%로 뒤를 이었다.

연도별 차이를 살펴보면 다음과 같다(χ^2=331.694, df=18, p<.001). 2006년에는 활자만을 지정하거나 활자와 박스처리를 함께 지정한 경우가 82.2%로 대다수를 차지했다. 지면신문은 제한적이고 정해진 레이아웃을 따르며, 이용자도 1면부터 순차적으로 읽는 선형적 소비 방식을 취하기 때문에 복잡한 시각 효과의 필요성이 상대적으로 낮다고 해석할 수 있다. 다만, 원 보도와 동일한 영향력을 확보하기 위해 원 보도와 같은 수준의 활자체 및 크기로 게재하거나 박스 처리를 통해 가시성을 높이는 방식을 채택한 것으로 보인다.

2010년에도 활자만을 지정하거나 활자와 박스처리를 함께 지정한 경우가 73.1%로 2006년과 유사한 패턴을 보였다. 다만, 가시성 관련 사항을 명시하지 않는 경우가 13.6%에서 25%로 증가했다. 선행연구에서도 동일한 패턴이 확인되었는데(이재진 외, 2008), 연구진은 인터넷 신문의 경우 크기 설정이 고정되어 있어 별도 지정이 불필요하기 때문에 이러한 결과가 나타난다고 해석했다. 이러한 해석은 2024년에도 명시하지 않은 경우가 24.7%로 나타난 점을 고려할 때 일부 유효한 것으로 보인다.

그러나 2024년에는 선행연구의 결론과 구분되는 변화를 확인할 수 있다. 2024년의 피해구제보도문 가시성 요인은 활자만을 지정하는 단일 방법이 9.4%로 크게 감소한 반면, 박스·음영·볼드 처리를 모두 활용해 가시성을 확보하는 방법이 48.9%로 나타났다. 이외에도 박스·음영·활자 양식을 지정하거나, 박스·음영·볼드·활자 처리를 모두 지정하는 등 복수의 처리방법을 활용하는 사례가 각각 7.7%, 8.5%로 새롭게 등장했다. 이는 원 보도를 수정할 수 있는 인터넷 매체의 특징이 반영된 결과로 해석할 수 있다. 인터넷 매체는 별도의 피해구제보도문을 게재하는 것 외에도 문제가 된 원 보도에 피해구제보도문을 추가할 수 있다. 이때, 원 보도와 피해구제보도문 간의 명확한 구분이 필요하므로, 단순히 활자를 동일하게 설정하는 것을 넘어 다양한 시각적 효과 요소를 추가해야 하는 것이다.

요약하면, 지면 중심의 전통적 매체 환경에서는 단순한 활자 지정만으로도 피해구제보도의 가시성을 확보할 수 있었지만, 인터넷 기반의 환경에서는 보다 강한 시각적 분리와 강조가 요구되었다. 이러한 매체 환경의 변화는 피해구제보도문이 원 보도와 동일한 영향력을 확보하도록 하기 위한 시각적 처리 방식의 복합화를 불러왔으며, 미디어 환경이 복잡다단해질수록 다양한 방식의 시각 처리 방식을 매체 특성에 맞게 개발할 필요가 있음을 시사한다.

표 11 연도별 활자매체의 피해구제보도 가시성 분석

구분		2006	2010	2024	전체
박스	빈도	3	2	0	5
	비율	2.5%	1.3%	-	1.0%
볼드	빈도	0	1	1	2
	비율	-	0.6%	0.4%	0.4%
활자	빈도	61	85	22	168
	비율	51.7%	53.1%	9.4%	32.7%
박스, 활자	빈도	36	32	1	69
	비율	30.5%	20.0%	0.4%	13.5%
박스, 기타	빈도	1	0	0	1
	비율	0.8%	-	-	0.2%
박스, 음영, 볼드	빈도	0	0	115	115
	비율	-	-	48.9%	22.4%
박스, 음영, 활자	빈도	0	0	18	18
	비율	-	-	7.7%	3.5%
박스, 활자, 기타	빈도	1	0	0	1
	비율	0.8%	-	-	0.2%
박스, 음영, 볼드, 활자	빈도	0	0	20	20
	비율	-	-	8.5%	3.9%
명시하지 않음	빈도	16	40	58	114
	비율	13.6%	25.0%	24.7%	22.2%
전체	빈도	118	160	235	513
	비율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

$\chi^2 = 331.694$, df = 18, $p = .000$

추가적으로 가시성 요소 중 피해구제보도문의 활자 양식을 지정한 사례 276건을 대상으로 구체적인 가시성 확보 방안을 분석하였다(<표 12> 참조). 활자와 관련해서는 세부적으로 제목과 본문, 활자체와 활자 크기, 줄간격 등을 지정하는 경우가 있었다. 분석 결과, 전반적으로 단일 요소만을 지정하기보다 복수의 요소들을 고려한 경우가 많았다. 특히, 제목과 본문의 활자 크기를 원 보도와 동일한 수준으로 설정할 것을 지정한 사례가 51.8%로 가장 많았고, 제목과 본문의 활자체와 크기를 모두 지정한 경우가 25.4%로 뒤를 이었다.

연도별로 살펴보면 다음과 같다(χ^2=139.688, df=24, p<.001). 2006년은 제목과 본문 활자의 크기를 지정한 경우가 61.2%로 대다수를 차지했고, 일부 크기와 함께 제목의 활자체를 지정한 경우가 19.4%로 나

타났다. 2010년에는 제목과 본문의 활자체와 크기를 모두 지정한 사례가 42.7%로 가장 많았고 크기만을 지정한 사례가 41.9%로 뒤를 이었다. 이외에도 제목과 본문의 크기 및 줄간격을 원 보도와 동일하게 할 것을 지정한 경우가 등장했는데, 이는 인터넷 기반 매체의 피해구제보도문 게재 시 고려되는 요인으로 추가된 것으로 보인다. 2024년에는 2006년과 마찬가지로 제목과 본문의 크기만 지정한 경우가 55.7%로 가장 많았고, 제목보다는 본문에 초점을 맞춰 본문의 글자체와 크기만을 지정한 경우가 21.3%로 나타났다. 제목과 본문의 크기와 줄간격뿐만 아니라, 글자 간격(자간)을 원 보도와 동일하게 표시하도록 지정한 사례도 확인되어 기타 항목으로 코딩되었다.

이처럼 줄간격이나 자간과 같은 세부적인 타이포그래피 요소가 고려되기 시작한 것은 디지털 화면에서의 가독성과 시각적 요소를 보다 정교하게 설계해야 할 필요성이 반영된 변화라고 볼 수 있다. 특히, 스크린 크기가 작은 모바일 기기를 통한 뉴스 소비가 익숙한 환경에서는 피해구제보도문의 색상이나 배경색 같은 시각적 요소, 모바일 기반의 레이아웃, 스크롤 행위, 반응형 디자인 등 다양한 시각적·행동적 요인이 가독성과 주목도에 중요한 영향을 미칠 것으로 예상된다.

표 12 연도별 활자매체의 피해구제보도 활자 가시성 분석

구분		2006	2010	2024	전체
제목 활자체	빈도	1	0	0	1
	비율	1.0%	-	-	0.4%
제목크기	빈도	1	0	0	1
	비율	1.0%	-	-	0.4%
본문크기	빈도	1	1	0	2
	비율	1.0%	0.9%	-	0.7%
제목 활자체, 제목크기	빈도	0	1	0	1
	비율	-	0.9%	-	0.4%
제목 활자체, 본문 활자체	빈도	3	0	0	3
	비율	3.1%	-	-	1.1%
제목크기, 본문크기	빈도	60	49	34	143
	비율	61.2%	41.9%	55.7%	51.8%
본문 활자체, 본문크기	빈도	0	0	13	13
	비율	-	-	21.3%	4.7%
제목 활자체, 제목크기, 본문크기	빈도	19	5	0	24
	비율	19.4%	4.3%	-	8.7%
제목크기, 본문 활자체, 본문크기	빈도	0	1	0	1
	비율	-	0.9%	-	0.4%

구분		2006	2010	2024	전체
제목크기, 본문크기, 줄간격	빈도	0	9	0	9
	비율	-	7.7%	-	3.3%
제목 활자체, 제목크기, 본문 활자체, 본문크기	빈도	13	50	7	70
	비율	13.3%	42.7%	11.5%	25.4%
제목크기, 본문크기, 줄간격, 기타	빈도	0	0	1	1
	비율	-	-	1.6%	0.4%
명시하지 않음	빈도	0	1	6	7
	비율	-	0.9%	9.8%	2.5%
전체	빈도	98	117	61	276
	비율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

$\chi^2 = 139.688$, df = 24, $p = .000$

(2) 영상매체

다음으로 영상 매체의 피해구제보도 가시성 요인에는 낭독 속도, 화면 내 자막 표기, 배경의 자료화면 등 시청각적 요소들을 조합해 주목도를 높이는 방식이 활용되었다. 전반적으로 구체적인 가시성 요인을 명시하지 않은 경우가 38.3%였고, 피해구제보도문의 낭독 속도와 자막 표기 방법을 언급한 경우가 21.7%로 나타났다(<표 13> 참조).

연도별로 살펴보면 다음과 같다(χ^2= 41.887, df=14, p<.001). 2006년에는 낭독 속도와 자막표기를 언급한 사례가 50%로 나타났다. 피해구제보도문의 방송 시 진행자가 원 프로그램의 진행보다 빠르지 않은 속도로 낭독하거나 통상의 속도로 낭독하고, 낭독 중에는 제목이나 내용을 자막으로 표시하도록 하는 방식이 통상적인 방송의 피해구제 형식으로 자리잡았던 것으로 보인다. 낭독속도와 함께 배경 자료화면을 명시하거나(18.8%), 자막과 배경화면을 모두 활용하도록 지정한 경우도 있었다(18.8%).

이러한 경향은 2010년에도 유지되었으나, 2024년부터 별도의 가시성 요인을 명시하지 않은 경우가 65.6%로 증가하였다. 이는 분석대상에 따른 결과로, 2024년부터 언론사의 온라인 동영상 보도가 분석 대상에 새롭게 포함되었기 때문이다. 온라인 동영상 플랫폼의 경우 기존 방송과 달리 플랫폼 자체의 UI(User Interface)에 적합한 별도의 피해구제 형식을 적용하고 있어, 기존의 영상 매체에서 작동했던 세부 요소들이 상대적으로 덜 강조되는 경향을 보였다. 구체적인 온라인 동영상 기반 보도의 피해구제 형식에 대해서는 후술하였다.

표 13 연도별 영상매체의 피해구제보도 가시성 분석

구분		2006	2010	2024	전체
낭독속도	빈도	1	3	3	7
	비율	6.3%	25.0%	9.4%	11.7%
자막표기	빈도	0	0	1	1
	비율	-	-	3.1%	1.7%
낭독속도, 자막표기	빈도	8	4	1	13
	비율	50.0%	33.3%	3.1%	21.7%
낭독속도, 배경 자료화면	빈도	3	0	0	3
	비율	18.8%	-	-	5.0%
자막표기, 배경 자료화면	빈도	0	1	0	1
	비율	0.0%	8.3%	-	1.7%
낭독속도, 자막표기, 배경 자료화면	빈도	3	3	5	11
	비율	18.8%	25.0%	15.6%	18.3%
낭독속도, 자막표기, 기타	빈도	0	0	1	1
	비율	-	-	3.1%	1.7%
명시하지 않음	빈도	1	1	21	23
	비율	6.3%	8.3%	65.6%	38.3%
전체	빈도	16	12	32	60
	비율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

$\chi^2 = 41.887$, df = 14, $p = .000$

다음으로, 영상 내 피해구제보도문을 방송하는 위치를 분석한 결과, 별도로 명시하지 않는 경우가 65%로 가장 많았고 영상 말미에 보도하도록 한 경우가 21.7%로 뒤를 이었다(<표 14> 참조). 연도별로 살펴보면(χ^2= 25.513, df=6, p<.001), 2006년에는 방송 프로그램의 첫 부분에 보도하도록 한 사례는 한 건도 없었고 프로그램 끝 부분에 보도하도록 언급한 사례가 56.3%로 나타났다. 2010년에는 별도의 방송 위치를 명시하지 않은 경우가 66.7%로 많았고, 방송 위치를 지정한 경우 프로그램 말미에 방송하도록 했다(25%). 2024년 역시 명시하지 않음이 84.4%로 대다수를 차지했으나, 방송위치를 지정한 경우 프로그램 첫 부분에 방송하도록 지정한 사례가 9.4%로 나타났다.

추측컨대, 2006년과 2010년에 피해구제보도문을 프로그램 말미에 방송하도록 한 비율이 높았던 것은 편성표를 중심으로 선형적인 방송 시청이 이루어지는 환경이 반영된 것으로 보인다. 시청자들이 정해진 편성표에 따라 연속적으로 프로그램을 시청하던 환경에서, 프로그램의 끝 부분은 광고가 배치되는 시간대와 마찬가지로 시청자의 노출이 보장되는 위치였다. 다음 프로그램이 시작되기 직전까지 시청자들은 채널을 유지하는 경향이 있었고, 이는 시청자들이 피해구제보도문을 볼 가능성을 높이는 요인으로 작용했을 것이다.

한편, 뉴스 내 다양한 코너 중 '전국뉴스' 코너에 보도하도록 하는 등 특정 코너를 지정한 사례가 기타 항목에 포함되었다.

표 14 연도별 영상매체의 피해구제보도 방송위치 분석

구분		2006	2010	2024	전체
첫머리(초반)	빈도	0	0	3	3
	비율	-	-	9.4%	5.0%
말미(끝)	빈도	9	3	1	13
	비율	56.3%	25.0%	3.1%	21.7%
명시하지 않음	빈도	4	8	27	39
	비율	25.0%	66.7%	84.4%	65.0%
기타	빈도	3	1	1	5
	비율	18.8%	8.3%	3.1%	8.3%
전체	빈도	16	12	32	60
	비율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

$\chi^2 = 25.513$, df = 6, $p = .000$

*프로그램 가운데(중간) 항목은 0건으로 제외되었음.

(3) 인터넷 매체

인터넷 매체는 그 특성상 원 보도를 수정해 피해구제보도문을 추가할 수 있으며, 보도문 게재 위치도 홈페이지 첫 화면이나 링크를 통한 게시판 등 다양하게 이루어질 수 있다. 또한, 인터넷 환경에서는 새로운 기사가 빠르게 게재되어 피해구제보도문이 원 보도만큼의 영향력을 갖기 어렵기 때문에, 일정 기간 동안 보도문을 고정 게재하는 방식으로 조정되고 있다. 따라서 본 연구에서는 이러한 인터넷 매체 고유의 특성이 반영된 피해구제보도문 가시성 장치를 별도로 분석했다.

먼저, 인터넷 매체의 피해구제보도문 게재 방식을 분석한 결과 연도별 차이가 확인되었다(χ^2= 166.188, df=6. p<.001). <표 15>를 살펴보면, 2006년에는 피해구제보도가 이루어진 17건의 인터넷 매체 가운데 70.6%가 별도기사를 통해서만 피해구제보도문을 게재하는 방식이 이루어졌고, 어디에 게재할 것인지 구체적인 게재 방식을 제시하지 않은 사례(23.5%)도 일부 확인되었다. 이는 인터넷 신문이 언론중재법 적용 대상에 포함된 초기 시점으로, 기존 지면신문에서의 보도 형식을 그대로 유지한 결과라 할 수 있다.

2010년에는 별도기사만을 게재하는 경우가 32.5%로 감소했고, 별도기사와 함께 문제가 된 원 보도를 수정하여 그 하단에도 피해구제보도문을 게재하도록 한 사례가 48.2%로 나타났다. 이 시기는 뉴스의 소비·배열·노출 방식 자체가 포털 중심으로 이루어지기 시작한 때이다. 사용자가 검색을 통해 원 보도에 직접

접근할 가능성이 높아짐에 따라, 피해구제보도문을 별도 기사로만 게재할 경우 실질적인 정정·반론이 이루어지지 않는다는 현실적 문제가 인식되었다. 이에 따라 정보의 실시간 수정이 가능한 인터넷의 특성을 반영하여, 원 보도의 동일 페이지에서 피해구제보도문을 확인할 수 있도록 구조적 보완이 이루어진 것으로 해석된다. 2024년에는 이러한 경향이 더욱 명확해져 별도기사로만 게재하는 경우는 5%로 급감하였다. 반면, 별도기사와 원 보도 하단에 모두 피해구제보도문을 게재하도록 한 경우가 86.3%로 나타나 사실상 인터넷 매체의 표준적 피해구제보도 형식으로 자리 잡은 것으로 보인다.

종합하면, 인터넷 매체의 피해구제보도문 게재 방식은 원문 수정 가능성, 검색 기반 접근성, 포털 중심 소비 패턴 등 인터넷 매체의 구조적 특성을 반영하며 단계적으로 변화해 왔다. 초기에는 지면 관행을 적용한 별도 기사 게재 방식이 주를 이루었으나, 인터넷 신문의 유통 구조가 본격적으로 자리 잡으면서 원 보도와 피해구제보도문을 동일 맥락에서 제시하는 방식이 주요 기준으로 정착하였다.

표 15 연도별 인터넷 매체의 피해구제보도 게재방식 분석

구분		2006	2010	2024	전체
별도기사	빈도	12	27	11	50
	비율	70.6%	32.5%	5.0%	15.7%
원보도 하단	빈도	1	16	19	36
	비율	5.9%	19.3%	8.7%	11.3%
별도기사 및 원보도하단	빈도	0	40	189	229
	비율	-	48.2%	86.3%	71.8%
명시하지 않음	빈도	4	0	0	4
	비율	23.5%	-	-	1.3%
전체	빈도	17	83	219	319
	비율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

$\chi^2 = 166.188$, df = 6, $p = .000$

인터넷 매체의 피해구제보도문 게재는 기본적으로 제목을 클릭하면 해당 보도문이 작성된 별도의 페이지로 이동하는 링크 형식을 취한다. 따라서 게재 위치는 '홈페이지의 어느 공간에서 해당 링크가 제공되는가'를 기준으로 판단된다. 분석 결과, 전체적으로 피해구제보도문을 사회·정치·문화 등 홈페이지 내 특정 기사 유형 섹션에 배치하도록 한 사례가 63.3%로 가장 많았으며, 홈페이지 첫 화면에 게재하도록 한 경우는 18.5%로 나타났다(<표 16> 참조).

분석결과를 연도별로 살펴보면 다음과 같다(χ^2=176.514, df=8, p<.001). 2006년에는 피해구제보도문을 홈페이지 첫 화면에 배치하도록 지정한 사례가 76.5%로 대다수를 차지했다. 2010년에는 첫 화면에 게재하도록 한 경우의 비중이 상당히 감소했으나, 41%로 여전히 높은 비중을 보였다. 2010년에 조정 대상에 포함된 포털 사업자의 경우에는 별도의 기타 항목으로 분류하였다. 포털 사업자에게 피해구제보도문을

게재하도록 한 11건의 사례를 살펴보면, ① 포털 내 '정정·반론·추후보도 모음' 코너에 보도문을 게시하거나, ② 원 보도 검색 시 정정보도문이 함께 검색되도록 지정하는 방식 등 포털 특유의 구조가 반영된 조치가 이루어졌다.

2010년을 전후하여 인터넷 매체의 섹션별 편집 구조가 정착되면서 기사 유형 섹션에 피해구제보도문을 게재하도록 한 비율이 증가하기 시작했다(16.9%). 2024년에는 이 방식이 전체의 84.9%로 대다수를 차지하는 것으로 나타났다. 이는 문제가 된 원 보도와 동일한 주제 섹션에 피해구제보도문을 게재하도록 함으로써, 독자가 원 보도를 읽은 동일한 맥락 내에서 피해구제보도에 접근할 수 있도록 하는 것으로 볼 수 있다. 뿐만 아니라, 조정 합의 시 피해구제보도문을 게재하는 구체적인 위치를 지정하고 있다. 첫 화면 또는 특정 섹션의 기사 목록 중 '상단 5번째 이내'에 배치하도록 한 사례가 가장 많았으며, '상단 3번째 이내', '상단 6번째 이내', 혹은 단순히 '상단'에 게재하도록 한 경우도 있다. 나아가, 정확히 '상단 5번째에 게재'하거나 '최상단'에 게재하도록 지정한 경우 등도 확인된다. 이는 인터넷 환경에서 기사 노출 위치가 클릭률과 인지도에 직접적인 영향을 미친다는 점을 반영한 결과이다.

인터넷 신문 초기에는 홈페이지 첫 화면이 사실상 하나의 지면처럼 기능했으며, 모든 주요 기사가 한 화면에 노출되던 형태였다. 그러나 시간이 지나면서 인터넷 매체는 이용자 행동을 고려한 UI 구축을 통해 기사 유형별 섹션, 아카이브, 주제 페이지 등 지금과 같은 구조적 형태를 발전시켰다. 이에 따라, 피해구제보도문의 게재 위치 역시 문제가 된 원 보도와의 동일한 효과를 확보할 수 있도록 인터넷 환경에 발맞춰 왔음을 보여준다.

표 16 연도별 인터넷 매체의 피해구제보도 게재위치 분석

구분		2006	2010	2024	전체
홈페이지 초기화면	빈도	13	34	12	59
	비율	76.5%	41.0%	5.5%	18.5%
기사 유형 섹션	빈도	2	14	186	202
	비율	11.8%	16.9%	84.9%	63.3%
명시하지 않음	빈도	1	8	2	11
	비율	5.9%	9.6%	0.9%	3.4%
기타(포털사업자)	빈도	0	11	0	11
	비율	-	13.3%	-	3.4%
해당없음*	빈도	1	16	19	36
	비율	5.9%	19.3%	8.7%	11.3%
전체	빈도	17	83	219	319
	비율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

$\chi^2 = 176.514$, df = 8, $p = .000$

*해당없음은 '원 보도 하단'에만 피해구제보도문을 게재하도록 한 경우에 해당함

인터넷 매체에서 피해구제보도문을 별도 게재할 때의 고정 게재시간을 분석한 결과는 <표 17>과 같다. 분석 결과, 시간이 흐르면서 점차 표준화되는 경향을 보였다(χ^2=142.392, df=12, p<.001). 전체 분석 대상에서 가장 일반적으로 사용된 방식은 24시간 고정 게재(42.3%)였고, 이어 48시간 고정 게재(24.8%)가 두 번째로 높은 비중을 차지했다. 이러한 결과는 인터넷 환경에서 지속 노출이 필요한 정도가 일정 수준으로 정착되었음을 시사한다. 즉, 뉴스의 생산과 소비 패턴이 빠르게 돌아가는 인터넷 매체 환경에서는 하루 혹은 이틀 정도의 집중 노출 기간을 표준적 조치로 삼는 방향으로 수렴해 왔음을 알 수 있다. 이는 이용자들이 디지털 환경에서 정보를 소비하는 방식이 주로 게시 직후 또는 1~2일 이내에 집중적인 조회가 이루어지는 패턴을 보인다는 점과 연관된다(Mitchell, Stocking, & Eva Masta, 2016).

하지만 2006년과 2010년의 사례를 보면, 당시에는 고정 게재시간에 대한 명확한 기준이 아직 자리 잡지 못해 다양한 실험적 조치들이 시도된 것으로 보인다. 예를 들어, '10일간', '14일간', '1개월 동안'과 같이 장기간 고정 게재하도록 하는 등 여러 방식으로 조정 합의된 사례가 혼재했다. 이는 초창기 인터넷 신문 환경에서 피해구제보도문의 배치와 고정 게재 지속시간이 제도적으로나 실무적으로 아직 안정되지 않았고, 각 언론사와 사건의 특성에 맞추어 개별적으로 조정되었다는 점을 보여준다.

결과적으로, 고정 게재시간의 변화는 인터넷 매체에서의 이용 패턴이 변화하고, 그에 따라 조정 실무의 합의 방식이 점차 정형화되어 온 과정으로 이해할 수 있다. 최근에는 이용자 접근성과 조정 이행 가능성을 균형 있게 고려하여, 24~48시간 중심의 실무 표준이 형성된 것으로 해석된다.

표 17 연도별 인터넷 매체의 피해구제보도 게재시간 분석

구분		2006	2010	2024	전체
24시간 동안	빈도	7	18	110	135
	비율	41.2%	21.7%	50.2%	42.3%
48시간 동안	빈도	1	5	73	79
	비율	5.9%	6.0%	33.3%	24.8%
72시간 동안	빈도	1	8	0	9
	비율	5.9%	9.6%	-	2.8%
7일간	빈도	1	14	0	15
	비율	5.9%	16.9%	-	4.7%
10일간	빈도	5	5	2	12
	비율	29.4%	6.0%	0.9%	3.8%
명시하지 않음	빈도	1	17	15	33
	비율	5.9%	20.5%	6.8%	10.3%
해당없음*	빈도	1	16	19	36
	비율	5.9%	19.3%	8.7%	11.3%

구분		2006	2010	2024	전체
전체	빈도	17	83	219	319
	비율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

$\chi^2 = 142.392$, df = 12, $p = .000$

*해당없음은 '원 보도 하단'에만 피해구제보도문을 게재하도록 한 경우에 해당함

다. 온라인 동영상 플랫폼의 피해구제 형식 분석결과

언론사의 온라인 동영상 보도 관련 피해구제보도 게재 방식을 빈도분석 한 결과, 분석 기간 동안 조정 합의된 피해구제 대상 플랫폼은 모두 유튜브였다. 피해구제보도 게재 방식 중 가장 일반적으로 사용된 것은 텍스트 게시 방식으로, 전체 22건 중 16건(72.7%)을 차지했다(<표 18> 참조). 한편, 단일 조치 외에도 복수의 피해구제 방식이 결합된 사례도 있었다. 텍스트 게시와 텍스트 수정, 텍스트 게시와 열람 차단을 함께 적용한 사례가 각각 1건씩 확인되었으며, 텍스트 게시와 동영상 게시, 동영상 수정, 그리고 부분적 열람 차단까지 여러 조치가 복합적으로 적용된 사례도 확인되었다.

표 18 온라인 동영상 플랫폼의 피해구제보도 게재방식 분석

구분	빈도	비율
텍스트게시	16	72.7
열람 차단*	2	9.1
텍스트게시, 텍스트수정	1	4.5
텍스트게시, 열람 차단	1	4.5
텍스트게시, 텍스트수정, 기타	1	4.5
텍스트게시, 동영상게시, 동영상수정, 일부 열람 차단	1	4.5
합계	22	100.0

*조정조서를 기준으로 유튜브 동영상 열람 차단 처리 1건만 있는 경우 분석대상에 미포함되었다. 단, 이 표의 열람 차단은 인터넷 신문이나 인터넷뉴스서비스 등과 함께 처리된 경우이다.

온라인 동영상 플랫폼에서의 피해구제보도문 게재 위치를 분석한 결과, 전체 사례 가운데 피해구제보도문을 영상 더보기란(설명란)에 게재하도록 한 경우가 10건(45.5%)으로 가장 많았다(<표 19> 참조). 설명란은 유튜브 영상과 관련된 정보를 작성하는 공간으로, 영상 제공자가 비교적 자유롭게 내용을 수정·보완할 수 있다. 이러한 특성은 피해구제보도문과 같은 정보를 명시적으로 기재하기에 적절한 위치라 할 수 있다. 특히, 설명란은 영상 게시 후에도 손쉽게 업데이트할 수 있어 조정 이행의 신속성을 확보할 수 있다는 장점이 있다.

두 번째로 많이 활용된 방식은 피해구제보도문을 영상 댓글란 최상단에 고정하는 방법으로, 8건(36.4%) 확인되었다. 유튜브에서 이용자들은 단순히 영상 시청만을 하는 것이 아니라, 영상 시청 도중이나

시청 전후로 댓글을 통해 영상에 대한 타인의 반응을 확인하고, 댓글을 직접 작성하기도 한다. 이러한 이용 행태를 고려하면, 피해구제보도문을 댓글란 최상단에 고정하는 방식은 이용자 주목도를 높이고 빠른 노출을 보장하는 효과적 전략이 될 수 있다. 또한, 설명란과 댓글 최상단 두 위치 모두에 피해구제보도문을 게시하도록 한 사례가 2건(9.1%) 존재했다. 이는 단일한 게시 위치만으로는 피해구제의 효과를 충분히 전달하기 어렵다고 판단된 경우, 이중 노출을 통해 정보 전달력을 강화한 조치로 볼 수 있다. 설명란을 확인하는 이용자와 댓글란을 살펴보는 이용자 등 유튜브 내에서도 각각의 이용 맥락이 다양하므로, 복수 위치에 피해구제보도문을 게재하는 것은 피해구제의 실효성을 높이기 위한 시도로 이해된다.

표 19 온라인 동영상 플랫폼의 피해구제보도 게재위치 분석

구분	빈도	비율
영상 더보기란/설명란	10	45.5
댓글란 최상단 고정	8	36.4
영상 더보기란/설명란, 댓글란 최상단 고정	2	9.1
해당없음*	2	9.1
합계	22	100.0

*해당없음은 피해구제 처리 방법이 열람 차단인 경우에 해당한다.

라. 조정에 의한 피해구제 실효성 강화 조항 분석결과

다음으로 언론중재위원회 조정의 실효성을 높이기 위한 조항들의 시기별 빈도는 다음과 같다. 먼저, 부제소 조항의 존재 여부 및 그 성격은 연도별로 차이가 있는 것으로 나타났다(χ^2=249.237, df=19, p<.001). <표 20>의 분석 결과에 따르면, 2006년에는 부제소 조항이 존재하지 않는 경우가 72.7%로 나타났고, 부제소 조항을 두고 있는 경우가 27.3%로 나타났다. 부제소 조항이 있는 경우에는 일반적인 내용의 부제소 조항만 있는 경우가 많았고, 일부 사건에서는 고소 취소 및 소 취하도 함께 진행되었다.

2010년은 부제소 조항이 있는 경우가 63.5%, 부제소 조항이 없는 경우가 28.6%로 나타났다. 전반적으로 부제소 조항을 추가하는 방식으로 전환되고 있는 시기라 할 수 있다. 이 가운데 고소 취소 및 소 취하만을 정한 사례와 일반적인 부제소 조항과 소 취하를 함께 진행한 사례가 각각 1건씩 확인되었다. 2010년의 기타 분류 중에는 '별도의 민·형사상 책임을 묻지 않는다'는 내용 없이, '나머지 청구를 포기'한다는 내용만을 담은 사례가 포함되었다. 2024년에는 일반부제소 조항을 두는 것으로 합의한 경우가 95.1%로 나타나, 일반적인 합의 조항으로 자리잡은 것으로 보인다.

이외 기타 사례 중에는 손해배상을 함께 청구한 경우, '손해배상은 별도의 소송절차에 의해 청구한다'라는 내용으로 합의가 이루어진 바 있다. 또한, 합의사항이 충실히 이행되는 조건으로 '조정대상기사와 관련한 손해배상청구는 위원회 중재절차로 넘기기로 합의한다'라는 경우 등이 포함되었다. 또한, 일반적으로 부제소 합의에 대한 적용은 문제가 된 조정대상기사를 대상으로 이루어졌지만, 일부 사례에서 조정 합의로

게재된 '반론보도문'에 대한 부제소를 정한 경우, 문제가 된 조정대상기사 중 특정 사안과 관련한 부분에 한해서만 책임을 묻지 않는 경우, 소송 진행 중인 특정 사건을 제외하는 부제소를 정한 경우, 편집국장 및 기자 등 특정 인물에 대한 부제소를 정한 경우 등 다양한 방식으로 합의가 이루어진 사례들을 확인할 수 있었다.

표 20 연도별 조정 결과에 대한 부제소 조항 분석

구분		2006	2010	2024	전체
일반부제소	빈도	31	87	212	330
	비율	23.5%	62.1%	95.1%	66.7%
고소취소/소 취하	빈도	0	1	0	1
	비율	-	0.7%	-	0.2%
일반부제소, 고소취소/소 취하	빈도	5	1	6	12
	비율	3.8%	0.7%	2.7%	2.4%
일반부제소, 행정상 민원제기 금지	빈도	0	0	2	2
	비율	-	-	0.9%	0.4%
없음	빈도	96	40	1	137
	비율	72.7%	28.6%	0.4%	27.7%
기타	빈도	0	11	2	13
	비율	-	7.9%	0.9%	2.6%
전체	빈도	132	140	223	495
	비율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

$\chi^2 = 249.237$, df = 19, $p = .000$

이행강제금 역시 시기별로 차이를 확인할 수 있다(χ^2=450.666 df=8, p<.001). <표 21>을 살펴보면, 2006년에는 이행강제금 조항을 두지 않은 경우가 81.8%로 대다수를 차지했다. 이 시기에 이행강제금을 부과한 경우에는 1일 100만 원 이상인 경우가 17.4%로 나타났는데, 1일 200만 원 혹은 300만 원 등 상대적으로 높은 이행강제금이 부과됐다. 반면, 2010년에는 1일 10만 원, 20만 원, 30만 원 등 상대적으로 낮은 이행강제금을 부과하는 사례가 있었고, 사안에 따라 다양한 방식으로 부과한 것이 특징이다. 그러나 2024년에는 1일 50만 원 이상 100만 원 미만의 이행강제금이 91.5%로 대다수를 차지해, 일반적인 이행강제금 기준으로 자리잡은 것으로 보인다. 다만, 사안에 따라 여전히 약 8.5%의 사례에서 1일 100만 원 이상의 이행강제금이 부과되었다.

이행강제금 기타 항목으로 분류된 데이터 중에는 부과 방식의 예외적 사례가 관찰되었다. 예를 들어, 피해구제 방법이 복수로 제시된 경우 각각에 대해 서로 다른 이행강제금을 부과해, 한 개의 조정조서에 1일 25만 원과 1일 50만 원 각각의 이행강제금이 병기된 사례가 있었다. 이외에도 통상 1일 단위로 부과되는

방식에서 벗어나, 이행하지 않을 경우 1주 200만 원을 부과한 사례나, 일·주 단위가 아닌 미이행 시 500만 원을 지급하도록 조정이 이루어진 사례도 확인되었다.

표 21 연도별 조정 결과에 대한 이행강제금 분석

구분		2006	2010	2024	전체
1일 50만 원 미만	빈도	0	9	0	9
	비율	-	6.4%	-	1.8%
1일 50만 원 이상 100만 원 미만	빈도	0	3	204	207
	비율	-	2.1%	91.5%	41.8%
1일 100만 원 이상	빈도	23	15	19	57
	비율	17.4%	10.7%	8.5%	11.5%
기타	빈도	1	2	0	3
	비율	0.8%	1.4%	-	0.6%
없음	빈도	108	111	0	219
	비율	81.8%	79.3%	-	44.2%
전체	빈도	132	140	223	495
	비율	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

$\chi^2 = 450.666$, df = 8, $p = .000$

한편, 기타 특이사례로 2024년에는 조정의 실효성 강화를 위한 다양한 시도가 있었던 것으로 보인다. 예를 들어, 언론중재법 제19조는 조정에 관한 절차를 다루면서 동조 제8항에서 "조정은 비공개를 원칙으로 하되, 참고인의 진술청취가 필요한 경우 등 필요하다고 인정되는 경우에는 중재위원회 규칙으로 정하는 바에 따라 참석이나 방청을 허가할 수 있다"라고 규정하고 있다. 즉, 대체적 분쟁해결의 일반적 특성으로서 비공개를 원칙으로 하고 있다. 2024년에는 이러한 비공개 원칙에 대하여, 조정 과정의 내용이 외부에 알려짐에 따라 발생할 수 있는 문제 발생을 방지하기 위해 별도의 비공개 조항을 두고 있는 것으로 나타났다. 이는 당사자 간 자유로운 소통과 토론을 통해 분쟁을 원만하게 해결할 수 있도록 한 것이다.

또한, 피해구제보도문에 대한 매개기사 처리 방법의 다양화가 이루어진 경향도 확인된다. 온라인 환경에서 포털이 사실상 게이트키퍼 기능을 수행하게 되면서, 주로 포털 사업자를 대상으로 한 매개기사 처리 조항이 등장하기 시작했다. 이는 단순히 원 보도만을 정정·반론하는 방식으로는 원 보도의 효과와 동일한 수준의 피해구제 효과를 확보하기 어렵고, 포털 중심의 뉴스 유통·소비 구조를 고려해야 한다는 인식이 반영된 것이다.

특히, 2024년에는 이전 시기에 발견되지 않았던 매체들에 대한 매개기사 처리 시도가 이루어진 바 있다. 대표적으로 소셜미디어에 피해구제보도문 관련 사항을 전송하도록 한 사례들이다. 이 경우 언론사가 운영하는 페이스북, 인스타그램, 네이버 블로그, 티스토리, 카카오톡 채널 등의 소셜미디어에도 피해구제

보도문을 게재하도록의 하거나, 언론사의 카카오톡 채널 구독자들에게 피해구제보도문을 전송하도록 한 사례 등을 확인할 수 있었다. 이는 뉴스 소비 구조가 인터넷 신문과 포털에서 소셜미디어 기반으로 확장된 현실을 반영하며, 피해구제보도 또한 유통 경로가 분절된 다중 플랫폼 환경에 맞추어 조정될 필요가 있다는 인식이 강화된 결과로 볼 수 있다.

Ⅳ. 매체별 피해구제보도 사례분석

이 장에서는 앞의 정량적 분석 결과를 보완하고, 구체적인 언론피해구제의 방법을 살펴보기 위해 피해구제 형식에 대한 사례를 정리하고자 하였다. 피해구제의 형식은 매체 특성별로 상이한 방법이 활용되고 있으며, 큰 틀에서 인터넷 매체의 도입 전후에 크게 달라졌다. 따라서 이 장은 전통적인 언론으로서 피해구제 형식이 정형화되어 있는 신문과 방송 매체를 함께 살펴보고, 인터넷 신문의 피해구제 형식과 온라인 동영상 플랫폼에서의 피해구제 형식 사례를 구체적으로 살펴보고자 한다.

1. 전통적인 언론의 피해구제 형식

가. 신문

신문의 피해구제보도문 게재 형식은 다음과 같은 방식으로 조정합의가 이루어지는 것이 일반적이다. <그림 1>은 일반적인 지면신문의 피해구제보도문 게재 형식을 시각화한 자료이다.

> "피신청인은 피해구제보도문을 <○○일보> ○○면에 게재하되, 보도문의 제목활자 크기는 조정대상기사의 부제목활자와 동일한 크기로 하며, 본문활자 크기는 조정대상기사의 본문활자와 같게 한다."

이 같은 틀 안에서 사건마다 세부적인 게재위치와 크기 등 가시성 요인을 다양한 방법으로 합의해 왔다. 먼저, 신문의 게재위치는 대체로 ① 원 보도가 게재된 지면과 동일한 지면에 게재하도록 한 경우와, ② '2면'에 게재하도록 하는 경우가 주를 이뤘다. 후자의 사례가 나타나는 이유는 언론사가 주로 2면을 정정·반론 등의 고침기사 고정란으로 운용하고 있기 때문이다. 이에 따라, 원 보도가 게재된 지면이 1면이든 10면이든 간에, 많은 경우에서 2면에 피해구제보도문을 게재하는 방향으로 이행되는 경향이 나타난다.

조정 사례 가운데 구체적인 위치를 별도로 지정하지 않는 경우도 있지만, 대체로 1면과 2면에 게재하도록 한 때에는 세부 위치를 지정하는 사례가 많았다. 1면 게재 시 '좌측 하단' 및 '우측 상단'에 게재하도록 한 경우가 많았고, 일부 사건에서는 '탑 헤드라인 위치(왼쪽 최상단)'에 게재하도록 한 사례도 나타났다. 2면 게재 시에는 '우측 하단'에 게재하도록 하는 경우가 가장 많았고, '2면 바로잡습니다 코너'에 게재할 것을 명

시한 사례도 확인할 수 있다.

한편, 앞의 연구결과에서 나타난 결과와 같이, 지면 내의 가시성 확보를 위해 피해구제보도문에 박스 처리를 하도록 하고, 제목 및 본문의 활자 양식을 지정해주는 방식이 일반적으로 활용되고 있다. 상자기사의 경우 별도의 크기를 지정하지 않는 경우도 있지만, '1단 또는 2단', '2단 또는 3단', '3단 이상'과 같이 구체적인 크기를 지정하는 사례도 확인할 수 있다. 활자 양식은 제목을 '2호 활자 크기'로 하거나 '고딕 4호로 한다', '사진식자 18포인트 고딕체로 한다'라는 방식으로 구체적인 활자체 및 크기를 지정하여 피해구제보도문을 게재하도록 했다. 또는, 문제가 된 '조정대상기사의 부제목의 활자 크기'와 같게 하거나, 그 이상으로 하도록 지정한 사례가 확인된다. '본문 활자 크기보다 한 급수 큰 크기의 고딕체', '최소 한 활자 더 큰 크기'로 게재하도록 하는 등의 방식으로 원 보도와의 동일 효과를 고려한 사례가 많았다. 본문 활자의 경우, 대다수 사례에서 '조정대상기사와 같은 크기'로 게재하도록 지정하였다. 앞서 언급한 바와 같이, 일부 사례에서는 박스 처리, 활자 양식 지정 외에도 줄간격을 조정대상기사와 동일하게 할 것을 지정한 경우도 확인되었다.

이외의 특기할 만한 사례로는 게재 횟수를 지정한 경우가 있다. 분석대상 가운데 보도문을 '1회 게재한다'라고 그 횟수를 단순 명시한 사례가 있는 한편, '2회 보도하되, 1회 보도일은 ○월 ○일, 2회 보도일은 ○월 ○일로 한다.'라고 하여, 이례적으로 2회에 걸쳐 피해구제보도문 게재가 이루어지도록 합의된 사례가 확인되었다.

그림 1 지면신문 피해구제보도 게재 예시

○○일보

가상 현실(VR) 도시, '네오 서울' 완공 1년… 빛과 그림자

'가상 현실(VR) 도시 관련 정정보도문'

*생성형 AI를 활용해 이미지를 편집·제작함

나. 방송

방송 매체의 피해구제보도는 일반적으로 다음과 같은 방식으로 이행된다.

> "피신청인은 피해구제보도문을 <○○방송> <뉴스○○> 프로그램에서, 진행자가 통상적인 진행 속도보다 빠르지 않게 낭독하되, 멘트가 진행되는 동안 피해구제보도문의 제목을 시청자들이 충분히 알아볼 수 있는 크기의 아래자막으로 계속 표시하며, 멘트 중 배경화면은 조정대상보도의 자료화면으로 한다."

방송 역시 세부적으로 피해구제보도를 방송할 프로그램과 프로그램 내의 방송 위치 등 가시성 요인이 사건마다 다양한 방법으로 이행되었다. 피해구제 보도 방송은 ① 문제가 된 원 보도와 동일한 프로그램에서 이행되도록 한 경우와 ② 다른 프로그램에서 보도문을 방송하도록 한 사례로 구분된다. 원 보도 프로그램이 아닌 다른 프로그램에서 방송하는 경우, 자체 '시청자 옴부즈맨프로그램'에서 방송하도록 한 경우가 많았다. 문제가 된 원 보도가 저녁 뉴스 프로그램에서 방영된 사례 가운데 아침 뉴스 프로그램에 피해구제보도를 방송하는 방식으로 합의된 사례도 있었다. 피해구제보도의 방송 프로그램과 관련해 특기할 만한 사례로는 3개 이상의 프로그램에 각 1회씩 보도문을 방영하도록 조정된 사례가 확인된다.

피해구제보도의 실효성을 위해 프로그램 내 구체적인 방송 위치를 지정한 사례도 다수 확인된다. 앞의 정량적 분석 결과에서 살펴본 바와 같이, 프로그램 첫머리 혹은 말미에 피해구제 보도를 방송하는 것이 일반적이다. 구체적으로 '<○○뉴스> 프로그램 말미에 방송', '프로그램 종료멘트 직전에 방송', '후CM 이전에 방송' 등의 표현을 사용하거나, '<○○뉴스> 프로그램 ○○시 ○○분 이전 □□뉴스 시간에 보도'라고 하여, 방송 코너와 시간대를 지정한 사례도 확인할 수 있다.

또한, 방송의 가시성 확보와 관련해서는 진행자의 낭독 속도, 자막 표기, 배경 자료화면 등을 지정하고 있다. 일반적으로 자막에는 피해구제보도문의 제목만 표기하고 내용은 진행자가 낭독하도록 하지만(<그림 2>의 좌측 참조), 일부 사례에서는 '화면 하단에 제목 및 내용을 시청자들이 알아볼 수 있을 정도로 지나가는 자막으로 처리(스크롤)'하는 방식으로 제목과 내용을 모두 기재하도록 했다. 이외 낭독 속도는 '통상적인 진행 속도보다 빠르지 않게'하고, 배경 자료화면은 '조정대상보도의 자료화면'으로 하는 방법이 일반적으로 사용되고 있다.

그림 2 방송에서의 피해구제보도 예시(좌)와 인터넷 홈페이지 다시보기(우) 예시

*생성형 AI를 활용해 이미지를 편집·제작함

방송 매체에 대한 피해구제 시 방송사의 인터넷 홈페이지에 업로드된 다시보기 서비스의 처리 방법을 지정하는 사례들을 확인할 수 있다(<그림 2>의 우측 참조). 특히, 조정대상기사가 뉴스 프로그램에서 보도된 경우 영상과 스크립트를 함께 다시보기 서비스로 올려두도록 하고 있다. 조정 합의 시 일반적으로 '피해구제보도문의 방송 영상은 다시보기 서비스로 볼 수 있도록 한다'라고 지정한다. 혹은 '이 사건 조정대상보도의 다시보기는 제공하지 않는다'라고 하여, 문제가 된 원 보도는 다시보기 할 수 없도록 지정한 사례도 확인된다. 다른 한 편, 문제가 된 원 보도의 일부 내용을 수정하여 다시보기 서비스로 제공하도록 한 경우도 있다. '조정대상보도 중 신청인 관련 내용을 삭제하고, 피해구제보도문의 영상과 스크립트를 다시보기 서비스로 올려 검색이 가능하도록 한다'라고 합의한 사례다.

특기할 만한 사례로 신문과 같이 횟수를 지정한 경우가 있었다. 이 사건은 '피신청인은 ○○○○년 ○월 ○일에서 ◎월 ◎일 사이에 다음 내용을 3회 이상 방영한다.'라고 하면서, 조정대상기사와 관련된 내용 중 신청인의 입장을 포함할 것을 명시했다. 구체적으로 '신청인의 입장을 충분히 반영하여 균형있고 적절한 시각에서 보도하되 1회 방송 시간 25분 중 적어도 절반 이상의 분량을 차지하도록 한다.'라고 명시하여 반론 분량을 지정하였다. 또한, 방송 초입부에 프로그램 제작 경위를 충분히 밝히도록 하는 등 이례적인 조치를 취한 사례이다.

피해구제보도문의 게재와 동시에 후속보도를 새로 방송하도록 한 경우도 확인된다. 문제가 된 원 보도가 이루어진 프로그램에 피해구제보도 방송을 하되, 이와 별도로 언론사가 신청인을 다시 취재하여 사건과 관련된 내용을 '4분 이상의 분량으로 제작하여 ○○○○. ○. ○.까지 ◎시~◎시에 방송되는 <○○프로그램>에 방송'하도록 하여, 상대적으로 긴 분량의 피해구제 보도가 이루어지도록 했다. 이에 더해, '프로그램 개편이 있는 경우 동일 시간대에 합의한 내용을 보도한다.'라고 하여, 방송 편성의 특성을 고려한 조항을 명시하였다.

2. 인터넷 신문의 피해구제 형식

가. 일반적인 피해구제 사례

인터넷 신문의 피해구제 보도는 다양한 방식으로 이루어지지만, 기본적으로 아래와 같은 형식에 따라 이행되고 있다.

> "피신청인은 <인터넷 ○○닷컴> 홈페이지 초기화면에 제1항의 보도문 제목을 게재하고, 제목을 클릭하면 피해구제보도문의 제목과 보도문 본문이 표시되도록 하되, 해당 보도문 제목은 최초 게재 시점부터 24시간 동안 초기화면에 고정하여 게재하고, 이후에는 기사 데이터베이스에 보관하여 검색되도록 한다." (별도 초기화면 게재)
>
> "피신청인은 <인터넷 ○○닷컴> ○○섹션에 피해구제보도문의 제목을 게재하고, 제목을 클릭하면 제1항의 보도문이 표시되도록 하되, 해당 보도문 제목은 최초 게재 시점부터 48시간 동안 ○○섹션 기사목록(상단 ○번째 이내)에 고정하여 게재하고, 이후에는 기사 데이터베이스에 보관하여 검색되도록 한다." (별도 섹션 게재)
>
> "피신청인은 조정대상기사 본문 하단에도 피해구제보도문을 게재하되, 조정대상기사와 구별할 수 있도록 상자, 음영, 볼드 등의 방법으로 처리하여 게재한다." (조정대상기사 하단 게재)

인터넷 신문은 지면의 제약이 없는 무한한 공간성을 기반으로 하는 대신, 콘텐츠 노출은 하이퍼링크 체계와 편집 구성에 따라 달라지는 속성을 가진다. 따라서 피해구제보도의 게재 위치를 인터넷 신문 홈페이지의 '초기화면(접속 후 모니터 상에 처음 나타나는 화면)'으로 하거나, 특정 기사 '섹션'으로 하는 두 가지 형식이 주로 활용되고 있다. 구체적으로 초기화면에 게재할 경우, '우측 상단' 혹은 '중앙 기사목록'에 표시되도록 하며, 특정 섹션에 피해구제보도 기사를 게재하도록 할 경우에는 대다수 사례에서 기사목록의 '상단 5번째 이내'에 고정하여 게재하도록 하고 있다. 이외, '상단 3번째 이내'로 지정한 사례나 '정정반론보도 모음란'과 같은 특정 코너에 게재하도록 지정한 사례들도 확인된다.

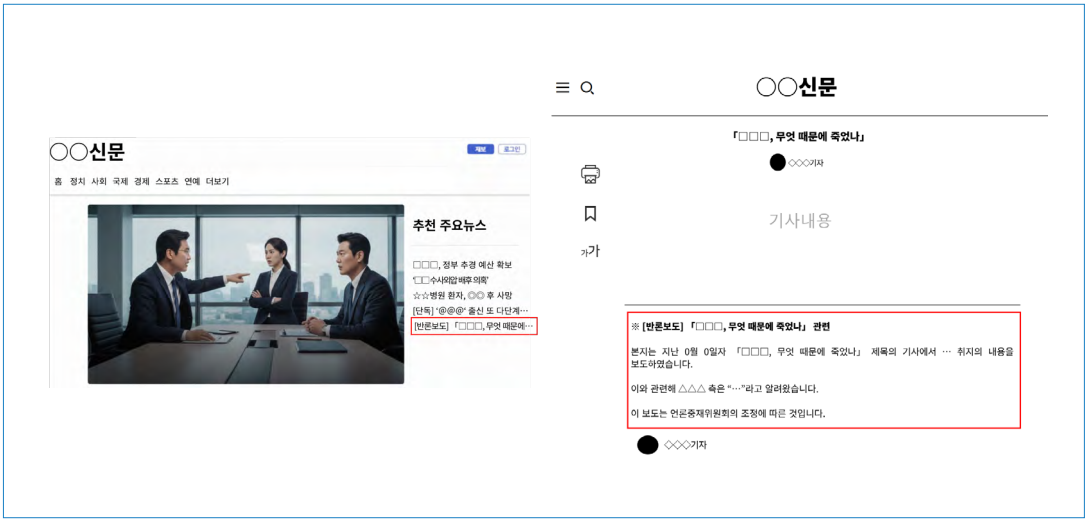
인터넷 신문의 피해구제 초기에는 원 보도 하단에 피해구제보도 기사의 링크를 기재하도록 하거나, 원 보도를 검색·클릭하면 피해구제보도문이 나오도록 하는 등 비교적 단순하고 추상적인 방식으로 원 보도와 피해구제 보도 기사를 연결하는 방식이 주로 활용되었다. 또한, 두 방식을 순차적으로 적용하도록 한 사례도 확인된다. 예를 들어, 조정 합의된 정정·반론·추후보도 기사를 7일 동안 게재하고, 그 이후에는 조정대상기사 하단에도 보도문을 이어서 게재하도록 한 경우이다.

이후, 피해구제보도 형식은 점차 인터넷 매체의 특성을 활용하며 기사 노출 구조, 검색 접근성, 열람차단 기술을 활용하는 방향으로 구체화되었다. 인터넷에 업로드된 기사는 영속성을 가지는 한편, 기사의 수정과 삭제가 용이하다. 이에 따라 원 보도는 열람 차단하여 더 이상 확인할 수 없도록 하고, 대신 조정대상 기사에 대한 피해구제보도문만 남겨두는 방식이 적극적으로 활용된 사례들이 확인된다. 이는 인터넷 신문이 갖는 전파의 반복성, 신속성, 확산성 등의 특성을 고려한 피해구제 시도라 할 수 있다.

혹은 원 보도 전체를 열람 차단하지 않더라도, 별도의 피해구제보도문 게재와 함께 원 보도의 일부 시각 자료를 수정할 것을 지정하는 경우도 다수 있었다. 인터넷 신문은 도표, 이미지, 그래픽 등의 시각 자료를 활용한 보도가 용이하므로, 보도 내용에 대한 적절한 설명을 위해 다양한 시각 자료를 활용하는 경우가 많다. 이에 따라, 시각 자료와 관련해 '특정 사진의 삭제', '사진 중 특정 인물의 삭제', '인물 관계도 내 그림 수정' 등 사안에 따라 다양한 방식으로 피해구제가 이루어지고 있다. 문제가 된 원 보도와 정정보도에 삽입된 이미지에 따라, 해당 보도와 관련된 인물에 대한 평가가 달라진다는 선행연구의 결과를 고려한다면(이재신, 2018), 시각 자료에 대한 적극적인 피해구제 조치가 필요하다고 볼 수 있다. 더욱이, 최근 AI를 활용한 기사 이미지 제작이 활발하게 이루어지고 있는 바, 시각 자료의 피해구제가 더욱 중요해질 가능성이 높다.

최근에는 별도의 정정·반론·추후보도문을 게재하는 것과 문제가 된 원 보도의 하단에 보도문을 게재하는 것을 병행하는 방법이 가장 일반적인 피해구제 형식으로 활용되고 있다(<그림 3> 참조). 이는 기사 삭제나 열람 차단이 가지는 공적 기록 훼손 문제를 최소화하면서, 인격권 침해 회복을 위한 균형 잡힌 방안으로 조정을 통해 당사자의 만족도를 제고하는 방안으로 보인다.

그림 3 인터넷 신문의 피해구제보도 별도 게재(좌)와 원보도 하단 게재(우) 예시



*생성형 AI를 활용해 이미지를 편집·제작함

나. 확장된 피해구제 사례

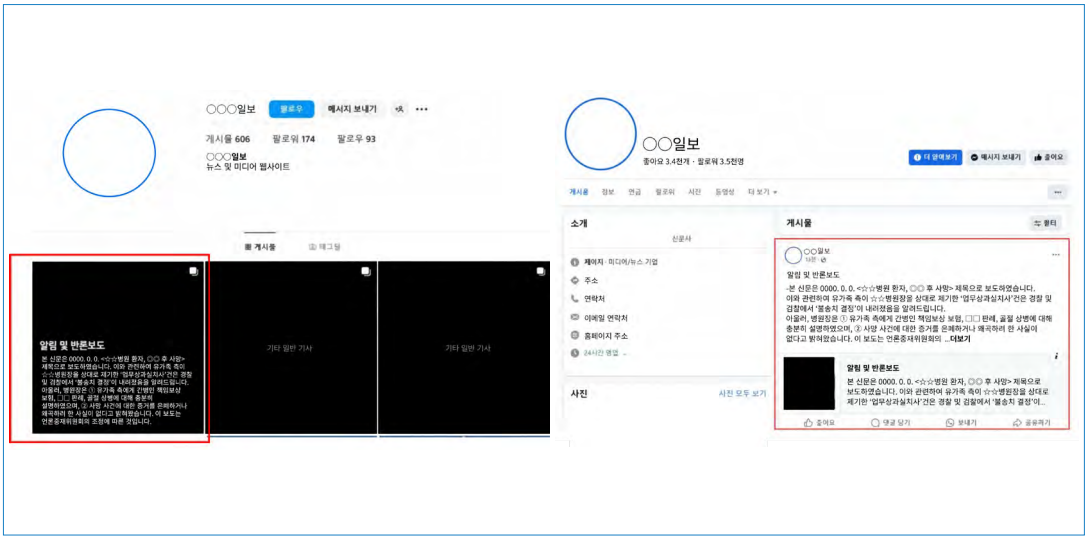
인터넷 신문은 디지털 환경의 특성을 반영하여 피해구제의 범위를 점차 넓혀가고 있는 것이 특징이다. 일반적인 피해구제보도문 게재에 그치지 않고, 뉴스가 유통되고 소비되는 다양한 디지털 미디어 공간의 성격을 고려해 구제 범위를 확장하고자 시도한 사례들이 확인되었다.

첫 번째 사례는 문제가 된 원 보도에 포함된 해시태그를 일부 삭제하도록 한 경우이다. 해시태그(hashtag)는 단어나 문구 앞에 해시 기호(#)를 붙이는 형태의 표시 방법으로, 연관된 정보를 하나로 묶는 기능(tag)을 한다. 현재는 대다수의 소셜미디어나 블로그 등에서 검색의 용도로 쓰이고 있다. 해시태그 삭제 조치는 검색 노출과 확산의 중심이 되는 태그 기능을 제거함으로써, 문제가 된 보도의 재노출을 최소화하려는 목적을 가진다. 이는 기사 내용의 직접 수정이나 삭제보다 검색·추천 알고리즘에 미치는 영향력을 차단함으로써, 정보 유통 구조를 고려한 피해구제 방법이라 할 수 있다.

두 번째 사례는 인터넷 신문의 조정대상기사를 포털 뿐만 아니라, 언론사가 기사를 제공·공유하는 외부 인터넷 게시판에 피해구제보도문이 게시되거나 링크되도록 조치하는 경우이다. 이는 피해가 발생한 매체 공간에 한정하지 않고, 기사가 노출되는 2차적·연계적 공간까지 구제의 범위를 확장하려는 시도로 볼 수 있다. 인터넷 신문의 복제·재전송 구조를 감안하면, 이러한 조치는 무기대등의 원칙에 입각해 피해구제의 실효성을 높일 수 있는 방안이라 할 수 있다. 초기에는 '홈페이지 외부에 해당 기사가 게재되어 있는 경우 삭제를 요청하도록 한다.'라거나, '외부 인터넷 게시판', '언론사 홈페이지 외에 외부 게시판, 포털 블로그 등'과 같은 방식으로 다소 추상적인 수준에서 피해구제보도문을 게재하거나 원 보도의 삭제를 요청할 곳을 지정한 것으로 보인다. 그러나 언급한 '외부 인터넷 게시판'의 범위가 상당하고 언론사가 기사 게재를 요청한 것이 아닌 제3자가 해당 기사를 업로드한 경우 등을 고려하면, 실질적인 피해구제가 이루어지기 어렵다는 한계가 있다.

이에 따라, 최근에는 실질적인 피해구제가 가능하도록 언론사가 운영하는 소셜미디어 계정을 특정하여 피해구제보도문을 게재하도록 한 사례를 확인할 수 있다. 구체적으로 해당 사례에서 언론사가 운영하는 페이스북, 인스타그램, 카카오톡 채널, 네이버블로그, 티스토리에 피해구제보도문을 전송하여 게시하도록 했다(<그림 4> 참조). 또 다른 사례에서는 언론사의 카카오톡 채널 구독자에게 피해구제보도문을 전송하도록 한 사례도 확인된다. 이러한 조치는 독립된 언론사 홈페이지뿐만 아니라 오늘날 뉴스를 포함해 다양한 정보 소비가 활발히 이루어지는 플랫폼 공간에서의 피해구제라는 점에서 긍정적인 효과를 기대할 수 있다.

그림 4 언론사의 소셜미디어 인스타그램(좌)과 페이스북(우) 피해구제보도 게재 예시



*생성형 AI를 활용해 이미지를 편집·제작함

세 번째 사례로는 인터넷 신문 보도의 댓글에 대한 조치가 이루어지는 경우도 확인된다. 해당 사례의 조정은 '조정대상기사와 댓글내용은 ○○○○. ○. ○. 09시부터 삭제한다.'라고 하여, 피해와 직접 관련된 댓글을 일괄적으로 제거하거나 접근을 제한했다. 이 역시 언론사와 이용자 간 상호작용이 가능한 디지털 환경에서 등장한 새로운 형태의 피해구제 형식이다. 댓글 차단 조치는 원 보도에 대한 피해구제보도의 동일 효과를 목적으로 하기보다, 문제가 된 원 보도에 대한 독자의 반응에서 추가적인 인격권 침해가 이루어지지 않도록 방지하려는 구제 형식이라 하겠다.

이와 같은 피해구제 사례들을 종합적으로 볼 때, 인터넷 신문에 대한 피해구제 형식은 보도 자체에 대한 피해구제를 넘어, 뉴스의 순환과 확산이 이루어지는 디지털 생태계 전반을 고려한 피해구제 체계로 발전해왔음을 보여준다.

3. 온라인 동영상 플랫폼의 피해구제 형식

온라인 동영상 플랫폼, 특히 유튜브에서의 피해구제는 플랫폼의 기술적 특성과 사람들의 이용행태를 고려한 다양한 방식으로 이루어지고 있다. 전통적인 인쇄 매체나 인터넷 신문과 달리, 동영상 플랫폼은 영상 콘텐츠, 텍스트 정보, 이용자 상호작용이 복합적으로 결합된 구조를 가지고 있어, 피해구제의 방법 또한 이러한 플랫폼 특성에 맞춰 발전하고 있는 것으로 보인다. 따라서 온라인 동영상 플랫폼에서의 피해구제 형식에 대해서는 피해구제보도문의 게재뿐만 아니라, 기사수정과 열람 차단 등 다양한 개별 사례 유형들을 정리하는 방식으로 구성하고자 했다.

가. 원 보도의 유튜브 영상 페이지에 피해구제보도문을 게재하는 경우

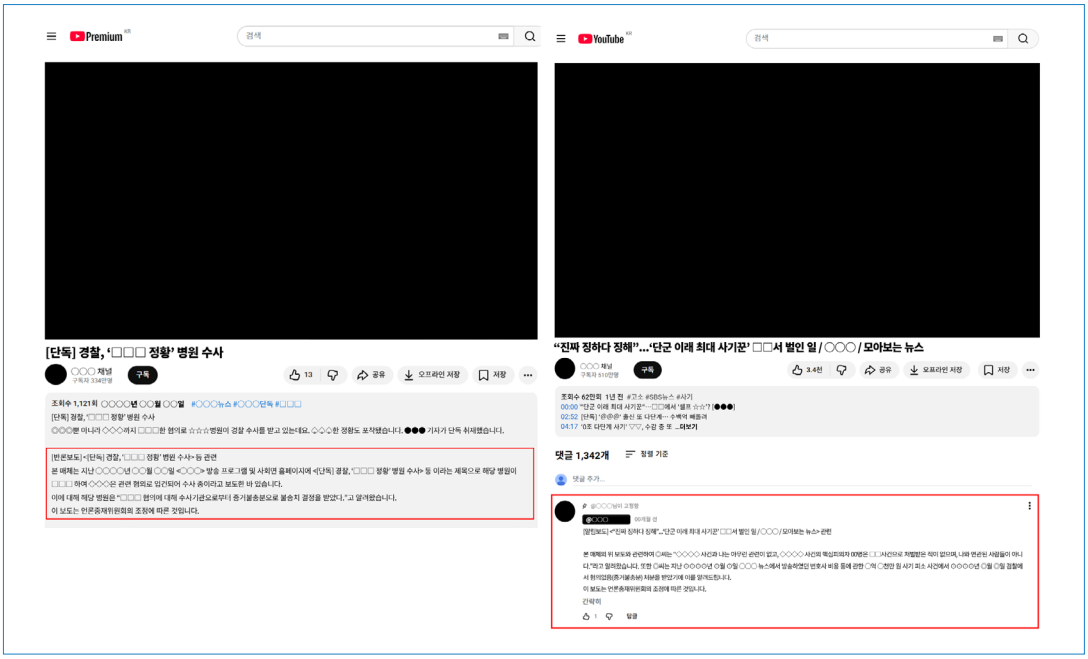
온라인 동영상 플랫폼에 정정·반론·추후보도문을 게재하는 하는 경우, 가장 많이 활용되는 방법은 ① 유튜브 영상 하단 더보기란(설명란)의 상단이나 ② 댓글란 최상단에 고정으로 피해구제도보문을 게재하는 것이다(<그림 5> 참조). 이 방식은 플랫폼의 기존 구조를 활용하면서 추가적인 기술적 작업이 최소화된다는 장점이 있다. 전재된 영상인 경우, 더보기란(설명란)이나 댓글란에 피해구제보도문 전문을 기재하지 않고 인터넷 신문 혹은 인터넷뉴스서비스 홈페이지에 게재된 반론보도문 링크만을 게시하도록 하는 방법도 활용된 바 있다. 온라인 동영상 플랫폼에 대한 조정은 일반적으로 아래와 같은 형식으로 합의가 이루어지고 있다.

> "피신청인이 운영하는 유튜브 채널 <○○방송> 에 게재된 이 사건 조정대상보도의 설명란 가장 윗부분에 제1항의 보도문이 게재되도록 한다." (영상 하단 더보기란)
>
> "피신청인이 운영하는 유튜브 채널에 게재되어 있는 이 사건 조정대상보도 하단 댓글란의 최상단에 고정 댓글로 피해구제보도문을 게시한다." (댓글란 최상단)

영상 더보기란(설명란)과 댓글 고정 두 가지 방법을 함께 활용하여 실효성을 높이고 있는 사례도 확인된다. 구체적으로는 더보기란(설명란)에 상세한 피해구제보도문을 게재하고, 동시에 댓글란 상단 고정으로 '본 보도는 언론중재위원회의 조정을 거쳐 반론보도가 게재되었으며, 해당 기사는 영상 설명란을 참고하시기 바랍니다.'와 같은 안내 문구를 게시하는 방식이다. 이는 이용자의 영상 시청 방식을 고려하여, 영상 시청 전·후로 댓글란을 먼저 확인하는 이용자에게도 피해구제보도의 존재를 알리고 설명란으로 유도하는 효과를 가진다.

한편, 피해구제보도문을 게재할 때 사람들의 주의를 끌기 위해 제목을 볼드 처리 하거나, 해시태그를 활용하도록 한 사례도 확인된다. 유튜브의 검색 및 추천 알고리즘이 해시태그와 키워드를 인덱싱한다는 점을 고려할 때, 단순한 시각적 강조를 넘어 플랫폼 내에서 피해구제 관련 콘텐츠의 검색 가능성과 도달 범위를 넓힐 수 있다는 점에서 의미있는 피해구제 방식이라 할 수 있다.

그림 5 유튜브 영상 설명란(좌)과 댓글 최상단 고정(우) 피해구제보도 예시



*생성형 AI를 활용해 이미지를 편집·제작함

나. 별도의 피해구제보도 영상을 제작하여 게재하는 경우

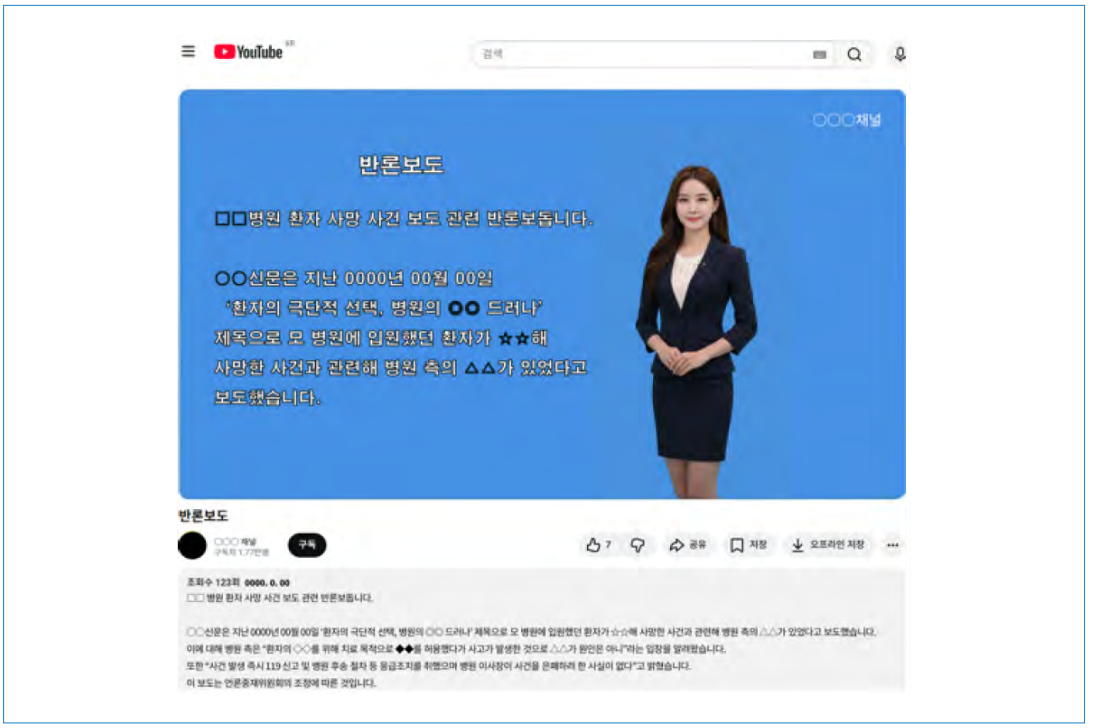
인터넷 신문에 대한 피해구제 시 원 보도 하단과 별도의 보도를 병행하도록 하는 것과 유사하게, 유튜브에 대해서도 별도의 피해구제보도 영상을 제작·게재하도록 하는 사례를 확인할 수 있다. 일반적으로 이러한 경우에는 방송의 피해구제 형식을 따른다. 피해구제보도문을 시청자들이 충분히 알아볼 수 있는 크기의 자막으로 표시하고, AI 앵커(혹은 진행자)가 통상적인 진행 속도보다 빠르지 않게 낭독하도록 한다. 따라서 별도의 피해구제보도 영상은 30초에서 1분 남짓의 사이의 분량으로 제작된 사례들을 확인할 수 있다. 별도의 영상을 게재하도록 하는 조정은 아래와 같은 형식으로 합의가 이루어질 수 있다.

> "피신청인이 운영하는 <○○뉴스> 유튜브 채널에 피해구제보도문을 24시간 동안 고정하여 게재하되, 보도문은 시청자들이 충분히 알아볼 수 있는 크기의 자막으로 표시하며 AI앵커가 피해구제보도문을 낭독한다. 단, AI앵커의 멘트는 통상적인 진행 속도보다 빠르지 않게 낭독한다."

별도의 피해구제보도 영상을 게재하는 때에도 영상 더보기란(설명란)이나 댓글란 최상단에 고정으로 피해구제보도문을 작성하는 조치가 함께 이루어진다. <그림 6>의 예시는 '반론보도'라는 제목으로 피해구제보도 영상이 업로드되었으며, 자막과 함께 AI 앵커를 활용해 낭독하도록 하고 더보기란(설명란)에 피해

구제보도문을 게재한 형식을 보여준다.

그림 6 유튜브 피해구제보도 영상 게재 예시



*생성형 AI를 활용해 이미지를 편집·제작함

다. 문제 된 부분 일부를 수정 및 열람 차단하는 경우

더 나아가 원 보도 자체를 수정하는 방식도 활용되고 있다. 구체적으로는 원 보도의 영상 첫머리 혹은 말미에 피해구제보도 영상을 추가하거나, 문제가 된 원 보도 내용 일부의 영상과 음성을 수정·삭제하는 방식 등이 주로 활용되었다. 온라인 동영상 플랫폼 영상 일부를 수정하는 방식으로는 다음과 같이 조정 합의될 수 있다.

> "피신청인은 ○○○○. ○. ○. 까지 이 사건 조정대상기사에서 ○○:○○ ~ ○○:○○에 드러나는 신청인 로고, 신청인 이름, 슬로건 부분을 블러처리하고, 피청인이 운영하는 유튜브 채널에 게시된 이 사건 조정대상기사에 앞의 조치사항을 반영한다."

<그림 7>은 영상 말미에 반론보도문을 첨부하면서 제목에 '반론보도 첨부'를 추가해 재업로드한 사례를 보여준다. 이러한 사례에서는 대체로 수정된 원 보도의 영상을 그대로 교체하는 것이 아니라 새로 재

업로드해야 하는데, 이는 유튜브의 기술적 구조에 따른 것이다. 유튜브는 영상이 업로드될 때마다 고유한 URL을 부여하므로, 기존 영상을 새로운 파일로 대체하는 기능을 제공하지 않는다. 따라서 영상 내용의 상당 부분을 수정 및 삭제하는 경우, 새로운 영상을 업로드해서 URL을 부여받아야 한다. 이 경우 기존 영상의 조회수, 댓글, 좋아요, 추천 이력 등 중요한 누적 데이터가 모두 초기화된다는 문제가 있다.

하지만 유튜브 스튜디오의 편집 기능을 활용해 간단한 편집 수정은 가능하다. 가령 영상 일부를 잘라내거나, 블러 효과, 오디오 수정, 최종 화면 수정, 정보 카드, 썸네일(Thumbnail) 수정 등은 영상을 새로 업로드 하지 않더라도 원 보도 내에서 수정할 수 있다.[16] 따라서 유튜브 영상 내용을 수정하거나 특정 내용을 열람차단 하는 방식으로 피해구제를 할 경우, 재업로드가 아닌 원 보도 내 수정 가능한 정도로 합의되는 경우가 많다. 일부 사례에서는 조정합의서 상에 '기술적 이유로 불가능할 경우 상단 고정 댓글로 반영한다'와 같이 대안적 피해구제 방식을 함께 명시한 사례도 확인된다.

그림 7 유튜브 영상 말미 피해구제보도 수정 게재 예시

*생성형 AI를 활용해 이미지를 편집·제작함

라. 유튜브 영상의 제목과 썸네일을 수정하는 경우

유튜브 썸네일을 수정하도록 한 사례 역시 온라인 동영상 플랫폼의 특성을 반영한 피해구제 방식이다.

16 '최종 화면'은 영상을 다 본 후 마지막에 추천 동영상과 구독 버튼 등이 표시되는 화면을 말한다. '정보 카드'는 유튜브 영상 중간에 시청자가 참고할 수 있도록 관련 정보를 표시하도록 하는 기능이다. 연관 동영상, 재생목록, 채널, 링크 등을 정보 카드에 넣을 수 있다. '썸네일'은 엄지손톱 크기만한 작은 그림을 의미하며, 블로그 포스팅이나 유튜브 영상 등의 미리보기 역할을 하는 이미지를 의미한다.

썸네일은 인터넷 환경에서 이용자가 영상을 클릭하기 전 가장 먼저 노출되는 시각적 요소로, 영상의 첫인상을 결정하는 핵심적 역할을 한다. 제작자는 썸네일을 통해 영상 내용을 간접적으로 소개하고 시청자들의 흥미를 유발하여 영상 시청을 유도한다.

이와 같은 구조 때문에, 이른바 사이버레커 등 일부 유튜브 크리에이터는 플랫폼의 알고리즘 콘텐츠 필터링을 회피하기 위한 전략적 수단으로 썸네일을 활용하기도 한다. 이들은 썸네일에 노골적으로 시청자 클릭을 유도하는 자극적인 표현을 사용해 사람들의 시선을 끄는 전략을 구사한다(이지형·김민정, 2025). 실제로 경험적 연구에서 썸네일의 선정성과 폭력성이 높을수록 영상 조회수가 높아지는 현상을 확인한 바 있다(김종호·김기한, 2021).

이러한 썸네일의 영향력을 고려할 때, 명예훼손적이거나 모욕적인 내용이 담긴 썸네일이 지속적으로 노출될 경우 그로 인한 피해는 영상의 실제 내용과 무관하게 발생하고, 또한 지속될 수 있다. 따라서 언론피해구제를 위한 실효적 방법으로 썸네일을 수정·교체하는 방안이 활용되고 있는 것으로 보인다. 조정합의서 상에는 아래와 같은 형식으로 제시된다.

> "피신청인은 OOOO. OO. OO. 까지 조정대상기사의 제목 및 기사에 전재된 유튜브 영상의 제목과 썸네일 제목을 모두 <OOOO>로 수정한다."

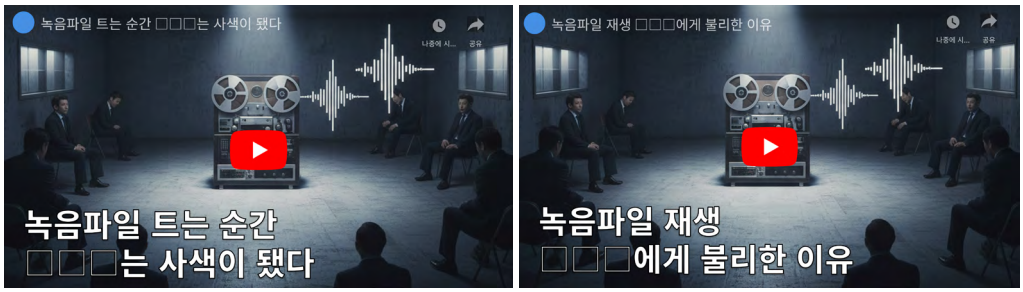
구체적인 이행 방식으로는 <그림 8>과 같이 썸네일 이미지에 삽입된 텍스트를 수정하는 방식으로 이루어질 수 있다. 이는 영상 본편을 수정하지 않고도 이용자에게 노출되는 핵심 정보를 변경할 수 있다는 점에서 비교적 간편하면서도 효과적인 피해구제 수단으로 평가될 수 있다.

또한, 제목 및 썸네일 수정은 이용자가 콘텐츠를 처음 접하는 단계에서 오인이나 편견이 형성되는 것을 방지한다는 점에서 효율적인 조치라 할 수 있다. 나아가 썸네일을 보다 적극적으로 활용하여, 썸네일 이미지 자체에 '정정보도 게재', '반론보도 게재' 등 피해구제가 이루어졌음을 알리는 문구를 명시하는 방안도 고려할 수 있다. 이 경우 이용자는 영상을 클릭하기 전부터 해당 보도가 분쟁 및 피해구제 절차를 거쳤다는 사실을 인지하게 되므로, 영상 시청 시 보다 비판적인 태도로 내용을 수용할 수 있을 것으로 기대된다.

결과적으로 온라인 동영상 플랫폼의 피해구제 방식은 유튜브가 제공하는 텍스트 중심의 편집 가능한 공간과 제한적 편집 도구를 활용한 피해구제로 이루어지고 있음을 보여준다. 이는 유튜브라는 플랫폼이 가진 어포던스(affordance)와 콘텐츠 유통 방식이 피해구제 형식에 직접적인 영향을 미치고 있으며,[17] 온라인 동영상 플랫폼에서의 피해구제 형식을 논의할 때 이러한 구조적 특성이 고려되어야 함을 시사한다.

17 어포던스의 개념은 기술과 이용자의 상호작용을 통해 이용자의 행위가 결정된다는 관점을 의미한다. 낮은 수준의 어포던스는 플랫폼에 구현되어 있는 특정 버튼, 글자 제한, 영상의 자동재생 등과 같은 개별 장치들을 의미한다. 높은 수준의 어포던스는 기술적 변화가 어떤 사회적 행위를 가능하게 하거나 반대로 제약하면서 특정한 사회적 구조를 만들어내는 것을 의미한다(Schrock, 2015). 트림과 레오날디(Treem & Leonardi, 2013)는 소셜미디어 속에 가시성, 지속성, 편집가능성, 관계성에 대한 어포던스 장치가 마련되어 있다고 분석한 바 있다.

그림 8 유튜브 제목 및 썸네일 수정 전(좌)과 수정 후(우) 피해구제 예시



*생성형 AI를 활용해 이미지를 편집·제작함

마. 유튜브 영상 댓글을 차단한 경우

유튜브는 전통적인 언론 매체와 달리 이용자의 참여가 활발한 플랫폼이라는 특성을 갖는다. 이용자의 참여를 이끌어내는 플랫폼의 기능 가운데, 댓글란은 이용자의 자발적 반응을 실시간으로 축적하며 보도 내용과 직접적으로 연결되는 제2차적 정보 확산 공간으로 작용한다. 이러한 구조는 영상 보도 자체에서 비롯되는 인격권 침해보다 더 심각한 2차·3차적 비난, 조롱, 신상추정 등 부수적 침해가 빈번하게 발생하는 요인이 된다. 따라서 이용자 상호작용이 활발한 온라인 동영상 플랫폼에서는 전통적인 방식의 정정·반론·추후보도만으로는 충분한 회복이 어렵고, 플랫폼 특성을 반영한 조치가 요구된다.

이 같은 문제의식을 바탕으로, 조정 과정에서 영상의 댓글란을 차단·폐쇄하는 방식이 추가적 피해 확산을 방지하기 위한 보완적 구제 수단으로 활용된 사례를 확인할 수 있다. 이는 인터넷신문에서 댓글 삭제 및 비공개 조치가 이루어지는 것과 유사한 맥락에서, 플랫폼의 상호작용 기능을 제한함으로써 피해자에 대한 2차 침해를 차단하려는 취지라 할 수 있다.

댓글란 폐쇄 방식의 조정 합의는 일반적으로 아래와 같은 문구로 구체화된다. 이는 정정·반론 보도의 게재를 통해 1차적인 사실관계 회복을 시도하는 동시에, 댓글 기능 제한을 통해 추가 피해를 예방하는 이중적 구제 조치의 성격을 갖는다.

> "피신청인이 운영하는 유튜브 채널에 게재된 이 사건 조정대상 유튜브 영상들 영상 설명란에 피해구제보도문을 각 게재하고, 해당 영상들의 댓글창을 닫는다."

실제 조정 사례를 살펴보면 다음과 같다. 첫 번째 사례에서는 문제가 된 보도 영상과 관련하여 그 아래 달린 댓글에서 신청인에 대한 2차 피해가 우려되는 댓글이 다수 발견되었다. 이러한 상황에서는 댓글란이 피해를 재생산하는 주요 경로가 되었기 때문에, 조정 합의 과정에서 영상에 피해구제보도문을 게재하는 조

치만으로는 충분하지 않은 것으로 판단한 것으로 보인다. 이에 따라 유튜브 영상 더보기란(설명란)에 피해구제보도문 텍스트를 게재하는 것에 더해, 댓글창 폐쇄 조치를 병행하여 더 이상의 추가적 침해 확산을 예방하는 것으로 합의가 이루어진 사례가 확인된다.

두 번째 사례에서는 조정대상 보도 영상 중 신청인이 특정될 수 있는 장면이 포함되어 있어 명예훼손의 문제가 된 사례였다. 이에 따라 해당 영상을 열람 차단하는 방식의 조정이 이루어졌으나, 해당 영상을 보고 일부 이용자들이 이미 댓글에 신청인을 특정할 수 있는 정보를 게시한 상황이었다. 이에 따라 조정에서는 영상의 열람 차단 조치와 함께, 댓글란을 폐쇄하여 신청인에 대한 정보 노출과 추측성 댓글 확산을 차단하는 방식으로 실효성있는 피해구제 시도가 이루어진 사례이다.

이와 같은 사례들은 유튜브 플랫폼 특성상 댓글이 단순한 부가 기능이 아니라 언론보도의 파급력을 강화하거나 왜곡된 이미지 형성을 촉진하는 독립적 영향 요인이 될 수 있다는 점을 보여준다. 따라서 조정에서의 댓글 차단 조치는 피해자가 영상 보도로 인한 인격권 침해뿐 아니라 온라인 여론 형성 과정에서 발생하는 2차 피해를 종합적으로 예방하는 데 중요한 역할을 한다고 평가할 수 있다. 물론, 댓글 차단만으로는 이미 확산된 댓글 내용이나 외부 SNS로 전파된 영상 및 반응까지 완전히 제어하기 어렵다는 점에서, 정정·반론보도문의 게재, 영상의 수정 및 열람 차단 조치, 검색 노출 제한과 같은 다른 구제 수단과 병행될 필요가 있다.

바. 유튜브 쇼츠의 피해구제 사례

최근 사람들의 미디어 소비가 60초 안팎의 짧은 숏폼(short-form) 동영상 콘텐츠를 중심으로 이루어지고 있는 바, 언론사에서도 적극적으로 뉴스 제작·유통에 숏폼 콘텐츠 전략을 이용하고 있고 있다(최진호·이정기·김익현, 2023). 언론사는 유튜브 쇼츠(shorts), 인스타그램 릴스(reels), 틱톡(Tiktok)과 같은 숏폼 플랫폼 및 서비스를 활용해 새로운 독자층과의 접점을 확대하고 있다. 숏폼 뉴스는 간편하게 보기 쉽고 공유하기에도 용이하며, 추천 알고리즘 노출로 빠르게 확산될 수 있어, 언론사에서도 적극적으로 활용하고 있는 것으로 보인다. 이에 따라, TV 방송 뉴스로 제작된 보도가 유튜브 영상으로 제작되고, 이를 다시 편집하여 유튜브 쇼츠로 제공되는 등 하나의 보도가 다양한 포맷으로 제공되는 방식이 일반화되고 있다.

이러한 뉴스 유통·소비 환경을 반영하며, 언론중재위원회에도 언론사의 유튜브 쇼츠 콘텐츠를 대상으로 한 조정 신청 사례가 등장하기 시작했다. 숏폼 콘텐츠는 짧은 시간 안에 핵심 장면만 클립 형태로 재구성되기 때문에, 특정 개인의 얼굴·신체·상황이 맥락 없이 노출되거나, 보도 취지와 다르게 소비될 위험이 상대적으로 크다. 이는 피해 규모가 짧은 시간 내에 급격히 확대될 수 있다는 점에서 기존 롱폼 형식의 뉴스와도 다른 성격의 위험성이 존재한다.

문제가 된 유튜브 쇼츠 콘텐츠에 대한 조정 합의는 다음과 같은 방식으로 이행되었다.

"<○○-Youtube> 채널에 업로드한 <□□□> 제목의 <○○TV> 뉴스 영상 및 이와 관련된 <◇◇> 쇼츠 영상에서 신청인의 신체 모습, 신청인의 ○○ 사진을 삭제한다."

관련 사례에서 신청인은 언론사에 제보를 제공하고 촬영에도 동의하였으나, 최종 보도된 내용이 자신이 의도했던 제보 취지와 다르게 구성되었고, 이로 인해 유튜브 영상 및 쇼츠 영상에서 신청인과 관련된 부정적 반응과 악성 댓글이 다수 게시되는 등 예상치 못한 피해를 겪게 되었다. 특히, 쇼츠 영상은 플랫폼 특성상 추천 알고리즘을 통해 불특정 다수에게 단시간에 확산될 수 있기 때문에, 신청인을 특정할 수 있는 외모나 사진의 노출이 지속될 경우 피해가 기하급수적으로 확대될 우려가 있었다. 이러한 점을 고려하여 조정 과정에서는 유튜브 보도 영상뿐 아니라 해당 보도를 재편집한 쇼츠 영상에서도 신청인을 특정할 수 있는 요소들을 삭제하는 방식으로 합의가 이루어졌다.

다른 사례에서는 조정 합의에 이르지는 않았으나, 신청인이 쇼츠 콘텐츠만을 특정해 조정 신청한 점이 주목할 만한 사건이다. 해당 사건에서 문제 제기가 이루어진 기사는 라디오, 인터넷 신문, 유튜브, 유튜브 쇼츠 등 다양한 경로를 통해 보도되었음에도 불구하고, 신청인은 전체 보도의 일부 장면을 편집해 제작한 쇼츠 영상만을 단독으로 조정 신청하였다. 이처럼 숏폼 콘텐츠는 짧은 길이로 인해 맥락이 생략되기 쉽고, 자극적 장면이 강조될 가능성이 높기 때문에 인격권 침해의 가능성이 높다. 향후 이처럼 숏폼 뉴스만을 대상으로 조정 신청하는 사례가 증가할 것으로 예상된다.

사. 유튜브 영상을 열람 차단한 경우

피해구제보도문을 텍스트나 영상의 형태로 게재하거나, 문제 된 영상의 일부를 수정·삭제하는 방식 외에 영상 전체에 대한 열람을 차단하는 방식으로 조정 합의가 이루어지는 사례도 존재한다. 본 연구의 정량적 분석에서는 피해구제보도문의 게재 형식을 중심으로 유형을 분류하였기 때문에, 열람 차단만으로 피해구제가 이루어진 사례는 통계 분석 대상에서 제외하였다. 그러나 실제 조정 실무에서는 유튜브 영상의 열람 차단 및 검색 차단의 방식으로 피해를 구제하는 사례가 점차 증가하고 있는 것으로 보인다.

이러한 열람 차단 방식의 조정 합의는 다음과 같은 문구로 이행된다.

"피신청인의 유튜브 계정에 게시된 이 사건 조정대상보도 영상을 삭제한다."

"피신청인은 ○○○○년 ○월 ○일 09:00까지 피신청인의 유튜브 채널에 게시된 이 사건 조정대상보도의 검색을 차단하고 향후 노출되지 않도록 한다."

관련 사례를 살펴보면, 피신청인이 명백히 사실관계를 잘못 보도한 뒤 후속보도를 통해 오류를 일부 정

정하였음에도, 신청인이 이를 충분한 구제로 받아들이지 못해 언론중재위원회에 조정 신청한 사례가 있다. 이는 최초 오보가 이미 광범위하게 확산되어 정정보도만으로는 원상회복이 어렵거나, 정정보도의 내용이나 방식이 최초 오보의 파급력에 비해 현저히 미흡했던 상황으로 추정된다. 이 사건은 인터넷 기사 및 유튜브 영상까지 모두 열람 차단하는 방식으로 조정 합의 되었다. 이처럼 열람 차단 방식의 피해구제는 인터넷 환경의 특성과 콘텐츠 확산의 즉시성을 고려할 때, 피해구제보도문 게재 중심의 구제방식을 보완하는 중요한 수단으로 자리잡아가고 있는 것으로 보인다.

아. 유튜브 외 기타 온라인 동영상 플랫폼의 피해구제가 이루어진 경우

최근에는 방송 콘텐츠가 유튜브뿐만 아니라, 웨이브나 티빙 등 다양한 온라인 동영상 플랫폼을 통해 동시·순차적으로 유통되는 것이 일반화되고 있다. 과거에는 방송사 홈페이지나 일부 포털 사이트 중심으로 재생이 이루어졌다면, 현재는 OTT 플랫폼이 뉴스·시사 콘텐츠까지 제공하며 멀티 플랫폼 기반의 콘텐츠 소비 구조가 형성되고 있다. 이러한 변화는 보도 영상의 확산 경로를 다변화시키며 피해 발생 가능성 또한 플랫폼별로 다른 양상으로 나타나게 하고 있다.

이와 같은 환경 변화에 따라 언론중재위원회의 조정 사례에서도 기존의 유튜브 중심 조치뿐 아니라, 여러 OTT 플랫폼에 게시된 동일 보도 영상 전체를 조정 범위에 포함하는 합의가 등장하고 있다. 이는 온라인 동영상 플랫폼이 단순한 부가적 유통 창구가 아니라, 보도의 실제 도달 범위와 사회적 영향력을 확대시키는 주요 경로가 되고 있음을 보여준다. 별도의 OTT 플랫폼에 대한 조정 합의는 다음과 같은 형식으로 이행된 바 있다.

> “피신청인은 ○○○○. ○. ○.까지 인터넷 <○○> 홈페이지에 게재된 조정대상기사의 영상 및 <○○>, <애플tv>, <Wavve>, <TVING>의 영상 뒷부분에 피해구제보도문을 자막 형태로 보도한다.”

해당 사례에서는 특정 방송사의 보도 영상이 자사 홈페이지뿐 아니라 여러 OTT 플랫폼에 업로드되어 있어 시청자가 다양한 채널을 통해 조정 대상이 된 보도에 접근할 수 있었다. 이에 따라 조정 과정에서는 피해구제 효과를 확보하기 위해 특정 플랫폼이 아닌 모든 유통 경로에 피해구제 조치를 적용하는 것이 필요하다고 판단한 것으로 보인다. 그 결과, OTT 플랫폼에 게시된 각각의 보도 영상 말미에 피해구제보도문을 자막 형태로 삽입하도록 합의가 이루어졌다.

앞서 인터넷 신문에 대한 피해구제가 소셜미디어로 확산된 사례를 함께 고려한다면, 뉴스 유통과 소비의 경로가 다양해지고 있는 시대에 피해구제의 적용 범위가 확장되고 있는 현상이 발견된다. 동일한 보도라도 OTT 플랫폼에서의 소비가 활발할 경우, 방송사의 인터넷 홈페이지에서만 정정·반론·추후보도가 이루어진다면 이용자의 상당수가 피해구제 정보를 접하지 못할 수 있다. 따라서 향후 피해구제 방식 역시 특정 플랫폼에 한정되지 않고 콘텐츠의 실제 유통 경로 전반을 포괄하는 방향으로 발전될 필요가 있다.

Ⅴ. 결론 및 논의

본 연구는 미디어 환경의 변화를 반영한 언론피해구제 형식의 발전 양상을 살펴보기 위해, 시기별 피해구제 형식을 내용분석하고 매체별 피해구제 사례를 분석했다. 이를 통해 디지털 미디어 환경에서 실효성 있는 언론피해구제가 나아가야 할 방향을 모색하고자 했다. 이 장에서는 연구 결과를 간략히 요약하고, 결과에 대한 시사점과 후속 논의의 필요성을 짚고자 한다.

1. 연구의 요약

가. 시기별 피해구제 형식의 정량적 내용분석 결과

본 연구는 언론중재법의 적용 대상이 단계적으로 확대된 2006년, 2010년, 2024년의 언론중재위원회 조정조서를 분석하였다. 총 495건의 조정성립 사건에서 피해구제보도문이 게재된 매체를 기준으로 573건의 피해구제보도 형식을 정량적으로 내용분석한 결과, 다음과 같은 흐름을 확인할 수 있었다. 첫째, 전반적으로 언론피해구제는 반론보도의 형식으로 이루어지는 경우가 많았고, 정정보도가 그 뒤를 이었다. 2024년에는 정정 및 반론보도가 결합된 형식 역시 증가하는 추세다.

둘째, 피해구제보도문의 길이는 시간이 지날수록 증가하는 경향이 나타났다. 2006년에는 200자 이하의 짧은 보도문 비중이 컸으나, 2024년에는 300자 초과 400자 이하와 400자 초과 600자 이하 구간의 비중이 크게 늘어났다. 이는 지면 제약이 큰 신문 중심 환경에서 공간적 제약이 없는 인터넷 매체 중심 환경으로 이동하면서, 피해구제보도에 보다 많은 설명과 맥락을 담으려는 구조적 적응이 이루어지고 있음을 시사한다.

셋째, 보도 방식의 가시성 역시 시기별로 차이를 보였다. 활자 매체의 경우 2006년과 2010년에는 주로 활자 양식을 지정하거나 박스 처리만으로 가시성을 확보했으나, 2024년에는 박스·음영·볼드 등 복수의 시각 효과를 병합하여 피해구제보도문을 원 보도와 명확히 구분하고 시각적 주목도를 높이도록 하는 비율이 크게 증가하였다. 또한, 활자 양식의 세부 지정 방식도 변화했다. 제목·본문의 활자체·크기뿐 아니라 줄간격과 자간까지 원 보도와 동일하게 맞추도록 지정하는 등, 디지털 화면에서의 가독성을 고려한 세밀한 타이포그래피 설계가 도입된 점도 특징적이다. 영상 매체의 경우, 2006년에는 낭독속도와 자막표기를 함께 지정한 사례의 비중이 컸으나, 2024년에는 별도로 명시하지 않는 경우가 대다수를 차지했다. 이는 온라인 동영상 플랫폼의 등장으로 기존 방송 매체와는 다른 새로운 형식의 피해구제 방법이 요구되기 시작한 현

상이 반영된 결과로 해석할 수 있다.

한편, 인터넷 매체에서는 피해구제보도문의 게재 방식과 위치, 고정 게재 시간에 대한 실무 표준이 형성되는 과정을 확인할 수 있었다. 2006년에는 홈페이지 첫 화면 상단에 장기간 고정하는 방식이 주로 활용되었다. 그러나 2024년에는 기사 유형별 섹션 상단에 24~48시간 고정하는 방식이 일반적으로 활용되고 있으며, '상단 5번재 이내'와 같이 세밀한 위치 지정이 이루어지고 있다. 마지막으로, 온라인 동영상 플랫폼은 플랫폼 고유의 구조적 특성을 반영한 새로운 피해구제 형식을 보여주었다. 가장 일반적인 방법은 텍스트 게시 방식으로, 유튜브의 영상 설명란이나 댓글란 최상단 고정을 활용했다. 이는 영상 콘텐츠의 수정이 어려운 유튜브의 기술적 특성을 고려한 현실적 대안이라 할 수 있다.

넷째, 조정의 실효성을 담보하기 위한 부제소 및 이행강제금 조항 역시 시기별로 뚜렷한 변화가 나타났다. 2006년에는 부제소 조항을 두는 경우가 거의 없었다. 2010년에는 부제소 조항을 두는 비율이 증가하였고, 2024년에는 일반부제소 조항이 거의 모든 조정 사건에 포함되는 수준으로 정착하였다. 이행강제금은 2006년과 2010년에 없는 경우가 대다수를 차지한 반면, 2024년에는 1일 50만 원 이상 100만 원 미만의 이행강제금을 부과하는 사례가 대다수를 차지해, 일정 수준의 표준 금액이 실무 관행으로 자리 잡은 것으로 보인다. 더욱이, 2024년부터는 조정 과정의 비공개 조항, 매개기사 처리 방법의 다양화, 소셜미디어 계정으로의 피해구제보도문 전송 등 피해구제의 실효성을 높이기 위한 새로운 합의 조항들이 등장했다. 이는 뉴스 유통·소비 구조가 복잡해짐에 따라, 신청인과 피신청인 간 합의되는 피해구제의 범위와 방법도 이에 맞춰 확장되고 있음을 보여준다.

나. 매체별 피해구제 형식의 정성적 사례분석 결과

다음으로, 전통적인 신문·방송 매체, 인터넷 매체, 그리고 온라인 동영상 플랫폼에서 피해구제보도가 이루어지는 사례들을 살펴본 결과, 매체별로 피해구제 형식이 어떻게 구체화되고 세분화되어 왔는지를 보다 입체적으로 확인할 수 있었다.

첫째, 전통적인 언론 매체로서 신문과 방송의 사례를 보면, 무기대등의 원칙을 지면·편성 구조 안에서 구현하려는 노력이 두드러진다. 신문은 원 보도가 실린 면과 지면 내 위치를 기준으로 피해구제보도문의 게재 위치를 정하고, 제목과 본문의 활자체와 크기 등을 구체적으로 합의하는 방식이 나타났다. 원 보도와 동일 지면에 게재하지 않고, '2면'의 '정정·반론 코너' 등 고침기사 고정란에 피해구제보도문을 게재하도록 하는 경우도 확인된다. 방송의 경우에는 피해구제보도문을 원 보도가 방송된 동일 프로그램 내에서 진행자의 낭독과 자막, 배경화면을 결합해 방송하도록 하고 프로그램의 어느 지점에 방영할 것인지를 구체적으로 정하는 사례가 주를 이룬다. 특히 일부 사건에서는 프로그램의 상당 부분을 신청인 입장 보도에 배정하거나 별도의 후속 프로그램을 편성하도록 한 합의도 나타나, 단순한 정정 고지 수준을 넘어 내용·분량 측면에서 대등한 발언 기회를 보장하려는 시도가 관찰된다.

둘째, 인터넷 신문 사례에서는 무한한 정보가 제공되는 인터넷 환경에서 피해구제보도문의 가시성과 연결성을 높이기 위한 구조적 설계가 특징적으로 드러난다. 피해구제보도문을 언론사 홈페이지 초기화면

이나 관련 기사 섹션의 상단에 고정하여 별도 게재하도록 하고, 원 보도 하단에도 동일한 보도문을 게재하도록 하고 있다. 더 나아가 언론사의 소셜미디어, 블로그, 메신저 채널 등에도 피해구제보도문을 게재하도록 하거나, 댓글란을 비공개하고 해시태그를 수정하는 등 2·3차적 피해 확산 경로를 고려한 조정 합의 사례들이 나타나고 있다. 이는 실제 신청인과 피신청인 간의 조정 과정에서 인터넷 환경을 고려한 피해구제가 이루어질 필요가 있다는 합의가 이루어지고 있음을 의미한다.

셋째, 온라인 동영상 플랫폼 관련 사례에서는 특히 유튜브 플랫폼 자체의 기능과 디자인을 적극적으로 활용하는 구제 방식이 시도되고 있다. 정정·반론 등의 피해구제보도문을 영상 설명란 최상단과 댓글란 최상단 고정 댓글로 게시하고, 필요한 경우 영상 제목과 썸네일 등을 수정해 영상 자체 안에 정보를 삽입하는 방식이 대표적이다. 더욱이, 댓글란을 닫도록 하거나 영상 자체의 검색·열람을 차단하는 등 인터넷 매체 고유의 피해구제 형식도 드러난다. 피해구제보도문을 텍스트 혹은 영상으로 게재하고, 상호작용 기능을 통제하며 열람차단에 이르는 복합적 조치들이 조정 합의 과정에서 도출되고 있다. 또한, 동일한 보도가 TV 방송, 유튜브, 유튜브 쇼츠, OTT 등 여러 버전으로 유통되는 구조를 반영하여, 조정 과정에서 이들 모든 버전에 피해구제보도문을 게재하도록 하거나 일부 열람 차단하는 방식으로 합의가 이루어진 사례도 확인된다. 이는 동일한 보도가 여러 플랫폼과 형식으로 파생·유통되는 전체 경로를 대상으로 피해구제의 범위를 설정하려는 시도로, 정량 분석에서 나타난 디지털 매체 중심 피해구제 확대가 구체적으로 어떠한 실무 형식으로 구현되고 있는지를 보여준다.

2. 시사점 및 제언

본 연구 결과에 대하여 다음과 같은 시사점을 정리할 수 있다. 첫째, 본 연구는 언론중재법 제15조 제6항의 그 사실공표 또는 보도가 이루어진 같은 채널, 지면, 장소에서 '같은 효과'를 발생시킬 수 있는 방법이라는 무기대등의 원칙이 매체 환경 변화에 따라 동적으로 해석되고 적용되어왔음을 보여준다. 지면신문에서의 '같은 효과'는 동일한 지면, 크기, 박스 처리 등 물리적 가시성을 의미했다. 그러나 인터넷 환경에서 '같은 효과'는 물리적 동일성을 넘어, 이용자의 접근 가능성, 노출 가능성, 시각적 구분성 등 다층적 요소를 포괄하는 개념으로 확장되었다.

특히, 온라인 동영상 플랫폼은 알고리즘 기반 추천 시스템 등 본질적으로 인터넷 신문과도 다른 고유한 온라인 공간 구조를 가지고 있어, 이러한 특성을 반영한 새로운 형태의 원상회복이 요구된다. 썸네일 수정, 댓글란 폐쇄, 설명란과 댓글란의 활용, 쇼츠 영상 수정 등의 사례는 모두 플랫폼에서의 콘텐츠 생산·유통·소비 방식을 반영하여 '같은 효과'를 확보하려는 시도다. 이는 무기대등의 원칙이 고정된 형식적 기준이 아니라, 각 시대 주요 매체가 가진 영향력의 본질과 작동 방식을 이해하고 이에 상응하는 피해구제 수단을 모색해야 하는 동적 원칙임을 보여준다. 따라서 향후 새로운 매체가 등장할 때마다 그 매체가 정보를 전달하고 영향력을 행사하는 고유한 방식을 분석하여, 이에 상응하는 피해구제 형식을 개발하는 것이 무기대등의 원칙을 본질적으로 실현하는 방법이 될 것이다.

둘째, 피해구제 형식의 복잡화 경향을 확인할 수 있다. 분석 결과는 피해구제 형식이 단일 방법에서 복

합적 방법으로 진화해왔음을 보여준다. 활자 매체에서는 활자 양식만을 지정하던 방식에서 박스·음영·볼드·활자를 모두 활용하는 방식으로, 인터넷 매체에서는 별도 기사 게재에서 별도 기사와 원 보도 하단의 병행 방식으로 합의되는 경향이 나타난다. 온라인 동영상 플랫폼에서는 다양한 포맷으로 여러 플랫폼에서 제공되는 보도 영상들을 피해구제 대상으로 하고, 설명란과 댓글란을 활용한 피해구제보도문 게재와 영상 수정 및 차단 등을 활용하는 방식으로 피해구제가 이루어지고 있다. 이러한 복합화 경향은 이용자의 정보 접근 경로와 뉴스 소비 패턴이 다변화된 미디어 환경을 반영하여, 피해구제보도의 '같은 효과'를 강화하려는 시도이다. 특히, 2024년에는 인터넷 신문, 인터넷뉴스서비스, 온라인 동영상 플랫폼, 소셜미디어 등 하나의 보도가 여러 플랫폼에 동시 유통되는 현실을 반영하여, 모든 유통 경로에서 피해구제가 이루어지도록 하는 확장된 복합화가 나타나고 있다. 이는 피해구제의 실효성이 더 이상 단일 매체 차원이 아니라 미디어 생태계 전반의 차원에서 확보되어야 함을 의미한다.

셋째, 매체 특성에 대한 이해의 중요성이 강조된다. 본 연구 결과는 효과적인 피해구제를 위해서 각 매체의 기술적 구조와 작동 원리에 대한 이해가 필수적임을 보여준다. 예를 들어, 유튜브에서는 수정된 영상 파일의 교체가 어렵기 때문에 텍스트 기반 공간(설명란, 댓글란)을 주로 활용하고 있고, 상당한 수정이 필요한 경우 영상을 재업로드해야 한다. 또한 알고리즘 기반 추천 시스템, 해시태그를 통한 검색 및 노출, 썸네일의 클릭 유도 기능, 쇼츠와 같은 숏폼 콘텐츠의 빠른 확산성 등 각 플랫폼이 가진 고유한 정보 유통 메커니즘은 피해 발생 양상과 피해구제 방법에 직접적인 영향을 미친다. 따라서 향후 피해구제 제도를 논의하고 실무를 개선하는 과정에서는 법률적 논의뿐만 아니라 플랫폼의 구조와 이용자의 뉴스 소비 행태 등 다학제적 논의가 필요하다. 특히 생성형 AI와 같은 새로운 기술이 자리잡고 있는 과도기의 시점에서, 이러한 기술적 변화가 언론보도로 인한 피해 발생 구조에 미치는 영향을 선제적으로 연구하고 이에 대응하는 피해구제 형식을 개발하는 것이 중요하다.

넷째, 언론 분쟁해결기구로서 언론중재위원회의 중요성을 확인할 수 있다. 본 연구의 분석 결과는 언론중재위원회가 입법 변화와 미디어 환경 변화를 비교적 신속하게 반영하면서 피해구제 형식을 점진적으로 확장·정교화해 왔음을 보여준다. 새로운 매체가 조정 대상에 포함될 때마다, 해당 매체의 화면 구조와 이용 행태를 고려한 새로운 사례들이 축적되었다. 이는 디지털 환경에서 언론보도의 영향력이 시공간의 제약 없이 확산되고 콘텐츠가 분절되어 재생산되는 복잡한 상황 속에서, 원 보도와 대등한 수준의 피해 회복을 실현하려는 실무적 노력이라 볼 수 있다. 법적 논의가 개별 사안의 다양성과 매체 환경의 변화 속도를 따라잡지 못하고 있는 가운데, 당사자 간 합의의 방법으로 피해구제의 실효성을 높이는 다양한 방법들이 구현되고 있음을 보여주고 있는 것이다. 특히, 2020년대 들어 소셜미디어와 온라인 동영상 플랫폼 등 새로운 미디어 서비스에서 발생하는 언론피해에 대해, 플랫폼 고유 기능을 활용한 구제 수단이 적극적으로 실험되고 있다는 점은 주목할 만하다. 이러한 점에서, 새로운 매체와 콘텐츠 형식이 등장하더라도 적절한 제도적 뒷받침과 연구 지원이 이루어진다면 향후에도 변화하는 미디어 환경을 반영하여 언론피해구제 및 분쟁해결의 실질적 효과를 높여갈 수 있을 것으로 기대된다.

그렇다면 향후 피해구제 형식은 어떻게 발전해 나아가야 할까. 가장 중요한 것은 뉴스 매체의 특성을 고려하여 가시성과 접근성을 강화하는 방안을 계속해서 실험하고 탐구해 나가는 것이다. 인터넷 신문과 포털을 거쳐, 지금은 유튜브 시대라고 한다. 그러나 미디어 시장 내 서비스의 흥망성쇠와 미디어 이용자의 동

태는 언제나 예측하기 어렵다. 어느 순간 뉴스 소비의 중심은 유튜브에서 틱톡으로, AI 서비스로, 혹은 알 수 없는 미래의 그 어떤 미디어로 이동할지 예측할 수 없는 것이다. 결국, 디지털 미디어 환경에서 언론피해구제를 위해서는 한 시대의 미디어 하나 혹은 기술의 변화에 일희일비하기보다, 기술 중립성 원칙을 준수하면서도 매체 특성을 반영한 피해구제 형식을 발전시켜 나가는 것이 중요하다.

예컨대, 현재 유튜브에 대한 피해구제는 주로 설명란과 댓글란을 활용한 보도문 게재가 주로 이루어지고 있지만, 이 플랫폼은 재생목록, 카드, 최종화면 등 다양한 기능들을 보유하고 있다. 이러한 기능을 활용해 피해구제보도의 가시성과 연결성을 강화하는 장치로 활용할 수 있다. 원 보도 영상의 최종 화면에 피해구제보도 영상으로 연결되는 링크를 추가하거나, 두 영상을 하나의 재생목록으로 묶어 순차적으로 시청하도록 유도하는 방식, 채널 내 정정·반론·추후보도 전용 재생목록을 상단에 고정하는 방식 등을 생각해볼 수 있다. 이는 이용자가 원 보도만 시청하고 이탈하는 것을 방지하고, 균형 잡힌 정보 접근을 유도하는 효과를 기대할 수 있다.

유튜브의 커뮤니티 기능과 알림 시스템을 활용하면 기존 시청자들에게 피해구제 사실을 적극적으로 알릴 수 있다. 채널 운영자가 커뮤니티 게시물을 통해 "○○ 보도에 대한 반론보도가 게재되었습니다"와 같은 공지를 하거나, 구독자들에게 새로 업로드된 피해구제보도 영상에 대한 알림을 발송하는 방식이다. 이는 최소한 해당 채널의 구독자 가운데 이미 원 보도를 시청한 이용자들에게 정정·반론·추후보도가 이루어졌다는 정보를 전할 수 있는 직접적 경로를 제공한다는 점에서 무기대등의 원칙을 구현하는 데 효과적일 수 있겠다. 이처럼 유튜브 플랫폼의 콘텐츠 연결 기능, 커뮤니티 소통 채널 등은 유튜브라는 플랫폼이 가진 다양한 속성 가운데 소셜미디어로서의 특성이다. 그 본질은 이용자를 자사 서비스에 묶어두기 위한 플랫폼 사업자의 상업적 장치에 해당한다. 오히려 사람들의 시선과 관심을 잡아두기 위한 플랫폼의 상업적 장치를 활용해, 피해구제보도의 가시성을 높일 수 있으리라 생각된다. 이러한 실험과 시도를 거듭하며, 앞으로도 무한히 변화할 디지털 환경에 최적화된 유연하고 실효적인 피해구제 모델을 구축할 수 있을 것으로 기대된다. 또 유튜브 플랫폼 소비가 모바일에서 소비되고 있다는 점을 감안해 모바일 시스템에 맞는 피해구제보도 방안도 고려되어야 할 것이다.

더 나아가, 현재 미디어 환경은 생성형 AI의 도입으로 또 다시 급격한 변화를 겪고 있다. 생성형 AI가 뉴스를 요약·재구성하여 제공하는 제로클릭 시대가 도래하면서, 이용자가 원본 기사를 클릭하지 않고도 AI가 생성한 요약 정보만으로 뉴스를 소비하는 패턴이 확산되고 있다. 이러한 환경에서는 기존의 피해구제 방식, 즉 언론사 홈페이지나 특정 플랫폼에 피해구제보도문을 게재하는 방식만으로는 충분하지 않을 수 있다. AI가 뉴스를 요약할 때 피해구제보도를 함께 반영하도록 하는 기술적·제도적 장치가 필요하거나, AI 요약 결과에 "이 보도에 대한 정정보도가 존재합니다"와 같은 메타정보를 표시하도록 하는 방안 등에 대해서도 고민해봐야할 시점이다.

3. 연구의 의의와 한계

본 연구는 디지털 미디어 환경에서 언론피해구제 제도가 어떻게 변화해 왔는지 종단적으로 분석했다

는 점에서 중요한 의의를 지닌다. 기존 연구들이 특정 시점의 정정·반론보도 형식이나 내용 등 일부 요소만을 제한적으로 다루었던 것과 달리, 본 연구는 피해구제 형식의 변화 과정을 시기별로 추적하며 전체적인 흐름을 조망하였다. 피해구제보도문의 길이, 가시성, 배치 방식뿐 아니라 부제소 조항, 이행강제금 조항 등 실제 제도 운용과 관련된 요소까지 포함해 정량적으로 분석한 첫 시도라는 점에서도 의의가 있다. 또한, 매체 유형별 정성적 사례분석을 병행함으로써, 형식과 제도 운용의 실제가 어떻게 맞물려 작동해 왔는지를 동시에 보여주었다는 점에 의의를 두고자 한다. 아울러, 최근 디지털 환경의 언론피해구제를 둘러싼 두 가지 방향, 즉 기사삭제청구권으로의 확대 논리와 정정·반론·추후보도의 가시성과 형식 개선 논리 사이에서, 실제 조정 실무가 후자의 방향을 중심으로 어떤 구체적 시도를 축적해 왔는지 제시했다는 점에 의의가 있다.

한편, 이같은 의의에도 불구하고 본 연구는 몇 가지 한계를 지닌다. 첫째, 언론중재법 제·개정 직후 하반기라는 세 시점에 한정하여 분석을 수행하였기 때문에, 그 사이 기간에 나타난 세부적인 변화 양상을 모두 포착하지는 못했다. 시기별 차이는 확인할 수 있으나, 이 기간동안 발생한 특정 쟁점이나 플랫폼 도입 전후의 미세한 변동까지 추적하는 데에는 한계가 있다. 둘째, 조정성립 사건 중에서도 피해구제보도문 게재가 이루어진 사례만을 분석 대상으로 삼았기 때문에, 손해배상, 자체 후속보도, 단순 사과 등 무궁무진하고 다양한 방식의 피해구제까지 포함한 전체 언론피해구제 시스템의 작동 양상을 온전히 설명하기 어렵다. 셋째, 분석 단위가 조정조서에 명시된 피해구제보도의 형식과 조항에 한정되어 있어, 실제 지면 및 화면에서 구현된 피해구제보도문의 내용, 표현 방식, 이미지 사용 등의 질적 요소를 직접 평가하지 못했다. 피해구제보도문의 길이가 증가하고 시각적 가시성이 강화되었다는 사실만으로는 그 내용이 얼마나 책임 있는 설명을 담고 있는지 등 질적 판단을 할 수는 없다.

이러한 한계를 보완하기 위해 향후 연구에서는, 첫째, 분석 시기와 매체 범위를 확대하여 보다 촘촘한 시계열 분석과 매체 간 비교가 이루어질 필요가 있겠다. 둘째, 플랫폼 알고리즘과 인터페이스 구조, 이용자의 이용 행태에 대한 미디어 연구를 결합하여, 최근 뉴스 콘텐츠가 소비되는 플랫폼별 맞춤형 피해구제 설계의 근거를 마련하는 작업이 요구된다. 새로운 미디어 기술이 빠르게 도입되는 상황에서, 각 매체와 미디어 서비스가 지니는 속성에 대한 체계적인 이론적, 실증적 연구가 충분히 축적될 필요가 있다. 이러한 매체 속성 연구가 뒷받침될 때, 언론중재위원회를 비롯해 법원 등 언론피해구제제도를 운용하는 기관에서 각 매체의 특성에 부합하는 구체적인 피해구제 가이드라인과 사례 유형을 설계할 수 있을 것이다. 다시 말해, 향후 후속 연구는 언론피해구제 형식 자체의 분석을 넘어 매체와 개별 서비스의 속성에 관한 축적된 연구 성과를 함께 축조하는 방향으로 진행될 필요가 있다. 이는 디지털 환경에서의 실질적인 언론피해구제 실현을 위한 학문적·정책적 인프라가 될 것으로 사료된다.

궁극적으로 언론피해구제의 목적은 단순히 무기대등의 원칙의 형식을 갖추려는 것이 아니라, 피해자의 인격권을 실질적으로 회복하고 언론의 책임성을 높이며 건강한 여론 형성에 기여하고자 하는 데 있다. 이를 위해서는 형식의 발전뿐만 아니라 피해구제보도 내용의 충실성 제고, 언론사의 자율적 노력 강화 등 다각적인 접근이 필요하다. 이러한 노력의 일환으로, 본 연구가 디지털 환경에서 바람직한 언론피해구제 방향을 모색하는 데 작은 기여가 되기를 기대한다.

참고문헌

권영성 (2000). <헌법학원론>. 법문사.

권형둔 (2025). 소셜미디어와 1인 미디어의 부상으로 인한 언론중재법 적용 대상의 확대 가능성-유튜브 저널리즘을 중심으로. <미디어와 인격권>, 제11권 제2호, 1-39.

권형준 (2000). 반론보도의 범위와 한계-대법원 99다63138 판결 및 서울고법 99나61271 등 판결. <언론중재>, 제77호, 83-94.

김영주·박창문 (2015). 미디어 액세스권 확보방안으로서 언론중재제도의 활용실태와 개선방안 경남중재부의 조정처리 현황분석을 중심으로. <미디어와 인격권>, 제1권, 63-104.

김재협 (2004). 바람직한 반론보도의 내용과 방법에 관한 실증적 고찰. <언론과 법>, 제3권 제1호, 283-332.

김종호·김기한 (2021). 유튜브 스포츠 영상 콘텐츠의 소비 결정 요인: 다층회귀모형을 통한 빅데이터 분석. <한국스포츠산업경영학회지>, 제26권 제3호, 28-51.

김주연 (2022). 정정·반론보도청구권에 대한 알 권리적 접근과 개선방안. <언론중재>, 제165호, 18-31.

김주용 (2025). 유튜브 뉴스 콘텐츠에 대한 언론중재법 적용 방안 연구—적용의 저널리즘적 근거와 법적 정당성을 중심으로—. <언론과 법>, 제24권 제1호, 43-93.

김현귀 (2013). 액세스권의 기본권적 의의. <언론과 법>, 제12권 제1호, 217-259.

문소영·김민정 (2016). 기사 삭제 청구권 신설의 타당성 검토: 잊힐 권리를 중심으로. <한국언론정보학보>, 제76호, 151-182.

박경래 (2008). 언론에 의해 침해당한 인격권의 구제 수단에 관한 연구: 반론권을 중심으로. <동서언론>, 제11집, 87-130.

박아란 (2025). 디지털 시대 정정보도청구제도의 반론권적 기원과 허위성 판단에 대한 고찰. <언론과 법>, 제24권 제1호, 341-377.

박아란·김현석 (2021). 디지털 시대 피해구제 수단으로서 기사삭제 및 열람차단에 관한 연구. <미디어와 인격권>, 제7권 제1호, 105-151.

박형상 (2001). 반론보도청구 주요 판결. <언론중재>, 제78호, 54-64.

성낙인 (2002). 반론보도 청구권에 관한 비교연구. <언론중재>, 제83호, 4-21.

_____ (2021). <헌법개론>. 법문사.

신용우 (2020). 미디어 환경 변화에 따른 정정보도·반론보도 개선 방안. 국회입법조사처 이슈와논점, 제1734호. https://www.nars.go.kr/report/view.do?cmsCode=CM0043&brdSeq=30301

양철한 (2014). 인격권에 기한 기사삭제청구권에 대하여. <언론중재>, 제132호, 40-51.

언론중재위원회 (2024). <2024년도 언론중재위원회 이용만족도 조사 결과보고서>.

_____ (2025a). <2024년도 언론관련판결분석보고서>.

_____ (2025b). <2024년도 언론조정중재 사례집>.

유수윤·정재황 (2010). 인터넷뉴스서비스사업자의 법적 책임에 관한 연구-언론중재법상 피해자 구제방안을 중심으로. <세계헌법연구>, 제16권 제2호, 237-268.

육은희 (2020). 오보 속 사건의 윤리성과 정정보도의 책임 귀인이 인물과 매체에 대한 평가 변화에 미치는 영향. <방송통신연구>, 제112호, 32-64.

윤지희·이건호 (2011). 한국 5개 종합일간지 오보 정정의 특성에 대한 고찰: 2000~2009년 정정보도 유형에 따른 빈도, 형식, 내용을 중심으로. <한국언론학보>, 제55권 제4호, 27-53.

윤진희 (2019). 언론중재법상 추후보도 제도 개선방안에 관한 연구. <언론과 법>, 제18권 제3호, 109-138.

이동근 (2010). 개정 언론중재법과 인터넷 기반 매체. 언론중재위원회 광주지방토론회 주제논문집.

이수종 (2016). 기사삭제권의 법제화 필요성에 관한 고찰. <저스티스>, 제157호, 39-74.

_____ (2024). 독일 미디어국가협약 (MStV) 상 반론보도 청구제도에 관한 연구. <미디어와 인격권>, 제10권 제2호, 81-136.

이승선 (2001). 반론권 행사에 있어서 전략적 회피와 역이용의 문제점: 방송사에 대한 반론보도청구소송을 중심으로. <한국방송학보>, 제15권 제3호, 221-259.

_____ (2023). [언론기본법] 의 새로운 권리에 대한 평가—정보청구권·취재원보호권·반론권을 중심으로- <언론과 법>, 제22권 제3호, 1-39.

이재신 (2018). 오보와 정정보도가 기사 속 인물에 대한 인상 형성과 변화에 미치는 영향: 사진과 사진 속 감정의 역할을 중심으로. <한국언론학보>, 제62권 제6호, 219-246.

이재진·김상우·상윤모 (2008). 인터넷상의 반론권 적용에 대한 비판적 이해. <언론과 법>, 제7권 제2호, 295-327.

이지형·김민정 (2025). 유튜브 '사이버 렉카' 채널의 여성혐오 담론 구성 전략: 비판적 담론분석에 기반한 고찰. <미디어, 젠더 & 문화>, 제40권 제2호, 47-80.

이한영 (2016). <너 이런 경제법칙 알아?>. 21세기북스.

임양준 (2007). 한국과 미국 일간신문의 정정보도 기사 비교연구: 조선일보, 한겨레신문, 뉴욕타임스, 샌프란시스코 크로니컬을 중심으로. <한국언론정보학보>, 제37호, 204-236.

임종섭 (2022). 네이버 뉴스 판 기사에 나타난 투명성 장치의 단면 분석. <언론과학연구>, 제22권 제3호, 279-323.

정애령 (2019). 잊힐 권리 실현방안의 모색-언론피해구제방안으로 기사삭제청구권에 대한 고찰. <미디어와 인격권>, 제5권 제2호, 143-177.

장영민·정진수 (1995). <언론보도에 의한 인권침해와 그 규제에 관한 연구>. 한국형사법무정책연구원.

조준원 (2024). <가짜뉴스를 다루는 법: 언론중재의 새로운 시선>. 지금.

주정민 (2015). 온라인 언론보도 내용의 기사삭제청구권과 잊혀질 권리. <언론과 법>, 제14권 제2호, 39-62.

최진호·이정기·김익현 (2023). <언론사의 숏폼 콘텐츠 전략 사례와 이용 연구>. 한국언론진흥재단 연구보고서.

한국언론진흥재단 (2009). <한국의 언론인 2009: 제11회 기자 의식조사>.

_____ (2025). <2024 언론수용자 조사>.

함성원·서상호 (2014). 국내 일간지 정정보도와 사과문의 특성에 관한 연구: 보수언론과 진보언론을 중심으로. <미디어와 공연예술 연구>, 제9권 제3호, 313-354.

Judge, E. F., & Korhani, A. M. (2022). A moderate proposal for a digital rights of reply for Election-related digital replicas. In H. A. Garnett & M. Pal (Eds.), *Cyber-Threats to Canadian Democracy* (pp. 270-311). McGill-Queen's University Press.

Milli, S., Carroll, M., Wang, Y., Pandey, S., Zhao, S., & Dragan, A. D. (2025). Engagement, user satisfaction, and the amplification of divisive content on social media. *PNAS nexus*, *4*(3), 1-10.

Mitchell, A., Stocking, G., & Eva Matsa, K. (2016). Most interactions begin within one week of publication. *Pew Research Center,* https://www.pewresearch.org/journalism/2016/05/05/6-most-interactions-begin-within-one-week-of-publication/

Reuters Institute (2025). *Digital News Report 2024.* https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-10/Newman%20et%20al%20Mapping%20News%20Creators%20and%20Influencers%20FINAL.pdf

Schrock, A. R. (2015). Communicative affordances of mobile media: Portability, availability, locatability, and multimediality. *International journal of communication, 9*, 1229-1246.

Stove, K. (2016). *Defining a Right of Reply: An Examination of the Law Commission's Proposals to Use a Right of Reply to Regulate Online Conduct.* Victoria University of Wellington.

Treem, J. W., & Leonardi, P. M. (2013). Social media use in organizations: Exploring the affordances of visibility, editability, persistence, and association. *Annals of the International Communication Association, 36*(1), 143-189.

PART
02

유튜브 관련 인격권 침해 판결분석과 법제 개선 방안

- 2022~2024년 국내 민·형사 판결을 중심으로 -

최인화, 언론중재위원회 연구센터 연구원, 법학 박사

Ⅰ. 서론 91
Ⅱ. 유튜브 관련 판결의 통계적 분석 95
Ⅲ. 유튜브 관련 민사판결의 쟁점별 분석 103
Ⅳ. 유튜브 관련 형사판결의 쟁점별 분석 140
Ⅴ. 유튜브 판결분석을 통한 시사점과 법제 개선 방안 154

표 목차

표 1 민사판결 심급별 건수 ····· 96
표 2 청구유형별 현황 ····· 97
표 3 침해유형별 현황 ····· 97
표 4 원고 유형별 현황 ····· 98
표 5 소송 결과 ····· 98
표 6 상소심의 원심 판결 유지 여부 ····· 99
표 7 심급별 손해배상 청구액과 인용액 ····· 99
표 8 손해배상 인용액 분포 ····· 100
표 9 형사판결의 심급별 현황 ····· 101
표 10 형사판결의 형량 분포 ····· 102

그림 목차

그림 1 손해배상 인용액 분포도 ····· 100

Ⅰ. 서론

1. 연구의 목적과 필요성

이 연구의 목적은 2022년부터 2024년까지 선고된 유튜브 관련 민사·형사 판결을 대상으로 유튜브 채널을 통해 이루어진 명예훼손, 사생활 및 초상권 침해 등 인격권 침해 사건에서 법원이 어떠한 기준에 따라 책임 성립 여부와 그 범위를 판단하고 있는지 구체적으로 분석하는 데 있다. 이를 위해 각 판결에서 문제 된 발언의 형식(실시간 방송, 편집 영상, 썸네일·제목, 채팅·댓글 등), 표현의 유형(단정적 사실 적시, 의혹 제기, 평가·논평, 풍자·조롱)과 침해 유형(허위 사실 적시 명예훼손, 진실 적시 명예훼손, 모욕, 사생활·초상권 침해 등)을 구분하고, 법원이 사실 적시성, 사회적 평가 저하, 위법성 조각사유, 손해 및 인과관계를 어떻게 인정 또는 부정하는지 그 논증 구조를 사건별로 살펴본다.

나아가 이른바 '유튜브 저널리즘'으로 명명되는 정치·시사·공익 이슈 채널을 중심으로 전통 언론 판례에서 정립된 사실 적시, 공익성, 진실성, 상당성 판단기준이 유튜브 사건에서 어떠한 방식으로 원용 또는 변형되고 있는지를 비교 분석한다. 구체적으로는 첫째, 공직자·정치인·고위 공무원, 공적 의미를 지닌 언론인·공적 인물의 배우자 등 공적 인물에 대한 비판적 콘텐츠에서 공익성과 진실성 심사가 어느 수준에서 이루어지는지 살펴본다. 둘째, 유튜브 채널이 전통 언론과 기능적으로 유사한 감시·비판 주체로 간주되는 경우와 단순 오락·상업적 채널로 취급되는 경우를 판별하는 기준이 무엇인지 검토한다. 셋째, 법원이 유튜브에 부과하는 사실확인 의무와 책임의 강도가 전통 언론과 비교할 때, 완화·동일·강화되었는지 살펴본다. 이를 통해 유튜브 채널이 언제, 어떤 요건 아래에서 '언론과 유사한 공론장'으로 인정될 수 있는지, 그리고 그러한 평가가 부정되거나 제한되는 구체적 조건과 한계를 도출하는 데 연구의 초점을 맞춘다.

이러한 연구 방향은 유튜브가 정보통신망 기반의 대표적 영상 플랫폼으로서 허위 사실 유포, 신상 공개, 성적 비방, 공격적 폭로 등으로 인한 인격권 침해를 기성 방송이나 신문보다 더 빠르고 넓게 확산시키는 반면, 피해자가 활용할 수 있는 제도적 구제 수단은 여전히 민법상 손해배상과 정보통신망법·형법상 명예훼손, 모욕죄에 주로 의존하고 있고, 언론중재법 등 기존 매체 규율 체계와의 접합 가능성은 충분히 정리되지 않았다는 문제의식에 기초한다. 유튜브는 형식상 '플랫폼'이자 '중개자'로서 제한적 책임을 전제로 운영되고 있으며, 개별 채널과 크리에이터가 생산하는 콘텐츠에 대해서는 주로 자율적인 내부 정책과 절차에 따르고 있다. 그러나 이러한 자율규제만으로는 권리 침해 문제가 충분히 해소되지 않는 경우가 적지 않으며 피해자가 영상 삭제나 게시금지를 실효적으로 확보하기 위해 소송을 제기하여 법원의 판단에 의존하게 되는 경우가 많다. 그럼에도 불구하고 유튜브 채널이 법인인지, 1인 미디어인지, 유튜브 채널의 특성에

따라 적용 법리와 책임 범위를 달리할 수 있는지에 관한 명확한 기준은 아직 정립되어 있지 않고 각 판결은 개별 사안별로 사건별 사실관계 속에 이해하여야 하는 한계를 보인다.

이에 따라 이 연구는 유튜브 관련 판결들을 종합적으로 검토하고 개별 판결의 분석 항목을 (1) 법원이 유튜브 채널의 공익성·저널리즘성을 평가할 때 고려하는 요소(채널 주제, 운영 주체, 정기성, 구독자·조회수, 수익 구조, 과거 활동 이력), (2) 유튜브의 형식적 특성(실시간 스트리밍, 채팅 참여, 썸네일·제목, 알고리즘에 의한 전파력)이 인격권 침해 인정 여부와 위자료·간접강제 결정에 미치는 영향, (3) 공직자·정치인·공적 인물과 일반 사인에 대한 표현에서 허용되는 비판의 강도와 사실확인 의무의 차이, (4) 허위 사실 단정, 중대한 낙인 표현, 신상 공개·합성 이미지·반복 비난 등이 결합된 경우 책임 강도가 어떻게 달라지는지 검토한다. 이 분석을 바탕으로, 향후 입법·정책 논의에서 유튜브 채널을 언론중재법상 '언론 등'의 범주에 포함할 것인지, 징벌적 손해배상 및 간접강제 제도를 어떤 유형의 유튜브 인격권 침해 사건에 우선 적용할 것인지, 분쟁조정·자율규제 장치를 어떠한 범위와 기준으로 설계할 것인지에 관하여 구체적 시사점을 제공하고자 한다.

동시에, 이 연구는 표현의 자유와 인격권 보호 간의 긴장을 전제로, 공적 인물·공적 사안에 관한 유튜브 비판에서 어느 수준의 사실 오인과 과장이 허용되는지, 어떤 경우에까지는 공익적 의혹 제기로서 보호되고, 언제부터는 '악의 또는 현저히 경솔한 공격'으로 평가되어 위법한 인격권 침해로 전환되는지를 판례에 근거하여 분석하고자 한다. 반대로, 사인·사적 영역에 대한 신상 공개와 과거 전과, 사생활의 자극적 재소환, 성적 낙인, 조롱 및 희화화가 결합된 콘텐츠에 대하여, 법원이 어떠한 기준으로 공익성 주장을 배척하고, 손해배상, 동영상 삭제, 재게시 금지까지 인정하는지를 정리함으로써, 유튜브 환경에서 허용될 수 있는 비판과 금지되어야 할 인격권 침해 사이의 경계선을 규범적으로 제시하는 데 연구의 목적을 둔다.

2. 연구 범위와 방법

가. 연구 범위

최근 3년간 유튜브 관련 인격권 침해 판결을 분석하기 위해 이 연구의 분석 대상은 2022년부터 2024년 사이에 선고된 유튜브 관련 민사 및 형사 판결 중, (1) 문제 된 표현의 매체가 유튜브 채널·유튜브 동영상으로 명시된 사건, (2) 침해유형이 명예훼손, 정보통신망법상 명예훼손, 사생활·초상권 침해, 기타 인격권 침해(모욕을 포함하되 명예훼손과 결합된 경우)를 중심으로 한 사건, (3) 유튜브 채널의 전파력, 구독자 수, 실시간 방송 구조, 수익 구조 등이 법원의 판단 또는 위자료 산정 과정에서 의미 있게 언급된 사건을 포괄하였다.

이 연구는 2022년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지 국내 법원이 선고한 판결 중 유튜브를 매개로 한 명예훼손과 인격권 침해를 핵심 쟁점으로 다룬 민사·형사 사건을 분석 대상으로 삼았다. 구체적으로는 판결문에서 문제 된 표현의 주된 매체가 '유튜브', '유튜브 채널', '피고가 운영하는 유튜브' 등으로 명시되어

있고, 해당 표현이 유튜브 영상, 실시간 방송, 커뮤니티 게시글, 쇼츠 등 유튜브 플랫폼 내에서 이루어진 사건을 포함했다. 침해유형은 민사 사건에서는 민법상 불법행위를 원인으로 한 명예훼손, 일반적 인격권 침해, 사생활·초상권 침해, 정보통신망법 위반을 전제로 한 손해배상·삭제·접근차단 청구를 연구 범위로 설정하였다. 형사 사건에서는 형법상 명예훼손·모욕죄와 정보통신망법상 명예훼손죄(허위·진실 적시 모두 포함)를 대상으로 하되, 단순 욕설만 문제 된 전형적인 악플 사건이나, 저작권·상표권 등 순수 재산권 분쟁에 그치는 사건은 연구 목적상 제외하였다. 다만 모욕이 명예훼손이나 인격권 침해와 병합되어 문제 된 경우에는 그 전체 맥락에서 인격권 침해 사건으로 다루었다. 심급 측면에서는 1심·항소심·상고심을 불문하되, 2022년 이전에 선고된 1심 판결이라 하더라도 2022~2024년 사이에 항소심·상고심이 선고된 사건(1건)[1]과 2022년~2024년 사이에 1심과 항소심이 선고되었으나 상고심이 2025년 상반기에 선고된 사건이 최종 확정된 경우(1건)[2]도 연구 범위에 포함하였다. 동일 사건에 대해 복수 심급 판결이 존재하는 경우, 통계 분석 단계에서는 사건 단위로 묶어 처리하되, 쟁점별 분석 단계에서는 심급별 판단 구조의 변화와 차이를 비교 대상으로 삼았다. 또한 판결문에서 유튜브 채널의 전파력, 구독자 수, 실시간 방송 구조, 썸네일·제목, 광고·후원·굿즈 판매 등 수익 구조가 책임 인정 여부나 위자료 산정에 의미 있게 언급된 사건을 우선 분석 대상으로 삼아, 법원이 유튜브의 매체적 특성을 어떻게 인식하고 있는지 살펴보았다.

나. 연구 방법

연구 방법은 (1) 판결 수집, (2) 통계 분석, (3) 주요 판결에 대한 쟁점 분석, (4) 판결을 통한 규범적 평가의 네 단계로 구성하였다.

첫째, 판결 수집 단계에서 국내 최대 규모의 법률 데이터베이스를 구축·운영 중인 케이스노트 프로(CaseNote Pro)를 활용하여 “유튜브”, “유튜브 채널”, “피고가 운영하는 유튜브” 등을 기본 검색어로 삼아 2022~2024년 선고 판결을 검색했다. 검색 결과에서 사건번호, 법원, 선고일, 심급, 사건명을 정리한 뒤, 문제 된 표현이 실제로 유튜브를 통해 이루어졌는지, 인격권 침해가 핵심 쟁점인지 여부를 기준으로 1차 필터링을 실시했다. 이 과정을 거쳐 도출된 민사판결과 형사 판결을 1차 표본으로 확정하고, 동일 사건의 복수 심급 판결 여부를 확인하여 사건 단위 데이터베이스를 구축했다.

둘째, 통계 분석 단계에서는 각 사건에 대한 기초 통계와 유형화를 수행했다. 구체적으로, (1) 사건 기본정보(연도, 법원, 심급, 민·형사 구분), (2) 처리 결과(민사의 경우 청구 인용·일부 인용·기각 및 원고·피고 승패, 형사의 경우 유죄·무죄·약식명령 등), (3) 침해 유형(허위 사실 적시 명예훼손, 진실 적시 명예훼손, 모욕, 사생활·초상권·기타 인격권 침해), (4) 피해구제 방식(손해배상, 영상 삭제, 접근차단, 재게시 금지, 간접강제, 정정보도·반론보도 유사 조치 여부), (5) 손해배상 규모(손해배상 액수, 평균값·최고값·최저값), (6) 원

1 (1심) 서울중앙지방법원 2021. 9. 29. 선고 2019가단5257170 판결; (항소심) 서울중앙지방법원 2023. 2. 14. 선고 2021나64834 판결; (상고심) 대법원 2023. 11. 30. 선고 2023다220790 판결

2 (1심) 서울중앙지방법원 2022. 6. 10. 선고 2020가합573474 판결; (항소심) 서울고등법원 2024. 10. 10. 선고 2022나2025712 판결; (상고심) 대법원 2025. 1. 9. 선고 2024다302231 판결

고·피고의 유형(민사 사건), 피고인·피해자 유형(형사 사건), (7) 판결에서 명시한 경우에 한하여 채널 속성(주제·장르, 구독자 수, 문제 영상 조회수, 광고·후원·협찬·굿즈 판매 등 수익 구조)을 검토했다. 이를 통해 유튜브 인격권 침해 사건의 전반적 분포를 도표·그래프로 제시할 수 있는 기초 자료를 확보했다.

셋째, 쟁점 분석 단계에서는 1차 표본 중에서 (1) 대법원까지 진행되었거나 항소심에서 의미 있는 법리 전개가 이루어진 사건, (2) 판결문에서 유튜브의 전파력·구독자 수·알고리즘 구조·실시간 스트리밍·썸네일·채팅 등 플랫폼 특성이 명시적으로 언급된 사건, (3) 전통 언론 판례와 비교했을 때 유튜브 채널에 대한 평가·책임 구조에 특징적 차이가 나타나는 사건을 "주요 판결"로 재선정했다. 각 주요 민사판결은 "사건의 개요-법원의 판단-검토(평석)"의 공통 틀에 따라 서술하되, 사건 개요에서는 당사자의 공적 지위, 채널·콘텐츠 형식, 채널 규모·전파력, 수익 구조, 표현 유형, 침해 주장 내용을 표준 항목으로 검토했다. 법원의 판단 부분에서는 일반 명예훼손 법리의 틀(사실 적시 여부-위법성 조각사유-책임 범위)을 유지하면서, 사실 적시와 의견·논평의 구분 기준, 공적 인물·공적 사안 인정 범위와 이에 따른 심사 강도, 유튜브 특성의 고려 여부, 유튜버에게 요구된 사실확인 의무·증명책임의 수준, 손해배상·삭제·재게시 금지·간접강제 등 구제수단을 비교했다. 검토에서는 개별 판결이 유튜브를 전통 언론과 기능·책임 측면에서 어떻게 위치 짓는지, 공적·사적 사안과 표현 형식에 따라 표현의 자유와 인격권 보호 사이의 균형점을 어디에 두는지, 향후 입법·정책·자율규제 논의에 어떤 시사점을 제공하는지를 살펴보았다.

넷째, 종합 단계에서는 앞선 정량·정성 분석 결과를 바탕으로 어떠한 유형의 유튜브 채널·콘텐츠에 대하여 법원이 전통 언론에 준하는 엄격한 책임을 인정하고, 어떠한 유형에서는 표현의 자유 보장을 우선시하는지, 더 나아가 유튜브 저널리즘에 관한 법원의 인식 구조와 인격권 보호 기준이 어떻게 형성되고 있는지 규명하는 것을 연구 방법의 최종 목표로 삼았다.

이와 같은 연구 범위와 방법 설정을 통해, 유튜브 관련 판결을 개별 사건 단위에서 단편적으로 검토하는 데 그치지 않고, 유튜브 채널·콘텐츠의 유형, 공적 의제성·저널리즘성, 플랫폼 전파력·수익 구조, 구제수단 및 책임 강도의 연속선 위에서 법원의 판단 경향을 구조적으로 파악함으로써 유튜브 저널리즘에 대한 사법적 인식과 인격권 보호가 실제 작동 양상을 체계적으로 분석하고자 하였다.

Ⅱ. 유튜브 관련 판결의 통계적 분석

1. 분석범위 및 내용

가. 분석 대상 및 자료 수집 방법

사건 선정과 자료 범위를 명확히 하기 위해 케이스노트 프로(CaseNote Pro)에서 '유튜브', '유튜브 채널', '피고가 운영하는 유튜브' 등의 검색어를 사용하여 2022년부터 2024년까지 선고된 관련 판결을 1차적으로 수집한 뒤, 중복 사건과 절차적·형식적 판결을 제외하고 실질적인 법리 판단이 이루어진 민사 55건과 형사 30건, 총 81건을 최종 분석 대상으로 확정하였다. 단, 1심이 2022년 이전에 선고되고 항소심과 상고심이 2022년~2024년 사이에 선고된 사건과 2022년~2024년 사이에 1심과 항소심이 선고되었으나 상고심이 2025년 상반기 선고된 사건은 포함하였다.

나. 분석 항목

첫째, 각 사건의 기본 정보를 체계적으로 비교하기 위해 선고 연도, 심급, 관할 법원, 민·형사 구분, 주요 청구유형(손해배상, 정정보도, 영상 삭제 등)을 공통 항목으로 코딩하여, 연도별·법원별·심급별 분류하였다. 둘째, 유튜브 콘텐츠가 어떤 방식으로 인격권을 침해하는지 분석하기 위해 침해 유형을 허위 사실·진실적시 명예훼손, 모욕, 초상권 및 사생활 침해, 신용훼손 등으로 세분하고, 원고와 피고 유형을 검토하였다. 셋째, 위법성 판단 구조를 파악하기 위해 허위성·진실성·상당성에 대한 법원의 논리를 중심으로, 피고가 주장하는 근거자료(언론보도, 수사자료, 제보 등)의 신뢰성과 취재·검증 경위를 검토하고, 공익성·진실성·상당성 요건을 충족한 경우 위법성을 조각한 사례와 그렇지 않은 사례를 구분하여, 유튜브 사건에서 위법성 조각사유가 인정·배제되는 기준을 비교·정리하였다. 넷째, 책임 인정 여부와 판결 결과를 체계적으로 비교하기 위해 민사 사건에서는 청구 인용 및 기각 여부, 원고 승소율과 그 사유를, 형사 사건에서는 유죄·무죄·약식명령의 비율과 적용 법조, 양형 사유를 함께 분석하였다. 다섯째, 피해구제 수준과 실효성을 평가하기 위해 각 사건의 손해배상 청구액과 인용액, 평균값, 최고액과 최저액, 청구액 대비 인용액 비율을 계산하고, 손해배상 외에 영상 삭제, 게시물 삭제나 접근차단, 정정보도·사과방송, 재게시 금지, 일일 이행강제금과 같은 간접강제 등 비금전적 구제 수단의 인정 여부를 함께 검토하였다. 여섯째, 유튜브 채널의 특성이 법리 판단에 미친 영향을 파악하기 위해, 판결문에 명시된 경우에 한하여 각 사건에서 채널 유형, 구독자 수와 조회수, 수익 구조, 운영자의 직업을 검토하였다.

2. 민사판결의 통계적 분석

2022년부터 2024년까지 인격권 침해 등과 관련하여 수집한 유튜브 관련 민사 판결은 사건별로 55건, 판결 건수는 81건이다.

가. 심급별 분석

유튜브 관련 인격권 침해 민사 사건은 사건별로 55건이 수집되었고, 이를 심급별로 나누어 본 판결 건수는 민사 81건이다. 민사 81건의 판결은 1심 55건, 2심 21건, 3심 5건으로 구성되며, 비율로 보면 1심이 67.90%, 2심·3심 등 상급심이 32.10%를 차지한다. 이는 유튜브 관련 명예훼손·인격권 사건에서 항소와 상고가 상당한 빈도로 이루어지고 있음을 보여주며, 당사자들이 사실관계와 법리 적용에 대해 강하게 다투고 있음을 알 수 있다.

표 1 민사판결 심급별 건수

심급	건수	비율 (%)
1심	55	67.90
2심	21	25.93
3심	5	6.17
합계	81	100.00

나. 청구유형별 분석

유튜브 관련 인격권 침해 민사 사건 81건 가운데, 거의 모든 사건에서 손해배상청구가 이루어진 것으로 나타났다. 또 손해배상과 함께 다른 구제수단을 청구한 사례도 상당했다. 구체적으로 보면, 손해배상 단독 청구가 62건으로 전체의 76.54%를 차지하고, 손해배상에 동영상 삭제를 결합한 사건이 13건, 손해배상과 정정보도를 함께 청구한 사건이 3건, 손해배상·정정보도·동영상 삭제를 모두 병합한 사건이 1건, 손해배상·동영상 삭제·사과문 게재를 결합한 사건이 1건, 정정보도만을 단독으로 청구한 사건이 1건으로 나타난다. 이러한 분포는 법원이 인정하는 주된 구제수단이 여전히 금전적 손해배상에 집중되어 있고, 동영상 삭제·정정보도·사과문 게재와 같은 비재산적 구제는 부수적 수단으로 청구되고 있음을 알 수 있다.

표 2 청구유형별 현황

청구명	건수	비율 (%)
손해배상	62	76.54
손해배상/동영상 삭제	13	16.05
손해배상/정정보도	3	3.70
손해배상/정정보도/동영상 삭제	1	1.23
손해배상/동영상 삭제/사과문 게재	1	1.23
정정보도	1	1.23
합계	81	100.00

다. 침해유형별 분석

유튜브 관련 민사 사건에서 가장 핵심이 되는 침해유형은 명예훼손 단독 42건으로, 전체 사건의 절반 이상이 전통적인 의미의 명예훼손을 중심으로 구성되어 있다. 명예훼손과 신용훼손을 함께 주장한 사건이 4건, 명예훼손과 모욕이 함께 침해유형으로 결합한 사건이 25건으로 집계되었다. 명예훼손·모욕에 음성권·초상권·성명권 침해가 중첩된 사건이 각 1건씩 존재하고, 명예훼손에 사생활 침해·개인정보자기결정권 침해·영업비밀 침해를 동시에 주장한 사건이 1건, 초상권 침해 사건이 2건이 존재하여, 명예훼손 외에 초상·사생활·개인정보 노출 자체를 문제 삼는 사건도 있었다. 한편 판결문에서 구체적으로 침해유형이 명시되어 있지 않은 사건은 기타 사건으로 분류하였다. 이러한 분포는 유튜브 사건에서 침해 구조가 단순히 허위·비방적 발언에 그치지 않고, 사생활 정보 공개, 얼굴·음성·이름 등 인격 표지가 무단 활용되거나 신용과 영업비밀에 대한 공격, 개인정보자기결정권 침해 등이 한 사건 안에서 중첩되는 다양한 인격권 침해로 전개되는 경우가 매우 많다는 점을 알 수 있다.

표 3 침해유형별 현황

침해유형	건수	비율(%)
명예훼손	42	51.85
명예훼손/모욕	25	30.86
명예훼손/신용훼손	4	4.94
초상권 침해	2	2.47
명예훼손/모욕/음성권 침해	1	1.23
명예훼손/모욕/음성권 침해/초상권 침해	1	1.23
명예훼손/모욕/음성권 침해/성명권 침해	1	1.23
명예훼손/사생활 침해/개인정보자기결정권 침해/영업비밀 침해	1	1.23
기타	4	4.94
합계	81	100.00

라. 원고 유형별 분석

유튜브 관련 민사 사건에서 원고 유형을 살펴보면, 일반인이 32건으로 가장 많아, 전체의 39.51%를 차지한다. 이는 유튜브 관련 인격권 침해 분쟁이 전통 언론보다 훨씬 일반 개인에게까지 폭넓게 확산되어 있음을 보여준다. 공적 인물(정치인, 고위공직자, 유명 언론인, 유명 연예인 등)은 16건으로 19.75%이다. 기업·기업인이 15건(18.52%), 유튜브 채널 운영자가 13건(16.05%), 언론사가 4건(4.94%), 국가기관·지방자치단체가 1건(1.23%)이다. 이 통계에 따르면, 전통적 공적 주체(공적 인물·언론사·국가기관)가 약 26%이고 일반인·기업·기업인·유튜브 채널 운영자 등 사적 주체가 나머지 대다수로 구성된다. 따라서 유튜브 관련 민사 분쟁은 일반 이용자·기업·플랫폼 기반 콘텐츠 생산자 등 다양한 주체들이 서로의 명예와 인격권을 둘러싸고 다층적으로 충돌하는 구조를 보인다고 볼 수 있다.

표 4 원고 유형별 현황

원고 유형	건수	비율(%)
일반인	32	39.51
공적 인물(정치인, 고위공직자, 유명 언론인, 유명 연예인 등)	16	19.75
기업, 기업인	15	18.52
유튜브 채널 운영자	13	16.05
언론사	4	4.94
국가기관, 지방자치단체	1	1.23
합계	81	100.00

마. 소송 결과 분석

유튜브 관련 민사 판결 81건 가운데 청구가 인용된 건수는 62건이고 기각된 건은 19건으로, 전체적인 인용률은 약 77%에 이른다. 유튜브 사건의 표본 수가 한정적이어서 일반화할 수는 없지만, 유튜브 사건에서 법원이 원고 측 주장을 받아들이는 비율이 높다는 점을 보여준다. 또한 인용된 62건에는 전부 인용과 일부 인용이 모두 포함되어 있지만, 금액 수준과는 별개로 '책임 인정 여부'만을 기준으로 볼 때 법원이 유튜브 채널의 명예훼손·인격권 침해에 대해 책임 성립을 비교적 폭넓게 인정하고 있는 것으로 해석할 수 있다.

표 5 소송 결과

판결 결과	건수	비율(%)
인용	62	76.54
기각	19	23.46
합계	81	100.00

바. 원고의 원심 판결 유지 여부 분석

유튜브 관련 인격권 침해 관련 민사 사건 총 81건 중 원심판결이 유지된 경우는 18건이고 이 중 승유지 14건(63.64%), 패유지 4건(18.18%)으로 81.82%를 차지한다. 원심 번복은 4건(승번복 3, 패번복 1)으로 18.18%에 불과해, 상소심이 대체로 1심 판단을 존중하는 경향을 보여준다.

표 6 상소심의 원심 판결 유지 여부

구분	건수	비율(%)
승유지	14	63.64
패유지	4	18.18
승번복	3	13.64
패번복	1	4.55
합계	22	100.00

사. 손해배상 청구 분석

(1) 심급별 손해배상 청구액과 인용액 현황

손해배상 청구 사건 80건(정정보도청구만을 청구유형으로 한 사건은 1건)만을 대상으로 심급별 손해배상 청구액과 인용액 수준을 보면, 1심의 평균 청구액은 202,802,773원이고 평균 인용액은 8,740,741원, 2심의 평균 청구액은 288,263,158원이고 평균 인용액은 16,435,531원, 3심의 평균 청구액은 202,000,000원이고 평균 인용액은 19,600,000원으로 나타난다. 이를 종합하면, 사건이 항소·상고심으로 올라갈수록 평균 인용액이 점진적으로 증가하는 흐름이 뚜렷하고, 특히 2심과 3심 단계에서 1심에서 인정된 손해배상액이 증액되는 경향을 보였다.

또한 전체 손해배상 청구 사건을 기준으로 할 때, 청구액은 최저 200만 원에서 최고 1,336,271,910원까지 분포하고, 인용액은 최저 50만 원에서 최고 140,710,629원까지 이른다. 이는 유튜브 관련 명예훼손·인격권 침해 사건에서 피해 주장 규모와 실제 인정되는 손해 사이에 상당한 격차가 있음을 알 수 있다.

표 7 심급별 손해배상 청구액과 인용액

심급	청구액 평균 (원)	인용액 평균 (원)
1심	202,802,773	8,740,741
2심	288,263,158	16,435,531
3심	202,000,000	19,600,000

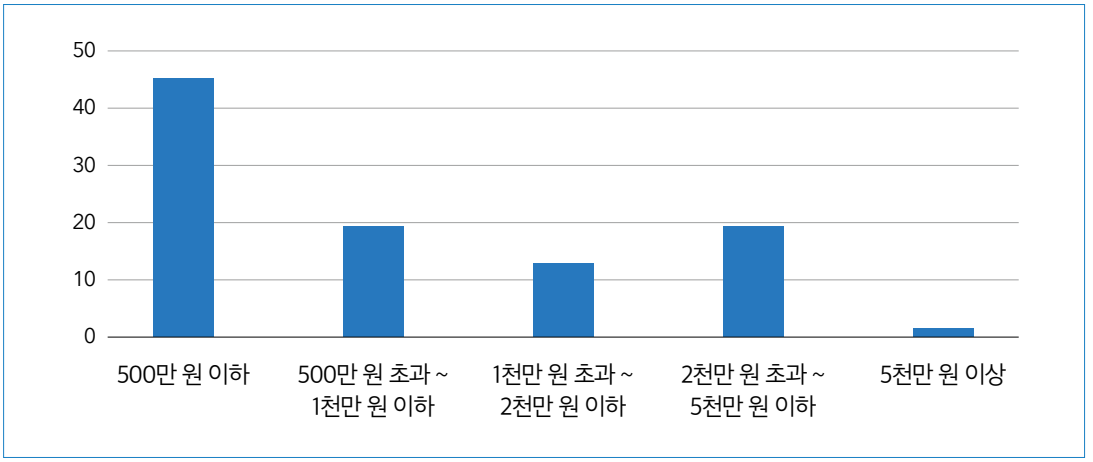
(2) 손해배상 인용액 분포

우선 인용액이 500만 원 이하인 사건이 28건으로 전체의 45.16%를 차지하고, 500만 원을 초과해 1,000만 원 이하인 사건이 12건(19.35%)으로 집계된다. 이 두 구간을 합산하면 전체의 약 65%에 해당하므로, 유튜브 관련 인격권 침해 사건에서 인정되는 손해배상액의 상당수가 1,000만 원 이하의 비교적 소액 범위에 집중되어 있다고 볼 수 있다. 다음으로 1,000만 원 초과 2,000만 원 이하 사건이 9건(14.52%), 2,000만 원 초과 5,000만 원 이하 사건이 12건(19.35%)으로 나타나며, 대략 1,000만~5,000만 원대 구간에 약 34% 이상이 분포한다. 이 가운데 특히 2,000만~5,000만 원 구간이 약 19%를 차지한다는 점은 일정 수준 이상의 중대한 침해가 인정되는 경우에 한하여 수천만 원대 손해배상액이 선고되는 경향을 보인다. 반면 5,000만 원을 초과하는 인용액이 인정된 사건은 단 1건(1.61%)에 불과하여, 고액의 손해배상액이 선고되는 경우는 극히 예외적인 것으로 파악된다. 종합하면, 유튜브 명예훼손·인격권 침해 사건에서 법원이 인정하는 전형적인 손해배상 인용액의 수준은 수백만 원에서 많게는 수천만 원대 사이에 머무르며, 5,000만 원을 넘는 고액 배상은 매우 드문 예외적 사례에 해당한다고 볼 수 있다.

표 8 손해배상 인용액 분포

손해배상 인용액	건수	비율
500만 원 이하	28	45.16
500만 원 초과~1천만 원 이하	12	19.35
1천만 원 초과~2천만 원 이하	9	14.52
2천만 원 초과~5천만 원 이하	12	19.35
5천만 원 이상	1	1.61
합계	62	100.00

그림 1 손해배상 인용액 분포도



3. 형사판결의 통계적 분석

가. 심급별 분석

유튜브 관련 형사 사건은 1심 32건(69.657%), 2심 10건 (21.74%), 3심 4건(8.70%) 등 총 46건이 확인된다. 전체 형사 사건 중 약 30%가 항소·상고심까지 이어져, 유죄 여부·형량을 둘러싼 다툼이 상급심에서도 계속되고 있다.

표 9 형사판결의 심급별 현황

심급	건수	비율(%)
1심	32	69.56
2심	10	21.74
3심	4	8.70
합계	46	100.00

나. 형사판결의 형량 분석

유튜브 관련 형사판결의 형량 분포에 따르면, 먼저 실체 판단에 이르지 못한 사건으로 공소기각 2건, 무죄 6건이 있었다. 나머지 사건들에 대해서는 모두 유죄가 인정되어 벌금형 또는 징역형(집행유예 포함)이 선고되었다. 벌금형만 선고된 사건을 보면, 벌금 100만 원 이하가 2건, 100만 원 이상 500만 원 이하가 16건으로 가장 많은 비중을 차지하였다. 이어 500만 원을 초과해 1,000만 원 이하인 사건이 4건, 1,000만 원을 넘는 고액 벌금형이 1건 있었다. 전체적으로 보면, 형량의 다수는 100만~500만 원대 벌금에 형성되어 있다.

다음으로 징역형(집행유예 포함)을 보면, 벌금 500만 원과 함께 징역 1년 6월에 대한 집행유예가 선고된 사건이 2건 있었고, 징역 6월에 집행유예 1년이 선고된 사건이 2건, 징역 6월에 집행유예 2년이 선고된 사건이 1건, 징역 6월에 집행유예 2년과 사회봉사명령까지 부과된 사건이 2건 존재한다. 또한 징역 8월 실형 2건, 징역 1년 실형 1건, 징역 1년에 집행유예 2년이 선고된 사건 1건, 징역 1년 2월이 2건, 징역 1년 6월 1건, 징역 1년 6월에 집행유예 3년과 사회봉사명령이 함께 선고된 사건 1건이 확인된다. 전체 46건의 형사판결을 종합하면, 상당수 사건은 수백만 원대 벌금형으로 종결되지만, 반복성이나 악의성, 사회적 파급력 등이 중대하다고 판단된 일부 사건에서는 집행유예가 붙은 징역형이나 실형까지 선고되는 등 유튜브 관련 형사 명예훼손·모욕 사건에 대해 법원이 비교적 강한 형사 제재를 가하고 있음을 알 수 있다.

표 10 형사판결의 형량 분포

형량	건수
공소기각	2
무죄	6
벌금 100만 원 이하	2
벌금 100만 원 초과~500만 원 이하	16
벌금 500만 원 초과~1천만 원 이하	4
벌금 1천만 원 초과	1
벌금 500만 원, 집행유예 1년 6월	2
징역 6월, 집행유예 1년	2
징역 6월, 집행유예 2년	1
징역 6월, 집행유예 2년, 사회봉사명령	2
징역 8월	2
징역 1년	1
징역 1년, 집행유예 2년	1
징역 1년 2월	2
징역 1년 6월	1
징역 1년 6월, 집행유예 3년, 사회봉사명령	1
합계	46

Ⅲ. 유튜브 관련 민사판결의 쟁점별 분석

1. 쟁점별 분석의 개관

가. 분석대상 판결 선정 기준

본 연구의 심층 분석 대상 판결은 다음 네 가지 기준에 따라 민사판결 총 55건(사건별) 중 13건을 선정하였다.

(1) 심급 및 사회적 중요도

- 대법원(3심)까지 진행된 사건, 또는 항소심 단계에서 의미 있는 법리적 전개가 이루어진 사건을 우선적으로 선정했다. 특히 유튜브 저널리즘과 인격권 보호의 관계를 구조적으로 조명할 수 있는 판결을 중심적으로 다루었다.

(2) 법리 구성의 타당성과 독창성

- 일반 명예훼손 판례의 전형적 판단 구조인 사실 적시 여부, 허위성·공익성·진실성·상당성, 책임 범위를 충실히 따르면서도, 유튜브 채널의 특성과 현실적 맥락을 반영하여 독자적으로 법리를 구성한 판결을 주요 분석 대상으로 포함했다.
- 특히 허위 여부 판단 이후 위법성 조각사유(공익성, 진실성, 상당성 등)를 어느 정도 심도 있게 검토했는지, 그리고 기존 언론 관련 판결과 비교하여 법리의 전개 방식이나 심사 강도에 차별성이 있는지 여부를 중점적으로 검토했다.

(3) 유튜브의 영향력 및 피해구제 필요성에 대한 명시적 언급

- 판결문에서 유튜브의 전파력, 파급력, 콘텐츠의 재생산 가능성, 구독자 규모나 조회수, 실시간 방송 구조, 썸네일·제목 구성, 알고리즘 작동 방식 등을 구체적으로 언급하면서, 이를 손해의 중대성, 위자료 산정, 게시물 삭제나 재게시 금지, 간접강제 등 구체적 구제 필요성과 직접적으로 연계한 사건을 우선적으로 선정했다.

- 나아가 유튜브 콘텐츠가 전통적 방송이나 신문에 비해 어느 정도의 영향력을 갖는지, 그 매체적 특성이 인격권 침해의 심각성 또는 신속한 피해구제 필요성의 근거로 어떻게 작용했는지를 검토했다.

(4) 기존 언론 판결과의 비교 가능성

- 전통 언론(방송, 신문, 인터넷 언론)의 명예훼손 판결과 구조적으로 비교 가능한 사건을 주요 대상으로 했다. 즉, 사실 적시, 공익성, 진실성, 상당성, 비방 목적 등 핵심 쟁점을 논리적으로 전개한 판결들을 중심으로 분석했다.
- 특히 법원이 유튜브 채널을 감시 및 비판, 여론 형성의 기능 측면에서 언론 매체와 유사하게 평가했는지 여부, 그리고 사실확인 의무나 책임 수준을 언론에 비해 완화하였는지, 혹은 동일하거나 더 강화하였는지를 명확히 드러낸 판결을 선별하여, 유튜브 관련 사건과 기존 언론 사건 간 판단 구조의 차이를 분석했다.

나. 분석 항목

유튜브 관련 판결을 구조적으로 분석하기 위해, 본 연구는 선정된 각 판결을 '사건의 개요-법원의 판단-검토(평석)'의 3단계로 나누고, 다음의 분석 항목을 적용했다.

(1) 사건의 개요

사건 개요 단계에서 당사자 유형, 유튜브 채널, 표현 형식, 침해 유형을 분석 항목으로 검토함으로써, 이후 각 판결에서 이러한 요소가 법리 구조와 결론의 차이에 어떠한 영향을 미쳤는지 체계적으로 비교·분석할 수 있는 기초를 마련했다.

(가) 당사자 유형

- 원고는 공직자(정치인·검사·지자체장 등), 일반 사인으로 구분하여 기재했다. 피고는 유튜브 채널 운영자(개인·법인)에 따라 유형화하여 명시했다.

(나) 채널·콘텐츠 속성

- 판결문에 명시가 된 경우에 한하여 채널 유형을 명시하되 채널 유형은 뉴스·시사, 예능·오락, 탐

사·폭로, 팬덤·연예, 기타 등으로 분류했다.

- 판결문에 수치가 기재된 경우, 구독자 수와 문제 된 영상의 조회수를 함께 기재했다.
- 판결문에서 확인되는 범위 내에서, 광고, 슈퍼챗·후원, 협찬, 굿즈 판매 등 유튜브 콘텐츠와 경제적 수익 구조의 연계를 서술했다.

(다) 표현 양태

- 판결문에서 확인되는 범위 내에서 표현 형식은 실시간 스트리밍, 편집본 영상, 커뮤니티 게시글, 쇼츠, 썸네일·제목 등으로 구체적으로 구분했다.
- 발언 방식은 단정적 사실 적시, 의혹 제기, 평가·논평, 풍자·조롱 등으로 유형화하고, 문제 된 표현이 어느 범주에 속하는지를 검토했다.

(라) 침해 유형

- 명예훼손(허위 사실 적시/진실 적시), 모욕, 사생활 침해, 초상권 침해, 합성 이미지·신상 공개 등 기타 인격권 침해로 나누어 사건별로 구체적으로 기술했다.

(2) 법원의 판단

법원의 판단 부분은 일반 명예훼손 판례의 전형적 구조(사실 적시 여부-위법성 판단-책임 범위)를 유지하되, 각 쟁점을 유튜브 매체의 특성과 연결되도록 세분화하여 서술했다.

(가) 사실 적시와 의견·논평의 구분

- 유튜브 발언이 특정 범죄, 구체적 행위, 시기·장소가 특정된 비위 등 구체적 사실을 적시하는지, 아니면 의혹 제기, 가치판단, 평가·논평, 풍자에 해당하는지에 관하여 법원이 어떻게 구별하였는지를 검토했다.
- 동일 사건 내에서 채널별이나 표현별로 일부는 사실 적시, 일부는 의견·논평으로 평가되어 결론이 달라진 경우, 그 구별 기준과 논리 구조를 병렬적으로 서술했다.

(나) 공적 인물·공적 사안에 대한 인정 범위

- 원고가 공직자, 공직자의 배우자·측근, 언론인, 사회적 영향력을 갖는 인물 등 공적 인물에 해당하는지에 관한 법원의 판단을 검토했다.

- 문제 된 유튜브 콘텐츠가 정치·행정·공공사업·범죄 의혹·사회적 논쟁 등 공적 관심사에 관한 것인지, 또는 연애·성적 비방·사생활 폭로 등 사적 영역에 속하는지에 대한 판단을 검토하고, 이에 따라 표현의 자유 보호 범위와 심사 강도에 어떠한 차이가 발생했는지를 분석했다.

(다) 유튜브 전파력·파급력 반영 여부

- 판결문에서 실시간 생방송 구조, 다수 시청자의 동시 참여, 전파력·확대·재생산 가능성, 구독자 규모 및 조회수, 썸네일·제목의 자극성, 알고리즘에 의한 노출 확대 등 유튜브 특성을 언급한 부분을 검토했다. 이와 같은 요소가 인격권 침해의 중대성 평가, 위자료 액수의 산정, 삭제·재게시 금지, 간접강제 명령 등의 필요성 판단에 구체적으로 어떻게 연결되었는지를 체계적으로 분석했다.

(라) 증명책임 및 사실확인 의무의 수준

- 유튜브 채널 운영자에게 요구되는 사실확인 의무의 수준이 전통 언론에 비해 완화되었는지, 동일하게 설정되었는지, 또는 오히려 강화되었는지를 판결의 논리 전개를 통해 구분했다.
- 예를 들어, 일반 언론사와 같은 수준의 취재와 자료 확인을 기대하기 어렵다는 취지인지, 반대로 예를 들어 성범죄자, 가족 사기단과 같은 중대한 낙인을 단정적으로 부여한 만큼 엄격한 사실확인 의무를 위반한 것으로 본 것인지 등을 판례별로 검토했다.

(마) 구제 수단 및 책임 범위에 관한 판단

- 손해배상만 인정한 사건, 손해배상과 함께 영상 삭제·접근차단·재게시 금지 등을 명령한 사건을 유형화하여 검토했다. 유튜브 영상이 이미 삭제·비공개·비재생 상태였는지 여부에 따라 법원이 현재 및 장래 침해의 현실적 계속성을 어떻게 평가하였는지, 그에 따라 삭제·재게시 금지 청구를 인용하거나 기각한 이유를 구체적으로 분석했다.

(3) 검토

검토(평석) 부분은 각 판결을 개별적으로 검토하면서 판결을 종합하고 유형화하기 위해 다음 세 가지를 중심으로 분석했다.

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성(관계 설정)

- 해당 판결이 유튜브 채널을 감시·비판·여론 형성 등 기능적 측면에서 전통 언론과 어느 정도 동

등하게 평가하는지, 또는 자율적 1인 미디어 등 별도의 범주로 취급하는지를 검토했다. 책임 측면에서 위자료 수준과 사실확인 의무의 정도가 전통 언론과 비교하여 동일한지, 완화 또는 강화되었는지 분석했다.

(나) 유튜브 형식적 특성의 영향

- 실시간 스트리밍, 채팅 기능, 썸네일·제목, 알고리즘에 따른 확산 구조, 구독자 수, 조회수 등 유튜브의 형식적 특성이 법원의 판시 내용에서 어느 정도 고려되었는지를 분석했다. 이러한 형식적 특성이 손해의 중대성 판단, 위자료 액수, 삭제·재게시 금지 등 구제 수단의 선택과 범위에 구체적으로 어떤 역할을 했는지 검토했다.

(다) 유튜브 채널에 대한 법원의 판단기준

- 각 판결에서 도출될 수 있는 유튜브 채널에 대한 법원의 판단기준을 검토하여 다른 판결과의 비교가 가능하도록 유형화했다. 예컨대, 간첩·성범죄자 등 중대한 낙인 표현에 대하여는 유튜브에서도 전통 언론과 동일한 수준의 엄격한 기준이 적용되는지, 공적 사안과 관련된 추측, 의혹 수준의 논평은 상대적으로 넓게 보호되는지, 이미 삭제·비공개·비재생 상태인 영상에 대해서는 방해배제청구 인용에 소극적인 경향이 있는지 등을 검토했다. 이와 같이 분석 대상 판결의 세부 분석 항목을 체계화함으로써 유튜브 관련 판례를 일관된 기준에 따라 비교·검토할 수 있으며, 나아가 유튜브 저널리즘에 대한 법원의 인식 구조를 유형별로 살펴볼 수 있었다.

2. 민사판결의 쟁점별 분석

가. 여고생 스타킹 구매남 유튜브 연출에 대한 인격권 침해 인정 사건

(의정부지방법원 고양지원 2022. 4. 29. 선고 2020가단102962 판결)

(1) 사건의 개요

원고와 피고는 각각 유튜브 채널을 운영하고 있다. 피고는 자신의 채널에 원고와 관련된 콘텐츠를 반복게시하면서, 해당 내용을 활용한 티셔츠 등을 판매하는 방식으로 수익 활동을 하였다. 문제 된 유튜브 동영상은 피고가 여고생으로 분장한 채 이른바 '여고생 스타킹 구매남'을 등장시키고 그 정체가 원고라는 취지로 표현하는 내용으로 구성되어 있으며, 원고가 미성년자로 보이는 인물의 스타킹을 구매하려 한 것처럼 연출하는 장면과 함께 "야야야야야, 너 55 아니잖아 내려"라는 발언이 반복적으로 노출된다. 또한 피고는

위 발언을 문구로 활용한 티셔츠 등 굿즈를 제작·판매하면서, 해당 문구와 원고의 위 발언 장면을 캡처한 이미지를 이 사건 판매글에 사용하였고, 이 사건 동영상과 이 사건 판매글은 모두 불특정 다수가 자유롭게 접근할 수 있는 상태로 게시되어 있으며, 피고는 유튜브 영상 조회수 및 굿즈 판매를 통하여 경제적 수익을 얻고 있다. 원고는 위 동영상과 판매글이 정보통신망을 통해 공공연하게 자신을 조롱·희화화함으로써, 명예훼손 및 모욕에 해당하고, 인격권을 침해하는 불법행위라고 주장하며 손해배상을 청구하였다. 형사절차에서도 이와 동일한 행위로 정보통신망법상 명예훼손 약식명령(벌금 300만 원)이 확정된 사실이 민사에서 전제 사실로 고려되었다.

(2) 법원의 판단

법원은 피고가 공익적 활동이나 언론적 역할을 수행하였다고 볼 만한 자료가 부족하고, 이 사건 행위가 주로 수익을 위한 개인적 활동에 해당한다고 판단하였다. 또한 사건을 공표하면서 원고의 신원을 공개할 필요성도 인정되지 않는다고 보았다. 이에 따라 법원은 피고의 행위를 공공의 이익을 위한 것으로 보기 어렵다며, 원고의 청구를 인용하였다.

첫째, 사실 적시 여부와 관련하여 법원은 피고가 게시한 이 사건 동영상 및 이 사건 판매글이 원고를 특정한 상태에서 "스타킹 구매남", "야야야야야, 너 55 아니잖아" 등의 표현과 장면을 반복적으로 사용하여 원고를 조롱·비하한 것으로 보았다. 위 콘텐츠는 원고가 미성년자(여고생으로 보이는 인물)의 스타킹을 구매하려 한 사람이라는 설정을 전제로 이를 사실인 것처럼 소비하게 하면서, 원고를 희화화하고 경멸의 대상으로 만든 것으로 평가되었다. 그 결과, 구체적 사실의 적시에 강한 모욕적 요소가 결합된 표현으로서 원고의 명예를 훼손하고 모욕한 불법행위에 해당한다고 판단하였다.

둘째, 공적 인물·공적 사안에 해당하는지와 관련하여 법원은 원고가 유튜브 채널을 운영하는 크리에이터라는 사정만으로 공직자나 사회 전반에 영향력을 미치는 공적 인물로 보기는 어렵다고 보았다. 또한 피고가 문제 삼은 여고생 스타킹 구매 연출, 체중·외모 비하 발언 등은 공권력 행사나 공공정책의 적정성과 직접 관련된 공적 관심사라고 보기 어렵고, 설령 일부 시청자의 호기심을 자극하는 소재라 하더라도, 원고의 구체적 신원을 노출한 상태에서 조롱과 희화화에 집중한 표현은 공공의 이익 추구라기보다는 사적 비난 및 상업적 이용에 해당한다고 판단하였다.

셋째, 진실의 항변은 명예훼손법상 대표적인 위법성 조각사유로서, 진실의 항변이 인정되려면 적시된 사실이 공공의 이익에 관한 것이고, 그 내용이 진실이거나 진실로 믿을 만한 상당한 이유가 있으며, 표현행위가 추구하는 이익이 피해자의 손해보다 우월하다고 평가될 수 있어야 한다.[3] 공공의 이익에 관한 것인지 여부는 사실의 내용·성질, 공표 범위, 표현 방식, 그로 인한 명예 침해의 정도 등을 종합하여 객관적으로 판단한다. 행위자의 주된 목적이 공익에 있다면 부수적인 사익적 동기가 있더라도 곧바로 공익성을 부정하지

3 박용상, 『신명예훼손법』, 박영사, 2025, 229-233면.

는 않는다.[4] 공익에는 국가·사회 전체의 이익뿐 아니라 특정 사회집단이나 그 구성원의 정당한 관심과 이익도 포함된다. 판례는 사회 일반의 일부 영역에 관한 사실이라도 공동생활과 관련되면 공익성이 인정될 수 있고, 개인에 관한 사항이라도 사회적 관심의 대상이면서 공공의 이익과 연관되면 공익사항으로 본다.[5] 헌법재판소는 형법 제310조와 관련하여 행위자가 사실을 진실로 오인했고 그 오인에 정당한 이유가 있으면 명예훼손죄가 성립하지 않으며, '오로지 공공의 이익' 요건은 언론의 자유와 국민의 알 권리를 고려해 넓게 해석해야 한다고 본다.[6] 실무에서는 뉴스 가치가 있는 사안에 관한 보도의 경우, 보도가 명백히 사익·비방 목적에 치우친 특별한 사정이 없으면 공익성을 인정하는 경향이 강하다. 특히 공적 인물이나 공적 사안에 대한 사실보도는 공공의 이익과 관련성이 크다고 보아, 진실성 또는 상당한 이유가 뒷받침되면 진실의 항변이 받아들여질 가능성이 높다.[7] 이 사건에서 피고는 현대 여성의 권익 보호와 사회의 어두운 면 고발이라는 공익적 목적을 주장하였으나, 법원은 이를 받아들이지 않았다. 법원은 피고가 과거부터 남성을 속여 스타킹을 판매하는 콘텐츠나 연예인 노출사고 영상 등 자극적인 소재로 수익을 올려 온 점, 원고의 행위가 공공의 관심사에 해당한다고 보기 어렵고 설령 그렇다 하더라도 원고의 실명 및 채널명을 공개할 필요성이 크지 않은 점, 이 사건 동영상 및 관련 굿즈 판매 등을 통해 경제적·유희적 목적이 강하게 드러나는 점 등을 종합하여, 피고의 행위가 "오로지 공공의 이익"을 위한 것이라고 보기 어렵고 진실성·상당성 요건도 충족되지 않아 위법성이 조각되지 않는다고 판시하였다.

넷째, 법원은 전파력이 매우 높은 인터넷 매체인 유튜브를 통해 이 사건 동영상과 판매글이 게시되어 다수의 시청자에게 반복적으로 노출된 점을 중시하였다. 그 결과 이러한 매체 특성(전파력, 확대·재생산 가능성 등)을 위자료 산정 시 피해 정도를 가중하는 요소로 반영하였다.

다섯째, 법원은 이 사건이 범죄사실 폭로나 공적 비리 제기와 같은 유형은 아니지만, 피고가 특정인을 지속적으로 희화화하는 콘텐츠를 제작·유통하면서 최소한의 주의의무를 다하지 못한 것으로 보았다. 특히 피고는 원고의 동의 없이 설정과 발언을 반복·상품화하였고, 원고의 문제 제기와 삭제 요청 이후에도 이를 적극적인 조롱 소재로 삼았으며, 형사재판에서 정보통신망법상 명예훼손죄 약식명령까지 확정된 점을 고려하여, 피고에게 위자료 700만 원을 지급할 책임이 있다고 보았다.

4 대법원 1993. 6. 22. 선고 92도3160 판결; 대법원 1998. 7. 14. 선고 96다17257 판결; 대법원 2011. 11. 24. 선고 2010도10864 판결.

5 대법원 2020. 3. 2. 선고 2018도15868 판결; 대법원 2020. 11. 19. 선고 2020도5813 전원합의체 판결.

6 헌재 1999. 6. 24. 97헌마265.

7 박용상, 『신명예훼손법』, 박영사, 2025, 235-237면.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성

이 판결에서 법원은 이 사건 유튜브 채널을 전통적인 언론기관과 동일한 수준의 감시·비판 주체로 보지는 않았다. 다만 유튜브를 통해 공익을 주장하는 표현이 가능하다는 점은 인정하면서도, 이 사건 채널과 해당 콘텐츠의 구체적 내용·구성·수익 구조를 종합하여 실질적으로는 오락·상업적 성격이 강한 개인 채널이라고 평가하였다. 법원은 이 사건에서 피고를 감시·비판·여론 형성의 공적 기능을 수행하는 언론 주체라기보다는 수익을 목적으로 운영되는 유튜브 채널 운영자로 보았고, 그에 따라 공익성·진실성·상당성 판단 단계에서 전통 언론에 준하는 폭넓은 보호를 부여하지 않았다. 한편 책임의 수준과 관련하여 형사처벌과 별도로 이 사건(민사)에서 위자료 지급 책임을 인정하면서 표현에 앞서 사실 확인과 표현 방식에 관한 최소한의 주의의무를 요구하는 등 상당히 엄격한 책임을 부과한 것으로 이해할 수 있다.

(나) 유튜브의 형식적 특성이 판결에 미친 영향

이 판결문은 실시간 스트리밍, 채팅, 썸네일, 알고리즘 구조 등 플랫폼 기능을 따로 논의하지는 않지만, 유튜브를 전파가능성이 매우 높은 인터넷 매체로 규정하고, 불특정 다수가 반복적으로 시청·재생산할 수 있는 구조를 전제하여 피해 확대 위험을 중시하였다. 특히 동영상·판매글이 모두 공개 상태였고, 굿즈 판매와 조회수 수익이 결합된 점을 들어 전파력·파급력 및 수익 구조를 위자료 산정에서 피해를 가중시키는 요소로 반영하였다. 이 점에서 유튜브의 형식적 특성은 "노출 범위·재생산 가능성·상업적 결합"이라는 차원에서 위자료 액수 및 위법성 평가에 직접적인 영향을 준 것으로 볼 수 있다.

(다) 유튜브 채널에 대한 법원의 판단기준

이 판결에서 유튜브 채널에 대한 법원의 판단기준으로 다음과 같다.

첫째, 유튜브 채널의 공익성 판단과 관련하여, 법원은 채널의 전반적 운영 성격(공익적 취재·감시 활동인지, 오락·상업적 콘텐츠 중심인지), 운영자의 종전 활동 경력, 개별 콘텐츠의 구성 및 표현 방식, 광고·굿즈 판매 등 수익 구조를 종합적으로 고려하여 공공의 이익 해당 여부를 판단하는 기준을 제시한 것으로 이해된다. 이에 따라 유튜브 채널이 공익적 표현행위에 해당함을 주장하기 위해서는 단순히 '여성 권익 보호', '사회적 경각심 제고'를 내세우는 것만으로는 부족하고, 해당 콘텐츠의 구체적 내용이 구조적 문제 제기나 권력 비판과 실질적으로 연결되는지, 나아가 특정 개인의 실명·영상·이미지 공개가 공익 달성을 위해 필요한 범위를 초과하는지 여부까지 심사대상이 된다.

둘째, 명예훼손과 모욕이 결합된 유튜브 콘텐츠와 관련하여, 법원은 당사자를 특정할 수 있는 상태에서 외모·체중·성적 맥락 등 인격과 관련된 요소를 반복적으로 조롱·희화화·상품화하는 경우에는 비록 형식상 유머·풍자의 형식을 취하더라도 인격권 침해에 해당하는 불법행위로 평가할 수 있다는 기준을 제시한 것으로 볼 수 있다. 이는 플랫폼 내 '풍자'라는 외양만으로 위법성이 경감되는 것은 아니며, 표현의 전체적인 맥락, 반복성, 상업적 결합 여부 등에 따라 민사상 손해배상책임 인정 여부가 결정될 수 있음을 시사한다.

셋째, 플랫폼의 매체적 특성과 손해배상 산정과의 관계에 관하여, 법원은 유튜브와 같은 공개 플랫폼을 전파력이 매우 큰 온라인 매체로 보면서 전파 가능성, 확대·재생산 가능성, 삭제 및 명예회복의 곤란성 등을 피해 정도를 가중시키는 요소로 고려할 수 있음을 밝힌 것으로 볼 수 있다. 따라서 향후 유사 사건에서도 해당 콘텐츠의 조회수, 구독자 규모, 문제 된 동영상 및 굿즈의 게시 기간, 2차·3차 유통 가능성 등 플랫폼 특성이 원고의 사회적 평가 저하 및 장기적인 이미지 훼손 위험에 어떠한 영향을 미쳤는지가 위자료 액수와 책임 범위를 정하는 주요 판단 요소로 기능할 것으로 보인다.

나. 전직 장관 가족 유튜브 명예훼손 등 인격권침해 인정 사건

(서울중앙지방법원 2022. 6. 10. 선고 2020가합573474 판결; 서울고등법원 2024. 10. 10. 선고 2022나2025712 판결; 대법원 2025. 1. 9. 선고 2024다302231 판결)

(1) 사건의 개요

원고 A는 전 OO부 장관을 역임한 법학 교수, B(딸), C(아들)이고 피고는 유튜브 채널을 운영하는 주식회사 D와 진행자·출연자인 E, I, 그리고 별도 유튜브 채널을 운영하던 망 F(항소심에서 상속인 G, H가 소송수계)이다. 피고 회사 채널과 망 F 채널의 여러 영상에서 피고들이 원고 A의 사모펀드 개입 및 중국 공산당 자금 유입 의혹, 원고 B의 의학전문대학원·대학교 입시·학사 특혜 및 외제차 운행 의혹, 원고 C의 고교 시절 성희롱·학교폭력 가해 의혹, 가족 전체의 학교 비리·금품수수 의혹, 가족 전체를 '빨대를 꽂은 가족사기단'이라는 표현 등을 반복적으로 발언하였다. 썸네일 이미지로 수형자 얼굴에 원고 B의 얼굴을 합성한 이미지, 원고 C의 얼굴을 합성한 이미지 등을 사용하여 해당 영상을 게시하였다. 원고들은 동영상 및 인터넷 게시물에서의 허위 사실 적시로 인해 명예훼손 및 인격권 침해를 주장하며 손해배상과 동영상 삭제를 청구하였다.

(2) 법원의 판단

법원은 피고들의 허위 사실 적시에 의한 명예훼손 및 인격권 침해를 인정하여 원고들의 손해배상청구와 영상삭제청구를 인용하였다.

첫째, 법원은 각 발언이 글·영상 전체의 맥락, 일반 시청자가 받는 전체적 인상, 사용된 어휘·문구의 통상적 의미 등을 기준으로 사실 적시 여부를 판단하였다. 법원은 빨간색 외제차 운행, 사모펀드에 중국 공산당 자금 유입, 입시·학사 특혜 및 교수 해임, 원고 C의 성희롱·폭력 가해자 설, 여배우 지원·동행 의혹 등은 모두 구체적 사실의 적시로 보았다. 반면, '가족사기단' 표현은 사실 적시라기보다는 평가·의견에 가깝지만, 가족 전체에 대한 모욕적·경멸적 인신공격에 해당하는 것으로 평가하였다. 수형자·C 얼굴 합성 썸네일 등 게시물은 구체적 사실 적시와 결합한 시각적 표현으로서, 강한 모욕성과 인격권 침해성이 인정된다고 보았다.

둘째, 공적 사안에 관한 보도에서는 원칙적으로 표현의 자유가 인격권보다 넓게 보호되지만, 개별 사안에서는 두 기본권을 비례적으로 형량해야 한다. 이를 위해 표현의 대상이 공적 인물인지 사인인지, 표현 내용이 공적 관심사인지 순수한 사적 영역인지, 피해자가 스스로 공론장에 나서 위험을 어느 정도 자초했는지, 그 표현이 국민의 알 권리와 공적 토론에 기여하는지 등을 종합적으로 고려한다. 공적 인물의 공적 활동과 관련된 명예훼손적 표현은 사인에 대한 표현보다 제한이 완화되고, 공직자의 자질·도덕성·청렴성에 관한 사실은 사생활 요소를 포함하더라도 공적 관심사로서 상당한 범위의 비판이 허용된다.[8] 다만 공적 존재와 공적 사안에 관한 표현이라 하더라도, 모멸적 표현이나 경멸적인 인신공격은 허용되지 않으며, 이러한 모욕적 표현은 명예훼손과 별개로 독립된 불법행위를 구성할 수 있다.[9] 이 사건에서 법원은 원고 A는 전직 장관이자 공적 인물이고, 그와 관련된 입시·사모펀드 의혹은 공적 관심사에 해당하나, 자녀인 B, C는 공직자는 아니므로 '공적 인물'로 보기 어렵다고 판단하였다. 입시·학사 운영, 사모펀드 운용 자체는 공적 관심사가 될 수 있으나, 자녀들에 대한 범죄자 연상 합성 이미지, 가족 전체를 "사기단"으로 지칭하는 표현 등은 공익적 비판의 한계를 벗어난 것으로 평가하였다.

셋째, 법원은 이 사건 발언들이 대부분 기간과 장소가 특정되지 않은 상태에서 제기된 미확정 사실에 대한 공격적 의혹 제기에 불과하고, 피고들이 제시한 근거가 언론 기사, 인터넷 게시물, 일부 사건 경과 수준에 그쳐 외제차 운행, 중국 공산당 자금 유입, 입시·학사 특혜, 성희롱·가해자·피해자 전도, 여배우 지원·동행 등 각 발언 내용을 인정하기에는 현저히 부족하다고 보아 허위성을 인정하였다. 이어 의혹 제기자에게는 그러한 사실의 존재를 수긍할 만한 소명자료를 제시할 부담이 있다는 대법원 전원합의체[10] 법리를 전제하면서, 피고들은 이를 충족할 만한 자료를 전혀 제출하지 못하였다고 판단하였다.

넷째, 법원은 유튜브 영상의 제목, 발언의 내용, 사회생활에 미치는 영향 등을 고려하여 위자료 액수를 산정하였다. 그 결과 원고 A에게 1,000만 원(일부 피고는 800만 원 공동), 원고 B에게 3,000만 원, 원고 C에게 1,000만 원의 위자료를 인정하였다. 이는 온라인 명예훼손 사건에서 비교적 높은 위자료 수준으로 유튜브 전파력·썸네일 이미지 등 시각적 인신공격 요소가 피해 정도를 가중하는 요소로 작용했음을 알 수 있다.

다섯째, 법원은 피해자가 "그러한 일을 한 사실이 없다"고 주장하는 상황에서 의혹 제기자는 적어도 사실을 수긍할 만한 자료를 제시해야 한다는 기존 법리를 강조하였다. 피고들이 제시한 자료는 언론 의혹 기사, 인터넷 게시물, 형사·행정 사건의 진행 경과 등으로 각 발언의 핵심 사실을 뒷받침하는 수준에 미치지 못한다고 보았다. 사모펀드, 특혜전형, 성희롱·학교폭력, 여배우 지원·동행 등의 핵심 부분에 관해, 피고들

8 헌재 1999. 6. 24. 97헌마265; 헌재 2013. 12. 26. 2009헌마747.

9 대법원 2018. 10. 30. 선고 2014다61654 전원합의체 판결.

10 사실적 주장이 진실한지 아닌지를 판단함에 있어 어떠한 사실이 적극적으로 존재한다는 것의 증명은 물론 어떠한 사실의 부존재의 증명이라도 그것이 특정 기간과 특정 장소에서 특정한 행위가 존재하지 아니한다는 점에 관한 것이라면 피해자가 그 존재 또는 부존재에 관하여 충분한 증거를 제출함으로써 이를 증명할 수 있을 것이다. 그러나 그것이 특정되지 아니한 기간과 공간에서의 구체화되지 아니한 사실의 부존재의 증명에 관한 것이라면 이는 사회통념상 불가능에 가까운 반면 그 사실이 존재한다고 주장 · 증명하는 것이 보다 용이한 것이어서 이러한 사정은 그 증명책임을 다하였는지를 판단함에 있어 고려되어야 하는 것이므로 의혹을 받을 일을 한 사실이 없다고 주장하는 사람에 대하여 의혹을 받을 사실이 존재한다고 적극적으로 주장하는 자는 그러한 사실의 존재를 수긍할 만한 소명자료를 제시할 부담을 지고 피해자는 그 제시된 자료의 신빙성을 탄핵하는 방법으로 허위성의 입증을 할 수 있다(대법원 2011. 9. 2. 선고 2009다52649 전원합의체 판결 등 참조).

은 실질적인 취재·자료 검증 없이 단정적 표현을 사용하였고, 이는 최소한의 사실확인 의무를 위반한 것으로 평가된다. 항소심(서울고등법원 2024. 10. 10. 선고 2022나2025712 판결)은 1심 판결을 일부 변경하여, 원고 A에게 피고 G 600만 원, 피고 H 400만 원, 피고 주식회사 D·E·I는 G·H와 공동으로 800만 원을 지급하도록 명하였다. 원고 B에게는 피고 주식회사 D·E·I가 공동으로 2,500만 원, 피고 G 1,500만 원, 피고 H 1,000만 원을, 원고 C에게는 피고 주식회사 D·E·I가 공동으로 1,000만 원, 피고 G 600만 원, 피고 H 400만 원을 지급하도록 하였다. 또한 피고들은 제1심과 마찬가지로 문제 된 유튜브 영상의 삭제 의무가 있음을 확인하였다. 대법원(2025. 1. 9. 선고 2024다302231 판결)은 피고들의 상고를 기각하고 이 판결을 그대로 유지하였다.

책임 범위와 관련하여 법원은 발언 주도자와 채널 운영사, 공동 출연자의 가담 정도에 따라 위자료 산정을 차등화하였으며 단순 금전배상에 그치지 않고 문제 된 동영상 자체의 삭제를 명령하여 인격권 침해의 방지·배제까지 인정하였다.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성

이 판결은 유튜브 채널이 전통 언론과 같은 여론 형성·감시·비판 기능을 수행할 수 있는 매체임을 전제로 하면서도 그 지위를 전면적으로 동등하게 인정하지는 않는다. 다만 법리는 기본적으로 언론보도 판례 구조(사실 적시·공익성·진실성·상당성·의혹 제기의 소명책임 등)를 그대로 적용하고 있으며, 유튜브 채널의 시사·정치 콘텐츠도 신문·방송 기사와 유사한 법적 평가 틀 안에서 판단하는 경향을 보여준다. 특히, 의혹 제기자가 공익 제보 또는 시사 방송임을 주장하더라도, 진실성·소명 정도, 표현 방식의 인신공격성, 대상자의 지위(사인·공직자·자녀) 등을 종합하여 전통 언론과 유사한 수준의 책임을 물을 수 있다는 점이다.

(나) 유튜브의 형식적 특성이 판결에 미친 영향

이 판결은 수형자 얼굴과의 합성, 원고 C의 얼굴 합성 등 썸네일 이미지를 구체적으로 적시하면서 이를 독립된 게시물로 평가하여 인격권 침해를 인정하였다. 이를 통해 유튜브 특유의 형식 요소인 썸네일, 제목, 캡처 이미지가 별도의 인격권 침해 행위가 될 수 있음을 알 수 있다. 또한 '가족사기단', '빨대를 꽂은' 등의 자극적 표현과 결합된 제목·이미지는 내용의 허위성 판단과 위자료 산정 시에 피해자의 사회적 평가 저하의 범위를 넓히는 요인으로 작용했다. 썸네일·제목 중심의 클릭 유도 구조, 다수 동영상에서 반복되는 서사 구조가 전파력이 큰 인터넷 방송의 특성으로 반영되어서 동영상 삭제까지 포함한 강한 구제 수단을 정당화하는 근거가 되었다.

(다) 유튜브 채널에 대한 법원의 판단기준

이 판결은 첫째, 공직자·공적 인물에 대한 보도·비판에서도 사실 적시는 명확해야 하고, 의혹 제기자는 소명책임을 부담하며, 과도한 인신공격·조롱·합성 이미지는 공익 목적과 양립하기 어렵다는 기준을 재확

인하였다. 둘째, 시사·정치 유튜브 채널 역시 전통 언론과 유사한 사실확인 의무, 허위·과장 의혹에 대한 책임, 인신공격적 표현에 대한 고액 위자료·삭제 의무를 부담할 수 있다는 사실을 확인할 수 있었다. 셋째, 단순 손해배상을 넘어 영상 삭제와 향후 유사 콘텐츠에 대한 억제 효과까지 함께 인정함으로써 유튜브를 사실 보도·의혹 제기 매체로 보면서도 상업적·정치적 동기가 결합된 공격적 콘텐츠에는 전통 언론보다 엄격한 책임을 부과할 수 있음을 알 수 있다.

다. 실시간 방송을 통한 성적 비방·허위 사실 적시에 대한 위자료 가중 인정 사건

(서울북부지방법원 2023. 1. 10. 선고 2021가단113611(본소), 2022가단120753(반소) 판결)

(1) 사건의 개요

원고 A는 인터넷 사이트에서 'F' 채널 운영자이다. 피고 B와 C는 각각 'G', 'H' 채널을 운영하는 자이고, 피고 D는 이들 채널 등에서 'J'라는 닉네임으로 활동하는 자이다. 피고 B와 C는 각 채널의 실시간 방송 등에서 장기간에 걸쳐 원고에 대해 성접대·성매매, 남성 교수들과의 부적절한 관계 등의 발언을 반복하였고, 피고 D는 동일 취지의 모욕적 댓글을 지속적으로 게시하였다. 해당 발언·댓글은 정보통신망을 통한 허위 사실 적시 명예훼손 및 모욕에 해당하는지, 공익 목적에 따른 위법성이 조각되는지 여부가 쟁점이 되었고, 피고들은 형사절차에서 이미 정보통신망법 위반·모욕죄 유죄판결 및 약식명령을 받은 상태였다.

(2) 법원의 판단

본소 청구는 피고들이 원고에게 손해배상을 해야 한다고 판결했으며, 반소 청구는 기각되었다.

첫째, 사실 적시 여부와 관련하여 법원은 피고들의 발언·댓글이 구체적 사실관계를 전제로 원고를 성접대·성매매 제공자 등으로 묘사한 점을 들어서 단순한 의견표명이 아니라 허위 사실 적시 또는 모욕에 해당한다고 보았다. 특히 표현의 횟수, 기간, 사용된 언어의 저열성과 인신공격성을 고려하여 인격권을 침해하는 불법행위에 해당한다고 판단하였다.

둘째, 원고는 공직자나 공인의 범주에 속하지 않는 일반인이고, 문제 된 표현 내용도 성적 비방·사적 생활 영역에 관한 것이어서 공적 관심사로 보기 어렵다고 보았다. 따라서 표현의 자유에 대한 완화된 심사보다는 인격권 보호에 보다 무게를 두어야 할 사안으로 평가되었다.

셋째, 피고들은 자신들의 발언이 공공의 이익을 위한 행위라고 주장하였으나, 법원은 적시된 사실의 내용, 이를 진실로 믿게 되었다는 근거와 자료의 신빙성, 사실 확인의 용이성, 피해자의 피해 정도 등을 종합한 결과, 진실로 믿을 만한 상당한 이유가 인정되지 않는다고 보았다. 이미 형사재판에서 허위 사실 적시 명예훼손에 대한 유죄가 확정된 점도 고려되어 공익성을 이유로 한 위법성 조각 주장은 배척되었다.

넷째, 법원은 이 사건 방송이 다수의 시청자가 참여하는 상태에서 장기간 반복되었다는 점, 인터넷 방

송이 전파력, 파급력과 확대·재생산의 가능성이 크고 명예회복이 곤란한 매체라는 점을 강조하였다. 또한 피고들이 이러한 콘텐츠를 통해 경제적 이익까지 얻고 있고, 저열한 언어 사용과 긴 침해 기간으로 원고의 정신적 피해가 매우 크다고 보면서 피고 B는 1,000만 원, 피고 C는 700만 원이라는 비교적 높은 위자료를 인정하였고 방송에 댓글 형식으로 가담한 피고 D는 300만 원의 위자료를 부과하였다.

다섯째, 법원은 피고들이 실질적 사실 확인 없이 '확인된 사실'처럼 반복적으로 방송·댓글로 유포한 점을 들어 최소한의 조사·검증 의무를 위반한 것으로 보았다. 피고들이 자신들의 잘못을 제대로 뉘우치고 있는 것으로 보이지는 않는 점을 피고들에게 불리한 정상으로 참작하고, 반면 원고도 자신의 채널과 게시물을 통해 일부 모욕적 표현으로 피고들을 자극한 점을 참작하여 위자료 산정에서 피고들에게 유리한 정상으로 일부 반영하였다.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성

이 판결은 개별 유튜브 채널을 전통 언론과 동일한 지위의 '언론기관'으로 명시적으로 인정하지는 않지만, 정보통신망을 통한 반복적 방송이 여론 형성 및 개인 인격권에 중대한 영향을 미친다는 점에서 전통 언론보도와 유사한 법적 기준을 적용하고 있다. 특히 허위 사실 적시, 공익성·진실성·상당성 판단기준, 전파력·파급력에 따른 위자료 가중이라는 구조는 언론보도 명예훼손 판례와 유사한 면을 보여준다. 판결문에서 유튜브 채널을 "방송"이라고 정의하거나, 방송법상 방송매체에 해당한다고 판시하지 않았다. 대신 "실시간 생방송", "다중의 시청자 참여", "전파력·파급력·확대·재생산 가능성이 크다"는 이유를 제시하면서 손해배상 액수와 위자료 산정에서 유튜브 실시간 방송을 전통적 방송과 유사한 전파력이나 영향력을 가진 매체로 사실상 평가한 것으로 보인다.

(나) 유튜브의 형식적 특성이 판결에 미친 영향

법원은 문제 된 표현이 다수의 시청자가 참여하는 실시간 방송 형식으로 반복적으로 송출되고, 이후에도 인터넷을 통해 손쉽게 공유·재생산될 수 있다는 점을 들면서 해당 플랫폼 구조가 원고에 대한 비난과 조롱이 빠르게 확산되고 장기간 잔존하도록 만드는 요인이라고 보았다. 이러한 매체적 특성 때문에 한 번 훼손된 원고의 명예와 인격권을 회복하기 어렵다고 판단하여 위자료 액수를 정할 때 전파력·반복성·확대 가능성을 피해 가중 요소로 반영한 것으로 이해할 수 있다.

(다) 유튜브 채널에 대한 법원의 판단기준

이 판결에서 사인에 대한 성적 비방·인신공격적 콘텐츠에 대하여 표현이 사실 적시인지, 해당 사실의 진실성 및 상당성, 반복성과 전파력, 사용 언어의 저열성과 인신공격성, 경제적 이익과 결합 여부를 종합적으로 고려하여 불법행위의 책임과 위자료 수준을 정하였다. 이 사건에서 공익성 주장이나 '풍자·엔터테인먼트' 형식만으로 위법성이 경감되지 않는다는 점을 보여주었다.

라. 부실 수사 의혹 유튜브 방송에 대한 명예훼손 책임 인정 사건

(서울중앙지방법원 2023. 5. 11. 선고 2021가단5075579 판결; 서울중앙지방법원 2024. 2. 1. 선고 2023나29613 판결)

(1) 사건의 개요

원고는 장기간 검사로 재직하며 차장검사·부장검사 등을 거쳐 공직을 수행해 온 전직 검사장급 인사이며 소 제기 당시 공공기관 부원장으로 재직 중인 공무원이다. 피고는 주요 언론사의 법조팀장 및 논설위원으로 활동해 온 기자로서 약 12만 6천 명 구독자를 보유한 유튜브 채널을 운영하는 자이다. 이 사건은 검찰의 부실 수사 및 특혜 의혹이 대두된 상황에서 피고가 SNS와 유튜브를 통해 원고를 실명으로 비판한 사안이다. 피고는 페이스북 게시글에서 원고가 특정 사건의 수사를 소홀히 했다고 지적하였고, 자신의 유튜브 채널에 원고가 주요 보직에 있었음에도 수사를 하지 않았다는 내용을 반복적으로 게시하였다. 이에 원고는 해당 게시글과 영상이 허위 사실로 명예를 훼손했다며 피고를 상대로 위자료 1억 원 위자료 등을 청구했다. 이에 원고는 위 게시글과 영상이 자신의 명예를 훼손하고 모욕하였다며 형사고소 및 민사상 손해배상청구를 제기하였다.

(2) 법원의 판단

법원은 피고의 게시글 자체는 공공의 이익을 위한 것으로 보아 명예훼손이 아니라고 판단하였으나, 영상에서 허위 사실이 포함된 발언이 있었고, 이는 공직자인 원고의 명예를 훼손한 것으로 보았다.

첫째, 사실 적시 여부와 관련하여 1차·2차 게시글은 전반부만 보면 '특정 사건 수사를 부실하게 했다'는 취지로 오해될 여지가 있다. 그러나 전후 문맥과 원고 입장문 게재 이후 작성된 2차 게시글의 내용을 종합하면, 이는 '원고가 사건에 관여하지 않았다는 사실을 전제로 관여하지 않은 이유를 문제 삼는 의견 표명으로 이해되므로, 허위 사실 적시에 의한 명예훼손 성립은 부정된다.

반면 유튜브 영상의 경우, 피고는 해당 사건 수사 기간과 원고의 각 직위를 대응시키며 "각 시기마다 수사할 수 있었음에도 하지 않았다"는 취지를 반복하여 강조하였다. 법조기자라는 경력과 시청자가 가지는 신뢰를 고려하면, 이는 '원고가 구체적인 수사·지휘 권한과 책임이 있었음에도 이를 방기하였다'는 구체적 사실을 단정하는 표현으로 평가된다. 그러나 원고는 해당 직위 재직 당시 해당 사건을 배당받은 사실이 없고, 사건 이송·결재·지휘 권한도 부여되지 않아 구체적 수사·지휘 책임을 부담하지 않았다. 따라서 위 유튜브 영상 발언은 허위 사실 적시에 해당한다.

둘째, 원고는 고위 검사 출신 공무원으로 공직자에 해당하며, 해당 사건은 고위 공직자·법조인 특혜 의혹과 관련된 대표적인 공적 관심 사건이다. 따라서 원고에 대한 비판·의혹 제기는 공직자의 도덕성·공정성·직무수행과 관련된 공적 사안에 관한 표현으로서, 원칙적으로 표현의 자유 보호 범위가 넓게 인정되어야 한다고 보았다.

셋째, 공직자에 대한 감시·비판은 악의적이거나 심히 경솔하지 않은 한 넓게 보호되며, 공익 목적의 보도라 하더라도 진실성 또는 진실로 믿을 만한 상당한 이유가 있어야 위법성이 조각된다. 그러나 이 사건 발언에 관해 법원은 피고가 원고에게 위 사건에 대한 구체적 수사·지휘 권한과 책임이 실제로 부여되었는지에 관한 자료를 적절하고도 충분히 조사했다고 보기 어렵고, 이 사건 발언이 공직자의 수사 공정성과 관련된 것으로 그 목적이 공공의 이익을 위한 것이라고 하더라도 피고의 발언이 진실이라고 믿을만한 상당한 이유가 있었다고 보기 어렵다고 판단하였다.

넷째, 손해배상액 산정에서 법원은 이 사건 유튜브 영상의 제목과 내용, 발언의 시간, 허위 사실이 발언 중 차지하는 비중, 피고의 사실 확인을 위한 노력의 정도, 영상이 원고의 공직 및 사회생활에 미치는 영향, 피고가 운영하는 유튜브 채널의 구독자 수(약 12.6만 명), 영상의 조회수 및 그 파급력 등을 바탕으로 명예훼손으로 인한 정신적 손해를 금전적으로 평가하여 위자료 1,000만 원을 인정하였다. 유튜브의 높은 전파력 및 확산 가능성이 위자료 가중 요소로 반영된 점이 특징이다.

다섯째, 법원은 공직자 비판을 목적으로 하더라도 구체적 사실(특히 '특정 사건 수사를 할 권한과 책임을 갖고 있었음에도 일부러 하지 않았다'는 취지)을 단정적으로 진술하려면, 적어도 관련 규정, 직무분장 및 배당 내역 등을 확인하는 합리적 조사 의무가 있다고 보았다. 피고는 자신의 법조경력과 기존 기사만을 근거로 원고의 권한과 책임을 추정하면서, 실제 직무분장과 사건 배당 상황을 확인하지 않은 채 임무 방기 사실을 단정적으로 발언하였으므로 최소한의 사실확인 의무를 위반한 것으로 판단되었다.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성

이 판결은 유튜브 채널의 콘텐츠에도 전통 언론보도와 동일한 명예훼손의 판단기준을 적용하였다. 특히 법조 전문기자가 운영하는 유튜브 채널에서의 발언을 "공직자에 대한 언론적 감시·비판 행위"로 보고, 그만큼 영향력·신뢰도도 높게 평가하여 책임의 무게도 언론보도에 준하는 수준으로 본 점에서 유튜브 저널리즘을 전통 언론과 기능적으로 유사한 매체로 다루는 경향을 확인할 수 있다.

(나) 유튜브의 형식적 특성이 판결에 미친 영향

법원은 명시적으로 "구독자 수, 영상 조회수, 파급력"을 위자료 산정 요소로 거론하면서, 유튜브 채널의 확산력과 영향력을 피해 가중 사유로 반영하였다. 이는 동일한 허위 발언이라도 다수 구독자를 가진 유튜브 채널에서 반복적으로 영상으로 유포될 경우 인격권 침해의 범위 및 심각성이 더 크다는 점을 인정한 것으로 볼 수 있다, 향후 유튜브 명예훼손 사건에서 플랫폼 규모·시청자 기반이 책임 범위 산정의 핵심 요소로 작용할 수 있을 것으로 보인다.

(다) 유튜브 채널에 대한 법원의 판단기준

이 판결에서 공직자·공적 사안에 관한 유튜브 콘텐츠라도 특히 직무상 권한과 책임의 존재와 행사 여부를 구체적 사실로 적시하려면 충분한 사실 확인이 필요하다는 것을 알 수 있다. 또한 "할 수 있었는데 안 했다"는 식의 수사 방기 및 직무 유기 취지의 발언은 실제 직무분장과 불일치 할 경우 허위 사실 적시로 평가될 수 있다. 공익적 문제제기와 강한 표현은 폭넓게 보호되지만, 사실관계를 뒷받침할 조사자료 없이 구체적 직무 방기를 단정하는 경우에는 '악의 또는 심히 경솔한 공격'으로서 명예훼손 책임이 인정될 수 있다. 그리고 유튜브 채널의 구독자 및 조회수 등 매체 영향력은 위자료 산정 시 중요한 고려 요소로 기능한다. 이 판결은 유튜브 기반 시사·법조 채널이 공직자 감시·비판이라는 언론적 역할을 수행할 수 있음을 인정하면서도 그 영향력에 상응하는 사실확인 의무와 책임을 부과한 사례로서 의미를 가진다.

마. 지역 터미널 개발 특혜 의혹 유튜브 방송에 대한 명예훼손 책임 인정 사건

(서울서부지방법원 2023. 9. 22. 선고 2020가합30392 판결; 서울고등법원 2024. 8. 30. 선고 2023나2048996 판결)

(1) 사건의 개요

원고 주식회사 B(이하 '원고 회사')는 지역 터미널 현대화사업을 진행 중인 법인이다. 원고 A는 재단법인의 설립자이자 원고 회사의 실질적 소유자로 알려진 인물이다. 유튜브 채널을 운영하는 피고는 'F 게이트'라는 제목으로 원고 관련 의혹을 연속 방송했다. 이 사건 각 영상에서 피고는 원고 A가 정치권 유력 인사 일가에게 불법 자금을 제공했고, 이 관계를 이용해 E시로부터 터미널 부지 매입·용도 변경·도시계획 변경 등 각종 특혜를 받았다는 취지로 발언하였으며 방송에서 원고 A를 '터미널 소유주'라고 언급하였다. 원고는 피고가 원고들을 특정하여 불법적 자금 제공과 특혜를 받았다는 허위 사실을 게시하여 명예를 훼손했다고 주장하며 손해배상과 정정보도를 요구했다. 피고가 언급한 F터미널을 소유한 부자라는 정보는 원고 A로 특정될 수 있다고 주장했다.

(2) 법원의 판단

법원은 허위 사실 적시와 사실확인 의무 위반을 인정하여, 피고에게 각 1,000만 원의 위자료와 정정보도 이행을 명했다.

첫째, 피고는 "누가 도와줬겠느냐", "F터미널 가진 부자가 도왔다" 등 의혹 제기 형식을 사용했으나, 전체 맥락상 "원고 A가 정치권 유력 인사 일가에게 불법 자금을 제공했다"는 사실을 간접적으로 적시한 것으

로 보았다. 터미널 부지 입찰, 용도지정, 복합개발 승인, 버스 박차장[11] 외곽 설치, 인근 도로 도시계획 해제 등에 관해서도, 구체적 특혜 사실이 있는 것처럼 단정적으로 발언하고 있으므로 단순 평가·의견이 아니라 사실 적시로 판단했다.

둘째, 터미널 현대화사업, 도시계획 변경, 지자체와 사업자 간 특혜 여부는 공적 관심사에 해당한다. 그러나 원고 A는 공무원·정치인이 아니라 특정 민간 사업자이므로 공적 인물로서 감수해야 할 비판의 범위가 제한된다는 점이 고려되었다.

셋째, 피고는 공적인 관심 사항에 대한 의혹을 제기한 것이고, 최대한의 취재를 거쳐 드러난 사실을 합리적으로 설명하는 'F 게이트'에 관하여 보도를 하였고, 이 과정에서 'F 게이트'가 진실이라고 믿고 보도를 하였으므로 위법성이 조각된다고 주장하였다. 그러나 피고가 제시한 근거는 청와대 오찬, 병문안, 제보자 문자메시지 등 단편적 사실과 풍문에 불과하고 불법 자금 제공·특혜 부여를 뒷받침할 객관적 근거가 없다고 보았다. 감사원 감사 결과, 터미널 부지 매입·사업 추진 과정에서 공익상 필요가 인정되고, 위법하다고 볼 수 없다는 이유로 별도 처분요구 등을 하지 않는다는 '불문 의결' 결정이 있었다. 터미널 부지 낙찰가는 인근 토지보다 높은 수준이었으며, 용도지정·박차장 위치·도로 해제 등도 법령·절차에 따른 조치로 보였다. 피고는 원고 측에 사실 확인을 시도한 자료도 제시하지 못했고, 제보의 신빙성, 객관성 검증도 부족하여 "진실이라고 믿을 만한 상당한 이유"가 부정되었다.

넷째, 법원은 피고 채널의 구독자·조회수, 방송 형식의 자극성, '게이트' 프레임 등으로 인해, 원고 A의 사회적 평판과 원고 회사의 신용이 크게 훼손되고, 사업 수행에도 부정적 영향이 발생했다고 보았다. 이 점을 위자료 액수와 정정보도 필요성 산정에 반영하였다.

다섯째, 법원은 유튜브 채널 운영자도 공적 사안에 대해 특정인을 부패와 비리 주체로 지목할 때에는 언론사에 준하는 수준의 사실 확인·자료 검증 의무를 부담한다고 전제하였다. 피고가 이를 소홀히 한 채 조회수와 수익을 위해 자극적 의혹을 반복 제기한 점을 불법성 판단에서 특히 문제 삼았다.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성

이 판결은 개인이 운영하는 유튜브 채널이라 하더라도 공공사안에 관하여 특정 개인 및 법인에 대한 비리 의혹을 제기하는 경우 전통 언론보도와 동일한 명예훼손과 신용훼손 판단 구조와 사실확인 의무 기준을 적용하고 있다. 동시에 법원이 이 채널을 방송법상 제도권 언론기관으로 보지는 않으면서도 공적 의혹 제기와 여론 형성 기능을 수행하는 사실상의 매체로 간주하여, 표현의 자유와 인격권 보호의 충돌을 언론 판례와 유사한 틀에서 조정하고 있다는 점을 알 수 있다.

11 박차장(泊車場)은 버스를 세워두는 장소를 말한다.

(나) 유튜브 형식이 판결에 미친 영향

법원은 'F 게이트'라는 연속 기획, 암시적·단정적 표현이 혼재된 서사 구조, 조회수·구독자 수를 전제로 한 자극적 제목과 편집 방식 등이 단순한 의견 제시를 넘어 허위 의혹을 증폭시키는 요인으로 작용했다고 보았다. 이러한 형식적 특성은 유튜브 채널의 전파력, 영리성과 결합하여 원고들의 사회적 평가와 신용을 중대하게 훼손한 요소로 보아 위자료 액수 산정과 정정보도의 필요성을 정당화하는 근거가 되었다.

(다) 유튜브 채널에 대한 법원의 판단 기준

이 판결은 유튜브 채널 운영자도 공적 사안에 관해 특정 인물이나 기업을 부패 및 비리의 주체로 지목하는 경우 언론인에 준하는 수준의 사실 확인과 자료 검증 의무를 부담한다는 것을 알 수 있다. 특히 제보나 풍문과 일부 정황만으로 '불법 자금 제공'과 '지자체 특혜'라는 핵심 사실을 단정하거나, 감사원 불문의결 및 행정·사법절차의 결과와 배치되는 의혹을 반복 방송하는 경우 공익 목적이 인정되더라도 진실성, 상당성 요건을 충족하지 못한 것으로 보아 불법행위 책임과 함께 정정보도까지 명할 수 있음을 보여준다.

바. LGO 민팅 프로젝트 임금체불 의혹 유튜브 방송에 대한 명예훼손 책임 부정 사건

(서울중앙지방법원 2024. 2. 7. 선고 2023가합57423 판결; 서울고등법원 2024. 10. 18. 선고 2024나2011687 판결)

(1) 사건의 개요

원고가 운영하는 원고회사는 소외회사와 LGO[12] 민팅[13] 프로젝트 개발 위탁계약을 체결했다. 소외회사는 '이 사건 프로젝트'를 진행했고, 원고회사는 이에 대한 NFT[14] 개발 용역을 수행했다. 이 사건 프로젝트로 발생한 수익은 원고회사가 받았으며, 원고는 이 수익을 소외회사에 지급하지 않았다. 소외회사는 위 수익 외에 직원 임금으로 사용할 자금이 없어 임금체불 사태가 발생했다. 피고는 유튜브 채널을 운영하며 피고는 2022년 9월 유튜브 채널에 이 프로젝트와 관련된 동영상을 게시하였고, 이후 이 영상을 바탕으로 한 기사들이 언론사 사이트에 게재되었다. 원고는 영상이 "원고 회사가 프로젝트 수익 약 13억 원 상당을 소외회사에 지급하지 않아 소외회사 직원 임금 체불 사태가 발생했고, 이에 대한 책임이 원고에게 있다"는 취지, "원고가 슈퍼카 8대를 보유한다"는 취지의 허위 사실을 적시하여 명예를 훼손했다고 주장하면서 영상 삭제 및 기사 삭제 요청 의무, 위자료 3,000만 원을 청구하였다.

12 Life Goes On의 약칭이다.

13 서로 다른 가상화폐를 상대편 체인에 생성하여 교환하는 것으로, 예컨대 A라는 가상화폐를 제공하고, 그 대가로 NFT를 발급받는 것을 의미한다.

14 NFT는 Non Fungible Token의 약칭으로서, 블록체인기술을 이용하여 디지털자산의 소유주를 증명하는 가상의 대체불가토큰을 의미한다.

(2) 법원의 판단

피고의 원고 관련 영상 및 제보가 단순 의견 표명으로 법적 책임을 구성하지 못하고, 원고의 임금체불 연관성 및 슈퍼카 소유 증거가 부족해 원고 청구는 기각되었다.

첫째, 먼저 임금 체불 관련 부분과 관련하여 영상은 "원고가 CTO[15]이자 최대주주이지만 법적 대표가 아니라 책임이 있는지 의문"이라는 언급과 함께, 소외회사 측 제보를 소개하면서 "원고 회사가 LGO 수익을 지급하지 않아 소외회사에 자금난이 발생했고, 그 결과 직원 임금체불 사태로 이어졌다"는 취지로 구성되어 있다. 법원은 이 중 "수익 미지급과 임금체불 사태가 연결되었다"는 부분은 구체적 사실 적시이지만, 원고의 법적 책임에 관한 언급은 사실 적시가 아니라 의견표명으로 보았다. 다음으로 영상에는 '슈퍼카 8대 보유'라는 제보 언급이 있으나, 이후 원고 본인의 "차가 8대 있다"는 발언을 소개하며 "슈퍼카가 아닐 수도 있다"는 정정 취지가 함께 제시된다. 법원은 영상이 "차량 8대 중 슈퍼카도 있을 수 있다" 정도를 전달할 뿐, "8대 전부가 슈퍼카"라는 사실을 단정했다고 보기는 어렵다고 판단하였다.

둘째, 이 사건은 블록체인·NFT 투자 프로젝트와 관련한 임금체불 및 자금 흐름 문제에 관한 것이고 투자자, 근로자에게 영향을 미치는 경제적·사회적 관심 사안이라는 점에서 공공의 이해와 관련된 사안에 해당한다. 원고는 연예 프로그램 출연, 연예인과의 결혼 등으로 일정 정도 알려진 인물로서 "완전한 사인"이라기보다 공적 관심의 대상이 될 수 있는 위치에 있다고 보았다. 따라서 프로젝트 운영·자금 처리에 대한 문제 제기·비판은 원칙적으로 넓게 허용되어야 하고, 그 책임에 관한 의견표명 역시 수인 범위가 상대적으로 넓게 인정된다고 전제하였다.

셋째, 임금체불 관련 사실 부분(수익 미지급과 임금체불의 연관성)에 대해 법원은 원고 회사가 LGO 프로젝트 수익을 이더리움으로 받은 뒤 USDT 약 13억 원 상당으로 교환하여 보유한 사실, 소외회사가 테라·루나 사태 등으로 자금난에 처해 있고, 그 외 임금 지급 재원이 마땅치 않았던 정황, 월평균 인건비 규모 등을 고려할 때, 수익이 제때 지급되었다면 임금체불 사태를 피할 수 있었을 가능성은 합리적 추론의 범위 안에 있다고 보았다. 원고가 주장하는 "수익 미지급과 임금체불 사이에 아무 관련이 없다"는 점은 입증되지 않았으므로 이 부분을 허위라고 보기 어렵고, 공적 사안에 대한 문제 제기로서 상당한 근거가 있다고 평가하였다. 책임 부분은 법적 책임이 아니라 경제적·사실적 연관성을 강조하는 의견으로 이해해야 하므로 의견표명이 수인 한도를 넘지 않는 이상 위법성이 인정되기 어렵다고 보았다.

넷째, 판결은 유튜브 채널의 구독자 수·조회수나 전파력을 구체적 수치로 평가하여 위자료를 산정하지는 않았다. 다만, 영상이 언론 기사로 이어져 여러 인터넷신문에 보도된 점을 인정하면서도 적시된 사실의 주요 내용이 객관적 정황에 부합하고, 책임 부분이 의견표명 수준에 해당하므로 명예훼손으로 인한 손해배상이나 동영상 삭제를 명할 정도의 인격권 침해로 보기는 어렵다고 하였다. 재판부는 결론에 "이 사건 영상의 적시사실 또는 의견표명으로 인하여 원고가 다소 불쾌감을 느낄 수는 있다고 하더라도 수인한도를 넘었다고 볼 수도 없다"고 명시하였다.

다섯째, 이 사건에서 법원은 피고가 소외회사 운영자의 구체적 제보와 회사 재무 상황, 수익 미지급 사

15 Chief Technology Officer의 약칭으로 기술총괄이사를 의미한다.

실을 일정 부분 확인한 뒤 콘텐츠를 제작하였다는 점을 고려하였다. 특히, 원고도 수익 미지급 사실(약 13억 원)을 인정하고 있으므로 피고가 수익 미지급 자체를 허위로 꾸며낸 것은 아니라고 보았다. 슈퍼카 관련 부분도 제보임을 명시하고, 영상 내에서 "슈퍼카가 아닐 수도 있다"는 단서를 붙인 점 등을 종합해 보면, 사실 확인 과정에 중대한 결함이 있다고 보기 어렵다고 판단하였다.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성

법원은 문제된 유튜브 영상이 특정 기업의 임금체불 사태의 원인 규명 등 공적 관심 사안과 관련되고, 기업 및 경영진에 대한 비판·감시 기능을 수행한다는 점을 인정하였다. 이러한 점을 근거로 수익을 추구하는 유튜브 채널이라 하더라도 공익적 감시·비판 기능을 수행하는 범위 내에서는 일정 부분 언론적 기능을 수행하는 것으로 볼 수 있다.

(나) 유튜브의 형식적 특성이 판결에 미친 영향

이 사건에서는 유튜브의 전파력·수익 구조가 위자료 산정 요소로 적극적으로 고려되지는 않았다. 하지만 유명인에 대한 비판적 콘텐츠가 유튜브를 통해 유통된다는 점을 감안하더라도 공적 사안에 관한 적정한 범위의 문제 제기가 필요하고 제보와 자료에 기반한 합리적인 추론이어야 하며 의견과 사실이 혼재되더라도 수인 가능한 수준의 표현 범위 안에 있는 경우, 명예훼손 책임은 인정되지 않음을 확인할 수 있었다.

(다) 유튜브 채널에 대한 법원의 판단기준

이 판결에서 법원은 유튜브 채널에 대해 다음과 같은 기준으로 판단하였다.

첫째, NFT 프로젝트·임금체불 등 공적인 경제 사건에 관한 유튜브 콘텐츠는 기본적으로 공익적 문제제기로 폭넓게 보호된다. 따라서 수익 미지급으로 인한 임금체불과 같은 인과관계 평가가 객관적 정황에 비추어 합리적 추론 범위에 있다면, 이를 허위 사실 명예훼손으로 보기는 어렵다.

둘째, 법적 책임 여부에 관한 평가는 의견표명으로 보되, 그 표현이 구체적 범죄사실을 단정하는 수준을 넘지 않는 한 수인 가능한 비판으로 인정될 수 있다. 그리고 슈퍼카 보유 등 주변 정보는 제보임을 명시하고, 영상 내에서 스스로 수정이나 보완하는 등 조심스러운 표현이라면 일부 부정확성이 있더라도 전체 취지상 허위 사실에 의한 명예훼손으로 보기 어렵다. 따라서 이 판결은 악의적 비방형 연예인 유튜브를 제재한 다른 판결들과는 달리, 경제·투자 관련 유튜브 채널의 공익적 비판 기능을 인정하면서 공적 사안에 대한 합리적 의혹 제기는 다소 불편을 초래하더라도 명예훼손으로 쉽게 규제하지 않겠다는 기준을 제시한 것으로 볼 수 있다.

사. 변호사 대상 음주운전 허위 사실 유튜브 방송에 대한 명예훼손 책임 인정 사건

(서울중앙지방법원 2024. 5. 21. 선고 2023가단5333477 판결; 서울중앙지방법원 2025. 3. 12. 선고 2024나33527 판결)

(1) 사건의 개요

원고는 다른 유튜브 채널 방송에 출연한 경력이 있는 변호사이고 피고는 유튜브 채널을 운영하면서 원고가 등장한 다른 채널 방송, 의뢰인과의 보수 분쟁, 언론보도 등을 주제로 반복적으로 방송한 자이다. 문제된 유튜브 영상은 원고가 2022년 10월 다른 유튜브 채널의 저녁 방송에 출연한 뒤 음주운전을 했다고 주장한 내용이었는데, 실제로는 원고를 포함한 유튜버 모임에서 식사하며 맥주 2병을 주문했고 누구도 대리운전을 부르지 않았다는 점을 비판하는 발언이 방송의 핵심이었다. 또 다른 영상에서는 원고와 제3자 사이의 변호사 보수 환불 분쟁을 반복적으로 언급하는 과정에서 실시간 채팅창에 "양아치냐" 등 원고를 비난하는 댓글이 다수 게시되었고, 피고의 욕설·반말 사용까지 함께 이루어졌다. 이에 원고는 음주운전 관련 허위 사실 적시, 욕설·반말, 비난성 댓글 방치로 사회적 명예가 훼손되었다고 주장하면서 각 부분에 대해 2,000만 원과 1,000만 100원의 위자료, 합계 3,000만 100원을 청구하였다.

(2) 법원의 판단

1심 법원은 피고의 발언 취지·표현 방식·방송 맥락과 시청자 채팅의 성격, 원고가 주장한 욕설 등의 내용을 종합하여, 원고를 비방하려는 목적이나 구체적 모욕·인신공격에 해당하는 불법행위가 인정되지 않는다고 보고 원고의 청구를 전부 기각하였다. 반면 항소심 법원은 피고의 유튜브 방송 중 원고가 음주운전을 한 것처럼 허위 사실을 말한 부분에 대해서만 명예훼손 책임을 인정하여 300만 원의 위자료 지급을 명하였고 그 밖의 모욕·채팅·교사·방조 관련 주장은 표현의 맥락·내용·근거 등을 종합할 때 불법행위에 해당하지 않는다며 모두 기각하였다.

첫째, 음주운전 부분과 관련하여 1심 법원은 제출된 증거를 검토한 결과, 피고가 "원고가 음주운전을 했다"고 구체적으로 단정하거나 특정했다고 볼 수 있는 표현은 확인되지 않는다고 보았다. 발언의 전체 취지는 "원고를 포함한 모임이 술을 마셨는데 대리운전을 부르지 않은 점"을 비판하는 의견표명에 불과하며, 원고 개인의 음주운전 행위를 특정하여 사실로 적시한 것으로 보기 어렵다고 판단하였다. 반면 항소심 법원은 피고의 발언 내용을 전체적으로 보았을 때 일반 시청자가 "원고가 음주 후 직접 운전했다"는 구체적 사실이 있었다고 받아들이는지가 핵심이며, 그 전제 사실이 객관적 사실과 합치하지 않는 이상 이를 단순한 의견이 아니라 허위의 사실 적시로 판단하였다. 다음으로 1심 법원과 항소심 법원은 동일하게 실시간 채팅에서 나온 "돌려줘라", "양아치냐", "신고하라" 등 표현은 피고가 직접 원고를 향해 지속적인 욕설·인신공격을 했다는 점은 구체적으로 특정되지 않았고, 제출된 증거상 피고의 표현이 의견표현의 한계를 넘는 심각한 인신권 침해에 해당한다고 보기 어렵다고 판단하였다. 항소심 법원은 추가로 문제 된 1억 로비 발언이

제3자 채널에서 이루어졌고, “원고가 로비 자금을 받았다”는 구체적 사실 적시는 제3자가 한 것이며, 피고는 “보도된 내용은 말해도 된다”, “변호사가 그 돈을 받으면 안 된다”는 수준의 응답에 그쳐 견해·논평에 가까운 표현을 한 데 불과하고, 제출된 영상만으로는 피고가 제3자에게 허위 사실 적시를 교사·방조하였다고 보기 어렵고 피고가 해당 언론보도가 허위임을 인식하고 있었다고도 볼 수 없다고 보았다.

둘째, 원고는 변호사로서 공적 사건을 대리하고, 유튜브·언론에 등장하는 공직적 성격의 법조인이다. 음주운전, 변호사 보수 환불, 로비 의혹 등은 공익과 직결되는 법조 윤리·직무 수행과 관련된 사안이며 공공의 관심 대상이 되는 공적 사안에 해당한다.

셋째, 음주운전 부분에 대해, 1심 법원은 피고 발언의 핵심은 술을 마신 모임에서 아무도 대리운전을 부르지 않은 관행을 문제 삼는 것이며, 원고를 음주운전 범죄자로 특정하여 악의적으로 허위 사실을 퍼뜨린 것으로 보기 어렵다. 보수 환불 분쟁 관련 방송에 대해서도 분쟁의 존재와 내용은 실제로 존재하는 사안이고, 피고가 자신의 채널에서 분쟁을 비판적으로 언급하고 시청자들이 이에 반응하는 과정은 공적 논의의 범주 내에 있다고 보았다. 따라서 공익성과 표현의 자유를 고려할 때, 피고의 표현이 위법한 명예훼손·모욕에 해당한다고 보기 어렵고, 위법성 조각 여부를 따질 단계에 이르지 않는다고 판단하였다. 반면 항소심 법원은 음주 운전 부분에 대해, 피고는 현장을 직접 보고 원고 일행 일부의 이동을 관찰한 상황이지만, 뒤를 따라간 인물, 술자리 전후 상황 등 원고가 택시를 이용했다는 사실을 모를 수 없는 정황이 있었다고 보았다. 그럼에도 원고까지 포함해 “다 대리 안 부르고 차로 갔다”고 단정적으로 표현한 것은 진실성·상당성 요건을 충족하지 못하는 허위 사실 적시로 판단하였다. 음주운전은 사회적으로 강한 비난의 대상이므로 형사처벌 여부와 관계없이 그 허위 사실 적시는 변호사인 원고의 명예를 심각하게 훼손하는 행위로 평가되었다.

넷째, 1심 법원은 채널 구독자 수, 조회수 등 구체적 전파력을 따로 언급하지 않았다. 오히려 문제 된 발언이 음주운전 사실을 구체적으로 적시한 것이 아니라는 점, 시청자 댓글은 원칙적으로 작성자 책임이라는 점, 피고의 표현 자체가 심각한 인신공격 수준에 이르렀다고 보기 어렵다는 점에 비추어 원고가 주장하는 정도의 명예훼손·정신적 손해가 발생했다고 인정하기 어렵다고 보았다. 반면 항소심 법원도 판결문에 구체적인 구독자 수·조회수는 적시하지 않았지만, 방송 제목에 원고 실명을 올리고, 음주운전 의혹이 커뮤니티 게시글로 이어진 점 등을 통해 발언이 단기간에 적지 않은 시청자에게 도달해 여론을 형성할 수 있었다고 보았다. 다만, 이 사건에서 인정된 손해는 음주운전 허위 사실 적시 부분에만 한정되고, 다른 부분은 책임이 부정된 점을 고려하여 위자료를 300만 원으로 제한하였다.

다섯째, 음주운전 관련하여, 1심 법원은 피고는 “맥주 2병 주문, 대리기사 호출 없음”이라는 객관적 사실을 토대로 음주문화·관행을 비판한 것이고, 원고 개인의 음주운전 범죄를 단정한 것이 아니라는 점에서 특별히 사실확인 의무 위반을 문제 삼지는 않았다. 댓글 부분에 대해서는 유튜브·커뮤니티 댓글에 대한 민·형사 책임은 원칙적으로 작성자가 부담한다는 원칙을 재확인하면서, 채널 운영자에게 댓글 내용까지 곧바로 명예훼손 책임을 지우기는 어렵다고 보았다. 항소심 법원은 의견·비판의 자유와 전제 사실의 진실성을 분리하여 판단하였다. 피고는 음주운전 여부를 객관적으로 확인할 수 있는 위치에 있었음에도, 원고가 실제로 택시를 이용했다는 사실을 확인하지 않은 채 “모두 차를 몰고 갔다”고 단정한 점에서 최소한의 사실확인 의무를 위반했다고 보았다. 반면, 제3자 채널에서의 발언은 이미 존재하는 언론보도에 기초한 의견

표명에 가깝고, 피고가 보도 내용의 허위성을 인식하거나 제3자의 허위 발언을 적극 유도했다고 보기 어렵다고 보고 교사·방조 책임은 부정하였다.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성

이 판결은 유튜브 채널 발언에 대해서도 언론·표현의 자유 관련 일반 법리를 그대로 적용하면서 공적 관심사에 대한 비판은 넓게 허용되지만 명예훼손 성립에는 구체적인 사실 적시와 사회적 평가 저하가 필요하다는 기준을 재확인하였다.

(나) 유튜브의 형식적 특성이 판결에 미친 영향

실시간 채팅·토론 형식, 다른 채널과의 교차 출연 등 유튜브 채널의 구조를 고려하되, 댓글이나 시청자 발언은 1차적으로 작성자에게 귀속되며 진행자의 발언 중 사실 단정 부분에 한해 엄격하게 책임을 묻는 방식을 취했다. 이는 유튜브가 상호작용·토론의 장이라는 점을 인정하면서도 진행자나 채널 운영자의 발언은 언론인 수준의 책임을 부담할 수 있다고 볼수도 있다.

(다) 유튜브 채널에 대한 법원의 판단기준

이 판결을 통해 다음과 같은 사실을 알 수 있다. 첫째, 공적 인물(변호사)에 대한 공익적 비판은 넓게 보호되지만 음주운전 등 중대한 비난 가능성이 있는 사안이라도 구체적으로 "누가 언제 어떻게 음주운전을 했다"는 사실을 명시적으로 단정하지 않았다면, 단지 음주 문화·관행 비판에 그친 표현을 곧바로 허위 사실 명예훼손으로 볼 수 없다. 둘째, 변호사 보수 분쟁 등 공적 논쟁 대상에 대해 유튜브에서 비판적 논평을 하는 것은 원칙적으로 허용되며, 일부 거친 표현과 시청자 댓글이 있다고 해서 바로 인신공격적 불법행위가 되는 것은 아니다. 셋째, 유튜브 채널 운영자는 자신의 발언에 대해서는 책임을 지더라도, 실시간 채팅·댓글의 내용까지 곧바로 민사책임을 부담하는 것은 아니며, 댓글 작성자가 1차 책임을 진다. 넷째, 유튜브 채널 운영자는 공적 인물·공적 사안에 대한 논쟁에서 언론과 유사한 감시·비판 기능을 수행할 수 있지만, 그에 상응하는 사실의 진실성에 대한 최소한의 확인 의무도 부담한다.

이 판결은 1심의 전부 기각을 일부 변경하여 '음주운전 허위 사실 적시' 부분만 명예훼손 책임을 인정하고, 다른 부분은 표현의 자유 범위 안에 있다고 본 점에서 유튜브 기반 공적 논쟁에서 허용되는 비판과 허위 사실 단정의 경계를 다시 한 번 확인한 사례라고 할 수 있다.

아. 불법 개 도축 의혹 유튜브 신상공개 인격권 침해 인정 사건

(대전지방법원 2024.7.3. 2023가합200967 판결)

(1) 사건의 개요

원고는 대전 동구 인근에서 견사(개 사육시설)를 운영하던 자이고 피고들(피고 B, C)은 각각 유튜브 채널 운영자이다. 피고들은 2022년 9월 원고의 견사를 무단 방문하여 견사, 개, 원고의 모습을 촬영하며 실시간 방송을 송출하는 과정에서 원고를 "H"라고 지칭하는 등 모욕적 표현을 사용하고, 원고의 얼굴, 주소와 차량 번호판을 노출시켰다. 이후 피고들은 유튜브 채널에 원고가 불법으로 개를 도축한다는 전제를 바탕으로 영상을 순차적으로 게시하였다. 2023년 10월에는 동구청 공무원과 함께 다시 견사를 방문하여 "예전처럼 막 갖다 놓고 도살하는 게 아니라 쉬쉬하며 스팟으로 한다"는 취지로 발언하며 원고를 다시 "H"라 지칭하는 장면을 촬영하여 송출하였다. 원고는 위 영상들에서 "견사에서 불법 개 도축을 한다"는 취지의 사실적시, 반복적 "H" 호칭과 원색적 비난, 얼굴, 주소와 차량번호 공개로 인해 원고를 모욕하고 명예를 훼손하는 등 인격권을 중대하게 침해되었다고 주장하였다. 따라서 영상 삭제 및 게재 금지, 위자료 3,000만 100원을 청구하였다.

(2) 법원의 판단

법원은 피고들이 근거 없이 원고를 불법 개 도축자로 지목하고 얼굴, 주소와 차량번호판 등을 노출하며 욕설과 비난을 가한 영상으로 원고의 인격권을 침해한 행위가 공익을 위한 정당행위에 해당하지 않는 불법행위라고 보아서 문제 된 영상의 삭제 및 재게시 금지 의무와 위자료를 인정하되, 이미 삭제되었거나 명예훼손·모욕성이 인정되지 않는 영상물에 관한 삭제·게재 금지 청구는 기각하였다.

첫째, 법원은 피고들이 게시한 영상들에서 "원고가 견사에서 개를 도살·도축한다"는 취지의 발언, "H"라는 호칭을 사용한 원색적 비난, 원고의 얼굴, 주소, 차량번호 등 신상을 그대로 노출한 점을 인정하였다. 이러한 표현은 단순한 의견표명이 아니라 불법 도축 사실을 전제로 한 비난, 모욕적 인신공격과 결합된 인격권 침해에 해당한다고 보았다.

둘째, 원고는 사적 공간에서 견사를 운영하던 일반인이고 공직자나 공인으로 보기 어렵다. 불법 도축 문제 자체는 사회적 논쟁이나 공익적 관심사일 수 있으나, 특정 개인의 주거지와 견사를 지목해 '불법 도축자'로 몰고, 얼굴과 주소를 공개하며 공격하는 방식은 사적 영역에 대한 침입이며 인격권 침해의 위험이 크다고 평가되었다. 따라서 이 사건 표현은 "공익적 문제제기"라는 이름만으로 완화된 심사를 적용하기 어렵고, 원고의 인격권 보호에 더 큰 비중이 두어져야 한다고 보았다.

셋째, 피고들은 "개 구조 또는 동물보호를 위한 공익적 활동"이라며 위법성 조각을 주장하였다. 그러나 법원은 다음과 같은 사정들을 근거로 이를 배척하였다. 원고가 실제로 불법 개 도축을 했다는 객관적 근거

나 자료가 제출되지 않았다. 관할 관청에 신고하고 행정·형사 절차를 통해 문제를 제기할 수 있음에도 피고들은 자신의 채널에서 모욕적 표현과 신상공개를 동반한 방송을 반복하는 방식으로 대응했다. 원고의 얼굴, 주소와 차량번호를 모자이크 없이 노출하여 시청자들이 원고 거주지를 찾아오는 상황까지 발생하는 등 수단·방법이 현저히 과도하였다. 따라서 표현의 목적에 일정 공익성이 있다고 하더라도 진실성·상당성 요건을 충족하지 못하고, 정당행위·위법성 조각 범위를 벗어난다고 판단하였다.

넷째, 법원은 유튜브라는 매체의 전파력, 영상 게시 기간이 길게는 약 1년 7개월에 달한 점, 영상들이 반복적으로 노출되어 원고의 주소지에 시청자들이 실제 방문하게 된 점 등을 들어 인격권과 사생활 침해의 정도와 피해의 심각성이 크다고 보았다. 피고 B는 가처분 결정을 받고도 상당 기간 기존 영상 삭제·게재 금지 명령을 이행하지 않고, 오히려 추가 영상을 게시했다가 이 사건 변론종결 무렵에야 삭제 또는 비공개 처리하였다. 이러한 점을 고려하여, 피고 B는 위자료 800만 원, 피고 C는 피고 B와 공동하여 500만 원을 부담하도록 하였다.

다섯째, 법원은 피고들이 원고의 불법 도축을 비난하면서도 구체적 증거 없이 제보나 추정에 의존한 채 영상으로 단정적으로 전달한 점, 관청 조사나 수사 등 공적 절차와 무관하게 폭로 형식으로 반복 방송한 점을 들면서 최소한의 사실확인 의무를 이행하지 않았다고 보았다. 또, 모자이크 없이 신상을 전면 노출하고, "H" 등 모욕적 표현과 후원금 모금까지 결합된 행태는 단순한 동물보호 활동이나 공익 제보 범위를 벗어나며 원고의 인격권과 사생활을 수단화한 것으로 판시하였다.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성 및 차이점

이 판결은 유튜브 채널의 '현장 폭로형 콘텐츠'에 대해서도 전통 언론 판례와 동일한 명예훼손 및 인격권 침해 법리를 적용하면서 공익적 목적이 있더라도 진실성·상당성·수단의 적정성을 갖추지 못하면 위법성이 조각되지 않는다는 점을 분명히 했다. 동시에, 유튜브는 편집과 취재 체계가 취약한 개인 매체라는 점을 감안하더라도 특정 개인의 신상이나 주거지를 공개하고 '불법 도살자'로 낙인찍는 행위는 전통 언론보다도 더 직접적이고 위험한 인격권 침해를 초래할 수 있다는 점을 확인한 것으로 볼 수 있다.

(나) 유튜브의 형식적 특성이 판결에 미친 영향

법원은 실시간 방송, 시청자 후원 구조, 채널 운영자가 직접 현장을 찾아가 촬영하는 방식, 신상 노출과 시청자의 실제 방문 유도 가능성 등 유튜브 특유의 형식과 상호작용성이 피해 증폭 요인으로 작용했다고 평가하였다. 특히 가처분 후에도 해당 콘텐츠를 삭제하지 않고 추가 콘텐츠를 제작해 방영한 것을 원고에 대한 지속적인 공격으로 보아, 위자료 및 간접강제 명령의 근거가 되었다.

(다) 유튜브 채널에 대한 법원의 판단기준

이 판결에서 동물보호 및 불법 도축 규제와 같이 공익적 의제와 결합된 유튜브 콘텐츠라도 특정 개인의 불법행위를 단정하려면 충분한 사실 확인과 증거가 필요하다는 것을 알 수 있다. 또한 신상 공개와 모욕적 호칭, 반복적 비난이 결합된 경우 공익 목적을 주장하더라도 인격권 침해 책임이 인정될 수 있다. 가처분 결정에도 불구하고 삭제를 지연하거나 추가 영상을 게재한 경우, 법원은 간접강제를 통해 삭제나 재게시 금지를 강하게 강제할 수 있다. 채널 운영자(피고 B)와 협력 채널 운영자(피고 C)는 공동불법행위자로서 각자의 관여 정도에 따라 차등적인 위자료 책임을 부담할 수 있다.

자. 마약 전과 반복 언급 유튜브 방송에 대한 인격권 침해 책임 인정 사건

(의정부지방법원 2024. 7. 9. 선고 2023가단128399 판결)

(1) 사건의 개요

원고는 과거 언론 기자로 근무했고, 현재 1인 언론을 운영하는 사람이고 2018년 필로폰 1회 투약으로 징역 10월, 집행유예 2년 선고를 받았으며 피고는 구독자 수가 75만 4천 명의 유튜브 채널을 운영하는 자이다. 피고는 유튜브 채널에 약 10분 26초 길이의 동영상을 게시하여, 원고의 필로폰 투약 전과 사실을 반복적으로 언급하고, 원고를 '마약중독자', '마약 전과가 정체성을 규정하는 가장 중요한 부분' 등으로 표현하며, 원고가 자신의 전과 게시글에 대해 형사고소를 한 것을 두고 '시민팔이', '시민을 괴롭힌다', '시민을 공격하고 겁박한다'는 식으로 비난하였다. 원고는 피고가 이미 형 확정된 마약 전과를 유튜브 영상에서 반복적으로 부각하고 비하적 표현을 덧붙임으로써 언론인으로서의 명예와 직업적 신뢰가 저하되고 현재도 정신적 고통을 받고 있다고 주장하며, 위자료 3,000만 원과 향후 전과 언급 일체 금지, 유사 게시·유인물 배포 금지 및 위반 시 1일당 100만 원 간접강제를 청구하였다.

(2) 법원의 판단

법원은 피고가 원고의 전과 사실을 공개해 명예를 훼손한 책임을 인정하고, 피고에게 위자료 200만 원 및 동영상 삭제 의무 불이행 시 하루 30만 원의 간접강제금을 부과하며, 판결 확정일로부터 7일 이내 해당 동영상을 삭제할 의무가 있다고 판단하였다.

첫째, 피고가 영상에서 언급한 "2018년 필로폰 투약 전과"는 실제 유죄판결로 확정된 사실로서 진실에 해당한다. 그러나 법원은 이미 확정된 전과 사실이라도 이를 다시 적시해 사회적 평가를 저하시킬 수 있으면 명예훼손이 될 수 있고, 이 영상이 전과 사실을 반복적으로 언급하며 원고를 "마약중독자" 등으로 규정하고 전과를 원고의 정체성 핵심으로 묘사한 점에 비추어, 단순한 사실 전달을 넘어 인격적 평가를 크게 훼손하는 표현이라고 보았다. 따라서 진실한 전과를 적시했더라도, 표현 방식·강도 때문에 민사상 명예훼손(인격권 침해)이 성립한다고 판단하였다.

둘째, 원고는 언론사 기자 출신으로 1인 언론을 운영하는 공적 존재이지만, 마약 전과 자체는 현재의 취재 활동과 직접 관련된 새로운 비위·재범 사실이 아니라 과거 1회 투약 전과에 불과하고, 해당 전과로 인한 결격사유 발생, 현 시점 업무 수행과의 직결된 문제 등이 존재하지 않는다. 법원은 "원칙적으로 원고의 마약 전과는 사생활 영역에 속하는 사항"으로, 공적 사안으로 보기 어렵다고 보았고, 이 전과를 다시 언급해야 할 특별한 공익 필요성이 드러나지 않는다고 판단하였다.

셋째, 피고는 "원고가 공적 인물이고, 전과는 이미 공개된 정보이며, 공익을 위해 보도했다"고 주장했으나, 법원은 다음과 같이 보았다. 이미 널리 알려진 사실을 다시 말한다고 해서 명예훼손 성립이 부정되지는 않는다. 영상의 주된 내용은 "전과 사실 반복"과 "원고에 대한 비하·낙인찍기"에 가깝고, 새로운 공익적 정보를 제공한다기보다는 원고의 과거 전과를 공격적으로 공개하는 데 초점이 맞춰져 있다. 필로폰 1회 투약 전과만으로 "마약중독자", "정체성의 핵심" 등 과도한 표현을 쓰는 것은 공익적 비판으로 보기 어렵다. 피고가 이 영상을 만든 동기도, 원고가 피고의 음란물 유포 전과를 언급하며 비난한 데 대한 "맞불"에 가까워 보인다고 평가하였다. 이와 같은 사정에 비추어 공익성 요건 불충족, 진실성을 넘어선 과장·낙인, 상당한 이유의 부재로 인해 위법성 조각은 인정되지 않는다고 보았다.

넷째, 채널 'C'는 구독자 약 75.4만 명, 문제 된 영상 조회수는 약 2.6만 회에 달하였다. 법원은 채널 규모와 조회수, 유튜브라는 매체의 전파력과 검색·재생산 용이성, 영상의 형식과 내용, 피고 채널의 사회적 영향력 등을 종합 고려하여, 원고의 명예와 인격권 침해 정도가 상당하다고 인정하였다. 다만 전과 적시 자체는 진실한 사실이고, 횟수·기간 등도 감안하여, 위자료를 200만 원으로 제한하고, 대신 영상 삭제와 간접강제(일 30만 원)를 함께 명령하였다.

다섯째, 전과 자체는 이미 판결 확정으로 객관적 사실이므로, 이 사건에서 쟁점은 "사실 확인"보다 "표현 방식·공익성·필요성"에 있었다. 법원은 피고가 전과 사실을 근거 없이 지어낸 것은 아니지만, 재범·신규 비위와 무관한 과거 1회 전과를 현재의 활동과 별 상관없이 반복 부각한 점, 비하적 표현을 결합해 과도한 낙인을 찍은 점을 들어, 표현의 필요성과 방법이 인격권 침해로 평가될 정도로 지나쳤다고 보았다.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성

이 판결은 유튜브 채널의 콘텐츠에도 전통 언론 판례와 동일한 명예훼손 법리를 적용하면서, '이미 알려진 사실'이라도 다시 적시할 경우 명예훼손이 될 수 있고, 공익성·진실성·상당성 요건을 충족해야 위법성이 조각된다는 점을 확인했다. 동시에, 이 사건 채널의 사회적 영향력과 그 수치(구독자·조회수)를 위자료 및 간접강제 산정에 고려했다는 점에서 1인 유튜브 채널도 사실상 언론적 영향력을 행사할 수 있는 매체로 보았다고 할 수 있다. 채널 규모·조회수·사회적 영향력 등을 위자료·간접강제 산정에 적극 반영한 점이 주목된다.

(나) 유튜브의 형식적 특성이 판결에 미친 영향

법원은 구독자·조회수, 채널 영향력, 영상 형식 등을 고려하여 동일한 전과 사실 적시라도 유튜브 대형 채널에서 반복·조롱 형식으로 전파될 경우 피해 범위가 크다는 점을 인정하였다. 영상 삭제 명령과 함께 "일 30만 원"이라는 비교적 높은 간접강제금을 부과한 것도 유튜브 영상의 지속적인 접근 가능성과 2차 유포 가능성을 차단하기 위한 강한 규제 수단으로 이해할 수 있다.

(다) 유튜브 채널에 대한 법원의 판단기준

이 판결에서 도출되는 기준은 다음과 같이 요약할 수 있다. 첫째, 공적 인물이라 하더라도, 과거의 형사 전과는 재범·직무 관련성과 무관한 경우 원칙적으로 사생활 영역에 속하며, 함부로 반복 부각해서는 안 된다. 둘째, 진실한 전과 사실이라도, 유튜브 채널에서 조롱·낙인찍기 형식으로 반복 적시하면 명예훼손 책임이 발생할 수 있다. 셋째, 채널 규모·조회수 등이 클수록, 동일 표현이라도 인격권 침해의 범위와 손해의 정도가 커져 위자료와 삭제·간접강제 명령이 강화될 수 있다. 넷째, 향후 전과 언급 "일체 금지"와 같이 광범위한 사전 금지는, 공적 인물·공적 논쟁의 여지를 완전히 차단하므로 쉽게 인정되지 않고, 구체적 사안별로 위법한 표현에 한정해 규제하는 방식이 채택된다. 결국 이 판결은 유튜브 대형 채널이 과거 전과를 공적 인물 공격 수단으로 사용하는 관행에 대하여, "진실한 전과 적시도 남용하면 명예훼손"이라는 기준을 분명히 하면서도, 전과 관련 공익적 논의의 가능성 자체를 전면 봉쇄하지는 않는 절충적 입장을 취한 사례로 평가할 수 있다.

차. 유튜브 시사채널의 계약 공개와 취재원 전과 폭로에 대한 명예훼손 책임 인정 사건

(서울북부지방법원 2024. 7. 19. 선고 2023가단147755 판결)

(1) 사건의 개요

원고 A는 유튜브 채널을 운영하는 언론사이며, 원고 B은 원고 A와 탐사취재 용역 계약을 체결한 인물이다. 피고 C은 유튜브 채널 'H'를 운영하고, 피고 D은 원고 A에서 퇴사 후 유튜브 채널 'I'를 운영하며, 피고 E도 원고 A에서 퇴사한 자이다. 피고 E은 원고 A와 원고 B 간의 용역 계약서를 피고 D에게 전달했고, 피고 C과 D은 자신들의 유튜브 채널 및 페이스북에 원고 A와 B 사이 용역계약의 구체적 내용(보수 월 1,000만 원, 탐사취재비 2억 원 대여 및 담보, 계약상 의무와 이행 여부 등)을 상세하게 공개하였다. 원고 B의 실명과 과거 사기, 횡령, 배임 등 전과 내용(범죄시기, 죄명, 양형, 범죄내용)을 공개하는 동영상과 게시물을 올렸다. 원고 A는 용역계약 내용이 영업비밀에 해당하는데, 피고들이 이를 유튜브·SNS로 공개해 영업비밀을 침해했다며 1억 원 손해배상을 청구하였고 원고 B는 피고들이 용역계약, 실명, 주소, 주민번호, 전과를 공개하여 사생활, 개인정보자기결정권, 명예를 침해했다며 손해배상을 청구하였다.

(2) 법원의 판단

법원은 피고들의 용역계약 공개 행위에 대해서는 위법성이 조각된다고 보아 원고 A의 영업비밀 침해 주장을 기각하였으나, 피고들이 원고 B의 전과를 공개한 행위는 공공의 이익을 위한 것으로 볼 수 없어 위법성이 조각되지 않으며, 이에 명예훼손이 인정된다고 판단하였다.

첫째, 용역계약 내용의 원고 A와 B 사이의 계약 조건(보수, 대여금, 담보, 의무 내용 등)을 구체적으로 공개한 부분은 사실 적시에 해당하며, 계약 관계, 재정적 관계에 관한 정보로 경제적 의미를 가진다. 동영상, 게시물에서 원고 B의 전과를 범죄시기, 죄명, 형량, 범죄내용까지 상세히 적시하고, '금융범죄에 특화된 사람', '쓰레기 사기꾼', '형사범죄 5범' 등 표현과 결합해 원고 B의 사회적 평가를 저하시킬 수 있는 구체적 형사전력 사실에 근거한 강한 비난으로서 명예훼손에 해당하는 사실 적시로 보았다.

둘째, 원고 A는 유튜브 플랫폼을 기반으로 시사·탐사보도를 수행하는 인터넷 언론사로서, 시민 후원금을 주요 재원으로 삼아 공익적 취재와 보도를 표방한다. 이러한 구조에서 취재비 지급, 대여금·담보 설정, 채권관리 등 용역계약상의 재정 집행 방식은 후원금의 적정 사용 여부와 직접적으로 관련되므로 그 내용은 공적 관심의 대상이 되는 정보로 평가된다. 원고 B는 여러 사건에서 공익제보자 및 탐사취재의 실질적 수행자로 활동하여 유사한 시사 유튜브 시청자들 사이에서는 일정 부분 알려진 인물이지만, 공직자나 전형적인 의미의 공인으로 보기는 어렵다. 원고 B의 형사전력은 사기·횡령 등 경제범죄에 관한 민감한 개인정보에 해당하며, 그 구체적 내용과 세부 경과까지 반복·상세하게 공개할 필요성은 제한적으로만 인정된다는 점에서 전과 공개는 공익성 범위를 벗어날 경우 인격권 침해로 평가될 수 있다.

셋째, 용역계약 공개와 관련하여, 법원은 해당 계약이 원칙적으로 원고 A의 영업비밀에 해당할 수 있음에도 후원금으로 운영되는 공익적 언론사의 취재비·대여금·담보 구조는 후원금 사용의 적정성과 직접 연결되는 공적 정보로 보면서 이를 공개한 행위는 공공의 이익을 위한 정당한 문제 제기로 평가하였다. 피고들의 논평도 보수와 2억 원 대여, 담보·변제 여부 등 계약의 적정성에 초점을 두고 있고, 계약 공개로 원고 A의 취재 활동이 실질적으로 방해받았다는 사정도 없으므로 영업비밀 침해나 불법행위는 성립하지 않는다고 판단하였다. 원고 B의 이름 공개에 대하여는 전과 및 계약 관계를 설명하는 과정에서 실명이 함께 언급된 것에 그칠 뿐 이름 자체의 언급만으로 독립된 인격권 침해가 발생했다고 보기는 어렵다고 보았다. 원고 B가 이미 공익제보자, 취재원으로 상당 부분 알려져 있다는 점을 고려할 때 실명 언급으로 인한 불이익이 있더라도 공익성과 비교하면 공익이 우월하다고 판단하였다. 주소와 주민등록번호 부분은 영상·게시물에서 실제로 공개되었다는 점이 증거로 입증되지 않아 관련 청구가 모두 기각되었다. 반면 전과 공개에 관하여 법원은 전과가 일부 매체를 통해 알려진 바 있다 하더라도 이를 다시 구체적으로 열거하면서 '쓰레기 사기꾼', '형사범죄 5범' 등 자극적 표현으로 비하한 행위는 사회적 평가를 현저히 저하시키는 명예훼손에 해당한다고 보았다. 전과 사실 자체는 진실이지만, 취재원으로서의 신뢰를 평가하는 데 필요한 범위를 넘어 범죄 내용을 과도하게 상세히 공개하고 비난한 점에서 공익적 비판이라기보다 비방의 목적이 우월하므로 공익성, 상당성 요건을 충족하지 못해 위법성이 조각되지 않는다고 판단하였다.

넷째, 법원은 비록 판결문에 피고 채널의 구독자 수나 조회수가 구체적으로 기재되지는 않았으나, 피고

채널들이 시사·탐사보도 성격의 콘텐츠를 제공하며 일정 규모의 시청자를 확보하고 있고, 다수의 동영상과 게시물을 통해 원고 B의 전과를 반복적으로 언급한 점을 고려하였다. 이에 따라 동영상 및 게시물 1건당 위자료 50만 원이 적정하다고 보고, 공동으로 게시한 영상 3건에 대하여 피고 C와 D에게 각 150만 원, 피고 D가 단독으로 게시한 영상 4건에 대하여 200만 원, 피고 C가 단독으로 게시한 게시물 1건에 대하여 50만 원을 인정하여 총 350만 원의 위자료를 명하였다. 이러한 금액은 게시물의 수와 내용, 피고들의 사회적 영향력, 전과 적시의 구체성과 비난의 강도 등을 종합적으로 반영한 것이다.

다섯째, 용역계약, 보수, 대여금에 관한 내용은 실제 존재하는 계약서와 재정 자료를 근거로 한 것이고, 후원금이 투입되는 공익적 언론사의 재정 운용을 검증하는 데 필요성이 인정되므로 이를 공개한 행위는 공익적 검증 활동으로 보아 위법성이 조각된다. 전과 부분은 전과 사실 자체는 진실이나, 이를 공개한 필요성과 범위, 표현 방식이 공익적 비판의 수준을 넘어 비방의 목적이 강하게 드러난다. 세부 범죄 내용을 과도하게 반복적으로 적시하여 원고 B의 인격권을 중대하게 침해하였으므로 위법성이 조각되지 않는다고 판단하였다.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성

이 판결은 유튜브 기반 언론사인 원고 A와 유튜브 비평 채널인 피고 C·D를 상호 감시와 비판의 관계에 있는 매체적 행위자로 보고, 공익적 계약 구조나 재정 운용과 관련된 정보 공개에 대해서는 언론보도에 준하는 공익성 기준을 적용하여 폭넓게 허용한 반면, 개인 취재원인 원고 B의 전과 정보 공개에 대해서는 사생활과 인격권 보호를 중시하여 그 범위를 제한하는 차등적 보호의 구조를 취한 것으로 볼 수 있다.

(나) 유튜브의 형식적 특성이 판결에 미친 영향

유튜브 채널 간에 폭로나 비판을 주제로 한 콘텐츠가 다수 제작되는 환경에서, 이 판결은 계약이나 재정 구조에 대한 비판은 공익적 기능으로 인정될 수 있지만, 개인의 전과를 자극적으로 다루는 행위는 불법행위로 평가된다는 기준을 제시한 것으로 볼 수 있다. 또한 채널의 영향력, 반복적인 게시 행위, 영상의 형식(자극적 표현이나 썸네일 사용 등)이 위자료 산정과 위법성 판단에 반영되었다.

(다) 유튜브 채널에 대한 법원의 판단기준

이 판결에서 나타난 기준은 다음과 같이 정리할 수 있다. 첫째, 공익적 언론사(유튜브 시사 채널)에 대한 감시·비판을 위해 계약 구조·보수·대여금 정보 공개는 상당 범위 허용된다. 그러나 취재원·제보자 등 개인의 전과를 구체적으로 나열하고 욕설·비하 표현과 결합해 반복적으로 전파하는 것은 명예훼손 책임을 발생시킬 수 있다. 둘째, 이미 알려진 전과라 하더라도, 다시 적시해 사회적 평가를 저하하면 명예훼손이 성립한다. 셋째, 공익성 판단에서 적시 사실이 계약의 적정성이나 후원금 사용 검증과 직접 관련되는지, 또

는 단순히 상대방을 깎아내리기 위한 비방인지가 핵심 기준이 된다. 이 판결은 유튜브 시사 채널들 간의 상호 폭로·비판 속에서 언론사 운영과 후원금 구조에 대한 강한 감시는 허용하되, 개인 취재원의 전과를 자극적으로 공개하는 행위에는 명예훼손 책임을 엄격히 인정한 점에서 유튜브 저널리즘 환경에 중요한 기준을 제시하는 사례로 볼 수 있다.

카. 유튜브 시사 채널의 공적 인물 비판에 대해 위법성이 조각된 사건

(서울중앙지방법원 2024. 9. 27. 선고 2023가단5179499 판결)

(1) 사건의 개요

원고 A는 정당 대표와 시장을 역임한 유력 정치인이다. 피고 D 주식회사는 인터넷·모바일 플랫폼 운영, 미디어 콘텐츠 제작, 정치·사회 관련 교육·강연 등을 업으로 하는 회사이며, 피고 B는 피고 회사가 운영하는 유튜브 채널 'G'의 앵커, 피고 C는 같은 채널 방송의 기자이다. 피고 B와 C는 유튜브 채널 'G'에서 "H"라는 제목의 방송(이 사건 방송)을 진행하였다. 이 사건 방송의 핵심 내용은 'K' 연구소가 원고의 불법 자금 조달원이었다는 주장(제1발언)과 I 전세사기범 O가 Q지구 개발사업자로 선정되는 과정에 원고가 관여했다는 주장(제2발언)이었다. 원고는 위 각 발언이 자신이 연구소를 통한 불법 정치자금 수수에 관여하고, 전세사기범 및 도지사와 결탁하여 Q지구 개발 과정에서 특혜를 제공하고 이권에 개입한 것처럼 단정하고 정치인으로서의 사회적 평가를 중대하게 훼손하였다고 주장하면서 1억 원의 위자료를 청구하였다.

(2) 법원의 판단

법원은 원고가 주장한 발언들이 공익적 성격을 가지고 있으며, 피고들이 허위 사실을 적시하였다고 단정하기 어렵다는 이유로 원고의 청구를 모두 기각했다.

첫째, 법원은 제1발언과 제2발언 모두 '연구소가 불법 자금 조달 창구', '전세사기범과 결탁한 개발 특혜·이권 개입'과 같이 원고의 구체적인 비위나 범죄 의혹을 지적하는 내용으로서 정치인으로서의 사회적 평가를 저하시킬 수 있는 사실을 적시한 것에 해당하여 명예훼손의 사실 적시 요건이 충족된다고 판시하였다.

둘째, 법원은 원고를 정당 대표와 지방자치단체장을 역임한 공적 인물로 전제하면서 제1발언과 관련하여, 2023년 4월경 검찰의 연구소 압수수색 및 자금 사용에 대한 수사, 원고와 연구소의 특수 관계 및 불법 정치자금 의혹에 관한 지속적인 언론보도, 2024년 1월경 원고에 대한 불법 정치자금 수수 혐의 기소 사실 등을 인정하였다. 제2발언과 관련하여, I구 전세사기 사건의 핵심 인물 O의 Q지구 개발사업자 선정 과정에서 제기된 특혜 의혹 보도, AA경제자유구역청 투자 관련 핵심 라인 출신인 T 및 사업부장의 이력, T의 O에 대한 투자 권유와 P 도지사의 직접적인 투자 요청, R정당 사무총장의 'O 배후에 F지역 E정당 유력 인사가

있다'는 공개 발언 등을 종합하여 볼 때, 두 사안 모두 객관적 공공성과 사회성을 갖춘 공적 관심사로서 정치적 감시·비판의 대상이 되는 영역에 해당한다고 보았다.

셋째, 제1발언에 관하여 법원은 검찰 수사와 압수수색, 연구소 자금 사용을 둘러싼 언론보도, 원고에 대한 실제 기소 사실 등을 종합할 때, 이 발언이 검찰 수사와 언론보도에서 제기된 의혹과 수사 방향을 토대로 한 문제 제기와 평가에 해당한다고 판단하였다. 원고가 제출한 자료만으로는 제1발언의 허위성을 단정하기 어렵고, 피고들이 수사 및 보도 내용을 근거로 공익적 이슈를 다룬 것으로 보는 것이 타당하다고 보아, 허위성 입증이 부족하다는 이유로 명예훼손 책임을 인정하지 않았다.

넷째, 제2발언과 관련하여 법원은 원고 측근 및 고위직과 O의 연계 부분은 언론보도와 객관적 인사 경력·행보에 기초한 정황 설명 및 평가에 해당한다고 보았다. 다만 "전세사기범 O·원고·P가 한 패가 되어 해먹으려다 실패했다", "원고가 Q지구 개발사업을 해먹기로 작정했다"는 취지의 표현은 원고가 사업자 선정에 직접 개입하여 이권을 도모하였다고 단정하는 것으로서 허위 가능성이 있다고 전제하면서도 기존 언론·정치권의 원고 배후설 제기, T의 인사 경로와 P의 이례적 투자 유치 행보 등 객관적 정황, 대규모 공공개발사업에서 정치인 개입 여부의 높은 공익성에 비추어 피고인들이 수사·보도·정황에 기초한 비판적 정치적 의견을 표명한 것으로서 이를 진실이라고 믿을 만한 상당한 이유가 있다고 인정되어 위법성이 조각된다고 판단하였다.

다섯째, 이 판결은 피고 회사가 유튜브 채널을 통해 정치·사회 이슈를 다루는 인터넷 매체라는 점을 전제로 유튜브 방송의 전파력과 영향력을 인정하면서도, 구독자 수·조회수와 같은 구체적 지표는 적시하지 않았다. 다만 해당 채널이 방송법상 공영·지상파 방송과 같은 수준의 공적 신뢰를 전제로 하기 어렵고, 정치적 성향이 뚜렷한 논평 채널로 인식될 여지가 있으며, 이를 규율하는 입법·제도도 전통적 방송에 비해 미비한 점을 고려하여, 사실확인 의무와 책임의 정도를 일반 방송사보다 완화된 수준에서 평가하였다.

여섯째, 법원은 유튜브 채널이라 하더라도 공적 인물과 공적 사안에 관한 의혹 제기에서 언론과 유사한 기능을 수행할 수 있다는 점은 인정하였다. 그러나 현행 법제 아래에서는 유튜브 채널에 전통적 방송사와 동일한 중립성, 공공성, 취재의무 기준을 그대로 요구하기 어렵다고 보고, 피고들이 언론보도·수사 상황·정치권 발언 등 객관적 정황에 기초하여 공익적 목적에서 의혹을 제기한 이상, 일부 표현이 경솔하거나 단정적인 측면이 있더라도 상당한 근거가 인정되는 한 민사상 불법행위 책임은 부정하였다.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성

이 판결은 유튜브 시사·정치 채널을 표현의 자유와 여론 형성에 기여하는 공론장으로 인정하면서, 공적 인물·공적 사안 비판에 대해 전통 언론과 유사한 공익성, 진실성, 상당성 법리를 적용하였다. 다만, 피고 채널이 방송법상 언론기관이 아니고, 명확한 규율 체계, 윤리기준이 부족하다는 점을 이유로 사실확인 의무를 전통 언론 수준으로 요구하지 않고, 일정 부분 완화된 기준을 적용한 점이 특징이다.

(나) 유튜브의 형식적 특성이 판결에 미친 영향

유튜브 방송의 전파력, 영향력은 인정하되, 시청자들이 해당 채널을 정치적 입장을 가진 의견·논평 채널로 인식할 가능성이 높다는 점이 고려되었다. 이를 통해 같은 내용이라도 공영방송 뉴스보도와 유튜브 시사토크의 법적 책임 기준이 완전히 동일하지 않을 수 있다는 점을 알 수 있다.

(다) 유튜브 채널에 대한 법원의 판단기준

이 판결을 통해 첫째, 공적 인물(정당 대표, 시장 등)과 대규모 공공 개발·정치자금 사건에 대한 유튜브 채널의 비판·의혹 제기는 공익성이 인정된다는 것을 알 수 있다. 또한 언론보도, 수사 사실, 공개 정치 발언 등 객관적 정황에 기초한 의혹 제기의 경우에는 표현이 다소 강하거나 추론적이어도 진실로 믿을 만한 상당한 이유가 있으면 위법성이 조각될 수 있다. 둘째, 유튜브 시사 채널이라도 사실관계에 완전히 근거 없는 허위 사실을 발언한 경우 책임을 질 수 있지만, 기존 보도와 정황을 바탕으로 한 정치적 평가과 비판은 폭넓게 보호된다. 셋째, 유튜브 채널에 대하여 방송사 수준의 중립성과 취재의무를 그대로 요구하기보다는 매체 특성과 규율 공백을 고려한 완화된 사실확인 의무 기준을 적용하되, 공적 인물과 공적 사안이라는 전제 하에 표현의 자유를 강하게 보장한다.

타. 재개발사업 왜곡 유튜브 방송에 대한 명예훼손·정정보도 책임 인정 사건

(대구지방법원 2024. 11. 14. 선고 2024가합200469 판결)

(1) 사건의 개요

원고는 대구에서 주택재개발정비사업을 수행하는 주택재개발정비사업조합이고 피고는 유튜브 채널 운영자이다. 피고는 위 채널에서 원고가 수행하는 사업이 실제로 민간 재개발임에도 이를 공공재개발이라고 단정하고, 공공재개발이기 때문에 토지가 강제로 수용되고 인도에 불응하면 형사처벌 위험이 있다는 취지의 영상을 게시하였다. 원고는 이로 인해 이 사건 사업이 다른 민간 재개발사업보다 현저히 위험하고 투자가치가 낮다는 오해가 조합원 및 일반인 사이에 확산되었고, 그 결과 분양신청률 저하, 비상대책위원회 결성 등으로 사업 추진에 지장이 초래되며 조합의 명예와 신용이 훼손되었다고 주장하였다 이에 원고는 위자료 1,000만 원과 함께, 피고가 자신의 유튜브 채널에서 정정보도문을 낭독하고 6개월간 게시할 것을 구하는 정정보도 및 그에 대한 간접강제를 청구하였다.

(2) 법원의 판단

법원은 피고의 명예를 훼손한 사실을 인정하여 200만 원의 위자료를 지급할 의무와 유튜브 채널에 정정보도문을 6개월 동안 게시할 의무를 부과하였다.

첫째, 영상 화면에 이 사건 사업 부지가 재개발 예정지로 명확히 표시되어 있고, 피고는 "공공재개발이라서 토지가 수용되고, 불응하면 형사처벌된다"는 취지로 반복 발언하였다. 법원은 이 사건 영상을 시청하는 일반인으로 하여금 이 사건 사업이 공공재개발사업에 해당한다거나 이로 인해 민간재개발사업과 달리 토지 수용 및 이에 따른 형사처벌 위험성이 존재한다고 오인하게 할 소지가 충분하므로 구체적 사실 적시로 판단하였다.

둘째, 원고는 민간 조합이지만 대규모 주택재개발정비사업을 수행하는 주체로서 지역 주민과 투자자의 중요한 관심 대상이 된다. 이 사건 사업의 유형, 강제 수용 가능 여부, 형사처벌 위험 등은 조합원과 일반인의 이해관계가 직접적으로 걸린 공적 사안에 해당하나, 이러한 공익성이 인정된다고 하여 곧바로 명예훼손 책임이 배제되는 것은 아니다.

셋째, 피고는 '공공재개발'이라는 표현과 공공이기 때문에 특별한 수용·형사처벌 위험이 있다는 설명을 하였으나, 기사 등 증거에는 이 사업이 '공공지원 민간임대 연계형 정비사업'으로만 기재되어 있을 뿐 공공재개발이라는 표현은 존재하지 않았다. 또한 피고가 주장한 "서구청 공무원에게 공공재개발이라고 들었다"는 사정은 아무런 객관적 증거로 뒷받침되지 않았고, 형사사건에서도 피고는 공소사실을 모두 자백하고 양형만 다퉜으므로, 허위성 인식 또는 최소한 과실이 인정된다고 보았다. 따라서 이 발언은 공익적 비판을 위한 의견표명이나 합리적 의혹 제기를 넘어, 사실과 다른 내용을 단정적으로 공표한 것으로서 진실성·상당성 요건을 충족하지 못해 공익성을 이유로 한 위법성 조각은 인정되지 않는다고 판단하였다.

넷째, 법원은 피고 채널의 구독자가 많지 않다는 피고 주장을 배척하고, 문제의 영상이 일정 기간 게시된 점, 특정 사업지를 명시적으로 지목한 점 등을 고려하여 상당수의 시청자가 영상을 조회했을 것으로 보았다. 그 결과 조합 사업이 '공공재개발이라 위험하다'는 인식이 확산되어 조합의 명예·신용이 훼손되었다고 경험칙상 인정할 수 있다고 보고, 위자료 200만 원을 상당한 손해배상액으로 산정하였다.

다섯째, 법원은 피고가 공공재개발 여부, 수용·형사처벌 구조에 관해 관련 법령·행정자료·공문 등을 확인하지 않은 채 '공무원에게 들었다', 기사 제목 정도에 의존한 점을 들어, 유튜브 채널 운영자로서 요구되는 최소한의 사실확인 의무를 다하지 않았다고 보았다.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성

이 판결은 유튜브 채널도 특정 지역 개발사업, 투자 위험 등 공적 사안에 관한 정보를 제공·전달하는 매체로 기능할 수 있다는 점을 전제로 한다는 점에서 전통 언론과 일정 부분 유사성을 인정한 것으로 볼 수 있다. 이 사안에서는 공익적 비판에 대한 폭넓은 보호보다는 기본적인 사실확인 의무조차 결여된 유튜브 콘텐츠에 대한 책임을 부과했다는 점이 특징이다.

(나) 유튜브의 형식적 특성이 판결에 미친 영향

법원은 피고 채널의 구독자 수가 많지 않다는 사정에도 불구하고 특정 재개발 예정지를 영상 화면에서 지목하고, 강제 수용·형사처벌 위험을 강조하는 형식상 표현 때문에 시청자에게 강한 부정적 인상을 줄 수 있다고 보았다. 즉 법원은 구체적 사업지 표시, 반복적인 설명 등 유튜브 영상 형식이 오해와 사업 방해 가능성을 높이는 요소로 작용했다고 보면서 손해 발생과 인과관계를 인정하는 데 유리한 방향으로 고려한 것으로 볼 수 있다

(다) 유튜브 채널에 대한 법원의 판단기준

이 판결에서 재개발 사업과 같은 공공적 사안에 대한 유튜브 비판은 폭넓게 허용되지만, 사업 유형과 법적 효과(수용·형사처벌 여부)에 관한 핵심 사실은 정확해야 한다는 것을 확인할 수 있었다. 따라서 행정기관의 공식 입장, 관련 법령, 인가·고시 등 객관적 자료와 배치되는 임의의 해석에 기초하여 이 사건 사업을 공공재개발이라고 규정하고, 공공재개발이라는 이유로 특별히 토지 수용 및 형사처벌 위험이 존재한다고 단정적으로 주장하는 행위는 공익적 문제제기의 범위를 벗어난 허위 사실 유포에 해당한다. 또한 유튜브 채널 규모가 상대적으로 작더라도 특정 사업지를 지목한 영상이 장기간 게시되면 조합과 사업의 명예와 신용에 실질적 손해를 줄 수 있으며, 이는 위자료, 정정보도, 간접강제의 대상이 될 수 있다.

파. 공직자에 대한 허위 의혹 제기에 대한 명예훼손 책임 인정 사건

(서울중앙지방법원 2024. 12. 4. 선고 2021가합516423 판결)

(1) 사건의 개요

원고는 2000년경 검사로 임관한 뒤 2019년에 검사장으로 승진하여, 같은 해 7월부터 2020년 1월까지 대검찰청 C부장을 맡았던 공직자이다. 피고는 2018년 10월 재단법인 D 이사장으로 취임한 후, 2019년 1월 4일부터 재단이 운영하는 유튜브 채널의 프로그램 'E'를 진행해 온 인물이다. 문제가 된 2019년 12월 24일자 'E' 방송(제1 발언)에서 피고는 "재단 D 명의 계좌를 검찰이 들여다봤다"는 취지로 말하며 '서울중앙지검', '검찰', 'G·F 수사팀(실제 수사 주체는 대검 C부)' 등을 언급하였다. 그러나 법원은 이 발언이 구체적 개인이 아니라 검찰 전반을 가리키는 집단표시에 그친다고 보아, 전체 맥락상 원고를 특정한다고 보기 어렵다는 이유로 민사상 명예훼손 성립을 부정하였다. 2020년 12월 15일자 유튜브 영상(제5 발언)에서 피고는 "검찰이 압수수색은 안 들어오고 몰래 계좌나 들여다보더라."라고 발언하였으나, 이 역시 '검찰'이라는 집단을 향한 일반적 비판에 해당할 뿐 원고 개인을 지목하는 표현으로 보기 어렵다고 판단되어, 이 부분 역시 원고에 대한 책임은 인정되지 않았다. 이 사건에서 피고가 유튜브 방송뿐 아니라 라디오, 전화 인터뷰 등 여러 매체를 통해 "검찰, 특히 원고가 지휘하는 대검 C부가 재단 D와 피고 계좌를 표적수사를 목적으로 불법 열람·입수했다"는 취지의 내용을 반복적으로 공표한 행위가 공직자인 원고의 사회적 평가를 저하시킬 정도의 허위 사실 적시에 해당하는지 여부가 문제되었다. 원고는 이러한 일련의 발언이 자신을 향한 허위 사실로서 명예를 침해하였다며 손해배상을 청구하였다.

(2) 법원의 판단

법원은 피고가 한 발언 중 일부가 원고를 특정하여 허위 정보를 유포한 것으로 보고, 피고에게 불법행위로 인한 손해배상책임이 있다고 판단했다. 피고는 민사사건 외에 형사재판에서 허위 사실을 라디오 방송에 반복적으로 적시하였다는 이유로 형법 제309조 제2항, 제1항, 제307조 제2항(출판물(라디오)·허위 사실 적시에 의한 명예훼손)으로 기소되었다. 법원은 2020년 7월 24일자 라디오 방송에서의 발언만을 허위 사실 적시 명예훼손으로 유죄로 인정하여 벌금 5,000,000원을 선고했다.

첫째, 법원은 집단표시에 의한 명예훼손, 사실 적시/의견·논평 구별, 민사 명예훼손의 고의 요건에 관한 대법원 판례 법리를 정리한 후(2004다35199, 2005다65494, 2003다66806 등), 이를 유튜브·라디오 발언에도 동일하게 적용하였다. 제2·3·4 발언에서 피고는 '추측', '가능성'이라는 형식을 취했지만, 원고 실명·소위 'I사단'·대검 C부를 특정하고 "100% 그렇게 생각한다", "검찰만 남는다"는 식으로 단정적인 태도를 취했으며, 유착 의혹과 연계해 상황을 설명해 사실 적시로 평가되었다.

둘째, 원고는 당시 대검찰청 C부장인 고위공직자로, 검찰권 행사와 계좌 추적의 적법성은 공공의 이해에 관한 사안으로 인정되었다. 법원은 공직자의 도덕성·청렴성과 직무 처리에 대한 감시·비판은 폭넓게 허용되지만, 악의적이거나 심히 경솔한 공격은 언론의 자유 보호 범위를 벗어난다는 종전 대법원 기준(2007다29379, 2016도14995 등)을 재확인했다.

셋째, 공익성은 인정되나, 위법성 조각을 위해서는 적시된 사실이 진실이거나, 진실이라고 믿을 상당한 이유가 있어야 하고, 그 입증책임은 발언자에게 있다고 보았다. 전국 검찰청 및 P은행 확인 결과 해당 기간 재단 D·피고 계좌에 대해 검찰의 금융거래정보 제공 사실이 없었고, 피고 스스로 재단 홈페이지에 "의혹은 사실이 아닌 것으로 판단한다"는 취지의 사과문을 게시한 점 등을 들어, 계좌 열람·입수 주장은 허위라고 판단하였다.

넷째, 유튜브·라디오를 통한 반복적 발언과 원고의 지위(고위 검사)를 고려해, 허위 사실이 널리 전파되어 사회적 평가를 크게 저하시킬 위험이 있다고 평가하였다. 제2·3·4 각 발언을 별개의 명예훼손 행위로 보고, 표현 내용·단정성·원고 지위·파급력 등을 종합해 발언당 1,000만 원씩 총 3,000만 원의 위자료를 인정하였다.

다섯째, 피고의 항변(은행 확인을 거친 합리적 오해, 검찰권 행사에 대한 정당한 의혹 제기)은, P은행 지점의 답변이 통보유예 존재를 전제하지 않는다는 점, 피고가 직접·공식 확인 없이 추측에 기초해 발언한 점, 추가 확인 가능성이 충분했음에도 공공연한 의혹 제기에 나아간 점 등을 이유로 배척되었다. 법원은 피고의 행위를 원고에 대한 '심히 경솔한 공격'으로 보아, 공익 목적·오보 상당성에 의한 위법성 조각을 부정하였다.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성

판결은 전통적인 언론법리를 유튜브·라디오 발언에 그대로 적용하면서, 인터뷰 대상자·논객도 언론 매체에 관여하는 자로서 언론사와 동일한 책임 구조를 진다(적어도 명예훼손 법리상)고 본다. 동시에, 피고는 기자나 방송사 임직원이 아닌 재단 이사장·진행자로, 조직 차원의 취재·검증 시스템이 없는 개인 채널이라는 점이, 오히려 개인에게 직접적인 사실확인 의무를 강화하는 방향으로 작용한 것으로 볼 수 있다.

(나) 유튜브의 형식적 특성이 판결에 미친 영향

유튜브·라디오의 반복성과 저장·재생 구조로 인해 허위 사실이 장기간·광범위하게 전파될 수 있다는 점이, 손해 정도 및 위자료 산정의 배경 사정으로 고려되었다고 평가된다. “추측한다”, “가능성” 같은 수식에도 불구하고, 맥락·어조·설명 방식상 일반 시청자에게 사실 단정으로 받아들여질 경우, 형식적 표현만으로 사실 적시성을 피할 수 없다는 점을 분명히 한 점은 유튜브·팟캐스트 등에서의 ‘의혹 제기 형식’ 운용에 중요한 시사점을 준다.

(다) 유튜브 채널에 대한 법원의 판단기준

재단 D 유튜브 채널은 법적 의미의 ‘언론사’로 따로 규정되지는 않았지만, 공적 사안에 관한 정보와 의견을 전달하는 매체로서, 전통 언론과 사실상 동일한 명예훼손 심사 기준이 적용되었다. 향후 유사 사건에서, 법원은 ① 공적 인물·공적 사안 여부, ② 허위성, ③ 진실이라고 믿을 상당한 이유, ④ 발언자의 사실 확인 노력, ⑤ 매체의 전파력·반복성과 손해 정도를 종합해 유튜브 채널 운영자·출연자의 책임을 판단할 가능성이 크며, 이 사건 판결은 그 전형적 틀을 제시한 사례로 위치 지을 수 있다.

Ⅳ. 유튜브 관련 형사판결의 쟁점별 분석

1. 형사판결의 분석 항목

분석대상 형사판결의 선정 기준은 앞에서 서술한 민사판결의 판결 선정 기준과 동일하게 심급 및 사회적 중요도, 법리 구성의 타당성, 유튜브의 영향력 및 피해구제 필요성에 대해 명시적으로 언급한 사건을 선정하였다. 유튜브 관련 형사 판결을 구조적으로 분석하기 위해, 본 연구는 선정된 각 판결을 민사판결과 동일하게 "사건의 개요-법원의 판단-검토(평석)"의 3단계로 나누되, 형사판결의 특징이 드러나도록 다음의 분석 항목을 적용했다. 이러한 기준으로 유튜브 관련 형사판결의 쟁점별 분석 대상 판결은 총 30건(사건별) 중 4건을 선정하였다.

가. 분석 항목

유튜브 관련 형사판결을 분석할 때 다음과 같은 기준으로 분석하였다.

(1) 사건의 개요

(가) 사건의 당사자(피고인과 피해자)

- 피고인이 유튜브 채널 운영자인지, 채널 출연자·고정 패널·게스트인지, 또는 편집자·기획자 등 배후 역할인지 구분했다. 피해자가 공직자, 공적 성격을 가진 사인(연예인, 유명 유튜버, 언론인, 기업인 등), 또는 일반 사인인지 구분했다.

(나) 유튜브 채널 및 콘텐츠 속성

- 판결문에 명시된 경우에 한하여 문제 된 발언이 이루어진 유튜브 채널의 일반적인 성격, 채널 구독자 수, 주요 시청자층 등을 분류했다.

(다) 표현 형태

- 판결문에서 확인되는 범위 내에서 문제 된 표현이 실시간 스트리밍, 이후 편집된 다시보기 영상, 단독 제작한 편집본, 쇼츠, 커뮤니티 게시글, 다른 방송의 재송출·클립 편집본 등 어떤 형식에서 나왔는지를 구체적으로 구분했다.

(라) 적용 죄명·침해 유형(허위 사실 명예훼손·진실사실 명예훼손·모욕 등)

- 적용 죄명은 형법상 명예훼손(제307조 제1항, 제307조제2항), 형법상 모욕죄(제311조), 출판물·정보통신망을 통한 명예훼손(형법 제309조, 정보통신망법 제70조)을 열거하고 업무방해, 협박 등 유튜브 발언과 함께 문제 된 다른 죄명이 있는 경우 이를 모두 열거했다.
- 침해 유형은 허위 사실 명예훼손, 진실사실 명예훼손, 모욕으로 분류했다.

(2) 법원의 판단

(가) 구성요건 해당성

- 유튜브 영상이 일반에게 공개되어 공연성이 인정되는지, 발언이 구체적 사실의 적시인지 단순한 의견·가치판단인지, 그 표현이 피해자의 사회적 평가를 저하시킬 수 있는지 여부를 검토했다. 정보통신망법 위반이 문제되는 경우 정보통신망을 통한 전파 여부와 허위 사실 해당성을 함께 판단했다.

(나) 공적 인물·공적 사안 및 공익성

- 피해자가 공직자·공적 인물인지, 문제 된 표현이 공적 관심사 또는 공공의 이해에 직접 관련된 사안인지, 표현이 공적 토론에 기여할 성격을 가지는지 평가했다. 이를 바탕으로 표현의 자유 보장을 위해 어느 정도까지 형사책임의 범위를 제한해야 하는지의 기준을 설정했다.

(다) 허위성·진실성 및 허위 인식

- 적시된 내용이 객관적 사실과 부합하는지, 일부 과장·추측이 어느 정도인지, 피고인이 제보·자료·취재를 통해 어느 수준까지 사실 확인을 하였는지 분석했다. 특히 형사사건에서는 피고인이 허위임을 인식했거나, 최소한 진실성에 중대한 의문이 있었음에도 경솔하게 발언했는지 여부를 검토했다.

(라) 비방 목적 및 위법성 조각

- 표현의 주된 목적이 공익적 문제제기인지, 아니면 인신공격, 보복, 경제적 이익 추구 등 비방에 치우쳐 있는지 판단했다. 공익성, 진실성 및 상당성이 인정되는 경우 위법성이 조각되는지, 반대로 공익성이 부족하고 자극적·모욕적 표현이 중심인 경우 비방 목적이 인정되는지를 검토했다.

(마) 유튜브 전파력·파급력 및 피해 정도

- 채널 구독자 수, 영상 조회수, 알고리즘에 따른 확산 가능성, 다른 매체·커뮤니티로의 재생산 여부를 고려해 전파력을 평가했다. 반복 업로드, 시리즈물 구성, 제목·썸네일의 자극성도 함께 고려하여 피해자의 명예, 사생활 침해 정도와 사회적 파급효과를 구체적으로 판단했다.

(바) 사실확인 의무와 책임 범위

- 접근 가능한 자료, 제보 신뢰도, 추가 확인 노력의 정도 등을 종합하여 사실확인 의무 위반의 정도를 평가했다. 라이브 방송, 실시간 채팅 등 유튜브 특유의 형식이 있더라도 진행자, 채널 운영자가 부담해야 할 최소한의 검증 의무와 그 한계를 살펴보았다.

(사) 모욕 표현이 문제되는 경우

- 사실 적시가 아닌 욕설·경멸적 표현·비하적 별칭 등 모욕적 발언이 명예훼손과 함께 문제되는 경우 분리하여 검토했다. 표현의 맥락, 반복성, 수위, 피해자 지위, 공적 논쟁과의 관련성을 고려해 사회상규상 허용되는 범위를 넘는 인신공격인지 여부를 판단했다.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성

- 해당 판결이 유튜브 채널을 여론 형성·감시·비판 기능 면에서 전통 언론과 동일한 수준의 책임 주체로 보고 있는지, 아니면 개인 방송·사적 표현의 연장으로 보아 형사책임의 범위를 달리 설정하는지를 살펴보았다. 특히 구성요건 판단(공연성·명예훼손성·모욕성)과 위법성 조각(공익성·상당성) 단계에서 유튜브 운영자에게 전통 언론과 유사한 사실확인 의무·주의의무를 요구하는지, 혹은 완화하거나 엄격히 판단하였는지 비교했다.

(나) 유튜브 형식이 구성요건·위법성·양형에 미친 영향

- 라이브 스트리밍, 실시간 채팅·전화 연결, 개인방송·'레커' 형식, 자극적인 썸네일·제목, 알고리즘

에 따른 확산 구조 등이 공연성, 비방 목적, 허위 인식, 명예훼손·모욕성 인정에 어떤 근거로 활용되었는지 분석했다. 나아가 이러한 형식적 특성이 전파력과 피해 범위를 확대시키는 요소로 참작되어 양형 단계에서 형량의 가중 사유(고액 벌금, 실형, 집행유예 여부 등)로 고려되었는지를 검토했다.

(다) 형사정책적 의미

- 양형 사유로서 전파력과 반복성(영상 수, 조회수, 공유·재업로드 가능성), 피해 회복 여부와 피해자의 정신적·사회적 손해, 피고인의 반성·사과·합의 여부, 콘텐츠의 수익 구조(광고·후원·유료 멤버십 등 수익형 콘텐츠인지), 피고인의 초범 여부와 동종 전과 유무를 분석했다.

2. 형사판결의 쟁점별 분석

가. 유튜브 허위 연인설·욕설에 대한 명예훼손·모욕 유죄 인정 사건

(부산지방법원 동부지원 2022. 1. 11. 선고 2021고정143 판결; 부산지방법원 2022. 8. 12. 선고 2022노271 판결)

(1) 사건의 개요

피고인은 유튜브 채널 'B', 'C'를 운영하는 유튜브 채널 운영자이고 피해자도 'E'를 운영하는 20대(27세) 여성 유튜브 채널 운영자이다. 구체적 구독자 수나 시청자층은 판결문에 기재 되어 않지만 다른 유튜버를 대상으로 사생활, 관계 폭로, 욕설 등 공격성 콘텐츠를 게시하는 채널로 파악되며 피고인 주거지에서 촬영한 유튜브 영상을 누구나 볼 수 있도록 공개 업로드하였다.

피고인은 채널 'B'에 여러 차례 영상을 올려 피해자가 다른 유튜버 J와 연인관계라고 단정하는 취지의 발언을 하였고, 별도의 영상에서는 피해자를 향해 노골적인 욕설과 비하 표현을 반복하였다. 검사는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」(이하 '정보통신망법'이라 한다) 제70조 제2항 위반(허위 사실 적시에 의한 명예훼손), 형법 제311조 위반(모욕) 혐의로 피고인을 약식 기소하였다.

(2) 법적 판단

법원은 피고인의 범죄사실을 인정하고, 정보통신망법과 형법을 근거로 피고인에게 벌금 300만 원을 선고했다.

첫째, 법원은 피고인이 누구나 볼 수 있는 유튜브 채널에 영상을 게시하여 불특정·다수인이 시청 가능한 상태라고 판단하여 공연성이 인정되었고 피해자가 J와 연인관계, 모텔 CCTV가 있고 곧 공개하겠다는 언급은 피해자의 사생활, 평판에 영향을 미치는 구체적 사실의 적시로 사회적 평가를 저하시킬 위험이 있다고 판단하였다. 또한 인격 자체를 비하하는 욕설로 사회통념상 모욕성을 명백히 충족한다.

둘째, 피해자는 유튜브 채널 운영자로 공적 인물이 아닌 사인이며 문제 된 표현은 피해자의 연애 여부, 성격 비난, '간첩'이라는 극단적 호칭 등 개인적·사적 영역에 속하는 내용이므로 공적 사안으로 보기 어렵고 특정한 공익적 제보나 공적 감시 목적이 드러나지 않고, 오히려 타 유튜버를 조롱·비방하는 데 초점이 있어 공익성이 부정된다.

셋째, 법원은 피고인이 제출한 자료를 검토했으나, '연인관계로 보인다'는 추정 수준에 불과하고, 실제 연인관계임을 뒷받침하는 객관적 근거가 없다고 보았으며 피고인이 언급한 모텔 CCTV 역시 실제 확보하지 못한 상태였다. 항소심은 피고인이 사실 확인이 사회통념상 가능했음에도 충분한 확인 없이 '연인관계'라고 단정한 점, 모텔 CCTV 공개를 예고하는 등 허위 가능성을 용인한 채 발언한 점을 들면서 미필적 고의를 인정하였다.

넷째, 법원은 피고인의 발언 내용과 욕설 등 표현 수위, 방송 맥락 등을 종합할 때 피해자의 인격이나 평판을 공격하는데 주된 목적이 있다고 보았다. 따라서 공공의 이익과 관련된 사실 적시라고 보기 어려우며, 진실성 또는 진실이라고 믿을 상당한 이유도 인정되지 않아 정보통신망법상 위법성 조각사유에 해당하지 않는다.

다섯째, 항소심은 유튜브 채널을 통해 허위 사실과 모욕을 전파하였다는 점을 양형 사유에서 중시하였다. 구체적 구독자 수·조회수 숫자는 판결문에 없지만, 유튜브 특성상 전파력, 파급력 및 확대·재생산 가능성으로 인해 피해자의 피해가 매우 크고, 명예나 권리 회복이 어렵다는 점을 강조하였다.

여섯째, 법원은 피고인이 들은 말과 추정에 기초해 방송했을 뿐, 객관 자료, 당사자 확인, CCTV 확보 등 추가 사실 확인을 하지 않았다는 점을 문제 삼았다. 정보통신망을 통한 허위 사실 명예훼손의 경우, 확인 가능한 상황에서 최소한의 검증조차 하지 않고 비방 목적의 방송을 한 것은 사실확인 의무를 위반한 것으로 보았다.

일곱째, 모욕죄 부분은 사실 적시가 아니라 순수한 욕설·비하 표현이므로 명예훼손과 별도로 구성요건을 충족한다고 보았다. 반복성, 수위("간첩에 가깝다" 등 극단적 표현), 공개된 유튜브 영상 형식 등을 고려해 사회상규상 허용 가능한 범위를 현저히 넘는 인신공격으로 판단하였다.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성

이 판결은 유튜브 채널 운영자에게 전통 언론 못지않게 강한 책임을 묻는 방향으로 구성요건·양형을 판

단하였다. 허위 사실 고의, 미필적 고의 판단에서 대법원 판례[16]를 그대로 원용하여, 사실 확인 가능성이 있었음에도 검증 없이 허위 사실을 전파한 경우 유죄로 본 점이 특징이다.

(나) 유튜브 형식이 구성요건·위법성·양형에 미친 영향

구성요건 측면에서는 '누구나 볼 수 있는 유튜브 채널'이라는 점을 공연성의 핵심 근거로 삼았다. 양형에서는 전파력, 파급력, 재생산 가능성을 특별히 언급하면서 피해자의 피해가 크고 회복이 어렵다는 점을 들어 벌금 300만 원을 정하고 항소심에서도 이를 유지하였다.

(다) 형사정책적 의미 및 양형 사유

법원은 유튜브에서의 허위 사실 유포나 모욕이 단기간에 광범위하게 확산될 수 있다는 점, 피해자가 엄벌을 탄원하고 있다는 점, 피고인이 범행을 충분히 반성하지 않는 점 등을 들어 벌금형을 유지하고 항소를 기각하였다. 이는 유튜브·SNS 상에서 타 유튜버를 대상으로 한 공격적 콘텐츠, 이른바 '사이버레커' 비방 방송에 대해 형사처벌을 통해 일정한 경고를 주는 판례로 할 수 있다.

나. 연예인 루머 유튜브 영상에 대한 명예훼손 및 사실확인 의무를 판단한 사건

(서울중앙지방법원 2024. 9. 11. 선고 2024고단1620 판결)

(1) 사건의 개요

피고인은 유튜브 채널 운영자이고 피해자는 아이돌 가수이다. 문제가 된 동영상은 '가수 H가 예약한 강남 유흥업소에 피해자가 방문하여 남자 배우 I, 일본 성인 배우 J, K회사 창업주의 외손녀 L와 함께 새벽까지 술자리를 가졌고, 술자리 후 피해자와 J, I과 L가 짝을 맞춰 근처 호텔로 이동했다'는 내용이었다. 피고인은 동영상 마지막에 '여러분의 생각은 어떠신가요?'라는 문구를 넣고 내레이션 형식으로 동영상을 제작했으므로 단순한 의견 개진이며 사실을 적시한 것이 아니라고 주장했다. 피고인은 이 동영상 게시 행위로 인해 피해자를 비방할 목적으로 정보통신망을 통해 공연히 거짓 사실을 드러내어 피해자의 명예를 훼손한 혐의로 기소되었다.

(2) 법원의 판단

법원은 유튜브를 이용한 유명 연예인에 대한 명예훼손이 회복하기 어려운 피해를 초래할 수 있다고 보고, 이에 대해 엄정한 처벌이 필요하다고 판단하여 피고인에게 벌금 1천만 원을 선고하였다.

16 대법원 2004. 2. 26. 선고 99도5190 판결.

첫째, 법원은 유튜브 영상이 누구나 시청 가능한 정보통신망상 게시물이라는 점에서 공연성을 인정하고, 정보통신망법 제70조 제2항의 적용 대상이 된다고 보았다. 영상 내용은 "피해자가 강남 유흥업소에서 가수·성인배우·재벌가 인물과 새벽까지 술자리를 갖고, 이후 특정 인물들과 짝을 지어 호텔로 이동했다"는 취지로, 시간·장소·행위가 구체적으로 특정된 과거 사실에 관한 진술이므로 단순한 의견이 아니라 증명 가능한 사실의 적시에 해당한다고 판단하였다.

둘째, 피해자는 대중적 인지도가 높은 아이돌이지만, 문제 된 표현은 연예 활동이나 공적 발언이 아니라 "사생활이 문란하다"는 인상을 주는 사적 생활 영역에 집중하고 있다고 보았다. 영상 어디에도 범죄 연루나 공적 영향, 팬 보호 등을 우려하는 공익적 문제 제기 내용이 없다는 점에서 표현이 공공의 이익을 위한 것이라고 보기 어렵다고 판단하였다.

셋째, 법원은 기사 내용만으로는 익명 게시글을 조합해 피해자로 단정한 것은 상식적으로 납득하기 어렵고, 기사 자체의 진위·출처도 불명확하므로 기사·게시글 외에 객관적·합리적 근거가 없고, 피고인이 동영상 제작 전 충분한 조사·검증을 다하지 않은 점을 들어, 적시된 내용은 중요 부분에서 사실과 합치하지 않는 허위이고 피고인은 허위성을 인식하였다고 판단하였다.

넷째, 법원은 채널명과 기존 업로드 내용, 사용된 표현('새벽까지 질펀하게 놀았다' 등), 영상이 피해자의 사생활에 초점을 맞춘 점 등을 종합하여, 피고인의 주요 목적은 피해자에 대한 부정적 이미지 형성과 비난에 있다고 보았다. 공익적 문제 제기나 팬·사회 보호를 위한 동기가 드러나지 않으므로 정보통신망법상 '비방 목적'을 인정하고, 형법 제310조(진실한 사실·공공의 이익)에 의한 위법성 조각은 부정하였다.

다섯째, 법원은 이 사건을 '유튜브를 이용한 명예훼손'으로 명시하면서, 자극적이고 선정적인 연예인 콘텐츠가 전파력이 높은 플랫폼에 게시될 경우 해당 연예인과 소속사에 회복하기 어려운 피해가 발생할 수 있다는 점을 양형의 중요한 고려로 보았다. 특히 이미지만으로 평가받는 연예인에게 '문란한 사생활' 이미지를 씌우는 효과를 중시하여 피해 정도가 상당히 크다고 평가하였다.

여섯째, 법원은 피고인이 사실 확인을 위해 취한 조치가 잡지 기사·온라인 글 읽기에 그쳤고, 기사 진위·출처나 당사자 확인, 추가 취재 등의 노력을 전혀 기울이지 않은 점을 지적하였다. 또한 법원은 진실이라고 믿을 만한 상당한 이유가 인정되려면 객관적·합리적 자료와 적절한 조사 노력이 필요하다고 보면서, 유튜브 채널 운영자에게도 이러한 수준의 사실 확인 의무를 요구하였다.

일곱째, 욕설 중심의 모욕죄는 별도로 문제되지 않았으나, '개구라', '질펀하게 놀았다' 등 경멸적 표현은 명예훼손적 사실 적시의 맥락을 강화하는 요소로 양형에서 불리하게 평가되었다.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성

이 판결은 유튜브 채널을 단순한 사적 표현 공간이 아니라, 가십 기사와 커뮤니티 글을 재가공해 대중에게 전파하는 공중매체로 보고 전통 명예훼손 판례의 기준(사실 적시, 비방 목적, 공익성·진실성·상당성)을 그대로 적용했다는 점에서 기능적 유사성을 보여준다. 연예 가십 채널이라도 조회수와 영향력이 큰 경

우, 언론에 준하는 수준의 사실 확인 의무를 요구하고 허위성·비방 목적이 인정되면 형사책임을 엄격히 부과하고 있음을 알 수 있다.

(나) 형식이 구성요건·위법성·양형에 미친 영향

구성요건 판단에서는 '유튜브 영상'이라는 형식 자체를 정보통신망을 통한 공연한 사실 적시로 보아 정보통신망법 제70조 제2항 적용 근거로 활용하였다. 양형에서는 유튜브가 전파력이 높은 플랫폼이라는 점, 채널의 콘셉트와 자극적 표현 방식이 피해자의 이미지를 크게 훼손하고 경제적 이익 추구와 결합되어 있다는 점을 들어 벌금 1,000만 원이라는 비교적 높은 금액을 부과하였다.

(다) 형사정책적 의미

이 판결에서 유튜브 연예 채널이 경제적 이익을 위해 검증되지 않은 사생활 루머를 유포하는 행위에 대해 정보통신망법상 허위사실 명예훼손죄로 실질적 형사 제재(벌금 1,000만 원)를 가함으로써, 연예인처럼 공적 관심을 받는 인물에 대한 표현이라 하더라도, 내용이 단순히 사적·음란한 사생활을 폭로하는 데 그치면 공익성이 인정되지 않는다는 점을 확인할 수 있다. 또한 가십성 잡지 기사나 온라인 커뮤니티 글만을 근거로 피해자를 특정하는 식의 추정은 '진실이라고 믿을 만한 상당한 이유'로 볼 수 없고, 조회수와 수익을 목적으로 한 유튜브 콘텐츠라 하더라도 전통 언론에 상응하는 수준의 사실 확인 의무와 법적 책임이 부과될 수 있음을 알 수 있다.

다. 경쟁 보험 유튜버를 상대로 한 반복적 비방 방송 사건

(서울중앙지방법원 2023. 2. 16. 선고 2021고단3300, 2021고단3736(병합), 2021고단4926(병합), 2021고단4964(병합), 2021고단5618(병합), 2021고단7049(병합) 판결; 서울중앙지방법원 2023. 11. 28. 선고 2022고단4613, 2022고단4739(병합), 2023고단1667(병합), 2023고단1734(병합) 판결; 서울중앙지방법원 2024. 4. 17. 선고 2023노676, 2023노3625(병합) 판결; 대법원 2024. 10. 31. 선고 2024도6183 판결)

(1) 사건의 개요

피고인 A는 종합보험대리점을 운영하며 유튜브 채널 G에서 보험 상담·해설 방송을 하던 보험 유튜버이고, 피해자들은 경쟁 보험 유튜버 D와 그 배우자 B, 고객 K, 타 유튜버 C 등 인터넷 방송으로 보험상품을 소개·판매하는 사람들이다. A는 자신의 채널에서 D·B가 보험사기, 고객 협박, 유병자보험 강권, 시청자 수 조작, N 회장 험담 등에 관여했다는 폭로성 방송을 반복하고, B에 대해 '성형 과도', '무릎 꿇고 애걸복걸 입사', D에 대해 '폰팔이 출신', '입만 열면 거짓말', '인생이 거짓'이라는 표현을 사용했으며, K 상담 사례를 왜곡해 D를 보험범죄자로 단정하고 C 얼굴에 두꺼비 사진을 합성한 화면을 방송하였다. 피해자들이 인터넷 방송금지 가처분(2019카합21339)을 통해 보험범죄, 시청자 수 조작, 식중독 보험사례 등 특정 표현과 주제

가 금지된 이후에도 A는 같은 취지의 제목과 내용을 사용해 다수의 방송을 이어갔고, 그 결과 정보통신망법 제70조 제2항·제1항(허위·사실적시 명예훼손), 형법 제314조·제313조(허위 사실에 의한 업무방해), 제311조(모욕) 위반 혐의가 문제되었다.

(2) 법원의 판단

이 사건은 피고인 A가 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 위반(명예훼손)과 업무방해, 모욕 혐의로 기소된 사건이다. 피고인은 두 차례의 원심에서 각각 다른 유죄 판결을 받았고, 이번 항소심에서 검사와 피고인이 모두 항소를 제기하였다. 법원은 가처분 결정으로 금지된 내용을 무시하고 반복 방송한 점, 허위 사실·인신공격·합성 이미지('두꺼비' 사진) 등을 동원한 점을 근거로 비방 목적과 업무방해, 모욕을 모두 인정하였고, 피고인에게 징역 1년 2월을 선고하였다.

법원은 첫째, 이 사건 발언은 유튜브 라이브 및 업로드 영상을 통해 불특정 다수가 시청·재시청할 수 있는 형태로 전파되었으므로 공연성과 정보통신망 이용 요건이 모두 충족된다고 보았다.

둘째, 사실적시 여부와 관련하여, "고객을 협박했다", "건강한 사람을 유병자보험에 가입시켰다", "보험범죄를 저질렀다", "시청자 수를 조작했다", "N 회장을 뒷담했다", "종신보험은 쓰레기라더니 나가서 종신보험만 판다", "고소가 각하됐다" 등은 과거의 구체적 행위나 상태를 지칭하는 진술로서 사실 적시에 해당한다. "O라는 대화명이 B다"라는 부분도, B가 D의 방송·댓글 조작에 관여했다는 구체적 사실을 암시한다는 점에서 사실 적시로 보았다.

셋째, 위 발언들은 피해자들을 보험사기, 비윤리적 영업, 시청자 기만, 고객 협박을 일삼는 설계사로 보이게 하여 보험업 종사자로서의 신용과 사회적 평가를 중대하게 훼손하는 내용이므로 명예훼손성이 인정되었다. 동시에 피해자들이 운영하는 채널 및 보험 영업에 대한 신뢰를 떨어뜨려 고객, 시청자 이탈을 초래할 위험이 크므로 허위 사실 유포에 의한 업무방해에도 해당한다고 판단하였다.

넷째, 모욕과 관련하여, '먹튀'는 3개월만 회사에서 배우고 나간 뒤 영업하는 사람을 비하하는 표현으로, '머리 검은 짐승' 발언과 함께 사용된 점을 고려할 때 경멸적 감정을 담은 모욕으로 인정되었다. 또한 '성형을 안 한 곳이 없다', '무릎 꿇고 애걸복걸 입사' 등은 외모와 굴욕적 행위를 비하하는 표현으로, 사회적 평가를 저하시킬 모욕적 언사로 보았다. '폰팔이 출신'은 휴대전화 판매업 자체가 아니라 '기망·사기 영업'이라는 통상적 이미지와 결부되어 있으며, 방송 전체가 D를 비윤리적 설계사로 낙인찍는 맥락이어서 모욕으로 인정되었다. C의 얼굴 위에 두꺼비 사진을 합성한 화면은 언어 없이 시각적 방식으로 경멸을 표현한 것이므로 A가 평소 C를 '두꺼비'라 부르며 '더러운 데 사는 놈' 등 표현을 반복해 온 사정을 종합하여 모욕에 해당한다고 보았다.

다섯째, 공적 인물·공적 사안 및 공익성과 관련하여, 피해자들은 공무원이나 정치인이 아닌 사인(보험설계사·보험 유튜버)이지만, 보험사기와 시청자 기만 문제 자체는 소비자 보호 측면에서 일정한 공익성을 가진다고 법원은 인정하였다. 다만 A의 방송은 사실 확인 없이 경쟁자를 '사기꾼·협박자'로 몰고, 이미 가처분 결정으로 문제 된 표현을 반복하는 등 공익 제보라기보다 경쟁자 폄훼와 시청자 유입을 위한 비방이 주된 목적이라고 보아 공익성을 부정하였다.

여섯째, 허위 인식 및 미필적 고의와 관련하여, 법원은 A가 피해자들과 장기간 상호 비방·고소를 주고받는 적대관계에 있었고, 가처분 결정에서 이미 문제 된 표현들이 허위·비방 목적으로 지적되었음에도 같은 내용의 방송을 반복한 점을 중시하였다. 또한 비교적 간단한 방법(등기부 확인, 상담 기록·보험 조건 검토 등)으로 사실 확인이 가능했음에도 이를 게을리하고 단정적 폭로를 이어간 점을 들어, 적어도 허위 가능성을 인식하면서 이를 용인한 미필적 고의가 있다고 보았다.

일곱째, 비방 목적 및 형법 제310조 위법성 조각 여부와 관련하여 원고 A는 자신의 방송이 소비자 보호와 보험판매 관행 개선을 위한 공익적 고발이라고 주장하였으나, 법원은 가처분 결정에서 이미 공익보다 경쟁자 비방과 경제적 이익 추구가 주된 목적이라고 판단되었음에도 같은 내용의 방송을 계속한 점, '개쓰레기', '인생이 거짓', '두꺼비 새끼' 등 인신공격과 조롱 위주의 거친 표현이 반복되고, 구체적 자료에 기초한 설명은 부족한 점, 동일한 내용을 수년에 걸쳐 수십 차례 반복하고 있는 점 등을 종합하여 공공의 이익을 위한 정당한 표현행위로서 형법 제310조에 의해 위법성이 조각된다고 볼 수 없다고 판단하였다.

마지막으로, 유튜브 전파력, 피해 정도 및 양형과 관련하여, 법원은 유튜브의 구조상 실시간 시청자뿐 아니라 다시보기, 클립 편집, 타 채널 인용, 검색·알고리즘 추천 등을 통해 해당 발언이 장기간 반복적으로 노출될 수 있고, 피해자 이름과 채널명이 결합되어 '보험사기자, 먹튀, 폰팔이, 두꺼비' 등의 이미지가 고착될 위험이 크다고 보았다. 피해자들은 보험 설계사·보험 유튜버로서 신뢰가 핵심 자산인 직업군에 속하므로, 고객 이탈, 계약 취소, 브랜드 이미지 하락 등 경제적·정신적 손해 위험이 상당하다고 평가하였다. 원고 A는 이미 유사 범행으로 여러 차례 처벌받았고, 법원의 가처분 결정 이후에도 방송을 중단하지 않았으며, 피해자들과 실질적으로 화해하거나 용서를 받지 못한 점이 불리한 정상으로 작용하였다. 다만 피해자들도 일부 원고 A를 비판하는 방송을 하는 등 상호 비방의 측면이 있고, 원고 A가 일정 금액을 공탁한 점, 앞선 확정판결들과의 형평성 등이 고려되어 징역 1년 2월의 실형이 선고되고 대법원에서 확정되었다.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성

이 사건 유튜브 채널은 보험 관련 정보를 반복적으로 전달하며, 특정 경쟁자에 대한 부정적 정보를 지속적이고 조직적으로 전파하는 역할을 수행했다. 이는 특정 개인이나 사건에 관한 사실이나 의혹을 공중에게 전달해 여론 형성에 영향을 미친다는 점에서 신문·방송 등 전통 언론의 보도 기능과 구조적으로 유사하다. 법원이 유튜브 라이브·업로드 영상이 불특정 다수에게 반복 시청 가능한 정보통신망상 콘텐츠라는 점을 전제로 공연성과 명예훼손, 업무방해 성립을 인정한 것은 유튜버를 단순 개인 표현자가 아니라 사실상 대중매체 운영자로 보고 일정한 보도 책임에 상응하는 주의의무를 부과한 것으로 이해할 수 있다. 특히 소비자 보호라는 공익성을 표방하며 경쟁자를 '보험사기, 유병자 강권 설계사'로 낙인찍는 구조는 전통 언론의 탐사보도·고발 보도 형식과 유사하지만, 그에 상응하는 사실 검증이 결여된 경우 형사책임으로 귀결될 수 있음을 확인할 수 있다.

(나) 유튜브 형식이 판단·양형에 미친 영향

판단 단계에서 법원은 유튜브라는 매체의 특성을 공연성과 전파력 판단에 직접 반영하였다. 유튜브 채널의 구조상 한 번 게시된 허위와 모욕적 콘텐츠가 장기간 검색이나 추천을 통해 재노출되면서 피해자의 이름이 채널명과 결합하여 이미지가 고착될 위험이 크다고 본 것이다. 이는 유튜브 채널이 전통 언론 기사보다 삭제나 정정이 더 어렵고, 플랫폼 내·외부에서 2차·3차 재가공이 쉬운 유튜브의 특수성을 반영한 것이다. 양형에서도 유튜브의 전파력, 반복성과 시청자 유입 구조가 가중 요소로 작용하였다. 단발성 기사나 발언이 아니라, 수년에 걸친 다수 회차 방송으로 동일한 내용이 노출되면서 사회적 평가를 저하하려는 효과를 의도했다고 보일 뿐만 아니라 동종 전력과 가처분 위반까지 함께 고려해 실형이 선고되었다.

(다) 형사정책적 의미

형사정책적으로 이 사건은 유튜브 상 '사이버레커형' 비방·폭로 콘텐츠에 대한 엄격한 책임을 물은 판결이라 할 수 있다. 첫째, 유튜버도 전통 언론과 마찬가지로 사실 확인의무를 부담하며, 확인 가능한 사안에 대해 최소한의 검증 없이 허위 사실을 적시한 경우 허위 사실 명예훼손의 미필적 고의가 쉽게 인정될 수 있음을 확인할 수 있다. 둘째, 법원은 피해자가 공무원·정치인이 아닌 사인이라도 직업적 평판과 플랫폼 기반 생계가 결부된 경우 표현의 자유보다 인격권이나 직업적 명예 보호를 중시한 것으로 볼 수 있다. 셋째, 가처분 결정 등 민사·비송 단계에서 이미 문제 된 표현을 반복하는 경우, 이를 단순 민사적 불이행뿐만 아니라 형사책임의 가중 사유로 판단하여 실형까지 선고할 수 있음을 알 수 있다. 이는 향후 유튜브 환경에서 공익 고발을 표방하는 콘텐츠라 하더라도 공익성의 실질, 사실 확인 노력, 표현 수위 및 반복성에 따라 형사책임과 양형이 엄격하게 판단될 수 있을 것이다.

라. 유튜브 시사방송에서의 고위 공직자와 재판장 식사 관련 명예훼손 사건

(서울북부지방법원 2020. 7. 17. 선고 2019고합418 판결; 서울고등법원 2020. 10. 8. 선고 2020노1390 판결; 대법원 2024. 2. 8. 선고 2020도14521 판결)

(1) 사건의 개요

피고인은 개인 방송을 진행하는 자이고 피해자는 당시 H(대통령실 수석보좌관), J는 박근혜 전 대통령 사건(K 사건)의 제1심 재판장으로 모두 공적 지위를 가진 인물이다. 이 사건에서 피고인은 2018년 3월 자신의 사무실에서 인터넷 방송을 진행하면서, 당시 공직자로 재직 중이던 피해자에 대하여 "피해자는 정부의 정보·수사기관을 통제하는 최고 책임자이고, 해당 재판장은 국정농단 사건 1심 재판을 담당하고 있는데, 이런 두 사람이 이 시점에 만났다"는 취지로 발언하였다. 실제로는 카드사용 내역과 관련자 진술 등에 비추어 볼 때 H와 J 사이에 식사나 만남 자체가 없었던 것으로 확인되었으며, 피고인 A는 신원을 밝힐 수 없는 단 한 명의 제보만을 근거로 삼았을 뿐, 이를 뒷받침할 구체적인 자료는 전혀 갖추지 못한 상태에서 위 방

송을 하였다. 이에 검사는 피고인을 정보통신망법 제70조 제2항(허위사실 적시 명예훼손) 위반으로 기소하였다.

(2) 법원의 판단

1심 법원은 피고인의 방송이 공공의 이익을 위한 것이 아니라, 피해자에 대한 비방의 목적이 있는 것으로 판단했다. 따라서 피고인에게 징역 8월을 선고하고 이를 항소심에서 6월로 감형하며, 집행유예 1년을 선고했다. 대법원에서 상고기각으로 확정되었다.

첫째, 법원은 피고인의 방송을 통해 게시된 이상 불특정 다수에게 전파될 수 있어 정보통신망 이용과 공연성이 인정된다. 사실 적시 여부와 관련하여, 법원은 피고인이 '사실로 확인된 것은 아니다'라고 전제하면서 제보라고 소개했지만, 'H가 언제 어디서 J를 만나 식사했다'는 형태로 구체적 사실을 서술하고, 두 사람의 지위와 재판 시점을 연결해 "누가 봐도 오해를 불러일으키기에 충분하다"고 진술하였다. 법원은 제보 형식을 취하더라도 전체 취지상 그 사실이 실제로 있을 수 있음을 암시하면 정보통신망법 제70조 제2항의 사실의 적시에 해당한다고 보았다. 이 사건 방송의 주된 내용은 "H가 J와 식사를 했다"는 구체적 과거의 행위 그 자체이므로, 이는 명백한 사실 적시로 본다.

둘째, H와 J의 법정 진술, 카드사용 내역, 재판 일정 등으로 2018. 1~2월 사이 두 사람이 인근 식당에서 만나 식사했다는 사실은 존재하지 않음이 인정되었다. 피고인은 '제보자가 있다'는 주장만 할 뿐, 제보의 구체성을 전혀 제시하지 못했고, 다른 소명자료도 없다. 피고인은 방송 전·후로 G 대변인, 법원 공보판사에게 이메일을 보내 사실 여부를 문의했다는 점을 근거로 사실 확인 노력을 했다고 주장했으나, 법원은 방송 당일 근거 없이 몇 시간 내 회신을 요구하는 취재요청이나 방송 후 공보판사에게 보낸 메일만으로는 진지한 검증 시도라 보기 어렵다고 보았다.

셋째, 피고인 스스로 방송에서 '사실로 확인된 것은 아니다'라고 언급하고 있으므로 제보 내용이 허위일 가능성을 인식하고 있었고, 그럼에도 공적 사안에 중대한 의혹을 암시하는 방식으로 방송했다는 점에서 허위성 인식을 인정했다.

넷째, 법원은 이 사건 관련 형사재판이 정치권력 등 외부의 압력이나 간섭을 배제한 상태에서 공정하게 진행되고 있는지 여부는 국민의 관심이 집중된 공적 사안이며 당시 E로 근무하였던 피해자나 이 사건 관련 형사재판의 재판장이었던 J이 공적 인물임을 인정하였다. 그러나 피고인은 20년 넘게 유력 일간지에서 기자로 활동한 경력을 가진 사람인 점, 구독자 수만 명[17]의 인터넷 방송을 운영하고 있었으므로 일반 언론인과 동일한 수준의 사실 확인 및 검증 의무를 부담하는 점, 신원이 확인되지 않는 제보자 1인의 제보 외에는 아무런 구체적 근거 없이 허위 사실을 방송한 점 등을 고려하여 피고인은 공익적 언론활동 범위를 벗어났다고 판단했다.

17 이 사건 방송에 대한 2019. 2. 19. 기준 조회수가 61,655회에 이른다.

다섯째, 이 사건에서 법원은 공적 인물과 공적 사안에 관한 보도라는 점은 인정하면서도 허위 사실을 근거 없는 제보에 기대어 암시적·추측적 방식으로 퍼뜨렸고, 피해자가 명예훼손 위험을 자초한 것도 아닌 반면 피고인은 사실 확인 노력을 거의 하지 않았다는 점을 들어 악의적이거나 심히 경솔한 공격으로 판단하고 비방 목적을 인정하였다.

여섯째, 양형판단과 관련하여, 피고인에게 동종 전과가 없음이 유리하게 작용하였으나, 인터넷 매체의 광범위성과 신속한 전파력, 내용의 확대·재생산 가능성, 그리고 이 사건 방송 조회수만 6만 회 이상으로 공적 사건의 핵심 당사자(E, 재판장)에 대하여 재판 개입 의혹을 불러일으킨 점에서 명예훼손의 중대성이 크다고 보았다. 언론인으로서 최소한의 사실 확인 과정조차 수행하지 않았다고 명시적으로 비판하면서 피해자의 용서가 없었고 피고인이 반성도 하지 않는 점이 양형에 참작되었다.

(3) 검토

(가) 유튜브와 전통 언론의 기능적 유사성

이 판결은 피고인을 단순한 개인 유튜버가 아니라 유력 일간지 출신으로 수만 명의 구독자를 보유한 사실상 언론인으로 보아, 전통 언론인과 동일한 수준의 공적 책임과 사실확인 의무를 부담하는 주체로 보았다. 구성요건 및 위법성 판단 단계에서 법원은 '인터넷 방송'이라는 형식에도 불구하고, 방송의 영향력(구독자 규모, 사회적 신뢰도)과 사건의 공적 중요성(전직 대통령 재판, 청와대 고위 인사의 재판 개입 의혹)을 근거로 일반 언론보도에 준하는 엄격한 검증 의무를 전제하였다. 특히 제보를 소개하는 형식을 취하더라도, 제보 내용의 구체성과 추가 취재 노력, 표현 방식에 따라 해당 보도가 쉽게 '악의적·경솔한 공격'으로 평가될 수 있음을 명확히 하였다. 결국 이 판결은 유튜브·인터넷 방송을 전통 언론과 별개의 완화된 책임 영역으로 보지 않고, 채널의 영향력과 운영자의 전문성에 비례하여 책임이 강화되는 방향으로 양자를 기능적으로 동일한 공적 매체로 취급한다.

(나) 유튜브 형식이 구성요건·위법성·양형에 미친 영향

구성요건·위법성 측면에서 법원은 이 사건을 정보통신망법 적용 대상인 '인터넷 개인 방송'으로 전제하면서, 유튜브 매체 특성상 전파성과 공연성이 충족된다고 보았다. 제보를 소개하는 형식을 취했더라도 유튜브 방송 구조상 시청자는 이를 강한 사실 주장으로 인식하기 쉽고, 실제로 '고위공직자와 재판장이 만났다'는 사실이 존재한다는 인상을 주도록 방송이 구성되어 있다는 점을 이유로 사실 적시 및 허위성 인정에 유리한 판단근거로 작용하였다. 양형 단계에서 법원은 조회수(6만 회 이상)를 명시적으로 언급하면서, 인터넷·유튜브 매체의 전파력과 내용 재생산 가능성을 중대한 가중 요소로 보았다. 유튜브 형식 자체를 단순한 매체 차이가 아니라 피해 확산 위험을 증폭시키는 요소로 평가하여, 벌금형이 아니라 징역형 선고를 정당화하는 근거로 보았다.

(다) 형사정책적 의미

형사정책적 측면에서 이 판결은 유튜브·인터넷 시사 방송이 공직자와 재판을 비판·감시할 수 있는 정당한 영역과, 악의적·경솔한 허위 폭로로서 형사처벌 대상이 되는 기준을 상당히 엄격하게 제시한다. 공적 사안·공적 인물에 대한 비판이라도 제보의 신빙성과 구체성, 사실 확인 시도, 표현 수위·방식, 예상 파급효과를 종합해 '현저히 상당성을 잃은 공격'으로 평가되면 비방 목적이 인정되어 정보통신망법상 명예훼손죄가 성립한다는 점이 확인되었다. 나아가 언론인·유튜브 진행자에게 속보 경쟁·시청률 경쟁을 이유로 허위 가능성이 큰 제보를 검증 없이 방송하는 관행에 대한 강한 경고를 보내며, '제보 소개' 형식을 내세워 책임을 회피하는 것은 허용되지 않음을 알 수 있다. 특히 고위직 공무원과 재판장이라는 높은 공적 지위의 인물들에 대한 비판 사건에서도 실형이 선고된 점은 향후 유튜브 기반 정치·사법 비판 콘텐츠에 대한 수사, 기소 및 양형이 엄격해질 수 있음을 시사한다.

Ⅴ. 유튜브 판결분석을 통한 시사점과 법제 개선 방안

1. 유튜브 판결분석을 통한 시사점과 한계

2022년부터 2024년까지의 유튜브 관련 명예훼손·인격권 침해 민사판결을 종합하면, 법원은 여전히 전통적 명예훼손 법리(사실 적시 여부, 공익성, 진실성·상당성, 책임 범위)를 기본 틀로 삼으면서도, 유튜브 채널의 공익·저널리즘 기능, 구독자 수와 조회수, 광고·후원 등 수익 구조, 실시간 방송·썸네일·합성 이미지 등 형식적 특성까지 함께 고려하여 책임 유무와 범위를 결정하는 방향으로 점진적으로 나아가고 있다. 특히 채널의 전파력과 상업성을 위자료 액수, 영상 삭제·접근차단·재게시 금지, 간접강제 명령 등 구제 수단 선택에 적극 반영하고 있다는 점에서 유튜브 저널리즘에 대한 법원의 인식이 일정한 방향으로 정립되고 있음을 보여준다.

그럼에도 불구하고 유튜브 채널을 전통 언론과 어떤 기준에 따라 구별할 것인지, 어떤 유형의 채널에 대해 언론에 준하는 보호와 책임을 부과할 것인지에 관한 구조적 기준은 여전히 개별 사건의 사실관계 속에서 제시되고 있을 뿐이며 일관된 일반 원칙으로 정립되고 있지는 않다. 유튜브 채널의 언론성, 공익성 여부, 표현 형식 및 전파력의 고려 방식, 공적 인물과 사인 구별 등 핵심 쟁점에 관해 판결에 따라 그 결과가 달라지는 경향도 있으므로 현행 판례 중심 규율은 예측가능성과 일반성을 확보하는 데에 한계가 존재한다.

쟁점별로 보면, 유튜브 민사판례는 전통 명예훼손 법리를 유지하되 당사자와 채널의 속성, 표현 양태, 알고리즘에 따른 확산 가능성, 채널 규모와 수익 구조 등 플랫폼 특유의 요소를 판시 이유에 점차 구체적으로 녹여내고 있다는 점에서 분명한 진전을 보인다. 다만 사실확인 의무의 수준, 공적 관심사의 범위 설정, 전파력·상업성을 전제로 한 구제 수단 설계 등에서는 여전히 기존 언론 판례의 틀을 기계적으로 적용하거나, 유튜브의 특유의 구조적 위험과 특수성을 충분히 반영하지 못하는 측면이 남아 있어, 향후 보다 체계적인 기준 정립이 요구된다.

가. 사실 적시·의견 구분의 시사점과 한계

제3장에서 분석된 주요 민사 판결들은 유튜브 발언의 사실 적시 여부를 판단할 때, 개별 문구의 사전적 의미뿐 아니라 영상 전체의 구성, 제목·썸네일, 시청자가 받는 전체적 인상, 시간·장소·행위의 특정 정도 등

을 종합적으로 고려하고 있다. 예컨대 '빨대를 꽂은 가족사기단'과 같은 표현도 그 자체로는 평가 또는 의견에 가까운 표현으로 이해하되, 구체적 범죄사실을 단정적으로 전달하는 발언들과 결합한 경우 강한 모욕성과 인격권 침해성을 인정하고 있다. 한편, 음주운전 논란 사건에서는 1심과 항소심이 같은 발언을 두고 의견표명과 허위 사실 적시로 달리 평가할 수 있음을 보여 주고 있으므로 전체 맥락에서 해석의 중요성을 드러낸다. 의혹 제기의 한계와 관련하여, 법원은 대법원 전원합의체 판결에서 확립된 '의혹 제기자 소명책임' 법리를 유튜브 사건에 적극적으로 원용하고 있다. 즉, 특정 기간, 장소, 행위가 구체적으로 특정되지 않은 포괄적 의혹의 경우 피해자에게 부존재 입증을 요구하는 것은 곤란하며, 의혹을 제기하는 유튜브 채널이 일정한 자료와 정황을 제시할 책임을 부담한다는 점을 여러 판결에서 재확인하였다. 다만 경제·투자 관련 채널에서 이뤄진 문제 제기와 같이 객관적 자료와 합리적 추론에 기초한 비판적 평가에 대해서는 일정 수준의 오차와 과장을 수인하면서, 공적 사안과 투자자 보호에 기여하는 의혹 제기는 보호하려는 태도를 보였다. 또한 여러 판결에서 법원은 단정적 범죄사실이나 구체적 비위(시기·장소·행위가 특정된 경우)는 사실 적시로, 추측·평가·풍자 형식의 표현은 의견·논평으로 분류하되, 하나의 영상 내부에서도 발언을 세분화해 일부는 위법, 일부는 허용 가능한 의견으로 판단하고 있다. 이는 법원이 유튜브 콘텐츠가 썸네일·제목·실시간 채팅 등 다양한 요소가 결합된 구조라는 점을 고려해 문맥과 형식을 종합적으로 평가한다고 볼 수 있다. 그러나 유튜브 특유의 '팩트·의혹·풍자'가 뒤섞인 서사 구조에 비해 시청자의 인식을 충분히 분석하지 못하고, 여전히 문언 형식에 치우쳐 판단하는 경향도 드러난다. 그 결과 클릭을 유도하는 자극적 썸네일·제목을 단순한 과장된 의견표현으로만 가볍게 보거나, 반대로 방송 전체의 비판적 맥락을 간과한 채 일부 문구만 떼어 사실 적시로 평가하는 등 기준이 일관되게 적용되지 못하는 한계도 있다.

나. 공적 인물·공적 사안 범위의 시사점과 한계

연구대상 판결들을 보면, 연예인·유튜버·정치인 등 대중적 인지도가 높은 인물에 대해 법원은 공적 관심사의 범위를 비교적 넓게 인정하면서, 이미 공론화된 사생활 영역에 대해서는 표현의 자유 보호 범위를 확장하는 경향을 보인다. 이는 공적 인물에 대한 감시·비판과 사이버 렉커에 대한 규제 필요성을 함께 고려하여, 단순한 공인·사인 이분법을 넘어 사회적 영향력과 사안의 공적 성격을 결합한 판단 기준을 모색한다고 볼 수 있다. 그러나 연애·성적 비방·과거 일탈 폭로 등 공적 관심사와 사생활 침해의 경계가 모호한 사안에서는 일부 판결이 대중의 호기심을 공적 관심으로 과도하게 확장해 비판 허용 범위를 넓게 인정하거나, 반대로 성범죄 의혹·학교폭력 폭로처럼 공익성이 분명한 사안에서도 2차 피해 가능성을 이유로 표현을 과도하게 제한해 사건별로 기준이 다르다는 한계가 드러난다. 구체적으로, 공직자·정치인·고위 검사·전직 장관 등 전형적 공적 인물에 대해서는 직무수행과 관련된 비판이나 부패·특혜·비리 의혹 제기가 공공의 이익에 관한 표현으로 폭넓게 보호될 수 있다는 전제를 유지하면서도, 허위 사실 단정이나 과도한 인신공격은 여전히 위법한 인격권 침해로 본다. 전직 장관 및 그 가족을 둘러싼 유튜브 사건에서 법원은 사모펀드·입시·사학 비리 의혹은 공적 관심사에 해당하나, 자녀에 대한 범죄자 합성 이미지와 '가족사기단'과 같은 낙인 표현은 공익적 비판의 한계를 넘어선 독립된 인격권 침해로 보아 높은 위자료와 동영상 삭제를 명령하였다. 반면 일반 사인, 특히 연예인이 아닌 유튜버, 사건과 직접적 관련이 없는 가족, 공익제보·탐사취재에 참

여한 주변 인물 등에 대해서는 상대적으로 강한 인격권 보호가 확인된다. 고교 시절 일화를 과장된 설정으로 희화화한 사례, 일반 여성 유튜버에 대한 성적 비방·성매매 의혹 제기, 과거 전과 및 사생활을 반복 소환한 사건 등에서 법원은 해당 인물들을 공적 인물로 보기 어렵고, 문제 된 표현이 공권력 행사나 공공정책과 직접 관련되지 않는다는 이유로 공익성을 부정하며, 유머·풍자 형식을 취했더라도 반복적·상품화된 조롱은 인격권 침해에 해당한다고 판단하였다. 전통 언론 판례를 따라 공적 인물에 대한 비판적 표현은 폭넓게 허용되지만, 일반인과 공적 인물의 중간 영역에 위치하는 '준 공적 인물'에 대한 심사 강도 및 보호 기준이 불분명하거나 판결마다 일관성을 확보하지 못하는 문제점이 있다.

다. 유튜브 전파력·파급력 고려의 시사점과 한계

민사판결은 구독자 수와 조회수뿐 아니라 라이브 스트리밍 구조, 실시간 채팅, 썸네일의 자극성, 알고리즘에 따른 추천·확산 가능성을 손해의 중대성과 위자료 산정의 요소로 점차 적극적으로 고려하고 있다. 동일한 표현이라도 폐쇄적 소모임과 대형 유튜브 채널 사이의 파급력 차이를 반영하여 손해배상액, 영상 삭제, 재게시 금지 인용 여부를 달리 판단하는 경향은 표현의 매체·전달 구조를 양적 지표와 결합해 책임 판단의 요소로 활용하기 시작했다는 점에서 의의가 크다. 하지만 전파력 판단이 실제로는 구독자 수와 개별 영상 조회수에 지나치게 의존하는 경향이 남아 있어, 향후 추천 알고리즘에 따른 노출 확대 가능성이나 재편집·재업로드·타 플랫폼 공유와 같은 2차 유통 구조는 독립된 평가 요소로 충분히 구조화되지 못하고 있다. 이미 비공개·삭제된 영상에 대해 '현재 재생이 불가능하다'는 사정을 중시하여 방해배제청구를 제한적으로만 인정하는 판결은 불법 재업로드나 요약·클립 영상 등을 통해 동일한 내용이 계속 확산될 위험을 과소평가한다는 점에서 한계를 드러낸다.

라. 유튜브 형식적 특성 반영의 시사점과 한계

연구대상 판결을 종합하면, 법원은 실시간 스트리밍과 라이브 채팅, 쇼츠와 같은 짧은 영상 포맷, 자극적인 썸네일·제목이 결합할 경우 다수의 시청자가 동시에 참여하고 발언·댓글이 반복 재생되면서 피해자의 인격권 침해가 누적적으로 증폭된다는 점을 인정하였다. 특히 영상 내용을 실제로 시청하지 않더라도 썸네일과 제목만으로 부정적 인상이 고착될 수 있다는 전제 아래, 이를 독립된 침해행위 또는 위자료 증액 사유로 본 판례는 유튜브 특유의 표현 형식을 책임 판단 요소로 보았다는 점에서 의미가 있다. 반면 알고리즘의 작동 방식에 관한 법원의 논의는 대체로 추상적 수준에 머물러, 추천·자동재생·클립 기능을 구체적인 법적 기준이나 책임 배분 구조와 연결하는 시도는 충분히 이루어지지 않았다. 라이브 방송의 우발성과 속보성을 전제로 어느 정도의 사전 검증을 요구할지, 이후 편집본·클립 업로드 시 어떤 추가 책임이 발생하는지에 관한 명시적 기준도 미비하며, 채널 규모·수익 구조·알고리즘 개입 정도와 책임 강도 사이의 관계가 판례상 일관되게 정립되었다고 보기는 어렵다. 아울러 유튜브의 형식적 특성이 인격권 침해의 중대성, 위자료 수준, 삭제·차단·재게시 금지 등 구제 수단 선택에 중요한 고려요소로 자리 잡아가고 있다는 점은 연

구대상 판결 전반의 공통된 흐름이다. 실시간 스트리밍과 채팅이 결합된 방송에서 발언과 댓글이 장기간 재생산된 사건들에서 법원은 전파력·재유포 가능성·명예회복의 곤란성을 강조하며 비교적 높은 위자료를 인정하였고, 수형자나 피해자의 얼굴을 합성한 썸네일, 자극적 제목, 굿즈로의 활용 등은 독립된 인격권 침해 또는 피해 가중 요소로 평가되었다. 다만 이러한 형식적 요소에 대한 고려 수준은 사건마다 편차가 크고, 플랫폼 알고리즘, 추천 구조, 시청 유지 전략 등 구조적 요소는 판시에서 제한적으로만 언급되는 경향이 있다. 구독자 수·조회수·광고 및 후원 규모가 위자료와 비재산적 구제 수단의 강도에 어떻게 체계적으로 반영되는지에 관한 일반화된 기준도 제시되지 않아, 채널 규모와 책임 강도 간의 상관관계가 판결별로 상이하게 나타나는 한계가 여전히 남아 있다.

마. 증명책임·사실확인 의무의 시사점과 한계

법원은 전통 언론과 유튜브 채널을 원칙적으로 동일한 명예훼손 법리 아래 두되, 채널의 규모·전문성·수익 구조에 따라 사실확인 의무의 강도를 차등화하는 경향을 보인다. 예를 들어, 광고·슈퍼챗·후원 등으로 상당한 수익을 올리는 시사·폭로 채널이 강한 낙인 표현(성범죄자, 가족 사기단, 간첩 등)을 단정적으로 사용하는 경우, 언론사에 준하는 엄격한 검증의무 위반을 인정하여 높은 위자료와 광범위한 삭제·재게시 금지를 명하는 사례가 축적되고 있다. 그러나 법원은 소규모 채널이나 1인 유튜브 채널 운영자에 대해 '전통 언론과 같은 수준의 취재를 기대하기 어렵다'는 이유로 사실확인 의무를 완화하면서도, 그 완화 기준(전문 기자 유무, 조직성, 수익 규모 등)을 명시적으로 제시하지 않고 있다. 법원은 '진실이라고 믿을 만한 상당한 이유'를 판단할 때, 조회수·구독자 경쟁을 위해 사용되는 자극적 편집과 썸네일 전략, 광고·후원 등 경제적 인센티브 구조를 충분히 반영하지 않고 있다는 점에서도 한계를 보인다.

바. 구제 수단의 시사점과 한계

법원은 단순히 손해배상만 인정하는 데 그치지 않고, 영상 삭제·접근차단·재게시 금지, 나아가 일부 사건에서는 간접강제까지 함께 명하는 사례를 늘려 가면서 유튜브 콘텐츠에 대한 비재산적 구제 수단을 적극적으로 활용하는 방향으로 나아가고 있다. 특히 반복적·상업적 악성 콘텐츠 채널의 경우 개별 영상에 국한하지 않고, 채널 전반의 탐사·폭로 포맷, 시리즈 구성, 후원 유도 방식 등을 함께 고려하여 포괄적인 재게시 금지와 상대적으로 높은 위자료를 인정하는 경향을 보였다. 그럼에도 이미 삭제·비공개된 영상에 대해서는 '현재 침해 상태가 존재하지 않는다'는 이유로 장래 재업로드 가능성을 엄격하게 보아 방해배제청구를 제한하는 판결이 적지 않아, 유튜브 특유의 재업로드·클립·밈 확산 구조를 충분히 반영하지 못한다는 한계가 있다. 아울러 위자료가 실제 조회수와 수익 규모에 비해 낮게 산정된 사건도 상당수 존재하여, 허위·악성 콘텐츠를 통해 얻은 경제적 이익을 실질적으로 환수하거나 억제하는 수단으로서의 기능이 충분히 발휘되지 못한다는 비판이 제기될 수 있다.

사. 소결: 현행 판례 중심 규율의 구조적 한계

연구가 분석한 바와 같이, 현재 유튜브 인격권 침해 사건의 규율은 민법상 불법행위, 형법·정보통신망법상 명예훼손·모욕죄, 일부 간접강제 명령 등을 통해 사후적으로 구제하는 구조에 머물고 있다. 유튜브 채널의 유형, 공익성·저널리즘성 정도, 플랫폼 전파력·수익 구조 등을 축으로 한 체계적 분류·모형화는 학술 연구 차원에서 제시되고 있으나, 입법·제도 차원에서 이를 수용한 별도의 규율 체계는 존재하지 않으며, 언론중재법과의 관계도 명확히 정리되지 않은 상태이다. 또한 플랫폼 사업자인 유튜브는 정보통신망 상의 중개자로서 제한적 책임에 머무르고, 실제 삭제·차단·재게시 금지 등 실질적 구제는 대부분 피해자가 크리에이터를 상대로 장기간 소송을 제기해야만 가능하다는 점에서, 실효성 있는 신속구제 장치가 부족하다. 판례는 개별 사건에서 의미 있는 기준을 제시하고 있지만, 이러한 기준을 통합하여 일반원칙·가이드라인으로 제시하지 못하는 이상, 유튜브 환경에서의 인격권 보호와 표현의 자유 보장은 여전히 판례의 재판부별 편차에 크게 의존할 수밖에 없다.

첫째, 유튜브와 전통 언론 관계 설정과 관련하여, 여러 사건에서 법원은 유튜브 채널이 감시·비판·여론 형성 기능을 수행한다는 점을 인정하며, 일정 규모 이상의 시사·뉴스·탐사 채널을 사실상 '준언론'으로 취급해 전통 언론과 유사한 정도의 사실확인 의무와 책임을 부과하려는 시도를 보인다. 특히 중대한 낙인 표현 사건에서는, 매체가 유튜브라는 이유만으로 책임을 경감하지 않고, 전통 언론 판례(대법원 명예훼손·공익성·상당성 판례 등)를 그대로 원용하는 경향이 두드러진다. 다만 엔터테인먼트·팬덤·예능 채널에 대해서는 1인 미디어라는 점을 강조해 책임을 완화하고 있지만, 연예계 가짜뉴스·사이버 렉커의 심각성을 이유로 언론 이상으로 강하게 제재해야 한다는 논리가 공존하고 있다.

둘째, 2022-2024년 민사판례를 종합하면, 유튜브 채널에 대한 판단기준은 대체로 표현 내용, 채널 속성, 경제적 수익 구조, 전파력으로 유형화될 수 있다. 중대한 낙인 표현 사건의 경우, 공적 사안이라도 사실확인 의무 위반이 있으면 전통 언론과 동일한 수준의 엄격한 책임을 인정하고, 반대로 공적 사안 관련 의혹·평가 수준의 표현은 상대적으로 넓게 보호하는 경향이 점차 뚜렷해지고 있다. 다만 판결문마다 이러한 요소를 어떻게 가중하는지에 대한 명시적 기준 제시는 부족하고, 개별 사건의 특수한 사실관계에만 의존하여 논리를 전개하는 경향이 있으므로 판례를 종합하여 예측 가능한 유형화 기준을 도출하기는 어려움이 있다. 또한 플랫폼 책임·알고리즘 개입, 악성 채널의 반복적 행태에 대한 구조적 규율 등 이른바 유튜브 저널리즘을 둘러싼 핵심 쟁점이 아직 입법 논의에 비해 판례에서 충분히 다뤄지지 못하고 있다.

2. 법원 판결 차원에서의 개선방안

가. 유튜브의 언론성 및 공익성 판단기준의 명료화

연구대상 판결들은 채널 주제 및 특성, 운영 주체의 경력, 구독자·조회수 규모, 수익 구조, 과거 활동 이

력 등을 종합하여 유튜브 채널의 공익성과 언론성을 간접적으로 평가하고 있다. 따라서 향후 판결에서는 이러한 요소를 명시적 판단기준으로 구조화하여, 어떤 경우에 유튜브 채널을 '언론에 준하는 공론장 참여자'로 인정할 것인지 보다 선명하게 제시할 필요가 있다. 특히 공익적 목적을 내세우는 유튜브 채널에 대하여는 실제 콘텐츠의 구성, 취재·자료 검증 방식, 반론권 보장 여부, 후원금·광고 수익의 구조 등 실질적 운영 양식을 중심으로 공익성 여부를 판단하는 원칙을 공통기준으로 확립할 필요가 있다. 이를 통해 유사한 유형의 채널 간에 판결 결과의 일관성을 높이고, 채널 운영자가 스스로 어느 규범 틀의 보호와 책임을 감수해야 하는지 예측 가능성을 제고할 수 있다.

나. 표현유형 및 형식요소별 책임기준의 세분화

현재 판결문은 유튜브 영상의 본문 발언에 초점을 맞추는 경향이 강하지만, 실시간 방송, 편집 영상, 커뮤니티 게시글, 쇼츠, 썸네일·제목, 합성 이미지, 채팅·댓글 등 각 형식요소가 독립적 또는 결합된 인격권 침해 행위가 될 수 있다는 점이 여러 사건을 통해 드러났다. 이에 향후 판결에서는 표현 형식별로 사실 적시와 의견 구별과 책임 범위를 보다 명시적으로 나누어 서술하고, 썸네일·합성 이미지·굿즈와 같이 시각적·상업적 요소가 결합된 표현에 대해서는 피해 가중 요소로서의 역할을 일관되게 인정하는 것이 바람직하다. 특히 인터넷 개인방송·1인 미디어에서 가짜뉴스는 텍스트뿐 아니라 편집·썸네일·선정적 이미지가 결합된 형태로 생산되므로, 법원이 사실 적시 여부를 판단할 때 영상 전체의 편집·시각적 효과·맥락 왜곡까지 포함해 분석해야 한다.[18] 따라서 반복적인 시리즈 콘텐츠, 과거 방송 캡처의 재활용, 이미 삭제된 영상의 편집 및 재게시 등은 단발적 표현과는 다른 전파력과 지속성을 갖는다는 점에서 판결문에서 '반복성·재생산 가능성'을 별도의 판단 요소로 명시하고 위자료와 삭제·재게시 금지 인정 여부에 차등을 두는 기준을 제시할 필요가 있다. 이를 통해 유튜버가 형식적·편집상의 선택이 인격권 침해의 법적 평가에 어떤 영향을 미치는지 보다 명확히 인식하도록 유도할 수 있다.

다. 공적 인물·준공적 인물·사인의 단계적 보호 체계

연구에서 정리된 판결들은 공직자, 정치인, 고위 검사 등 전형적인 공적 인물에 대한 비판과 사인에 대한 표현 사이에 다른 심사 강도를 적용하고 있으나, 공적 인물과 사인 사이에 놓여 있는 준공적 인물(예컨대, 공익제보자, 탐사취재 실무자, 유명 유튜버 등)에 대한 기준은 아직 충분히 일관적이지 않다. 이에 향후 판결에서는 공적 인물성 판단 요소로서 공식적 지위, 사회적 영향력, 스스로 공론장에 진입한 정도(자초성), 공적 논쟁에의 기여도 등을 공통 요소로 제시하고, 이를 토대로 공적 인물, 준공적 인물, 일반 사인으로 단계화하여 비판 허용 범위와 보호 수준을 차등화할 필요가 있다. 특히 가족, 배우자, 자녀, 제보자, 취재원 등 주변 인물에 대해서는 공적 사안과의 관련성 및 필연성, 실명이나 얼굴 공개의 필요성과 범위, 표현 방

18 정완·유수미, "인터넷개인방송에서의 위법행위 증가와 그 합리적 규제방안", 「법조」 제68권 제4호(통권 제736호), 2019. 8, 384-410면.

식 등을 엄격히 심사하여 공적 사안에의 필수적 관련성이 없는 인신공격이나 전과 폭로 등은 원칙적으로 허용되지 않는다는 점을 분명히 할 필요가 있다. 이를 통해 공적 사안에 대한 자유로운 토론을 보장하면서도 주변 인물의 인격권이 과도하게 침해되는 것을 방지할 수 있다.

라. 사실확인 의무와 의혹 제기 소명책임의 차등 설정

대상 판결들은 시사·정치·탐사 유튜브 채널에 대해 전통 언론과 유사한 수준의 사실확인 의무와 의혹 제기 소명책임을 부과하면서, 단순 오락·연예·사적 분쟁 중심 채널에 대해서는 "명백한 허위 사실·중대한 낙인 표현만은 피해야 한다"는 최소 주의 의무를 요구하는 경향을 보였다. 향후 판결에서는 이 차등 구조를 보다 명시화하여, 공익 사안과 권력 감시를 표방하는 채널에는 자료 검증, 당사자 입장 확인, 직무분장·사건 배당 내역 확인 등 구체적 조사 의무를 요구하고, 이를 위반한 경우 엄격한 책임을 부과하는 방향으로 기준을 정리할 필요가 있다. 한편, 공적 사안에 관한 합리적 의혹 제기는 일정한 오차와 과장을 수인하되, 기간·장소·행위가 전혀 특정되지 않은 포괄적 비난, 전혀 근거 없는 중대한 범죄 의혹 제기에 대해서는 의혹 제기자가 구체적 사실관계나 자료를 제시하지 못할 경우 허위성 추정 및 책임 인정을 강화하는 방식으로 소명책임 법리를 일관되게 적용할 필요가 있다. 이를 통해 공익적 감시 기능은 보호하되, 온라인에서의 무분별한 폭로를 억제할 수 있다.

마. 구제 수단 선택·조합에 관한 판결 작성 가이드라인

연구에서 정리된 판례들은 손해배상만 인정한 사건, 손해배상과 함께 삭제·접근차단·재게시 금지를 명한 사건, 여기에 일일 단위 간접강제까지 부과한 사건 등 다양한 조합을 보여준다. 향후 판결에서는 침해 유형, 채널 규모와 반복성, 현재 영상의 공개 여부와 전파 가능성 등을 기준으로 구제 수단 선택 원칙을 보다 체계적으로 제시하는 것이 필요하다. 예컨대 이미 영상이 삭제·비공개 상태이고 2차 유포 가능성이 낮은 경우에는 손해배상 중심의 구제에 그치되, 대형 채널에서 반복적으로 허위 사실과 조롱이 결합된 콘텐츠를 게시한 경우에는 삭제·재게시 금지와 간접강제를 병행하는 것이 정당화될 수 있다. 이러한 기준을 판결문에서 명시함으로써, 향후 유사 사건에서 당사자와 하급심이 예측 가능한 기준을 공유할 수 있을 것이다.

3. 입법 및 정책 차원의 개선방향

가. '유튜브 저널리즘'의 제도적 위치 설정

연구는 유튜브 채널 중 일정 부분이 전통 언론과 기능적으로 유사한 공론장으로 작동하고 있음에도 언론중재법 체계에서 이러한 매체를 포섭할 명시적 규정이 없다는 점을 문제점으로 지적하였다. 따라서 입법론 차원에서 일정 요건(정기성, 시사·뉴스 중심 콘텐츠, 편집·검증 구조, 일정 규모 이상의 구독자·조회수 등)을 충족하는 유튜브 채널을 "플랫폼 기반 시사·뉴스 매체"로 정의하여, 언론중재법상 조정대상이 되게 함으로써 신속한 분쟁해결이 가능하도록 제도적 보완이 시급하다. 반대로, 오락·예능·일상 브이로그 등 공적 사안과 무관한 채널을 언론 규제 틀에 포함하는 것은 과잉 규제의 우려가 크므로, 정보통신망법·민법·형법상의 일반 불법행위 책임과 플랫폼 자율규제에 맡기되, 허위 사실·중대한 낙인 표현·성적 비방 등에 대해서는 명확한 책임 강화 조항을 두는 방식으로 규율 수준을 차등화하는 것이 필요하다.

판결 분석을 통해 일부 시사·정치 채널에 대해 법원이 공익성·저널리즘성을 고려하면서도, 어떤 채널을 '언론에 준하는 공론장 참여자'로 볼지에 관한 일반 기준은 아직 정립되지 않았음을 알 수 있었다. 디지털 시대의 새로운 저널리즘으로서 유튜브 뉴스 콘텐츠의 기능을 전제로, 언론중재법 적용의 저널리즘적·헌법적 근거(제도적 보장론 등)를 제시하면서, 일정한 요건을 충족하는 유튜브 뉴스 채널을 언론중재법상 '언론'의 범주에 포함시켜야 한다는 주장이 제기된다.[19] 이는 판례가 개별 사건마다 '언론성·공익성'을 평가하는 현 구조가 제도적으로는 "유튜브 뉴스 채널 = 언론에 준하는 매체"로 재위치될 수 있음을 시사하며, 그만큼 법원이 사실확인 의무·반론보도 의무를 어느 수준까지 요구할지에 대한 기준을 명시적으로 정교화할 필요가 있음을 보여준다.

나. 유튜브 플랫폼 책임과 절차적 구제 강화

현행 판례는 주로 크리에이터 개인의 불법행위 책임을 인정하는 수준에 머물고, 플랫폼 사업자인 유튜브는 간접강제의 이행 주체 정도로만 등장하는 경향이 있다. 그러나 유튜브의 전파력, 알고리즘, 수익 구조가 인격권 침해의 강도와 지속성에 직접적인 영향을 미친다는 점을 고려하면, 정보통신망법이나 별도 온라인 플랫폼 법제를 통해 반복적·중대한 인격권 침해 신고 시 플랫폼에 신속한 임시조치, 노출 제한, 추천·알고리즘상 불리한 배치 의무 등을 부과하는 방향의 입법이 요구된다.

판결 확정 이전 단계에서 명백한 허위 사실이나 중대한 낙인 표현에 대해 독립된 분쟁조정·심의 절차를 통해 조기 삭제·수정·경고 표시를 가능하게 하고, 판결 확정 후에는 삭제·재게시 금지·간접강제 명령이 실효적으로 이행되도록 플랫폼에 기술적 조치 의무를 부과하는 제도 설계도 필요하다. 이렇게 절차적 구

19 김주용, "유튜브 뉴스 콘텐츠에 대한 언론중재법 적용 방안 연구- 적용의 저널리즘적 근거와 법적 정당성을 중심으로 -", 「언론과 법」 제24권 제1호, 한국언론법학회, 2025. 4, 43-93면.

제 장치를 강화하면 피해자는 장기 소송에만 의존하지 않고도 보다 신속하고 실질적인 보호를 받을 수 있다. 또한 제3장 판결 분석 결과, 현재 피해 구제는 크리에이터를 상대로 한 민사소송에 거의 전적으로 의존하고 있어 신속성과 실효성이 현저히 떨어진다는 한계가 드러난다. 디지털 플랫폼 환경의 변화를 법제가 능동적으로 포섭하기 위해서는 언론중재법상 '언론' 개념을 재해석하거나 관련 규정을 개정해 일정 구독자 수·채널 주제 등 객관적 기준을 충족하는 유튜브 채널을 언론중재위원회 조정·중재 대상에 포함시키고, 이를 통해 소송 외의 전문적·신속한 구제 경로를 제도화할 필요가 있다.[20]

나아가 유튜브의 자의적 콘텐츠 삭제로부터 국내 이용자의 권리를 보호하기 위해서는, 삭제 금지 가처분 등 법원 절차만으로는 시간·비용 부담이 크고 해외 서버 등으로 인해 집행에도 제약이 있다는 현실도 고려해야 한다. 유튜브가 사실상 공적 토론과 정보 유통의 핵심 장을 형성하고 있음에도, 삭제 여부가 사기업의 약관과 내부 가이드라인에 의해 좌우되는 구조는 표현의 자유와 알 권리라는 헌법적 가치를 누가, 어떤 기준으로 보호·제한해야 하는지에 관한 기본적인 문제를 제기하므로, 법적 통제 기준과 절차적 투명성을 확보하기 위한 국내 규범 형성이 시급하다.[21]

다. 온라인 인격권 분쟁조정 제도의 정비

언론중재위원회는 전통 언론과 인터넷 언론을 대상으로 신속한 정정보도, 반론보도, 손해배상 조정을 수행하고 있으나, 유튜브 등 1인 미디어 전반을 포괄하는 전담 조정기구는 부재하다. 이에 유튜브를 대상으로 하는 '온라인 인격권 분쟁조정 제도'를 언론중재위원회에 도입하여 피해자가 간단한 신청 절차로 삭제, 정정, 반론 영상 게시, 알고리즘 제한 등의 구제를 신속히 받을 수 있는 절차를 설계할 필요가 있다. 이를 통해 법원의 사후 구제와 병렬적으로 작동하는 신속 절차를 구축할 수 있다.

라. 손해배상 및 간접강제 제도의 정교화

연구대상 판결 중 일부는 유튜브 대형 채널에 대해 높은 위자료와 간접강제를 병과함으로써, 반복적 인격권 침해와 영상의 장기적 접근 가능성을 억제하는 역할을 수행하였다. 입법 수준에서는 징벌적 손해배상 제도의 도입 논의와 연계하여, 반복성, 상업성, 채널 규모, 삭제 요청 이후의 재게시 등 가중 사유를 열거하고, 이러한 요건 충족 시 법원이 고액 위자료 또는 배액 배상제 등을 도입하는 방안을 논의하고 있다. 표현의 자유를 제한하지 않는 범위에서 반복적이고 악의적인 인격권 침해에 대한 적절한 피해구제 방안 마련이 필요하다. 또한 영상 삭제, 재게시 금지에 간접강제를 결합하는 최근 판례 경향을 제도적으로 뒷받침하기 위해 간접강제액의 범위, 기간, 이행 확인 절차, 플랫폼과의 협력 방식 등을 법률 또는 대법원 규칙 차원

20 권형둔, "소셜미디어와 1인 미디어의 부상으로 인한 언론 중재법 적용 대상의 확대 가능성-유튜브 저널리즘을 중심으로", 「미디어와 인격권」 제11권 2호, 언론중재위원회, 2025. 8, 1-39면.

21 노현숙, "사적 미디어로서의 유튜브 플랫폼에 의한 콘텐츠 삭제에 관한 논의", 「미디어와 인격권」 제8권 제1호, 언론중재위원회, 2022 4, 49-91면.

에서 구체화할 필요가 있다. 이를 통해 유튜브 영상의 지속적인 접근 가능성과 2차·3차 유포 가능성을 실질적으로 차단하고, 판결의 실효성을 높일 수 있다.

마. 전과·민감정보 재적시에 대한 특별 규율

전과, 성범죄, 사기 이력 등 민감한 형사정보를 유튜브에서 반복적으로 재소환하는 사건들에 대해, 법원은 진실한 사실이라 하더라도 조롱의 형식으로 반복 적시하는 경우 명예훼손 책임이 발생할 수 있음을 분명히 하였다. 입법론적으로는 공적 인물의 현직 직무 수행과 직접적 관련성이 없는 과거 전과, 재범 위험과 무관한 사생활적 범죄 이력에 대해서는 원칙적으로 온라인에 재적시를 제한하고, 부득이 공익상 필요가 인정되는 경우에도 범죄사실의 내용과 양형 등 구체적 정보의 반복 공개를 제한하는 특별 규정을 검토할 수 있다. 동시에 공직 후보자 검증, 현직 공직자의 직무 관련 비리, 재범 위험 경고 등 공익성이 명백한 경우에는 제한적으로 재적시를 허용하되, 실명 및 얼굴 공개 범위, 조롱 또는 희화화 금지, 사실과 평가의 명확한 구분 등 엄격한 형식 요건을 부과함으로써 인격권 침해를 최소화하는 방향으로 규율을 설계할 수 있다. 이를 통해 "진실한 전과 적시도 남용되면 명예훼손이 될 수 있다"라는 판례의 메시지를 입법 차원에서 제도화할 수 있다.

바. 교육·자율규제·플랫폼 내부 규정 개선

마지막으로, 유튜브 크리에이터 대상 인격권과 명예훼손 교육과 자율규제 체계를 확립하는 것이 중요하다. 플랫폼과 유튜버 협회와 협력하여 공적 인물·사인 구분, 사실 적시·의견·풍자 구별, 전과·사생활 정보 재적시의 위험, 썸네일·합성 이미지 사용 기준 등에 관한 구체적 가이드라인을 제공하고, 위반 시 제재를 부과하는 자율규제 모델을 구축할 수 있다.

또한 유튜브 커뮤니티 가이드라인이 국내 명예훼손·인격권 판례와 정합성을 갖추도록 정기적으로 개정하고, 신고 및 분쟁조정 기능을 강화함으로써 이용자와 크리에이터가 국내 법제에 부합하는 인격권 보호 기준을 자연스럽게 학습하도록 유도해야 한다. 이러한 다층적 접근은 판례가 축적해 온 기준을 사회 전반의 규범으로 확산시키는 데 기여할 수 있다.

참고문헌

박용상, 『신명예훼손법』, 박영사, 2025.

언론중재위원회, 『2024년도 언론관련판결 분석보고서』, 2025.

권형둔, “소셜미디어와 1인 미디어의 부상으로 인한 언론 중재법 적용 대상의 확대 가능성-유튜브 저널리즘을 중심으로”, 「미디어와 인격권」 제11권 2호, 언론중재위원회, 2025. 8, 1-39면.

김주용, “유튜브 뉴스 콘텐츠에 대한 언론중재법 적용 방안 연구- 적용의 저널리즘적 근거와 법적 정당성을 중심으로 -”, 「언론과 법」 제24권 제1호, 한국언론법학회, 2025. 4, 43-93면.

노현숙, “사적 미디어로서의 유튜브 플랫폼에 의한 콘텐츠 삭제에 관한 논의”, 「미디어와 인격권」 제8권 제1호, 언론중재위원회, 2022. 4, 49-91면.

마정미(2020), “유튜브 저널리즘과 공론장(public sphere)에 관한 연구”, 「한국소통학보」 제19권 1호, 한국소통학회, 2020. 2, 217-246면.

박아란(2025), “언론 자유 개념의 확장과 재구성”, 「커뮤니케이션 이론」 제20권 제1호, 한국언론학회, 2025. 3, 5-43면.

이승선, “언론중재법은 언론으로 인한 피해를 구제하려고 도모해 왔는가?”, 「언론과 법」 제24권 제2호, 한국언론법학회, 2025. 8, 1-41면.

이현정, “표현의 자유와 유튜브의 법적 책임에 관한 비교법적 고찰”, 「미디어와 인격권」 제8권 제1호, 언론중재위원회, 2022. 4, 93-13면.

정서현, “뉴스인플루언서의 개념과 분류기준 분석: 국내외 논의동향과 유럽 사례를 중심으로”, 「언론중재」 2025년 여름호(통권 175권), 언론중재위원회, 2025. 6, 42-67면.

정완·유수미, “인터넷개인방송에서의 위법행위 증가와 그 합리적 규제방안”, 「법조」 제68권 제4호(통권 제736호), 2019. 8, 384-410면.

민사판결 목록

사건 건수	판결번호	선고일자	법원명	심급	청구명	판결결과
1	2020가소2360695	2021-06-18	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
	2021나43752	2022-01-20	서울중앙지법	2심	손해배상	인용
2	2020가단102962	2022-04-29	의정부지법 고양지원	1심	손해배상	인용
3	2021가단5064562	2022-06-09	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
4	2020가합573474	2022-06-10	서울중앙지법	1심	손해배상/ 동영상삭제	인용
	2022나2025712	2024-10-10	서울고법	2심	손해배상/ 동영상삭제	인용
	2024다302231	2025-01-09	대법원	3심	손해배상/ 동영상삭제	인용
5	2020가단5274256	2022-07-12	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
6	2019가합567596	2022-08-26	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
	2022나2036576	2023-03-31	서울고법	2심	손해배상	인용
7	2020가합583570	2022-08-31	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
8	2021가단5288351	2022-09-07	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
	2022나54681	2023-09-12	서울중앙지법	2심	손해배상	인용
9	2021가소52458	2021-07-21	인천지법 부천지원 김포시법원	1심	손해배상	인용
	2021나68561	2022-09-08	인천지법	2심	손해배상	인용
10	2021가단113753	2022-09-22	인천지법 부천지원	1심	손해배상	인용
	2022나73638	2024-04-24	인천지법	2심	손해배상	인용
11	2020가합535281	2022-09-23	서울중앙지법	1심	손해배상	기각
12	2020가합595092	2022-10-14	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
13	2020가소2497580	2021-08-26	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
	2021나55946	2022-11-16	서울중앙지법	2심	손해배상	기각
14	2021가단220122(본소), 2021가단244739(반소)	2022-12-14	수원지원 성남지원	1심	손해배상	인용
	2023나51700(본소), 2023나51717(반소)	2024-01-12	수원지법	2심	손해배상	인용
15	2021가단113611(본소), 2022가단120753(반소)	2023-01-10	서울북부지법	1심	손해배상	인용
16	2021가단5225022	2023-02-10	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
17	2021가합535691	2023-04-14	서울중앙지법	1심	손해배상/ 동영상삭제	기각
	2023나2018728	2024-05-31	서울고법	2심	손해배상/ 동영상삭제	인용

사건 건수	판결번호	선고일자	법원명	심급	청구명	판결결과
17	2024다256512	2024-10-17	대법원	3심	손해배상/ 동영상삭제	인용
18	2021가단5075579	2023-05-11	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
	2023나29613	2024-02-01	서울중앙지법	2심	손해배상	기각
	2024다218510	2024-05-30	대법원	3심	손해배상	기각
19	2021가단5021572	2023-06-20	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
	2023나47925	2024-08-27	서울중앙지법	2심	손해배상	인용
20	2022가합544319	2023-07-05	서울중앙지법	1심	손해배상/ 동영상삭제	인용
21	2020가단5178372	2023-07-13	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
22	2022가단246829	2023-07-19	서울남부지법	1심	손해배상	인용
	2023나62746	2024-05-30	서울남부지법	2심	손해배상	인용
	2024다254455	2024-09-12	대법원	3심	손해배상	인용
23	2022가합532743	2023-09-13	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
24	2020가합30392	2023-09-22	서울서부지법	1심	손해배상/ 정정보도	인용
	2023나2048996	2024-08-30	서울고법	2심	손해배상/ 정정보도	인용
25	2021가합579530	2023-09-22	서울중앙지법	1심	정정보도	기각
26	2022가단167	2023-10-18	전주지법	1심	손해배상	인용
	2023나20030	2024-11-28	전주지법	2심	손해배상	인용
27	2019가단5257170	2021-09-29	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
	2021나64834	2023-02-14	서울중앙지법	2심	손해배상	기각
	2023다220790	2023-11-30	대법원	3심	손해배상	기각
28	2022가단5277969	2023-12-22	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
29	2023가소204102	2024-01-11	대전지법	1심	손해배상	인용
	2024나202490	2024-08-29	대전지법	2심	손해배상	인용
30	2023가단314943	2024-01-19	부산지법	1심	손해배상	인용
	2024나50929	2024-10-31	부산고법	2심	손해배상	인용
31	2023가합57423	2024-02-07	서울중앙지법	1심	손해배상/ 동영상삭제	기각
	2024나2011687	2024-10-18	서울고법	2심	손해배상/ 동영상삭제	기각
32	2023가소452243	2024-04-16	서울남부지법	1심	손해배상	인용
	2024나55417	2024-10-17	서울남부지법	2심	손해배상	인용
33	2023가단144589	2024-04-24	대구지법	1심	손해배상	인용
34	2022가단5168720(본소), 2023가단5244119(반소) 판결	2024-05-07	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
35	2022가단576751	2024-05-21	수원지법	1심	손해배상	인용
36	2023가단5155424	2024-06-14	서울중앙지법	1심	손해배상	기각
	2024나35493	2024-10-31	서울중앙지법	2심	손해배상	기각

사건 건수	판결번호	선고일자	법원명	심급	청구명	판결결과
37	2023가단36234	2024-06-20	의정부지원 남양주지원	1심	손해배상	인용
38	2023가소12492	2024-06-21	서울남부지법	1심	손해배상	인용
	2024나59617	2024-12-13	서울남부지법	2심	손해배상	인용
39	2023가합200967	2024-07-03	대전지법	1심	손해배상/ 동영상삭제	인용
40	2023가단128399	2024-07-09	의정부지원	1심	손해배상/ 동영상삭제	인용
41	2020가합510770	2024-07-17	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
42	2023가단147755	2024-07-19	서울북부지법	1심	손해배상	인용
43	2023가단518744	2024-07-24	광주지법	1심	손해배상	인용
44	2023가합85282	2024-08-23	서울중앙지법	1심	손해배상/ 동영상삭제	기각
45	2022가합530846	2024-08-28	서울중앙지법	1심	손해배상/ 정정보도	기각
46	2024가단208271	2024-08-30	서울서부지법	1심	손해배상	인용
47	2023가단5179499	2024-09-27	서울중앙지법	1심	손해배상	기각
48	2023가합569	2024-10-11	서울서부지법	1심	손해배상/ 동영상삭제/ 사과문 게재	기각
49	2024가합200469	2024-11-14	대구지법	1심	손해배상/ 정정보도	인용
50	2023가단5023602	2024-11-27	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
51	2021가합516423	2024-12-04	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
52	2023가합78604	2024-12-11	서울중앙지법	1심	손해배상	인용
53	2023가단554178(본소), 2024가단535662(반소)	2024-12-18	수원지법	1심	손해배상	기각
54	2023가단5455957	2024-12-19	서울중앙지법	1심	손해배상	기각
55	2024가합33276	2024-12-20	서울서부지법	1심	손해배상/ 정정보도/ 동영상삭제	기각

형사판결 목록

사건 건수	판결번호	선고일자	법원명	심급	판결결과
1	2021고정143	2022-01-11	부산지법 동부지원	1심	벌금 300만 원
	2022노271	2022-08-12	부산지법	2심	벌금 300만 원
2	2020고단2747	2022-02-07	서울서부지법	1심	벌금 500만 원, 집행유예 1년 6월
	2022노206	2023-11-09	서울서부지법	2심	벌금 500만 원, 집행유예 1년 6월
3	2021고단1200	2022-06-09	서울서부지법	1심	벌금 500만 원
4	2022고정194	2022-06-09	인천지법	1심	공소기각
5	2021고정441	2022-06-15	제주지법	1심	벌금 300만 원
	2022노592	2023-04-18	제주지법	2심	벌금 200만 원
6	2020고단4312	2022-08-11	서울동부지법	1심	징역 8월
7	2022고단4001, 5280(병합)	2022-10-19	인천지법	1심	징역 6월, 집행유예 2년, 사회봉사명령 80시간
	2022고단8923, 2023고단1375(병합), 2023고단2280(병합), 2023 판결 [고단3748(병합), 2023고단3878(병합)	2023-08-18	인천지법	1심	징역 6월, 집행유예 2년
	2022노3935, 2023노3445(병합)	2023-11-24	인천지법	2심	징역 6월, 집행유예 2년, 사회봉사명령 80시간
8	2020고합318	2022-11-11	서울북부지법	1심	피고인A : 벌금1,000만 원 피고인 B: 벌금 700만 원
9	2022고합654	2023-02-01	서울중앙지법	1심	벌금 700만 원
	2023노577	2023-06-28	서울고법	2심	벌금 700만 원
10	2021고단3300, 2021고단3736(병합), 2021고단4926(병합)	2023-02-16	서울중앙지법	1심	징역 1년 6월, 집행유예 3년, 사회봉사명령120시간
	2022고단4613, 2022고단4739(병합), 2023고단1667(병합), 2023고단1734(병합)	2023-11-28	서울중앙지법	1심	징역 1년, 집행유예 2년
	2023노676, 2023노3625(병합)	2024-04-17	서울중앙지법	2심	징역 1년 2월
	2024도6183	2024-10-31	대법원	3심	징역 1년 2월
11	2020고합771, 2020고합840(병합)	2023-05-31	서울중앙지법	1심	무죄 (공직선거법은 유죄)

사건 건수	판결번호	선고일자	법원명	심급	판결결과
11	2023노1871	2024-04-19	서울고법	2심	무죄
	2024도6301	2024-07-11	대법원	3심	무죄
12	2022고정1118	2023-06-14	대구지법	1심	벌금 200만 원
13	2022고단4806	2023-06-20	서울중앙지법	1심	무죄
	2023노1743	2024-04-23	서울중앙지법	2심	무죄
	2024도6671	2024-09-12	대법원	3심	무죄
14	2023고정385	2023-09-12	의정부지법 고양지원	1심	벌금 50만 원
15	2019고합418	2020-07-17	서울북부지법	1심	징역 8월
	2020노1390	2020-10-08	서울고법	2심	징역 6월, 집행유예 1년
	2020도14521	2024-02-08	대법원	3심	징역 6월, 집행유예 1년
16	2023고정1039	2024-04-18	수원지법 성남지원	1심	벌금 500만 원
17	2024고정10	2024-05-02	수원지법 안양지원	1심	벌금 500만 원
18	2023고단6107	2024-06-20	서울중앙지법	1심	벌금 300만 원
19	2022고단3926	2023-02-01	인천지법	1심	벌금 500만 원
	2023노513	2024-08-23	인천지법	2심	벌금 500만 원
20	2024고단1620	2024-09-11	서울중앙지법	1심	벌금 1,000만 원
21	2023고단294	2024-10-30	의정부지원 남양주지원	1심	징역 1년
22	2024고정162	2024-11-05	수원지법 여주지원	1심	벌금 700만 원
23	2024고정487	2024-11-07	부산지법 동부지원	1심	벌금 500만 원
24	2024고정143	2024-11-12	수원지법 여주지원	1심	벌금 500만 원
25	2024고정716	2024-11-20	서울서부지법	1심	벌금 300만 원
26	2023고정607	2024-11-27	부산지법 동부지원	1심	벌금 150만 원
27	2024고정271	2024-12-04	의정부지법 고양지원	1심	벌금 500만 원
28	2023고정376	2024-12-11	의정부지원 남양주지원	1심	공소기각
29	2024고정902	2024-12-17	대구지법	1심	벌금 50만 원
30	2024고단2233	2024-12-17	제주지법	1심	징역 1년 6월

발행인 최완주
편집인 김윤정
기 획 언론중재위원회 연구센터
발행일 2025년 12월 17일

언론중재위원회 연구센터
서울 중구 세종대로 124 프레스센터빌딩 11층
전화 (02) 397-3041~5
www.pac.or.kr

편집 문화공감
04619 서울 중구 퇴계로 264 보림빌딩 403, 302호
전화 (02) 2266-1897

*이 책은 방송미디어통신위원회에서 조성한 방송통신발전기금으로 발간하였습니다.

2025

미디어법제 연구보고서

언론중재위원회
Press Arbitration Commission