

뉴스 포털의 전제 기사 관련 댓글에 대한 책임 범위



 언론중재위원회
Press Arbitration Commission

인쇄 2015년 3월 26일
발행 2015년 3월 30일
등록 1981년 10월 14일
등록번호 서울중,바00002
발행인 박용상
편집인 권우동
발행 언론중재위원회
서울 중구 세종대로 124
(프레스센터빌딩 15층)
전화 02-397-3114
FAX 02-397-3049
www.pac.or.kr
디자인 · 인쇄 비주얼트랜드 02-517-5450

편집위원

심석태 SBS 뉴미디어부장
자성우 언론중재위원회 중재위원 / 성균관대학교 법학전문대학원 교수
최진순 한국경제신문 기자 / 건국대학교 언론홍보대학원 겸임교수
황용석 건국대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수

* 본지는 집지윤리실천강령을 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.

언론 중재

Vol. 134

Spring 2015



언론중재위원회
Press Arbitration Commission

언론 중재

Spring 2015

CONTENTS

Focus on Media

06 세월호 사건 1년, 우리 언론에 남겨진 문제들

- 언론조정을 통해 본 세월호 보도 _김동규
- 세월호 보도에 나타난 기사 어뷰징 양상과 법적·윤리적 이슈 _최진순
- 종교를 다루는 저널리즘, 그 쟁점과 딜레마 _박진규

판례토크

46 인터넷에 '맛 없는 집'이라고 쓸 경우 명예훼손이 성립할까? _김기중

사건 속 법률

50 풍자와 모욕 사이, 사를리 앱도 만평 _전학선

Movie with Legal Mind

60 마크 주커버그도 피할 수 없었던 법정 분쟁, 〈소셜 네트워크〉 _김주연





디지털 시대의 미디어 이야기

- 66 신생 미디어 플랫폼을 통한 뉴스소비와 인격권 보호 _이승선

해외통신원 기고

- 78 일본의 특정비밀보호법과 언론의 자유 _이진석

주목할 만한 판결

- 86 뉴스 포털의 전제 기사 관련 댓글에 대한 책임 범위
(유럽인권재판소의 Delfi AS v. Estonia 판결에 대한 평석) _김재협

고충처리 노트

- 92 언론중재 '양다리'의 괴로움 _김상우



김동규

건국대학교 신문방송학과 교수
언론중재위원회 서울제8중재부 중재위원

언론조정을 통해 본 세월호 보도

1. 문제제기

2014년, 한국사회의 공공성 위기를 단적으로 보여준 세월호 사고 이후 언론보도가 쏟아졌고, 이에 대한 언론조정 신청 또한 단일 사건 기준 역대 최다를 기록하였다.

주지하다시피 세월호 사고 보도는 검증 없는 받아쓰기나, 무분별한 속보경쟁 등 한국 언론의 많은 문제점을 수면 위로 떠오르게 하는 사건이었다. ‘안산 단원고 학생 전원구조’ 속보 자막을 시작으로 ‘정부 육해공 총동원 구조작업’, ‘세월호 내부 진입성공’ 등 잇따른 오보는 언론의 신뢰를 크게 추락시켰으며 급기야는 기자와 쓰레기를 합친 ‘기레기’라는 오명까지 낳았다.

그러다보니 대량 오보와 미확인·불확실한 보도, 경쟁보도, 자극적 보도, 무책임한 보도, 한풀이식 보도였다는 사회적 비판과 함께 ‘저널리즘의 침몰’이나 ‘새로운 옐로우 저널리즘의 도래’라는 극단적인 평가에 직면하였다.

주목할 점은 언론계 스스로도 이런 비판을 인정하고 있다는 점이다. 예를 들어 한국기자협회가 지난해 전국 기자 303명을 대상으로 한 조사 결과를 보면, ‘전원 구조 오보’ 등의 언론 보도도 세월호 사고의 책임에서 자유롭지 못하다는 지적에 대해 ‘적극 동의한다’ 56.8%, ‘조금 동의한다’ 33.7% 등 총 90.5%가 동의한다고 응답했다.¹⁾ 나아가 취재와

1) 김성후(2014. 8. 13.), “기자 90.5% “언론, 세월호 참사에서 자유롭지 못해””, 〈한국기자협회보〉 <http://www.journalist.or.kr/news/article>

보도 현장 방송기자들의 모임인 방송기자연합회도 자체 연구팀인 저널리즘 특별위원회 산하에 재난보도 연구 분과를 구성, 보도내용을 분석한 바 있다. 세월호 관련 방송뉴스를 분석한 결과, ① 정부 발표 자료에 대한 사실 확인이 부족한 받아쓰기식 보도, ② 피해자 가족들을 고려하지 않은 비윤리적·자극적·선정적 보도, ③ 검찰 수사 후 유병언과 구원파에 쏠린 본질 희석식 보도 등 여러 문제점을 유형화하여 제시하였다.²⁾

그런 이유인지는 모르지만 언론중재위원회에 정정 및 반론보도 및 손해배상을 신청하는 조정건수 또한 급증하였다. 특히 특정 종교집단의 정보보도 및 손해배상 청구를 중심으로 한 조정신청이 대대적으로 이루어짐으로써 행정 차원에서 ‘업무 마비’로 표현될 만큼 업무의 과부하 현상이 발생하기도 하였다.

여기서는 이제 마무리 단계에 있는 세월호 관련 언론조정의 실태를 정리, 유형화하여 살펴보고 그 함의를 따져봄으로써 추후 심도 있는 언론 및 언론 조정 논의의 출발점으로 삼고자 한다.

2. 세월호 보도 관련 조정 실태

(1) 조정청구현황

2014년 언론중재위원회에 청구된 조정건수는 총 19,048건으로 2013년 2,433건 대비 무려 16,615건이나 증가했다. 아래 <표 1>의 최근 5년간 조정청구현황을 살펴보면, 위원회 조정사건 청구건수는 2010년 2,205건을 시작으로 4년 연속 2,000건이 넘는 수치를 보여 왔다. 그에 비해 2014년에는 이러한 수치의 평균에 7~8배에 달하는 조정건수를 기록했다.

<표 1> 최근 5년간 조정청구현황

(2010. 1. 1.~ 2014. 12. 31.)

구 분 \ 연 도	2010	2011	2012	2013	2014
청구건수	2,205	2,124	2,401	2,433	19,048
전년대비 증감	632	-81	277	32	16,615

이러한 증가는 세월호 관련 조정청구에서 기인했다. 2014년 조정청구건수 총 19,048건 중 세월호 관련 청구건수는 16,554건에 달해 전체 청구건수 중 86.9%의 비중을 보인다. 이들 청구건수 중 기독교복음침례회(교단) 및 유병언 전 세모그룹 회장 유족 측 청구건수가

2) 방송기자연합회(2014), <세월호 보도, 저널리즘의 침몰 - 재난보도의 문제점과 개선방안>, 저널리즘 연구시리즈3

200여 개 주요 매체 대상 16,117건(97.4%)으로 세월호 관련 조정사건의 거의 대부분을 차지하고 있다. 세월호 관련 조정사건을 제외한 나머지 조정사건(이하 ‘일반사건’이라 한다)은 2,494건으로 2014년 총 조정청구건수의 13.1%에 그쳤다. 요약하면 첫째, 2014년 언론 조정신청은 전년대비 기록적 증가를 나타냈고, 둘째, 조정청구의 대부분을 세월호 관련 기독교복음침례회와 유 전 회장 유족 중심의 조정신청이 차지한다는 것이다.

이들 세월호 관련 조정사건을 청구권별, 매체유형별 그리고 법익침해유형별로 나누어 그 특징을 살펴보면 다음과 같다.

우선 세월호 관련 조정사건의 청구권별 현황을 살펴보도록 하겠다. <표 2>에 나타난 바와 같이 정정보도청구가 11,564건으로 전체의 69.9%이며 그 다음은 손해배상청구가 4,934건으로 29.8%를 차지하였다. 반론보도청구는 56건으로 0.3%였다. 여기서 특징적인 점은 정정보도 및 손해배상 청구가 많은 비중을 차지한다는 점이다. 기독교복음침례회 및 유병언 전 세모그룹 회장 유족 측의 대량청구 부분에서도 정정보도청구가 11,447건 및 손해배상청구가 4,670건 등 높은 비율을 나타낸다. 이들 신청인들(기독교복음침례회 및 유 전 회장 유족)이 정정보도 및 손해배상 청구를 통해 오보로 인한 피해의 회복을 적극적으로 도모하였으나, 대부분이 정정 및 반론보도를 게재하는 것으로 종결되었고 실제 손해배상금 지급으로 분쟁이 종결된 사안은 없었다는 점도 눈여겨 볼 만하다.

<표 2> 2014년 세월호 관련 조정사건의 청구권별 현황

(2014. 1. 1. ~ 2014. 12. 31.)

청구명 \ 연 도	2014
정 정	11,564 (69.9)
반 론	56 (0.3)
손 배	4,934 (29.8)
계	16,554(100.0)

* () 안의 숫자는 %

다음으로 세월호 관련 조정사건의 매체유형별 청구현황은 <표 3>과 같이, 인터넷신문이 7,108건(42.9%)으로 가장 많았고, 그 다음으로 인터넷뉴스서비스가 3,865건(23.3%), 방송 3,539건(21.4%), 일간신문 1,032건(6.2%), 뉴스통신 977건(5.9%) 등의 순으로 나타났다. 여러 매체 중에서도 인터넷신문, 인터넷뉴스서비스, 방송 3개 매체에 대한 청구가 전체의 87.7%를 차지하여 이들 매체가 세월호 보도 관련 언론조정 주요 대상이었음을 보여준다. 구체적으로는 거의 동일한 기사를 반복적으로 올리는, 이른바 ‘어뷰징’ 기사가 많았던 인터넷신문과 인터넷뉴스서비스 매체, 그리고 생방송 뉴스와 토론 프로그램이 많았던 방송 매체의 조정청구가 많았다.

〈표 3〉 2014년 세월호 관련 조정사건의 매체유형별 청구현황

(2014. 1. 1. ~ 2014. 12. 31.)

매체유형	연도	2014
신문	일간신문	1,032 (6.2)
	주간신문	19 (0.1)
방 송		3,539 (21.4)
잡 지		14 (0.1)
뉴스통신		977 (5.9)
인터넷신문		7,108 (42.9)
인터넷뉴스서비스		3,865 (23.3)
계		16,554 (100.0)

* () 안의 숫자는 %

또한 〈표 4〉 2014년 세월호 관련 조정사건의 법익침해유형을 살펴보면, 명예훼손으로 인한 청구가 16,403건으로 전체의 99.1%를 차지했으며, 초상권 침해와 음성권 침해는 각각 150건, 1건씩 청구되어 1% 미만을 차지하였다. 한편, 명예훼손으로 인한 조정청구 전체 16,403건 중 16,117건이 기독교복음침례회 및 유병언 전 세모그룹 회장 유족 측의 청구였으며, 초상권 침해로 인한 손해배상청구 역시 150건 중 149건이 해당 교단 신도들에 의한 것으로 청구 수의 거의 전부를 차지했다.

〈표 4〉 2014년 세월호 관련 조정사건의 법익침해유형별 청구현황

(2014. 1. 1. ~ 2014. 12. 31.)

법익침해유형	연도	2014
명예훼손		16,403 (99.1)
초상권 침해		150 (0.9)
음성권 침해		1 (0.0)
계		16,554 (100.0)

* () 안의 숫자는 %



(2) 조정사건 처리결과

그렇다면 막대한 규모의 조정 신청에 대한 심리는 어떻게 처리되었는가?

〈표 5〉 2014년 세월호 관련 조정사건의 처리결과를 보면, 심리 전 취하가 14,566건(88.0%), 심리 중 취하가 766건(4.6%)으로 취하가 전체 처리결과 의 92.6%를 차지한다. 그 이외에 조정성립 339건(2.0%), 조정불성립결정

723건(4.4%), 직권조정결정 63건(0.4%), 기각 60건(0.4%), 각하 37건(0.2%)으로 나타났다. 한편 신청효율은 91.5%로 나타났다.

처리결과에서 나타난 특징은 세월호 관련 조정사건의 경우, 최근 3년(2011-2013) 조정사건에 비해 심리 전 취하가 전체 처리결과에서 차지하는 비중이 매우 높다는 점이다. 2011년, 2012년, 2013년 3개년 동안 심리 전 취하가 전체 처리결과에서 차지하는 비율은 모두 20%대였으나, 2014년 세월호 관련 조정사건에서 심리 전 취하가 차지하는 비중은 88.0%에 이른다. 조정심리를 통해 조정이 성립된 건수가 339건으로 세월호 관련 조정사건의 처리결과 중 2.0%를 차지하는 것에 비추어 볼 때 매우 대조적인 수치이다.

또 다른 특징은 개별적으로 신청된 여러 신청건에 대해 당사자 간 합의에 따라 언론 사별로 일괄 처리하는 경우가 많았다는 점이다. 또한 일부 매체에서는 조정심리 전 <통합 정정 및 반론보도문> 등 신청인 측이 제시한 안을 바탕으로 당사자 간 합의를 거쳐 분쟁을 마무리 한 경우도 있었다.

실질적 피해구제 비율을 의미하는 신청효율의 경우, 91.5%로 예년과 비교했을 때 매우 높게 나타났다. 2013년 전체 조정사건에 대한 신청효율 77.6%에 비해 13.9%p 높은 수치이며, 이는 기독교복음침례회와 유 전 회장 유족 측이 신청한 조정사건 16,117건 중 취하된 15,245건이 대부분 정정 및 반론보도 게재 등으로 피해구제 되었기 때문이다.

〈표 5〉 2014년 세월호 관련 조정사건의 처리결과

(2014. 1. 1. ~ 2014. 12. 31.)

청구 건수	처 리 결 과									
	조정 성립	직권조정결정			조정 불성립 결정	기각	각하	취하		신청 효율
		동의	이의	계속				심리전	심리중	
16,554	339	50	13	－	723(10)	60	37	14,566 (13,934)	766 (731)	91.5%
%	2.0	0.3	0.1	－	4.4	0.4	0.2	88.0	4.6	

※ () 안의 숫자는 조정성립, 직권조정결정(동의) 외에 피해구제가 된 건수임

$$\text{※ 신청효율} = \frac{\text{신청유효건수(조정성립+직권조정결정 중 동의+그 외 보도 등 피해구제된 건*)}}{\text{전체 조정청구건수-(계속 · 기각 · 각하 · 계류)}} \times 100$$

* 신청접수 후 심리실 외에서의 당사자 사이의 합의 또는 중재부의 권유에 따라 이루어진 정정보도, 기사삭제 등을 의미함

3. 조정 사례를 통해 본 세월호 보도

앞서 통계 자료에서 나타난 바와 같이 세월호 보도 관련 분쟁과 언론조정 신청의 핵심은 특정 종교단체가 조직적 차원에서 정정보도 및 손해배상 청구를 했다는 데 모아진다. 특히 신청인들의 손해배상에 대한 의지가 강하게 표출된 것이 특징이다. 그리고 조정 과정에서 언론의 사실 확인 미흡, 과장보도, 오보 등이 가져온 명예훼손과 초상권 침해 등이 단골 이슈였다.

이번 언론조정심리 과정에서 반복적으로 나타나거나 논란이 되었던 사례 몇 가지를 소개하면 다음과 같다.

사례1

기독교복음침례회 및 유병언 전 회장 유족 측의 대량청구 사안

유병언 전 세모그룹 회장과 유 전 회장이 관여한 종교단체로 알려진 기독교복음침례회(세칭 구원파) 2014년 4월 16일 세월호 침몰 사고가 발생한 이후 사고 책임을 둘러싼 각종 의혹 보도에 대해 대량으로 언론조정을 신청했다. 신청건수로 보면, 유병언 전 회장 사망 이후 조정신청을 개시하여 그의 유족인 부인이 11,306건을, 기독교복음침례회가 4,811건을 각각 신청했으며 대상 매체는 약 200여 개이다.

유 전 회장의 부인인 권윤자 씨와 기독교복음침례회는 유 전 회장이 세월호 실소유주이며, 유 전 회장이 구원파를 설립했고, 금수원이 유 전 회장의 소유라는 보도와 세월호 이준석 선장을 비롯한 청해진 해운 소속 직원 상당수가 구원파라는 보도, 그리고 유 전 회장의 정치적 망명설 및 정권 유착설과 로비설 보도, 구원파가 오대양 사건과 연관이 있다는 등의 보도에 대해 주로 조정을 신청했다.

유 전 회장 부인과 기독교복음침례회 측 조정청구 처리현황을 살펴보면, 조정성립 250건, 조정불성립 610건에 비해 취하는 15,245건으로 나타났다. 이는 대부분의 언론사가 정정 및 반론보도 게재, 혹은 기사삭제를 하는 것으로 신청인과 합의를 하였고 이에 따라 신청인이 이 조정신청을 취하하였기 때문이다.

신청인 측에서는 '통합 정정 및 반론보도문'을 제시하며 언론사가 해당 보도문 내용을 1회 게재하고 신청인 측에서 요구하는 각 기사 목록 하단에 해당 보도문을 링크하는 것으로 조치하면 조정심리 기일 전에 취하하는 것으로 협의하는 양상도 많이 나타났다. 한편 그 수가 압도적인 조정신청사건을 접한 언론사에서는 신청인 측이 기사의 전체적인 흐름에 관계 없이 특정 검색어를 입력하여 검색되는 기사에 대해 건건이 조정신청을 하였고, 신청인 측이 입증자료를 제시하지 않은 채 무분별하게 조정신청을 하였다는 의견을 제시하기도 하였다. 언론사에서는 신청인의 방대한 조정신청으로 인해 각 조정대상 기사를 검토하고 조정심리를 대비하느라 본연의 취재 업무에 어려움을 겪어 심각한 언론자유의 침해를 받았고 세월호 사고 관련 대부분의 기사에 대해 정정보도 및 손해배상을 구하는 조정신청이 접수되

어 향후 관련 기사 작성 과정에서도 위축효과가 발생한다는 의견을 자주 제시하였다. 이는 곧 명예훼손 등 인격권 침해와 알 권리 즉, 언론자유 간의 충돌이 발생함을 의미한다.

위원회 역사상 유례없는 대량 사건의 접수로 인해 각 중재부는 효율적인 처리를 위한 심리진행의 원칙을 세웠다. 우선 조정청구 건수가 위원회의 일반적인 심리진행방식으로는 해결이 불가능한 수준이므로 분쟁의 효율적인 해결을 위해서는 중재부가 모든 청구 사안에 개입하기 보다는 당사자 간 포괄적인 합의를 통한 방식이 효율적이라고 판단하였다. 구체적인 방법으로는, 매체별로 대표적인 사안에 대해서만 심리기일을 지정하여 심리 시 당사자의 기본입장을 청취한 후 핵심적인 쟁점사안에 대한 중재부의 입장을 제시하였으며 이를 바탕으로 당사자 간 포괄적 합의를 권고했다. 이 과정에서 각 중재부의 조사관들이 신청인의 요구사항을 구체적으로 파악한 후 원활한 심리진행을 위해 쟁점사항별로 사건을 정리하여 제공하고 중재부의 기본 입장을 바탕으로 하여 조정심리 전·후 양 당사자 간 논의가 촉진되도록 당사자들을 독려했다. 이를 통해 대다수의 매체들이 조정을 통해 세월호 관련 보도로 인한 분쟁을 신속하게 종결시키는 결과를 얻었다.

사례2

초상권 침해 사건

필자가 중재위원으로 몸담고 있는 서울 제8중재부는 2014년 손해배상 전담 중재부로 운영되어 초상권, 음성권 등의 기타 인격권 침해로 인한 손해배상 청구 사건을 주로 다루었다. 기독교복음침례회 신도들의 초상권 침해 주장으로 인한 손해배상청구 건수는 모두 149건이었다.

세월호 사고 이후 기독교복음침례회 신도들은 자신들에 관한 언론의 각종 의혹보도에 대해 자신들은 세월호와 무관함을 주장하고자 금수원, 인천지방검찰청, KBS 등에서 집회를 가졌다. 신도들은 이러한 집회 관련 보도과정에서 자신들의 초상권이 침해됐다고 주장했다. 또한 보도로 인해 자신들이 신도인 사실이 세간에 알려졌고 당시 기독교복음침례회에 대한 부정적인 사회 인식으로 인해 정신적인 피해를 입었다고 주장하였다. 이들은 이러한 이유로 언론중재위원회에 손해배상청구 50여 건을 신청하였다. 그러나 이러한 신청들은 기각되었다. 이는 공공장소에서의 집회·시위는 참가자들이 자신의 의사를 널리 알리고자 하는 작용인 점과 언론의 자유가 헌법 상 보장되는 권리임을 고려한 결과였다. 즉, 공익과 사익 간의 이익형량을 고려한 심리였다.

또한 다음과 같은 보도와 관련해서도 초상권 침해 사건 등이 다양하게 접수되었다. 유명 탤런트 전00의 인천지방검찰청 소환조사 시 동행한 자의 초상권 침해 사건, 오00 전 체코대사와 동행하여 인천지방법원에서 열린 유 전 회장 장남 유대균 씨의 첫 공판을 방청한 자의 초상권 침해 사건, 기독교복음침례회가 개최한 '세월호 침몰 원인 규명 포럼'에서 방청객으로 참여한 자의 초상권 침해 사건, 유대균 씨에 대한 수사기관의 체포영장 집행 과정에서 수사관 틈에 섞여 있던 자의 초상권 침해 사건 등이 여기에 해당한다. 이들 중 일부 사

건은 손해배상금을 지급하는 것으로 마무리되는 한편, 다른 일부 사안은 공개된 장소에서의 초상권 침해 여부 및 묵시적인 동의 여부에 대한 다툼으로 인해 당사자 간 합의에 이르지 못하고 조정불성립결정으로 마무리되기도 하였다.

조정절차는 엄격한 법리적인 판단에 따라 승패를 결정짓는 재판과는 달리 당사자 간 양보를 통해 신속하게 분쟁과 갈등을 해결하는 대체적 분쟁해결수단으로써, 해당 초상권 침해 조정청구 사안에 대한 최종적인 판단을 내렸다고 보기는 어렵다. 이번의 경우를 토대로 초상권 침해에 대한 신청인들의 인식 변화를 향후 언론 현장에서는 취재·제작 과정에서 적극적으로 고려 및 반영해야 할 것으로 보인다.

사례3

기독교복음침례회와 무관한 종교단체에 관한 보도 사안

모 종합편성방송사는 기독교복음침례회가 운영하는 회사와 관련된 보도에서, 기독교복음침례회와 무관한 신청인 합창단의 공연포스터를 자료화면으로 방송하였다. 이에 대해 신청인은 모 종교단체와 연관 있는 것은 사실이지만 기독교복음침례회와는 무관하며, 보도로 인해 도덕적으로 문제가 있는 단체로 인식되어 이미지가 손상되었고 향후 공연활동에도 영향을 미친다며 정정보도 및 손해배상을 청구하였다. 이는 사건과 무관한 제3자에게 언론보도로 인한 피해가 발생한 경우에 해당했다.

해당 방송사는 정확한 사실관계에 대한 확인 취재 없이 성급하게 신청인 합창단과 특정 종교단체를 연관시켰으며, 단 몇 초의 노출에도 불구하고 신청인은 큰 피해를 입었다고 주장하였다. 조정심리를 개최한 결과 신청인이 손해배상을 양보하는 대신 방송사가 사과 자막 및 공연 소개 방송을 하는 것으로 조정이 성립되었다.

사례4

유병언 전 회장 도피와 관련한 보도 사안

유병언 전 회장 도피설과 관련한 조정신청도 줄을 이었다. 한 종합편성채널 보도에서 유 전 회장의 해외 도피 조력자로 언급된 신청인은 피해회복을 위해 정정보도 및 손해배상을 강력히 원하였다. 하지만 방송사는 조정에 응할 의사가 없어 조정절차에서는 조정불성립결정으로 마무리되었다. 조정불성립결정 이후 유병언 도피설과 관련 신청인이 해외 조력자로서 큰 역할을 할 것이라고 언급하며 신청인의 실명과 초상을 공개한 3개 매체 및 소속 기자들에 대해 신청인은 법원에 소송을 제기하였고, 1심 판결에서는 기사내용에 진실성과 상당성이 인정되지 않는다며 기사삭제 및 정정보도, 총 1,100만 원의 손해배상을 선고하였고, 현재 해당 판결에 대해 쌍방이 항소하여 항소심이 진행 중인 것으로 알려졌다.

한편 유 전 회장의 측근으로 알려진 소위 '신 엄마'와 유 전 회장 장남인 유대균 씨의 도피를 도운 것으로 거론된 박OO도 초상권 및 사생활 침해, 명예훼손 등을 이유로 조정을 청구하여 2015년 현재 매체별 조정심리가 진행 중이다.

사례5

세월호 사고 희생자 가족 및 기타 단체 관련 보도 사안

세월호 사고로 숨진 단원고 학생의 친부인 신청인이 오래 전 이혼한 뒤 자식과도 연락을 끊고 지내오다가 사고 이후 돈 때문에 갑자기 나타났다는 내용의 10개 매체 보도에 대해 조정신청이 접수되었다. 신청인(세월호 사고 희생 학생의 친아버지)이 전처와 이혼한 후 10년 넘게 연락이 없었고 이혼 후 3년 동안 생활비를 지급한 이후 양육에 전혀 도움을 주지 않다가 딸이 사망하자 전처가 들어놓았던 보험금 5천만 원 가운데 절반을 받아갔다는 게 보도내용이었다.

이에 대해 신청인은 이혼 후 2014년 2월까지도 양육비를 자신이 직접 또는 희생자의 할머니 또는 고모 등을 통해 여러 차례 전달하였고, 딸과 가족모임 및 여행에도 동참한 사실이 있다고 주장하며 정정보도 및 상징적인 금액의 손해배상금 지급을 주장하였다.

조정심리 결과 대부분의 매체는 정정보도 게재와 더불어 10~30만 원 정도의 소액 손해배상금을 지급하는 것으로 마무리되었다.

'10년 넘게 연락두절...딸 사망보험금 수령'
관련 정정보도문

OOOOOO는 지난 5월 27일 홈페이지 사회면에 '10년 넘게 연락 두절...딸 사망보험금 수령'이라는 제목으로, '세월호 사건 희생자인 한 학생의 친아버지가 전처와 이혼한 후 10년 넘게 연락이 없었고, 이혼한 후 3년 동안만 생활비를 지급한 이후 양육에 전혀 도움을 주지 않다가 딸이 사망하자 전처가 들어냈던 보험금 5천만 원 가운데 절반을 받아갔다'고 보도했습니다.

그러나 확인 결과, 당사자인 친아버지는 이혼 후에도 양육비를 자신이 직접 또는 희생자의 할머니 또는 고모 등을 통해 여러 차례 전달해 왔으며, 딸과 가족모임, 여행에도 참석한 사실이 있어 10년 넘게 연락이 없었던 것은 사실과 다른 것으로 밝혀져 바로잡습니다.

이 내용은 언론중재위원회의 조정에 따른 것입니다.

● 딸 사망보험금 수령과 관련한 보도에 대한 정정보도문

이들 사례와는 별도로 세월호 사고 구조 관련 회사 및 구조를 담당하는 정부기관에서도 구조 상황과 관련된 보도에 대해 조정신청을 접수하기도 했으며, 구조 상황과 관련한 속보 경쟁으로 양산된 오보에 대해 민간 잠수부가 조정을 신청하기도 했다.

즉, 해양경찰청은 세월호 사고와 관련, '해경 구조대원들이 합동수사본부 조사를 받았으며 그 조사에서 일부 대원들이 "목숨이 위험할 것 같아 배 안으로 들어가지 않았다."고 발언했다는 보도'는 사실이 아니라며 정정보도 청구를 신청한 바 있다. 이에 대해 조정성립이 이루어져 해당 언론사는 당시에 합동수사본부 조사가 아예 없었다는 취지로 정정보도 하였다.

한편 민간 잠수부 신청인과 관련하여서는 ‘신청인이 구조 현장에서 활동하던 중 의식을 잃고 쓰러졌고 구조 회사 소속이라는 보도’가 조정신청의 대상이었다. 신청인은 10여 개 언론매체에 정정보도를 청구하여 신청인이 아무런 대가 없이 순수한 자원봉사활동으로 구조에 참여하였다는 내용의 정정보도를 게재하는 것으로 분쟁은 마무리되었다.

「다이빙벨 가이드라인 설치 민간잠수사」 관련 정정보도문

분 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000

지난 5월 2일자 "다이빙벨 가이드라인 설치 민간잠수사 감압 중 쓰러져" 제하의 보도와 관련해, 세월호 구조 작업 당시 최초로 시신을 발견한 잠수팀의 민간잠수사인 김○○ 씨는 언딘 마린인더스트리나 알파 잠수종합기술공사뿐 아니라 어떤 회사에도 소속된 바 없었고, 순수한 자원봉사자였던 것으로 확인돼 바로잡습니다. 또 해당 기사로 인해 아무 대가 없이 구조 작업에 애썼던 민간잠수사분들에게 본의 아니게 피해를 끼친 점 유감스럽게 생각합니다. 이 보도는 언론중재위원회의 조정에 따른 것입니다.

민간 잠수부 보도에 대한 정정보도문

4. 평가 및 전망

앞서 살펴본 바와 같이 많은 논란을 불러일으킨 세월호 사고 보도는 전대미문의 대규모 언론조정 대상이었으며 그 과정에서 언론중재위원회는 물론 해당 언론사들도 사상 초유의 경험을 해야 했다. 관련 여러 심리에 참여한 필자는 이번 사례를 통해 조정의 주체인 신청인, 피신청인(언론사)은 물론 언론중재위원회 모두가 변화하는 언론 및 조정 환경에 대해 성찰하고 새로운 과제에 적응해야 함을 실감하였다. 그 과제 몇 가지를 정리하면 다음과 같다.

먼저 언론사들로서는 재난관련 취재와 보도 관행의 개선이 시급함을 보여주었다. 이번의 경우 막대한 규모의 조정폭탄에 대한 1차 책임은 언론사들에 있었기 때문이다. 사실 확인을 거치지 않고 선정성·추측성 보도 및 베껴쓰기 기사를 쏟아낸 일부 언론들의 행태는 저널리즘의 정도에서 한참 거리가 멀었다. 많은 언론사들이 직접 취재하지 않은 정보를 기사화하여 마구잡이식으로 내보냈기 때문에 추후 사실 증명이 어려워 많은 경우 기독교복음침례회와 같은 신청인 측의 요구대로 정정 및 반론보도를 수용할 수밖에 없었으며 그런 현상은 앞으로도 상당기간 지속될 것으로 보인다.

이는 이들 종교집단의 과도한 조정신청이 조정제도의 취지를 남용했는지 여부와는

별개로, 언론의 보도가 상당 부분 근거 없는 풍문과 추측이었음을 말해준다. 아무리 급한 상황이라 하더라도 사실 확인과 함께 취재원의 동의를 받는 문제, 무관한 정보의 모자이크 처리 등은 인격권 보호라는 측면에서 더욱 강조되어야 할 것이다. 그런 의미에서 언론이 공익이나 알 권리라는 이름 아래 보도한 많은 내용들이 진정한 의미에서 공익과 알 권리의 대상이었는지 언론계 내부의 치열한 고민과 성찰이 필요하다.³⁾ 세월호 보도 관련 대량조정신청을 주도한 종교집단 대변인은 한 언론과의 인터뷰에서 “남의 기사를 베껴 쓴 기자들은 바로 꼬리 내리고 기사를 삭제하거나 정정보도에 바로 합의한다.”며 “우리로서는 일을 수월하게 할 수 있으니 편하긴 하지만 이런 언론의 현실이 안타깝다.”라고 언급했다.⁴⁾

그동안 실천적 대안으로 많이 제시되었던 것이 취재와 보도의 가이드라인을 마련하여 준수하게 하고 언론인 대상 인권교육을 강화하자는 것이었다. 문제는 지금까지 준칙이 없어서 보도가 나뉘었던 것이 아니고, 가이드라인이 만들어졌다고 다시 세월호 사건과 같은 대형 참사가 일어나지 않으리라는 보장이 없다는 데 있다. 그렇다면 가이드라인 준수와 인권교육을 강제할 것인지, 강제가 과연 적합한 것인지 그리고 한다면 어떤 형식과 절차를 통할 것인지 등 모두가 머리를 맞대고 풀어가야 할 과제이다.

둘째, 향후 집단적 차원의 공격적인 대규모 언론조정 신청을 어떻게 인식해야 하는가에 대한 논의가 필요하다. 특히 종교집단의 경우 더욱 그렇다. 이번 경우처럼 언론사의 규모, 영향력, 크기 등을 고려하지 않고 대규모 조정신청을 할 경우 취재와 보도 현장에 서 ‘위축효과’가 나타날 수도 있기 때문이다.⁵⁾ 보도의 맥락을 배제하고 오로지 사실 여부에만 초점을 맞추게 되면 자칫 보도의 정당성까지 부정될 수 있다. 그로 인해 필요 이상으로 인격권 보호와 언론 자유 간의 긴장관계가 조성되는 것은 바람직하지 않다.

이번 경우는 한 종교단체가 수많은 언론사를 상대로 무더기 제소를 진행하면서 분쟁 조정 기구를 그 통로로 활용한 최초의 사례에 해당한다. 조정신청을 할 때는 동일 매체에서 여러 개의 기사가 나갔더라도 이를 한 건으로 취합해 신청하는 것이 통상적이지만, 이번의 경우 기사 개별 단위로 신청하는 바람에 한 언론사당 적게는 수십, 많게는 수천 건의 신청이 한꺼번에 진행되는 결과를 낳았다.

한편 언론중재위원회의 조정신청 비용이 무료이고 별도의 수수료도 들지 않는다는 점도 이번 대량조정신청이 가능했던 맥락 중 하나로 보인다. 향후에도 특정 대형사건

3) 양재규(2014), “공익·인격권 관점에서 본 세월호 사건보도의 문제: 인격권 존중은 보도윤리 아닌 법적 의무”, <신문과 방송> 제525호, 103면.

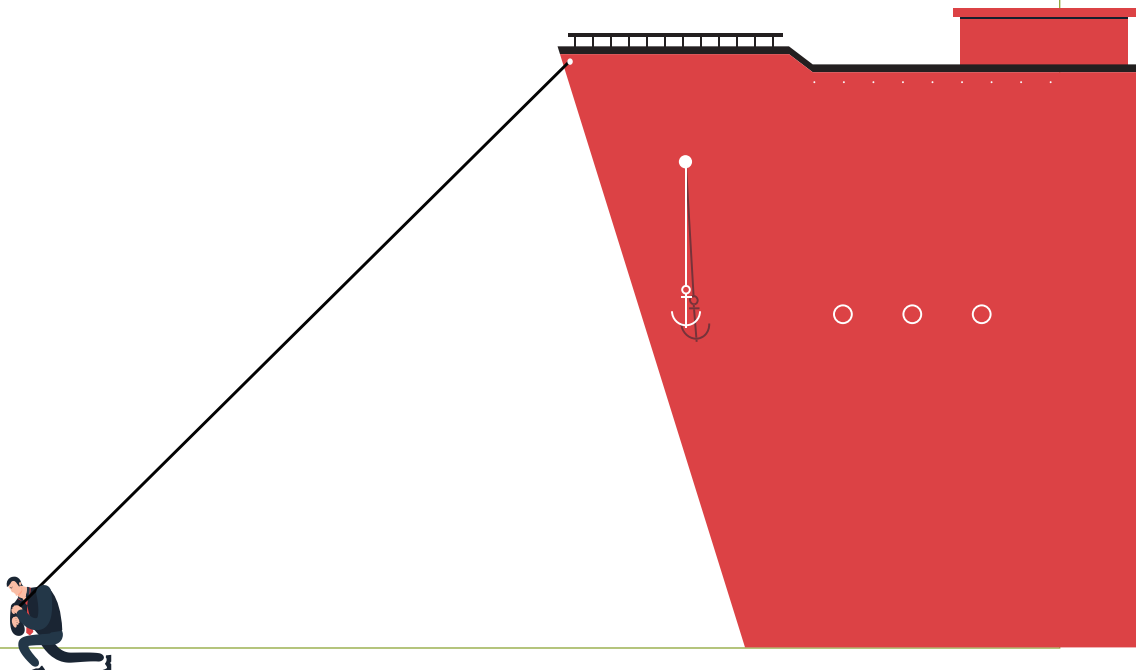
4) 김유리(2014. 12. 16), “구원파 ‘언론중재위 폭탄 제소’ 왜? - “명예회복 기대 안 한다... ‘오보 폭탄’ 대응법 연구하고파””, <미디어오늘> <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleList.html>

5) 황용석(2014. 12. 15), “구원파와 언론중재 ‘폭탄’”, <한겨레> <http://www.hani.co.kr/arti/society/media>

이나 이슈의 발생으로 인해 다수 신청이 접수될 가능성을 배제하기 어려울 것으로 보인다. 그리고 공공의 이익보다는 사적인 피해구제에 기반을 둔 특정사건에 심리가 집중되는 과정에서 일반 국민들의 조정신청 건의 처리가 늦어지는 등의 문제도 제기될 수 있다. 언론조정 및 중재제도의 선용은 더욱 권장해야 하지만, 차제에 남용과 오용의 경우를 구분해내기 위한 보완책도 마련되어야 할 것이다.

셋째, 언론계가 조정과 조정 신청인을 대하는 인식과 자세에 있어서도 전환이 필요하다. 기존 관행에서 벗어나 언론환경 변화를 인식하고, 피해구제를 요구하는 신청인이 더 이상 단순히 피동적인 언론보도 수용자가 아님을 직시해야 한다. 디지털 환경에 익숙한 신청인들은 이전의 단순한 불만제기 수준에 그치지 않는다. 초상권과 명예훼손 등 인격권에 대한 인식이 이전보다 훨씬 높으며, 스스로 디지털 미디어를 활용한 증거수집과 제시에도 매우 적극적이다.

넷째, 심리 차원에서도 공익, 인격권 침해 및 초상권 침해 등에 대한 좀 더 심도 있는 논의와 체계적인 가이드라인 마련이 필요하다. 이미 여러 차례 관련 논의가 제기되었지만 이번 사건을 계기로 법리적 차원의 논의는 아닐지라도 심리 차원에서 공익과 인격권 간의 균형을 어떻게 확보할 것인지, 피해에 대한 손해배상의 적절한 기준은 무엇인지, 온라인이나 보도 등에서 초상권을 어디까지 인정하고 어떻게 확보할 것인지 그리고 이들 의제의 한국적 특성을 고려한 적합한 기준은 무엇인지 등에 대한 한 단계 진전된 논의가 필요하다.





최진순

한국경제신문 기자
건국대학교 언론홍보대학원 겸임교수

세월호 보도에 나타난 기사 어뷰징 양상과 법적·윤리적 이슈¹⁾

들어가는 말

인천을 출발해 제주로 향하던 여객선 세월호는 2014년 4월 16일 전남 진도군 병풍도 앞 인근 해상에서 침몰했다. 이 사고로 탑승객 476명 가운데 172명만이 구조됐고 295명이 사망했다. 무엇보다 수학 여행길에 올랐던 안산 단원고 학생들의 인명 피해가 컸다. 가족 품 안으로 돌아오지 못한 실종자도 9명이나 된다.

사고 원인, 당국의 초기대응 적정성, 책임 소재를 둘러싼 공방은 지금까지 이어지고 있다. 세월호 침몰 사고 보도 과정에서 드러난 언론인들의 취재 경쟁을 둘러싼 논란도 여전하다. 사실 검증이 제대로 이뤄지지 않은 오보를 남발하고 실의에 빠진 피해자 가족을 무리하게 인터뷰 하면서 언론에 대한 해묵은 불신만 키웠기 때문이다.

정파 보도, 따옴표 보도, 선정 보도, 경마중계식 보도는 물론 기사 어뷰징(Abusing)도 도마 위에 올랐다. 온라인 저널리즘의 상업성을 적나라하게 보여주는 기사 어뷰징이 세월호 보도에서도 기승을 부린 탓이다. 기사 어뷰징은 일반적으로 사실상 동일한 기사를 제목이나 내용만 조금 바꿔 포털사이트 등으로 짧은 주기 안에 반복 전송하는 행위를 의미한다.

학술적으로는 ‘뉴스 생산자가 인터넷 뉴스공간의 즉시성과 기사 제목 위주의 공간 배열 특성을 남용하여 거의 동일한 기사를 반복 게재하거나 기사 제목만 바꿔 두 차례 이

1) 본고는 포털사이트 네이버에서 세월호 침몰 사고일 2014년 4월 16일부터 특정기간 동안 ‘전원 구조’·‘타이타닉’·‘홍○○’·‘이○○’·‘다이빙벨’·‘구원파’·‘유대균’·‘박○○’ 등의 키워드 결과를 토대로 어뷰징 기사 사례를 확인 및 분석했다.

상 게재하는 현상²⁾으로 정의된다. 즉, 어뷰징 기사는 기자가 현장에서 직접 추가적인 취재를 하는 것이 아니라 다른 언론사의 취재물을 그대로 베끼고 짜깁기하거나, 기존에 나온 자사의 보도물을 재탕하는 기사라고 할 수 있다.

기사 어뷰징은 국내 언론사 온라인 저널리즘의 문제점을 이야기할 때 빼놓지 않고 등장하는 이슈다. 세월호 보도의 파행 양상에 어뷰징 기사가 자리잡은 것은 더 이상 놀라운 일도 아니다. 다만 국가적 재난 상황에도 온라인에서 기사 조회 수를 높이는 대응이 이어졌다는 것은 충격적이다.

한 조사에 따르면 세월호 사고 이후 5월 13일까지 약 한 달간 포털에 노출된 세월호 관련 기사는 22만여 건에 이른다. 하루 평균 약 8,000여 건의 기사가 생산됐지만 업계에서는 이 가운데 대부분이 어뷰징 기사일 것으로 판단하고 있다. 포털사이트 네이버조차 사고 당일 ‘어뷰징 기사’가 폭주하자 뉴스스탠드 제휴 언론사에 자제를 당부하는 이메일을 보냈다.³⁾

네이버가 세월호 사고 당일인 16일 뉴스 스탠드 제휴 언론사에 보낸 메일 갈무리 화면

안녕하세요, 네이버 뉴스입니다.

오늘 오전 진도해상에서 발생한 여객선 '세월호' 침몰사고로 심각한 인명피해가 우려되는 상황입니다. 뉴스스탠드 내 관련 기사에 대한 이용자 항의도 다수 인입되고 있는데요,

국가적 재난사고에 대해 선정적이고 자극적인 편집에 대한 항의 및 피해 학생들과 가족들이 상처받지 않도록 자극적인 편집을 자제해 달라는 내용이 다수입니다.

뉴스스탠드 운영에 참고 부탁드립니다.

감사합니다.
네이버 뉴스 드림.

세월호 보도 속 기사 어뷰징 양상

그렇다면 세월호 보도에서 기사 어뷰징은 구체적으로 어떻게 나타났을까? 또 기사 어뷰징은 언론 보도에 어떤 영향을 미쳤을까? 우선 침몰 사고 직후 ‘학생 전원 구조’ 기사를 통해 알아봤다. ‘학생 전원 구조’ 보도는 4월 16일 오전 11시를 넘겨 주요 언론사가

2) 최수진 · 김정섭(2014), <인터넷 공간에서 기사 어뷰징 실태 및 개선 방안 연구> 한국언론진흥재단

3) 세월호 침몰 사고 이후 언론사들은 기사 어뷰징으로 트래픽을 끌어 모으는 데 여념이 없었다. 인터넷 시장 조사기관 닐슨코리안 클릭 자료에 따르면 4월 14일부터 20일까지 순방문자수 상위 20개 매체의 주간 페이지뷰는 약 5억 1800만 회로, 사고 전인 4월 7일부터 13일까지 3억 7900만 회보다 73.2%나 상승했다. 대형 재난사고는 언론사에겐 트래픽 창출의 기회를 제공하는 ‘호재’가 되는 것이다.

“경기안산단원고등학교 사고대책본부는 세월호에 타고 있던 2학년 학생과 교사 전원이 구조됐다고 오전 11시 5분 해경으로부터 통보받았다.”는 내용이다.⁴⁾

당시 <미디어오늘>은 “16일 오전 ‘학생 전원 구조’ 오보를 낸 언론사는 SBS, YTN, 서울신문, 한국일보 등 수를 헤아리기도 어렵다.”면서 “탐승객 가족들이 애가 타는 상황에서 언론이 속보경쟁은 물론 동일 기사 전송, 즉 어뷰징 기사도 이어지고 있다.”고 보도했다.⁵⁾



[긴급] 진도 여객선 침몰 중... 안산 단원고 학생 교사 338명 전원 구조
SSTV | 2014.04.16

안산 단원고 학생 교사 338명 전원 구조 6일 오전 9시께 전남 진도군 관매도 인근 해상에서 인천에서 출발해 제주로 향하던 여객선이 침몰 중이다. 여객선 이름은 세월호다. 여객선은 현재 90도로 누운 상태로...

[\[속보\] "사고선박 학생·교사 338명 전원 구조" TV조선 | 2014.04.16 | 네이버뉴스](#)
[\[속보\]안산 단원고 "학생 338명 전원구조" 국제뉴스 | 2014.04.16](#)
[\[속보\] 진도 침몰 여객선 "학생 338명 전원 구조" 서울경제 | 2014.04.16 | 네이버뉴스](#)
[진도 여객선 침몰, 안산 단원고 학생 338명 전...](#) 스포츠동아 | 2014.04.16 | 네이버뉴스
[관련뉴스 6건 전체보기>](#)

● 사고 직후인 16일 '학생 전원 구조'라는 내용을 담은 언론사 속보들

여객선 탑승객 대부분이 구조됐다는 소식과 관련하여, 피해자 가족과 네티즌들이 '신뢰'에 의문을 표했지만 주요 언론사들은 짧은 시간 내 비슷한 내용을 계속 반복 생산하기에 바빴다. 한 언론사는 30분 사이에 거의 동일한 기사를 4건이나 게재했지만 정확한 사실 검증은 하지 않은 채 학교와 당국의 발표내용만 인용하는 데 그쳤다. 또 '안산단원고', '전원 구조' 키워드를 제목과 본문에 계속 노출했다.

언론사가 현장 취재를 하지 못한 상태에서 '정부 발

안산단원고 측 "학생 전원구조"...재난대책본부 "확인 안돼" 진도 여객선 침몰...
2014-04-16 11:39:56

"진도 여객선 학생 및 교사 338명 전원 구조 발표? 확인 안돼"진도 해상에서 450여명이 탄 여객선은 아직 확인해볼 필요가 있다는 입장을 보이고 있다.16일 아침 8시 반쯤 전남 진도군 관매도 인근 해상에서 침몰한 여객선...
속속 '세월호'로 인천...

안산단원고등학교 측 "학생 전원구조"해경 "확인 필요"진도 여객선 침몰
2014-04-16 11:34:03

안산 단원고등학교 측 "학생 전원구조" ...해경 "확인 필요"16일 오전 9시 진도 해상에서 450여명이 타고 있던 여객선 침몰의 안전이 확인되지 않았다 이후 안산 단원고등학교 측이 학생들 전원 구조됐다고 전했다...

세월호 침몰, 진도 여객선 사고 안산단원고등학교 학생 전원 구조...현재까지 190명 구조 완료...
2014-04-16 11:19:22

진도 여객선 세월호 침몰...안산단원고등학교 측 "학생들은 전원 구조"진도 해상에서 450여명이 타고 있던 여객선 침몰한 여객선 관매도 인근 해상에서 인천에서 출발해 제주로 향하던 여객선 세월호 관매도 부근 남...

진도 여객선 세월호 침몰, 안산 단원고등학교 338명 전원 구조
2014-04-16 11:10:28

"진도 여객선 세월호 침몰, 안산 단원고등학교 학생 338명 전원 구조"진도 해상서 480여명을 태우고 있던 여객선 세월호 제주로 향하던 승객 447명과 승무원 24명을 태운 여객선 세월호가 침몰한 안산 단원고등학교...

● 전원 구조 속보를 쏟아낸 한 언론사의 뉴스 검색 결과 페이지 갈무리 화면

4) 정철운(2014. 12. 17.), “올해의 오보 “세월호 학생 전원 구조””, <미디어오늘> <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=120706>

다음은 기사의 내용 중 일부 발췌. “그러나 오후 2시, 중앙재난안전대책본부는 탑승객 477명 중 368명을 구조했다고 밝혔다. 오후 3시, 중대본은 368명이 아닌, 180명을 구조했다고 밝혔다. 보도를 믿고 있던 실종자가족들의 가슴이 무너져 내렸다. 언론은 중대본을 비판하며 자신들의 ‘사실확인’ 책임을 비껴갔다.”

5) 정성근(2014. 4. 16.), ““세월호 참사”에 언론 ‘전원 구조’ 오보... 어뷰징 경쟁까지”, <미디어오늘> <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=116016>

표를 그대로 받아쓴 언론사와, 이러한 오보를 그대로 되받아 쓴 온라인 매체의 합작품⁶⁾으로 볼 수 있다. 포털사이트 실시간 검색어에 오른 세월호 키워드를 다루면서 언론사가 기존의 온라인 속보 대응 형식처럼 깊이보다는 속도에 집중한 탓이다.

세월호 침몰 사고 초기에는 ‘오보 받아쓰기’ 못지 않게 선정적인 보도가 잇따랐다. 4월 16일 오후 한 인터넷신문은 “타이타닉 · 포세이돈 등 선박사고 다룬 영화는?”이란 제목의 기사를 포털사이트로 전송했다. 한 언론사는 ‘타이타닉’이 제목에 언급된 온라인 기사를 오후부터 밤까지 보도했으나 기사 내용은 동일했다. 포털사이트 실시간 검색어인 ‘타이타닉’만 고려했기 때문이다.

입력 시각	제목	기사 주요 내용	바이라인	사진	기타
오후 1시 42분	[여객선 침몰]타이타닉 침몰 102주년 다음날, 여객선 침몰이라니...	앞 부분은 타이타닉 사고와 관련된 내용, 뒷 부분은 세월호 사고와 관련된 개괄적인 상황 설명 나열	A부서 이메일 계정만 표기	세월호 자료 사진	
오후 3시 51분	진도 여객선 침몰, '타이타닉'될까 우려...290여명 생사불명	앞 부분은 세월호 사고의 개괄적인 상황 설명, 뒷 부분은 타이타닉 사고 관련 내용	B부서 이메일 계정만 표기	세월호 침몰장면 (MBC뉴스)과 영화 타이타닉 장면 캡처	마지막 부분에 “타이타닉 사망자 많구나”, “타이타닉처럼 되지 않기를” 등 네티즌 의견 추가
오후 9시 48분	[진도 해상 여객선 침몰]어머니는 읊니다... “타이타닉 침몰한 날 언젠지 아느냐...만류했는데”	피해자 어머니가 수학 여행 떠나는 학생에게 타이타닉 사고일을 상기시켰다는 내용	B부서 이메일 계정만 표기	없음	

* 상위에 오른 검색어 ‘타이타닉’에 맞춘 어뷰징 기사. 낚시성 제목이 두드러졌다.

‘세월호 보험 가입 현황’, 피해자 학부모 사진 및 학생 일기장 공개 등 언론사들의 선정적인 어뷰징 기사도 쏟아졌다. 특히 사고 발생 이틀 뒤인 18일 민간 잠수부 논란이 있었던 홍○○ 씨 인터뷰 보도는 언론사 ‘어뷰징’ 행위를 발화시키는 기폭제가 됐다.

내용을 그대로 받아쓴 온라인 뉴스가 쏟아진 것이다. 당시 한 보도에 따르면 MBN이 홍 씨의 인터뷰를 방송한 18일 하루에만 515개의 관련 기사가 나왔고, 참사 이후 5월

6) 김희영(2014. 5. 14.), “참사마저 돈벌이 수단으로... 필터링 않고 어뷰징 열 올려”, <기자협회보> <http://www.journalist.or.kr/news/article.html?no=33553>

27일까지 보도된 홍 씨 관련 기사는 모두 1,302건에 이르렀다.⁷⁾



뉴스타파, MBN 보도 일파만파...무슨일이? 스포츠경향 2014.04.18 네이버뉴스

17일 세월호 침몰 사고 구조 작업을 돕고 있는 홍○○ 민간 잠수부는 MBN과의 인터뷰에서 "정부 관계자가 잠수하지 못하게 막아서는 등 14시간 이상 구조 작업이 중단됐으며, 대충 시간이나 때우고 가라는 이야기들..."



[세월호 침몰사고] MBN 민간잠수부 인터뷰 파문...정부 "대충 시간이나 때워" 한국경제 2014.04.18 네이버뉴스

세월호 침몰 사고 구조 작업을 진행 중인 민간 잠수부 홍○○씨는 MBN과의 인터뷰에서 "현장 정부 관계자가 대충 시간이나 때우고 가라고 말했다"고 밝혀 충격을 주고 있다. 홍○○씨는 민간 잠수부들과 현장...



[세월호 침몰 사고] MBN 민간잠수부 발언 일파만파 "시간이나 때우고 가라....." 이투데이 2014.04.18

세월호 침몰 사고 구조 작업을 돕고 있는 홍○○ 민간 잠수부는 18일 MBN 뉴스와의 인터뷰에서 현장 정부 관계자가 "대충 시간이나 때우고 가라고 말했다"고 말했다. 홍○○ 민간 잠수부는 또 MBN에 "민간 잠수부들과..."



해경, 민간잠수부 인터뷰 논란 해명 "보도 사실과 달라...생존자 보고 없었다.." 스포츠동아 2014.04.18 네이버뉴스

앞서 이날 한 매체는 세월호 침몰 사고 구조 작업에 합류한 민간잠수부 홍○○ 씨와 가진 인터뷰를 방송했다. 홍 씨는 인터뷰에서 "민간잠수부와 관계자의 협조가 전혀 이루어 지지 않는 상황"이라며 "장비..."



"정부 관계자, 민간 잠수부에게 '시간이나 때우고가' 파문...뉴스타파 "민..." 서울신문 2014.04.18 네이버뉴스

세월호 침몰 사고 현장에서 구조 작업을 돕고 있는 민간 잠수부 홍○○씨는 MBN과의 인터뷰에서 "현장 정부 관계자가 대충 시간이나 때우고 가라고 말했다"고 밝혀 파문이 확산되고 있다. 홍○○씨는 "민간..."



MBN 민간잠수부 인터뷰 '세월호 구조작업 진실은...' SBS CNBC 2014.04.18 네이버뉴스

18일 한 방송매체와 인터뷰를 진행한 홍○○ 민간잠수부는 "민간잠수부들과 관계자의 협조가 전혀 이루어 지지 않는 상황이다. 장비 지원이 거의 제대로 되지 않아 수색 진행이 힘들다"고 전했다. 이어 그는...

●
홍 씨 인터뷰를 그대로 전한 어부징 기사들, 대부분 단어와 문장 구조만 조금 바꾼 '베껴 쓰기' 형태이다.

홍 씨 인터뷰 내용을 보도한 한 경제신문은 동일 제목·동일 내용의 기사를 3분 사이에 2건을 포털에 전송한 데 이어 한 시간이 채 안 된 시간에 동일 제목의 비슷한 내용의 기사를 추가로 생산했다. 최초 보도는 제후 매체에서 생산했으나 이후 보도는 모두 온라인 담당 부서가 출고했다. 기사 삽입 이미지는 모두 같았다.



7) 김혜영(2014. 6. 5), "자본에 침수된 언론", <단비뉴스> <http://www.danbinews.com/news/articleView.html?idxno=4118>

입력 시각	제목	기사 주요 내용	바이라인	사진	기타
오전 8시 55분	MBN 인터뷰 논란, 구조활동 폭로 "대충 시간이나 때우고 가라"	"현장 정부 관계자가 대충 시간이나 때우고 가라 말했다", "장비 지원이 거의 제대로 되지 않아 수색이 힘든 상황", "잠수부가 배 안에서 사람의 소리를 듣고 확인했다"	제휴매체명과 기자 실명	TV보도화 면 캡처	
오전 8시 58분	MBN 민간 잠수부 인터뷰 "정부 관계자 대충 시간 이나 때우고 가라" 말해	"현장 정부 관계자가 대충 시간이나 때우고 가라", "장비 지원이 거의 제대로 되지 않아 수색 진행이 어렵다", "실제 잠수부가 배안에 사람이 있는 것을 확인하고 소리까지 들었다"	온라인 뉴스팀	동일 이미지	기사 첫 줄에 "MBN 민간 잠수 부", 'MBN 인터뷰' 키워드를 삽입함
오전 9시 34분	MBN 민간 잠수부 홍○○ 인터뷰 충격 "관계자, 시간이나 때우고 가라"	"현장 정부 관계자가 대충 시간이나 때우고 가라", "장비 지원이 거의 제대로 되지 않아 수색 진행이 힘들었다", "정부 관계자가 잠수하지 못하게 막아서는 등 14시간 이상 구조작업이 중단됐다", "잠수부가 생존자 확인 대화하고 있다"	온라인 편집부	동일 이미지	"홍○○ 민간 잠수 부의 인터뷰가 공개 되자 논란이 커지고 있다." 추가

* 홍 씨 인터뷰 기사. 자기 기사 복제 · 반복 전송이 특징이다.

홍 씨 관련 보도는 똑같은 내용의 기사를 제목과 본문 내용을 조금씩 바꿔 가면서 짧은 시간 안에 포털로 전송하는 '기사 어뷰징'의 전형을 보여준다. 업계에서는 일반적으로 후속 기사가 얼마나 새로운 내용을 담고 있는지 파악하여 어뷰징 여부를 가늠한다.⁸⁾ 신규성(Newness)이나 독창성(Uniqueness)이 미흡하면 '어뷰징'을 한 것으로 판단하는 것이다.

세월호 홍 씨 보도에서 알 수 있듯이 (자사) 기사를 복제하는 행위는 앞선 기사와 차별성을 갖기란 원천적으로 불가능하다. 기사의 리드문이나 본문에서 일부 내용이 침식되는 정도이고 새로운 단어가 등장하는 정도다.

반면 포털사이트 검색에서 잘 걸리도록 기사 도입부분과 끝 부분에 주요 키워드를 반복 나열하는 경우는 많다. 업계에서는 '검색 엔진 최적화(Search Engine Optimization: SEO)'⁹⁾ 라고 불린다. 이때 기사 끝 부분에 네티즌 반응을 나열하는 것이 일반적이다.

또 후속 기사에는 제목 변화가 이뤄진다. '충격' 등이 추가되는 경우가 많다. 포털사이트에서 이용자의 클릭을 받기 위한 일종의 속임수 즉, '제목 장사'라고 할 수 있다.

8) 최수진 · 김정섭, 앞의 책.

9) 이용자가 포털에서 특정 검색어를 입력했을 경우 그 검색어와 관련된 웹사이트나 도메인이 검색결과 상위에 위치하도록 하는 일련의 과정들을 의미한다.

어뷰징 기사는 기자 실명이 없는 바이라인(Byline)도 특징 중 하나이다. 기자 실명은 없는 대신 부서명이나 회사명, 이메일을 노출한다.¹⁰⁾ 심지어 바이라인을 빼는 경우도 나온다. 국내 언론사 온라인 뉴스조직을 고려할 때 기사를 출고하는 취재부서나 기사 제목을 정하고 배열을 하는 편집부서가 번갈아 가며 기사 어뷰징을 하는 것으로 보인다(위 표 참조).

소속 언론사 또는 자기 기사를 복제하는 기사 어뷰징은 분량을 나누는 ‘기사 쪼개기’로 나타난다. 한 기사에 포함해도 될 내용을 2~3건 이상으로 늘리는 행위이다. 기사 수를 늘리면 포털사이트 검색 시 더 많이 노출된다. 이용자 클릭 확률을 높이는 것이다. 세월호 보도에서는 팩트(Fact)가 아닌 네티즌 의견이나 단순 상황 묘사를 추가한 기사 쪼개기로 후속 기사의 분량을 채웠다.

홍 씨의 경우는 과거 행적이나 신상까지 어뷰징 대상이 됐다. 기자회견보에 따르면 당시 ‘홍○○ 과거 행적 경악’, ‘홍○○ 출두, “배우 데뷔 하는 거 아닌가 몰라”’ 등의 제목을 단 똑같은 내용의 기사가 한 언론사에서만 40여 건 노출됐다.¹¹⁾

다른 언론사의 기사를 베껴 쓰는 행위도 ‘어뷰징’이다. 사실상 무단으로 표절 및 복제를 하는 경우다. 세월호 보도는 상황 파악이 제대로 되지 않은 침몰 사고 초기 속보 경쟁 때 주요 방송사와 통신사 등 타사 언론 보도를 그대로 인용하는 경우가 대부분이었다.

‘학생 전원 구조’나 ‘민간 잠수부 논란 인터뷰’ 보도 관련해서는 “○○일 한 매체 보도에 따르면...”으로 시작한 보도가 대표적으로 많았다. 아예 언론사를 표기하지 않는 등 적절한 출처와 인용 표시가 없는 경우가 많았다.

특히 <연합뉴스>의 ‘사상 최대 규모 수색 총력’ 보도 관련해서는 4월 25일 하루에만 409건의 어뷰징 기사가 나왔는데 이러한 기사들에 어뷰징 기사¹²⁾의 특징이 망라돼있다. 한 스포츠신문은 오전 11시부터 밤 10시까지 모두 67건의 관련 기사를 포털사이트로 전송했다. ‘개○○’ 욕설, ‘내 후배였으면 죽었어’ 등 인터넷신문 <고발뉴스> 이○○기자의 발언을 소재로 거의 동일한 기사 제목과 내용을 반복했다.

‘베껴 쓰기’ 및 ‘기사 복제’를 통한 내용 구성, ‘검색 엔진 최적화’를 위한 검색 키워드 삽입, 동일 소재의 내용을 여러 건의 기사로 나누는 ‘기사 쪼개기’ 등이 전부 포함된 사례이다.

10) 디지털미디어부, 디지털뉴스부, 디지털뉴스팀, 온라인뉴스부, 온라인뉴스팀, 온라인이슈팀, 멀티미디어부, 뉴미디어부 등 부서명이 가장 많지만 OO닷컴처럼 회사명이 등장하기도 한다. 또 부서의 대표 이메일만 표기하는 언론사도 있고 바이라인에 아무 것도 없는 경우도 있다.

11) 김희영, 앞의 기사.

12) 기사 어뷰징 현상의 특징들은 아래와 같다. “△ 거의 동일한 기사 또는 제목만 바뀐 기사 △ 해당 기사의 반복 전송 및 게재 △ 뉴스 검색 결과 웹 페이지 상단 노출 도모 △ 대체로 1~2일의 짧은 시간 내에 발생 △ 실시간 검색어와 연계된 기사 △ 선정적이고 자극적인 기사 제목 △ 기자명이 없거나 부서명으로 갈음 △ 이슈에 대한 근원적 접근보다 지엽적·말초적·신변잡기적 요소에 보도의 초점 존재” 최수진·김정섭, 앞의 책.

한 스포츠 신문이 약 12시간 동안 쏟아낸 총 67건의 기사 제목 중 십여 건을 시간대 별로 정리한 것으로 '기사 쪼개기'와 '검 색 엔진 최적화' 등을 고려한 어뷰징 기사들이다.

이○○ 기자, 모 언론사 기자에게 욕설 "너 후배였으면 죽었어" 10:48
 이○○ 기자, 생중계 중 욕설 "후배였으면..." 11:00
 이○○ 기자 욕설, 생중계 도중 "너 내 후배였으면 죽었어"...왜? 11:06
 이○○ 기자, 타 매체 기자에게 욕설 "너 내 후배였음 죽었어" 분노 표출 11:12
 이○○ 기자 욕설, 모 기자에 욕설 "후배였으면..." 11:17
 이○○기자 욕설 "사상 최대 수색 구조 총력? 내 후배였으면 죽었어" 11:25
 이○○ 기자, 생중계 중 한 언론사 기자에 분노 11:30
 이○○ 기자 "내 후배였으면 죽었어"... 무슨 일이? 11:32
 이○○ 기자 욕설 "연합뉴스 기자 개XX야, 너 내 후배면 죽었어" 11:40
 이○○ 기자, 생방 중 "니가 기자야?"...욕설 이유는? 11:46
 이○○ 기자, 방송 중 욕설 "후배였으면 죽었어" 11:53
 이○○ 기자 욕설 "네가 기자야? 너 내 후배였으면..." 분노 12:01
 고발뉴스 이○○ 기자 생중계서 거친 욕설 "개XX야" 21:46

세월호 실종자 구조과정에서 급부상한 다이빙벨은 사고 이후부터 5월 31일까지 모두 5,516건의 어뷰징 기사가 나왔다. 이들 기사는 다이빙벨 효용성이나 현장 투입 여부와 직접 상관이 없는 다이빙벨 이○○ 대표의 부인 이름을 제목과 본문에 노출해 물의를 일으켰다. 제목 장사를 위해 연예인을 내세운 '낚시 기사'이다.

각 기사 사이에 취재 내용의 차이는 찾아 보기 어렵고 제목과 본문 등에서 연예인 이름을 노출했다.



송○○ 남편 이○○ 대표 "다이빙벨, 20시간 연속 가능" 뒤통자...

해럴드POP | 2014.04.19 | 네이버뉴스 |

대표가 다이빙벨 기술을 언급했다. 지난 18일 방송된 종합편성채널... 제작한 다이빙벨은 유속에 상관없이 20시간 정도 연속 작업할 수 있는... 그러나 그는 다이빙벨 현장 투입에 관해 '장비가 있어도 가면 안...



송○○ 남편 이○○ 대표 "다이빙벨 언급..." "20시간 연속 작업 가능"

이뉴스투데이 | 2014.04.19 |

대표가 다이빙벨을 언급했다. (사진출처=JTBC '뉴스9'... 대표가 다이빙벨을 언급했다. 지난 18일 JTBC <뉴스9>에서 송옥순씨의 남편 이○○ 대표가 출연해 다이빙벨... 제작한 다이빙벨은 유속에 상관없이 20시간 연속...



[지도 여객선 침몰] 송○○ 남편 이○○ "다이빙벨 유속 상관없이 20시간 작업..."

이데일리 | 2014.04.19 | 네이버뉴스 |

관련 '다이빙벨'을 언급했다. 지난 18일 오후 JTBC... 제작한 다이빙벨은 유속에 상관없이 20시간 정도... 그러면서도 이 대표는 다이빙벨 현장 투입에 대해... 누리꾼들은 '다이빙벨'이 조류가 거세고 빠른 세월호...



송○○ 남편 이○○이 대표 "다이빙벨에 주목"

동아일보 | 2014.04.19 | 네이버뉴스 |

대표가 다이빙벨에 주목했다. 종합편성채널 JTBC... 제작한 다이빙벨은 유속에 상관없이 20시간 정도... 그러나 그는 다이빙벨 현장 투입에 관해 "장비가... 대표가 다이빙벨 사실일까" 송○○ 남편 이○○ 대표...



'송○○ 남편' 이○○ 대표 "해경 설치 부력벨, 작업 안해"

스타뉴스 | 2014.04.19 | 네이버뉴스 |

이 대표는 이날 '다이빙벨'에 대해서도 자세히 설명했다. 그는 다이빙벨을 유속에 상관 없이 20시간 정도 연속으로 작업할 수 있는 기술로 알린 바 있다. 이 대표는 "지금 가장 작업에 영향을 끼치는 게 유속이고 그...

한편 세월호 사고 원인과 책임을 놓고 구원과 유병언 씨 관련 기사도 어뷰징 표적이 됐다. 종편이나 보도채널 등 주요 방송사들은 동일 기사를 포털사이트로 무차별적으로 전송했다. 같은 시각에 사진만 바꾼 동일 기사도 잇따랐다.



[뉴스 4] "'비자금 저수지' 김○○, 재산 4000억 이상"

TV조선 2014.07.31 네이버뉴스

어떤 재보를 하신분이 있더라고요 외국에는 더 많이 있을수도 있죠" 이○○ 씨는 일반적으로 구원파의... 구원파 내에서 가장 때부자가 되는거죠" 이○○ 씨는 구원파의 재산을 찾기 위해 구원파 신도들도 잠적한 김○○ 을...



[뉴스 1] "'비자금 저수지' 김○○, 재산 4000억 이상"

TV조선 2014.07.31 네이버뉴스

외국에는 더 많이 있을수도 있죠." 이○○ 씨는 일반적으로 구원파의 부동산에는 대금이 많이 되어 있는데... 구원파 내에서 가장 때부자가 되는거죠." 이○○ 씨는 구원파의 재산을 찾기 위해 구원파 신도들도 잠적한...



[TV조선 특보] "김○○ 명의 '자택 재산' 4000억원 이상"

TV조선 2014.07.31 네이버뉴스

외국에는 더 많이 있을수도 있죠." 이○○ 씨는 일반적으로 구원파의 부동산에는 대금이 많이 되어 있는데... 구원파 내에서 가장 때부자가 되는거죠." 이○○ 씨는 구원파의 재산을 찾기 위해 구원파 신도들도 잠적한...



구원파 신도 집결하는 금수원 연합뉴스 2014.07.27 네이버뉴스

27일 오후 기독교복음침례회(일명 구원파)의 하기수양회가 이틀째 열리고 있는 경기도 안성시 보개면 상삼리 금수원에 신도들이 탄 차량이 드나들고 있다. 2014.7.27 zorba@yna.co.kr ▶확 달라진 연합뉴스 열...



구원파 신도 집결하는 금수원 연합뉴스 2014.07.27 네이버뉴스

27일 오후 기독교복음침례회(일명 구원파)의 하기수양회가 이틀째 열리고 있는 경기도 안성시 보개면 상삼리 금수원에 신도들이 탄 차량이 드나들고 있다. 2014.7.27 zorba@yna.co.kr ▶확 달라진 연합뉴스 열...



구원파 신도 집결하는 금수원 연합뉴스 2014.07.27 네이버뉴스

27일 오후 기독교복음침례회(일명 구원파)의 하기수양회가 이틀째 열리고 있는 경기도 안성시 보개면 상삼리 금수원에 신도들이 탄 차량이 드나들고 있다. 2014.7.27 zorba@yna.co.kr ▶확 달라진 연합뉴스 열...



하기수양회 열리는 금수원 연합뉴스 2014.07.27 네이버뉴스

27일 오후 기독교복음침례회(일명 구원파)의 하기수양회가 이틀째 열리고 있는 경기도 안성시 보개면 상삼리 금수원에 신도들이 탄 차량이 드나들고 있다. 2014.7.27 zorba@yna.co.kr ▶확 달라진 연합뉴스 열...



하기수양회 열리는 금수원 연합뉴스 2014.07.27 네이버뉴스

27일 오후 기독교복음침례회(일명 구원파)의 하기수양회가 이틀째 열리고 있는 경기도 안성시 보개면 상삼리 금수원에 신도들이 탄 차량이 드나들고 있다. 2014.7.27 zorba@yna.co.kr ▶확 달라진 연합뉴스 열...



하기수양회 열리는 금수원 연합뉴스 2014.07.27 네이버뉴스

27일 오후 기독교복음침례회(일명 구원파)의 하기수양회가 이틀째 열리고 있는 경기도 안성시 보개면 상삼리 금수원에 신도들이 탄 차량이 드나들고 있다. 2014.7.27 zorba@yna.co.kr ▶확 달라진 연합뉴스 열...

● 중편 TV조선과 연합뉴스, 전승시각은 조금 다르지만 기사 내용은 사진만 바뀐 것 뿐 똑같았다. 자사 기사를 복제한 경우이다.

또한 '구원파 유명인 일가' 기사들은 연예인이나 외모 등 가십성 형태로 다뤄져 상업적 온라인 저널리즘의 행태도 보여줬다. 유명인 전 세모그룹 회장의 측근으로 알려진 텔런트 전양자 씨 관련 기사는 수천 건 넘게 양산됐다. 유 회장의 장남 유대균 씨 검거 때 함께 붙잡힌 박○○ 씨 기사는 '연인', '내연관계', '호위무사' 등 자극적인 제목으로 도배되 다시피 했다.

SBS CNBC가 26일 하루동안 쏟아낸 유대군·박○○ 씨 관련 기사들

세월호 보도에서 나타난 기사 어뷰징은 크게 보면 기사 보도·작성자·형태별로 그 유형을 나눠볼 수 있다. 기사 보도 측면에서는 다른 제목, 동일 내용(동일 또는 다른 사진/동영상), 동일 채널의 비중이 압도적으로 많았다. 기사 작성자 측면은 팀 또는 부서명을 표기하는 경우도 적지 않았지만 이메일 등만 노출하는 것도 적지 않았다. 기자명을 다는 경우는 거의 없었다. 기사 형태 관련하여 검색어를 나열하거나 네티즌 반응을 넣는 경우는 빈도 수가 많지 않았다.

기사 보도(제목/내용/채널)	기사 작성자	기사 형태
△ 동일 제목, 동일 내용(동일 또는 다른 사진/동영상), 동일 채널 △ 다른 제목, 동일 내용(동일 또는 다른 사진/동영상), 동일 채널 △ 동일 제목, 동일 내용(동일 또는 다른 사진/동영상), 다른 채널 (참고) 다른 제목의 경우 기사 내용과 상관없는 검색어, 키워드를 넣기도 함	△ 무기명 (이메일만 표기 포함) △ 기명 : 팀/부서명, 기자명	△ 기사 도입부나 말미에 실시간 검색어 나열 △ 네티즌 반응을 기사 말미에 추가 △ 사진/동영상과 단신으로 구성

* 기사 어뷰징의 유형 13)

특히 자사 기사를 복제·반복하는 전송 행위가 두드러졌다. 방송 채널을 보유한 언론사일수록 무분별하게 베껴 쓰는 경우가 많았다. 다른 언론사 기사를 베껴 쓰는 양상은 파악하기 쉽지 않지만 거의 비슷한 시간대 각 포털사이트에 전송된 기사는 시간의 물리적 측면에서 볼 때 직접 취재한 결과물이라고 보기 어려운 만큼 어뷰징에 의한 것으로 판단된다.

시신 인양을 하거나 관계자가 검거되는 과정 등 긴박한 상황에서 혹은 누구나 동일한 내용을 시청하고 있는 TV 뉴스 프로그램 보도 인용 과정에서 포털사이트 검색어 등과 연관시킨 복제 기사가 양산됐다. 세월호 사고 보도의 경우 특종이나 단독 보도가 어려운 환경임에도 다른 언론사 출처를 표기하는 명확하고 일관된 표기 사례는 드물었다.

13) 최수진·김정섭, 앞의 책을 바탕으로 재구성

기사 어뷰징의 원인 및 법적·윤리적 이슈

이처럼 저널리즘을 망치는 기사 어뷰징이 근절되지 않는 이유는 근본적으로 미디어 생태계의 한계와 닿아 있다. 포털사이트를 통한 뉴스 이용률이 여전히 압도적인 상황에서 뉴스 트래픽을 늘릴 수 있는 방법은 극히 제한적이다. 현실적으로는 포털의 검색 서비스나 포털 뉴스 제휴를 통해 언론사로 이동할 수 있는 경로를 확보하는 수단이 유일하다. 특히 ‘트래픽=광고’로 직결되는 시장에서 이용자 클릭을 유도하는 기사 어뷰징은 비용을 적게 들이면서 빠른 시간 내에 성과를 내는 방법이다.

또 수많은 독립형 인터넷신문이 난립하는 등 시장 경쟁 환경이 열악하다는 점을 지적할 수 있다. 자본력이 취약한 인터넷신문은 포털사이트 네이버를 중심으로 조성된 트래픽 나눠먹기에 주력할 수밖에 없다. 독자적인 생존모델이 갖춰지지 않은 상태에서 인터넷 광고에 매달리는 것은 불가피한 선택이다. 당연히 콘텐츠 차별화나 유통 다변화 모색은 제대로 추진하기 어렵다.

그리고 무엇보다 디지털 미디어, 더 근본적으로 온라인 저널리즘의 가치에 대한 몰이해가 팽배하다. 상당수 전통매체는 수년 전부터 온라인 뉴스 생산과 편집 등 서비스 전반을 닷컴사에 맡기는 것이 아니라 내부에서 맡고 있다. 그럼에도 퀄리티 저널리즘으로 진화하지 못하는 것은 전통매체 중심의 매출기반에서 조직 및 인프라의 디지털 전환을 지체하고 있기 때문이다.

결국 “지나치게 경쟁적인 언론 풍토와 기업 문화가 기사나 검색의 품질보다는 트래픽이라는 양적인 목표에만 몰두하는¹⁴⁾” 흐름을 부추기고 있다. 결국 언론사는 기사 생명력이 짧은 온라인 속보를 만드는 ‘공장’으로 전락했다.

일반적으로 어뷰징 기사를 만드는 언론사 내 조직 구성원은 비정규직으로 고용한다. 이들은 전통매체 구성원들과 교류하는 일은 거의 없이 고립된 채 일하고 있다. 기사 어뷰징에 대한 내부감시나 비판의 목소리가 확산되는 등 언론사 내부의 온라인 저널리즘 전략을 재정비하려면 장벽을 걷는 것이 필요하다.

일단 ‘통합 뉴스룸’을 구축하거나 ‘통합’의 중심으로 온라인 뉴스룸을 끌어올려야 한다. 단순히 속도나 양에 치중하는 질 낮은 기사를 방치하거나 동조하는 것이 아니라, 뉴스조직 전체가 온라인과 오프라인을 대등하게 다룰 수 있도록 하는 조치여야 한다. 다시 말해 해외 주요 전통매체가 채택한 ‘디지털 퍼스트’ 전략의 채택이 시급하다.

이를 기반으로 속보인 1신부터 후속 취재와 멀티미디어로 기사 완성도를 높이는 2, 3신까지 전반에 걸쳐 온라인에 출고하는 기사 품질을 높이는 것이다. 언론사 내부에서

14) 조형래(2014), “트래픽 장사만 하다가 언론사·포털 모두 ‘패자’”, 〈신문과방송〉 제518호.

온라인 저널리즘의 경쟁력을 강화하는 데 초점을 두면 PC 웹사이트나 모바일에서 포털 의존도를 낮추고 진성 독자를 확보할 가능성이 비로소 열린다.

그러나 언론사만의 노력으로는 한계가 있다. 어뷰징 규제 강화·어뷰징 방지 기술 개발 등 온라인 뉴스 시장 점유율이 높은 포털사이트도 뉴스 서비스 환경을 개선하려는 노력이 필요하다. 검색 광고시장을 중심으로 한 비즈니스 모델을 보유한 만큼 지금까지 내놓은 어뷰징 대책들이 적절했는지 따져볼 책임이 있다. 네이버가 도입한 ‘어뷰징 방지 가이드라인’(2007), ‘뉴스캐스트’(2009), ‘뉴스스탠드’(2013)에 이어 ‘뉴스검색 클러스터링’(2014)¹⁵⁾의 경우 최근까지도 논란만 가중시켰다.

네이버는 지난 3월 9일 전체 제휴사에 보낸 이메일에서 “제휴사의 기사 중 제목과 본문에 다수의 키워드를 삽입하여 반복 전송하는 경우가 늘어나 심각한 검색 품질 저하가 이어지고 있다.”면서 “어뷰징이 중단될 수 있도록 전송 기사들에 대해 전수 검사를 통해 제외할 것”이라고 밝혔다. 언론사들이 클러스터링 알고리즘을 파악해 어뷰징 기사를 쏟아내고 있는 상황에서 나온 조치였다.

뉴스스탠드 이후 이슈 중심의 뉴스 소비는 검색 결과를 통한 뉴스 소비로 넘어왔다. 포털사이트가 제공하는 ‘실시간 급상승 검색어’는 뉴스 생산의 핵심 고리가 돼 있다. 이러한 서비스 구조를 전면에 내세우는 한 언론사의 기사 어뷰징이 줄어들 가능성은 낮다.

따라서 언론사의 어뷰징 기사를 사후적으로 제재하는 대응보다는 좀 더 투명하고 신뢰성 있는 기술 시스템을 제시해야 할 것이다. 특히 기사 어뷰징을 남발하는 언론사에 대해 보다 엄정한 제재가 요구된다.¹⁶⁾ 이에 대해 언론사들도 온라인 뉴스 시장의 미래를 위해 적극적으로 협조해야 할 것이다.

한편 인터넷 신문의 재정과 직결되는 온라인 광고요금의 책정방식 변화도 모색해야 한다. 단순히 트래픽이 많아야 광고를 유치할 수 있는 현재의 시스템은 어뷰징의 온상이 돼 왔다. 주로 클릭 수에 따라 광고요율이 산정되는 CPC(Cost Per Click) 방식은 기사 어뷰징을 과열시키고 있다. 업계에서는 뉴스 사이트 체류 시간, 방문자의 충성도 등

15) 뉴스 클러스터링(Clustering)은 특정 키워드와 관련된 뉴스를 자동으로 묶어 최대 4~5개까지 노출하는 방식이다. 이 경우 같은 클러스터(묶음) 내에서 상위에 노출되는 ‘랭킹’ 가중치가 트래픽을 좌우한다.

16) 네이버의 경우 이미 언론사 검색 제휴와 관련해 어뷰징 가이드 및 제휴계약 동의서 제4조(정보 제공에 따른 책임)에 유사 기사 전송을 엄격히 금지하고 있다. “제공자”는 어떠한 경우에도 다음 각호에 해당하거나 그러한 내용을 포함한 ‘정보’를 ‘네이버’에게 제공하거나 아웃링크로 연결할 수 없다. - 기사의 페이지뷰를 늘리기 위해 실질적으로 동일한 뉴스기사임에도 작위적으로 제목만을 변경하거나 부수적인 내용을 일부 변경한 기사(의 재전송) - 이 조항을 지속해서 위반할 경우 제휴 계약을 해지할 수 있다.” 그러나 포털사업자가 어뷰징 기사의 책임을 물어 특정 언론사를 퇴출하거나 제재하는 것이 현실적으로 가능하지는 회의적이다. 또 네이버, 다음은 이용자위원회나 자문위원회 등 자율기구를 통해 서비스 전반의 신뢰성을 높이고 있지만 제휴 언론사 선정 과정이나 검색 알고리즘 등 핵심 영역은 사실상 비밀에 부치고 있다. 언론사 제휴에서부터 검색 결과 개선 등 뉴스 서비스 전반의 정책결정이 지금보다 더 투명하고 개방적으로 운용된다면 사회적 압력에 의해 온라인 저널리즘의 문제점들이 해결되는 계기를 마련할 수도 있다.

을 광고 요금 산정의 기준으로 고려해야 한다고 보고 있다.¹⁷⁾ 또 네이티브 애드¹⁸⁾ 등 획기적인 광고 서비스가 적극 개발돼야 한다는 의견도 제시된다.

더 본질적인 해결 방법은 언론사 내부에서 기사 어뷰징이 윤리적으로 중요한 사항이며 법률적으로도 문제의 소지가 있음을 자각하는 일이다. 한국신문윤리위원회와 한국인터넷신문위원회는 각각 한국신문협회 산하 언론사(닷컴), 한국인터넷신문협회 회원사를 대상으로 2011년 ‘인터넷신문윤리강령’을 제정한 바 있다. 윤리강령 제7조 편집규약에 “기사의 페이지부를 늘리기 위하여 작위적으로 기사의 일부 내용 또는 제목을 변경해 재송신하는 행위를 하지 않는다.”라고 명시했다. 또 제6조 보도규약에는 출판물 등을 인용하는 경우는 물론 인터넷 댓글, 소셜미디어를 활용한 취재내용에 대해서도 반드시 출처를 밝히도록 했다.

하지만 경영난에 처한 언론사들은 어뷰징 문제 해소에는 미온적으로 대응했고 결국 세월호 침몰 사고에도 변화가 없었다. ‘기레기’ 논란 속에서 자정노력을 기울이는 언론사들도 나왔지만 아직까지 어뷰징 기사는 만연하고 있는 실정이다.

이에 따라 기사 어뷰징을 도용이나 표절 등으로 간주하고 규제적 차원으로 다뤄야 한다는 의견도 여전하다. 다른 매체가 최초로 보도한 사안을 베껴서 자기 것인 양 복제하는 것은 저작권 침해 행위이기 때문이다. 쟁점은 ‘사실의 전달에 불과한 시사보도’의 저작권 침해 논란이다.

그런데 ‘사실의 전달에 불과한 시사보도’의 경우에도 해당 기사를 취재 및 작성하는데 기자와 언론사의 시간과 비용이 투입됐다는 점에서 기사 베껴쓰기는 부정이용법리(Doctrine of Misappropriation)를 적용할 수 있음을 유의해야 한다.

또한 ‘사실의 전달에 불과한 시사보도’ 이외의 기사 즉, 저작권 보호 대상의 기사를 무단 복제하여 인터넷 포털 등에 송신하는 행위는 공중송신권 침해 소지도 있음을 주목해야 한다. 기사 어뷰징을 반복하는 언론사나 기자는 이 행위가 법률에 저촉될 수 있음을 인지하는 것이 중요하다. 지금까지 어뷰징 기사는 업계가 묵인하는 ‘관용’과 ‘양해’의 대상으로 간주돼 왔다는 점에서 이러한 인지는 스스로를 통제하는 계기가 될 수 있다.

물론 법률적 규제는 헌법 상 언론자유 침해나 정부의 언론시장 개입 논란으로 사회적 파장이 커질 수 있어 신중하게 다룰 수밖에 없다. 따라서 업계 스스로 기사 어뷰징과 관련한 기준을 마련하거나 표절 관련 가이드라인을 구체적으로 제정할 필요가 있다.¹⁹⁾

17) 방문자 충성도의 경우는 댓글 참여, 기사 제보, UCC 활성화 등 구체적인 상호작용성을 기준으로 삼아야 한다. 최수진·김정섭, 앞의 책.

18) 네이티브 광고는 해당 웹사이트에 맞게 고유한 방식으로 기획 및 제작된 광고를 말한다. 기존 광고와는 달리 웹사이트 이용자가 경험하는 콘텐츠 일부로 작동하여 기존 광고보다 사용자의 관심을 적극적으로 끄는 형식을 사용한다.

19) 한국인터넷신문협회 산하 한국인터넷신문위원회는 현재 모호한 기사 어뷰징 기준을 보다 구체화하기 위하여 대상 기사와 검색어와의 상관관계, 대상 기사와 집계 시간대와의 상관관계, 대상 기사와 최초 기사와의 동일성 및 유사성 여부, 후속 기사의 신규성 여부, 후속 기사의 반복 빈도 등을 추가하여 기사 어뷰징 기준을 정할 계획을 가지고 있다. 최수진·김정섭, 앞의 책.

또 사회적으로도 미디어 리터러시 즉, 정보 리터러시(Information Literacy)에 주목해야 한다. 미디어 리터러시란 다양한 매체를 이해할 수 있는 능력 즉, 다양한 형태의 메시지에 접근하여 메시지를 분석 및 평가하고 의사소통 할 수 있는 능력이다. 이를 저널리즘에 대입하면 효과적으로 정보를 수집, 분석해 적재적소에 보도하는 능력이라고 할 수 있다.

사실 한국언론진흥재단 언론사 NIE(Newspaper in Education) 지원사업, 한국콘텐츠진흥원 미디어 교사 양성, 한국인터넷진흥원 인터넷 윤리교육 등 몇몇 기관에서 리터러시 교육은 추진되고 있다. 그러나 저널리즘에 특화된 것은 전무한 실정이다. 기사를 제대로 생산하고 공감할 수 있도록 하는 프로그램은 크게 부족한 것이다.

미디어 소비가 곧 일상과 연결되는 네트워크 저널리즘 시대이다. 학교부터 뉴스조직까지 체계적인 정보 리터러시 프로그램을 이수한다면 “기사의 출처에 대한 인식과 기사가 담고 있는 정보의 진위와 질에 대한 판단 능력”에 초점을 둘 것이다. 이럴 경우 기사 어뷰징 행위에 대한 비판적 태도는 당연히 형성될 것으로 기대된다.

나오는 말

포털 중심의 디지털 미디어 생태계에 순응하는 언론사들은 어뷰징 기사를 양산할 수밖에 없음을 세월호 참사 보도에서도 확인했다. 특히 기사 어뷰징은 비교적 경영환경이 좋은 주류 미디어나 상대적으로 영세한 인터넷신문을 가리지 않고 일상화되고 있었다.

그러나 소셜네트워크, 모바일 환경 등 시장이 급변하면서 이용자 스스로가 좋은 기사를 선별적으로 소비, 공유하는 흐름도 형성되고 있다. 다양한 형식과 소재를 다루는 소셜 기반 미디어, 1인 미디어 등이 급부상하는 중임을 고려할 때 어뷰징으로 ‘질 낮은 트래픽’을 끌어 들이는 언론사와 그 기자의 위상은 점점 줄어들 수밖에 없다. 이는 포털사 이트도 마찬가지이다.

저널리즘의 가치를 높이는 과정은 두말할 나위도 없이 이용자 참여를 촉진하고 협력하는 장을 만드는 일이다. 시장의 모든 이해 관계자들이 법적, 규제적 이슈를 넘어서 사회적·산업적 토양을 스스로 바꾸는 노력에 나서야 할 때이다.



박진규

서울여자대학교 언론영상학부 교수

종교를 다루는 저널리즘, 그 쟁점과 딜레마

들어가는 말

세월호 사건이 발생한 지 벌써 1년이 가까워 온다. 온 사회가 경험했던 엄청난 크기의 슬픔과 무기력만큼이나 우리의 저널리즘에게는 너무나 아픈 시간이었다. 당시부터 시작된 ‘기레기(기자와 쓰레기의 합성어)’라는 조롱 가득 찬 말이 상징하듯 우리사회에 저널리즘에 대한 실망과 불신은 극에 달했다. 잘못된 정보와 판단착오, 취재행태 및 편집 방향에 이르기까지 수많은 질타와 비난을 겪은 시기였다.

특히 세월호 사건은 종교를 다루는 저널리즘이 직면할 수밖에 없는 여러 차원의 딜레마를 드러내주는 계기가 되었다. 사건 당일부터 세월호를 소유한 청해진해운의 실소유주 유병언 전 회장이 ‘기독교복음침례회’, 일명 ‘구원파’의 교주격 인물로 규정되었고, 이후 유병언에 대한 수사, 추적, 주검발견 등에 이르기까지 세월호 보도는 유병언 및 구원파 관련 기사에 잠식되었다. 이 과정에서 세월호 선장 이준석 부부를 비롯해 청해진해운 직원의 80~90% 이상이 구원파 신도라는 보도, 금수원이 유병언 소유라는 보도, 1987년 오대양 사건과 기독교복음침례회가 관련되었다는 보도 등 다수의 언론이 앞다퉈 경쟁적으로 밝힌 바가 오보임이 확인되기도 했다.

사실 세월호 사건에서 파생된 구원파 보도는 종교를 다루는 저널리즘의 일반적 사례라고 하기는 어렵다. 재난보도라는 특수 상황과 연결되었다는 점, 그리고 기독교복음침례회가 제도권 개신교에서 ‘이단’으로 규정된 종파였다는 점 등 특수한 상황이 존재했기 때문이다. 따라서 세월호 사건 당시 구원파 보도가 갖는 함의 및 문제점에 대한 본격

적인 논의를 위해서는 이러한 맥락에 대한 이해를 바탕으로 좀 더 구체적이고 경험적인 관찰과 분석을 통해 심도 있게 살펴보아야만 하며, 이를 위한 별도의 탐색과정이 뒤따라야 할 것이다.

하지만 이 사건을 계기로 보다 일반적인 차원에서 종교 저널리즘¹⁾ 자체에 대한 관심의 필요성이 제기된 것도 무시할 수 없다. 종교는 저널리즘의 중요한 대상영역으로서 인식되어야 할 뿐 아니라, 다른 영역과는 달리 저널리즘이 직면하는 많은 쟁점과 딜레마가 존재한다. 특히 최근 국내외 여러 상황적 요인들이 앞으로 종교와 저널리즘이 상호 만나는 지점이 증가할 개연성을 높이고 있다는 점에서 그 필요성은 더욱 절실하다. 하지만 이에 대한 사회적 논의는 크게 부족하다.

이러한 문제의식에서 이 글은 저널리즘과 종교의 교차점이 만들어내는 여러 차원의 쟁점들은 무엇인지 살펴보고, 각 쟁점마다 고려해야 할 사항들을 정리하는 데 그 목적을 둔다. 또한 이를 통해 향후 저널리즘이 간과해서는 안 되는 중요한 영역으로서 종교에 대한 학술적, 실용적 관심과 고민을 요청하고자 한다.

저널리즘과 종교의 만남

일반적으로 근대화(Modernization) 과정은 종교적 세계관이 과학과 합리적 세계관으로 전환되며, 공적 영역에서 종교의 영향력이 쇠퇴하는 이른바 세속화(Secularization)를 동반한다고 알려져 있다(Casanova, 1994). 이렇게 볼 때, 전근대성의 상징으로서 종교, 그리고 근대성(Modernity)의 상징으로서 저널리즘이 서로 만난다는 것 자체가 처음부터 조화롭지 않아 보인다.

하지만 세속화론자들의 예측과는 달리 근대화 이후에도 종교는 여전히 사적 영역뿐 아니라 공적 영역에서 영향력을 발휘하고 있다. 종교와 저널리즘의 조우를 필연적으로 만드는 조건이 형성된 것이다. 특히 21세기의 출범을 전후하여 전 세계에서 발생한 일련의 사건들은 “종교의 재등장(Re-emergence of Religion)” 혹은 “탈세속화(De-secularization)” 현상이라고 부를 만큼(Berger, 1999; Hoover, 2006) 그 의미가 크다. 우선, 냉전시대에 정치 이데올로기를 중심으로 대립하던 세계질서는 냉전 이후 종교적 신념에 따라 재편되는 추세를 보인다. 아랍 지역에서 나타나는 종교 근본주의(Religious Fundamentalism)의 부상과 이에 대한 서구사회의 공세적 반응은 이러한 양상을 심화시키고 있다. 특히 2001년 글로벌 사회의 재구성을 촉발한 9·11 사태를 전

1) 여기서 말하는 '종교 저널리즘'은 종교를 대상으로 하는 '세속(secular)' 저널리즘을 말한다. 참고로 종교 저널리즘의 개념은 종교 기관이 운영하는 저널리즘 미디어를 지칭하는 용어로 사용되기도 한다.

후해 종교는 글로벌, 로컬 차원의 갈등과 분쟁의 주요 축으로 등장하였다. 두 차례에 걸친 걸프전이 그랬고, 2010년 말 튀니지에서 시작되어 아프리카, 아랍권으로 확산된 재스민 혁명과 아랍 지역의 반미시위의 배경에도 종교가 자리하고 있다. 최근 국제적 갈등의 중심으로 부상한 IS 세력이나, ‘나는 샤를리다’ 운동을 촉발한 프랑스 언론사 테러의 뒤에도 어김없이 종교가 자리하고 있다.

공적 영역에서 종교의 퇴장을 주장하는 세속화론이 명쾌하게 작동하지 않는 것은 한국사회에서도 마찬가지이다. 작년 8월 프란치스코 교황의 방한과 이에 대한 언론보도는 한국사회에서 종교의 존재감을 가시적으로 드러내 주었다. 2008년 이명박 정부 출범 직후 불거진 소위 ‘고소영’ 논란을 비롯, 불교계를 중심으로 제기됐던 종교차별 논란은 종교와 현실정치 사이의 밀접한 관계를 보여준 경험이었다. 또한 가톨릭의 김수환 추기경, 불교의 법정 스님 등 사회적으로 존경을 받던 종교인이 세상을 떠나면서 나타났던 전 사회적 추모 분위기와 반향에는 종교인과 비종교인의 구분이라는 것 자체가 무의미하기도 했다. 한편, 조계종 소속 스님들의 도박과 이의 폭로, 그리고 성직자 납세를 둘러싼 사회적 논란 역시 최근 우리 사회의 공적 영역에서 종교의 존재를 확인시켜주는 사례였다고 할 수 있다.

이렇게 공적 영역에서 여전히 영향력을 유지하고 있는 종교에 대한 미디어의 관심 또한 증가하고 있다(Hoover, 2006). 종교에 대한 미디어의 관심은 크게 두 가지 차원에서 나타난다. 먼저, 엔터테인먼트 콘텐츠에서 종교에 대한 관심이다(Clark, 2003). 드라마, 영화, 대중음악 등에 활용되는 종교적 상징물, 초자연성, 초월성 등은 이를 뒷받침한다. 다른 하나는 저널리즘 콘텐츠에서 나타나는 종교에 대한 관심이다(Hoover, 1998). 신문과 방송 등 언론사는 종교를 전문으로 다루는 기사를 별도로 배정하거나 순환보직의 방식으로 종교보도를 담당하게 하고 있다. 방송에서 종교는 다큐멘터리나 매거진 프로그램의 단골소재로 활용되고 있으며, 많은 신문에서는 ‘종교면’을 따로 두어 이상적인 종교 공동체나 종교인을 발굴, 소개하는 기획보도의 공간으로 활용하고 있다.

저널리즘과 종교 간 관계의 본질적 성격을 잘 보여주는 사례가 있었다. 2012년 9월 25일 개신교의 한 교단인 기독교대한감리회가 총회 입법의회에서 교단법으로 목회세습 금지를 입안하고 통과시켰다. 당시 다수의 일반(세속) 언론이 이를 보도했고 긍정적 평가에 입을 모았다. 경향신문, 문화일보, 서울신문, 아시아투데이, 조선일보, 중앙일보, 한국일보 등은 사설을 통해 이 결정을 환영했고 KBS에서는 〈뉴스해설〉 시간에 환영하는 논평을 내기도 했다.

이 사례에 주목할 필요가 있는 것은 이를 통해 종교를 다루는 저널리즘의 본질을 이해할 수 있기 때문이다. 한 제도종교의 개별 종파가 내린 결정을 대부분의 저널리즘 매

체가 단순보도하는 것을 넘어 이를 평가하고, 환영일색의 모습을 보였다. 또 많은 매체는 세습금지법을 긍정적으로 평가하면서 “한국 개신교의 사회적 신뢰를 회복”하는 길이 될 것이라는 희망적 전망을 내놓기도 하였다.

여기서 보듯이 저널리즘의 종교보도를 통한 실천의 핵심은 ‘규범적 평가’에 있다. 사회적으로 저널리즘에게 부여된 기능에 따라 일반(세속) 사회의 규범을 반영하여 개별 종교집단의 행위를 평가하는 것이다. 여기서 종교 저널리즘이 갖는 의미와 중요성이 드러난다. 첫째, 종교 저널리즘은 단순히 종교와 관련한 사건사고 등 일상적 보도에만 머무르지 않는다. 저널리즘은 종교보도를 통해 일반 사회규범과 개별 종교집단의 규범을 잇는 다리 역할을 한다. 이를 통해 사회규범이 규정하고 기대하는 종교의 기능과 역할이 무엇인지를 명시적으로 드러내는 것이다. 둘째, 종교 저널리즘은 사회 일반과 주류적 가치에 대한 저널리즘의 진단과 성찰을 반영한다. 종교에 대한 규범적 평가는 궁극적으로 현 사회에 대한 진단과 평가, 지향해야 할 가치를 동반하지 않을 수 없다. 따라서 저널리즘이 종교에 기대하는 가치는 결국 현 사회가 결핍한, 지향해야 할 가치가 무엇인지를 드러내주는 것이다.

하지만 종교 저널리즘에 대한 관심은 아직 주변적인 수준에 머물러 있는 게 사실이다. 학술적 관심을 가지고 종교 저널리즘을 탐구하는 연구자도 많지 않고 그 학술적, 실용적 가치에 대한 논의도 제대로 이루어지지 못했다. 이러한 상황이 초래된 이유에는 통상 비이성적 영역으로 분류되는 ‘종교’ 영역을 이성적, 학문적으로 접근하는 데 대한 거부감이 자리하고 있다. 이는 미디어학뿐 아니라 사회과학 전반에서 나타나는 현상이다(Carey, 2002). 하지만 보다 근본적으로 종교 저널리즘의 의미를 ‘종교를 대상으로 하는 보도’라는 특수영역으로 제한함으로써, 그것이 갖는 사회적, 정치적 함의를 충분히 이해하지 못하는 데서 그 원인을 찾을 수 있다. 또한 이런 태도는 점차 더해가는 중요성에도 불구하고 종교 저널리즘의 발전을 방해하는 요소로 작용한다.

아래에서는 종교 저널리즘이 직면할 수밖에 없는 쟁점들을 여섯 가지로 나누어 정리할 것이다. 또한 각 쟁점마다 함께 고민하고 풀어야 할 딜레마들을 질문의 형식으로 제시한다. 이것이 앞으로 종교를 다루는 저널리즘이 갖는 특성과 함의에 대한 본격적인 논의와 성찰을 이끌어내는 데 효과적인 도구가 되기를 기대한다.

종교 저널리즘의 쟁점과 딜레마

1. 저널리즘과 종교의 관계 설정

저널리즘과 종교의 만남에서 가장 먼저 고려해야 할 점은 각각 상대방을 어떻게 규정하고 있느냐이다. 종교가 저널리즘을 어떻게 규정하는지와 함께 저널리즘이 종교를 어떻게 규정하는지에 따라 그 관계의 성격이 달라질 수밖에 없다.

먼저 저널리즘을 바라보는 종교를 살펴보기 위해서는 종교전통에 따라 미디어·저널리즘을 바라보는 시각에 차이가 존재한다는 것을 이해할 필요가 있다. 예를 들어, 시각적 상징과 이미지에 대한 금기가 엄격한 이슬람은 미디어에 대한 소극적, 방어적 입장이 강하지만, 개신교 중 대외확장을 강조하는 복음주의 전통에서는 미디어의 영향력을 자파의 선교에 활용하고자 하는 전략모색에 매우 적극적, 공격적이다.

이러한 차이에 관계없이 대부분의 종교집단은 대체로 저널리즘을 ‘귀찮은’ 존재로 파악하는 경향이 있다. 자신들의 행위에 대한 감시와 비판, 고발이 저널리즘의 고유한 업무라고 간주하기 때문이다. 최근에는 상징영역의 중요성을 간파한 제도종교들이 홍보·공보 기능을 강화하고 퍼블리시티(Publicity)를 중시하면서 저널리즘을 자신들의 홍보를 위해 활용할 수단으로 규정하는 경향이 강해지고 있다.

한편, 종교를 바라보는 저널리즘의 시각에서는 먼저 종교를 위험한 존재로 규정한다. 저널리즘 종사자들 사이에서 종교는 일종의 금기처럼 규정된다(강성훈, 2007; 김대중, 2008). 종교와 관련한 민감한 사안을 다룰 경우 이에 동반되는 위험성이 매우 크다고 여기기 때문이다. 미디어의 비판적 콘텐츠에 대하여 종교집단이 보여 온 공격적 반응의 학습효과라는 이러한 금기로서의 인식을 강화시킨다. 이에 따라 종교는 저널리즘 행위에 영향을 미치는 강력한 이익집단 중 하나로 간주된다. 특히 미디어의 상업주의적 운용구조가 심화되면서 잠재적 소비자의 한 부분을 차지하는 종교집단을 자극할 가능성이 있는 콘텐츠 생산에 대한 부담은 커질 수밖에 없는 환경이 되고 있다.

하지만 저널리즘에게 종교는 금기의 대상에 머물지 않는다. 종교가 지니는 사회적 성격을 강조하면서 저널리즘 고유의 권력 감시 대상 목록에 포함시키고 있기 때문이다. 사적 영역뿐 아니라 공적 영역에까지 그 영향력을 확대함으로써 권력화 양상을 보이는 종교집단의 움직임을 감시하고 부정적 측면을 비판한다. 또한 종교에 대한 저널리즘의 비판에는 시대적 흐름에 맞지 않는 사회제도로서의 종교의 모습이 포함된다. 종교를 합리성, 다원성, 상대성 등의 근대적 질서에 뒤쳐져 여전히 전통성과 전근대성을 보이는 사회제도로서 규정하기도 한다.

그러나 정치, 경제, 산업, 문화 등 기타 분야에 비해 저널리즘에서 종교가 차지하는 비중은 높지 않다. 종교전문기자를 두는 소수의 언론사를 제외하면 전문기자를 배정하는 분야에서 종교는 제외되고 있으며, 종교담당은 주로 사회부, 문화부 등에서 직무순환 방식으로 배정된다.

이렇게 상호 간 규정하는 방식에 따라 저널리즘과 종교 간 관계의 유형은 다르게 나타난다. 먼저 갈등관계로서, 저널리즘의 비판과 문제점 고발에 종교기관은 언론조정신청, 법정다툼, 때로는 물리적 충돌로 이어질 정도로 공세적으로 반응하기도 한다. 2008년 SBS 다큐멘터리 〈신의 길, 인간의 길〉의 내용에 반발한 개신교인들이 SBS 사옥을 점거하는 등 갈등관계가 극단적이었던 사례도 적지 않았다. 이러한 종교집단의 반응은 자신들이 독점하던 공론장(Public Sphere)에서 종교에 관한 담론형성의 권력을 미디어에 양도하게 됨으로써 나타나는 반응으로 설명할 수 있다.

한편, 저널리즘과 종교가 협력관계를 보이는 사례도 증가하고 있다. 앞서 지적했듯이 공보·홍보기능의 강화를 꾀하는 종교기관들은 퍼블리시티를 기획함으로써 같은 شأن이 다수 매체에 동시에 보도되는 사례들이 많아지고 있다.

이렇게 다양하게 나타날 수 있는 저널리즘과 종교의 관계 설정과 관련하여 우리는 다음과 같은 질문을 제기해 볼 수 있다.

쟁점 : 저널리즘의 대상으로서 종교가 지니는 특수성은 무엇인가? 일간신문의 경우 '종교면'을 따로 두고 있는 이유는 무엇인가? 언론사가 종교담당 기자에게 기대하는 기사의 내용과 방향은 무엇인가?

2. 종교전통의 가치규범 vs. 저널리즘의 가치규범

위에서 언급했듯이 종교와 저널리즘의 관계는 갈등관계로 귀결될 가능성이 매우 크다. 종교와 저널리즘 모두 규범적 실천(Normative Practice)을 주된 과업으로 삼는 사회제도이기 때문이다. 둘 모두 선(善)과 악(惡), 정(正)과 오(誤)를 규정하고 실천하는 권력으로서 존재가치를 갖는다.

그런데 이들은 상이한 가치규범에 입각하여 규범적 실천을 행사하기 때문에 충돌의 가능성이 상존한다. 현대 저널리즘은 세속주의(Secularism)에 기반을 두며, 특히 영미권 저널리즘의 전통을 좇아 자유-다원주의를 규범적 가치로 받아들인다(Hoover, 1998). 이에 따라 권력에 대한 비판과 감시를 통해 사회를 구성하는 개인과 집단, 권력이 현 사회의 규범과 가치를 위반하지 않도록 하는 기능을 담당한다. 공적 영역에서 보

이는 종교의 모습에 저널리즘이 관심을 갖는 것은 종교가 비판과 감시의 대상인 ‘권력’으로 규정되기 때문이다. 그러므로 종교에 대한 저널리즘의 비판적 보도는 자유주의, 다원주의, 세속주의의 위반에 대한 경고와 비판으로 이해할 수 있다.

한편, 종교는 본질적으로 자신의 신념과 가치를 절대화하려는 성향이 강한 사회제도이다. 종교전통에 따라 차이는 있지만, 삶과 죽음, 역사와 운명의 거대담론을 규정하는 원리들로 구성된 종교적 신념체계는 그 절대성에 대한 신뢰를 통해 정당화된다. 따라서 다른 신념체계와의 공존을 인정하는 건 쉽지 않다. 이에 따라 종교집단은 자신을 향한 저널리즘의 비판을 종교적 가치에 대한 세속사회의 몰이해와 도전으로 규정하게 된다. 이들은 ‘종교의 자유’라는 가치를 내세움으로써 종교를 사적 영역으로 분류, 저널리즘 개입의 정당성을 인정하지 않으려 한다.

특히, 이번 세월호 사건의 중심에 있던 ‘구원파’처럼 한 종교집단이 사회적으로 공인된 제도권에 진입하지 못했을 경우 서로 다른 가치규범의 충돌 가능성은 더욱 강해진다. 신흥종교나 특정 종교 내 새로운 종파 등이 관련된 사안이 발생하면 저널리즘은 이들을 신비주의적이거나 일탈적 집단으로 규정하여 타자화하려는 경향이 강하다. 교리나 실천의 차이에 따른 분파의 성향이 강한 한국 개신교의 경우 소위 ‘이단’, ‘사이비’ 논란이 자주 발생하며 이에 대한 제도권 종파의 반발도 거세다.

세월호 사건 초기 유병언 전 회장과 구원파의 관련성이 부각되면서 구원파에 대한 언론의 관심은 이들의 일탈적인 행태, 폐쇄성, 조직 내부의 강한 결속력, 외부를 향한 조직적인 위기대응 등에 모아졌다. 그리고 이들에 대한 보도는 조직의 특수성에 대한 면밀한 이해 혹은 내부자를 통한 사실 확인이 제대로 뒷받침되지 못했고, 이에 대해 구원파는 ‘종교탄압’을 명분으로 크게 반발했다. 사건 자체의 긴박성이나 구원파의 폐쇄적 특성에 기인한 것이라는 설명도 가능하지만, 서로 다른 가치규범에 기반한 저널리즘과 종교의 본질적인 차이가 만드는 전형적 사례이며 유사한 상황이 발생할 개연성이 매우 높다고 볼 수 있다.

따라서 이렇게 서로 다른 가치규범에 입각하고 있는 종교와 저널리즘을 고려할 때, 다음과 같은 질문을 제기하는 것은 종교 저널리즘의 특성을 이해하고 바람직한 방향을 모색하는 데 도움이 된다.

쟁점 : 저널리즘은 각 종교전통의 가치규범이 지닌 상대성을 어디까지 인정할 수 있나? 저널리즘은 개별 종교전통의 교리 및 신학적 내용에 대해 개입할 수 있는 권리를 가지는가? 저널리즘은 특정 종교 내부 혹은 밖에서 나타나는 교리적, 실천적 다양성을 어디까지 인정할 수 있나?

3. 저널리스트 개인의 종교성 vs. 저널리즘의 전문직주의(Professionalism)

종교는 저널리스트에게 결코 만만하지 않은 영역이다. 앞서 언급했듯이 종교가 이익집단으로서 저널리즘 행위에 부담을 주기 때문이기도 하지만, 종교 저널리즘은 다양한 종교 전통에 대한 이해뿐 아니라, 깊이 있는 철학적, 인문학적 소양을 필요로 한다고 여기기 때문이다. 특히 종교에 대한 개인적 관심이 없는 이들에게는 종교보도를 담당한다는 건 여간 곤혹스러운 일이 아니다.

개인적으로 종교에 관심을 가지고 있으며, 또 특정 종교에 소속되어 있거나 특정 종교의 교리에 능통한 경우라면 이러한 부담이 상대적으로 가벼울 수 있다. 하지만 이러한 조건 역시 저널리즘 행위에 이롭다고만 볼 수는 없다. 저널리즘이 기반하고 있는 전문직주의(Professionalism)의 규율은 보도와 관련한 판단에 있어서 개인적 정서, 감상, 주관이 개입되는 것을 허용하지 않기 때문이다(Shudson & Anderson, 2009). 논의의 여지가 있지만, 통상적으로 저널리즘 현장에서 객관주의와 중립주의는 매우 중요한 규범으로 받아들여진다. 이런 상황에서 종교적 성향은 개인적 주관을 형성하는 핵심적 요소로 간주된다.

보도의 결과에 직접적으로 드러나지는 않지만, 종교담당 기자들이 특정 종교에 대한 주관적 입장에서부터 자유롭지 못하다는 것을 발견하는 것은 어렵지 않다. 이들이 저술한 종교 관련 저서, 편서 등이 출간되는 경우에는 이러한 개인적 성향이 강하게 드러난다. 특히, 디지털 커뮤니케이션의 발달과 함께 온라인 카페나 블로그를 운영하는 기자가 많아지면서 이런 성향이 밖으로 드러날 가능성은 점점 더 증가하고 있다.

따라서 다음과 같은 질문을 제기함으로써 종교보도의 현상에



서 기자들의 소속종교와 종교적 성향은 저널리즘 행위에 어떠한 영향을 미칠 것인지를 탐색하고, 또 이것이 종교 저널리즘에 함의하는 바에 대해 논의해 볼 필요가 있다.

▶ **쟁점** : 저널리스트의 개인적 종교성은 저널리즘 행위에 도움을 줄 수 있나? 이는 저널리스트가 갖고 있는 종교의 성격에 따라 달라질까?

4. 한국의 다종교 상황과 종교보도의 균형

종교 저널리즘에서 전제가 되어야 할 것은 한국사회의 종교적 맥락이 갖는 특수성에 대한 깊이 있는 이해일 것이다. 인구센서스 결과(2005년)를 살펴보면 종교인구는 총 인구의 53.1%로 나타났다. 불교가 전체인구의 22.8%로 가장 높은 비율을 차지하였으며, 개신교 18.3%, 천주교가 10.9%를 차지했다. 원불교와 유교, 기타종교는 합쳐 1%로 나타났다. 이렇게 한국종교의 특성은 다종교의 (평화적) 공존으로 규정되고 있다(길희성, 2002). 지배적 위치를 차지하는 특정 종교가 존재하지 않은 채 불교, 개신교, 천주교 등 3대 종교를 비롯한 다수의 종교전통들이 상대적으로 평화적인 관계를 유지하고 있다고 평가된다.

이런 맥락에서 ‘종교 간 균형’은 종교보도에 있어서 반드시 지켜야 할 규범으로 간주된다. 객관주의와 중립주의가 중시되는 저널리즘 환경에서 특정 종교에 대한 불균형적인 보도는 용인될 수 없는 것으로 받아들여진다. 물론 여기서 말하는 ‘균형’이 기계적 균형을 의미하지는 않는다. 저널리즘의 비판기능과 규범적 기준을 근거로 하는 평가는 자연스러운 것이며 마땅히 있어야 할 것으로 인식된다.

〈표〉 종교면의 종교별 평가 비율(%)²⁾

구분	호의적	중립적	비판적	합계
불교	80.7	9.7	9.6	100
개신교	47.5	5.0	47.5	100
천주교	82.3	8.4	9.3	100
원불교	95.5	4.5	0	100
복수종교	72.0	20.2	7.8	100
기타	74.7	3.6	21.7	100
합계	71.1	8.4	20.5	100

2) 이 표는 박진규(2011)의 〈표 3〉에서 일부를 변형한 것임

한국의 종교보도에서 개별 종교에 대한 평가는 분명한 차이를 보여주고 있다. 그 사례로, 필자가 수행한 연구(박진규, 2011)는 2008년 6월부터 2010년 5월까지 약 24개월간 조선일보와 한겨레의 종교면을 분석하였다. 여기서 주목할 점은 먼저 개신교에 대한 보도가 타종교에 비해 비판적인 기사의 비중이 매우 높다는 것이다(〈표〉 참조). 기획기사 중심인 종교면의 특성상 전반적으로 호의적 기사 비중이 높을 수밖에 없음에도 불구하고, 타종교의 호의적 기사 비중은 80% 이상인 데 비해 개신교만 호의적, 비판적 기사가 각각 47.5%로 나타났다.

이러한 불균형에 대해 저널리스트들은 자신들의 직업윤리인 전문직주의로 설명한다. 개신교에 대한 비판적 내용을 다룬 다큐멘터리에 대한 연구(박진규, 2008)에서 제작진은 자신들의 역할을 개혁적 정체성, 즉 미디어가 담당해야 할 자유-다원주의적 비판 기능과 연결하여 설명한다. 이에 따르면 한국사회는 다원주의로 규정되며 종교영역에서도 다원주의는 지켜져야 할 가치로 인식된다. 따라서 특정 종교가 이 질서에 부합하지 않는 태도와 행위를 보인다면 마땅히 비판의 대상이 되어야 한다고 판단한다. 이런 인식 속에서 한국사회에서 권력의 한 축으로 부상한 개신교에 대한 비판적 입장은 권력에 대한 감시와 비판이라는 미디어의 본질적 기능에서 볼 때 매우 정당한 것으로 설명된다.

또 이들은 자신들의 비판이 대중담론(Public Discourse)과 크게 다르지 않다는 점을 강조함으로써 자신들의 저널리즘 행위를 정당화하였다. 제작진들은 제작과정 내내 일반 대중의 정서를 확인하고 여기서 크게 벗어나지 않기 위한 여러 가지 장치를 마련하였는데, 이들의 판단에 따르면 개신교에 대한 비판적 정서는 이미 한국사회 전반에서 뿌리 깊게 자리 잡고 있는 대중담론에 기초한다.

이렇게 종교 간 균형은 한국의 다종교 상황에서 지켜야 할 규범이지만 절대적이지는 않다. 자유-다원주의에 기반한 평가에 따라 위반할 수 있는 규범으로 간주된다. 하지만 이는 보도에 있어서 종교 간 편향이라는 비판의 빌미를 제공하는 요소가 되기도 한다. 종교 저널리즘의 본질적 성격을 이해하고, 이를 통해 종교영역을 벗어난 함의를 찾아내기 위해서는 종교 간 균형이라는 암묵적 규범에 대하여 본격적으로 논의할 필요가 있다. 이를 위해 다음과 같은 질문을 제기해 볼 수 있다.

쟁점 : 종교보도에서 종교 간의 균형은 반드시 고려해야 하는 가치인가? 종교보도에서 특정 종교에 대한 호의적·비판적 시각은 어디까지 허용될 수 있나? 다른 종교에 비해 개신교에 대해 특히 비판적인 저널리즘의 입장은 어떻게 설명될 수 있나?

5. 한국사회의 현실 및 종교의 역할에 대한 저널리즘의 진단

특정 종교에 대한 저널리즘의 지속적 비판은 해당 집단이 권력화되었다고 판단하였을 때 더욱 정당화된다. 선거철 여러 형태로 영향력을 행사하는 종교, 정치행위에 직·간접으로 영향을 미치는 종교, 정당을 설립하는 등 직접 정치행위를 하는 종교의 모습에 저널리즘은 감시와 비판 기능을 집중한다. 한편 종교 저널리즘은 종교의 긍정적인 측면을 부각시키는 보도를 하기도 한다. 이런 보도는 주로 종교 공동체나 종교인을 발굴, 소개하는 기획기사나 다큐멘터리 등에서 찾을 수 있다.

그런데 비판과 기획보도 모두 종교에 대하여 저널리즘이 생산한 ‘기대담론’으로 읽을 수 있다. 종교가 사회적으로 담당해야 할 이상적 기능과 역할은 무엇인지에 대한 기대를 제시한다는 것이다. 저널리즘이 설정해 놓은 종교의 이상에 대한 기대를 기준으로, 이에 미치지 못한 모습을 비판하는 한편, 이에 부합하는 모습은 적극 발굴, 소개하는 것이다. 비판을 포함해 종교 저널리즘이 존재하는 것은 첫째, 종교가 담당하는 사회적 역할이 여전히 현재 사회에 중요하다는 것을 전제로 하며 둘째, 사회제도의 하나로서 종교가 담당해야 할 것으로 기대하는 사회적 역할 및 가치를 특정할 수 있다는 것을 의미한다.

여기서 중요한 것은 이러한 종교에 대한 기대담론이 결국 한국사회의 현실에 대한 진단과 성찰, 그리고 한국사회의 이상적 미래에 대한 구상을 바탕으로 한다는 점이다. 종교 저널리즘의 함의가 단순히 종교에 관련한 영역에 머물지 않는 이유다. 종교를 다루는 저널리즘은 한국사회의 현실에 대한 진단과 미래에 대한 구상을 바탕으로, 이러한 큰 그림 속에서 종교가 담당할 기능·역할이 무엇인지를 제언하는 것으로 이해할 수 있다.

따라서 저널리즘이 구체적으로 종교에 어떤 역할을 기대하고 있는지를 분석함으로써, 종교를 통해 저널리즘이 투영하는 가치는 무엇인지를 규명하는 것이 가능하다. 필자의 종교면 연구(박진규, 2011)에서 저널리즘은 종교를 통해 ‘다양성’, ‘관용’, ‘배품’, ‘화합·통합’, ‘대안성’ 등의 가치를 지향하고 있음을 알 수 있었다. 이것은 자유주의와 다원주의를 규범으로 하는 저널리즘이 종교에 대하여 취할 수 있는 입장을 반영한다. 결국, 저널리즘은 다원주의 사회 속에서 종교가 그 다원성을 해치지 않기를 기대할 뿐 아니라, 세속 사회가 잃어가는 도덕적, 비물질적 가치들을 재생산하여 제공하는 원천으로서 기능할 것을 주문한다.

여기서 ‘대안성’에 주목할 필요가 있다. 저널리즘은 현재 우리 사회에 대안적 가치를 제공할 사회제도가 필요하다고 진단하며, 종교가 그 기능을 담당해 줄 것을 기대한다. 이렇게 저널리즘이 생산한 종교담론은 현재 한국사회가 종교의 대안적 역할수행이 필요한 사

회라는 진단에 기초한다. 신자유주의적 상황이 주는 불안정성과 사회적 압력을 혼자 감당하며 스스로 위안해야 하는 개인에게 종교처럼 사회적 안전망과 위안의 메카니즘을 제공하는 사회제도의 중요성은 증가할 수밖에 없다는 진단이다. 이는 가족이나 학교 등 기존에 대안적 가치제공 기능을 담당하던 사회제도의 역할이 점차 약화되는 맥락 속에서, 종교가 그 역할을 담당해 주기를 바라는 사회적 기대가 반영된 것으로 읽을 수 있다.

그런데 현재 사회에 대한 진단과 평가, 이상적 미래에 대한 구상은 이념적일 수밖에 없다. 각 언론사와 저널리스트 개인의 이념적 성향에 따라 달라질 개연성이 크다. 하지만 정치, 경제, 사회 등 다른 영역에 비해 종교보도에서는 언론사의 이념적 차이가 크게 두드러지지 않는 경향이 있다. 종교를 통해 투영하는 가치와 사회상에는 이념의 차이가 크게 작동하지 않는 것처럼 보인다. 만약 그렇다면, 혹은 그렇지 않다면, 그것이 각각 의미하는 바는 무엇일까? 다음과 같은 질문을 제기해본다.

쟁점 : 저널리즘이 종교에 기대하는 이상적인 사회적 역할은 무엇인가? 저널리즘이 종교에 기대하는 바를 통해 알 수 있는 현재 한국사회의 모습은 무엇인가? 이러한 저널리즘의 기대와 현재 한국 사회에 대한 진단은 각 언론사나 저널리스트 개인의 이념적 성향에 따라 달라지나?

6. 종교 저널리즘의 미래

종교 저널리즘의 미래 모습에 대한 논의는 현재 모습에 대한 성찰로부터 출발한다. 향후 종교 저널리즘의 모습은 어떻게 바뀌게 될 것인가? 종교 저널리즘에 대한 실용적 가이드라인을 만든다면 어떤 내용을 담아야 할까? 종교보도의 전문성과 종교전문 저널리스트의 필요성에 대한 언론기관의 인식은 어떻게 바뀔 것인가? 종교 저널리스트가 갖춰야 할 자격과 자질이 있다면 무엇이며, 앞으로 이러한 조건이 현실화될 것인가?

향후 종교 저널리즘에 대한 전망에서 중요한 쟁점 중 하나는 ‘종교’의 정의(Definition)와 관련된다. 현재의 종교보도는 대체로 제도종교와 관련한 현상에 한정되어 있다. 하지만 종교영역은 제도종교뿐 아니라 유사종교 및 영성(Spirituality)까지도 포괄한다고 할 수 있다. 즉, 종교 저널리즘이 다뤄야 할 영역은 제도종교로부터 종교적 현상 일반으로 확장되어야 한다는 것이다. 이렇게 된다면 제도권에 있는 종교집단과 그렇지 않은 집단 사이의 구분이 모호해짐으로써 이에 위협을 느낄 제도종교의 반발도 예상된다. 종교전통이 지키는 원리에 따라 사이비 및 이단으로 불리던 집단과 현상이 저널리즘에서 호의적으로 다뤄지는 것에 불만을 제기할 수도 있다. 하지만 사회현상으로

서, 또한 저널리즘의 대상으로서 종교는 그 영역이 제도권을 벗어나 보다 포괄적이어야 함을 인식하는 것은 종교 저널리즘의 미래를 이야기할 때 매우 중요하다.

따라서 종교 저널리즘의 미래와 관련하여 다음과 같은 질문을 제기할 수 있다.

쟁점 : 앞으로 저널리즘에서 종교영역에 대한 관심과 기대는 어떻게 변화할 것인가? 변화한다면 그 방향은 어떠한가? 종교 저널리즘에서 제도종교를 벗어난 유사종교 현상, 영성(Spirituality)을 다루는 것은 정당한가?

나오는 말

‘세월호’와 ‘프란치스코 교황’은 2014년 한 해 우리사회의 저널리즘을 규정짓는 가장 중요한 열쇳말로 기억된다. 둘 모두 저널리즘의 낯선 대상인 종교와 연결된다는 점에서 흥미롭다. 또한, 종교를 바라보는 저널리즘의 두 가지 상반된 시선을 보여준다는 점에서도 주목할 만하다. 이 사례들에서 저널리즘은 종교를 사회규범과 공유된 가치를 파괴하는 일탈적 집단으로도, 꿈도 희망도 없는 세속사회의 막다른 현실에 새로운 가치와 삶에 대한 상상력을 제공하는 대안적 집단으로도 규정할 수 있다는 것을 드러내 주었다.

두 사례 모두 저널리즘과 종교가 만나는 지점에 대한 학술적, 실용적 관심을 촉구하였다. 점 또한 간과해서는 안 된다. 구원과 보도가 낳은 많은 문제점을 반복하지 않기 위해서도, 저널리즘이 교황이라는 종교적 아이콘을 통해 투사한 가치의 의미를 해석하기 위해서도 두 사회제도의 교차점에 대한 깊이 있는 이해가 필요하다. 위에서 정리한 종교 저널리즘의 쟁점과 딜레마들이 우리 사회에서 종교와 저널리즘의 만남에 대한 진지한 논의를 이끌어내는 데 효과적인 도구가 되기를 기대한다.

특히 위의 쟁점들은 작년 세월호 사건 당시 구원과 보도에 있어서 양산되었던 오보의 구조적 원인을 파악하는 데 도움을 준다. 먼저 종교라는 영역에 대한 저널리즘의 이해부족은 특정 종교집단이 갑작스럽게 사회적 주목의 대상이 되었을 경우 적절치 않은 보도결과로 이어질 수 있다는 점을 일깨워준다. 규범적 실천을 위한 집단이라는 종교의 본질과 함께, 세속사회로서 한국이 종교에 부여하는 의미 등 저널리즘의 대상으로서 종교가 갖는 특수성에 대한 깊이 있는 이해가 요구됨에도 불구하고, 대부분의 매체는 종교 영역을 주변화하고 전문 저널리스트 육성 시스템을 갖추지 못하고 있는 실정이다.

더구나 이 사례는 종교에 대한 저널리즘의 이해부족이 특정 종교집단을 타자화하고 주류사회로부터 분리된 일탈적 집단으로 규정해버리는 오류에 빠지기 쉽다는 것을 보여주었다. 세속사회에서 공유된 규범을 바탕으로 각 종교집단의 신념과 행위에 대한 신중하고 공정한 평가와 해석을 담당해야 할 저널리즘의 역할에 있어서 여러 아쉬움을 남긴 사례였다. 정교한 관찰과 분석으로 이번 보도사례가 남긴 문제점을 확인하고 해결방안을 모색해야 하는 숙제가 남았지만, 분명한 것은 국내외적으로 저널리즘이 종교를 만날 가능성이 점점 높아지는 상황에서 이 두 영역의 교차점에 대한 학계와 업계의 관심과 고민이 뒤따라야 한다는 점이다.

〈참고문헌〉

- 강성훈 (2007. 3). 언론보도의 성역, 종교계: 특하면 집단행동에 신변위협, 기자 피해의식 커져. 『신문과 방송』, 제435호, 28-31.
- 김희성 (2002). 종교다원주의: 역사적 배경, 이론, 실천. 『종교연구』, 28권, 1-28.
- 김대중 (2008. 9. 7). 언론의 세 가지 터부. 『조선일보』, A34.
- 박진규 (2011). 종교의 사회적 역할에 대한 저널리즘의 기대: 《조선일보》와 《한겨레》의 종교면 분석을 중심으로. 『종교문화비평』, 19호, 285-329.
- _____. (2008). 미디어의 종교담론 생산과 그 정당화: TV 다큐멘터리 〈신의 길 인간의 길〉 사례를 중심으로. 『한국방송학회』, 22권 6호, 110-148.
- Berger, P. (1999) (Ed.) The Desecularization of the World: Resurgent Religion and World Politics. Grand Rapids, MI: Eerdmans Publishing.
- Carey, J. W. (2002). Preface. Journal of Media and Religion 1(1): 1-3.
- Casanova, J. (1994) Public Religions in the Modern World. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Clark, L. S. (2003). From angels to aliens: Teenagers, the media, and the supernatural. Oxford, NY: Oxford University Press.
- Hoover, S. M. (2006). Religion in the media age. New York: Routledge.
- _____. (1998). Religion in the news: Faith and journalism in American public discourse. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Shudson, M. & C. Anderson (2009). Objectivity, professionalism, and truth seeking in journalism, in K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds.), The Handbook of Journalism Studies, NY: Routledge.



인터넷에 ‘맛 없는 집’이라고 쓸 경우 명예훼손이 성립할까?



김기중
법무법인 양재 변호사

인터넷에 ‘맛집’은 많으나 ‘맛 없는 집’이 없는 이유는 무엇일까? 그 이유로 이른바 ‘바이럴 마케팅’(상업적으로 블로그 글을 작성하거나 댓글을 다는 활동)과 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(이하 ‘정보통신망법’) 제44조의2에 의한 임시조치¹⁾를 지목하는 견해가 있고²⁾, 이러한 분석은 실제 상황에 부합한다고 생각한다.

1) 정보통신망을 통하여 일반에게 공개를 목적으로 제공된 정보로 사생활 침해나 명예훼손 등 타인의 권리가 침해된 경우 그 침해를 받은 자는 해당 정보를 취급한 정보통신서비스제공자에게 침해사실을 소명하여 그 정보의 삭제 또는 반박내용의 게재를 요청할 수 있다. 정보통신서비스제공자는 정보의 삭제 등을 요청받으면 지체 없이 삭제·임시조치 등의 필요한 조치를 하고 즉시 신청인 및 정보계재자에게 알려야 한다. 정보통신서비스제공자는 정보의 권리침해 여부를 판단하기 어렵거나 이해당사자 간 다툼이 예상되는 경우에는 해당 정보에 대한 접근을 임시적으로 차단하는 조치(임시조치)를 할 수 있다.

2) 황용석(2015. 2. 9.), “인터넷에 ‘맛집’만 있고 ‘맛 없는 집’은 왜 없지?”, 〈한겨레〉 <http://www.hani.co.kr/arti/society/media/677598.html>



주요 언론에는 거의 보도되지 않았으나 2014년 8월경 인터넷을 뜨겁게 달군 이슈가 있었다. 그것은 포털의 주요 검색어 및 SNS에도 오르내린 ‘건대 통큰통큰 식당’ 사례인데, 이를 통해 블로그 마케팅의 현실과 서비스 경험사례에 관한 게시글을 둘러싼 만만치 않은 쟁점을 확인할 수 있다.

사안은 이렇다. 건국대 앞 돈가스 전문점에 한 블로거가 방문한 후 맛이 별로였다는 후기를 올리자, 돈가스집 주인이 이를 비난하는 댓글을 달면서 네티즌들 사이에서 논란으로 확산되었다. 그 외중에 이른바 파워 블로거들의 맛집 평가에 ‘이 집의 돈가스 맛이 환상’이라는 다수의 글이 발견되고, 네티즌들이 이들을 공격하였는데, 알고 보니 돈가스집 주인이 무료식사나 금품으로 블로거들에게 긍정적인 글을 작성하게 했다는 것이다.³⁾ 네티즌들의 용탄 폭격을 받은 돈가스집 주인은 식당을 그만두겠다고 하며 다음과 같은 해명 글을 남겼다.⁴⁾

“... (전략) 저도 작지만 했습니다. 팩트는 다른 가게는 수백 개 수천 개씩 합니다. ... (중략) ... 돈이 많이 들어갑니다. 10명당 33만 원 들었습니다 (음식 값 따로). 그래서 블로거한테 쪽지 보내서 무료 체험 후 포스팅으로 바꾼 게 그들에게 나쁘게 보였을 것입니다. ... (중략) ... 여기 상권 늘 살벌합니다. 모두가 적이고 모두가 경쟁상대입니다. 손님들이 블로그나 페이스북 광고 보고 오는 곳이라 광고 안 하면 죽는 곳입니다. ... (중략) ... 블로그 포스팅이 다 가짜인데 앞으로 잘 하겠다? 난 열심히 했다? 이건 정치인들이 사기 치는 것과 같

습니다. (업체 끼고 포스팅 하시는 분들) 공짜로 먹지 말고 돈 주고 먹고 포스팅 하세요. ... (중략) ... 저는 이번 일로 가게 내놨습니다. 그리고 떠날 생각하고 있습니다. 광고 못 하면 아무리 음식이 좋아도 성공할 수 없는 라인이라 (후략) ... ”

식당을 정할 때, 치과 갈 때, 심지어 셀카봉 같은 간단한 물건을 살 때도 인터넷에서 관련 내용을 살펴보는 것이 일상이 된 현실에서, 인터넷을 이용한 사업자의 마케팅 활동은 필수적이다. 특히, 이용자들의 부정적인 글은 해당 상품 또는 서비스 제공자에게 치명적인 영향을 줄 수 있을 것이므로, 사업자들이 홍보대행사나 ‘바이럴 마케팅’사를 이용하여 돈을 지불하고 긍정적인 글을 게재하도록 유도하는 것 외에 부정적인 평가의 글을 없애는 데 많은 노력을 기울일 수밖에 없다. 이들이 부정적인 평가의 글을 없애는 데 주로 이용하는 수단은 정보통신망법 제44조의2에 규정된 임시조치이다.

방송통신위원회가 파악한 2013년 주요 포털의 임시조치 건수는 34만 7천여 건에 달하며, 해마다 늘어나는 추세이다.⁵⁾ 이렇듯 매년 수십만 건의 글이 임시조치 되고 있으므로, 상품이나 서비스에 대한 이용자의 평가 글이 부정적이라는 이유만으로 임시조치 되는 건수도 상당한 것으로 추측된다. 포털과 같은 정보통신서비스제공자는 명예훼손의 피해를 입었다고 주장하는 자가 삭제 등의 요구를 한 경우, 반드시 일정한 조치를 한 후 그 결과를 통지해 주어야 하므로, 특별한 사정이 없

3) 정용인(2014. 9. 2.), “[언더그라운드, 넷] 누리꾼과 개싸움 논란, 건대 통큰통큰 돈가스 사건 전말”, 〈주간경향〉 http://weekly.khan.co.kr/khnm.html?mode=view&dept=115&art_id=201409021745511

4) 박민정(2014. 8. 29.), “이 일로 가게 내놓았다, 건대입구 돈가스집 사장 해명글”, 〈위키트리〉 http://www.wikitree.co.kr/main/ann_ring.php?id=186376&alid=229653

5) 〈연합뉴스〉(2014. 8. 1.), “접속 차단된 인터넷 글 게시자에게 이의제기권 부여”, http://www.yonhapnews.co.kr/it/2014/08/01/2404000000A_KR20140801085451017.HTML

는 한 임시조치를 수용한다. ‘맛 없는 집’에 관한 글이 거의 없는 이유이다.

그런데 정보통신망법 제44조의2에 의하면, 명예훼손 등의 권리가 침해된 경우 그 침해를 받은 자가 정보통신서비스제공자에게 일정한 조치를 요청할 수 있고 정보통신서비스제공자는 그 판단이 어려울 경우 임시조치를 한다고 규정되어 있으므로, 소비자가 자신의 소비 경험을 적을 경우, 그리고 그러한 경험이 부정적인 것일 경우, 대상 사업자의 명예를 훼손하는 것인지 여부가 쟁점이 될 수밖에 없다. 소비자가 자신의 경험을 그대로 밝히는 것이 사업자의 명예를 훼손한다고 보기 어렵다면, 정보통신망법 제44조의2를 근거로 하여 수많은 소비자 경험에 관한 게시글을 삭제 또는 임시조치를 하는 것은 잘못된 것이기 때문이다.

이 점을 정면으로 다룬 2012년의 대법원 판결을 보자. 산후조리원을 이용한 후 자신이 겪은 경험을 카페에 게시한 소비자가 명예훼손죄로 기소된 후, 오랜 기간의 법정 다툼 끝에 대법원에서 무죄 판결을 받은 사례이다. 본 사안에서 피고인에 대한 공소사실은 다음과 같다.

“피고인은 2011. 12. 14.경부터 27.경까지 ○○○ 산후조리원에서 산후조리를 하였다. 피고인은 2011. 12. 26.경 네이버의 유명 산모카페에 “산후조리원 측의 막장대응”이라는 제목 하에 “250만 원이 정당한 요구의 청구인가를 물어보니 막장으로 소리 지르고 난리도 아니네요. 이러면

제가 겪은 사실 모두 후기에 다 올리겠다 했더니 ‘해 볼테면 해봐라’ 오히려 저에게 ‘손해배상을 청구하겠다.’고 합니다.”라는 글을 게시하여 정보통신망을 통하여 공공연하게 사실을 드러내어 산후조리원 및 원장인 피해자의 명예를 훼손하였다.”

1심 법원은 다음과 같은 이유로 공공의 이익에 관한 것으로 비방할 목적이 없었다는 피고인의 주장을 배척하고 유죄를 선고하였고⁶⁾, 항소심 법원은 별다른 설명 없이 피고인의 항소를 기각하였다.⁷⁾

“이 사건 카페는 회원수가 20,000명이 넘는 점, 이 사건 각 게시물 내용은 피해자가 운영하는 산후조리원에 대한 정보제공차원을 넘어 피고인의 불만제기에 대응하는 피해자의 태도와 언행을 인격적으로 비난하는 표현이 다수 포함되어 있는 점, 피해자가 피고인의 환불요구를 거절한 직후 게시물 및 댓글을 계속적, 중복적으로 게재한 점 등 이 사건 각 게시물을 게재하게 된 경위, 구체적 인 표현내용과 표현방법 등에 비추어 보면 다수인을 상대로 영리목적의 서비스를 제공하는 피해자의 입장에서는 고객들의 불만의 의사표현을 어느 정도 감내하여야 할 것이라는 점을 고려하더라도, 피고인이 객관적으로 볼 때 주로 공공의 이익에 관하여 사실을 적시하였다고 볼 수 없다.”

하지만, 대법원은 다음과 같은 이유를 들어 무죄 취지로 원심 판결을 파기하였다.⁸⁾

대법원은 먼저 관련 법리에 관하여, “국가는 건

6) 서울북부지방법원 2012. 6. 7. 선고 2012고단710 판결

7) 서울북부지방법원 2012. 8. 9. 선고 2012노729 판결

8) 대법원 2012. 11. 29. 선고 2012도10392 판결

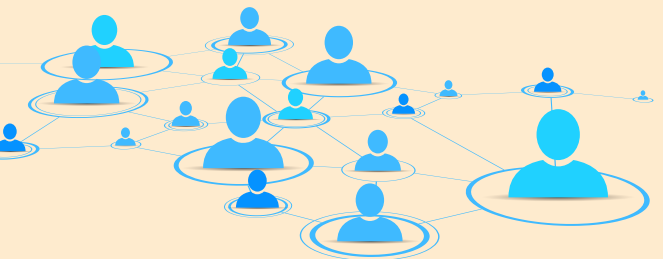
전한 소비행위를 계도하고 생산품의 품질향상을 촉구하기 위한 소비자보호운동을 법률이 정하는 바에 따라 보장하여야 하며(헌법 제124조), 소비자는 물품 또는 용역을 선택하는 데 필요한 지식 및 정보를 제공받을 권리와 사업자의 사업활동 등에 대하여 소비자의 의견을 반영시킬 권리가 있고(소비자기본법 제4조), 공급자 중심의 시장 환경이 소비자 중심으로 이전되면서 사업자와 소비자의 정보 격차를 줄이기 위해 인터넷 상의 물품 또는 용역에 대한 정보 및 의견 제공과 교환의 필요성이 증대되므로, 실제로 물품을 사용하거나 용역을 이용한 소비자가 인터넷에 자신이 겪은 객관적 사실을 바탕으로 사업자에게 불리한 내용의 글을 게시하는 행위에 비방의 목적이 있는지는 해당 적시 사실의 내용과 성질, 해당 사실의 공표가 이루어진 상대방의 범위, 표현의 방법 등 표현 자체에 관한 제반 사정을 두루 심사하여 더욱 신중하게 판단하여야 한다.”고 하였다.

이어 대법원은 본 사안에 관하여 판단하면서, “피고인이 인터넷 카페 게시판 등에 올린 글은 자신이 산후조리원을 실제 이용하면서 겪은 일과 이에 대한 주관적 평가를 담은 이용 후기인 점, 위 글에 ‘갑의 막장 대응’ 등과 같이 다소 과장된 표현이 사용되기도 하였으나, 인터넷 게시글에 적시된 주요 내용은 객관적 사실에 부합하는 점, 피고인이 게시한 글의 공표 상대방은 인터넷 카페 회원이나 산후조리원 정보를 검색하는 인터넷 사용자들에 한정되고 그렇지 않은 인터넷 사용자들에게 무분별하게 노출되는 것이라고 보기 어려운 점 등의 제반 사정에 비추어 볼 때, 피고인이 적시한 사실은 산후조리원에 대한 정보를 구하고자 하는 입

산부의 의사결정에 도움이 되는 정보 및 의견 제공이라는 공공의 이익에 관한 것이므로 ... (중략) ... 피고인에게 비방할 목적이 있다고 보기 어렵다.”고 판단하였다.

대법원의 위 판결은, 소비자 게시물의 명예훼손 여부를 판단하는 기준으로 헌법 상 소비자 보호에 관한 국가의 의무와 정보를 제공받을 소비자의 권리를 제시하고, 공급자 중심의 시장 환경이 소비자 중심으로 이전되는 현실에서 사업자와 소비자 사이의 정보 격차 해소가 필요하다고 언급하여, 인터넷에서 소비자들이 각자의 경험을 공유하는 일을 단순한 수다가 아니라 헌법적 차원의 권리로 끌어올린 획기적인 판결이다.

다만 소비자의 경험에 관한 게시글이 항상 자유롭게 허용되는 것은 아니고, “실제로 물품을 사용하거나 용역을 이용한 소비자가 인터넷에 자신이 겪은 객관적 사실을 게재한 경우”, “주요 내용이 객관적 사실에 부합하는 경우”에 명예훼손의 책임을 지지 않는다는 점에 주의해야 한다. 또한 ‘건대 통큰통큰 식당’ 사례에서 보듯이, 이 분야는 ‘살벌한 경쟁의 장’이므로, 사업자들은 위 대법원 판결에도 불구하고 여전히 부정적인 게시글에 대해 전투적인 자세로 대응할 것으로 보여, 소비자 경험에 관한 게시글을 둘러싼 논쟁은 앞으로도 오랜 기간 동안 계속될 것으로 보인다.



풍자와 모욕 사이, 샤를리 엽도 만평



전학선
한국의국어대학교
법학전문대학원 교수

시작하며

지난 1월 7일 프랑스의 대표적인 풍자전문 주간지 샤를리 엽도(Charlie Hebdo)의 파리 본사가 테러를 당했다. 오전 11시경 복면을 쓴 괴한 두 명이 급습하여 총기를 난사하였고, 잡지사 직원 10명과 경찰관 2명이 숨졌다. 사망자 중에는 에디터인 스테판 샤르보니에(필명 샤르브)를 비롯해 공동 설립자 장 카뮈, 티그노스, 월린스키 등 만평 작가 4명이 포함돼 있다.¹⁾ 이 사건은 샤를리 엽도가 그간 발간해 온 ‘불경스런 그림들’²⁾에 불만을 품은 이슬람 원리주의자들의 소행이었다. 프랑스 전역은 충격에 휩싸였다.

샤를리 엽도는 정치·문화·종교·사회 등 다양한 분야에 대해 풍자적 성격의 만평을 실었다. 이슬람뿐 아니라 극우주의, 기독교, 유대교도 풍자하였으며 이를 통해 독자층을 확보해왔다. 이슬람의 예언자 무함마드를 비롯하여 예수나 교황 요한 바오로 2세, 히틀러 등에 대해 조롱에 가까운 풍자를 하였고, 북한의 김정은에 대해서도 풍자한 바 있다. 만화, 르포, 논쟁, 농담 등을 주로 실었으며, 논조는 비교적 공격적, 성향은 매우 반종교적인 좌익 언론이라는 평이 많았다.

샤를리 엽도 테러 이후 프랑스에서는 표현의 자유를 허용하라는 의미에

1) 머니투데이 국제경제팀(2015. 1. 8.), “佛 풍자주간지 ‘샤를리 엽도’ 테러로 12명 사망”, 〈머니투데이〉 <http://t.mt.co.kr/view.html?no=2015010801410531875&cate=flash>

2) 이슬람교에서는 예언자 무함마드의 모습을 그리는 행위 자체가 엄격하게 금지돼 있고, 이슬람교 신자들은 무함마드의 모습을 보는 것을 모욕적으로 여긴다. 박성진(2015. 1. 8.), “테러범들이 저격한 샤를리 엽도의 만평들”, 〈허핑턴 포스트〉 http://www.huffingtonpost.kr/2015/01/08/story_n_6434514.html

서 “내가 샤를리다(Je suis Charlie).”라는 구호가 등장하였고, 이와 반대로 타 종교를 모욕하는 자유까지는 허용할 수 없다는 뜻을 담은 “나는 샤를리가 아니다(Je ne suis pas Charlie).”라는 구호도 등장하였다.

샤를리 엽도 동일 사건에 대해 상반된 반응을 잘 보여주는 문구들. “나는 샤를리다”(좌측) v. “나는 샤를리가 아니다”(우측)



이 글에서는 우선 표현의 자유에 관한 프랑스와 우리나라의 헌법을 살펴보고자 한다. 그리고 나서 샤를리 엽도 사건과 관련하여 만평의 종교풍자 시, 표현의 자유를 허용해야 하는지 혹은 제한해야 하는지, 제한한다면 어떤 경우 제한해야 하는지 등을 검토할 때 참고할 수 있는 판례들을 살펴보고자 한다.

표현의 자유

표현의 자유는 민주주의의 필수불가결한 요소로 여겨지고 있다. 우리나라도 헌법 제21조에 언론·출판의 자유를 규정하고 있는데, 이 자유는 전통적으로는 사상 또는 의견의 자유로운 표명(발표의 자유)과 그것을 전파할 자유(전달의 자유)를 의미하는 것으로서 개인이 인간으로서의 존엄과 가치를 유지하고 행복을 추구하며 국민주권을 실현하는 데 필수불가결한 것으로 오늘날 민주국가에서 국민이 갖는 가장 중요한 기본권의 하나로 인식되고 있다.³⁾

언론·출판의 자유는 민주체제에 있어 불가결의 본질적 요소이다. 사회구성원이 자신의 사상과 의견을 자유롭게 표현할 수 있다는 것이야말로 모든 민주사회의 기초이며, 사상의 자유로운 교환을 위한 열린 공간이 확보되지 않는다면 민주정치는 결코 기대할 수 없기 때문이다. 따라서 민주주의는 사회 내 여러 다양한 사상과 의견이 자유로운 교환과정을 통하여 여과 없이

3) 헌법재판소 1992. 2. 25. 선고 89헌가104 결정

사회 구석구석에 전달되고 자유로운 비판과 토론이 활발하게 이루어질 때에 비로소 그 꽃을 피울 수 있게 된다. 언론·출판의 자유가 보장되지 않는다면, 사상은 억제되고 진리는 더 이상 존재하지 않게 될 것이다. 문화의 진보는 한때 공식적인 진리로 생각되었던 오류가 새로운 믿음에 의해 대체되고, 새로운 진리에 자리를 양보하는 과정 속에서 이루어진다. 진리를 추구할 권리는 우리 사회가 경화되지 않고 민주적으로 성장해가기 위한 원동력이며 불가결의 필요조건인 것이다. 요컨대, 헌법 제21조가 언론·출판의 자유를 보장하고 있는 것은 이 같은 헌법적 가치들을 확보하기 위한 전제조건을 마련하기 위한 것이다.⁴⁾

이러한 언론·출판의 자유에서 표현의 자유가 도출되는 것이고 표현의 자유는 민주주의를 실현하는 가장 기초적인 요소라 할 수 있으며, 표현의 자유가 보장되지 않는 국가는 민주국가라 할 수 없을 것이다.

프랑스의 경우에도 일찍부터 표현의 자유를 보장하였다. 1789년 시민혁명을 통하여 근대국가를 건설한 프랑스는 1789년 인권선언에서 표현의 자유를 보장하였다. 인권선언 제11조는 “사상과 견해의 자유로운 교환은 인간의 가장 존귀한 권리 가운데에 하나이다.”라고 규정하면서 표현의 자유를 인정하였다.

또한 종교의 자유와 관련하여서도 인권선언 제10조는 “누구든지 그의 의사표시로 인하여 법률에 의해 정해진 공공질서가 파괴되지 않는 한, 그의 견해 특히 종교상의 견해로 인하여 불이익을 받아서는 안 된다.”라고 규정하고 있다. 따라서 프랑스에서는 다른 국가보다는 상대적으로 종교적인 부분에 있어서 폭 넓게 표현의 자유를 보장한다고 할 수 있다.

그러나 이와 더불어 인권선언 제11조는 “모든 시민은 자유롭게 말하고, 쓰고 출판할 수 있으나 법률에 규정된 경우에는 이러한 자유의 남용에 대하여 책임을 진다.”라고 하여 표현의 자유가 무제한으로 인정되는 것이 아니라 권리에 대한 남용이 있는 경우에는 책임을 지도록 하였다. 즉 표현의 자유를 향유하도록 하면서도 그 제한에 관하여 규정을 둔 것이다.

20세기 들어와서는 많은 법률들이 언론의 자유를 보장하는 규정을 두고 있게 된다. 예를 들어 1935년 3월 29일의 언론인의 직업적 지위에 관한 법률(*loi du 29 mars 1935 relative au statut professionnel des journalistes*)이라든가, 1949년 7월 16일의 청소년 운명공포에 관한 법

4) 헌법재판소 1998. 4. 30. 선고 95헌가16 결정

률(loi n°49-956 du 16 juillet 1949 sur les publications destinées à la jeunesse), 1986년 8월 1일과 11월 27일의 언론의 사법제도 개혁에 관한 법률(loi portant réforme du régime juridique de la presse)에서 언론의 자유를 강화하는 내용을 담고 있다.

그러나 1881년 7월 29일 언론의 자유에 관한 법률(loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse)에서는 명예훼손이나 모욕적 성격의 표현에 대해서는 형사처벌을 할 수 있도록 하고 있다. 1881년 언론의 자유에 관한 법률 제29조 제1항은 명예훼손을 “사람이나 집단의 명예나 평가에 침해를 가져다주는 사실의 주장 또는 비난”이라 하였고, 제29조 제2항은 모욕 행위를 “아무런 해당 사실의 적시 없는 모든 모욕적인 표현, 경멸의 말 또는 욕설을 하는 행위”라고 정의하고 있다.

만평, ‘예술적 언론’

만평의 표현의 자유를 살펴보기 위해서는 우선 만평의 성격에 대해 짚어볼 필요가 있다. 만평은 그 자체로 저널리즘의 한 요소이면서 동시에 예술적 성격을 띤다.

신문 등 언론의 중요한 기능 중 하나는 사회비판 기능이라고 할 수 있는데, 그 백미는 무엇보다도 풍자를 통한 카툰⁵⁾ 즉, 만평의 형태로 나타난다.⁶⁾ 만평은 본질적으로 여타의 희화적 표현과는 달리, 일반적 사회 현상과 모순 그리고 부조리에 대한 혹독한 비판을 주요 목적으로 한다.

한편, 일반적으로 풍자나 만화는 예술이라고 평가되며, 역시 풍자가 많이 활용되는 일종의 만화, 즉 만평도 예술적 성격을 띤다고 할 것이다.⁷⁾ 풍자의 경우, 작가가 표현하려고 하는 생각에 대해 실제 생각된 바를 더 상회하는 외관상의 과장법이나 실제 생각된 바를 변형하여 표현하는 일종의 왜곡법이 많이 쓰인다. 그렇지만 정통한 독자나 관찰자는 표현내용을 자신이

5) 카툰은 ‘큰 종이 한 장(A Big Sheet of Paper)’이라는 의미에서 파생된 것이라고 한다. 이는 벽화의 밑그림처럼 대강 그린 그림을 뜻하는 것이었는데, 19세기 초반까지 캐리커처(Caricature)와 유사어로 쓰이다가 오늘날과 같은 카툰으로 사용되게 되었다. 카툰이란 용어가 한국 만화계에 도입된 것은 1980년대이며, 이는 ‘한 칸 만화’와는 개념을 달리하는 시각 언어로서 함축된 메시지를 전달한다는 차원에서 사용되기 시작하였다. 여기서 카툰이란 신문에 실리는 1~4컷짜리 시사 만화 및 만평이 속한다. 본고에서는 만평이라는 단어를 사용하고자 한다. 이재진(2006), 〈언론자유와 인격권〉 191-192면; 이원복(1991), 〈세계의 만화, 만화의 세계〉 232면; 임청산(1989), 〈응용 예술로서의 만화 미학〉 184면.

6) 이원복, 앞의 책, 157면.

7) 이하 예술의 자유 관련 내용은 박용상(2002), 〈표현의 자유〉 476-488면을 인용하였다.

이미 알고 있거나 사실상 의미된 내용으로 파악하게 된다고 보는 견해가 있다. 따라서 이러한 표현방식을 법적으로 평가함에 있어서는 그러한 묘사가 전면에서 나타나는 것으로 파악해서는 안 되고, 진술의 핵심내용을 풍자적 또는 만화적 형태의 치장으로부터 구별해내야 한다는 것이다. 그 위법성의 판단에 있어서는 치장으로부터 언급하려는 바를 분리하고, 양자를 별도로 음미·조사하여야 한다.

이처럼 ‘예술적 언론’에 해당하는 만평은 그 경우에 예술의 자유로서 보호받게 된다. 풍자에서 오해할 수 있는 표현을 사용하는 것은 원칙적으로 위법한 것이라 할 수 없다. 이 표현양식이 오해를 일으킬 우려가 있다 하더라도 예술로서 그에 상응하는 자유공간이 부여되어야 하기 때문이다.

예술의 자유는 정신적 자유의 하나로서 넓은 의미에서 커뮤니케이션 기본권이라고 할 수 있다. 예술의 자유는 예술 분야에서 활동하고 있는 모든 사람에게 개인적인 자유권을 보장한다. 정신적 표현의 자유로서 뿌리를 갖는 예술의 자유는 사고와 감정의 창조적 제시를 보호한다는 점에서 일반적 표현의 자유와 구별되는 독립된 보호영역을 갖는다. 그것은 인간 실존의 심미적 또는 초월적 묘사라고 하는 고도의 진실을 지향하기 때문이다.

예술적인 창조과정이 자유롭게 전개될 수 있으려면 예술가가 현실을 만나고 그 만남 속에서 경험하는 것을 구상하는 형태와 방법이 사전에 규정되어서는 안 된다. 현실에 대한 태도의 타당성 여부는 예술가 자신만이 결정할 수 있고, 예술의 자유는 예술적 활동의 방법, 내용 및 경향에 대해 간섭하는 것, 특히 창작과정에 대해 일반적으로 구속하는 규칙을 정하는 것을 금지한다.

그러나 이러한 예술의 자유도 제한이 따른다. 우리 헌법 상 예술의 자유는 다른 기본권과 마찬가지로 일반적 법률유보에 따르게 되고, 따라서 헌법 제37조 제2항에 따라 국가안보, 질서유지 또는 공공복리를 위해 제한할 수 있다. 헌법재판소는 예술표현자유에 관하여 다음과 같이 판시한 바 있다. “이러한 예술표현의 자유는 무제한적 기본권은 아니다. 예술표현의 자유는 타인의 권리와 명예 또는 공중도덕이나 사회윤리를 침해하여서는 아니 된다. (후략) ...”

예술형식이 모욕 또는 명예훼손 등의 목적으로 남용된다거나, 작품의 내용 및 묘사의 객관적인 평가나 인식되는 작가의 동기에 비추어 볼 때 그 작품이 예술 외적인 관심을 추구하는 것이면 예술의 자유는 인간의 존엄과 인격의 보호 등에 의해 제한받게 된다.

예술의 자유와 종교감정의 침해

때로는 종교적 내용을 다룬 예술작품이 공공의 종교감정이나, 타인의 신앙을 모독하게 되는 경우가 있다.⁸⁾ 이 경우에는 종교의 자유와 예술의 자유가 충돌하는 양상을 보이게 되며, 다음의 프랑스 판례는 예술자유에 한계를 보여준다.

〈사례 1〉 신성모독적 영화광고 사건(1984)

이 사건은 영화를 광고하는 벽보를 제작하고 이를 게시하는 경우에도 신앙의 자유와 관련되어 일정한 한계가 있음을 보여주고 있다.

프랑스의 한 영화제작사(Film Galaxie)는 1984년 ‘아베 마리아(Ave Maria)’라는 영화를 제작한 후, 이를 광고하기 위해 파리 주요 시내 및 광장에 대형 벽보를 붙였다. 그 벽보에는 십자가에 손과 발이 묶인 처녀가 나체에 머리칼이 흐트러진 모습을 하고 있었다. Saint Pie X(예수 그리스도 성총회)와 같은 종교단체들은 위 벽보가 프랑스 카톨릭의 본질적인 가치에 대한 침해에 해당하므로, 영화제작사가 모든 공공장소에서 이를 제거토록 법원에 청구하였다. 법원은 영화제작사로 하여금 제거를 명했다. 법원의 판단에 따르면, 위 벽보가 행인들의 시선을 끄는 상업적 광고에 십자가와 같은 종교적 상징물을 모욕적이고 교묘한 방법으로 이용했고 이는 사람들의 깊고 내밀한 종교적인 믿음을 불법적으로 침해하는 것이었다. 이 사건은 영화광고와 같은 벽보를 제작하고 이를 게시하는 경우에도 종교의 자유와 관련되어 일정한 한계가 있음을 보여준다. 판시에 의하면, 인간은 신앙과 양심의 자유를 가지며, 아무런 침해나 모욕의 위험 없이 거리를 자유로이 왕래할 자유가 있는데, 위 벽보는 이러한 공공의 법익을 침해하였다는 것이다. 위 사건의 제2심 판결도 같은 취지로 판단하였다(파리고등법원 1984. 10. 26, Ste Films Galaxie et autres c. Association et autres 판결).

또한 다음 판결은 법원이 문제된 영화작품의 철학적, 도덕적, 미적 가치에 관하여 평가하거나, 예술과 신앙과의 관계에 관하여 비판하는 것은 적합하지 않지만, 영화의 내용이 철학적, 도덕적, 미적 가치판단에 해당한다고 하더라도 영화에 의해 종교단체나 신봉자들로부터 신앙과 종교적 감정의 침

8) 이하 〈사례 1〉과 〈사례 2〉의 내용은 박용상(2002), 앞의 책, 467-470면을 인용하였다.

해가 있다고 주장된 경우에는 침해가 있었는지 여부 또는 그 정도에 관한 판단을 회피하여서는 안 된다는 내용을 설시한다.

〈사례 2〉 기독교신앙 모독 영화 사건(1987)

이 사건은 프랑스 파기원이 종교적 내용을 다룬 영화가 타인의 신앙을 침해하는 경우, 창작자유의 한계 문제를 다룬 것이다. 1985. 1. 27. ‘은총이 가득하신 마리아여(Je vous salue, Marie)’라는 제목의 영화가 최초로 상영되었는데, 그 제작자에 의하면 “성모 마리아의 무염시태(마리아가 원죄 없이 성령의 힘으로 예수를 잉태하였다는 믿음)의 신비와 교리를 현재화하여 마리아의 아들인 예수가 하나님의 아들이 되는 신비를 표현한 것이며, 완전한 나체 이미지를 통해 모든 기교와 수식을 없앤 이미지를 통해 이 신비의 현재화를 표현하고자 한 것”이라고 한다.

그러나 같은 날 ‘인종주의 반대와 프랑스 및 그리스도의 정체성 존중을 위한 총연합회’와 ‘카톨릭 가족모임 전국연합회’는 위 영화의 감독과 제작사 및 보급사를 상대로 위 영화가 그리스도교인들의 신앙을 모욕적인 방법으로 조롱하였다는 이유로 파리지방법원에 위 영화의 상영금지 및 문제적 장면의 삭제를 구하는 가처분 신청을 하였다.

제1심(파리지방법원 1985. 1. 28. 판결)은 문제가 된 작품의 철학적, 도덕적, 미적 가치에 관하여 어떠한 평가를 하거나, 예술과 신앙과의 관계에 대한 비판을 가하는 것은 민사재판을 하는 법관의 일이 아니라고 전제하고, 다음과 같은 요지의 이유로 가처분신청을 기각하였다.

“이 영화가 그리스도교적인 영화이든, 지적이나 신학적인 고찰의 형식을 빌린 시(詩)이든 간에 우리 시대의 모순과 양식을 정확히 반영하면서 성모 마리아를 우리 시대에 다시 투영해 보고 느껴보려 한 것이기 때문에 이 영화에 대해서도 그러한 법리가 적용된다. 결국 이 작품은 직접 영화를 본 관객들의 비판과 제재에 맡기는 것이 타당하다. 결론적으로 이 영화는 정신적 작품으로 그 영감과 표현 등이 일체를 이루고 있으므로, 어느 장면의 삭제 등을 법관이 명하는 것은 작가의 인격권을 침해하는 것이 되어 적당하지 아니하므로 청구를 기각한다.”

제2심인 파리고등법원은 정신적 창작물의 제작자에게는 범죄행위를 찬양, 고무하거나 기타 법에 위반된 행위를 부추기는 것이 아닌 한, 그 목적이나 표현방법 등에 있어서 창작과 표현의 자유를 가진다고 하면서, 위 영화가 폭력, 인종차별, 인간에 대한 증오 등을 부추기거나 옹호하는 내용을 표현한 것이라고 보기 어렵다는 점에 관해서는 제1심과 판단을 같이 하였다.

그러나 프랑스 파기원은 원심판결을 파기하고 이 사건을 Digon 고등법원으로 환송하면서 다음과 같이 판시하였다.

“위 영화에 청구인 종교단체에게 신앙이나 종교적 감정에 대한 침해가 발생할 만한 내용이 있다면, 그 침해행위가 예외적으로 중대하고 명백한 침해에 해당하지 않는다 할지라도 가처분재판에 있어서는 재판장이 프랑스 민사소송법 제809조에 의하여 그로 인한 긴급한 손해를 피하기 위하여, 또는 명백하게 불법한 침해를 그치게 하기 위해 필요한 모든 보전조치나 강제조치를 취하여야 한다. 원심판결은 위 영화가 청구인 종교단체의 믿음이나 종교적 감정에 대한 침해가 있다고 하면서도 그 정도가 표현의 자유를 제한하는 조치를 정당화할 수 있을 정도의 ‘예외적으로 중대한 침해’에 해당하지 않는다고 하여, 그 손해의 긴급성이나 그를 막기 위한 조치를 검토하지 않았고 바로 청구인의 청구를 기각한 잘못이 있다.”

이 판결의 취지는 영화에 의해 종교단체나 신봉자들로부터 신앙과 종교적 감정의 침해가 있다고 주장된 경우에 법원은 영화의 내용이 철학적, 도덕적, 미적 가치판단에 해당한다고 하여 이 영화에 의해 청구인들이 신앙과 종교적 감정의 침해를 받았는지 또는 어느 정도로 침해를 받았는지 등에 관한 판단을 회피할 수는 없다는 것이다. 또한 침해의 정도가 예외적일 정도로 중대하지 않더라도, 불법행위로 인하여 타인에게 손해를 끼칠 우려가 있고, 그 침해를 방지하거나 예방할만한 조치를 취할 필요가 있다면 가처분절차에서는 원칙적으로 필요한 조치를 취해야 한다는 점을 강조하고 있다.

그러나 앞서 소개한 판례들과 다른 취지의 판결도 있었다.

〈사례 3〉 무함마드 모욕 만평 사건(2007)

2007년 3월 파리경죄법원(Le tribunal correctionnel de Paris)은 샤를리 엡도가 무함마드 만평을 발간한 것을 몇몇 이슬람 단체가 고발한 사건에서, 종교의 자유가 보장되는 프랑스에서는 모든 종교에 대하여 자유롭게 비판할 자유가 있다고 하였다. 법원은 만평이 선정적으로 받아들여질 수 있기는 하지만, 만평의 전체적인 것을 고려하면, 만평 자체가 이슬람 전체에 대해 직접적이거나 의도적으로 모욕하거나 공격할 의사가 없었다고 보아야 한다고 판시했다. 즉 이 경우, 만평이 표현의 자유가 허용하는 한계를 넘지 않았다고 본 것이다.

한편 만평과 관련한 우리나라의 판례는 다음과 같다. 대법원은 언론보도에 의한 명예훼손이 성립하기 위하여는 특정인의 사회적 평가를 저하시킬 만한 구체적인 사실의 적시가 있어야 하고, 구체적인 사실의 적시에는 사실을 직접 표현하는 경우뿐만 아니라 간접적이고 우회적인 표현을 사용하여 그와 같은 사실의 존재를 암시함으로써 독자로 하여금 그 사실의 존재를 인식할 수 있게 하는 경우도 포함된다고 보고 있다.

그러나 그러한 구체적인 사실의 적시 없이 단지 특정 인물이나 사건에 관하여 비평하거나 견해를 표명한 것에 불과할 때에는 명예훼손이 되지 않고, 한 두 컷(Cut)의 그림과 이에 관한 압축된 설명 문구를 통해 인물 또는 사건을 희화적으로 묘사하거나 풍자하는 만평 또는 풍자만화(Cartoon)의 경우에는 인물 또는 사건 풍자의 소재가 되는 구체적인 사실관계를 직접 적시하지 아니하고 이에 풍자적 외피를 씌우거나 다른 사실관계에 빗대어 은유적으로 표현하는 기법을 사용하는 만큼, 그 만평을 통하여 어떠한 사상이 적시 또는 표현되었는가를 판단하는 데에는 이와 같은 풍자적 외피 또는 은유를 제거한 다음, 작가가 그 만평을 게재한 동기, 그 만평에 사용된 풍자나 은유의 기법, 그 만평을 읽는 독자들의 지식 정도와 정보 수준, 그리고 그 만평의 소재가 된 객관적 상황이나 사실관계를 종합하여 그 만평이 독자들에게 어떠한 인상을 부여하는가를 기준으로 삼아야 한다고 보고 있다.⁹⁾ 우

9) 대법원 2000. 07. 28. 선고 99다6203 판결

리나라 역시 풍자나 만평에 관하여 법적으로 판단할 때 그 풍자적 외피를 제거할 필요성을 언급하고 있음을 알 수 있다.

마치며

표현의 자유는 자신의 감정이나 사상 등을 자유로이 표현할 수 있는 권리로 민주주의의 핵심적인 요소라고 할 수 있다. 그러나 표현의 자유도 제한 없이 허용되는 것이 아니라 일정한 제한 범위 내에서 향유할 수 있는 권리이다. 타인의 권리를 침해하면서 표현의 자유를 행사할 수는 없다.

기본적으로 과장 및 왜곡 등을 수단으로 하는 것이 예술의 특성이기 때문에 그에 대한 법적 평가에는 그 본래적인 의미를 알아내기 위해 언어와 그림에 의해 선택된 풍자적인 외피를 벗겨야 한다. 만평은 이러한 예술적 특성을 지니는 저널리즘의 한 요소임을 이해함과 동시에, 타인의 종교감정 침해가 표현자유를의 한계를 결정짓는 하나의 중요한 기준이 될 수 있다는 것을 상기할 필요가 있다.

물론 만평을 통한 표현의 자유를 어디까지 허용할 것인가 하는 것은 일률적으로 말할 수는 없을 것이다. 각 사회가 받아들일 수 있는 수인한도가 제각기 다를 수 있고, 같은 사회라도 시대마다 다를 수 있다. 이번 샤를리 엽도 사건은 단순히 종교에 대한 모욕을 응징하기 위한 것이라기보다는 프랑스 사회에 복합적으로 내재되어 있는 문제점이 응축돼 나타난 사건이지만, 이를 통해 표현자유를의 허용범위에 대해 성찰하게 되는 계기를 마련하였다.

표현의 자유로서 보호받아야 하는 풍자 및 만평과 타인의 권리침해로 표현의 자유를 제한해야 하는 풍자 및 만평은 그 기준을 설정하여 구분할 필요가 있다. 몇몇 프랑스 판례들을 통하여 풍자 및 만평의 표현자유 허용기준을 찾아 볼 수 있으나 그 기준은 국가마다 다를 것이고, 한 국가에서도 사안마다 다르다고 할 수 있다. 저마다 법문화, 사회적인 여건 등이 다르기 때문이다. 사회적 공감대를 고려하여 법 규정 등의 기준 마련이 필요할 것으로 보인다.



마크 주커버그도 피할 수 없었던 법정 분쟁, 〈소셜 네트워크〉



김주연
변호사

스물여섯의 페이스북 CEO 마크 주커버그를 그린 영화

페이스북의 CEO 마크 주커버그는 페이스북 창업 실화를 그린 영화 〈소셜 네트워크〉의 개봉을 1주일 앞두고 1억 달러를 기부했다고 한다. 영화 속에서 주커버그는 오만하고(기숙사 명부 사진을 해킹한 일로 학교에서 징계를 받을 위기에 처하자 “나는 오히려 보안 문제에 대해 보상을 받아야 해요. 학교 시스템의 문제를 찾아냈으니까요.”라고 말한다), 짜질 하며(여자친구에게 차이자 블로그에 여자친구의 가슴은 볼품없고 뽕브라의 효과일 뿐이라고 올린다), 비열하게 그려진다(가장 가까운 친구이며 페이스북 공동 창업자인 에두아르도는 주커버그에게 불쌍하게 내쳐진다). 주커버그로서는 영화로 인한 이미지 훼손에 대한 염려도 있었을 것이다. 그는 인터뷰를 통해 영화는 사실과 다른 부분이 많다고 밝혔다(“비슷한 부분이라면, 주인공이 입은 옷은 나도 똑 같은 게 있어요.” 감독은 얼마나 서운하겠는가. 고작 옷이라니.). 시의적절한 기부도 이루어졌다.

facebook

어찌됐든 간에, 개봉 당시 주커버그의 나이가 스물여섯밖에 되지 않았던 사실이 놀랍다(실존 인물을 이렇게 그리려면 고인이거나 적어도 호호백발

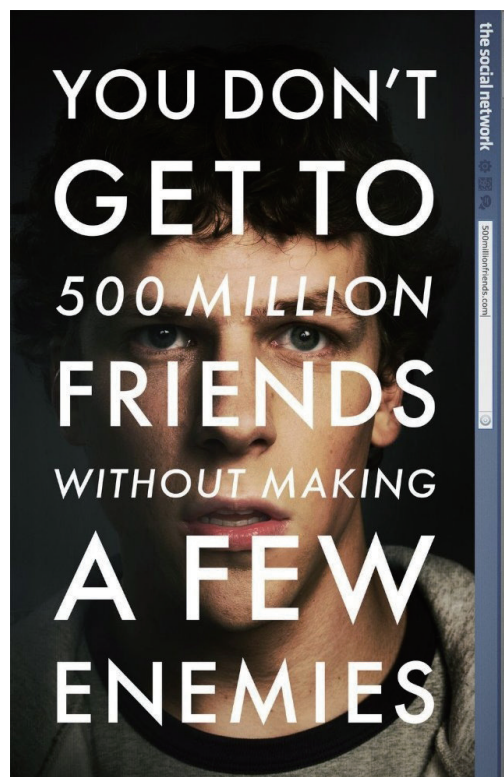
노인은 돼취야 하는 것 아닌가!). 그러나 한편으로 이 영화는 주커버그가 (고작 아카데미 8개 부문 노미네이트, 3개 부문 수상한) 영화 따위는 잊어도 될 만한 사회적 지위와 재산을 가졌다는 반증이기도 하다. 그는 13억 명이 이용하는 페이스북 CEO로 무려 세계 부호 11위이다(1984년에 태어났는데, 이 건희 회장보다 부자라니!).

페이스북의 성장통, 주커버그와 윙클보스 형제, 에두아르도 간의 법정 공방

〈소셜 네트워크〉는 주커버그를 상대로 제기된 두 건의 소송을 재료로 버무린 영화이다. 영화는 페이스북의 탄생과 성장을 둘러싼 주커버그와 윙클보스 형제, 에두아르도 간의 과거사와 현재 이들 사이에서 벌어지는 법정 공방을 교차적으로 비춘다. 변호사로서 이 영화에는 흥미로운 구석이 여럿 보이는데, 그 중에서 꼽자면 하나는 법정 공방을 재판대가 아니라 테이블 위에서 벌이고 있다는 점이고, 다른 하나는 주커버그가 아이디어를 도용했다고 보아야 하는지와 관련된 법적 문제이다.

영화는 주커버그가 여자친구 에리카에게 실연당하는 에피소드로 시작한다. (이야기의 맥락이나 상대방의 감정 따위는 안중에도 없는 듯) 오만함이 똑똑 떨어지는 주커버그의 속사포 대사의 향연은 흥미진진하다(이 청년이 페이스북을 만들게 된다고?). 예컨대, ‘보스턴 대학생인 너는 공부할 필요가 없고, 내가 하버드 엘리트 클럽에 들어가서 네가 평생 만나지 못할 유명한 사람들을 만나게 해주겠다.’는 식이다. (누가 봐도 재수가 없는) 주커버그는 (당연히) 에리카에게 차인다.

자존심에 상처를 입고 학교 기숙사에 돌아온 주커버그는 일단 블로그에 에리카를 향한 욕을 날린 뒤, 집중할 일이 필요하다는 기숙사 명부의 사진을 해킹하여 하버드 얼짱을 뽑는 사이트를 하룻밤에 똑딱 만들어낸다. 이에 윙클보스 형제는 주커버그가 적임자라고 판단, 평소 자신들이 구상해온 사이트의 제작을 의뢰한다. 그것은 가입 시 하버드 메일계정을 필수로 요구하는 사이트였다. 그런데 주커버그는 이들 형제와 사이트 제작에 관한 연락을 주고받는 등 그들의 요청을 수락하는 모양새를 취하면서, 뒤로는 친구 에두아르도로부터 자본금을 투자받아 독자적으로 페이스북을 제작한다. 하버드생들끼리의 친목 도모를 위한 페이스북 역시 하버드 메일계정이 있어야 가입이 가능한 사이트였다. 주커버그는 이 일로 윙클보스 형제와 지적재산권 소송에 휘말리게 된다.



2010년 개봉한 영화 〈소셜 네트워크〉 포스터
(출처 : 다음 영화[movie.daum.net])

한편 페이스북은 예일, 스탠포드 등 다른 대학으로 세를 넓혀나간다. 이즈음 주커버그는 (우리나라의 '소리바다' 격인) 냅스터를 창업한 손 파커를 만나고, 그를 통해 페이스북의 비전을 본다. 이에 주커버그가 손 파커를 페이스북에 영입하면서, 손 파커와 업무영역이 겹치는 에두아르도의 회사 내 입지는 점점 좁아진다. 이 와중에 페이스북이 주식 증자를 하게 되고, 에두아르도는 스톡옵션(회사가 임직원에게 일정 수량의 주식을 일정한 가격으로 매수할 수 있는 권리를 주는 것)을 부여받지 못해, 에두아르도의 지분율은 기존의 30%에서 0.03%까지 낮아진다. 새로 발행된 주식이 다른 투자자에게 배정되면 기존 주주의 지분율은 희석되기 때문이다. 에두아르도는 이 과정에서 자신을 부당하게 배제했다며 주커버그를 상대로 소송을 제기한다.

합의나 조정이 필요한 이유

〈소셜 네트워크〉는 법정 영화이지만, 다른 법정 영화에서와 달리 재판정이 등장하지 않는다. 주커버그와 윈클보스 형제, 에두아르도가 판결 선고 대신 합의로써 갈등을 종결시키는 방법을 택했기 때문이다. 윈클보스 형제는 비밀준수약정을 맺고 6,500만 달러에 합의했고, 에두아르도도 얼마에 합의했는지 공개되지는 않았지만 페이스북 화면의 공동설립자에서 빠졌던 이름을 다시 복원시켰다. 영화는 소송 관계인들이 재판대가 아닌 테이블에서 좀 더 자유롭게 질문하고 진술하는 장면을 보여준다.

작가 아론 소킨은 이 영화의 시나리오를 집필하면서 처음에는 주커버그를 인터뷰하려고 했지만 그 가 영화 내용에 많은 요청 사항이 있어 어쩔 수 없이 그를 제외한 나머지 사람들의 이야기를 듣는 것으로 수정할 수밖에 없었다고 한다.¹⁾ 아론 소킨은 “처음에는 방향성을 잃고 말았다. 세상에! 같은 이야기를 하는 사람이 아무도 없지 않은가! 하지만 난 곧 깨닫게 됐다. 아니 잠깐만. 이거 대단한걸! 세상에! 같은 이야기를 하는 사람이 아무도 없지 않은가!”라고 말했다. 감독인 데이비드 핀처도 일본 영화 〈라쇼몽〉(한 가지 사건을 두고 저마다 다른 증언을 하는 내용)에 관심을 갖고 이 영화를 만들었다고 했다.

그리고 보니, 주커버그, 윈클보스 형제, 에두아르도는 각자가 자신들의 입장에서 진술을 할 뿐이었다. 누군가의 친구로서, 동료로서 함께 시간의 터널을 지나왔어도, 그 터널이 남기는 기억은 저마다 같지 않다. 에두아르도에게는 친구의 가슴 아픈 배신이, 주커버그에게는 그저 사업상 결별 정도의 의미였을 수도 있고, 윈클보스 형제에게는 기분 나쁜 아이디어 도용이, 주커버그에게는 능력 없는 자들의 괜한 투정이었을 수도 있는 것처럼 말이다. 사소하거나 중대하거나의 차이일 뿐, 우리들은 다 다른 생각을 가지고 살아간다. 그리고 이것은 종종 타인과의 오해를 낳고, 무엇이 진짜 사실인지 알 수 없게 만들기도 한다.

이런 점에서 〈소셜 네트워크〉는 흥미로운 영화였다. 당사자들의 기억을 애써 하나로 모으거나 봉합

1) 아론 소킨에 대한 내용은 정한석(2010. 11. 18.), “당신이 원하는 진실을 만들어 드립니다”, 〈씨네 21〉 http://www.cine21.com/news/view/mag_id/63645을 인용 및 참조했다.

하는 수를 택하지 않았기 때문이다. 오해가 있으면 오해가 있는 대로, 그들 각자에게 가장 유리한 것을 찾으려 했고, 변호사는 이에 조력할 뿐이었다. 주커버그의 변호사는 그에게 “당신이 나쁜 사람이라고 생각하지 않는다. 하지만 사회적 지위를 높이는 데 쓰는 비용이라 생각하고 그들과는 합의를 하는 게 좋겠다. 대신 비밀준수약정서에 서명하게 하자.”고 권유하고 이는 합의로 이어진다.



재판정이 아닌 테이블 위에서 법정 공방을 벌이고 있는 마크 주커버그
(출처 : 다음 영화[movie.daum.net])

한 치의 물썰 틈 없는 사실관계의 확정에 전력해야 하는 때도 분명히 있다. 하지만 때로는 서로가 상대의 기억을 방해하지 말고, 나는 나의, 너는 너의 지나온 시간과 생각을 지키는 것도 합리적인 선택지가 될 수 있다. ‘둘 중 하나는 틀렸어.’와 같은 닫힌 시선을 거두고, 다른 기억과 의견을 가진 이들 틈에서 화해의 실마리를 찾고 서로가 행복할 수 있는 길을 찾는 것도 법률가가 할 수 있는 많은 역할 중의 하나이다.

작가 아론 소킨은 “나는 (이 영화를 위해) 많은 조사를 거쳤다. 진실은 주관적이고 사실은 주관적이지 않다. 우린 한 무더기의 사실을 가져다 진실을 만들어낸 것이다. 세 가지 진실 말이다.”라고 말했다. “같은 이야기를 하는 사람이 아무도 없는” 상황에서 “세 가지 진실”은 이상한 현상이 아니다. 이런 경우에 합의나 조정은 당사자를 위한 썩 괜찮은 선택항 중의 하나가 될 수 있으리라는 생각이 든다.

아이디어에도 주인이 있을까

〈소셜 네트워크〉는 아이디어 도용 문제도 흥미롭게 다루고 있다. 윈클보스 형제는 주커버그가 자신들의 아이디어를 도용해서 페이스북을 만들었으므로 지적재산권이 침해되었다고 주장한다. 과연 아이디어 도용을 지적재산권 침해라고 볼 수 있을까. 이를 검토하기 위해서 저작권법, 특허법, 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률을 살필 수 있다. 먼저 저작권 침해와 관련, 저작권법은 구체적인 표현 그 자체만을 보호대상으로 보고 표현의 내용이 되는 사상이나 아이디어는 보호대상으로 삼지 않기 때문에, 아이디어의 도용만으로는 저작권이 침해될 수 없다. 또한 특허의 경우도 ‘등록’을 필했을 때만 보호대상이 되기 때문에 등록에 이르지 않은 아이디어 단계에서는 도용이 있었다 해도 침해가 아니다. 마지막으로 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률에 의하더라도 영업비밀을 ‘공공연히 알려져 있지 아니하고 독립된 경제적 가치를 가지는 것으로 합리적인 노력에 의하여 비밀로 유지된 것’이라고 한정적으로 정의하고 있기 때문에 순수한 아이디어는 영업비밀에 포함되지 않아 침해가 아닌 경우가 대부분일 것이다. 따라서 설령 주커버그가 윈클보스 형제의 아이디어를 도용했다고 해도 지적재산권 위반은 아니다.

이처럼 지적재산권은 그 보호 범위를 일정한 요건을 갖춘 지적재산의 경우로 한정하고 있다. 지적재산권의 보호 범위를 너무 넓히면 새로운 지적재산을 창작하는 데 드는 비용이 그만큼 증가하여, 결국 창작이나 개발 등이 위축되기 때문이다. 아이작 뉴턴은 “내가 남들보다 조금 더 멀리 보고 있다면, 그것은 내가 거인의 어깨 위에 올라서 있기 때문이다.”라고 말했는데, 창작과 개발 등은 진공의 상태에서 어느 날 갑자기 이루어지는 것이 아니라 기존의 문화와 기술의 토양에서 서서히 자라나는 것임을 뜻하는 말이다. 이런 측면에서 “근사한 의자를 만들었다고 해서 이전에 의자를 만든 사람들에게 돈을 줘야 돼?”라는 주커버그의 영화 속 반문은 인상적이다. 페이스북 전에 프렌드스터나 마이스페이스 같은 소셜 네트워크가 미국에서 인기를 끌고 있었고, 특정 학교의 메일을 가입계정으로 요구하는 소셜 네트워크도 스탠포드에서 앞서 시작됐었다. 당시의 이러한 ICT산업 분위기는 주커버그에게 페이스북 개발의 자양분이 되었을 것이다.

그렇다면 아이디어를 무한정 공유의 영역에 풀어두는 것만이 좋은 길일까. 다음은 미국에서 있었던 일이다. A는 동굴에 갇혀 죽게 된 사람의 이야기를 영화화하고 싶다는 영화 제작사 측과의 전화를 통해 시놉시스를 읽어줬다. 제작사 측은 A의 이야기를 사용할 경우 대가를 지불할 것이라고 밝혔다. 그러나 제작사는 대가를 지불하지도 않고 위 내용을 영화로 제작해버렸다. 이때 시놉시스는 아이디어에 불과하고 표현물이 아니어서, 저작권 침해로는 볼 수 없다. 하지만 이런 경우까지 A가 아무런 보호를 받지 못한다면 아이디어의 개발 및 창작 동력은 둔화될 수밖에 없다.

이 경우에 A를 보호할 수 있는 법적 근거가 되는 것이 바로 묵시적 계약이론이다. 묵시적 계약이란 정황²⁾에 비추어 양 당사자 간에 거래가 체결되었다고 보는 것이다. 위 케이스에서 미국법원은 A와 제작사 사이에 묵시적인 계약이 성립했다고 보았다. 계약 성립에도 불구하고 제작사는 A의 아이디어를 무단으로 사용했으므로 제작사는 계약위반으로 인한 책임을 진다.

그런데 묵시적 계약 성립이 증명되었더라도 피고가 원고의 아이디어를 사용하지 않았다고 부인하는 경우도 있다. 이런 경우에 원고는 정황증거로써 피고의 도용 사실을 증명해야 한다. 도용을 지지하는 주요 정황증거로는 (도용이 아니라고 볼 수 없을 정도로) ‘원고 아이디어와 피고 창작물이 유사하다.’거나 ‘원고 아이디어가 참신하다.’는 사실(참신하지 않은 아이디어는 굳이 도용하지 않아도 피고 스스로 생각할 수 있으므로) 등이 있다.

다시 주커버그와 윈클보스 형제 이야기로 돌아오면, 실제로 윈클보스 형제는 주커버그에 대하여 페이스북 사이트 전체 양도와 금전적 보상을 요구하면서 그 이유 중 하나로서 “명백하거나 혹은 잠재된 계약 위반³⁾”을 주장하였다. 이들 간 갈등은 합의로 마무리되었기 때문에 법원의 판단이 어땠을지는 알 수 없다. 다만 주커버그가 윈클보스 형제와 사이트 개발 관련 연락을 수차례 주고받은 사실, 주커버그

2) 가령 양 당사자 사이에 수차례 아이디어 회의가 있었다거나 양수인 측이 먼저 아이디어의 제안을 요청했다거나 하는 등의 사정이 있는 경우에 묵시적 계약을 인정하기는 더 쉬워진다. 이재경(2010), “아이디어 보호를 위한 묵시적 계약이론”, 《Law & Technology》 제6권 제1호, 56면.

3) Kirkpatrick, D.(2010), 《The Facebook Effect》, 임정민·임정진 역, 《페이스북이펙트》 에이콘 출판, 125면.

가 페이스북 개발 사실을 페이스북 오픈 전까지 윙클보스 형제에게 일부러 숨긴 사실 등은 묵시적 계약 성립을 인정하는 정황증거로 고려될 수 있을 것이다. 한편 도용 여부 판단에는 주커버그의 페이스북과 윙클보스 형제가 추진하던 하버드커넥션의 유사성⁴⁾, 하버드커넥션의 참신성 등이 주요 기준으로 작용할 것이다.

한편 묵시적 계약으로 볼 만한 사정은 존재하지 않지만 아이디어 도용이 사회통념상 부당해 보이는 경우에는 불법행위책임을 고려할 수 있다. 실제 있었던 일로, 헬로키티의 국내 사업대행사인 B는 드라마 겨울연가가 인기를 끌자 주인공의 코트와 목도리를 착용한 헬로키티를 제작해서 팔았다. 이에 겨울연가 저작권자인 KBS는 손해배상소송을 제기했는데, 법원은 주인공의 목도리 등에는 KBS의 창조적 개성이 드러났다고 볼 수 없어 저작권 침해는 아니라고 보면서도, B가 자신의 영업을 위해서 겨울연가의 명성을 무단으로 이용, KBS의 드라마 상품화 사업으로 취할 수 있는 영업상 이익을 침해했다고 보아서 불법행위책임을 인정했다. 즉 가해자에게 고의 또는 과실이 있고 가해의 태양이 중대하며 법률상 보호가 필요한 이익이 침해된 경우에는 불법행위책임도 고려해볼 수 있다.

아이디어에도 주인이 있을까. 이는 복잡한 문제이다. 아이디어에 주인을 두면 우리는 멀리 볼 수 있는 거인의 어깨를 잃고 말며, 아이디어에 주인을 두지 않으면 멀리 보고자 하는 의지가 꺾이는 경우가 생겨난다(이윤추구는 무시할 수 없는 인간의 욕망이니까). 이런 측면에서 아이디어 보호와 도용 문제를 검토함에 있어 제일 중요한 것은 균형 감각의 견지일 것이다. 우리 법은 아이디어를 지적재산권 범위 밖에 두어 원칙적으로는 모두가 공유할 수 있도록 하되, 필요한 경우에는 계약법 또는 불법행위법을 적용하여 아이디어의 재산 가치를 인정하는 방식으로 균형을 잡고 있다.

덧붙임, 주커버그를 궁금하게 만드는 영화 <소셜 네트워크>

이런 저런 말들을 많이 늘어놓았지만, 사실은 <소셜 네트워크>가 재미있다는 말을 가장 하고 싶었다. 주커버그는 비아냥거리기 일쑤고 착하지도 않았지만, 묘하게 마음을 주게 하는 구석이 있었다. 엔딩크레딧이 올라갈 때 즈음엔 나는 실제 주커버그는 어떤 사람일지가 궁금해졌다. 검색해보니 (영화 오프닝에서 주커버그의 캐릭터를 강렬하게 보여주었던) 에리카는 허구 인물이었다. 실제로 주커버그는 9년 간 사귀어자와 소박한 결혼식을 올렸다(돈도 많은데 순정남이셔!). 나는 주커버그에 대한 책을 읽기 시작했다.



영화의 주인공 마크 주커버그의 실제 모습

(출처 : The Washington Post, 「After learning about books, Mark Zuckerberg discovers other exciting new technologies.」, 2015년 1월 7일자)

4) 윙클보스 측의 주요 주장은 '두 개 사이트가 모두 대학생만을 위한 소셜네트워크로 사람들과 그들의 관심사항 등을 담은 디렉토리를 포함하고 있고 하버드대학에서 시작해서 국내외 검증된 학교로 확장하는 계획 등을 가지고 있었다는 공통점이 있다.'는 것이고, 주커버그 측은 '하버드커넥션은 파티 안내나 데이트 사이트로 개발, 프로모터들과의 협상을 통해 중간에서 이익을 챙기는 게 목적이었고, 페이스북은 비상업적인 서비스로서 오프라인 학생 편람을 대체할 목적이었고 개인정보가 사이트의 핵심이었기 때문에 두 사이트는 명백히 달랐다.'는 것이다. Kirkpatrick, D. 앞의 책, 124-125면.

신생 미디어 플랫폼을 통한 뉴스소비와 인격권 보호



이승선
충남대 언론정보학과 교수



1. 언론정보¹⁾의 유통 공간 확대와 언론중재법의 위상

1980년 우리나라 전체 매체 광고비는 2,750억 원이었다. 거의 대부분을 '신문·잡지·텔레비전·라디오' 등 '언론'이 차지했다. 그 해 말 제정된 「언론기본법」에 언론보도로 피해를 입은 사람들의 피해를 구제하기 위한 언론중재제도가 도입되었다. 10년이 지난 1990년 매체 광고비는 2조 원을 넘었다. 역시 대부분의 광고비는 신문과 텔레비전 등 '언론' 매체가 차지했다. 1990년대는 미디어 환경이 급변한 시기였다. 지상파 민영방송이 허가를 받아 전국 네트워크 체제를 구축했다. 기존의 중계유선방송 외에 종합유선방송 제도가

1) 이 글에서 사용하는 '언론정보'란 '사실보도'로 제한되는 언론중재법 상의 '언론보도'를 넘어서는 개념이다. 원래의 언론보도가 인터넷과 SNS 등 다양한 정보수단을 통해 다양한 정보양식으로 변형되어 소비되는 현실에서, 언론보도로 인한 피해를 제대로 구제하기 위해서는 비야흐로 언론중재위원회의 언론조정 및 중재 대상이 언론정보로 확대되어야 한다는 관점에서 이 용어를 사용하고 있다.

도입되었다. 다시 10년 후인 2000년, 통합방송법이 제정·시행된 그 해에 광고비는 5조 8,535억 원을 기록했다. 전통적인 언론 매체의 광고비 비중은 78.6%였다. 그로부터 또 다시 10년이 지난 2010년 전통적인 언론 매체의 광고비는 51.1%로 뚝 떨어졌다.

언론중재 제도가 도입된 1980년대 거의 대부분을 차지하던 ‘언론’ 매체의 광고비 비중은 「언론중재법」이 제정된 2005년 64.2%였다. 2015년 현재 전통적인 ‘언론’ 매체의 광고비 비중은 40% 내외에 불과하다. 반면 2000년 2.3%에 불과하던 인터넷 매체의 광고비는 짧은 기간에 괄목할 만한 성장을 보였다. 2005년 8.0%, ‘포털’을 「언론중재법」의 적용 대상에 편입한 2009년 17.1%를 기록했다. 2011년 인터넷 광고비는 ‘신문’, 그 이듬해 지상파방송사의 광고비를 능가했다. 한국방송광고진흥공사의 〈2014 방송통신광고비 조사〉에 따르면, 2014년 우리나라 전체 광고비 10조 9,722억 원 중 인터넷과 모바일 등 온라인 광고비는 3조 723억 원으로 전체 광고비의 28%였다. 특히 모바일 광고비는 7,250억 원으로 6.7%를 차지했다. 한편 영국 미디어산업에 관한 전망 중에는 가디언의 자료를 근거로 하여 2015년 영국 전체 광고비의 50%를 인터넷이 점유할 것이라는 견해도 있다.²⁾ 가디언은 2011년 새로운 저널리즘 전략으로 ‘디지털 퍼스트’를 제시한 바 있다.

매체별 광고비 구성은 시민들의 미디어 수용 혹은 정보추구행위가 어떻게 바뀌고 있는가를 보여주는 지표다. 2014년 한국인들의 미디어 소비 경향을 보면, 텔레비전은 뉴스 미디어 점유율에서 48.5%를 차지하고 있으나 그 비중은 지속적으로 감소하고 있다. 대신, 인터넷의 뉴스 미디어로서의 기능은 31.7%를 차지해 종이신문 10.9%, 라디오 4.6%, 종이잡지 0.2%를 크게 뛰어 넘었다. 소셜 미디어를 통한 뉴스 소비는 4.1%였다. 특히, 2030세대가 세상과 가장 자주 교류하는 매체는 텔레비전이나 종이신문이 아니라 스마트폰인 것으로 나타났다. 20대는 이미 2012년에 모바일 이용률이 텔레비전 이용률을 넘어 섰다.³⁾ 종이신문이 생산한 뉴스가 소비되는 경향을 보면, 1996년 신문의 구독률은 69.3%, 열독률은 85.2%였다. 언론중재 제도 상의 ‘정정보도청구권’이 원래의 기능에 맞게 ‘반론보도청구권’으로 제 이름을 찾아 자리를 잡을 무렵이었다. 「언론중재법」이 제정·시행된 2005년을 전후해 신문의 구독률은 40%, 열독률은 60%대로 내려앉았다. 2014년 신문의 구독률은 20.2%, 열독률은 30.7%로 시민들은 하루 평균 종이신문을 10.4분 읽는 것으로 조사되었다. 인터넷 이용시간은 평균 116.8분, 소셜 미디어는 22.1분 이용하는 것으로 나타나 ‘언론’으로서 종이신문의 약화된 위상을 보여주었다. 그러나, 종이신문을 인터넷 등 다양한 경로를 통해서 접하는 결합열독률은 78.0%로 미미하나 전년대비 상승했다.⁴⁾

2) 김지현(2015), “2015년 영국 미디어산업 전망”, 〈신문과 방송〉 제529호, 32-36면.

3) 한국언론진흥재단(2015), 〈2014 언론수용자 의식조사〉.

4) 남유원(2015), “2014 언론수용자 의식조사: 종이신문 안 읽지만 신문기사는 본다”, 〈신문과 방송〉 제530호, 70-78면.

어떤 형태로든 종이신문이 생산한 뉴스를 소비하려는 미디어 이용자들은 여전히 존재한다는 의미다. 새로운 정보원으로서 SNS에 대한 기자들의 인식변화나 포털에서의 뉴스 소비 방식의 변화도 뚜렷하다.⁵⁾ SNS는 시시콜콜한 개인적인 사건이나 생각이라도 온 세상의 관심을 끄는 뉴스가 될 수 있다는 것을 보여준다. 대부분의 SNS 사용자들은 언론의 자유, 표현의 자유, 알 권리에 대한 고민 없이 SNS를 활용한다.⁶⁾ 그 결과, 신문과 방송 등 전통적인 언론 매체의 표현의 자유와 인격권의 충돌에 대한 합리적 조정절차가 더욱 복잡해졌다. 언론중재위원회 <2013 연간보고서>에 따르면, 인터넷신문과 인터넷뉴스서비스를 대상으로 한 조정신청 건수의 비중이 전체 사례의 절반을 상회한다.⁷⁾ 언론중재위원회의 피해구제 조정 건수가 크게 증가했으나 인터넷 기반 뉴스공급과 소비로 인해 발생한 피해 문제가 완전히 해소되는 것도 아니다. 광고시장의 매체별 추이나 모바일 미디어의 보급 확대, 이용 시간 증가를 고려할 때 추후 인터넷과 SNS로 인한 인격권 침해 현상은 더욱 늘어나고 심화될 것으로 예견된다. 이러한 미디어 환경과 뉴스정보 이용 행태의 변화로 인한 다양한 인격권 침해를 어떤 방식으로 대응하는 것이 바람직한가? 그에 대해 몇 가지 짚어보기로 한다.

2. SNS 및 인터넷 이용 관련 법적 가이드라인

대법원은 법관들이 SNS와 인터넷을 이용할 때 유의할 점을 제시하였다. 대법원 공직자윤리위원회의 ‘권고의견’들은 참여한 사회적 사건이나 개인 간 분쟁을 재판하는 법관들의 행위를 규율한다는 점에서 일반인들은 물론, 언론정보를 매개로 한 피해구제 담당기관과 언론인들에게도 시사하는 바가 크다. 대법원 공직자윤리위원회는 2015년 3월 11일, 법관이 인터넷 공간에서 익명으로 의견을 표명할 때 유의해야 할 사항을 「권고의견 제10호」로 발표했다. 대법원은 이 권고의견에서 법관에게도 표현의 자유와 인터넷 공간에서 자유롭게 의견을 개진하고 표명할 권리가 있다고 선언했다. 그러나 동시에 그러

5) 김대원·김수원·김성철(2014), “네이버 뉴스스탠드 도입 이후 뉴스 웹사이트 네트워크 구조 분석: 웹사이트 유출입을 기준으로”, 《사이버커뮤니케이션학보》 제31권 4호, 57-96면; 방은주·김성태(2014), “소셜미디어 등장 이후 뉴스 제작 과정 변화에 대한 국내 언론사 기자들의 인식 연구”, 《언론과학연구》 제14권 2호, 113-156면; 설진아(2013), “소셜 뉴스의 기사유형 및 뉴스특성에 관한 연구”, 《한국언론학보》 제57권 6호, 149-175면; 홍주현(2014), “취재원으로서 SNSs 정보와 언론의 매체 가시성과 정확성·자극성 연구: 트위터의 ‘강남역 맨홀 뚜껑 역류 사건’을 중심으로”, 《한국언론학보》 제58권 1호, 252-282면.

6) 장정훈(2013), “SNS, ‘소셜 미디어’도 ‘미디어’다!”, 《언론중재》 제126호 14-21면.

7) 최근 수년간 인터넷신문에 대한 피해구제 신청은 크게 증가한 반면, 인터넷뉴스서비스를 상대로 한 신청은 다소 감소하고 있다. 2011년 인터넷신문을 상대로 청구된 조정 사례는 705건으로 33.2%, 2013년 1,130건으로 46.4%였다. 반면, 같은 기간 동안 인터넷뉴스서비스의 비중은 24.0%(510건)와 15.2%(369건)였다. 언론중재위원회는 그 이유를 아웃링크 기사의 원래 뉴스 제공 언론사를 상대로 조정 신청을 하는 것이 피해구제에 더 실익이라는 현실과 일부 검색서비스 업체의 업무 폐쇄에 따른 현상을 반영한 것으로 보고 있다. 언론중재위원회(2014), 《2013 연간보고서》 21-22면.

한 표현의 자유는 타인의 명예나 권리, 공중도덕이나 사회윤리를 침해해서는 안 되고 특히 법원의 위신이나 권위를 실추시키는 내용이어서는 안 된다고 밝혔다. 대법원은 인터넷 사이트나 비공개 인터넷 카페와 블로그 등에 익명으로 표현의 자유 한계를 벗어난 내용의 글 등을 게시하고 싶은 유혹이 있더라도 법원은 품위를 손상하거나 재판의 공정성을 의심받는 일이 생기지 않도록 처신해야 한다고 당부했다. 폐쇄된 공간에 게시하거나 익명으로 작성하더라도 오래 보존되고 쉽게 전파되며 갖가지 방법을 통해 신원을 추적할 수 있는 매체 특성상 내용이나 작성자의 신원이 드러나지 않을 것이라는 보장이 없다는 것이다.⁸⁾ 2012년 5월 대법원은 이미 법관의 SNS 이용 시 유의할 점에 대해 ‘권고의견’을 제시한 바 있다. 그 내용은 인터넷을 이용할 때 제시된 가이드라인과 유사하다. 법관의 SNS 사용상 유의점을 제시한 대법원의 「권고의견 제7호」에 따르면, SNS는 신속한 의사소통을 가능하게 하고 다양한 인적 관계를 형성할 수 있다. 또 의사소통이 즉각적이고 사용자의 의도와 무관하게 게시된 정보는 확산·존속되는 경향이 있다. 따라서 SNS는 공개적 성격을 가지고 있다. 이러한 권고의견은 학계에서 규정한 SNS의 특성과 다르지 않다. 또, 미국 법관의 SNS 사용 관련 가이드라인과도 유사하다. 미국 법관의 SNS 사용 가이드라인에 따르면, 법관의 SNS 사용을 금지하거나 제한하는 것은 바람직하지 않다.⁹⁾ 또 가능하지도 않기 때문에 법관이 SNS에 참여하고 사용하는 것은 문제가 되지 않는다. 그러나 법관은 공적인 광장으로서 SNS에 올린 정보는 공개될 것임을 인식해야 하고 SNS 상에서의 자신의 행위가 시민들에 의해 면밀히 관찰되고 있음을 항상 염두에 두어야 한다.¹⁰⁾

한편, 일찍이 인터넷을 ‘표현촉진적인 매체’이며 ‘가장 참여적인 시장’이라고 규정한 헌법재판소는 인터넷 상의 표현을 질서위주의 사고로 규제하려고 해서는 안 된다고 판시했다. 표현 매체에 관한 기술의 발달은 표현 자유의 장을 넓히고 질적인 변화를 야기하고 있으므로 계속해서 변화하는 이 분야의 규제 수단은 헌법의 틀 내에서 다채롭

8) 대법원 2015. 3. 11. 「권고의견 제10호」의 내용은 다음과 같다. 첫째, 타인에 대한 명예훼손이나 모욕적, 협박적 표현, 음란하거나 저속한 표현 등 법관으로서 품위를 손상할 수 있는 표현을 하지 말 것. 둘째, 성별이나 인종·나이·지역 등에 따른 편견이나 차별을 노골적으로 드러내는 표현 혹은 사회적 약자 또는 소수자에 대한 혐오적 표현을 하지 말 것. 셋째, 담당한 사건의 합의 내용이나 재판절차 상 알게 된 비공개 내용, 소송관계인 신상정보, 자신이 담당한 재판의 정당성에 대한 일방적 강조, 재판 내용에 대해 공연한 오해를 불러올 수 있는 의견 표명의 금지 등이다. 한편 대법원 「권고의견 제7호」의 주요 내용은 다음과 같다. 첫째, 법관은 SNS 특성을 숙지하고 사용 과정에서 의도하지 않은 결과가 발생하지 않도록 주의할 것. 둘째, SNS 사용 중 법관윤리강령을 준수하여 품위를 유지하고 법관으로서 공정성과 청렴성이 의심받지 않도록 하며 편견이나 차별을 드러내거나 오해받지 않도록 할 것. 셋째, SNS 상에서 소송관계인이 될 수 있는 사람과 교류할 때 공정성에 의심을 받는 일이 없도록 할 것. 넷째, SNS의 공개적 특성을 감안하여 구체적 사건에 대해 논평하거나, 의견의 표명을 제한하고 구체적 사건에 대해 타인에게 법률적 조언을 하거나 법조인의 구체적인 정보를 제공하지 말 것. 다섯째, SNS 상에서 사회적·정치적 쟁점에 대해 의견 표명을 하는 경우 자기절제와 품위를 유지하여 사회적 논란이나 공정재판에 대한 우려를 야기하지 않도록 유의할 것 등이다.

9) 노동일(2012), “법관과 소셜 네트워크 서비스(SNS)”, <경회법학> 제47권 2호, 9-46면.

10) 노동일, 위의 글, 38-39면.

고 새롭게 강구될 필요가 있다고 평가했다.¹¹⁾ 이 결정 이후, 헌법재판소는 인터넷과 이를 기반으로 한 여러 매체의 표현 자유의 폭을 넓히는 결정을 해 왔다. 2010년 12월 현재는 인터넷의 특성상 정보 수신자들은 매우 다양한 경로를 통해 정보를 수집할 수 있고 특정한 표현에 대한 반론 내지 반박도 실시간으로 가능하다고 평가했다.¹²⁾ 2011년 12월 29일 현재는 인터넷 홈페이지나 게시판·대화방 또는 전자우편 등을 이용한 선거운동을 제한하는 「공직선거법」 조항에 대해 위헌을 선언했다.¹³⁾ 현재는 이 결정에서 공직선거의 관점에서 볼 때 인터넷은 누구나 손쉽게 접근 가능한 매체, 이용에 따른 비용이 거의 발생하지 않거나 상대적으로 매우 저렴해 선거운동 비용을 획기적으로 낮출 수 있는 정치 공간, ‘기회의 균형성·투명성·저비용성의 제고’라는 공직선거법의 목적에 부합하는 매체, 더불어 정보 수용자들의 자발성과 적극성에 기반하여 정보 수용이 이루어지는 매체라고 판단했다. 그리고 인터넷 상의 정치적 표현이나 선거운동을 금지해서 얻은 이익은 불분명한 반면, 전면적인 제한이 가져 올 불이익이나 피해는 민주주의 발전 및 민주적 정당성 제고 차원에서 볼 때 매우 크다고 평가했다.¹⁴⁾

나아가 헌법재판소는 2013년 12월, 신문과 방송 등 언론 매체뿐만 아니라 인터넷 홈페이지나 개인 블로그, SNS를 통한 개인의 표현행위도 국민의 알 권리에 기여하는 ‘공적 기능’을 할 수 있다는 점을 밝혔다.¹⁵⁾ 현재는 이 결정에서, 개인들은 이미 홈페이지·블로그·SNS 등 인터넷 상의 다양한 표현 매체를 통해 자신의 의견을 개진하고 활발한 토론과 반론을 벌이고 있다면서 개인의 표현행위도 언론 매체와 마찬가지로 국민들에게 공공성·사회성을 갖춘 사실을 전달하여 알 권리에 기여할 수 있다고 평가했다. SNS나 인터넷을 이용한 개인의 표현이 개인의 인격형성과 자기실현은 물론 정치적 의사형성 과정에 참여하여 자기통치를 실현하는 공적 성격을 아울러 갖고 있으므로 개인의 인터넷 상 표현을 헌법적으로 평가해야 한다고 판시했다. 이러한 맥락에서 현재는 회사 직원들과 소통할 공간으로 개설해 운영한 인터넷 블로그에 대통령의 정책에 대한

11) 헌법재판소 2002. 6. 27. 선고 99헌마480 결정

12) 헌법재판소 2010. 12. 28. 선고 2008헌바157 결정

13) “구 공직선거법 제93조 제1항 및 공직선거법 제255조 제2항 제5호 중 제93조 제1항의 각 ‘기타 이와 유사한 것’과 제255조 제2항 제5호의 각 ‘그 밖에 이와 유사한 것’에 ‘정보통신망을 이용하여 인터넷 홈페이지 또는 그 게시판·대화방 등에 글이나 동영상 등 정보를 게시하거나 전자우편을 전송하는 방법’이 포함되는 것으로 해석하는 한 헌법에 위반된다.” 헌법재판소 2011. 12. 29. 선고 2007헌마001 결정

14) 헌법재판소 2011. 12. 29. 선고 2007헌마001 결정

15) 은행관련 인력소송 전문업체의 대표이사인 청구인은 직원들과 소통할 목적으로 포털 다음에 블로그를 개설했는데 방문객은 많아야 하루 20명 정도였다. 이 블로그에는 영화나 노래, 독서에 대한 24개의 게시글이 올라와 있었다. 청구인은 ‘서프라이즈’라는 다른 인터넷 사이트에 게시되어 있던 일명 ‘쥬코’ 동영상을 퍼가기 메뉴를 이용해 자신의 블로그에 게시하였다. ‘쥬코’ 동영상은 이명박 당시 대통령의 정책에 대한 비판을 주된 내용으로 한 25분 32초 분량의 자료이다. 헌법재판소 2013. 12. 26. 선고 2009헌마747 결정

제3자의 비판적인 동영상, 대통령에 대한 관심 사안을 게시한 행위는 명예훼손의 법적 책임을 지지 않는다고 평가했다. 소소한 개인의 인터넷 공간일지라도 공적인물에 대한 공적 사안과 관련된 자료를 게시할 경우, 언론 매체에 대한 명예훼손 면책의 법리로 활용되는 ‘악의적이거나 현저히 상당성을 잃은 공격’의 기준이 그 공간에도 적용된다고 판단해 청구인에 대한 검찰의 기소유예처분을 취소한다고 결정했다.¹⁶⁾

그러나 SNS 등 사이버 상의 표현으로 인한 사생활 침해나 명예훼손의 염려도 널리 퍼져 있다. 2012년 2월 헌법재판소는 정보통신 영역은 시대적·기술적인 변화 상황에 따라 빠른 속도로 변화하고 있고, 인터넷과 스마트폰의 대중화로 시시각각 새로운 정보 내용과 유통 형태가 출현하고 있다고 진단한다. 특히 인터넷 정보는 기존 통신과 달리 복제성·확장성·신속성을 갖고 유통되기 때문에 불법정보에 대한 신속하고 적절한 조치가 필요하다고 보았다. 그렇지 않을 경우 인터넷 정보 유통으로 인한 개인적 피해와 사회적 혼란을 사후에 회복하기란 사실상 불가능하다고 평가했다.¹⁷⁾ 같은 날 헌법재판소는 다른 사건에서 복제성·확장성·신속성을 가지고 있는 인터넷 매체를 통해 범죄를 목적으로 하거나 교사·방조하는 내용의 정보를 유통할 경우 실제 범죄 발생 가능성이 커지고 피해가 급속히 확산될 것이라고 보았다. 따라서 형식의 다양성과 규모, 전파성에 있어 기존 정보와 근본적인 차이가 있고 새로운 형태로 계속 확대 재생산될 가능성이 높은 인터넷 상 정보가 범죄를 조장하거나 범행을 실행하는 데 사용되는 것을 막기 위해 어느 정도의 유연한 해석이 가능하도록 포괄적 규정이 필요하다고 판단했다.¹⁸⁾

나아가 헌법재판소는 2012년 5월 인터넷의 이용이 보편화된 우리나라에서 타인에 대한 모욕, 명예훼손, 비방을 내용으로 한 게시물의 유통 수준이 매우 우려스러운 수준이라고 평가했다. 현재는 글·사진·동영상 등을 이용한 인터넷 상의 사생활침해 및 명예훼손 게시물들은 반론과 토론을 통한 자정작용을 사실상 무력화하는 사례가 적지 않다고 보았다. 또, 온라인 상의 표현은 익명성과 비대면성, 빠른 전파가능성으로 인해 타인의 인격을 파괴하는 데 최소한의 감정적·이성적 배려도 상실되는 예가 종종 발견된다고 진단했다. 더불어 신뢰성 없는 정보의 무차별적 살포로 단시간에 개인 또는 관련 집단의 인격이 형해화 되고 회복 불능에 빠지는 상황이 전개될 수 있다고 보았다. 이러한 맥락에서 현재는 타인의 인격권을 침해하는 정보를 그대로 존속시킨 채 분쟁해결절차를 진행하거나 사후적인 형사처벌, 손해배상 소송을 제기하는 것은 피해를 전보하는 효과적인 방법이 아니라고 판단했다. 따라서 정보통신망법 상 ‘임시조치’제도는 온라인 상

16) 헌법재판소 2013. 12. 26. 선고 2009헌마747 결정

17) 헌법재판소 2012. 2. 23. 선고 2011헌가13 결정

18) 헌법재판소 2012. 2. 23. 선고 2008헌마500 결정

정보게재자의 표현의 자유를 제한함에 있어서 과잉금지원칙을 위반하지 않는다고 결정했다.¹⁹⁾ 또 2013년 6월 현재는 인터넷 등의 매체특성을 고려할 때 모욕적 표현행위의 전파에 따른 파급효과가 적지 않고, 그로 인한 개인의 명예가 침해당할 우려가 과거보다 훨씬 커지고 있다는 점에서 현행 형법 상 모욕죄를 두어 표현행위자를 처벌할 헌법상 필요가 있다고 결정하였다.²⁰⁾

헌법재판소는 인터넷을 이용한 공직선거운동의 합헌성을 판단한 사건 등에서 인터넷 홈페이지 및 그 게시판·대화방, 블로그, 트위터 등을 두루 '인터넷 매체'로 규정하였다.²¹⁾ 선거운동기간에 관한 현행 「공직선거법」 제56조는 선거일이 아닌 때에도 인터넷 홈페이지 또는 그 게시판·대화방 등에 글이나 동영상 등을 게시하는 방법, 컴퓨터 이용자끼리 네트워크를 통하여 문자·음성·동영상 정보 등을 주고받는 전자우편 방법을 통해 정보를 유통할 수 있다고 규정하고 있다. 동법 제82조 역시 정보통신망을 이용한 선거운동을 규정하면서 인터넷 홈페이지와 그 게시판·대화방 등을 정보통신망으로 규율하고 있다. 인터넷 언론사의 실명제를 규정한 동법 제82조의6 역시 마찬가지다.

법관의 SNS 및 인터넷 이용에 대한 대법원의 권고의견, 인터넷 혹은 정보통신망에 대한 헌법재판소의 결정에서도 인터넷이나 인터넷에 기반한 다양한 유통 경로의 구분은 유의미하게 나타나지 않는다. 법적인 분쟁이 발생할 경우 SNS의 고유한 특징을 고려해 반영하면 된다면 인터넷과 SNS를 구분하는 것은 법리적으로 별 의미가 없다고 보는 견해도 있다.²²⁾ SNS 규제는 인터넷 규제와 그 본성에 있어 다를 바 없다는 것이다. 인터넷을 이용한 다양한 행위들, 이를테면, 전자우편이나 메신저, 포털게시판, 카페, 블로그 등에 글을 올리고 댓글을 붙이는 행위 등은 '정보통신망을 통한' 것에 해당되고 스마트폰 등으로 SNS를 이용해 명예훼손 행위를 한 경우에 정보통신망법을 적용하는 것이 별다른 무리가 없다는 것이다.

SNS를 통한 표현의 자유에 대해 법익 침해를 이유로 국가가 개입해 처벌하는 것을

19) 헌법재판소 2012. 5. 31. 선고 2010헌마88 결정

20) 헌법재판소 2013. 6. 27. 선고 2012헌바37 결정에서 박한철·김이수·강일원 재판관은 현행 형법 상 모욕죄 조항이 위헌이라는 반대 의견을 제시하면서 인터넷 홈페이지·블로그·SNS 등이 일상화 된 환경에서 모욕죄의 형사처벌이 우리 사회에 미치는 표현의 자유 위축 효과가 상당히 크다고 우려했다. 온라인 상의 모욕적 표현을 적절히 규제할 필요가 있다는 점은 수긍한다면서도 주로 청소년들에 의해 우발적·충동적으로 행해지는 모욕적 표현을 형사처벌하는 것은 청소년들을 포함하여 많은 시민들을 불필요한 범죄자로 만들 가능성이 있다고 평가했다. '모욕'의 범위에는 경미한 모욕행위, 단순한 추상적 판단이나 경멸적 감정의 표현까지 포함될 수 있는데, 이러한 표현까지 모욕죄로 형사처벌하는 것은 표현의 자유를 지나치게 제한하는 것이라고 보았다. 모욕죄에 대한 고소·기소·재판에 이르는 형사사법절차의 진행은 행위자뿐만 아니라 이를 실시간으로 지켜보는 일반인들에 대해서도 위축효과를 가져온다고 판단했다.

21) 헌법재판소 2011. 12. 29. 선고 2007헌마1001 결정

22) 문재원(2012), "SNS 규제와 표현의 자유", 한국언론학회 〈한국 사회의 정치적 소통과 SNS 세미나 자료집〉 123-149면; 정정원(2012), "SNS 게시물의 작성, 재게시행위와 인터넷 상 명예훼손", 한국법정책학회 〈법과 정책연구〉 제12집 3호, 839-862면; 안성조(2013), "SNS를 이용한 명예훼손의 법적 검토", 〈형사정책〉 제25권 3호, 105-139면.

반대하는 학자들은 대신 자율규제와 윤리 교육의 중요성을 강조한다. 한국의 인터넷 규제법제는 외국에 비해 규정도 많고 처벌도 엄격한데 규제를 강화할 경우 안전은 일부 확보될 수 있겠지만 그로 인한 네티즌의 표현의 자유와 기본권 보장은 소홀해 질 수밖에 없기 때문이다.²³⁾ 그러나, 학자들은 언론의 상업적 접근에 대해서는 심각한 우려를 표명한다. SNS와 언론보도가 결합하여 보호되어야 할 개인 신상정보가 노출, 확산될 경우 그 책임을 물을 주체를 찾기 어렵고 찾는다고 하더라도 개인이 대응하기가 매우 어렵다는 점에서 피해자가 피해를 고스란히 안고 가야 한다는 것이다. 언론이 취재의 기본인 사실 확인도 없이 온라인 상에서 떠도는 사건, 사고를 그대로 인용, 보도함으로써 개인의 피해를 더욱 확대한다는 것이다.²⁴⁾ 언론이 상업적 이익을 위해 SNS의 특성인 실시간적 속보성 확산을 유도하는 호기심 기사를 만드는 것을 경계하는 학자도 있다. 악성루머와 무비판적인 마녀사냥에 가까운 집단주의를 유도하는 언론 기사는 SNS를 거쳐 통제할 수 없는 상황에 빠진다는 것이다.²⁵⁾

실제로 ‘음식점 채○○ 임산부 폭행사건’, ‘국물녀 사건’, ‘택시 막말녀 사건’, ‘고 송○○ 아나운서 사건’, ‘중학교 여교사 사건’, ‘밀양 여중생 성폭행 사건’ 등 헤아릴 수 없는 사건들이 SNS와 언론보도를 오가며 사생활 침해나 명예훼손 등 인격권 침해 시비에 말려들었다.²⁶⁾ 세계적인 현상이기도 하지만, 특히 한국의 주요 정보추구 행위 공간 혹은 매체 광고비의 소비 공간이 인터넷과 모바일 매체로 이동하고 있다는 점, 그리고, 언론보도와 SNS 간의 밀접한 연계 및 활용 실태를 고려할 때, 속속 등장하고 있는 신생 미디어 플랫폼을 통한 뉴스소비와 인격권 보호 문제를 짚어볼 필요성은 매우 크다. 언론중재 제도가 뿌리를 내린 지 30년이 훌쩍 지난 현실을 고려하면 오히려 때가 늦었다고 할 것이다.

3. SNS · 뉴스크레이션서비스의 언론성과 피해 구제

뉴스크레이션이란 여러 언론사들이 생산한 뉴스를 상황에 맞게 편집해서 이용자들에게

23) 김경호(2014), “SNS 상에서의 표현의 자유와 관련 판결에 나타난 특성 연구: 트위터와 페이스북 판결을 중심으로”, 〈언론과 법〉 제13권 2호, 165-190면; 류부근(2014), “SNS 상에서의 정보유통과 ‘공연성’ 개념”, 〈형사정책〉 제26권 1호, 277-301면; 박경신(2012), “SNS의 매체적 특성과 법적응의 한계”, 인하대학교 〈법학연구〉 제15집 3호, 127-157면; 이동훈(2013), “소셜 네트워크 서비스 시대에서 액세스권의 헌법적 의의: SNS선거운동과 네트워크 액세스권”, 〈유럽헌법연구〉 제13호, 263-292면; 이병섭(2012), “팟캐스트의 규제 시도에 대한 시론적 고찰”, 〈언론학연구〉 제16권 3호, 111-139면; 정완(2014), “수사기관의 사이버검열, 현행법 상 허용되는가?” 〈언론중재〉 제133호, 6-15면; 황용석(2012), “표현매체로서 SNS에 대한 내용규제의 문제점 분석: 법률적·행정적 규제를 중심으로”, 〈한국언론정보학보〉 제58호, 106-129면.

24) 이양환(2012), “소셜미디어를 통한 개인 신상정보 침해와 언론보도의 영향”, 〈언론중재〉 제124호, 38-52면.

25) 김현수(2014), “소셜미디어 문화의 형성과 표현의 자유”, 경북대 법학연구원 〈법학논고〉 제46집, 160-161면.

26) 이양환, 앞의 글.

제공하는 것을 가리킨다. 뉴스큐레이션은 앱을 통해 제휴 언론사의 뉴스 콘텐츠를 이용할 수 있을 뿐만 아니라 SNS와 연동되기 때문에 광범하게 활용되고 있다. 2010년 2월 서비스를 시작한 플립보드를 비롯, 구글플레이 뉴스스탠드, 스토리파이, 카카오토픽, 서카, 피들리, 링크드인, 핀터레스트, 인터레스트미 등 다양한 국내외 뉴스큐레이션서비스가 선을 보였다.²⁷⁾ 디지털 환경에서 뉴스큐레이션서비스는 스마트폰의 보급 확산, 인터넷을 기반으로 한 미디어의 광고매출 급증, 모바일을 활용한 정보추구 행위의 비중 확대 등에 힘입어 다양한 언론법적 쟁점을 제기하고 있다.

독자들이 언론을 방문하거나 구독하던 기존의 방식과 달리, 디지털 모바일 시대엔 언론이 독자들을 찾아서 상황에 맞게 기사를 전달해 주지 않으면 시민들은 기사를 읽지 않는 경향이 강하다. 또 각 언론사에 대한 뉴스 충성도는 낮아지고 있기 때문에 어떻게 뉴스가 유통되는가 하는 점이 중요해졌다.²⁸⁾ 앞서 〈2014 언론수용자 의식조사〉를 통해 나타나듯이 종이신문 구독률이나 열독률 그 자체는 지속적으로 낮아져 왔지만, 인터넷이나 SNS와 결합한 열독률은 상당한 수준을 유지하고 있다. 뉴스큐레이션의 뉴스 집적 및 활용 현실을 고려할 때, SNS는 언론사가 생산한 뉴스의 주요 소비 통로일 뿐만 아니라 뉴스 내용에 대한 이용자들의 다양하고 즉각적인 상호작용 메시지가 유통되는 공간이기도 하다. 그 과정에서 뉴스 보도 대상이나 제반 게시물에 언급되는 인물의 인격권을 침해하는 정보들이 즐비해지고 원래 뉴스뿐만 아니라 댓글 등 파생 표현에 의한 피해 역시 광범하게 확산된다. 헌법재판소가 판시한 바와 같이 인터넷 혹은 인터넷을 기반으로 한 매체 공간에서의 신속한 피해구제의 필요성이 절실하고, 어떤 기관에 의해 피해를 구제할 것인가 하는 관할의 문제도 매우 중요해졌다. 관할 기관의 역량이나 법적·제도적 장치의 수준에 따라 피해구제의 질도 달라질 수 있기 때문이다.

현행 미디어법에 따르면 언론성은 개인이 아닌 기업으로서 기사의 생산과 편집이라는 두 가지 핵심 성격을 포함하고 있고, 이에 따라 소셜 큐레이션뉴스나 로봇저널리즘과 같이 언론으로서 사회적 기능을 수행하면서도 언론사로서의 법률적 요건을 갖추지 못한 미디어들이 등장해 보도기능에 대한 조정이나 중재업무의 공백이 발생할 수 있다.²⁹⁾ 이를테면 「언론중재법」 상 ‘언론’은 방송, 신문, 잡지 등 정기간행물, 뉴스통신 및 인터넷신문을 말하며 각각 「방송법」, 「신문 등의 진흥에 관한 법률」, 「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」, 「뉴스통신 진흥에 관한 법률」에 규정된 것을 따른다. 동법의

27) 손재권(2014a), “디지털 큐레이션 시대가 왔다”, 제일기획 〈CHEIL〉 제464호, 4-7면; 황용석(2014), “디지털시대, 신생뉴스서비스의 등장과 법적 ‘언론성’ 개념의 공백”, 〈언론중재〉 제133호, 30-39면.

28) 손재권(2014b), “언론계의 ‘디지털 퍼스트’ 바람: 디지털 전환은 사람이다”, 〈관훈저널〉 제133호, 58-64면.

29) 황용석, 앞의 글.

규율대상인 ‘인터넷뉴스서비스’란 언론의 기사를 인터넷을 통하여 계속적으로 제공하거나 매개하는 전자간행물을 말한다. 이 전자간행물을 경영하는 자를 ‘인터넷뉴스서비스사업자’라고 말하며 ‘언론사’란 방송사업자, 신문사업자, 잡지 등 정기간행물사업자, 뉴스통신사업자 및 인터넷신문사업자를 말한다. 그리고 동법은 ‘언론사 등의 언론보도 또는 그 매개로 인하여 침해되는 명예 또는 권리나 그 밖의 법익’에 관한 다툼을 조정하고 중재하는 등의 실효성 있는 구제제도 확립이라는 입법 목적을 갖고 있다. 이에 따르면 디지털 환경에서 새로운 방식으로 언론이나 포털 등이 제공 혹은 매개하는 서비스로 인해서 인격권의 분쟁이 발생하더라도 기존의 언론중재 제도가 그 피해를 구제하지 못하는 상황이 확대될 여지가 크다.

소셜 뉴스큐레이션은 대중이 콘텐츠를 선택하고 전시한다는 점, 이용자들의 취향이 뉴스유통에 가장 큰 변수라는 점에서 기존 언론과 차이가 있고, 인위적인 기사편집을 하지 않는다는 점에서 포털 서비스와도 다르다. 또한 소셜 뉴스큐레이션서비스는 정보 공유기능이 있기 때문에 이용자가 다른 이용자에게 뉴스를 공급하기도 한다. 이런 특성상 권리 침해가 발생하면 그 매개자에게 뉴스 확산의 책임을 물을 수 있는가 라는 문제가 제기될 수 있다.³⁰⁾ 최근 다음카카오사가 제공한 새로운 두 가지 뉴스 서비스 중에서 ‘카카오토픽’은 네이버 뉴스스탠드와 마찬가지로 신문법에 따른 ‘인터넷뉴스서비스사업자’로 분류된다. 반면, 언론사의 기사나 일반인 등과 기사제공 계약을 체결하고 이용자들이 기사나 일반인을 선택하여 기사 작성을 의뢰하고 기사 작성비를 임의로 지급하는 방식의 ‘뉴스펀딩 서비스’는 복잡한 성격을 갖는다. 언론사 소속의 기사가 작성하여 올릴 경우 ‘인터넷신문’, 일반인이 작성하여 올린 기사의 경우 카페 서비스와 같이 ‘1인 미디어’로 보는 것이 타당하다고 여겨질 수 있기 때문이다.³¹⁾

인터넷으로 유통되는 콘텐츠의 경우, 한국의 미디어 관련법 구조에서 두 가지 경로로 그 피해를 구제하고 있다. 언론사가 생산한 언론 기사가 인터넷 상에서 타인의 인격권을 침해하는 경우 그 피해를 주장하는 자는 「언론중재법」 상 언론중재위원회를 통해 피해구제를 도모할 수 있다. 그러나 언론 기사가 아닌 게시 정보로 인해 인터넷에서 피해를 입었을 경우 피해자는 「정보통신망법」 제44조의2, 제44조의10에 따라 정보통신서비스 사업자에게 해당 정보의 삭제나 반박내용의 게재 혹은 방송통신심의위원회 명예훼손 분쟁부에 분쟁의 조정을 신청할 수 있다. ‘디지털정보 · 인터넷공간 · 기사’라는 세 가지 특성을 갖고 있는 인터넷 상 콘텐츠들에 대해 현행 언론중재제도는 한계를 가진다는 지적이 있다. 그러한 지적에 따르면, 언론사에 의해 생산된 인터넷기사는 정정보도청구나

30) 황용석, 앞의 글.

31) 김경환(2014), “인터넷 공간의 잘못된 기사와 새로운 피해구제 방안”, 《언론중재》 제133호.

추후보도청구를 통해 구제가 가능하지만 영구적으로 존재하는 인터넷 기사에 부합하지 않은 측면이 있다는 것이다. 정정보도청구·추후보도청구는 인지일로부터 3개월 또는 게재일로부터 6개월이라는 제척기간이 존재하는데 짧은 제척기간은 기사의 지속적 저장과 검색엔진을 통한 반복적이고 용이한 인터넷 상 표출에 적절치 않다.³²⁾

전통적인 매체에 의해 뉴스 정보가 생산·공급되는 양상은 최근에 극히 약화되었다. 불과 20-30년 전 대부분의 광고비를 점유하던 뉴스 생산 4대 매체의 비중은 절반 이하로 하락했다. 대신 매체 광고비 집행의 변화에서 나타나듯, 대중의 정보추구 행위는 인터넷과 모바일 미디어로 옮겨가고 있다. 전통 매체 시대에 출범해 인터넷서비스사업자의 뉴스기사 매개 현상까지 아우르고 있는 한국의 언론중재 시스템은 광고비 이동으로 표출되는 정보추구 현상의 변화와 법원의 인터넷과 SNS 등에 대한 인식을 감안하여 가장 적절한 피해구제 방식을 구축하여 운영할 필요가 있다. 뉴스크레이션서비스에 의한 언론기사의 유통과 소비, 그리고 SNS와 결합한 다양하고 새로운 뉴스 활용으로 인한 인격권 침해 문제에 어떻게 대응할 것인가, 구체적으로 어떤 절차와 방법에 의해 어떤 기관이 피해구제를 처리할 것인가, 과연 그것이 가능한가? 그에 대한 고민의 일환으로 다음과 같은 점을 제안하기로 한다.

첫째, 언론중재의 대상이 되는 ‘언론’의 범위를 정보 유통 현실에 맞게 조정하고 인터넷, 혹은 인터넷을 기반으로 저장·검색·유통되는 언론기사 및 언론기사에 파생된 제반 정보에 의한 피해의 실질적인 구제가 이뤄져야 한다. 언론성을 토대로 한 전통적인 언론매체의 정보유통 역량은 급속히 감소하고 대신 SNS와 인터넷 등의 공간이 광고집행·정보유통·의견표출의 주요 무대가 되고 있다. 신속한 구제를 도모하기 위해 설정된 전통 언론매체의 피해구제 제척 기간이 인터넷 상에서 발생하는 피해의 구제를 무력화하는 경향이 강하다. 더불어 언론중재위원회와 방송통신심의위원회로 이원화 된 인터넷기사 및 인터넷정보 관련 피해구제 시스템은 뉴스펀딩이나 뉴스크레이션 같은 다채롭고 새로운 서비스에 의해 발생하는 인격권 침해에 제대로 대응하지 못할 수 있다. 2009년 언론중재 대상에 포털 서비스가 포함된 때 보다 두 배 가량 더 많은 광고비가 인터넷과 모바일 매체를 통해 집행되고 있다. 온라인 공간을 통한 언론정보의 유통량과 인격권 침해 표현 사례들이 급격히 늘어나고 있어 궁극적이고 실질적으로 시민의 권리 침해를 구제할 수 있는 언론중재 제도의 변화가 필요하다고 본다. 구체적으로 관련

32) 김경환은 전통적인 정정보도청구·추후보도청구의 구제수단으로 해결할 수 없는 형태의 피해를 6가지로 제시하고 있다. 첫째, 정정보도청구·추후보도청구가 인용된 원 기사의 복제글 또는 링크, 둘째, 정정보도청구·추후보도청구 기간이 도과한 피해유발 인터넷 기사, 셋째, 정정보도청구·추후보도청구 기간이 도과한 피해유발 기사에 대한 복제글 또는 링크, 넷째, 피해유발 1인 미디어 기사 및 그에 대한 복제글이나 링크, 다섯째, 위의 4가지 유형에 대한 검색결과, 여섯째, 카카오톡이나 뉴스펀딩과 같은 피해유발 새로운 뉴스미디어 기사 및 그에 대한 복제글이나 링크, 검색결과 등이다. 그는 위법한 명예훼손 기사나 정보, 부적절한 기사나 정보의 삭제청구 및 부적절한 기사나 정보의 갱신청구 등을 언론중재위원회가 관할하는 것이 바람직하다고 제안한다. 김경환, 위의 글, 102-131면.

법 개정을 통해 언론중재위원회가 위법하거나 부적절한 기사 및 정보의 피해구제를 담당하는 것이 바람직할 것이다.

둘째, 인터넷이나 인터넷에 기반한 SNS 공간이 여론과 정보 유통의 장으로서 민주주의 제도의 유지·발전에 기여한다는 점을 감안한다면, 공직선거법 상 선거기사심의위원회·선거방송심의위원회·인터넷선거보도심의위원회로 3원화 된 선거정보 분쟁해결 절차를 언론중재위로 통합해 운영하는 방안을 추진할 필요가 있다. 이러한 통합 운영은 앞에서 제기한 언론기사 및 언론기사에 파생한 인격권 침해의 구제 효율성을 확보하는 동시에 선거관련 SNS 등의 표현에 대한 심의의 효율, 신속한 분쟁해결에 도움이 될 것이다. 언론정보의 소비자이자 민주주의 사회의 구성원으로서 국민은 논쟁점에 대해 서로 다른 견해, 서로 반박하는 정보를 균형 있게 획득해야 올바른 여론 형성과정에 제대로 참여할 수 있다.³³⁾ 선거관련 심의를 개별 기구가 분리해 담당·처리하는 것은 매체별 형평성, 업무처리의 일관성과 전문성, 반론보도 처리의 시급성과 위원분포의 지역성 등을 감안할 때, 또 오랫동안 언론중재위원회가 한국 사회에서 획득한 업무처리의 전문성과 신뢰성에 비춰볼 때 언론중재위원회가 인터넷과 인터넷 기반의 선거관련 심의나 분쟁을 해결하는 것이 적절하다고 본다. 로스쿨을 마친 법조 인력의 규모와 전문성, 언론중재위원회의 체계성과 노하우 등을 고려할 때 상시적인 통합 운영은 충분히 가능할 것이다.

셋째, 언론중재위원회가 인터넷, 인터넷 기반의 다양한 온라인 공간의 언론기사 및 언론기사에 파생한 제반 정보로 인한 인격권 침해 문제를 통합 처리할 경우, 언론중재위원회는 효율적인 인터넷 자율규제를 위한 교육모델을 확립할 필요가 있다. SNS 상에서의 인격권 침해에 대해 국가가 법적으로 개입하고 규제하는 것은 바람직하지 않다.³⁴⁾ 자율규제 모델의 전제는 언론사와 언론인, 시민들의 윤리적 각성 및 교육의 중요성이다. 개인의 프라이버시나 인격권 침해가 생명을 위협할 수 있다는 시민들의 '현실 인식', 소셜 미디어의 프라이버시 침해적인 속성을 감안한 언론사와 기자들의 정확성·객관성·균형성에 초점을 맞춘 기사의 생산, 사건의 피해자와 가족, 가해자와 그 가족들이 보도로 인한 2차적 피해를 입지 않도록 배려하는 언론인과 시민들의 윤리실천이 절실하다. 언론중재위원회가 언론기사나 다양한 인터넷 정보로 인한 피해구제 절차를 통합하여 운영하면서 동시에 자율규제를 위한 교육 기관으로서 허브 역할을 수행하는 것이 바람직할 것이다.

33) 이승선(2011), "언론조정·중재, 30년간의 전개와 성과", <언론중재> 제118호, 7-19면; 이승선(2012), "선거보도 심의제도의 현황 및 개선방향", <언론중재> 제123호, 30-45면.

34) 김경호, 앞의 글; 유승관(2012), "인터넷 언론의 자유와 인격권 침해 구제를 위한 효과적인 규제시스템 연구", <언론중재> 제122호, 41-53면; 이동훈, 앞의 글; 황유선(2013), "뉴스 소스로서의 SNS 역할과 그 문제점", <언론중재> 제128호 90-107면.

일본의 특정비밀보호법과 언론의 자유



이진석

일본 와세다대학교 국제커뮤니케이션학 석사과정
전 동아일보 기자

특정비밀보호법이 시행된 지 3개월여. 일본 전국에서는 이 법의 위헌 소송이 5건 이상 제기됐다. 본 기고는 일본에서 벌어지고 있는 동법의 위헌 소송을 통해 법적 논점을 살펴보고, 법안 시행을 통해 예상되는 알 권리와 언론자유 위축효과(Chilling Effect), 그리고 이에 대한 현지 언론과 법학계의 반응을 소개하려 한다. 더불어 알 권리에 대한 과거 일본에서의 판례를 살펴보고 향후 특정비밀보호법 시행 과정에서 예측되는 법적 쟁점을 논하고자 한다.

특정비밀보호법 입안에서 시행에 이르기까지

일본의 특정비밀보호법은 안전 보장에 관한 정보 중 특별히 은닉할 필요가 있는 부분을 ‘특정비밀’로 지정하고 이를 누설하는 행위를 방지해 국가와 국민의 안전을 확보하는 것을 목적으로 한다.¹⁾

정식 명칭은 「특정비밀의 보호에 관한 법률안」이다. 일본 내각관방 특정비밀보호법 시행준비실은 법안 시행의 목적을 “국제 정세의 복잡화로 국가 및 국민의 안전 확보 관련 정보의 중요성이 증대함과 동시에 정보통신의 발전에 따른 정보 누설 위험이 우려되고 있다.”면서 “정보 누설을 방지하고 국가와 국민의 안전 확보에 기여하기 위한 것”²⁾이라고 소개하고 있다.



일본의 특정비밀보호법이 시행된 2014년 12월 10일 오전 총리관저 앞에서 벌어진 일본신문노동조합과 특정비밀보호법 폐지위원회 등 시민단체들의 반대 시위 모습
(출처 : 특정비밀보호법 폐안 실행위원회 홈페이지 [http://www.himituho.com/])

1) 일본 내각관방 특정비밀보호법 소개 웹페이지 <http://www.cas.go.jp/tokuteihimitsu/>.

2) 일본 내각관방 특정비밀보호법 시행준비실 축조해설 제1조

특정비밀보호법 국회 표결이 진행된 2013년 12월 6일 일본 도쿄 히비야 야외음악당에서 열린 반대 집회에는 1,600여 명의 각계 인사와 시민들이 참여했다.
(출처 : 특정비밀보호법 폐안 실행위원회 홈페이지 [http://www.himituho.com/])



법안 통과는 일사천리로 진행됐다. 제2기 아베 내각은 2013년 10월 25일 국가안전보장위원회의 승인을 얻어 이 법안을 국회에 제출, 같은 해 12월 가결을 얻어 공포 뒤 2014년 12월 10일 동법을 시행했다.

입법에 앞서 2013년 9월 일본 정부가 접수한 국민 여론조사에는 9만480건의 의견이 제출됐다. 이 중 반대는 6만9579건이었던 반면, 찬성은 1만1632건에 그쳤다. 이밖에 기타 의견이 9269건이었다. 반대 여론이 압도적이었지만 입법 절차는 강행됐다.

국회 특별위원회에서 중의원은 46시간, 참의원은 22시간으로 불과 68시간 만에 심의를 마쳤다. 2005년 고이즈미 준이치로(小泉純一郎) 정권의 우정민영화 심의(215시간)나 2006년 제1기 아베 내각의 개정교육기본법 심의(190시간) 등 이전까지 사회적 찬반이 엇갈린 법안들과 비교해 지나치

게 짧아 충분한 논의가 이루어지지 않은 이른바 졸속심의라는 비판을 받았다.³⁾

집권 여당인 자민당과 연립 정당인 공명당이 의석 절대다수를 차지하고 있는 국회에서 법안의 통과란 사실상 추진 과정에 지나지 않았다. 참의원 본회의 투표 결과는 찬성 130표, 반대 82표였다. 민주당은 중의원들이 아베 내각 불신임 결의안을 제출하며 표결에 저항했지만 부족한 의석수를 뒤집을 수는 없었다. 아사히신문(朝日新聞)은 사설에서 “다수의 힘을 과신한 권력의 폭주라고 밖에 할 수 없다.”고 비난했다.⁴⁾

언론인 취재활동도 처벌대상 될 수 있어

특정비밀보호법이 알 권리를 침해할 가능성이 높다는 우려가 나오는 배경은 이 법안의 처벌 관련 규정으로 인한 위축효과에 있다. 법안은 ① 방위, ② 외교, ③ 간첩 행위 등 유해 활동 방지, ④ 테러 방지를 목적으로 한다.⁵⁾ 이와 관련된 사항이 누설

3) (2013. 12. 14.), 秘密法拙速審議に苦言〈東京新聞〉

4) (2013. 11. 27.), 社説 特定秘密保護法案 民意おそれぬ力の採決〈朝日新聞〉

5) 이하 일본 특정비밀보호법과 관련한 조항의 전문은 일본 내각관방 관련 페이지 [http://www.cas.go.jp/jp/tokuteihi/ mitsu/](http://www.cas.go.jp/jp/tokuteihi/mitsu/) 참조

되어 국가의 안전 보장에 현저한 지장을 초래할 수 있는 정보를 각 행정 기관장이 ‘특정 비밀’로 지정한다. 공무원과 정부 계약업자가 이에 해당하는 정보를 노출할 경우 최고 10년의 징역 내지는 1000만 엔 이하의 벌금을 부과한다. 이를 사주한 경우에도 5년 이하의 징역에 처한다. 기존 일본 국가공무원법의 기밀 위반은 1년 이하, 자위대법 위반은 5년 이하의 징역이라는 점과 비교해 형량이 크다.



특정비밀보호법 심의 중인 일본 참의원 국가안전특위에서 여야 의원들이 몸싸움을 벌이는 모습. 민주당 등 야당의 거센 저항에도 불구하고 수적 우위를 앞세운 집권여당인 자민당과 연립 정당인 공명당은 법안 통과를 강행했다.

(출처 : ANN 뉴스 방송화면 캡처)

이 처벌 조항과 관련하여 언론인의 취재와 공무원의 내부 고발을 크게 위축시킬 수 있다는 우려가 나온다. 먼저 기자의 주요 취재원인 공무원은 특정비밀에 해당하는 사안이 누설될 가능성을 우려해 기자의 취재활동에 적극적으로 임하지 않을 수 있다. 뿐만 아니라 법은 ‘정보 노출을 교사, 사주한 경우’에도 처벌이 가능토록 하고 있어 해석 여하에 따라 언론인의 정당한 취재활동도 처벌 대상이 될 가능성이 있다. 예컨대 기자가 취재원인 공무원

을 통해 취득한 정보가 특정비밀 대상일 경우, 법 적용 여부에 따라 기자와 공무원 모두가 직접적인 처벌 대상이 될 수 있는 것이다.

더구나 이 법은 비밀 지정 권한이 있는 행정기관의 범위를 ①국가안전보장회의와 같은 핵심 공안당국뿐 아니라, ②내각관방, ③내각부, ④국가공안위원회, ⑤금융청, ⑥총무성, ⑦소방청, ⑧법무부, ⑨공안위원회, ⑩공안조사청, ⑪외무성, ⑫재무부, ⑬후생노동성, ⑭경제산업성, ⑮자원에너지청, ⑯해상보안청, ⑰원자력규제위원회, ⑱방어성, ⑲경찰청 등 광범위한 부처로 확대해 우려를 확산시켰다. 이들 행정기관이 특정비밀로 지정한 정보는 동법에 따르면, 최장 60년까지 공개하지 않아도 된다. 일부 항목은 내각의 승인을 받으면 무기한 특정비밀로 남는다. 결과적으로 이들 행정기관을 대상으로 벌이는 정상적인 취재활동이 침해될 수 있고, 상황에 따라서는 위법이 될 수도 있다.

시행에 따른 반발 여론을 의식해 법은 “법률을 확장 해석하여 국민의 기본적 인권을 부당하게 침해하지 않고, 알 권리의 보장에 이바지하기 위한 보도와 취재의 자유를 충분히 배려해야 한다.”는 확장 해석 관련 조항을 추가했지만 언론계의 우려를 불식시키지는 못하고 있다. 일본신문협회(日本新聞協会)는 특정비밀보호법에 대한 의견서에서 “우려가 모두 해소됐다고 보기는 어렵다.”면서 ①정보 공개 관련 법 정비, ②가능한 한 빠른 재검토 착수, ③국회 정보 감시 심사회가 비밀 지정의 취소 등을 권고했음에도 행정 기관이 따르지 않는 경우 행정 기관에 책임을 부과하는 방안 등을 요구했다.⁶⁾

6) http://www.pressnet.or.jp/news/headline/141208_4517.html

일본 헌법 상의 알 권리와 특정비밀보호법의 쟁점

특정비밀보호법 시행의 가장 큰 쟁점은 알 권리의 침해 여부다. 일본에서 알 권리(知る権利)는 미국, 한국과 같이 헌법상의 근거를 토대로 한 표현의 자유의 연장선 상에 있다. 일본 헌법은 직접적으로 알 권리를 보장하는 조항을 두고 있지는 않지만, 제11조 “국민은 모든 기본적 인권의 향유(享有)를 방해 받지 않는다.”에서 보장하는 자유권적 기본 인권, 이 중에서도 정신활동의 자유에 속하는 표현의 자유에 알 권리가 포함된다는 견해가 지배적이다.

더불어 제21조 “집회, 결사 및 언론, 출판 기타 일체의 표현의 자유는 보장된다.”는 조항에서도 ‘언론의 자유’를 통해 알 권리를 광의적으로 포함하고 있다. 일본에서 말하는 통칭 액세스권(アクセス権)을 통해 국민의 알 권리를 보장하는 셈이다.

엑세스권 보장과 밀접한 관계가 있는 것이 정보 공개청구권이다. 행정기관 정보공개법(行政機関の保有する情報の公開に関する法律)⁷⁾은 국가의 행정기관이 보유하는 정보의 공개청구 절차를 정하는 일본의 법률로 2011년 4월 시행됐다. 이 법은 일본 국민 외에도 외국인이나 법인의 공개청구권을 인정하고, 공개청구의 이유나 목적을 묻지 않는다. 행정기관에 대한 정보 청구는 1766년 제정된 스웨덴의 보도자유법을 시작으로 미국, 프랑스 등 전 세계 90여 개국에서 다양한 형태의 법률로 인정되고 있는 국민의 권리다. 한국은 일본보다 앞선 1998년 「공공기관의 정보공개에 관한 법률」을 시행했다.

특정비밀보호법은 비밀의 지정범위가 지나치게 넓어 경우에 따라서는 정부가 불리한 정보를 의도

적으로 숨길 수 있다는 논란이 제기된다. 심지어는 어떤 정보가 특정비밀인지조차 알 수 없게 돼 기존의 행정기관 정보공개법을 무력화 할 소지가 있다. 이는 결과적으로 기존 헌법이 보장하는 알 권리와 특정비밀보호법이 제한하는 범위를 둘러싼 법적 분쟁으로 이어지게 된다. 이와 관련하여 특정비밀 보호법 시행을 전후해 일본에서 진행 중인 위헌 소송 사례들을 살펴보기로 한다.

표류하는 위헌 소송

특정비밀보호법의 위헌 소지와 관련해서는 과거 일본의 대법원 격인 최고재판소 판례 중 동법의 취지와 배치되는 판결 내용에서 그 근거를 찾아볼 수 있다. 일본에서 진행되는 동법에 대한 위헌 논의와 관련해 자주 인용되는 대표적인 사례로는 국가공무원법 위반 및 교사 혐의로 공무원과 기자가 피소된 니시아마 사건(西山事件)⁸⁾이 있다. 해당 사건은 1971년 오키나와(沖縄) 반환 협정에서 미국과 일본 사이 밀약이 있었다는 기밀정보를 입수한 니시아마 다키치(西山太吉) 당시 마이니치신문(毎日新聞) 기자가 일본 사회당 국회의원에게 이를 누설한 혐의로 체포된 사례이다.

일본 최고재판소는 본 사건의 판결 요지에서 “보도 기관이 공무원에게 비밀을 누설하도록 부추겼다고 해서 위법성이 추정되는 것은 아니며, 보도를 위한 수단과 방법이 사회적 관념상 승인될 수 있다면 정당한 업무행위”라고 했다. 재판소는 다만 니시아마 기자가 당시 외무성에 재직 중이던 여성 공무원과 강제적 불륜관계를 맺고 정보를 입수했다는 부분이 정당한 취재활동의 범위를 넘어

7) 平成11年法律 第42号

8) 일본 최고재판소 사건번호 昭和51(あ)1581

섰다고 판단, 결과적으로 피고의 상고를 기각했지만 본 판결은 언론이 공익을 위해 행정기관의 정보를 취득하는 행위 자체에 상당한 정당성을 부여할 수 있다는 해석의 여지를 남겼다.

그러나 특정비밀보호법 시행을 전후해 제기된 위헌 소송에서 최근 일본 법원의 입장을 살펴보면 동법이 위헌으로 판결날 가능성은 낮아 보인다. 동법에 대한 첫 위헌 소송⁹⁾은 2014년 2월 제기됐다. 후지모리 가츠미(藤森克美) 변호사는 개인 자격으로 시즈오카(静岡) 지방법원에 낸 시행 금지 및 위헌 확인 요구소송 소장¹⁰⁾에서 “① 법안의 통과 과정이 정상적인 민주주의 절차를 거쳤다고 보기 어렵고, ② 해당 법안은 기존 일본 헌법이 보장하는 국민 주권, 기본적 인권의 존중, 평화주의라는 가치와 상반되는 군사적 입법의 성격을 띠고 있어 헌법의 기본원리를 부정하고 있으며, ③ 동법의 처벌 규정은 죄형 법정주의에 반해 헌법 제31조의 적법절차를 위반하므로 제소한다.”고 밝혔다.

이에 대해 소송 피고 측인 일본국은 2014년 7월 10일 제출한 답변서에서 후지모리 변호사의 변호권이 헌법이나 변호사법에 의해 보장되지 않고 있다고 반론했다. 같은 해 11월 20일 시즈오카 지방법원에서 열린 제2차 구두 변론에서 무라노 유우지(村野裕二) 민사2부 재판장은 법리 해석을 거쳐 연내 재판을 종결하겠다는 의사를 밝혔고, 이에 원고인 후지모리 변호사가 12월 18일 판사 기피 신청을 냈으나 법원은 이를 기각했다. 후지모리 변호사는 올해 1월 도쿄(東京) 고등법원에 항고했지만 이마저도 기각, 2월 최고재판소에 특별항고

를 제기해 현재 판결을 기다리고 있는 상태이다.

도쿄 지방법원에서도 2014년 3월 동법에 대한 위헌 소송이 제기됐다. 원고는 프리랜서 기자, 사진작가, 영화감독, 편집자 등 43명이다. 이 소송에서 원고는 동법이 취재 활동의 자유를 침해할 위험성을 문제로 들었다. 소송에 참여한 프리랜서 라이터 아카시 쇼우지로(明石昇二郎)는 진술서에서 “동법의 시행으로 헌법 제21조의 표현의 자유가 크게 제한돼 현대판 금서(禁書)가 출현할 가능성이 있다.”고 지적했다¹¹⁾. 이 소송과 관련해서는 올해 3월 12일까지 총 5차례의 구두 변론이 열렸지만 법원은 구체적인 입장을 내놓지 않고 있다.

요코하마(横浜) 지방법원에는 2014년 7월 시민운동가 13명이, 히로시마(広島) 지방법원에는 같은 해 12월 개인이 동법에 위헌 소송을 냈다. 시민운동가들은 동법이 시민운동을 억압할 가능성이 있다는 점을 소송 이유로 들었다. 히로시마 지방법원에 접수된 소장에서 원고는 “동법에는 비밀지정의 타당성을 관리하는 독립적 감시기관의 설치 관련 조항이 명시되지 않아 관료에 의한 정보 조작이 가능하다.”고 지적하고 있다.

이밖에 도쿄신문은 지난해 11월 요코하마시에 거주 중인 생활보호 대상자 여성이 요코하마 지방법원에 접수한 특정비밀보호법 시행 금지 및 무효 확인 행정소송이 기각됐다고 보도했다.¹²⁾ 원고는 생활보호와 관련된 기록이 특정비밀로 지정될 우려가 있다며 소를 제기했으나, 법원은 “원고는 구체적인 분쟁에 심판을 요구하는 것이 아닌, 추상적으로 해당 법률의 헌법 적합 여부에 대한 판단을 요구하고 있다.”면서 별도의 구두 변론 없이 이

9) 平成 26 年(行ウ)第 2 号

10) 소장 전문 http://plaza.across.or.jp/~fujimori/pdf/sojyou_tokuteihimitsu.pdf

11) <http://no-secrets.cocolog-nifty.com/blog/>

12) (2014. 12. 13.), 特定秘密保護法 違憲訴え退ける(東京新聞)

를 기각했다. 이로써 최소 5건 이상의 위헌 소송이 헛수를 거듭하며 표류 중이거나 기각된 셈이다.

〈표 1〉 특정비밀보호법에 대한
일본 내 위헌 소송 제소 현황

제소 시기	원고	내용
2014년 2월	개인(변호사)	입법의 적법절차 등에 대한 위헌 소송
2014년 3월	프리랜서 기자 등 43명	취재활동의 자유 침해에 따른 위헌 소송
2014년 7월	시민운동가 13명	시민운동 억압 가능성에 대한 위헌 소송
2014년 11월	개인	독립적 감시기관의 설치조항 미비에 따른 위헌 소송
2014년 12월	개인	시민 개인 기록의 비밀지정 우려에 따른 위헌 소송

일본변호사연합회(日本弁護士連合会)는 2013년 일본 정부의 동법 발표 단계에서부터 줄곧 반대의 목소리를 내고 있다. 같은 해 9월 내각관방이 입법에 앞서 실시한 의견모집에서 반대 의견서를 낸 이후 법안 시행 후인 올해 2월까지 총 13차례에 걸쳐 회장 명의의 반대 성명서¹³⁾를 게재했다. 단일 사례에 대한 연합회의 성명서로는 이례적으로 많은 수준이다.

연합회는 2013년 10월 3일 제출한 첫 성명서에서 동법이 절차와 내용 면에서 심각한 문제가 있다고 지적했다. 동법이 장기간의 물밑 검토를 거쳤음에도 국회 제출 1개월 전에 이르러서야 법안 개요를 밝혔으며, 여론 수렴 기간도 2주에 그쳤다는 점을 꼬집은 것이다. 법안의 내용 측면에서는 특정비밀의 범위가 지나치게 넓으며 불명확해 알 권리를 침해할 가능성이 높다고 분석했다. 동법에

포함된 언론의 자유를 배려한다는 조항은 “일본에서 언론의 자유는 이미 판례상 확립되어 있기 때문에 이를 다시 규정할 의미가 없다.”고 강조했다. 법안의 통과 후에는 국민의 권리를 침해할 위험이 불식되지 못한 채 국회 표결로 넘어간 것에 대해 유감을 표시했다.

연합회는 법안의 성립 분위기가 짙어지던 2013년 11월 재차 성명서를 내고, 같은 해 6월 남아 프리카공화국 수도 츠와니에서 공표된 ‘국가 안전보장과 정보에 대한 권리의 국제원칙’(Global Principles On National Security And The Right To Information, 이하 츠와니 원칙The Tshwane Principles)을 들어 동법의 문제점을 재차 적시했다. 츠와니 원칙은 국제연합(UN), 미주기구(OAS), 유럽안보협력기구(OSCE) 등 국제기구를 비롯해 약 70개국의 안보 및 인권전문가가 2년간의 토의를 통해 제정한 원칙이다. 국가가 안보를 이유로 정보 공개의 범위를 설정할 때 준수해야 할 원칙을 제시했다는 점에서 의미가 있다.

츠와니 원칙은 ① 누구나 공공기관의 정보에 접근할 수 있으며 그 권리를 제한하는 정당성을 증명하는 것은 정부의 책무일 것, ② 정부의 인권 침해행위나 대량살상무기 보유, 환경 파괴 등 비밀로 할 수 없는 정보를 공개할 것, ③ 비밀정보는 필요한 기간에 한정해 비밀로 지정할 것, ④ 시민이 비밀 해제를 청구하는 절차를 명확히 할 것, ⑤ 독립적인 감시기구를 설치할 것, ⑥ 내부고발로 인해 얻을 수 있는 공익이 비밀유지를 통해 얻을 수 있는 공익을 초과할 경우 처벌을 금지할 것, ⑦ 언론인, 시민 등 공무원이 아닌 자는 처벌을 금지할 것

13) 日本弁護士連合会 <http://www.nichibenren.or.jp/activity/document/statement.html>

등의 내용을 담고 있다.¹⁴⁾

연합회는 동법이 이러한 원칙에 어긋난다는 점을 거듭 피력했다. 이에 대해 아베 총리는 “츠와니 원칙은 사적 기관이 발표한 것이므로 국제 원칙으로 공인되지 않는다.”는 입장을 내놨다.



2013년 12월 6일 특정비밀보호법 성립을 알리는 아사히신문 호외. 신문은 법안 성립으로 인해 알 권리가 침해될 가능성이 높아졌음을 강조했다. (출처: 아사히신문)

언론계도 반발

동법의 시행에 대한 일본 언론사들의 입장을 살펴보면 대다수가 반대의 목소리를 내고 있다. 진보 언론사로 분류되는 아사히신문과 도쿄신문, 중도-자유주의 성향의 마이니치신문이 사실과 칼럼을 통해 동법의 시행에 반대 입장을 밝힌 것은 물론, 통신사인 교도통신(共同通信)과 홋카이도신문(北海道新聞) 등 지방지 대부분이 반대 입장을 취하거나 동법 폐지를 요구하고 있다.

보수적 논조를 띠고 있는 니혼게이지아신문

(日本経済新聞)도 알 권리와 균형이 우려된다며 유보적 입장을 내놨다. 역시 보수 성향인 요미우리신문(読売新聞)은 법안의 필요성에 대해 일정 부분 동의하면서도 철저하고 신중한 심의가 필요하다고 강조했다. 다만 대표적인 우익지로 평가받는 산케이신문(産経新聞)은 줄곧 동법에 찬성하는 논조를 펼치고 있다.¹⁵⁾

〈표 2〉 특정비밀보호법에 대한 일본 언론사들의 논조

언론사	정치적 성향	동법에 대한 논조
아사히신문	진보	반대
도쿄신문	진보	반대
마이니치신문	중도	반대
교도통신	중립	반대
NHK	중립	부정적
니혼게이지아신문	보수	유보적
요미우리신문	보수	제한적 찬성
산케이신문	보수	찬성

주목할 점은 공영방송사인 NHK(일본방송협회)도 동법에 부정적인 견해를 내놓고 있다는 것이다. 아다치 요시마사(安達直正) NHK 해설위원은 “불편한 비밀이 후세에 국민의 심판을 받을 수 없게 되고 정부의 판단에 의해 매장될 수 있다는 우려 속에서 동법이 시행됐다.”면서 “보안상 비밀이 필요할 수 있지만 국민의 알 권리와 균형을 어떻게 잡을 것인가가 민주주의 국가에 있어서는 괴로운 과제”¹⁶⁾라고 평했다.

일본신문협회는 동법이 ① 정부·행정기관에 불리한 정보를 자의적으로 비밀로 지정해 국민

14) Global Principles on National Security and the Right to Information(The TSHWANE Principles, 2013. 6. 12.) 전문은 [http://issat.dcaf.ch/content/download/22892/289132/file/Global%20Principles%20on%20National%20Security%20and%20the%20Right%20to%20Information%20\(Tshwane%20Principles\)%20-%20June%202013.pdf](http://issat.dcaf.ch/content/download/22892/289132/file/Global%20Principles%20on%20National%20Security%20and%20the%20Right%20to%20Information%20(Tshwane%20Principles)%20-%20June%202013.pdf) 참조

15) (2013. 12. 3.), 〈일본신문협회보〉 참조

16) (2014. 12. 10.), 시론공론 “특정비밀보호법 오늘 시행” 〈NHK〉

에게 필요한 정보를 은닉할 수단으로 악용될 수 있으며, ② 높은 형량이 공무원의 정보 공개에 대한 자세를 과도하게 위축시켜 사회 존립에 필요한 정보의 유통까지 저해하고, ③ 언론의 정당한 취재가 법의 운용에 따라서는 비밀 유출의 교사 내지는 사주로 판단되어 죄를 추궁받을 수 있다는 우려를 내놨다.¹⁷⁾

동법 시행을 바라보는 국제사회의 시선은 우려 일색이다. 국제 언론단체인 국경 없는 기자회견(RSF)가 최근 발표한 언론자유지수에 따르면 일본의 언론 자유도 순위는 180개국 중 한국(60위)보다 한 단계 낮은 61위로 2014년(59위)보다 하락했다.¹⁸⁾ 국경 없는 기자회견은 특정비밀보호법 시행에 반대 성명을 내는 한편 일본에서 진행 중인 동법에 대한 위헌 소송을 지지한다고 발표했다. UN 인권고등판무관(OHCHR)도 동법에 대해 국민의 알 권리를 침해해서는 안 된다는 의견을 내놨다.¹⁹⁾ 다만 일본과 군사공조를 확대할 가능성이 있는 미국 정부는 동법 시행에 대해 공개적인 언급을 피하고 있다.

시민단체의 반발도 빗발치고 있다. 특정비밀보호법 폐안 실행위원회²⁰⁾라는 단체는 2013년 11월 도쿄에서 야당 국회의원과 법조인, 일반 시민 등 1만여 명이 모인 반대집회를 연 이래 전국적으로 반대 운동을 펼치고 있다.

언론계와 법조계, 시민단체의 격렬한 반발에도 불구하고 일본의 특정비밀보호법은 시행 3개월

을 넘어섰다. 일본 정부가 시행 후 약 3주가 지난 지난해 12월 말 기준 발표한 특정비밀 지정건수는 총 382건이다. 이 중 방위성(247건)이 대다수를 차지했지만 외무성도 35건을 차지해 이미 상당수의 과거 외교문서가 베일에 싸였다. 일각에서는 동법 시행에 따른 특정비밀 지정건수가 수십만 건에 이를 것이라는 예측을 내놓고 있다. 일본 내각은 4월 중 동법의 운용 현황을 담은 보고서를 작성해 이르면 5월 중 국회에 제출할 예정이다.²¹⁾ 법 시행에 따른 비밀 지정의 규모와 영향이 본격적으로 드러나게 될 것으로 보인다.

맺으며

특정비밀보호법의 시행을 전후해 일본 정부는 알 권리를 심각하게 침해할 수 있다는 여론의 불안을 가라앉히지 못하고 있다. 먼저 절차에 있어 사회적 동의를 얻지 못했고, 동법이 기본적 인권의 보장을 위협할 수 있다는 우려를 낳고 있음에도 제정 과정에서 충분한 의견을 수렴하지 않은 채 정부 주도로 강행했다는 점이 비판의 주된 배경이다.

그럼에도 동아시아를 중심으로 급변하는 국제 정세와 안보 위협 등에 의해 각국 정부가 절감하고 있는 정보관리 강화의 필요성은 제2, 제3의 특정비밀보호법의 출현을 조심스레 예견하게 한다. 동법의 밑바탕에 깔린 정치적 의도를 논하기에 앞서, 알 권리와 국가안보의 팽팽한 균형에 대해 사회적 논의가 다시금 필요한 시점이다.

17) http://www.pressnet.or.jp/news/headline/141208_4527.html

18) <http://index.rsf.org/>

19) Japan: "Special Secrets Bill threatens transparency" - UN independent experts GENEVA (22 November 2013) <http://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=14017#sthash.mUSV3YIW.dpuf> 참조

20) <http://www.himituho.com/>

21) 日本経済新聞 2015년 1월 10일자 特定秘密指定絞り込む、12月末382件



뉴스 포털의 전제 기사 관련 댓글에 대한 책임 범위

유럽인권재판소의 Delfi AS v. Estonia 판결에 대한 평석



김재협

법무법인(유한) 바른 변호사

I. 들어가면서

유럽인권재판소 합의부가 2013. 10. 10. Delfi AS v. Estonia(no. 64569/09) 사건에서 인터넷 뉴스 포털 사이트는 독자의 모욕적 댓글에 책임져야 한다고 판결하였다. 앞서 에스토니아 최대 인터넷뉴스 포털 사이트 Delfi AS사는 특정 선박 회사에 관한 기사를 게재한 바 있으며, 이 기사에는 독자의 모욕적 댓글이 달렸다. 에스토니아 상급 법원은 이 댓글에 관한 책임을 인정 하였으나 Delfi AS사는 불복하고 유럽인권재판소에 제소하였다. 하지만 유럽인권재판소 역시 그 판결이 정당하다고 선고하였다. 그런데 2014. 1. 8. 청구인 Delfi AS사의 재심 요구가 받아들여져 2014. 2. 17. 19명의 재판관 전원으로 구성되는 유럽인권재판소 대재판부(Grand

Chamber)에 회부되어 2014. 7. 9. 공개 변론절차가 열린 뒤 아직까지 최종적인 결정이 나지 않고 있는 상태이다.



모욕적인 독자의 댓글에 대해 자신은 책임을 지지 않는다고 주장하고 있는 에스토니아 최대 인터넷뉴스 포털 사이트 Delfi AS사의 홈페이지 메인화면 캡처 (출처 : <http://www.delfi.lt/>)

2014. 7. 9. 공개 변론절차의 모습
(출처: 유럽인권재판소 홈페이지 [http://www.echr.coe.int/Pages/home.aspx?p=hearings&w=6456909_09072014&language=en&c=&py=2014])



II. Delfi AS v. Estonia 사건의 사실 개요와 판결 요지

가. 사실 개요

발트해를 끼고 있는 나라들(핀란드, 스웨덴, 에스토니아, 라트비아, 독일)은 많은 섬들을 가지고 있어, 그들 나라간은 물론 본토와 섬들간, 섬들간에는 선박으로 왕래하거나 여행을 한다. 페리호 선박회사 중의 하나인 에스토니아 SLK Ferries LLC가 2006년 에스토니아 본토와 몇 개 섬 사이에 겨울 일정기간만 운행하는 얼음 공용도로 인근에 새로이 페리 항로를 개발하려는 과정에서 기존 얼음도로의 일부가 파괴되었다. 그 결과 얼음 공용도로의 개방시기가 몇 주 연기될 수밖에 없었다.

유럽 내 인터넷 보급률이 상당 수준인 에스토니아의 인터넷뉴스 제공자인 포털 사이트 Delfi AS사는 위 페리 항로 개발 기사를 게재하면서 새로운 페리호 항로의 개발로 인하여 보다 저렴하고 신속한 기존 얼음 도로를 통한 각 섬들간의 이동수단이 파괴되고 있어 바람직하지 않다는 취지의 기사를 게재하였는데, 그 인터넷 뉴스 기사 하단에 ‘댓글쓰기’란을 두고 댓글, 댓글 쓰는 사람의 성명, 이메일 주소(선택사항)를 쓰는 칸을 두고 있었다.

위 기사에 대하여 2006. 1. 24. 및 1. 25.에 185개의 댓글이 달렸고, 그 중 많은 댓글이 페리호 운영자와 선박회사 소유주에 대한 인신공격성 글이었는데 그 중 20여개는 SLK 선박회사의 대주주이고 임원인 L씨에 대한 개인적 헐박이나 모욕조의 말¹⁾을 포함하고 있었으며, 독자들이 그 댓글에 접근할 수 있었다(위 포털사가 제공하는 인터넷 뉴스에 대한 댓글은 매일 1만 여 개 이상 거의 익명으로 올려지고 자동으로 업로드되며 포털사가 편집하거나 수정하지 않았고 위

1) 국가로부터 보조를 받고 있는 선박회사가 페리항로를 개발하는 것은 이용자를 위한 것이 아니라 더 많은 돈을 벌기 위해 혈안이 되어 있는 돈벌레라는 등의 비난성 익명의 댓글이 있었다.



협적이거나 모욕적인 내용, 적대감과 폭력을 유발하는 내용, 음란 또는 저속한 표현이 있는 댓글에 대하여는 댓글 작성자가 책임을 진다는 규정도 게시판에 언급하여 두고 있었다).

2006. 3. 9. L씨의 변호사가 위 포털 사이트에 위 모욕적 댓글 삭제 요청과 500,000크룬(약 32,000유로)의 배상 청구를 하였고, 포털 운영자는 바로 모욕적 댓글을 삭제하고, 손해배상 청구는 받아들이지 않는다고 통보하였다.

이에 L씨는 2006. 4. 13. 포털사를 상대로 민사소송을 제기하고 2007. 6. 25. 청구 기각 판결을 받아 항소하였고, 2007. 10. 22. 항소가 받아들여져 제1심에서 재심리하여 댓글은 정당한 비판의 정도를 넘어선 모욕적인 것으로 L씨의 인격권을 침해한 것이어서 표현의 자유에 의한 보호를 받을 수 없고, 포털 회사는 단순한 기술적, 자동적, 수동적인 뉴스 중개자라는 항변을 배척하고 콘텐츠 서비스 제공자로서 배상책임을 인정하여 5,000크룬(약 320유로)의 배상을 명하는 민사 책임이 인정되었고, 그 판결이 2008. 12. 16. 포털 회사 항소기각, 2009. 6. 10. 포털 회사 상고 기각으로 확정되었다.

에스토니아 대법원이 포털 회사에게 배상책임을 인정한 판단 요지는 ① 댓글란의 마련과 댓글의 수가 포털 방문자 수에 영향을 미쳐 포털 게시 광고에 따른 광고수입에 영향을 주는 등 댓글을 통한 경제적 이득을 얻고 있는 점, 포털 회사가 댓글 게재 규칙을 제공하고 그에 위반된 댓글을 삭제할 수 있으나 이용자는 자신이 올린 댓글도 변경하거나 삭제할 수 없는 점을 근거로 댓글에 대한 포털 회사의 통제권을 인정하고 프린트 매체인 출판사와 유사한 댓글 게시자로서의 성격 인정, ② 불법적인 댓글 게시 이후 그 불법성을 인식하고도 즉각적인 삭제를 소홀히 한 관리 책임 인정 등이었다.

나. 유럽인권재판소 판결 요지

이에 포털 사이트인 Delfi AS사가 유럽인권재판소에 제소하여 2013. 10. 10. 선고된 이 판결의 요지는 뉴스기사는 공익을 주제로 다룬 것으로 기사 내용도 한쪽으로 치우치거나 편파적이지 아니며, 선박 회사의 관리자에게 해명 기회도 주어지는 등 균형을 맞추고 있다. 다만 댓글은 명백하게 모욕적이고 협박적인 말을 포함한 불법적인 것인데, ① 포털사가 마련한 자동적 단어 필터링 시스템, 불법적 댓글에 대해 원클릭 통지 후 즉각적으로 삭제하는 시스템 등의 작동이 충분하지 않은 점, ② 대부분의 댓글이 익명으로 처리되는 등으로 신원 파악을 할 수 없어 댓글 작성자가 아닌 포털사를 상대로 책임을 물을 수밖에 없고, 포털사는 댓글을 통하여 상업적 이득을 얻고 있어 그런 소송 제기가 합리적인 점, ③ 포털사의 책임액이 320유로로 소액이어서

그로 인한 언론 자유 제한의 정도가 비례성 원칙에 합치한 점 등을 들어 에스토니아 법원의 판단이 유럽인권규약 제10조에 규정된 표현의 자유 원칙을 침해하지 않는다고 판단하였다.²⁾

III. Delfi AS v. Estonia 판결에 대한 평가

가. 우리 대법원 2009. 4. 16. 선고 2008다53812 판결과의 비교 검토

인터넷 종합 정보제공 사업자에게 인터넷 게시공간에 게시된 명예훼손적 게시물의 불법성이 명백하고, 위 사업자가 위와 같은 게시물로 인하여 명예를 훼손당한 피해자로부터 구체적· 개별적인 게시물의 삭제 및 차단 요구를 받은 경우는 물론, 피해자로부터 직접적인 요구를 받지 않은 경우라 하더라도 그 게시물이 게시된 사정을 구체적으로 인식하고 있었거나 그 게시물의 존재를 인식할 수 있었음이 외관상 명백히 드러나며, 또한 기술적, 경제적으로 그 게시물에 대한 관리·통제가 가능한 경우에는, 위 사업자에게 그 게시물을 삭제하고 향후 같은 인터넷 게시공간에 유사한 내용의 게시물이 게시되지 않도록 차단할 주의의무가 있고, 그 게시물 삭제 등의 처리를 위하여 필요한 상당한 기간이 지나도록 그 처리를 하지 아니함으로써 타인에게 손해가 발생한 경우에는 부작위에 의한 불법행위책임이 성립한다고 판시한 대법원 2009. 4. 16. 선고 2008다53812 판결과 비교³⁾ 하여 보면, 댓글에 관하여 그 책임 인정 요건과 범위가 다소 다르기는 하지만 기본적인 시각에서는 유럽인권재판소의 판결과 일맥상통한 점이 있음을 알 수 있다.



나. 유럽인권재판소 판결에 대한 비판

위 판결이 선고되자마자 인터넷 상의 표현의 자유 영역 확보와 확대 옹호론자를 중심으로 위 판결에 대한 비판이 이어졌다. EU법으로 제정된 2000년의 전자상거래지침(E-Commerce Di-

2) <http://www.article19.org/resources.php/resource/37287/en/european-court-strikes-serious-blow-to-free-speech-online#sthash.fkwT4YbJ.dpuf>

3) 다만 이 판결에는 인터넷 종합 정보제공 사업자의 명예훼손 게시물에 대한 삭제의무는 특별한 사정이 없는 한 위 사업자가 피해자로부터 명예훼손의 내용이 담긴 게시물을 '구체적·개별적으로 특정'하여 '삭제하여 달라는 요구'를 받았고, 나아가 그 게시물에 명예훼손의 불법성이 '현존'하는 것을 '명백'히 인식하였으며, 그러한 삭제 등의 조치를 하는 것이 '기술적·경제적으로 가능'한 경우로 제한하는 것이 합리적이고 타당하다는 소수 의견이 있다.



rective, ECD)에는 인터넷 포털 사이트의 중개자로서의 역할에 대한 원칙적 불법행위 법적 책임 불인정이 규정되어 있는데, 위 판결에는 이러한 법적 프레임에 대한 근본적 이해가 결여돼 있다는 것이다. 인터넷 상의 표현자유가 인정되는 영역에 있어 통지 후 삭제 시스템(Notice and Takdown, NTD)과 위법 행위를 방지하기 위한 필터링 시스템의 체계와 역할에 대한 기본적 인식조차 잘못된 것이라는 비판도 쏟아졌다.

그 비판의 주요 요지를 좀 더 상술하면 대체로 다음과 같다. 포털 업체인 Delfi AS사가 불법적 댓글은 삭제한다고 고지하였고, 시스템에 의하여 인지하자마자 바로 그날 삭제한 것이므로 책임이 면제되어야 한다. 모욕적이거나 위법한 댓글의 공개를 사전에 막지 못한 것에 대해 포털사에게 책임을 지우는 것은 포털사로 하여금 댓글의 불법적 내용 포함 여부에 대한 간파를 위한 상시적인 모니터링 의무를 강요하는 것으로, 이는 사적 단체의 정보에 대한 검열에 해당하는 바, 이는 사적 검열이 금지되는 국제적 기준을 무시한 것으로 위법하다. 한편 유엔 특별 조사위원(UN Special Rapporteur)은 통지 후 삭제 시스템을 광범위하게 적용하게 되면, 문제가 되는 표현의 내용이 실제 불법한지 여부에 대하여 사법적 판단이 없는 상태에서 미리 제거되는 위험이 있음을 강조하고 있는 상황과도 어긋난다(통지 후 삭제 시스템은 2013년 영국의 명예훼손법 등 유럽 연합(EU)에서도 광범위하게 비판과 논쟁의 대상이 되어왔던 바, 위 판결은 이 점도 완전히 무시한 것으로 위법하다고 했다). 또한 인터넷 뉴스 중개자인 Delfi AS사가 저속하고 위법적인 단어를 자동적으로 검열하여 삭제하기 위한 인터넷 필터링 시스템이 피해자인 제3자의 권리를 보호하기 위한 정도로는 ‘부족’하다고 내린 결론도, 명예 훼손적 댓글이 6주간 공중에 의하여 접근되는 결과에만 중시한 나머지(이 또한 피해자가 그 실체를 Delfi AS사에게 신속히 아주 쉽게 통보하는 절차가 있음에도 이를 알리지 못한 자신의 잘못에 기인한 측면이 많다) 자동 필터링만으로 명백한 위법성 댓글을 가려낼 수 없다는 점과 전반적인 사전 모니터링의 강요는 사실상 검열을 강요하는 것이어서 금지되어야 하는 것임을 간과하는 등 논리적 근거가 부족하다.⁴⁾

위 판결은 인터넷 댓글로 인한 부작용을 지나치게 염려하거나 강조한 나머지 인터넷 뉴스 포털 업체로 하여금 감수하여야 할 상당한 비판과 책임을 회피하기 위하여 필수적으로 강구하여야 하는 조치의 범위를 넘어서는 요구를 하는 잘못이 있다. 나아가 공적 사항에 관한 인터넷 뉴스의 대부분이 당연히 공격적인 토론과 비판을 수반하는 것인데, 인터넷 포털 업체에게 통지 후 삭제 시스템 준수와 관계없이 잠재적인 불법 댓글에 대한 책임을 지우는 것은 미리 불법적 내용을

4) The Case of SABAM v Scarlet Extended, mentioned in the Court's judgment at para. 45

감지하여 제거하여야 한다고 제안하는 것으로 전면적 사적 검열(All-out Private Censorship)을 요구하는 것에 해당하여, 인터넷 이용자로 하여금 공적 토론에 참여하는 것을 막고, 뉴스 사이트로 수입을 창출하는 인터넷 업체에게 심각한 위협이 되는 것으로 지나친 요구이다. 강력한 온라인 인터넷 업체에 대응한 개인의 권리 보호 필요성을 강조한 위 판결의 의도는 이해되지만, 근본적으로 자유로운 표현을 가능하게 하는 진입문으로서의 인터넷 중개자의 역할을 간과한 것으로 인터넷 뉴스 독자들의 댓글 내용과 광고수입 창출과의 연계성을 잘못 파악한 것이다.

비록 이 판결에서 Delfi AS사에게 명한 손해배상 액수가 아주 작지만, Delfi AS사가 고지 받은 뒤 바로 삭제한 이상 민사적으로 책임을 지지 않아야 하는데 소액이라 하여도 책임을 지운 것은 온라인을 통한 정보의 자유로운 흐름에 대한 위축효과(Chilling Effect on the Free Flow of Information Online)를 가져오는 점을 감안하면, Delfi AS사에 표현의 자유 관련 지나친 부담을 줄 수 있고, 결국 위 판결은 온라인 정보 흐름과 표현의 자유에 대한 지나친 간섭으로 지극히 근시안적인 것으로 보인다.

IV. Delfi AS v. Estonia 판결에 대재판부 최종 판결에 대한 전망

통지 후 삭제 시스템도 불법적이 아닌 내용의 과잉 규제나 삭제라고 비판을 받고 있고, 그 시스템에 관하여 유럽 각국이 채택하고 있는 절차도 나라마다 조금씩 달라, 온라인서비스 업체가 겪고 있는 법적 불안정의 정도가 큰 마당에, 포털사가 고지 받은 후 삭제하였음에도 불구하고 익명의 댓글에 대하여 2차적 책임을 지게 하는 것은 지나치다는 비판이 정당해 보인다. 포털사에게 공적인 논란거리에 있어서는 언론의 자유보다는 개인의 인격권을 더 보장하여 적극적 의무를 지우는 것은 2013년 영국의 명예훼손법이나 유럽인권재판소의 기존 판례에도 어긋난다는 비판도 있다. 또한 위에서 본 위 판결에 관한 비판의 논거가 타당하고 논리적으로도 설득력이 있어 대재판부의 최종 판결이 주목된다.

언론중재 ‘양다리’의 괴로움



김상우
JTBC 보도국 부국장



시청자정책실 직원 S가 머리를 긁적이며 책상 앞에 선다. “뭔데?” 모른 채하고 필자가 한마디 던진다. 그는 “여기 서명해 주세요.”라는 말과 함께 손가락 끝으로 장부를 가리킨다. S는 큰 봉투 두 개를 밀어놓고 사라진다. 발신인은 언론중재위원회, ‘기일출석요구서’ 도장이 선명하게 찍혀 있다. 하나는 구원과 신도가 초상권이 침해되고 명예가 훼손됐다고 정정보도와 2000만 원의 손해배상을 청구하는 내용이다. 다른 하나는 공무원들이 실리콘으로 지문을 만들어 초과근무 수당을 받아낸다는 리포트에 대해 실리콘 지문을 만든 업체의 직원이 명예훼손을 당했다고 호소하는 내용이다.

2월 말부터 3월 초까지 ‘청구서’가 이어졌다. 한 인터넷 TV는 내용증명을 보내왔다. 영상을 허가 없이 사용했다며 어떻게 할 것인지를 묻는다. 제대로 처리하지 않으면 법적 책

임을 묻겠다고 덧붙인다. 구원과 사건의 박모씨는 초상권 침해와 명예훼손을 이유로 두툼한 신청서류를 보내왔다. 춘천 ○○랜드 개발과 관련한 정정보도, 불법 대부업자 보도와 관련한 정정보도 청구도 잇따랐다.

보도와 관련해 접수되는 민원은 일주일에 평균 한 건, 두 달 치가 한꺼번에 밀려오면 머리가 뜨끈뜨끈하다. 그러나 스스로를 위로한다. JTBC의 영향력이 커지면서 취재원들이 반응을 보인 것이라고. ‘악플보다 무플이 더 나쁘다.’는 말도 있지 않은가.

화난 시청자를 대하는

세 가지 원칙

기자들이 취재·보도하는 데 어려움이 없는지를 살피고 지원하는 것이 필자의 주된 임무다. 기사로 인한 분쟁이나 갈등을 해결하는 것은 유통·소비된 기사에 대한 애프터서비스라고 할 수 있다. 제품이 작동하지 않는다고 주장하는 사람에게 제조 과정과 사용방법을 설명하고, 제품에 하자가 있으면 사과하거나 손해를 배상하는 것은 기사라고해서 다를 바 없다.

‘고객’은 다양각색이다. 시청자상담실에 전화로 항의하거나 홈페이지에 의견을 남겨 놓으면 양반이다. 회사 고위층과의 친분을 내세워 요구 조건을 내놓고 은근히 압박하는 경우가 있는가 하면 전화를 걸어 다짜고짜 “사장 바꾸라.”고 목소리를 높이는 사람도 있다. 언론중재위원회, 방송통

신심의위원회, 법원 등을 통해 곧바로 서류를 보내오는 경우도 있다.

전화든, 직접 만나서 이야기 하든 필자가 고객을 대하는 원칙은 첫째 ‘충분히 듣는 것’이다. 민원인이 언론사를 상대로 문제를 제기할 정도가 되면 나름대로 열 받을 이유가 있다. 이 때 정면으로 맞받아치면 문제 해결은 물 건너간다. 인내심을 갖고 들어야 실마리를 찾을 수 있다. 듣는 동안 민원인의 목소리 톤은 내려가 있다. 그렇다고 저자세를 보이는 것은 금물이다. 자칫 저자세는 오히려 사태를 키울 위험성이 있기 때문이다. 적절한 타이밍에서 브레이크를 거는 것이 중요하다. 아닌 것은 아니라고 분명히 말하는 것이 필요하다. 둘째 원칙은 ‘서두르지 않기’다. 이미 물은 엇질러졌다. 여유를 갖고 답을 찾는 것이 좋다. 민원인에게는 최선을 다한다는 느낌을 주게 되고, 그 동안 나도 쿨다운 된다. 사실 인터넷의 ‘기사삭제’ 등 응급조치를 제외하고는 재촉한다고 제대로 되는 일이 별로 없다. 셋째 원칙은 기사를 믿는 것이다. 기자는 사건의 전말을 파악하고, 대안을 제시하는 데 핵심적인 역할을 한다. 기자의 기를 살려줘야 한다. 그러나 때로는 자신의 실책은 감추고 유리한 것만 주장하는 오리발 스타일의 기자도 있다. 이때는 혈압이 올라간다.

‘모자이크 처리’

할까요, 말까요?

방송 뉴스, 그 중에서도 텔레비전 뉴스의 초상권 침해와 관련된 사건이 많아지는 추세다. 그것은 사실성과 현장성을 강조하는 텔레비전 뉴스의 특성에서 비롯된다. 방송기자는 내용을 취재하는 것 못지않게 ‘생생한 그림’을 확보하는 데 힘을 쏟는다. 뉴스의 신뢰성과 현실감을 높이기 위해서다. CCTV나 블랙박스 영상 등 다양한 영상 소스를 활용하는 것도 같은 맥락이다.

이와 함께 시민들의 권리의식도 높아지고 있다. 명예훼손, 초상권, 손해배상 등의 단어가 낯설지 않다. 검찰청에서 조사를 받고 나오면서 기자와 인터뷰 한 뒤 초상권을 침해당했다고 주장하는 일도 있다. 사정이 이렇다보니 기자들은 움츠러들고 방어막을 친다. 문제가 될 소지를 원천 봉쇄 하기 위해서다. 영상을 모자이크 처리하는 것도 그런 차원이다. 뭐든지 적당히, 적절하게 사용하면 문제가 되지 않는다. 지나치면 탈이 난다. 시위대의 얼굴을 모자이크 하는 것이 그런 예이다. 자신들의 주장을 공개적으로 드러내기 위해 행동하는 사람들을 초상권 보호를 앞세워 모자이크 하는 것은 논리적으로 맞지 않다. 사건의 배경까지 모자이크하는 바람에 시청자의 시청을 방해하는 때도 있다. 화재 현장 주변 상가의 간판을 모조리 모자이크 처리하는 것이 그런 예이다. 하지만 기자들을 나무랄 수도 없다. 언론중재위원회나 법원이 인격권을 보호하는 방향으로 강도를 높여가기 때문이다. 문제가 생기면 책임을 질 수

도 있다. 그래서 기자들은 애매할 때마다 필자에게 질문한다. “모자이크 처리 할까요, 말까요?” “이름을 공개할까요, 말까요?” 선뜻 대답하기 어려울 때가 많다.

데스크 ‘닥달’부터

피해자와 ‘밀당’까지

취재기자는 자신이 보도한 기사가 조정의 대상이 되면 긴장한다. 부담스러워하고 미안해한다. 우선 회사 간부가 바쁜 시간을 쪼개 조정에 참석해야 하는 것을 알기 때문이다. 한편으로는 자신의 기사에 흠이 있다는 것을 인정하는 것이 어렵기 때문이다. 반론보도, 정정보도를 막론하고 마찬가지다. 자존심을 먹고 사는 기자로서는 당연하다. 신청인에게 지급하고도 합의서에 과실로 인한 손해배상이 아닌 취재협조 등의 다른 명목을 내세우는 것도 ‘내 기사가 잘못이 없다.’는 것을 강조하는 것이다. 그만큼 명분을 중요하게 느낀다.

필자는 끼인 자리에 있다. 방송국에서는 “기사에 문제 있는 것 아니냐?”며 데스크와 기자를 다투하지만 언론중재위원회에서는 을이 된다. 자리에는 ‘피신청인’ 팻말이 놓여 있다. 어느 직책이든 ‘피(被)’자가 붙으면 능동적이기 어렵다. 선심 쓰고, 큰소리치기보다는 해명하고 사정해야 하는 입장이 된다. 논리 싸움에 밀리지 않기

위해 심리에 참석하기 앞서 관련 서적과 판례를 뒤적여야 한다. 기자·언론사의 자존심을 지키면서 한편으로는 피해자의 아픔을 어루만져야 한다.

양다리를 걸치는 것은 갈등을 원만하게 해결하기 위해서다. 합의를 이끌어내기 위해서다. 그렇지 않을 경우 치러야 할 비용이 만만치 않다. 언론중재(조정)의 장점은 적은 비용으로 신속하게 사건을 마무리하는 것으로 요약할 수 있다. 웬만하면 한 번의 심리로 끝난다. 소송으로 간다고 생각해보자. 변호사를 선임해야 하는 것은 물론, 몇 차례 법원을 오가야 한다. 짧으면 반년이고 1년은 보통이다. 법원에 인사이동이라도 있으면 더 길어진다. 진이 빠진다. ‘나쁜 결정이 늦은 결정보다 낫다.’는 말이 있지 않은가?

중재(조정)의 또 다른 장점은 ‘밀당’의 묘미다. 신청인과 피신청인이 티격태격하지만 하나씩 주고받으며 입장 차이를 좁혀간다. 일방적으로 몰아붙이는 게임이 아니다. 얼굴을 보며 소통함으로써 가능한 일이다. 이 과정에서 경험이 풍부한 중재위원의 조정이 촉매 역할을 한다. 언론계 출신의 중재위원들이 취재현장의 입장을 헤아려주는 것도 기자 입장에서는 힘이 된다. 이런 분위기는 방송통신심의위원회의 심리에서는 기대하기 어렵다. 그 곳에서는 언론사를 대표해 나온 사람을 앉혀 놓고 피의자 심문하듯 몰아붙이고 위원들이 제재 수위를 결정한다. 언론사의 입장은 별로 반영되지 않는다. 이런 이유에서 필자는 후배 기자들에게 언론중재(조정) 예찬론을 편다.

함께 뛰는

‘링 안의 심판’을 기대한다

아쉬운 점이 없지는 않다. 중재위원회가 좀 더 적극적으로 역할을 했으면 좋겠다. 중재부가 사안을 충분히 파악하고 어느 정도 입장을 정리한 다음, 심리를 진행하면 어떨까? 선수만 링 위에 올려 보내고 링 밖에서 경기를 바라보는 것이 아니라 심판으로서 링 위에서 함께 뛰는 것이다. 여기서 ‘조정’이라는 단어에 지나치게 얽매일 필요는 없다고 본다. 한 쪽의 주장이 합리성이 부족할 때 내용을 설명하고 교통정리 하는 것이 마땅하다. 그것이 위원회의 권위를 올리는 방법이다.

직권조정결정을 하는 경우에도 심리 당일 결정을 내리는 것이 좋겠다. 심리가 끝나고 1~2주일 뒤 우편으로 결정을 알려오는 경우가 더러 있다. 중재부의 고민이 많았다는 것을 보여주는 것일 수 있지만 당사자로서는 기다리는 시간이 길게 느껴진다.

기자과 피해자 사이에서 ‘양다리’를 걸치는 것은 쉬운 일이 아니다. 균형을 잃고 한 쪽으로 쏠리는 순간 문제 해결은 멀어진다. 언론 보도로 인한 분쟁을 해결하는 과정에서 언론사가 염두에 두어야 할 ‘덕목’이 아닐까 생각한다.

언론피해 예방 및 구제교육은 누구에게나 열려 있습니다!



스마트기기만 있다면 언제 어디서나 언론보도를 접할 수 있는 요즘
만약 언론보도로 분쟁이 발생한다면 어떻게 해결할 수 있을까요?

언론중재위원회는 언론분쟁을 사전에 예방하고, 효과적으로 해결할 수 있도록
언론피해 예방 및 구제교육 프로그램을 운영하고 있습니다.

지역교육센터 개설로 이제 서울뿐 아니라 부산·광주에서도 내방교육이 가능하오니,
관심 있으신 분들의 적극적인 참여를 바랍니다.

- 대 상** 언론사, 대학, 기업, 지자체, 공공기관 등
- 시 간** 2시간 (1~3시간 내 조정가능)
- 장 소** 위원회 또는 교육 요청기관의 강의실
- 내 용** 언론분쟁 해결방안, 언론조정·중재절차 및 사례 등
- 신 청** 조정중재아카데미 홈페이지 (<https://edu.pac.or.kr>)
- 문 의** 교육운영팀 02) 397-3092~5



언론중재위원회
Press Arbitration Commission

공정한 언론

선거기사심의위원회가 함께 합니다

[언론중재위원회, 재보궐선거 선거기사심의위원회 운영]

"2015년 상반기 재·보궐선거(선거일 : 2015년 4월 29일)
선거기사심의위원회는 2015년 2월 28일부터 5월 29일까지 운영됩니다."

선거기사심의위원회는 공정한 선거보도를 위해 이런 일을 합니다.



신문, 잡지, 뉴스통신의 불공정선거기사에 대해 자체심을 합니다.



후보자(출마 예정자)는 불공정선거기사에 대해 시정을 요구할 수 있습니다.

▶ 자체심의 및 시정요구의 조치내용 :

사과문, 정정보도문, 경고결정문, 주의 사실의 게재 또는 경고, 주의, 권고 결정



후보자와 언론사의 반론보도청구사건을 처리합니다.

후보자(정당의 경우 중앙당)는 언론사에 반론보도문 게재를 청구할 수 있습니다.
당사자간 협의가 이루어지지 않을 경우, 후보자나 언론사는 선거기사심의위원회에
이를 회부할 수 있습니다. 선거기사심의위원회는 **48시간** 이내에 반론보도 게재여부
를 결정합니다.

