인격권에 기한
기사삭제청구권에
대하여

'잊혀질 권리'에
관한 유럽사법재판소
판결의 의미,
어떻게 볼 것인가?

Vol.132

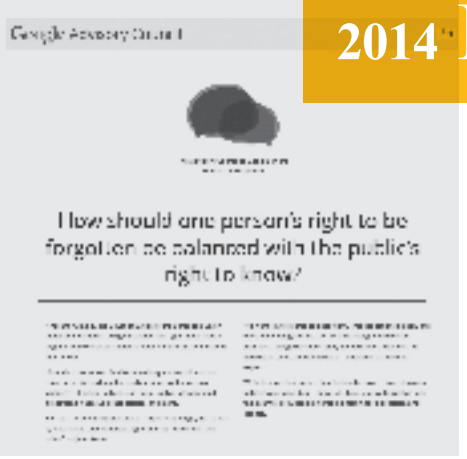
Press Arbitration Commission

언론중재

기자의 취재원
공개거부권
(비닉권)을
인정할 수 있을까?

유럽사법재판소
판결 이후 '잊혀질 권리'
현황과 과제

2014 Fall



기사형 광고의
실태와 문제점,
그리고 향후 전망

언론 현장에서 바라본
잊혀질 권리

포털 현장에서 바라본
잊혀질 권리

언론중재위원회
Press Arbitration Commission

인쇄 2014년 9월 26일
발행 2014년 9월 30일
등록 1981년 10월 14일
등록번호 서울중.바00002
발행인 박용상
편집인 권우동
인쇄인 박인성
발행 언론중재위원회
서울 중구 세종대로 124
(프레스센터빌딩 15층)
전화 02-397-3114
FAX 02-397-3069
www.pac.or.kr
편집 · 인쇄 비주얼트랜드 02-517-5450

편집위원
심석태 SBS 뉴미디어부장
이선민 조선일보 여론독자부장
이영진 언론중재위원회 중재위원 / 변호사
황용석 건국대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수

* 본지는 잡지윤리실천강령을 준수합니다.
* 이 책에 게재된 원고의 내용은 우리 위원회의 견해와 다를 수 있습니다.
* 이 책은 「방송통신위원회 방송통신발전기금」을 지원받아 제작한 것입니다.
* 저작권법에 따라 본지에 수록된 글의 무단 복제와 전재 및 상업적 이용을 금합니다.

언론중재

Press Arbitration Commission

Vol.132

2014 Fall

언론중재위원회
Press Arbitration Commission

언론중재
Press Arbitration Commission
2014 Fall | Vol.132

CONTENTS

FOCUS ON MEDIA

06 ‘잊혀질 권리’에 관한 유럽사법재판소 판결의 의미, 어떻게 볼 것인가? • 안병하

14 유럽사법재판소 판결 이후 ‘잊혀질 권리’ 현황과 과제 • 구본권

22 언론 현장에서 바라본 잊혀질 권리 • 정재호

28 포털 현장에서 바라본 잊혀질 권리 • 이진규

칼럼

36 도돌이표 속에 갇힌 한국 언론 • 권석천

사건 속 법률

40 인격권에 기한 기사삭제청구권에 대하여 • 양철한

판례토크

52 ‘종북’의 두 가지 의미 • 양재규

06

22

MOVIE WITH LEGAL MIND

56 고문(顧問) : 숙련(熟練)과 위엄(威嚴) • 김상순

기고문

62 기자의 취재원 공개거부권(비닉권)을 인정할 수 있을까? • 이부하

72 기사형 광고의 실태와 문제점, 그리고 향후 전망 • 김봉현

해외통신원 기고

80 독일어권 국가들의 자살보도 기준 • 김세환

고충처리 노트

92 언론계 결단을 기대하며 • 고영재

조정중재 현장

96 소비자단체가 10년 넘게 운영중인 자율분쟁조정위원회를 소개합니다 • 박형연

56

80

‘잊혀질 권리’에 관한 유럽사법재판소 판결의 의미, 어떻게 볼 것인가?

글. **안병하**
강원대학교 법학전문대학원 교수

1. 잊어버림의 미덕

빅토르 마이어-쉔베르거(Viktor Mayer-Schönberger)는 2009년에 출간되어 세간의 이목을 끌었던 자신의 저서 제목(Delete: The Virtue of Forgetting in the Digital Age)에서 잊어버리는 것을 미덕이라 칭하고 있다. 이러한 표현은 그러나 당장 며칠 앞으로 다가온 시험 준비에 잊어버림을 원망하며 머리를 쥐어짜고 있을 수험생들뿐만 아니라 일반인들에게도 일견 생소하게 다가온다.

사실 인간이 지닌 기억력의 한계는 오랜 세월동안 그저 극복되어야 할 취약함의 하나로 여겨져 왔다. 시간의 흐름 속에서 잊어버리고 잊혀가는 아쉬움은 시간에 내재된 망

유럽사법재판소 전경(출처 : 유럽사법재판소 홈페이지[curia.europa.eu])

각효과를 무력화시키는 기술개발을 독려하였으며, 그 결과 방대한 양의 정보를 너무나도 간단하게 영구적으로 저장하고 재생할 수 있는 디지털메모리기술이 개발되기에 이르렀다. 이제 인간은 삭제명령을 내리지 않는 한 영원히 잊지 않는 보조 기억장치를 보유하게 된 것이다.

하지만 새로운 기술에 힘입은 새로운 가능성은 그 효용성에도 불구하고 예기치 못한 부(負)의 외부효과를 발생시키기도 한다. 망각을 모르는 디지털저장장치와 인터넷이라는 범세계적 통신망이 결합하여 창출한 '잊어버리지 않는 세상'에서는 모든 과거가 동시에 현재성을 띠게 된다. 이미 많은 시간이 흐른 과거의 행적들이 마치 현재의 그것들과 마찬가지로 생생히 경험되어질 수 있기 때문이다. 불완전성을 지닌 인간들이 흔히 범하는 소소한 잘못들마저도 잊히지 않고 영원히 되새김되어 바로 현재의 삶에 지대한 영향을 미칠 수 있게 된 것이다. 이러한 현상은 인간존엄성의 핵심적 내용인 자기결정에 기한 인격의 자유로운 발현에 크나큰 위협이 될 수밖에 없다.

인격이라는 것은 고정적, 확정적인 것이 아니라 시간과 더불어 항상 변해가고 어떠한 방향으로든지 발전되어 나가는 것을 본질적 속성으로 하는 것인데, 과거가 현재에 여전히 머물러 있는 사회에서는 잘못된 과거의 족쇄로부터 완전히 벗어나서 새로운 삶을 산다는 것이 애당초 불가능하기 때문이다. 뿐만 아니라 신기술을 통해 집적된 개인의 정보들은 그것들이 수집되고 저장된 맥락을 떠나 서로 합성되고 가공되어 그 정보주체의 진정한 자아와는 상이한 가공(架空)의 자아를 형성하고 퍼뜨리며 이로 인해 그 정보주체의 고유한 정체성은 교란될 수밖에 없다.

더욱 진화하는 기술에 상응하여 점점 심화되어 가는 이러한 부작용에 법적으로 대응하기 위하여 새로운 권리들이 등장하였는데, '개인정보자기결정권'이라는 권리가 대표적인 것이다. 이 권리는 "자신에 관한 정보가 언제, 누구에게 어느 범위까지 알려지고 또 이용되도록 할 것인지를 그 정보주체가 스스로 결정할 수 있다"는 것을 핵심적 내용으로 하는 것으로(헌법재판소 2005. 5. 26. 자 99헌마513, 2004헌마190 결정, 대법원 2014. 7. 24. 선고 2012다49933 판결 참조), 그 내용에서 이미 알 수 있듯이 앞서 언급한 새로운 정보기술의 위험성을 최소화하여 개인의 자유로운 인격발현을 최대한 보장하고자 하는 데 그 목적을 두고 있다. 소위 '잊혀질 권리'라고 칭해지는 권리 또한 이와 본질적으로 다른 것이 아니며 오히려 개인정보자기결정권이 지닌 구체적 권능 중의 하나로 보는 것이 옳다. 다만 지금까지의 개인정보자기결정권에 관한 논의가 주로 정보의 수집 및 가공에 대한 정보주체의 참여와 더불어 부정확하거나 위법한 정보의 정정, 삭제 등에 중점을 두고 있었다면, 소위 잊혀질 권리를 둘러싼 새로운 논의는 그 자체로 정확하고 적법한 정

보의 삭제에까지 권리의 범위를 넓히고 있다는 점에서 특색을 보인다.

스페인에 살고 있는 곤잘레즈(Costeja González)는 바로 이 점에 착안하여 2010. 3. 5. 스페인의 정보보호기관에 스페인 일간신문사 중의 하나인 La Vanguardia Ediciones SL 및 Google Spain과 Google Inc.를 상대로 하는 청원을 제출하였는데 그 내용은 다음과 같다. 구글의 검색창에 자신의 이름을 입력하여 검색을 하면 그 검색결과로 위 일간지 La Vanguardia의 1998. 1. 19.판 및 동년 3. 9.판 페이지로의 링크가 나타나는데, 이 페이지에는 곤잘레즈의 이름과 함께 사회보험상의 채무로 인해 그의 부동산이 압류되어 경매된다는 공고가 실려 있었다. 이에 곤잘레즈는 위 정보보호기관에게 La Vanguardia에 대해서는 위의 두 페이지를 삭제하거나, 최소한 그의 개인정보가 나타나지 않게 변경하도록 지시해 줄 것을 청원하였고, Google Spain과 Google Inc.에 대해서는 그의 이름을 넣어 검색한 결과에 더 이상 이와 관련된 정보나 위 링크가 나타나지 않도록 자신의 개인정보를 삭제하거나 은폐하도록 지시해 줄 것을 청원하였다. 이러한 청원의 근거로 그는 위 부동산 압류 및 경매절차는 이미 오래전에 완결되었기에 현재 더 이상 언급될 필요가 없다는 점을 들었다.

이에 대해 스페인 정보보호기관은 2010. 7. 30. La Vanguardia에 대한 청원은 기각하였으나, Google Spain과 Google Inc.에 대한 청원은 인용하였다. 전자의 청원이 기각된 이유는 그 신문에 난 공고는 노동 및 사회부장관의 명령에 따라 강제경매 사실을 되도록 널리 알려 경매참가자를 넓히려는 목적을 지녔으므로 법적으로 정당한 것이라는 점때문이다. 이와 같은 스페인 정보보호기관의 판단에 불복하여 Google Spain과 Google Inc.는 스페인의 형법, 행정법, 사회법 분야의 고등법원격인 Audiencia Nacional에 소를 제기하였다. 소송상의 주요쟁점이 개인정보보호에 관한 1995년 유럽지침의 해석과 밀접하게 관련되어 있었기에 동 법원은 유럽사법재판소에 해석상의 쟁점에 대한 사전판단을 구하였다.

스페인 정보보호기관의 판단에 불복한 구글이 소를 제기한
Audiencia Nacional 전경(출처 : 위키피디아[en.wikipedia.org])

2. 유럽사법재판소 판결의 구체적 내용

유럽사법재판소의 판단에 맡겨진 쟁점은 크게 보아 다음 4가지로 구분된다. 첫째, 위 1995년 유럽지침의 사항적(물적) 적용범위, 둘째 위 1995년 유럽지침의 장소적 적용범위, 셋째 검색엔진 운영자의 독자적 책임 여부, 넷째 개인정보주체가 가진 권리의 범위. 유럽사법재판소는 이에 대하여 2014. 5. 13. 판결을 내렸는데, 이하에서 그 구체적 내용을 간략하게 살펴보기로 한다.

(1) 1995년 유럽지침의 사항적(물적) 적용범위

이 문제는 검색엔진을 통한 검색기능의 제공이 개인정보의 처리에 해당하는지 여부 및 만약 그렇다면 검색엔진 운영자는 정보처리자에 해당하는지 여부에 관한 문제이다. 유럽사법재판소는 결론적으로 이 두 가지를 모두 긍정하였다. 즉 검색엔진 운영자는 인터넷에 공표된 정보들을 자동적, 지속적, 체계적으로 검색하면서 인덱스(index) 프로그램을 통하여 개인정보들을 선별, 수집, 정렬하여 자신의 서버에 보관하며 경우에 따라서는 검색결과 목록의 형태로 그 이용자들에게 전달하는 행위를 한다. 그리고 이러한 행위는 명백히 위 유럽지침상의 개인정보처리에 해당한다고 보았다. 그러면서 개인정보가 이미 인터넷상에 공표되어 있었다거나 또는 검색엔진이 그러한 개인정보에 어떠한 변경도 가하지 않는다는 사실은 검색엔진이 행하는 기능을 개인정보처리로 보는 데에 아무런 영향을 주지 않는다고 하였다. 계속하여 유럽사법재판소는 동일한 맥락에서 검색엔진 운영자가 바로 위와 같이 검색엔진이 행하는 개인정보처리의 목적과 수단을 결정하는 자이므로 개인정보처리자에 해당한다고 보았다. 그러면서 제3자의 인터넷 사이트에 존재하는 타인의 개인정보에 대한 통제권이 그에게 없다는 이유로 검색엔진 운영자를 개인정보처리자로 보지 않는 것은 정보주체를 폭넓게 보호하려는 위 1995년 유럽지침의 취지에 반하는 것이라는 언급도 부가하였다.

(2) 1995년 유럽지침의 장소적 적용범위

다음으로 개인정보보호에 관한 1995년 유럽지침을 반영한 EU 개별 국가의 국내법이 Google Inc.처럼 EU 역외에서 검색엔진을 운영하는 자에게도 적용되는지 여부가 문제로 되었다. 이와 관련하여 위 유럽지침은 제4조 제1항 a)호에서 동 지침을 반영한 개별 국가의 법규정은 정보처리자가 해당 국가에 두고 있는 지사(支社)의 활동과 관련하여 행해지는 모든 개인정보처리에 적용된다고 하고 있다. 구체적 사안에서 논란이 되었던 검색엔진은 오로지 미국에 있는 Google Inc.만이 운영하고 있었고, 그 지사의 일종인 Google

Spain의 업무는 단지 검색엔진 상의 광고공간 판매에만 한정되어 있었기에 과연 위 유럽 지침상의 요건이 충족되었는지가 문제로 되었던 것이다. 유럽사법재판소는 이 문제 또한 긍정하였다. 비록 Google Spain의 업무가 광고공간 판매에 한정되어 있었다고 하더라도 Google Spain의 광고공간 판매는 Google Inc.의 검색엔진 운영을 경제적으로 가능하도록 도와주는 행위이며 반대로 Google Inc.의 검색엔진 운영은 Google Spain의 광고공간 판매를 가능하게 해 주는 것이기 때문에 검색엔진 운영과 광고공간 판매는 불가분적으로 결합되어 있다는 것이 그 주된 논거였다. 이렇게 보면 미국에 있는 Google Inc.가 행하는 검색엔진 운영을 통한 개인정보의 처리는 그 지사인 Google Spain의 업무와 관련되어 행해지는 것으로 되어 결국 위 유럽지침을 반영한 스페인 개인정보보호법은 Google Inc.의 개인정보처리에도 적용될 수 있게 된다.

(3) 검색엔진 운영자의 독자적 책임

이어서 검색엔진 운영자는 타인의 개인정보를 포함하고 있는 제3자의 인터넷 사이트가 먼저 또는 동시에 삭제되지 않거나 그 자체로 적법하여 삭제될 필요가 없다고 하더라도, 그 타인의 이름으로 검색된 결과에 나타나는 위 인터넷 사이트로의 링크를 제거할 의무가 있는지 여부가 다루어졌는데 유럽사법재판소는 이 또한 긍정하였다. 검색엔진을 통한 개인정보처리는 개인정보를 담고 있는 원래의 인터넷 사이트의 공표와는 별개의 추가적 개인정보처리로써 오히려 개인의 성명을 입력하여 행해지는 검색의 결과로 제시되는 개인정보들은 서로 결합되어 특정 개인에 대한 구조적이고 체계적인 파악을 가능하게 하여 그 개인의 자세한 프로필을 알 수 있도록 해주는 것이므로 오늘날 정보사회에서는 검색엔진의 운영이 단편적 개인정보를 담고 있는 개개의 인터넷 사이트보다 더 위험할 수 있다는 것이 유럽사법재판소의 기본적 시각이었다. 그러므로 개인의 사생활 및 개인정보보호를 위해 필수적으로 행해지는 언론의 자유, 공중의 알 권리 등과의 이익형량시 양자는 구별되어 별개의 것으로 다루어져야 하므로 이익형량의 결과 또한 달라질 수 있다는 것이다.

(4) 개인정보주체가 가진 권리의 범위

마지막 쟁점은 개인정보의 주체가 단지 자신에게 해가 될 수 있다는 이유 또는 어느 정도 시간이 지난 후 잊히고 싶다는 이유로, 검색엔진 운영자에게 제3자에 의해 적법하게 공표되고 진실한 내용을 담고 있는 인터넷 사이트로의 링크를 자신의 이름으로 행해진 검색결과에서 제거해 줄 것을 청구할 수 있는지 여부였다. 이 판결을 바로 잊혀질 권리

에 관한 판결로 여겨지게 한 핵심적 쟁점이라고 할 수 있는데 유럽사법재판소는 과감하게 이를 긍정하였다.

그러나 이러한 유럽사법재판소의 결론은 새로운 권리의 창출이 아니라 위 유럽지침의 체계적 해석에 따른 합리적 결과였다. 위 유럽지침 제12조 b)호에서는 개인정보처리가 동 지침의 규정에 상응하지 않을 때 정정, 삭제 또는 차단을 요구할 수 있는 권리가 개인정보주체에게 보장되어야 한다고 규정하고 있는데, 위 지침 제6조 제1항 c)호에서는 개인정보가 그 정보처리의 목적에 맞는 것이어야 하며 그 목적의 달성에 중요한 것이어야 하고 그 목적을 초과하는 것이어서는 안 된다고 규정하고 있으며, 동조 동항 e)호에서는 개인정보가 그 정보처리 목적의 실현을 위해 필요한 기간 이상으로 개인을 특정할 수 있는 형태로 보관되어서는 안 된다고 했다.

이들 규정들을 종합적으로 고려하여보면 처음에는 적법한 개인정보처리였다고 하더라도 시간의 흐름에 따라 그 개인정보가 더 이상 수집된 목적을 위해 필요하지 않거나 중요하지 않아 이제는 삭제되어야 하는 경우도 생길 수 있음을 알 수 있다. 이러한 결과는 해당 개인정보처리로 인해 그 정보주체에게 어떤 손해가 생길 것을 요건으로 하지도 않는다. 유럽사법재판소에 따르면 개인정보주체에게 보장된 이와 같은 권리는 검색엔진 운영자의 경제적 이익뿐만 아니라 타인의 이름으로 검색을 행하여 정보를 구하는 일반 공중의 이익보다도 원칙적으로 우선하는 것이며, 다만 해당 정보주체의 공적 지위 등의 특별한 사정 때문에 일반 공중의 정보이익이 더욱 중한 것으로 판단될 때만 제한될 뿐이다.

이러한 시각을 전제로 유럽사법재판소는 구체적 사안과 관련하여 곤잘레즈의 사생활에 대한 해당 정보(사회보험상의 채무로 그의 부동산이 강제경매의 대상으로 된 것)의 민감성, 그리고 이미 16년이라는 세월이 지났다는 사실, 일반 공중이 위 정보를 알아야만 할 특별한 이유가 현재 보이지 않는다는 점 등을 고려하여 더 이상 그의 이름으로 행해진 Google의 검색결과에 해당정보가 나타나지 않도록 요구할 수 있는 권리가 곤잘레즈에게 있다고 하였다.

3. 유럽사법재판소 판결의 시사점

이상 살펴본 유럽사법재판소의 판결에서 '잊혀질 권리'라는 용어는 전혀 등장하지 않는다. 비록 방금 살펴본 바와 같이 잊혀질 권리에 관한 논의와 맥락을 같이 하는 부분이 이 판결의 결론과 그 이유의 설시 중에 다소 드러나 있기는 하지만, 엄격히 보면 이 판결은 기존 규정인 유럽지침의 체계적 해석 및 합리적 이익형량을 통하여 규범적 결론을 도출하였을 뿐이다. 그런데도 마치 이 판결이 이제까지 존재하지 않던 새로운 권리를 창출해

낸 것처럼 단정하는 국내외 언론의 태도에는 분명 어느 정도의 과장이 배어있다. 물론 잊혀질 권리를 둘러싸고 나타나는 유럽과 미국 간의 시각 차이 및 그 근저에 놓여 있는 경제적 대립, 또 비슷한 맥락에서 행해지는 인격권 대 표현의 자유 간의 대립논쟁 등이 언론의 입장에서는 그 자체로써도 흥미로울 뿐만 아니라 이러한 논의가 앞으로의 언론보도 및 자료보존과 관련하여 언론실무에 어떠한 영향을 미칠 지 궁금하기도 할 것이다. 하지만 유럽사법재판소 판결에서 잊혀질 권리를 직접적으로 도출해내고자 하는 언론의 태도에는 이번 판결이 잊혀질 권리에 관한 논의의 도화선이 되어 차제에 이에 관한 논의가 본격적으로 행해졌으면 하는 바람도 담겨져 있을 것이라 생각된다.

유럽사법재판소 Main Court(출처 : 유럽사법재판소 홈페이지[curia.europa.eu])

정보의 장악이 권력의 핵심요소로 되어버린 오늘날의 정보사회에서 잊혀질 권리는 바로 법치주의적 권력통제와도 밀접한 관련을 맺는 것이기에 이에 관한 신중하고도 깊은 논의는 필수적이다. 다만 유럽사법재판소의 판결에 대해 "이미 우리나라에서는 충분히 지울 수 있지 않은가?"라는 냉소적 반문을 던지며 그 의미를 애써 축소시키거나 또는 인격권과 표현의 자유 간의 도식적인 대립구조를 다시금 부각시키면서 그 찬반론의 전개에만 관심을 기울이는 것만으로는 잊혀질 권리로 표출되고 있는 현재의 담론을 충분히 음미할 수 없을 것이다. 오히려 우리의 개인정보보호법규 체계에 혹시 미비한 점이 있지는 않은지, 그리고 유럽사법재판소가 강조하고 있는 이익형량과 관련하여 체계적 기준이 우리나라에 확립되어 있는지 등에 대한 차분한 검토가 더 깊은 논의를 위해 시급히 필요할 것으로 보인다.

우리나라에서 개인정보의 보호에 관해 규정하고 있는 법률로는 개인정보보호법과 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(이하 정보통신망법)이 있다. 개인정보의 보호법규가 이렇게 이원적으로 규정되어 있는 것도 그 체계를 파악하기 어렵게 만든다는 단점을 보이지만, 각 법률의 보호내용이 제한적이라는 데에 더 큰 문제점이 있다. 먼저 양 법률에서 보호의 대상으로 하고 있는 개인정보란 오로지 살아 있는 개인에 관한 정

보로써 성명, 주민등록번호, 영상 등에 의하여 특정 개인을 알아볼 수 있게 하는 정보에 한정되어 있어(개인정보보호법 제2조 제1호; 정보통신망법 제2조 제6호) 개인정보의 폭넓은 보호에 현저히 부족하다. 특히 정보통신망법 제44조의 2에 규정되어 있는 삭제요청권은 사생활 침해나 명예훼손 등 위법성을 전제로 하여서만 인정되기에 적법한 정보의 삭제와 관련된 잊혀질 권리와는 거리가 멀다. 다만 양 법률 모두 수집 · 처리되는 개인정보의 목적관련성을 강조하고 있다는 점에서 잊혀질 권리에 대한 기초적 토대는 마련되어 있는 것으로 보인다. 그리고 판례에 의해 민법상 일반적으로 인정되고 있는 인격권 침해로 인한 금지청구권도 잊혀질 권리와 관련하여 충분히 중요한 역할을 할 수 있으리라 판단된다.

무엇보다 중요한 것은 실제의 규범적 판단 과정에서 필수적으로 행해져야만 하는 이익형량이다. 개인정보자기결정권을 포함한 인격권 관련 사안에서 이익형량은 최종 결론을 좌우하는 가장 핵심적인 문제이다. 인격권은 경계가 명확하지 않은 권리이기 때문에 인격권의 침해가 인정되는 지 여부 및 그 침해가 위법한 지 여부를 판단하기 위해서는 가치의 체계적, 단계적 분류 및 그 섬세한 교량을 내용으로 하는 이익형량이 요구될 수밖에 없기 때문이다. 판례의 집적을 통해 경험적으로 이익형량의 구체적 모습이 다듬어져야 하겠지만 일단은 그것을 지배하는 기초원칙들이 천명될 필요가 있다. 이와 관련하여 유럽사법재판소는 특별한 사정이 없는 한 공중의 정보이익보다는 정보주체의 사생활권이나 정보자기결정권이 우선한다고 하였는데 이 점에서는 우리 법원들도 대체로 동일한 견해를 지니고 있는 것으로 보인다(헌법재판소 2005. 5. 26. 자 99헌마513, 2004헌마190 결정, 대법원 2014. 7. 24. 선고 2012다49933 판결 참조).

하지만 그 각론에서 앞으로 어떠한 구체적 원칙들을 형성해 나아가야 할 지 계속적인 고민이 필요하다. 명예나 초상권을 비롯한 고전적인 인격권과 관련하여서도 아직 제대로 된 이익형량의 틀이 마련되어 있지 않은 상황이기에 더욱 많은 연구가 이 대목에 필요할 것으로 보인다. 특히 시간의 경과라는 것이 이익형량에서 어떠한 의미를 갖는 것인지도 함께 탐구되어야 할 것이다. 그리하여 대립하는 여러 가치를 적절히 조화시킬 수 있는 이익형량이 가능해질 때, 비로소 잊혀질 권리로 인해 표현의 자유나 일반 공중의 알 권리가 침해된다는 염려는 사라지게 될 것이다.

유럽사법재판소 판결 이후 '잊혀질 권리' 현황과 과제[1)]

글. **구본권**
한겨레신문 사람과디지털연구소장

1. 유럽사법재판소 판결 이후

2013년 5월 13일 유럽사법재판소가 스페인 고등법원이 의뢰한 구글 검색결과의 링크 삭제에 대해 내린 판결[2)]로 인해 '잊혀질 권리'는 이론적 공방의 영역에서 법적 절차에 따른 실행의 문제가 됐다. 그동안 잊혀질 권리 자체를 놓고 벌어졌던 찬반 진영의 논리와 태도가 달라지고 한층 구체화했다.

판결 이전까지 구글은 유럽연합의 잊혀질 권리 도입에 공개적으로 강하게 반대하며, 인터넷에서는 기본적으로 도입이 불가능한 개념이라고 주장해왔다. 구글이 관리하는 영역에 콘텐츠를 올린 경우에만 해당 작성자가 직접 삭제를 요청할 경우 삭제할 수 있을 뿐, 제3자가 복제하거나 가져다가 발행해 애초 글 게시자의 관리권한 밖에 있는 콘텐츠에 대해서는 삭제권을 행사할 수 없다는 논리였다.[3)]

하지만 판결 이후 구글은 2014년 5월 30일 유럽연합 지역의 이용자들에게 검색결과 삭제요청을 할 수 있는 웹페이지를 개설했다.[4)] 삭제요청 신청자들은 사진이 첨부된 신분증 사본을 제출하고 자신에 관해 삭제하려는 내용으로 연결된 링크를 입력해야 한다. 각각의 링크에 대해서는 해당 링크가 어떻게 자신에 대한 것인지와 함께 검색결과가 부적절하고 적합하지 않은 이유를 적도록 했다. 구글의 삭제요청 서비스가 개설된 첫날에만 약 1만 2,000건의 삭제요청이 접수됐다.[5)] 7월 31일 구글이 프랑스 개인정보보호기구(CNIL)에 제출한 문서에 따르면, 7월 18일까지 모두 9만 1,000

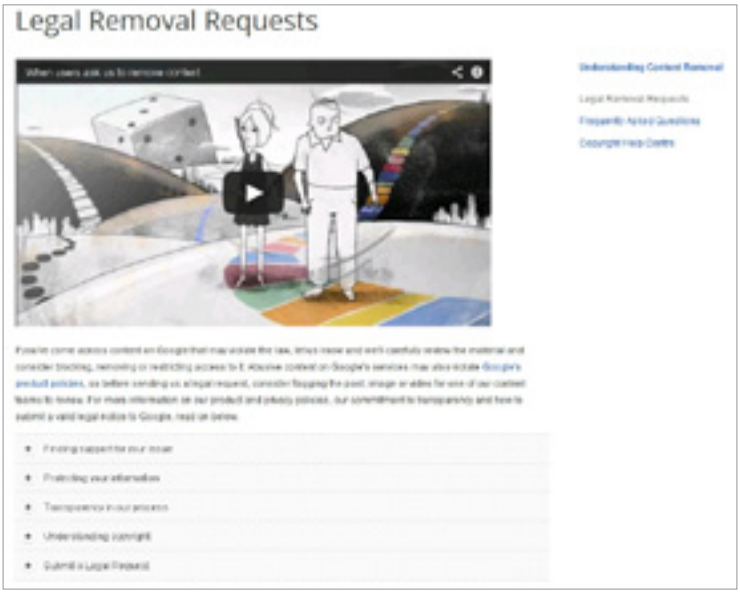
1) 이 논문은 2014년 7월 발간된 한국인터넷자율정책기구의 〈KISO 저널〉 제15권에 실린 필자의 글 '유럽 '잊혀질 권리' 판결 관련 의미와 쟁점'을 바탕으로 재구성되었다. 'the right to be forgotten'의 바른 표기는 '잊힐 권리'이나 '잊혀질 권리'를 굳어진 표현으로 보아, 이를 사용한다.

2) 유럽사법재판소(Court of Justice of the European Union), 사건번호 C-131/12 'Google Spain and Google'.

3) Google Policy Blog(2012. 2. 16.), Our thoughts on the right to be forgotten, http://googlepolicyeurope.blogspot.kr/2012/02/our-thoughts-on-right-to-be-forgotten.html

4) Google. "Google's Search removal request under European Data Protection law", https://support.google.com/legal/contact/lr_eudpa?product=websearch

5) Reuter(2014. 6. 1.), "Google: 12,000 'forgotten' requests on first day."



2014년 5월 30일 구글이 유럽연합 지역의 이용자들에게 검색결과 삭제요청을 할 수 있도록 개설한 웹페이지 캡쳐(출처 : 구글 웹페이지[https://support.google.com/legal/answer/3110420?rd=2&hl=en-GB])

건의 삭제요청이 접수돼 구글 검색결과에서 32만 8,000개의 링크(URL) 삭제를 요구했다.[6] 국가별 링크 삭제요청은 프랑스 1만 7,500건, 독일 1만 6,500건, 영국 1만 2,000건, 스페인 8,000건, 이탈리아 7,500건 순이었으며, 53%가 삭제됐다. 구글은 삭제요청 링크의 15%에 대해서는 신청자의 추가정보 제출을 요구했으며, 32%에 대해서는 요청을 기각했다.

삭제요청은 신청자의 국가별 법률에 따라 처리됐으며 해당 국가 내에서만 적용됐다. 독일 구글(google.de)에서 삭제된 결과는 영국 구글(google.uk)이나 프랑스 구글(google.fr) 또는 글로벌 구글(google.com)에서는 문제없이 노출되는 방식이다. 또한, 링크 삭제요청은 신청자가 자신의 실제 이름을 입력한 검색결과일 경우에만 수용됐고, 다른 검색어를 통한 검색결과에서 링크가 노출된 결과에는 적용되지 않는다. 더불어 검색결과에서 링크를 삭제하는 것일 뿐, 해당 정보가 실제 실려 있는 사이트의 삭제와는 무관하다.

구글은 삭제요청을 알고리즘에 의한 자동처리가 아니라, 각각의 삭제요청이 타당한지를 사람이 개별적으로 검토해 처리한다고 공개하며 각각의 삭제요청에서 개인의 프라이버시 권리를 대중의 알 권리 및 정보유통권과 균형을 잡는 방법을 평가하겠다고 밝혔다. 더불어 검색결과 화면에 요청자에 관한 낡은 정보가 포함되어 있는지를 정보에 담긴 공적 이익과 함께 고려해 평가하겠다고 발표했다. 하지만 구글은 삭제요청 정보가 정치인과 공인에 관한 경우나, 강력범죄 혐의와 관련된 경우, 정부에 의해 발행된 정보 등의 경우는 판단 기준이 어렵고 논쟁적이라고 밝혔다.[7] 이런 문제로 구글은 잘못 삭제한 검색결과 링크에 대해 항의를 받고 복구하기도 했다.

독일 정부는 유럽사법재판소 판결 이후 잊혀질 권리를 요청하는 개인들의 요구와 인터넷기업 간

6) Peter Fleischer(2014. 7. 31.), Questionnaire addressed to Search Engines by the Article 29 Working Party regarding the implementation of the CJEU judgment on the "right to be forgotten".
7) David Drummond(2014. 7. 10.), "Searching for the right balance", Google Public Policy Blog.

의 분쟁을 조정할 권한을 갖는 중재기구의 설치에 들어갔다.[8] 독일 내무부 대변인은 단일한 중재기구를 만들거나, 국가 감독 아래 만드는 걸 계획하지는 않는다고 밝혔다. 독일 내무부 대변인은 인터넷에서 정보 삭제가 자동으로 이뤄진다면 공적 정보가 위협당하게 된다고도 말했다. 정치인이나, 유명인, 공적으로 보도된 사람들이 자신들에 관한 불편한 정보를 삭제하거나 감출 수 있지만 삭제 처리가 기업들의 알고리즘에 맡겨져서는 안 된다는 것을 분명히 했다. 유럽연합의 정보 규제기구인 '29조 데이터 보호 워킹파티(Article 29 Data Protection Working Party)'가 2014년 5월 인터넷에서 링크를 삭제하는 문제는 해당 정보의 민감도와 공익 간에 균형을 유지해야 한다고 밝힌 것과 비슷한 방침이다.

2. 국내에서의 현실

유럽사법재판소 판결 이후 국내에서도 2014년 6월 민간과 정부기관이 각각 컨퍼런스를 개최했고, 방송통신위원회는 연내에 법제화 검토를 위한 연구반을 만들어 운영하기로 했다.[9] 공공 부문의 이런 움직임에 앞서 잊혀질 권리에 대한 국제적 관심과 다수의 피해 상황을 반영해 국내에서는 이미 이를 활용한 사업과 서비스가 잇따라 등장하고 있다.[10]

국내에는 개인정보보호법과 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(정보통신망법)에 '잊혀질 권리'에서 논의되는 인터넷상의 개인정보 삭제와 관련 조항들이 있다.

개인정보보호법은 개인정보 삭제 · 처리정지권(제36, 37조)을 두어, 정보주체가 개인정보처리자에게 개인정보의 정정 또는 삭제를 요구할 수 있도록 하고 있다. 정보통신망법의 '임시조치(제44조의 2)'는 신청자의 요청만으로 30일간 해당 정보를 인터넷에서 차단하는 근거로 활용되고 있다.

이 조항들을 근거로 '잊혀질 권리'를 도출할 수 있다는 주장도 있지만, 위의 조항들이 기본적으로 불법적인 정보 처리와 사생활 침해 또는 명예훼손 정보를 대상으로 하는 것이므로 잊혀질 권리와는 성격이 다르다. 잊혀질 권리의 대상이 되는 정보는 적법하게 처리된 정보가 단지 시간이 경과해 더 이상 정확하지 않고(inaccurate), 적절하지 않고(inadequate), 관련성이 없고(irrelevent), 과도해진(excessive) 상황에 대한 삭제요청이기 때문이다.

유럽사법재판소 판결을 국내에 적용한다고 할 경우에 국내의 인터넷 검색업의 고유성에 따른 새로운 문제점도 돌출한다. 16년 전 스페인 신문에 실린 부동산 공매 공고에 대한 삭제요청에 대한 유럽사법재판소의 판결은 언론사 사이트의 문서(PDF)가 아닌 검색엔진의 검색결과에 대해서만 링크 삭제를 명령했다. 하지만 기사는 기본적으로 언론사 사이트를 통해서 서비스되고 있고, 검색엔진

8) Bloomberg(2014. 5. 27.), "Germany Mulls Arbitration for Web 'Right to Be Forgotten'".
9) 연합뉴스(2014. 8. 3.), "방통위, '잊혀질 권리' 법제화 여부 본격 검토".
10) 매일경제(2013. 10. 18.), "'잊혀질 권리' 비즈니스 활황…남이 퍼간 사생활 다 지워드립니다".

과거 신문을 디지타이징하여 제공하는 네이버 뉴스 라이브러리 화면 캡쳐
(출처 : 네이버 뉴스 라이브러리 페이지[newslibrary.naver.com])

은 이를 연결시키는 기능만을 하고 있는 구글이나 빙(Bing) 등 글로벌 검색업체와 국내 검색엔진의 서비스 방식은 달라, 국내엔 '잊혀질 권리' 적용과 관련해 고유한 상황이 전개된다.

네이버, 다음 등 국내의 대표적 검색 서비스 사업자들은 자체 서버에 뉴스를 저장하고 서비스하는 포털 기능을 겸하고 있어 언론사로의 링크만 제공하는 외국 검색서비스와 다르다. 특히 네이버의 뉴스라이브러리의 경우 1920년부터 1999년까지 동아일보, 경향신문, 매일경제신문, 한겨레신문 등 4개 언론사의 과거 신문을 디지타이징(digitizing)해서 네이버 서버에 두고 서비스하고 이 데이터베이스를 통합검색결과에 포함해 제공한다. 이 때문에 국내에서 검색업체에 대해 유럽연합 방식처럼 '검색결과 링크 삭제'를 통해서는 '잊혀질 권리'를 실질적으로 담보하지 못한다. 검색업체인 포털 내부에 해당 콘텐츠를 보유하고 있기 때문이다.

따라서 국내에서는 포털업체가 서비스를 위해서 자체적으로 보유하고 있는 내부 콘텐츠에 대해서도 검색결과에서 링크를 삭제하거나, 해당 콘텐츠를 아예 삭제하는 방식을 채택해야 유럽사법재판소의 판결과 유사한 효과를 거둘 수 있다. 이는 '검색결과 내 링크 삭제'라는 유럽사법재판소의 판결을 그대로 국내에 적용할 수 없고, 국내 환경에 적합한 방식의 모색이 요구되는 이유가 된다.

3. 판결의 의미 : 인덱싱 제한을 통한 '실질적 모호성'의 회복

유럽사법재판소 판결이 잊혀질 권리와 관련해 지니는 의미는 판결 이후 유럽연합 집행위원회(EC)가 정리해서 발표한 판결에 관한 '사실 보고서(Factsheet)'에 잘 드러나 있다.[11]

구글 검색결과 링크 삭제 결정과 잊혀질 권리에 대해, 법원은 잊혀질 권리가 정보주체의 절대적

11) European Commission(2014. 6.), Factsheet on the "Right to be forgotten" Ruling(C-131/12).

권리가 아니고 표현의 자유 등 다른 기본권과 균형을 이뤄야 하며, 사안별로 판단되어야 한다는 점을 판결로 분명히 했다.

또한, '잊혀질 권리'는 이번 판결의 근거가 된 유럽연합 정보보호 디렉티브95 제12조 '정보주체의 접근권'에 이미 내포되어 있으며, 유럽연합 집행위원회가 데이터 보호 레귤레이션(GDPR) 안을 통해 잊혀질 권리라는 새로운 기본권을 제시한 것이 아니라는 것이다. 유럽연합 집행위원회 사실 보고서는 판결이 인터넷 표현의 자유와 언론의 자유를 무시한 새로운 권리로 거론되는 것과 관련해 그렇지 않다는 점을 강조했다.

GDPR 안의 잊혀질 권리는 정보주체가 정보처리자에게 제출한 개인 정보에 대해 동의 철회를 통한 삭제 중심의 개념인 데 비해서, 유럽사법재판소의 판결은 검색결과 화면을 삭제 대상으로 확장한 것이 의미가 큰 대목이다. 즉 이전까지 정보주체의 개인정보나 스스로 작성한 콘텐츠가 실려 있는 특정 사이트에 대한 삭제 요구로써 잊혀질 권리가 논의되어온 것과 달리, 검색엔진의 검색결과 화면이 정보주체의 잊혀질 권리에 해당한다는 것이 확인된 판결이기 때문이다. 유럽사법재판소 판결은 구글에서 신청인 곤잘레즈의 개인정보를 향후 인덱싱과 정보 접근으로부터 제외시키고자 하는 것에 대한 판단이다.[12]

이 판결로 유럽연합 내에서 검색 사업자는 정보를 전달하는 배포자(distributer 또는 carrier) 지위를 넘어 발행인(publisher)의 지위를 지니고 있다는 것을 확인받은 셈이다. 이는 수정헌법 제1조를 통해 표현의 자유 보호를 강하게 보장하고, 단순 정보 배포자의 책임한계를 명확히 한 미국의 경우와 대조적이다. 미국에서는 인터넷 서비스 제공자(ISP)가 자신이 전달하는 정보의 내용에 개입하지 않고 서점 · 신문가판대처럼 단지 판매 · 배포의 기능을 지닐 뿐이기 때문에 그 내용에 대해 책임을 지지 않는다고 보고 있다.[13]

그러므로 유럽사법재판소가 해당 정보를 그대로 두고 이를 중개하는 검색엔진에 대해 검색결과 링크를 '삭제'하라고 판결한 것은 곧바로 검색엔진에 대한 강력한 규제가 된다.

'잊혀질 권리'를 놓고 벌어지는 논쟁 중에는 모호한 용어에서 비롯한 불필요한 공방도 상당한 부분을 차지한다. 이 때문에 영국 이스트앵글리어대학교(University of East Anglia) 로스쿨의 폴 버널(Paul Bernal) 교수는 정보 검열, 역사기록 삭제와 같은 어감을 갖는 '잊혀질 권리' 대신, '삭제할 권리(right to delete)'라는 표현을 쓸 것을 주장한다.[14] 유럽연합 법무 담당 집행위원은 잊혀질 권리가 절대적 권리가 아니라 공중의 알 권리와 공익과의 균형 속에서 모색되는 것임을 판결을 통해 강조했는데도 구글이 이를 왜곡하고 있다고 비판하기도 했다.[15]

12) 유럽사법재판소 사건번호 C-131/12 'Google Spain and Google', Judgement, 2.
13) Cubby Inc. v. Compuserve Inc. 776 F.Supp 135(S.D.N.Y. 1991).
14) Bernal, P.A.(2011), A Right to Delete? European Journal of Law and Technology, Vol.2, No.2.
15) Bloomberg(2014.8.18.), "Google and Right-to-Be-Forgotten Critics Distort Ruling, EU Says".

이번 판결의 의미는 잊혀질 권리가 요청되는 근본적 상황과 그 이유에 대한 고려 속에서 이해되어야 한다. '잊혀질 권리'는 정보가 디지털화되어 저장된 것 때문이 아니라, 검색엔진과 소셜네트워크 서비스(SNS)의 발달에 따라 개인과 관련된 낡고 적절하지 않은 정보가 광범하게 이용되는 현상에서 비롯했다. 스페인 신문의 공매정보 검색결과처럼 오래된 정보가 맥락과 분리된 채 손쉽게 이용자에게 노출되어 당사자가 피해를 호소하는 상황이다. 거의 활용되지 않은 채 묻혀 있던 정보를 검색업체가 인덱싱(indexing)을 통해 찾아지기 쉬운 형태로 가공하고, 이를 검색을 통해 접근성을 높여서 제공함으로써 비롯된 피해 상황이다.

검색엔진의 인덱싱 기능은 정보가 지닌 시간과 공간의 제약을 뛰어넘어 반영구적으로 보존되고 광범한 범위에서 유통될 수 있도록 해주는 특성으로, 디지털 사회의 정보 유통구조를 규정하는 핵심적 요소다. 구글은 검색링크 삭제 판결에 대해 "도서관에는 책이 그대로 있지만, 그 책에 관한 정보를 도서관의 열람카드 목록에 포함시키지 못하게 하는 것과 마찬가지"라고 반발했지만[16], 디지털로 인덱싱된 문서와 그렇지 않은 문서는 기본적으로 구별되는 정보라는 중요한 판례가 있다.

인덱싱은 문서의 색인 기능을 통해 접근성을 높여주는 단순한 편의 제공이 아니라, 문서의 형태와 지위를 규정하는 핵심적 요소라는 논거는 미국에서 판례로 수립됐다. 1989년 미국에서는 동일한 내용이 담겨 있지만 아날로그 형태의 정보와 디지털 형태의 정보를 구별한 판결이 나왔다. 미국 연방대법원은 '실질적 모호성(practical obscurity)'이라는 개념을 제시해, 동일한 내용이지만 오프라인의 아날로그 문서와 데이터베이스화된 디지털 문서를 구별했다.[17] 연방대법원은 많은 시간과 노력을 기울여야 찾을 수 있는 법원의 개별적 재판기록과 한 번에 이를 손쉽게 찾을 수 있도록 만든 전산화된 데이터베이스는 구분해야 한다는 판결을 내려, 전산 기록에 대한 언론의 접근권을 불허했다.

검색엔진의 인덱싱은 인터넷에 존재하는 대부분의 정보를 접근할 수 있게 만들었지만, 접근 가능한(accessible) 모든 정보가 필연적으로 공적인(public) 정보인 것은 아니다.[18] 유럽사법재판소의 판결은 검색엔진을 통해 손쉽게 접근할 수 있는 정보의 속성을 '공적 영역(public domain)'의 정보로 보아, 링크 삭제라는 기술적 방법을 통해 해당 정보를 공적 영역에서 분리하고자 하는 판결이라고 이해될 수 있다.

'잊혀질 권리' 요청이 인덱싱으로 인한 광범한 정보 접근과 이용에서 생겨난 현상인 만큼, 더 이

16) David Drummond(2014. 7. 10.), "Searching for the right balance", Google Public Policy Blog.

17) U.S. Department of Justice v. Reporters Committee for Freedom of the Press, 489 U.S. 749 (1989). 미국 연방대법원은 이 재판에서 정부의 범죄자 데이터베이스 접근권을 요구한 언론의 요구를 기각했다. 언론자유를 위한 기자평의회(Reporters Committee for Freedom of the Press)는 정보자유법(FOIA)에 근거해 일반인이 접근가능한 정부의 정보를 모아놓은 정부의 데이터베이스에 대한 접근권을 요구했으나 법원에서 인정받지 못했다. 미 연방수사국(FBI)이 구축한 범죄자 데이터베이스는 각급 법원이 공개한 재판기록으로부터 수집된 것이기 때문에 언론에 공개되어야 한다는 게 언론자유를 위한 기자평의회의 논리였다.

18) 미국 미시간주 대법원은 대학 교직원들의 주소와 전화번호는 전화번호부나 웹사이트에 공개된 정보이지만 정보주체가 다른 사람에게 그 정보를 알려주는 것을 거부할 수 있다고 판결했다. 이 정보는 공개돼 있지만 특정한 맥락에서는 모호성이 유지되어야 하는 정보로, 공적인 정보가 아니라는 판결이다. Michigan Federation of Teachers v. University of Michigan, 481 Mich. 657, 753 N.W.2d 28 (2008).

상 적절하지 않은 정보에 한해서 링크 삭제를 통해 인덱싱의 고리를 끊는 방법을 제공한 셈이다. 검색결과 링크 삭제는 해당 정보나 문서에 대한 삭제 없이, 인덱싱을 통해 현저하게 높아진 접근성에 대해 '실질적 모호성'을 회복시키려는 방법적 시도다. 해당 정보의 삭제이거나 역사를 새로 쓰는 행위가 아니라, 검색엔진이 인덱싱을 통해 초래한 과잉 정보 유통 현상에 대해 특정 단어를 통한 '인덱싱 제외(링크 삭제)'라는 기술적 시도를 적용한 방법이다.

4. 판결 이후의 과제

이번 판결은 시간적, 공간적 거리를 뛰어넘는 정보 접근 도구로 활용되어온 인터넷의 핵심적 기능인 '검색'에 사회적 통제가 적용된 사례로 의미가 크다. 디지털 형태로 존재하는 모든 정보를 인덱싱해서 검색결과에 포함시켜 노출해온 검색업체의 사업 관행에 대해, 특정한 유형의 정보는 검색 노출이 적절하지 않다는 새로운 사회적 규제를 기술적으로 도입한 것이다.

이는 이제껏 국경을 뛰어넘어 글로벌 단위의 단일한 정보 도구로 기능해온 인터넷 검색엔진에 국가 단위의 기준을 설정하게 만들게 되는 결과로 이어질 수 있게 된다. 따라서 구글과 같은 글로벌 검색사업자의 업무 관행에 추가 비용과 절차 소요 등 많은 영향을 끼치게 된다.[19] 국가별로 각기 다른 프라이버시와 명예훼손 등 법적 기준을 반영한 검색결과를 운영해야 하기 때문이다. 유럽사법재판소의 판결이 유럽연합을 기점으로 한국 등 다른 국가로 확산된다는 것은 검색결과에 대한 링크 삭제 판단에서 해당국 고유의 판례와 법률을 반영해야 한다는 것을 의미한다.

유럽사법재판소의 판결 이후 국내에서도 인터넷 검색엔진에 모든 정보가 인덱싱되어 노출되는 것이 불가피한 것이 아니고, 사회적 합의와 검색기업 외부의 기준을 요구할 수 있다는 사용자의 인식 변화로 이어질 수 있다. 유럽연합처럼 공공적 이익보다 개인의 프라이버시나 명예와 같은 이익이 크다고 판단될 경우에는 검색결과에 대한 링크 삭제를 요청해 관철시킬 수 있다는 범사회적 요구 발생이 필연적이게 된다. 그동안 검색업체가 제공하는 정보 검색이라는 편의를 누리는 대가로 개인적 정보의 검색 노출이나 유통이 불가피한 것으로 여겨져 온 인식이 바뀔 수 있고 사용자와 사회적 요구를 반영할 수 있게 된다는 의미다.

결국, 이는 검색결과에 포함되어야 하는, 즉 정보의 공공적인 영역이 어디까지인가에 대한 사회적 합의를 마련하기 위한 광범한 논의가 필요하다. 그 기준 설정을 구글처럼 검색 서비스를 제공하는 사기업의 자체적 판단에 맡길 것인지, 국가기구나 사회적 제도의 공공적 합의를 반영한 중립적인 새로운 기구나 합의 틀을 만들어 담당할 것인지에 대한 논의도 필수적이다.

19) 구글은 독일에서 나치 찬양, 태국에서 국왕 모독 등 일부 국가에서 허용되지 않는 정보에 대해서 해당 국가의 법을 지켜 관련 정보를 배제한 검색 서비스를 운용해왔지만, 이는 매우 제한적이고 예외적인 경우였다.

유럽사법재판소의 판결은 외국 언론들의 평가대로 인터넷 역사에서 주요한 이정표로 불릴 만큼, 정보화 사회의 기본 구조와 프라이버시 영역에 끼칠 영향이 지대하다. 그동안 검색업체가 영업적 기밀로 간주해온 알고리즘에 따라 기계적으로 노출되고 그에 대한 사회적 규제가 거의 불가능했던 구조에 대해, 사회별로 법률과 규범을 적용할 수 있게 되는 길을 열었기 때문이다. 링크 삭제라는 검색엔진에 한해 적용되는 기술적 방법을 통해 '잊혀질 권리'를 구현한다는 것은 실제 해당 정보를 삭제하거나 손상시키는 것이 아니라, 단지 현재 시점에서 불필요하게 과잉노출되어 피해를 호소하는 비공익적 정보에 대해 수동으로 인덱싱을 삭제하는 것을 의미한다.

이번 판결은 다양한 콘텐츠가 인터넷 검색결과로 인해 생기는 유사한 부작용 사례에 대한 논의로 확대될 수 있다. 소셜네트워크상에서 자의로 혹은 제3자에 의해 노출된 사생활 정보, 명예훼손성 정보, 미성년자 시절에 게재한 각종 콘텐츠, 전과나 신용기록 등 법에 따라 유효기간이 정해진 개인 관련 정보 등을 검색결과에서 삭제해야 하는지가 대상이다.

각각의 요청은 사안별로 공익성과 관련자의 프라이버시 등 사적 이익 간의 비교 형량을 통해 처리되어야 하고, 이는 일개 기업의 내부적 절차와 기준에만 맡겨두기에는 어려운 문제다. 투명성과 책임성 아래 처리될 수 있는 기준과 절차를 사회적 합의를 통해 마련해야 하는 과제를 우리 사회가 안게 됐다. 인터넷이 사실상 언론 역할을 하게 된 데 따라, 이를 전적으로 기업과 기술의 영역에 맡겨두는 것이 아니라 사회적 요구와 합의를 적용시키기 위해 일종의 '잊혀질 권리 중재위원회'와 같은 중립적 기구의 모색이 요구되는 이유이기도 하다.

언론 현장에서 바라본 잊혀질 권리

글. **정재호**
국민일보 고충처리인

유럽사법재판소가 지난 5월 인정한 잊혀질 권리는 국내에서도 적잖은 파문을 일으켰다. 특히 언론계는 잊혀질 권리가 기사 보도로 인한 피해 구제의 근거, 즉 기사삭제청구와 같은 의미로 이해하면서도 권리의 오 · 남용으로 인해 언론 · 출판의 자유가 크게 위축되는 것 아니냐는 우려가 적지 않다.

이와 관련, 대법원이 2013년 3월 명예훼손 사건에서 기사삭제청구를 인정한 판례(2010다60950 판결)에 주목할 필요가 있다. 유럽사법재판소 판결보다 1년 2개월 앞서 나온 이 판례는 잊혀질 권리와 기사삭제청구에 대응해야 할 언론계에 던져주는 시사점이 적지 않아 보인다.

이 판결은 헌법상 사생활 보호 차원에서 개인정보가 문제 된 사안이 아니라 인격권에 기초한 명예에 관한 것이다. 또 검색엔진운영자(구글)의 기사 검색 링크 삭제를 다룬 유럽사법재판소 판결과는 달리, 언론사 사이트와 언론사가 제공한 포털의 기사삭제 문제를 직접 다뤘다.

따라서 대법원 판결은 인터넷과 모바일을 통해 시간과 공간을 초월한 뉴스 유통이 날로 확산되고 있는 정보화 시대의 현실을 반영한 기준을 제시했다는 점에서 의의가 있다 하겠다.

인격권에 기초한 기사삭제청구…고의 · 과실 없어도 위법한 보도에 인정

이 사건은 노컷뉴스가 원고의 미국 정보원 역할 의혹을 집중 제기하자 원고가 명예훼손을 이유로 웹사이트와 포털의 삭제를 요청한 것이 요지이다. 대법원은 "기사(49건)를 삭제하고 미디어다음, 네이버 등의 포털사이트에 해당 기사의 삭제를 요청하라"고 판결한 1심과 원심을 인용하고 노컷뉴스의 상고를 기각했다.

그 판단의 근거로 대법원은 "인격권으로서의 명예권은 물권(소유권)과 마찬가지로 배타성을 가지는 권리"라며 "명예를 위법하게 침해당한 자는 손해배상(민법 제751조) 또는 명예회복을 위한 처분(민법 제764조) 외에 현재 이루어지고 있는 침해행위를 배제하거나 장래에 생길 침해를 예방하기 위해 침해행위의 금지를 청구할 수 있다"고 판시했다.

여기서 주목할 점은 '명예회복을 위한 적당한 처분' 외에 현재 진행형의 침해행위 배제(기사삭제)와 장래의 침해행위 금지(보도 중지) 청구권을 언급했다는 것이다. 판례 평석(손원진, 안암법학 Vol.44, 2014)에 따르면 명예 조항인 민법 제751, 764조가 허위(虛僞)라는 위법성과 언론사의 고의 · 과실을 동시에 따진다면 이번 판결 취지는 고의 · 과실을 묻지 않고 위법성만 따지는 민법 제214조(소유물 방해제거, 방해예방청구권)에서 기사삭제청구를 유추 · 적용한 것이다.

이처럼 고의나 과실로부터 자유로운 인격권 침해 행위에 대해 위 판결에서 기사삭제청구를 인정한 것은 허위의 사실을 삭제하지 않으면 온라인상에서 명예의 침해 상태가 무한정 지속하게 되는 현실을 고려한 것으로 볼 수 있다. 이에 따라 민법 제214조를 유추 · 적용할 것이 아니라 특허, 실용신안, 상표, 영업비밀, 산업기술 등과 같이 기사삭제청구를 하나의 권리로 언론중재법 같은 특별법에 엄격하게 구체화해야 한다는 입법론이 제기될 가능성이 커졌다.

3단계 삭제 심사 기준…진실 아닌 허위가 삭제의 핵심

기사삭제의 당부를 판단하는 기준으로 대법원은 "그 표현 내용이 ①진실이 아니거나 공공의 이해에 관한 사항이 아닌 기사로 인해 ②현재 원고의 명예가 중대하고 현저하게 침해받고 있는 상태에 있는지 여부를 ③언론의 자유와 인격권이라는 두 가치를 비교 · 형량하면서 판단하면 되는 것"이라고 3단계 심사기준을 제시했다.

3단계 삭제 심사기준 가운데 1단계는 기사가 진실하지 않은 사적 사안의 요건을 갖추어야 한다. 즉, 기사의 주장이 진실인 경우와 사안이 고위공무원이나 정치인 같은 공인에 의해 공적 이해(利害)를 야기한 경우는 기사삭제 요청을 배제하거나 엄격하고 제한적

으로 적용해야 한다는 취지로 풀이된다. 여기서 문제는 사인이면서 단순히 공중의 관심의 대상인 연예인이나 스포츠선수, CEO 같은 저명인사에 관한 기사의 삭제 여부이다. 진실에 부합하는 저명인사 관련 보도가 공중의 관심사항일 수는 있어도 반드시 공적 이해에 해당한다고 볼 수 없는 경우가 있기 때문이다.

2단계는 현재 중대하고 현저하게 침해받고 있는 원고의 명예에 대한 심사이다. 기사삭제는 기사가 공표된 이후에 요청되는 사후적 구제수단이기 때문에 보도 시점과 삭제 요청 시점 사이에 명예 침해의 정도가 다를 수 있다. 온라인상에서는 그 정도의 차이가 더 클 수 있다.

이런 경우는 사인은 물론 정치인과 고위공무원 등 공인이나 연예인 같은 공적 인물에 관한 진실한 기사에서도 나타날 수 있다. 가령, 보도 당시 공인의 공적 이해나 범죄 행위에 관한 기사가 오랜 시간이 지난 후에는 사인으로 신분이 바뀌거나 공적 이슈와 더불어 부수적으로 보도됐던 일부 사적인 내용을 문제 삼아 현재의 명예가 중대하고 현저하게 침해됐다고 악용할 수 있다. 유명 연예인의 결혼과 이혼, 그리고 재혼의 연속 보도도 마찬가지다. 현재의 재혼 생활에 방해가 된다는 이유로 전 배우자 관련 기사의 삭제를 요청하는 일이 종종 있다. 청소년 시절 불우한 환경을 극복하고 새 삶을 살아가는 이야기를 그린 과거의 미담 기사가 현재는 사생활이나 명예를 위협한다며 삭제를 요청한다. 그런가 하면 과거의 유죄 판결 기사로 인해 결혼을 앞둔 자녀가 파경에 이를 지경이라고 호소한 사례도 있다.

이들 사례 모두 '과거의 진실한 기사'가 지금도 진실에 부합하지만 '현재 원고의 명예나 사생활의 자유를 위협'하고 있다는 주관적 이유로 기사의 전부 삭제를 요구하면서 언론과의 분쟁의 빌미가 될 수 있는 요인들이다.

3단계는 언론의 자유와 인격권 간 비교 · 형량 심사이다. 언론사는 언론 · 출판의 자유를 향유할 권리(헌법 제21조 1항)가 있지만, 이 권리의 행사로 인해 명예가 침해된 자는 헌법 제21조 4항에 의해 보호를 받는다. 명예를 비롯한 인격권은 헌법 제10조의 인간의 존엄과 가치 보장 및 행복추구권에서 도출되는 기본권이기 때문에 언론 · 출판의 자유와 동등한 가치를 가진다고 할 수 있다.

이런 기준에 따른 비교 · 형량에 의하더라도 인격권에서 도출되는 기사삭제청구는 허위사실보도로 인해 현재 명예의 침해 행위가 지속되고 있는 경우 언론사의 고의 · 과실 여부와 무관하게 언론 · 출판의 자유에 우선한다는 것은 다툼의 여지가 없어 보인다.

쟁점은 언론사가 보도했을 시점에서는 '진실이라고 믿을만한 상당한 이유'가 있었을지라도 보도 후에 허위로 증명된 경우이다. 이런 중간영역에 대해 대법원은 "피고(언론사)가 그 기사가 진실이라고 믿을만한 상당한 이유가 있었다는 등의 사정은 형사상 명예훼손죄나 민사상 손해배상을 부정하는 사유가 될지언정 기사삭제를 구하는 방해배제청구권을 저지하는 사유로는 될 수 없다"고 보았다. 이는 손해배상이나 명예회복을 위한 적당한 처분을 판단할 때에는 언론 · 출판의 자유가 우선시되는 판례의 경향과는 달리, 보도 후에 허위로 판명됨에 따라 제기되는 기사삭제청구에서는 피해자의 인격권이 언론의 자유보다 우월적 지위를 갖는다는 것으로 해석된다.

이와 관련해 판례 평석은 기사삭제 요건으로 허위 사실이 입증되면 족하지 중대하고 현저한 명예의 침해나 공공성 관련 여부를 판단할 필요가 없다고 보고 있다. 만일 이를 고려한다면 허위의 사실임에도 불구하고 명예훼손의 정도가 낮다거나 공공성과 관련이 있다는 등의 이유로 인터넷상에 계속 존속되어야 할 이유가 된다는 것이다. 공적 이해에 관한 사안인지와 현저하고 중대한 명예의 침해 여부에 대한 판단은 현장에서 언론사와 피해자 간 다툼의 여지도 있다.

설령 허위 사실에 대한 증명만으로 기사삭제청구가 인정된다고 하더라도 허위의 내용이 기사 전체 가운데 일부에 불과할 경우엔 언론의 자유와 충돌할 수 있다. 이런 경우는 언론중재법 상 정정보도나 반론보도, 추후보도청구권으로 해결될 여지가 있긴 하다.

특히 종이신문과는 달리 온라인상에서는 언론사가 고의나 과실의 책임을 지지 않고도 허위의 사실을 발견했을 때 당사자 간 협의를 통해 신속하게 시정 조치할 수 있는 기술적 장점을 갖고 있다. 기사 전체 가운데 일부 명예를 침해하는 오보가 발견될 시 기사의 부분 삭제권을 도입해 볼 만한 이유다.

국내외 판례가 주는 시사점들…언론의 법적 지위 명확해야

언론의 입장에서 유럽사법재판소의 '잊혀질 권리' 판결과 대법원의 '기사삭제' 판례에서 눈여겨볼 점은 언론사의 법적 지위를 개인정보처리자로 볼 것인지와 기사에 포함된 개인정보가 문제 될 경우 기사삭제청구의 문제로 접근할 것인지가 관건이다.

첫째, 웹사이트를 운영하는 언론사는 넓은 의미에서 개인정보보호법상 개인정보처리자로 분류할 수 있겠지만, 신문법상 법적 지위는 인터넷신문사업자다. 민주적 여론 형성과 알 권리를 위해 기사를 보도하는 과정에서 불가피하게 개인정보를 취급하는

스페인 정보보호 감독기관 AEPD 전경(출처 : gesprodat, 「Crónica de la Sexta Sesión Anual de la Agencia Española de Protección de Datos」, 2014년 3월 18일자)

수는 있지만 그것이 주목적은 아니기 때문이다. 이런 점에서 스페인 정보보호 감독기관(AEPD)이 신문사에 대한 기사삭제요청을 기각[1]하고 구글과 달리 결정한 것은 우리 언론 관행에도 시사하는 바가 있다 하겠다.

둘째, 기사에 불가피하게 포함되는 개인정보의 문제다. 성명, 주민등록번호, 영상 등을 통해 개인을 알 수 있는 기사는 전부 삭제가 아니더라도 부분 수정 · 정정 · 삭제 등의 방법에 의해 식별할 수 없게 함으로써 프라이버시 침해를 해소할 수 있다. 언론중재법 상 정정보도청구권은 언론사의 고의 · 과실이나 위법성을 필요로 하지 않는다. 인격권은 별론으로 하고 사생활 보호 영역 중 개인정보 보호 문제는 정정보도청구권에서 포섭할 수 있지 않을까 판단된다. 앞서 언급한 대로 온라인은 피해를 신속하게 구제할 수 있기 때문이다.

맺음말 – 잊혀질 권리 보장 대비 서둘러야

헌법상 인격권 등에 근거한 잊혀질 권리는 인터넷과 모바일이 보편화되면서 새롭게 형성되는 권리라 할 수 있다. 언론보도의 피해로 인해 제기되는 기사삭제청구는 이러한 잊혀질 권리의 연장 선상에서 논의되고 있다.

잊혀질 권리와 기사삭제청구에 관한 권리가 입법화된다고 해도 판례 취지로 보아 언론의 자유를 위축시키면서까지 우월적으로 인정되는 권리는 아니다. 하지만 언젠가 잊

1) 2009년 스페인 변호사 마리오 코스테하 곤잘레즈는 자신의 이름을 구글에 검색했을 때 빚 문제와 재산 강제 매각 내용이 담긴 1998년 '라 뱅가르디아(la Vanguardia)'의 기사가 검색되자 스페인 정보보호 감독기관(AEPD)에 해당 기사와 구글의 링크를 삭제해달라고 요청했다. 이에 대해 스페인 정보보호 감독기관은 구글의 링크에 대해서는 삭제를 결정하고 기사삭제요청은 기각했다. 해당 결정에 대해 구글은 불복했고, 스페인 고등법원에 소송을 제기했으며, 스페인 고등법원은 유럽사법재판소에 다시 해석을 요청했다. 이에 유럽사법재판소는 AEPD의 결정은 적법했다고 판결하면서 온라인에서 '잊혀질 권리'가 인정된 최초 판결로 기록됐다.

혀질 권리가 성문화되면 언론사는 소송 폭탄에 휘말릴지도 모른다. 이로 인한 과도한 소송 비용과 업무 처리 부담은 언론의 취재 · 보도 활동에 위축효과를 초래할 수 있다. 언론계와 언론사들이 서둘러서 잊혀질 권리에 대비한 가이드라인을 제정해야 할 이유다.

다행히 인터넷과 모바일 등 온라인이 종이신문과 확연히 구별되는 것은 기사가 무한정 확산되는 동시에 기사의 수정 · 삭제가 아주 쉽다는 점이다. 그만큼 피해자의 침해된 권리를 신속하게 구제할 수 있다. 필자는 지난해 10월부터 온라인상에 전송되는 국민일보의 모든 기사 하단에 취재원과 온라인 독자에게 접근권과 반론 · 정정 · 추후보도청구권이 있음을 고지(告知)하는 '뉴스 미란다원칙'을 시행하고 있다. 전화번호와 이메일 주소도 병기했다. 이를 통해 기사로 피해를 봤다는 독자들과 실시간으로 직접 소통하고 있다. 그 결과 언론중재위원회나 법원에 제소당하기 전에 신속한 피해 구제 조치를 취하고 있다.

뉴스 미란다 원칙

취재원과 독자에게는 국민일보 쿠키뉴스에 자유로이 접근할 권리와 반론 · 정정 · 추후 보도를 청구할 권리가 있습니다.
고충처리인(gochung@kmib.co.kr),
쿠키뉴스(kuki@kmib.co.kr) / 전화:02-781-9711

모든 국민일보 기사 하단에 따라 붙는 국민일보의 '뉴스 미란다 원칙'

여기서 현실적인 대안을 찾아야 한다. 언론중재위원회와 고충처리인 같은 소송 전 피해의 구제 및 예방 제도를 획기적으로 활성화할 필요가 있다. 특히 언론사 내에 의무적으로 두고 있는 고충처리인의 전문성 강화와 독립적인 업무 보장, 기술적 시스템 개발 및 보완을 위한 정부의 지원 등이 선행되어야 할 것이다.

포털 현장에서 바라본 잊혀질 권리

글. **이진규**
네이버주식회사 정보보호실 부장

1. 들어가며

지난 5월 유럽사법재판소에서 "경과한 시간을 고려하고, 목적에 관련하여 … 부적당 혹은 부적절하거나, 더 이상 적절하지 않거나 지나친 경우(inadequate, irrelevant or no longer relevant, or excessive in relation to those purposes and in the light of the time that has elapsed) 개인정보를 담고 있는 링크를 삭제해야 한다"는 판결이 내려졌다. 잊혀질 권리의 개념이 실질적인 권리의 개념으로 자리 잡을 수 있다는 취지의 결정이 내려진 것이다. 이와 같은 유럽사법재판소의 판결로 말미암아 유럽에서 서비스를 제공하고 있는 글로벌 검색엔진 서비스 제공자인 Google, Yahoo!, Microsoft 등은 잊혀질 권리를 행사할 수 있는 웹 페이지(web form)를 즉시 제공하는 한편, 유럽사법재판소의 판결에 비추어 기업별로 검증 위원회를 구성하는 등의 방식으로 이용자들의 개인정보를 포함한 링크의 삭제요청을 신청 받고 있다.

이와 더불어 국내에서도 잊혀질 권리에 대한 논의가 촉발되었다. 실제 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(이하 '정보통신망법')에서 규정하고 있는 '임시조치'나 '이용자의 권리' 등을 통해 충분히 잊혀질 권리를 보장하고 있다는 주장이 있다. 하지만 다른 한편에서는 본격적으로 잊혀질 권리를 보장할 수 있는 법률개정작업에 착수해야 한다는 주장도 있다. 방송통신위원회는 지난 8월 4일 '제3기 방통위 상임위원회 비전 및 주요 정책과제' 관련 기자회견을 통해 잊혀질 권리 도입 논의를 본격화하겠다며 "법제화를 통한 삭제요청 범위 등 규정, 표현의 자유 및 공익적 목적 등은 예외로 인정"하는 방향의 제3기 방송통신위원회 통신, 정보기술(IT) 부문 주요 정책과제를 밝힌 바 있다. 이와 더불어 개인정보보호 강화 및 사망자 개인정보보호 강화를 위한 인터넷 계정 상속 도입 등도 함께 논의 주제로 제시하기도 하였다.

제3기 방통위 상임위원회 비전 및 주요 정책과제를 발표하고 있는 최성준 방통위원장(출처 : 연합뉴스, 「'방통위의 비전 및 주요정책과제'」, 2014년 8월 4일자)

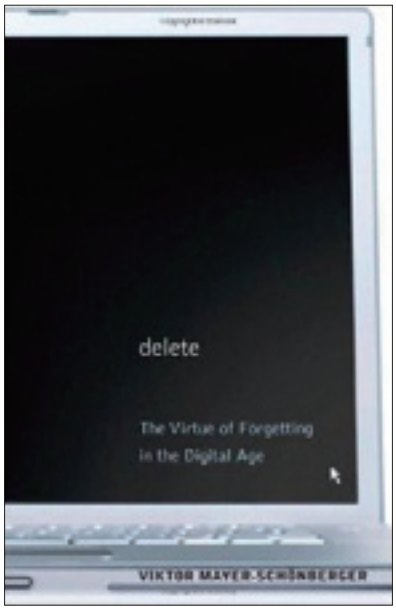
이와 같은 잊혀질 권리에 대한 논의와 관련하여 국내에서 가장 초점이 맞추어지는 부분은 잊혀질 권리를 어디까지 인정할 수 있을 것인가, 현행 개인정보보호 법령체계에서 잊혀질 권리를 보장할 수 있는 제도적 장치가 마련되어 있는 것은 아닌가, 잊혀질 권리와 다른 권리의 내용이 충돌할 경우 어느 법익이 우선적으로 고려되어야 하는가, 인격권으로서의 프라이버시권을 존중하는 유럽사법재판소의 판단과 개별 상황에 대한 판단을 기초로 한 불법행위(torts)로부터의 보호 대상으로 프라이버시권을 인식하는 미국의 입장에서 우리는 어느 입장에 서야 하는가 등이 될 것이다. 또한, 잊혀질 권리에 대한 주장에 반대되는 개념인 잊지 말아야 할 의무, 혹은 기억해야 할 의무(the duty to remember)에 대해 우리는 충분히 고민하고 있는가도 논의의 대상이 될 것이다.

이 글에서는 '잊혀질 권리'와 관련하여 권리를 갖는 국민과 직접 접촉하는 온라인 서비스 제공자의 입장에서 잊혀질 권리에 대해 현장에서 느끼는 바를 위에서 제시한 '초점'이 되는 부분에 비추어 살펴보고자 한다.

2. 잊혀질 권리란 무엇인가?

세계적인 프라이버시 전문가인 Viktor Mayer-Schönberger는 자신의 저서 "Delete: The Virtue of Forgetting in the Digital Age"를 통해 망각에의 권리(the right to oblivion)를 설명하면서 '망각은 인간의 기억에 있어 자연스러운 것임에 반해, 영원히 잊혀지지 않는 인터넷의 기억은 그렇지 않기 때문에 이를 회복함으로써 자연스러운 인간적 삶을 되찾아야 한다'는 주장을 전개하였다. 이러한 주장은 프랑스 법이 인정하고 있는 '망각의 권리(Le droit a loubli, The right of oblivion)'와도 일맥상통한 것이며, 해당 개념은 유죄선고를 받은 범죄인이 그의 복역기간을 마치고 재활을 한 경우 그의 유죄판결이나 복역에 관련된 사실의 출판에 반대할 수 있는 권리를 의미하는 것이다.[1)]

1) Jeffrey Rosen, "The right to be forgotten" SLR Online, 64 STAN. L. REV. ONLINE 88. Feb. 2012



Viktor Mayer Schönberger의 저서 「Delete: The Virtue of Forgetting in the Digital Age」 표지

이와 같은 잊혀질 권리는 개인이 갖는 '기억'이 망각으로 자연스럽게 잊혀지는 것 또는 사회적으로 용인할 수 있는 망각의 절차를 구현하여 사회 구성원으로서의 역할에 대한 회복을 꾀하고자 하는 논의에서 시작하여, 현재는 개인정보에 대한 삭제청구권(right to erasure)으로 인식되고 있다. 유럽연합이 현재 논의 중인 유럽정보보호규정(안)에서는 기존에 잊혀질 권리(right to be forgotten)와 관련한 내용을 삭제청구권으로 통합하였으며, 유럽연합은 유럽정보보호규정(안)의 수정문안(compromise text)을 통해 "삭제청구권은 기존의 잊혀질 권리를 포함하는 개념"이라고 밝힌 바 있다.

상기 내용에서 살펴보면 '망각의 권리'에서 시작된 잊혀질 권리의 논의는 결국 법 제도적으로 그 권리의 내용과 범위를 구체화하는 과정에서 삭제청구권으로 발전되고 있는 양상을 확인할 수 있다. 그러나 현재에도 '잊혀질 권리'가 구체적으로 무엇을 의미하는지, 권리의 범위는 어디까지 인정할 수 있을 것인지, 구체적인 구현 방식은 무엇인지에 대해 갑론을박이 진행 중이다. 현재까지의 논의는 삭제청구권으로 귀결되고 있지만, 실제 해당 권리의 내용이 어디까지 인정될 것인지에 대해서는 더 많은 논의가 뒤따라야 할 것이다.

3. 유럽사법재판소의 잊혀질 권리 판결의 이해

유럽사법재판소의 판결에 따라 검색엔진의 정보색인화(indexing) 작업이 유럽연합에서는 개인정보의 처리에 해당하며, 구글 등 검색엔진 서비스 제공자는 개인정보 관리자에 해당하고, 정보색인화 작업이 미국에서 이루어지더라도 EU 회원국(본 판결에서는 스페인)의 개인정보보호법이 적용되며 이에 따라 구글 등 검색엔진 서비스 제공자는 웹페이지가 적법한 내용이라 하더라도 개인정보를 포함하는 동 웹페이지에 대한 링크를 제거해야 한다는 결론에 이르렀다.

그러나 대체로 이처럼 알려진 판결의 요약에 대해 조금 더 자세히 들여다보면, 다음

과 같은 점 역시 판결로 인해 명확해진 사실을 확인할 수 있다.

첫째, 유럽사법재판소가 인정한 잊혀질 권리는 이름과 같이 개인정보를 색인화한 것에 대한 삭제에 한정된 것이다. 공공기록과 같이 색인화된 웹페이지를 검색엔진 또는 게시자(publisher)로부터 제거하는 것이 아니라 이름과 같은 개인정보를 키워드로 하여 검색한 결과로 나타나는 검색결과가 존재하는 경우 그 링크를 제거하는 것이다. 따라서 제3자의 웹페이지에 포함된 개인정보에는 적용되지 않는 것으로 이해된다.

둘째, 일반적으로 사생활 및 개인정보보호에 관한 정보주체(data subject라고 함)의 권리는 검색엔진 운영자의 경제적 이익은 물론 정보주체의 이름 등 개인정보로 검색된 정보에 접근하는 일반 대중의 이익에 우선한다. 그러나 개인정보 주체의 삭제 요청 사유가 표현의 자유, 출판권 및 대중의 알 권리에 비해 현저히 크다고 주장할 '중대한 수준의 적법한 사유(compelling legitimate grounds)'에 해당되어야 한다. 때문에 정보주체의 공적 생활에서의 역할과 같은 특별한 이유에 근거하여 해당 정보에 접근하는 일반대중의 이익이 압도적이라고 할 수 있는 경우 그러하지 아니하다. 바꾸어 말하면, 검색엔진 서비스 제공자는 정보주체의 요청에 따라 무조건적으로 삭제 요청에 응하는 것이 아니라 개별 사안에 대해 공공의 이익을 포함한 다양한 쟁점 간의 균형을 고려해야 할 것이다.

셋째, 본 판결은 스페인에서 구글 검색의 광고를 홍보하는 자회사인 Google Spain의 존재로 말미암아 1995년 유럽정보보호지침과 스페인의 개인정보보호법이 역외 적용될 수 있다는 내용을 담고 있기 때문에, EU 역외에서 EU 회원국을 대상으로 수익사업을 하지 않거나 정보색인을 하지 않는 검색 사업자의 경우 유럽사법재판소의 판결에 따른 잊혀질 권리의 이행부담을 지지 않는다고 이해된다.

넷째, 본 판결로 인해 EU에서 서비스를 제공하는 검색엔진 서비스 제공자가 제공하는 검색 결과와 기타 지역에서의 검색 결과는 달라질 수밖에 없다. 즉 전 세계 누구라도 동일한 내용의 잊혀질 권리가 확보된다고 보기 어렵다.

유럽사법재판소의 판결이 일반적인 잊혀질 권리를 규정하지 않는다는 의견을 표명한 EU 법무관 Niilo Jääskinen(출처 : 유럽사법재판소 홈페이지[curia.europa.eu])

다섯째, 본 판결의 배경이 EU 검색시장을 90% 이상 점유하고 있는 미국 기반의 글로벌 기업 Google에 대한 유럽사법재판소의 판결이라는 점, 그리고 통상적으로 유럽사법재판소의 판단을 기속해왔던 유럽사법재판소 법무관 Niilo Jääskinen(Advocate General)의 의견도 본안에 대해서는 "1995년 EU 지

침은 정보주체가 자신의 이익에 해가 되거나 반한다면 자신이 고려하는 개인정보의 전파를 제한하거나 정지할 권리를 갖는다는 의미에서 '일반적인 잊혀질 권리(a general right to be forgotten)'를 규정하지 않는다."고 의견을 밝힌 것으로 보아 EU와 미국 간 디지털 패권에서 보호주의적 판단이 작용했다는 점 등에 비추어 잊혀질 권리의 권리성에 대한 확정적 판단을 유보해야 한다는 것도 고려해야 한다.[2)]

4. "현장"에서의 잊혀질 권리

지난 7월 31일에 Google France에서 유럽연합 개인정보 연구반(Article 29 Working Party)에 제출한 구글의 잊혀질 권리 판결 대응 현황 보고서에 따르면, 7월 18일까지 구글이 잊혀질 권리 판결에 따라 삭제 요청을 받은 건수는 약 91,000건에 달하며 328,000개 이상의 URL 삭제 요청이 접수되었다고 한다.[3)]

이와 같은 요청 가운데 약 53%에 대해 삭제처리를 하였고, 15%에 대해 삭제 판단을 위한 더 자세한 정보를 삭제요청자에게 요구하였으며, 32%에 대한 요청을 거절하였다고 한다. 한 가지 주목할만한 점은 링크삭제 요청 가운데 약 50% 가량이 타 사이트의 콘텐츠에 대한 검색 링크 제거를 노린 경쟁 사이트의 어뷰징(abusing) 행위로 판단되는 등 잊혀질 권리 요청이 어뷰징 목적으로 악용되고 있다는 점이다.

이와 같은 잊혀질 권리에 대한 구글의 대응 현황을 살펴볼 때, 과연 이러한 방식의 권리 보장이 실질적으로 정보주체의 프라이버시 권리 보장과 일반대중의 다른 기본권 충돌에 있어 얼마만큼의 실효성을 담보할 수 있을 것인지 자연스레 의문이 앞선다.

유럽사법재판소의 판결에 직접 영향을 받지는 않지만, 다수 대형 개인정보 유출 사고 등으로 프라이버시 이슈에 민감한 우리나라에서도 잊혀질 권리의 도입에 대한 논의는 적잖게 진행되고 있다. 그러나 현장에서 바라본 잊혀질 권리의 논의에 대해서는 다음과 같은 점이 간과되고 있다는 점도 주목해야 한다.

---

2) Opinion of Advocate General Jääskinen, delivered on 25 June 2013 (1), Case-C131/12, Google Spain SL/ Google Inc. v Agencia Española de Protección de Datos(AEPD)/Mario Costeja Gonzalez (reference for a preliminary ruling from the Audiencia Nacional (Spain) Available at http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=138782&doclang=EN

3) More available at https://docs.google.com/file/d/0B8syaai6SSfiT0EwRUFyOENqR3M/edit

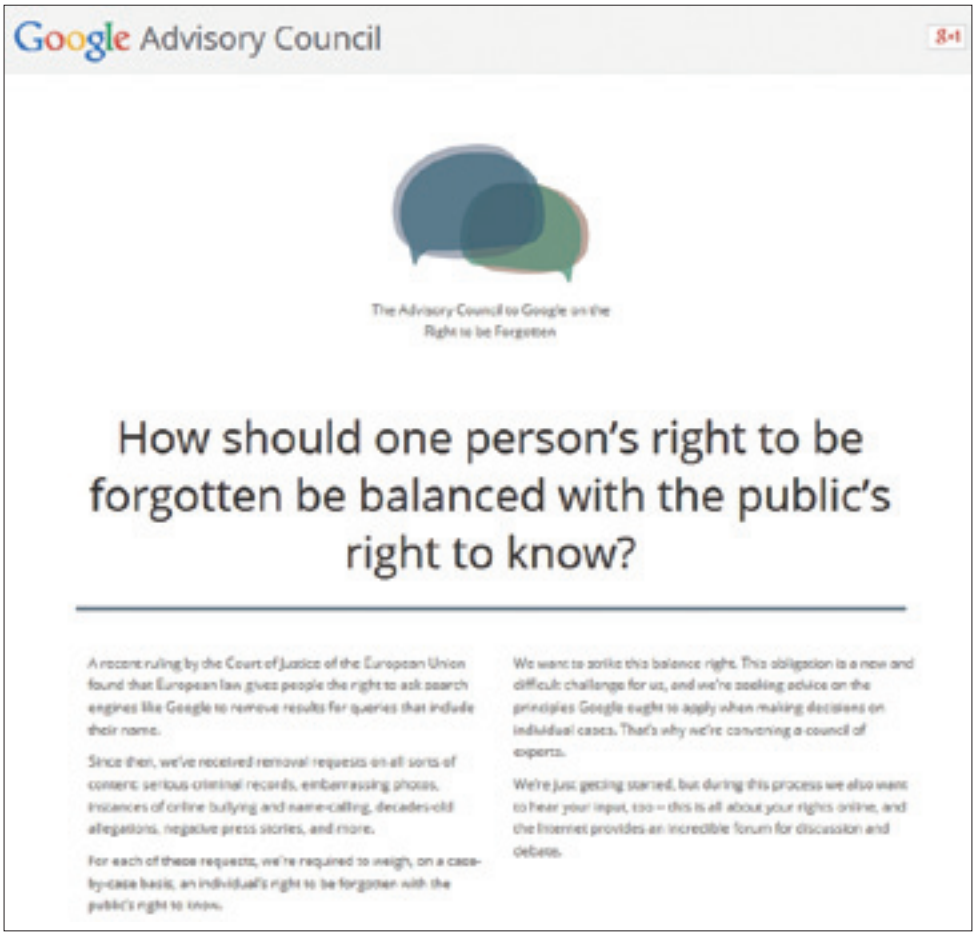
정보통신망법 제30조(이용자의 권리 등) 제1항은 “이용자는 정보통신서비스 제공자 등에 대하여 언제든지 개인정보 수집, 이용, 제공 등의 동의를 철회할 수 있다”고 규정하고 있으며, 제3항은 “정보통신서비스 제공자등은 이용자가 제1항에 따라 동의를 철회하면 지체 없이 수집된 개인정보를 파기하는 등 필요한 조치를 하여야 한다.”고 규정하고 있다. 또한, ‘임시조치’를 규정하고 있는 같은 법 제44조의 2(정보의 삭제요청 등) 제2항은 “정보통신서비스 제공자는 제1항에 따른 해당 정보의 삭제 등을 요청받으면 지체 없이 삭제, 임시조치 등의 필요한 조치를 하고 즉시 신청인 및 정보게재자에게 알려야 한다. (이하 생략)”고 규정하고 있다. 온라인뿐만 아니라, 오프라인에서의 개인정보 보호에 관한 내용을 규율하는 개인정보보호법에서도 제20조(정보주체 이외로부터 수집한 개인정보의 수집 출처 등 고지), 제35조(개인정보의 열람), 제36조(개인정보의 정정, 삭제), 제37조(개인정보의 처리정지 등) 등에서도 개인정보 주체의 요청에 따라 개인정보의 정정이나 삭제 등 잊혀질 권리의 핵심이 되는 ‘삭제요구권’을 충분히 보장하고 있다.

이처럼 기존에 법률적 장치로써 충분히 잊혀질 권리의 내용을 보장하고 있음에도 불구하고 유럽사법재판소의 판결에 따라 ‘잊혀질 권리’를 재차 논의한다고 하는 것은 우리 입법 체계에 대한 불신이나 몰이해를 나타내는 것으로 보인다.

또한, 정보주체의 프라이버시 권리를 보장하기 위한 잊혀질 권리에 대한 논의도 중요하지만, 일반대중의 알 권리와 같이 상충되는 권리와의 충돌의 경우 우리는 어떤 입장을 취할 것인지에 대한 논의도 선행되어야 한다. 공인(public figure)에 대한 일반 대중의 알 권리와 더불어 그들에게 기울어져 있는 권력의 불균형에 맞서기 위한 ‘잊지 말아야 할 의무(the duty to remember)’에 대한 논의 역시 우리나라와 같이 권위주의에서 민주주의로의 흙갈이가 충분히 이루어지지 않은 환경에서는 보다 더 적극적으로 논의되어야 할 필요성도 있다.

지난 5월 유럽사법재판소에서 내려진 판결 내용 자체가 매우 추상적임에도 불구하고 삭제의 판단을 정보관리자의 전적인 책임하에 둠으로써 거꾸로 서비스 제공자(여기서는 ‘구글 유럽’)의 권한과 패권을 오히려 더 강화할 소지가 커졌다는 지적도 가능할 것이다.

아울러, 본 판결이 EU와 미국의 디지털 패권의 다툼에서 촉발된 것이라는 시각을 고려했을 때, 유럽사법재판소에서 개별 사안에 대해 내린 판결의 결과를 우리가 무비판적으로 법제화하였을 경우 글로벌 디지털 환경에서 처할 수 있는 우리의 정보통신 기업의 입장에 대해서도 정책적 고려가 있어야 할 것이다. Google은 오는 9월부터 잊혀질 권



구글의 잊혀질 권리에 대한 자문단 소개 페이지 (출처 : Google Advisory Council 소개 페이지 [www.google.com/advisorycouncil] 캡쳐)

리에 대한 자문단(advisory council)을 구성하여 유럽 주요 도시를 순회하면서 잊혀질 권리에 대한 대중의 반대의견을 청취하는 순회 미팅을 준비 중에 있으며, 이에는 세계적 온라인 백과사전 제공자인 Wikipedia의 창업자 Jimmy Wales도 함께 하는 것으로 알려졌다. 전 세계적으로 디지털 패권을 가지고 있는 미국기업이 연합하여 잊혀질 권리 판결에 대해 대항하고 있는 상황에서 우리가 충분한 정책적 고려 없이 어느 일방의 판단에 따라 법제를 변경하였을 때의 파장도 고려해야 할 것이다.[4)]

4) Google은 잊혀질 권리에 대한 대중의 의견을 청취하기 위해 "Formal request for public comment and evidence"라는 웹 사이트를 개설하고, 유럽 순회 미팅 계획을 밝히고 있음. More available at https://services.google.com/fb/forms/advisorycouncilcomments/

5. 나아가며

개인정보의 유출이나 무분별한 노출로 인하여 발생하는 사생활 침해에 대한 대응책으로써의 법 제도적 보호조치의 필요성에 대해서는 "현장"의 그 누구도 반대할 수 없을 것이며, 오히려 이에 대한 보호 대책은 기술적, 관리적, 제도적으로 강화되어야 한다는 명제에 동의를 표할 것이다. 그러나 유럽사법재판소에서 판결된 '잊혀질 권리'의 권리성과 사회적 함의, 그리고 비판 없는 법제화로 인한 부정적 파장을 충분히 고려하지 않고 도입하였을 경우 다른 사회적 가치나 개인, 또는 사회구성원으로서 누릴 수 있는 권리와의 충돌에 대해서는 사전에 충분히 논의되어야 한다.

인류는 '망각'보다는 기억, 특히 과거의 잘못된 사례에 대한 기억과 반성으로 발전해 온 역사가 있다는 사실 또한 잊혀질 권리와 더불어 '잊지 말아야 할 의무'의 필요성을 역설하고 있다는 점도 주지해야 한다. 현재 법제에서 보장하고 있는 개인정보 주체의 권리가 부족한 점이 있다면 이에 대한 보충 필요성을 논의해야지, 사회적 이슈가 발생한다고 또는 흔히 하는 이야기로 '팬시(fancy, 멋들어짐)한 언어'에 휩쓸려 현상을 무시한 옥상옥의 법제 개편이 되어서는 안 될 것이다.

도돌이표 속에 갇힌 한국 언론

글. **권석천**
중앙일보 사회2부장

40대 전업주부 M. M은 오전 6시 잠자리에서 일어나자마자 TV를 켠다. 남편과 고교생 딸을 위해 밥상을 차리면서 뉴스를 듣는 것이다. 남편과 아이가 출근 · 등교를 한 다음 혼자 식사를 하면서도 눈은 TV를 떠나지 않는다.

지상파 뉴스 시간대가 지나가면 종합편성(종편) 채널로 옮겨간다. 역시 뉴스를 보기 위해서다. 이따금 스마트폰에서 알림 소리가 울리면 손가락으로 클릭한다. 뉴스 속보다.

M은 뉴스에 중독돼 있다. 그녀는 "나도 왜 내가 온종일 뉴스를 보고 있는지 고개를 갸웃거리곤 해요"라고 말한다. "예능이나 드라마는 시들하고… 뉴스를 보지 않으면 왠지 불안한 느낌을 떨치기 힘들어요."

그녀에게 이런 증상이 생긴 것은 종편 채널이 생긴 뒤부터다. 온종일 뉴스 프로그램을 접할 수 있게 되면서 생활이 바뀌기 시작했다. 각 분야 전문가들이 패널로 나와 각양각색의 의견과 시각을 펴는 것이 흥미로웠다. 가끔은 변호사 패널이 왜 정치 얘기를 하는지, 정치평론가와 연구소장들이 왜 사건 수사 얘기를 하는지 의구심이 들기도 하지만 그들이 주장하는 시나리오에 고개를 끄덕일 때가 많다.

세월호 침몰, 유병언 수사, 유병언 시신 발견…. 쉴 새 없이 이어지는 고강도 뉴스들은 M에게 '속보를 놓치고 있는지 모른다'는 조바심을 갖게 만들었다. 새로운 뉴스가 없는지 궁금해 인터넷에 들어가 기사 검색을 할 때도 있다. 요즘은 하루를 사무실에서 보내는 남편보다 더 많은 뉴스를 꿰고 있는 듯하다.

일간지 부장급 기자 K. K는 출근길 전철 안에서 스마트폰을 통해 타사 홈페이지에 들어간다. 혹시 타사만 쓴 '단독' 기사가 있나 싶어서다. 진행 중인 사건이 있을 때는 인터넷 포털에서 사건의 핵심 키워드들을 검색한다. 특별한 내용이 있을 땐 바로 후배들에게 전화해 사실 여부를 확인시킨다.

포털의 실시간 검색어들을 훑어본 뒤에도 손

길은 멈추지 않는다. 트위터 · 페이스북 등 SNS에 들어가 여론 흐름을 체크한다. 특정 사건에 대한 SNS의 관심이 폭증할 때는 관련 기사를 반드시 써야 하기 때문이다. 1, 2년 전까지 뉴스가 SNS의 흐름을 좌우했다면 최근 들어선 SNS가 뉴스 흐름을 좌우하는 현상이 부쩍 심해지고 있다.

그는 "언론과 여론의 관계가 완전히 달라지고 있어요, 아니 달라졌습니다"라고 말한다. "과거엔 언론이 사태 전개를 리드(lead)했어요. 이제는 여론이 언론을 리드하고 있다고 봐야 합니다. 별것 아니라고 판단해 소홀히 취급했다가는 낭패를 보게 돼요. SNS의 중요성이 갈수록 커지고 있는 건 그 이유 때문이죠."

이렇게 시작된 K의 하루는 뉴스와 뉴스의 연속이다. '늘 깨어있으라'는 성경 구절이 떠오르는 순간들이다. 마감 시간이 지나고 나서도 새로운 팩트들이 계속 쏟아져 들어온다. 더욱이 종편들의 메인 뉴스 시간대가 오후 9시~10시 이후로 조정되면서 귀가시간도 늦춰지고 있다. '단독' 꼬리표가 붙은 기사가 나오면 일단 확인을 해봐야 하기 때문이다. K는 최근 검찰 간부에게서 들은 말이 떠오른다. "수사 내용과 방향에 대해 말들도 많고, 예전 같으면 걸러졌을 미확인 정보들이 튀어나오고…. 정말 수사하기 힘들어졌습니다."

뉴스 수요자–공급자 관계인 M과 K의 일상에서 공통적으로 발견되는 것은 '강박증'이다. 뉴스의 입구 쪽에 서 있는 K도, 출구 쪽에 있는 M도 불안감에 갇혀 있다. 무엇이 바람직한 기사인지, 무엇이 나쁜 기사인지 뉴스 가치는 중요하지 않다. 새로운 것(News)이면 그 무엇이든 보도의 컨베이어 벨트 위에 오른다. 다음 날이면 잊힐 뉴스들이 끊임없이 생산되고 소비되고 사라진다.

이러한 상황은 어디에서 비롯됐고, 어디로 향하고 있는가. 우리는 이 악순환에 대해 고민해봐야 한다. 최근 번역돼 출간된 알랭 드 보통(Alain de Botton)의『뉴스의 시대』를 보자.

알랭 드 보통(Alain de Botton)의『뉴스의 시대』표지
(출처 : 네이버 책[book.naver.com])

"어째서 우리 대중은 계속 뉴스를 확인하는 걸까? 이는 공포와 큰 관련이 있다. 뉴스에서 눈을 떼고 나서 아주 짧은 시간이 흘렀는데도 습관

처럼 불안이 축적된다. 우리는 얼마나 많은 일이 쉽게 잘못되는지, 또 순식간에 벌어지는지 안다.… 오늘날 우리가 뉴스로부터 도망칠 수 있는 장소는 지구상에 거의 존재하지 않는다."

이 글귀들은 흡사 한국 사회가 앓고 있는 집단불안증을 묘파하고 있는 것 같다. 보통은 뉴스의 시대가 갖는 역기능을 이렇게 지적한다.

"권력을 공고히 하길 소망하는 당대의 독재자는 뉴스 통제 같은, 눈에 빤히 보이는 사악한 짓을 저지를 필요가 없다. 그 또는 그녀는 언론으로 하여금 닥치는 대로 단신을 흘려보내게만 하면 된다. 뉴스의 가짓수는 엄청나되 사건의 배경이 되는 맥락에 대한 설명은 거의 하지 않고, 뉴스 속 의제를 지속적으로 바꾸며… 현 상태는 뉴스를 통제하기보다 오히려 흘러넘치게 할 때 오래도록 충실하게 유지될 수 있다."

그가 제시한 분야별 기사의 문제점들을 한 문장으로 요약하면 다음과 같다.

①정치 뉴스 : 사람들 대다수를 혼란스럽고, 따분하고, 정신 사납게 만들어 정치로부터 멀어지게 한다. ②국제 뉴스 : 비일상적인 사건만 전달함으로써 공감할 수 없게 만든다. ③경제 뉴스 : 경제지표들을 나열하면서 그 지표 아래에 있는 사람들의 삶은 무시하거나 외면한다. ④재난 뉴스 : 우리가 직접 대면해야 할 진실한 관심사로부터 멀어지게 할 위험성이 있다.

자, 이 지적에서 한국 언론은 얼마나 자유로운가. 정치 뉴스가 정치인들의 부정적인 면에 집중함으로써 정치에 대한 냉소주의를 확산시키고 있는 건 부인할 수 없는 사실이다. 새로운 인물들이 정치권에 들어오고, 정당들이 수없이 당 이름을 바꿔도 정치가 달라지지 않는 데는 언론의 책임도 결코 작지 않다. 독자들에게 '외계어'나 다름없는 법조 기사와 경제 뉴스, 'OO명 사망'에서 '책임자 처벌'로 곧바로 이어지는 재난 뉴스도 다르지 않다.

보통이 말한 "뉴스를 흘러넘치게 하는" 현상엔 오히려 가속이 붙고 있다. 청와대 대변인 성추행 → 국정원 댓글 사건 → NLL 회의록 → 이석기 의원 내란음모 수사 → 검찰총장 혼외자 → 국정원 수사 외압 논란 → 서울시 간첩 증거조작 → 세월호 침몰 → 국무총리 후보자 논란 → 윤 일병 사망 사건…. 박근혜 정부 들어 숨가쁘게 이슈들이 거듭됐지만 무엇 하나 제대로 매듭지어진 것은 없다. 미봉됐거나 그냥 넘어갔을 뿐이다.

중요한 건 언론의 기능이다. 이슈들이 끓어넘치는 상황에서 언론으로서의 제 역할을 다하기 위해선 이슈들의 우선순위를 정하고 '선택과 집중'을 해야 한다. 배경과 맥락을 분석해 전체 그림을 보여줌으로써 어떤 부분이 잘못됐는지, 어떤 부분을 고쳐야 하는지 제시해야 한다. 하지만 한국 언론은 뉴스 전달에 급급하다. 배경과 맥락을 들여다보는 대신 '단독', '속보' 기사들을 대량 생산하고 있다.

여기서 잠깐, 최근 각광을 받고 있는 '단독

(單獨)'이란 단어에 대해 생각해보자. 단독의 사전적 뜻은 '단 하나'이지만 한국 언론에서는 '특정 언론사에서 먼저 기사화했다'는 의미로 받아들여진다. 단독은 '특종(特種 · 특정 언론사에서만 보도한 중요한 기사)'과 달리 중요성 여부에 대한 판단이 배제돼 있다는 점에서 가치 중립적이다. 기사의 가치나 중요성보다 속도를 강조하는 것이다. 대개 '충격증언', '충격고백' 등과 함께 뉴스 소비자들을 '낚시질'하는 용도로 사용된다.

종편 출범과 함께 시작된 '패널 저널리즘'은 한국 언론의 가벼움을 배가시키고 있다. 일부 종편 채널이 '뉴스특보' 문패 아래 보도 프로그램을 집중 편성하면서 사건이 터지면 그 사건을 둘러싼 온갖 왈가왈부들이 까발려지고 있다. 인터넷 기사에 붙어 있던 댓글들이 패널들의 입을 통해 '공론'이란 지위를 얻게 되는 셈이다. 팩트 하나 하나가 클로즈업되고 되새김질 되면서 가십거리로 재가공된다.

만약 당신이 사건의 주인공이라고 생각해보라. 당신의 잘못이 도마에 올라 낱낱이 분석되고, 표정과 말과 의도가 해부 된다면 끔찍한 일 아닌가. 가정 안에서 자상한 아버지 · 남편, 조직 안에서 선량한 선후배였을 한 인간은 사라지고 낯선 '괴물'만 남게 된다. 소름 끼칠 정도로 무서운 사회적 징벌이다.

더 큰 문제는 악화(惡貨 · 나쁜 돈)가 양화(良貨 · 좋은 돈)를 구축(驅逐 · 몰아냄)한다는 그레셤의 법칙이 한국 언론에 관철되고 있다는 데 있다. '나쁜 저널리즘'이 '좋은 저널리즘'이 자리 잡을 공간까지 빼앗고 있다. 그 결과 특정사건, 특정인을 예외적 존재로 부각시킴으로써 나 자신도 저런 잘못을 저지를 수 있는지 돌아보도록 하는 반성, 어떤 구조가 부패와 불법을 일으키는지에 대한 각성은 후순위로 밀린다. 사회를 한 단계 성숙시킬 기회를 놓치게 되는 것이다.

어떤 대안, 어떤 노력이 필요한지는 2차적인 문제다. 지금 필요한 건 한국 언론이 하는 일들을 솔직하게 인정하는 것이다. 예수 처형을 명령한 로마 총독 본디오 빌라도(Pontior Pilatos)처럼 더럽혀진 손을 물로 씻어내며 "내 손은 깨끗하다"고 되뇌는 것만으로는 죄를 용서받을 수 없다. 하던 일을 멈추고 자신들의 손을 직시하는 것, '좋은 저널리즘'에 대한 고민을 잊지 않는 것, 패닉보다 팩트를 추구하는 것. 그런 것들이 한국 언론이 '단독'과 '속보'의 끝없는 도돌이표 속에서 탈출하는 계기가 되지 않을까 생각해본다.

인격권에 기한 기사삭제청구권에 대하여

글. **양철한**
대전지방법원 부장판사

Ⅰ. 기사삭제청구권 인정의 필요성

1. 언론 주변 환경의 변화

언론의 자유는 헌법상의 기본권으로서 폭넓게 보장되어야 함이 마땅하다.[1] 그러나 이로 인하여 보도 상대방의 명예나 신용 등에 대한 훼손이 발생하는 경우, 그 침해에 대한 구제 역시 소홀히 할 수 없다. 현대사회에 있어 언론보도는 1회성으로 그치는 것이 아니라 축적된 데이터베이스와 인터넷을 통해 누구나 언제든지 접근 · 가능하다. 신문사들은 날짜별로 기사를 축적해 인터넷으로 다양한 검색서비스를 제공하고 있고, 방송사들 역시 과거의 방송프로그램을 얼마든지 재생해 볼 수 있도록 하고 있다. 이제 누구든 언론을 한 번 타면 그 후에는 시간이 흘러도 사람들의 기억 저편으로 조용히 사라질 수가 없게 되었다. 얼마 전까지는 과거의 신문보도를 다시 보려면 도서관 등에서 신문철이나 마이크로필름을 눈으로 확인하여야 하는 수고를 해야 했지만, 최근 포털사이트들은 과거의 신문들을 인터넷에서 당시 모습 그대로 제공하기까지 한다.[2]

이와 같이 정보화 사회의 고도화라는 언론 주변 환경의 변화는 언론보도의 상대방에게 전통적인 구제수단 외에 언론보도에 대응하는 새로운 구제수단이 필요하지 않은지 문제를 제기하고 있고, 그 중심에 기사삭제청구권이 자리하고 있다.

2. 새로운 구제수단의 필요성

언론보도로 인한 권리 침해의 기존 구제수단으로는 크게 다음과 같은 것들이 있다. 언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률(이하 '언론중재법'이라 한다)에 따른 정정보도청구권, 반론보도청구권 및 추

1) 헌법 제21조 제1항 '모든 국민은 언론 · 출판의 자유와 집회 · 결사의 자유를 가진다', 제2항 '언론 · 출판에 대한 허가나 검열과 집회 · 결사에 대한 허가는 인정되지 아니한다.'

2) 이는 원 보도가 작성될 당시에 고려되었던 기사의 시적, 공간적 범위를 넘어서는 것으로 볼 수 있고, 이러한 범위의 확대는 기사에서 언급된 당사자는 물론 기사를 작성한 언론사조차도 예상하지 못한 결과일 것이다. 과거 기사에 관한 여러 문제에 관하여는 구본권, '오래된 기사의 인터넷 유통과 피해 현황'(언론중재 2011년 여름호) 참조

후보도청구권[3], 그리고 민법에 기한 손해배상(민법 제750조, 제751조) 및 명예회복에 적당한 처분(민법 제764조)의 청구가 그것이다. 그 중 사실과 다른 보도를 바로잡거나 책임을 추궁하는 구제수단은 정정보도청구권과 손해배상청구권의 행사를 들 수 있다.

언론중재법에 따른 정정보도청구는 기왕의 보도를 바로잡는 보도를 구하는 것으로써 언론보도의 상대방을 위한 매우 강력한 구제수단이다. 그러나 상대방으로서는 자신에게 피해를 주는 기사 등이 정정보도라는 꼬리표를 달고 계속 존속하게 되면서 근본적인 해결책이 되지 못한다고 여길 수 있다. 또 정정보도 과정에서 불가피하게 한 번 더 언론에 노출되어야 하는 부담도 있다. 한편 민사상 손해배상청구는 불법행위의 요건을 충족시켜야 구제를 받을 수 있다는 점에서 상대방의 입증책임 부담[4]이 클 뿐만 아니라 지속적인 피해를 발생시키는 기사 자체가 더 이상 존속하지 못하게 하는 방법은 아니라는 점에서 간접적인 구제수단이라는 한계가 있다. 민법 제764조의 '명예회복에 적당한 처분'은 기사 자체의 삭제를 구하는 근거가 될 수 있으나, 조문의 해석상 손해배상책임이 성립하는 경우에 손해배상에 갈음하거나 손해배상과 함께 구하는 것으로 봄이 상당하므로[5] 언론보도 상대방의 권리구제 수단으로서의 기능에 한계가 분명하다.

대법원은 대법원 2013. 3. 28. 선고 2010다60950 판결(이하 '이 사건 대법원 판결'이라 한다)에서 언론보도의 상대방에게 인격권에 기한 기사삭제청구권을 인정하는 최초의 판시를 하였다. 이하에서는 이 사건 대법원 판결을 중심으로 기사삭제청구권과 관련된 문제들을 살펴보기로 한다.

II. 기사삭제청구권의 인정근거 및 요건

1. 기사삭제청구권의 근거

기사삭제청구는 언론보도에 대한 사후적 금지청구[6]를 구하는 것으로, 언론보도의 상대방에게 인정되는 인격권에 기한 표현행위의 금지청구권의 한 유형이라고 볼 수 있다. 인격권에 대하여는 이를 물권과 같은 배타성을 가진 권리로 보아 인격권에 기한 금지청구를 인정할 수 있다는 견해(인격권설, 물권적청구권 유추적용설)가 일반적이다.[7] 이와 같이 기사삭제청구의 근거를 절대권인 인격권에서 찾게 되면 권리에 대한 침해의 구제수단으로 물권적 청구권을 행사하는 경우와 비슷한 상태가 된다.

---

3) 언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률 제14조, 제16조, 제17조

4) 불법행위책임의 일반원칙에 따라 언론보도의 피해자가 가해자인 언론기관의 고의, 과실 및 인과관계, 손해의 발행과 손해액을 모두 입증해야 한다.

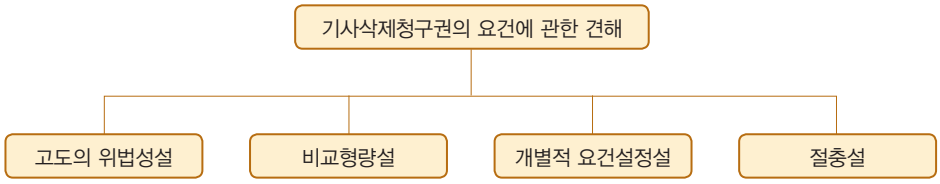
5) 민법 제764조 '타인의 명예를 훼손한 자에 대하여는 법원은 피해자의 청구에 의하여 손해배상에 갈음하거나 손해배상과 함께 명예회복에 적당한 처분을 명할 수 있다.'

6) 언론보도가 이루어진 후의 구제방법이므로 기본적으로는 사후적 구제수단이라고 보아야 하겠지만, 실제 당사자의 의사는 해당 기사로 인한 현재 또는 미래에 계속될 침해행위의 중단을 구하고자 하는 것인 점에서 그 성격을 달리 볼 여지도 있다.

7) 김재형, '언론에 의한 인격권 침해에 대한 구제수단, 언론자유냐 사전예방이냐', 제4회 한국언론법학회 발표문 참조. 인격권은 물권과 마찬가지로 절대권의 일종으로 그 침해를 배제할 수 있는 배타적 권리인 점에서 방해배제 및 예방청구권을 규정한 민법 제214조를 유추적용하여 금지청구권을 인정하여야 한다고 한다.

2. 기사삭제청구권의 요건에 관한 견해

표현행위에 대한 금지청구의 구체적 근거에 관하여는 다음과 같은 견해가 있다.[8)]



1) 고도의 위법성설

표현행위에 의한 인격권의 침해가 고도로 위법한 경우에 한하여 금지청구가 인정되어야 한다는 견해로서 침해행위의 내용, 표현의 수단, 방법 등 침해행위의 태양(態樣), 적시된 사실의 진실성 여부, 침해행위에 이른 경위와 가해자의 주관적 의도, 가해자 · 피해자 쌍방의 관계 및 사회적 지위 등 일체의 사정을 종합적으로 고려하여 침해행위가 명백히 표현의 자유 남용에 해당하는 등 고도의 위법성을 가진다고 인정되는 경우에 한하여 이루어져야 한다.

이에 대하여는 위법성의 강약이라는 것 자체가 추상적이어서 구체적인 기준이 되기 어렵다는 비판이 있다.

2) 비교형량설

표현의 자유가 명예, 프라이버시, 기타 사회적 이익과 충돌하는 경우에 쌍방의 이익을 비교형량하여 표현의 자유에 대한 규제방법 등을 결정하여야 한다는 견해로, 이에는 개별적 형량설과 유형적 형량설이 있다.

개별적 형량설은 출판물의 출판 등 금지청구권의 존부는 구체적인 사안에 관해서 피해자가 배제 내지 예방조치가 이루어지지 않은 채 방치됨으로써 입는 불이익의 형태와 정도를 침해자가 그 조치에 의하여 그 활동의 자유를 제약당함으로써 받는 불이익의 형태, 정도와 비교형량해서 결정하여야 하는 것이므로 궁극적으로는 사안의 공공성, 피해자의 성격, 명예훼손의 경우에는 진실성, 행위자의 동기 · 의도, 매체의 성질과 침해의 정도 등의 제반요소를 종합적으로 고려하여 구체적으로 결정하여야 한다는 입장이다.

이에 대하여는 이익의 비교형량이라 하여도 피해자가 입는 인격적 손해와 침해자가 금지에 의하여 입는 경제적 손실과는 동일한 저울대로 비교하는 것이 곤란하고 또 형량의 결과 어느 정도의 차

8) 학설의 정리는 성창호, '인격권에 기초한 출판 등 표현행위의 금지가처분, 재판실무연구(3) 보전소송, 한국사법행정학회 2008.'을 참조

가 있으면 금지하고 어느 정도 차이라면 금지하지 않은가가 명확하지 않다는 비판이 있다.

유형적 형량설은 표현의 자유에 제한이 허용되는지 여부는 먼저 각종 표현행위를 유형화하여 그 유형화된 표현행위의 일반적 이익과 이에 대립되는 명예의 일반적인 이익을 비교형량해서 결정하여야 한다는 입장이다(일본 최고재판소의 이른바 북방저널사건에 관한 1986. 6. 11.자 판결이 이에 입각한 것으로 이해되고 있다고 한다).

이에 대하여는 표현행위를 어떻게 유형화하며 그에 따른 구체적 개별요건을 어떻게 설정하는가 하는 어려움이 있다는 비판이 있다.

3) 개별적 요건설정설

공공의 이해에 관한 사실이 포함되지 않을 것, 적시된 사실이 진실에 반할 것, 침해행위가 고의 또는 현실적 악의(actual malice)에 의한 것일 것 등의 3요건을 피해자가 입증할 때만 금지청구권이 인정된다는 견해이다(New York Times Co. v. Sullivan(1963)사건에서 미국 연방대법원이 피해자가 공무원 또는 공적인물인 경우에 명예훼손에 의한 불법행위가 성립하기 위해서는 표현행위가 '현실의 악의(actual malice)'를 가지고, 즉 허위라는 점을 알면서 또는 허위인지 아닌지를 무모하게 고려하지 않고(with knowledge that it is false or with reckless disregard of whether it was false or not) 이루어진 것을 피해자 측에서 입증하여야 한다고 판시하면서 성립된 법리를 원용한 것이라고 한다).

New York Times v. Sullivan (1964) 사건 원고인 몽고메리시 경찰국장 L. B. Sullivan(출처 : University of Missouri Kansas City 블로그[http://law2.umkc.edu/faculty/projects/ftrials/conlaw/commonlaw.htm])

그러나 현실적 악의를 요건으로 하는 점에 대하여는 인격권이라는 절대권에 기초한 방해배제로서 금지청구를 하는 데 대하여 가해자의 악의를 기준으로 하는 것은 맞지 않다는 비판이 있을 수 있다.

4) 절충설

각종의 표현행위를 유형화하여 그 유형화된 표현행위의 가치와 이에 대립하는 명예 등의 가치를 비교형량하여 결정하되 그 유형화된 표현행위에 통하는 구체적인 개별요건을 인정하여야 한다는 견해와 원칙적으로 사전금지는 허용하지 아니하되 예외적으로 ① 그 내용이 진실이 아님이 명백한 때이거나 또는 그 내용이 진실하더라도 공공의 이해에 관한 사항이 아니면서 가해자에게 비방의 목적이 있는 경우에 한하여, ② 침해행위의 태양, 가해자와 피해자 쌍방의 관계 및 사회적 지위 등 일체

의 사정을 종합적으로 고려하여 피해자가 중대하고도 현저히 회복 곤란한 손해를 입을 염려가 있는 때의 두 요건을 충족시키는 경우에만 금지청구를 허용하여야 한다는 견해이다.

3. 인격권에 기한 금지청구에 대한 대법원의 입장

대법원은 1996년 최초로 인격권에 기한 금지청구를 인정한 바 있고(대법원 1996. 4. 12. 선고 93다40614, 40621 판결),[9] 2005년에는 인격권에 기하여 표현행위의 금지를 청구하는 가처분 사건에서 사전적 금지청구를 인정한 바 있다(대법원 2005. 1. 17.자 2003마1477 결정). 위 결정에서의 판시는 다음과 같다.

「명예는 생명, 신체와 함께 매우 중대한 보호법익이고 인격권으로서의 명예권은 물권의 경우와 마찬가지로 배타성을 가지는 권리라고 할 것이므로 사람의 품성, 덕행, 명성, 신용 등의 인격적 가치에 관하여 사회로부터 받는 객관적인 평가인 명예를 위법하게 침해당한 자는 손해배상 또는 명예회복을 위한 처분을 구할 수 있는 이외에 인격권으로서 명예권에 기초하여 가해자에 대하여 현재 이루어지고 있는 침해행위를 배제하거나 장래에 생길 침해를 예방하기 위하여 침해행위의 금지를 구할 수도 있다 할 것이고, 표현행위에 대한 사전억제는 표현의 자유를 보장하고 검열을 금지하는 헌법 제21조 제2항의 취지에 비추어 엄격하고 명확한 요건을 갖춘 경우에만 허용된다고 할 것인바, 출판물에 대한 발행 · 판매 등의 금지는 위와 같은 표현행위에 대한 사전억제에 해당하고, 그 대상이 종교단체에 관한 평가나 비판 등의 표현행위에 관한 것이라고 하더라도 그 표현행위에 대한 사전금지는 원칙적으로 허용되어서는 안 될 것이지만, 다만 그와 같은 경우에도 그 표현내용이 진실이 아니거나 그것이 공공의 이해에 관한 사항으로서 그 목적이 오로지 공공의 이익을 위한 것이 아니며, 또한 피해자에게 중대하고 현저하게 회복하기 어려운 손해를 입힐 우려가 있는 경우에는 그와 같은 표현행위는 그 가치가 피해자의 명예에 우월하지 아니하는 것이 명백하고, 또 그에 대한 유효적절한 구제수단으로서 금지의 필요성도 인정되므로 이러한 실체적인 요건을 갖춘 때에 한하여 예외적으로 사전금지가 허용된다.」

위 대법원 결정은 인격권을 침해하는 출판물에 대하여 그 발행, 판매를 금지하는 사전금지청구권을 가처분의 피보전권리로 삼을 수 있음을 처음으로 인정한 것이고, 언론보도로 인하여 현재 침해가 계속되고 있는 경우에도 인격권에 기하여 이를 제한할 수 있다는 점을 적시하고 있어 그 의의가 크다.

언론보도의 상대방에게 기사삭제청구권을 최초로 인정한 이 사건 대법원 판결에서도 위 대법

9) 남양유업 vs 파스퇴르유업 사건. 비방광고로 인한 인격권 침해에 대한 구제수단으로서 광고중지청구를 인정하였다.

원 결정의 법리를 적시하고 있다.[10] 나아가 이 사건 대법원 판결은 '인격권 침해를 이유로 한 방해배제청구권으로서 기사삭제청구의 당부를 판단함에 있어서는 그 표현 내용이 진실이 아니거나 공공의 이해에 관한 사항이 아닌 기사로 인해 현재 원고의 명예가 중대하고 현저하게 침해받고 있는 상태에 있는지 여부를 언론의 자유와 인격권이라는 두 가치를 비교 · 형량하면서 판단하여야 한다'라고 판시하였다.

대법원은 이 사건 대법원 판결을 통해 기존의 인격권에 기한 사전금지청구를 인정한 데서 더 나아가 인격권에 기한 사후적 금지청구의 일종인 기사삭제청구권을 인정하였다. 대법원의 위 판시를 종합하면, 사전금지는 언론의 자유에 대한 심각한 제한에 해당하므로, ① 비진실성 또는 비공익성이 인정되고, ② 피해자가 중대하고 현저하게 회복곤란한 손해를 입을 염려가 있을 때 피해자의 인격권에 기한 법익과 언론 자유 간의 법익형량을 통해 할 수 있고, 사후금지에 해당하는 기사삭제의 경우는 위 각 요건을 완화하여 적용할 수 있다는 것으로 정리할 수 있다.[11]

Ⅲ. 이 사건 대법원 판결 대상 사건의 사실관계

원심 판결(서울고등법원 2010. 6. 23. 선고 2008나63491 판결)과 이 사건 대법원 판결에 따른 사안의 사실관계는 다음과 같다.

대한민국 대법원 전경(출처 : 대법원 홈페이지[www.scourt.go.kr])

1) A는 방송위원회의 허가추천절차를 진행 중인 신규방송사의 전 공동대표이사이자 위 방송사의 최대주주인 회사의 최대주주 겸 대표이사이고, B는 위 방송사 인가절차에서 A의 회사와 컨소시엄을 함께 구성했던 기존 방송사의 자회사로서 인터넷 언론사이트를 운영하는 회사이다.

10) '명예는 생명, 신체와 함께 매우 중대한 보호법익이고 인격권으로서의 명예권은 물권의 경우와 마찬가지로 배타성을 가지는 권리라고 할 것이므로 사람의 품성, 덕행, 명성, 신용 등의 인격적 가치에 관하여 사회로부터 받는 객관적인 평가인 명예를 위법하게 침해당한 자는 손해배상(민법 제751조) 또는 명예회복을 위한 처분(민법 제764조)을 구할 수 있는 이외에 인격권으로서 명예권에 기초하여 가해자에 대하여 현재 이루어지고 있는 침해행위를 배제하거나 장래에 생길 침해를 예방하기 위하여 침해행위의 금지를 구할 수도 있다.'

11) 이 사건 대법원 판결은 원고가 원심이 사전금지에 관한 엄격한 법리를 이 사건에 적용하여 일부 기사에 대하여 삭제를 명하지 않은 것을 상고이유로 삼은데 대하여 '원심이 허위의 언론 기사로 인해 이미 발생한 침해에 대한 배제를 구하는 경우에도 침해행위의 사전금지를 구하는 경우의 법리가 그대로 적용된다고 전제한 것은 상고이유 주장과 같으나, 원심판결 이유에 의하면 원심은 실제 이 사건 기사삭제청구를 판단함에 있어서는 침해행위의 사전금지에서 요구되는 엄격한 기준을 적용하지 않고 그 보다 완화된 기준을 적용하여 이 사건 각 기사 57건 중 49건의 삭제청구를 인용하였음을 알 수 있으므로, 원심이 이 사건 기사삭제청구를 판단함에 있어 침해행위의 사전제한의 원칙적 금지의 법리를 적용하였음을 전제로 한 상고이유 주장 역시 이유 없다'고 판시하였는데, 이는 사전금지에 비해 사후금지에 해당하는 기사삭제청구의 요건은 완화되어야 한다는 점을 분명하게 밝힌 것으로 볼 수 있다.

2) 그런데 B측이 A측에 대하여 신규 방송사의 경영권과 보도권을 보장해 줄 것을 요구하고, A측이 이를 거부하는 등 이견이 발생하여 갈등이 계속되다가 양측은 방송사 이사회를 통해 공모로 대표이사가 새로 선임될 때까지 A와 B측을 대표하는 C를 공동대표이사로 선임하기로 결정하였다.

3) 그러던 중 C가 B의 대표이사에게 A가 오래 전부터 미국에 국내정보를 유출하여 왔다고 알리면서 자신이 A의 지시로 작성하여 보고하였다는 취지의 문건들과 그 밖의 문건들을 B 소속의 기자 및 간부들에게 보여주었고, B의 간부들은 A가 미국의 정보원 역할을 해 왔다는 결론을 내린 후 B측은 특별취재팀을 구성하고 여러 차례에 걸쳐 C가 A와 나눈 대화를 몰래 녹음한 다음 국회 국정감사장에서 C가 증인으로 출석하게 됨을 기회로 삼아 출석 목적과 달리 A의 국내정보 유출에 대한 보도자료를 국회의원들에게 배포한 다음 C의 증언을 통하여 A가 장기간 국내 정보를 미국에 유출하여 왔다고 하면서, A가 국내정보를 미국에 영문으로 번역하여 보냈고, 이른바 코드명을 사용하였으며, 자신의 회사 건물에 정보팀 사무실을 운영하고, C에게 정보원 교육을 받게 하는 등 미국의 정보원 역할을 하였고, 이러한 사실을 발설할 경우 보복을 받을 것이라고 위협하였다고 진술하였다.

4) 위 국정감사장에 C와 함께 증인으로 출석하였던 A는 C의 위 증언내용을 부인하는 내용의 증언을 하였다. 그러나 A는 또한 "C에게 '국내외 정세를 좀 알려줬으면 좋겠다', '아는 게 있으면 때때로 보고를 해 주면 좋겠다'고 얘기하였다", "일부 관련 문건을 영문으로 번역해서 해외 법인체로 보낸 적이 있다"라는 취지의 증언도 하였다.

5) B는 약 5개월 동안 57회에 걸쳐 B가 운영하는 인터넷 사이트에 A에 관한 기사를 게재하였는데, 그 내용은 ① A는 C에게 국내 정치상황과 북한의 동향 등에 관한 정보를 담은 문건들을 작성하라고 지시하였고, ② C가 작성한 문건들을 비롯하여 별도로 수집한 정보 문건들을 영어로 번역한 후 미국 측에 보고함으로써 국가정보를 유출하였으며, ③ 서울 시내 한 빌딩에 사무실을 두고 국내정세에 관한 정보수집 활동을 하였고, ④ C에게 코드명을 붙여주었고, A 자신도 코드명을 사용하였으며, 해외담당고문에게 지시하여 C에게 정보원 교육을 시켰고, C에게 사실을 폭로할 경우 보복을 받을 것이라고 위협하였다는 것이었으며, 한편 몰래 녹취한 A와 C 사이의 대화내용 중 위와 관련된 부분 등을 그대로 인용하여 기사화하였다. 위 각 기사들은 다른 인터넷 포털사이트에도 제공되었다.

6) A와 C는 명예훼손과 무고 등으로 서로 맞고소 하였는데, 형사소송에서 A는 'C에게 국내외 정세와 관련된 문건을 작성하도록 지시하여 문건을 작성하게 하고, C에게 "국내외 정세와 관련된 문건을 영어로 번역하여 미국에 보낸다"는 취지의 말을 하였음에도 이와 같은 사실이 없다는 취지로 허위의 증언을 하였다'는 위증의 점에 대하여, C는 'A가 C에 대하여 문건 작성 등에 대하여 폭로하면 보복을 당할 것이라고 협박한 사실이 없음에도 허위사실을 적시하여 A의 명예를 훼손하였다'는 허위사실 적시 명예훼손의 점에 대하여 각 유죄판결을 받았

고, 대법원에서 각 유죄판결이 확정되었다.

Ⅳ. 기사삭제청구권과 관련된 쟁점들

1. 입증책임과 그 정도

해당 기사의 비진실성 또는 비공익성의 입증책임은 기사의 삭제를 주장하는 원고에게 있다. 대부분의 사안에서 핵심 쟁점은 해당 기사가 진실한지 여부일 것이다. 공익성 여부의 판단이나 법익형량과 관련하여 해당 기사로 인하여 상대방의 인격권이 침해되고 있는지 여부에 대한 판단은 그다지 어렵지 않을 것이기 때문이다.

이 사건 대법원 판결에서도 "허위 기사로 자신의 명예를 훼손당하였다고 주장하며 기사삭제를 청구하는 피해자는 그 기사가 진실하지 아니하다는 데에 대한 증명책임을 부담한다"라고 판시하였다.

또한 "사실적 주장이 진실한지 아닌지를 판단함에 있어서 그것이 특정되지 아니한 기간과 공간에서의 구체화되지 아니한 사실의 경우에, 그 부존재를 증명하는 것은 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 자에 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"[12]고 판시하여 부존재의 입증이라는 사안의 특성에 따라 입증책임이 완화될 수 있음을 밝히고 있다.[13]

2. '상당성'의 법리에 의한 기사삭제 거부가 가능한지 여부

인격권에 기한 금지청구권을 주장하는 언론보도의 상대방이 기사의 비진실성을 주장, 입증하였을 경우, 이에 대하여 기사를 작성한 측에서 명예훼손에 대한 위법성조각사유를 항변으로 주장할 수 있는지가 문제된다. 즉, 언론보도의 상대방의 명예 등 인격권을 침해한 기사가 공공의 이해에 관한 사항으로써 그 목적이 오로지 공공의 이익을 위한 것일 때에는 그것이 진실하지 않더라도 언론보도 당시 그것을 진실이라고 믿을 상당한 이유가 있다는 이유로 위법성이 없다고 주장하면서 기사의 삭제를 저지할 수 있느냐 하는 것이다.[14]

---

12) 대법원 2011. 9. 2. 선고 2009다52649 전원합의체 판결, MBC의 광우병 보도에 관한 판결이다.

13) 이 사건에서 A는 자신이 미국의 스파이라는 의혹에 대하여 그렇지 않음을 밝혀야 하는 입장에 있으므로 위와 같은 입증책임의 완화에 관한 법리가 적용됨이 상당할 것이다.

14) 이는 언론보도에 대한 손해배상청구 사건에서 언론사 측이 손해배상책임을 면하기 위하여 종종 주장되는 것으로서 기사가 상대방에게 손해를 가하였지만, 언론사 측에서 진실성 또는 상당성을 입증하면 위법성이 조각되는 것이 되고, 다만 그 사유에 대한 입증책임은 언론사 측이 부담한다. 다만, 기사삭제의 경우에는 보통 상대방 측에서 비진실성을 이미 입증한 상태에서 상당성의 요건을 들어 이를 저지할 수 있느냐의 문제가 될 것이다.

그러나 기사삭제청구의 근거를 위 대법원 2003마1477 결정 및 이 사건 대법원 판결과 같이 배타적 권리인 인격권에서 찾는 이상 객관적으로 인격권을 침해하고 있다면 방해배제청구권의 일환으로서 기사삭제청구권을 인정할 수 있다고 보아야 한다. 상당성 이론은 언론보도로 인한 법익침해가 인정되고 보도내용이 진실하지 아니한 경우에도 보도 당시 이를 진실이라고 믿은 데에 상당한 이유가 있다면 위법성이 조각된다는 것이다. 그런데 기사 게재 후 계속되고 있는 침해 상태에 대하여 당사자 간 이익형량을 통해 그 삭제의무가 인정되는 경우, 다시 상당성 이론을 적용하여 보도 당시 기사 작성자의 주관적 사정에 따라[15] 삭제를 저지할 수 있게 하는 것은 비논리적이라 할 것이다. 이러한 점을 종합하면 상당성 이론은 인격권에 기한 기사의 삭제를 저지하는 데 적용될 것은 아니라고 봄이 상당하다.

언론보도에 대하여 손해배상을 청구하는 사건에 있어 상당성의 벽은 매우 높은 것인 점을 고려하면 법익형량의 단계를 거쳐 삭제의무가 인정된 기사에 대하여 다시 상당성 이론을 들어 이를 저지하는 것은 언론보도로 인한 피해구제를 매우 어렵게 하는 결과가 된다.[16]

이 사건 대법원 판결에서도 '인격권 침해를 이유로 한 방해배제청구권으로서 기사삭제청구의 당부를 판단함에 있어서는 그 표현내용이 진실이 아니거나 공공의 이해에 관한 사항이 아닌 기사로 인해 현재 원고의 명예가 중대하고 현저하게 침해받고 있는 상태에 있는지 여부를 언론의 자유와 인격권이라는 두 가치를 비교 · 형량하면서 판단하면 되는 것이고, 피고가 그 기사가 진실이라고 믿은 데 상당한 이유가 있었다는 등의 사정은 형사상 명예훼손죄나 민사상 손해배상책임을 부정하는 사유는 될지언정 기사삭제를 구하는 방해배제청구권을 저지하는 사유로는 될 수 없다'고 판시하여 상당성 이론에 의하여 기사삭제청구를 저지하는 것은 허용되지 아니한다고 판시하였다.[17]

3. 공적 인물론의 적용 가능성 – 유형별 이익 비교형량

명예훼손을 주장하는 자의 사회적 지위에 따라 표현의 자유의 한계가 결정되어야 한다고 보는 견해를 '공적 인물의 이론'이라고 한다. 미국 연방대법원은 공적인물의 경우 현실적인 악의(actual malice)가 인정되어야 손해배상책임을 인정하고 있다(앞서 본 New York Times Co. v. Sullivan 사건). 우리나라에서는 공적 사안이나 공직자의 도덕성, 업무처리 등에 관하여는 언론자유에 대한 제한이 완화되어야 한다는 입장에서 '공인'의 이론을 받아들이고 있는 것으로 보인다(대법원

15) 상당성 여부의 판단은 보도 당시를 기준으로 한다(대법원 2008. 1. 24. 선고 2005다58823 판결 등).
16) 인격권에 기하여 기사삭제를 구하는 이 사건의 경우 대법원 판결에서는 앞서 본 바와 같이 A가 대부분 승소하는 것으로 결론이 내려진 반면 불법행위의 요건 충족 여부를 별도로 검토하여야 하는 A의 C에 대한 명예훼손 등으로 인한 정정보도 및 손해배상청구 등 다른 관련 사건에서는 상당성 이론의 벽에 막혀 A의 청구가 대부분 기각되었다(대법원 2012. 12. 27. 선고 2010다61793, 61809(병합) 판결 등, A는 정정보도청구도 민법 제764조에 기해 청구함으로써 불법행위의 요건을 모두 충족시켜야 하였다).
17) 제1심에서는 B측의 상당성에 관한 주장을 받아들여 대부분의 기사삭제청구를 기각하였으나, 원심과 대법원에서는 상당성에 관한 주장을 받아들이지 아니하였다.

2002. 1. 22. 선고 2000다37524,37531 판결, 대법원 2007. 12. 27. 선고 2007다29379 판결 등).[18]

표현행위는 그 유형이 매우 다양하므로 금지청구의 기준을 일정하게 정하여 적용하는 것은 부적절하다 할 것이고, 표현행위의 대상이나 표현행위의 주체와 내용 등에 따라 표현행위를 유형별로 나누어 그 유형에 따라 심사기준을 달리 정하여 표현행위로 인해 얻어지는 이익과 명예가 침해되는 피해자측의 이익을 비교형량하여 유형화하는 것이 가능할 것이다(유형적 형량설의 입장). 이에 따라 기사삭제를 포함한 금지청구에 있어 우선 대상자에 따라 다음과 같은 구분이 가능할 것으로 생각된다.

① 정치인이나 공직자 등과 같은 공적인 존재에 대한 침해행위의 배제를 인정하기 위하여는 비진실성이나 비공익성의 요건이 명백하게 입증되어야 할 것이다. 이들은 공적인 비판에 대하여 이를 감수하여야 할 수준이 높다고 보아야 할 것이기 때문이다.

② 공직자가 아닌 연예인이나 운동선수, 대기업 경영자와 같은 유명인의 경우에는 침해배제를 인정하기 위하여 비진실성, 비공익성의 요건이 필요하다 할 것이지만, 그 입증은 공적인 존재의 경우와 달리 명백할 것까지 요구되는 것은 아니라고 봄이 상당하다.

③ 마지막으로 일반인의 경우라면 그 사생활 보호의 필요성이 더욱 크다 할 것이므로 비진실성, 비공익성의 요건의 입증에 요구되는 정도가 더욱 낮아져야 할 것이다.

이 사건 대법원 판결의 사안에 있어 A를 공인 내지 공적 인물로 볼 수 있을까? 원심은 A가 대기업 경영자로서 언론사의 사주가 된 사람으로서 어느 정도 공적 관심에서 자유로울 수는 없으나 공적 인물이라고까지 볼 수는 없다고 판단하였고, 이 사건 대법원 판결에서도 이러한 원심의 판단을 수긍하여 A를 공적 인물로 보기 어렵다고 판시하였다.[19]

Ⅴ. 이 사건 대법원 판결 사안에 대한 판단

1. 기사삭제의무의 인정

원심은 우선 B가 게재한 위 각 기사 중 A가 국내정보를 수집하여 문건을 작성하고, 이를 영문으로 번역하여 미국에 유출함으로써 이른바 미국의 정보원 역할을 하였다는 내용, A가 이른바 정보원들이 사용하는 '코드명'을 사용하였다는 내용, 국내에서 CIA 요원으로 활동한 것으로 알려진 미국인

18) 공인의 구분에 관하여는 김민중, '원고의 신분과 명예훼손법리의 적용–공인 · 사인의 구분과 관련하여–'(언론중재 2000년 여름호) 참조

19) '공적 인물에 대한 명예훼손적인 표현의 위법성을 판단할 때에는 일반인의 경우와는 심사기준을 달리하여 더 완화된 기준을 적용하여야 함은 상고이유에서 지적하는 바와 같다. 그러나 기록에 의하면 원고는 공적인 인물에 해당되지 않는다고 할 것인바, 원심이 같은 취지로 판단한 것은 정당하고...'

등이 A와 연관되어 있고, 그를 통하여 A가 수집한 정보가 유출되었을 것이라는 내용, A가 다른 사람으로 하여금 C에게 이른바 정보원 교육을 시켰다는 내용, 기타 A가 자신의 이른바 정보원 역할, 미국 측 인사들과의 친분관계를 과시하거나, 미국 측에 전달되었다고 C가 주장하는 문건들의 내용과 관련된 A의 진술을 녹취한 내용의 기사들은 A에 대한 사회적 평가를 저하시키는 내용이라 할 것이므로 위 각 기사로 인하여 A의 명예가 훼손되었다고 판단하였다.

나아가 원심 판결은 각 증거에 의하면 A가 C에게 국내,외 정세에 관한 문건 작성을 요구하여 그로부터 문건을 교부받았고, 일부 문건에 대한 영문번역문이 존재하는 점, A와 업무컨설팅으로 거래관계가 있는 사람이 미국 정보기관인 CIA 요원 출신으로 미 국방부 부차관보로 임명되어 활동한 경력이 있는 미국인과 1970년대부터 교분을 가져왔고, 그 미국인이 운영하는 회사의 한국 지사장으로 재직하였으며, A의 서울 사무실이 C에게 정보원 교육을 시켰다고 주장되고 있는 사람의 사무실과 같은 건물에 위치하고 있고, 일부 영문번역본의 파일이 검찰의 압수수색 당시 그의 사무실 컴퓨터에서 발견된 점, 그가 A의 부탁에 따라 미국의 정부 구조 및 국제 정세 등을 C에게 설명해 준 점 등이 인정된다. 하지만 C가 A가 미국에게 국내정보를 제공하였다는 점에 관한 신뢰할 만한 자료를 제시하지 못하고 있고, A와 C 사이에 이 사건과 관련하여 발생한 형사사건이나 민사사건에서 이 점에 관한 입증이 이루어지지 못하였으며, 이른바 정보원 교육이라는 것이 매우 일반적인 내용일 뿐 이른바 '정보원'으로서 해야 할 임무, 정보수집 및 보고 방법, 보안유지 요령 등 '정보원' 활동과 관련된 구체적인 내용은 없었던 점 등에 비추어 A가 미국에 정보를 제공하는 등의 활동을 하였다거나, C에게 정보원 교육을 시켰다는 점은 진실이 아니거나 진실이 아닐 가능성을 배제할 수 없다고 보아 B에 대하여 위 각 기사의 삭제의무를 인정하였다.[20]

2. 기사삭제의 범위

원심 판결은 각 기사의 삭제 범위에 대하여, 위 각 기사의 내용 중 일부 진실에 부합하는 부분이 있으나, 위 각 기사의 일부 삭제만을 명하는 경우 원래 기사의 취지가 본래의 뜻과 달리 받아들여지게 될 수도 있는 점 등을 고려하여 해당 각 기사에 대하여 전체적으로 삭제를 명하였고, 대법원도 이러한 원심의 판단을 받아들여 전체적인 기사삭제 의무를 인정하였다.

20) A가 대기업 경영자로서 언론사의 사주가 된 사람으로서 어느 정도의 공적 관심에서 자유로울 수는 없으나, 공직자 등 공적 인물이라고까지 볼 수는 없고, 기사 내용이 그가 국익에 반하는 타국의 정보원 활동을 하였다는 것으로서 공적인 문제를 다루고 있기는 하지만 사안의 성격에 비추어 위 각 기사로 인한 A의 이익의 침해 정도가 매우 중대하고 회복할 수 없는 것이어서 보호되어야 할 B의 언론의 자유보다 더 크다고 볼 수 있으며, A가 기사삭제를 위하여 입증하여야 할 비진실성의 내용이 국내정보를 A가 유출하지 아니하였다는 것으로서 소극적 사실에 대한 증명인 점을 감안하여 그 입증의 정도를 다소 완화함으로써 위 각 기사의 내용은 진실이 아니라고 봄이 상당하다고 판단하였다.

Ⅵ. 맺는 말

기사삭제청구권은 사후적인 금지청구에 불과하고, 그 자체로는 기사 자체의 잘못을 확인해 주거나 배상책임을 묻는 것도 아니어서 매우 소극적인 성격의 권리처럼 보인다. 그러나 필자가 언론사건을 담당하였을 때 경험에 의하면 언론 사건의 경우 통상 조정에 회부되는 경우가 많은데, 그 때 언론보도의 상대방은 당초 청구하였던 정정보도나 손해배상 청구를 포기하거나 양보하면서 기사의 삭제를 적극적으로 요구하는 경우가 많았다. 그 이유는 원 보도가 남아있으면 이를 다른 데서 재인용하여 반복적으로 노출이 되고 이에 따라 그 고통이 끊이지 않기 때문에 잘못된 기사에 대하여 손해배상책임을 묻지 않는 대신에 기사만 완전히 삭제되면 그것이 더 낫겠다는 것이었다. 이런 면에서 기사삭제청구권은 인격권에 대한 향후 침해요소의 근원을 제거하는 것으로써 매우 적극적인 권리의 측면도 가지고 있는 것이 분명하다.

또한, 권리구제의 실효성 측면에서 보더라도 언론보도의 상대방 입장에서는 요건 충족이 쉽지 않은 불법행위책임을 추궁하는 것보다는 권리구제에 수월하다는 장점이 있고, 언론기관 등 기사작성자 입장에서도 언론중재법 상의 정정보도청구에 비하면 자신들의 보도가 틀렸다는 점을 드러내지 않아도 되는 장점이 있기도 한 것이다.

최근에는 개인의 자기관련정보통제권이라는 관점에서 언론기관이 보유하고 있는 기사 내지 정보의 삭제를 요구할 수 있는 권리, 즉 잊혀질 권리(right to be forgotten)에 관한 논의가 전개되고 있다.[21] 미국에서는 사망한 사람 본인이 신청하면 인터넷에 남긴 흔적을 지워주는 일을 대행하는 '디지털 장의사' 서비스가 등장하고 있다. 독일에서는 2009년 살인죄로 복역하고 나온 사람이 위키피디아 재단을 상대로 하여 자신에 관한 항목에서 이름을 삭제해 줄 것을 청구한 사건이 있었는데, 독일 법원은 이들의 손을 들어주어 위키피디아 독일어판에서 그들의 이름이 삭제된 예가 있었다.[22] 잊혀질 권리는 자기정보통제권을 근거로 하는 것으로 반드시 인격권의 침해를 전제로 하는 것이 아니어서 인격권에 기한 기사삭제에 비하여 그 범위가 더욱 넓어지게 되는데, 인격권의 범위를 넓게 보는 경우 양자의 범위는 많이 중복될 수 있을 것이다.

이제 우리 대법원이 처음으로 인격권에 기한 기사삭제청구권을 인정하였으므로, 앞으로 구체적인 사례의 축적을 통해 언론의 자유와 개인의 인격권과의 조화를 모색하려는 노력이 지속되어야 할 것이다.

21) 지성우, 기본권 이론적 관점에서의 '잊혀질 권리'에 대한 시론적 고찰(언론중재 2011년 여름호) 참조
22) 이하의 국제동향에 관한 내용은 홍명신, 정보의 웰다잉을 행한 시도 : '잊혀질 권리'를 둘러싼 국제동향(언론중재 2011년 여름호) 참조

‘종북’의 두 가지 의미

글. **양재규**
언론중재위원회 연속교육팀장, 변호사

‘종북(從北)’. 단 두 글자로 이루어진 이 짧은 단어가 요즘 대한민국에서 가장 핫(hot)한 말이 되고 있다.

포털 검색창에 ‘종북’이라고 치면 ‘종북세력’, ‘종북좌파’, ‘친노종북’, ‘ㅇㅇㅇ 종북’ 등 ‘종북’ 관련 각종 단어가 연관 검색어로 줄줄이 뜬다. 최근에는 ‘세월호 종북’ 같은 신조어까지 등장하고 있다.

며칠 전, 광화문 거리를 걷다가 이런 문구를 보고 뜨악했다. “김정일 개ㅇㅇ 못하면 종북” 시대는 바야흐로 21세기 대명천지인데 ‘이게 웬 십자가 밟기?’[1] 이런 생각도 들었지만 알고 보니 지상파방송에 나온 말이라는 것을 알게 돼 두 번 놀랐다. 지난 2012년 한 TV 토론 프로그램 출연자가 모 정당의 종북 논란에 대해 발언하던 중 “대한민국 국회의원이라면 최소한 ‘김정일과 김정은 체제를 추종하지 않습니다’라고 말하는 게 왜 어렵나?”면서 “쉽게 말해 ‘김일성, 김정일이 개ㅇㅇ냐?’고 할 때 ‘개ㅇㅇ’라고 하면 종북세력이 아니다”라고 발언한 이후로 유행했다고 한다.[2]

요즘 들어 ‘종북’이라는 말이 언론보도에 자주 등장하고 있다. 공인 또는 유명인 간에 ‘종북’이라 했다가 송사로 이어지는 일이 심심치 않게 벌어지고 있기 때문인데, 현재 진행 중인 사건만 해도 여럿으로 보인다.

‘종북’의 의미는 명확하다. 문자 그대로 ‘북한을 따른다’는 뜻이다. 북한 체제와 이념의 팔로워(follower)인 것이다. 그러면 ‘종북’하는 사람이나 단체는 어떻게 될까? 〈국가보안법〉이 서슬 퍼렇게 살아있는 대한민국 현실 속에서 북한은 여전히 반국가단체, 쉽게 말해 적(敵)이다.[3]

1) 과거 국가권력이 기독교를 탄압하던 시절, 신자인지를 판명하기 위해 십자가를 밟도록 한 데서 유래한 말이다. 일종의 사상 검증의 수단이라 볼 수 있겠다.
2) “김정일 개ㅇㅇ 못하면 종북”은 사상 검증의 합리적인 기준이 될 수 없다고 본다. 일례로, ‘김정일 개ㅇㅇ’라고 못 하는 사람 중에는 욕을 할 수 없거나 욕하는 것이 싫은 사람도 있을 수 있기 때문이다. 결국, “김정일 개ㅇㅇ 못하면 종북”이라는 표현은 일종의 과장된 수사(rhetoric)로 여겨야 할 것이다.
3) 이에 관한 논란이 있는 것으로 알고 있지만 그에 대한 논의는 이 글에서 할 것은 아니라고 본다. 그래서 일반적인 견해를 따라 글을 전재한다.

적에 동조하거나 적을 따르는 사람 역시 필연적으로 적일 수밖에 없다. 그러므로 '종북'하는 사람이나 단체도 우리의 생명과 재산, 안정을 위협하는 적이다.

이런 의미를 생각하면 '종북'은 결코 쉽게 쓸 수 없는, 매우 치명적인 말이 분명하다. 내 편인지 적의 편인지를 가릴 필요도 있지만, 동시에 상대방의 명예를 심각하게 훼손할 위험성이 너무나 크다. 그런 점에서 '종북'이라는 말은 최대한 신중하게 사용되어야 하며 남발하는 것은 정말 곤란하다.

지금까지 '종북'이라는 말로 인해 생긴 법적 분쟁의 쟁점은 주로 '명예훼손'이었다. 그런데 앞으로는 이 단어의 쓰임새를 하나 더 추가해야 할 것 같다. 바로 '모욕'이다.

명예훼손이 사람의 사회적 평가를 저하시키는 사실을 적시하는 것이라면, 모욕은 상대방에 대한 경멸적 감정이나 비판적 의견을 표현하는 것이다. 내가 싫어하는 누군가에게 굴욕감을 안겨주고 싶을 때 우리는 그를 '모욕'한다. 이런 모욕의 한 방편으로 '종북'이라는 말이 사용되고 있다. 이와 관련해 지난 3월 25일 서울남부지방법원에서 선고된 한 사건(2013가합104616)은 그 좋은 예다.

새정치민주연합 소속[4] 임수경 의원은 2013년 7월 27일 인천광역시가 백령도에서 개최한 정전 60주년 예술작품 전시 행사에 참석했다. 그로부터 며칠 후인 같은 달 30일 다른 당 소속 박 모 의원은 '천안함 46용사의 영혼이 잠들어 있는 백령도 청정해역에 종북의 상징인 임 모 국회의원을 대동해 행사를 치르는 송 시장'이라는 내용이 포함된 성명서를 발표한다.

이 성명서 발표와 관련해 임수경 의원은 박 의원을 상대로 손해배상청구소송(위자료 2억)을 제기했다. '종북의 상징'이라는 표현으로 인해 자신의 명예가 심각하게 훼손되었으며, 만일 명예훼손은 아닐지라도 적어도 이 표현이 경멸적 인신공격에 해당하기 때문에 자신의 인격권이 침해되었다는 것이 소송 이유였다.

이러한 임수경 의원의 청구에 대해 1심 법원은 '모욕'을 인정, 위자료 200만 원을 지급할 것을 명하는 판결을 내렸다. 판결의 주요 요지를 정리, 요약해보면 다음과 같다.

이 사건 성명서 중 원고와 관련된 부분은 "종북의 상징인 임 모 국회의원"이라는 표현뿐이고, 위 표현은 원고에 대한 피고의 의견 내지 논평을 표명한 것에 불과할 뿐 그 자체로서 원고의 사회적 평가를 침해할 만한 구체적 사실을 적시한 것이라고 보기 어렵다. 더구나 이 사건 성명서 중 위 표현을 제외한 나머지 부분은 모두 송영길 인천광역시장을 비난하는 내용으로 구성되

4) 이 사건 당시에는 소속 당의 명칭이 '민주당'이었다. 현 시점에 맞게 당 명칭을 수정했다.

어 있어, 위 표현의 앞뒤 문맥이나 전체적 취지를 고려하더라도 원고가 대한민국의 정체성을 부정하고 북한의 주체사상을 신봉한다고 평가받을 만한 어떠한 행동을 하였는지 여부 등에 관하여 전혀 알 수 없으므로, 위 표현이 원고의 명예를 훼손할 만한 구체적 사실을 암시한다거나 묵시적으로 그 기초가 되는 사실을 적시하고 있다고 보기 어렵다.

타인에 대하여 비판적인 의견을 표명하였다는 사유만으로 이를 위법하다고 볼 수는 없지만, 만일 표현행위의 형식 및 내용 등이 모욕적이고 경멸적인 인신공격에 해당하거나 혹은 타인의 신상에 관하여 다소간의 과장을 넘어서서 사실을 왜곡하는 공표행위를 함으로써 그 인격권을 침해한다면, 이는 명예훼손과는 별개 유형의 불법행위를 구성할 수 있다.

'종북'이라는 말이 대체로 대한민국의 정통성을 부정하고 북한의 주체사상을 신봉한다는 뜻으로 사용되고 있는 점, 원고의 지위나 휴전 상태인 우리나라의 현실 등을 고려할 때 '종북의 상징'이라는 표현은 원고의 국회의원으로서의 자격과도 연관될 수 있는 중대한 사안인 점 등을 종합해 보면, 위와 같은 표현은 원고에 대한 모욕적이고 경멸적인 인신공격에 해당한다고 할 것이다.

이러한 1심 판결에 대해 박 의원이 항소를 제기했으나 2014년 7월 31일 항소심 법원(서울고등법원)은 피고의 항소를 기각했다(2014나2011862). 이에 박 의원은 상고를 제기했고 현재 이 사건은 대법원에 계류 중이다.

이번 판결에서도 언급하고 있지만, 명예훼손과 모욕의 구별 기준은 사회적 평판을 훼손하는 수단 혹은 방법이다. 명예훼손과 모욕 둘 다 사람의 품성, 덕행 등 인격적 가치에 대한 평판을 보호하는 것을 목적으로 하지만 명예훼손은 '사실 적시'로써, 모욕은 '비판적 의견 표명' 등으로써 성립한다. 그래서 '종북'이라는 말 역시 단지 상대방에 대한 비판적 의견 내지 경멸적 감정의 표현에 그치면 모욕에 해당되고 더 나아가 북한 체제와 이념을 따르는 사람이라는 구체적 사실 적시의 단계에까지 이르면 명예훼손이 될 수도 있다.

개인적으로, 보다 우려되는 것은 '종북'이라는 단어의 모욕적 사용법이다. 한 일간지에서는 '우리 사회 공론장(公論場)에서 막말의 수위가 도를 넘었다는 개탄의 목소리가 높아지고 있다'고 보도했다.[5] 공인의 사상 검증이야 필요할 수도 있겠지만, 도를 넘은 감정적 비난, 경멸, 모욕주기는 사회 발전에 결코 도움이 되지 않는다. '종북'이라는 말 역시 경우에 따라서는 단지 막말에 그칠 수도 있다. 이와 관련해 일부 사

5) 2014년 9월 5일자 조선일보 1면 「'막말 폭력'에 멍드는 國格」

'막말 폭력'에 멍드는 國格

시위현장·SNS서 "대통령이란 X" "단식하다 죽어라" 度 넘은 폭언

"公論場 발언은 사회의 품격— 막말이 박수받는 분위기 타고 증폭"

"막말 폭력' 시리즈 ▶A3면

2014년 9월 5일자 조선일보 1면 기사 「'막말 폭력'에 멍드는 國格」

람들은 이 표현을 그렇게까지 심각하게 느끼지 못할 수도 있다. 미디어가 만들어 낸 대중적인 용어라고 보는 사람도 있다. 그러나 이번 판결에서 법원은 '종북'을 "모욕적이고 경멸적인 인신공격"이라고 봤다.

사회의 건전한 발전을 위해 자유로운 의견 개진과 토론은 필요하다. 공적인 위치에 있는 사람이라면 그 사상이나 이념에 대한 폭넓은 비판과 검증을 감수해야 한다. 그러나 이 모든 것은 최소한의 합리성을 전제로 한다. 그저 경멸이나 증오의 분출에 지나지 않는 감정적 비난을 단지 공인이라는 이유로 감수할 이유는 없을 것이다. 그런 의미에서 '종북'이라는 말의 모욕적 사용법을 경계해야 할 것이다.

고문(顧問) : 숙련(熟練)과 위엄(威嚴)

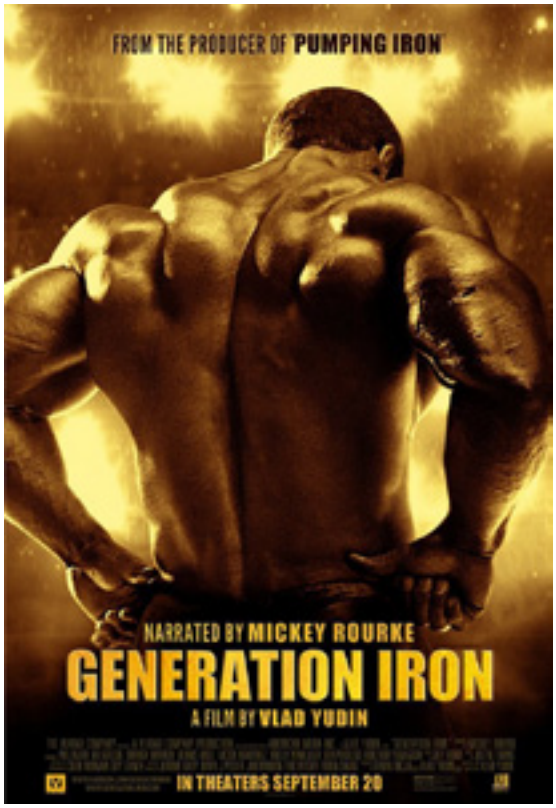
글. **김상순**
변호사, 이화여대 로스쿨 겸임교수

국립국어원의 표준국어대사전은 '어떤 분야에 대하여 전문적인 지식(知識)과 풍부한 경험(經驗)을 가지고 자문에 응하여 의견을 제시하고 조언을 하는 직책. 또는 그런 직책에 있는 사람'이라고 고문(顧問)의 뜻을 적고 있다. 즉, 고문이라는 직업 혹은 기능을 수행하기 위해서는, 그 전제조건으로 '전문적인 지식'과 '풍부한 경험'이 필요하다. 여름호에서 야구, 역도, 요리 등 여러 종류의 경기들을 다루며 '심판(審判)'을 이야기했는데, 가을호에서는 독특한 형태의 경기를 하나 더 다루며 '고문'에 관한 이야기를 시작해 보려 한다. 바로 보디빌딩(body building)이다.

블라드 유딘(Vlad Yudin) 감독의 2013년작 영화 '제너레이션 아이언(Generation Iron)'은 다큐멘터리(에 가깝)다. 전 세계에서의 가장 완벽한 근육남 타이틀인 '미스터 올림피아'가 되기 위해, 수련을 쌓는 수많은 현실의 보디빌더들의 세계를 다룬다. 필 히스(Phil Heath), 카이 그린(Kai Greene), 브랜치 워렌(Branch Warren), 데니스 울프(Dennis Wolf), 빅터 마르티네즈(Victor Martinez), 히데타 야마기시(Hideta Yamagishi), 로엘리 윙클라(Roelly Winklaar) 등등. 저마다 미스터 올림피아가 되어야만 하는 사연들이 있다. 고수들의 리그에서는 심사위원들도 선수들의 우열을 판단하기 어렵다. 그래서 수련의 방향도 장점을 부각시키는 편이 아니라, 약점을 없애는 편이 된다. 이 영화는 2012년의 '미스터 올림피아' 대회를 준비하는 여러 실제 보디빌더의 각 스토리를 근접 촬영하여 다루고 있다.

반복이 거듭되면 경험이 쌓이고, 경험이 쌓이면 기량은 성장한다. 지겨울 정도의 반복, 반복.

운동경기는 선수들의 기량 차이를 극명히 결과와 기록으로 보여준다. 하지만 경험이 쌓이는 것은 그래픽으로 표시되는 컴퓨터 게임 화면에서의 경험치 게이지와는 달라, 겉으로 잘 드러나지 않고 묘사하기도 어렵다. 보통의 경기에서는 선수들의 기량이 쌓이는 과정을 볼 수 없다. 관중은 결과로써의 기량, 예컨대 경기결과나 경기기록을 통하여 간접적으로 선수들의 경험치를 확인한다.



2013년 개봉한 영화「제너레이션 아이언」포스터
(출처 : 다음 영화[movie.daum.net])

"보디빌딩은 스포츠이기도 하고 엔터테인먼트이기도 하다. 삶의 방식이자 예술이다. 몸을 조각한다. 완벽히 균형 잡힌 근육의 상태를 위하여 사람의 몸을 시각적으로 극한까지 끌어올린다." 선수의 체력 증진을 관중은 잘 느끼지 못한다. 그러나 체격의 증진은 단박에 관중과 심판의 눈에 띈다. 완벽하게 발달된 근육의 상태는 특별한 사정이 없으면, 며칠 후에 열릴 경기장에 도착할 때까지 변하지 않는다. 즉, 이미 이겨놓고 경기장에 들어선다. 경기장에 입장하기 전(前)에는 스포츠(sports)이고, 입장한 후(後)에는 엔터테인먼트(entertainment)가 된다.

소송 절차는 분쟁을 종식시키는 절차다. 형사소송은 정의를 실현하는 과정이다. 때로는 희화화되고, 배심재판제도를 통하여 민주주의에 더 가까워지기도 하고, 때로는 실체적 진실에서 멀어지기도 한다. 하지만 어딘가에는 있을 정의(正義)를 위하여, 보편타당한 자연법(自然法)을 위하여 최선을 다한다. 해부학 교과서에는 근육의 형태가 신체 부위별로 표시되어 있다. 하지만 어디에도 근육의 적절한 크기가 적혀있지는 않다. 이는 크기의 문제는 아니다. 균형의 문제이다. 글로는 표현하기 어려운 시각적(視覺的) 심미(審美)의 영역이다. 정의와 자연법이 눈에 보이지 않고 손에 잡히지는 않지만 존재하듯, 보디빌딩 선수의 근육들은 극한의 수련으로 가상 완벽체를 향해 한없이 펌핑(pumping)된다.

반복되는 꾸준한 수련으로 결과를 만들어낸다. 근육에 관한 해박한 지식, 식품영양에 관

한 전문적 접근도 필수다. 단시일에 만들어지는 근육 갑옷이 아니다. 5년, 10년, 15년. 시간이 지날수록, 근육(筋肉) 갑주(甲冑)의 크기와 밀도는 높아진다. 모양과 형태도 더욱 선명해지고 두드러진다. 전문적인 지식이 없는 반복은 무의미하다. 학식과 경험은 서로 긍정적 영향으로 병존적으로 성장한다. 그제야 숙련(熟練)은 돋보인다. 거울에 비친 모습에서 선수들은 자기 근육의 균형미의 정도를 척 보고 이미 안다. 이른바 셀프(self) 고문(顧問)이다.

영화 '제너레이션 아이언'에서 가장 인상적이었던 부분 중 하나는, 선수들이 자신들이 멘토로 삼은 전직 챔피언들의 판단을 적극적으로 수용하는 부분이었다. "이런 말 하게 되어 미안하네만, 지금의 근육 상태로는 지역 대회라면 몰라도 미스터 올림피아는 어림없어 보이는군." 위엄 있는 멘토의 조언 한마디에 선수는 이를 신뢰하고 승복하여, 이를 악물고 이번 시즌을 포기하고 다음 시즌을 준비한다. 완벽한 영양소 밸런스를 위하여, 퍽퍽한 닭가슴살을 기꺼이 씹으며 묵묵히 바벨을 들고 자신의 근육의 한계와 싸우는, 그들은 도심 속의 구도자(求道者)들이자 그의 조언자(助言者)들이다.

법관이라고 해서 모든 사건에 대하여 전문적인 지식을 가진 것이 아니다. '법규 또는 경험법칙에 관하여 특별한 학식이나 경험이 있는 자에게 그 전문적 지식 또는 그 지식에 의한 판단이나 의견을 보고시켜서 법관의 판단능력을 보충하는 증거조사'를 '감정(鑑定)'이라 부른다. 그리고 그러한 보고를 하는 제3자를 '감정인'이라 부른다. 감정인은 대체성이 있고 법원에 의하여 지정된다는 점에서 증인(證人)과 구별된다. 감정의 결과를 받아들일지는 법관의 자유로운 심증에 의하여 결정된다. 쉽게 말하자면, 법률이 정하고 있는 법관(法官)의 고문(顧問)이라 할 수 있다. 감정을 통하여 법관은 자신의 부족한 능력을 보충하게 된다.

특정기능이 부족한 사람은 그만큼 다른 기능이 발달하게 마련이다. 그렇게 결핍을 보충하여 균형이 맞춰지게 된다. 정의감 불타는 건전한 영혼만큼이나 건강한 신체는, 우리가 악당을 물리치는 영웅에게서 흔히 볼 수 있는 외관이다. 그런데 그 근육(筋肉) 갑주(甲冑)의 주인공이 신체기능에 결핍을 가지고 있다면 어떨까. 2003년 봄 개봉된 영화 '데어데블(daredevil)'의 주인공인 슈퍼히어로는 시각장애인이다.

배우 벤 애플렉(Ben Affleck)이 주연을 맡은 '두려움을 모르는 남자' 주인공 맷 머독(Matt Murdock)의 직업은 변호사다. 어린 시절 방사능 폐기물에 눈을 다쳐 맹인이 되었다. 낮에는 억울한 피고인을 위해 형사사건의 변호인 역할을 수행하고, 밤에는 자신의 지역 '헬스 키친'의 정의를 위해 시각장애인용 지팡이를 무기삼아 휘두르며 동분서주한다. 영화의 마지막에 악당 두목 '킹핀(Kingpin)'은 데어데블의 손에 쓰러진다. 만화를 원작으로 하였고, 전형적인 권선징악의 스토리다. 히어로 영화의 주인공이 시각장애인이라는 설정은 신선하다.

주인공은 눈이 멀어 앞이 보이지 않는다. 하지만 청각이 극한으로 발달하였다. 심지어는 거짓말을 하는 죄책감 가득한 심장박동 소리도 감지해낸다. 박쥐가 사용하는 초음파처럼 소리로 주변 환경을 재구성해내므로, 눈이 보이지 않아도 활약을 하는 데 크게 불편함이 없어 보인다. 신체반응 등의 능력 또한 정상인보다 훨씬 뛰어나서, 격투를 벌이는데도 전혀 무리가 없다. 2015년 TV 시리즈로도 제작된다는 데어데블은 개봉 이후의 감독판(director's cut)에서는 좀 더 법정의 풍경과 사건의 진행을 다루면서 주인공의 직업이 변호사임을 다시 한 번 상기시켜 주는 장면들을 추가하고 있다.

2003년 개봉한 영화「데어데블」포스터
(출처 : 다음 영화[movie.daum.net])

극 중 잠깐의 파티 장면에서, 악당 두목 킹핀의 부하가 주인공 맷 머독의 동업자 변호사에게 '우리 회사에는 이미 고문변호사가 널려있으므로 너희들에게까지 차례가 돌아가지 않을 것'이라 이야기하는 장면이 잠깐 나온다. 배심원 앞에서의 멋진 증인신문이 진행되는 형사(刑事) 법정 장면을 보여주다가, 갑자기 회사(會社)의 고문변호사 이야기가 나와서 좀 덜 어울리기는 했다. 분쟁의 단계가 소송까지 이르지 않더라도 회사에서의 정책 결정에 도움을 주는 경우를 흔히 고문변호사라 부른다. 이에 상응하는 제도로, 상법은 준법지원인 제도를 두고 있다. 그간 고문(顧問)이라는 단어를 쓸 때 사람들이 가지는 이미지는 준법지원인의 역할과 여러 부분에서 부합한다.

상법 제542조의 13은 '준법통제기준 및 준법지원인'이라는 제목을 달고 있다. '준법지원인(遵法支援人)'이란 준법교육 및 훈련프로그램을 시행하고 준법통제기준 등의 준수여부를 점검하여, 이에 관한 사항을 이사회에 보고하는 직무를 수행하는 상법 제542조의 13에 따라 선임된 자이다. '준법통제'란 회사가 사업 운영상 준수해야 하는 제반법규를 체계적으로 파악하고 임직원의 법규준수 여부를 자체적으로 점검하여, 위법행위를 사전적으로 예방하고 각종 법적 위험에 체계적으로 대응하기 위하여 채택하는, 일체의 정책수립 및 통제활동 과

정을 말한다. '상장회사 표준 준법통제기준'이 2012. 4. 제정되었다. 2014. 1. 1.부터는, 최근 사업연도 말 현재의 자산총액이 5천억 원 이상인 상장회사는 준법통제기준(법령을 준수하고 회사경영을 적정하게 하도록 임직원이 그 직무를 수행할 때 따라야 할 준법통제에 관한 기준 및 절차)을 마련해야 하고 준법지원인을 두어야 한다.

선과 악이 혼재한 사회에서의 준법지원인 역할을 코믹스에서는 '슈퍼히어로'들이 맡고 있는 셈이다. 블록버스터라는 이름으로 극장가를 휩쓸고 있는 영화들. 그중에서 결핍을 가지고 있는 슈퍼히어로를 다룬 영화, 데어데블. 이 정도의 문무겸전(文武兼全)의 카리스마(charisma)가 있는 변호사라면 기꺼이 회사에서 적극 영입을 하여야 하는 것은 아닐까.

전문적인 지식과 풍부한 경험은 필요조건이지만 충분조건은 아니다. 지속해서 지식과 경험을 쌓아 숙련도를 높임과 아울러 한 가지 요소가 더 갖추어져야 고문(顧問)에 대한 신뢰가 진득하게 배어날 수 있다. 이른바 카리스마(charisma) 혹은 권위라 불리는, 상대방을 심복시키는 능력이나 자질이 필요하다. 즉, '존경할 만한 위세가 있어 점잖고 엄숙함. 또는 그런 태도나 기세'라는 뜻을 가진 단어인, '위엄(威嚴)'이 있어야 한다.

2003년 개봉한 영화「혹성탈출 : 진화의 시작」포스터
(출처 : 다음 영화[movie.daum.net])

거꾸로 생각해보면 된다. 위엄 없는 판사의 소송지휘, 위엄 없는 검사가 진행하는 수사절차, 위엄 없는 변호사의 법률자문. 엄숙하고 경건한 언행은 절로 존경과 신뢰를 부르게 마련이다. 관객을 압도하는 주연배우가 등장하는 영화라 한다면, 어떤 영화가 떠오르는가. 위엄 있는 주연배우의 행동거지와 대사는 관객들을 영화에 몰입시키고 일거수일투족을 주목하게 만든다.

영화 '유인원의 행성(Planet of the Apes)'. 이렇게 원제목을 직역해서 부르면, 언뜻 떠오르지 않는다. 국내에는 '혹성탈출'이라는 제목으로 알려졌다. 혹성탈출 시리즈는 60년대 말과 70년대 초반에 5편 정도가 제작되었다. 그리고 2001년 팀 버튼 감독이 리메이크 하였고, 이때까지는 유인원과 대립하는 인간이 주인공이었다. 2011년

과 2014년에 '혹성탈출 : 진화의 시작(Rise of the Planet of the Apes)', '혹성탈출 : 반격의 서막(Dawn of the Planet of the Apes)' 라는 이름의 새로운 시리즈가 순차 등장했다.

이 새로운 시리즈의 주인공 이름은 시저(Caesar)다. 앤디 서키스(Andy Serkis)라는 배우의 모션 캡쳐를 딴 유인원이 주인공이다. 앤디 서키스는 영화 '반지의 제왕'에서 골룸의 역할을 맡아서 모션 캡쳐 분야의 획을 긋는 배우가 되었다. 영화가 끝난 이후의 엔딩 크레딧에서도 앤디 서키스는 등장배우의 첫머리에 등장한다. 시저의 꽉 다문 입술, 완고해 보이는 눈매, 차분하지만 굵은 음색. 동료 유인원 무리를 통솔하는 '그'의 걸음걸이, 손짓에서도 힘이 느껴진다. 시저는 근래의 영화 중에서 가장 위엄 있는 캐릭터로 꼽혀도 손색이 없다. 아주 매력적이다.

발달하는 컴퓨터 그래픽은 어디가 실사인지 어디가 가상인지 구분을 어렵게 한다. 흥미진진하고 박진감 넘치는 장면을 모니터와 브라운관에서 재현해내는 일은 이제 감독의 상상력이나 창의력의 문제가 아니라, 엔지니어에 의한 컴퓨터 기술의 구현 능력에 좌우되게 되었다. 영화와 드라마의 구별기준을 단편으로 끝나느냐 여러 편이 연결되느냐로 따지자니, 근래에는 영화도 부제(副題)를 붙여서 여러 편으로 제작되기에 적절한 기준이 아니다. 콘텐츠를 소비하는 장소가 극장이냐 아니냐로 나누자니, 홈 시어터(home theater)가 등장한지 오래인데다가 최근에는 모바일 기기로 스토리 위주로 영화 콘텐츠를 이동 중에 소비하는 경우도 늘고 있다.

스튜디오를 벗어난 TV 드라마 시리즈의 제작방식이나 수년에 걸친 2, 3부작의 영화들의 개봉은, 드라마와 영화의 경계를 허물어 모호하게 만들고 있다. 어디 그뿐이랴. 현실 같은 영화, 영화 같은 현실. 영화는 현실을 벗어나 다른 누군가의 인생을 바라보게 만드는 장점이 있지만, 대화에 낄 수 있는 바라봐야 하는 '다른 누군가의 인생'이 너무 많아진다. 나의 소중한 휴식 시간을 할애하여 어느 영화를 보아야 할지 결정하기도 쉽지 않다. 영화 선택에도 고문(顧問)이 필요한 시대다 싶다.

기자의 취재원 공개거부권(비닉권)을 인정할 수 있을까?

– 미국 연방대법원 판례를 중심으로 –

글. **이부하**
영남대 법학전문대학원 교수

1. 들어가며

언론기관은 정보를 취재하여 국민의 알 권리를 충족시켜 주며, 여론을 형성하는 매개체로서 중추적 역할을 수행하고 있다. 그런데 중요한 정보를 주는 취재원(取材源)이 본인의 신분을 밝히기가 곤란하거나 기자에게 밝히지 말아 달라고 요청한 경우, 기자는 언론의 자유 보장하에서 그 정보의 획득을 위해 취재원의 익명을 요구하는 조건으로 그 정보를 받아 보도하기도 한다. 이러한 상황에서 정보를 받는 기자가 유출된 정보를 게재하여 보도하기로 한 경우, 그 기자는 기소당해야 하는지가 문제 된다. 이는 익명을 요구하는 취재원이 기밀정보를 제공한 경우 기자는 취재원의 신원을 법정에서 밝혀야 하는지의 문제와도 관련된다. 이른바 기자의 '취재원 비닉권'[1]이라는 문제이다. 이와 같이 기자가 취재원 공개를 거부할 권리가 없다면, 보도된 기밀정보가 정확하고 높은 공적 가치를 지닌다고 할지라도, 그 취재원은 불법행위로 기소당할 수 있다.

이하에서는 기자의 취재원 공개거부권과 관련된 미국 연방대법원의 판례를 자세히 살펴보고, 우리의 법이론과 법제도에서 기자의 취재원 공개거부권(비닉권)이 인정되는지를 연구해 본다. 이 문제는 언론의 자유라는 헌법적 이익과 사법절차에서 진실발견이라는 공익 간의 상충 문제로서, 윤곽을 그리는 단계로서 이러한 상충 문제에 대한 합리적 해결을 위한 조언을 하고자 한다.

1) 취재원 비닉권에 관해 기존에 발행된 논문으로는 지성우, "언론기관의 취재원보호권에 관한 연구", 성균관법학 제15권 제2호, 2003, 1면 이하; 이희훈, "취재원 비닉권과 취재원 보호입법에 대한 연구", 법학연구 제18권 제4호, 2008, 259면 이하; 박종보, "언론의 자유와 명예훼손 고소사건 수사", 언론과 법 제8권 제1호, 2009, 243면 이하; 이부하, 미국헌법에서 국가기밀 대(對) 기자의 취재특권, 미국헌법연구 제24권 제3호, 2013. 12, 179면 이하.

2. 미국 연방대법원 판례에서 취재원 공개 거부권

(1) 미국 연방대법원 판례의 상황

미국 연방대법원은 2014년 6월 2일 기밀누설 혐의를 받는 전직 중앙정보부 직원에 대한 증언을 거부하겠다는 뉴욕타임스 기자의 신청을 각하했다. 뉴욕타임스 제임스 라이즌(James Risen) 기자의 신청은 전 CIA 직원 제프리 스털링(Jeffrey Alexander Sterling)이 2003년부터 외국 무기체계와 관련된 CIA 기밀문서 등을 기자에게 제공한 혐의로 재판을 받는 과정에서 이루어졌다.[2)]

한편 미국 연방대법원은 2014년 5월 27일 기자에 취재원 공개거부권을 인정하는 판결을 내리기도 했다. 폭스 뉴스 재나 윈터(Jana Winter) 기자는 콜로라도주 오로라 극장에서 제임스 홈스(James Holmes)라는 청년이 총을 난사해 12명을 살해한 사건의 취재 중 경찰이 압수한 홈스의 공책에 범행계획이 적혀 있다는 사실을 특종 보도하였다. 이에 홈스의 변호인은 윈터 기자에게 수사자료를 흘린 수사관을 밝히라는 소송을 제기했지만, 미국 연방대법원은 윈터에게 취재원 공개거부권을 인정한 연방 항소법원 판결을 유효하다고 판결하였다.[3)]

기자가 취재원 공개를 거부할 권리를 가진다는 점은 저널리즘 원칙으로서는 확립되어 있지만, 실제 이를 법에서 보호하는지는 국가마다 사정이 다른 상황이다. 미국의 경우 형사사법권의 수행에 지장을 주기 때문에 취재원의 비밀보장은 인정되지 않는다고 보는 것이 일반적인 입장이다. 이에 반해 독일의 경우에는 1975년 형사소송법을 대폭 개정하면서 언론자유의 제도로서 언론기관의 증언거부권을 인정하고 있다.

취재원 공개를 거부한 재나 윈터 기자(출처 : The Guardian, 「Fox News reporter will fight to protect sources in James Holmes case」, 2013년 11월 11일자)

(2) 기자의 취재원 비닉권과 관련한 고려사항

기자는 기밀정보를 취득하여 기사로 보도할 수 있는지 법적 소송절차에서 정보원의 증언이

2) http://www.ytn.co.kr/_ln/0104_201406030128428676 (검색일 : 2014년 8월 14일)
3) http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2014/05/28/0200000000AKR20140528005700075.HTML (검색일 : 2014년 8월 18일)

필수적인 경우에 기자는 정보원을 공개하지 않아도 되는지가 논란이 된다. 언론기관이나 기자의 입장에서는 소송절차 동안 익명의 정보원의 신원이 밝혀지지 않도록 정보원의 신원을 비밀로 해야 할 기자의 특권[4]은 필수적이라 한다. 왜냐하면, 이러한 정보원 은닉이라는 기자 특권은 정부행위에 대한 국민의 알 권리를 증진시키는 '정보의 자유로운 흐름'[5]을 장려하기 때문이다.[6] 포터 스튜어트(Potter Stewart) 대법관은 뉴스 수집에 있어서 정보원의 비밀을 지켜주는 정보원 비닉권을 옹호하는 입장을 표명했다.[7] 기자가 정보원에게 정확한 정보 제공을 한 반대급부로 정보원의 신원을 누설하지 않기로 약속한 후에, 정보원의 신원을 폭로하는 것은 기자의 윤리 위반[8]이자 약속에 대한 금반언(禁反言: estoppel) 원칙 위반 책임을 부담한다.[9]

그러나 기자 등 언론매체 측의 이익이 반드시 공익과 일치한다고는 말할 수 없다. Branzburg v. Hayes 사건에서 미국 연방대법원은 이러한 기자의 취재원 비닉권은 정보의 자유로운 흐름을 장려하고, 그러한 이유에서 헌법상 보호가 필수적이라는 생각을 부정하는 선례를 만들었다.[10] 그리고 미국 연방대법원은 기자의 취재원 비닉권 주장은 기자의 직업적 자기 이익에서 기인한 것이라고 판시하였다.[11] 기자는 대형 기사를 보도함으로써 기자 자신의 이익을 취득하게 된다. 기자는 비밀 정보원을 보유함에 의해 능력이 생겼다고 판단하고, 공적 담론에 제공되는 정보 가치를 과대평가할 수도 있다.

만일 내부고발자가 익명으로 불법적인 정보나 비윤리적인 정보를 폭로했는데, 정보원 비닉 내지 은닉 유지의 보장 후 기자가 그 정보가 민주적 담론에 필수적인 것이라고 생각하여 공개한다면, 이러한 공적 담론을 위해 제공되는 뉴스 기사의 효용은 법원의 정보원 공개의 필요성보다 더 큰 가치가 있다.[12] 정보원의 정보 가치는 성문화된 사전(事前)적 법규율로 판단되는 것이 아니라, 정확한 사실 확인의 문제이다.

정보원의 정보가 공적 담론에 유용할 것 같지 않으나, 기자가 해결할 수 없는 '누설의 게임'에 해당될 경우 무조건적으로 정보원 신

4) Branzburg v. Hayes, 408 U.S. 665, 679–80, 82–83 (1972).
5) H.R. 3323, 109th Cong. (2005).
6) Anthony L. Fargo, The Year of Leaking Dangerously: Shadowy Sources, Jailed Journalists, and the Uncertain Future of the Federal Journalist's Privilege, 14 Wm. & Mary Bill Rts. J. 1063, 1073 (2006).
7) Branzburg v. Hayes, 408 U.S. at 728 (스튜어트 대법관의 반대의견).
8) Robert Zelnick, Essay on Source Confidentiality: Journalists and Confidential Sources, 19 Notre Dame J.L. Ethics & Pub. Pol'y 541, 547 (2005).
9) Cohen v. Cowles Media Co., 501 U.S. 663, 663 (1991).
10) Branzburg v. Hayes, 408 U.S. at 698–99.
11) Branzburg v. Hayes, 408 U.S. at 694.
12) William E. Lee, Deep Background: Journalists, Sources, and the Perils of Leaking, 57 Am. U.L. Rev. 1453, 1461 (2008).

원의 비닉을 보장하는 것은 비합리적인 일이다. 만약 기자가 승인된 정보 누설과 비승인된 정보 누설간의 불균형적인 정보의 불일치를 적절히 구별하고 판단하며 체계화할 수 없다면, 수백만 미국인에게 인지적으로 영향을 줄 수 있고 영구적으로 기억되는 잘못된 기사를 보도할 위험은 기자의 취재원 공개거부권을 인정할 수 없는 이유이다. 특히 익명의 정보원이 기밀정보를 제공하려고 할 경우, 지방 언론매체가 양심적이고 객관적으로 제공 정보의 진실 여부 및 기사 남용의 방지를 위해 노력한다 할지라도, 지방 언론매체가 자기 기자들의 부정행위에 대해 통제를 할 능력이 있는지가 의심스럽다.[13]

(3) 기자의 취재원 비닉권 인정 여부

기자의 취재원 비닉권의 유용성을 제대로 평가하기 위해서는 법조문에 정보원 비닉을 보호하기 위한 해석이 가능한지를 판단할 자료가 필요하다. 즉, 국가기밀 사건과 관련된 역사적 판례를 고증할 필요가 있다. 왜냐하면, 그러한 역사적 판례는 국가기밀 사건에 영향을 미치는 선례를 형성하고 있으며, 원칙적으로 그 선례가 이후의 판례에 영향을 주었기 때문이다.

첫 번째 정보원 비닉권 상황은 19세기에 발생하였다. 그 당시 222명의 기자, 뉴스 작가, 편집자 등이 정보원의 신원을 밝히거나 다른 정보를 공개하기 위해 연방의회 위원회에 질의하였다.[14] 일반적으로 이러한 경우는 정보 유출로 인해 종종 정부의 부패나 불법행위에 대해 기자들이 인지하게 되는 경우이다. 수사과정에서 그 기소를 위한 입증과정에서 기자는 종종 익명의 정보원을 공개하지 않음으로 인해 형사상 기소를 당할 수 있었다.[15] 기자가 익명의 정보원을 보호함으로써 당하는 가장 큰 문제는 대배심 절차, 민사소송, 형사소송에서 발생하였다.[16]

매리 토레(Marie Torre)는 1958년 민사소송에서 정보원 비닉권이 인정된 첫 번째 기자가 되었다.[17] 이 사건에서 연방 대법관에 임명되기 전인 스튜어트 판사는 정보원 비닉권 보호는 정보의 자유로운 흐름을 조성하는 데 중요한 것이라고 언급하였다. 그럼에도 불구하고 스튜어트 판사는 토레에게 그 정보원의 신원을 밝히도록 명령하였다. 왜냐하면 그 정

13) Marianne M. Jennings, Where Are Our Minds and What Are We Thinking? Virtue Ethics for a "Perfidious" Media, 19 Notre Dame J.L. Ethics & Pub. Pol'y 63, 648–60 (2005).
14) Richard B. Kielbowicz, The Role of News Leaks in Governance and the Law of Journalists' Confidentiality, 1795–2005, 43 San Diego L. Rev. 425, 435, 441.
15) Id. at 437–40.
16) C. Thomas Dienes, Lee Levine & Robert C. Lind, Newsgathering and the Law 1067–90 (3d ed. 2005).
17) Anthony L. Fargo, The Year of Leaking Dangerously: Shadowy Sources, Jailed Journalists, and the Uncertain Future of the Federal Journalist's Privilege, 14 Wm. & Mary Bill Rts. J. 1063, 1072–73 (2006).

보원의 신원은 주디 가랜드(Judy Garland)의 명예훼손 소송 판단에 필수적이었기 때문이다.[18] 이 사건으로 인하여 취재원 비닉권 인정은 갑작스러운 상승세를 탔다. 기자들이 베트남 전쟁에 저항했던 지도자들 또는 시민권과 사회 정의를 지지했던 단체 지도자들의 익명을 약속했기 때문이다.[19]

Branzburg v. Hayes 사건에서 폴 브란츠버그(Paul Branzburg)는 루이스빌, 켄터키에서 발행되는 일간신문 커리어 저널(Courier-Journal)에 공간된 마약 행위와 관련된 기사에 정보를 제공한 익명의 정보원에 관한 증언을 거부하였다.[20]

취재원에 관한 증언을 거부한 Paul Branzburg(출처 : UMKC Lawschool 홈페이지[law.umkc.edu])

미국 연방대법원은 5 대(對) 4의 결정으로 기자는 익명의 정보원의 신원에 관한 질문을 포함하여 대배심 질문들에 대해 대답을 거절할 수정헌법 제1조 상의 권리를 가지고 있지 않다고 판시하였다.[21] 연방대법원은 사법절차에서 이익, 필요, 본질적 권리 등의 중요성은 "불명확한 뉴스 취재의 부담보다 우월하며 충분한 실질성을 지녔다."[22]고 설시하였다. 일반 시민과 동일하게 기자는 유효한 대배심 조사나 형사소송의 절차에서 법원이 기자에게 한 질문에 답해야만 한다. 연방대법원은 비공개 되고 미입증된 정보원으로부터 범죄 관련 정보뉴스를 통해 얻은 공익은 정보원에 의해 제공되어 언론에 보도된 범죄자들을 수사하고 기소할 공익 및 장래의 그러한 범행을 예방할 공익보다 우선해야 한다는 주장을 기각하였다.[23] 브란츠버그 사건 판결이 지배하는 사법부 하에서 법원이 대배심 절차에서 기자에게 정보원의 신원을 밝히도록 명령한다면, 그 기자에게 익명을 요구했던 정보원은 공개될 수밖에 없다.[24]

1970년대 중반에 기자들은 정보원의 익명을 보호하기 위한 취재원 비닉권은 수정헌법 제1조 상의 표현의 자유로부터 직접 도출되는 권리라고 주장하였고, 법원에의 접근권을 주장하며 명예훼손 소송에서 방어 논리를 구

18) Garland v. Torre, 259 F.2d 545, 548, 551 (2d Cir. 1958).
19) Michael Schudson, Discovering the News: A Social History of American Newspapers 160–94 (1978); Vince Blasi, The Newsman's Privilege: An Empirical Study, 70 Mich. L. Rev. 229, 229 n.2, 274–75 (1971).
20) Branzburg v. Hayes, 408 U.S. 665, 668–70 (1972).
21) Branzburg v. Hayes, 408 U.S. 665, 667 (1972).
22) Branzburg v. Hayes, 408 U.S. 665, 690–91 (1972).
23) Branzburg v. Hayes, 408 U.S. 665, 695 (1972).
24) C. Thomas Dienes, Lee Levine & Robert C. Lind, Newsgathering and the Law 1066–69 (3d ed. 2005).

성하였다.[25] 이러한 논증의 중심에는 자연히 연방헌법상 언론의 자유 조항의 해석에 달려 있었고, 그 논의의 초점은 헌법기초자들이 일반 국민에게 보장하려고 한 것 이상 기자에게 특별한 수정헌법 제1조 상의 보장을 하려고 의도했는지에 집중되었다.[26] 한편에서는 연방헌법 제1조 상의 언론과 표현의 자유 조항 적용에서는 주체 간에 어떠한 구별이 있어서는 안 된다는 입장이 있다.[27] 다른 한편에서는 민주적 여론의 촉매자로서의 언론매체 및 기자에게 언론의 자유에서 상향된 보호가 필요하다는 입장도 있다.[28]

연방대법원은 익명의 정보원의 중요성과 관련한 언급에서 연방헌법상 표현의 자유 조항과 더불어 연방헌법상 언론의 자유 조항을 인용했다.[29] 또한, 스튜어트 대법관은 '제도로써의 언론권'의 인정을 주장했다.[30] 그럼에도 불구하고 연방대법원의 다수의 견은 "연방대법원은 결코 명시적으로 연방헌법상 언론의 자유 보장 조항이 표현의 자유 침해 금지를 위해 모든 개개인에게 부여되는 권리와 다른 특별한 내용을 담고 있다고 인정할 수 없다."[31]고 판시하였다. 소송절차의 완전성 보호와 수정헌법상 언론의 자유 보장 조항에서 기자에게 특별한 대우를 하도록 규정하지 않은 점과 더불어, 연방헌법으로부터 직접적으로 기자의 정보원 비닉권을 인정함에 서는 법적 및 논리적 장애들이 존재한다는 것이다. 언론제도로부터 권리인 시민권이 도출되지 않고, 기자는 취재원 비닉권의 특권을 개인적인 기본권으로서 주장할 수 있는 것이 아니라, 자유로

'제도로써의 언론권'의 인정을 주장한 故 Potter Stewart 대법관(오른쪽)(출처 : The Washington Post, 「Retired High Court Justice Potter Stewart Dies at 70」, 1985년 12월 8일자)

25) David A. Anderson, The Origins of the Press Clause, 30 UCLA L. Rev. 455, 456 (1983).
26) Leonard W. Levy, Emergence of a Free Press 266–74 (1985).
27) William W. Van Alstyne, The Hazards to the Press of the Press of Claiming a "Preferred Position", 28 Hastings L.J. 761, 769 (1977); David Lange, The Speech and Press Clauses, 23 UCLA L. Rev. 77, 96 (1975).
28) Melville B. Nimmer, Introduction – Is Freedom of the Press a Redundancy: What Does it Add to Freedom of Speech?, 26 Hastings L.J. 639, 655–57 (1975).
29) David A. Anderson, The Origins of the Press Clause, 30 UCLA L. Rev. 455, 457 (1983).
30) Branzburg v. Hayes, 408 U.S. 665, 726–28 (1972).
31) C. Edwin Baker, Reclaiming the First Amendment: Constitutional Theories of Media Reform: The Independent Significance of the Press Clause Under Existing Law, 35 Hofstra L. Rev. 955, 956 (2007).

운 언론제도를 최선으로 보호하는 수단으로서만 행사할 수 있을 뿐이다.[32]

또한, 기자의 취재원 비닉권 인정은 독특하고 드문 경우라 할 수 있다. 의사와 환자, 변호사와 소송의뢰인, 남편과 아내, 신부와 고해성사자 간의 관계에서 비밀보호권은 양자가 동등한 지위에서 상대편의 비밀정보를 보호하기 위해서 부여된 것이다. 그러나 기자와 기밀 정보원 간의 비밀준수권은 실질적 내용을 국민에게 전파하기 위해 익명의 정보원을 보호하기 위한 목적에서 부여된 것으로서 그 차이점이 있다.

(4) 기자의 제한된 취재원 비닉권

브란츠버그 사건 판결에서 연방대법원은 법원이 기자에게 정보원의 공개를 요구하면, 기자는 정보원의 신원 공개를 거부할 헌법상의 권리가 없다고 판시하였다.[33] 기자는 특별한 헌법적 보호에 기초하여 정보원의 공개를 거부할 절대적 특권을 지니고 있지 않다.[34] 그러나 특정한 사건에서 기자가 익명의 정보원에 의해 제공된 정보를 사용할지를 기자 스스로 합리적으로 판단해야 할 경우, 그러한 기자의 위험을 어느 정도 감소시키기 위한 사법절차상 조치 및 입법적 · 절차적 방어수단이 가능할 수 있다. 기자의 제한된 취재원 비닉권[35]과 관련하여, 정보원의 공개가 소송절차에 필수적인지를 확인하기 위해서 필수적인 이익형량을 위한 심사기준이 필요하다. 법원의 진실규명 필요성과 소송사건에서 문제 되고 있는 익명의 정보원 신원 확인의 중요성과 그 정보가 익명의 정보원으로부터 취득됨으로 인해 언론의 자유가 활성화됨으로써 인정되는 기자의 취재원 비닉권 사이에 형량이 필요하다.[36] 국가가 소송의 한 당사자일 경우, 검사는 익명의 정보원 신원이 필요한지와 관련하여 재량을 지닌다.

기자들은 기자라는 직업상 익명의 정보원으로부터 정보를 수집하기 위해 강화된 보호를 해주어야 한다고 주장한다. 기자들은 언론제도의 구조가 매일의 뉴스 보도를 좌우한다고 믿는다. 즉, 기자에게 정보수령의 과정에서 절대적 보호가 없고, 정보원의 익명을 보장하지 않으며, 정보원의 실명을 담고 있는 기사를 공개하도록 강제한다면, 매일의 보도에 있어서 기자의 합리적인 결정은 동요된다

32) Randall D. Eliason, Leakers, Bloggers, and Fourth Estate Inmates: The Misguided Pursuit of a Reporter's Privilege, 24 Cardozo Arts & Ent. L.J. 385, 444 (2006).
33) Branzburg v. Hayes, 408 U.S. 665, 667–95 (1972).
34) Branzburg v. Hayes, 408 U.S. 665, 680, 698–99 (1972).
35) Paul Brewer, The Fourth Estate and the Quest for a Double Edged Shield: Why a Federal Reporter's Shield Law Would Violate the First Amendment, 36 U. Mem. L. Rev. 1073, 1089 (2006).
36) Robert Zelnick, Essay on Source Confidentiality: Journalists and Confidential Sources, 19 Notre Dame J.L. Ethics & Pub. Pol'y 541, 549 (2005).

고 주장한다. 강화되고 절대적인 기자의 취재권을 보장한다면, 사건의 불확실성 및 보도의 부정적인 영향은 감소될 수 있는가? 그리고 기자에게 제어할 수 없는 기밀정보를 다룸에서 법적 의무를 면제시켜 준다면, 기자에게 접근하려는 익명 정보원의 정보에 대한 진실성을 담보할 수 있을 것인가? 절대적인 기자의 취재권을 보장하지 않는다고 하여도 추가적인 위험을 유발하지도 않고, 보도에 악영향을 끼치지도 않으며, 익명의 정보원 정보 제공의 양도 감퇴되지 않을 것이다.[37] 오히려 절대적인 기자의 취재권을 보장하지 않음으로써 양심적인 뉴스 제작 관행이 증진될 수 있다.

3. 우리나라에서 취재원 증언거부권 인정 여부

기자의 취재원 증언거부권과 관련하여, 헌법상 신문기자 등 취재의 자유에는 취재원 비닉권도 포함된다고 보아야 하므로,[38] 취재원을 밝히지 아니할 권리는 신문의 진실보도 · 사실보도 및 공정보도를 위한 불가결한 전제조건이기 때문에 기자의 증언거부권을 보장할 필요가 있다는 견해가 있다.[39]

우리나라 민사소송법 제315조에는 '증언거부권'을 규정하고 있다. 그런데 민사소송법 제315조 제1항 제2호에 규정된 '직업의 비밀'에 기자의 취재원 비닉권이 포함되어 있는지와 관련하여 견해의 대립이 있다. 첫째, 기자의 취재원은 언론의 자유와 직결되는 문제이므로, 원칙적으로 기자는 증언 거부할 수 있다는 견해(다수설),[40] 둘째, 기자의 취재원 비닉권을 무조건적으로 인정할 경우 부정한 보도가 되는 등 부작용이 발생하므로, 예외적으로 취재의 공표가 그 뒤의 공표에 지장을 주거나 불공표가 사회적으로 보아 직업상의 의무라고 보여지는 경우에 한하여 증언거부할 수 있다는 견해,[41] 셋째, 기자의 취재원 비닉권은 언론의 자유와 관련하여 매우 중요하지만, 우리나라 언론에서 오보, 추측성 기사, 미확인 기사, 개인의 인격권을 침해하는 기사, 모략성 기사까지 난무하는 현실에서 취재원을 무조건 보호하는 것은 타당하지 않으며, 언론이 가지는 사회적 파급효과를 고려할 때 이러한 현실이 개선될 때까지는 사건의 구체적 내용을 참작하여 선별적으로 보호해야 한다는 견해[42] 등이 있다.

우리나라 형사소송법 제149조와 관련하

37) Branzburg v. Hayes, 408 U.S. 665, 681–82 (1972).
38) BVerfGE 36, 195.
39) 허 영, 한국헌법론, 박영사, 2011, 573–574면.
40) 이시윤, 「신민사소송법」, 박영사, 2009, 435면; 김홍엽, 「민사소송법」, 박영사, 2012, 576면; 송상현 · 박익환, 「민사소송법」, 박영사, 2013, 560면.
41) 김용진, 「민사소송법」, 신영사, 2008, 341면.
42) 호문혁, 「민사소송법」, 법문사, 2009, 519면.

여, 기자의 증언거부권 인정 여부가 논란이 되고 있다. 일정한 업무에 종사하거나 종사했던 자가 업무상 위탁받은 관계로 알게 된 사실로서 타인의 비밀에 관한 것은 증언을 거부할 수 있다(형사소송법 제149조 본문). 이 조항은 직업상 비밀보호가 불가피한 사람들로서 타인의 비밀에 관한 업무에 종사하는 자와 그 상대방인 위탁자를 보호하기 위한 규정이다. 업무상 비밀과 관련하여 증언거부권을 가지는 자는 변호사, 변리사, 공증인, 공인회계사, 세무사, 대서업자, 의사, 한의사, 치과의사, 약사, 약종상, 조산사, 간호사, 종교의 직에 있는 자 또는 이러한 직에 있었던 자이다. 현행법상 명문규정은 없으나 이러한 직업에 종사하는 자를 직무상 보조하는 자도 그 활동이 비밀보호와 직접 관련되는 경우에는 마찬가지로 증언거부권을 가진다(독일형사소송법 제53조의 a참조). 형사소송법 제149조는 일정한 업무에 종사하는 자의 비밀을 보호함으로 업무뿐만 아니라, 상대방인 위탁자를 보호하는 데 그 취지가 있다. 일정한 업무에 종사하는 자들의 증언거부권은 이와 같은 개인의 프라이버시권과 직업윤리를 보호하기 위한 것이라 할 수 있다.

신문기자 · 방송기자가 취재원과 관련하여 증언거부권이 인정되느냐 여부에 관하여 취재원에 관한 증언거부권을 부정하는 것은 언론의 자유 보장이라는 측면에서 불합리하므로 신문기자 · 방송기자 등의 취재원에 관한 증언거부권은 형사소송법 제149조를 유추적용해야 한다고 보는 적극설이 있다.[43] 그러나 통설은 형사소송법 제149조는 예외사항으로서 증언거부권자로 규정된 업종은 제한적으로 열거한 것으로 보고 보도기관 취재원의 비밀을 포함하지 않는다는 소극설의 입장이다.[44]

4. 나가며

기자의 취재원 비닉권과 관련하여, 미국 연방대법원은 브란츠버그 사건 판결에서 수정헌법 제1조 상의 언론의 자유에서 일반인과 다른 특별한 권리로서 기자에게 취재원 비닉권을 인정할 수 없다고 판시하였다. 기자의 취재원 비닉권에 관하여, 미국 대다수의 주는 정보공개명령으로부터 언론매체를 보호하기 위해 취재보호법(Shield law)을 제정하거나 주의 대법원의 판례에 의해 또는 주 헌법으로 규정함으로써 취재원을 보호하고 있다.

기자의 취재원 공개거부권(비닉권)을 인정할 수 있는지를 우리 법현실에 적용해 보

43) 차용석 · 최용성, 형사소송법, 21세기사, 2013, 860면; 백형구, 형사소송법, 법원사, 2012, 702면.
44) 이재상, 형사소송법, 박영사, 2012, 454면; 신동운, 신형사소송법, 법문사, 2014, 642면; 손동권 · 신이철, 새로운 형사소송법, 세창출판사, 2014, 485면; 배종대 · 이상돈 · 정승환 · 이규원, 신형사소송법, 홍문사, 2013, 473면; 정웅석 · 백승민, 형사소송법, 대명출판사, 2014, 509면.

면, 우리 헌법 제21조에는 일반 국민과 기자 간의 언론 · 출판의 자유에 대한 차이를 두고 있지 않다. 또한, 취재원 공개거부권(비닉권)이 우리 헌법 제21조에서 바로 도출된다고 보기 어렵다. 기자의 취재원 비닉권을 헌법상 기본권으로 인정할 수 있는지는 더 깊은 논의가 필요하지만, 헌법 조문에서 직접적인 명문 규정을 찾기는 어렵다. 더욱이 취재원 비닉권이 헌법상 기본권이든 법률상 권리이든 취재원 비닉권에 의거하여 형사상의 책임이나 처벌을 면하기 위한 도구로 사용할 수 있을지 의문이다. 구체적인 소송에서는 기자의 취재원 비닉권 행사와 사법상 추구하는 진실 발견의 공익 간의 이익형량의 절차를 통해 그 인정 여부가 판단되어야지 취재원 비닉권을 법률에 규정함으로써 경직된 권리로 인정하는 것은 바람직하지 못하다.

기사형 광고의 실태와 문제점, 그리고 향후 전망

글. **김봉현**
동국대학교 광고홍보학과 교수

지난 2012년 8월에 인터넷 신문 '프레시안'이 기업의 보도 자료를 광고로 게재하던 소위 '광고형 기사'인 기사형 광고를 더 이상 집행하지 않겠다고 선언한 바 있다. 이와 함께, 2012년 10월엔 서울중앙지방법원에서 기사형 광고를 게재한 언론사의 손해배상책임을 인정한 판결이 선고된 바 있었다. "이른바 '기사형 광고'를 작성자로부터 전달받아 그대로 게재함에 있어서는 그것이 광고임을 명백히 표시하여 독자로 하여금 신중하게 거래에 임하도록 배려할 의무가 있고 이를 위반하여 독자들에게 재산상의 피해를 입힌 경우에는 '보도기사'를 게재한 언론기관과 동일한 책임을 부담케 함이 상당하다"라고 판시한 것이다. 이와 같이 갈수록 빈번해지는 기사형 광고로 인한 피해가 현실화되면서 기사형식의 포맷을 모방한 광고에 대한 우려가 커지고 있다.

특히, 방송, 통신, 인터넷, 모바일 등 다양한 매체의 특성들이 융합된 하이브리드(hybrid)적 매체 환경이 도래하면서 뉴스, 드라마, 토크쇼 등과 같은 TV 프로그램이나 신문, 잡지의 에디토리얼 등의 형태를 모방한 광고가 TV나 인쇄매체는 물론, 심지어 디지털 미디어에까지 더욱 빈번히 등장하고 있다. 이에 따라, 프로그램이나 에디토리얼과 같은 광고, 광고 같은 프로그램이나 에디토리얼이 빈번히 등장하면서 상업적 콘텐츠와 비상업적 콘텐츠 간의 경계선이 혼재되고 두 영역 간의 구분이 갈수록 모호해지면서 소비자가 소위 '기사'와 '광고'를 구분하는 데 커다란 어려움을 겪고 있다.

기사형 광고의 본질과 야기되는 문제점

기사형 광고의 등장은 어제오늘의 일이 아니다. 에디토리얼의 포맷을 모방한 기사형 광고 형태는 장기적인 경기불황과 맞물려 보다 활성화되었다. 더욱이 계속되는 경기불황 속에서 광고하고자 하는 기업들 사이에 전통적인 대중매체의 광고효과에 대한 의문과 함께, 최근에 다양한 디지털 매체 간의 치열한 경쟁으

로 인한 매체사의 재정적 압박이 기사형 광고를 적극적으로 유치하겠다는 영업 의지로 이어진 것으로 보인다. 광고를 하고자 하는 기업들에게 보장된 광고효과는 매우 중요한 문제가 되었으며, 에디토리얼 콘텐츠를 의도적으로 브랜드와 혼재시키는 관행은 소비자에게 도달하는 보편적인 방법이 되고 있는 것이다.

사실, 전통적으로 광고가 에디토리얼에 비해 소비자들로부터 낮은 신뢰도를 보여 왔다는 사실을 상기해 볼 때, 이 같은 기사형 광고의 빈번한 등장은 기존의 전통적인 광고 형태에 비해 높은 신뢰성을 유발할 뿐만 아니라, 유익하고 풍부한 양질의 정보를 제공함으로써 소비자들로 하여금 밀집된 광고 환경으로부터 주목을 이끌어 낼 수 있을 것이라는 기대하에서 출발하였다. 결국, 기사형 광고에 대한 이와 같은 긍정적 관점은 광고가 형태 및 문장의 흐름에서 에디토리얼과 매우 유사하게 제시됨으로써 퍼블리시티(publicity)가 가지는 신뢰성으로 메시지의 설득 효과를 높여 줄 것이라는 가정에 기인하였으며, 이러한 이유로 미국의 연방통신위원회인 FCC(Federal Communications Commission)가 기사형 광고를 허용하기에 이른 것이다. 특히 디지털 매체 환경에서 광고가 시간의 제약에 구애받지 않으면서, 시청자 혹은 소비자와의 상호작용성에 기반을 둔 활발한 정보교환 방식에 의존하고 있다는 점을 상기해 볼 때, 광고를 단순히 상품을 팔기 위한 설득 수단으로서 인식하는 시각에서 벗어나 그야말로 '광고'는 곧 '정보'라는 시각이 소비자에게 긍정적으로 작용할 것으로 예상하고 있기 때문이다.

하지만 기사형 광고는 매체산업의 활성화와 소비자에게 유익한 양질의 정보제공이라는 매우 긍정적인 장점에도 불구하고, 광고를 기사의 일부분으로 착각하게 함으로써, 오히려 소비자에게 혼동을 가중시키는 결과를 초래한다는 비판이 제기되어 왔다. 결과적으로 이러한 혼동은 윤리적 측면에서의 문제를 야기할 뿐만 아니라, 이로 인해 광고효과에서 역효과 및 소비자 피해를 야기할 수 있다는 것이었다. 특히, 기사형 광고의 가장 우려되는 부분은 광고와 뉴스의 경계가 무너진다는 것이며, 저널리즘의 상업적 영역과 비상업적 영역의 구분이 붕괴됨으로써 신문매체사의 권위와 신뢰성 저하와 같은 심각한 문제들이 초래될 수 있다는 것이다. 더욱이 인터넷 신문의 경우 기사형 광고는 매우 다양한 방식으로 게재되고 있고 인터넷의 기술적 특성을 최대한 활용하는 편집상의 특성으로 인해 한 페이지에 노출되는 광고의 양도 매우 많으며, 마치 기사인 양 착각하도록 해 이용자로 하여금 클릭을 유도하는 기만적 편집방식이 온라인 혹은 인터넷 신문에 광범위하게 이용되고 있어 소비자로부터 불만이 야기되고 있다.

이에 따라 지난 2011년에 한국인터넷신문협회와 한국온라인신문협회가 '인터넷신문광

고 자율규제 가이드라인'을 제정하고 적극적으로 활동하고 있지만, 윤리강령 등에 '기사와 광고를 명확하게 구분할 수 있는 방식으로 편집한다'고 적시하고 있을 뿐 기사와 광고를 쉽게 구분할 수 있도록 하는 구체적인 편집이나 제작방식에 관한 가이드라인이 존재하지 않아 그 적용에 따른 실효성에 한계를 지니고 있다.

결국, 기사형 광고에 대한 빈번한 등장은

2011년 인터넷신문광고 자율규제 가이드라인 선포식 (출처 : 데일리안, 「〈포토〉인터넷신문 광고 자율규제 가이드라인 선포!」, 2011년 12월 13일자)

광고주나 소비자, 매체사 모두에게 잠재적 문제를 야기해 인쇄신문은 물론, 온라인 신문산업의 진흥에 저해 요인이 될 수도 있다는 우려들도 꾸준히 제기되고 있다. 실제로, 기사형 광고에 관한 이전의 학술적 연구결과들을 보면, 인쇄신문과 온라인 신문들이 기사의 편집체제 및 표현방식을 기사형 광고에 적극적으로 적용함으로써 독자나 소비자로 하여금 기사로 오인케 하는 관행들이 광범위하게 행해지고 있음을 보여준 바 있다. 예를 들어, 광고임을 알리는 표식을 명확히 하지 않는다든지, 설사 표식이 있더라도 '스폰서 섹션', '정보', '(핫)이슈', '기획', '뉴스', 'Advertorial' 등과 같이 신문기사를 연상케 하는 단어를 사용한다든지, 바이라인(byline)을 사용하거나 혹은 기사형 광고의 글자크기와 글자체를 이웃하는 기사와 매우 유사하게 편집한다든지, 이웃하는 기사와 거의 유사한 내용의 기사형 광고를 배치하는 방식으로 소비자가 광고를 기사로 잘못 인지하게 하게끔 하는 시도들이 광범위하게 이루어지고 있어 소비자의 혼동을 가중시키는 것으로 나타났다.

결국, 기사형 광고와 관련한 신문매체사들의 광범위한 관행으로 인한 소비자의 혼란을 최소화시키기 위해 기사와 광고의 분리규정을 마련하고 구체적인 시행세칙을 포함한 업계 가이드라인의 개정이 필요할 것으로 보인다.

ASME 가이드라인이 우리에게 주는 시사점

이에 반해, 미국의 경우 신문이나 잡지의 에디토리얼과 쉽게 구분이 될 수 있도록 1989년 미국의 잡지편집인협회(American Society of Magazine Editors)에서 기사형 광고의 광고표식(label), 글자크기(typesize), 글자체(typefont), 글자모양(typeface) 등과 같

은 제작상의 단서와 관련한 구체적인 가이드라인을 제시하고 있으며, 인터넷 매체의 등장과 함께 디지털 매체에서의 기사형 광고에 대한 구체적인 가이드라인도 지속적으로 수정 · 보완해 온라인상에 제공함으로써 실무자들로 하여금 기사형 광고를 제작 및 집행하는 데 실질적인 도움을 주고 있다.

예를 들어, ASME 가이드라인은 에디토리얼 스태프와 기사형 광고 스태프 간에 일정한 거리를 유지하기 위해 지켜야 할 몇 가지 관행을 포함하고 있다. 가이드라인이 가지는 가장 기본적인 핵심은 기사형 광고가 스폰서에 의해 지불된 메시지로서 명백하고 두드러지게 명시되어야 한다는 것이다. 그러기 위해서 구체적으로 광고임을 알리는 표식(label)의 위치는 기사형 광고의 매 페이지 상단부위에 최소한 에디토리얼 글자크기 이상이 될 것을 요구하고 있고, 기사형 광고의 카피는 스폰서를 명확히 제시하여야 하며, 에디토리얼 카피와 눈에 띄게 달라야 한다고 명시하고 있다. 이외에도 기사형 광고의 레이아웃과 디자인은 에디토리얼과 달라야만 하며, 뉴스 · 정보 스타일의 헤드라인들은 기사형 광고에서 사용을 피하도록 제안하고 있다. 결국, 기사형 광고로 초래하는 문제점을 최소화하기 위해서는 광고의 표식의 의무화뿐 아니라, 편집체재 및 표현방식도 광고로 쉽게 인지할 수 있도록 구체적인 가이드라인을 제시할 필요가 있음을 시사하고 있다.

미국 ASME 홈페이지의 Editorial Guidelines 캡쳐 (출처 : ASME 홈페이지 [http://www.magazine.org/asme/editorial-guidelines])

변화하는 디지털 광고 매체 생태계와 기사형 광고의 영역 확장

디지털 매체 환경이 도래하면서 갈수록 광고와 콘텐츠 간의 구분이 어려울 정도로 상호 긴밀한 융합이 빈번해지고 있다. 특히, 모바일 미디어 혁명으로 대별되는 최근 디지털 소비자 환경은 광고답지 않은 기사형식의 스토리로 소비자에게 다가가려는 다양한 시도들을 더욱 가속화하는 데 일조하고 있다. 광고가 전통적인 광고의 전형성에서 벗어나 콘텐츠 혹은 기사와 유사한 형태를 보여주기 시작한 것은 오래전의 일이지만, 최근에 '브랜드 저널리즘' 혹은 '네이티브 광고'라는 용어로 광고와 콘텐츠 혹은 기사와의 융합이라는 새로운 변화는 전통적인 기사형 광고 영역의 확장으로 이어지고 있다. 다시 말해, 이제 브랜드는 전통적인

매체 광고라는 틀에서 벗어나 마치 신문사 기자나 작가들처럼 브랜드 스토리를 생산하고 다양한 경로를 통해 유통하는 새로운 패러다임으로의 전환을 예고하고 있다.

실제로, 2013년 이후 네이티브 광고는 뉴스 서비스를 통해 가히 폭발적인 성장세를 구가하고 있는데, 이미 몇몇 글로벌 선두 브랜드는 각자의 '브랜드 뉴스룸(brand newsroom)'을 만들어 스토리 융합의 시대에 적응해가고 있다. 예를 들어, 코카콜라, 유니레버와 같은 세계적인 기업들이 전직 기자들을 중심으로 브랜드와 직·간접적으로 연관된 정보기사를 제작해 다양한 디지털 미디어를 통해 유통을 시키고 있으며, 이 같은 현상은 브랜드 저널리즘의 형식을 띤 기사와 배너광고가 혼합되었을 때 훨씬 큰 광고효과를 기대할 수 있다는 데에서 기인한다고 한다. 월스트리트저널은 이 같은 광고주의 니즈를 적극적으로 수용하고 있는데, 자사 내 소위 '맞춤 제작실(custom studio)'을 마련하고 네이티브 광고제작 전담팀을 구성하는 등 추가적인 광고수입 창출에 온 힘을 쏟고 있다. 이에 따라 전통적인 저널리즘에서 기사를 생산하고 편집하고 확산하는 과정과 유사하게 브랜드 스토리를 생산하고 유통하는 소위 '브랜드 저널리즘'이 갈수록 더욱 활기를 띨 것으로 예상하고 있다. 이렇듯, 전통적인 기사형 광고가 디지털 환경에 맞게 확장, 진화한 형태라고 할 수 있는 '브랜드 저널리즘' 혹은 '네이티브 광고'는 분명 미디어 산업 활성화라는 긍정적인 측면이 있는 것도 사실이다. 아울러 단순 경제적 효과뿐만 아니라, 소비자에게 유익하고 풍부한 양질의 정보를 함께 제공함으로써 콘텐츠 소비에 영향을 미치고 있다. 이런 까닭에 뉴욕타임즈, 월스트리트 저널, 위싱턴포스트, 허핑턴 포스트 등과 같은 세계의 유수 언론사들이 네이티브 광고를 적극적으로 수용하고 있는 이유일 것이다.

하지만, 새로운 패러다임의 변화 속에서도 가장 우려하는 것 역시 광고와 기사 혹은 콘텐츠 간의 경계가 무너지는 것에 대한 것이며, 실제로 최근의 인터넷과 모바일과 같은 디지털 미디어에서 에디토리얼 포맷을 모방한 소위 광고형 정보(예: 네이티브 광고)의 급속한 증가는 소비자로 하여금 기사와 광고의 경계선을 구분하는 데 더욱 어렵게 하고 있다. 한 예로, 미국의 유명한 온라인 뉴스 및 엔터테인먼트 웹사이트인 '버스피드'나 워싱턴포스트 산하의 온라인 뉴스 사이트인 '슬레이트'가 뉴스와 함께 제공하는 네이티브 광고들은 제목, 내용, 형식 등에서 일반 다른 뉴스와 구별되지 않는다고 한다. 이와 같이 인터넷 뉴스 미디어에서 기사와 광고의 구분이 어려운 콘텐츠의 경우 독자를 혼동시키거나 현혹시킬 가능성이 인쇄신문보다 훨씬 높아질 것이라는 우려 섞인 목소리도 제기되고 있다. 이 같은 우려를 반영하듯, 최근에 온라인 광고협회인 IAB(Interactive Advertising

Bureau)는 업계 가이드라인을 통해 독자들이 일반기사와 스폰서 기사 즉 광고성 기사를 쉽게 구분할 수 있도록 네이티브 광고에 스폰서를 명시하도록 권고하고 있다고 한다. 미국잡지편집인협회(ASME) 역시 2014년 개정된 가이드라인에서 네이티브 광고는 광고임을 명백히 알리는 표식을 부착해야 하며, 스폰서 콘텐츠임을 분명히 밝혀야만 한다고 적시하고 있다. 심지어, 네이티브 광고 콘텐츠 역시 기자가 아닌 기업의 마케터가 작성하도록 하고 있으며, 그래픽, 글자체, 크기 등이 에디토리얼의 그것과 동일해서는 안 되며, 시각적으로 에디토리얼 콘텐츠와 명백히 분리, 제시되어야 한다고 서술하고 있다. 이외에도 글로벌 온라인 뉴스 미디어인 '허핑턴포스트'의 경우 역시, 정식 기사들 사이에 디지털화된 기사형 광고를 일반기사들과 구분 짓기 위해 음영표시, 스폰서 표시를 하는 등, 자사 기자가 엄격한 편집기준에 따라 적극적으로 참여하고 있다고 한다.

ASME Statement on Native Advertising

At its September 2013 meeting, the ASME Board of Directors unanimously approved a motion to amend the ASME Guidelines for Editors and Publishers to clarify ASME policy in regard to "native advertising." The guidelines will be revised to reflect the following:

- The decision to publish native advertising properly belongs to individual brands, but such advertising should be clearly distinguished from editorial content.
- Native advertising should be clearly labeled as advertising. The phrase "Sponsor Content," already in use on some websites, can be used to label native advertising.
- Native advertising should include a prominent, unambiguous statement that the content has been created by a marketer and that the marketer has paid for its publication.
- Native advertising should not use the same graphics, including type fonts, as editorial content and should be separated visually from editorial content.

Editors are reminded that the participation of editorial staff in the creation of advertising is a conflict of interest and should be avoided. Editorial contributors should not participate in the creation of advertising if their work would appear to be an endorsement by the magazine of the advertised product.

About the Guidelines

First published in 1952, the ASME Guidelines for Editors and Publishers codify longstanding practices governing the relationship between editorial and advertising content. By promoting editorial integrity, the guidelines enhance the value of print and digital publications for readers and advertisers and protect the independence of magazine media.

Editors and publishers of magazines found to be in violation of the guidelines are notified in writing. Repeated and willful violation of the guidelines may lead to public sanction, including disqualification from the National Magazine Awards. To report guidelines violations, email asme@magazine.org or telephone 212.872.3737.

ASME staff is always available to answer questions about the guidelines. Email Sid Holt at sholt@magazine.org or call 212.872.3725 for more information.

네이티브 광고에 대한 ASME의 가이드라인(출처 : ASME 홈페이지[http://www.magazine.org/asme/editorial-guidelines/asme-statement-native-advertising])

상업적 영역과 비상업적 영역의 명확한 구분이라는 기본 철학은 여전히 유효

디지털 매체 환경이 본격화되면서 앞으로 디지털 광고매체에서 광고라는 상업적 영역과 순수 프로그램의 비상업적 영역의 구분이 갈수록 어려워질 전망이다. 아울러 다양한 매체의 특성들이 통합된 하이브리드적 특성의 디지털 광고 매체 환경에서 기사형 광고를 둘러싼 법적, 윤리적, 공공 정책적 쟁점은 기존의 인쇄신문에서의 운용기준과는 사뭇 다를 수밖에 없을 것으로 보인다. 하지만 아무리 매체 환경이 변한다 하더라도 공공의 이익증진이라는 대전제가 쉽게 바뀌기는 어려워 보인다. 기본적으로 독자나 소비자들은 자신들이 접하는 콘텐츠가 기사인지 광고인지 쉽고 명확하게 구분할 수 있어야 한다. 이를 위해 무엇보다 광고업계 전체가 광고와 같은 상업적 메시지가 비상업적인 포맷을 띄고 있을 때 발생하는 문제점들이 무엇인지를 논의하고 이를 해결하려는 노력들이 선행

되어야 할 필요가 있다. 즉, 기사형 광고에서 소비자가 최소한 광고라고 인지할 수 있는 단서들을 광고 자체에 포함시키기 위한 논의가 이루어져야 할 것이다. 결국, 인쇄신문 및 온라인 뉴스 미디어에서 기사형 광고에 대한 구체적인 가이드라인을 마련하기 위해서는 상업적 영역과 비상업적 영역은 엄격히 분리하여야 한다는 기본 철학을 바탕으로 적어도 노출하고 있는 소비자가 현재 상업적인 콘텐츠에 노출되고 있는지 아닌지를 용이하게 판별하고, 독자나 소비자 스스로 콘텐츠를 선택할 기회를 제공하는 것이 필요하다. 특히, 기사형 광고에서 소비자가 쉽게 광고라고 인지할 수 있는 단서들을 광고내용 자체에 구체적으로 포함시켜야 할 것이다. 다시 말해 기사형 광고를 제작할 때 기사와 광고가 구분 되도록 구성하는 것이 중요한데, 독자가 일반 에디토리얼의 일부로 혼동할 수 있다는 우려를 불식시키기 위해 소위 '광고'임을 알리는 표식뿐만 아니라, 그 외의 소비자가 광고임을 인지할 수 있는 명백한 언어적, 비언어적 요소를 갖춘 광고를 제작하도록 구체적인 가이드라인을 마련해 이를 준수하도록 적극적으로 유도하고 권장하는 것이 중요하다. 이를 위해 광고전문가들은 현재 행해지고 있는 하이브리드 형태를 갖춘 광고의 관행들이 최소한 소비자를 혼동시킬 여지가 있다고 인식함으로써 광고업계가 자발적으로 자율규제라는 순수한 과정을 우선으로 시작하는 것이 바람직할 것으로 보인다.

이에 더해 기사형 광고와 같이 풍부한 양질의 콘텐츠가 소비자에게 제공하는 장점에도 불구하고, 기본적으로 외형적으로 설득적 시도를 고지하는 것 없이 독자를 설득하려 하는 "지불된" 메시지는 정보오염(information pollution)이라는 시각에서 접근할 필요가 있다. 기존의 많은 연구에서 보여주었듯이, 일반적으로 매체로부터 메시지를 수용하는 독자는 에디토리얼 포맷을 빌어 제시될 경우 의도된 설득적 시도를 인지하지 못하고 메시지를 처리할 가능성이 높으며, 이 같이 "감추어져 있지만, 지불된" 하이브리드 메시지들은 궁극적으로 소비자의 복지(welfare)와 교육과 관련해 심각한 문제를 야기할 가능성이 내재되어 있기 때문이다. 기사형 광고에 대한 독자들의 인식조사를 한 기존의 몇몇 연구를 보면, 신문 구독을 결정할 만큼 기사형 광고 자체에 대해 부정적이지는 않지만, 최소한 독자들이 혼란스럽지 않도록 광고와 기사를 명확히 구분해주기를 원하고 있으며, 기사형 광고에 대해 어느 정도 규제의 필요성에 대해 공감하고 있는 것으로 나타난 바 있다. 결국, 기사형 광고를 구체적인 법률에 의거해 강제적으로 규제하기보다는 뉴스 미디어나 이해당사자들 간의 협의에 따른 자율적 규제 방향이 바람직할 것으로 보인다.

자율규제의 메커니즘 작동을 위한 행동규약의 마련이 필요

기사형 광고에 관해 많은 부정적 논란의 여지에도 불구하고, 많은 학자는 미디어 산업의 활성화와 디지털 콘텐츠 간의 상호 융합하는 최근의 매체 환경을 고려할 때, 무조건 규제를 하기보다 자율적인 규제를 통해 부작용을 최소화하는 방식을 제시하고 있다. 이러한 이유로 신문진흥법이나 인터넷신문윤리강령 등에 기사와 광고를 구분해야 한다는 규정이 존재함에도 불구하고 이를 위반할 경우 처벌하는 강제규정이 존재하지 않고 있다. 그렇다고 인쇄 및 인터넷 신문매체들의 자발적인 노력에만 전적으로 의존하는 데 한계가 있어 보인다. 기사형 광고로 실추된 신문매체의 신뢰성 회복이라는 인식의 공유에도 불구하고, 추가적인 광고수익을 창출하기 어려운 현재의 구조 속에서 단기간에 기사형 광고를 포기하기엔 불가능하게 보이기 때문이다. 결국, 이 같은 점에서 법 개정을 우선적으로 고려하기보다는 오프 · 온라인 신문사를 중심으로 한 자율규제의 메커니즘이 효율적으로 작동할 수 있는 장치들을 마련하는 데 눈을 돌릴 필요가 있어 보인다.

이를 위해 우선적으로 매체사 스스로 엄격한 행동규약을 마련하고 이를 지속적으로 감시하는 개선권한을 가진 조직을 구성하는 것이 필요하다. 마찬가지로 행동규약은 정책 목적에 의해 분명하고 투명하여야 하며, 최종 이용자는 물론 공공 당국과 협조를 위한 규정을 포함하는 자율규제의 메커니즘을 요약하고 있어야만 한다. 아울러 행동규약은 그 제정과 실질적인 준수를 강화하기 위해 광고업계 스스로에 의해 설립되는 것이 중요하며, 이를 담당하는 조직의 독립성을 보증하기 위한 법률적 구조를 가지는 것이 필수적일 것이다. 이 같은 독립성은 조직의 안정성, 위원회의 구성, 정부와의 관계 그리고 재정적 조직상의 자치권확보로부터 오기 때문이다.

정부 역시 높은 수준의 행동규약 준수를 담보할 수 있는 효율적이고 융통성 있는 비용과 효율적인 제도로서 업계에 의한 솔선수범한 자율규제에 관한 노력을 권장하고 이들의 결정을 존중하는 등 자율 메커니즘이 효율적으로 작동할 수 있도록 동기를 부여하는 노력을 병행하는 것이 필요하다. 이와 함께 행동규약의 건전성 증명 및 준수 여부의 체크 등에 관한 권한을 비정부기구나 단체 등에 위임하는 소위 '감사화된 자율규제(audited self-regulation)'의 시행도 고려해 볼 수 있겠다.

종합적으로 시행령에 의한 세부 법률적 규제 조항의 마련, 신문 매체사의 자율심의조직, 그리고 시민단체와 같은 비정부기관 간의 상호유기적인 협조체계가 마련되는 것도 기사형 광고에 대한 건전성을 확보하고 소비자 보호에 관한 효율적인 메커니즘이 원활히 작동하는 데 중요한 토대가 될 수 있을 것으로 보인다.

독일어권 국가들의 자살보도 기준

글. **김세환**
독일 만하임대학교
미디어커뮤니케이션학 박사과정

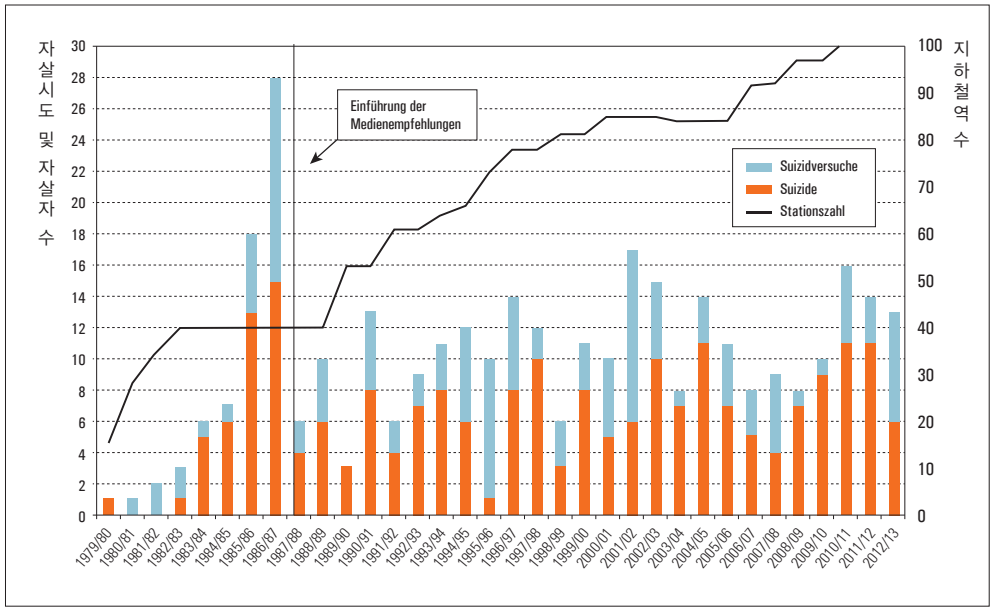
전 세계적으로 자살은 중요한 사회적 문제이다. 이 문제는 독일어권 국가들에서도 심각한 상황이다. 독일에서는 매년 11,000명이 스스로 목숨을 끊고 있으며 약 10만 명이 자살을 시도하고 있다. 또한, 오스트리아에서는 매년 사망하는 자살자가 교통사고 사망자의 2배를 넘어서고 있으며, 스위스에서도 매년 1,300여 명이 자살하는 것으로 나타났다. 이외에도 자살을 시도하는 과정에서 많은 사람이 심각한 부상을 당하여 지속적인 건강상의 문제점을 보이고 있으며, 자살자의 주변인들도 이와 관련된 정신적 질환의 위험에 놓이게 된다. 이와 관련하여 통계적으로 독일에서 발생하는 모든 자살에는 6명 이상의 가족 및 친지가 관련된 것으로 나타났다.[1)2)]

자살을 시도하는 사람들은 자살을 본인이 선택할 수 있는 단 하나의 방법으로 간주한다. 그러나 이 과정에서 그들은 '살고 싶다'는 감정과 '죽고 싶다'는 충동 사이에서 끊임없이 정신적 긴장상태를 유지하게 되고, 높은 양면성에 대한 내적 갈등에 빠져들게 된다. 이에 따라 자살을 시도하는 사람들은 주변 환경에 따라 상반된 감정 중에서 특정 방식을 선택하여 따르게 되는데, 이때 언론보도가 중요한 의미를 가지게 된다.

언론이 보도를 통해 자살에 대한 사회적 정보를 확대하고, 자살을 예방하는 데 중요한 역할을 담당한다는 것은 학술적, 사회적으로 이미 검증되었다. 언론은 보도를 통해 자살에 대한 사회적 영향력을 발휘하는데 이러한 영향력은 부정적일 수 있지만, 때로는 긍정적이기도 하다. 자살보도의 부정적 영향으로는 '베르테르(Werther) 효과'가 있다. '베르테르 효과'는 괴테의 소설 〈젊은 베르테르의 슬픔〉이 발간된 이후 유럽 전역에서 소설과 유사한 방식으로 발생한 연쇄 모방 자살에서 유래하였다. 이에 대한 사례를 살펴보면 독일에서는 자살 관련 다큐멘터리 "어느 학생의 죽음(Tod eines Schülers)" 이후, 다큐멘터리에 등장한 철도 투신자살이 175%나 증가하였

1) Deutsche Gesellschaft für Suizidprävention, www.suizidprophylaxe.de
2) Bundesministerium für Gesundheit, *Suizid und Suizidprävention in Österreich Basisbericht 2013.*

다.[3] 반면 같은 기간 약물을 비롯한 다른 방식을 통한 자살률에는 변화가 없었다. 또한, 파라세타몰(Paracetamol) 과다복용에 따른 선정적 보도 이후 동일한 방식의 자살률이 기사 게재 첫 주에 17%, 둘째 주에 9% 증가하였으며, 자살예방프로그램에 참가한 사람들의 20%가 해당 기사 이후 동일한 방식으로 자살을 시도한 사례도 있다.[4] 반면 자살보도의 긍정적 영향이 나타나기도 한다. 이른바 '파파게노(Papageno) 효과'로 불리는 것으로, 올바르고 신중한 보도가 자살 예방에 기여하는 현상을 지칭한다. 이것은 모차르트의 오페라 〈마술피리〉에서 유래한 것으로, 주인공 파파게노가 자살하려는 순간 요정들의 희망 이야기로 죽음 대신 새로운 생명을 얻는다는 내용에서 착안한 것이다. 자살보도의 '파파게노 효과'로는 오스트리아 빈(Wien)의 지하철 투신자살 감소가 있다. 오스트리아에서는 1980년대 중반 지하철 투신자살에 대한 선정적 보도가 동일 방식의 모방 자살에 영향을 미쳤다. 그러나 1987년에 지하철 자살에 대한 신중 보도 권고안이 도입된 이후 빈의 지하철 자살이 줄어들었으며, 이후 지하철역과 승객 수가 증가하였음에도 불구하고 지하철 자살률이 소폭 줄어든 수준에서 유지되는 데 기여하였다.[5]



1980–2013 빈 지하철 투신자살과 자살시도[6][7]

3) Ruddigkeit, A. (2010). Der umgekehrte Werther-Effekt: Eine quasi-experimentelle Untersuchung von Suizidberichterstattung und deutscher *Suizidrate*, Publizistik, 55, 253-273.

4) Intiative zur Prävention von Suizid in der Schweiz, Medien und Suizid: ein Leitfaden für Medienschaffende, IPSILON.

5) Etzersdorfer, E. & Sonneck, G. (1998). Preventing suicide by influencing mass-media reporting: The Viennese experience 1980-1996, *Archives of Suicide Research*, 4, 67-74.

6) Tomandl, G., Sonneck, G., Stein, C., & Niederkrotenthaler, T., Leitfaden zur Berichterstattung über Suizid, Kriseninterventionszentrum, p.9

7) Suizidversuche: 자살시도, Suizide: 자살, Stationszahl: 지하철역 수, Einführung der Medienempfehlungen: 보도 권고안 도입

독일어권의 자살 관련 보도 기준

언론보도가 자살에 대한 중요한 영향력을 행사하고 있지만, 자살보도는 여전히 선정적이고 불확실하며 개인의 인격권을 침해하고 있다. 이에 따라 독일어권 국가들은 자살 관련 보도 기준을 언론규약에 삽입하여, 언론으로 하여금 자살을 신중하게 다루도록 규정하고 있다.

독일어권 국가들에서는 우리의 언론중재위원회에 해당하는 언론평의회(Presserat)가 자살 관련 보도 기준을 제시하고 있다. 먼저 독일의 언론평의회는 언론규약(Pressekodex)에서 규정한 인격권 보호(8조) 조항[8]의 하위로서 자살 관련 보도 기준을 제시하였다. 언론규약 8조에서 규정한 인격권 보호를 위해 독일 언론은 개인의 사적 정보에 대한 자기결정권을 존중해야 한다. 하지만 특정인의 행위가 공공의 이해에 부합하는 것이라면 언론은 그 행위를 언급할 수 있다. 또한, 실명을 언급해야 하는 보도에 있어서는 공공의 이해가 해당 당사자가 보호받아야 할 사적 이해보다 압도적으로 커야한다고 규정하였다. 이러한 차원에서 단순히 선정적 이유로 실명을 언급하는 것은 어떠한 경우에도 허용되지 않고 있다.

자살보도는 위에서 언급한 인격권 보호 차원에서 규정되고 있다. 언론규약 8조 7항[9]에서 규정하고 있는 자살 관련 보도 기준은 신중함에 있다. 특히 자살자 혹은 그 주변인의 이름을 공표하거나 사진을 제공하고, 자살 혹은 자살시도에 따라 발생하는 여러 부수적 현상을 서술할 경우에 신중함을 요구한다.

독일, 오스트리아, 스위스 언론평의회 CI(좌측부터)

자살을 인격권 보호의 하위 조항으로 규정하고 있는 독일과 달리, 오스트리아 언론평의회는 자살을 인격권 보호와 독립된 항목으로 규정하고 있다. 그러나 자살보도의 기준으로 신중함을 강조하는 것은 양국이 유사한 부분이다. 오스트리아 언론규약(Ehrenkodex) 12조[10]의 자살보도 규정에 따르면 자살과 자해, 혹은 자살시도와 자해시도에 대한 보도는 매우 신중해야 하며, 모

8) Die Presse achtet das Privatleben des Menschen und seine informationelle Selbstbestimmung. Ist aber sein Verhalten von öffentlichem Interesse, so kann es in der Presse erörtert werden. Bei einer identifizierenden Berichterstattung muss das Informationsinteresse der Öffentlichkeit die schutzwürdigen Interessen von Betroffenen überwiegen; bloße Sensationsinteressen rechtfertigen keine identifizierende Berichterstattung. Soweit einen Anonymisierung geboten ist, muss wirksam sein.

9) Die Berichterstattung über Selbsttötung gebietet Zurückhaltung. Dies gilt insbesondere für die Nennung von Namen, die Veröffentlichung von Fotos und die Schilderung näherer Begleitumstände.

10) Berichterstattung über Suizide and Selbstverstümmelung sowie Suizidversuche und Selbstverstümmelungsversuche gebietet im Allgemeinen große Zurückhaltung. Verantwortungsvoller Journalismus wägt- auch wegen der Gehahr der Nachahmung- ab, ob ein überwiegendes öffentliches Interesse besteht und verzichtet auf überschießende Berichterstattung.

방의 위험성뿐만 아니라 해당 보도가 압도적으로 공공의 이해를 불러일으키는지 고려해야 한다고 명시되어 있다.

스위스 언론평의회는 언론인들의 권리와 의무에 대한 지침(Richtline zur Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten, 이하 지침) 7조 9항[11]을 통해 비교적 상세하게 기준을 제시하고 있다. 먼저 보도할 수 있는 자살 사건에 대해서, 해당 자살이 커다란 공적 관심을 불러일으킨 경우, 공적 삶을 살았던 인물, 덜 알려진 인물이라도 해당 자살이 공공의 이해와 관련이 있는 경우, 자살자 혹은 그 가족이 사회적으로 널리 알려진 경우, 경찰에 의해 인지되어 보고된 범죄와 관련 있는 경우, 사회적으로 반향을 일으킬 만한 내용이거나 해당 자살로 인해 사회적 논쟁이나 여론의 환기가 발생할 경우, 소문과 소송으로 인해 언론보도를 통해 이를 정정할 경우로 한정하고 있다. 그리고 자살보도는 매우 신중해야 하며, 자살자의 사적 정보나 고인을 비하하는 어떠한 것들도 포함돼서는 안 되고, 모방 자살을 방지하기 위해 자살방식과 도구에 대한 자세한 언급을 피하도록 명시하였다.

자살보도 관련 언론중재 사례

언론규약의 자살보도 규정이 실제로 자살보도에 대한 중재 및 제재에 어떻게 적용되는지 대표적 사례를 통해 확인하면 다음과 같다. 2013년 1월 30일자 오스트리아 크로넨짜이퉁(Kronen Zeitung) 10면에 게재된 "집단 괴롭힘이 13세 소녀를 죽음으로 내몰았다(Mobbing trieb 13-jähriges Mädchen in den Selbstmord)" 기사에 따르면 자살한 13세 소녀가 동급생들에게 집단 괴롭힘을 당했고, 이 과정에서 자살 원인을 집단 괴롭힘으로, 마찬가지로 13세 소녀의 죽음에는 동급생들에게 책임이 있는 것으로 묘사하였다. 이튿날 12면과 13면에 게재된 "집단 괴롭힘으로 사망: 쇼크가 깊게 자리하였다(Tod nach Mobbing: Der Schock sitzt tief)" 기사에서는 13세 소녀의 자살에 대한 추가 보도가 게재되었고, 교내 집단 괴롭힘이 일어나서는 안 된다고 기술되었다.

사흘째 28면 독자 의견란에 게재된 "죽으면 해방될까(Der Tod als Erlösung)"에서는 자살 원인으로 집단 괴롭힘이 제시되었다. 이외에도 "누구도 괴롭히는 아이들에게 잘못된 행동을 멈

11) Journalistinnen und Journalisten üben bei Suizidfällen grösste Zurückhaltung. Über Suizide darf berichte werden:
- sofern sie grosses öffentliches Aufsehen erregen;
- sofern sich Personen des öffentlichen Lebens das Leben nehmen. Bei weniger bekannten Persönlichkeiten muss der Suizid zumindest in einem vermuteten Zusammenhang mit öffentlichen Angelegenheiten stehen;
- sofern der Verstorbene oder seine Angehörigen von sich aus and die Öffentlichkeit gelangt sind;
- sofern sie im Zusammenhang mit einem von der Polizei gemeldeten Verbrechen stehen;
- sofern sie Demonstrationscharakter haben und auf ein ungelöstes Problem aufmerksam machen wollen;
- sofern dadurch eine öffentliche Diskussion aufgelöst wird;
- sofern Gerüchte oder Anschuldigung im Umlauf sind, die durch die Berichterstattung richtiggestellt werden.

In allen Fällen beschränkt sich die Berichterstattung auf die für das Verständnis des Suizids notwendigen Angaben und darf keine intimen oder gar herabsetzenden Einzellheiten enthalten. Um das Risiko von Nachahmungstaten zu vermeiden, verzichten Journalistinnen und Journalisten auf detaillierte, präzise Angaben über angewandte Methoden und Mittel.

추라고 하지도, 할 수도 없었다. 그 아이들은 사회적으로 필요한 기본 원칙을 집에서 배우지 못했다(Niemand konnte oder wollte die quälenden Kinder in ihrem vernichtenden Verhalten stoppen, kinder, die in ihrem eigenen Elternhaus nie die Grundprinzipien einer funktionierenden sozialen Gesellschaft gelernt haben)"와 "엘리자베스는 평화를 찾았고, 그녀는 평화 속에서 영면하기를 원했으며, 그녀를 괴롭히던 사람들은 지금부터 지옥에서 살 것이다(Elisabeth hat ihren Frieden gefunden, und sie möge in Frieden ruhen, ihre Peiniger haben ab jetzt die Hölle auf Erden)"라는 내용이 기사화되었다.

크로넨짜이퉁의 13세 자살보도 기사(온라인)

이에 대해 오스트리아 언론평의회는 해당 기사들에서 자살이 어떻게 이루어졌는지 자세히 묘사되었기 때문에, 모방 자살의 가능성을 내포한다고 보았다. 언론평의회는 비극적 사건을 보도하기 위해 자세히 묘사하는 것은 언론 윤리에 어긋나는 것이며, 자세한 보도를 포기하는 대신에 어떻게 13세 소녀가 스스로 삶을 마감했는지를 정확하게 보도해야 한다고 설명하였다. 또한 독자의 의견표명을 통해 이른바 '베르테르 효과'로 알려진 모방자살의 위험성을 제공한다고 우려하였다. 이러한 측면에서 해당 기사는 오스트리아 언론규약 11조에서 규정한 자살보도의 신중의무를 위반하였다고 결정하였다.[12)]

한편, 2014년 6월 3일 독일 언론평의회는 여성 바이애슬론 선수의 자살과 관련된 벨트(Welt)의 보도에 경고(Rüge)를 결정하였다. 해당 신문은 2회에 걸친 기사를 통해 자살한 선수의 개인정보를 자세히 보도했는데 여기에는 그녀의 정신병력, 교통사고 이력, 교우관계 등이 포함되었다. 언론평의회는 이를 통해 자살자의 사적 영역을 심각하게 침해한 것으로 판단하였다. 이뿐만 아니라 해당 언론은 부모와 선수 사이 불화가 간접적으로 자살의 책임이 있는 것처럼 편집하였다. 독일 언론평의회는 이러한 기사들이 언론규약 8조에서 규정하고 있는 인격 보호, 특히 자살보도에서 신중함을 주문하고 있는 언론규약 8조 7항을 심각하게 침해한 것으로 결정하였

12) http://www.presserat.at/rte/upload/entscheidungen_2013/entscheidung_2013_s_003_ii_06.05.2013.pdf

다. 특히 이것은 유사한 부수효과를 동반하는 것에 적용되는데, 발생 가능한 모방 자살을 피해야 한다는 점을 강조하였다.[13]

독일 언론평의회는 2010년 청소년 잡지 브라보걸(Bravo Girl)에 대해서도 제재를 결정하였다. 해당 잡지는 동급생들에게 지속적으로 집단 괴롭힘을 당한 끝에 자살한 15세 미국 소녀에 대한 기사를 게재하였다. 기사의 일부를 살펴보면 "그녀는 방에서 나가며 길고 화려한 스카프를 쥐고 있었다. 조심스레 그것으로 매듭을 만들었다. 홀쭉한 그녀의 손은 떨리고 있다. 마지막으로 그녀의 방에는 끝날 것 같지 않은 슬픔이 내려앉았다. 그녀의 창백한 뺨으로 눈물이 흘렀으며, 그녀는 한숨을 쉬곤 목을 매달았다. 그녀는 너무 아름다웠기에 죽기로 하였다."라는 단락이 있다.[14]

이에 대해 언론평의회는 해당 기사가 언론규약 8조와 11조를 위반하였고, 자살을 지나치게 자세히 묘사하였다고 비판하였다. 해당 기사는 언론규약 8조에서 규정하고 있는 선의의 목적으로 자살을 보도할 경우 신중해야 한다는 조항을 무시하였고, 언론규약 11조에서 규정하고 있는 불공정한 선정 보도 조항을 침해한 것으로 결정하였다. 자살자와 집단 괴롭힘을 행한 가해자들의 이름과 사진을 공개한 것에 대해서는 인격권이 침해된 것으로 간주하였다. 특히 청소년에 대한 보도에서는 관련자들의 강력한 익명성이 요구된다는 점에서 언론평의회는 해당 기사의 편집을 엄중하게 바라보았다. 그리고 미국에서 발생한 사건일지라도 언론 윤리 측면에서 독일과 다른 기준이 적용되지 않는다고 설명하였다.

"그녀는 너무 아름다웠기에 죽기로 하였다"는 표현의 경우, 신뢰성에 문제가 있으며 편집진의 불확실한 단정이 기사에 개입된 것으로 간주되었다. 또한, 실제로 자살자가 자택 계단에서 목을 매었으며, 이 과정에 대한 목격자가 없음에도 불구하고 마치 현장에 있는 듯 보도한 것은 사실 측면에서 문제점을 내포한 것으로 판단하였다.

반면 잡지사의 법률대리인은 소녀의 자살이 이미 미국 법정에서 다루어졌으며, 미국에서 법률안 개정을 이끌어낼 정도로 유명한 사건이기 때문에 매우 특별하게 다루어져야 한다고 주장하였다. 그리고 누구나 인터넷을 통해 해당 사건을 자세하게 확인할 수 있으며, 소녀의 부모들이 유사 사건의 방지를 위해 자의로 사적 영역을 공개하였다는 점을 들어 인격권을 침해했다는 부분에 대해 반박하였다. 그리고 해당 기사가 감정적으로 기술되었지만, 아름다운 소녀는 집단 괴롭힘을 당하지 않는다는 일반적 선입견을 반박하는 형태로 작성되었다는 점에서 비윤리적이지 않다고 주장하였다. 그러나 독일 언론평의회는 잡지사의 반론을 수용하지 않았으며, 이에

13) http://www.presserat.de/fileadmin/user_upload/Thema_des_Monats/Pressemitteilung_DPR_Beschwerdeausschuss-Sitzung_03.06.2014.pdf

14) "Wie ferngesteuert geht Phoebe rauf in ihr Zimmer, greift sich einen langen, bunten Schal. Vorsichtig bindet sie ihn zu einer Schlinge. Ihre schmale Finger zittern. Unendlich traurig fällt ihr Blick noch ein letztes Mal in ihr Mädchenzimmer. Tränen tropfen von ihren blassen Wangen. Phoebe seufzt. Dann erhängt sie sich. Phoebe wollte sterben, weil sie zu hübsch war."

따라 가장 강력한 제재 방안인 공개 경고를 결정하였다.[15]

마지막으로 드레스드너 모르겐포스트(Dresdner Morgenpost)는 2012년 1월 2일자 1면에 "젊은이(17)가 기차에 몸을 던지다 – 죽음(Junge(17) warf sich vor Zug - tot)"이라는 기사를 게재하였다. 해당 기사는 자살을 자세하게 묘사하였고, 자살 동기에 대한 추측성 내용이 포함되었다. 또한, 사망 직전 젊은이의 부상에 대해 지나치게 자세히 묘사하였다. 언론평의회는 이에 대해 언론규약 8조 7항에서 규정하고 있는 신중보도의 의무를 침해했다고 보고 해당 언론에 대한 공개경고를 결정하였다.[16]

2012년 1월 2일자 드레스드너모르겐포스트 전면

독일의 자살보도 권고안

독일 자살예방협회(Deutsche Gesellschaft für Suizidprävention)는 자살보도와 관련하여 권고안을 제시하고 있다. 해당 권고안이 독일 언론평의회의 공식 입장은 아니지만 '국가 자살방지 프로그램(Nationales Suizid Prävention Programm)'의 하나로 진행되고 있으며, 언론평의회의 홈페이지를 통해 해당 권고안을 소개하고 있다는 점에서 언론규약을 뒷받침하는 주요 보도 지침으로 가치를 지닌다.

독일 자살예방협회가 '국가 자살방지 프로그램' 중 언론 관련 대책으로 제시한 자살보도 권고안은 일반 자살보도, 유명인 자살보도, 인터넷 자살커뮤니티 보도 등의 세 가지 권고안으로 구성되어 있다. 기본적으로 유명인 자살보도와 인터넷 자살커뮤니티 보도 권고안은 일반 자살보도 권고안의 내용을 담고 있지만, 개별 상황에 따른 특정 보도 권고안을 제시하고 있다는 점에서 차이가 있다.

첫째, 일반 자살보도 권고안을 살펴보면 기사작성, 자살 예방보도, 가족 및 지인 인터뷰에 대한 내용을 담고 있다. 자살 관련 기사는 언론규약에서 규정하고 있는 신중 보도에 근거하여 작성해야 한다. 권고안은 자살보도에서 자살자의 신원을 확인할 수 있는 모든 정보를 피해야 한다고 제시하였다. 구체적으로 헤드라인 혹은 1면에 자살자가 등장하거나, 특별히 '볼 만한 것' 혹은 '이상한 것'으로 자살을 강조, 관련자의 사진을 게재하고 유서를 공개하는 것, 자살을 이해 가능하고 불가피한 것으로 묘사하거나 심지어 긍정적이거나 사회적으로 동의를 얻을만한 것으로 묘

15) http://www.presseportal.de/pm/14918/1683614/mehr-schutz-fuer-opfer-presserat-ruegt-namen-und-fotos-unzulaessig

16) http://www.presseportal.de/pm/14918/2217766/opfer-geniessen-besonderen-schutz-drei-ruegen-wegen-verstoessen-gegen-persoenlichkeitsrechte

사하는 것, 자살할 만한 무엇 혹은 누군가를 연상하게 하는 표현을 해서는 안 된다고 권고하였다. 또한, 자살을 로맨틱하거나 이상적인 것으로 묘사하거나, 자살 방법과 장소를 자세하게 기술하고, 빈번하게 자살이 발생하는 장소를 거론하는 것을 피해야 한다고 제시하였다.

자살 예방보도에 대한 권고안으로는 자살을 정신적 문제의 표출로 기술하고, 자살시도의 위험성과 그 이면에 남겨진 부작용을 제시하며, 자살을 암시하는 경고 징후와 자살 위험에 빠진 사람들의 위험 요인들을 자세히 소개하고, 지역 혹은 전국 단위의 자살예방 지원기관에 대한 구체적 정보를 제공하도록 권고하였다.

자살자 혹은 자살시도자의 가족과 주변 지인에 대한 인터뷰와 관련해서 그들의 설명을 어떻게 이해해야 하는지 알려주었다. 자살 혹은 자살시도는 당연히 가족과 주변 지인에게 심각한 충격을 안겨준다. 그들은 슬픔에 빠지고, 부채감, 도움을 주지 못한 것에 대한 미안함, 무기력함 등을 느끼며 고인의 자살에 대한 분노가 치밀어 오른다. 따라서 가족 및 주변 지인들에 대한 심리학적 대처상황과 같은 지원이 병행되어야 하고, 인터뷰 시 언론인은 그들의 발언을 자살 혹은 자살시도에 대한 설명이 아니라 정신적 불안정성에서 비롯된 것으로 이해해야 한다.[17]

둘째, 유명인의 자살에 대한 보도 권고안은 '베르테르 효과'를 방지하는 데 초점을 맞추고 있다. 특정 유명 인사가 자살할 경우 어느 때보다 모방자살의 가능성이 높아지기 때문에 보도의 신중함을 요구한다. 일반적으로 자살을 시도하려는 사람들은 유명인이 자살한 장소에서 동일한 방법으로 자살하려는 경향을 보인다.

구체적 내용을 살펴보면 유명인의 자살일지라도 해당 사건이 1면 혹은 헤드라인 뉴스에 배치될 만한 공공의 이해를 불러일으키는 뉴스인지 확인해야 한다. 또한, 자살방법과 장소에 대해 자세하게 기술하거나 사진을 통해 강조하지 않아야 한다. 자살방법과 장소를 공개하는 것은 유명인을 따라 자살을 시도하려는 사람들에게 영향을 미친다. 특히 자살 장소가 '추모공간'이 될 경우, 장기적으로 해당 장소에서 모방 자살이 연쇄적으로 발생한다는 것을 염두에 두어야 한다. 이외에도 유명인의 자살방법을 '확실하게' 생을 마감하는 것이나 '아름답게' 죽은 것으로 제시해서도 안 된다.

보도 어휘에서 자살(Suizid/Selbsttötung)로 보도해야 하며, 자기살해(selbstmord)나 자유로운 죽음(Freitod)으로 보도해서는 안 된다.[18] 자살은 범죄가 아니므로 자살자가 '살해당한 것'으로 유추될 수 있는 표현은 삼가야 한다. 보도 어휘의 신중함은 유사하게 '결산자살(Bilanzsuizid)'이라

17) http://www.suizidpraevention-deutschland.de/fileadmin/user_upload/Flyer/pdf-dateien/NASPRO-Medienempfehlungen-2010.pdf

18) 제기된 단어들은 모두 한국어로 '자살'을 의미한다. 그러나 자살을 표현하는 데 있어서 단어마다 뉘앙스의 차이가 발생한다. 이해를 돕고자 설명하면 'Suizid'는 영어 'sucide', 'Selbsttötung'은 영어 'self-death', 'Selbstmord'는 영어 'self-murder', 'Freitod'는 영어 'Free-death'에 해당한다. 결국, 앞의 두 개는 가치중립적이지만, 뒤의 두 개는 죽음을 결정하는 자살자의 의지를 강조하거나, 자살을 긍정적으로 묘사할 수 있다는 점에서 구분하기를 권고하는 것이다.

는 개념에도 적용된다. 해당 개념은 자살자가 자신을 둘러싼 주변 환경을 합리적 고려하여 발생한 결과로 이해된다. 그러나 일반적으로 자살은 정신적 위기이자 심각한 내적 갈등의 최종점이지 자신의 처지를 합리적으로 판단하여, 그 결과로써 자살을 시도하는 경우는 매우 드물다. 따라서 스스로 자유롭게 선택한 결정이라는 점은 자살을 긍정적으로 묘사할 가능성이 있기 때문에 삼가야 한다.

독일자살예방협회의 자살보도 권고안

유명인이 자살한 경우 언론은 유서에 많은 관심을 표명한다. 하지만 유서는 공개되어서는 안 된다. 일반적으로 자살자들은 자살을 앞둔 불안한 정신적 상황에서 유서를 작성한다. 따라서 유서를 공개하면 자살자의 이러한 심리가 고스란히 대중에게 전달되어 자살자와 관련 있거나, 자살을 심각하게 고려하는 사람들에게 자살을 시도하려는 감정을 강화시킨다.

유명인의 자살 원인에 대한 단순한 설명을 피해야 한다. 언론은 자살의 원인을 명확하고 단순하게 제시하려는 경향이 있다. 하지만 자살은 내적으로 복잡하고 위험하게 전개되는 판단의 최종점이자, 자살자들이 더 이상 출구가 없다고 여기는 심리적 상황이다. 어떠한 하나의 요인 혹은 하나의 심리적 이유로 자살하지 않기 때문에 자살 이유에 대한 단순화는 삼가야 한다. 이와 함께 전문가의 일반적 진단을 강조해서는 안 된다. 전문가들은 자살에 대한 일반적 사실과 요인들에 대해 설명할 수 있지만, 자살로 이어지게 한 고인의 구체적이고, 개인적인 부분에 대해서는 알지 못하기 때문이다.[19]

셋째, 인터넷 자살커뮤니티에 대한 보도에서 가장 중요한 점은 자살에 대한 정보를 제공해서는 안 된다는 것이다. 언론보도를 통해 자살을 시도하려는 사람은 인터넷 자살커뮤니티로부터 구체적 정보를 얻을 수 있다. 따라서 언론은 문제 해결을 위한 방법으로 자살을 선동하는 커뮤니티의 명칭과 세부사항에 대해 보도하면 안 된다. 특히 해당 커뮤니티에 접근할 수 있는 정보를 언급하지 않는다. 또한, 커뮤니티 이용자의 이름을 거론하지 않으며, 자살을 쉽게 할 수 있도록 유도하는 커뮤니티의 세부사항에 대해서는 기사화를 포기한다. 인터넷 게시판에서 짐작 혹은 실제로 발생하는 자살 예고에 대한 공지를 기사화하지 않으며, 모방 자살자가 커뮤니티에서 인정 혹은 동정을 받지 않도록 자살을 평가하지 않는다. 그리고 커뮤니티의 이용이 자살을 결정

19) http://www.suizidpraevention-deutschland.de/fileadmin/user_upload/Flyer/pdf-dateien/NASPRO-Medienempfehlungen_-_Suizide_bekannter_Perdsoenlichkeiten.pdf

하는데 영향을 미쳤는지에 대해 주목하지 않는다. 자살에는 여러 다양한 이유가 있기 때문에, 언론이 인터넷 자살커뮤니티에만 주목하는 것은 오히려 모방 자살의 가능성과 자살에 대한 구체적 정보를 제공하는 문제를 가지게 된다.

이외에도 인터넷 자살커뮤니티에 대한 보도에서 심리학자 혹은 전문적인 예방 커뮤니티에 대한 기사를 동시에 게재하고, 온라인에서 자살을 방지하기 위한 조언 및 정보를 어떻게 구할 수 있는지 공지해야 한다.[20]

오스트리아와 스위스의 자살보도 권고안

오스트리아 자살예방협회(Österreichische Gesellschaft für Suizidprävention)는 위기개입센터(Krisen-interventionszentrum)와 공동으로 자살보도 권고안을 제시하고 있다. 해당 권고안은 2008년 완성된 후, 2014년 6월 개정되었다.

구체적으로 살펴보면 첫째, 독자들의 주목을 끌 만한 배치를 피하도록 권고하였다. 자살보도를 전면에 배치한다거나, "OO에서 연쇄 자살"과 같은 선정적 헤드라인을 제시해서는 안 되고, 표제어로 "사랑 때문에 자살하다"와 같이 독자의 관심을 유발하는 자극적 표현을 삼가야 한다.

둘째, 자살자에 대한 상세한 보도를 피해야 한다. 자살자의 신원을 확인할 수 있는 특징, 사회적 지위, 생활 조건 등에 대한 상세 보도는 모방 자살의 위험성을 내포하고 있기 때문에 주의해야 한다. 따라서 자살자의 이름, 사진, 경력, 개인 정보 등은 보도해서는 안 되고, 유서 역시 공개해서는 안 된다.

셋째, 자살 방법과 장소에 대한 상세한 보도를 피해야 한다. 이를 위해 구체적인 자살 방법을 거론해서는 안 되고, 어떠한 도구를 이용했는지에 대한 기술이 있어서도 안 된다. 또한, 약물명과 같이 자살에 이르도록 한 제품의 명칭을 공개해서는 안 되고, 자살을 모의한 인터넷 자살커뮤니티의 명칭과 접속 방법을 제시해서도 안 된다. 자살 장소 역시 명시돼서는 안 되는데 특히, 연쇄 자살이 이루어지고 있지만 언론을 통해 공개되지 않았던 장소를 공개하거나, 자살을 시도하려는 사람들로 하여금 해당 장소를 자살하기 쉬운 장소로 오인하게 하는 표현도 삼가야 한다.

넷째, 자살을 표현하는 보도 어휘에도 신중을 기해야 한다. "최종 출구로서 자살(selbstmord)" 혹은 "그것은 자기살해자(Selbstmörder)"와 같은 어휘 대신에 "자살(Suizid, Selbsttötung)", 혹은 "자살로 인한 사망(starb durch Suizid)", "스스로 목숨을 끊다(nahm sich das Leben)"를 사용해야 한다.

다섯째, 자살 이유를 단순하게 설명해서는 안 된다. "이혼으로 자살", "과도한 부채로 투신"과 같이 자살을 단 하나의 이유로 설명하는 과오를 범해서는 안 된다. 자살은 다양한 요인이 복

20) http://www.suizidpraevention-deutschland.de/fileadmin/user_upload/Flyer/pdf-dateien/Empfehlungen-Suizidforen.pdf

합적으로 작용하여 발생하는 정신적 질병임에도 불구하고, 단순하고 간략한 자살 원인에 대한 보도가 비슷한 환경에 놓여 있는 많은 사람으로 하여금 모방자살의 충동을 강화하게 된다. 특히 이러한 단순화는 헤드라인으로 제시될 때 더욱 강력한 효과를 미치기 때문에 주의해야 한다.

여섯째, 자살을 낭만적이거나 영웅적 행위로 묘사해서는 안 된다. "사랑으로 영원한 안식에 놓이다"와 같은 표현이나, "그의 삶만큼 죽음도 특별하다"라는 식의 묘사는 개인의 비극을 사회적 신화로 만드는 기제로 작용한다. 특히 이러한 경향은 유명인의 자살에 대한 보도에서 두드러지는데, 이를 방지하기 위해서 사회적으로 노출된 공적 삶뿐만 아니라 개인적으로 그들이 자살하게 된 복합적 이유에 대한 균형감 있는 보도가 요구된다.

마지막으로 오스트리아 자살예방협회는 자살보도와 관련하여 추천할 만한 기사 작성 요령도 제시하였다. 먼저 구체적 대안이나 해결 방식을 제공하고 권고하였다. 자살 위기를 벗어난 사람들의 인터뷰나 구체적 지원 방안과 같이 위기에서 벗어날 방법들을 제시함으로써 자살시도자들로 하여금 평정심을 유지하게 기여한다. 또한, 전문적 도움에 대한 정보를 제공하는 것이다. 해당 전문기관의 긴급 전화번호를 알려주고, 손쉽게 전문가의 도움을 받을 수 있는 다양한 방법에 대해 보도하도록 권고되었다. 그리고 자살에 대한 사회적 경각심을 불러일으키는 다양한 미디어 캠페인이 제시되었다. 이것은 전문 기관과 협업하여 진행할 수 있고, 자살에 대한 특집 기사를 통해서도 가능한 방법이다. 마지막으로 자살 위험에 대한 사전 경고를 알리는 것이다. 자살 전에 발생하는 각종 위기 징후를 기사화함으로써, 특정인의 주변 사람들이 적절한 시기에 자살시도를 발견할 수 있도록 하는 것이다.[21]

한편, 스위스에서는 스위스 자살예방 이니셔티브(Initiative zur Prävention von Suizid in der Schweiz)가 자살보도 관련 권고안을 제시하고 있다. 참고로 해당 권고안은 스위스 언론평의회 홈페이지에서도 확인 가능한 지침이다.

해당 이니셔티브에서는 높은 자살률이나 자살확산율과 같이 특정 통계로 자살을 일반화하는 것을 피하도록 하였다. 또한, 이러한 통계치를 해석하는 데 있어서 신중하게 접근하도록 권고하였다. 그리고 통계치를 동반한 보도에서는 의료당국이나 전문가의 견해를 같이 제시해야 하며, 반드시 신뢰할 만한 출처를 확인해야 한다. 이외에도 성급한 견해를 제시해서는 안 되고, 모방자살을 방지하기 위해서 추상적이고 차분하게 보도해야 한다고 설명하였다. 이외에도 자살보도는 신문 전면 특히, 상단부에 배치해서는 안 되고, 헤드라인 혹은 표제에는 'Selbstmord'나 'Suizid' 어휘를 사용해야 하며, 관련자나 자살 장소에 대한 사진을 게재해서는 안 된다고 권고하였다.

반면 모방 자살과 관련하여 언론은 자살 행위를 영웅적이거나 사회적으로 받아들여질 만한 것으로 보도해서는 안 된다. 또한, 자살자의 신원을 확인할 수 있는 정보를 공개해서는 안 되며,

21) http://www.suizidpraevention.at/pdf/leitfaden.pdf

자살 방식과 과정에 대해 기술해서는 안 되고, 자살 장소를 신비롭거나 미스터리한 공간으로 묘사해서는 안 된다. 이 외에도 자살 이유를 낭만적으로 포장해서는 안 되고, 자살에 이용한 약물과 복용 방식에 대한 세부사항을 제시해서도 안 된다. 마지막으로 이니셔티브는 '베르테르 효과'를 방지하기 위해서 언론이 분명한 대안을 제시하고, 위기를 극복한 내용이 포함돼야 하며, 자살 위험의 배경 정보를 제시하고, 도움을 줄 수 있는 기관을 공지하고, 자살 경고 징후에 대해 사회적으로 여론을 환기시켜야 한다고 권고하였다.[22)]

결론

독일, 오스트리아, 스위스의 독일어권 국가들은 자살을 중요한 사회적 문제로 인식하고 있다. 이에 따라 각국의 언론평의회에서는 언론 규약 혹은 지침에 자살보도 규정을 명시하였다. 독일어권 국가들의 자살보도 규정은 기본적으로 신중 보도의 의무를 강조하는 것이고, 이것은 개인의 인격권을 보호하고 모방 자살을 예방하는 데 그 목적을 두고 있다.

자살보도에 대한 중재 혹은 제재 역시 이러한 기준에 근거하여 인격권 보호를 위해 자살자의 개인 정보 공개를 금지하고 있으며, 모방 자살의 예방을 위해 자세한 묘사를 제한하고 있다. 그리고 각국의 자살보도 권고안은 전국 단위의 자살예방 기관에서 작성하여 적용되고 있는데, 언론평의회에서 규정한 신중 보도에 대한 구체적 기사 작성 요령을 제시하고 있다.

결론적으로 독일어권 국가들의 자살보도는 자세하게 보도하지 말고, 정확하게 보도하는 것에 초점을 맞추고 있다. 이러한 기준은 자살이라는 정신적 병리이자, 사회적 문제를 다루는 독일어권 국가들의 언론 지침으로 자리하고 있다. 신중한 보도를 통해 자살에 대한 사회적 해결책을 모색하는 이들 국가의 언론 지침과 보도 권고안이 한국 사회와 언론에 기여하길 기대해본다.

22) Intiative zur Prävention von Suizid in der Schweiz, Medien und Suizid: ein Leitfaden für Medienschaffende, IPSILON.

언론계 결단을 기대하며

글. **고영재**
한겨레신문 시민편집인

언론은 진실의 기록이다. 그러나 그 위대한 명제를 구현하는 길은 험난하다. 언론사엔 독자나 시청자들의 불만과 항의가 쏟아져 들어온다. 〈한겨레〉도 예외가 아니다.

"기사가 재미없다. 여당을 좀 더 신랄하게 비판하라. 무작정 정부를 비판하는 것 같아 아쉽다. 제보했는데 기사로 다루지 않아 섭섭하다. 광고 지면이 넓다. 맞춤법 원칙에 어긋나게 표기됐다. 기사 내용이 사실과 다르다."

하지만 문제는 '사실과 다른 내용'이 담긴 기사다. 이는 '언론중재'의 대상이 된다. 언론중재는 보도 피해자의 당연한 권리다.

디지털 시대 언론에 보도된 기사의 파문은 널리 퍼져간다. 괴물 인터넷의 '탐욕'에는 끝이 없다. 인터넷은 시공을 초월해 거의 무한대의 정보를 축적하며, 이를 토해낸다. 진실과 다른 보도의 피해 또한 커질 수밖에 없다. 언론의 사회적 책무를 다시금 곱씹어 볼 때다.

언론이 송두리째 불신당하는 시대다. 시대의 소명을 다하지 못한 언론 스스로 불러들인 불행이다. '세월호'는 대한민국의 뿌리 깊은 모순과 부조리, 부패를 상징한다. 이는 곧 한국의 언론이 죽어있었음을 의미한다. 언론을 시대와 사회의 '소금'으로 자타가 인정하는 터다.

'세월호'는 박근혜 정부와 한국 정치, 한국 언론의 현주소를 그대로 보여주는 거울이기도 하다. 박근혜 대통령은 '세월호'를 한 마디로 '적폐'의 결과라고 진단했다. 틀린 말은 아니다. 그러나 그 무덤덤한 말투가 던지는 '무책임'의 느낌이 안타깝다.

세월호 참극 이후 정치권이 보여준 모습도 실망스럽기 짝이 없다. 참극 이후 공동책임자로서 머리를 조아렸던 태도는 간데없다. 온 국민의 충격과 상처를 치유하려는 진심어린 노력은 없다. 부질없는 논란만 무성하다.

'세월호' 참극 이후 언론이 보여준 보도 행태도 '적폐' 바로 그것이었다. 언론은 전대미문의 참극을 예고하는 사고 발생을 알리는 첫 보도부터 사실을 정확하게 전하지 못했다. 탑승객, 구조 승객의 숫자조차 오락가락했다. 구조작업 과정에

서도 언론은 한가하기만 했다. 구조시늉만 하다 그친 해경만큼이나. 3백 명의 생명이 걸린 '골든타임'을 허망하게 놓친 해경의 무능과 실수를 지적한 언론은 없었다. 대형 선단과 대규모 인력을 동원해 구조에 나서고 있다는 당국의 발표를 옮겨 적는 데만 바빴다. '한국 사회의 해묵은 부조리가 빚어낸 구조적 참극'이라는 때늦은 진단은 '사후약방문'이었다.

반면 '유병언 때리기'에는 발 벗고 나섰다. 하늘을 찌르는 민심의 분노를 돌리려는 정부의 꼼수 전략이 통하고 있다는 관측도 나올 법했다. 사고 해운사의 경영을 사실상 쥐락펴락했다면 그는 도덕적 · 법적 책임을 면할 수 없다. 그러나 그 법적 책임의 한계를 규정하는 문제는 그렇게 간단치 않다. 결국, 사법부가 그 마지막 선을 결정할 것이다. 그러나 보도는 지레 그에게 무한책임을 요구하는 듯했다. 그의 대규모 인력이 동원된 검거작전 보도는 한편의 '첩보드라마'였다. 유병언 보도는 또 다른 유형의 언론 일탈 사례로 비판받을 여지가 있다. 균형감각은 언론의 핵심 덕목 가운데 하나다. '사실이라도 진실을 왜곡할 수 있다.'

한국 언론은 굴곡의 역사, 왜곡의 역사를 지니고 있다. 분단의 모순과 군부 독재, 그리고 상업주의의 유산이다. 굵직한 오보 사건 사례가 그 생생한 증거들이다.

○○일보는 1986년 11월 '김일성 피격설'을 단독 보도했다. 그 이틀 후 그의 사망을 단정하는

보도를 내보냈다. ○○일보는 스스로 '세계적 특종'이라며 환호했다. 그러나 다음날 김일성의 생존 사실이 확인됐다. 세계적 특종은 '세계적 망신'으로 마무리됐다. 이 오보는 당시 주일 특파원이 일본 정보원에게서 들은 부정확한 정보를 확인과정을 거치지 않고 활자화한 데서 비롯됐다.

○○일보의 오보는 거기서 그치지 않았다. 국내 언론은 모조리 ○○일보의 안보 상업주의에 무릎을 꿇었다. ○○일보의 오보를 그대로 옮겨 보도한 것이다. 분단의 상처, 냉전의 상흔이 얼마나 깊었는지를 보여주는 상징적인 오보 사건이다.

권력이 언론을 손아귀에 쥐었을 때 어떤 일이 벌어질 수 있을까. 1986년 10월 31일 한국 언론이 그 해답의 하나를 보여줬다. 이날 한국의 모든 매체는 '북한의 물 폭탄 위험성'이라는 충격적인 뉴스를 전했다. '북한이 금강산댐을 건설해 폭파시킬 경우, 서울 여의도 63빌딩까지 물에 잠길 수 있다.' 언론들은 가상 시나리오에 정교한 도표와 그림을 곁들이는 친절을 베풀었다.

이 오보는 거액의 예산이 투입됐지만 아무 쓸모 없는 평화의 댐 건설의 계기가 됐다. 당시 국민 성금만 744억 원이 걷혔다. 군부독재 정권과 그 충실한 협력자 언론이 합세해 전 국민을 바보로 만든 셈이다.

〈○○○신문〉도 의미심장한 오보 사례를 남겼다. 93년 10월 서해 페리호 침몰사건 때다. 서해페리호 사건도 3백 명 가까운 희생자를 남긴 참사였다. 〈○○○신문〉은 '백 선장(페리호 선장)이 살아 있다'는 특종을 보도했다. 자취를 감추었다는 선장은 며칠 후 배에서 숨진 채 발견됐다. 고인의 명예와 선장 유가족들 마음의 상처는 회복할 길이 없었다. 현지 주민의 말에 대한 확인 과정을 거치지 않은 게 화근이었다.

이 오보는 무모한 속보경쟁의 폐해를 여실히 보여준다. 속보경쟁은 부정확한 정보를 양산할 수밖에 없다. 정보 홍수 시대에 정통 언론의 존재의의이자, 디지털 문명의 거센 파도를 이겨낼 길은 정보의 정확성이다. 무의미한 속보경쟁은 오늘도 계속되고 있다. '세월호' 참사 보도과정에서 빚어진 오류도 그 결과다.

세상은 변했다. 적어도 형식적 민주주의는 확보된 상황이다. 군부의 철권통치 시절의 노골적인 언론탄압도 없다. 그럼에도 언론에 대한 시민들의 불신은 어느 때보다 높다. 다양한 얼굴의 '불량 상품'을 시장에 내놓는 탓임은 두말할 나위가 없다. 저널리즘의 원칙은 존중받지 못하고 있다. 진실과 정의를 추구한다는 언론사들의 사시는 내팽개쳐지고 있다. 언론의 본분, 나라의 장래 따위에 대한 고뇌는 없다. 인간에 대한 따뜻한 시선도 사라졌다.

언론은 시대의 거울이다. 언론에는 한 사회의 시대상이 고스란히 담겨 있다. 한 사회의 '의미 있는' 모든 것들이 거기에 담긴다. 그 기록은 기록 자체로 끝나지 않는다. 그 기록은 독자, 또는 시청자들에게 영향력을 행사한다. 언론 소비

자들은 자신도 모르는 사이에 세뇌된다. 언론 정신은 시대의 정신을 결정하는 데 주요 변수로 작용하게 마련이다. 병든 언론은 병든 사회를 만들 수 있다.

한국 언론의 결단이 절실히 요구되는 시점이다. 언론에 부여된 사회적 책무에 대한 철학, '하자' 없는 물건을 시장에 내놓겠다는 장인 정신, 인격의 존엄성에 대한 신념을 가다듬고 독자들과 화해를 시도할 때다. '진보 언론', '보수 언론' 허울 좋은 간판은 서둘러 폐기하는 게 마땅하다. 자칫 언론이 언론소비자들의 집단저항에 부딪힐 위험성도 있다. 언론 산업 자체가 '리콜 상품'이 돼 폐기당할 운명에 놓인 지도 모른다.

젊은이들이 대거 전통 언론 매체에 등 돌리는 현상을 눈여겨 볼때다. 디지털 문명 탓으로만 치부할 일이 아니다. 언론이 활력을 잃을 때 사회적 활력을 기대할 수 없다. 언론의 죽음은 시대의 몰락으로 이어질 수 있다.

소비자단체가 10년 넘게 운영중인 자율분쟁조정위원회를 소개합니다

글. **박형연**
변호사, 자율분쟁조정위원회 위원장

시작하며

정말로 ADR의 시대가 된 것 같다. 곳곳에 다양한 분야에 자율분쟁조정기구가 생기고 있다. 내가 몸담은 소비자단체협의회 자율분쟁조정위원회는 2003년 12월에 생겼다. 상당한 역사와 내공을 지닌 우리 입장에서는 요즘 우후죽순처럼 생기고 있는 자율분쟁조정기구의 탄생이 한편으로는 기쁘면서도 한편으로는 우려도 된다. 모든 정부기관과 민간단체들이 관련 분야에서 자율분쟁조정기구가 필요해서가 아니라 유행처럼 내 식구 챙기자는 기분으로 만드는 것이 아닐까 반성도 해볼 일이다.

기쁜 것은 어쩔 수 없이 앞으로의 대세는 법원의 판결이 아닌 대체적 분쟁해결방식(Alternative Dispute Resolution)이 될 것이기 때문에 우리 사회가 그 시대의 흐름을 잡아내고 있다는 안도감이다. 분쟁해결방식에 정답은 없다. 예전에는 판결이라는 한칼로 승자와 패자를 정해주는 방식을 선호하였으나, 이제는 서로 양보하고 타협하는 조정과 중재와 같은 방식이 선호되는 세상이 된 것이다. 리스크를 줄이자는 합리주의를 선호하게 된 것이다.

우려는 분쟁해결방식으로써 재판이 줄면서 ADR이 늘어나야 하는데 재판은 줄지 않으면서 다양한 ADR이 문제의식 없이 마구 생기는 것은 아니기를 바라는 노파심일 것이다. 요즘은 법원에서도 조정을 강조하고 있다. 예전에는 재판을 하다가 중간에 조정에 회부하였는데 요즘에는 조기조정이라고 하여 초기 단계에

서 조정에 회부하여 국민들에게 우선 조정과 합의의 시도가 원칙이라는 의식 확산을 꾀하고 있는 것은 환영할만하다. 우리도 2014년 서울중앙지방법원의 연계조정기관이 되어 조기조정에 동참하고 있다. ADR에 관여하는 우리 모두 재판을 줄이면서 조정을 늘이는 것에 노력하여야 할 것이다.

우리 위원회의 설치와 구성

우리는 소비자분쟁을 조정하는 민간조정기구로 2003년 7월 29일 소비자보호법(현 소비자기본법) 제19조 2에 자율적 분쟁조정 조항이 신설됨에 따라 2003년 12월 30일 소비자단체의 협의체인 사단법인 한국소비자단체협의회에 설치되었다. 조정위원은 위원장 1인을 포함하는 40인 이내의 비상임위원으로 구성되며, 변호사, 공정거래위원회 또는 시도에 등록된 소비자단체의 대표, 각 분야 사업자대표(온라인쇼핑, 상조, 자동판매기, 다단계분야 등), 각 분야 전문가대표(법학, 소비자학, 경영학 등) 등이 조정위원으로 활동하고 있다. 현재 위원은 모두 37명이다.

변호사	전문가대표	사업자대표	소비자대표	계
16	5	6	10	37

사건의 접수와 조정절차

공정거래위원회, 시 · 도지사, 시장, 군수, 구청장, 시 · 도에 등록된 소비자단체가 합의를 권고하였음에도 합의가 이루어지지 아니하는 경우 자율분쟁조정위원회에 조정을 신청할 수 있다. 소비자기본법 외에 방문판매에 관한 법률, 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률, 할부거래에 관한 법률에 자율적 분쟁조정에 관한 개별근거규정이 있어, 주로 방문판매, 다단계판매, 계속거래, 전화권유거래, 전자상거래, 선불식 할부거래와 같은 특수판매유형의 사건들이 많이 접수된다. 과거에는 위와 같은 기관에서 보내주는 사건이 많았는데 요즘에는 직접 청구되는 사건들이 늘고 있다.

조정신청사건이 접수되면 분쟁조정위원회 사무국은 조정 전 절차로써 신청인과 피신청인 및 기타 이해관계인의 진술을 청취하고 소명자료 등의 증거자료를 수집하며, 필요한 경우 시험검사 및 전문가 자문 등의 과정을 통해 사실관계를 조사한다. 조정절차 이전에 양 당사자에게 합의 · 권고를 하게 되는데, 이때 합의가 이루어지면 위원장은 당사자의 의사를 확인한 후 사건을 종결하게 된다. 위원장인 내 입장에서는 이러한 사무국의 노력으로 종결되는 사건이 늘어나는 것이 바람직하다고 생각하고 있기에, 사무국 직원들의 처우와 전문성을 늘이고 싶은 마음이 굴뚝같으나 소비자단체 직원들의 급여와 처우가 좋지 않아 그것이 늘 안타깝다.

합의가 성립되지 않은 것은 조정위원회에 회부되고 보통 위원장을 포함한 5명의 위원이 안건을 심의하고 결정한다. 간단한 사건은 3명의 조정부를 구성하여 처리하기도 한다. 결정된 조정안은 사업자 및 소비

자에게 서면으로 통보되며, 양 당사자가 조정안을 송달받은 날로부터 15일 이내에 조정결정서에 기명날인함으로써 조정이 성립되는데, 이것은 민법상의 화해와 동일한 효력이 있다. 다만 양 당사자가 조정안을 송달받은 날로부터 15일 이내에 수락거부의 의사를 표시하거나 조정안을 수락하는 의사표시를 하지 아니한 때에는 조정이 성립되지 않게 된다.

10년간 자율분쟁조정사건의 추이와 변화

우리가 10년이 넘는 역사를 지니고 있다 보니 그 통계를 통해 자율분쟁조정위원회에 어떤 사건을 담당하고, 어떻게 발전 · 변화했는지 한눈에 볼 수 있다.

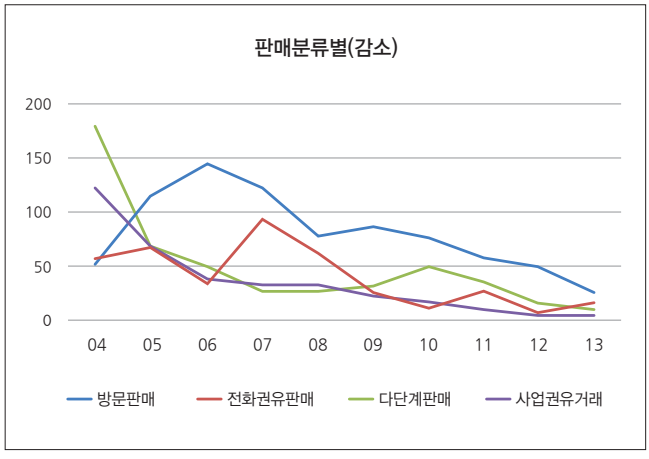
(1) 의뢰기관별 접수사건 추이

기관별 접수현황을 보면 2004년 설립 첫해에는 공정위 · 지자체 및 시 · 도에 등록된 소비자단체에서 의뢰하는 사건이 접수사건의 98%가량을 차지하였던 반면, 다음 해부터 점차 그 비중이 줄어들어 2012년도에는 46%, 2013년도 3/4분기 현재는 약 40%에 그쳤다. 반면 직접신청사건의 비율은 2013년 현재 약 60%에 달하여 점차 소비자가 직접 분쟁조정을 신청하는 비율이 높아지고 있다. 특히 2006년을 기준으로 직접신청사건의 접수가 급격히 늘어나 50% 이상을 차지하게 되었는데 그 이유는 2005년 말에 자율분쟁조정위원회 홈페이지(http://www.amco.or.kr)가 구축되어 온라인 상담신청 및 온라인 사건접수가 증가하였기 때문으로 보인다.

(2) 판매분류별 접수사건 추이

2004년 첫해에는 다단계판매가 전체 사건의 약 39.8%를 차지하였고, 이어 사업권유거래가 전체의 약 27.2%를 차지하였다. 그러나 2005년부터 다단계판매와 사업권유거래 사건이 점차 감소하였는바, 이때부터 이 분야에 대한 본격적인 소비자 피해 방지 시책이 실시되어 소비자피해가 감소하였기 때문으로 추정된다.

2005년부터 2007년까지는 방문판매가 가장 높은 비중을 보였으며, 상대적으로 다단계판매나 사업권유거래의 비중은 그 이후로 꾸준히 줄어들었다. 이는 다단계판매 분야에서 법적 요건이 까다로워짐에 따라 상대적으로 진입 장벽이 낮고 초기비용이 많지 않은 방문판매 분야로 사업 전환이 많

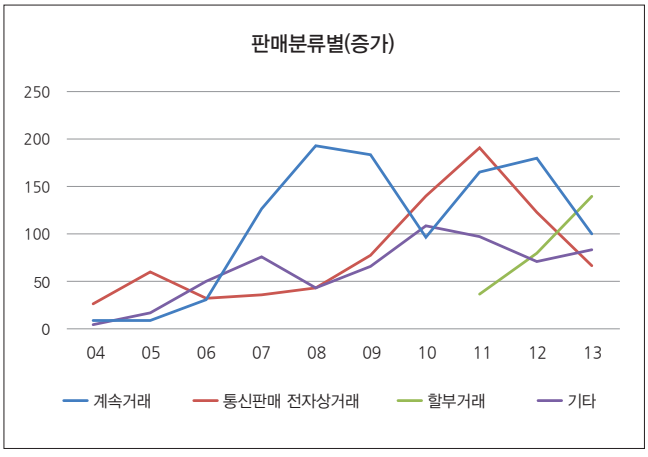


판매분류별 접수사건 추이(감소)

이 이루어진 것으로 보인다.

다단계판매나 사업권유거래의 경우 피해금액, 신청금액의 단위액수가 커서 신청금액 및 구제금액이 높았으나 다단계판매, 사업권유거래가 감소하면서 구제금액 총액도 함께 감소하였다.

반면 계속거래는 2007년 이후 지속적으로 상당히 높은 비중을 차지하고 있으며 기타 사건(특수거래 외 사건)의 접수도 꾸준히 증가하고 있다. 특히 2010. 3. 17. 할부거래에 관한 법률에서 상조업을 선불식 할부거래업으로 규율한 이후인 2011년 이후로 할부거래사건이 별도 항목으로 추가되었고 급속한 증가 추세를 보이고 있으며 2013년에는 전체 접수의 30%를 넘을 정도에 이르렀다. 통신판매 · 전자상거래 사건은 설립 초반보다는 많이 증가하였으나 2011년 이후로 감소 추세를 보이고 있다. 서울시 전자상거래센터, 전자문서 · 전자거래분쟁조정위원회, 콘텐츠분쟁조정위원회, 온라인광고분쟁조정위원회 등 전자상거래 분야에 특화된 분쟁조정기구들이 많이 신설되었기 때문으로 보인다.



판매분류별 접수사건 추이(증가)

(3) 처리결과별 사건 추이

접수된 전체 사건 가운데 조정회부 전 사무국 사실조사단계에서 합의가 이루어지거나 조정에 회부되어 양 당사자가 조정결정을 수락한 경우(사건 접수 후 상담으로 종결된 사건은 제외)는 평균 66.9%로 나타났으며, 조정까지 가지 않고 사무국 단계에서 합의에 이른 사건(상담 종결 사건 제외)은 평균 55.7%인 것으로 나타났다. 전체 처리 사건 중 조정에 회부되는 비율은 평균 13.7%였으며, 조정 결정에 대한 수락률은 평균 56.2%로 나타났다.

우리 자율분쟁조정위원회의 강점

현재 자율분쟁조정위위원회는 소비자 분야의 국내 유일한 순수 민간조정기구이다. 우리 기구에 대한 소개요청을 받을 때 사례 중심으로 소개하여 달라고 하여 처음에는 우리가 처리한 사건 중에 특이한 사건을 소개할까 하다가 방향을 바꾸었다. 그 이유는 나 자신이 조정위원으로, 지금은 위원장으로 많은 조정(서울중앙지방법원 조정위원이기고 하고, 전자거래분쟁조정위원이기도 하다)을 담당하면서 우리 기구에 대하여 느낀 바를 공유하는 것이 더 의미 있다고 생각했기 때문이다.

우리 기구는 한국소비자원의 분쟁조정위원회의 결정이 재판상 화해의 효력을 지닌 것과 대비적으로 민법

상의 화해 효력밖에 없다. 그것이 항상 우리들의 불만이었다. 그런데 위원장으로 많은 조정을 담당하고, ADR에 대하여 관심을 가지고 느낀 것은 우리의 부족한 힘(화해의 효력만 주는 것)이 도리어 조정에는 도움이 될 수 있다는 역설이다. 우리나라 사람들은 격하게 대립하다 보니 조정위원들은 결국 조정하는 것이 아니라 판결하려는 경향이 농후해진다. 그런데 사실 그것이 조정기관의 역할은 아니다. 그것은 원래 조정의 정신에는 어긋나는 것이다. 그런데 우리 기구의 경우에는 자율적인 조정 이외에는 방법이 없기 때문에 대립당사자의 의사를 조율하고 조정하는데 더 큰 노력을 기울일 수밖에 없다. 그것이 도리어 우리 기구가 10년을 넘고서도 건강하게, 씩씩하게 역할을 담당하는 이유라고 생각한다. 다른 조정기구에서도 힘없는 조정의 역설을 명심하기 바라면서 우리 기구의 소개를 마친다.

공정한 언론

선거기사심의위원회가 함께합니다

[선거기사심의위원회는
공정한 선거보도를 위해 이런 일을 합니다.]

선거기사의 공정성 여부를 심의합니다.

언론중재위원회는 공직선거법에 따라 임기만료에 의한 선거의 경우 예비후보자등록신청개시일 전일, 보궐선거 등의 경우에는 선거일 전 60일(선거일 전 60일 후에 실시사유가 확정된 보궐선거 등의 경우에는 그 선거의 실시사유가 확정된 후 5일)부터 선거기사심의위원회를 설치하여 선거일 후 30일까지 운영합니다. 선거기사심의위원회는 신문과 잡지 등 정기간행물 및 뉴스통신에 보도된 선거기사의 공정성 여부를 심의하여 불공정 보도라고 판단될 경우 사과문, 정정보도문, 경고결정문 등의 게재 또는 주의, 권고 등의 결정을 내립니다.

"2014년 하반기 재 · 보궐선거 (선거일 : 2014년 10월 29일)
선거기사심의위원회는 2014년 8월 30일부터 2014년 11월 28일까지 운영됩니다."

불공정 보도로 인한 선거후보자의 피해를 구제할 수 있도록 도와드립니다.

선거에 출마한 후보자나 후보자가 되고자 하는 자는 선거기사 내용이 불공정하다고 인정되는 경우 선거기사심의위원회에 그 시정을 요구할 수 있습니다. 선거기사심의위원회는 지체없이 이를 심의, 의결하여 시정요구가 이유 있다고 판단될 때 사과문, 정정보도문, 경고결정문 등의 게재 또는 주의, 권고 등의 결정을 내리고, 시정요구 사항이 이유 없다고 판단될 경우 기각, 각하 등의 결정을 내립니다.

선거후보자와 언론사의 반론보도청구회부사건을 심의합니다.

선거기사로 피해를 받은 후보자(정당의 경우 중앙당)는 언론사에 반론보도문의 게재를 청구할 수 있으며, 당사자간 협의가 성립되지 않은 경우 후보자나 언론사는 선거기사심의위원회에 이를 회부할 수 있습니다. 선거기사심의위원회는 회부받은 때부터 48시간 이내에 심의하여 인용 또는 기각, 각하 결정을 내립니다.

• 선거기사심의위원회 TEL 02-397-3151~4 FAX 02-397-3089
• 언론피해상담 02-397-3000 • 이메일상담 counsel@pac.or.kr • 온라인상담 http://people.pac.or.kr

국민과 언론을 이어주는-
언론중재위원회

2014 Korea International Conference PAC

2014 언론중재위원회 국제컨퍼런스

The New Era of Freedom do the Press

디지털 미디어시대의 언론자유의 새로운 지평

2014.11.12(WED) ~ 11.13(THU)

새로운 미디어 환경에서 언론보도와 분쟁해결에 관한 전문지식과 의견 공유를 위해
세계각국 전문가들이 한자리에 모이는 국제컨퍼런스를 개최합니다.

11.12. WED 10:30~12:30
플라자호텔 4층 메이플 홀

1세션 언론보도의 가이드라인, 누구를 위한 것인가?

| 사회자 | 박흥수 (강원정보문화진흥원장, 전 연세대학교 신문방송학과 교수)

01 언론의 피의사실 보도 행태 – 일본과 한국의 비교를 중심으로 | Tomoyuki Kataoka (일본, 변호사)

02 자살보도 윤리에 대한 오스트리아의 관점 | Alexander Warzilek (오스트리아, 언론평의회 이사)

03 중국 재난보도 현황 연구 | Zhou Yu Bo (중국, 인민망(인민일보 인터넷판) 한국지사장)

11.12. WED 14:30~16:30
플라자호텔 4층 메이플 홀

2세션 세계의 언론피해구제제도와 ADR 솔루션

| 사회자 | 박성희 (서울제8중재위원, 이화여대 언론홍보영상학부장)

01 인도네시아 언론평의회의 변화 | Christiana Chelsia Chan (인도네시아, 언론평의회 사무총장)

02 언론피해구제제도에서 옴부즈만의 역할, 언론평의회와 옴부즈만 간의 협력방안
| Tarmu Tammerk (에스토니아, 방송옴부즈만기구 대표, 공영방송사 옴부즈만)

03 한국의 언론조정중재제도 | 정준영 (한국, 특허법원 부장판사)

11.13. THU 10:30~12:30
프레스센터 19층 기자회견장

3세션 인터넷 미디어 환경에서의 새로운 이슈들

| 사회자 | 안착히 (중앙일보 글로벌협력팀장)

01 디지털 시대의 '잊혀질 권리' | 염규호 (미국, 오리건대 석좌교수)

02 신속성과 정확성 – 둘 중 무엇을 외면할 수 있나 | Balazs Weyer (헝가리, 편집자협회 회장)

03 중국의 디지털 미디어 관련 이슈들 | Chen Kaihe (중국, 북경대 신문방송학과 부교수)

| 컨퍼런스 접수 및 문의 | 컨퍼런스 홈페이지 http://conf.pac.or.kr T 02.397.3091~4 F 02.397.3069

언론중재위원회 Press Arbitration Commission