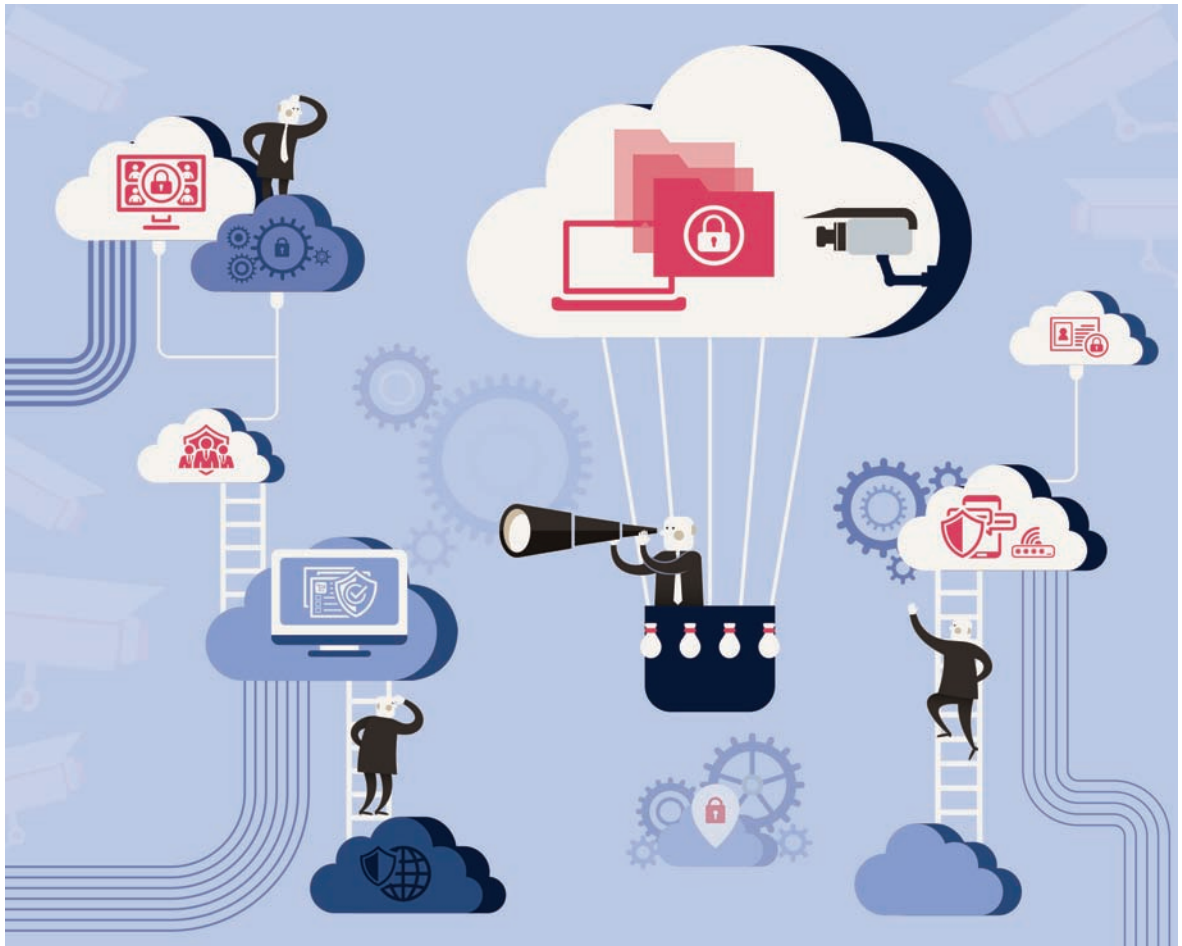


# 언론중재

Winter 2016



vol. 141

**Focus On Media** 투명사회와 프라이버시권의 미래

- 'Zero 프라이버시' 시대와 프라이버시권의 재구성
- SNS 공간의 패러독스와 프라이버시: SNS 공간에서 프라이버시권 보호의 법적쟁점

**디지털 시대의 미디어 이야기** 동영상 뉴스 콘텐츠의 혁신과 OTT 서비스

**사건 속 법률** CCTV에서 드론까지 - 길 위의 감시자들과 초상권

**토론회** 공인의 성범죄 보도, 알권리인가 사생활 침해인가?

인쇄 2016년 12월 26일  
발행 2016년 12월 30일  
등록 1981년 10월 14일  
등록번호 서울중.바 00002  
발행인 박용상  
편집인 권우동  
발행 언론중재위원회 (www.pac.or.kr)  
서울 중구 세종대로 124 프레스센터빌딩 15층  
전화 02-397-3114

디자인 · 인쇄 ㈜희망공작소  
편집위원 박아란 한국언론진흥재단 선임연구위원  
이수영 언론중재위원회 중재위원 / 서강대학교 커뮤니케이션학부 교수  
최진순 한국경제신문 기자 / 건국대학교 언론홍보대학원 겸임교수  
한위수 법무법인 태평양 변호사

- \* 본지는 잡지윤리실천강령을 준수합니다.
- \* 이 책에 게재된 원고의 내용은 언론중재위원회의 견해와 다를 수 있습니다.
- \* 이 책은 『방송통신위원회 방송통신발전기금』을 지원받아 제작한 것입니다.
- \* 저작권법에 따라 본지에 수록된 글의 무단 복제와 전재 및 상업적 이용을 금합니다.

# 언론중재

Winter 2016 | vol.141



# contents

---

## 06 Focus on Media

투명사회와 프라이버시권의 미래

1. 'Zero 프라이버시' 시대와 프라이버시권의 재구성 | 이광석

2. SNS 공간의 패러독스와 프라이버시 : SNS 공간에서 프라이버시권 보호의 법적 쟁점 | 유지연

## 34 칼럼

질문 있습니다 | 한기봉

## 38 디지털 시대의 미디어 이야기

동영상 뉴스 콘텐츠의 혁신과 OTT 서비스 | 배기형

## 50 사건 속 법률

CCTV에서 드론까지 | 백대웅

- 길 위의 감시자들과 초상권

## 62 Culture & Legal Mind

인간의 숙명과도 같은 기다림 | 임제혁

- 사무엘 베케트의 「고도를 기다리며」



68 판례토크

언론사 간 비판보도의 금도(襟度) | 한위수

74 2016년도 언론중재위원회 토론회 발제문

공인의 성범죄 보도, 알권리인가 사생활 침해인가? | 양재규

- 공인의 성범죄혐의보도의 문제점과 개선 방향을 중심으로

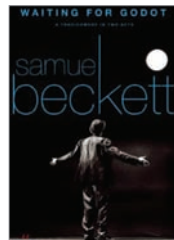
90 주목할 만한 해외언론법제

프랑스의 '평등 및 시민권에 관한 법안'과 디지털 프라이버시 | 안문희

100 해외통신원

기사 제공을 둘러싼 구글과 언론사의 공방전 | 윤장렬

- 유럽 저작권법 개정 배경과 논의



# ‘Zero 프라이버시’ 시대와 프라이버시권의 재구성

이광석 · 서울과학기술대학교 IT정책대학원 디지털문화정책전공 교수

## 프라이버시권의 형성

육체적 자유뿐만 아니라 인간의 고독, 익명, 비밀, 자율, 친밀, 사생활 등으로 대표되는 정서적 프라이버시 ‘권리’의 적극적 해석은, 꽤 오래전 얘기인 듯싶지만 아주 최근 인류의 관심사로 떠올랐다. 프라이버시는 불과 한 세기 전만 해도 독자적 인간의 권리로 존재했다기보다는 재산권이나 사적 공간의 침입 등과 관련해 보호되는 판례 해석에 불과했다. 역사적으로 잘 알려진 바와 같이, 미국에서 1890년 워렌(Samuel D. Warren)과 브랜다이스(Louis D. Brandeis)가 언론의 ‘황색 저널리즘’으로부터 개인의 사생활 침해에 대한 법적 구제에 대해 이론적으로 논의한 것이 거의 최초의 ‘프라이버시권(The Right to Privacy)’이라 봐야 할 것이다. 즉 처음에는 개인 공간과 영역권 혹은 재산권이나 일상을 침해하는 것에 대해 법적 보호를 하는 것이 프라이버시의 주된 근거였던 셈이다.

서구 역사에서 프라이버시는 개인이 집, 침실, 전화부스 등에서 외부로부터 간섭받지 않고 물리적으로 자유롭게 떨어져 있을 수 있는 거리 유지와 그 영역 내에 ‘홀로 남겨질 권리(the right to be let alone)’를 최소 조건으로 삼아 출발했다고 볼 수 있다. 문제는 근대 이후 강력한 통치체, 즉 국가가 형성되고 자본의 능력이 강화되면서 이들 각각이 시민 공익과 소비자 혜택이란 이름으로 자율적 개별 주체의 의식 영역까지 관리 및 통제하려는 욕망이 크게 증가했다. 다시 말해 국가는 시민의 개인정보를 계측하고 통제하려 했고, 기업들은 서비스 향상이라는 명분으로 소비자 성향과 동향을 파악해왔다. 이들 권력은 이미 이렇게 개인의 물리적 영역을 침해한 것은 물론이고 개인의 의식과 무의식 영역에까지 심대한 영향력을 미치고 있었다.

근대 국가는 자율적 개인들의 형성에 기반했지만, 모순적이게도 이들에 대한 관리와 통제 없이 자본주의 체제를 유지하거나 존재할 수 없는 통제 시스템이기도 했다.<sup>1)</sup> 국가는 나서서 국민들에 대해 끊임없는 관리와 통제의 훈육과 감시 시스템을 발동했다. 이는 시민사회 스스로 프라이버시를 일종의 불가침적 인간 존엄의 보편 ‘권리’로 규정하려는 반발로 드러났고, 1970년대에 들면서 미국 등 서구에서는 광범위한 시민적 특권을 보호하기 위한 자유를 포함하는 프라이버시 권리로 진화한다.<sup>2)</sup> 예컨대 미국의 수정헌법 14조나 우리 헌법 제17조에 정의된 “모든 국민은 사생활의 비밀과 자유를 침해받지 아니한다”라는 규정은 이의 명문화된 역사적 증거들이다.

문제는 최근 수십여 년 동안 국가 안보의 문제, 첨단기술적 조건과 발전, 사적 영역의 소멸, 국가 권력의 성격 변화 등에 의해 근대 사회를 거치면서 형성된 프라이버시권의 실제 의미와 조건들이 더 큰 변화와 요동을 보여주고 있다는 사실이다. 필자는 본질적으로 과연 오늘날 프라이버시 자체가 존재하기는 하는 것인가 하는 불안의 시점에까지 이르렀다고 본다. 이 글은 현대 프라이버시권을 위협하는 역사적으로 중요한 몇 가지 국내·외 조건과 쟁점을 훑어보고, 향후 데이터 사회에서 인간에게 무엇보다 중요한 권리로 남은 프라이버시권을 재고할 수 있는 대안에 대해 논의해보고자 한다.

## ‘제로(0) 프라이버시’ 이후

오늘도 많은 이들은 프라이버시권에 대해 여전히 고전적 테제인 ‘홀로 남겨질 권리’를 이야기한다. 많은 이들이 아직도 흔하게 주장하는 공간적 독거권의 주장은, 외부의 침입자로부터 스스로 지켜야 할 개인만의 영역을 만들고 이를 절대화한다는 특징을 지닌다. ‘홀로 남겨질 권리’는 애초 개별 재산권 보호와 고독의 공간에 대한 사생활의 강조에서 출발했지만, 사실상 이는 주위 상황과 무관하게 프라이버시를 고정되어 있는 물리적 실체로 대상화해서 본다는 한계점을 지닌다. 다른 한편에서 프라이버시를 사적인 것과 공적인 것의 밸런스 유지 문제로 보는 것 또한 비슷한 문제를 안고 있다. 이는 ‘홀로 남겨질 권리’ 만큼이나 대체로 프라이버시의 안과 밖을 구분하면서 프라이버시를 마치 외부로부터 차단된, 나만을 위해 안으로 꽂꽂 잠긴 침실을 사수해야 할 무엇으로 상정한다. 안팎의 구분법을 강조하다보면, 사적인 곳 깊숙이 들어와 있는 공적인 것, 그리고 공적인 것과 사적인 것의 경계 소멸을 이해하지 못한다. 그러다보니

1) 심우민 (2016). 초연결사회에서의 정보 사생활과 국가적 법익간의 형량. (미디어와 인격권), 2권 1호, 115-158면.

2) Allen, Anita L. In W. Staples (ed.) (2007). *Encyclopedia of Privacy* (pp.393-414). Greenwood Press: Westport, Connecticut.

고전적 프라이버시 해석은 사적인 것과 공적인 것을 분리하고 상호 위계 관계 속에서 보면서, 사적인 것을 외부의 공적 공격으로부터 수세적으로 지켜야할 것으로 묘사하는 경향이 강하다.

혹자는 동시대 자본주의 사회에서의 프라이버시 상황을 아주 비관적으로 바라보면서, ‘제로 (0) 프라이버시’ 혹은 ‘프라이버시의 소멸’을 말하기도 한다. 이 같은 주장은 기업이나 정부와 개인 간의 힘의 불균형을 꽤 비판적으로 주목한다는 점에서 긍정적이다.<sup>3)</sup> 다시 말해 이들은 공간적 독거권의 주장과 달리, 시대적 상황 변수로 인해 외부자의 침입으로부터 홀로 남겨질 권리가 거의 소멸됐음을 주장한다. 마치 ‘빅브라더’나 감시사회의 비유처럼, 이들의 비관적 관점은 현존하는 프라이버시권에 대해 비판적 의식을 갖도록 하고 이의 개선 의욕을 불러일으킨다는 점에서 실천적이다. 적어도 ‘홀로 남겨질 권리’의 수동적 방어론보다 현실비판적이라 볼 수 있다. 하지만 안타깝게도 이들 프라이버시 자유주의론적 시각 또한 공적-사적 영역 간 근본적 분리에 기초한 채, 국가와 기업에 의해 저질러진 사적 영역의 파괴를 다시 희생하자는 주장만을 반복한다. 제로 프라이버시 접근의 유효성은 사적 영역에 대한 국가와 기업의 통제라는 현실의 문제를 분명하게 드러내 보인다는 점에서 비판적 통찰의 힘을 우리에게 부여한다. 하지만 그 최종 해결책을 사적 영역의 회복에서만 찾는 데 그 판단의 착오가 존재한다. 이미 공적인 것과 사적인 것의 상호 경계가 점차 허물어지는 상황에서 보자면, 프라이버시권의 공간적 영역화와 이의 재생과 복구라는 방식의 유효성에 문제가 크다고 볼 수 있다. 예를 들어 에버노트, 구글독, 페이스북 등 이제 누군가의 가장 개인적인 글쓰기가 사회적으로 공론화되고 기사가 되고 공적 담론에 영향을 끼친다면, 이와 같은 공-사 구분의 소멸을 어떻게 봐야 할까? 가장 사적이고 폐쇄적인 물리적 공간이 그리고 자신만의 사적 관계로 이뤄진 단체 카톡방이 저 멀리 존재한다고 믿었던 국가로부터 그리고 기업으로부터 자유롭지 않다면? 그렇다면 이제 고독의 개별 프라이버시 영역에 대한 구축을 넘어 공통의 사회적 차원에서 프라이버시 재구성을 논의해야 하는 것은 아닐까?

## 감시와 프라이버시의 사회성

프라이버시는 사적인 권리이기도 하지만 공적인 권리이기도 하다. 이는 법·제도적으로 그 권리를 인정받는다는 의미에서도 그렇지만, 개별 프라이버시의 집단성 혹은 사회성 때문에도 그러하다. 제로 프라이버시 상황에서 외려 중요한 것은, 해당 사회의 국가와 자본 등 권력의

3) Doty, P. (2001). Digital privacy: Towards a new politics and discursive practice. In Martha E. Williams (Ed.), *Annual review of information science and technology*, 36, pp.115-245.



오·남용과 침해에 대한 시민권, 소비권, 노동권 등 시민 주체의 사회적 지위와 맞물린 적극적인 대응력이다. 사적이고 공적인 영역이 이미 씨줄과 날줄로 상호 얽혀 있고, 특히 디지털 국면 아래 개인정보들이 무방비로 노출되는 상황에 이르렀다. 또한 프라이버시의 공적-사적 영역 구분이 흐트러지고 사람 간 결속의 밀도가 높아지면서, 개인의 사생활 양상이 점차 집단적 프라이버시로 ‘사회화’하는 측면도 존재한다. 일례로 밴드나 카톡방처럼 특정인의 개인적 사담이 의도치 않게 다른 사람과의 정보와 뒤섞이는 것은 이젠 흔한 일이 됐다. 개인정보의 사적 관리가 타인과의 관계성 속에서 뒤엉켜 형성되는 측면이 커지는 것이다. 이 상황에서 정보 프라이버시의 문제는 자신과 직접적으로 관계된 정보만을 관리해서 해결될 수 없는 새로운 사회 관계적 차원의 ‘공통 프라이버시(communal privacy)’ 상황을 구성한다. 즉 정보와 데이터가 한데 뒤섞이면서 개별화된 호명보다 정보 프라이버시의 집단적 구성과 공동의 침해 방식이 증가하고 있다.

우리는 사회 권력에 의해 이렇듯 촘촘하게 조직되고 시민을 집단관리하려는 프라이버시 침해 행위를 현대적 ‘감시(surveillance)’ 행위에서 주로 목도한다. 감시는 미디어 커뮤니케이션 장치를 매개해 별이는 권력의 통제 장치와 그 시선을 의미한다. 감시는 권력 통치 행위의 여러 계열체 중에서 중요한 기제로 언급되며, 이미 그 안에 인권 침해의 부정적 뉘앙스를 갖는다. 권력자의 입장에서는 감시의 이와 같은 부정적 정서를 누그러뜨리기 위해 이를 합리

화하는 명분과 기제를 발명해왔다. 즉 통치의 적극적 행위를 위해 감시를 정당화하는 이데올로기와 담론을 끊임없이 개발하였다. 역사상 가장 흔하게 쓰였던, 통치의 일 형태로서 감시의 명분은 국가 '안보'였다. 가상의 외부 적을 만들고 안보를 위해 국민들이 프라이버시권을 양보하고 포기하길 종용하는 식이었다. 예를 들어 미국의 프라이버시 정책을 한 번에 바꾼 사건은 2001년의 '9·11 테러' 사건과 이의 방지를 위해 과도하게 프라이버시권을 위협했던 '애국법'이었다. 국가의 공격적인 감시 체제에 반응해, 9·11 테러 이후 미국 시민들은 국가 안보를 위해 수많은 프라이버시 침해를 인내해야 했고, 사회 인권을 실종 상태로 만들었는데 크게 동조했다.

우리는 어떠한가? 40여 년 가까이 군부독재 시절 살아남았던 '국가보안법'은, 미국의 애국법보다도 더 약법이자 대국민 감시와 처벌을 정당화하는 명분이 되었다는 지적을 받고 있다. 국내 국가보안법의 유지는 통치권자에게 사회에 비판적인 수많은 의식 있는 이들에 대한 도·감청을 합법화했고 인권 유린을 합리화했다는 비판도 많다. 국가보안법과 함께 감시의 기제 또한 많이 달라졌다. 안보의 논리가 그 중심축에서 작동하기도 하지만, 시민에 대한 정보서비스의 효율성 논리나 비식별 시민 데이터 시장 활성화가 새롭게 논의되면서 시민 정보를 대거 수집하는 사회적 감시 국면으로 전환했다. 즉 감시와 프라이버시 침해 명분을 안보 논리에서 첨단 기술과 결합된 '효율성(efficiency)'과 시장 혁신의 논리로 서서히 대체해 갔던 셈이다.

국가 안보와 함께 효율을, 그리고 시장 혁신을 위해 감시를 명분화하고 프라이버시권의 질적 조건을 위협하는 국내의 시대적 흐름은 지역적 특수성이 반영되어 있다. 즉 한 사회가 지닌 프라이버시의 질감은 이렇게 정치적 성숙도나 역사적·사회적 조건에 따라 꽤 다를 수 있다. 이는 우리가 사적 영역으로 보호하고 고정된 법적 지위로 다루는 전통적 프라이버시권의 해석과 달리, 국가안보 등 한 사회의 시대적·정치적 상황과 맥락에 따라 프라이버시권 해석이 크게 달라질 수 있음을 뜻한다. 즉 프라이버시의 '사회성(the social)'을 주목해야함을 의미한다.

결국 이는 프라이버시를 개인의 사생활 보호 권리로 묶어두는 소극적 정의법에서 벗어나 해당 사회의 보편적 인권 측면에서 프라이버시 권리를 접근하는 것이 더 옳다는 점을 시사한다. 프라이버시권이 개인을 출발점으로 삼지만 사회 공통의 의제이기에, 프라이버시권을 보장하기 위한 실천적 방식 또한 개별적인 방식보다 시민사회적인 문제 제기와 공동 의제화가 효과적임을 뜻한다.



## 프라이버시와 기술

사실상 프라이버시 사회성의 측면이 강화되는 계기에는 결국 미디어 커뮤니케이션의 발전이라는 기술 변수가 자리해왔다. 또한 기술은 프라이버시의 사적-공적 영역의 분리를 해체하는데 역사적으로 중요한 촉매 역할을 수행해왔다.<sup>4)</sup> 기술은 프라이버시의 사적 공간을 침입해 깊숙이 들어와 비추거나 개인 신체를 특정 통제의 감시 기제 아래 계속해 몰아냈다. 프라이버시의 사적 영역을 흡수하기 위한 기술의 진화는 오늘도 계속되고 있다. 예를 들어 사각 없이 360도를 비추는 CCTV 등 다양하게 진화하는 광학 감시 장치, 첨단 뉴로 마케팅 기법, RFID칩 등을 활용한 사물인터넷이나 지리정보시스템(GPS), 데이터 수집 알고리즘 기법 등은 사생활 영역을 아예 무위화하는 새로운 기술 권력수단으로 등장한다. 기술에 의한 사적 영역의 흡수는 물론이고, 직접적으로 개별 인간 신체에 작동하는 프라이버시 침해 기술들의 진화도 동시에 급격히 이뤄지고 있다. 이들 기술은 최소한의 홀로 남을 권리조차 우습게 만드는 기술적 장치들이다. 예컨대 개별화된 신체의 바코드 삽입, 신체 내부로 잠입한 감시용 칩, 인간 눈동자를 흐르는 개별 인식의 데이터베이스 장치, 인간게놈지도를 통한 생체정보의 관리 등에서 우린 사적 프라이버시의 완전한 소멸을 얼마든지 예상할 수 있다.

구체적으로 특정 권력이 첨단기술을 매개해 시민 프라이버시의 존재를 위협하는 정도는 국가별로 차이는 있다고 할 수 있지만, 전반적으로 그 밀도에서 더 강렬해지고 있다. 예를 들어 에드워드 스노든의 내부 폭로에 의해 밝혀진 바처럼, 미 연방정부 국가안보국(NSA)의 프리즘(PRISM)은 전자 네트워크망을 통해, 항공 드론 등으로 작동하는 에어 핸들러(Air Handler)란 무선망을 통해, 그리고 구글, 애플, 마이크로소프트, 페이스북, 야후 등의 협조를 받아 민간 데이터를 무차별적으로 수집하고 사찰해왔다. 영국의 에셜론 첩보위성 등 글로벌 통신망 도청장치의 작동, 그리고 국내 정보기관과 검찰에 의해 폭넓게 이뤄졌던 카카오톡 정보 수집 및 사찰 등은 또 다른 위협적인 국가 감시 사례들이다. 오늘날 국가 권력의 첨단기술 장치에 의한 시민 정보 통제 능력은 거의 일상화 단계에 이르렀다.

현대 권력이 호출하고 통제하는 개인정보 수집 능력은 범죄기록, 생활기록부, 주민등록정보, 건강보험정보, 납세정보 등 공식화된 데이터베이스의 통제를 넘어선다. 현대 국가가 관리하는 정보들은 국민의 사회적 통계 능력을 세분화하고 통합하는 능력에 여전히 달려있지만, 사실상 데이터기술 사회에서 지니는 통치 능력은 이제 사적으로 은밀한 곳에서 뽑어내는 시민들의 비정형 ‘데이터의 배설물(data exhaust)’의 수집과 관리에 있다. 소셜웹 이용자들의 감정

4) Agre, P. E. (1997). Introduction. In Agre, P. E. & Rotenberg, M. (Eds.), *Technology and privacy: The new landscape* (pp. 1-28). Cambridge, MA: MIT Press.

적 댓글, 좋아요, 리트윗, 멘션, 문자 등이 분석의 대상이 되는 것이다. 이제 국가는 이렇게 대민 정보 수집의 영역을 민간 개인 비정형 데이터로 확장하려 한다. 기존에 관리하던 국민 데이터베이스 관리를 대중의 일상 정보 수집과 연계하는 방법을 모색하려 하는 것이다. 기업에 의한 데이터 감시 또한 마찬가지다. 온라인상의 소비자 ‘트래커(tracker)’ 활용, 기업주에 의한 노동자 메일 열람이나 휴대폰 위치 추적, 이용자의 특정 알고리즘 감시와 성향 분석, 빅데이터 산업에서 나타나는 소비자의 비식별 데이터 활용 등은 또 다른 새로운 형태의 정보 프라이버시 위협 요인이 되고 있다.

첨단기술에 의지한 권력의 확장 방식에 대해서, 시민사회의 프라이버시권 회복을 위한 대응 또한 증가하는 추세다. 권력의 기술 매개에 대해 시민들 또한 기술을 매개해 프라이버시권 신장을 꾀하는 경향을 보인다. 많은 이들은 유력한 대응법으로 ‘프라이버시 보호기술(privacy-protection technology)’이란 해법을 택하고 있다. 예를 들어 미국 온라인 시민단체 전자프런티어재단(EFF)이 제시하는 몇 가지 프라이버시 보호기술의 제안을 보자. 전자프런티어재단은 익명성 유지를 위해 애드 블록(ad block), 고스터리(ghostery), HTTPS 등의 기능을 사용할 것을 제안하고, 이용자들의 익명 온라인 커뮤니케이션을 지원하는 무료 소프트웨어 토르(Tor)와 같은 웹 브라우저를 쓰길 권장하며, 스마트폰의 GPS 추적이나 기지국과의 통신을 차단하는 가방(RF-proof bag)을 쓰거나 통화 시 가상 사설망(Virtual Private Network)을 사용할 것을 권고한다. 이렇듯 시민사회는 권력 확장 기술에 대해 프라이버시 보호기술 개발 및 적용으로 응수하고 있다. 문제는 이들 기술적 해법은 개인적 혹은 사회적 프라이버시권의 확보를 위한 하나의 방법론일 뿐, 이것이 만병통치약이 되어선 곤란하다는 점이다. 프라이버시 문제의 발생 층위가 대체로 권력의 오·남용과 사회적 층위에서 비롯되는 경향을 고려한다면 기술에 의존한 대응이나 해법은 피상적 접근일 공산이 크다. 프라이버시권은 대체로 기술적 도구의 의존을 넘어서 오히려 그것을 둘러싼 사회적 접근으로 문제를 풀어야 할 경우가 많기 때문이다.

## 부상하는 쟁점들

현대 자본주의 사회의 제로 프라이버시 상황은 첨단기술을 매개한 권력의 통제 욕망에서 초래되지만, 그 권력화 과정이 그리 일방적이지만은 않다는 것이 향후 우려해야 할 지점이다. 오히려 사생활의 주체들이 그들이 소지한 모든 개별 신상의 밀천을 조건 없이 외부 침입자에게 갖다 바치는 상황이 발생하고 있다. 이는 개별 주체들이 능동적이고 자발적인 참여를 통해 프라이버시 통제와 감시 노출에 무장해제되는 국면을 뜻한다. 예를 들어 아마존, 넷플릭스, 페이스북, 이베이, 구글, 애플 등 플랫폼에 매달린 현대인들은 강제적이고 억압적 상태에서의 권력

감시와는 거리가 먼 적극적 데이터 행위 주체들이다. 즉 이용자들은 플랫폼에서 행하는 데이터 놀이와 소비를 통해서 자신에게 주어진 권능을 최대한 확장한다고 믿어 의심치 않지만, 실제로 일어나는 일은 거대한 정보 프라이버시 상실의 과정이다.

혹자는 이와 같은 사생활 정보의 자발적 노출을 ‘참여 감시(participatory surveillance)’<sup>5)</sup>란 용어로 표현하기도 한다. 이와 같은 감시 유형은 언제 어디서나 즐거이 자신의 개인 위치, 생체, 데이터 정보를 자진해서 내놓는 현대인의 자발적 정보 제공의 측면을 묘사하며, 그와 같은 자발적 정보 제공 행위를 우리 모두가 일상적으로 체화하고 있다는 점에서 동시대 권력의 작동은 꽤 자연스럽게까지 하다. 비슷하게 ‘상호 의무감(mutual accountability)’<sup>6)</sup>에 기반한 상호 통제와 감시 문화도 이에 한몫하고 있다. 이는 스마트폰 등 새로운 첨단 커뮤니케이션 장치들을 이용해 언제 어디서든 가까운 친구, 친척, 애인, 부부, 자녀, 선후



배 등 상대의 위치를 끊임없이 확인하고 존재감을 확인하려는 프라이버시 간섭 현상을 지칭한다. 이들 참여 감시나 상호 의무에 의한 감시 유형은, 결국 사생활 침해나 구속을 위한 정보 수집에 따르는 부차적 설득 과정이나 공권력의 물리적 기제 등을 발동할 필요 없이도 자발적 놀이나 안전 논리의 명분을 갖고 시민들의 개별 정보와 데이터를 수시로 열람하는 일이 가능하도록 유도한다. 초기 프라이버시권을 사수하기 위해 외부의 침입자로부터 홀로 남을 권리를 지키기 위해 싸웠던 시절에서 보자면, 오늘날은 본인의 사생활 정보를 기꺼이 나눠주고 가까운 이에게 자신의 존재를 노출시키고 확인받으려는 자발적 프라이버시 상실 주체로 탈바꿈하고 있는 것이다.

5) Albrechtslund, Anders (2008). Online social networking as participatory surveillance. *First Monday*, 13(3), March. URL: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/2142>

6) Green, Nicola (2002). Who's watching whom? monitoring and accountability in mobile relations, (pp. 32-45). in Berry Brown, Nicola Green, and Richard Harper(eds.). *Wireless World: Social and Interactional Aspects of the Mobile Age*. Springer.

개인 프라이버시의 자발적 외부 공개의 상황과 함께, 향후 중요하게 다뤄야 할 주제이자 끊임없는 논쟁의 또 다른 지점은 ‘표현의 자유’ 이슈이다. 표현의 자유와 프라이버시권은 종종 동일한 사건에서도 서로 배치되는 갈등 국면을 겪는 경우가 많다. 이는 주로 국민의 알권리 침해와 관련해 논란의 중심에 선다. 미국 수정헌법 1조에 따르면, 국가의 역할은 기밀과 안보 등 최소 예외적 상황을 제외하고는 자국 내 시민들이 누리는 표현의 자유를 최우선 권리로 두고 이에 근거해 대부분의 정보를 시민에게 투명하게 공개하고 이를 인지할 수 있게 하는 것이라 볼 수 있다. 즉 표현의 자유와 알권리가 미 수정헌법의 핵심 내용인 것이다. 예를 들어 클린턴 전 대통령이 비서 르윈스키와의 성추문 스캔들의 구체적 내용에 대해 대배심 공개 증언을 통해 알린 것은, 국민의 알권리의 존중이라는 차원에서 이뤄진 강제 조처라 볼 수 있다. 비슷한 맥락에서 국내 상황에 견주어 보자면, 세월호 참사 7시간 동안 대통령의 행적이 개인적 사생활의 권리인가 국민이 알아야 할 공적 권리인가의 문제 또한 이와 연관된 의제라 볼 수 있다.

표현의 자유와 프라이버시 권리 사이에 큰 논란을 낳았던 대표 사례는, 2014년 구글에 대한 유럽 사법재판소의 판결 과정과 내용이다. 이는 스페인 변호사 마리오 곤잘레스가 자신에 관해 언급한 부정적 기사 내용을 연결한 구글 검색 링크가 자신의 프라이버시 권리를 침해했다며 2010년 당시 소송을 제기하면서 전세계적인 주목을 받았다. 판결은 유럽 사법재판소로 넘어갔고, 당시 판결에서 사법재판소는 ‘유럽 개인정보보호 지침(1995)’에 의거해 구글이 곤잘레스의 관련 링크를 삭제해야 한다는 명령을 내렸다. 이에 따라 구글은 EU 회원국을 대상으로 정보 삭제 요청 페이지를 개설하라는 명령까지 받아들여야 했다. 이 판결은 유럽 사법부가 ‘잊힐 권리(right to be forgotten)<sup>7)</sup>’를 처음으로 인정한 사례로 기록되었다. 판결의 여파로 인해 일본 등 여러 국가들에서 프라이버시 관련 법 개정을 하는 등 후폭풍을 낳기도 했다. 하지만 이 사건을 단순히 구글의 패소와 유럽 프라이버시권 옹호의 승리로 덮기도 어려워 보인다. 왜냐하면 종종 사적인 정보로 여겨지는 것들이 어떤 경우에 공적인 정보가 되는 경우가 흔하기 때문이다. 대통령의 세월호 7시간은 사생활일 수도 있지만 국민의 알권리와 연결되어 있다. 누군가의 개인 부동산 기록이나 금융 정보라 할지라도 이것이 납세 부정이나 부정 축재라는 공공의 이익과 맞물리면 어떠한가? 달리 말해 형식적으로는 사적 정보라 할지라도 특정의 상황이나 국면 하에서 국민의 알권리와 밀접히 연관되는 경우가 흔하다. 이 경우에 원칙은 표현의 자유와 알권리를 중심에 두고 프라이버시권의 해석을 유보하는 것이 옳은 수순일 게다. 사안에 따라 문제는 간단치 않다. 표현의 자유 원칙과 프라이버시권이 배치될 때 무엇을 우선 순위로 두느냐는 여전히 법리적 공방의 영역으로 남아있을 것이다.

7) Mayer-Schönberger, Victor (2011), Delete: *The Virtue of Forgetting in the Digital Age*, 구본권 역. <잊혀질 권리>. 지식의날개.

## 프라이버시권의 재구성

이제까지의 논의를 통해서 살펴본 바처럼, 프라이버시 권리 이슈는 시대적 상황, 기술 변수, 공적-사적 영역의 붕괴, 개인정보의 자발적 제공, 알권리와 프라이버시의 충돌 등에 따라 이전과 다른 새로운 국면을 열고 있다. 게다가 프라이버시의 사회적 층위가 두터워질수록, 시민의 대응 방식 또한 그에 대한 사회적 대안의 구성 속에서 공동으로 기획될 필요가 있어 보인다. 장기적으로 개인 사생활과 고독의 시간에 대한 체계적인 보호책 마련은 물론이고, 사회적 차원에서 프라이버시권의 소멸에 대한 보다 공통의 문제 해결책이 필요하다.

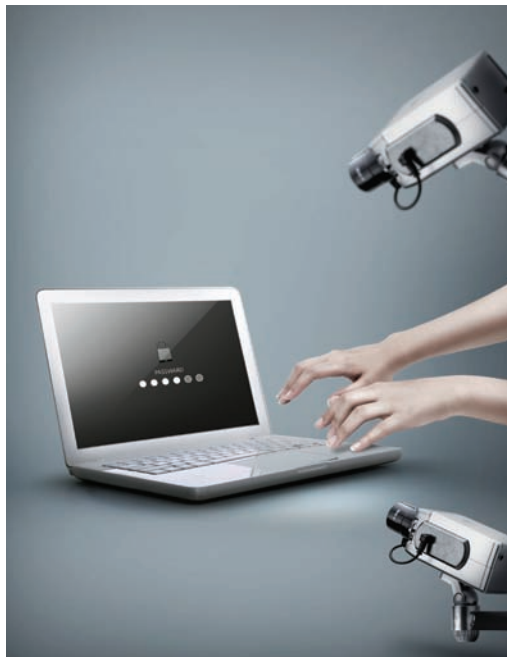
적어도 이를 위해 우리가 앞서 기본적으로 사유해야 할 몇 가지 지점들만 언급하고자 한다. 하나는 프라이버시권을 디지털 현실에서 ‘정보인권’의 개념 속에 재정초하는 작업이 필요해 보인다. 고전적이고 수세적인 방식으로 정의되는 프라이버시권의 치외법권적 영역화에 대한 생각에서 벗어나, 이제 하이테크 기술 시대의 프라이버시 문제를 보편적 인권 보장의 연장선으로 바라볼 필요가 있다. 이미 개인 신체와 이로부터 생성되는 생체 정보나 데이터 정보가 누군가에 의해 전자적으로 매초, 매분 관리된다면 과연 프라이버시를 위해 남겨진 물리적 영역이란 도대체 있더라도 한 것일까? 결국 지금부터 우리에게 인간 신체에 강제로 연결된 권력의 데이터 수집기계를 제어하는 동시에, 개별 신체에서 의도하건 의도치 않건 매순간 빠져나가는 ‘신체의 분할된 데이터(dividuals)’에 대한 제어 권리가 중요해진다. 왜냐하면 이제 개인




정보란 한 곳에 모여 있는 이들의 고독을 위한 영역 개념이기도 하지만, 여기저기 온라인상에 흩어져 누군가의 전체 정체성을 구성하는 식별과 비식별의 데이터 덩어리들이기도 하다. 이렇게 외부로 사방에 흩어진 자신의 데이터들에 대한 자기 제어 능력을 어떻게 유효하게 만들 것인가가 앞으로 프라이버시권의 핵심 논의이어야 한다. 요약컨대 디지털 정보인권은 외화된 개인 데이터와 정보에 대한 실질적인 제어 능력을 우리 스스로 어떻게 일관되게 주체적으로 확보할 것인가의 문제이다.

다음으로 자기 정보의 온전한 제어를 위해선 먼저 개별 주체의 몸으로부터 빠져나와 외화된 데이터들에 대한 실질적인 ‘자기정보 결정권’을 발휘할 수 있어야 한다. 자신이 생산한 정보에 대한 자율적 처분권의 입장에서 보면, ‘잊힐 권리’를 디지털 정보인권의 중심 테제로 삼을 필요가 있다. 본인 의지와 상관없이 외부로 빠져나가 여기저기 존재하는 개별 데이터에 대한 망각의 권리는 현대 프라이버시권의 중요한 의제여야 한다. 사실상 내 자신의 데이터가 잊힌다 하더라도, 이는 ‘비활성(deactivation)’의 근거이지 특정 데이터의 삭제(delete)를 의미하지 않는 경우가 대부분이다. 잊힐 권리에서 비활성은 데이터의 출처로 안내하는 링크의 삭제이지 오리지널 데이터의 제거를 의미하지 않는다. 다시 말해 온라인 현실에서 잊힌다는 것은 자신과 관련한 다양한 정보의 영구 처분의 권리를 꼭 뜻하지 않는다. 대체로 신체에서 풀려나온 데이터는 플랫폼업자 등 데이터를 보관하는 이들에 의한 통제 층위로 이동한다. 때로는 해외 플랫폼업자들이 운영하는 국경 저 너머 클라우드 서버에서의 데이터 국외 이전과 보관(detention)의 문제로 확대되기도 한다. 개인정보는 이렇듯 자신의 신체로부터 나왔으나, 실제 개인의 힘으로는 통제 불능의 저 너머에 존재하는 형국이다. 현대인이 자신의 신체 데이터에 대한 통제 능력을 사실상 온전히 발휘하기 어렵다면, 미래의 우리는 개인정보 소멸과 처분 혹은 잊힐 권리의 문제를 보다 정면에서 다루기가 점차 힘들어질 것이다.

마지막으로 언급하고자 하는 디지털 정보인권의 중요 지점은, 의도하지 않은 외부 접속으로 인한 개인 노출에서 나타나는 데이터 탈취에 대해 우리 스스로 절연할 권리를 발동하는 일이다. 점점 치밀해져가는 노동통제와 데이터 전유의 기술적



장치를 막을 수 있는 일시적 수단으로 외부 연결 단절의 방법이 유효할 수 있다. 예를 들어 실제 2016년 5월에 프랑스 노동법은 시·공간적으로 외부에 ‘연결되지 않을 권리(le droit de la déconnexion)’를 입법 발의해 중요한 노동자 정보 권리<sup>8)</sup>로 삼고 있다. 이는 주중 35시간 법정 노동시간에 더해 일과 외 그리고 주말에 경영자가 전화하거나 문자를 보내는 것을 불법화 하는 디지털 시대의 노동인권 조항이라 평가된다. 외부로부터의 자율적 연결 차단권은 디지털 시대 노동 휴식권의 보장을 뜻하지만, 사적 영역까지 투입한 권력의 통제력을 일시 제거한다는 점에서 시사하는 바가 크다. 기술로 매개해 개인의 신체를 거의 24시간 권력의 자장 속에 놓으려는 현실을 제어하기 위해서 프랑스 정부는 일단 몸에 부착된 모바일 기계 장치의 가동을 멈추는 선택을 취했다. 연결되지 않고 외부 접속에서 순간 절연할 권리는 현대 첨단기술에 기댄 권력의 시·공간 통치 기제를 막기 위한 최소한의 정보인권으로 사유되어야 한다. 



8) Collins, Lauren (2016). The French Counterstrike against Work E-mail. *The New Yorker*. May 24.

# SNS 공간의 패러독스와 프라이버시

: SNS 공간에서 프라이버시권 보호의 법적 쟁점

유지연 · 상명대학교 지식보안경영학과 교수

## I. 서언

최근 SNS를 통해 작성·공유되는 글의 수가 어마어마하다. 초기 SNS가 사적인 관계를 사이버상에 투영시키고 그 인맥을 관리하는 공간이었다면, 현재는 정보와 뉴스, 콘텐츠의 생산·유통을 통해 정치, 경제, 사회적으로 막강한 영향력을 행사하는 데까지 그 범위가 확장되었다. 또 사회에 직접 참여할 수 있는 기회를 얻거나 타인과의 소통이 증진되는 등 SNS의 순기능이 확대되면서 남녀노소를 불문하고 SNS를 이용하는 비율이 꾸준히 증가하고 있다.

그러나 급속한 발전 뒤에는 어두운 면도 있는 법. 스스로 게시하거나 무심코 공유해 온 다른 사람의 게시글 및 정보가 무기로 돌아와 이용자들에게 사이버 불링(cyber bullying), 신상털기 등 다양한 피해를 입히고 있다.

이러한 지속적인 피해 경험과 언론 매체의 경고에도 불구하고 이용자의 프라이버시는 제대로 보호되지 않고 있다. 이것은 이용자들이 SNS 공간을 스스로 컨트롤 할 수 있는 나의 공간, 즉 '사적 공간'이라고 인식하는 데에 기인한다. 이용자는 게시글 열람허용 범위나 개인정보 설정을 통해 SNS 공간을 컨트롤 할 수 있다고 인식하기 때문에 SNS 안에서 스스로를 과감하게 드러낸다.

반면 사법부는 이용자와 달리 SNS를 공적 공간으로 인식하고 프라이버시 침해 행위에 대해 엄격한 법적 책임을 묻고 있다. 이러한 이용자와 사법부 간 인식의 간극은 논란의 여지가 다분하다.

따라서 이 글에서는 SNS 공간을 통한 개인정보 노출 실태와 SNS 공간 및 게시행위에 대한 이용자와 사법부의 인식을 살펴보고, 이러한 인식이 프라이버시 보호 법리나 개인정보 노출에 대한 법적판단에 어떠한 영향을 미치는지 검토하여 이용자의 올바른 프라이버시권 행사가 이루어지도록 하고자 한다.

## II. SNS 특성과 프라이버시

### 1. SNS의 개념 및 특성

요즘은 SNS를 쓰지 않는 사람을 찾아보기 힘들 정도로 수많은 사람들이 하루에도 몇 번씩 SNS에 접속해 타인과 소통하고 있다. 한 조사결과<sup>1)</sup>에 따르면 2015년 전체 응답자 9,873명 중에서 4,250명이 'SNS를 이용하고 있다'고 응답하는 등 그 이용률은 43.1%에 이르고 있다. SNS는 어떻게 등장하였으며 언제부터 사람들이 이처럼 열광하게 된 것인지 그 기원을 먼저 살펴보고자 한다.

SNS(Social Network Service)는 1997년, 전 세계가 6명을 거치면 모두 아는 사이로 연결된다는 굴리엘모 마르코니(Guglielmo Marconi)의 이론을 입증하겠다는 발상을 토대로 출범한 식스디그리닷컴(SixDegrees.com)에서 시작한다. 이 서비스는 초기 SNS의 특징을 잘 보여주는데, 다른 이용자와 관계를 맺고 그것을 유지·관리하는 네트워크 기능과 이용자 간 메시지를 주고받는 커뮤니케이션 기능을 제공하는 데 중점을 두었다.<sup>2)</sup>

인터넷 속도와 모바일 기기의 발달, 이용자들의 다양한 사회참여 욕구가 증가하기 시작하면서 사진, 음악, 뮤직비디오 등이 SNS를 통해 공유되는 등 SNS의 기능과 범위가 급속도로 확장되었다. SNS를 정의하는 용어 또한 소셜미디어, 소셜네트워크사이트, 소셜네트워킹 등 다양하게 혼용되고 있다.



1) 정보통신정책연구원 (2016). SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석. (KISDI STAT REPORT). 16권 7호.

2) Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), pp.210-230.

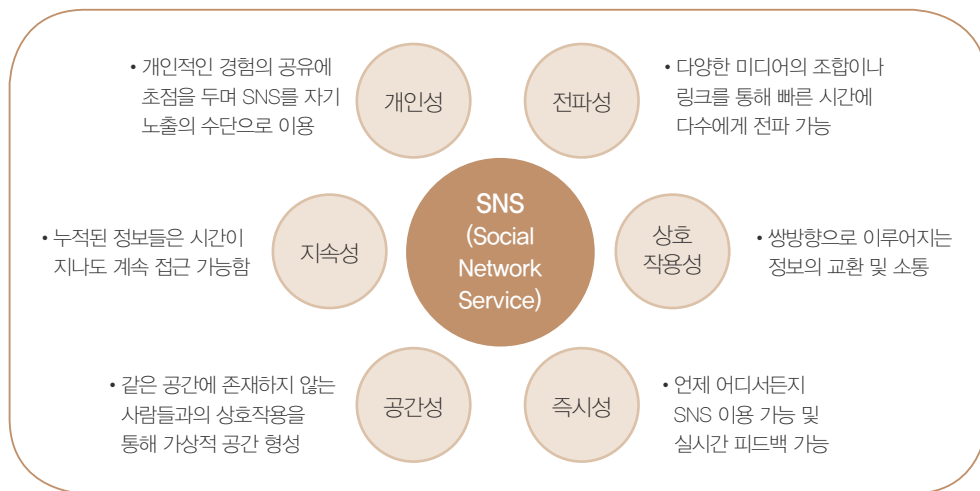
그렇다면 SNS는 어떻게 정의내릴 수 있을까? 학계에서의 정의를 정리하면 아래의 <표 1>과 같다.

<표 1> SNS(Social Network Service)의 개념

연구자	개념
Boyd&Ellison (2007)	• 제한된 시스템 내에서 개인이 자신을 대중 혹은 일부 대중에게 소개하고, 정보를 제공해 주거나 받을 수 있고, 관계를 형성하고 유지하며 시스템 내에서 다른 이용자들의 관계망을 보거나 연결할 수 있는 세 가지 측면의 특성을 가진 웹 기반 서비스
Boyd&Ellison (2013)	• 사용자가 직접 제공하거나 다른 사용자 또는 시스템이 제공한 데이터로 구성된 프로필을 통해 타인과 관계를 형성하고 콘텐츠를 소비하거나 생산 및 상호작용하는 네트워크 기반의 커뮤니케이션 플랫폼
Trottier&Fuchs (2014)	• 다른 미디어, 정보, 커뮤니케이션 기술 등을 통합해 사용자의 정보를 공개하고 사용자 간 관계 형성을 허용하고 그들 간의 커뮤니케이션을 가능하게 하는 웹 기반의 플랫폼
서구원 (2015)	• 개인 프로필을 기반으로 하고 사용자 간 관계를 형성할 수 있는 웹 기반의 플랫폼

학자들의 정의를 종합하면 SNS는 공통적으로 ‘인터넷을 매개로 하며 특정 목적을 위해 타인과 정보를 공유하거나 사회적 관계 형성을 돕는, 쌍방향 소통 서비스’라고 할 수 있다.

그리고 이러한 개념들에 기반하여 SNS가 지니는 기본적인 특성을 정리하면 개인성, 전파성, 상호작용성, 즉시성, 공간성, 지속성 등으로 나타낼 수 있다(<그림 1> 참조). 이러한 특성을 지니는 SNS는 이용자들의 욕구에 맞추어 다양한 형태로 변화하게 되었다.



<그림 1> SNS의 특성

초기의 SNS는 단순히 이용자들이 서로 프로필을 공유하여 기존에 알고 있던 지인이나 친구들과 연결할 수 있도록 만들어졌다. 이후 다양한 기술적 보완과 연계기능이 첨가되어 소셜 정보검색, 동창 찾기, 소셜 마케팅, 친구만나기 사이트, 애인 찾기 사이트 등이 등장하며 SNS 서비스가 본격화되기 시작했다.

2000년대 후반에는 트위터, 페이스북 등을 통해 자기 자신을 좀 더 적극적으로 드러내는 동시에 지인뿐만 아니라 실제로는 모르는 타인, 즉 온라인 인맥과 늘 가까이에서 소통하는 느낌을 주는 개방형 SNS가 유행하기 시작했다. 특히 모바일 미디어의 사용이 활발해지면서 내 소식을 실시간으로 타인과 공유해 그들의 반응을 얻고, 연예인이나 정치인 같은 유명인과 인맥을 맺거나 그들과 개인적인 의견을 나누며 소통할 수 있다는 점에서 많은 인기를 구가했다.

그러나 최근 직장 상사와 같이 원치 않는 사람과의 관계 맺기, 남들의 시선을 의식한 보여주기식 일상 연출에 대한 피로감, 사생활 침해 등을 걱정하는 이용자들이 늘어나면서 개방형을 대체할 SNS가 생겨나기 시작했다.

가족이나 친구, 연인 등 특정한 사람들과만 소통할 수 있는 폐쇄형 SNS가 재유행하고 SNS가 주는 관계, 소통, 정보 공개에 따른 부담을 완전히 벗어버릴 수 있도록 자신의 존재를 온라인상에서 완전히 감추어 주는 어라운드, 모씨 등 익명 SNS가 출현했으며, 상대가 메시지를 수신하면 송신자가 정해놓은 시간 후 삭제되어 네트워크에 이용자 기록이 남지 않아 '잊힐 권리'를 실현하게 하는 스냅챗 등의 휘발성 SNS가 등장했다.

한편, 다른 측면에서 SNS 서비스를 '연결망 특성'에 따라 구분할 수도 있는데, 트위터 등 불특정 다수와 제한 없이 친구를 맺고 쉽게 상대의 게시물 열람이 가능한 개방형 SNS, 네이버 밴드 등과 같이 한정된 소규모의 그룹 내에서만 소통이 이루어지는 폐쇄형 SNS로 분류된다.<sup>3)</sup>

〈표 2〉 SNS 연결망 특성에 따른 구분

구분	특성	주요 서비스
개방형	<ul style="list-style-type: none"> <li>관심 공감 여부에 따라 알지 못하는 상대와 일방향 관계를 형성하여 관심 주제에 대한 의견 등을 공유함</li> <li>관계가 밀접하지 않은 다수와의 소통과 정보공유를 중심으로 함</li> </ul>	
폐쇄형	<ul style="list-style-type: none"> <li>상호 동의 하에 제한된 인원들만이 참여한 소규모 관계를 형성하여 특정 집단끼리 긴밀한 내용을 공유함</li> <li>인맥과 정보를 이용자가 선택하여 소통 및 활용하는 것이 주 목적임</li> </ul>	

3) 최영·박성현 (2011). 소셜 미디어 이용 동기가 사회 자본에 미치는 영향. <한국방송학보>, 25권 2호, 241-276면.

SNS 서비스의 연결망 특성은 소셜 네트워킹 서비스의 프라이버시 침해와 직접적인 연관을 가진다. 연결망 구조가 개방적일수록 이용자의 네트워크 크기뿐 아니라 이용자 모르게 이용자가 관계 맺은 친구의 친구까지 정보가 확산될 수 있다. 때문에 개방형 SNS일수록 개인정보 유출에 취약하다.<sup>4)</sup> 확산되는 정보는 개인식별정보, 라이프로그(lifelogging)정보 그리고 관계정보까지 다양하며, 간접적인 2차, 3차의 관계를 통해 빠르게 확산되므로 이용자가 통제하기 어렵다.<sup>5)</sup>

## 2. SNS로 인한 프라이버시 침해 유형

SNS는 현재 다양한 목적과 기능을 가지고 그 서비스가 점차 세분화, 다양화되고 있다. 때문에 이용자들은 필요 또는 흥미에 따라 보통 몇 가지의 각기 다른 서비스를 동시에 이용하고 있다. 이처럼 복수의 SNS를 사용하면서 이용자들은 알게 모르게 개인정보를 노출하고 있으며, 그로 인한 피해는 곳곳에서 일어나고 있다.

과연 프라이버시 침해가 일어나는 이유는 무엇일까. 이를 알아보기 위해 SNS 서비스 이용자의 개인정보 노출 유형을 다음과 같이 세 가지로 나누어 보았다.

첫 번째 유형은 이용자가 본인의 정보를 노출하는 경우이다.

2015년 A씨는 대학입시를 위한 피나는 노력 끝에 서울 유명 대학에 수시 합격하였다. 그러나 자신도 모르는 사이에 입학이 취소되었고, 이 모든 일은 A씨가 SNS상에 자신의 합격수험표를 띄우려 올린 자랑한 것이 시작이었다. 알고 보니 친구인 B씨가 A의 대학 합격 소식에 질투를 느껴 SNS에 올랐던 수험표의 개인정보를 이용하여 대학홈페이지에 접속해 입학을 취소시켜버린 것이다.<sup>6)</sup>

보통 사람들은 SNS가 제공하는 다양한 서비스를 이용하기 위해, 또는 자신의 사회적 욕구를 충족하기 위해 타인과 유대감, 동질감, 친밀감을 형성하는 취향, 행동, 관심 등의 개인정보를 자발적으로 공개한다. 즉 이용자가 가장 최신이고 정확한 본인의 개인정보를 직접 업로드하는 것이다. SNS상 자발적인 개인정보 공개는 행위 당시에는 눈에 보이지 않는 프라이버시 침해를 고려대상에서 쉽게 제외 한다는 점, 상대에게 비밀을 이야기했을 때 이것을 지켜줄 것이라는 기대 등 심리적 요인에 의해 이루어진다. 하지만 개인정보 공개는 타인이 특정인의 행적이나 행동 패턴 등을 추적 가능하게 만들어 범죄에 악용될 위험이 잠재되어 있다.

4) Debatin, B., Lovejoy, J. P. & Hughes, B. N. (2009). Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences, *Journal of Computer Mediated Communication*, 15, pp.83-108.

5) 장규원 · 윤현석 (2011). 사이버 공간에서의 개인정보보호: 소셜네트워킹 서비스를 중심으로. <형사정책연구>, 22권 3호, 105-137면.

6) 김준범 (2015. 2. 2). '질투심 때문에...' 친구 대학 합격 취소 시킨 10대 검거. <KBS>. URL: <http://news.kbs.co.kr/news/view.do?ref=A&nCd=3013137>

두 번째 유형은 이용자가 타인의 정보를 노출하는 경우이다.

이용자들이 SNS상에서 흔히 하는 것이 함께 사진을 찍은 사람을 ‘태그’하는 것이다. 이러한 습관은 주변 사람들의 신상 등 개인정보를 노출하는 주요 요인 중 하나로 꼽힌다. 하지만 ‘인격권으로서 초상권, 성명권은 물권과 마찬가지로 배타성을 갖는 권리다’라는 법원의 판례에 따르면 타인의 사진은 남의 물건을 쓰는 것에 비유될 수 있다. 요즘 SNS에 자녀 일상을 올리고 육아 정보를 공유하는 경우가 많은데, 프랑스에서는 엄격한 사생활 보호법이 마련되어 있어 부모라도 자녀의 동의 없이 내밀하고 상세한 사생활을 SNS에 공유하면 징역이나 벌금형에 처할 정도로 사안을 심각하게 바라보고 있다.<sup>7)</sup>

관점을 확대한다면 이러한 문제는 사진뿐만 아닌 모든 개인정보에 해당할 수 있다. SNS에서 이용자는 기본적으로 개인정보 제공자이지만, 동시에 타인의 개인정보를 읽는 사람이기 때문에 수집자가 될 수도 있고, 침해자가 될 수도 있다. SNS에서는 타인의 취향과 관심에 대한 정보를 취득하여 공감대를 형성해 나가는 과정에서 자연스럽게 타인의 정보를 노출하게 된다. 또 개인의 네트워크 내 갈등관계로 인해 의도적으로 타인의 정보 노출에 대한 태도를 변화시킴으로써 프라이버시 문제는 더욱 심화된다.

세 번째 유형은 SNS서비스(기업)가 이용자의 개인정보를 노출하는 경우이다.

SNS의 빠른 확산현상은 SNS를 마케팅 도구로 활용하려는 기업들의 관심으로 이어지고 있으며 어느 정도 성과로 나타나고 있다. DMC 미디어에 따르면 특정 브랜드의 페이스북 팬의 경우 팬이 아닌 고객보다 브랜드 선호도와 로열티가 더 높고 브랜드에 대해 긍정적인 반응을 나타낸다. 따라서 페이스북 팬 1명의 가치는 연간 ‘136.38 달러’에 달한다고 한다.<sup>8)</sup> 또 이용자가 게시하는 자세한 개인정보와 자신의 선호도 및 일상생활은 마케팅 담당자에게 효과적인 타겟팅을 가능하게 하기 때문에 소셜 네트워크 서비스(기업)는 이용자에 대한 다양한 데이터를 적극적으로 수집한다. 이렇게 수집된 정보를 광고주에게 판매하는 등의 행위가 개인정보와 관련된 문제를 발생시킨다. 더구나 소셜네트워킹사이트(Facebook, Orkut 등)는 개인정보 중앙 저장소를 만들어 수집했던 정보를 지속적으로 저장, 누적시킨다. 이로 인해 대부분의 이용자들이 자신이 게시한 정보가 자신과 수신자 사이의 개인적인 것이라고 생각하지만, 해당 정보는 모두 플릭커(Flickr), 페이스북(Facebook) 등 SNS 서비스 기업에 소속된다는 사실을 인지해야 한다.<sup>9)</sup>

7) 양태삼 (2016. 3. 2). “부모가 SNS에 자녀사진 함부로 올리면 위험”. <연합뉴스>. URL: <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/03/02/0200000000AKR20160302083500009.HTML?input=1195m>

8) 유재미 (2012). 소셜 네트워크 서비스(SNS)를 활용한 마케팅 사례 연구. <경영경제연구>, 35권 2호.

9) Aware, U. B. & Obama, M. (2008). Perils of the Internet. URL: <http://schools.peelschools.org/sec/glenforest/SiteCollectionDocuments/mlaerrorsans.pdf>

아래의 표는 이용자의 프라이버시 침해를 야기하는 다양한 SNS 서비스 유형을 정리한 것이다.

〈표 3〉 프라이버시 침해를 발생시키는 대표적 SNS 서비스

활동	대표적인 서비스	설명
라이프 로깅	트위터(트윗), 페이스북, 모멘토(타임라인)	작성되는 개인 데이터를 변수화하기 때문에 원하지 않는 프라이버시 침해 문제가 발생하며, 웨어러블 기기와 연동되어 자동으로 기록될 경우 더욱 심화됨
친구 찾기	링크드인, 카카오톡, 페이스북(친구 추천)	해당 서비스에 등록된 사용자의 정보를 기준으로 관계가 있을 법한 사람을 자동으로 추천하여 사용자의 원치 않는 정보가 유출됨
사진 공유	인스타그램(해시태그), 페이스북(얼굴 인식서비스)	사진 업로드 시 비공개 설정을 하지 않은 경우, 사생활 침해 문제 및 마케팅에 무단으로 활용될 가능성이 존재함
위치정보 설정	페이스북(Nearby Friends), 포스퀘어(체크인)	기능을 사용하지 않는 상태에서도 사용자의 위치정보가 계속 추적될 수 있으며 위치이력정보가 서버에 영원히 남게 될 가능성이 있음
콘텐츠 큐레이션	페이스북, 인스타그램(좋아요), 핀터레스트(Repin)	버튼을 클릭하는 순간, 방문페이지(URL), IP, 방문시간, 브라우저 정보, OS정보뿐만 아니라 소셜 데이터(개인선호정보)를 수집 및 저장함
정보 공유	카카오톡 (URL 미리보기)	단체 채팅방 내에서 URL 미리보기 기능을 사용해 공유한 웹페이지 주소를 무단으로 수집하여 다음(Daum) 검색창에 노출시킴

최근 SNS는 위치기반서비스(LBS)와 연계하여 다양한 서비스를 제공하고 있다. ‘카카오플레이스’,<sup>10)</sup> ‘바크(Bark)’<sup>11)</sup>와 같은 앱이 그 예다. 이외에도 모바일 기기를 활용하여 위치정보에 이용자정보, 증강현실, SNS를 결합해 이용자의 위치를 파악한 후 행태·취향까지 고려한 맞춤형 서비스를 제공하려는 시도가 계속 진행중이다.

그러나 위치기반서비스는 개인의 위치를 파악해 그 정보를 데이터베이스 서버에 전송하기 때문에 과도한 개인정보의 노출, 악성코드 피해 등에 취약하다.<sup>12)</sup> 특히 SNS에 게시하는 정보를 통해 위치를 추적할 수 있게 함으로써 스토킹 피해자가 되는 상황을 야기하는 등 이용자의 안전을 위협할 가능성이 잠재되어 있다.

10) 2013년 출시되었으며 카카오톡 친구들의 장소 정보 확인을 기반으로 맛집, 카페, 여행지 등 친구들이 추천하는 인기장소를 실시간으로 공유할 수 있는 위치기반 서비스.

11) 2016년 버전쉐이크에서 출시되었으며 SNS로 대화 없이도 주변 사람들과 커뮤니케이션을 가능하게 하는 신개념 위치기반 소셜미디어 앱. 자주 가는 위치를 기반으로 유저의 영역이 표시되고 주변을 지나는 다른 유저들 중 내 ‘바크’에 반응하는 유저와 프로필 확인 및 다양한 교류를 가능하게 함.

12) Social Networks Privacy (2016). Privacy issues of Social Networks, URL: <http://social-networks-privacy.wikidot.com/>

SNS상에서 이용자가 개인정보를 노출하는 세 가지 유형 중 가장 근본적인 문제는 개인이 자신의 정보를 노출하는 행위에 있다. ‘자기노출’을 전제로 하는 SNS에서는 개인정보 공개와 노출로 인해 이용자가 범죄대상 및 객체로 전락할 가능성이 상존한다.<sup>13)</sup>

미국은 헌법 제4차 수정안에 근거하여 ‘개인이 가진 프라이버시에 대한 주관적인 기대가 사회로부터 합리적인 기대로서 인정된다’는 의미의 ‘프라이버시의 합리적 기대(Reasonable expectation of privacy)’가 충족될 경우에 한하여 자신의 신체, 집, 그리고 자신의 소유물을 보호받을 권리를 부여하고 있다.<sup>14)</sup> 다시 말해 이용자는 자신의 개인정보가 보호받기를 스스로가 기대하고, 사회가 합리적으로 사적 공간이라고 인정할 수 있는 환경을 조성해야 프라이버시로 보호받을 권리를 얻을 수 있다는 것이다.

하지만 많은 사람들이 SNS의 기본적, 구조적 특성이 공적 공간임을 망각하고 사적 공간을 구성하려고 노력하지 않은 채, SNS공간을 사적 공간이라고 인식한다. 이러한 인식을 바탕으로 라이프로그, 사진공유 등을 통해 개인정보를 노출하게 되는 것이다.

SNS 기업이 이용자의 개인정보를 노출하는 것도 무시할 수 없는 문제이다. 다국적 거대 IT 기업 등의 정보 권력(information power house)은 프라이버시의 합리적 기대를 감소시키는 큰 원인이다.<sup>15)</sup> SNS 서비스에 의해 일어나는 프라이버시 침해 행위는 개인이 인지하기 힘들고 해결 또한 쉽지 않기 때문에 정부 차원에서 보호 논의가 필요하며, 해외에서는 다음과 같은 법·제도적 장치를 통해 이용자들을 보호하고 있다.

EU는 SNS 이용으로 일어날 수 있는 프라이버시 침해 문제에 가장 적극적인 자세를 보인다. 가장 대표적인 가이드라인은 2008년 The International Working Group이 발표한 ‘로마 각서(Rome Memorandum)’로 이 중 주목할 내용은 SNS 이용자가 익명성 프로파일의 생성·사용을 선택할 수 있어야하고 그 사용을 SNS가 권장하도록 해야 한다는 것이다. 즉 SNS 기본 설정(default value)은 정보 공유의 추정보다는 개인정보 보호를 우선해야 하고, 이용자가 프라이버시를 ‘옵트 아웃(opt-out)’하는 대신 정보 공유 확대 범위를 사전 설정하는 ‘옵트 인(opt-in)’ 옵션을 제공하는 등 이용자의 프라이버시 기대와 경험에 부합하도록 프라이버시 기능을 디자인해야 한다.<sup>16)</sup>

이러한 EU의 조치에 힘입어 독일에서도 프라이버시 침해 문제를 적극적으로 다루고 있

13) 윤해성 (2014). <SNS상의 개인정보유출과 피해자 보호방안>. 한국피해자학회 2014년 춘계학술대회.

14) Katz v. United States, 389 U.S. 347 (1967)

15) 박완규 (2015). 과학기술 발전과 프라이버시 보호 기준 변화에 대한 소고: 미국 수정헌법 제4조 판례 분석 중심으로. 경북대학교 법학연구원 <법학논고>, 제49집, 33-62면.

16) European Commission (2009). Opinion 5/2009 on online social networking.

다.<sup>17)</sup> 독일연방소비자연합은 페이스북 ‘친구 찾기’ 기능과 관련해 독일개인정보보호법을 준수할 것을 요구했지만 페이스북이 미온적인 반응을 보이자, 2010년 페이스북을 상대로 소송을 제기하였다. 원고 측은 1) 비회원에게 동의과정을 거치지 않고 이용자의 이름으로 초대메일을 발송한다는 점, 2) 개인정보에 대한 활용 범위 및 방법을 이용자에게 제대로 밝히지 않은 점, 3) 약관 및 개인정보보호지침 규정의 불명확성 및 일방적 동의절차를 논거로 들었다. 이에 베를린 지방법원은 원고 측 손을 들었으며 페이스북 약관과 개인정보보호지침, ‘친구 찾기’ 기능의 수정 등을 명하였다.

### Ⅲ. SNS 공간은 공적 공간인가 사적 공간인가?

인터넷이 등장하기 전 사람들이 모여 커뮤니케이션 하던 장소는 광장과 같이 철저하게 외부에 노출된 곳으로, 커뮤니케이션에 참여하는 사람들 모두 해당 공간을 공적 공간임을 인식할 수 있었다. 또 현실세계에서의 공적 공간과 사적 공간은 ‘집’이라는 공간을 중심으로 비교적 명료하게 구분할 수 있다.

하지만 SNS 서비스는 인식된 타인과의 상호의존적인 언어, 비언어, 행동들을 통해 실제의 공간이 아닌 논리적 공간 내에서 마음속의 사회적 공간을 형성하고 그 안에서 이용자로 활동하게 한다. 이렇게 물리적 공간이 아닌 논리적 공간이 기반이 되는 SNS 공간은 사적 공간인지 공적 공간인지 여부를 이용자가 명확하게 인식하기가 쉽지 않다. 그렇다면 SNS 공간은 공적 공간인가 사적 공간인가, 이에 대한 판단을 하기에 앞서 공적 공간과 사적 공간의 의미에 대해 고찰해보고자 한다.

우선 사적 공간은 라틴어 ‘프리카투스(privatus)’가 의미하는 ‘~로부터의 단절’ 또는 분리를 전제로 한다. 사적 공간이 성립하기 위해서는 공적 공간으로부터의 분리가 필요하다는 말이다. 조금 더 자세히 말하면 사적 공간의 분리란 외부로부터 단절될 수 있는 ‘권리’로 해석되며 타인으로부터 간섭받지 않는 ‘익명성’이 허락된 공간을 의미한다고 볼 수 있다.<sup>18)</sup> 이러한 관점으로 보면 개인적인 정보와 삶을 보호받고 외부에 노출되지 않을 때 사적인 공간에서 ‘나’는 심리적 안정을 찾을 수 있다. 이웃이 내 집에 무단 침입하거나 힐끔거리지 않는 것과 비슷하다고 할 수 있다. 사람들은 개인적인 정보와 삶을 외부에 노출하지 않고, 보호받는 공간 내에서 누릴

17) Landgericht Berlin, Urteil vom 06.03.2012 – 16 O 551/10(Facebook-Funktion "Freunde finden")

18) Akrivopoulou, C. M. (2011). The Individuals Fragmented Political Autonomy: Surveillance of Public Spaces, Anonymity and the Myth of 'Public Security'. URL: [https://www.eap.gr/images/stories/pdf/2011\\_deo10\\_dp\\_series\\_3\\_akrivopoulou.pdf](https://www.eap.gr/images/stories/pdf/2011_deo10_dp_series_3_akrivopoulou.pdf)

수 있을 때 심리적인 안정을 이루며 이는 공적 영역으로부터 완전히 분리되어야만 가능하다.<sup>19)</sup>

그렇다면 공적 공간은 무엇을 의미하는가? 먼저 공적 공간은 공적 관심이나 이슈들에 관하여 자유롭게 논의가 이루어지는 ‘사회적 영역’과 도시의 광장이나 시장과 같이 개방되어 자유로운 접근이 가능한 ‘물리적 공간’의 두 가지 개념으로 사용되고 있다.<sup>20)</sup> 이 글에서는 ‘사회적 영역’에 초점을 맞추어 공적 공간을 다룬 여러 학자들의 견해를 소개한다.

한나 아렌트(Hannah Arendt)는 공적 공간을 사회적 규범을 의미 있게 만들고, 자신의 의견을 표현하는 법을 배우는 등 사람들의 특정한 행위와 표현을 실재하게 만드는 것이 ‘사회적 영역’이라고 정의하였다.<sup>21)</sup>

위르겐 하버마스(Jurgen Habermas)는 공적 공간에 대한 개념을 이론적으로 더욱 체계화하며 ‘정부로부터 독립적이고 또한 당파적인 경제세력으로부터도 자율성을 누리는 공론의 장’으로서, 합리적 논쟁에 일반시민들이 자유롭게 참여할 수 있으며 동시에 그들에 의해 검열을 받는 영역’으로 정의하였다. 즉 공적 영역은 사적 개인이 자신의 의견을 공적으로 토론에 부쳐 논의할 수 있는 장이나 장소를 의미한다.<sup>22)</sup>

황주성 등은 일반적으로 공적 공간은 불특정한 사람들이 특정 혹은 불특정한 목적으로 모여서 공공적 성격을 띠는 공간으로 정의하였으며, 공간의 개폐성(내외부성)과 행위의 특성에 따라 공적 공간을 분리하였다.<sup>23)</sup>

이를 SNS 공간으로 확장해본다면 SNS상에서 개인의 표현은 고립된 것으로 남는 것이 아니라 불특정 다수에게 전파되기 때문에 일종의 출판적 성격을 띠는 사회적 영역이 될 수 있다. 기존 사이버공간의 주된 특성으로 거론되어 왔으며 사적 공간으로서의 성격인 ‘익명성’이 SNS에 의해 구조화된 공간에서는 큰 의미를 갖지 못하게 되었다고 평가할 수 있다.

즉 휴대폰, 인터넷, 스마트 매체 등 뉴미디어를 통한 SNS의 이용은 사적이고 개인적인 영역에서 이루어지는 행위를 공적인 영역에서도 가능하게 만들었고, 그 결과 사적·공적 영역이 충돌하게 되었다. 이를 일컬어 다나 보이드(Danah Boyd)는 SNS를 ‘중재된 공적 공간(mediated public space)’으로 명명하고 있다. 즉, 중간 매개의 기술을 기반으로 하는 공적 공간이라는 뜻이다.<sup>24)</sup> 중재된 공적 공간이 가지는 특성은 시간이 지나도 계속 접근할 수 있는 ‘지속성’, 누구

19) 윤지영 (2013). 사적영역과 공적영역의 '소셜게임'. URL: <https://organicmedia.pressbooks.com/chapter/social-play-between-private-and-public-space/>

20) Goodsell, C. T. (2003). The concept of public space and its democratic manifestations. *American Review of Public Administration*.

21) Arendt, H.(1958). *The Human Condition*, University of Chicago Press.

22) Habermas, J. (1990). *Strukturwandel der Offentlichkeit*. 한승완 (역) (2001). <공론장의 구조변동>. 나남출판.

23) 황주성·유지연·이동후 (2005). 모바일 커뮤니케이션과 도시 공적 공간의 변화. <IT 메가트렌드 시리즈>, 5권 20호. 정보통신정책연구원.

24) Boyd, D. M. (2007). *Social Network Sites: Public, Private, or What?*. Knowledge Tree.

나 쉽게 찾아낼 수 있는 '검색 가능성', 대화를 한 공간에서 다른 공간으로 쉽게 이동하게 하는 디지털 미디어의 '복제성', 누가 언제 내 표현을 읽었는지 알 수 없는 '보이지 않는 청중'이 있다.

위 견해를 종합해보면 SNS가 기본적인 논리 구조에 있어서는 공적 공간이라고 볼 수 있다. 여기서 중요한 것은 얼마나 권리를 확보할 수 있는 환경을 구성하고 획득하느냐에 따라 SNS 공간을 '사적 공간'이라고 볼 수 있다는 것이다.

예컨대 페이스북 등을 통해 자신이 자발적으로 제공한 정보를 다른 친구들이 더 많이 알아주고 찾아줌으로써 친구들과 활발한 상호작용을 하길 원하는 경우, 이런 정보는 더 이상 개인적이고 사적 영역의 보호대상이 아닌 공적 영역의 정보가 될 수 있다. 반면에 자신의 친구가 아닌 다른 사람이 그 정보를 알거나 검색할 수 있는 것에 강한 반감을 가지고 게시물의 열람 범위를 제한하거나, 개인의 공개 프로필 설정을 제한하는 등 사적 공간으로서의 환경을 구성할 경우 이는 여전히 프라이버시의 보호를 받을 수 있는 정보인 것이다.

그렇다면 이용자들은 SNS 공간을 어떻게 인식하고 있을까? 이를 확인하고자 SNS의 이용률이 가장 높은 20대 82명을 대상으로 조사를 실시하였다.<sup>25)</sup> 조사에 의하면 40.2%(33명)는 SNS를 사적 공간으로 인식하였으며 28.1%(23명)는 공간에 대한 인식이 불분명한 것으로 나타났다.

이용자의 공간 인식을 설명하기 위해 '노드(node)<sup>26)</sup>'라는 개념을 빌려오고자 한다. 사람들은 자신을 네트워크 내 최고 중심에 위치하는 '내향 중심성 노드'라고 생각하기 때문에 자신을 둘러싼 수많은 네트워크 연결 관계를 통한 소통, 미디어 공유 또한 나를 중심으로 뻗어나가며 개인정보 및 게시글의 공개 범위나 소통의 제한 정도를 설정하는 등에 있어서 SNS 공간을 자신이 컨트롤 할 수 있는 '사적 공간'으로 인식한다.

그러나 실제 SNS는 유명하고 많은 연결을 가진 특정 노드, 즉 유명인들을 중심으로 네트워크가 형성되어 있으며, 대부분의 개인은 네트워크상에서 외곽에 있는 수많은 노드 중 하나이고 많은 사람들과 연결되고자 노력하는 '외향 중심성 노드'로 보인다.<sup>27)</sup> 따라서 SNS 공간은 개인

25) 본 조사는 저자가 직접 수행한 조사로, 정보통신정책연구원의 'SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석'에서 20대의 SNS 이용률이 가장 높다는 점에 기초하여 20대 82명을 모집단으로 2016년 12월 2일부터 4일까지 3일간 구글 설문지를 통해 진행하였다. 이 중 'SNS는 공적 공간/사적 공간 중 어느 쪽에 가깝다고 생각하십니까?'를 10점 척도로 질문한 결과이다.

26) SNS는 사회적 관계 개념을 인터넷 공간으로 가져온 것으로 각 개인이 인터넷의 중심이 되고, 개인의 정체성을 바탕으로 그 관계망 속에서 하나의 노드(node)가 되어 다른 사람들과 수평적인 관계를 형성하고 있는데, 개인에게 부여된 고유한 온라인 공간에서 자아 정보를 노출시키고 이를 바탕으로 '자아 중심적 네트워크(ego-centered network)'를 구성하게 하는 "개인미디어"라고 할 수 있다. 즉 ① 개인들이 특정 시스템 안에서 공개 또는 반공개적 프로필을 구성하고, ② 다른 사람의 프로필 리스트를 보거나 관리할 수 있으며, ③ 이용자들이 SNS 안에서 다양한 연결 리스트를 보고 방문하는 시스템을 특징으로 하고 있다. 이러한 특징으로 이용자들은 네트워크 속의 노드(node)로서 개인의 정보(개인프로필 및 개인관계망 정보 등)를 드러내는 일련의 자아노출(self-disclosure)을 통해 새로운 관계를 형성하고 촉진한다(Newson, Alex., Deryck Houghton & Justin Patten, (2008), *Blogging and Other Social Media-Exploiting the Technology and Protecting the Enterprise*, Cambridge University Press.).

27) 김용학 (2003). <사회 연결망 분석>. 박영사.

이 완전히 컨트롤 할 수 있는 사적 공간이라고 보기에는 무리가 있다.

SNS 공간에 대한 인식이 중요한 이유는 SNS가 사적 공간이라고 여기는 이용자들의 생각이 글이나 사진을 게시할 때 더 많은 개인정보를 노출하는 결과로 이어지고 나아가 법적 책임 문제를 야기하기 때문이다.

따라서 이용자들은 SNS 공간이 공적 공간의 속성도 가지고 있다는 사실을 주지해야 한다. 이용자가 SNS의 공적 공간으로서의 속성을 잘 이해하고, 경각심이나 위험 가능성을 잘 인지하면 할수록 개인정보 노출로부터 안전해 질 수 있다. 즉 이용자는 프라이버시 리터러시<sup>28)</sup>를 수단으로 하여 스스로 SNS상 사적 공간의 환경을 구성하고 권리를 확보했는지를 판단할 수 있어야 한다는 것이다. 이렇게 이용자가 스스로 사적 공간으로서의 권리를 부여할 수 있는 환경을 조성한다면 개인정보는 프라이버시로서 보호받을 수 있을 것이다.



#### IV. SNS 공간 및 게시행위의 법적 책임에 대한 이용자와 사법부의 시각차

모두가 SNS 공간을 똑같은 관점에서 바라보는가? 아니다. 위의 논의를 토대로 하면 사이버세계 공간의 폐쇄성이나 공개의 범위, 대화 내용의 확산 가능성 등을 고려했을 때 공·사적 영역의 구분은 모호하다. 특히 SNS 공간이나 이 공간에서의 게시행위를 사람마다 각기 다르게 인식할 가능성이 크다.

그 차이를 가장 명백하게 보여줄 수 있는 부분이 이용자와 사법부의 시각차다.

먼저 많은 이용자는 SNS 공간을 ‘사적 공간’이라고 인식하고 있으며 SNS에 게시하는 정보를 프라이버시로 보호받아야 한다고 생각한다. 즉 SNS 공간에서의 게시 행위를 단지 담벼락, 화장실의 낙서 정도로 보는 것이다.

사적 공간에서는 불특정다수에 대한 적극적인 전파, 공개의 의도가 아닌 ‘열람의 허용’ 정도

28) 정보주체가 온라인상 자신의 디지털 정체성에 대하여 관련 법률 및 지침, 제도적 측면을 이해하고, 개인정보 및 프라이버시 보호를 위한 기술적 지식을 보유하여 실제 전략을 수행하는 능력.

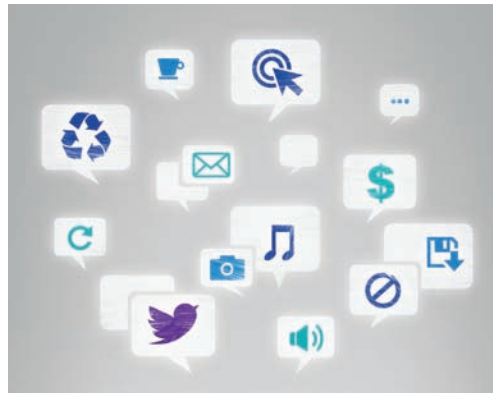
의 소극적인 공개를 위한 게시행위가 일어나기 때문에<sup>29)</sup> 이용자들은 자신이 모르는 사람들이 (심지어는 자신과 친구인 사람들이나 자신의 팔로워인 사람들에게 대해서도) 자신의 계정에 올린 정보를 수집하는 행위를 ‘신상털기’라는 용어를 사용하며 매우 불쾌해한다. 언론 또한 기업들이 입사 지원자의 페이스북이나 트위터 계정에 올린 지원자의 발언을 근거로 면접에서 질문을 하거나 면접결과를 내는 최근의 현상에 대해 비판적인 시각을 보이고 있다.

반대로 사법부는 SNS 공간을 ‘공적 공간’이라고 인식하며 SNS 공간에서의 대화에 대한 사회적 책임이 필요하다고 본다. SNS 공간을 ‘공적 공간’으로 보는 사법부의 입장은 아래의 판결에서 잘 드러난다.

올해 여름, 고려대 남학생 9명이 카카오톡 단체채팅방에서 주위 여학생들을 대상으로 1년 가까이 음담패설을 나눠왔던 사실이 밝혀지면서 사회적으로 큰 파장을 불러일으켰다.<sup>30)</sup> 이 사건을 놓고 일부 네티즌들은 ‘비공개 그룹이면 사적인 공간인데 이걸 오히려 사생활 침해이고 남학생들 마녀사냥이다’라는 의견<sup>31)</sup>을 통해 가해자로 지목된 남학생들을 두둔하기도 했다. 그러나 사법부는 카카오톡의 단체채팅방처럼 폐쇄성이 높아 대화방에 참여하지 않으면 내용을 알기 어려운 경우에도 대화 내용이 보존되고 손쉽게 내용을 복사·유포할 수 있다는 점에서 공적 공간으로 보고 있다. 단둘이 이야기를 나누는 경우에도 여러 사람이 참여하는 경우보다 다른 사람에게 공개될 가능성은 낮으나 법적으로는 일대일 대화든 단체채팅방이든 전파 가능성은 동일한 것으로 간주한다.<sup>32)</sup>

사법부의 의견을 종합하면 SNS 공간에서의 대화는 휘발성이 있는 구두 대화와 달리 흔적이 남고 복사와 유포가 간단하여 파급력이 광범위하다는 점, 다수의 사람이 모여 외부로 노출이 가능한 대화를 했다는 점에서 전파성의 조건이 성립하여 법적인 처벌이 가능하다는 점을 시사한다.

이렇게 이용자와 사법부의 SNS 이용에 대한 인식에 차이가 있다. 이용자들이 SNS



29) 박경신 (2012). SNS의 매체적 특성과 법적용의 한계. 인하대학교 <법학연구>, 15권 3호.

30) 김성기 (2016. 6. 14.), “여대 축제가자, 다 따먹자” 고려대생 단톡방 발각…패북지기 초이스. <국민일보>. URL: <http://news.kmb.co.kr/article/view.asp?arcid=0010699884&code=61121211&cp=nv>

31) 박소현 (2016. 10. 18.). [네티즌 갑론을박] 고려대 카톡방 성희롱 이어 패북 성희롱까지. <매일경제>. URL: <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?no=726355&year=2016>

32) 홍인기 (2016. 7. 14.). 법원 “단톡방, 사적 공간 아니다” 카톡일인중천금. <서울신문>. URL: <http://www.seoul.co.kr/news/news-View.php?id=20160715008008>

공간을 사적 공간으로 인식하고 있는 상황에 대한 고려 없이 사법부가 관련 문제를 전부 규제하려고 한다면 법적 행위가 과도하게 설정되어 있다는 비판에서 벗어날 수 없을 것이다. 따라서 법적 규제도 중요하지만 프라이버시권이 확보될 수 있도록 기반환경과 의식제고 강화에 보다 적극적인 대응이 필요하다.

한편 사법부는 법관·공직자 등의 SNS 게시행위에 대해서는 사회적 책임의 잣대를 더욱 엄격하게 들이대고 있다.

2011년 한·미 자유무역협정(FTA)이 국회 본회의를 통과한 뒤 현직 판사가 페이스북에 ‘뺨속까지 친미인 대통령과 통상관료들이 서민과 나라 살림을 팔아먹었다’는 글을 올린 후 법관의 SNS 사용을 둘러싼 논란이 커졌다. 대법원 공직자윤리위원회는 법관들에게 ‘SNS 공간은 공적 공간이므로 법관의 의견표명은 신중해야 한다’는 내용의 권고안을 내놓았으며 이후 법관들의 SNS 발언을 두고 내부적으로 정직 처분을 내리거나 이후 재임용 심사에서 탈락시키는 등의 조치가 가해졌다.<sup>33)</sup>

이런 문제를 두고 법조계 내부에서도 의견이 갈리고 있다. 페이스북이나 트위터 등 SNS에서 하는 발언이 사회적 문제가 된다면 책임을 부담해야 한다, 법관이 정치적 성향을 드러내면 재판에 영향이 있을 수 있는 만큼 신중해야 한다는 규제 찬성의 의견과 SNS가 전파성을 갖고 있지만 지인들과 의견을 나누는 사적 공간이라는 측면이 있는 만큼 이곳에서의 표현을 규제하는 것은 옳지 않다거나 페이스북 등은 본질적으로 사적인 공간이며 직무와 무관한 사적영역에서의 표현의 자유를 위축시킬 우려가 있다는 규제 반대의 의견이 팽팽하게 맞선다.<sup>34)</sup>

법관이 SNS상에서도 공인이라는 관점은 법관의 발언이나 행동이 대중 매체에서 재인용되면서 사회적 의제설정 및 여론 형성과정의 매개체가 될 가능성이 있기 때문에 ‘공적 공간’에서의 개인적 발언에 상당한 제약이 있어야 한다는 것이다. 반면 사인이라고 보는 관점은 공무원의 정치적 중립이 정치적 의견을 갖지 않는다거나 표명하지 않는다는 의미가 아니라 직무에 자신의 정치적 성향을 반영하지 않는다는 의미이기 때문에 헌법상 권리로 보장되어야 한다는 것이다.

앞에서 이야기했던 SNS에서 프라이버시의 합리적 기대(Reasonable expectation of privacy)를 고려하면 문제의 본질은 법관이 SNS가 공적 공간으로서의 성격도 있다는 점을 감안하지 않고, 사적 공간을 확보하지 않은 상황에서 자신의 의견을 노출시켰다는 데 있다. 법관은 SNS상 ‘영향력자’<sup>35)</sup>로서의 공인적 성격을 가지고 있기 때문에 SNS상의 발언은 친구관계가 기

33) 윤주현 (2011. 12. 20.). 이번엔 ‘가카새끼 짬뽕’ 사진 올린 그 판사. URL: [http://news.chosun.com/site/data/html\\_dir/2011/12/20/2011122000011.html?Dep0=twitter&d=2011122000011](http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2011/12/20/2011122000011.html?Dep0=twitter&d=2011122000011)

34) 노동일 (2012). 법관과 소셜네트워크서비스(SNS). <경회법학>, 47권 2호.

35) Rand, P. M. (2004). *Identifying and Reaching Influencers*. In *Best Practices, Public Relations*.

반이기는 하지만 그 밖의 불특정다수에게 전파되거나 공개될 가능성이 매우 크므로 개인의 의견표명에 있어 신중해야 할 필요가 있다.

플로리다주 대법원의 사법윤리권고위원회는 법관의 SNS 게시행위에 대해 “법관은 법정에 나타날 수 있는 변호사나 당사자를 SNS에 ‘친구’로 등록하거나, 그 변호사나 당사자가 법관을 자기들 친구로 등록하는 것을 허용해선 안 된다”고 명시했다. “SNS의 ‘친구’들이 실제로 법관에게 영향력을 미칠 수 있는지 없는지에 관계없이 그들이 법관에게 영향력을 미칠 수 있는 위치에 있다는 인상을 줄 수 있기 때문”이라는 이유를 들었으며, 법관들의 SNS 사용을 금지하거나 자제하도록 권고하고 있다.<sup>36)</sup>

## V. 결론 및 제언

페이스북 창업자인 마크 주커버그(Mark Elliot Zuckerberg)는 2010년 언론인터뷰에서 “프라이버시의 시대는 끝났다(The Age of Privacy is Over).”라고 발언해 큰 논란을 불러 일으켰다.<sup>37)</sup> 그는 자신이 새로 페이스북을 만든다면 처음부터 이용자 정보를 모두 공개하는 방식을 취했을 것이라고 했다. 또한 에릭 슈미트(Eric Emerson Schmidt) 알파벳 회장(구글 前회장)은 2009년 CNBC와의 인터뷰<sup>38)</sup>에서 “만약 당신이 누구도 모르게 하고 싶은 무언가를 가지고 있다면, 아마도 처음부터 그런 걸 안하는게 좋을 겁니다(If you have something that you don't want anyone to know, maybe you shouldn't be doing it in the first place).”라고 말했다.

이들의 말처럼 현재 SNS에서 가장 민감한 이슈는 프라이버시이다. 나날이 발전하고 다양해지는 SNS 서비스는 이용자의 프라이버시 문제를 심화시키고 있다. 문제의 해결을 위해 여러 방법을 꼽을 수 있겠지만, 가장 근본적으로는 이용자 스스로가 SNS 공간에서 프라이버시의 합리적 기대를 위해 여러 활동에 신중을 기해야 한다. 프라이버시 침해의 법적 책임 판단에 직·간접적으로 영향을 주는 중요한 일인데도 불구하고, 이용자가 SNS 공간을 공적 공간으로 인식하거나 프라이버시를 매번 고려하기가 신중해지기가 쉽지 않다.

이 문제를 해결하기 위한 조치는 프라이버시의 합리적 기대가 충족될 수 있도록 SNS 컨트

36) Volokh, Eugene (2014. 1. 30.). The law of “friending”. (The Washington Post). URL: [https://www.washingtonpost.com/news/volokh-conspiracy/wp/2014/01/30/the-law-of-friending/?utm\\_term=.7cb03534172b](https://www.washingtonpost.com/news/volokh-conspiracy/wp/2014/01/30/the-law-of-friending/?utm_term=.7cb03534172b)

37) Kirkpatrick, Marshall (2010. 1. 9.). Facebook's Zuckerberg Says The Age of Privacy is Over. (Readwrite). URL: [http://readwrite.com/2010/01/09/facebook\\_zuckerberg\\_says\\_the\\_age\\_of\\_privacy\\_is\\_ov/](http://readwrite.com/2010/01/09/facebook_zuckerberg_says_the_age_of_privacy_is_ov/)


38) (The huffington post). (2010. 3. 18.). Google CEO On Privacy (VIDEO): 'If You Have Something You Don't Want Anyone To Know, Maybe You Shouldn't Be Doing It'. URL: [http://www.huffingtonpost.com/2009/12/07/google-ceo-on-privacy-if\\_n\\_383105.html](http://www.huffingtonpost.com/2009/12/07/google-ceo-on-privacy-if_n_383105.html)

를 기능 강화를 위한 자율규제 기반 마련과 ‘프라이버시 리터러시(Privacy Literacy)’로 귀결될 수 있다.

먼저 SNS를 이용한 사이버범죄가 주로 개인정보보호의 취약성을 기반으로 한다는 점을 고려하여, SNS 이용자에 대한 교육과 약관숙지 등을 통해 개인정보 자기결정권이 있음을 이용자가 인식하도록 해야 한다. 또 그에 대한 보장을 규정하고 구체적으로 개인정보 자기결정권이 작동할 수 있는 메커니즘을 구성하여야 한다. 서비스 가입 시 개인정보 수집에 동의하는 시점에 머무르는 것이 아니라, 자신에 관한 정보를 공개하는 때 시점마다 개인정보 자기결정권이 발현될 수 있는 SNS 환경과 이용 문화를 조성해야 한다.

또한 프라이버시 리터러시를 바탕으로 가입 시 작성하는 성명, 주소 등의 신원정보만이 개인정보가 아니라 스스로 올리는 다양한 정보가 개인정보가 될 수 있다는 사실을 인식하도록 하여야 할 것이며, 그러한 공개과정에서 자신이 책임 있는 선택을 하고 있는지를 인지하여 신중하고 합리적인 선택이 이루어질 수 있도록 해야 한다.

타인의 개인정보에 대한 존중 역시 필요하다. SNS에서 타인의 취향과 관심에 대한 정보를 취득하여 자신과 비슷한 사람들과 공감대를 형성해나가는 것과 타인의 개인정보를 탐색하여 누출하는 것은 사회적 의미가 전혀 다른 행동임을 인식할 수 있도록 윤리적 규범이 형성되어야 한다. 또한 개인의 취향과 관심에 대한 정보가 다량 공개되는 SNS의 특성상 부지불식간에 타인의 프라이버시를 침해할 수 있는 위험이 상존하고 있다는 것에 대한 자각도 필요하다.<sup>39)</sup>

마지막으로 개인정보 유출을 유도하는 SNS 서비스 및 이용약관 구성에 대해서도 적극적인 개인정보보호 조치가 수반되어야 한다. 더 나아가 SNS는 의미있는 프라이버시 통제 및 보호를 제공하고 이용자에게 프라이버시를 보호할 수 있는 적절한 도구를 제공하도록 노력해야 한다. 즉, 자신의 정보가 존재하는 공간과 상황을 이해하여 적절한 공유 수준을 결정하는 데 도움을 줌으로써 이용자가 자율 보호 수준을 강화할 수 있도록 해야 한다. 

39) 오태원·유지연 (2011). 소셜 네트워크 서비스(SNS) 환경에서 프라이버시의 개념 변화. <정보통신방송정책>. 23권 4호.

## 질문 있습니다

한기봉 · 언론중재위원, 국민대 언론정보학부 초빙교수



2010년 11월 12일, G20 정상회의 폐막 기자회견이 열린 서울 코엑스 대회의장. 버락 오바마 미국 대통령이 단상에 섰다.

“한국 기자들에게 질문권을 드리고 싶군요. 정말 훌륭한 개최국 역할을 해주셨으니까요. 누구 없나요?”

오바마의 갑작스런 요청에 한동안 정적이 이어졌다. 한국 기자들이 영어를 잘 못해 손을 들지 않는다고 생각했는지 오바마는 미소를 지으며 다시 말했다.

“한국어로 질문하면 아마도 통역이 필요할 겁니다. 사실 통역이 꼭 필요합니다.”

그래도 아무도 손을 들지 않았다. 이때 갑자기 중국 CCTV의 루이청강 기자가 손을 번쩍 들었다.

“실망시켜드려 죄송하지만 저는 중국 기자입니다. 제가 아시아를 대표해서 질문을 해도 될까요?”

한국 기자에게 기회를 주고 싶었던 오바마는 완곡히 거절한다.

“하지만 공정하게 말해서 저는 한국 기자에게 질문을 요청했습니다. 그래서 제 생각에는…”

루이청강은 큰 제스처로 좌중을 둘러보며 물러서지 않았다.

“한국 기자들에게 제가 대신 질문해도 되는지 물어보면 어떨까요?”

진짜 황당한 상황. 그래도 오바마는 끝까지 한국 기자를 원했다.

“그것은 한국 기자가 질문하고 싶은지에 따라서 결정되겠네요. 없나요? 아무도 없나요? (다시 한 번) 없나요? 아무도 없나요?”

조용했다. 난감한 듯 웃는 오바마.

“생각했던 것 이상으로 복잡해졌군요.”

질문권은 결국 루이청강에게 돌아갔다. 그는 “최근 미국 정부의 여러 대책이 자국 이익을 위해 다른 나라들을 희생시키는 것이라는 지적이 있는데 어떻게 생각하느냐?”고 오바마를 몰아붙였다. 중국과 환율전쟁을 치르고 있는 민감한 상황에서 오바마가 듣고 싶지 않은 질문이었을 것이다. 중국에서는 루이청강이 순식간에 인기 검색어로 떠올랐고 그의 웨이보(중국판 트위터)에는 ‘오바마의 콧대를 눌러 시원하다.’는 댓글이 4,000 개 이상 달렸다.

이 장면은 당시엔 잘 알려지지 않았으나 EBS가 2014년 1월 방영한 다큐 「우리는 왜 대학에 가는가」에 삽입되어 전파되기 시작했다. 이 프로그램은 한국 교육의 문제점과 젊은이들의 고

만을 다룬 6부작 기획이었다. 한국 기자들에게는 매우 망신스럽고 모욕적일 수 있는 이 동영상은 세월호 참사 이후 '기레기'라는 신조어의 액세서리가 됐다.

건국 이래 한국이 유지한 최대 외교 행사라는 이 자리에서 한국 기자들은 왜 손을 들지 못했을까? 슈퍼 파워 미국 대통령에게 질문할 수 있는 기회는 기자에겐 천재일우다. 아마도 예상 못한 상황에서 기자가 거꾸로 질문을 요청받으니 당황했을 수도 있고, 언어 문제일 수도 있고, 전 세계의 이목이 집중된 미 대통령 회견에 대한 중앙감이 컸을 수도 있다.

한국 기자의 질문권을 중간에 가로챈 루이청강(芮成鋼)의 태도는 기자로서도 오만방자하다. 그는 좀 더 기다려주었어야 했다. 중국 기자가 아시아를 대표하는 기자도 아니다. 그는 스타의 식이 강한 CCTV의 간판 앵커였다. 준수한 외모와 출중한 영어 솜씨로 인기를 끌었다. 박근혜 대통령이 2013년 6월 중국을 방문하기 전 청와대에서 단독 인터뷰 기회를 얻기도 했다. 인터뷰를 마치고 박 대통령을 큰누나(朴大姉)라고 부르며 사진을 같이 찍자고 한 이야기가 한국 언론에 보도됐다.

후일담이지만 최근의 그는 현재 감옥에 있다. 그는 2014년 7월 생방송 직전에 중국 공안당국에 체포돼 재판을 받고 있다. 그는 자신보다 스무살 이상 연상인 중국 당정 최고위 간부 부인 20여명과 부적절한 관계를 맺은 것으로 세상에 알려졌다. 명목상 죄는 간첩혐의였다.

견습기자 시절, 나는 선배 기자에게 “훌륭한 기자는 어떤 기자입니까?”라고 묻은 적이 있다.

“질문을 잘 하는 사람이다.”

우문현답이었다. 그 말이 언론계에 몸담은 30년 동안 나를 기자로서 지탱했다. 같은 질문을 던졌던 후배들에게도 이 말을 전수했다. 지금은 여기에 하나를 더 붙이곤 한다. “훌륭한 기자란 누가 어느 분야의 전문가인지를 잘 아는 전문가”라고. 기자는 만물박사가 아니니까 그 상황에 맞는 최고의 전문가를 빨리 찾아내 질문할 줄 아는 능력이 필요하다.

기자의 연조가 쌓여가면서 나는 그 선배의 대답이 참으로 촌철살인이라고 생각했다. 취재 행위란 사실 질문의 연속이며 대답을 얻어내는 노력이다. 기자가 가진 가장 큰 특권은 누구에게든 질문할 수 있다는 것이다. 대통령이든 살인자든, 길에서든 술자리에서든 기자는 물을 수 있다. 대답을 회피하거나 침묵하는 취재원으로부터 사실을 이끌어내는 질문의 노하우도 필요하지만, 그 대답이 진실인지 거짓인지 판단하는 직관 또한 갖춰야 한다. 취재원에게 속을 수도 있고 이용당할 수도 있으니까.

“기자에게 무례한 질문은 없다.”

이 말은 백악관 최장수 출입기자였던 헬렌 토마스(1920~2013)가 어느 인터뷰에서 한 말이다. 토마스는 1961년 케네디 대통령부터 오바마 대통령까지 역대 10명의 대통령을 취재한 백악관의 전설이다. 백악관은 그녀를 예우했다. 유일하게 브리핑룸 맨 앞줄에 지정석이 있었다. 89세까지 50년을 출입한 최고참이었지만 무엇보다 그를 유명하게 만든 건 직설적인 질문이었다.

1991년 걸프전을 일으킨 아버지 부시 대통령에게는 “전쟁의 진짜 이유는 무엇인가? 석유인

가? 이스라엘인가?”라고 직격탄을 날렸다. 아들 부시 대통령에게는 “당신의 이라크 침공으로 수천 명의 미군과 이라크인이 죽었다. 모든 침공 이유는 거짓으로 드러났다. 이라크를 침공한 진짜 이유가 뭐가?”라고 돌직구를 던졌다. 어느 백악관 대변인은 “그의 질문은 고문(torture)”이라고 했다. 시원한 질문에 감동받은 국민들은 그녀의 사무실로 장미꽃을 보내는 캠페인을 벌였다.

“대통령에게 질문할 수 없는 사회는 민주주의 사회가 아니다.”, “대통령에게 질문하지 않으면 대통령이 왕이 된다.” 그가 남긴 유명한 어록이다. 오바마 대통령은 2013년 그의 사망에 “헬렌은 나를 포함해 미국의 대통령들에게 긴장의 끈을 놓지 않게 만들었다.”는 애도 성명을 발표했다.

여기 언론 사상 가장 ‘무서운’ 인터뷰어가 있었다. 이탈리아의 전설적인 여기자 오리아나 팔라치(1929~2006). 독재자나 권력자에 대한 그녀의 질문은 결코 친절하지 않았다. 그녀의 인터뷰는 상대의 아픈 곳을 물어뜯어 결국 과오를 자백하게 만들거나 내면의 진실한 답을 끌어내는 지독한 스타일이었다. 상대는 그녀에게 말려든 것을 후회했지만 그녀의 인터뷰 요청을 받지 못한 사람은 세계적 인물이 아니라는 말이 있었다.

이란의 지도자 호메이니를 인터뷰할 때 팔라치는 “여성에게 왜 차도르를 입히느냐.”는 도발적 질문을 던졌다. 호메이니가 “마음에 들지 않으면 입지 말라.”고 하자 입고 있던 차도르를 고리타분한 갈레조각에 비유하며 벗어던졌다는 일화가 있다. 헨리 키신저 전 미국 국무장관은 결국 “베트남 전쟁은 어리석었다.”고 털어놓았고 평생 후회했다고 한다.

그는 권력자의 천적이었다. “권력자들은 자신을 영웅이라 착각하고 사람들을 죽음으로 내몬다. 그들을 발가벗겨 고발하는 것이 저널리스트가 할 일이다.”라고 말했다. 그에게 인터뷰는 상대와의 전쟁이기도 했지만 자신과의 싸움이기도 했다.

“나는 수천 가지 분노를 가지고 인터뷰에 임했다. 그 수천 가지 분노는 수천 개의 질문이 되어 내가 상대에게 공격을 퍼붓기 전에 먼저 나를 공격했다.”

“인터뷰란 싸움이다. 남녀의 육체적 관계와 같은 것이다. 상대를 발가벗기고 자신도 발가벗은 채 서로가 숨기는 것 없이 인격 전부를 걸고 맞서는 싸움이어야 한다.”

개인 미디어가 발달하고 새로운 형태의 미디어들이 몇 달 사이로 등장하는 이 시대에 얼핏 질문은 올드미디어의 영역 같기도 하다. 로봇이 기사를 쓰는 시대가 오고 있다. 하지만 학자들은 로봇이 할 수 없는 건 질문을 던지는 일이라고 말한다. 로봇은 인지적 호기심을 가질 수 없다는 것이다.

작년 워싱턴에서 열린 세계편집인포럼에서 워싱턴포스트의 마틴 바론 편집국장은 이렇게 말했다.

“저널리즘은 어떤 집에 불이 났다고 말하는 게 아니다. 화재 소식은 목격자들의 SNS를 통해 순식간에 수백 만 건이 공유된다. 기자는 ‘왜 불이 났는가’를 묻는 것이다. 디지털 시대에 기자의 역할은 질문을 더 많이 던지는 일로 변할 것이다.”

바론 국장은 2016년 아카데미 작품상을 수상한 저널리즘 영화 ‘스포트라이트’에 나온 바로 그

인물이다. 보스턴글로브가 2002년 가톨릭 성직자들의 아동성추행과 은폐를 파헤친 보도로 풀리처상을 받을 때 탐사보도 전담인 스포트라이트팀을 지휘한 편집국장이었다. 이 영화에는 기자들이 질문하는 장면이 계속 나온다. 기자들은 진실을 알고 있지만 감추고 있는 가톨릭측 변호사들을 따라다니며 집요하게 묻고 또 물어서 결국 대답을 얻어냈다. 사실을 말하길 꺼리는 피해자들을 찾아내 진지하게 설득하고 대답을 얻지 못하면 다시 찾아가서 물었다.

다시 처음으로 돌아간다. ‘질문(質問)’의 ‘질’은 ‘바탕’, ‘꾸미지 아니한 본연 그대로의 성질’을 말한다. 기자는 그런 핵심을 물어야 하는 직업이다. 질문이 때로 거칠어 상대가 거북해 하더라도 그건 기자가 감당해야 할 몫이다. 기자는 질문으로 먹고 사는 유일한 직업이다. 기자는 영원한 질문자다. 상대로부터 “당신의 훌륭한 질문에 감사한다.”는 말을 들을 때 가장 행복한 존재여야 한다. 섭씨 18도의 기사를 쓰기 위해 100도의 열정으로 물어야 한다.

질문은 꼭 상대에게만 하는 건 아니다. 기자는 스스로에게도 끊임없이 질문하는 사람이어야 한다. 치열한 내적 의문이 사건의 본질에 대해 섬광 같은 통찰을 줄 수가 있다. 오리아나 팔라치가 자신도 발가벗고 숨김이 없어야 한다고 말했듯이.


기실 삶도 질문의 연속이 아닌가. 논어 자장(子張)편에서 자하(子夏)는 ‘박학이독지 절문이 근사 인재기중의(博學而篤志 切問而近思 仁在其中矣)’라고 했다. 널리 배우고 배우려는 의지를 돈독히 하며 간절하게 묻고 가까운 것부터 생각하면, 어진 것이 그 가운데 있다는 뜻이다. 인간

은 질문하는 존재(homo interrogatorius)다. 철학이란 결국 자기 자신에게 질문하는 것이다.

우리나라 사람들은 질문에 약하다. 질문은 무례라는 문화도 있다. 교육 현장도 그랬다. 묻고 답하는 토론보다 정답을 알아맞히는 교육을 받았다. 한국의 똑똑한 기자들이 미국 대통령이 준 질문 기회를 공중에 날려버린 건 이런 교육과 문화 때문인지도 모른다.

질문의 기회를 주지 않고 돌아서는 대통령의 등 뒤에 대고 “질문 있습니다.”라고 외쳐야 하는 게 기자다. 기자는 받아쓰기하는 학생이 아니고 담화발표장의 장식품도 아니다. 검찰청 포토라인에 선 정치인에게 “잘못을 인정합니까?”라고 묻지 말고 “왜 그랬습니까?”라고 따져야 한다. 빌 클린턴 미국 대통령의 섹스 스캔들 때 기자들은 대통령에게 “르윈스키의 옷에 묻은 액체는 대통령 것입니까?”라고 거침없이 물었다.

국민은 그런 질문을 들으면 통쾌하다. 사람들이 궁금하지만 할 수 없는 질문, 설사 기회가 오더라도 예의를 차리느라 완곡하게 할 수밖에 없는 질문, 그것을 직설적으로 시원하게 대신해주는 게 바로 기자라는 직업이다. 기자에게 침묵은 직무유기다. 기자는 자신의 영달을 위해 질문하는 존재가 아니다. 기자의 질문은 민주주의가 언론에게 위임한 자유이며, 국민이 기자에게 위탁한 권리다. 질문의 힘은 곧 언론의 힘이며, 그건 민주주의의 동력이다.

“질문 있습니다.” 

# 동영상 뉴스 콘텐츠의 혁신과 OTT 서비스

배기형 · KBS 월드사업부 프로듀서

이 글을 쓰고 있는 현재 광화문에서 주말마다 열리고 있는 촛불집회는 시민들의 자발적인 참여로 이루어지는 우리 사회의 변혁을 생생하게 보여준다. 거의 매주 백만 명 이상의 시민들이 운집한다고 하니 광화문 집회는 우리 사회의 가장 핫(hot)한 뉴스 현장이 아닐 수 없다. 많은 시민들이 분노와 희망을 안고 집회에 직접 참여하거나 뉴스를 통해 지켜보고 있으며 앞으로 상황이 어떻게 전개될지 주목하고 있다. 필자는 이러한 국민들의 자발적인 참여가 명예로운 시민 혁명으로 연결될 것인지에 대해 깊은 관심을 갖고 있지만 이 글은 광화문 집회의 정치·사회적인 함의가 아니라 뉴스 콘텐츠의 생산과 소비라는 관점에 집중해보고자 한다. 이 글은 생생하게 살아 펄떡거리고 있는 ‘뉴스’에 관한 이야기이며 지금 눈앞에 벌어지고 있는 현장에서 볼 수 있는 뉴스 생산과 유통 방식의 커다란 변화, 가히 미디어 혁명이라고 불러도 무방할 이슈에 관한 것이다.

## 광화문 촛불 집회와 미디어 혁명

광화문에서는 단지 집회 참여에 그치지 않고 1인 방송으로 그 현장을 라이브 중계하는 시민들을 어렵지 않게 만나 볼 수 있다. 직접 집회에 참여하지 못한 시민들은 페이스북과 같은 소셜 미디어 플랫폼에서 라이브 중계를 보며 실시간으로 광화문의 분위기를 읽고 현장을 소비한다. 물론 아직도 많은 사람들이 여전히 신문이나 TV 방송과 같은 전통적인 매체에서 뉴스를 소비하



고 있지만 스마트폰을 통한 뉴스 소비는 점차 증가하고 있다. 광화문에 넘실대는 촛불 파도타기의 모습은 촛불 그 자체의 불빛에 촛불 앱이나 스마트폰 손전등으로 비추는 조명이 총체적으로 합쳐진 영상의 물결이다. 이제 거의 모든 사람들이 스마트폰을 사용하고 있다는 사실을 보여주는 장면이기도 하다.

한국언론진흥재단에서 발표한 <디지털 뉴스 리포트 2016>에 따르면 우리나라는 신문이나 방송보다 온라인으로 뉴스를 보는 사람이 더 많고 특히 온라인 뉴스를 스마트폰으로 보는 사람의 비율은 무려 48%로 세계 1위다.<sup>1)</sup> 바야흐로 디지털 플랫폼의 뉴스가 종이신문과 TV 뉴스를 대체하고 있는 중이다. 디지털 플랫폼에서 가장 각광받는 것은 동영상 콘텐츠다. 동영상은 정보의 질량적 측면에서 텍스트나 정지 이미지에 비해 압도적인 우위에 있다. 특히 트래픽과 체류 시간 면에서 텍스트와 정지 이미지는 동영상 콘텐츠에 비견할 수가 없다. 무엇보다 동영상 콘텐츠는 현장감 있는 콘텐츠를 선호하는 이용자의 욕구를 정면으로 겨냥한다. 이러한 동영상 콘텐츠를 플랫폼에서 소비할 수 있도록 하는 기술적인 기반이 OTT(Over the Top) 서비스이다. OTT 서비스는 애초 셋톱박스를 통한 동영상 서비스에서 비롯된 용어이지만, 지금은 셋톱박스의 유무를 떠나 모든 인터넷 기반의 동영상 서비스를 포괄하는 의미로 쓰이고 있다. 즉 기존의

1) 김영주 외 (2016). <디지털 뉴스 리포트 2016>. 한국언론진흥재단 미디어연구센터.

방송 서비스가 방송 전용망을 통해 콘텐츠를 전송하는 것을 가리켰다면, OTT 서비스는 인터넷을 이용한 데이터 스트리밍 기술로 콘텐츠를 전송하는 서비스를 총체적으로 일컫는다. OTT 서비스의 등장 배경에는 broadband 환경의 개선과 전송기술의 향상 그리고 이용 가능한 단말기의 확대라는 기술적 발전이 자리하고 있다. OTT 서비스는 기존의 방송보다 콘텐츠 플랫폼에 대한 소비자의 접근을 보다 용이하게 하는 한 단계 업그레이드 된 형식의 미디어 서비스다.<sup>2)</sup>

다시 광화문으로 돌아가 보자. 광화문에서는 전통적인 미디어 담론들과는 다른 방식으로 콘텐츠가 생산, 소비(유통)되고 있다. 우선 주목해 볼 것은 1인 미디어의 대중화다. 예전에는 뉴스 콘텐츠를 방송하려면 대규모 인력과 기술 시스템이 필요했다. 그러나 디지털 테크놀로지의 비약적 발달로 이런 기술 조건들은 더 이상 문제되지 않는다. 누구나 동영상 콘텐츠의 제작과 송출에 접근할 수 있을 만큼 대중화 되었다. 유튜브와 페이스북 등은 자신이 제작한 콘텐츠를 전달할 수 있는 플랫폼에 대한 접근성을 획기적으로 높였다. 이에 따라 그동안 단순 소비자로 간주되던 개인들이 이제 적극적으로 콘텐츠를 제작하고 공유하는 생산자와 유통자로 변모했다. 동영상 콘텐츠의 제작 진입 장벽이 낮아지고 소셜 미디어가 확산되면서 개인들이 소비자인 동시에 창작자가 된 것이다. 따라서 기존 언론사들의 독과점적인 시장 지위가 흔들리는 것은 그리 놀라운 일이 아니다. 인터넷과 모바일 기반의 새로운 플랫폼을 통한 콘텐츠 유통이 부각되면서, 지상파와 종합편성채널 중심의 소수 사업자가 지배하던 동영상 뉴스 콘텐츠 시장은 급속히 재편되고 있다. 기존 언론 플랫폼의 광고 수익 감소는 당연하다. 이러한 환경 변화는 기존 언론사들로 하여금 생존을 위해 변화할 것을 요구한다. OTT 서비스를 활용해 온라인으로 뉴스를 유통하는 방식과 온라인에 적합한 뉴스 콘텐츠의 생산에 대해 고민하게 만드는 것이다. 결국 기존 언론사들도 자체 홈페이지 혹은 트래픽이 높은 페이스북이나 트위터 등 소셜 미디어를 플랫폼 삼아 온라인으로 동영상 뉴스 콘텐츠를 제공하는 서비스를 시도하게 되었다. 이러한



2) 배기형 (2015). <OTT 서비스의 이해>. 커뮤니케이션북스.

움직임은 기존 언론들이 변화하는 미디어 환경에 대응하여 OTT 서비스 생태계에 적응하고자 하는 몸부림이다. 신문이나 방송과 같은 전통 미디어 플랫폼을 유지하면서도 온라인 컨버전스(convergence)를 통한 시너지 효과를 꾀함으로써 치열한 미디어 시장 경쟁에서 도태되지 않고 생존할 방안을 모색하는 것이다.

OTT 서비스 시대의 시민들은 뉴스가 궁금할 때 소셜 미디어 플랫폼에 접속하여 내가 선택한, 혹은 친구가 추천해 준 뉴스 콘텐츠를 온라인으로 소비한다. 직접 뉴스 콘텐츠를 제작해 소셜 미디어를 통해 유통할 수도 있다. 콘텐츠를 직접 만들지는 않더라도 ‘좋아요’를 누르거나 댓글을 달면서 콘텐츠 제작에 ‘참여’할 수 있다. 이렇듯 OTT 서비스는 시청자들의 소통 욕구를 충족시키며 소비자 참여도를 획기적으로 높여 기존의 뉴스 콘텐츠 유통 방식에서는 얻기 힘들었던 정서적 유대감을 갖게 한다. OTT 서비스를 통한 뉴스 콘텐츠 유통은 수평적 연결 구조로 생산자와 소비자의 네트워크를 강화해 뉴스에 대한 접근성을 높였고 그 결과 더욱 참여적이고 개방적인 미디어 환경을 구현해 냈다. 이렇듯 OTT 서비스는 뉴스 콘텐츠 유통과 소비의 패러다임을 바꾸었다. 바로 소비자 중심의 미디어 시장과 환경이 구축된 것이다. 다시 말해 뉴스에 대한 접근과 선택권이 오롯이 소비자에게 주어졌다. 가히 미디어 혁명이라 할 수 있지 않겠는가?

## OTT 서비스와 뉴스 콘텐츠의 변화

OTT 서비스를 통한 양방향 커뮤니케이션 환경이 도래하면서 이용자들은 단순히 뉴스를 제공받는 소비자 역할에서 뉴스를 만드는 생산자의 역할도 함께 할 수 있게 되었다. 또 친구들과의 공유라는 형식으로 뉴스 전달 및 확산과정에서 ‘유통자 역할’까지 행사하게 된 것은 주지의 사실이다. 시민들이 각자의 관심사와 의견에 따라 뉴스의 생산과 유통에 대해 각기 다른 경험을 하게 됨으로써 뉴스 콘텐츠에 대한 정치, 사회적 함의 또한 달라질 수밖에 없게 되었다. 뉴스는 일반적으로 ‘새로운 소식과 내용을 담은 정보’라고 정의할 수 있다. 전통적으로 정치, 경제, 사회 각 분야의 소식 이외에도 날씨나 스포츠, 연예, 상품 정보와 같이 개인의 기호를 반영한 생활에 밀접한 정보들도 주요한 뉴스로 여겨지고 있다. 그렇지만 미디어 환경이 급변하는 지금 뉴스의 의미와 내용은 뚜렷이 증폭되고 있음을 알 수 있다. 새로운 소식과 관련된 의견, 정보뿐만 아니라 소비자가 ‘공감’하고 소비 할 수 있는 모든 트렌드와 정보도 뉴스로서의 가치를 지닌다. 친구가 추천한 정치, 사회적인 의견이 곧 뉴스가 되는 것이다. 따라서 이를 포괄하자면 ‘뉴스’ 보다는 ‘뉴스 콘텐츠’라고 확장하여 이해하는 것이 바람직해 보인다. 또 쇼핑, 꿀팁 정보, 유행어와 신조어, 연예계 뒷얘기, 우스갯소리와 유머 동영상 등 현재 회자되고 있는 모든 이슈가 ‘뉴스화’되

고 있다. 이런 점에서 ‘뉴스 콘텐츠’는 전통적인 관점에서 ‘아직 알려지지 않은 소식’이라기보다는 이용자가 뉴스를 소비하는 행위에 방점을 두고 ‘소비의 내용이 되는 정보 콘텐츠’로 이해하는 것이 자연스러울 것 같다. 즉, ‘뉴스 콘텐츠’는 ‘매스미디어를 매개로 하는 보도’에 결코 제한되지 않는다. 우리 사회의 현상과 관심이 드러나는 모든 것들이 뉴스 콘텐츠이다.

PC와 스마트폰이 보편화되면서 오프라인 신문 지면과 TV에서 뉴스를 소비하던 습관이 온라인 포털로 옮겨온 지는 이미 오래되었다. 포털사이트는 검색과 커뮤니티 서비스뿐만 아니라 뉴스 서비스를 제공하여 이용자를 끌어 모으기 시작했고, 이용자들은 포털이 보여주는 뉴스를 그대로 읽거나 뉴스 가판대의 메뉴에서 내가 선택한 뉴스를 읽는다. 또한 이용자는 검색어를 통해 내가 찾은 뉴스를 소비하게 되었다. 이렇게 포털은 최근 몇 년 동안 뉴스 소비의 주 플랫폼으로서 기능했다. 그렇지만 포털이 차지하던 절대적 지위는 최근 많은 사람들이 페이스북이나 트위터 같은 소셜 미디어에서 뉴스 콘텐츠를 소비하면서 흔들리기 시작한다. 페이스북과 같은 소셜 미디어에서 소비되는 뉴스는 이전까지와는 다른 포맷, 즉 동영상 형식으로 많이 소비되고 유통되고 있다. 애초 미디어를 통해 유통 되는 뉴스는 ‘텍스트’를 기반으로 시작했다고 보는 것이 일반적이다. 이후 영상매체가 발달하면서 ‘텍스트’ 보다 ‘이미지’의 감성적 소구력이 더 각광을 받기 시작했고, 포토저널리즘이 한껏 영향력을 발휘하게 된다. 그렇지만 정지된 이미지보다는 움직이는 이미지가 더욱 강력한 소구력을 지니는 것은 두말할 나위 없다. 똑같은 뉴스 콘텐츠를 전하더라도 소비자 입장에서 어떤 포맷으로 소구하느냐에 따라 그 반응이 확연히 달라질 수 있다. 뉴스 생산자와 유통자들은 동영상이 다른 형식의 뉴스 콘텐츠에 비해 보다 큰 소구력으로 더 많은 트래픽을 견인하고 있다는 것을 간파했다. 특히 온라인에서의 뉴스 콘텐츠 포맷은 소비자 도달률을 높이는 동영상 형식이 많이 시도되고 있다. 이용자를 끌어들이고 체류 시간을 늘리는 데에는 동영상 콘텐츠의 위력이 절대적이기 때문이다.

전세계 언론사들은 이러한 미디어 패러다임 변화에 적응하기 위해 너도 나도 동영상 라이브 중계에 뛰어들고 있다. 미국에서는 2016년 9월, 대선 토론을 기점으로 페이스북, 유튜브, 트위터 등 소셜 미디어뿐만 아니라 CBS, NBC, CNN 등 거의 모든 영향력 있는 방송사들이 동영상 뉴스를 온라인에서 라이브로 중계하기 시작했다. 케이블 뉴스의 대명사 CNN은 자체 홈페이지를 통해 뉴스 동영상 라이브 서비스를 제공했는데, 2천7백만 명이 라이브 영상을 시청했고 동시 접속자수는 230만 명까지 기록했다고 한다. 대개 케이블 뉴스 채널의 평균 시청자수가 2~3백만 명임을 감안할 때 그에 상응하는 트래픽이 온라인 동영상 라이브 중계에서 발생한 것이다.<sup>3)</sup>

동영상 라이브 중계가 소비자에게 유통되는 방식은 방송이 아닌 데이터 전송, 즉 스트리밍 기

3) 김조한 (2016. 11. 10). 대선 개표 방송이 라이브 스트리밍 시대를 열다. URL: <https://brunch.co.kr/@zohani/65>

술을 이용한 OTT 서비스이다. OTT 서비스에서 소비자의 고유한 권리는 클라우드에 존재하는 콘텐츠에 대한 접근과 선택권이다. 또 OTT 서비스는 소통에 능하다. 경쟁력 있는 뉴스 플랫폼은 소비자와 소통하며 뉴스 콘텐츠를 찾아내고, 소비자가 원하는 방향으로 뉴스 콘텐츠를 분류해 전달한다. 소비자들의 피드백은 바로 뉴스 콘텐츠에 반영된다. OTT를 통한 뉴스 콘텐츠 서비스는 기존 언론보다 개방적이고 신속한 대응이 가능하다. 요약하면 OTT 서비스 시대의 뉴스 콘텐츠 생산과 유통은 미디어 이용의 패러다임이 소비자 중심으로 이동했다는 것이다. 이것은 앞으로 OTT 서비스가 기존의 패키지 판매에서 탈피하여 소비자가 원하는 뉴스 콘텐츠만 선별적으로 제공하는 알라카르테 (A-La-Carte)<sup>4)</sup> 형태의 서비스로 진화하는 것을 의미한다. OTT 서비스로 인한 뉴스 콘텐츠의 생산과 유통의 패러다임 변화를 읽어내는 것은 저널리스트 모두에게 주어진 숙제다.

## 동영상 뉴스 콘텐츠 유통의 실제

OTT 서비스를 통한 뉴스 콘텐츠 유통의 경향을 극명하게 보여준 것은 지난 미국 대선이다. CNN은 자사의 케이블 채널뿐 아니라 홈페이지에서 스트리밍 서비스를 통하여 대선 투표표 실황을 중계했다. 미국 대선 사상 처음으로 페이스북이 라이브 방송 중계에 직접 뛰어 들었다. ABC 뉴스, 워싱턴포스트,



뉴욕타임스 등 미국의 유력 언론 매체들도 페이스북을 통한 라이브 중계에 참여하였다. 트위터는 버즈피드와 제휴하여 생방송으로 뉴스 중계를 진행했는데, 대선 당일에만 약 320만 명이 트

4) 알라카르테는 레스토랑의 코스 요리에서 개개의 요리마다 가격을 책정해 놓고 고객이 전체에서 후식까지 따로 선택 주문할 수 있는 방식을 말하는데 시청자가 원하는 채널만 골라 그에 대한 요금만 내고 시청하는 유료방송 요금제를 알라카르테 방식이라고 한다[배기형(2016), <OTT 서비스의 이해>, 커뮤니케이션북스, 67-68면].

위터를 통해 대신 라이브 방송을 시청했다고 한다.<sup>5)</sup> 콘텐츠 전송 네트워크 전문기업인 아카마이(Akamai Technologies)에 따르면 대선 당일 1초당 7.5 테라바이트의 트래픽이 기록되었다고 한다. 이것은 실시간 비디오 스트리밍 대신 개표 방송이 단일 뉴스 보도로는 최대 트래픽을 기록했다는 것을 의미한다.<sup>6)</sup>

우리나라에서는 앞서 언급했듯 최순실 게이트와 관련한 광화문 집회가 기존 미디어 지형이 완전히 흔들린 것을 보여주는 상징적인 사건이 되었다. 모바일을 통해 스포츠 콘텐츠를 소비하게 된 본격적인 계기가 리우 올림픽이었다면, 광화문 집회는 뉴스 콘텐츠의 동영상 라이브 시대를 열었다고 할 수 있다. 팩트TV와 오마이TV 등 인터넷 미디어들은 자체 홈페이지와 아프리카TV, 유튜브 등의 플랫폼을 통해 광화문 촛불 집회 현장을 라이브로 중계했다. 팩트TV의 라이브 동영상 뉴스 시청자는 10월 29일 첫 집회에 80만 명, 11월 12일에는 150만 명으로 시청자가 늘었다. 11월 12일 오마이TV의 라이브 중계도 조회 수만 430만 건을 기록했다. 한겨레, 시사IN 등도 페이스북과 유튜브를 통해 라이브 중계에 나섰으며 11월 12일 한겨레TV의 방송 조회 수는 100만 건에 이른 것으로 알려졌다.<sup>7)</sup>

동영상 뉴스 콘텐츠 확산의 전조(前兆)를 따지자면 몇 해 전으로 거슬러 올라간다. 애초 국내에서 스트리밍 서비스를 이용한 뉴스 유통을 이끈 것은 ‘뉴스타파’, ‘국민TV’, ‘프레시안’ 등 인터넷 대안 뉴스 미디어들이다. 이들 매체들은 보수적인 기조의 기존 언론과 비교되며 탐사 저널리즘에 대한 진보 진영의 대안 미디어로 등장했다. 허핑턴포스트(The Huffington Post)도 한겨레와 함께 2014년 2월 <허핑턴포스트코리아> 서비스를 시작했다. 허핑턴포스트코리아는 이용자들이 SNS상의 친구들과 교류하면서 뉴스 콘텐츠에 대한 관여도와 트래픽을 높이도록 설계되었다. 이러한 대안 인터넷 뉴스 미디어들은 세분화된 시청자들의 의미 있는 호응과 스마트폰의 보급에 힘입어 상당한 수준의 트래픽을 기록하게 되었다.

온라인에서 뉴스 콘텐츠를 소비하는 경향이 점점 강화되자 레거시 미디어들도 OTT 서비스를 이용한 뉴스 서비스에 뛰어들게 된다. 2013년 종합편성채널 JTBC는 메인 뉴스 프로그램을 포털 사이트를 통해 생중계하는 서비스를 시작했다. 당시만 해도 국내 TV 방송사가 그동안 시도해보지 않았던 새로운 뉴스 유통 방식이었다. JTBC는 포털인 네이버와 다음뿐만 아니라 동영상을 공유하는 소셜 플랫폼인 유튜브에서도 중계하기 시작했다. 이러한 유통의 다원화는 JTBC 뉴스의 이용량 증가를 가져왔다. JTBC가 메인 뉴스 온라인 생중계를 시작한지 3주 만에 누적

5) 안희정(2016. 10. 20.). 트위터. 美대선 3차 TV 토론회 생중계. <지디넷코리아>. URL: [http://www.zdnet.co.kr/news/news\\_view.asp?article\\_id=20161020090828&type=det&re=#csidxb22404d193deb518cd26fc5530e2f79](http://www.zdnet.co.kr/news/news_view.asp?article_id=20161020090828&type=det&re=#csidxb22404d193deb518cd26fc5530e2f79)

6) 아카마이 홈페이지. 2016년 11월 8일 - 스트리밍 비디오의 역사적 쾌거. URL: <https://www.akamai.com/kr/ko/media-and-delivery/us-election-debate-video-streaming.jsp>

7) 남지은(2016. 11. 27.). ‘촛불’ 열기에 방송도 활황. <한겨레>. URL: <http://www.hani.co.kr/arti/culture/entertainment/772198.html>

시청자 수가 100만 명을 돌파했다.<sup>8)</sup> 이는 지상파 방송사들을 자극하여 이후 KBS도 메인 뉴스 프로그램인 〈뉴스9〉를 다음에서 생중계하기 시작했다. 동영상 콘텐츠의 라이브 중계 플랫폼을 확보하려는 뉴스 매체들의 치열한 경쟁이 시작된 것이다.

OTT 서비스는 전통적인 뉴스 콘텐츠 생산자와 유통자의 관계를 뒤틀어 버렸다. 포털이 뉴스 유통에서 ‘갑’이 되지는 이미 오래되었다. 그러나 최근 뉴스 유통의 중심이 포털에서 소셜 미디어로 이동할 조짐이 보이고 있다. 네이버가 보여주는 뉴스를 소비하기보다 페이스북이 나의 기준으로 선별한 뉴스 콘텐츠를 소비할 가능성이 커지고 있는 것이다. 뉴스 콘텐츠 소비의 중심축이 포털에서 소셜 미디어로 이동하는 경향은 미국발(發) 전 세계향(向)이다. 미국 실리콘밸리의 글로벌 메이저 기업들은 앞다투어 혁신적인 뉴스 서비스를 내놓고 있다. 페이스북은 2015년 5월 뉴욕타임스, 버즈피드를 비롯한 유력 매체들과 제휴하여 ‘인스턴트 아티클’이라는 뉴스 서비스를 시작했다. 이 서비스는 뉴스 소비자의 사용자 경험을 극대화한 것으로서 뉴스피드에 보이는 인스턴트 아티클을 클릭하면 사용자는 언론사 웹사이트로 이동하지 않고도 바로 기사를 읽을 수 있다. 인스턴트 아티클은 페이스북의 자체 퍼블리싱 툴을 통해 이미지와 동영상뿐 아니라 최근 페이스북에서 집중 투자하고 있는 ‘라이브 동영상’ 기능까지 다양한 인터랙티브 경험을 제공한다. 트위터도 2015년부터 라이브 서비스인 ‘페리스코프’를 통해 실시간 라이브 영상을 타임라인에서 자동재생 할 수 있도록 했다. 페리스코프는 출시 4개월 만에 사용자 1천만 명을 넘겼고 1년 만에 2억 회의 방송 횟수를 기록했다.<sup>9)</sup> 애플은 운영체제 iOS9부터 ‘애플 뉴스’를 탑재하여 뉴욕타임스를 비롯한 50개 언론사의 뉴스 콘텐츠를 제공한다. 이것은 소비자 취향에 맞추어 콘텐츠를 추천해주는 뉴스 큐레이션 애플리케이션이다. 페이스북과 애플 등 내로라하는 사업자들이 뉴스 최적화 사업에 뛰어드는 이유는 무엇일까? 그 이유는 바로 뉴스 콘텐츠가 소비자를 유인하는 힘이 강력하기 때문이다. 뉴스 사업에 뛰어드는 플랫폼 사업자들의 속내는 뉴스 소비자들을 자신들의 플랫폼 생태계 내에 잡아두겠다는 ‘이용자 이탈 방지’이다. 일단 찾아온 손님이 다른 사이트로 가지 못하도록 자신의 플랫폼 가두리 안에서 필요한 콘텐츠를 소비하게 함으로써 체류시간을 늘려 광고 수익을 제고하겠다는 전략으로 분석된다.

8) 이윤석(2016. 11. 20.) JTBC 뉴스, 페이스북서 날개 달았다. URL: <http://inmyop.blog.me/220866507974>

9) 이호기(2016. 11. 7.). “여기는 현장입니다”...스마트폰만 있으면 누구나 개인 생방송. 〈한국경제신문〉. URL: <http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2016110758591>

## 뉴스 패러다임 변화와 OTT 서비스의 미래

뉴스의 패러다임은 바뀌었다. 뉴스의 제작, 유통, 소비의 과정이 변했고 제작자와 소비자의 구분이 없어졌으며 '새로운 소식'이라고 이해되던 뉴스의 정의나 개념마저도 모호해졌다. 뉴스 콘텐츠의 소셜 라이브 스트리밍 시대를 맞은 것이다. 그렇지만 변하지 않은 것은 사람들의 뉴스에 대한 관심과 소비이다. 우리가 뉴스에 관심을 갖는 이유는 분명하다. 그것은 뉴스가 아주 매력적이고 강력한 콘텐츠이기 때문이다. 시간과 장소에 관계없이 사람들의 관심을 끄는 데에 최적의 콘텐츠가 바로 '뉴스'이기 때문이다. 24시간 업데이트 되고 있다는 점도 뉴스 콘텐츠의 매력을 더한다. 늘 새로운 소비 수요가 발생하기 때문이다. OTT 서비스는 그 기술적 특성상 '언제, 어디서나 콘텐츠를 편리하게 소비할 수 있다(time and place shift)'는 점에서 기존 언론보다 진일보한 소비자 서비스를 구현했다고 볼 수 있다. OTT 서비스가 주도하는 미디어 환경에서는 소비자의 요구와 선택이 존중된다. OTT 서비스의 급격한 확산 동력은 소비자의 니즈(needs)에 기반한 콘텐츠 서비스 제공에 있다. 아래 몇 가지 키워드를 통해 소비자 중심으로 귀결될 수밖에 없는 OTT 서비스 시대의 뉴스 콘텐츠의 전망과 과제를 조명해보고자 한다.

### 1) 뉴스 콘텐츠 큐레이션

OTT 서비스 중에서도 소셜 미디어를 통한 뉴스 소비의 확대는 주변 사람들의 뉴스 공유 및 '좋아요' 등 사회적 추천 반응에 의존해 뉴스를 선택하는 소비자들의 콘텍스트(context)를 파악하고 이해하여 콘텐츠 추천에 활용한 결과다. 뉴스 미디어 입장에서는 콘텐츠 큐레이션이 보다 중요해졌다. 큐레이션(curation)은 통상 미술관이나 박물관에서 기획자가 일정한 주제에 맞춰 작품을 선별해 전시하는 것을 뜻하는데, '콘텐츠 큐레이션'은 플랫폼과 콘텐츠가 넘쳐나는 미디어 환경에서 소비자들의 입맛에 맞는 유의미한 콘텐츠를 찾아 분류하고, 가공하는 일을 의미한다. 즉 수많은 콘텐츠를 특정한 목적을 갖고 수집하고 편집하여 이용자의 니즈(needs)에 부합하는 콘텐츠만을 제공하는 서비스를 말한다. 소비자가 원하는 알짜배기, 가치 있는 콘텐츠의 선별과 공유가 중요해짐에 따라 이제 큐레이션은 필수 전략이 되었다. 뉴스 큐레이션은 '어떤 뉴스를', '어떻게



편집하여 배치할 것인지를 정하는 것이다. 유능한 뉴스 큐레이터는 소비자들과 소통하며 그들이 원하는 뉴스 콘텐츠를 찾아내고 분류하여 소비자가 원하는 방향으로 콘텐츠를 변화시킨다. 소비자들의 피드백이 즉시 뉴스 콘텐츠에 반영되는 것이다. 과거에는 글과 사진 검색 기능을 통해 큐레이팅하는 포털에 권력이 있었다면, 앞으로는 동영상 콘텐츠를 큐레이팅하는 소셜 플랫폼이 뉴스 미디어 생태계의 주도권을 쥐게 될 것으로 전망된다.

## 2) 소비자 경험 최적화

뉴스 콘텐츠 큐레이션의 확산은 미디어 이용의 패러다임이 개인화(personalization) 중심으로 전환되고 있음을 보여준다. 따라서 미디어 업계의 핵심과제는 개인화 된 소비자들이 언제 어디서나 원하는 콘텐츠를 개별적으로 소비할 수 있게 하는 것이다. 이에 따라 콘텐츠를 유통하는 플랫폼 사업자는 개인의 다양한 콘텐츠 이용 이력과 취향을 분석하여 소비자 정보로 삼는다. 빅 데이터 분석을 통해 개인화된 소비자에 대한 고객 맞춤 서비스(customization)가 콘텐츠 비즈니스의 핵심이 되는 것이다. 뉴스 콘텐츠를 전달하는 다양한 플랫폼과 서비스가 증가하면서 유통 방식과 유통구조의 다각화는 주목할 만하다. 기존 언론사들은 트래픽이 몰려있는 소셜 플랫폼에 뉴스 서비스를 얹는 방식을 경쟁적으로 선택하게 될 것이다. 미디어 소비 공간이 된 페이스북이라는 플랫폼에 노출시켜 소비자가 자연스럽게 뉴스 콘텐츠를 소비할 수 있게끔 하는 것이다. 이 모든 것은 뉴스 서비스에 대한 소비자의 접근성을 높이기 위한 전략이다. 여기에 고해상도 이미지와 자동 재생 기능, 해외 저작물에 대한 번역 캡션 기능, 이모티콘 형태의 ‘좋아요’ 및 코멘트 기능 등 다양한 인터랙티브 기능이 소비자경험(UX)을 중심으로 서비스 된다. 뉴스 콘텐츠에 붙는 광고마저 소비자가 그 콘텐츠를 소비하는 상황과 광고 상품이 사용되는 과정에서의 소비자 경험이 고려되고 있다.

## 3) 신뢰할 만한 뉴스 콘텐츠

미디어 환경이 변해도 사람들은 여전히 ‘우수한’ 콘텐츠를 원한다. 미디어 소비는 온디맨드(on-demand) 형태로 전화되고 있으며 신뢰할 만한 뉴스 콘텐츠의 위력은 갈수록 커지고 있다. 핵심 가치는 얼마나 양질(良質)의 뉴스 콘텐츠를 제공할 수 있느냐이다. 충성 고객들은 페이스북이나 유튜브와 같은 동영상 플랫폼에서 자기가 좋아하는 콘텐츠를 검색해 ‘구독(subscription)’한다. 따라서 OTT 서비스 시대에는 ‘신뢰할 만한 뉴스 콘텐츠’에 대한 사용자의 참여(engagement)가 높을 수밖에 없다. 이번 최순실 게이트를 보도한 매체 가운데 JTBC의 브랜드 영향력 성장은 주목할 만하다. 광화문 집회 기간 중 JTBC 메인 뉴스의 시청률은 동시간대 지상파 방송사(MBC, SBS)의 약 두 배에 달했다. 보도 신뢰도와 만족도 조사에서도 여타 매체들을

가능하였다.<sup>10)</sup> 해외에서는 영국의 BBC와 같이 시청률이나 조회수 등 상업적 영향력에서 자유로운 비영리 공영방송이 주로 높은 매체 충성도와 신뢰도를 얻고 있는 것에 비해, 국내에서는 공영방송이 아닌 상업방송이 이러한 영향력과 신뢰를 획득하고 있다는 점에서 이색적이다. 앵커 개인에 대한 뉴스 소비자들의 믿음이 채널 브랜드에 대한 믿음으로 이어졌고, 뉴스 생산자와 유통 채널에 대한 신뢰가 자연스럽게 충성도와 몰입도 높은 콘텐츠 소비 행태를 낳은 것으로 분석된다. JTBC 뉴스가 보여준 온라인 플랫폼 전략도 주목할 만하다. 수시로 편성되는 뉴스 특보를 페이스북 라이브로 내보냈고 뉴스앱은 메인뉴스가 방송되는 시간에는 온에어 화면이, 뉴스가 끝나면 다시보기가, 평상시에는 ‘앵커 브리핑’과 같은 킬러 콘텐츠가 첫 화면에 나가도록 시청자 맞춤형으로 구성하였다. 그 결과 시청자 수뿐만 아니라 ‘좋아요’나 댓글 공유 같은 유저 인게이지먼트(user engagement)가 급증하였다. 이는 OTT 서비스 시대에는 소비자의 요구에 부응하는 신뢰할만한 뉴스 콘텐츠를 생산해내지 못하고, 유통 방식 변화에 적절히 대처하지 못하면 이용자 이탈을 피할 수 없다는 것을 시사한다.

#### 4) 참여의 광장, 소셜 미디어

소셜 미디어의 가장 큰 장점은 바로 ‘참여’에 있다. 소셜 미디어 플랫폼은 입소문의 광장이기 때문이다. 친구가 주장하거나 추천하는 뉴스 콘텐츠가 네트워크를 통해 여러 친구들에게 공개되고 바로 피드백이 공유된다. 그래서 ‘누구나 곧 미디어(Everyone is Media!)’가 되는 시대인 것이다. OTT 서비스 시대에 뉴스 콘텐츠의 성공 기준은 얼마나 입소문이 나서 자발적으로 공유하는가에 있다. 초기에는 친구 만들거나 엔터테인먼트가 주목적이었던 페이스북과 같은 소셜 미디어가 이제는 정치적, 사회적 지향이 비슷한 사람끼리 의견을 전파하는 시민 저널리즘의 장(場)으로서 역할을 담당하게 되었다. 여기에서 OTT 서비스는 경쟁력을 갖는다. 소셜 미디어를 이용한 1인 방송은 디지털 시대 뉴스 유통의 대안으로 부상했다. 이제 사람들은 각 분야에서 전문성을 인정받은 개인의 경험과 평가를 신뢰한다. OTT 서비스는 이용자의 자유로운 피드백을 통해 수천만 명의 사용자들을 모을 수 있다. 다수에게 참여가 보장되고 개방된다는 것은 뉴스 콘텐츠의 공유를 통해 창발적인 공동체를 형성할 수 있다는 것을 의미한다. OTT 서비스가 우리 사회의 민주화에 기여한다고 보는 이유이다.

10) 하수영(2016. 11. 2.). 국민 2명 중 1명 “JTBC로 박-최 게이트 접한다”. (PD저널). URL: <http://www.pdjournal.com/news/articleView.html?idno=59782>

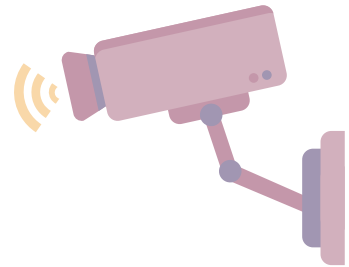




# CCTV에서 드론까지

- 길 위의 감시자들과 초상권

백대용 · 법무법인 세종 변호사



## I. 들어가며

요즘 사람들은 페이스북, 유튜브, 트위터, 인스타그램 등 다양한 소셜네트워크서비스(SNS)에 자신의 얼굴과 신상정보, 친구관계, 가족 등을 자발적으로 공개하는 것을 주저하지 않는다. 아니 심하다 싶을 정도로 자신의 다양한 사생활을 적극적으로 공개한다. 그러나 다른 한편으로 누군가가 자신의 정보를 허락, 동의 없이 사용하는 것에 대해서는 매우 엄격하다. 심리학자가 아닌 필자로서는 스스로 자신의 정보를 거리낌 없이 공개하면서도 다른 사람이 동의 없이 그 정보를 사용하는 것에 대해서는 불편한 마음을 가지는 사람들의 속내를 짐작하기가 쉽지 않다.

자발적으로 공개한 정보에 대한 이중적인 태도를 바탕으로 자발적으로 공개하지 않은 정보에 대해 사람들이 어떤 태도를 보일지는 쉽게 예상해 볼 수 있다. 그런데 의외로 사람들은 자발적으로 공개하지 않은 정보를 수집·이용하는 행위에 대해 무척 관대하다. CCTV를 예로 들어 보자. 아동학대 사건이 발생하자 어린이집에 CCTV 설치를 의무화했다. 등산로에서 살인사건이 발생하자 모든 등산로에 CCTV를 설치하겠다고 야단법석이다. CCTV가 많이 설치된 지방자치단체에 대한 선호도가 높아지고 CCTV 설치에 적극적이지 않은 지방자치단체에 대해서는 범죄를 방치하는 것 아니냐는 지역 주민의 비난이 쇄도하기도 한다. 도대체 어찌된 영문일까. 사람들은 자신들의 일상이 CCTV를 통해 모니터링 되기를 절대로 원하지 않으면서 CCTV를 통해 다른 사람들의 일상을 모니터링 하는 것이 당연하다고 생각한다. 이런 모순을 어떻게 이해할 수 있을까.

영상정보처리기기의 활용과 사생활 또는 초상권보호에 대한 사람들의 이중적인 인식이 초래하는 괴리는 생각보다 심각하다. 그리고 이러한 괴리가 발생하면 법원은 특별한 사정이 없는 한 사생활 보호에 무게

중심을 둔다.<sup>1)</sup> 그런데 기술은 하루가 다르게 눈부시게 발전하고 있고 그로 인한 사생활 침해의 가능성도 높아지고 있는 상황임을 고려해 본다면 양자 사이에 조화를 도모할 필요성 또한 날로 증가하고 있다고 할 수 있다. 이 글은 이에 대한 간략한 고찰이다.

아래는 조만간 우리가 마주할 미래의 모습 중 하나이다. 상상으로 만들어 낸 일상이기는 하지만 영상정보처리기술의 활용과 사생활 보호의 긴장관계는 앞으로도 진행형일 수밖에 없음을 알 수 있다.

### 장면 1

하루하루가 매우 편리하다. 아침에 일어나 화장실에서 세안을 할 때마다 거울에 설치된 안면인식시스템이 나의 얼굴 스캔을 통해 건강 상태를 분석한 뒤 그날 컨디션에 따른 아침식사와 옷차림 등을 준비해 준다. 승용차를 운전하던 대중교통을 이용하던 양 손을 사용할 일이 거의 없다. 홍채나 안면인식기술이 적용된 카메라가 나의 신분을 확인해 주고 물건을 사용할 권한을 부여해 주며 정산도 알아서 처리해 준다. 사거리마다 하나씩 떠 있는 드론은 교통경찰을 대신해 수많은 자동차와 보행자를 분석한 후 최적의 교통신호 시스템을 유지할 수 있도록 해 준다. 나의 일상은 거리 곳곳에 설치되어 있는 CCTV나 내가 지닌 RFID(전자태그)를 통해 실시간으로 수집되고, 길바닥에 설치되어 있는 디지털 사이니지<sup>2)</sup>는 이를 분석하여 발걸음을 디딜 때마다 나의 나이, 성별, 인종, 개인적 취향 등에 따른 다양한 정보를 제공해 준다.

### 장면 2

하루하루가 마치 지옥과 같다. 사소한 실수로 작은 범죄를 하나 저지르게 된 뒤로 나의 삶은 감옥과 같이 변해 버렸다. 개정된 형사소송법에 따라 작은 범죄 행위의 경우, 굳이 감옥에서 수감생활을 할 필요까지는 없게 되었지만 그 대신 사회적 감시는 더욱 철저해졌다. 사람들의 항의로 CCTV나 드론이 개인의 사적인 영역까지 들어오지는 못

1) 이승환 (2015. 8. 6.). 머드축제 포스터에 내 얼굴 나왔다면 법 “초상권 보호절차 생략 배상하라”. <파이낸셜뉴스>. URL: <http://www.fnnews.com/news/201508061812027645>

이 사건의 내용은 다음과 같다. 2013년 충남 보령시와 재단법인 보령머드축제조직위원회는 보령머드축제 홍보 포스터 공모전을 개최해 A씨가 제작한 작품을 대상으로 선정했다. A씨는 2011년 열린 보령머드축제에 참가했던 사람들이 양손을 들고 환호하는 사진을 포스터 하단에 길게 배치했다. 사람들의 팔과 손이 주를 이룬 하단 사진에서 누군가의 어깨 위에 목마를 탄 듯한 B씨의 얼굴이 노출됐다. B씨는 자신이 누구인지 식별할 수 있는 사진을 동의 없이 썼다는 이유로 보령시와 조직위, 사진작가를 상대로 소송을 냈다. 1심 법원은 B씨의 청구를 기각하였으나 항소심은 당시 30대 여성으로서 머리와 얼굴에 진흙이 묻은 사진이 알려질 경우 상당한 정도의 당혹감, 수치심 등을 느꼈을 것으로 판단했다. 또 B씨가 A씨의 촬영에 대해 동의하거나 사후적으로 승낙한 적이 없다는 점도 지적했다. 보령시 등은 “포스터는 머드축제를 널리 알리는 공익 목적이었다”고 항변했지만 재판부는 그렇다 해도 B씨의 얼굴 사진을 넣어야 할 필요나 초상권 보호 절차를 생략할 이유가 없다고 봤다. 그러나 필자는 이런 경우에게까지 당사자의 동의를 받지 않았다고 초상권 침해로 볼 수 있는지에 대해 의문을 가지고 있다. 머드 축제가 불법적인 집회도 아니거니와 성공한 지역축제의 성격상 대중매체에 의한 촬영 등이 이루어질 수도 있다는 점에 대한 인식가능성을 고려해 본다면 일반적으로 이런 사진으로 인해 당사자가 당혹감이나 수치심을 느꼈다고 볼 가능성은 낮아 보인다. 그런 이유로 법원의 판단은 초상권을 너무 절대적인 권리로 보고 있는 것이 아닌가 하는 생각이 든다.

2) 디지털 사이니지(Digital Signage)는 공개된 장소에서 어떠한 정보를 보여줄 수 있는 일종의 통신 매체를 의미한다. 2054년을 배경으로 한 영화 <마이너리티 리포트>에서 홍채 인식으로 행인의 신원을 확인한 뒤 그에 맞는 개별 맞춤형 광고를 제공하는 옥외광고판이 그 대표적인 예라 할 수 있다. 디지털 사이니지는 TV, 인터넷, 모바일에 이어 제4의 미디어로 주목받고 있다.



하지만 안전과 편리 증대라는 미명하에 공공장소에서는 자유롭게 활용될 수 있게 되었다. 집 앞에 설치되어 있는 CCTV는 나의 출근과 퇴근시점을 확인하고 나에게 배당된 드론이 나의 하루 일상을 철저히 모니터링 한다. 드론의 크기가 파리와 같아 그 존재가 일상생활에 방해될 만한 상황은 아니지만 무언가에 의해 내 삶이 매일 감시당하고 있다는 느낌은 유쾌하지 않다. 사람이 아닌 기계에 의한 감시이다 보니 인정머리도 없다. 나의 사소한 행동 하나라도 사법당국에 보고되지는 않을까 싶어 매우 위축된 삶을 살게 된다. 사회가 너무 각박해진 것 같다.

## 길 위의 감시자, 블랙박스와 CCTV

지난 7월 영동고속도로에서 발생한 관광버스 교통사고 동영상은 사람들에게 큰 후유증을 남겼다. 방송이나 SNS를 통해 다수의 사망자를 낸 교통사고 블랙박스 영상이 무분별하게 유포된 뒤 승용차가 대형차와 충돌하면서 종잇장처럼 구겨지는 모습에 큰 충격을 받은 사람들은 그 뒤 운전공포증과 같은 일종의 트라우마를 호소하기도 했다. 당시 촬영된 블랙박스 영상엔 사망자들이 타고 있던 승용차가 운전기사의 졸음 운전 탓에 속도를 줄이지 못한 관광버스에 부딪히며 심하게 파손되는 장면이 그대로 담겼다. 블랙박스 영상은 정확한 사고 원인을 파악할 수 있어 억울한 희생자가 나오지 않도록 한다는 점에선 꼭 필요하다. 하지만 삭제하지 않으면 위의 경우처럼 그대로 인터넷에 노출될 수 있을 뿐만 아니라 누구라도 연령에 관계 없이 끔찍한 사고 영상을 마우스 클릭 한번으로 볼 수 있게 된다.



2016년 5월 기준 국내 자동차 등록대수는 약 2,130만 대로 국민 2명당 1명이 자동차를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 자동차 블랙박스가 법적으로 CCTV에 해당하는 지에 대해 논란이 있을 수 있지만 사고 시 증거확보 등의 이유로 대부분의 자동차에 블랙박스가 설치되어 있는 요즘 상황을 고려해 본다면 도로에서 돌아다니는 CCTV가 무려 2천만 대가 넘는다는 얘기가 된다.<sup>3)</sup> 그리고 이는 블랙박스에 교통사고 동영상 외에도 우리의 개인적인 일상이 촬영되어 아무런 제한 없이 자유롭게 인터넷에 유포될 수 있음을 의미한다.

통계에 따르면 우리나라에 설치된 CCTV는 자동차 블랙박스를 제외하고도 약 800만 대로 추정된다.<sup>4)</sup> 국가인권위원회는 2014년 민간부문 CCTV의 공적영역 투영 실태조사를 실시하였는데 그 결과에 의하면 일반 직장인이 하루 동안 민간 CCTV에 노출되는 횟수는 약 70회인 것으로 나타났고, 백화점에서 체류한 가정주부의 경우에는 3시간 동안 무려 45회 가량 CCTV에 노출된 것으로 나타났다.<sup>5)</sup> 자동차 블랙박스를 제외한 CCTV를 기준으로 한 것임을 고려해 본다면 실제 우리가 CCTV에 노출되는 횟수는 이보다 훨씬 더 많을 것임을 쉽게 예상해 볼 수 있다.

사정이 이렇다 보니 블랙박스나 CCTV를 통한 사생활 침해 우려는 이전부터 있었다. 차량용 블랙박스 영상제보를 바탕으로 교통사고 관련 프로그램을 방송하고 있는 모 방송사의 경우 사고에 대한 경각심을 높이고 사고 예방법을 알려준다는 점에서 공익적인 측면이 있을지 모르나, 사고영상에 등장하는 인물들의 사생활이나 초상권이 침해될 가능성, 충격적인 사고 장면의 노출로 인한 트라우마 야기 등과 같은 부작용도 무시할 수 없다. 민간 부문에 설치된 CCTV의 경우도 마찬가지인데 2014년 11월에는 롯데 자이언츠 프로야구 구단이 소속 선수들의 동선과 출입 시간, 동행자 등을 감시했다는 의혹이 제기돼 논란이 벌어지기도 했다. 국가인권위원회에 따르면 롯데 자이언츠 구단은 원정경기 시 선수들이 묵는 호텔 등의 협조를 얻어 2014년 시즌 개막 직후인 4월부터 6월까지 2개월간 숙소 복도에 설치된 CCTV를 통해 새벽 시간 선수들의 출입 시간대와 특이사항 등을 확인한 것으로 드러났다.

사생활 침해 우려에도 불구하고 더 안전한 사회에 대한 사람들의 관심이 높아지면서 블랙박스나 CCTV에 대한 수요는 좀처럼 수그러들지 않을 것으로 보인다. 스마트치안에 대한 국민적 관심과 요구가 점점 커지고 있기 때문이다. 일례로 영국 런던시는 CCTV 카메라와 도로차단기로 구성된 ‘철의 포위망(Ring of Steel)’이라는 통합시스템을 도로에 설치했다. 이 시스템은 범죄활동을 감시하고 추적하며 도시주위에 감시와 보호구역을 설정한다. 카메라는 도시 진·출입 추적뿐만 아니라 차량번호판 자동 인식기능도 보유

3) 행정자치부는 택시 내부를 촬영하는 블랙박스를 CCTV에 해당된다고 보고 있다.

4) 미래창조과학부·한국정보화진흥원(2016), 《2015 정보화통계집》, 428면.

이에 따르면 2010년대 초반까지 세계에서 가장 많은 CCTV가 설치된 나라로 알려졌던 영국에는 500만대 안팎의 CCTV가 설치돼 있다고 하니 CCTV 수만 놓고 보면 세계 1위인 셈이다. 한국정보화진흥원이 매년 조사해 발표하는 이 통계에는 가정에 설치된 네트워크 카메라나 차량용 블랙박스는 포함되지 않았다.

5) 정신교(2015), CCTV 통합관리 시스템의 경찰업무 활용성 제고방안. 〈한국정부학회 2015년도 학술발표논문집〉, 한국정부학회, 2면.



하고 있다. ‘철의 포위망’은 2005년 런던지하철 폭탄사건 용의자의 신원 확인 시에도 활용됐다. 런던에는 ‘지능형 통행자 감시 시스템(Intelligent Pedestrian Surveillance System)’도 있어서 400만 대 이상의 카메라가 거리, 지하철 등 공공장소에 설치돼 자살시도, 의심 물체 및 행인감시, 도시범죄 예방 등에 활용되고 있다.<sup>6)</sup> 그 결과 런던에서는 살인사건 검거율이 1999년 75%에서 2005년에 95%로 증가했다. 우리나라의 경우 경찰청은 2015년 11월 1일부터 웨어러블 폴리스캠 100대를 일선 현장에 보급하고 시범 운영에 들어갔다. 웨어러블 폴리스캠은 경찰관이 범죄피해자 및 범죄혐의자, 증인 및 범죄 제보자, 일반 공중을 다양한 상황에서 마주치는 상황을 녹화함으로써 프라이버시를 심각하게 침해할 우려가 있다. 그럼에도 불구하고 녹화를 통해 증거를 수집하여 법집행에 의한 정의를 실현하고 경찰 직무집행의 투명성을 향상시킬 수 있다는 이유로 도입되었다. 이에 개인정보보호위원회는 2015년 6월 “경찰청이 웨어러블 카메라를 사용하여 영상·음성정보를 수집하지 아니하면 공무집행방해죄의 수사가 불가능하거나 현저히 곤란한 경우에만 이를 사용할 수 있다”고 결정하기도 하였다.<sup>7)</sup>

## 하늘 위의 감시자, 드론

어느 틈엔가 우리 일상에 자연스럽게 도입된 드론<sup>8)</sup>은 그 장점과 편리성에도 불구하고 안전사고의 위험, 관련 법규의 미비, 사생활 침해 등 불안정한 요소가 많이 남아있다. 드론 산업은 전 세계적으로 매년 15% 이상 성장하여 10년 이내에 시장 규모가 100조 원을 넘어설 것으로 예상되고 있다. 미 연방항공국은 올해 미국에서 250만 대의 드론이 판매될 것으로 보고 있으며 2020년에는 판매량이 7백만 대 이상으로 증가할 것으로 예측했다. 가히 폭발적인 성장세이다. 우리나라도 드론을 차세대 주력 산업으로 육성하기 위해 대대적 규제개혁에 들어갔다. 드론 관련 규제가 대폭 완화될 예정이며, 규제가 풀리면 드론의 가시권 밖 비행, 야간 비행, 고(高)고도 시험비행 등이 허용된다. 해외 각국 또한 드론 관련 규제 정비를 진행함에 따라 상업용 드론시장과 생태계의 확장 및 성장이 예상되고 있다.

하지만 사고 위험도 높아지고 있어 이에 대한 대비책 마련도 시급한 과제로 떠오르고 있다. 무엇보다 드론은 카메라를 탑재하고 있기 때문에 날아다니는 블랙박스 또는 CCTV의 역할을 수행한다. 따라서 드론으로 인한 사생활 침해의 정도는 블랙박스나 CCTV보다 더 심각할 가능성이 높다. 드론이 사생활 침해하

6) 류연수(2016. 11. 18), 더 안전한 사회...스마트치안 현황과 과제. <정책브리핑>. URL: <http://www.korea.kr/celebrity/contributePolicyView.do?newsId=148824897>

7) 개인정보보호위원회 결정(2015. 6. 8.). 경찰청의 웨어러블 카메라 사용의 개인정보보호법령상 가능 여부 질의 건(의안번호 제2015-10-18).

8) 드론은 항공법 제2조 제28조에 규정된 초경량비행장치를 의미하는 것으로 주로 사람이 탑승하지 않는 무인비행장치를 지칭한다(항공법 시행규칙 제14조 제6호).

는 꼬리표를 달고 다닐 수밖에 없는 이유이다.

또 드론은 하늘 위를 날아다니며 와이파이기가 켜져 있는 스마트폰에 접속하여 그 안에 있는 정보를 무작위로 빼내갈 수도 있어 개인정보침해의 수단으로 악용될 가능성도 있다. 해커가 보안에 취약한 드론을 악성코드로 감염시켜 다른 용도로 악용하게 된다면 이로 인한 피해는 상상할 수 없게 된다.

사정이 이렇다 보니 드론을 사생활 보호에 있어 심각한 위협으로 보고 직접 행동에 나서는 경우도 발생한다. 2015년 7월 미국 켄터키 주에서는 한 남자가 자신의 집에 무단으로 침입한 드론을 총으로 격추시켰다. 이 남성은 두 딸과 함께 집 마당에서 휴식을 취하고 있었는데 카메라가 장착된 드론이 날아들자 새를 잡는 산탄총으로 드론을 격추시킨 것이다. 드론의 주인은 자신은 연방항공청(FAA)의 가이드라인을 준수했고 단순히 이웃집의 사진을 찍으려 했던 것에 불과한 것이라고 주장하며 드론 값을 배상해 줄 것을 요구하였다. 이로 인해 이 남성의 행위가 손괴죄에 해당되는지에 대해 논란이 있었는데 켄터키 지방법원은 사유지에 드론이 날아다닌 것은 명백한 사생활 침해이므로 남성이 드론을 격추시킬 권리를 가진다며 이 남성에게 무죄를 선고했다.

아직까지 우리나라에서는 이런 일이 발생하지 않았지만 국내 주택의 상당수가 아파트인 상황임을 고려해 본다면 이런 분쟁이 발생할 가능성은 농후하다. 따라서 드론 자체가 갖는 커다란 장점에도 불구하고 드론 사용이 가져올 부작용에 대한 냉정한 고찰이 필요하다. 그러나 과학기술의 발전을 외면할 수도 없는 상황임을 고려해 본다면 드론 자체를 원천적으로 규제하기 보다는 그 사용 방식에 대한 규제책을 마련하여 산업 활성화와 프라이버시 보호라는 두 헌법적 가치를 조화롭게 보호할 필요가 있다.

미국의 경우 공공 분야에서 경찰의 드론 활용 및 이로 인한 프라이버시 침해에 대한 논의가 활발하게 진행되고 있다. 미국 경찰이 수사과정에서 드론을 적극적으로 이용하다 보니 뉴멕시코, 와이오밍 주 등은 경찰이 영장 없이 드론을 통해 증거 수집 및 감시를 하지 못하도록 하는 법안을 심의 중에 있으며, 약 20여 개 주에서 이와 유사하게 경찰의 드론

사용을 규제하는 내용을 검토 중이다. 드론 사용과 관련하여 민간분야에서 항상 언급되는 이슈 또한 프라이버시 문제다. 테네시 주는 타인 또는 타인의 사유지를 감시할 목적으로 이루어지는 드론 촬영을 금지하였으며, 위스콘신 주는 개인이 자신의 프라이버시에 대한 합리적인 기대를 가지는 곳에서의 드론을 이용한 촬영 또는 관찰을 일체 금지하였다. 오클라호마 주 상원





의원인 랄프 쇼터(Ralph Shortey)는 사유지를 침범한 드론을 총으로 쏘거나 부숴도 드론 손괴에 대해 어떠한 민사상 책임도 지지 않도록 하는 법안을 발의하기도 했다.

미국의 경우 드론의 활용 용도가 매우 다양하다 보니 예상하지 못한 부작용이 나타나 이를 규제하기 위한 법안이 만들어지고 있기도 하다. 일례로 드론을 띄워 지표면에서는 볼 수 없는 야생동물을 관찰하고 추적하여 사냥하는 일들이 빈번하게 발생하자 노스캐롤라이나, 테네시 주 등에서는 드론을 사용한 야생동물 사냥을 금지하고 있다. 일리노이 주에서는 규제의 범위를 이보다 확대해 드론이 비행을 마친 시점으로부터 24시간 이내에는 야생 동물 포획을 금지하는 법안을 심의중이다.

미국의 경우 이와 같이 드론 규제가 강화되고 있는 추세이다. 미국은 2015년 12월 21일부터 온라인 드론 등록제를 시행하여 드론을 구매하거나 운용하는 사람은 드론 최초 운용 전에 온라인을 통해 등록을 하도록 요구하고 있다. 하지만 드론이 가져다주는 업무수행의 혁신과 편리함이 점점 부각되면서 드론 관련 규제가 완화되어야 한다는 목소리가 커지고 있다. 그런 이유에서 미 연방항공국은 드론의 야간 비행을 금지하던 기존의 입장을 뒤집고 최근 들어 인터스트리얼 스카이웍스(Industrial Skyworks)사의 빌딩과 지붕 검사를 위한 야간 드론 비행을 처음으로 허용하기도 했다. 주간 비행과 비교해 더 까다로운 안전 수칙 및 조건을 적용하긴 하였으나 관련 업계에서는 이를 계기로 드론에 대한 규제가 빠르게 완화될 것이라는 기대감이 높아지고 있다.

우리나라는 2016년 5월 18일 규제개혁장관회의를 통해 드론의 제작과 활용에 대한 대대적인 규제개혁 방안을 마련하였다. 여기에는 드론에 대한 모든 규제를 사실상 철폐하겠다는 의지가 담겨있다. 드론의 사업범위를 국민안전과 안보를 저해하는 경우 외에 모든 분야로 확대하였고 드론 사용사업의 자본금 요건도 폐지하였으며, 무인항공시대에 선제적으로 대응하기 위한 드론 교통체계 개발 등의 인프라도 확대할 예정이라고 한다. 이러한 드론산업의 활성화 방안이 상당한 취업 유발 효과와 경제적 파급효과를 가져올 수 있을 것으로 예상된다. 그러나 앞서 소개한 바와 같이 드론산업이 가져다 줄 미래에는 프라이버시 침해라는 부작용이 내재되어 있으며 미국은 이러한 부작용에 대한 규제를 점점 더 강화하고 있다는 사실을 잊지 말아야 할 것이다.

## 감시자들에 의한 사생활 혹은 초상권 침해

길 위의 감시자인 블랙박스과 CCTV, 하늘 위의 감시자인 드론 등은 사생활 혹은 초상권 침해 문제를 끊임없이 야기하고 있다. 사생활권(프라이버시권)은 일반적으로 사생활의 비밀에 대한 침해를 방지함으로써 사생활의 평온을 해치는 일체의 침해행위로부터 개인을 보호하는 것을 목적으로 인정되는 권리이다. 브렌다이스와 워런(Louis Brandeis & Samuel Warren)은 1890년 하버드 법률저널에 발표한 ‘프라이버

시권(The Right to Privacy)’이라는 논문에서 쿨리(Cooley) 판사가 언급한 ‘혼자 있을 권리(The Right to Be Alone)’를 인용하여 미국에서 처음으로 프라이버시를 정의하고 법적 보호의 필요성을 역설하였다. 이로 인해 이들의 논문은 프라이버시권의 ‘효시(Root Article)’로 평가된다.<sup>9)</sup>

우리나라의 경우 사생활권은 1980년 헌법 제16조에서 ‘모든 국민은 사생활의 비밀과 자유를 침해받지 아니한다’고 규정하면서 그 개념이 처음으로 도입되었는데 이 조항은 1987년 헌법



개정 과정에서 제17조로 조문의 변호만 변경되었을 뿐 그 내용은 동일하게 유지되어왔다. 사생활권은 개인의 프라이버시에 대한 권리의식이 강화되어 가면서 점차 사회적 인식도 확산되고 그에 따라 보호해야 할 범위 또한 확대되어가는 양상을 보이고 있는데, 그로 인해 국민의 알권리와 충돌하는 일도 점점 많아졌다.

법원은 ‘우리 헌법 제10조, 제17조 등을 종합하여 보면, 사람은 자신의 사생활을 함부로 공개당하지 아니하고 사생활의 평온과 비밀을 요구할 수 있는 권리가 있다’고 판시함으로써 사생활권(프라이버시권)을 인정해 오고 있다.<sup>10)</sup> 그러나 법원은 공적 인물에 대해서는 사생활 보도가 모두 프라이버시권의 침해로서 불법행위가 된다고는 할 수 없다고 전제하면서, 공적 인물의 경우 알권리를 우선하여 사생활권의 인정범위를 좁게 보고 있다. 공적인물의 프라이버시가 사회적 관심사에 해당하고 보도의 목적이 공익적이라면 프라이버시 침해에 해당되지 않는다는 것이다. 하지만 유명인에 대한 것이라고 하더라도 그것이 일반 사람들에게 아직 알려지지 않은 사항이고, 일반인의 감수성을 기준으로 해서 당사자의 입장에 선 경우 공개를 바라지 않을 것이라고 인정되는 사항인 경우로서 공공성도 없다고 한다면 사생활권 침해에 해당된다고 보고 있다.

### 김우중 평전 사건<sup>11)</sup>

신청인은 뛰어난 기업인으로서 우리나라 국민들에게 많은 귀감이 될 수 있는 사람으로서 이미 우리 사회의 공적

9) 박원규(2015), 과학기술 발전과 프라이버시 보호 기준 변화에 대한 소고-미국 수정헌법 제4조 판례 분석 중심으로-. <경북대학교 법학연구원 법학논고>, 제49집, 35면.

10) 서울중앙지방법원 2007.1. 24. 선고 2006가합24129 판결.

11) 서울중앙지방법원 1995. 9. 27. 선고 95카합3438 판결.



인물이 되었다고 할 것인데, 공적 인물이 되었다고 볼 수 있는 경우 그 사람은 자신의 사진, 성명, 가족들의 생활상이 공표되는 것을 어느 정도 수인하여야 한다고 할 것인바, 이 사건과 같이 신청인을 모델로 하여 쓰여진 평전의 표지 및 그 신문광고에 신청인의 사진을 사용하고 성명을 표기하거나 그 내용에 신청인의 가족관계를 기재하는 것은 위 평전이 신청인의 명예를 훼손시키는 내용이 아닌 한 허용되어야 할 것이다. 그러므로 이 평전으로 인하여 신청인의 초상권, 성명권, 프라이버시권이 침해되고 명예가 훼손되었다는 점을 전제로 한 신청인의 위 부분 주장은 이유 없다.

사생활권에 대해서는 다수의 판례가 존재하는데 아래 판결은 사생활 관련 보도가 프라이버시권을 침해하는지 여부에 관한 구체적인 적용 기준을 밝힌 사례로 평가되고 있다.

**은퇴한 여자탤런트 사건<sup>12)</sup>**

사생활 침해의 위법성 여부는 개인의 사생활 보호의 필요성과 표현의 자유의 보호의 필요성을 비교衡量하여 그 침해가 사회생활상 수인할 만한 한도를 넘었는지 여부에 따라 판단하여야 할 것이다. 이러한 견지에서 사생활 공표의 위법성은 공표된 사생활이 공중의 정당한 관심의 대상이 되는 사항인지 여부(표현 목적의 공공성), 본인의 승낙을 받았는지 여부, 공표된 내용이 진실에 부합하는지 여부(표현 내용의 진실성) 등을 종합하여 개별·구체적으로 판단함이 상당하다. 원고는 1978년경부터 TV 탤런트로 활동하여 왔으므로 공인으로서의 신분을 가지고 있었다고 할 수 있으나, 1988년 결혼과 함께 연예계를 은퇴한 후 일체의 언론매체와의 인터뷰에도 응하지 않은 채 가정생활에만 전념하고 있음은 앞에서 본 바와 같아, 원고는 더 이상 공적 인물이 아니라 할 것이고, 공적 인물이 아닌 원고의 사생활에 대하여 대중의 관심이 갑자기 많아졌다는 이유만으로 공중의 정당한 관심사라고 볼 수도 없고, 원고의 사생활보도에 공익적 목적이 있었다고도 보기 어렵다.

한편 초상권이란 일반적으로 본인의 모습을 표현한 그림이나 사진에 대하여 그 사람이 갖는 권리라고 할 수 있다. 하지만 법적 권리로서 초상권의 개념은 법적으로 보장될 권리의 내용 그리고 범위에 관한 것이기 때문에 유동적인 개념이라고 할 수 있다. 법적 권리로서 초상권의 개념이 무엇인가에 대해서는 그 동안 학자들의 해석, 법원의 판례에서 각기 다르게 정의되어 왔다. 가장 일반적인 정의는 초상권을 자기의 용모나 태도가 자신의 의사와는 다르게 함부로 촬영·제작·이용·공표되지 않을 인격적 이익 내지 권리라고 보는 것이다. 그리고 이보다 더 넓게 정의하는 입장에서는 자신의 용자(容姿)를 묘사한 사진·회화뿐만 아니라 사회통념상 특정인임을 알 수 있는 갖가지 신체적 특징이나 목소리 등도 포함된다고 보거나, 사람의

12) 서울중앙지방법원 2007. 1. 24. 선고 2006카합24129 판결.

얼굴·음성·성명·서명 기타 사회통념상 특징인이라고 식별할 수 있는 특성이 함부로 촬영되어 공표되거나 광고 등에 무단 사용되는 것을 방지할 수 있는 권리로서 사람의 얼굴 이외에 음성·성명·서명 등을 포괄하는 의미로 해석하기도 한다.<sup>13)</sup>

우리나라 법원은 사생활권의 일부로서 초상권을 인정해 오다가 점차 사생활권과 구별되는 초상권의 개념을 발전시켜 온 것으로 보인다. 법원은 관련 판례를 통해서 초상권을 사람이 자신의 초상에 대하여 가지는 인격적·재산적 이익, 즉 사람이 자기의 얼굴이나 기타 사회통념상 특징인임을 식별할 수 있는 신체적 특징에 관하여 함부로 촬영 또는 그림묘사되거나 공표되지 아니하며 영리적으로 이용당하지 않을 권리로써, 이러한 초상권은 헌법적으로 보장되는 권리라고 판시해 왔다.<sup>14)</sup>

법원은 초상권을 좀 더 구체적으로 ‘촬영 및 작성 거절권’, ‘공표 거절권’, ‘초상 영리권’의 세 유형으로 구분한다. 촬영 및 작성 거절권은 얼굴이나 사회 통념상 특징인이라고 식별할 수 있는 신체적 특징이 함부로 촬영되거나 초상화와 같은 형태로 제작되는 것을 거부할 권리다. 즉 공표나 사용 여부와 상관없이 촬영이나 그림 등의 형태로 제작되는 것 자체를 거부할 권리를 말한다. 공표 거절권은 일단 이렇게 촬영된 사진이나 제작된 그림 등이 함부로 공표되거나 복제되지 않도록 할 권리이다. 초상 영리권은 단순한 공표를 넘어 이를 영리 목적에 이용하는 것에 대항하는 권리이다.<sup>15)</sup> 위 유형 중에서 현실적으로 가장 문제가 되는 유형은 촬영 및 작성 거절권(동의를 받지 않고 촬영하는 행위)과 공표거절권(이렇게 촬영된 사진이나 영상을 신문 등에 게재하거나 방송하는 행위)이다. 법원은 비록 촬영에 대한 동의나 승낙을 받았다고 하더라도 초상권을 동의를 벗어나 영리적 목적으로 이용한 경우와 관련하여 뉴스기사 방영에 공익적 목적이 있더라도 그러한 공익 달성을 위해 뉴스



13) 조소영(2015). 초상권의 법적 성격과 보호. <언론과 법>, 제14권 제3호, 151-152면.

14) 대법원 2006. 10. 13. 선고 2004다16280 판결.

15) 심석태(2016). <사례와 쟁점으로 본 언론법의 이해>, 컬처북, 182-183면; 수원지방법원 2012. 9. 6. 선고 2011가단80889 판결. 이 판결에서도 법원은 “초상권이란 헌법 제10조, 제17조로부터 도출되는 일반적 인격권으로 초상의 촬영·작성이 본인의 동의 없이 이루어지거나, 본인의 동의를 얻어 초상이 공표되었지만 그 이용이 동意的 범위를 벗어난 경우, 초상의 공표가 명예훼손적 표현과 결부되거나 상업적으로 악용된 경우 초상권이 침해되었다고 할 수 있다”고 판시하면서 초상권 침해의 3가지 유형을 언급하고 있다.



기사에 피해자의 초상을 넣지 않으면 안 되는 필연성이나 피해자 동의를 구하는 절차를 생략·배제해도 용인될 정도의 긴급성이 있다고 볼 수 없는 경우에는 단지 프로그램의 공익성만을 내세워 초상권 침해의 위법성이 조각된다고 볼 수 없다고 판시하기도 하였다.<sup>16)</sup>


결국 앞에서 살펴본 바와 같이 초상권은 사생활권의 일부에서 시작하여 점차 독자적인 권리로 자리매김하고 있는 것으로 보인다. 그 과정에서 초상권이라는 권리가 매우 강화되어 특별한 사정이 없는 한 서면 등을 통한 명시적 동의를 받은 뒤 그 동의 범위 내에서 사용이 이루어지지 않았다면 일단 초상권 침해에 해당한다고 보고 있다. 법원은 ‘서면 동의 등을 받는 것을 생략할 만큼 시급성이 인정되지 않는다’거나 ‘꼭 해당 피해자의 얼굴을 공개할 필요가 인정되지 않는다’ 또는 ‘모자이크 처리 등 신원이 드러나지 않도록 하는 것이 기술적으로 어렵지 않다’는 등의 이유를 들고 있다. 즉 일단 명시적 동의가 없는 모든 촬영을 불법행위로 보고 법원이 초상을 ‘꼭 공개할 필요가 있는지’, ‘동의를 구하기가 어려운 긴급한 사정이 있는지’, ‘초상권을 보호할 기술적 조치가 불가능했던 것인지’ 등을 개별적으로 살펴 위법성 조각 여부를 판단하겠다는 것이다.<sup>17)</sup> 이렇듯 초상권에 대한 엄격한 보호로 말미암아 국민의 알권리를 대변하는 언론의 취재와 보도마저도 제한을 받고 있는 상황이다. 이러한 법원의 입장은 블랙박스, CCTV, 드론 등과 같은 영상정보처리 기기로 인한 초상권 침해에 대한 법원의 태도와 판단을 충분히 예상해 볼 수 있게 한다.

## 영상기기로 인한 초상권침해 판단기준 새로운 시각에서 접근해야

초상권과 관련하여 법원은 언론 자유를 인정하면서도 곧바로 언론 자유가 무제한적인 것은 아니라고 언급하고 있다. 또 법원은 구체적이고 개별적인 이익 형량 과정에서 이러한 언론 자유의 중요성이 어떻게 반영되는지는 구체적으로 밝히지 않는 가운데 ‘굳이 당사자가 누구인지 공개할 필요가 있는지’, ‘기술적으로 그렇게 어렵지도 않은데 왜 모자이크 처리를 통해 신원을 가려주지 않았는지’에 대해 책임을 묻고 있다. 그러다보니 카메라 앞에서 취재에 협조를 했던 사안에서조차 ‘서면 동의를 생략할 정도의 시급성’이 없다며 초상권 침해를 인정하고 있는 상황이다.<sup>18)</sup> 이렇게 초상권을 엄격한 권리로 볼 경우, 다양한 사회영역에서 활용되고 있는 영상기기를 이용한 촬영이 과연 초상권 침해에 해당되지 않는 경우가 있을까 하는 의구심이 든다. 사생활권 혹은 초상권의 헌법적 가치를 외면하지는 것은 아니지만 자신의 사생활을 자발적으로 공개하는 사람들이 늘고 있는 현실이나 과학기술 발달로 인해 필연적으로 증대될 수밖에 없는 사생활 공개

16) 수원지방법원 2012. 9. 6. 선고 2011가단80889 판결.  
17) 심석태(2014). 한국에서 초상권은 언제 사생활에서 분리되었나. <언론과 법> 제13권 제1호. 272-273면.  
18) 앞의 심석태(2014). 275-277면.

의 가능성 등을 염두에 둔다면 사생활권 또는 초상권에 대한 보다 유연한 접근이 바람직할 것으로 보인다.

이런 시도가 선행되지 않는다면 표현의 자유, 언론의 자유와 직접적인 연관이 없는 영상정보처리기에 의한 촬영도 사생활, 특히 초상권 침해에 해당한다는 판단에서 벗어날 수 없게 된다. 과학기술의 발달과 이로 인한 사생활권 혹은 초상권 침해의 긴장관계를 합리적으로 해결하기 위한 전향적인 접근과 묘수가 필요한 때이다. 





# 인간의 숙명과도 같은 기다림

사뮤엘 베케트의 「고도를 기다리며」

임제혁 · 법무법인 서화 대표변호사

숙명과도 같은 기다림 앞에서 우리는 더 절박해질 수밖에 없고  
그래서 우리 스스로 모든 것을 포기하지 않는 한, 블라디미르와 에스트라공처럼  
여전히 자신의 자리를 떠날 수 없는 것이다.

며칠 전 구속영장이 발부되어 구치소에 수감된 의뢰인을 만났다. 그는 제발 여기서 꺼내달라고 애원을 하다가, 갑자기 화를 내다가, 그래도 지낼만하다면서 웃다가, 다시 도저히 여기에 더 못 있겠다며 자기가 잘못된 거 다 알고 있으니 꺼내달라고 했다.

직업상 구치소를 자주 가게 된다. 구치소에 들어간 지 1주일도 채 되지 않은 수감자들은 세상이 무너진 듯한 모습을 보인다. 특히 수사과정에서 구속된 것이 아니라 불구속 수사를 받다가 재판 중 1심 판결을 선고받고 법원에서 바로 구속되는 ‘법정구속’을 당하게 된 피고인의 경우, 차마 접견을 가기 두려울 정도의 우울감과 분노를 드러낸다. 그리고 약간의 시간이 흘러 자신의 새로운 환경에 조금 익숙해지면, 짧은 시간에 수많은 감정을 드러내는 기술이 자연스럽게 생긴다.

구치소에서 접견한 의뢰인들을 생각하다 한 편의 연극이 떠올랐다. 사뮤엘 베케트의 「고도를 기다리며」다. 이 연극은 초연 당시 호평을 받지 못했다. 줄거리도 그다지 매력적이지 않다.

무대에는 가지만 남은 나무 한 그루, 그리고 두 사람이 있다. 남루한 행색. 떠돌이나 거지로 보아도 될 것 같다. 그들의 사연은 중요하지 않다. 그들은 누군가를 기다릴 뿐이다. 고도라는 사람. 기다려도 올지 안 올지 모른다. 한 아이가 등장한다. 아이는 두 사람에게 오늘은 고도가 오지 않는다고 알린다. 그 사이 포조라는 인물이 럭키라는 하인을 데리고 왔다간다. 폭력적인 포조와 그의 횡포를 견디던 럭키. 그런데 갑자기 럭키가 방언이라도 터진 듯 알이들을 수 없는 얘기들로 이들에게 장광설의 폭력을 휘두른다. 그렇게 시간이 흐르고, 여전히 고도는 오지 않는다.

막이 바뀌어도 남루한 떠돌이 두 명의 행색은 크게 달라지지 않았다. 다만 주름이 늘고 머리가 새었다. 포조는 장님이 되고 렉키는 귀머거리가 되어 다시 등장했다가 사라진다. 이들이 주는 혼란도 고도를 기다리는 그들에게는 혼란으로 느껴지지 않는다. 앞서 등장했던 아이가 다시 나타나 고도가 오늘도 오지 못한다고 일러주고 퇴장한다. 남은 두 사람은 죽을 결심을 하고 자살을 시도하지만 끈이 부실하여 결국 죽지도 못한다. 내일은 튼튼한 끈을 가지고 다시 오자고 다짐한다. 그리고 그렇게 연극은 막을 내린다.

누가 이 연극을 좋아할 수 있겠는가. 두 사람의 시간을 가득 채운 무의미한 일들의 향연을 누구도 이해하지 못하는 것은 당연하게 느껴진다. 그런데 이 연극을 교도소에서 상연하자 모든 재소자들이 눈물을 흘리며 열광했다고 한다. 그들은 모두 자신들의 이야기라며 들떴고 단번에 연극의 의미를 간파했다. 바로 자신들이 하루하루를 힘겹게 채워가는 출소까지의 기다림이 바로 이 연극이 의미하는 것이라고 생각한 것이다.

에스트라공 화창한 경치로군. (블라디미르를 돌아보며) 자, 가자.

블라디미르 갈 순 없어.

에스트라공 왜?

블라디미르 고도를 기다려야지.

에스트라공 참 그렇지. (사이) 여기가 확실하나?

블라디미르 뭐가?

에스트라공 여기서 기다려야 하느냐 말이다.

블라디미르 나무 앞이라구 하던데. (둘은 나무를 바라본다.) 다른

나무들이 보이냐?

에스트라공 이건 무슨 나무지?

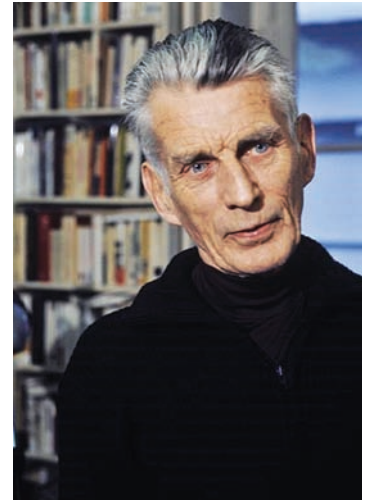
(중략)

블라디미르 교목이야.

에스트라공 관목이라니까.

블라디미르 교...(말을 고쳐서) 너 그런 말을 하는 속셈이 뭐냐?

우리가 장소라도 잘못 알았다는 거냐?



사무엘 베케트(Samuel Barclay Beckett, 1906.4.13~1989.12.22).

[출처 : 네이버캐스트 문학광장([http://navercast.naver.com/contents.nhn?rid=106&contents\\_id=3078](http://navercast.naver.com/contents.nhn?rid=106&contents_id=3078)(소설))]

에스트라공 이리 오기로 돼 있는데.  
 블라디미르 딱히 오겠다고 말한 건 아니잖아.  
 에스트라공 만일 안 온다면?  
 블라디미르 내일 다시 오지.  
 에스트라공 그리고 또 모레도.  
 블라디미르 그래야겠지.  
 에스트라공 그 뒤에도 쪽.  
 블라디미르 결국은...  
 에스트라공 그 자가 올 때까지.  
 블라디미르 너 지독한 놈이로구나.  
 에스트라공 우린 어제도 왔었잖아.<sup>1)</sup>

훗날 문학 사조가 바뀌면서 이 연극은 새롭게 재조명을 받는다. 기다림의 대상인 ‘고도’에 대하여 수많은 해석이 나왔고, ‘신’, ‘절대자’, ‘희망’, ‘죽음’ 기타 수많은 것이 거론됐지만 정작 극을 집필한 베케트 본인은 함구했다. 이제는 ‘고도’가 무엇을, 누구를 지칭하는지는 중요하지 않다. 중요한 것은 블라디미르와 에스트라공 두 사람이 ‘기다림’이라는 무형의 시공간을 채워나가야 한다는 사실이다.

블라디미르 이거야 원 정말 따분해지는데.  
 에스트라공 아직 그 정도는 아니다. (침묵)  
 블라디미르 한번 시험해 보면 어떠냐.  
 에스트라공 다 해봤다.  
 블라디미르 내 말은 구두를 한번 신어보란 말야.  
 에스트라공 그럴까?  
 블라디미르 그럼 시간이 잘 갈거다. (에스트라공 망설인다) 확실히 심심풀이가 될 거다.  
 에스트라공 기분전환이지.  
 블라디미르 심심풀이다.  
 에스트라공 기분전환이야.

(중략)

1) 사무엘 베케트(1952). 『고도를 기다리며』, 오중자 역(2012). 민음사. 18-19면.

블라디미르 암, 그렇구말구. 자, 우선 왼쪽부터 신어봐라.  
에스트라공 디디, 우린 늘 뭔가 이렇게 찾아내게 되지?  
그래서 살아 있다는 걸 실감하게 되는구나

(중략)

에스트라공 너무 크다.  
블라디미르 언젠가는 양말을 얻어신게 될 거 아냐?  
에스트라공 그야 그렇지.  
블라디미르 그럼 그냥 신는 거지?  
에스트라공 신발 얘기라면 인제 진저리가 난다.  
블라디미르 그래. 하지만...  
에스트라공 진절머리가 난대두! (침묵) 아무튼 앉고나 봐야겠다.(그  
는 눈으로 앉을 만한 곳을 찾는다. 그러다가 1막 첫 장  
면에서 앉아있던 곳으로 가서 앉는다)  
블라디미르 어제 저녁에 네가 앉았던 데도 바로 거기다.<sup>2)</sup>

문제는 그들의 기다림은 언제나 다시 원점으로 돌아온다는 것이다. 사실 기다림의 속성 자체가 원점회귀라 해도 될 것이다. 하염없이 누군가, 무엇인가를 기다린다는 사실은 변함이 없기 때문에 잠시 잠깐의 흥미로운 현상, 일, 사람에 몰입되었다가도 그것이 지나고 나면 다시 기다림의 상황으로 돌아올 수밖에 없게 되는 것이다. 그리고 그 상황은 벗어날 수 없다.

에스트라공 어디로 갈까?  
블라디미르 멀리 갈 순 없지.  
에스트라공 아냐. 아냐 여기서 멀리 가버리자.  
블라디미르 그럴 순 없다.  
에스트라공 왜?  
블라디미르 내일 다시 와야할테니까.  
에스트라공 뭣하러 또 와?



「고도를 기다리며」 연극 중 한 장면(Waiting for Godot, directed by Macedonian theatre director Bore Angelovski)  
[출처 : 네이버 지식백과([http:// terms.naver.com/entry.nhn?docId=2070511&cid=41773&categoryId=44395](http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2070511&cid=41773&categoryId=44395))]

2) 앞의 사무엘 베케트(1952), 115-117면.

블라디미르 고도를 기다리러  
에스트라공 참 그렇지. (사이) 안 왔었나?  
블라디미르 안 왔다.  
에스트라공 지금은 너무 늦었다.  
블라디미르 그래 밤이 됐구나.

(중략)

에스트라공 정말 내일 또 와야 하니?  
블라디미르 그래.  
에스트라공 그럼 내일은 튼튼한 끈을 가지고 오자.  
블라디미르 그래.  
에스트라공 디디.  
블라디미르 왜?  
에스트라공 이 지랄은 이제 더는 못하겠다.  
블라디미르 다들 하는 소리지.  
에스트라공 우리 헤어지는 게 어떨까? 그게 나올지도 모른다.  
블라디미르 내일 목이나 매자. (사이) 고도가 안오면 말야.  
에스트라공 만일 온다면?  
블라디미르 그럼 살게 되는 거지. (블라디미르가 모자를 벗는다. 그것은 렉키의 모자다. 그는 모자 안을 들여다보고 손을 넣어보고 흔들어 본 다음 다시 쓴다)

(중략)

에스트라공 참 그렇군. (그는 바지를 추켜올린다. 침묵)  
블라디미르 그럼 갈까?  
에스트라공 가자. (둘은 그러나 움직이지 않는다)<sup>3)</sup>

심지어 목숨을 끊기로 결심하는 두 사람. 그러나 죽는 것조차 쉽지는 않다. 사실 죽음이 그들의 기다림을 끝내지는 못한다. “가자”라고 하면서도 자리를 뜨지 못하는 두 사람은 “죽자”고 하지만 스스로 목숨을 끊지 못할 것이기 때문이다. 목숨과도 바꿀 수 없는 것이 이들의 기다림인 것이다.


지금껏 어느 작품도 기다림 자체를 「고도를 기다리며」와 같이 보여주지는 못했다. 그도 그럴 것이 우리가 “기다림”이라는 단어를 떠올릴 때 함께 연상하는 것은 “지루함”이기 때문이다. 그러나

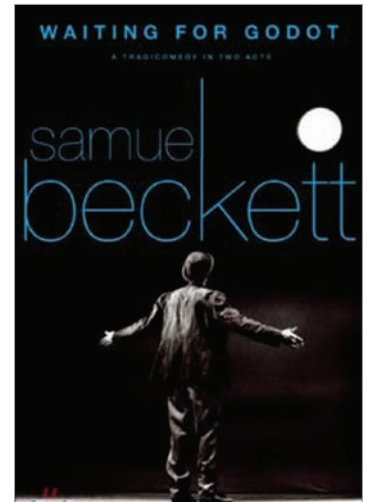
3) 앞의 사무엘 베케트(1952). 민음사. 157-158면.

아이가 자라기를 기다리는 동안 아이는 하루하루 달라지고, 취업이 되길 기다리는 동안 하루하루 노력이 배어든다. 태어나서 죽을 때까지, 죽음을 '고도'라 생각한다면 그 긴 세월을 우리는 무엇으로든 채워가야 한다. 인간의 벗어날 수 없는 운명이 기다림이라 해도 과언이 아니다.

베케트를 거쳐 까뮈나 사르트르로 눈을 돌려보면 묘하게 연결되는 지점이 생긴다. 바로 이러한 '기다림'이란 운명을 능동적으로 채워갈 것인지 아니면 신이든, 운명이든 다른 무엇인가에 자신을 연결시켜 수동적으로 현상을 받아들이고 끌려갈 것인지에 대한 고민이다. 그리고 이러한 고민이 생기는 지점은 바로 기다림이라는 운명이 방해를 받았을 때이다. 흑사병이 창궐하는, 까뮈의 『페스트』를 보면 맥없이 신에게 매달리는 자들과 그래도 그 안에서 인간성을 지키며 끝까지 맞서는 이들이 나온다.

지금 우리 사회는 들끓는다. 어떤 식으로든 기다림을 채워오던 모든 이들에게 참을 수 없는 시련이 닥쳤기 때문이다. 아이들을 기다리던 부모들은 졸지에 차디찬 바다에서 아이들의 시신을 마주해야 했고, 정규직이 되길 염원하던 이들은 벗어날 수 없는 비정규직의 굴레에 빠졌으며, 민주주의를 갈구하던 이들은 너무도 어이없게 헌법이 유린되는 사태를 맞이해야만 했다.

우리의 기다림이 블라디미르와 에스트라공처럼 온 힘으로 기다림을 채워가던 노력들이 짓밟혔을 때 과연 우리는 어떻게 해야 할까. 기다림 앞에서 우리는 더 간절해질 수밖에 없고 그래서 우리 스스로 모든 것을 포기하지 않는 한, 블라디미르와 에스트라공처럼 여전히 자신의 자리를 떠날 수 없는 것이다. 결국 우리의 선택은 더 간절하게 고도를 기다려야 하는 것이 된다. 새로운 방식으로, 새로운 것들로 채워나가면서 말이다. 



사무엘 베케트 「고도를 기다리며」 영문판 책 표지  
 [출처 : 네이버 책([http://book.naver.com/bookdb/book\\_detail.nhn?bid=7196821](http://book.naver.com/bookdb/book_detail.nhn?bid=7196821))]



## 언론사 간 비판보도의 금도(襟度)

- 서울고등법원 2016. 9. 9. 선고 2016나201211 판결을 중심으로

한위수 · 법무법인 태평양 변호사

요즘 다른 언론사에 대한 비판보도로 언론사 사이에 명예훼손소송이 진행되는 경우가 적지 않다. 이때 보도의 대상이 일반인인 경우와 공인(公人)인 경우 손해배상책임의 인정 기준을 달리할 수 있는가, 달리 한다면 근거는 무엇인가, 나아가 언론사도 공인으로 취급되는가, 언론사에 대해 일반인과 다른 기준으로 책임을 인정한다면 그 이유는 무엇인가 등 많은 의문이 제기될 수 있다.

미국에서는 1964년 뉴욕타임스 대 설리번 판결(New York Times Co. v. Sullivan, 376 U.S. 254) 이래 ‘공인이 명예훼손소송에서 이기기 위해서는 언론사가 그 내용이 허위임을 알았거나 허위인지의 여부를 무분별하게 무시하고(with knowledge that it is false or with reckless disregard of whether it was false or not) 이를 공표하였음을 입증하여야 한다.’는 법리, 즉 이른바 ‘현실적 악의의 법리(actual malice rule)’가 확

립되어 있다. 이에 따르면 공인은 허위보도로 피해를 보았더라도 보도한 사람이 허위임을 알았거나 보도내용의 진실성을 심각하게 의심하고도 보도하였다는 것을 확신할 수 있을 만큼 명확하게 증명해야 하므로, 손해배상을 받는 것은 사실상 불가능하다. 미국에서 공인과 사인을 별도 취급하는 이유는 (1) 공인은 매스컴에 쉽게 접근할 수 있으므로 잘못된 보도에 대해서도 쉽게 대응할 수 있고, (2) 공인은 공적인 사안에 미치는 영향력이 커서 공적인 비판을 더 많이 받을 수밖에 없다. 즉 공



인은 자발적으로 공적인 논쟁에 뛰어든 사람이므로 그로 인하여 발생하는 명예훼손의 위험도 감수해야 한다는 것이다.

이러한 법리는 우리나라에서도 그대로는 아니지만 비슷한 형태로 받아들여지고 있다. 대법원 2002. 1. 22. 선고 2000다37524 판결은 헌법재판소 1999. 6. 24. 선고 97헌마265 결정을 인용하며, 아래와 같이 판시하였다.

언론·출판의 자유와 명예보호 사이의 한계를 설정함에 있어서 표현된 내용이 사적 관계에 관한 것인가 공적 관계에 관한 것인가에 따라 차이가 있는 바, 즉 당해 표현으로 인한 피해자가 공적인 존재인지 사적인 존재인지, 그 표현이 공적인 관심사안에 관한 것인지 순수한 사적인 영역에 속하는 사안에 관한 것인지, 그 표현이 객관적으로 국민이 알아야 할 공공성, 사회성을 갖춘 사안에 관한 것으로 여론형성이나 공개토론에 기여하는 것인지 아닌지 등을 따져보아 공적 존재에 대한 공적 관심사안과 사적인 영역에 속하는 사안 간에는 심사기준에 차이를 두어야 한다. 당해 표현이 사적인 영역에 속하는 사안에 관한 것인 경우에는 언론의 자유보다 명예의 보호라는 인격권이 우선할 수 있으나, 공공적·사회적인 의미를 가진 사안에 관한 것인 경우에는 그 평가를 달리하여야 하고 언론의 자유에 대한 제한이 완화되어야 한다.

공인의 공적 관심사안에 대한 보도는 사인에 대한 보도와는 달리 명예훼손책임을 인정함에 있어 엄격한 판단기준을 적용해야 한다는 취지이다.

우리 대법원은 위 법리에 근거하여 “공적 존재의 정치적 이념에 대한 의문이나 의혹은 광범위하게 문제제기가 허용되어야 한다.”(대법원 2002. 1. 22. 선고 2000다37524, 37531 판결), “공직자의 도덕성, 청렴성에 대하여는 국민과 정당의 감시기능이 필요함에 비추어 볼 때, 그 점에 관한 의혹의 제기는 악의적이거나 현저히 상당성을 잃은 공격이 아닌 한 쉽게 책임을 추궁하여서는 안된다.”(대법원 2003. 7. 8. 선고 2002다64384 판결), “각종 정치적 쟁점이나 관여 인물, 단체 등에 대한 문제의 제기 등 정당의 정치적 주장에 관하여는 그것이 어느 정도의 단정적인 어법 사용에 의해 수사적으로 과장 표현된 경우라고 하더라도 구체적 정황의 뒷받침 없이 악의적이거나 현저히 상당성을 잃은 공격이 아닌 한 쉽게 그 책임을 추궁하여서는 아니 된다.”(대법원 2005. 5. 27. 선고 2004다69291 판결)고 판시해 왔다.

나아가 대법원 2006. 3. 23. 선고 2003다52142 판결은 D신문사의 투자활동에



대한 M방송사의 비판보도에 대해 “언론사에 대한 감시와 비판 기능은 그것이 악의적이거나 현저히 상당성을 잃은 공격이 아닌 한 쉽게 제한되어서는 아니 된다.”고 판시함으로써 언론사에 대한 비판보도도 명예훼손책임을 인정함에 있어 보다 엄격히 판단해야 함을 천명하였다. 위 판결은 그 이유를 “언론사는 타인에 대한 비판자로서 언론의 자유를 누리는 범위가 넓은 만큼 그에 대한 비판의 수인 범위 역시 넓어야 하고, 언론사 스스로 반박할 수 있는 매체를 가지고 있어서 이를 통하여 잘못된 정보로 인한 왜곡된 여론의 형성을 막을 수 있으며, 일방 언론사의 인격권의 보장은 다른 한편 타방 언론사의 언론자유를 제약하는 결과가 된다는 점을 감안하여야 한다.”고 밝히고 있다. 이는 앞서 본 미국에서 공인을 사인과 달리 취급하는 이유를 그대로 원용한 것이다.

여기서 문제는 어떤 경우가 “악의적이거나 현저히 상당성을 잃은 공격”에 해당하여 손해배상책임이 인정될 것인가이다. 그러나 아쉽게도 대법원은 이에 대한 구체적 기준은 제시하고 있지 않다. 다만 “언론보도가 ... 정당한 언론활동의 범위를 벗어나 악의적이거나 심히 경솔한 공격으로서 현저히 상당성을 잃은 것인지는 그 언론보도의 내용이나 표현방식, 의혹사항의 내용이나 공익성의 정도, 공직자의 사회적 평가를 저하하는 정도, 취재과정이나 취재에서 보도에 이르기까지 사실 확인을 위한 노력의 정도, 그 밖의 주위 여러 사정 등을 종합하여 판단하여야 한다.”고 판시하고 있을 뿐이다(대법원 2012. 8. 23. 선고 2011다40373 판결).

한편 언론사 사이의 손해배상소송에 대하여, 위 대법원 2006. 3. 23. 선고 2003다52142 판결 이후에도, D신문사에 대한 H신문의 보도(대법원 2008. 2. 14. 선고 2005다75736 판결), O인터넷신문사에 대한 C신문의 보도(대법원 2008. 4. 24. 선고 2006다53214 판결), K방송사에 대한 M신문의 보도(대법원 2012. 11. 15. 선고 2011다86782 판결)에 대한 판결이 있었지만 모두 손해배상책임이 인정되지 않아 언론사가 다른 언론사에게 손해배상을 해준 사례를 찾아보기 어렵다. 오히려 대법원 2015. 5. 28. 선고 2012다29618 판결은 ‘원고가 언론사를 계열사로 두고 있어 그 언론사에서 실제로 관련 보도를 한 점’을 들어 “원고가 언론사에 준하는 지위에 있다고 할 수 있어 이 사건 기사가 악의적이거나 현저히 상당성을 잃은 공격이라고 인정되지 아니하는 한 책임을 쉽게 인정하여서는 아니 된다.”고 판시하여 언론사 범위를 확대하였다.



이 사건 서울고등법원 2016. 9. 9. 선고 2016나201211 판결 역시, M방송사의 세월호 보도와 관련하여 M인터넷신문이 비판 기사를 게재한 것은 해당 기사가 M방송사의 세월호 사건에 대한 보도 내용이나 행태를 비판하는 것으로서 사실의 적시라기보다 비판적 의견표명에 해당하고, ‘일관되게 편향 보도, 교묘하게 매도, 타의 추종을 불허하는 악질적 보도’라는 부분은 다소 과격한 표현으로 원고의 사회적 평가를 훼손할 만한 언사로 볼 여지가 있으나, M방송사가 스스로 이 사건 기사를 반박할 수 있는 매체를 가지고 있을 뿐만 아니라 주요 방송사로서 국가·사회적 영향력이 매우 큰 공적 존재로서 비판의 수인 범위 역시 넓은 점 등의 사정을 종합하면, 위 기사나 표현은 원고에 대한 악의적이거나 현저히 상당성을 잃은 공격에 해당한다고 보기 어렵다는 이유로 손해배상책임을 부정하고 있다.

이와 같은 우리 법원의 태도로 보아 언론사에 대한 비판보도의 경우 손해배상책임이 인정되기 매우 어려울 것으로 짐작할 수 있다. 그러나 언론사에 대한 비판보도에 대해 손해배상책임이 인정되는 경우는 절대 없을 것이라고 단정할 수 없다. 대법원이 언론사에 대한 보도와 마찬가지로 “악의적이거나 현저히 상당성을 잃은 공격이 아닌 한 쉽게 그 책임을 추궁하여서는 아니 된다.”고 보는 ‘공직자의 도덕성, 청렴성에 대한 의혹 제기’에 대해 언론사의 책임을 인정하는 판결이 나오고 있기 때문이다.

모 국회의원이 가명으로 한 달에 무려 846개의 글을 인터넷게시판에 올려 게시판




을 혼탁하게 한 사실이 드러났다는 취지의 잡지 기사(나중에 허위임이 드러남)에 대해 손해배상책임이 인정된 사례(대법원 2013. 2. 14. 선고 2010다108579 판결 참조), 신원이 불확실한 정보원의 말만 믿고 야당대표가 장관 재직시절 기업체 사장으로부터 공사 사장후보 추천 등의 대가로 측근을 통해 2만 달러를 수수한 의혹이 있다고 보도한 신문기사에 대해 책임이 인정된 사례(서울중앙지법 2010. 9. 15. 선고 2009가합147092 판결 참조), 국무총리가 폭설현장을 방문해 저녁식사 때 복분자술로 반주를 하였을 뿐인데 현장에 있지도 않은 기자가 제보를 받아 사실도 확인하지 않은 채 ‘양주파티’를 벌였다고 보도한 기사에 대해 책임을 인정한 사례(대법원 2008. 11. 13. 선고 2008다53805 판결) 등이 있다. 이는 언론사에 대한 비판 보도에서도 마찬가지로 적용되어 ‘아니면 말고’ 식의 무책임한 폭로 보도나 지극히 모멸적인 언사를 사용한 비방 보도에 대해서는 책임이 인정될 가능성이 높다고 할 것이다.

무릇 언론사에 대한 비판 보도는 피해자가 반박수단을 가지고 있다는 점에서 ‘사상의 자유 시장’ 이론이 가장 잘 작동할 수 있는 분야라 할 수 있고, 통상 보도로 인한 손해배상 소송에서 표현의 자유를 내세워 면책을 강조해오던 언론사가 오히려 자신에 대한 보도가 잘못되었다며 손해배상 소송을 제기하는 것 자체가 이율배반적인 것처럼 보이기도 한다. 따라서 그 책임을 인정함에 엄격하여야 한다는 판례의 태도는 지극히 타당하다고 생각한다.

그러나 그렇다고 하여 언론사의 다른 언론사에 대한 무책임한 공격이 정당화되는 것은 아니다. 만일 그것이 허위 보도이거나 도를 지나친 비방 보도라면 법적 책임을 떠나 윤리적인 책임을 면할 수 없고, 피해 언론사는 그 보도 내용 때문에, 가해 언론사는 무책임한 보도를 하였다는 사실 때문

에 각각 국민들의 신뢰를 잃게 될 것이다. 나아가 이런 현상이 반복되면 자칫 언론계 전체가 국민들의 신뢰를 잃게 될 수도 있을 것이다. 그런 점에서 언론사들이 묵시적 카르텔을 형성해 동업자의 비리에 눈을 감아서도 안 되겠지만 언론사 간 비판 보도 시에는 금도(襟度)를 지킬 것이 요구된다고 할 것이다.



한편, 지난 2005년 서울고등법원은 2005나16395 판결(2005. 10. 11. 선고)에서 “15대와 16대 대통령 선거를 전후하여 국내 굴지의 대형 언론사들이 매체의 특성으로서의 보도경향이나 이념적 가치관을 넘어 자신들이 지지하는 대통령후보가 누구인지 또는 정치적인 이해관계에 따라 특정 사안을 자사의 처지에 유리한 방향으로 보도하거나 자신과 이해관계를 달리하는 다른 언론사를 사실이나 신설한 매체비평 프로그램을 통하여 악의적이라고 판단될 정도의 비판이나 비난을 해 온 것도 사실임은 우리가 경험한 바이다.”고 판시한 바 있다. 이는 우리나라에서 2000년을 전후해 언론사 사이의 명예훼손 소송이 급증하게 된 이유와 현상과 관련하여 시사하는 바가 크다고 하겠다. 



# 공인의 성범죄 보도, 알권리인가 사생활 침해인가?

- 공인의 성범죄혐의보도의 문제점과 개선 방향을 중심으로

양재규 · 변호사, 언론중재위원회 홍보팀장

## I. 들어가며

### 1. 연구의 배경

지난 몇 달 동안 공인, 좀 더 구체적으로 말하자면 유명 운동선수나 연예인들이 성폭행 혐의로 고소당하는 일이 이어지고 있다. 이 경우 언론은 「○○○○, 성폭행 혐의 피소」 내지 「△△△, 성폭행 혐의로 고소당해」와 같은 식의 제목이 달린 기사를 당연하게 보도한다. 물론 언론보도는 대체로 여기서 끝나지 않는다. 고소 이후 이루어지는 수사진행상황을 마치 실시간 증계하듯 보도할 뿐만 아니라 경우에 따라서는 범죄혐의와 직접 상관없는 사건 관계자들의 전과나 이력, 주변 사람들과의 관계까지 세세하게 기사화한다.<sup>1)</sup> 이 모든 사태의 시작을 알리는 신호탄은 공인에 대한 고소이며 그 사실을 알리는 범죄혐의보도라고 할 수 있다. 소위 대중의 선망의 대상이라 할 수 있는 ‘스타’들이 성폭행 혐의로 고소당했다는 사실을 언론은 반드시 알려야 할까? 일단 이러한 의문에 대한 답은 ‘뉴스 가치’에서 찾을 수 있다. 2014년 한 해 동안 우리나라

1) 유명 연예인 B 씨에 대한 중앙일간지 보도를 예로 들면, 2016년 6월 13일 성폭행 혐의로 피소된 사실을 알리는 「B, 성폭행 혐의 피소... 피해 여성 "화장실에서 성폭행"」 제하의 기사가 보도된 이후 다음날인 14일 「'성폭행 혐의' B 강남구청 출근 후 병가...경찰 "증거물 분석한 뒤 소환할 예정"」 및 「B 군복무 1/4은 연가나 병가와 같이 범죄사건과 직접 관련이 없는 피의자의 군복무 태도에 관한 기사를 냈다. 같은 매체의 다른 유명 연예인 Y 씨 관련 보도에서는 2016년 8월 24일 오전 「Y, 마사지 업소 여종업원 성폭행 혐의」 제하로 첫 기사를 내보낸 후에 같은 날 오후 「Y 고소녀, 8000만원 빛에 선불금 사기까지」 제하로 고소인의 채무관계 및 재산범죄 관련 의혹을 다뤘다.

에서 발생한 성폭력범죄는 무려 29,863건으로 인구 10만명당 58.2건이 발생했다(대검찰청, 2015, 13쪽). 이 중에서 언론에 의해 보도되는 사건은 극소수에 불과하다. 바로 이 언론의 선택을 받은 해당 사건들이 '뉴스 가치'가 있는 범죄인 것이다.

대중의 이목을 끄는 범죄의 유형은 단순히 극악무도한 범죄가 아니라 신분이 높거나 저명한 사람이 피의자 혹은 피해자인 범죄라는 것(Stephens, 2010, 141쪽)은 잘 알려진 사실이다. 우리나라 언론의 범죄보도관행을 연구한 노성호·이기웅(1996)은 유명한 관련 사건에 높은 기사 가치를 부여하는 것을 우리 언론의 두드러진 경향 중 하나로 꼽고 있다. 대중은 유명인사의 일거수일투족에 크게 관심을 갖고 있으며 언론에서는 이런 뉴스 소비자들의 특성을 보도에 적극 활용한다는 것이다. 이런 점에서 연예인이나 스포츠 스타가 연루된 범죄사건은 뉴스 가치가 높다고 할 수 있다. 게다가 성과 관련된 사건 역시 뉴스 가치가 높기 때문에 공인의 성범죄 혹은 성범죄 의혹은 지대한 인간적 관심사로서 언론이 보도하지 않을 수 없는 사안이 된다.

그런데 다른 한편으로 공인의 성범죄혐의보도에는 여러 문제점들이 내재되어 있는 것 또한 사실이다. 우선 보도 시점의 문제다. 현재 연예인이나 유명 운동선수의 성범죄 관련 보도는 대체로 초동수사 단계에서 집중적으로 이루어지고 있다. 물론 이것은 공인의 성범죄보도뿐만 아니라 일반적인 범죄보도에도 공통적으로 해당되는 현상이다. 이러한 현상의 원인으로는 여러 가지가 있을 수 있겠지만 정보의 '시의성(timeliness)'이라는 관점으로도 설명할 수 있다. 즉 수사가 개시되는 시점은 해당 정보의 '시의성'이 가장 큰 순간으로서 이 순간을 놓치면 정보의 상업적 가치가 급속히 감소하기 때문에 언론으로서의 수사가 이루어지고, 공소제기 여부를 초추자가 판단하고, 공소가 제기되고, 공판 기일이 잡히고, 재판이 열릴 때까지 기다리지 못하고 초동수사 단계에서 보도하고 마는 것이다(김기창, 2005, 19쪽). 그런데 이 시점이 정보의 시의성은 높을지 모르지만 정보의 정확성은 몹시 낮은 때라고 할 수 있다. 그러므로 사건의 진실이 아직 드러나지 않았거나 확인되지 않은 시점에서 고소사실을 공개하거나 사건의 진위 여부에 대해서 판단하는 식의 기사를 내보내는 것은 지나치게 성급한 측면이 있다.<sup>2)</sup>

다음으로 고소 사건의 문제다. 고소 내용이 허위로 판명될 경우, 무고로 처벌받을 수도 있기 때문에 고소에 뒤따르는 부담이 전혀 없는 것은 아니지만 그래도 고소는 비교적 쉽고, 자유로운 편이다. 아무 잘못 없는 사람이라도 고소당할 수 있다. 그래서 고소가 이루어졌다는 사실 자체만으로는 보도에 있어서 아무 의미도 갖지 못한다(박용상, 2008, 735쪽). 이와 관련하여 언론중재위원회 시정권고 심의기준 제3조 제3항에서는 특별한 사유가 없는 한 고소·고발된 사건 및 그 구체적 내용에 대한 언론보도는 금지된다고 규정하고 있다.<sup>3)</sup> 실제로 언론중재위원회에서는 지난 8월 29일 2016년 8차 시정권고소위원회 회의에서 유명 연예인들의 성

2) 실제로 최근에 논란이 일었던 유명 연예인들의 성범죄혐의 중 상당수가 무혐의로 종결되었다.

3) 언론은 특별한 사유가 없는 한 고소·고발된 사건 및 그 구체적 내용을 보도하여서는 아니 된다(시정권고 심의기준 제3조 제3항).

폭행혐의 관련 기사를 낸 218개 매체(2016안건385~602)를 상대로 다음과 같이 그 시정을 권고한 바 있다.

위 기사는 연예인이 성폭행했다는 고소 사실을 보도하면서, 고소장 또는 고소인의 일방적 주장만을 근거로 밝혀지지 않은 사실관계와 그에 따른 범죄 혐의를 보도하였다. 위 기사로 인해 독자들은 피고소인이 성폭행 범죄를 범한 것으로 오인할 우려가 있으며, 후에 무고함이 밝혀지더라도 회복할 수 없는 피해를 받을 수 있다. 피고소인이 유명 연예인이라 할지라도 확정되지 않은 성폭행 혐의사실 및 그의 신상을 공개하는 것은 인간의 존엄에 근거를 두고 있는 사생활의 핵심영역을 침해할 우려가 있다. 따라서 위 기사는 시정권고 심의기준 제3조 제3항을 위반한 것으로서 언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률 제32조 제1항에 따라 그 시정을 권고한다.

(시정권고 결정문 중 발췌)

마지막으로, 성폭행범죄가 갖는 특수성의 문제다. 일반적인 범죄혐의와 마찬가지로, 성폭행 범죄혐의 또한 무죄 혹은 무혐의가 될 수 있다. 특히 수사나 재판 결과 폭력에 의해 강압적으로 성관계가 이루어진 것이 아니라 양 당사자의 합의 하에 성관계가 이루어진 것으로 결론이 날 수도 있다. 이렇게 되면 결과적으로 해당 언론들은 개인의 사생활, 그 중에서도 가장 내밀한 영역을 폭로한 셈이 된다. 이것은 사회적 영역에서 주로 발생하는 살인·강도와 같은 강력 범죄라든가 사기·횡령과 같은 재산범죄와는 구별되는 성폭행범죄만의 특수성에서 기인한다.

## 2. 연구의 대상 및 과제

이상과 같이 성범죄 의혹이 불거진 초기 단계에 집중적으로 이루어지고 있는 성범죄혐의보도는 설령 당사자가 공인으로서 공적 관심의 대상이라 할지라도 신중하고도 조심스럽게 이루어질 필요가 있다. 그러나 우리 언론의 현실 내지 보도관행은 그렇지 못하다. 한국신문 범죄보도의 역사적 변천에 관해 연구한 박용규(2001)에 따르면, 범죄보도의 80% 이상이 재판 전 단계만을 집중적으로 다루고 있다고 한다. 보다 구체적으로 1935년부터 1996년에 이르기까지 한 중앙일간지에 기사화된 범죄보도의 사건처리단계별 변천과정을 살펴본 결과, 검찰조사 단계 및 재판과정에서의 범죄보도의 비율이 1.4%에서 18.2%, 14.9%에서 20.9%로 증가한 것으로 나타났다. 경찰조사 단계의 범죄보도 비율은 1935년 83.7%로 압도적으로 높았다가 1956년 79.9%, 1976년 76.8%, 1996년 60.8%로 점차 줄어들고 있는 추세이나 상대적으로 여전히 높은 상태다. 일반적인 범죄보도 관행에서 한 걸음 더 나아가 범죄혐의보도, 그 중에서도 성범죄혐의보도에 대한 보다 적극적인 사회적 관심과 논의가 필요한 시점이라고 생각한다.

이 글의 목적은 법적 관점에서 공인의 성범죄혐의보도와 관련된 문제점을 다루는 것이다.

현재까지 범죄보도 일반에 대한 논의는 많이 이루어져왔지만 범죄혐의보도, 그 중에서도 성범죄혐의보도에 대한 진지한 논의는 활발하지 않은 실정이다. 논의의 대상을 범죄보도 일반으로 하기에는 다뤄야할 쟁점들이 너무 많고 복잡하다. 그래서 언론법제 영역에서 논의가 활발하게 이루어진 범죄보도 일반에 속하는 쟁점들, 예를 들면 익명보도의 원칙이라든가 위법성조각사유 등의 문제는 제외하기로 한다.<sup>4)</sup> 최근의 상황을 고려하여 공인의 성범죄혐의보도만을 가지고 논의를 이어가겠다. 그리고 유사한 용어들로 인한 의미의 혼란을 막고자 ‘범죄보도’, ‘범죄혐의보도’, ‘범죄사실보도’를 각각 구분해서 사용하고자 한다. 기사의 제목이나 본문에 사용된 표현을 기준으로 단순한 혐의내용만을 보도한 경우를 ‘범죄혐의보도’로 하고 단순 혐의보도를 넘어 범죄혐의가 확실한 것처럼 단정하거나 암시하는 표현을 사용함으로써 수용자들로 하여금 유죄라는 인상을 갖게 하는 보도는 ‘범죄사실보도’로 명명했다. ‘범죄보도’는 이 두 가지 모두를 포함하는 넓은 의미로 사용했다. 효율적인 논의를 위해 다음과 같은 세 가지 핵심 연구문제를 제시한다.

(연구문제 1) 성범죄혐의보도는 공인의 사회적 평가를 저하시키는가?

(연구문제 2) 성범죄혐의보도는 공중의 정당한 관심사로서 알권리의 대상인가?

(연구문제 3) 성범죄혐의보도는 공인의 사생활을 부당하게 침해하는가?

## II. 공인의 성범죄혐의보도와 명예훼손

### 1. 범죄보도의 두 가지 핵심원칙: 익명보도와 혐의보도

범죄보도는 누군가의 일탈행위를 사회에 알리는 역할을 한다. 범죄라는 일탈행위는 사회적으로 합의된 가치(규범)를 깨뜨리는 것으로서 당연히 명예훼손적이다. 언론보도를 통해 범죄사실이 알려지면 해당 사실의 진위 여부를 불문하고 그 행위자에 대한 사회적 평가, 즉 명예가 저하되는 부정적인 효과가 발생하기 마련이다.

물론 명예에 대한 정의는 다양할 수 있는데 한 사람에 대한 외적 평가이지 그 사람이 보유하고 있는 품성이나 인격 그 자체는 아니라고 보는 것이 일반적인 견해다. 따라서 범죄보도가 명예 주체의 인격 그 자체에 미치는 영향은 논외로 하고, 사람들이 그 사람에 대해서 가지고 있는 인식이나 평가에 부정적인 영향을 끼칠 수 있다는 점에서 범죄보도는 그 행위주체의 명예

4) 이 글의 주된 관심사는 유명 연예인, 운동선수과 같은 사람들의 성범죄혐의보도다. 이들은 공인으로서 ‘익명보도의 원칙’의 예외에 해당하기 때문에 범죄보도에서 주로 논의되는 ‘익명보도’ 관련 사항은 쟁점으로 다루지 않기로 한다.

를 훼손시킨다고 볼 수 있다. 범죄보도가 갖는 이러한 명예훼손적 효과로 인해 법원 판결을 토대로 확립된 범죄보도 관련 중요한 원칙들이 적용되고 있다.

우선 ‘익명보도의 원칙’이다. 대법원은 범죄보도가 “범죄 행태를 비판적으로 조명하고, 사회적 규범이 어떠한 내용을 가지고 있고, 그것을 위반하는 경우 그에 대한 법적 제재가 어떻게, 어떠한 내용으로 실현되는가를 알리고, 나아가 범죄의 사회문화적 여건을 밝히고 그에 대한 사회적 대책을 강구하는 등 여론형성에 필요한 정보를 제공하는 등의 역할”을 한다는 점에서 공공성이 있다고 보면서도 “범죄 자체를 보도하기 위하여 반드시 범인이나 범죄 혐의자의 신원을 명시할 필요가 있는 것은 아니고, 범인이나 범죄혐의자에 관한 보도가 반드시 범죄 자체에 관한 보도와 같은 공공성을 가진다고 볼 수도 없다”<sup>5)</sup>는 이유로 “공적인물이 아닌 사인(사인)의 경우 가급적 익명을 사용하는 등 피의자의 신원이 노출되지 아니하도록 주의하지 아니하면 아니 된다”<sup>6)</sup>고 판시한 바 있다. 이로 인해 범죄의 주체가 공인이 아닌 한 익명으로 보도하라는 ‘익명보도의 원칙’이 확립되어 있다.

범죄보도로 인한 명예훼손과 관련된 또 하나의 중요한 원칙은 혐의에 불과한 사실을 보도할 때 헌법상 무죄추정의 원칙에 입각하여 유죄를 암시하거나 유죄의 인상을 줄 수 있는 단정적인 용어나 표현을 사용해서는 안 된다는 것이다. 역시 대법원은 “보도 내용이 수사가 진행 중인 피의사실에 관한 것일 경우, 일반 독자들로서는 보도된 피의사실의 진실 여부를 확인할 수 있는 별다른 방도가 없을 뿐만 아니라 언론기관이 가지는 권위와 그에 대한 신뢰에 기하여 보도 내용을 그대로 진실로 받아들이는 경향이 있고, 신문 보도가 가지는 광범위하고도 신속한 전파력으로 인하여 사후 정정보도나 반박보도 등의 조치에 의한 피해구제만으로는 사실상 충분한 명예회복을 기대할 수 없는 것이 보통”<sup>7)</sup>이므로 “적절하고도 충분한 취재를 하여야 함은 물론이고, 보도 내용 또한 객관적이고도 공정하여야 할 뿐만 아니라, 무죄추정의 원칙에 입각하여 보도의 형식 여하를 불문하고 혐의에 불과한 사실에 대하여 유죄를 암시하거나 독자들로 하여금 유죄의 인상을 줄 우려가 있는 용어나 표현을 사용하여서는 안 된다”<sup>8)</sup>고 판시하였다. 이와 비슷한 취지로 또 다른 판결에서 대법원은 “확인되지 아니한 고소인의 일방적 주장을 여과 없이 인용하여 부각시키거나 주변 사정을 무리하게 연결시켜 마치 고소 내용이 진실인 것처럼 보이게 내용 구성을 하는 등으로 그 기사가 주는 전체적인 인상으로 인하여 일반 독자들이 사실을 오해하는 일이 생기지 않도록 기사 내용이나 표현방법 등에 대하여도 주의를 하여야 하고, 그러한 주의의무를 다하지 않았다면 명예훼손으로 인한 손해배상책임을 져야 한다.”<sup>8)</sup>

5) 대법원 1998. 7. 14. 선고 96다17257 판결.

6) 대법원 1999. 1. 26. 선고 97다10215,10222 판결.

7) 대법원 1999. 1. 26. 선고 97다10215,10222 판결.

8) 대법원 2016. 5. 27. 선고 2015다33489 판결.

고 판시한 바 있다. 수사나 재판이 진행 중인 범죄혐의에 관해 기사를 쓰면서 유죄가 확정되기도 전에 범죄사실에 관한 단정적인 표현을 사용하는 것은 옳지 않으며 설명 단정적인 표현을 사용하지 않았더라도 유죄의 인상을 줄 수 있는 표현조차 삼가야 한다. 그런 기사는 피의자가 범인이거나 범죄를 저지른 것이 분명한 것처럼 보이게 할 수 있으므로 단순 혐의보도에서 멈춰야 한다.<sup>9)</sup> 이것이 말하자면, ‘혐의보도의 원칙’이다. 만일 기사화하는 과정에서 혐의보도의 원칙을 어기고 단정적인 표현을 사용했다면 언론사로서는 해당 범죄혐의가 진실이라는 증명을 하거나 적어도 진실이라고 믿은 데에 상당한 근거가 있음을 밝혀야 하고 이러한 증명의 실패는 명예훼손에 따른 법적 책임으로 귀결될 것이다.<sup>10)</sup>

## 2. 단순 혐의보도와 사회적 평가 저하 여부

앞에서 살펴본 것처럼 익명보도와 단순 혐의보도는 범죄보도에 적용되고 있는 핵심 원칙이다. 문제는 단순 혐의보도 또한 명예훼손적일 수 있다는 점에서 법적 책임으로부터 완벽하게 자유롭지 않다는 점이다.

누군가 보도에 언급된 것과 같은 범행을 저질렀을지도 모른다는 추정, 즉 단순한 범죄혐의의 공개만으로도 그 명예가 손상될 수 있는 것이 사회적 현실이다. 무죄추정의 원칙이라든가, 형사절차의 진행 순서에 익숙하지 않은 일반인들은 수사의 개시만으로도 범죄의 증거가 있는 것으로 오해하는 경우가 많기 때문이다. 법에서는 무죄추정을 원칙으로 제시하지만 현실에서는 유죄추정인 것이다. 단순한 혐의는 후에 무죄나 무혐의로 종결될 개연성이 크며, 그 무고함이 밝혀지더라도 그 보도의 효과가 없어지지 않는다는 사실을 고려한다면 범죄혐의자를 범죄 보도로부터 보호할 필요성이 부인될 수 없다(박용상, 2008, 712~713쪽).

물론 이에 관해서는 다른 견해도 존재할 수 있다. 2000년 11월 22일 SBS는 <한밤의 TV 연예>라는 프로그램에서 「A 성폭행 혐의 논란」이라는 제목으로 당시 유명 연예인이자 사업가였던 A씨가 여성을 성폭행한 혐의로 경찰의 조사를 받고 있다고 보도했다. SBS의 해당 보도는 논란거리<sup>11)</sup>가 아주 없지는 않았지만 피해자의 진술이 2차례에 걸쳐 반복되었으며 A씨에 대

9) 이러한 원칙에도 불구하고 현실에서 이루어지는 많은 범죄보도에는 제목이나 본문 중에 단정적인 표현이 사용되고 있고 그로 인해 해당 사건이 수사나 재판 결과 무혐의나 무죄로 종결되게 되면 허위보도에 의한 명예훼손으로 인한 법적 책임으로 귀결되는 경우가 많다. 그러나 이 문제는 단순 혐의보도의 문제를 다루고자 하는 이 글의 목적에서 벗어나 있으므로 익명보도 문제와 같이 역시 더 이상 다루지 않기로 한다.

10) 대법원 2005. 7. 15. 선고 2004다53425 판결. 관련 판시사항은 다음과 같다. “이와 같은 제목의 크기나 표현된 문구에 비추어 대부분의 일반 독자들로서는 원고가 단순히 범죄 혐의를 받고 있다는 인상을 받기보다는 근로자들로부터 소송대행비 명목으로 돈을 수수하고, 위원장의 직위를 이용하여 금품을 갈취하였을 것이라는 인상을 받게 될 것으로 보여지므로, 이러한 사실들이 진실이라는 증명이 없는 이상, 위 신문 보도로 인하여 원고의 명예에 대한 사회적 평가가 현저하게 훼손되었다고 보아야 할 것이다.”

11) 해당 방송 내용 중에는 피해자 관련 수사진행상황에 대한 언급이 있었는데 피해자가 자신의 체액을 채취, 경찰에 제출했다고 보도하며 ‘정액샘플 증거자료 제출’이라는 자막을 단 것이다. 이 자막만 놓고 보면, 마치 피해자의 체액 속에 A씨의 정액이 들어 있다는 오해의 소지가 없지는 않지만 재판부는 전체적인 흐름상 크게 문제되지 않는다고 보았다.

한 경찰의 구속영장신청이 기각되었다는 사실과 같이 피의자에게 유리한 사정도 함께 보도함으로써 단순 혐의보도에 비교적 가까웠다. 이러한 보도에 대해 1심 법원은 다음과 판시했다.

피고들의 이 사건 보도는 원고가 유죄라는 단정적인 표현을 사용하고 있지 않고 또 원고의 입장도 함께 방영하고 있어 시청자에게 원고가 단순히 성폭행혐의를 받고 있다는 것 이상으로 강간범으로 확정된 것과 같은 인상을 주었다고는 볼 수 없고, 나아가 피해자의 체액샘플을 방영하면서 자막으로 내보낸 ‘증거자료로 제출된 정액샘플’이라는 표현 부분도 그 자체로는 피해자의 체액샘플 속에 원고의 정액이 들어 있다는 오해의 소지가 다소 없지 아니하나 … (중략)… 위 표현이 시청자에게 원고가 강간범으로 확정된 것 같은 인상을 주었다고는 보기 어려우므로, 위 피고들의 이 사건 보도로 인하여 원고의 명예가 훼손되었다고 볼 수 없다.<sup>12)</sup>

단순 혐의보도로는 당사자의 사회적 평가가 저하되지 않는다고 본 이 판결(2002가합78777)의 결론은 헌법상의 ‘무죄추정의 원칙’에 부합한다. 유죄라는 인상을 준 것이 아니라 고소당했다는 객관적 사실만을 보도했으므로 당사자를 비난했다거나 부정적으로 평가했다고 보기도 어렵다는 것이다. 또 원칙을 지켜 단순 혐의보도 선에서 그치면 당사자가 거의 문제 삼지 않으며 언론사로서는 소송을 당하지 않는다는 경험적 현실과도 일맥상통한다.<sup>13)</sup> 우리 사회가 보다 신중하고 일상생활에서도 법치를 구현하고 있다면 무죄로 추정되는 당사자가 단지 고소당했다는 사실만으로 비난을 받거나 불이익을 받는 일은 없을 수도 있다. 그러나 이와 같은 해석은 사회 일반의 통념과 다소 거리가 있으며 우리 사회의 현실상 아직은 시기상조가 아닐까 생각한다. 현실에서는 고소장 등에 기재된 내용의 진실 여부를 떠나 고소를 당했다고 보도되는 것 자체로 사회생활에 막대한 지장을 입을 수 있다(한위수, 2016, 96쪽). 따라서 사회 일반의 통념에 보다 부합하는 해석은 혐의보도만으로도 사회적 평가가 저하된다고 보는 견해가 아닐까 생각한다.<sup>14)</sup>

12) 서울지방법원 2003. 7. 4. 선고 2002가합78777 판결. 1심 법원의 이와 같은 판단은 원·피고 양측의 항소로 이루어진 2심 재판에서 다음과 같이 번복되었다. “원고의 실명이 거론되면서 원고가 강간치상의 피의자로서 수사를 받고 있다는 보도와 동시에 원고의 조사받는 화면, 원고의 인터뷰 내용이 방송됨으로써 위 보도를 접한 사람들은 원고가 강간치상범죄를 저지른 것 같은 인상을 받게 된다고 할 것인바, 특별한 사정이 없는 한 원고에 대한 사회적 평가가 저하되었다고 할 것이다.”(서울고등법원 2004. 10. 12. 선고 2003나55334 판결) 2심 법원은 1심에서와는 달리, SBS의 보도를 단순 혐의보도로 보지 않았고 따라서 이 논문에서의 핵심적인 질문, 즉 단순 혐의보도만으로 사회적 평가가 저하되었다고 볼 수 있는지에 대한 판단으로 보기는 어렵다. 결국 이 사건의 1심 판결에서 내려진 단순 혐의보도에 의한 명예훼손 여부에 대한 판단은 매우 드문 사례다.

13) 단순 혐의보도가 문제된 판결은 매우 드물다. 물론 이러한 사실만 가지고 단순 혐의보도를 하면 당사자가 문제 삼지 않으리라고 곧바로 추정하는 것은 오류의 가능성이 크다.

14) 앞에서 인용한 바 있는 박용규(2001)의 논문(173쪽)은, 범죄보도가 재판 전 단계에만 집중됨으로써 나중에 무죄판결을 받아도 사람들에게는 피의자가 무조건 범인인 양 기억되고 만드는 점을 지적하고 있다.

### 3. 범죄혐의보도와 알권리

앞에서 살펴본 것처럼 단순 혐의보도가 당사자의 사회적 평가를 저하시키는지 여부는 쉽게 결론을 내리기 어려운 문제다. 그래서 범죄혐의보도 관련 논의는 당사자의 사회적 평가 저하 여부, 즉 명예훼손의 구성요건적 측면으로만 국한시켜 매듭짓기에 한계가 있다. 이에 범죄혐의보도와 알권리 사이의 연관성에 대해서 살펴봄으로써 보다 명확한 결론에 접근해보고자 한다.



#### (1) 범죄와 알권리

일반적으로 범죄는 그것으로 인해 침해되는 법익의 종류와 관계없이<sup>15)</sup> 사회현상의 일부로서 사회적 관심사이며 따라서 언론이 보도해야할 중요한 시사(時事)적 사항에 속한다(박용상, 2008, 707쪽). 또 범죄에 관한 정보를 은폐하는 것은 대중으로 하여금 범죄에 대한 대처를 무력하게 하는 결과를 가져올 뿐만 아니라 범죄의 처리에 있어서도 일반 국민의 도움을 받을 수 없게 하므로 범죄학적 견지에서도 바람직하지 못하다(박용상, 2008, 108쪽). 결국 범죄에 관한 정보는 공공성 내지 공익성이 있고 이에 대한 정보를 제공하는 범죄보도 역시 공중의 정당한 관심사로서 알권리의 대상이라고 볼 수 있다. 대법원 역시 범죄보도가 “범죄 행태를 비판적으로 조명하고, 사회적 규범이 어떠한 내용을 가지고 있고, 그것을 위반하는 경우 그에 대한 법적 제재가 어떻게, 어떠한 내용으로 실현되는가를 알리고, 나아가 범죄의 사회문화적 여건을 밝히고 그에 대한 사회적 대책을 강구하는 등 여론형성에 필요한 정보를 제공하는 등의 역할을 하고 있다”는 이유로 공공성을 인정하고 있다.<sup>16)</sup>

이상의 논의를 토대로 알권리의 대상으로서의 범죄보도가 갖는 의의는 크게 세 가지로 정리해볼 수 있다. 우선 규범안정화 기능이다. 범죄는 사회적으로 합의된 가치에 대한 도전이자 위협이라고 볼 수 있다. 범죄가 빈발하면 규범체계 나아가 사회 전반의 통치체계마저 흔들릴 수 있다. 이런 상황에서 범죄보도는 범죄행위에 비판적 조명을 통해 현행 규범체계를 안정시키고 나아가 정당성을 부여해 주는 기능을 담당한다(이진국, 2002, 26~27쪽).

15) 형법상 범죄는 개인적 법익에 관한 것, 사회적 법익에 관한 것, 국가적 법익에 관한 것으로 분류될 수 있다. 이 중에서 개인적 법익에 관한 범죄, 예를 들면, 살인이나 강간, 절도, 사기 등의 범죄는 개인 간에 발생한 사사로운 문제로 볼 여지도 없지는 않다. 그러나 비록 개인 간에 발생한 범죄라도 국가의 형벌권이 발동하는 순간부터는 공적 영역으로 편입되며 따라서 사회적 관심사 내지는 공적 관심사라고 보아야 한다.

16) 대법원 1998. 7. 14. 선고 96다17257 판결.

다음으로는 한계설정 기능이다. 범죄에는 사회적으로 합의된 한계를 벗어난 일탈행위라는 측면도 있다. 사회는 이러한 일탈행위를 처벌함으로써 공동체가 용인할 수 없는 한계를 제시한다. 이처럼 범죄보도는 범죄에 대한 처벌을 알림으로써 사회적으로 바람직한 행위와 바람직하지 않은 행위를 구분 짓는 한계설정 기능을 수행하고 있다고 할 수 있다(이진국, 2002, 24~25쪽).

마지막으로 권력감시 기능이다. 정부 당국을 향한 대책 마련 촉구는 권력에 대한 감시라는 언론의 기능과 관련이 있다(Kovach & Rosenstiel, 2003, 171쪽). 범죄가 사람들의 자유롭고 안전한 생활을 위협하는 요소라는 점에서 이러한 범죄 발생으로부터 사람들을 보호할 책임은 일차적으로 국가 내지는 정부 당국에 있으며 언론은 이러한 공적 영역에 대한 감시자로서 범죄보도를 통해 범죄 발생과 관련한 사회문화적 여건을 추적, 공론화하고 그에 따른 사회적 대책 마련을 관계 당국에 촉구하는 역할을 해야 한다.

## (2) 범죄혐의와 알권리

이처럼 범죄보도를 알권리의 대상으로 보는 근거는 비교적 명확하다. 범죄행위에 대한 비판적 조명을 통해 규범체계를 안정시키고, 사회적 일탈행위에 가해진 처벌을 알림으로써 용인할 수 없는 한계를 설정한다. 나아가 정부 당국을 향한 범죄대책 마련을 촉구한다. 문제는 이러한 범죄보도의 의의가 아직 진위 여부조차 불확실한 범죄혐의보도에 관해서도 적용될 수 있는지 여부다.

사실 범죄혐의보도는 범죄정보로서의 가치가 거의 없다고 할 수 있다. 유명 연예인의 범죄 관련 보도는 대부분 성적인 문제나 마약, 음주운전 등과 관계되어 있으며 이른바 ‘황색 저널리즘’의 상업적 이용으로 인한 인권권 침해라는 논란이 끊이지 않고 있다(김택수, 2002, 11쪽). 공익적 정보가치보다는 상업적 가치가 크며 알권리의 대상이라기보다는 호기심의 대상에 가까운 것이다. 범죄보도에 알권리 내지 공공성을 인정하는 근거를 세심하게 고려하면, 여기서 말하는 ‘범죄’ 내지 ‘범죄 행태’는 단순한 ‘혐의’가 아닌, 그 사실관계가 명확하게 밝혀진 ‘확정사실’에 한정된다고 보아야 한다. 범죄 유무에 대한 수가가 아직 진행 중인 단계라면 유무죄조차 밝혀지지 않은 상황이기 때문에 그것을 비판적으로 조명한다거나 사회적 규범을 위반했다고 보는 것 자체가 타당하지 않다. 나아가 혐의사실만 가지고 해당 범죄에 대한 대책 마련 촉구나 여론형성을 거론하는 것 역시 시기상조가 아닐 수 없다.

## (3) 형사절차의 진행 단계별 알권리의 세분화

물론 범죄보도 일반에 적용되는 알권리 내지 공공성과는 다른, 형사절차의 진행 단계별로 고려할 만한 세부적인 알권리가 있을 수는 있다.

우선 고소·고발이 접수되고 수사가 개시된 단계에서는 단순 혐의보도라도 금지되어야 한

다. 형사고소·고발은 누구나 아무에 대해서도 행할 수 있으므로 고소나 고발이 있었다는 사실 자체만으로는 보도에 있어서 아무 의미도 갖지 못하기 때문이다(박용상, 2008, 735쪽). 나아가 수사절차가 개시되었다는 것에도 지나치게 큰 의미를 부여하는 것은 곤란하다. 고소·고발장이 접수되었기 때문에 수사기관은 수사를 개시한 것일 뿐이다. 이것은 수사기관에게 선택이 아닌 의무다. 수사 개시만으로는 결코 공개적으로 언급할 만한 충분한 근거가 되지 못한다(박용상, 2008, 738쪽).

다음으로 수사가 진행되는 단계에서는 익명에 의한 단순 혐의보도 정도는 가능할 것이다. 그러나 이 단계에서도 재판과는 달리 수사는 비공개로 이루어지는 것이 원칙이므로 실명보도는 곤란하다. 물론 수사상 필요에 의해 공개수사로 전환했다든가 어느 정도 유죄가 확인되었다고 한다면 실명에 의한 혐의보도 정도는 가능할 수도 있다. 결국 수사 진행 단계에서의 범죄 보도는 비록 보도를 한 다손 치더라도 당사자의 사회적 평가에 미치는 부정적 영향을 고려하여 익명에 의한 혐의보도에 그쳐야 한다.

본격적인 범죄혐의보도가 가능한 단계는 수사기관이 피의자의 인적 사항을 비롯하여 수사 진행 결과를 공식적으로 공개한 이후다. 판례에 따르면 수사기관이 공표한 범죄사실을 그대로 기사화한 언론사에 대해서는 해당 범죄혐의가 무혐의 혹은 무죄로 결론난다 할지라도 보도의 상당성을 인정, 언론사의 책임을 면책시키고 있다. 이러한 점을 감안한다면 범죄혐의보도가 아닌 범죄사실보도까지도 가능하다. 다만 여기서 반드시 전제되어야 할 점은 수사기관의 공식 발표일 때로 한정된다는 사실이다. 공식발표가 아닌, 기자와의 개인적인 친분관계를 통해 개인적으로 수사기관 고위 관계자로부터 들은 정보를 토대로 한 보도는 면책이 인정되지 않는다.

### Ⅲ. 연예인의 성범죄혐의보도와 사생활 침해

#### 1. 성범죄혐의보도의 특수성

성범죄혐의보도로 인한 사생활 침해의 가능성과 관련해서는 우선적으로, 성범죄혐의보도가 일반적인 범죄혐의보도와 구별되는 특수성을 가지고 있다는 점에 주목할 필요가 있다.

강간, 강제추행으로 대표되는 성범죄는 성적 자유에 관한 죄로서 폭행·협박 또는 위력·위력 등의 방법으로 타인의 성적 의사결정의 자유를 침해하거나 이에 준하는 방법으로 침해하는 행위를 의미하며(김일수, 1996, 124쪽) 필연적으로 남녀의 성관계라는 매우 내밀한 생활영역을 다루게 된다. 물론 ‘업무상 위력에 의한 간음’(형법 제303조 제1항)이라든가 ‘피구금자간음’(형법 제303조 제2항)과 같은 일부 성범죄들은 사회적 영역 혹은 공적 영역에서 업무상의 관계 혹은 권력적 관계 하에 발생하기도 한다. 이러한 범죄를 제외하면 많은 성범죄들

이 개인의 사적 영역, 그 중에서도 남녀 간의 성관계라는 내밀한 영역에서 발생한다고 보는 데에 큰 무리가 없다. 이처럼 성폭행범죄가 사적 영역에서 주로 발생하는 것과는 다르게 살인·강도와 같은 강력범죄라든가 사기·횡령과 같은 재산범죄 등은 주로 사회적 영역에서 발생한다고 볼 수 있다.<sup>17)</sup>

한편 성범죄혐의보도가 주로 이루어지는 단계인 초동수사 단계는 아직 사건의 실체가 드러나지 않은 시점으로서 수사가 진행됨에 따라 무혐의 혹은 무죄로 결론이 날 수 있다. 특히 수사나 재판 결과 폭력에 의해 강압적으로 성관계가 이루어진 것이 아니라 양 당사자의 합의 하에 성관계가 이루어진 것으로 결론이 날 수도 있다. 이렇게 되면 결과적으로 해당 언론들은 개인의 사생활, 그 중에서도 가장 내밀한 영역을 폭로한 셈이 되며 필연적으로 사생활 침해로 이어질 가능성이 높아진다.

## 2. 사생활의 보호범위와 생활영역 구분

성범죄혐의보도로 인한 사생활 침해 여부와 관련해 먼저 생활영역에 따라 사생활의 보호범위에 차등을 주는 문제에 대해 살펴보고자 한다.

대법원은 사생활 침해에 관해 “사람은 자신의 사생활의 비밀에 관한 사항을 함부로 타인에게 공개당하지 아니할 법적 이익을 가진다고 할 것이므로 개인의 사생활의 비밀에 관한 사항은, 그것이 공공의 이해와 관련되어 공중의 정당한 관심의 대상이 되는 사항이 아닌 한, 비밀로서 보호되어야 하고 이를 부당하게 공개하는 것은 불법행위를 구성한다”<sup>18)</sup>고 판시한 바 있다. 이것은 법적으로 사생활을 보호하고 있지만 그렇다고 해서 모든 사생활 공개가 항상 불법행위에 해당하는 것은 아님을 의미하기도 한다(김재형, 2014, 42쪽). 다시 말해 사생활을 ‘공공의 이해와 관련되어 공중의 정당한 관심의 대상’이 되는 것과 그렇지 않은 것으로 구분하여 전자를 공개한 경우는 불법행위를 구성하지 않는다고 보는 것이다.

이러한 판례의 입장과 정확히 일치하지는 않지만, 이미 학계에서는 인간의 인격영역을 좀 더 세분화하여 그 특성에 따라 몇 가지로 나누고<sup>19)</sup> 각 영역별 공개의 가부 및 그 범위를 정하

17) 성범죄혐의보도에 의한 사생활 침해 가능성을 검토한다고 해서 이러한 논의를 모든 범죄에 확대적용할 것은 아니다. 대다수 범죄들은 사회적 영역 혹은 공적 영역에서 발생하고 있기 때문이다. 이와 관련하여, 대전지방법원 홍성지원은 2015년 11월 24일 “사회적으로 이슈가 되는 범죄사건을 일으킨 사인이 스스로 사회에 상당한 파장을 일으켜 놓고 정작 자신은 사생활의 영역으로 은둔할 것이니 그 실명 또는 범죄사실을 공개하지 말라고 요구할 권리는 없다. 오히려 그러한 사회적 파장을 일으키고 공적 관심을 불러일으킨 것에 상응한 불이익은 상당 정도 수인하여야 한다.”고 판시한 바 있다(2015가단5682). 이 사건의 원고는 2012년 강도미수 혐의로 유치장에 구금되어 있다가 탈주한 탈주범으로서 사건 당시 많은 언론을 통해 공개된 바 있다. 그로부터 2년이 지난 시점에서 한 월간지가 「역사상 가장 대단한 탈출」이라는 제목으로 자신의 탈주 사실을 재차 보도하자 사생활 침해 등을 이유로 소송을 제기했으나 위와 같은 이유 등으로 1심 재판부는 원고의 청구를 기각했다.

18) 대법원 1998. 9. 4. 선고 96다11327 판결.

19) 이와 같은 접근 방식을 ‘인격영역론’이라고 부른다.

려는 노력이 오래 전부터 있어왔다.<sup>20)</sup> 간략하게나마 그 구체적인 내용을 살펴보자면, 인간의 생활영역에는 가장 내밀하고 비밀스러운 것에서부터 공개될 수 있는 것까지 여러 단계의 영역이 있다는 전제 하에 내밀 영역, 비밀 영역, 사사적 영역, 사회적 영역, 공개 영역 등으로 구분하여 각 영역에 따른 공개의 가부 및 그 범위를 논하고 있다. 보호의 강도에 있어서 내밀 영역이 최고 수준이라고 한다면 공개 영역은 최저 수준이라고 단순화시킬 수 있겠다. 이 내용을 표로 정리하면 다음과 같다.

〈표 1〉 생활영역 구분에 따른 보도 범위

구분	내용	예시	보도가능 여부	
			당사자 동의	공익적 목적
내밀 영역	고도의 개인적 사항 인간 존엄 보호를 위한 본질적 내용	성관계, 성적 습관 내면적 양심(일기 등)	가능 (단, 최대한 신중할 것)	불가
비밀 영역	신뢰관계에 기해 표현된 정보 법령에 의한 보호(형법상 비 밀침해죄, 비밀누설죄)	의사·약사·변호사·공인회계 사 등의 고객 정보 편지, 통신, 대화 내용	가능	엄격한 요건 하에서 허용
사사적 영역	제한된 범위 내의 사회적 연관성 자율적 생활영역 보호	가족, 가정 개인의 신상·건강·의료·재산 관련 정보	가능	비교형량에 의해 가능
사회적 영역	인격의 발현이 애초에 주위와의 접촉 하에 이루어지는 영역	직업 활동 사회(정당, 이익단체, 사회단체) 활동 일부 중대 범죄	가능	비교형량에 의해 가능 (공익)사익
공개 영역	모든 사람에 의해 인식될 수 있는 영역	사회·정치적 영역(방송 무대 출연, 집회) 국가 영역(의회에서의 발언, 법원 재판 등)	보도에 아무런 제약이 없음	

생활영역을 다섯 가지로 구분하고 각 영역별 공개의 가부 및 그 범위를 정하려는 노력은 기사의 위법성에 대한 예측가능성을 높인다는 측면에서 실무상 유용하다고 할 수 있다. 문제되는 보도에서 다루는 내용이 사생활 중에서도 내밀영역에 해당한다면 당사자의 동의가 없는 한 위법하다고 쉽게 예측할 수 있는 것이다(김재형, 2014, 91쪽). 나아가 언론계와의 협의가 있다는 전제 하에서 보도에 대한 일종의 가이드라인으로 사용할 수도 있지 않을까 생각한다.

이러한 생활영역 구분은 일부 하급심 판결 중에도 다음과 같이 반영되고 있는 것으로 보인다.

20) 이에 관한 자세한 설명은 명예훼손법(박용상, 앞의 책) 444쪽 이하에 자세히 설명되어 있다.

유방은 여성의 성적 부위의 하나로서 그 확대를 위한 성형수술은 여성의 비밀영역<sup>21)</sup>에 속한다고 할 것이므로 본인의 비밀보존의사가 있는 한 이를 가족, 친지, 친구 등으로부터도 비밀사항으로서 보호 받아야 함이 마땅하다.<sup>22)</sup>

원고들의 집 내부, 원고 △△△이 친구들과 찍은 사진, △△△이 작성한 독서록, 노트, 그림 등은 일반 공중에게 공개되어 있는 장소나 기록물이 아니므로 원고들의 그와 같은 사적인 생활관계에 대하여 원고들이 통상적으로 기대하는 불간섭 상태는 보호될 가치가 매우 큰 것으로서 이로 말미암은 원고들의 피해 영역은 사생활 중 매우 내밀한 영역에 속한다고 볼 수 있으며 (중략)… 원고 △△△의 상처를 촬영한 사진은 사생활 영역 중에서도 가장 보호가치가 큰 비밀 영역에 속한다고 볼 수 있는 것으로서, 원고 △△△이나 피해자 부모로서는 그와 같은 사진이 공개되는 것을 심히 꺼릴 것으로 보이며, 더군다나 그와 같은 상처가 성폭행으로 말미암아 입은 것이라는 점에서, 피고가 이를 촬영한 사진을 보도를 통하여 사회 일반에 공개하는 것은 어떠한 공익적인 목적으로도 정당화될 수 없다고 할 것이다.<sup>23)</sup>

이러한 판결의 태도와 생활영역 구분에 관한 기존의 논의를 종합해보면, 성인 남녀 간의 합의에 의한 성관계는 개인의 사생활 중에서도 가장 내밀한 영역에 해당하고 따라서 절대적으로 보호해야 할 대상이라고 할 수 있다.

### 3. 소결

공인의 성범죄혐의의 경우, ‘공인’이 연루되어 있다는 이유로 공중의 정당한 관심사라고 쉽게 판단하는 경향이 있다. 물론 범죄를 저지른 후에 사생활이라는 이유로 범죄사실을 보도하지 말라고 요구할 수는 없다.<sup>24)</sup> 성범죄사실은 사생활이 아니며 특히, 공인의 성범죄사실은 그 공개로써 당사자가 입는 인격권 침해보다 공중의 알권리가 우선되어야 한다. 그러므로 공인의 성범죄사실보도에는 사생활 침해적 요소가 없다. 그러나 성범죄혐의는 성범죄사실보도와 구분해서 생각해야 한다. 성범죄혐의에 불과한 사건을 혐의가 밝혀지기 전에 보도했다가 수사 결과 당사자 간 합의에 의한 성관계였음이 밝혀진다면 결과적으로 당사자의 내밀영역이라 할 수 있는 성적 관계의 무단 공개로 이어질 수 있다. 물론 언론에서 내밀영역을 무단으로 공개한다

21) 이 판결에서 ‘비밀 영역’이라고 한 것은 그 내용상 학계에서 ‘내밀 영역’이라고 부르는 사항과 일치하는 것으로 보인다. 결국, ‘비밀 영역’이라고 할 것인지 ‘내밀 영역’이라고 할 것인지는 단순한 표현상의 문제가 아닐까 생각한다.

22) 서울고등법원 1996. 2. 2. 선고 95나25819 판결.

23) 서울중앙지방법원 2014. 3. 19. 선고 2013가합50317.50737.52016 판결.

24) 대전지방법원 홍성지원 2015. 11. 24. 선고 2015가단5682 판결.

는 것에 대한 인식이 있다고 보기는 어렵다. 즉 고의에 의한 불법행위로 보기는 어렵다. 그러나 대부분의 언론보도로 인한 인격권 침해는 고의 아닌 다른 귀책사유, 즉 과실에 의해서 발생한다. 이 경우도 마찬가지다. 공인의 성범죄혐의보도를 한 경우, 언론은 좀 더 신중하게 보도하지 않은 책임을 지는 것이며 과실에 의한 사생활 침해로 인한 책임을 지게 될 가능성이 크다.

#### IV. 나오며: 연구문제에 대한 결론 및 제언

이상의 논의를 토대로 앞에서 제시했던 세 가지 연구문제에 대해 내린 결론은 다음과 같다.

첫째, 성범죄혐의보도는 피의자로 지목된 공인의 사회적 평가를 저하시킬 수 있으며 명예훼손으로 인한 법적 책임으로 이어질 수 있다. 언론보도를 대하는 사회 일반의 평균적인 인식을 기준으로 삼을 때, 단순 혐의보도만으로도 당사자의 사회적 평가는 저하될 수 있다. 물론 헌법상의 무죄추정의 원칙이나 형사절차의 진행상황을 고려하면 단순 혐의보도만으로는 당사자의 사회적 평가를 저하시키지 않는다고 볼 여지도 없지는 않다. 하지만 헌법상의 무죄추정의 원칙이나 형사절차상의 요청(피의사실공표죄)이 언론보도에 시사하는 바는 오히려 혐의보도를 자제하라는 것으로 볼 수 있다.

둘째, 성범죄혐의보도는 알권리의 대상인 범죄정보라고 보기도 어렵다. 범죄보도에 공공성이 있으며 알권리의 대상이 된다는 것은 보편적인 인식이다. 그러나 이것은 어디까지나 범죄에 대한 진위 여부가 명백하게 밝혀져 유죄로 판명되었을 때의 이야기다. 범죄정보에 대한 알권리는 사실로서 증명된 사항에 관한 것이지 아직 수사 중에 있는 혐의에 대한 것이 아니며 고소·고발장의 접수라든가 세부적인 수사진행 상황을 언론에서 실시간 중계하듯 보도해야 하는 것은 아니다. 의미 있는 범죄정보를 제공하기 위해서라도 언론은 범죄혐의가 법원 판결로 유죄로 확정되었거나 적어도 수사기관에서 공식적으로 범죄정보를 공개한 이후 보도해야 한다.

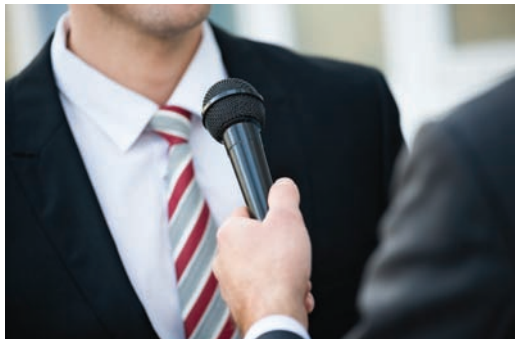
셋째, 성범죄혐의보도는 공인의 사생활 침해에 해당할 수 있다. 성범죄는 그 특성상 개인의 내밀한 생활영역이라 할 수 있는 성적인 문제와 관련되어 있다. 성문제와 관련된 사항은 인간의 인격을 구성하는 다양한 영역 중에서도 가장 내밀하며 따라서 절대적으로 보호되는 사항에 해당된다. 내밀영역은 원칙적으로 당사자의 동의 없이는 공개할 수 없으며 공개하는 경우라도 매우 신중한 접근을 필요로 한다. 이처럼 성범죄혐의보도는 내밀영역 침해로 이어질 수 있는 민감한 사항 관련 보도인데다 그 시점마저 지나치게 빠르다고 할 수 있다. 성범죄에 대한 수사 결과가 당사자 간 합의에 의한 상관계였다는 결론이 나오게 되면 언론은 과실에 의한 사생활 침해의 책임을 면하기 어렵다. 이러한 결론은 당사자가 유명 연예인이나 운동선수라고 해서 달라지지 않는다. 당사자가 공인이라 하더라도 그 보호되는 사생활이 내밀영역이라고 한다면 당사자의 인격권 보호가 우선하기 때문이다.

논의를 마무리하는 차원에서 성범죄혐의보도와 관련된 몇 가지 제언<sup>25)</sup>을 하고자 한다.

첫째, 고소·고발이 접수된 단계에서의 범죄보도는 자제하는 것이 바람직하다. 전체 범죄보도 가운데 경찰 수사 단계에서 이루어지는 비중이 비교적 크다는 것은 앞에서 살펴본 바와 같다. 그런데 그 이유가 경찰 수사 단계에서의 범죄정보가 공익적 가치가 크거나 알권리의 대상이기 때문이 아니라 정보의 시의성이라든가, 홍보에 적극적인 기관의 성격 등에서 기인하는 바가 크다. 형사절차 진행 단계를 고려할 때, 적어도 수사기관의 공식적인 발표가 있기 전까지는 혐의보도를 자제하며 유죄가 확정되기 전까지는 ‘혐의보도의 원칙’을 지켜 단정적 표현 등은 사용하지 않아야 한다. 나아가 가급적이면 수사가 진행되는 경과를 차분히 지켜본 후 범죄 사실이 확정되는 시점 전후로 보도해야 한다.


둘째, 성범죄혐의보도는 사건 당사자들의 내밀한 사생활 영역을 침해할 가능성이 크다는 점에서 아예 유죄가 확정되기 전까지는 보도 자체를 금해야 한다. 성범죄혐의보도 이후 사건이 무혐의로 끝나게 되면 제3자들에게는 해프닝에 그칠 수 있겠지만 당사자들이 입는 피해는 이루 말할 수 없을 정도로 크다. 최근 성범죄 여부가 문제되었다가 무혐의로 종결된 사건의 경우, 고소인은 검찰에 제출한 탄원서에서 “사실여부가 확인되지 않은 수사 진행 상황과 B와 저의 진술 내용까지 멋대로 변질된 후 보도돼 제 사생활은 심하게 침해당했습니다. 어떤 부모님께서 딸이 성관계 몰카를 찍었다는 데 충격받지 않겠습니까. 저는 지금 너무 큰 고통을 겪고 있습니다. (이것은 B와 만나고 다뤘던 것과는 비교할 수 없는 더 큰 고통입니다) 언론에 사건이 보도된 후 밥을 한 끼도 먹지 못했고, 잠도 제대로 잘 수 없습니다.”라고 사생활 침해로 인한 고통을 호소했다.<sup>26)</sup>

셋째, 경찰이나 검찰과 같은 수사기관의 보도자료에 지나치게 의존하여 범죄보도를 하는 현재의 관행에 변화가 필요하다. 우리 언론의 범죄보도관행에 문제가 있으며 이를 개선해야 한다는 목소리는 오래전부터 나왔다. 그리고 구체적인 개선방안도 제시되어 있다. 이에 관하여 노성호(1997)는 보도관행을 형성하는 요인을 기자 개인 요인, 언론의 구조적 요인, 취재원 요인으로 나눠 각각의 요인별 개선방안을 제시했다(노성호, 1997, 4~11쪽). 이 중에서 가장 파격적이면서도 실현가능성이 있는 것은 출입처 관행의 폐지다. 출입처를 통하다 보니 언



25) 해당 제언 중에는 사기·횡령과 같은 재산범죄, 나아가 일반형사범죄와 관련된 혐의보도에도 마찬가지로 적용할 수 있는 것도 있다.

26) <http://m.kimcoop.org/news/articleView.html?idxno=87930>

론사 간 특성의 차이가 없이 보도의 획일화 경향이 나타나고 특정 사항에 대한 깊이 있는 보도보다는 얇고 넓은 보도를 하게 되는 것이다. 다만 이러한 논의가 외부로부터 시작되기보다 언론계 내부적으로 시작되는 것이 바람직하다고 생각한다. ‘청탁금지법’의 시행에 따라 발생하고 있는 여러 가지 혼란과 갈등 역시 해당 문제가 법적 강제로 이루어지는 것에서 기인하는 측면이 크다는 점을 고려할 때 범죄보도 관행에 대한 개선책 역시 언론계 내부적으로 이루어지기를 기대해본다. 

### 〈참고문헌〉

김기창 (2005). <피의사실 보도의 문제점>. 국가인권위원회 <피의사실공표와 인권침해> 공청회. 서울: 국가인권위원회.

김일수 (1996). <형법각론>. 박영사.

김재형 (2014). <공인보도와 인격권>. 언론중재위원회 정기세미나. 경북 문경: 언론중재위원회.

김택수 (2002). 판결로 본 연예 관련 기사의 법적 문제. <언론중재>, 2002 겨울호.

노성호 (1997). 언론의 범죄보도관행과 개선방안에 관하여. <형사정책연구소식>, 1/2월호.

노성호 · 이기웅 (1996). <한국언론의 범죄보도관행>. 한국형사정책연구원.

대검찰청 (2015). 2015 범죄분석. URL: <http://www.spo.go.kr/spo/info/stats/stats02.jsp>

박용규 (2001). 한국신문 범죄보도의 역사적 변천에 관한 연구. <한국언론학보>, 제45권 2호.

박용상 (2008). <명예훼손법>. 현암사.

이진국 (2002). <언론의 범죄보도와 형사법적 문제점>. 한국형사정책연구원.

한위수 (2016). 고소당한 유명인사 관련 보도와 언론사의 명예훼손 책임. <언론중재>, 2016 가을호.

Kovach, B., Rosenstiel, T. (2007). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. 이종욱 역 (2008). <저널리즘의 기본요소>. 한국언론재단.

Stephens, M. (2006). *A History of News (3rd ed.)*. 이광재 · 이인희 역 (2010). <뉴스의 역사> (3판). 커뮤니케이션스북스.

# 프랑스의 ‘평등 및 시민권에 관한 법안’과 디지털 프라이버시

안문희 · 사법정책연구원 연구위원



## I. 들어가며

기술의 발전으로 누구나 쉽게 온라인상에 이미지나 동영상을 게재할 수 있게 되었고, 많은 이들이 본인이나 가족, 친구 또는 동료들의 사진을 게재하고 있다. 비록 우리가 직접 이러한 이미지나 동영상을 온라인상에 게시하지는 않는다 해도 남들이 게재한 이미지나 동영상을 보는 것은 흔한 일이 되었다.

그러나 이렇게 게시된 이미지는 이를 게시한 사람에게 한정되는 것이 아니라 가족이나 친구, 동료와 같이 본인 외 제3자의 이미지를 포함하는 경우가 많다. 이 경우, 해당 이미지를 게시한 자의 표현의 자유 보장과 본인도 모르는 사이 온라인상에 얼굴이 노출된 제3자에 대한 사생활 침해가 동시에 발생한다. 뿐만 아니라 이미지나 동영상게재 전에 이들(제3자)의 명시적인 동의가 필요한지 여부 또한 생각해 볼 수 있는 문제다.

프랑스에서는 1789년 ‘인간과 시민의 권리 선언(Déclaration des Droits de l’Homme et du Citoyen)’에 최초로 규정된 표현의 자유, 1881년 7월 29일 법에 의해 인정된 언론의 자유가 보장되고 있다. 그 반대편에는 프랑스민법(이하 ‘민법’) 제9조 개인의 사생활 존중과 프랑스형법(이하 ‘형법’)이 사생활 침해에 대한 제재를 규정하고 있다.

언론의 자유와 관련해 최근 프랑스에서는 ‘평등과 시민권(égalité et citoyenneté)’ 법안이 2016년 10월 18일 프랑스 상원(Sénat)에서 채택되었다.<sup>1)</sup> 해당 법안은 사실상 정부의 입장과도 배치될 뿐만 아니라, 많은 언론사들이 언론의 자유에 대한 통제라는 비판을 쏟아내고 있다. 해당 법안의 어떠한 부분이 언론의 자유를 제한하고 있다는 비판을 받는 것인지(Ⅱ), 언론의 자유의 대척점에 있는 개인의 초상권, 즉 개인의 사생활 보호와 관련해 프랑스에서는 이를 어떻게 규정하고 있는지 살펴보고자 한다(Ⅲ).

## Ⅱ. 언론의 자유

프랑스에서는 표현의 자유의 또 다른 이름이 언론의 자유이며, 언론에 대한 자유의 보장은 곧 알권리의 보장으로 연결된다. 달리 말하면 언론의 자유에 대한 보장은 정보를 제공받을 권리, 즉 알권리의 전제조건이 된다.

### 1. 언론의 자유에 관한 1881년 7월 29일 법

프랑스에서 최초로 언론의 권리를 언급한 ‘언론의 자유에 관한 1881년 7월 29일 법(loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse)’ 제42조는 ‘정보를 제공할 자유(liberté d’informer)’가 원칙적으로 언론에 있음을 인정하는 동시에 ‘표현의 자유에 대한 남용(abus de la liberté d’expression)’에 관한 내용을 함께 신설했다. 1881년 7월 29일 법은 언론에 모든 정보를 제공할 자유를 인정하면서 언론에 의해 명예를 훼손당한 자가 자신의 견해를 피력할 수 있어야 하며, 언론인도 자신이 주장하는 바와 선의를 입증해야 함을 규정했다. 그리고 이러한 표현의 자유 남용에 대한 규정이 언론인뿐만 아니라 개인에게도 적용됨을 명백히 했다.

### 2. 1990년 7월 13일 법

1881년 7월 29일 법은 약 100여 년이 지난 후에 ‘인종차별, 유대인 배척 또는 외국인 혐오 범죄의 처벌에 관한 1990년 7월 13일 법(loi n° 90-615 du 13 juillet 1990 tendant à réprimer tout acte raciste, antisémite ou xénophobe)’에 의해 보충되었다. 1990년 7월 13일 법은 국

---

1) 상원에서의 새로운 심의가 12월 19일을 시작으로 22일 예정되어 있다. [https://www.senat.fr/espace\\_presse/actualites/201609/pjl\\_egalite\\_et\\_citoyennete.html](https://www.senat.fr/espace_presse/actualites/201609/pjl_egalite_et_citoyennete.html) 참조.

회의위원인 장-클로드 게소(Jean-Claude Gayssot)에 의해 최초로 발의되었기 때문에 그의 이름을 따서 일명 ‘게소(Gayssot) 법’이라고도 한다.

1990년 7월 13일 법은 표면적으로 표현의 자유를 제한한 법으로 이해될 수 있다. 왜냐하면 1990년 7월 13일 법 이전에 절대적으로 보장되었던 표현의 자유에 대한 제한 근거를 민주주의 시스템의 유지를 위해 요구되는 근본적 보호 법칙으로 규정했기 때문이다.<sup>2)</sup> 구체적으로 1990년 7월 13일 법은 범죄, 나치즘과 같은 인종적 증오를 유발하는 특정 의견은 궁극적으로 민주주의의 위기를 초래할 수 있다고 보았다. 이를 근거로 명예훼손, 모욕, 인종차별적인 발언의 유포, 외국인 및 동성애 혐오, 범죄 옹호 등을 범죄로 규정하게 되었다. 특히 인간 및 존엄에 대한 존중을 침해하거나 정치적, 인종차별적, 외국인 혐오 등의 폭력을 선동할 수 있는 명예훼손적, 모욕적, 외설적 또는 폭력적 성격의 정보를 유포하는 것이 금지되었다. 따라서 1990년 7월 13일 법이 제한하는 표현의 자유 또는 언론의 자유는 민주주의 체제뿐만 아니라 민주주의의 기본적 가치를 보호하기 위한 제재로 이해될 수 있으며, 이러한 점에서 언론의 자유를 규정한 1881년 7월 29일 법에 대한 보충으로도 해석될 수 있다.<sup>3)</sup>

결론적으로 1990년 7월 13일 법을 표현의 자유에 대한 제한으로 보는 경우든 언론의 자유에 대한 보충으로 해석하는 입장이든 편중된 보도나 악의적 선동이 헌법이 보장하는 민주주의 체제를 훼손하는 경우에는 이를 제한할 필요성이 있음을 인정하고 있다고 볼 수 있다. 이는 1990년 7월 13일 법의 궁극적 목표가 표현의 자유로 대변되는 언론에 대한 제한이 아니라, 악의적 보도로 침해당할 수 있는 인권 및 인간의 존엄과 같은 민주주의적 가치에 대한 보호라는 점에 모두 동조하는 것임을 보여준다.

### 3. 평등 및 시민권에 관한 법안과 쟁점

2016년 10월 4일부터 18일 동안 프랑스 상원(Sénat)에서는 평등과 시민권이라는 법안을 제1심의 후 채택했으나, 이후 의견 불일치로 인해 하원(Assemblée nationale)에서 새로운 심의가 이루어졌다. 하원에서 채택된 ‘평등 및 시민권에 관한 법안(Projet de loi relatif à l'égalité et à la citoyenneté)’에 대한 상원의 새로운 심의가 2016년 12월 19일부터 22일까지 진행될 예정이다.<sup>4)</sup>

그러나 심의를 앞두고 있는 ‘평등과 시민권에 관한 법안’은 정부의 입장과는 배치되며, 프랑

2) Michel Troper (1999), "La loi Gayssot et la constitution", Annales, Histoire, Sciences Sociales, 54(6).

3) Règles légales de publication dans le cadre scolaire, Eduscol; CANOPE Dijon, URL: <http://clemi.ac-dijon.fr/wp-content/uploads/2016/10/REGLES-LEGALES-DE-PUBLICATION-DANS-LE-CADRE-SCOLAIRE.pdf>

4) [https://www.senat.fr/espace\\_presse/actualites/201609/pjl\\_egalite\\_et\\_citoyennete.html](https://www.senat.fr/espace_presse/actualites/201609/pjl_egalite_et_citoyennete.html)

스의 대표적 언론사 르몽드(Le Monde)를 비롯한 거의 모든 언론들이 비판적인 입장을 나타내고 있다. 언론이 해당 법안에 대해서 비판하는 점은 다음과 같다.<sup>5)</sup>

### (1) 시효

첫 번째는 시효에 관한 문제이다. 프랑스에서 최초로 언론의 권리를 언급한 1881년 7월 29일 법은 언론 기사에 대해 소를 제기할 수 있는 기간을 3개월로 규정하고 있다. 그런데 이번 법안은 온라인상의 기사에 대해서는 1년이라는 기간을 허용함으로써 기간규정이 충돌된다는 문제가 있다. 2004년 헌법위원회(Conseil constitutionnel)는 서로 다른 소멸시효를 적용할 수 없다고 결정했는데, 이번 법안은 이러한 문제에 대해 대안이나 해결책을 제시하지 않고 있다. 예를 들어 TV나 라디오 방송에 대해서는 3개월의 소멸시효가 적용되지만, 해당 방송을 인터넷을 통해 온라인상으로 송출하는 경우 소멸시효가 1년이 되는 것은 비합리적이라는 비판을 면할 수 없다는 것이다.

시효에 관한 문제에 있어 비판받는 또 다른 점은 온라인상의 게시물인 경우, 소멸시효의 기산점을 '해당 기사가 더 이상 게시되지 않는 시점'을 기준으로 한다는 것이다. 사실상 신문이나 잡지에 수록된 거의 모든 기사나 논평들은 온라인상에도 게재되고, 이렇게 게재된 기사들은 일반적으로 시간의 제한 없이 언제나 게재되고 있기 때문에 소멸시효는 없는 것과 다를 없으며, 당사자들은 언제나 소를 제기할 수 있다는 해석이 가능하게 된다.<sup>6)</sup>

### (2) 언론의 방어권 상실

두 번째 문제는 언론인의 방어권 상실에 있다. 예전에는 명예를 훼손당했다고 주장하는 당사자가 이에 해당하는 설명이나 증명에 대한 책임을 부담했다. 그러나 이번 평등과 시민권에 관한 법안에 따르면 판사 또는 검사가 위반되는 사항을 찾기 위한 적절한 조치를 취할 수 있게 된 것이다. 따라서 언론인은 자신에게 소가 제기된 사유를 정확히 알지 못하게 되어 방어권을 상실하게 되는 결과를 초래한다는 것이다.

### (3) 손해배상의 범위 확대

마지막으로 가장 비판받는 문제는 누구든지(기업도 포함) 언론 기사나 논평에 대해 민사상 과책을 물을 수 있도록 인정하는 점이다. 다만 이러한 과책은 해당 기사나 논평으로 인해 손

5) Le Monde (2016. 10. 19.). Liberté de la presse: le mauvais coup du Sénat. URL: [http://www.lemonde.fr/idees/article/2016/10/19/liberte-de-la-presse-le-mauvais-coup-du-senat\\_5016334\\_3232.html](http://www.lemonde.fr/idees/article/2016/10/19/liberte-de-la-presse-le-mauvais-coup-du-senat_5016334_3232.html)

6) ACRIMED (2016. 10. 4.). La loi de 1881 sur la Liberté de la presse attaquée au Sénat (SNJ). URL: <http://www.acrimed.org/La-loi-de-1881-sur-la-Liberte-de-la-presse>

해가 야기되었다고 평가되는 경우에 한정된다. 물론 이러한 손해에 대한 인정은 전문적 언론인에게는 적용되지 않도록 함으로써 언론인을 보호하고 있으나, 언론사(또는 관련 법인)가 누락됨으로써 궁극적으로 언론의 자유를 보호한다고 보기 어렵다는 비판을 받고 있는 것이다. 또한 이러한 손해에 대한 배상은 전문적 언론인이 아닌 온라인상에 기사를 게시한 블로거(blogueurs) 등 모든 이에게 적용된다.

#### 4. 소결

언론의 자유라는 가치는 언론인에게만 의미가 있는 것이 아니라 모든 시민들에게도 중요한 문제이다. 2009년에는 프랑스의 헌법위원회(Conseil constitutionnel)가, 2012년에는 유럽인권법원(Cour européenne des droits de l'homme)이 인터넷이 개인의 표현 및 정보의 자유에 대한 권리를 이행하는 중요한 수단 중 하나가 되었음을 인정했다. 그러나 헌법위원회와 유럽인권법원의 결정과는 달리 프랑스 상원의원들은 2016년 12월 현재 온라인상 표현의 자유를 제한하려는 법안의 심의를 앞두고 있으며, 해당 법안은 언론인들의 비판을 받고 있다. 그렇다면 표현의 자유 또는 언론의 자유를 제한하면서 보호하고자 하는 개인의 사생활 보호라는 법익은 무엇인지 이어서 살펴보고자 한다.

### Ⅲ. 사생활에 대한 권리

사생활에 관한 직접적인 규정은 민법 제9조에 해당한다. 민법 제9조가 사생활보호의 직접 근거가 되는 규정이라면(1), 형법은 이러한 사생활 침해에 대한 제재를 규정하고 있다(2).

#### 1. 민법상 사생활 존중

##### (1) 민법 제9조

‘시민의 개인적 권리보장 강화를 위한 1970년 7월 17일 법(loi du 17 juillet 1970 tendant à renforcer la garantie des droits individuels des citoyens)’은 민법 제9조에 사생활 존중에 관한 규정을 신설했다. 민법 제9조의 구체적 내용은 “누구나 각자의 사생활을 존중받을 권리를 가진다(제1항). 손해배상과는 별도로 법관은 사생활(intimité de la vie privée; 사생활의 내면성) 침해에 대한 금지 또는 중단을 위한 기탁, 압류 등과 같은 모든 종류의 조치를 명할 수 있다. 위급한 경우에 해당 조치는 긴급명령의 형태도 가능하다(제2항).”이다.

1999년 7월 23일 판결을 통해 프랑스 헌법위원회(Conseil constitutionnel)는 사생활에 대한 권리(droit à la vie privée)에 대한 법률적 근거를 프랑스 혁명의 “1789년 인간과 시민에 관한 권리선언(Déclaration des droits de l’homme et du citoyen)” 제2조에서 찾았다. 1789년 인간과 시민에 관한 권리선언 제2조는 자유, 소유, 안전 및 저항에 대한 네 가지 권리가 인간의 자연권이며, 이러한 권리에 사생활 존중이라는 개념이 내재되어 있다고 본 것이다.



1990년 10월 23일 파기원은 “모든 인간은 그들이 가진 신분, 출생, 재산이나 현재 또는 장래의 지위와는 관계없이 사생활을 존중받을 권리를 가진다.”고 판시함으로써 누구나 사생활을 존중받을 권리가 있음을 재확인했다.

## (2) 사생활의 구체적 내용

민법 제9조는 1970년에 신설된 이후 사생활 보호에 관한 유일한 민법상 근거 규정으로 지금까지 유지되어 오고 있다. 민법 제9조 제1항은 사생활 존중에 관한 본질적 규정이며, 동조 제2항은 사생활 침해 시의 구제방법에 관한 규정으로 이해된다.

사생활 존중에 관한 민법 제9조는 사생활의 개념에 관해 어떠한 정의도 하고 있지 않아 사생활은 판례를 통해 그 구체적 개념이 형성되었다. 건강 상태(état de santé), 사적 감정에 관한 부분(vie sentimentale), 초상권(image), 종교 생활(pratique religieuse), 가족 관계(relations familiales) 및 내면성(intimité)<sup>7)</sup> 등이 사생활에 해당하는 구체적인 내용으로 추론된다.<sup>8)</sup> 또한 주소 및 거소에 대한 비밀(secret de la résidence et du domicile)도 포함된다.<sup>9)</sup>

특히 사생활의 구체적 내용 중 하나인 내면성(intimité)의 경우, 민법 제9조 제2항이 “사생활(vie privée)에 대한 침해”가 아닌 “사생활의 내면성(intimité de la vie privée)에 대한 침해”라고 명시하면서 “내면성”이 뜻하는 바가 무엇인지에 대한 논란이 제기되었다. 내면성(intimité)

7) 홍춘의 (2007). 프랑스 민법상의 사생활보호. <아세아여성법학>. 199면.

8) Étude de législation comparée n°33 – janvier 1998 – La protection de la vie privée face aux médias, URL: <http://www.senat.fr/lc/lc33/lc330.html>

9) <http://www.dictionnaire-juridique.com/definition/vie-privee.php>

의 사전적 의미는 내심, 친밀, 친교, 사생활, 긴밀한 관계 등을 뜻한다. 사전적 의미에는 “사생활”이라는 의미도 있어 민법 제9조 제2항의 표현이 동의어의 반복으로 이해될 수도 있고, 사생활에 있어서 특히 내면적인 부분이라고 이해될 수도 있으나 구분의 실익이 없기 때문에 사생활로 이해해도 무방할 듯하다.

보다 중요한 부분은 민법 제9조 제2항의 신설로 인해 불법행위로 인한 손해배상책임(민법 제1240조; 개정 전 민법 제1382조)에 근거하지 않고도, 개인의 사생활을 침해하는 기사나 이미지 또는 영상의 게재 금지 처분 및 손해배상이 가능해졌다는 점이다.<sup>10)</sup> 민법 제9조의 손해배상은 사생활의 내적상태에 대한 침해만으로 가능하며, 동법 제1240조가 규정하는 일반적 손해배상책임의 경우와 같은 입증책임의 문제는 발생하지 않는다고 파기원은 판시했다.<sup>11)</sup> 이와 같은 파기원의 견해에 대해 많은 논란이 있음에도 불구하고, 이러한 해석은 사생활 침해로 인한 배상의 문제를 용이하게 함으로써 궁극적으로는 사생활 존중을 강화하는 기능을 하고 있다고 해석할 수 있다.

2016년 3월 17일 파기원은 사생활 존중의 대상에 대한 판단과 관련해서 법인의 명칭, 주소, 연락처 및 평판에 대한 처분에 있어서 단지 자연인만이 민법 제9조가 규정하는 사생활의 침해가 적용될 수 있음을 판시해<sup>12)</sup> 법인에 대한 적용을 배척했다.



## 2. 형법상 사생활 침해에 관한 제재

형법 제226조의1 내지 제226조의7은 사생활 침해(atteinte à la vie privée)를, 형법 제226조의8과 제226조의9에서는 특정인의 형상화에 대한 제재(atteinte à la représentation de la personne)를 규정하고 있다. 아래에서는 사생활 및 이미지 등의 침해에 관한 규정으로 그 범위를 한정해 살펴보고자 한다.

10) Alain Lacabarats (2002). Vie privée et médias, Cour de cassation, URL: [https://www.courdecassation.fr/venements\\_23/colloques\\_4/2002\\_2036/vie\\_privée\\_medias\\_8379.html](https://www.courdecassation.fr/venements_23/colloques_4/2002_2036/vie_privée_medias_8379.html)

11) 각주 10) 참조

12) Civ. 1re, 17 mars 2016, pourvoi n°15-14,072, BICC n°46 du 15 juillet 2016 et Légifrance; D. 2016, la note de M. Grégoire Loiseau, p. 1116.

### (1) 사생활의 내면성에 대한 침해

형법 제226조의1 제1항은 방식에 상관없이 다음 각호의 행위로 타인의 '사생활의 내면성(intimité de la vie privée)'을 고의로 침해하는 자에 대해서 1년의 구금 및 45,000유로의 벌금을 규정하고 있다. 첫째는 당사자의 동의 없이 사적인 또는 비밀의 대화를 취득, 녹음 또는 전송하는 행위(형법 제226조의1 제1항 제1호)이며, 둘째는 당사자의 동의 없이 사적 장소에 있는 당사자의 영상에 대한 촬영, 녹화 또는 전송하는 행위(형법 제226조의1 제1항 제2호)이다.

또한 형법 제226조의1이 규정하는 행위로 인한 모든 기록 또는 문서를 어떠한 방식으로든 사용하거나, 제3자나 대중이 알게 하거나 알 수 있도록 하는 경우에는 1년의 구금 또는 45,000유로의 벌금에 처한다(형법 제226조의2 제1항). 형법 제226조의1이 규정하는 행위로 인한 모든 기록 또는 문서를 언론사가 문자매체 또는 영상매체로 보도한 경우, 이를 결정한 책임자에게는 관련 특별 규정이 적용된다(형법 제226조의2 제2항).

### (2) 성적(caractère sexuel) 기록이나 영상에 대한 전파

'디지털 사회를 위한 2016년 10월 7일 법(loi n° 2016-1321 du 7 octobre 2016 pour une République numérique)'은 온라인의 중립성, 접근 가능한 인터넷의 조건, 장애인에 대한 온라인 서비스의 제공 및 경제적으로 어려운 경우에도 인정되는 인터넷 사용 권리 등을 신설했다. 디지털 경제의 신뢰를 위한 2004년 법을 계승한 디지털 사회를 위한 2016년 10월 7일 법은 정보화에 있어서 가장 중요한 법으로 평가된다.

2016년 10월 7일 법을 통해 기존의 사적인 기록이나 영상의 기록, 방송에 대한 범죄(형법 제226조의1 및 제226조의2)가 성적인 성격(caractère sexuel)을 띠는 경우 이를 가중 처벌하는 형법 제226조의1이 신설되었다. 구체적으로 살펴보면 형법 제226조의1 및 제226조의2가 규정하는 범죄행위가 공공적 또는 사적 장소에서의 성적인 말이나 이미지에 관한 것이라면 2년의 구금 및 60,000유로의 벌금에 처하게 된다(형법 제226조의1 제1항).

또한 형법 제226조의1이 규정하는 행위에 대해서 당사자의 명시적 또는 추정적 동의로 취득한 성적인 말이나 이미지를 녹화했거나 기록했다 하더라도, 전파(방송)에 대한 당사자의 동의 없이 이를 대중이나 제3자에게 알리는 경우에는 2년의 구금 및 60,000유로의 벌금에 처한다(형법 제226조의1 제2항).<sup>13)</sup>

13) 언론의 자유에 관한 1881년 7월 29일 법(loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse) 제42조에 의해 언론에 의한 사생활 침해의 경우 언론사의 대표나 에디터가 범죄나 경범죄의 주범이 될 수 있으며, 동법 제43조에 의해서 공범으로 보고 적용될 수 있다.

### (3) 몽타주(montage)의 게시

형법 제226조의8 제1항은 당사자의 동의 없이 어떠한 방식에 의해서건 말이나 이미지를 형상화한 몽타주(montage)를 게시하는 행위는 1년의 구금 및 15,000유로의 벌금을 규정하고 있다. 또한 동조 제1항이 규정하는 범죄가 언론 기사나 영상매체를 통해서 행해진 경우, 이를 결정한 책임자에게는 관련 특별 규정이 적용된다(형법 제226조의8 제2항).

## IV. 마치며

현재 프랑스에서 언론의 자유를 포함하는 표현의 자유와 사생활 존중이라는 가치는 팽팽히 줄다리기를 하고 있는 것처럼 보인다. 프랑스 상원에서 2016년 12월 22일 심의를 앞두고 있는 ‘평등 및 시민권에 관한 법안’은 언론인뿐만 아니라 개인 블로거들도 그 대상으로 함으로써 언론의 자유, 나아가서는 표현의 자유를 제한 또는 침해한다고도 볼 수 있지만, 현실적으로 온라인상에서 사생활을 존중하고 보호하는 것이 얼마나 어려워지게 되었는가에 대한 반증으로 이해될 수도 있다.


최근 프랑스 경찰은 부모가 인터넷에 게시한 자녀의 사진에 대해 자녀가 성장한 후부모를 상대로 소송을 제기할 수 있음을 경고했다.<sup>14)</sup> 기록이나 영상에 대한 제재에 있어서 당사자가 미성년자인 경우에는 원칙적으로 친권자인 부모가 이러한 동의를 대신하게 될 것이나,<sup>15)</sup> 미성년자인 자녀가 성장해서 해당 게시물에 대해 부모와 다른 의사를 표시하는 경우에는 또 다른 법적 문제가 야기될 수 있음을 시사한 것이다. 이미 프랑스에서는 학교 사이트에 학생들의 단체사진을 게시하는 경우에도 해당 아동친권자의 동의서가 요구되는 등 온라인상에서 쉽게 일어날 수 있는 사생활 침해에 대한 보호조치가 일상화되어 있다.

스마트폰 보급률이 가장 높은 우리나라의 경우 사진 촬영과 전송은 몇 분도 걸리지 않는 쉬운 일이며, 이를 게시하는 데도 아무런 제한이 없는 실정이다. 우리의 경우 초상권 침해를 비롯한 사생활 보호와 관련한 규정은 민법 제750조 및 제751조의 손해배상과 언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률 제5조의 언론에 의한 피해구제, 제17조2의 인터넷뉴스서비스에 대한 특칙, 제30조의 손해배상 및 제31조의 명예훼손 등으로 볼 수 있다. 그러나 언론중재 및 피해구제에 관한 규정들은 언론사와 개인의 문제에 관한 내용으로 사실상 개인과 개인 사이의 사

14) 오스트리아의 18세 소녀가 성인이 되어서, 자신의 어린 시절의 사진 500여 장을 Facebook에 게재한 부모에 대해 이를 내리도록 요구했으나 부모가 이를 거부하자, 부모를 상대로 소송 제기하게 된 사건이 있었다(관련 기사: <http://www.directmatin.fr/web/2016-09-15/elle-fait-un-proces-ses-parents-pour-des-photos-delle-enfant-sur-facebook-738578>).

15) 친권자가 없는 경우에는 후견인이 대신 동의하게 된다.

생활 침해에 대한 규정은 아니다.

인터넷이나 스마트폰을 이용한 커뮤니케이션이 보편화됨에 따라 개인과 개인 사이의 사생활 침해 발생 가능성이 더욱 높아질 것이라는 점은 쉽게 예상할 수 있다. 그럼에도 우리의 경우 프랑스와 같이 사생활을 침해할 수 있는 말이나 이미지에 대한 저장, 전달, 게시 또는 방송에 대해 당사자의 동의를 구해야 하는 의무 또는 사생활 침해 시 범죄 행위 구성과 같은 강력한 제재는 존재하지 않는다. 설령 사생활 침해가 발생한다 하더라도 이에 대한 구제책은 사실상 부족한 상황이며, 사생활 침해를 금지하는 강도 높은 제재 규정의 미비로 사생활 침해 행위의 심각성마저 인식되지 못한 실정이다. 앞에서 살펴본 프랑스의 사생활 보호 규정들은 어쩌면 우리에게 보다 시급한 규정일지도 모른다. 



# 기사 제공을 둘러싼 구글과 언론사의 공방전

— 유럽 저작권법 개정 배경과 논의

윤장렬 · 독일 베를린자유대학교 언론학 박사과정



“신문사가 구글에 돈을 요구할 수 있을까?”라는 제목의 기사<sup>1)</sup>가 지난 9월 독일의 한 신문 지면에 게재되었다. 기사는 유럽위원회의 저작권법 개정안<sup>2)</sup>을 놓고 독일의 언론출판사들이 인터넷 검색엔진 구글에 자신들의 저작권을 다시 요구할 수 있을지 반문하고 있다. 독일에서 3년 전 개정된 “언론출판사의 저작권접권(Das Leistungsschutzrecht für Presseverleger)”<sup>3)</sup>이 시장에서 아무런 실효를 얻지 못한 상황에서, 동 법안과 유사한 내용을 골자로 한 유럽 저작권법 개정안이 발표됐기 때문이다.

개정안 발표를 전후로 독일 언론재벌과 정치인들이 영향력을 행사한 결과, 자유로운 여론 형성을 위한 유럽 민주주의의 도약이라는 등 다양한 해석이 나오고 있다.

본고는 지난 9월 14일 유럽위원회가 발표한 “현대적인 유럽 저작권법 개정안(Moderne Urheberrechtvorschriften für die EU)”의 내용을 중심으로, 이번 개정안이 있기까지 유럽 위원회 및 독일에서 있었던 논의와 개정안에 대한 평가를 살펴보고자 한다. 그리고 이번 저작권법 개정이 독일을 비롯한 유럽연합의 디지털 시장에 미칠 영향을 검토해 본다.

- 1) Eike Kühl(2016. 9. 14.). Kein Erfolg? Dosis erhöhen!. (ZEIT ONLINE) URL: <http://www.zeit.de/digital/internet/2016-09/leistungsschutzrecht-eu-urheberrechtsreform-kommentar>
- 2) 2016년 9월 14일 유럽위원회는 디지털 환경에서 창작과 혁신을 장려하고 단일 시장의 잠재력을 최대한 이용하며 유럽연합 경제의 성장을 유도하고 문화적 다양성을 증진하려는 목적에 부합하는 현대적인 저작권법 개정안을 발표하였다.
- 3) 독일연방의회는 2013년 5월 7일 저작권법 제8차 개정에서 “언론출판사의 저작권접권(Das Leistungsschutzrecht für Presseverleger)”으로 별칭되는 법률을 신설하였다. 한국에서는 동법안을 “정기간행물발행인의 성과보호권”으로 부르기도 한다.

## EU 저작권법 개정안 내용과 평가

유럽위원회는 이번 저작권법 개정안을 “문화 번영과 문화 콘텐츠 확산을 위한 저작권법”이라고 규정했다. 유럽의회는 보도자료에서 “저널리스트나 출판업자가 자신들의 성과물을 어떤 방법으로 공개하든 상관없이 자신들의 업무에 대한 공정한 보상이 있어야 한다.”는 장클로드 융커 유럽위원회 위원장의 언급을 인용했다. 공개된 개정안은 디지털 싱글 마켓(Digital Single Market) 전략과 그 핵심의제로 1) 인터넷과 국경을 넘어 더 많은 콘텐츠에 대한 손쉬운 접근, 2) 교육, 연구, 문화유산과 장애인을 보호하는 관점에서의 저작권 개선, 3) 문화와 창조 산업 그리고 언론의 지속 가능한 시장을 위한 저작권<sup>4)</sup>을 꼽았다.

개정안의 골자는 언론출판사의 기사에 대한 배타적 권리를 인정하는 것이다. 즉, 구글 등 검색엔진을 비롯한 뉴스 웹사이트가 기사의 일부를 검색 결과에 노출시키기 위해서는 언론출판사, 즉 정기간행물발행인에게 대가를 지불해야 한다. 유럽위원회는 신문사 등 출판인에게 저작권접권을 인정하는 것만으로는 신문사가 기사 이용에 대한 대가를 검색엔진에 요구할 수 있는 지위에 있는지 여부가 불확실했기 때문에 이번 개정안은 대가 지불을 요구할 수 있는 권

리를 명확히 인정하도록 했다고 밝혔다. 유럽위원회는 이번 개정안을 통해 검색엔진 이용자가 양질의 콘텐츠를 향유할 수 있도록 하는 한편, 재산권으로서의 저작권 보호라는 측면에서 긍정적인 효과를 가져 올 것으로 기대하고 있다. 더불어 언론출판사에 부여하는 이 권리가 인터넷 이용자들이 기사의 하이퍼링크를 인터넷에서 공유하는 데에는 아무런 영향을 미치지 않을 것이라는 점을 분명히 밝혔다.<sup>5)</sup>

유럽위원회는 대부분의 유럽회원국에서 뉴스 소비가 인쇄매체보다 인터넷을 통해 이루어지고 있고 특히 검색엔진에서의 뉴스 소비가 증가하고 있으며, 유럽 저작권법에서 영화 제작자, 음반 제작자, 방송사의 저작권접권이 인정되고 있으나 신문사와 같은 언론출판사에 대한 권리 인정에는 한계가 있어 저작권법 개정이 필요하다는 의견을 밝혔다. 또 유럽연합 일부 회원국에서 언론출판사를 편집저작물의 저작자로 보호하거나 국내에서의 부수적 권리를 인정하는 범위에 한하여 저작권법을 적용하고 있긴 하나, 다수 회원국에서 신문사가 기사 이용에 대한 보상을 요구할 권리가 있는지 불명확하기 때문에 유럽 차원의 단일한 저작권법 개정이 필요하다는 입장이다.

독일인이자 이번 개정안을 선두에서 지휘한 귄터 외팅거(Günther Oettinger) 유럽위원회 디지털 경제·사회국장은 “우리의 창조산업은 이번 개혁을 통해 이익을 얻게 될 것이다. 디지털 시대의 과제를 성공적으로 해결하고 유럽

4) Europäische Kommissions Pressemitteilung (Straßburg, 2016. 9. 14.). Lage der Union 2016: Kommission schlägt moderne Urheberrechtsvorschriften für die EU vor, damit die Kultur in Europa gedeihen und kulturelle Inhalte besser verbreitet werden können. URL: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-16-3010\\_de.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-3010_de.htm)

5) 각주 4) 참조.

소비자들에게 더 많은 콘텐츠를 제공할 수 있게 하며 투자를 촉진함과 동시에 공정한 저작권 환경을 만들기 위한 제안이다.”라고 평가했다.<sup>6)</sup> 그러나 개정안에 대한 여론은 긍정적인 입장과 부정적인 입장이 팽팽히 맞서고 있다. 비판적인 입장에서는 독일과 스페인에서 이미 진행되었다가 실패한 정책<sup>7)</sup>을 유럽위원회가 반복하는 것이라며 시대에 뒤쳐진 정책은 언론출판사나 저널리스트의 이익 보호는 물론 공익에도 아무런 도움이 되지 않을 것이라고 혹평하고 있다.<sup>8)</sup> 반대로 긍정적인 입장에서는 검색엔진에 추가적인 경제적 부담을 주는 것이 법안의 목적이 아니며 신문사의 권리를 보다 강화하고 유럽 시민의 콘텐츠 접근권을 확대하고자 하는 개정안이라는 점을 강조하고 있다.<sup>9)</sup>

이처럼 개정안에 대한 평가는 양분되고 있으나 유럽연합과 구글 간의 끊이지 않던 갈등이 입법 규제를 통해 해결의 실마리를 찾고 있다는 점은 분명하다.

## EU 저작권법 개정안 논의와 진행 과정

앞서 살펴본 바와 같이 이번 유럽 저작권법 개정안은 독일과 스페인에서 실패한 규제 정책의

되풀이라는 지적을 받고 있다. 그러나 이는 유럽연합이 새로운 디지털 환경에서 제기되는 문제들을 해결하기 위해 지속해온 다양한 노력을 간과한 측면이 있다.

유럽연합은 저작권자들에게 온라인상 콘텐츠 이용에 대해 적절히 보상하는 문제, 온라인상 저작권에 대한 집행 문제, 회원국간 상이한 저작권 보호 예외 및 제한의 조화 문제 그리고 온라인상에서 보호되는 권리의 범위 문제 등에 대해 논의해왔다. 특히 유럽연합은 2010년 ‘유럽 디지털 의제(Digital Agenda for Europe)’를 통해 디지털 단일 시장의 구축과 시장의 효율적 운영을 위한 조치들을 논의하기 시작했다. 그리고 2011년에는 ‘지식 재산권을 위한 단일 시장(A Single Market for Intellectual Property Rights) 보고서’에서 저작권 관련 문제를 해결하기 위한 민간 차원의 방안 마련과 입법적 개입 필요성을 언급하였다. 2012년 유럽연합은 성명을 통해 디지털 단일 시장 구축을 위한 저작권 관련 법 개정안을 상정할 것인지 여부를 2014년까지 결정할 것이라고 밝힌 바 있다.<sup>10)</sup>

2013년 12월 5일 유럽연합 집행위원회는 유럽연합 저작권 지침의 개정 방향을 설정하기 위해 이해관계자들의 견해를 듣기 위한 의견수렴 절차를 진행하였다.<sup>11)</sup> 디지털 단일 시장에서의 콘텐츠 이용에 대해 소비자, 저작자, 제작자, 실연자 및 저작권 관리 단체 등 유럽연합

6) 각주 4) 참조.

7) 독일은 2013년 3월 관련 법안이 개정되었고, 스페인은 2014년 10월 개정됨.

8) Torsten Klein, Oettinger im präfaktischen Zeitalter, ZEIT ONLINE, 19.10.2016

9) Benedikt Fuest, Brüssel stärkt Position von Verlagen gegenüber Google, Die Welt Online, 21.10.2016

10) 박경화 (2014). 유럽위원회, 유럽연합 저작권 체계의 현대화 방안에 대한 평가 보고서 초안 공개, 저작권 동향 2014년 제9호, 한국저작권위원회.

11) Paul Keller, Make your voice heard to fix copyright in the EU! communia-association, 17.01.2014



▲ 유럽위원회가 유럽연합 저작권 지침에 관한 의견수렴을 위해 개설한 홈페이지(youcan.fixcopyright.eu)의 홍보 이미지

회원국의 모든 이해관계자들의 의견 수렴을 위한 절차가 진행된 것이다. 저작권 분야의 전문가인지 여부와 관계없이 누구든지 의견을 개진할 수 있도록 웹사이트<sup>12)</sup>가 운영되었고, 80개의 문항을 통해 다양한 분야에서 경험하게 될 변화와 그에 대한 의견을 수렴하였다. 그 내용을 간단히 살펴보면, 전송권의 영토적 효력 범위와 이용에 대한 허락, 웹 페이지 복제에 대한 의견, 디지털 환경에서 적절한 저작권 보호 기간 그리고 유럽연합 내 단일한 저작권법 제정의 필요성 등이다.<sup>13)</sup>

유럽위원회는 2014년 4월 28일 “유럽연합 저작권 체계의 현대화 방안에 대한 평가 보고서” 초안을 공개한다. 이 보고서는 크게 네 가지의 정책안을 제시하고 있다. 첫 번째는 유럽연합 차원의 개입 없이 유럽연합 저작권법 체계하에서 시장에 의해 형성된 환경을 토대로 회원국들 간에 필요한 정책을 마련하는 방안이며, 두 번째는 현행 저작권 체계에서 유럽위원회의 제안 및 권고의 형식으로 조정, 감시하는 안이다.

세 번째 방안은 유럽연합의 현행 저작권 체계를 좀 더 명확히 확립할 수 있는 새로운 유럽연합 지침을 마련하는 입법적 개입이고, 네 번째는 유럽연합 전역에서 통일적으로 적용될 수 있는 유럽 저작권 법전(European Copyright Code)을 만들어 개별 회원국의 국내법을 대체하는 방안이다. 보고서에 제시된 네 가지 방안과 이전에 실시된 저작권 지침 개정을 위한 의견 수렴 조사 결과는 이후 유럽 저작권법 개정안의 토대가 되었다.<sup>14)</sup>

유럽위원회의 저작권법 현대화는 2015년에 더욱 구체적으로 진행된다. 2015년 5월 16일 유럽위원회는 3대 중점 전략과 16개 세부 과제로 구성된 “유럽 디지털 싱글 마켓 전략(A Digital Single Market Strategy for Europe)”을 발표한다. 발표안은 2016년 말까지 유럽 저작권법의 현대화를 실현하는 것을 목표로 지역적 제한을 폐지하며, 유럽연합 위성방송 및 유선 재송신 지침을 검토해 TV 방송, 주문형 시청각 서비스(VOD) 등 시청각 매체의 구조를 재점검하고, 검색엔진과 소셜 미디어와 같은 온라인 플랫폼의 역할을 광범위하게 분석하는 것을 주요 내용으로 한다. 그리고 2015년 12월 9일 유럽위원회는 디지털 싱글 마켓 전략의 16개 세부 과제 중 첫 번째로 “온라인 콘텐츠 서비스의 자유로운 국경 이동에 관한 규칙”<sup>15)</sup>을 제안하였

12) 웹 사이트 주소는 youcan.fixcopyright.eu로 2014년 2월 약 5천건이 넘는 의견이 접수됨.

13) 이 의견 수렴 절차는 2013년 12월 5일부터 2014년 2월 5일까지 진행될 예정이었으나 입법자들이 보다 많은 의견 수렴을 원하였고 이해관계자들도 의견을 제시할 시간을 추가적으로 부여할 것을 강력히 요청하여 2014년 3월 5일까지로 연장되었다.

14) 박경화 (2014). 유럽위원회, 유럽연합 저작권 체계의 현대화 방안에 대한 평가 보고서 초안 공개. <저작권 동향>, 2014년 제9호. 한국저작권위원회.

15) EU Regulation of the European Parliament and the Council on ensuring the cross-border portability of online content services in the internal market

다. 동시에 디지털 환경에 맞지 않는 유럽 저작권 지침 개정을 위한 실천 계획으로 “현대적인, 보다 유럽적인 저작권 체계를 향하여(Towards a modern, more European Copyright Framework)”를 발표한다. 이는 디지털 시대를 맞아 국경에 관계없이 저작권을 보장받을 수 있도록 하는 조치가 요구되며, 저작권 침해 증가에 대응하기 위한 효율적이고 균형적인 민사적 집행 체제가 필요하다는 내용 등을 담고 있다.<sup>16)</sup>

유럽위원회는 세계지식재산기구(WIPO), 국제연합무역개발회의(UNCTAD), 유럽 통계청 등의 데이터를 바탕으로 2016년 7월 26일 “일자리와 성장을 위한 문화·창조 산업의 경쟁력 강화(Boosting the competitiveness of cultural and creative industries for jobs and growth)” 보고서를 발표한다. 이 보고서는 문화·창조 산업의 높은 부가 가치를 강조하면서, 문화·창조 산업은 지식 재산권 관련 제품의 창작과 이용을 기반으로 한다는 점을 역설하였다. 디지털·인터넷 시대에는 창조적 과정에 참여하고 이에 투자하는 사람들에 대한 보상이 적절히 이루어지도록 해야 하며, 저작권 및 관련 권리는 문화·창조 산업의 발전에 있어 중요한 역할을 한다는 것이다.<sup>17)</sup> 그리고 2016년 9월 14일 유럽위원회는 검색 결과에서의 기사 노출에 대해 검색엔진이 대가를 지불해야 한다는 내용의 저작권법 개정 계획을 발표한다.

## 유럽 저작권법 개정안에 대한 독일의 입장과 반응

9월 14일 공개된 유럽 저작권법 개정안에 대해 독일 디지털 연합 Bitkom과 인터넷 경제연합 Eco는 성명을 통해 “반혁신적이며 반생산적인 개정안 발표는 유럽위원회의 오류”라고 지적했다. Bitkom의 로어레더(Bernhard Rohleder) 대표는 “검색엔진에서 저널리스트의 텍스트를 제거하는 것은 위험한 일이며 웹을 더욱 빈약하게 만들 것이다.”라고 비판했다.<sup>18)</sup> 그러나 같은 날, 독일연방신문발행인협회(BDZV)와 독일잡지발행인연합회(VDZ)는 “유럽위원회의 저작권법 개정안 발표는 디지털 세계에서 다양한 언론이 자유로운 여론 형성과 민주주의를 위한 기본 조건이라는 점에서 유럽위원회는 역사적으로 중요하고 필요한 결정을 내렸다.”고 극찬했다.<sup>19)</sup>

독일 주요 일간지 및 시사주간지들은 유럽위원회의 저작권법 개정안 발표를 전후로 관련 기사를 게재했다. 악셀 슈프링어(Axel Springer)와 폰케(Funke) 그룹의 언론사들은 개정안의 긍정적 측면을 강조<sup>20)</sup>하는 반면, 슈피겔(Spiegel)과 쥐드도이체차이퉁(SZ)은 낙관적 관점보다 우려나 해결해야 될 문제들에 대한 보도<sup>21)</sup>

16) 박경신 (2016). 유럽위원회, EU 저작권법 현대화를 위한 실천계획을 발표, <저작권 동향>, 2016년 제1호. 한국저작권위원회

17) 박경신 (2016). 유럽위원회, 문화·창조 산업이 지식재산권 집약 분야임을 보여주는 보고서 발간, <저작권 동향>, 2016년 제17호. 한국저작권위원회

18) Bitkom (2016. 9. 14.). Bitkom kritisiert Copyright-Paket der EU-Kommission.

19) BDZV (2016. 9. 14.). Verlegerrechte: Wichtiges Signal fuer Pressevielfalt und Demokratie.

20) Benedikt Fuest (2016. 9. 15.). EU will Urheberrecht an digitalen Inhalten stärken, Die Welt Online.

21) Jannis Brühl (2016. 9. 14.). Oettingers Kampf mit Google und Facebook hat begonnen, sz.de.

가 주를 이었다. 3년 전 독일에서 개정된 “언론출판사의 저작권접권” 문제에 대해서도 언론출판사들 간 서로 다른 이해관계와 대응전략들이 나타났는데, 악셀 슈프링어와 폰케 미디어 그룹은 검색엔진 구글과 가장 치열하게 콘텐츠 이용료에 대한 법적 다툼을 벌인 바 있다. 따라서 이번 유럽 저작권법 개정안에 대한 이들 언론출판사의 호의적인 논평은 당연한 결과로 볼 수 있다.



▲ 저작권접권 강화에 대한 반대 입장을 표명하는 'Save The Link' 캠페인 유튜브 동영상 캡처

유럽위원회의 저작권법 개정안에 대한 독일 연방정부의 입장은 경제전문지 한델스블라트(Handelsblatt)의 하이코 마스(Heiko Maas) 법무부 장관과의 인터뷰 기사에서 엿볼 수 있다. 그는 “구글의 시장 지배력에 맞서고 언론출판사의 이익을 대변하는 것이 유럽의 저작권접권이며, 웹에서 정의를 구현할 수 있는 근본적인 문제를 해결하는 것은 옳은 일이다.”라는 입장을 밝혔다.<sup>22)</sup> 해당 기사는 “앞으로 미국의 미디어

기업들은 유럽의 저작권법을 따라야 하며, 그렇지 않을 경우 문제가 될 것이다.”라는 귄터 외팅거(Günther Oettinger) 유럽위원회 디지털 경제·사회국장의 말을 인용하기도 했다.

유럽 저작권법 개정안 발표 후, 눈에 띄는 시민사회의 변화는 ‘Save The Link<sup>23)</sup> 캠페인’의 확대이다. 다수의 독일 출신 유럽의회 의원들은 저작권접권 강화에 대해 반대 입장을 표명하면서, 인터넷의 자유로운 이용을 억압하는 저작권접권은 링크를 통한 콘텐츠 공유에 대해 과도한 사용료를 요구하는 것이라고 비판하고 있다. 이들은 저작권법 개정에 대한 우려의 목소리를 담은 비디오를 제작해 유튜브를 통해 전파하고 있다. ‘Save The Link 캠페인’은 인터넷에서 모두를 연결하는 링크가 없다면 인터넷은 폐쇄될 것이며, 링크 기능의 제한은 인터넷을 파괴하는 행위라고 주장하고 있다. 현재 12만 명이 넘는 온라인 이용자가 이 캠페인에 서명한 것으로 알려졌다. 그러나 귄터 외팅거(Günther Oettinger) 유럽위원회 디지털 경제·사회국장은 이 캠페인에 참여하고 있는 정치인들의 활동을 우려하며 “이번 개정안은 신문사의 권리에 대한 강화이지 개인이 신문 기사를 링크하는 방식에는 아무런 영향도 미치지 않는다.”는 입장을 밝혔다.<sup>24)</sup>

22) Dietmar Neuerer (2016. 10. 20.). Berlin macht sich für EU-Leistungsschutzrecht stark, handelsblatt.de.

23) 2015년 5월 시작된 글로벌 캠페인으로 인터넷에서 링크를 고착화하기 위한 서명 운동이다.

24) HORIZONT Online und dpa, (2016. 10. 25.). Zeitungsverleger springen Oettinger im Streit ums Leistungsschutzrecht zur Seite.



### 독일의 저작권법 : “언론출판사의 저작 인접권” 판례를 중심으로

독일에서는 언론출판사에 전송권을 허용하는 제8차 저작권법 개정안이 2013년 8월 1일 발효되었다. 이로써 언론출판물의 제작자는 자신들의 출판물이나 기사를 영업적 목적으로 공중에게 접근하게 할 배타적 권리를 부여받게 되었다. 이 권리는 언론출판사가 투자해 얻은 성과는 보호받아야 한다는 것으로, 검색엔진이나 뉴스제공 웹사이트는 언론출판사의 기사를 제공하는 것에 대한 대가를 지불해야 한다. 해당 법안은 2013년 3월 1일 연방의회에서 찬성 293표, 반대 243표로 의결되었다. 당시 정부와 여당 그리고 신설될 법안으로 인해 직접적인 수익을 얻게 될 언론출판사를 제외하면 저작권법 개정기에 대해 찬성하는 사람이 많지 않았고, 야당과 시민단체, 인터넷 이용자 그리고 학계

등은 법률안 개정을 반대했다.<sup>25)</sup> 이러한 사회 분위기에도 불구하고 2013년 12월, 친기업성향의 보수정당인 기독교당(CDU, CSU)과 사회민주당(SPD)은 대연정합의<sup>26)</sup>를 통해 저작권법 개정을 추진했다. 독일의 녹색당(Die Grünen)은 법안의 개정이 아닌, 저작권법 개혁을 주장하며 ‘문화정액제(Kulturflatrate)’라는 경제적, 법적 대안을 제시했다.<sup>27)</sup> 이러한 일련의 상황들은 개정 법안이 사회적 합의에 의한 결과물은 아님을 보여준다.

이 개정 법안으로 인해 언론출판사와 검색엔진 간 법적 공방이 이어진다. 먼저 2014년 6월, 악셀 슈프링어, 부르다, 폰케 미디어 그룹 등 10여 개 주요 언론출판사는 구글을 비롯해 마이크로소프트, 야후 등 검색엔진에 뉴스 콘텐츠 이용을 통해 벌어들인 자사 수익 중 11%를 사용료로 지급할 것을 요구하였다. 그러나 이들 검색엔진이 아무런 반응을 보이지 않자 2014년 10월 23일, 악셀 슈프링어, 부르다, 폰케 그룹 등은 독점적 권한을 유지하고 있는 구글 검색 뉴스에 자사의 기사를 축소 제공하기로 했다. 언론출판사가 자신의 기사를 구글 검색창에 노출시키지 않겠다는 대응조치는 2주간 계속된다. 그러나 구글 검색창에 노출되지 않은 기사들의 트래픽은 검색 클릭을 통해 들

25) 윤장렬 (2015). 독일 저작권법 개정에 대하여. 한국신문협회 보고서.

26) 2013년 9월 독일 총선 이후 크게 8개 대주제에 대한 대연정 합의가 이루어졌는데 그중 네 번째 주제인 ‘사회적 단결’ 항목에서 디지털 관련 의제가 다루어졌으며 저작권법 개정 관련 내용도 해당 항목에서 함께 다루어졌다.

27) 문화정액제란 디지털 저작물의 권리 보유자에게 일괄적인 보상금을 지불하게 하는 저작권 보상금 제도의 하나로서 녹색당의 위탁을 받은 독일 괴팅겐 대학교 Spindler교수가 연구 보고서를 제출한 바 있다.

어오는 트래픽 대비 약 40%, 구글 뉴스를 통해 들어오는 트래픽 대비 80% 가량이 감소하게 된다. 결국 악셀 슈프링어 등이 다시 구글에 기사를 제공하게 되면서 구글과 독일 언론출판사의 첫 번째 공방은 구글의 영향력만 재확인하였을 뿐 아무런 법적 실효를 얻지 못했다.<sup>28)</sup>

2014년 7월 31일에는 검색엔진 야후가 독일 헌법재판소에 헌법소원을 제기하였다. 야후는 개정된 독일 저작권법은 언론출판사에게 온라인 콘텐츠에 대한 배타적인 상업적 권리를 부여하여 헌법상 언론의 자유와 직업의 자유 그리고 평등권을 침해한다며 소를 제기한다. 그러나 2016년 10월 10일 독일 연방헌법재판소는 보충성의 원칙, 즉 일반 법원에서 먼저 다투어야 할 내용이 헌법재판소에 제기되었다는 이유로 야후의 헌법소원을 기각시켰다.<sup>29)</sup>

언론출판사와 검색사업자 간의 법적 분쟁 중에서도 올해 있었던 두 사례가 주목된다. 먼저 2016년 2월 베를린주법원이 독일의 41개 언론출판사들이 구글에 기사 사용료를 구한 사건에 대해 내린 판결이다.<sup>30)</sup> 출판사 연합은 구글이 자사의 온라인 검색엔진을 통해 노출되는 콘텐츠의 양이 “개별적인 문장 혹은 최소한의 문단”<sup>31)</sup>을 넘어선다고 주장하며 구글 측에 콘텐츠 사용료 지불을 요구했다. 출판사 연합은 구글이 검색엔진으로서의 절대적 위치를 남용, 불공정한 영향을 끼친다며 카르텔법에 의거해

카르텔감독청(Kartellamt)에 문제를 제기했다. 그러나 카르텔감독청은 양측의 대립이 카르텔법 위반의 문제가 아니라, 저작권법의 유효범위에 대한 판단이 필요한 문제라며 출판사 연합의 주장을 수용하지 않았다. 이후 독일특허청(DPMA)이 개입하여 양측의 합의를 위해 콘텐츠의 일정 부분만 노출시키는 중재안을 제시하였으나 구글 측은 이를 거부했고 사태는 결국 법적 공방으로 이어졌다.<sup>32)</sup> 출판사 연합은 카르텔법에 근거해 구글이 자신들의 콘텐츠를 매우 제한적으로 노출하도록 제재해 달라는 소를 베를린주법원에 제기하였다. 그러나 베를린주법원은 이를 기각하고, 양측 모두에게 이익을 가져다주는 “윈-윈 상황”이라며 양자의 화해를 권고한다. 그러나 구글은 법원의 중재안을 거부했고 출판사 연합 역시 법원의 판결에 불복, 현재 항소를 준비 중에 있다.

한편 2016년 7월 14일 뮌헨 고등법원은 Metered Paywall<sup>33)</sup>로 보호되는 콘텐츠의 노출은 저작권 침해라고 판단했다.<sup>34)</sup> 법원은 뉴스 모니터링 업체이면서 뉴스 검색 서비스를 제공하는 피고가 온라인 서비스에 노출시킨 25자 내외의 기사가 저작물에 해당하는지 여부에 대해, 독일 저작권법 제19조a의 “공중접근권” 침해에 해당한다고 판단했다. 이에 따르면 피고의 검색 사이트에 노출된 25자 내외의 기사 내

28) 윤장렬 (2015). 독일 저작권법 개정에 대하여. 한국신문협회 보고서

29) BVerfG Beschluss vom 10. Oktober 2016 –1 BvR 2136/14

30) Az.: 92 O 5/14 kart, Landgericht Berlin, Urteil vom 19.02.2016

31) 2013년 8월 1일 발효된 독일 저작권법 제87조에 준함.

32) Spiegel Online(2016. 2. 19.) Verleger vs. Google; Gericht weist Kartellklage von Verlagen ab.

33) Metered Paywall은 신문사에서 기사의 유료화 장치로서 일정 수의 기사는 무료로 제공하고, 그 이상의 기사를 이용하기 위해서는 이용권을 구입하거나 정기 구독 계약을 하도록 제한하는 방식이다.

34) OLG München, Urteil v. 14.07.2016 – 29 U 953/16

용은 사용료의 지불 없이 이용될 수 있는 ‘최소한의 문단’으로 볼 수 없게 된다. 이는 2013년 개정된 저작권법 제87조의 ‘최소한의 문단’에 대해 법원이 명확한 기준을 제시한 것으로 평가받고 있다.<sup>35)</sup>

### 검색엔진에 대한 독일의 규제

언론출판사의 저적인접권을 둘러싼 언론출판사와 검색엔진 간의 법적 공방이 진행되는 것과 동시에 검색엔진에 대한 규제 움직임도 가시화되고 있다. 먼저 독일의 여론다양성조사와 미디어집중도조사를 담당하는 감독·규제 기관이 규제 대상으로 온라인 검색엔진을 주시하고 있다.<sup>36)</sup> 독일의 매체 감독 및 규제 기관은 2013년부터 검색엔진을 ‘의견의 자유’와 ‘정보의 자유’를 보장하는 데 있어 주시해야 할 새로운 매체로 보고, 이에 대한 시장 현황 파악과 독과점 규제



의 필요성에 대해 검토하기 시작하였다.<sup>37)</sup> 방송통신사업자의 진입 및 소유규제를 담당하는 독일 연방카르텔청(Bundeskartellamt)과 매체영역자본집중조사위원회(KEK)는 2015년 발행한 제5차 보고서에서 검색엔진에 대한 규제의 필요성과 여론에 대한 영향력 행사의 문제를 거론하였다.<sup>38)</sup>

검색시장에서의 구글의 불공정 행위와 독과점에 대한 규제 움직임도 나타나고 있다. 독일의 신문발행인협회(BDZV)는 독일 검색시장에서 95% 이상을 차지하는 구글에 시장이 잠식당하는 상황을 우려하며 연방카르텔청에 경쟁제한방지법(GWB)에 따른 규제를 요구했다. 독일의 독점 방지 법률인 경쟁제한방지법 제 18조는 규제 대상이 되는 시장을 “특정한 형태의 상품이나 상업적 서비스의 물적, 공간적인 인접 시장에서 수요 또는 공급을 지배하는 사업자”로 규정하고 있다. 그러나 검색시장은 검색 내용이 유료로 판매되는 것이 아니고, 상업적으로 제공되는 서비스인지 여부를 판단하기 모호하다는 한계가 있다. 또 구글이 검색내용과 함께 제공하는 검색 광고나 광고 노출의 경우, 규제 대상이 되는 관련 시장은 검색 시장이 아닌 인터넷 광고 시장이라고 볼 수도 있다.<sup>39)</sup>

검색엔진에 대한 또 다른 규제의 움직임은 검색엔진의 작동 방식에 대한 문제 제기다. 검색

35) Christian Solmecke (2016, 9, 26), OLG München – Umgehung einer Metered Paywall stellt Urheberrechtsverletzung dar.

36) Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich(KEK) (2015), Fünfter Konzentrationsbericht: Von der Fernsehzentrierung zur Medienfokussierung – Anforderungen an eine zeitgemäße Sicherung medialer Meinungsvielfalt, Berlin, pp. 260.

37) 검색엔진에 대한 규제는 독일의 헌법인 기본법 제5조 제1항 제1호에서 규정하고 있는 ‘의견의 자유’와 ‘정보의 자유’를 보장하는 ‘여론의 다양성’을 근간으로 하고 있다.

38) 앞의 KEK (2015), pp. 260–270.

39) 심영섭 (2015), 구글 독점을 바라보는 유럽의 창: 독일의 검색엔진 규제와 정기간행물 발행인의 저작인접권 보호, 한국언론정보학회.

엔진의 규제를 주장하는 학자들은 검색엔진의 순위 알고리즘의 배열 과정에서 특정한 검색어를 제외하거나 검색어에 우선순위를 부여하는 방식으로 일어날 수 있는 “여론 조작”을 우려하고 있다. 더불어 검색엔진이 수집한 정보를 일정한 알고리즘을 통해 목록화한 후 쇼핑 목록이나 지도, 유튜브 영상 등을 같이 제공하는데, 이때 덧붙여 제공되는 정보와 서비스는 대부분 구글이 직접 생산한 결과물들이다. 따라서 검색엔진은 정보를 매개하는 역할을 넘어 미디어 콘텐츠를 생산하는 전문 사업자의 지위에 있다는 주장이 나오고 있다. 검색사업자는 정보 제공자인 동시에 정보 생산자로 기능하면서도 여론 형성 과정에 미치는 영향에 대한 책임은 회피하고 있다는 것이다.<sup>40)</sup> 검색엔진을 여론 지배력을 갖는 중요한 매체이며 이미 공적인 여론 형성 과정에서 중요한 역할을 수행한다는 지적이다.

이와 같이 독일의 언론출판사들은 검색엔진에 대해 “여론의 다양성 훼손”, “독점 사업자” 그리고 “여론 조작”이라는 우려를 나타내며 규제 당위성을 주장하고 있다.


## 마치며

유럽연합은 변화하는 디지털 환경에 적합한 법적 체제 구축을 오랜 기간 준비해 왔다. 유럽 저작권법 개정은 그 결과물이라 할 수 있다. 이제 유럽의 언론출판사는 자신들의 창조물에 대

해 배타적 권리를 보장받게 된다. 독일의 “언론출판사의 저작권접권”이 아직까지 그 법적 실효성을 얻지 못한 상황이지만 유럽위원회의 저작권법안은 다른 양상으로 전개될 것이라는 기대가 크다.

우리가 주시해야 할 점은 우선 디지털 시장에서 높은 이용 가치를 지닌 미디어 콘텐츠의 소유 권한 문제가 검색엔진 시장에만 한정되는 것이 아니라는 점이다. 유럽연합은 “현대적인 저작권법”을 문화·창조 산업이라는 포괄적인 범위의 법안으로 규정하고 있다.

둘째는 독일을 비롯한 유럽연합은 이번 저작권법 개정을 통해 언론출판사에게 자신의 생산물에 대한 배타적 권리를 인정했다. 글로벌 기업에 대한 언론출판사들의 권리 요구는 관련 법안의 개정만으로는 실질적인 효과를 얻을 수 없는 한계가 있다. 따라서 유럽연합이 개정된 법안을 근거로 관련 시장을 어떻게 통제할 것인지에 관해서는 독일의 사례가 참고될 것으로 예상된다. 즉, 독일 언론사들이 앞서 제기한 “여론 다양성”, “시장 독점”, “여론 조작”의 문제가 유럽연합 차원의 화두가 될 것으로 보인다.

끝으로 독일은 물론 유럽연합의 저작권법 제정 과정에서 창작자 개인의 권리보다는 기업의 권리가 논의의 중심에 있었다는 측면에서 아쉬움이 남는다. 향후 개인의 권리 보장에 대한 논의도 활발히 이루어지길 기대해본다. 

40) 앞의 KEK (2015). pp. 268-270.



언론중재위원회는 사회갈등의 원만한 해결과 위원회 조정·중재실무의 개선을 위해 『조정을 위한 설득과 수사』를 발간하고 있습니다.  
 수사학 이론, 설득 기법, 갈등해결 사례 등 전문가의 다양한 기고문을 담은 『조정을 위한 설득과 수사』에 많은 관심 바랍니다.

- 『조정을 위한 설득과 수사』는 언론중재위원회 홈페이지(www.pac.or.kr)의 정보자료실에서도 보실 수 있습니다.
- 구독문의 : 언론중재위원회 연구팀(02-397-3044)

■ 『조정을 위한 설득과 수사(Persuasion & Rhetoric Report)』 수록 내용

2013년 3월호 (창간호)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 마음을 얻는 조정기법</li> <li>2. 법정의 수사학 - 설득을 위한 변론과 판결</li> <li>3. 경청으로 시작하여 합의로 매듭짓기</li> </ol>
2013년 4월호 (vol.2)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 설득을 위한 말하기 전략</li> <li>2. 설득을 위한 비언어 커뮤니케이션의 활용</li> <li>3. 아리스토텔레스의 설득의 기법과 메시지 구성</li> </ol>
2013년 5월호 (vol.3)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 상대방의 유형에 따른 설득의 전략</li> <li>2. 난감한 상황에 대처하는 현명한 설득법</li> <li>3. 대화와 물음의 新수사학</li> </ol>
2013년 7월호 (vol.4)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 공정한 조정 - 과정에서 결과까지</li> <li>2. 그리스신화 속 갈등 조정</li> <li>3. 한비와 귀족자의 수사학</li> <li>4. 대체적 분쟁해결제도(ADR)의 의미와 이념</li> </ol>
2013년 8월호 (vol.5)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 리스킨(Leonard L. Riskin)의 조정인 유형 분류에 따른 설득의 전략</li> <li>2. 역사의 순간에서 배우는 설득의 지혜 - 고려 최고의 외교가 서희와 남아프리카 화해의 상징 넬슨 만델라를 중심으로</li> <li>3. 공자와 맹자의 인(仁)의 수사학</li> <li>4. 미(美) 공공갈등 분야의 성공적 ADR 사례</li> </ol>
2013년 10월호 (vol.6)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 조정을 위한 공간활용의 전략</li> <li>2. 고대 그리스 문학의 효시, 호메로스의 『일리아스』 속 설득의 순간</li> <li>3. 질문의 수사학</li> <li>4. 일본의 협상 문화로 짚어본 산업폐기물 분쟁 조정사례</li> <li>5. 법원 조정제도의 현황과 조정 활성화화를 위한 과제 - 서울중앙지방법원의 경우를 중심으로</li> </ol>

<p>2013년 12월호 (vol.7)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 조정을 위한 첫걸음 – 갈등분석</li> <li>2. 『조선왕조실록』에 나타난 설득의 리더십(上) – 『태조실록』과 『세종실록』을 중심으로</li> <li>3. 스몰토크(small talk)의 수사학</li> <li>4. 중국의 법문화로 살펴본 인민조해(人民調解) 제도의 특징</li> <li>5. 언론사건 조정의 특성과 바람직한 조정기법</li> </ol>
<p>2014년 2월호 (vol.8)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 한국 사회 갈등 원인에 대한 일고(一考)</li> <li>2. 감정을 이용한 설득과 조정 스피치</li> <li>3. 『조선왕조실록』에 나타난 설득과 수사의 리더십(下) – 『광해군일기』와 『정조실록』을 중심으로</li> <li>4. 미국 또래조정(Peer Mediation)의 현황과 사례</li> </ol>
<p>2014년 4월호 (vol.9)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 설득을 위한 경청(傾聽)</li> <li>2. 상대를 움직이는 논증의 기술(I)</li> <li>3. 국가 간 협상의 지혜 – 루이지애나와 알래스카 판매 협정을 중심으로</li> <li>4. 프랑스의 사전 갈등예방 기구, CNDP(국가공공토론위원회)의 현황과 사례</li> <li>5. 노자가 전하는 갈등해결의 지혜</li> </ol>
<p>2014년 6월호 (vol.10)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 조정과 협상전략</li> <li>2. 상대를 움직이는 논증의 기술(II)</li> <li>3. 『줄리어스 시저』에 나타난 설득과 수사 – 브루터스와 안토니의 연설을 중심으로</li> <li>4. 한 통의 편지가 단초가 된 미(美)·소(蘇) 간 군축협상</li> <li>5. 장자의 우언(寓言)·중언(重言)·치언(卮言)의 은유법</li> </ol>
<p>2014년 8월호 (vol.11)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 창의적 분쟁해결을 위한 조정의 기법</li> <li>2. 설득을 위한 논쟁</li> <li>3. 광고 카피를 통해 본 수사학적 표현술 – 문채(文彩)를 중심으로</li> <li>4. 분쟁의 성공적 해결을 위한 조정절차 고찰</li> </ol>
<p>2014년 10월호 (vol.12)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 분노를 다스리는 설득전략</li> <li>2. 상대의 설득으로부터 자신을 지키는 방어 기술</li> <li>3. 탐사보도에 나타난 수사학 – 〈PD수첩〉 ‘광우병’편 보도를 중심으로</li> <li>4. 통합을 이끈 링컨의 설득과 수사 – 〈게티즈버그 연설〉을 중심으로</li> <li>5. 한국사회의 공공갈등과 해결방안에 대한 소고</li> </ol>
<p>2014년 12월호 (vol.13)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 문화의 유형과 갈등해결전략</li> <li>2. 설득의 과정에서 범할 수 있는 논리적 오류와 극복방안</li> <li>3. 삼국지를 통해 본 설득과 협상의 지혜 – 적벽대전(赤壁大戰)에 이르는 과정을 중심으로</li> <li>4. 왜 조정을 하는가?</li> <li>5. 미국 로스쿨 ADR교육의 현재 – 페퍼다인대 Straus Institute를 중심으로</li> </ol>
<p>2015년 봄호 (vol.14)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 조정에서 전략적 개입으로서 질문</li> <li>2. 상대의 공감을 이끌어 내는 대화의 기술</li> <li>3. 조선 역관에게 배우는 설득과 협상</li> <li>4. 국립서울병원 갈등조정 사례로 보는 성공적인 분쟁 해결의 방법과 지혜</li> </ol>

<p>2015년 여름호 (vol.15)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 우리 문화의 특성에 기반한 맞춤형 조정전략</li> <li>2. 갈등 당사자간 힘의 불균형을 극복하는 조정기법</li> <li>3. 조정·중재를 성공으로 이끄는 '프레이밍'</li> <li>4. 맹자(孟子)에게 배우는 설득과 수사</li> <li>5. 성공적인 공공갈등 해결의 방법과 지혜</li> </ol>
<p>2015년 가을호 (vol.16)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 당사자의 심리적 저항과 조정인의 설득 전략</li> <li>2. 갈등을 증폭시키는 성격장애의 유형과 대응방안</li> <li>3. 페리클레스의 추도사에 나타난 소통의 지혜</li> <li>4. 밀양송전탑 건설사례로 조명한 갈등조정 의 전개과정과 반추</li> </ol>
<p>2015년 겨울호 (vol.17)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 행동경제학으로 풀어보는 설득</li> <li>2. 스티브 잡스 스피치에 담긴 설득의 비기</li> <li>3. 조정·중재인을 위한 윤리 노트</li> <li>4. 서울시 갈등조정담당관의 분쟁해결이야기</li> <li>5. 호주인권위원회 ADR제도의 현황과 사례</li> </ol>
<p>2016년 봄호 (vol.18)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 행동경제학으로 풀어보는 설득Ⅱ - 불확실한 상황에서에서의 설득전략</li> <li>2. 키케로의 연설로 보는 수사학의 진수 - 섹스투스 로스키우스 변론을 중심으로</li> <li>3. 영화 속 협상의 노하우</li> <li>4. 형사사건도 조정으로 해결한다</li> <li>5. 영국 방사성폐기물관리위원회 사례와 ADR로서의 퍼실리테이션</li> </ol>
<p>2016년 여름호 (vol.19)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 행동경제학으로 풀어보는 설득Ⅲ - 접근-회피동기에 기반한 소통과 조정</li> <li>2. 크리톤과 소크라테스의 마지막 대화 속 설득과 변론</li> <li>3. 다이아몬드 모델에 기반한 협상전략과 설득</li> <li>4. 독일 프랑크푸르트 공항 확장 사례로 보는 공공갈등과 ADR</li> </ol>
<p>2016년 가을호 (vol.20)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 내러티브(Narrative) 메시지를 통한 공감과 소통전략</li> <li>2. 소피스트 대 소크라테스 - 설득의 중심, 어디에 놓을 것인가?</li> <li>3. 오해와 불신 해소를 통한 집단갈등의 해결 - 진로소주와 마산 평암리 주민 간 공장중설 갈등 사례를 중심으로</li> <li>4. USPS 사례로 보는 미국의 전환적 조정제도의 의미와 시사점</li> </ol>
<p>2016년 겨울호 (vol.21)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 정공법과 우회법, 어느 편을 선택할 것인가?</li> <li>2. 심리학으로 살핀 설득의 과정</li> <li>3. 조정 현장에서 살피보는 설득의 노하우 - 새로운 옵션 개발을 통한 이해관계 조율</li> <li>4. 공공갈등 중재의 새로운 시도, 시민배심원 제도 - 울산광역시 북구 음식물 자원화 시설 설치를 둘러싼 갈등 중재 사례</li> </ol>

언론중재위원회 학술지

# 「미디어와 인격권」 제2권 발간

ISSN 2465-9207

## 미디어와 인격권

Journal of Media and Defamation Law

### 기획논문 초연결사회와 인격권

검색 알고리즘과 인격권 침해

▣ 박아란 / 오세욱 ▣

잊힐 권리의 법적쟁점에 관한 연구

- 인터넷 자기게시물 접근배제요청권 가이드라인을 중심으로 -

▣ 최중선 ▣

초연결사회에서의 정보 사생활과 국가적 법익간의 형량

▣ 심우민 ▣

### 연구논문

인터넷개인방송에 의한 표현의 보호와 규제

▣ 오기두 ▣

'중북(從北)' 관련 판례의 특성과 판례에 나타난 법원의 표현의 자유 인식

▣ 이창기 ▣

매체물의 특성을 고려한 심의제도 구축에 관한 시론적 연구

▣ 임효준 ▣

언론중재위원회  
Press Arbitration Commission

언론중재위원회는 표현의 자유와 인격권에 대한 심도있는 학술적 논의를 위해 「미디어와 인격권」을 발간하고 있습니다.

2017년 발간 예정인 「미디어와 인격권」에도 연구자들의 많은 관심과 참여 바랍니다.

제2권  
제1호  
2016