

언론중재

2017 Spring Vol.142

Focus On Media

사이버공론장을
위협하는 가짜뉴스

06

사건 속 법률

국정농단 사태,
태블릿PC 보도와 법적 문제

44

디지털 시대의 미디어 이야기

불길한 미래
- 디지털 네이티브와 뉴스

68



인쇄 2017년 3월 27일
발행 2017년 3월 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 권태상 이화여대 법학전문대학원 교수
김경환 법무법인 민후 대표변호사
윤성욱 경기대 미디어영상학과 교수
이성규 미디어티 미디어테크랩장

* 본지는 잡지윤리실천강령을 준수합니다.

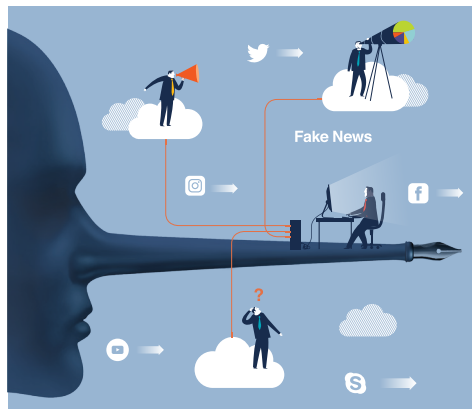
* 이 책에 게재된 원고의 내용은 언론중재위원회의 견해와 다를 수 있습니다.

* 이 책은 『방송통신위원회 방송통신발전기금』을 지원받아 제작한 것입니다.

* 저작권법에 따라 본지에 수록된 글의 무단 복제와 전재 및 상업적 이용을 금합니다.

언론중재

2017 Spring | vol.142



contents

Focus on Media

사이버공론장을 위협하는 가짜뉴스

1. [진단] 가짜뉴스 현상에 대한 두 가지 고찰
2. '페이크 뉴스'와 저널리즘의 책무
3. 가짜뉴스에 대처하는 법적 방안

06

칼럼

통일과 미디어의 역할

38

사건 속 법률

국정농단 사태, 태블릿PC 보도와 법적 문제 명예훼손죄의 성립여부와 정당화 사유

44

판례토크

국가나 지방자치단체는 명예의 주체가 될 수 있나? 대법원 2016. 12. 27. 선고 2014도15290 판결을 중심으로

54

Culture &
Legal Mind

폭주하는 권력과 부조리에 대한 고발
이오네스쿠의 「수업」

60

디지털 시대의
미디어 이야기

불길한 미래 - 디지털 네이티브와 뉴스

68

주목할 만한
해외언론판결

일본의 '잊혀질 권리' 관련 판결 동향

76

해외통신원

페이스북은 언론인가
소셜미디어에 대한 독일 언론법 적용을 둘러싼 논의

86

[진단] 가짜뉴스 현상에 대한 두 가지 고찰

– 의도된 가짜와 매개된 가짜라는 관점을 중심으로

김익현 · 지디넷코리아 미디어연구소장

[장면1]

때는 신라 26대 진평왕 시절. 신라 수도 서라벌에 괴상한 노래가 유행하기 시작했다. 선화 공주가 서동 도령과 밤마다 부적절한 모임을 갖는다는 내용이었다. 입에서 입으로 전해지던 이 노래는 결국 왕의 귀에까지 들어가게 됐다. 분노한 진평왕은 셋째 딸인 선화공주를 궁전에서 내쫓아버린다. 거짓 노래를 퍼뜨린 서동은 기다렸다는 듯이 선화공주와 혼인을 한다. 백제로 건너간 서동은 훗날 무왕이 된다. 삼국유사 백제편에 나오는 얘기다.

[장면2]

적벽에서 조조의 백만대군과 맞서야 할 주유가 생각한 해법은 ‘화공(火攻)’이었다. 불로 공격해서 조조의 함대를 소탕하겠다는 전략이다. 하지만 화공을 성공시키기 위해선 적의 함선들을 하나로 묶어야만 한다. 주유는 적이 배를 묶도록 유인하기 위해 심복인 황개를 조조 진영에 거짓 행복시킨다. 이를 위해 황개로 하여금 자신의 명령에 불복하도록 한 뒤 심하게 매질을 하는 ‘교육책’까지 동원한다. 결국 조조를 속이는 데 성공한 황개는 조조가 함선을 묶는 전략을 펼치도록 만든다. 덕분에 제갈량과 주유의 합동 작전은 멋지게 성공한다. 나관중의 <삼국지> 적벽대전 편에 나오는 얘기다.



지난해부터 갑작스럽게 ‘가짜뉴스(fake news)’¹⁾가 주목을 받고 있다. 영국의 유럽연합(EU) 탈퇴(브렉시트)와 도널드 트럼프 미국 대통령 당선이란 충격적인 사건이 계기가 됐다. 두 사건 모두 그럴듯하게 꾸며낸 가짜뉴스가 유권자들을 혼란스럽게 했다는 분석이 강하게 제기됐다. 특히 가짜뉴스의 기폭제가 된 것은 트럼프 대통령 당선이다. 트럼프가 당선된 이후 “가짜뉴스에 속은 유권자들이 대거 트럼프를 지지했다”는 주장까지 나왔을 정도였다.

미국의 온라인 매체 버즈피드가 분석한 자료에서도 미국 대통령 선거 기간 동안 가짜뉴스가 얼마나 기승을 부렸는지 잘 드러나 있다. 이 기사에 따르면 ‘프란치스코 교황이 트럼프를 지지해서 전 세계를 깜짝 놀라게 했다’는 뉴스는 선거 직전 3개월 동안 무려 96만 건의 인게이지먼트(engagement)가 유발됐다. 인게이지먼트란 공유, 댓글, 반응 등을 합한 수치다. 교황 관련 가짜뉴스에 이어 ‘힐러리 클린턴이 이슬람국가(IS)에 무기를 판매했다’는 뉴스도 인게이지먼트 건수 78만 9천 건으로 2위에 랭크됐다.²⁾

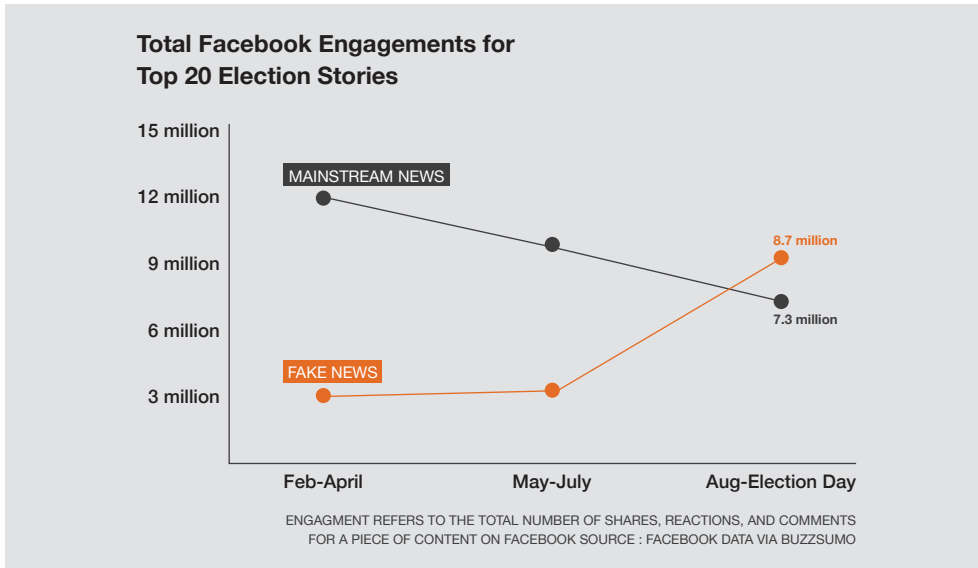
1) ‘fake news’를 ‘가짜뉴스’로 번역하는 것이 적절한지는 의문이다. 많은 사람들이 지적했듯이 ‘가짜뉴스’라고 번역하는 순간 “그렇다면 어떤 것이 진짜 뉴스인가?”란 질문이 뒤따를 수밖에 없기 때문이다. 그래서 필자는 ‘fake news’를 ‘조작 뉴스’ 같은 다른 단어로 번역하는 것이 의미를 더 정확하게 전달한다고 생각하는 편이다. 하지만 아쉽게도 ‘가짜뉴스’는 이미 공인된 용어로 자리를 잡아버렸다. 그래서 이 글에서도 ‘가짜뉴스’란 용어를 계속 사용한다. 다만 여기서 ‘가짜뉴스’란 ‘조작된 뉴스’란 의미라는 점은 분명히 밝히고자 한다. 왜 이를 강조하는 지에 대해선 이 글 말미에서 설명하고 있다.

2) Silverman, C. (2016. 11. 17.). The analysis shows how viral fake election news stories outperformed real news on facebook. <Buzzfeed>. URL : https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.xaogpBv95W#.kqjPqZ58AG

[진단] 가짜뉴스 현상에 대한 두 가지 고찰

버즈피드가 선거 관련 뉴스 중 가장 많은 반응을 이끌어낸 상위 20위까지의 인게이지먼트 추이를 조사한 결과는 더 놀랍다. 이 조사에 따르면 지난해 중순까지만 해도 주류 언론사들의 기사들이 페이스북 공간에서 훨씬 더 많은 인게이지먼트를 이끌어냈다. 하지만 선거 3개월 전인 8월부터 양상이 달라지기 시작했다. 선거 직전 3개월 동안 가짜뉴스 상위 20건이 총 870만 인게이지먼트를 유발한 반면 주류 언론 기사 상위 20건이 이끌어낸 인게이지먼트 건수는 730만 건에 머물렀다. 지난해 2월부터 약 10개월가량 조사한 결과를 나타낸 그래프를 보면 한 가지 뚜렷한 추세를 읽을 수 있다. 선거일이 가까워질수록 가짜뉴스에 대한 인게이지먼트 건수가 눈에 띄게 늘어난다는 점이다.

출처 : 버즈피드(<https://goo.gl/F5Y8ls>)



〈그림〉 상위 20개 선거관련 뉴스의 페이스북 인게이지먼트 비교

버즈피드 조사 결과는 미국 대선 관련 가짜뉴스가 양적인 측면에선 결코 적지 않았다는 것을 잘 보여준다. 물론 이런 결과가 곧바로 가짜뉴스 때문에 선거 결과가 바뀌었다는 주장의 근거가 될 수는 없다. 그 의문을 풀기 위해선 가짜뉴스가 실제 투표에 영향을 미쳤는지에 대한 정교한 분석이 필요하기 때문이다. 그런 분석 결과는 아직까지 눈에 띄지 않는다.

하지만 버즈피드 조사 결과는 가짜뉴스 유통과 관련해 중요한 통찰을 안겨준다. “왜 최근 들어 가짜뉴스가 극성을 부리는 걸까?”란 또 다른 질문에 대한 해답의 실마리가 담겨 있기 때문이다. 그 뿐 아니다. “왜 얼토당토않은 가짜뉴스가 그렇게도 광범위하게 퍼지고 있는가?”란 또 다른 질문에 대한 해답 역시 저 그래프를 통해 찾아볼 수 있다.

가짜뉴스는 최근 새롭게 등장한 현상일까

일단 첫 번째 질문부터 한번 살펴보자. 이 글 첫머리를 보면서 짐작했겠지만, 가짜뉴스는 21 세기의 산물이 아니다. 소셜 미디어 때문에 새롭게 등장한 현상은 더더욱 아니다. 인류의 역사는 가짜뉴스와의 대결의 역사라 해도 크게 그르지 않을 정도로 그 연원은 꽤 멀리까지 거슬러 올라간다.

앞에서 예로 든 서동요 사례를 한번 살펴보자. 훗날 무왕이 되는 평민 서동은 선화공주와 결혼하고 싶다. 하지만 신분 차이 때문에 접근하는 것조차 힘들다. 그래서 그는 자기 목적을 달성하기 위해 ‘가짜뉴스’를 만들었다. 그리곤 당시 가장 전파력이 강했던 소셜 미디어인 ‘입소문’을 활용했다. 서동요는 뉴스 매체가 아니라 아이들 입을 통해 전파된 것 아니냐는 반론을 할지도 모르겠다. 하지만 사람들, 특히 전파력 강한 아이들의 입소문은 구어 뉴스 시대엔 가장 강력한 소셜 플랫폼이었다. 따라서 서동요는 우리 역사에 기록된 중요한 가짜뉴스 유통 사례라 해도 무방해 보인다. 삼국지 적벽대전 사례 역시 가짜뉴스가 어떻게 활용되는지 잘 보여준다.

이처럼 소셜 플랫폼을 활용한 가짜뉴스 유포는 생각보다 긴 역사를 갖고 있다. 사실상 인간 생존의 역사와 궤를 같이 한다. 영국 일간지 텔레그라프는 가짜뉴스 연원을 파헤친 기사에서 “로마 시대에 안토니우스와 전쟁을 벌인 옥타비아누스도 가짜 정보를 활용해서 승리를 쟁취했다”고 지적했다.³⁾

하지만 텔레그라프 기사에서 더 눈길을 끄는 건 1828년 미국 대통령 선거 사례다. 민주당 후보 앤드류 잭슨과 공화당의 존 퀸시 애덤스 대통령이 맞붙은 1828년 대통령 선거는 미국 역사상 가장 혼탁했던 승부 중 하나로 꼽힌다. 당시 선거운동 기간 동안 언론들은 애덤스가 러시아 대사로 재직할 당시 러시아 차르에게 미국인 소녀를 성상납한 의혹이 있다는 보도를 했다. 민주당 후보인 잭슨은 어머니가 흑인 노예와 동침해서 아이까지 낳았다는 뉴스 때문에 홍역을 치렀다. 물론 두 뉴스 모두 상대방이 퍼뜨린 가짜뉴스였다. 이 가짜뉴스들이 언론을 통해 확대 재생산되면서 사회 전체가 엄청난 혼란을 겪었다.

그 뿐 아니다. 현대 커뮤니케이션학의 이론적 토대를 세우는 데 큰 역할을 했던 두 차례 세계전쟁에서 ‘가짜정보’를 이용해 상대방을 현혹하는 선전(propaganda) 활동은 일상적인 작전으로 통했다. 앞에서 살펴봤던 삼국지 적벽대전 사례 역시 비슷한 전략으로 봐야 한다. 따라서 첫 번째로 제기한 질문, 즉 가짜뉴스는 최근 들어 새롭게 등장한 현상이냐는 질문에 대해선 “절대 그렇지 않다”는 답을 내놓을 수 있을 것 같다.

3) Carson, J. (2017. 2. 24.). What is fake news? Its origin and how it grew under Donald Trump. (Telegraph). URL: <https://goo.gl/No9lcM>

그렇다고 해서 최근의 가짜뉴스 현상이 스마트폰과 소셜 미디어가 폭 넓게 활용되기 전과 별로 달라진 게 없다는 의미는 아니다. 최근의 가짜뉴스는 예전과 다른 부분도 적지 않다. 앞에서 소개한 텔레그래프 기사는 유통망과 비용, 청중과 신뢰 획득, 그리고 법과 규정 등 크게 세 가지 측면에서 최근의 가짜뉴스 현상이 이전과는 다른 부분이 많다고 분석했다.

그 중 가장 큰 부분은 역시 유통망과 유통 비용을 꼽을 수 있다. 종이신문이나 방송이 주도하던 시대엔 개인이 가짜뉴스를 유통하는 건 사실상 불가능했다. 제작 및 유통 비용이 엄청나게 많이 들기 때문이다. 인터넷 시대가 되면서 제작비용은 무시할 수 있는 상황이 됐다. 하지만 여전히 개인이 가짜뉴스를 대량 유통하는 건 쉽지 않았다. 비용 때문이 아니라 대규모 유통 능력을 갖는 것이 어려웠기 때문이다.

하지만 스마트폰이 뉴스 소비 플랫폼 역할을 하고, 소셜 미디어 보급이 늘면서 이런 장벽이 일시에 허물어졌다. 이제 누구나 뉴스를 만들어서 빛의 속도로 유포할 수 있는 환경을 갖게 됐다. 예전의 가짜뉴스는 주로 국가나 대형 기관들이 주도했지만, 최근 개인들이 가짜뉴스의 중심이 되고 있는 건 이런 달라진 환경 때문이다. 상대적으로 요즘 유행하는 가짜뉴스가 개인들에게 더 많은 영향을 미치는 것도 같은 차원에서 볼 수 있다.

청중 확보와 신뢰 획득 문제 역시 이전과는 많이 달라졌다. 예전엔 개인 차원에서 대규모 청중을 확보하고, 그들로부터 일정한 수준의 신뢰를 얻는 건 쉽지 않았다. 하지만 다양한 소셜 미디어로 각 개인들이 거미줄처럼 얽히면서 대규모 청중들을 향해 발언하기 수월해졌다. 이와 함께 명백한 명예훼손에 해당되지 않는 한 소셜 미디어를 활용한 가짜뉴스를 규제할 법적 근거가 딱히 없다는 점 역시 최근의 가짜뉴스 현상이 예전과 달라진 점이다.

그렇다면 왜 지금 더 문제가 되는 걸까?

이런 설명에도 불구하고 여전히 해결되지 않는 부분이 있다. 소셜 미디어가 대중화된 지도 꽤 오래됐다. 그런데 왜 그 동안은 ‘가짜뉴스’가 핫이슈가 되지 않았던 걸까? 왜 지난해부터 유독 가짜뉴스가 세계적인 현상으로 떠오른 걸까? 국내에서도 왜 최근 가짜뉴스 현상이 두드러지게 나타나고 있는 걸까?

이 질문과 정면으로 맞서기 전에 앞에서 인용했던 버즈피드의 그래프를 다시 떠올려보자. 그 그래프에 따르면 대통령 선거가 다가오면서 페이스북상에서 주류 언론 뉴스와 가짜뉴스의 인게이지먼트 건수가 역전됐다. 가짜뉴스가 더 많은 댓글과 공유 건수를 유발했던 얘기다. 왜 그런 현상이 발생했을까? 선거가 가까워질수록 여론은 첨예하게 대립할 수밖에 없다. 당연히 선전·선동 활동도 많아지고, 또 그런 뉴스들에 대한 갈증도 심해진다. 한 마디로 ‘자기가 꼭

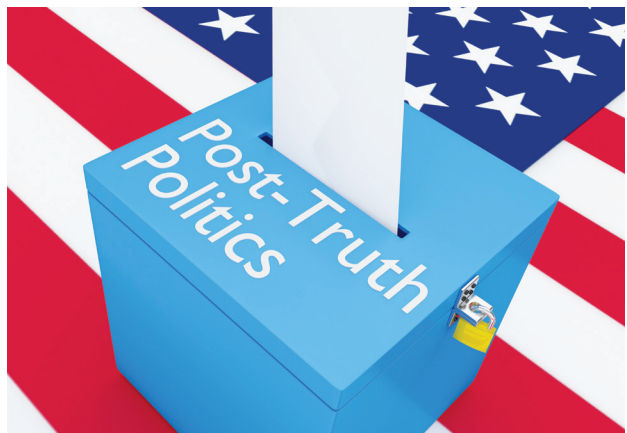
듣고 싶은 뉴스'에 대한 갈망이 강해진단 얘기다.

자, 이젠 시선을 우리 주변으로 돌려보자. 옥스퍼드영어사전은 2016년의 단어로 '포스트-트루스(post-truth)'를 선택했다. 우리말로 '탈진실' 정도로 번역할 수 있는 '포스트-트루스'에 대해 옥스퍼드출판부는 “객관적 진실이 가정과 개인의 신념에 호소하는 것에 비해 공중 의견 형성에 미치는 영향이 더 크지 않은 현상을 나타내는 말”이라고 개념 정의했다. 물론 옥스퍼드출판부가 '포스트-트루스'를 올해의 단어로 선정한 건 그만큼 지난해 내내 그 단어가 많이 거론됐기 때문이다. 대표적인 게 뉴욕타임스가 지난해 8월 게재한 '포스트-트루스 정치시대'란 사설이다.

뉴욕타임스가 이 사설을 게재한 8월은 영국의 유럽연합(EU) 탈퇴 충격이 채 가시지 않은 때였다. 하지만 뉴욕타임스가 '탈진실 시대'로 규정한 건 브렉시트 충격 때문만은 아니었다. 그 무렵 막말과 엉터리 주장에도 불구하고 폭발적인 인기를 누리고 있는 트럼프 돌풍의 충격이 더 컸다. 이 사설은 트럼프 진술의 70% 가량이 거짓에 가깝다는 폴리팩트 조사 결과도 함께 소개하고 있다.⁴⁾

포스트-트루스는 미국 레이건 정부가 부도덕한 니카라과 반군을 지원하는 상황을 묘사하는 단어로 처음 등장했다. 온갖 부정을 저질러 놓고도 교묘한 감언이설로 빠져나가는 행태를 비판하는 용도였다. 이처럼 포스트-트루스는 사실보다는 감정에 호소하는 정치 캠페인을 묘사할 때 많이 사용됐다. 특히 선동가들이 진실과 상반된 내용으로 유권자들의 마음을 움직일 때 도 널리 쓰였다. 지난해 들어 갑작스럽게 포스트-트루스가 주목받은 건 예사롭게 볼 사안이 아니란 얘기다. 실제로 옥스퍼드사전은 “브렉시트와 미국 대통령 선거 이후 포스트-트루스 사용량이 20배 늘었다”고 밝혔다.

시선을 국내로 돌려도 상황이 암울하긴 매한가지다. JTBC의 최순실 태블릿PC 특종이 나온 10월 무렵부터 충격적인 뉴스들이 연이어 쏟아졌다. 결국 연말에는 박근혜 대통령 탄핵 소추안 통과라는 초유의 사태



4) Davies W. (2016. 8. 24.). The age of post-truth politics. <New York Times>. URL: <https://www.nytimes.com/2016/08/24/opinion/campaign-stops/the-age-of-post-truth-politics.html>

로 이어졌다. 매 주말마다 탄핵을 촉구하는 촛불 시위가 이어졌으며, 또 한쪽에선 탄핵반대를 외치는 태극기 집회가 맞불을 댔다. 이런 상황이 계속 이어지면서 대립과 갈등 양상이 갈수록 심화되고 있다.

정체불명의 가짜뉴스가 지난해부터 유독 기승을 부린 건 이런 정치, 사회 상황과 무관하지 않다고 봐야 한다. JTBC 손석희 앵커가 <상실의 시대, 아니 순실의 시대>란 앵커 브리핑에서 지적한 것처럼 지금 우리는 “어디서부터 잘못된 것인지, 영문도 모를 상처를 입어야 했고 그 상처가 다시금 곱혀나가 또 다른 생채기가 생겨버린 ... 무어라 말로는 표현하기조차 어려운 상실의 시대”에 살고 있는지도 모른다. 규모의 차이는 있을지언정 그건 탄핵을 찬성하는 쪽이나, 반대하는 쪽이나 당혹스럽긴 마찬가지일 것이다.

이런 상황에서 사람들은 어떤 뉴스를 갈구할까? 말할 것도 없이 ‘듣고 싶은 뉴스, 보고 싶은 뉴스’다. 그런 측면에서 지금의 가짜뉴스 파동을 낳은 건 정확한 사실보다는 감정에 더 끌리는 ‘포스트-트루스 시대’라고 해도 크게 잘못된 진단은 아닐 것 같다. 이런 시대적 상황에도 스마트폰으로 대표되는 소셜, 모바일 플랫폼의 폭발적인 유통 능력이 결합되면서 가짜뉴스 창궐이란 결과물로 이어졌다는 얘기가.

또 다른 분석도 있다. 미국 신생 매체인 액시오스(Axios)가 1993년부터 2015년까지 출범한 89개 인터넷 뉴스 사이트를 분석한 결과 우편향 쪽이 압도적으로 많은 것으로 나타났다. 우편향 사이트가 쏟아진 것은 2010년부터 본격화된 티파티(Tea Party)와 대안우파(alt-right) 운동의 활성화와 맥락을 같이 하는 것으로 분석됐다.⁵⁾

이렇게 등장한 사이트들이 친 트럼프 기사를 대거 쏟아냈다는 것이다. 그렇다면 이들은 왜 당파성 강한 뉴스를 쏟아냈을까? 이에 대해 액시오스는 페이스북이나 구글 같은 거대 플랫폼의 알고리즘은 비주류들에게 잘 도달할 수 있는 당파성 강한 뉴스들을 우대하는 성향이 있기 때문이란 설명이다. 이런 알고리즘을 잘 활용할 경우 수익을 올릴 수 있다는 점도 가짜뉴스 현상에 대한 또 다른 설명 요인이 될 수 있다.

가짜뉴스가 선거 결과까지 바꿨을까

지금까지 얘기를 요약해보자. 가짜뉴스의 역사는 우리가 생각하는 것보다 훨씬 더 멀리 거슬러 올라간다. 어느 날 하늘에서 떨어진 특별한 현상이 아니다. 그럼에도 불구하고 최근 들어

5) Fischer, S. & Vavra, S. (2017, 2, 23.). The recent explosion of right-wing news sites. (AXIOS). URL: <https://www.axios.com/the-partisan-explosion-of-digital-news-2279022772.html>

가짜뉴스가 더 기승을 부리는 건 정치, 사회 상황과 무관하지 않다. 이런 시대엔 드러난 사실 보다는 감정에 호소하는 경향이 강하다. 이른바 ‘포스트-트루스 시대’란 얘기다. 이런 때일수록 자신이 옳다고 믿는 소식만 받아들이려는 확증편향이 강해진다. 이런 요소들이 결합되면서 지난해부터 가짜뉴스가 사회적 이슈로 떠올랐다.

이제 또 다른 질문에 대해 생각해볼 때가 됐다. 일부에서 주장하는 것처럼 가짜뉴스가 미국 대통령 선거 결과까지 바꿀 정도로 영향을 끼쳤을까? 이 질문에 대해 딱 부러진 대답을 하는 건 쉽지 않다. 가짜뉴스가 대량 유포됐다고 해서 곧바로 사람들의 여론까지 바꿨다고 간주하는 건 논리 비약이기 때문이다. 이 부분에 대한 정교한 연구 결과가 나오기까지는 다소 시간이 필요할 것 같다. 다만 최근 공개된 한 연구 결과를 통해 간접적으로 짐작을 해 볼 수 있다.

MIT 박사과정 학생인 브라이어니 스와이어(Briony Swire) 등이 공동 발표한 「정치적 오보 처리하기(Processing Political Misinformation)」⁶⁾란 논문은 공화당 경선 당시 트럼프 후보의 각종 발언을 토대로 연구를 했다. 논문 저자들은 2,023명을 대상으로 가짜 정보에 노출시킨 뒤 해당 정보의 오류를 정정한 다음 다시 보여주어 트럼프 후보에 대한 신뢰도 변화를 조사하는 방법을 사용했다.

연구 결과 트럼프 지지 여부에 상관없이 신뢰도가 떨어졌다. 특히 트럼프 지지자들 사이에서 신뢰도 저하 현상이 두드러지게 나타났다. 팩트 체크(fact checking)이 투표자의 생각을 바꾸는 데는 일정 부분 영향을 미친 셈이다. 하지만 이런 신뢰도 감소가 투표 행위 변화로 이어지진 않은 것으로 조사됐다. 트럼프 지지자들은 자신이 알고 있던 것이 잘못된 정보란 사실을 인지한 뒤에도 여전히 트럼프에 투표를 하겠다는 의향을 드러냈다는 것이다.

이런 연구 결과는 특별할 건 없다. 폭스뉴스 사례를 비롯한 다른 여러 연구에서도 비슷한 결과가 나타났다. 결국 가짜뉴스는 ‘믿고 싶은 것에 대해 더 확신을 갖게 만드는’ 확증편향을 강화해주는 정도의 역할을 했다는 것이 현실적인 진단일 것 같다.

진짜 중요한 문제는?

이 글 서두에서 ‘가짜뉴스’란 표현에 반대한다고 썼다. ‘진짜뉴스’란 게 도대체 뭐냐는 또 다른 질문의 미궁 속으로 빠져버릴 우려가 있기 때문이다. 하지만 가짜뉴스란 용어에 반대하는 더

6) Briony Swire, Adam J. Berinsky, Stephan Lewandowsky, Ullrich K. H. Ecker(2017. 3. 1.). Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon. *(Royal Society Open Science)*. URL: <http://rsos.royalsocietypublishing.org/content/4/3/160802>

큰 이유는 따로 있다. ‘가짜뉴스 파동’에서 더 큰 문제는 정체불명의 엉터리 뉴스를 만드는 사람이나 매체가 아니라고 생각하기 때문이다. 그보다는 정체불명의 미확인 사실들이 뉴스란 탈을 쓰고, 공인된 매체를 통해 무차별 유포되는 현상이 더 심각한 피해를 입힐 수 있다고 믿는다.

그래서 가짜뉴스는 ‘의도된 가짜’와 ‘매개된 가짜’란 두 가지 관점으로 접근할 필요가 있다고 생각한다. ‘의도된 가짜’란 누군가 사실을 조작할 의도를 갖고 만든 엉터리 뉴스를 의미한다. 지금 논의되고 있는 가짜뉴스 대부분은 여기에 해당된다. 최근 들어 갈수록 정교해지고 있긴 하지만, 그래도 ‘의도된 가짜’는 여론을 바꿀 정도의 폭발력은 갖지 못할 가능성이 많다. 확증 편향에 따라 그 동안 갖고 있던 생각을 더 강화해주는 효과는 있을지 몰라도, 아예 생각 자체를 바꾸기는 쉽지 않단 얘기다.

우리가 가짜뉴스 사태를 계기로 더 심각하게 따져봐야 하는 건 ‘매개된 가짜’다. 기성 언론이나 매체를 통해 엉터리 주장이나 사실들이 무차별 유포되는 현상을 ‘매개된 가짜’로 지칭하고자 한다. ‘매개된 가짜’ 사례를 살펴보기 위해 앞에서 소개했던 1828년 미국 대통령 선거 얘기로 다시 돌아가 보자. 당시 선거전 내내 존 애덤스와 앤드류 잭슨 두 후보는 상대를 비방하는 주장들을 쏟아냈다. 이 주장들은 언론들을 통해 가감 없이 전달됐다. 물론 전통 보도 관점에선 크게 하자 없는 기사일 순 있다. 유력 정치인의 주장을 직접 인용 형태로 전해줬기 때문이다.

하지만 실제로 그들이 전달한 내용은 거의 대부분이 날조된 정보였다. 애덤스는 러시아 차르에게 성 상납을 한 적이 없고, 앤드류 잭슨의 어머니 역시 흑인 노예와 동침한 적 없다. 이런 거짓 정보들이 뉴스란 외피를 두른 채 버젓이 유통됐다. 이런 현상을 ‘매개된 가짜’라 부르는 것이다.

실제로 ‘매개된 가짜’는 ‘의도된 가짜뉴스’에 비해 사회에 끼친 해악이 훨씬 더 컸다. 미국 사회의 부끄러운 치부 중 하나인 매카시즘을 떠올려보면 그 폐해가 얼마나 큰 지 알 수 있다. 미첼 스티븐스는 『비욘드 뉴스-지혜의 저널리즘』에서 조지프 매카시 상원의원 사례를 토대로 ‘묻지마 인용보도’가 결과적으로 허위 사실을 유포하는 데 얼마나 악용되는지에 대해 잘 설명해준다. 당시 언론들은 공산주의자들이 정부에 침투했다는 조지프 매카시 상원의원의 발언을 그대로 받아 적었다. 매카시의 고발을 전해주는 1952년 4월 22일자 뉴욕타임스 기사는 그 때 이후 오랜 기간 미국을 공산주의 공포 속으로 몰아넣은 매카시즘의 신호탄이나 다름없었다.⁷⁾

물론 당시 언론들은 매카시 의원의 주장뿐 아니라 당사자들의 반론을 전해주긴 했다. 하지만 제목으로 큼지막하게 뽑힌 ‘주장’에 비해 “이에 대해 당사자들은 사실 무근이라고 반박했다”는 짤막한 반론은 균형 잡힌 보도로 보기엔 너무나 미약했다. 스티븐스는 “사실에 굶주린 언론은

7) Stephens, M.(2014), *Beyond News: The future of journalism.*; 김익현 역(2015). 〈비욘드뉴스: 지혜의 저널리즘〉. 커뮤니케이션북스, 65쪽.


이용당할 수도 있다”는 말로 ‘매개된 가짜’ 유통 행위가 얼마나 큰 해악을 끼치는지 잘 보여줬다.

매카시즘 사례는 오늘을 사는 우리들에게도 많은 시사점을 던져준다. 가짜뉴스가 횡행하는 시대에서 정말로 신경 써야 할 것이 무엇인지에 대한 통찰을 안겨주기 때문이다. 조금은 뻘한 결론일 수도 있지만, 언론 본연의 임무는 사실 확인 작업을



좀 더 철저히 하는 것이다. 실제로 지난해 미국 대통령 선거 과정에선 정체불명의 ‘의도된 가짜뉴스’ 못지않게 트럼프 후보가 쏟아내는 거짓말을 그대로 전달해준 ‘매개된 가짜’가 훨씬 더 여론에 큰 영향을 미쳤다는 주장이 많은 편이다.

유언비어가 힘을 얻는 시대는 불행하다. 크게 두 가지 이유 때문이다. 하나는 사회가 침묵하게 대립하고 있다는 방증이기 때문이다. 또 하나는 그 과정에서 사실 전달자 역할을 해야 할 언론이 제 역할을 못하고 있기 때문이다. 전자를 파고 든 것이 ‘의도된 가짜뉴스’들이다. 이를 통해 지지자들을 결집시키는 ‘확증편향’을 강화하는 역할을 한다고 봐야 한다.

저널리즘 관점에서 관심 가져야 할 것은 후자다. 언론이 제 역할을 못하고 오히려 상황을 더 혼란스럽게 만들어왔던 아픈 과거에 대한 반성과 대책이 필요하기 때문이다. 탄핵 정국을 통해 극도의 혼란을 겪은 이 시점에서 한국 언론이 관심 가져야 할 것은 바로 이 대목이다. ‘의도된 가짜’에 대한 비판 못지않게 ‘매개된 가짜’의 통로가 되지 않으려는 각성과 노력이 필요하다. 혼란스러운 상황일수록 가짜 정보를 의도적으로 흘려서 언론 매체를 통해 전달되도록 하려는 시도들이 더 많아질 수밖에 없기 때문이다. 그런 측면에서 2017년 한국 언론계에 던져진 과제는 가짜뉴스 시대에 ‘아우라 있는 진짜 뉴스’를 추구하는 일이라고 해도 크게 과한 주장은 아닐 것 같다. 

‘페이크 뉴스’와 저널리즘의 책무

김춘식 · 한국외국어대학교 미디어커뮤니케이션학부 교수

1. ‘페이크 뉴스’를 둘러싼 주요 쟁점

2016년 미국 대통령선거 캠페인 과정에서 페이크 뉴스¹⁾가 유권자의 정치적 선택에 미친 영향력을 둘러싸고 다양한 해석이 나오고 있다. 뉴스 생산을 통한 사회적 영향력 행사라는 언론인의 직업적 이해와 관련이 있어 그런지 언론은 페이크 뉴스의 생산 및 유통 구조에 대해 강한 경계심을 표출한다. 때로는 페이크 뉴스 확산 경로가 미국의 그것과 다르다는 것을 의도적으로 무시한 채 페이크 뉴스의 정치적 영향력을 과장하는 경우가 종종 발견되기도 한다.²⁾

언론이 보도한 관련 기사와 학술자료³⁾에서 언급된 페이크 뉴스의 특징을 정리하면 다음과 같다. 첫째, 언론과 선거전문가들은 미국 대선에서 페이크 뉴스가 트럼프의 대통령 당선에 영향력을 행사했다고 확신한다. 둘째, 기존 언론을 신뢰하지 않는 뉴스 이용자들이 대안적인 정

1) 언론과 학자들이 ‘페이크 뉴스(fake news)’를 ‘가짜 뉴스’로 번역하지만 필자는 ‘페이크 뉴스’라는 용어를 그대로 사용한다. ‘가짜 뉴스’라는 용어를 사용할 경우 기존의 언론이 생산해 낸 뉴스가 ‘진짜 뉴스’라는 인식을 강요할 수 있다는 판단에서다.

2) 주류 언론은 미국 대선 및 유럽 극우 정치 현상을 설명하면서 소셜미디어 환경에서 가짜 뉴스 문제가 매우 심각하다는 점을 강조한다. 선정적인 제목을 통해 페이크 뉴스 폐해를 부각시킨 기사(예. 넘치는 가짜 뉴스…영동한 대통령 뽑거나 전쟁 날 수도. <조선일보> 2016. 12. 28.자 A16면; 페이크 뉴스에 휘둘린 미 대선 SNS 가짜뉴스 공유·댓글수, NYT·CNN 뉴스 앞질렀다. <중앙일보> 2016. 11. 28.자 30면)부터 페이크 뉴스의 등장 배경과 잠재적 정치적 영향력 진단 그리고 해결방안 등을 구체적으로 제안한 심층 분석 뉴스에 이르기까지 다양하다(입맛에 맞는 뉴스만 편식…“틀딱”…“좌중” 자극적 표현 난무, 가짜뉴스 동력은 ‘내편 네편 프레임’…미국, 유럽도 비상 <중앙일보> 2017. 2. 13.자 4·5면; ‘좋아요’의 함정 … 가짜뉴스 권하는 SNS. <한겨레> 2017. 3. 16.자 10면).

3) 강석 (2017). 미국 대선 과정의 ‘가짜 뉴스’ 논란: 정교하게 조작된 뉴스 SNS 타고 유권자에 전파. <신문과 방송>, 제553호, 12-17면.; 윤영철 (2017). 사실상 언론 영향력 발휘, 적극적·공적 책무 필요: 디지털 뉴스 중개자의 책무. <신문과 방송>, 제553호, 7-11면.; 박아란 (2017). 가짜 뉴스에 대한 법률적 쟁점과 대책. 한국언론학회 대선보도진단 연속세미나 발제문.; 황용석 (2017). 페이크 뉴스, 풍자인가 기만인가? 개념화와 영향력을 중심으로. 한국언론학회 대선보도진단 연속세미나 발제문.

보원을 찾아 나서는 과정에서 페이크 뉴스에 노출된다고 설명한다. 셋째, 페이크 뉴스 확산 과정에서 사회관계망서비스가 핵심 플랫폼 역할을 한다는데 동의한다. 넷째, 페이크 뉴스가 사회적 신뢰를 저하시키고 정치적 냉소주의와 효능감을 감소시키며 정치적 집단 극화를 초래한다고 결론짓는다. 다섯째, 저널리즘의 잘못된 관행이 페이크 뉴스 확산 속도와 범위 증가의 원인일 수 있다며 저널리즘의 공적 책무 실천이 중요하다고 말한다. 요약하면 논쟁의 핵심은 페이크 뉴스의 정치적 영향력과 페이크 뉴스가 저널리즘 책무 실천에 던지는 함의 두 가지다.



2. ‘페이크 뉴스’의 정치적 영향력

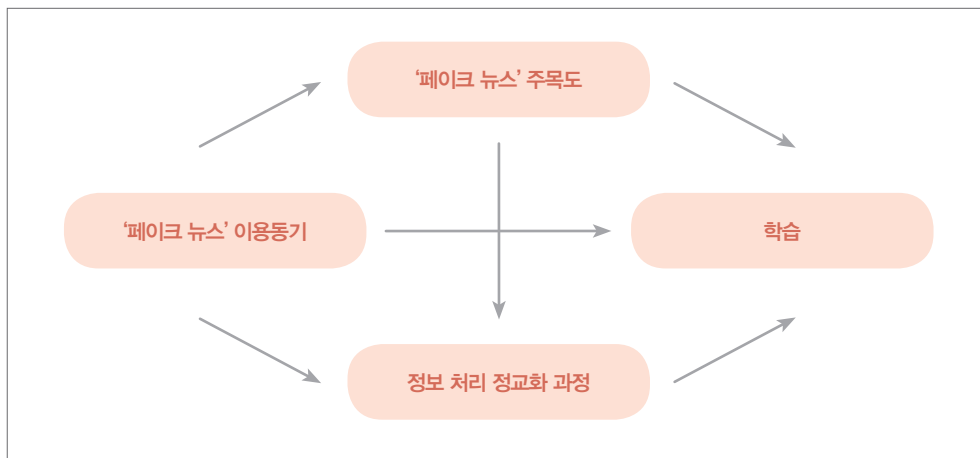
1) ‘페이크 뉴스’ 확산과 트럼프의 대통령 당선

미국 대선에서 페이크 뉴스가 유권자의 투표의사결정에 영향을 줬다고 해석하는 이들이 가장 많이 인용하는 근거는 버즈피드의 조사결과이다. 뉴스·엔터테인먼트 웹사이트인 버즈피드는 미국 대선 막바지의 최종 3개월 동안 페이스북 공간에서 페이크 뉴스(8,711,000건)가 신문·방송·온라인 언론사가 생산한 뉴스(7,367,000건)보다 더 많은 공유 및 반응 그리고 댓글수를 기록했다고 발표했다.⁴⁾ 이에 대해 정치학자인 브렌던 나이헌 교수가 “위조된 뉴스가 선거판을 뒤흔들지는 않았지만 네트워크 내에서 상당한 도달률을 기록한 것은 분명하다”고 평가했다고 버즈피드의 파운딩 에디터인 실버만이 그의 칼럼에서 전하고 있다. 필자는 나이헌 교수의 입장에 동의한다.

4) 2016년 8월 1일부터 선거일까지 ‘페이크 뉴스’와 언론사가 생산한 뉴스 가운데 페이스북 인게이지먼트 상위 20위를 차지한 기사만을 대상으로 한 조사결과이다. 종이신문(New York Times, Washington Post, LA Times, New York Daily News, New York Post, The Guardian, USA Today), 네트워크 텔레비전(NBC News, ABC News, CBS News), 공영방송(NPR), 인터넷언론(Huffington Post, BuzzFeed, Vox, Business Insider, Politico)의 뉴스사이트 열아홉 곳이 분석에 포함됐다[Silverman, C.(2016. 11. 17). This analysis shows how viral fake election news stories outperformed real news of facebook. (Buzzfeed). URL: https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.tsaz0k5231#.pcJz4Q7W9v].

첫째, 페이스북이 전통미디어 못지않은 정치 뉴스원이라는 사실은 퓨리서치센터 보고서⁵⁾에 잘 드러나 있다. 이 보고서에 의하면 2014년 3월부터 4월 사이에 자체 패널 2,901명을 대상으로 한 조사에서 ‘지난 한 주 동안 페이스북을 통해 정치 뉴스를 이용했다’고 답한 이들이 48%에 달한다. 이러한 응답률은 지역 텔레비전(49%)과 비슷하고 주류 방송(CNN 44%, Fox News 39%, NBC News 37%)이나 포털(야후 뉴스 24%, 구글 뉴스 22%)보다 높다. 이 보고서는 조사대상자의 89%가 인터넷을 이용하므로 이를 전국 모집단에 투사해 수치를 보정하면 전체 미국인의 39%가 페이스북상에서 정치 뉴스에 노출된 셈이 된다고 설명했다. 수용자 규모가 큰 만큼 유통된 페이크 뉴스의 인게이지먼트 수가 많은 건 어찌면 당연하다.

둘째, 페이크 뉴스 노출이 정치적 선택에 영향을 준다고 진술하려면, 즉 ‘페이크 뉴스 노출 → 트럼프 지지’ 도식을 채택하기 위해서는 페이크 뉴스 노출 이후에 발생하는 정보처리과정에 대한 설명이 선행되어야 한다. 학습이 투표행동을 추동하는 선행요인이기 때문이다. 인지매개모델(Cognitive Mediation Model)⁶⁾에 따르면 개인이 어떤 동기 하에 뉴스에 노출되는가에 따라 뉴스에 담긴 새로운 정보에 주목하는 정도가 다르며, 주목 단계 이후에 새로운 정보 단서를 기존의 지식 체계에 비추어 비교하고 평가하는 과정을 거쳐야만 뉴스로부터 학습하는 양이 결정된다(<그림 1> 참조).



<그림 1> 인지매개모델

5) Pew Research Center(2014). Political polarization & media habits: From Fox news to facebook, how liberals and conservatives keep up with politics. URL: <http://www.journalism.org/files/2014/10/Political-Polarization-and-Media-Habits-FINAL-REPORT-7-27-15.pdf>

6) Eveland, Jr., W. P.(1997). *The process of political learning from the news: The roles of motivation, attention, and elaboration*. Unpublished doctoral dissertation, University of Wisconsin, Madison, Wisconsin.

즉 페이크 뉴스로부터의 학습을 설명하려면 이용자가 어떤 동기(환경감시, 자기과시, 관계 관리)를 갖고 페이크 뉴스에 노출되었는지를 물어야 하고, 해당 뉴스에 주목하는 정도 그리고 뉴스에 담긴 정보적 단서들을 이미 머릿속에 저장된 기존의 정보와 비교 평가하여 지식 체계에 통합하려는 노력의 크기까지도 파악해야만 한다. 실제 소셜미디어를 통한 정치 뉴스 이용과 정치 지식 간 관계에서 정치정보 습득 동기는 여타 동기들(자기과시 동기, 오락·관계 동기)과 달리 정보에 대한 주목도와 정교화 과정을 거쳐 정치 지식에 유의한 영향을 준다.⁷⁾

페이스북이 지역방송 못지않은 주요 정치 뉴스원이긴 하지만 개인마다 이용 동기가 다르므로 이용자 규모의 크기만큼 비례하여 페이크 뉴스의 잠재적 효과가 클 것이라고 기대해서는 안 된다. 모든 페이스북 이용자들이 페이크 뉴스에 노출되지는 않으며, 이들이 다양한 뉴스 미디어를 통해 정치를 학습한다는 사실 그리고 이들이 언론에 부여하는 신뢰도 또한 상이하다는 점까지도 고려해야만 한다.

예를 들어, 사회심리학의 O_1-S-O_2-R 개념적 틀⁸⁾을 토대로 한 조건적 효과 모델은 미디어 이용이 유권자의 태도 및 행동에 미치는 영향력은 다양한 변인에 의해 조절되고 매개된다고 설명한다. 이 모델에 따르면 페이크 뉴스 노출(S)이 트럼프 지지(R)에 미치는 영향은 메시지 수신 이전의 정향성(인구사회적 속성, 정치 성향, 세계관, 가치에 대한 인식, 언론관, 이용 동기)(O_1)에 의해 조절되고 메시지 수신 과정의 정향성(정보처리 전략)(O_2)에 의해 매개된다.⁹⁾ 이 모델에서 두 번째 정향성 변인, 즉 정보 처리 전략은 세 가지 차원(① 선택적으로 훑어보기, ② 개인의 욕구에 따라 재해석하기 위해 단순 스트레이트 뉴스 그 이상을 찾아 이용하는 적극적 처리, ③ 뉴스를 다시 기억해내고 이를 토론에 활용하려는 숙고적 통합)에서 이루어진다. 정치적 학습, 정치관심도, 정치 참여는 훑어보기에 의해서는 제약을 받지만 숙고적 통합처리에 의해서는 긍정적 영향을 받을 수 있고, 적극적 처리는 학습에는 별다른 영향을 주지 않지만 관심과 참여를 활성화시키는 것으로 보고된다.

초기 정치커뮤니케이션 연구자들은 유권자의 정치 행동이 강한 정서에 의해 동기화될 수 있지만 특별한 관심 없이 정기적으로 행하는 습관적 행위일수도 있다고 했다.¹⁰⁾ 유권자를 지나치게 이성적인 존재로 여겨 비이성적인 요소에 의해 정치적 선택이 결정될 가능성을 부인하면

7) 김춘식 (2015). 사회연결망서비스 이용 동기가 정치 지식에 미치는 영향에서 사용자 활동의 매개 역할: 인지매개 모델 검증. <커뮤니케이션 이론>, 11권 4호, 206-246면.

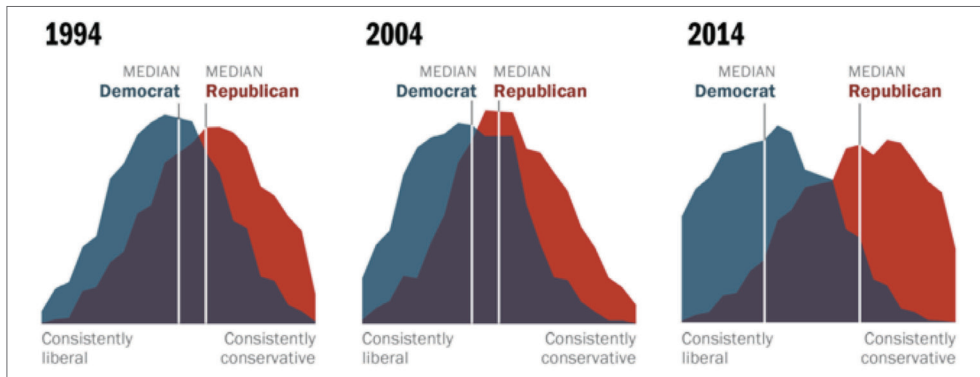
8) Markus, H., & Zajonc, R. B.(1985). The cognitive perspective in social psychology. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *The handbook of social psychology* (3rd ed., pp. 37-230). New York: Random House.

9) McLeod, D. M., Kosicki, G. M., & McLeod, J. M.(2009). In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 228-251). New York: Routledge.

10) Berelson, B. R., Lazarsfeld, P. F., & McPhee, W. N. (1954). *Voting: A study of opinion formation in a presidential campaign* (Midway Reprint). Chicago, Ill: The University of Chicago Press.

투표 행동을 올바르게 설명할 수 없다는 의미이다. 가령, 민주 시민은 정치에 관심을 갖고 선거에 참여해야 하지만 정치 관심도와 참여 범위는 유권자에 따라 상이하고, 선거캠페인 정보에 노출되고 주목하는 정도, 그리고 선거 정보 습득 후 발생하는 타인과의 정치 토론이나 참여 동기도 개인에 따라 다르다. 유권자의 정치적 선택을 결정하는 요인들이 다양하고 요인 간 영향력 또한 유권자 개인 간에 상이하게 작용한다는 학자들의 연구결과를 존중해야만 한다. 결론적으로 페이스북 공간에서 페이크 뉴스가 높은 도달률을 보여 특정 속성을 지닌 이용자의 정치적 선택에 영향을 줄 가능성을 배제할 수는 없다. 하지만 이러한 가능성을 이유로 집합적 차원에서의 유의미한 효과 즉 페이크 뉴스가 트럼프의 대통령 당선에 유의미한 영향력을 행사했다고 단정 지어 말할 수 없다.

출처 : Political Participation in the American Public (2014), Pew Research Center, p. 6.



〈그림 2〉 민주당 지지자와 공화당 지지자 간 양극화 추이, 1994~2014년

2) ‘페이크 뉴스’ 이용과 정치 양극화

페이크 뉴스의 정치적 영향력에 관한 논쟁이 처음 불거진 미국에서 1990년대 중반 이후 정치 양극화는 더 심화됐다(〈그림 2〉¹¹⁾ 참조). 퓨리서치센터의 보고서는 열 개의 정치적·사회적 이슈¹²⁾에 대한 동의여부를 물어 정치성향을 측정하고 후 집단을 다섯 가지로 구분했는데, 1994년

11) Pew Research Center (2014), *Political polarization in the American public: How increasing ideological uniformity and partisan antipathy affect politics, compromise and everyday life*. Washington, DC: Pew Research Center, p. 6.

12) 열 가지 항목(정부의 효율성, 정부의 기업 규제, 빈곤 계층의 삶, 복지 정책, 인종 편견, 이민 정책, 외교 정책, 기업의 역할, 엄격한 환경 규제, 동성애)에 대한 동의 여부를 3점 척도(-1~+1)로 측정하고 이를 합산하여 최소 '-10'에서 최대 '+10'의 점수를 산출한 후 '매우 보수적'(7점~10점), '대체로 보수적'(3점~6점), '중도'(-2점~2점), '대체로 진보적'(-16점~-3점), '매우 진보적'(-10점~-7점)의 다섯 개 집단으로 구분했다(Pew Research Center, 2014b).

중앙값 오른쪽과 왼쪽에 위치한 공화당 지지자와 민주당 지지자의 비율은 각각 70%와 64%였지만 2014년에는 각각 92%와 94%로 급증했다. 이러한 분열은 정치 과정에 가장 적극적으로 참여하는 계층 사이에서 더 현저했으며, 이들 간 적대적 감정은 정치적 쟁점은 물론 일상생활에서도 확연히 드러난다. 뉴스 매체 이용도 크게 달랐다. 매우 진보적인 이들은 CNN(15%), NPR(13%), MSNBC(12%), 뉴욕타임스(10%)를 주요 뉴스원으로 꼽은 반면, 매우 보수적인 이들의 절반 정도가 Fox News(47%)에 의존한다고 응답했다. 뿐만 아니라 가까운 친구와 정치적 세계관을 공유한다고 답한 비율은 매우 보수적(63%)인 집단이 매우 진보적(49%)인 집단보다 그리고 대체로 보수적(44%)인 집단이 대체로 진보적(25%)인 집단보다 더 높았다.

정치적 성향이 강한 이들이 정치 뉴스에 더 많은 관심을 갖고 나와 관심사가 유사한 이들과 정치적 세계관을 공유하는 경향은 사회연결망서비스 공간에서도 그대로 재현된다.¹³⁾ 첫째, 앞서 인용한 퓨리서치센터 보고서에 의하면 보수적 혹은 진보적 성향이 강할수록 중도 성향의 이용자보다 페이스북상의 정치 뉴스에 더 주목하는 경향이 있다. 매우 보수적(67%)이거나 매우 진보적(60%)인 집단이 전체 응답자 평균(52%)보다 높았다. 둘째, 강한 정치적 성향을 드러내는 이들일수록 자신의 정치 성향과 조응하는 정치 정보를 읽는 경향이 있었다. 매우 보수적 혹은 매우 진보적으로 분류된 이들의 각각 47%와 32%는 자기가 읽은 정치 정보가 자기의 정치관에 부합한다고 인식하고, 페이스북에 게재한 글의 정치적 내용을 이유로 친구 끊기를 경험한 적이 있다고 응답한 이들도 각각 31%와 44%에 달했다. 넷째, 일상생활에서도 정치 성향이 강한 이들은 중도적 성향의 유권자들보다 친구나 지인과 정치에 대해 대화 나누는 것을 즐기고 서로의 정치관을 공유하는 것으로 확인됐다. 구체적으로 친구와의 정치 대화와 정치관 공유를 묻는 항목에서 강한 보수성향의 이용자 비율이 진보성향의 이용자 비율보다 상대적으로 높았지만, 정치적 견해 차이로 친구 관계를 끊는다는 응답률은 매우 진보적 집단의 비율이 더 높았다. 다섯째, 진보성향이 강할수록 이슈를 계기로 형성된 집단(60% 대 46%)을 팔로우 하는 반면 보수성향이 강한 이들은 정당이나 선출직 공직자(49% 대 42%)를 팔로우하는 경향이 상대적으로 강했다.

이러한 다섯 가지 특징을 감안하면 페이스북 공간에서 정치 뉴스 노출과 정치 양극화 사이에 긍정적인 상관관계가 발견될 것이라는 추론이 가능하다. 또한 뉴스 소비가 정치 태도의 극화에 미치는 영향이 보수 집단에서 상대적으로 더 두드러지게 나타날 것으로 예측할 수 있다. 그렇다고 해서 페이스북 이용자가 페이크 뉴스에 노출되면 그들의 정치 성향이 더 극화된다고

13) Pew Research Center (2014). Political polarization & media habits: From Fox news to facebook, how liberals and conservatives keep up with politics. URL: <http://www.journalism.org/files/2014/10/Political-Polarization-and-Media-Habits-FINAL-REPORT-7-27-15.pdf>

진술할 수는 없다. 앞서 설명한 모델에 따르면 페이크 뉴스의 영향은 여러 변인에 의해 조건지어진다. 가령, 정치성향이 매우 보수적 혹은 매우 진보적이라 해도 페이크 뉴스의 진위 여부를 판단하는 능력을 갖추었다면 이에 영향 받을 가능성은 거의 없다. 주류 미디어를 신뢰하지 않아 사회관계망서비스에서 유통되는 정보에 지나치게 의존하는 극단적인 보수 성향의 유권자들은 페이크 뉴스의 진위 여부를 판단하는 게 쉽지 않지만 전통미디어를 포함해 다양한 경로를 통해 뉴스를 얻고 소비하는 이들은 어렵지 않게 페이크 뉴스의 내용을 거짓이라고 평가할 수 있다. 언론사 간 뉴스가치 판단 기준이 크게 다르지 않아 주류 언론이 해당 사안에 주목할 게 너무나 명약관화해 이미 해당 사안에 대해 지식을 갖추고 있을 가능성이 높기 때문이다.

한국의 거의 모든 언론은 페이크 뉴스에 대해 매우 높은 경계심을 드러낸다. 그런데 최순실 게이트로 촉발된 대통령 탄핵 심판 국면에서 활발해진 페이크 뉴스의 유통과정은 외국의 그것과는 사뭇 다르다. 우리 사회에서는 주로 메신저 플랫폼인 카카오톡을 통해 유통된다.¹⁴⁾ 그런데 메신저서비스를 통한 뉴스 이용 행태 조사 결과를 보면 페이크 뉴스가 매우 제한된 범위 내에서만 유통되었다는 것을 알 수 있다. <2016 언론수용자 의식조사> 보고서에 따르면 ‘지난 1주일 동안 메신저 서비스를 통해 뉴스를 본적이 있다’고 응답한 이는 조사참가자의 14.7%에 불과했다. 매일 뉴스를 이용한 이는 3.6%이고, 메신저서비스를 통한 뉴스 노출 시간은 하루 평균 2.7분에 불과하다고 보고한다. 더구나 이용한 뉴스의 주제별 순위에서도 정치(28.7%)는 사건·사고·범죄(59.8%), 연예오락(56.6%), 생활(32.9%)에 이어 네 번째를 차지했다. 따라서 카카오톡 공간에서 정치 페이크 뉴스가 유통된다 해도 폐쇄형 메신저서비스라는 특성으로 인해 도달 범위가 아주 제한적일 수밖에 없어 정치 양극화를 초래한다는 주장은 설득력이 없다.

3. ‘페이크 뉴스’와 저널리즘의 책무

페이크 뉴스는 언론과 언론인이 암묵적으로 동의해 왔던 뉴스의 개념과 제도로서의 언론의 역할에 도전한다. 그동안 사회 구성원은 다른 것과 비교했을 때 뉴스를 상대적으로 믿을만하다고 인식했는데, 페이크 뉴스는 뉴스에 담긴 정보가 거짓일 수 있다는 의심을 갖게 했다. 미디어가 구성한 사회적 현실을 ‘진짜 현실’로 받아들이는 현실에서 뉴스에 대한 신뢰는 언론에 대한 신뢰도, 더 나아가 사회에 대한 신뢰도와 밀접한 관련이 있다.

14) 대통령 탄핵 반대를 지지하는 페이크 뉴스가 생산되고 이러한 뉴스들이 카카오톡 메신저서비스를 통해 유통되는 구체적 사례는 ‘카톡카톡~’ 대통령 하야 주장에 선통되지 말고...’, <한겨레> 2016. 12. 31.자 18면을 참조.

미국의 대선 과정에서 페이크 뉴스가 정통 언론을 능가하는 영향력을 보여줬다는 평가에 동의하지 않지만, 현실 인식에 영향을 주려는 시도라는 점에서 페이크 뉴스는 기성 언론의 저널리즘 실천을 되돌아보게 하는 새로운 자극임에 분명하다. 그동안 주류 매체는 특정 사안에 대한 대중의 관심을 끄집어내는 특별한 권리를 독점적으로 행사해왔다. 이런 맥락에서 페이크 뉴스는 뉴스 의제 확산 및 여론 형성 과정에서 주류 언론이 그동안 누려왔던 독점적 권력이 언제든 위협받을 수 있다는 것을 보여주는 하나의 극명한 사례이다.¹⁵⁾

페이크 뉴스가 전통적인 뉴스의 형식을 갖추어 독자를 기만하기에 충분하다는 언론의 평가는 자기가 생산한 뉴스가 페이크 뉴스와 비교해 특별히 나을 게 없다는 고해성사나 다름없다. 언론의 지나친 정파성이 페이크 뉴스의 등장을 부추기는 요인이라는 설명도 가능하다.¹⁶⁾ 정치커뮤니케이션 연구자들은 특정 정치적 견해를 편드는 주류



언론의 보도태도가 유권자로 하여금 정치가 양극화 되었다는 믿음을 갖도록 하고 극단화된 유권자 계층에 주목하는 뉴스는 정치적 이슈에 대한 수용자 평가에 영향을 줘 자기와 입장이 다른 정당을 싫어하도록 만든다고 말한다.¹⁷⁾ 미국 대통령선거 캠페인에서 관찰된 것처럼 페이크 뉴스는 의견을 갖춘 유권자의 합리적 선택이 아니라 선거 결과에 영향을 미치기 위해 특정 정치 세력에 유리하거나 불리한 내용을 담고 있는데, 이러한 페이크 뉴스가 과도한 정파성을 표출하는 정치 저널리즘 관행을 거쳐 생산된 뉴스와 크게 다를 게 없다는 목소리도 있다. 결국 언론이 가정하는 것처럼 페이크 뉴스가 정치양극화의 원인이라면 기존 언론이 특정 정파의 목소리를 편드는 편향 보도, 그리고 정치 이슈를 둘러싼 사회 세력의 갈등을 정치 이념 간 대립으로 묘사하는 관행 또한 정치적 극단화를 자극하는 요인이 되는 셈이다.

한국의 현실에서 언론이 지칭하는 ‘가짜 뉴스’가 포털의 인터넷뉴스서비스를 통해 이용자에게 도달될 가능성은 없다.¹⁸⁾ 등록된 자만 인터넷신문을 발행할 수 있어 포털 인터넷뉴스서비스

15) Uberti, D. (2016, 12, 15.). The real history of fake news, *Columbia Journalism Review*. URL: http://www.cjr.org/special_report/fake_news_history.php

16) Barnhurst, K. G. (2011). The new "media affect" and the crisis of representation for political communication, *International Journal of Press/Politics*, 16 (4), 573-593.

17) Levendusky, M., & Malhotra, N. (2016). Does media coverage of partisan polarization affect political attitudes? *Political Communication*, 33, 283-301; Wojcieszak, M., Bimber, B., Feldman, L., & Stroud, N. J. (2016). Partisan news and political participation: Exploring mediated relationships, *Political Communication*, 33, 241-260.

18) 현행 「신문 등의 진흥에 관한 법률」(이하 '신문법') 제9조 1항에 따르면 인터넷신문을 발행하려는 이는 지방자치단체장에게 등록하여야 한다. 그리고 신문법 시행령 제2조(인터넷신문) 1항은 독자적인 기사 생산을 위한 요건으로서 주간 게재 기사 건수의 100분의 30 이상을 자체적으로 생산한 기사로 게재하여야 한다고 명시했다.

가 제휴언론사를 고를 때 등록되지 않은 이가 선정되는 일은 결코 있을 수 없다. 그럼에도 인터넷 공간에서 페이크 뉴스와 분명히 구분되는 ‘진짜 뉴스’를 찾는 게 쉽지 않다. 이와 관련해 전통미디어 종사자들은 인터넷 미디어가 등장하고 포털이 인터넷 뉴스를 매개하면서 저널리즘의 질적 수준이 하락했다고 말한다. 물론 새로운 미디어의 등장이 뉴스의 생산·유통·소비에 영향을 주는 건 맞지만¹⁹⁾ 모든 책임을 미디어 환경 변화로만 돌릴 수 없다. 예를 들어, 민주화 이후 언론사 간 갈등사례²⁰⁾나 권력과 유착된 보도 태도가 우선적으로 개선되어야 한다는 수용자 의식조사²¹⁾에 따르면 한국 언론이 정치 영역에서 지나치게 편향적이라는 사실은 지금도 변함이 없다. 오히려 종합편성채널 등장으로 인해 편향성에 대한 우려는 더 커졌다.

뉴스에 대한 사회적 신뢰도를 회복하려면 무엇보다 ‘좋은 뉴스’가 생산되어야 한다. ‘좋은 뉴스’를 정의하는 게 쉽지 않지만, 언론인들은 뉴스 생산에 참여한 경험을 통해 ‘좋은 뉴스’와 ‘나쁜 뉴스’의 개념을 직관적으로 이해한다.²²⁾ 필자는 모든 매체가 예측 가능한 뉴스를 유사한 방식으로 생산하도록 유도하는 뉴스 생산 관행(news routine)을 근본적으로 재검토해야 한다고 주장한다. 먼저, 과도한 출입처 의존 관행에서 벗어나야 한다. 출입처 관행은 공식 취재원의 일방적 의견이 뉴스를 지배하는 결과를 가져온다. 여기에 속보를 중시하는 관행이 더해지면 공식 취재원의 관점을 평가해줄 취재원이 누락되어 관료와 정치인의 뉴스 지배 권력은 더 강해진다. 둘째, 객관주의 원칙 개념에 대한 재해석이 이루어져야 한다. 우리 언론은 객관성과 기계적 균형성을 동일시하는 경향이 있다. 기사의 제목에 인용부호를 활용하여 이해 관계자들의 발언을 처리하는 편집 방식이 대표적이는데, 이러한 관행은 형식적 측면에서 객관성을 유지하거나 특정 세력 편들기라는 편파성 논란을 피하기 위한 수단이나 다름없다.²³⁾ 셋째, 정치 이슈를 묘사하면서 정치인 혹은 정당 간 갈등적 상황에 높은 뉴스 가치를 부여하는 관행이 모든 언론에서 발견된다.²⁴⁾ 가령, 신문과 방송이 대통령 탄핵을 둘러싼 사회적 논쟁을 묘사하는 과정에서 촛불 집회와 태극기 집회 사진을 나란히 배열하거나 영상을 비교 평가하는 것처럼 언론은 촛불 집회에 참석하는 이들이 모두 진보일리 없음에도 이들 두 집회가 진보 혹은 보수의 여론을 대변한다고 해석한다. 이런 관행은 독자로 하여금 우리 사회의 양극화가 실제보다 더 심한 것으로 과대평가하게 할 가능성이 높다.

19) Prior, M. (2007). *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. New York: Cambridge University Press.


20) 박흥원 (2007). 민주화 이후 언론사 간 갈등 사례와 그 함의. <관훈저널>, 105호, 98-108면.

21) 한국언론진흥재단 (2016). <2016 언론수용자 의식조사>. 서울: 한국언론진흥재단.

22) 남재일 (2008). 한국 객관주의 관행의 문화적 특수성: 경찰기자 취재관행의 구조적 성격. <언론과학연구>, 8권 3호, 233-270면.

23) 이준웅·양승묵·김규찬·송현주 (2007). 기사 제목에 포함된 직접인용부호 사용의 문제점과 원인. <한국언론학보>, 51권 3호, 64-90면.

24) 이재경 (2008). 한국의 저널리즘과 사회갈등: 갈등유발형 저널리즘을 극복하려면. <커뮤니케이션 이론>, 4권 2호, 48-71면.

저널리즘은 민주주의 정치체제가 반드시 갖춰야만 하는 필수 조건이다.²⁵⁾ 정부의 결정이 시민들의 생활과 가치에 어떤 영향을 주는지를 이해하도록 돕는 게 바로 저널리즘의 책무이다. 언론과 언론인이 저널리즘 책무 실천에 충실하면 페이크 뉴스에 대한 우려는 한낱 기우에 불과하다는 게 필자의 판단이다. 



25) Cater, D. (1959). *The fourth branch of government*. Boston, MA: Houghton Mifflin.

가짜뉴스에 대처하는 법적 방안

황창근 · 홍익대 법과대학 교수

I. 들어가며

최근 이른바 가짜뉴스(Fake News)로 인하여 허위사실이 유포되거나 개인의 명예가 훼손되는 등 사회적 폐해가 발생하고 있다. 정부는 가짜뉴스에 대한 사전적, 사후적 법적 대응을 시사하고 있으며,¹⁾ 언론이나 학계 등도 가짜뉴스에 대한 우려를 표시하고 있다. 가짜뉴스 문제는 지난 미국 대통령 선거기간 중 특정 후보에 대한 지지나 반대 뉴스의 등장에서 시작하였고, 우리나라에서도 탄핵정국을 맞아 반기문 전 유엔사무총장에 대한 가짜뉴스가 문제되기도 하였다. 특히 2017년 대선을 앞두고 가짜뉴스가 빈발할 것으로 예상됨에 따라 이에 제대로 대응하지 못하면 사회적 혼란이 발생되고 언론의 신뢰성과 선거의 공정성을 심각하게 훼손할 수 있다는 목소리가 높아지고 있다.

가짜뉴스로 인한 폐해는 왜곡된 정보의 전달과 그로 인한 사회적, 개인적 피해의 발생이다. 이른바 유언비어 유포로 인해 사회적 혼란을 발생시킬 수도 있고, 개인적으로는 명예훼손이나 모욕의 피해를 발생시키기도 한다. 짧은 선거기간 동안 왜곡된 정보의 유통이 선거 결과, 선거의 공정성을 해칠 수도 있다. 나아가 언론의 형식을 띤 가짜뉴스의 경우에는 기존 언론의

1) 정녹용(2017. 3. 1.). 黃대행 “정부가 나서 가짜뉴스 강력 대응을”. <조선일보>. URL: http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2017/03/01/2017030100219.html



신뢰성을 훼손하게 되어 언론이 갖는 공적 기능을 위협할 수도 있다. 가짜뉴스에 대한 우려는 여기에서 시작한다.

그렇다면 이러한 가짜뉴스를 어떻게 통제할 것인가. 특히 통제의 방법을 법제도 측면에서 논의하기 위해서는 먼저 가짜뉴스에 대한 법적 정의가 필요하다. 그런데 가짜뉴스를 법적으로 정의하기는 쉽지 않다. 허위사실의 뉴스, 아니면 뉴스 형식을 갖춘 허위사실의 뉴스, 또는 광고형 보도 내지 보도형 광고²⁾까지 가짜뉴스의 개념은 다양하게 논의되고 있다.

가짜뉴스와 관련한 법적인 논점은 우선 가짜뉴스를 발행하고 유포시킨 자의 법적 책임 그리고 그에 대한 법적 대응을 어떻게 할 것인가 하는 점이다. 가짜뉴스의 생산, 유포자에 대한 책임은 저널리즘의 관점에서도 논의될 수 있다. 가짜언론을 통한 뉴스의 전파는 전체 언론기관의 신뢰성을 해치기 때문이다. 또한 가짜뉴스가 범람할 것으로 예상되는 대선국면을 맞아 선거의 공정성 측면에서도 이를 논의할 수 있다. 나아가 만일 현행 법제도가 가짜뉴스에 대한 대응방법으로 불충분하다면, 어떻게 개선하고 발전시킬 것인가도 중요한 논점이 된다.

2) 권만우·전용우·임하진(2015), 가짜뉴스(Fake News) 현황분석을 통해 본 디지털매체시대의 쟁점과 뉴스콘텐츠 제작 가이드라인. <한국멀티미디어학회 논문지>, 제18권 제11호, 1419-1426면.

정보의 유통이라는 측면에서 오늘날 허위뉴스 내지 가짜뉴스는 새로운 것이라고 할 수 없다. 그럼에도 불구하고 이처럼 중요한 이슈가 되는 것은 SNS 등 기술적 환경에서 그 폐해가 보다 증대된 데 따른 것이다. 따라서 그 대응책의 고안에 있어서도 SNS나 포털 등 플랫폼사업자의 기술적 방지가 우선적으로 논의되고 있으며 다양한 대응방안이 강구되고 있는 것이 사실이다.³⁾ 본고에서는 이 부분에 대한 논의는 생략하고, 국가의 법적인 대응을 중심으로 논의하고자 한다.

II. 가짜뉴스의 의의와 특성

1. 가짜뉴스의 법적 개념

가짜뉴스의 개념을 어떻게 정의할 것인가 하는 점은 그에 따른 법적 대응의 방법과 방향을 결정짓는 것이므로 매우 중요하다. 가짜뉴스를 단순히 허위사실의 표현이라고 한다면 기존의 허위사실 표현과 다를 바 없으므로 이렇게 뜨거운 관심의 대상이 되는 이유를 설명하기 어렵다. 다만 이 경우에도 SNS를 통한 전파와 확산으로 인해 그 영향력이 커졌기 때문이라는 설명은 가능하다.⁴⁾



가짜뉴스의 법적 개념은 뉴스 형식으로 허위의 사실을 표현하는 것을 의미하는 것으로 정의하는 것이 대체적인 견해이다.⁵⁾ 여기서 뉴스의 형식을 가지는 것을 개념요소로 보는 것이 타

3) 페이스북은 '저널리즘 프로젝트'를 통하여 뉴스 생태계 전반의 개선을 꾀하고 있으며, 구글은 가짜뉴스 웹사이트를 구글의 광고통에서 삭제하는 방법 등으로 대응하고 있다. 또 해외 언론사들은 팩트체크 관련부서를 신설하여 대응하고 있다고 한다.; 김유항(2017. 2. 17.). 가짜뉴스 현황과 입법적 대응방향. 가짜뉴스 어떻게 막을 것인가? - 국회의원 하태경 주최 토론회 자료집, 7-8면

4) 앞의 김유항(2017. 2. 17.), 4면.

5) 황용석(2017. 2. 14.). 페이크 뉴스 풍자인가. 기만인가? - 개념화와 여론 영향력을 중심으로. 한국언론학회 Fake News(가짜뉴스) 개념과 대응방안 세미나 자료집, 8면; 박이린(2017. 2. 14.). 가짜 뉴스에 대한 법률적 쟁점과 대책. 한국언론학회 Fake News(가짜뉴스) 개념과 대응방안 세미나 자료집, 23면.

당한지가 문제가 되는데, 만일 뉴스의 형식을 배제하고 단순히 허위사실의 보도로 좁혀서 해석하게 되면 기존의 허위사실 표현(보도 또는 유포)과 아무런 차이가 없게 되고 그와 관련된 법적 대응구조도 다를 게 없다. 언론기관이 아닌 개인이 주체라면 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」(이하 ‘정보통신망법’)상 명예훼손죄의 책임, 불법행위로 인한 민사상 손해배상책임 또는 정보통신망법상 불법정보 유통에 대한 인터넷침해에 따른 행정상 책임을 지게 된다. 언론기관이 이를 생산하여 유포한 것이라면 위와 같은 형사상 책임, 민사상 책임, 행정상 책임은 물론이고 「언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률」(이하 ‘언론중재법’)에 따른 정정보도 등의 구제절차를 적용할 수 있다.

문제는 가짜뉴스 작성자 또는 발행자의 의도성을 개념요소에 포함하여야 하는가 하는 점이다. 학설은 가짜뉴스 작성에 있어서 경제적, 정치적 목적을 위한 고의성 또는 의도성을 요한다고 한다.⁶⁾ 그런데 가짜의 뉴스 형식으로 허위의 사실을 표현하는 것은 당연히 고의성과 의도성을 가지는 것이고, 과실로 그와 같은 가짜뉴스를 생산할 리는 없는 것이 아닌가 생각된다. 만일 이러한 논의가 법률상 ‘고의’나 ‘목적’이라는 주관적 구성요건요소를 의미하는 것이라면 이는 가짜뉴스의 위법성이나 처벌가능성을 나타내기 위한 것으로서 의미가 있을 뿐이고, 이를 가짜뉴스의 법적 개념 정의를 위한 필요적 개념요소로 설정할 필요는 없는 것으로 보인다.

현행법상 언론 등 매체에 의한 명예훼손의 경우, 고의라는 일반적인 주관적 구성요건요소 이외에 ‘비방 목적’이라는 초과주관적 구성요건요소를 설정하고 있는데,⁷⁾ 여기서 비방의 목적을 추가로 설정한 취지는 출판물 등 언론매체의 경우 항상 타인의 명예를 훼손할 가능성이 높으므로 이와 같은 초과주관적 구성요건을 인정함으로써 언론의 자유와 개인의 명예 보호 사이에 조화를 이루기 위한 것이라고 설명하고 있다.⁸⁾ 따라서 가짜뉴스는 ‘뉴스 소비자의 오인을 유도할 목적으로 언론(뉴스)의 형식을 빌어 표현된 허위사실의 뉴스’로 정의하는 것이 타당하다고 생각한다.

6) 앞의 황용석(2017. 2. 14.), 8면 ; 앞의 박이란(2017. 2. 14.), 23면.

7) [형법]

제309조(출판물 등에 의한 명예훼손) ① 사람을 비방할 목적으로 신문, 잡지 또는 라디오 기타 출판물에 의하여 제307조제1항의 죄를 범한 자는 3년 이하의 징역이나 금고 또는 700만원 이하의 벌금에 처한다.

[정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률]

제70조(벌칙) ① 사람을 비방할 목적으로 정보통신망을 통하여 공공연하게 사실을 드러내어 다른 사람의 명예를 훼손한 자는 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금에 처한다.

② 사람을 비방할 목적으로 정보통신망을 통하여 공공연하게 거짓의 사실을 드러내어 다른 사람의 명예를 훼손한 자는 7년 이하의 징역, 10년 이하의 자격정지 또는 5천만원 이하의 벌금에 처한다.

③ 제1항과 제2항의 죄는 피해자가 구체적으로 밝힌 의사에 반하여 공소를 제기할 수 없다.

8) 박재윤(2006). <주석 형법 (각칙4)> 제4판. 한국사법행정학회, 431면.

2. 가짜뉴스 피해의 법적 특성

(1) 개인에 대한 침해

가짜뉴스는 해당 개인의 신뢰성을 저하시키거나 명예를 훼손하기 위해 허위사실을 제공하므로, 개인의 신용 또는 명예를 훼손하는 등의 피해를 발생케 한다. 미국 대선과정에서 유포된 가짜뉴스나 반기문 전 유엔사무총장에 대한 가짜뉴스의 경우, 특정 후보자의 대통령선거 출마를 어렵게 하거나 선거결과에 영향을 미칠 목적으로 유포되었음을 충분히 짐작할 수 있다.

(2) 언론에 대한 침해

특정 언론사의 이름을 도용하거나 그 형식을 취하는 방법 또는 새로운 언론사의 이름으로 가짜뉴스를 전파하는 경우가 있을 수 있다. 특정 언론사의 이름이나 형식을 취한 경우에는 해당 언론사에 대해 직접적인 업무방해라는 침해의 결과가 발생된다. 또 언론 전체의 입장에서는 언론의 신뢰성을 해치는 결과가 야기된다.

(3) 포털 또는 SNS에 대한 침해

포털 또는 SNS는 직접적인 생산자나 유포자라고 할 수는 없기 때문에 제한적으로 책임을 지게 된다. 가짜뉴스를 마치 언론사의 뉴스인 것처럼 포장하여 허위사실을 유포하는 경우에는 해당 포털에 대한 신뢰성을 저해하게 되므로 업무방해라는 법익침해가 발생된 것으로 볼 수도 있다. 포털 등 플랫폼사업자의 경우에는 가짜뉴스를 판별하는 알고리즘을 어느 정도 갖추어야 하는지에 따라 그 책임의 범위가 달라질 수 있을 것이다.

(4) 사회 및 국가에 대한 침해

허위사실이 뉴스의 형식으로 유포될 때 사회나 국가 전체가 입는 유·무형의 피해는 분명히 있다. 그러나 잘못된 정보로 사회가 혼란에 빠지게 된다고 해서 그러한 피해에 대한 법적 조치가 필요한 것인지는 다른 문제이다. 가짜뉴스의 전파가 사회나 국가의 이익을 침해하는지 여부에 대해 사회적인 평가를 넘어 법률상의 이익 침해에 해당하는지 판단하는 것은 쉬운 일이 아니다. 대개의 경우 ‘공익의 침해’라는 이름으로 침해상태를 표현하게 된다. 자칫 유언비어 유포에 대한 책임 논란으로 확대될 수 있는 것이다. 헌법재판소가 소위 ‘미네르바 사건’에서 공익 목적의 허위통신의 불명확함을 강조한 것도 결국 침해사실의 객관성을 확정하기 어렵기 때문이다. 따라서 가짜뉴스라는 허위사실이 사회국가적 이익과 함께 개인적 법익도 침해하는 경우에만 해당 개인에 대한 불법정보로서 법적 대응이 가능하게 된다.

Ⅲ. 현행법상 가짜뉴스의 대응 현황

1. 개요

가짜뉴스에 대한 법적 대응은 크게 허위사실의 표현과 언론 형식을 취한다는 점을 전제로 피해 대상을 구분하여 각각 민·형사, 행정상 대응으로 나누어 설명할 수 있다.

〈표〉 가짜뉴스의 피해와 대응의 법적 구조

피해 발생		법적 대응		
구분	내용	민사적 대응	형사적 대응	행정적 대응
개인	명예훼손, 모욕	손해배상 게재중단	모욕죄 명예훼손죄 선거법위반	· 인터넷심의 및 시정요구 · 처리제한조치 · 임시조치 · 선거법상 조치
언론	업무방해	손해배상 업무방해금지	신용훼손죄 업무방해죄	· 인터넷심의 · 유통제한조치 · 임시조치
사회·국가	유언비어	X	X	X

2. 생산자, 유포자의 책임과 법적 대응

가짜뉴스의 생산 및 유포자는 민사상, 형사상, 행정상의 책임을 진다(〈표〉 참조). 이를 피해법익의 분류에 따라 개인, 사회, 국가의 관점으로 구분하여 설명하고자 한다.

(1) 개인의 관점

가짜뉴스를 통하여 개인이 명예훼손이나 사생활 침해 등의 인격적 법익 침해를 입게 되는 경우에는 가짜뉴스 생산·유포자에게 형법, 민법, 정보통신망법 등의 법적 책임을 묻게 된다.

가. 형사상 대응을 보면, 허위사실의 표현은 타인의 명예를 훼손하는 것이므로 명예훼손죄(제309조), 모욕죄(제311조) 등으로 처벌이 가능하고, 인터넷매체를 이용하여 이를 유포한 경우에는 정보통신망법상 명예훼손죄(제70조)의 책임을 지게 된다. 명예훼손죄 중에서도 허위사실의 경우에는 진실한 사실인 경우보다 높은 법정형이 규정되어 있다. 정보통신망을 통한 명예훼손죄의 경우에는 '비방 목적'을 초과 주관적 구성요건요소로 규정하고 있는데, 이는

인터넷을 명예훼손 발생 가능성이 높은 출판물과 같은 매체로 보는 형법의 입법태도를 그대로 받아들인 것으로써, 그 처벌을 제한하여 인터넷상 표현의 자유와 명예보호의 조화를 꾀하기 위함이라고 할 것이다.

나. 명예훼손이나 모욕은 불법행위를 구성하게 되므로 손해배상(민법 제750조)이나 명예회복에 적당한 처분(제764조)이 민사적 대응방안이 될 수 있다. 또 해당 가짜뉴스의 유통을 금지시키는 행위를 요구할 수도 있다.

다. 행정적 대응으로는 정보통신망법이 규정하고 있는 불법정보로서의 ‘명예훼손정보’에 대한 인터넷심의제도를 들 수 있다. 명예훼손정보는 불법정보(정보통신망법 제44조의7 제1항 제2호)에 해당되기 때문에 방송통신심의위원회의 심의와 시정요구(방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률 제21조 제4호), 방송통신위원회의 불법정보 처리제한 조치(정보통신망법 제44조의7 제2항)를 받게 된다. 방송통신심의위원회의 시정요구에는 해당 정보의 삭제, 이용해지 등이 포함되고, 방송통신위원회의 처분에는 해당정보의 삭제 등 유통제한처분이 포함된다. 이러한 행정적 대응방법은 우리나라 특유의 제도로서 표현의 자유에 대한 과도한 침해라는 비판이 없지 않으나, 민형사소송에 비해 상대적으로 시간, 비용 등 실효성 측면에서 유용한 방법이라고 할 것이다.

라. 한편, 정보통신망법에 의하면 정보통신서비스제공자가 명예훼손의 침해를 받은 피해자로부터 해당정보의 삭제 등을 요청받은 때에는 지체없이 삭제 등의 조치를 취하여야 하는 이른바 임시조치제도가 시행되고 있는데(제44조의2), 이에 따라 가짜뉴스를 임시조치 하는 것이 가능하다. 이 제도는 정보통신망법이 상세한 절차를 규정하고 있어서 형식은 국가규제 내지 타율규제의 모습을 띠지만 실제 시행과정은 OSP의 자율규제 형태로 운영되고 있어 국가규제와 자율규제가 결합된 독특한 제도로 자리잡고 있다.

마. 문제는 언론법상 개인의 피해구제가 가능한가 하는 점이다. 언론중재법상 구제제도는 동법의 규율을 받는 언론⁹⁾에 의한 침해가 있는 경우에 대한 피해구제를 전제로 한다. 따라서 가짜뉴스가 언론의 외양을 가진다고 하더라도 언론중재법상의 언론이라고 할 수 없는 이상 동법상의 구제제도를 적용할 수 없다.



9) 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.
1. "언론"이란 방송, 신문, 잡지 등 정기간행물, 뉴스통신 및 인터넷신문을 말한다.

(2) 언론의 관점

가짜뉴스가 기존의 명예훼손 문제와 다른 점은 바로 언론이 피해자가 된다는 점이다. 예컨대 A신문의 이름으로 허위사실을 보도하는 경우에는 A신문사에 대한 업무방해가 되어 민형사상 책임을 지게 된다. 반면 기존의 신문사 명의가 아닌 새로운 B신문의 이름으로 허위사실을 보도한 경우라면 신문을 발행하거나 인터넷신문 또는 인터넷뉴스서비스를 전자적으로 발행하려는 자는 시·도지사에게 등록하여야 하는 「신문 등의 진흥에 관한 법률」(제9조, 제39조 제1항)을 위반하는 것이 된다.

언론의 정의는 다양하겠지만 한 가지 분명한 것은 법의 수범자로서 언론의 범위는 법정되어 있다는 점이다. 이를테면 언론중재법상 언론이라 함은 방송, 신문, 잡지 등 정기간행물, 뉴스통신 및 인터넷신문을 말하고, 방송, 신문 등 각 언론의 범위에 대해서는 영업규제를 목적으로 개별법이 각각 규율하고 있다. 즉 방송은 허가(방송법 제9조등), 신문과 인터넷신문은 등록(신문 등의 진흥에 관한 법률 제9조), 잡지 등 정기간행물은 등록 또는 신고(잡지 등 정기간행물 진흥에 관한 법률 제15조, 제16조), 뉴스통신은 등록(뉴스통신 진흥에 관한 법률 제8조)의 방식으로 각각 처리하고 있는데, 이는 언론의 자유와 독립을 보장하면서 공익성과 공정성의 책임을 담보하기 위한 최소한의 규제방식이라고 할 것이다. 이러한 법률에 따르지 않고 각 언론의 사업을 한 자에 대해서는 형벌을 가하는 방식으로 실효성을 확보하고 있다. 그런데 가짜뉴스는 위와 같은 언론의 영업규제방식을 거치지 않고 언론의 사업을 탈법적으로 행하는 것이므로 해당 법률을 위반하는 것이 된다. 나아가 특정한 언론의 형식이나 이름을 빌려 마치 특정 언론사인 것처럼 뉴스를 보도한다면 해당 언론사의 영업을 방해하는 업무방해의 불법을 저지르는 것이 된다. 그런 점에서 업무방해죄(형법 제314조) 및 업무방해로 인한 불법행위책임을 지게 된다.

(3) 사회 내지 국가의 관점

가짜뉴스의 전파가 사회적 또는 국가적인 피해를 가져오는 것은 틀림이 없으나 그 피해에 대하여 법적인 조치를 취할 수 있는지는 별개의 문제다. 법치주의 원칙상 피해가 있다고 하더라도 법적 근거를 갖추지 못한다면 사회적, 국가적 대응은 불가능하기 때문이다. 가짜뉴스의 전파가 초래하는 사회적, 국가적 법익의 침해는 유언비어나 왜곡된 정보의 유포로 인한 사회 불안감 조성 등의 공익 침해상황을 예상할 수 있다.

이에 대해서는 구 전기통신기본법이 ‘공익을 해할 목적의 허위통신’을 처벌하는 규정(제 47조 제1항)¹⁰⁾을 두고 있었으나, 2010년 헌법재판소가 이른바 ‘미네르바 사건’에서(헌재 2010. 12. 28. 선고 2008헌바157 결정) 죄형법정주의 원칙상 명확성의 원칙을 위반한다는 이유로 해당 조항에 대해 위헌결정을 선고하여 이제 이 법률을 적용할 수 없다. 헌법재판소는 이 결정에서 “어떠한 표현행위가 ‘공익’을 해하는 것인지, 아닌지에 관한 판단은 사람마다의 가치관, 윤리관에 따라 크게 달라질 수밖에 없으며, 이는 판단주체가 법전문가라 하여도 마찬가지이고, 법집행자의 통상적 해석을 통하여 그 의미내용이 객관적으로 확정될 수 있다고 보기 어렵다. 나아가 현재의 다원적이고 가치상대적인 사회구조 하에서 구체적으로 어떤 행위상황이 문제되었을 때에 문제되는 공익은 하나로 수렴되지 않는 경우가 대부분인바, 공익을 해할 목적이 있는지 여부를 판단하기 위한 공익간 형량의 결과가 언제나 객관적으로 명백한 것도 아니다.”라고 판시하여 공익을 구성요건요소로 하는 규제의 불명확성을 지적한 바 있다. 이러한 취지로 보더라도 공익을 해하는 가짜뉴스에 대한 법적 대응은 침해되는 공익을 보다 구체화하고 특정화하는 작업을 거친 다음 접근할 수밖에 없다고 할 것이다.

(4) 선거법상 특별한 책임

현재 문제되는 가짜뉴스는 정치적인 의도를 가진 것이 대부분이고, 특히 선거기간 중에는 선거법상 다양한 규제를 받을 수밖에 없게 된다. 허위사실은 선거의 공정성을 해치기 때문에 선거법에 형사처벌 내지 행정적 조치가 규정되어 있다.

먼저 형사적 대응을 보면 후보자를 당선되거나 되게 할 목적 또는 당선되지 못하게 할 목적으로 허위사실을 공표하는 등의 행위를 한 경우에는 허위사실공표죄로 처벌되고(공직선거법 제250조), 당선되거나 되게 하거나 되지 못하게 할 목적으로 후보자등을 비방한 경우에는 후보자비방죄로 처벌된다(동법 제251조).

행정적으로는 선거법 위반정보에 대한 심의제도와 실명확인제도를 통한 대응을 들 수 있다. 먼저 선거법 위반정보에 대한 심의제도는 각급선거관리위원회의 선거법위반정보에 대한 처분절차를 통해 해당 정보 삭제 등의 조치를 취하는 것을 말하는데, 정보통신망법상 불법정보 심의제도와 유사한 구조라고 할 것이다. 각급선거관리위원회 또는 후보자는 선거법에 위반되는 정보가 인터넷 홈페이지 등에 게시 또는 정보통신망을 통하여 전송되는 사실을 발견한 때에는 당해 정보가 게시된 인터넷 홈페이지를 관리·운영하는 자에게 해당 정보의 삭제를 요청하거나, 전송되는 정보를 취급하는 인터넷 홈페이지의 관리·운영자 또는 정보통신서

10) 전기통신기본법 제47조(벌칙) ① 공익을 해할 목적으로 전기통신설비에 의하여 공연히 허위의 통신을 한 자는 5년 이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금에 처한다.

비스제공자(이하 ‘정보통신서비스 제공자 등’)에게 그 취급의 거부·정지·제한을 요청할 수 있다. 만약 인터넷 홈페이지 관리·운영자 등이 후보자의 요청에 따르지 않는 경우에는 관할 선거구선거관리위원회가 후보자가 삭제 등을 요청한 정보가 이 법의 규정에 위반된다고 인정되는지 여부를 판단해 해당 정보통신서비스제공자 등에



게 삭제요청 또는 취급의 거부·정지·제한을 요청할 수 있고 정보통신서비스제공자 등은 지체없이 이에 따르도록 규정하고 있다(제82조의4 제3항, 제4항). 또 선거관리위원회의 요청에 2회 이상 응하지 않으면 형벌에 처하도록 하고 있다(제256조 제3항 제1호 마목). 따라서 가짜뉴스가 공직선거법 위반 정보를 포함하고 있는 경우에는 후보자 등의 요청이나 선관위의 판단 및 요청 등 처분절차에 따라 정보통신서비스제공자 등이 삭제 등의 조치를 취하도록 함으로써 법적 대응을 할 수 있는 것이다.

다음으로 공직선거법상 실명확인제도¹¹⁾에 대해 살펴보면, 선거운동기간 중 인터넷언론사는 당해 인터넷홈페이지의 게시판·대화방 등에 정당·후보자에 대한 지지·반대의 문자·음성·화상 또는 동영상 등의 정보를 게시할 수 있도록 하는 경우 실명확인을 하도록 하고, 실명인증의 표시가 없는 정당이나 후보자에 대한 지지·반대의 정보 등이 게시된 경우에는 지체없이 이를 삭제하도록 규정하고 있다(제82조의6). 이러한 실명확인제도를 통해서도 선거기간 동안 가짜뉴스를 통제할 수 있다.

3. 플랫폼사업자의 책임과 법적 대응

가짜뉴스는 SNS 등을 통하여 전파되는 만큼 해당 플랫폼사업자의 책임 문제가 거론된다. 플랫폼사업자가 단순한 매개자인지, 해당 정보에 대한 편집권한을 가진 자인지 여부 등 그 성격에 따라 법적 책임의 유무와 정도가 달라진다. 정보통신망법은 제44조의2에서 정보통신서비스 제공자는 피해자의 삭제요청과 소명에 따라 지체 없는 조치를 취할 것을 정하면서 이 경

11) 공직선거법상 실명확인제도에 대하여 현재는 2번의 합헌결정을 내렸다. 헌법재판소 2010. 2. 25. 선고 2008헌마324등 결정 ; 2015. 7. 30. 선고 2012헌마734 결정.

우 정보통신서비스 제공자의 책임은 임의적으로 감면될 수 있음을 규정하고 있을 뿐이다(제 44조의2 제6항). 이러한 임의적 감면규정의 취지로 해석하면 플랫폼사업자는 적어도 가짜뉴스가 유통되고 있는 사실을 알게 된 때부터는 조치를 취하여야 할 의무가 있음을 의미한다고 할 수 있다.


대법원은 '인터넷 종합정보 제공사업자가 보도매체가 작성·보관하는 기사에 대한 인터넷 이용자의 검색·접근의 창구 역할을 넘어, 보도매체로부터 기사를 전송받아 자신의 자료저장 컴퓨터 설비에 보관하면서 스스로 그 기사 가운데 일부를 선별하여 자신이 직접 관리하는 뉴스 게시공간에 게재하였고 그 게재된 기사가 타인의 명예를 훼손하는 내용을 담고 있다면, 이는 단순히 보도매체의 기사에 대한 검색·접근 기능을 제공하는 경우와는 달리 인터넷 종합정보 제공사업자가 보도매체의 특정한 명예훼손적 기사 내용을 인식하고 이를 적극적으로 선택하여 전파한 행위에 해당하므로, 달리 특별한 사정이 없는 이상 위 사업자는 명예훼손적 기사를 보도한 보도매체와 마찬가지로 그로 인해 명예가 훼손된 피해자에 대하여 불법행위로 인한 손해배상책임을 진다'고 판시하였다(대법원 2009. 4. 16. 선고 2008다53812 판결). 따라서 해당 플랫폼사업자가 단순한 검색, 접근의 기능을 제공하는 매개자인지 뉴스를 선별하여 게시한 사업자에 해당되는지 여부에 따라 그 책임 여부가 결정될 것이다. 이처럼 플랫폼사업자의 가짜뉴스의 유통에 대한 법적 책임의 유무는 서비스 제공 방법과 성격에 따라 달라질 수 있다.

IV. 마치며 – 가짜뉴스에 대한 새로운 법적 대응의 가능성

가짜뉴스에 대한 법적 정의에 따른다면 언론 형식의 허위사실 전파에 대해서는 현행 법제로도 충분히 대응 가능한 것으로 보인다. 그럼에도 불구하고 최근 정치권 등 일부에서 가짜뉴스에 대한 대응, 특히 입법적 대응이 필요한 것처럼 논의되고 있는 것은 대통령선거를 앞둔 정치적 상황과 밀접한 관련이 있다고 할 것이다. 그러나 기존의 법률을 엄격하게 적용하면 가짜뉴스에 대한 별다른 입법적 대응은 불필요하다 보이고 특별히 법적 공백을 발견하기도 쉽지 않다.

우선 유언비어 유포라는 관점에서의 통제 필요성 논의는 구 전기통신기본법상 허위통신죄가 위헌결정 된 것을 교훈으로 삼아야 한다. 공익이라는 불명확한 이름으로 표현행위를 통제하는 것은 법치주의 방식이 아니다. 구체적인 법익의 침해를 가정할 수 없다면 언제나 그 불명확성으로 인해 위헌의 소지가 높다고 할 것이다.

다음으로 플랫폼사업자에게 가짜뉴스의 확산 방지를 위한 자체 필터링 등 알고리즘상의 조치의무를 부과하는 문제가 검토될 수 있다. 이를 일의적으로 판단하기는 곤란하지만 플랫폼사업자의 성격이 단순 매개자에 불과하다면 그와 같은 의무를 부과하는 것은 과도한 의무부과로

서 타당하지 않다. 그러나 게시물에 대한 편집권을 갖는 등 적극적으로 필터링을 수행하는 경우에는 일부 책임의 소지가 있으므로 알고리즘 조치 의무화 등의 논의가 전개될 가능성이 없지 않다. 하지만 그러한 경우에도 자체 필터링의 사전적 의무부과가 반드시 정당한 것이라고 할 수는 없다. 가짜뉴스의 유통으로 인한 사후적 책임 가능성이 있다고 해서 바로 사전적 규제가 허용되는 것은 아니기 때문이다. 사전적 필터링의 법적 의무화는 사업자에게 지나친 경제적 부담을 지우는 것은 물론이고, 법적으로도 사적검열 논란을 발생시켜 헌법상 영업의 자유 및 표현의 자유에 대한 과도한 침해 논란을 불러일으키게 될 가능성이 크다. 따라서 구글, 페이스북 등 글로벌 사업자처럼 플랫폼사업자가 자체적으로 가짜뉴스를 판별하고 대처하기 위한 자율적인 노력을 전개하는 것이 보다 바람직한 방향이라고 할 것이다. 



통일과 미디어의 역할

송종문 · 언론중재위원, 성균관대학교 문화융합대학원 초빙교수



독일 통일을 촉진시킨 언론인 교류

독일의 통일은 결과물만큼 간단하게 이루어진 것은 아니었다. 통일 이전 서독 사람들은 통일에 대해 회의적이거나 부정적인 전망을 하고 있었으며, 동독에서도 통일을 통한 개혁이나 자본주의화 보다는 사회주의 내 개혁을 요구하는 목소리가 더 높았다고 한다. 1986년 “통일은 생전에 체험할 수 없거나 불가능하다”고 생각한 서독 사람들이 무려 90%가 넘었으며, 베를린 장벽이 무너지기 시작한 1989년 11월 당시 통일을 반대한 서독 청소년들이 과반수가 넘었다는 통계도 있다. 또 장벽 붕괴가 시작된 직후인 1989년 12월 초 동독 시위대의 대다수가 통일이 아닌 동독 사회주의 내 개혁을 주장하는 양태도 보여주었다.

그럼에도 2차 세계대전 이후 동·서로 갈라져 있던 두 나라는 1990년 10월 3일 통일을 이루

게 된다. 구(舊)동독 주민들의 평화혁명은 독일을 동쪽과 서쪽으로 갈라놓았던 장벽을 무너뜨렸다. 독일 통일은 급작스럽게 이루어진 것처럼 보이지만 그 이면에는 통일을 위해 오랫동안 힘써온 수많은 노력들이 있었다. 그 중에서도 미디어의 역할은 지대하다고 하지 않을 수 없다.

동·서독 관계의 전환점은 1972년 동·서독 기본조약 체결이었다. 서로가 서로를 사실상 국가로 인정하면서 정치, 경제, 사회, 문화 전반의 교류가 시작되었다. 브란트 총리의 신동방 정책을 기반으로 한 것인데, 이후 동·서독 간의 ‘통행 협정’이 체결돼 도로 및 철로를 통한 민간 교류가 허용됐고, 국경을 연결하는 교통망이 만들어졌다. 서독 사람들은 가족이나 친척을 위해 동독을 방문할 수도 있게 되었다. 인적 교류는 언론인 교류로 이어졌고, 특파원 교류로까지 확대되었다. 1973년 이후 서독 특파원의 동독 상주 활

동이 보장되었고, 1970년대 중반 동독을 방문한 서독 언론인은 700명에 이른 것으로 나타났다. 결과적으로 정보 교류가 활성화되어 서로의 이질성을 극복하고 독일 통일을 촉진시키는데 크게 기여했다. 물론 제약도 있었다. 서독 언론인은 감시와 관찰을 받았고, 차에 특별한 표시를 달아야 했으며, 여행 또는 취재할 때 동독 정부의 허락을 받아야 했다. 혹 규칙을 어기면 추방당하기도 했다. 또한 동독에서는 허가 받은 신문, 잡지의 판매만 허용돼 동독 정권은 통일 시점까지도 서독 인쇄매체를 철저히 제한했다.

민족의 이질성을 극복한 동독 방송정책

TV는 동·서독의 벽을 허무는데 큰 역할을 해낸 것으로 보인다. 전파의 위력이라 할 수 있다. 동독은 서독의 라디오, TV 방송 수신을 금지하는데 실패하였고, 동독 주민들은 묵인과 침묵 속에서 서독 방송을 볼 수 있었다. 처음부터 기술적으로 전파의 월경을 막을 수 없었던 동독 정권은 통제를 하지 않았고 이로 인해 서독 방송에 대한 주민들의 관심이 유지되었다. 당시 서독과의 경쟁에서 두려울 것 없다는 호네커 동독 수상의 자신감이 너무 컸던 것은 아닌가 하는 비판도 있지만 결과적으로 서독 TV와 라디오가 동·서독의 현실과 사회, 문화를 전달하고 나아가 민족의 이질성을 극복해 독일 통일 촉진에 커다란 역할을 담당했다고 평가할 수 있다.

동독 주민이 서독 매체를 소비한 이유는 더 많은 오락물을 보고 싶은 욕구, 신뢰성 있는 뉴스에 대한 욕구 때문인 것으로 다양한 설문 조사 결과

에 나타나고 있다. 서독의 통일관련 프로그램은 프라임 타임에 편성됐다. 통일 이전의 서독 방송은 동독 관련 보도 프로그램을 제작할 때 객관적이고 공정한 입장에서 정보를 제공하여 심리적 친밀감을 높이기 위해 노력하였다. 또 독일 방송 연합에 따르면 다규, 보도 등 시사정보 프로그램 뿐만 아니라 분단을 소재로 한 드라마 등 다양한 장르와 시스템을 활용해 통일 관련 프로그램을 제작했다는 것을 알 수 있다.

분단 시대에도 객관적이고 전문적인 정보 제공을 통해 소통의 끈을 놓지 않았던 방송과 언론이 결국 독일의 자주적이고 평화적인 통일을 이룩하는 기반이 되었던 것이다. 분단 시대 이산가족 재회와 언론인 교류는 긴장된 동·서독 관계에서 현실을 직시하고 소통할 수 있는 하나의 틀을 마련했다. 이는 동일한 분단의 경험을 하고 있으면서도 교류에는 한계를 갖고 있는 우리에게 시사하는 바가 크다. 분단된 독일은 방송을 통해 오랜 세월 민족의 사회적, 문화적 이질성을 극복하면서 통일로 한 걸음씩 나아갈 수 있었다.

통제된 북한당국 단속넘어 영향미친 미디어 콘텐츠

독일 통일에 서독 언론과 미디어가 큰 영향을 미친 것에 비하면 우리의 현실은 다른 양상을 보이고 있다. 극한적으로 폐쇄된 북한 사회에서는 독일과 같은 언론인 교류나 방송의 전파가 받아들여지지 않고 있기 때문이다. 그렇다고 우리의 미디어가 북한으로 전혀 유입되지 않는 것은 아니다. 예상치도 못한 한류의 영향으로 인해 북한

주민들에게 우리의 미디어 콘텐츠가 음성적으로 널리 확산되고 있다.

외부 정보와 문화를 엄격히 차단하고 통제하려는 북한 당국의 단속을 넘어 우리의 영화나 드라마, 오락 프로그램들이 CD(DVD), USB 등을 통해 북한 내부로 유입, 확산되고 있다. 이러한 현상은 단순히 한류로 대변되는 문화 확산의 수준을 넘어 그동안 폐쇄되었던 북한사회, 나아가 북한체제에 어떠한 파급효과를 가져올 것인가의 논의로 확장되고 있다. 우리 매스미디어의 북한 내 유입과 유통은 분단된 남북한 사회를 넘나드는 소통의 통로가 될 수 있다는 점에서 분단구조를 재편성하고 있다 해도 과언이 아니다. 북한 주민들이 우리의 매스미디어를 접하면서 제한적이거나 자본주의와 자유, 민주주의에 대한 인식을 경험하고 남북한의 사회문화적 거리를 좁힐 수 있다는 긍정적 효과가 있다. 그동안 북한 당국으로부터 철저히 주입된 정보로 우리를 인식했던 북한 주민들로서는 우리 미디어가 외부세계를 경험하기 위한 출구로 작용할 수 있다는 점에서 큰 의미를 가진다.

확산되고 있는 북한의 한류바람

북한은 1990년대 들어 소련을 비롯한 사회주의 국가들의 지원 및 우호무역의 감소, 경제난으로 인한 농업 원자재 생산의 급락, 연속적인 자연재해 등으로 식량 생산량이 400만 톤 이하로 급락하며 심각한 기근에 직면하게 되었다. 북한 주민에 대한 식량배급은 줄어들고 급기야 배급이 끊기는 날도 점점 많아졌다. 결국 사회주의 체제의

대표적 사회제도가 할 수 있는 배급제가 그 본연의 역할을 할 수 없는 상황이 된 것이다. 북한 주민들은 언제 다시 시작될지 모르는 배급의 기다림 대신 주민들 스스로 먹을 것을 구하기 위해 식량과 교환할 수 있는 모든 것을 장마당에 갖고 나와 거래를 했다. 시간이 갈수록 장마당에서 거래되는 물품의 양과 종류는 다양해졌으며, 이를 통제하는 당국의 관리도 허술해져 갔다. 장마당은 전국적으로 성행했으며, 특히 중국과 국경을 접하고 있는 지역에서는 중국과의 정상적인 무역은 물론 밀무역 시장이 더더욱 커져갔다. 이 과정에서 중국에서 유행하는 외부세계의 소식이 자연스럽게 북한으로 흘러 들어가게 되었고 장마당은 이러한 외부 소식을 북한 구석구석까지 전파하는 매개체가 되었다. 이 외부세계의 소식 중에는 한국과 아시아에서 유행하는 한국의 문화 콘텐츠, 즉 한류가 포함되어 있다.

북한에서 한국의 노래, 드라마, 영화 등 문화 콘텐츠는 같은 언어의 사용으로 다른 나라의 콘텐츠에 비해 매체 몰입도가 높은 것으로 알려져 있다. 북한 주민들은 우리 영상매체가 유입되기 전까지는 주로 중국이나 홍콩 영화를 많이 보았으나 자막이 삽입되어 있지 않아 내용을 구체적으로 파악하기 쉽지 않았다고, 그만큼 흥미를 갖고 몰입하기도 쉽지 않았다고 한다. 이는 우리에게 중요한 정보를 제공한다. 비록 반세기 이상 서로 상반된 사회체제 안에서 단절된 관계를 이어왔지만 같은 언어·문자를 사용함으로써 우리가 전하고자 하는 내용과 의도를 자막과 같은 2차적 가공없이, 누구의 도움이나 여과없이 직접 읽고 듣고 볼 수 있다는 것은 우리에게 상당한 이점으로 작용할 것이다. 북한 주민들에게 전해야 할 문

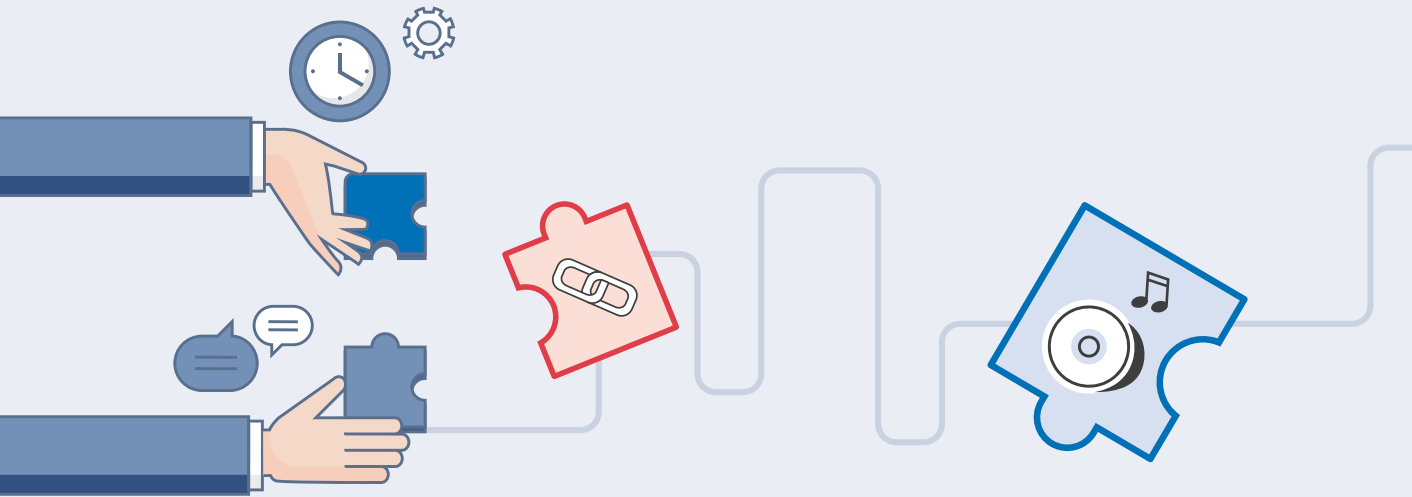


화콘텐츠가 주로 영상·음성·문자 매체임을 고려하면 그 중요성은 더욱 크다. 우리가 주목해야 할 또 다른 점은 북한에서의 한류 콘텐츠 유통구조이다. 북한에서의 한류 콘텐츠 유통과정은 크게 두 가지 경우로 나뉜다.

첫째는 시장을 통한 유통으로 이는 장마당의 활성화와 관계가 깊다. 북한 주민들은 중국과의 밀무역을 통해 다양한 영상매체를 보유하고 있다. 또 장마당을 통해 북한 내부로 들어온 한류 콘텐츠는 재차 다른 지역의 장마당으로 넘어가 다시 거래되고, 이러한 상황이 여러 지역으로 연계·반복되면서 퍼지게 된다. 또한 밀무역을 단속하는 단속반원이 한류 콘텐츠를 압수한 후 이를 폐기하지 않고 다른 사람과 매매하는 경우도 있고, 밀수업자와 단속반원이 하나의 팀을 이루어 한류 콘텐츠를 유통시키는 경우도 있다. 최

근 들어 북한 경제상황이 악화되면서 오히려 이러한 관계를 이용한 반입이 크게 늘어나고 있다. 두 번째는 인적 네트워크를 이용한 유통이다. 한류 콘텐츠를 구입하거나 대여를 받은 북한주민이 가족, 친지 또는 이웃들과 같이 보거나 돌려보기도 하고 서로 바꿔보기도 하는 것이다. 물론 상호간의 두터운 신뢰가 있어야 가능한 일이다. 자칫 잘못했다간 단속에 걸려 처벌받을 수 있기 때문이다.

인적 네트워크를 통한 유통구조에서 가장 중요한 것은 바로 북한 지배층이 한류 콘텐츠를 즐긴다는 것이다. 강동완·박정란의 책 『한류, 북한을 흔들다』는 일반 주민들보다 상대적으로 남한 정보나 영상매체 입수가 용이한 간부들(교양원 양성소 소장, 보위부 소장 및 지도원, 통신과장, 인민보안성 간부 등)이 오히려 더 많이 한류



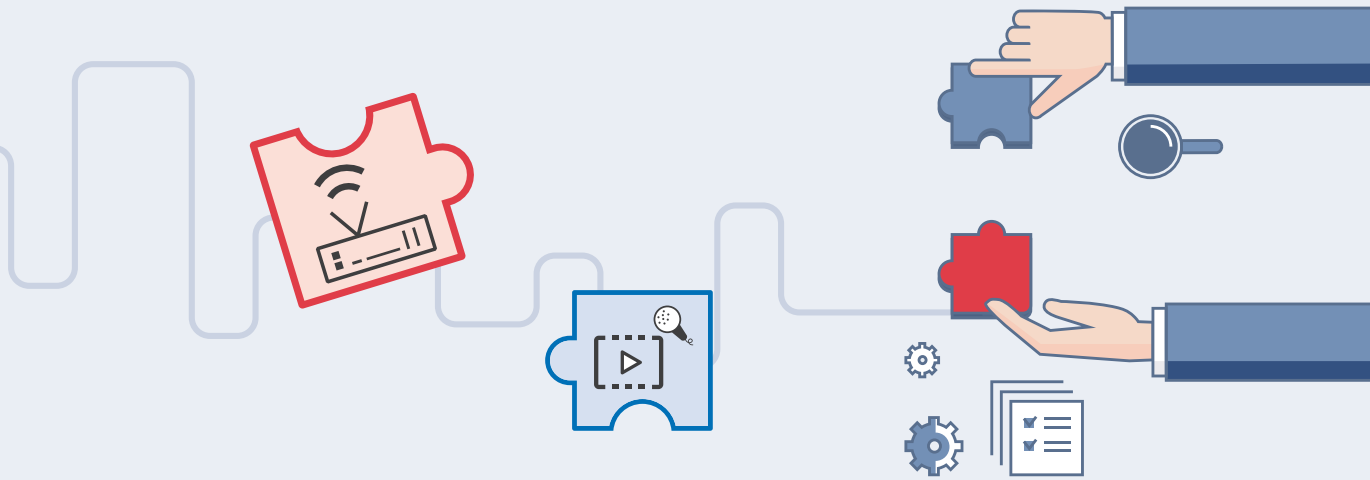
콘텐츠를 시청한 것으로 기록하고 있다. 이 책에서 저자들은 북한에서 우리 영상매체가 유통·확산되는 것은 북한 당국의 이완, 통제가 반복되는 상황에 유연하게 적응하며 나타난 결과라고 말하고 있다. 즉 1990년대 후반부터 시작된 식량난에 이은 경제난으로 인해 주민들이 시장경제에 스스로 참여하는 계기가 마련되었고, 지역 간 물품의 교류가 확산되기 시작하면서 한류 콘텐츠가 북한 전 지역으로 전파된 것이다.

결국 북한 경제의 파국이 북한 지배층 체제 존속의 걸림돌로 작용하는 외부세계 정보를 그들의 안마당에까지 들여오는 결과를 낳았다. 북한의 지배층과 주민들이 정치적 계층이 아닌 '시장'에서의 판매자와 수요자로 만나게 되었고 이러한 정치적 성분을 뛰어넘는 관계망 재편은 우리 영상매체의 '연결선'으로 작용해 전 계층이 한류 콘텐츠를 공유하는 '비밀 아닌 비밀'이 되었다는 것이다.

남북 융화 위한 콘텐츠 개발과 미디어의 역할

앞서 살펴본 바와 같이 독일의 통일과정에 방송매체가 많은 역할을 담당했다. 서독 주민들뿐만 아니라 동독 주민들도 서로의 방송매체를 수용하고 신뢰할 수 있었던 것은, 특히 동독방송이 서독 체제를 의도적으로 비난하지 않고 객관적인 사실만을 전달한 배경에 있다. 사실에 대한 모든 판단을 서독 주민들에게 맡겼던 것이다. 즉 정치적인 색채를 띠지 않은 것이 주요했다. 사상 처음으로 북한의 대규모 응원단이 부산을 찾았던 2002년 부산 아시안게임 당시, 방송은 연일 북한응원단의 동선에 초점을 맞추었다. 의도한 바는 아니지만 그들의 독특한 의상과 응원문화, 생김새 등 북한을 자극하는 듯한 방송보도로 북측의 항의를 받기도 하였다.

이렇듯, 의도적이 아니더라도 상대방이 느끼



지 못할 정도로 그 내용을 담아내는 노력도 필요하지 않을까. 북한주민들에게 영향을 미칠 수 있는 변화를 주도할 한류 콘텐츠가 계속 이어진다면 더욱 좋겠고, 또 그것을 수용할 태세를 갖추는 북한 주민들이 많아진다면 더더욱 통일의 가까움을 감지할 수 있을 것이다.

그리고 북한주민들에게 정치적인 내용이 아닌, 인기를 지속할 수 있는 우리의 드라마나 영화 같은 한류 콘텐츠가 흘러가는 날이 계속되어 북한 탈바꿈의 신호탄이 되었으면 하는 바람이다.

정치적으로 인류역사에서 찾아보기 어려운 정도로 폐쇄적인 북한에 우리의 미디어 콘텐츠가 뚫고 들어갔다는 점은 시사하는 바가 크다. 아무리 정치적으로 위협을 하고 겁을 주어도 문화 콘텐츠에 대한 인간의 욕구는 억제할 수 없는 것이다. 특히 당 간부들도 우리의 미디어 콘텐츠를 몰래 보고 있다는 것은 놀라움을 넘어 경이롭기까지 하다. 다양한 미디어 콘텐츠들이 언제가 될

지 알 수는 없지만 통일이 되는 순간 남한과 북한의 빠른 융화를 도와주는 매개체가 되리라는 것은 독일의 통일 과정에서도 알 수 있는 사실이다. 그러나 북한의 핵개발 등 도발이 존재하는 한, 우리가 그렇게 노력해도 소용없다는 현실이 안타깝고 통탄스러울 뿐이다. 🇸🇰

국정농단 사태, 태블릿PC 보도와 법적 문제

– 명예훼손죄의 성립여부와 정당화 사유

원혜옥 · 인하대학교 법학전문대학원 교수

I. 머리말

2016년 7월 26일 안중범 전 청와대 정책조정수석이 미르재단 설립·모금 과정에 개입한 정황이 있다는 TV조선의 보도를 시작으로 소위 ‘최순실에 의한 국정농단’ 의혹이 제기되었다. JTBC가 10월 20일 “(최순실) 회장이 제일 좋아하는 건 박근혜 대통령의 연설문 고치는 일”이라는 고영태의 발언을 보도함으로써 국정농단 사태에 대한 국민들의 관심이 급증하였고, 10월 24일에는 다시 JTBC가 최순실 소유로 추정되는 태블릿PC를 입수해 보도하면서 국정농단 사태가 사회적 관심의 중심에 서게 되었다. 그 이후 「박근혜 정부의 최순실 등 민간인에 의한 국정농단 의혹 사건 규명을 위한 특별검사의 임명 등에 관한 법률」이 제정·시행됨에 따라 특별검사팀이 국정농단 사태에 대한 수사를 진행하였다. 이 과정에서 최순실이 사용한 제2의 태블릿PC가 수사기관에 제출되었고, 2대의 태블릿PC에 저장된 각종 자료와 피의자들의 스마트폰 통화내역, 문자메시지 등이 증거로 수집되어 이 증거자료의 내용들이 언론을 통해 보도되었다. 증거자료 수집의 정당성은 사법절차상의 문제로 수집과정에서의 위법성이 인정된다면 형사소송법 제308조의 2에 근거하여 증거능력이 배제된다. 또 각 피의자들의 사적인 대화내용, 사진, 이메일 등에 대한 언론보도가 각 당사자의 명예를 훼손하였다면 「형법」과 「정보통신망이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」(이하 ‘정보통신망법’이라 한다)에 규정된 명예훼손죄로 처벌될 수 있다. 이하에서는 증거수집 과정에서의 절차상 문제는 별론으로 하고 개인의 사적영역에 속하는 자료들에 대한 보도가 명예훼손죄로 처벌될 수 있는지에 대해 검토해보고자 한다.

우리 헌법은 제21조 제1항에 “모든 국민은 언론·출판의 자유와 집회·결사의 자유를 가진다.”고 규정하여 표현의 자유를 헌법상 기본권으로 보장하면서도, 동조 제4항에서 “언론·출판은 타인의 명예나 권리 또는 공중도덕이나 사회윤리를 침해하여서는 아니된다.”는 개별적 유보조항을 둬으로써 개인의 명예 또는 명예권을 표현의 자유의 한계를 설정하는 헌법상의 법익으로 명시하고 있다.¹⁾ 이러한 헌법상의 유보조항에 근거하여 형법 및 정보통신망법은 개인의 명예를 훼손하는 자를 명예훼손죄로 처벌하는 규정을 두고 있다. 명예에 관한 죄는 ‘공연히 사실을 적시하여 사람의 명예를 훼손하는 것’을 내용으로 하는 범죄이다. 형법은 제307조 이하에 명예에 관한 죄를 규정하면서 허위의 사실을 적시한 경우뿐만 아니라 진실한 사실을 적시한 경우에도 처벌하도록 규정하고 있다. 다만, 허위의 사실인 경우에는 진실한 사실보다 더 중한 법정형을 규정하고 있으며, 진실한 사실적시의 경우 제310조에 위법성 조각사유를 특별하게 규정하고 있다. 정보통신망법 역시 제70조에 정보통신망을 이용한 명예훼손죄의 처벌규정을 두면서 진실한 사실적시인지 허위사실의 적시인지 여부에 따라 법정형을 달리 규정하고 있다. 이러한 명예훼손죄의 법리가 최근 발생한 국정농단 사태와 관련한 언론보도에도 적용될 수 있는지 검토해 보고자 한다.

II. 명예훼손죄의 성립여부

현행법에 따르면 사람의 명예를 훼손한 자에 대해서는 형법 제307조(명예훼손), 제309조(출판물 등에 의한 명예훼손), 정보통신망법 제70조에 의해 처벌할 수 있다.

1. 형법 제307조의 명예훼손

형법은 제307조에 공연히 사실 또는 허위의 사실을 적시하여 사람의 명예를 훼손한 자를 처벌할 수 있도록 규정하고 있다. 이와 같이 명예훼손죄는 ‘공연성’, ‘사실의 적시’, ‘명예의 훼손’을 요건으로 한다.

명예훼손죄의 성립요건으로 공연성을 규정한 것은 직접적으로 사회에 유포되어 사회적으로 유해한 명예훼손 행위만을 처벌하도록 하여 이 죄가 지나치게 표현의 자유를 침해하지 않도록 하기 위함이다.²⁾ 그러나 공연성을 ‘불특정 또는 다수인이 인식할 수 있는 상태’로 해석함으로써 공연성의 범위가 확대 적용되고 있기³⁾ 때문에 표현의 자유를 제한한다는 비판적 견해가 제기되고 있다. ‘사실의 적시’란 사람의 사

1) 황태정(2012). 형법에 의한 인격권보호와 명예훼손법제. <비교형사법연구>, 제14권 제2호, 351면.

2) 권순민(2016). 명예훼손죄의 비범죄화에 대한 논의와 그 대안에 대한 연구. <법학논총>, 제40권 제2호, 145면.

3) 이재상(2012). <형법각론> 제8판, 박영사, 186면.

회적 가치 내지 평가를 저하시키기에 충분한 사실을 적시하는 것을 말한다. ‘사회적 가치’에는 인격·기술·지능·학력·경력은 물론 건강·신분·가문 등 사회생활에서 존중되어야 할 모든 가치가 포함되며, 이미 알려진 사실이거나 듣는 사람이 알고 있는 사실을 적시하는 경우도 포함된다.⁴⁾ 또 ‘사실의 적시’란 시간과 공간적으로 구체적인 과거 또는 현재의 사실관계에 관한 보고 내지 진술을 의미하며, 표현내용이 증거에 의해 증명이 가능한 것을 말하고, 판단할 보고 내지 진술이 사실인가 또는 단순한 의견인가를 구별할 때에는 언어의 통상적 의미와 용법, 증명가능성, 문제된 말이 사용된 문맥, 표현이 행하여진 사회적 상황 등 전체적 정황을 고려하여 판단하여야 한다. 따라서 가치판단이나 평가를 내용으로 하는 단순한 ‘의견표현’은 명예훼손죄의 구성요건인 ‘사실’에 해당하지 않는다.⁵⁾ 사실을 적시하는 방법에는 제한이 없다. 다만, 출판물 등에 의한 경우에는 형법 제309조가 적용될 수 있고, 정보통신망을 통한 경우에는 정보통신망법 제70조가 적용될 수 있다.

명예훼손죄의 성립요건에 대한 학계와 대법원의 해석에 따라 판단해 볼 때 태블릿PC에 저장된 개인의 사적인 정보는 증명 가능한 사실이며, 그동안 보도된 내용을 종합하여 보면 최순실의 사회적 가치 내지 평가를 저하시키기에 충분한 사실로 인정될 수 있을 것이다. 따라서 이러한 사실을 보도한 언론에 대해서는 형법 제307조 명예훼손죄가 성립될 수 있다. 다만 사실의 적시가 신문, 잡지, 라디오, TV 등의 보도를 통해 이루어진 경우에는 형법 제309조 위반여부가, 인터넷 등 정보통신망을 통한 경우에는 정보통신망법 위반여부가 우선적으로 검토되어야 할 것이다. 그러나 적시한 사실이 진실한 사실이면서 ‘공공의 이익’을 위한 것이었음이 인정된다면 출판물이나 전기통신망을 이용한 경우라도 형법 제310조에 규정된 위법성 조각사유에 의해 정당화될 수 있다.

2. 형법 제309조의 출판물 등에 의한 명예훼손

형법 제309조는 사람을 비방할 목적으로 신문, 잡지 또는 라디오 기타 출판물에 의하여 사실 또는 허위의 사실을 적시하여 사람의 명예를 훼손한 자를 처벌할 수 있도록 규정하고 있다. 형법 제309조는 동법 제307조의 명예훼손죄에 대해 행위의 방법 때문에 형이 가중되는 가중적 구성요건이다. 형을 가중하는 이유는 제307조의 명예훼손죄와 달리 ① 비방의 목적을 필요로 하며, ② 신문·잡지·라디오 기타 출판물에 의한 경우 명예훼손의 위험성이 커지기 때문이다. 따라서 비방할 목적이 없다면 제309조에 의해 처벌할 수 없게 된다.

4) 앞의 이재상(2012), 189면.

5) 대법원 2011. 9. 2. 선고 2010도17237 판결.

즉 형법 제309조에 따르면 태블릿PC에 저장된 정보에 대한 언론의 보도행위가 최순실을 비방할 목적으로 이루어진 경우에 한하여 출판물 등에 의한 명예훼손죄로 처벌할 수 있게 된다. 그러나 최순실의 사적 정보에 대한 보도가 신문·잡지·라디오·TV 등을 통해서 이루어졌다고 하더라도 비방의 목적이 아닌 공공의 이익을 위한 목적이 인정된다면 제310조에 의해 위법성이 조각될 수 있다.

형법 제310조의 공공의 이익과 제309조의 비방의 목적은 서로 대립되는 개념으로서, 공공의 이익이 인정된다면 비방의 목적은 부정되어 제309조에 근거해 처벌할 수 없게 된다. 이렇게 비방의 목적이 인정되지 않아 제309조가 성립할 수 없을 때에는 제307조에 따른 사실적시 명예훼손죄의 성부가 문제될 수 있다.⁶⁾

3. 정보통신망법 제70조의 적용여부

정보통신망법 제70조는 사람을 비방할 목적으로 정보통신망을 통하여 공공연하게 사실 또는 허위의 사실을 드러내어 다른 사람의 명예를 훼손한 자를 처벌할 수 있도록 규정하고 있다. 정보통신망법에 의한 명예훼손은 형법상 명예훼손보다 가중처벌하도록 규정되어 있는데 그 이유는 형법 제309조의 출판물에 의한 명예훼손죄와 마찬가지로 ① 비방의 목적을 필요로 하며, ② 정보통신망을 통한 명예훼손의 경우 피해와 위험성이 커지기 때문이다. 또 정보통신망법에 따른 명예훼손 역시 비방할 목적이 인정되어야 처벌할 수 있고, 공공의 이익을 위해 사실을 적시하였다면 형법 제310조가 적용되어 위법성이 조각된다.

4. 소결

이상의 논의에서 살펴본 바와 같이 태블릿PC에 저장된 파일, 이메일, 사진 등이 조작되지 않고 진실한 정보라고 하여도 이러한 사실을 보도하였을 경우, 보도 대상자의 사회적 가치 또는 평가를 저하시키는 명예훼손 행위에 해당할 수 있다. 적시된 사실이 진실한 사실인 경우에도 명예훼손죄는 성립하기 때문이다. 다만 적시된 사실이 진실한 사실인 경우, 형법 제310조에 따른 공공의 이익이 인정된다면 위법성이 조각되어 정당화될 수 있다. 물론 허위사실인 경우에는 제310조가 적용되지



6) 대법원 1998. 10. 9. 선고 97도158 판결.

않는다. 또한 출판물 혹은 정보통신망을 통해 명예를 훼손한 경우라도 비방의 목적은 부정되고 공공의 이익을 위한 목적은 인정되면서 진실한 사실의 적시에 해당한다면 형법 제310조에 따라 위법성이 조각될 수 있다. 즉 언론보도로 인한 명예훼손 사건에서 가장 중요하게 판단되어야 할 사안은 보도가 공공의 이익을 위한 목적에 의해 행해졌는지 여부이다.

Ⅲ. 형법 제310조의 위법성조각사유

1. 공적 존재인지 여부

1990년대 중반 이후 대법원과 헌법재판소는 표현의 자유를 보호하기 위해 공인에 대한 사실적시 명예훼손에 대한 민·형사제재를 제한하는 일련의 판결들을 내놓고 있다. 대법원은 “언론보도로 인한 명예훼손이 문제되는 경우에는 그 보도로 인한 피해자가 공적인 존재인지 사적인 존재인지, 그 보도가 공적인 관심사안에 관한 것인지 순수한 사적인 영역에 속하는 사안에 관한 것인지, 그 보도가 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 간 심사기준에 차이를 두어야 하는데, 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.”⁷⁾, “공적 인물에 관한 의혹의 제기는 악의적이거나 현저히 상당성을 잃은 공격이 아닌 한 쉽게 책임을 추궁하여서는 안 된다.”⁸⁾라고 판시함으로써 사인과 공인에 대한 명예훼손 적용기준을 구별하였다. 대법원의 이러한 견해에 따르면 언론보도로 인한 명예훼손 사건의 경우 ① 해당 피해자가 공적인 존재인가, 사적인 존재인가, ② 그 보도가 공공성, 사회성을 갖추었는가 검토되어야 한다.

대법원은 공적 존재에 관한 공적 관심 사안의 경우에는 명예훼손적 표현행위가 문제되었다 하더라도 “악의적이거나 현저히 상당성을 잃은 공격”인 경우에만 명예훼손죄를 인정함으로써 언론의 자유에 대한 제한을 공공성에 비추어 완화하였다. 또한 공공성이 약한 사인의 사적 영역에 속하는 사안에 대해서는 공인에 관한 공적 관심사안과는 달리 인격권이 우선 고려되어야 한다고 하였다. 이와 같이 대법원은 표현행위의 대상이 공적 인물인 경우, 사인과는 그 심사기준을 달리해야 한다고 판단하고 있다. 그렇다면 공적

7) 대법원 2011. 9. 2. 선고 2010도17237 판결.

8) 대법원 2003. 7. 8. 선고 2002다64384 판결.

인물의 범위가 어떻게 결정되는지가 중요한 문제가 된다. 법원이 판례를 통하여 공적 인물로 인정하고 있는 예를 살펴보면, TV 뉴스 앵커, 유명 언론인, 연예인, 민주노총 등 일반인에게 이름이 알려진 개인이나 단체 등이다. 이처럼 우리 법원이 인정하는 공적 인물의 범위는 ‘공적(公的)’이라는 단어의 의미와는 달리⁹⁾ 사회적으로 이름이 알려진 소위 ‘유명한 자’들을 모두 포함하는 상당히 넓은 범위다. 대법원의 견해에 따르면 이번 국정농단 사태에서는 최순실뿐만 아니라 그 관련자들이 모두 일반인에게 이름이 알려진 소위 ‘유명인’에 해당하기 때문에 사회적 인지도가 없는 사인(私人)이라 하기는 어려우므로 공적 존재에 해당한다고 할 수 있다.

그러나 사회적으로 유명하다고 하여 공적 인물로 간주하는 것은 ‘공적(公的)’이라는 단어의 일상적 의미에 부합하지 않는다. 또 어느 정도의 인지도를 가지는지를 기준으로 공적 인물 여부를 판단한다면 공인에 대한 판단기준을 구체적으로 정립하기 어렵다. 따라서 공인을 사인과 구별한 뒤 공인의 경우 비판적인 보도와 논평의 대상이 되는 위험을 감수해야 한다는 주장에 대해 반대하는 견해가 제기된다. 이와 관련하여 헌법재판소는 언론의 자유와 인격권으로서의 명예는 모두 인간으로서의 존엄과 가치, 행복추구권에 근거한 것으로서 두 권리의 우열은 쉽사리 단정할 성질의 것이 아니기 때문에 그 형량에 반드시 고려해야 할 사정들로 당사자의 공인성, 공적 사안 여부, 당사자의 자초 여부, 표현의 공공성 및 사회성 정도 등을 구체적으로 제시함으로써 피해자가 공적 인물이라는 사실만으로 명예훼손 행위가 정당화되지는 않는다고 판단하고 있다.¹⁰⁾ 대법원 역시 명예훼손 행위에 대한 판단에 있어 ‘공적 관심사안’, ‘사적인 영역’, ‘정치적 이념에 관한 것’을 언급하면서 공적 인물이라는 신분은 이익형량에 있어 하나의 요소가 될 뿐, 절대적인 판단기준은 아닌 것으로 판시하고 있다. 명예훼손 행위의 처벌에 대한 구체적 타당성을 기하기 위해서는 피해자의 신분뿐 아니라 사안의 성격 및 내용도 함께 고려되어야 한다는 것이다.¹¹⁾ 이에 공적 인물인지 여부는 명예훼손죄의 성립여부를 판단할 수 있는 독자적인 요소가 아닌 형법 제310조의 위법성 조각사유를 판단하는 하나의 기준으로 고려하는 것이 타당할 것이다. 즉 위법성 조각사유로서 ‘공익성’의 존부를 판단할 때 당해 인물이 공적 인물에 해당하는지가 하나의 고려 요소가 될 수 있는 것이다.¹²⁾

9) 권태상(2015). 공적 인물에 대한 명예훼손. <비교사법>, 제22권 제2호, 660면.

10) 조소영(2013). 명예훼손 구성 등 인격권 관련 사안에 대한 하급심 판결의 분석. <헌법학연구>, 제19권 제1호, 417면.

11) 김진(2012). 공적인 인물에 대한 명예훼손에 관한 고찰. <형사법의 신동향>, 통권 제36호, 305면.

12) 앞의 김진(2012). 295면.

2. 진실한 사실로서 오로지 공공의 이익을 위한 목적인지 여부

형법 제310조가 규정하고 있는 위법성 조각사유는 제307조뿐 아니라 제309조 그리고 정보통신망법 제70조 제1항에 규정된 진실한 사실적시에 의한 명예훼손죄와도 연관성이 있다. 즉 명예훼손 행위라고 해도 적시한 사실의 진실성과 공익성이 인정된다면 제310조에 따라 위법성이 조각될 수 있다. 형법 제310조가 적용되기 위해서는 ① 적시된 사실이 진실한 사실이어야 하고, ② 사실의 적시가 오로지 공공의 이익에 관한 것이어야 한다.



(1) 진실한 사실

진실한 사실이란 적시된 사실의 중요부분이 진실과 합치되는지 여부를 말한다. 따라서 세부적으로 약간의 차이가 있거나 다소 과장된 표현이 있어도 전체적으로 진실과 합치되면 족하다.¹³⁾ 허위의 사실을 적시하는 경우에는 형법 제307조 제2항, 제309조 제2항, 정보통신망법 제70조 제2항에 의해 처벌될 수 있다. 다만, 대법원은 “형법 제310조의 규정은 인격권으로서의 개인의 명예의 보호와 헌법 제21조에 의한 정당한 표현의 자유의 보장이라는 상충되는 두 법익의 조화를 꾀한 것이라고 보아야 할 것이므로, 두 법익간의 조화와 균형을 고려한다면 적시된 사실이 진실한 것이라는 증명이 없더라도 행위자가 진실한 것으로 믿었고 또 그렇게 믿을 만한 상당한 이유가 있는 경우에는 위법성이 없다.”¹⁴⁾고 판시함으로써 행위자가 진실이라고 믿을 상당한 이유가 있으면 사실이 진실한 것이라는 증명이 없어도 위법성이 조각된다는 견해를 취하고 있다. 물론 명백하게 허위의 사실임을 알고 명예를 훼손한 행위에 대해서는 제310조가 적용될 여지가 없다.

(2) 오로지 공공의 이익을 위한 목적

대법원은 공익성¹⁵⁾도 넓게 인정하여 형법 제310조의 적용범위를 확장하였다. 대법원은 ‘공공의 이익’에는 널리 국가·사회 기타 일반 다수인의 이익에 관한 것뿐만 아니라 특정한 사회집단이나 그 구성원 전

13) 앞의 이재상(2012), 193면.

14) 대법원 1993. 6. 22. 선고 92도3160 판결.; 대법원 1998. 5. 8. 선고 97다34563 판결.

15) 적시된 사실이 공공의 이익에 관한 것인지 여부는 사실 자체의 내용과 성질에 비추어 객관적으로 판단하여야 하고, 행위자의 주요한 목적이 공공의 이익을 위한 것이면 부수적으로 다른 사익적 동기가 내포되어 있더라도 형법 제310조의 적용을 배제할 수 없다(대법원 1993. 6. 22. 선고 92도3160 판결).

체의 관심과 이익에 관한 것도 포함되는 것으로 보고, 적시된 사실이 공공의 이익에 관한 것인지 여부는 당해 적시 사실의 내용과 성질, 당해 사실의 공표가 이루어진 상대방의 범위, 그 표현의 방법 등 표현 자체에 관한 제반 사정을 감안함과 동시에 그 표현에 의하여 훼손되거나 훼손될 수 있는 명예의 침해 정도 등을 비교·고려하여 결정해야 한다고 판시하고 있다.¹⁶⁾ 또 위법성이 조각되기 위해서는 진실한 사실이 ‘오로지’ 공공의 이익을 위한 목적으로 적시되었음이 인정되어야 한다. 여기서 ‘오로지’는 반드시 유일한 동기여야 하는 것은 아니고 그것이 주된 동기가 되었다면 족하다.

이처럼 형법 제310조의 ‘오로지 공공의 이익을 위한 목적’이라는 요건은 언론의 자유를 보장한다는 측면에서 그 적용범위가 점차 확대되고 있다. 형법 제310조는 공공의 이익을 위한 경우에만 적용되므로 사람을 비방할 목적이 인정되는 경우에는 형법 제309조 및 정보통신망법 제70조에 의해 처벌될 수 있다. 이 경우에도 적시된 사실이 공공의 이익에 관한 것임이 인정되면 특별한 사정이 없는 한 비방의 목적은 부정된다.¹⁷⁾

3. 소결

헌법재판소는 “첫째, 명예훼손적 표현이 진실한 사실이라는 입증이 없어도 행위자가 진실한 것으로 오인하고 행위를 한 경우, 그 오인에 정당한 이유가 있는 때에는 명예훼손죄는 성립되지 않는 것으로 해석하여야 한다. 둘째, 형법 제310조 소정의 ‘오로지 공공의 이익에 관한 때’라는 요건은 언론의 자유를 보장한다는 관점에서 그 적용범위를 넓혀야 한다.”¹⁸⁾는 입장을 취함으로써 형법 제310조가 적용될 수 있는 범위를 확대하고 있다. 대법원의 견해와 더불어 정리해보면, 공적인 인물에 대한 사실의 적시가 공적 관심사안에 관하여 진실하거나 진실이라고 봄에 상당한 사실을 공표한 경우에는 그것이 악의적이거나 현저히 상당성을 잃은 공격에 해당하지 않는 한 원칙적으로 공공의 이익에 관한 것이라는 증거가 있는 것으로 보아야 한다. 태블릿PC에 저장된 정보에 대한 언론보도는 저장된 사실이 진실한 사실이 아닌 허위의 사실인 것이 명백하다 하더라도 언론보도를 통해 허위의 사실을 악의적으로 이용하려 하였다가 인정되지 않는 한¹⁹⁾ 태블릿PC에 저장된 사실을 보도한 행위는 위법성이 조각될 수 있다. 만약 수사 과정에서 태블릿PC에 저장된 정보의 진실성이 입증된다면 이는 허위의 사실이 아닌 진실한 사실로 인정될 수 있을 것이다. 또 앞서 살펴본 바와 같이 국정농단 사태 관련자들은 사인이 아닌 공적 존재로 볼

16) ‘진실한 사실’이란 그 내용 전체의 취지를 살펴볼 때 중요한 부분이 객관적 사실과 합치되는 사실이라는 의미로서 세부에 있어 진실과 약간 차이가 나거나 다소 과장된 표현이 있더라도 무방하다(대법원 2000. 2. 25. 선고 98도2188 판결).

17) 대법원 2008. 11. 13. 선고 2006도7915 판결.

18) 헌법재판소 1999. 6. 24. 선고 97헌마265 결정.

19) 과학수사방법에 의해 저장된 정보가 조작되지 않았다는 증거가 있음을 전제로 함.

수 있기 때문에 그와 관련한 언론보도는 공적 존재에 대한 사실의 적시가 될 것이므로 명예훼손죄 성립이 완화 적용되어야 한다. 무엇보다 언론보도로 적시된 사실들은 국정농단과 관련하여 객관적으로 국민이 알아야 할 공공성, 사회성을 갖춘 사안으로 여론형성이나 공개토론에 기여하는 것으로 판단되기 때문에 위법성이 조각될 것이다.

Ⅳ. 언론보도에 대한 형법 제20조의 정당행위 적용여부


대법원은 언론보도와 관련하여 형법 제20조의 정당행위 성립여부에 대해서도 판단²⁰⁾한 바 있다. 대법원은 언론보도가 통신비밀보호법 위반에 대한 정당한 사유로 인정될 수 있는가에 대해 “불법 감청·녹음 등에 관여하지 아니한 언론기관이 그 통신 또는 대화 내용을 보도하여 공개하는 행위가 형법 제20조의 정당행위에 해당하기 위하여는, 첫째, 그 보도의 목적이 불법 감청·녹음 등의 범죄가 저질러졌다는 사실 자체를 고발하기 위한 것으로 그 과정에서 불가피하게 통신 또는 대화의 내용을 공개할 수밖에 없는 경우이거나, 불법 감청·녹음 등에 의하여 수집된 통신 또는 대화의 내용이 이를 공개하지 아니하면 공중의 생명·신체·재산 기타 공익에 대한 중대한 침해가 발생할 가능성이 현저한 경우 등과 같이 비상한 공적 관심의 대상이 되는 경우에 해당하여야 하고, 둘째, 언론기관이 불법 감청·녹음 등의 결과물을 취득함에 있어 위법한 방법을 사용하거나 적극적·주도적으로 관여하여서는 아니되며, 셋째, 그 보도가 불법 감청·녹음 등의 사실을 고발하거나 비상한 공적 관심사항을 알리기 위한 목적을 달성하는데 필요한 부분에 한정되는 등 통신비밀의 침해를 최소화하는 방법으로 이루어져야 하고, 넷째, 그 내용을 보도함으로써 얻어지는 이익 및 가치가 통신비밀의 보호에 의하여 달성되는 이익 및 가치를 초과하여야 한다. 이러한 법리는 불법 감청·녹음 등에 의하여 수집된 통신 또는 대화 내용의 공개가 관계되는 한, 그 공개행위의 주체가 언론기관이나 그 종사자 아닌 사람인 경우에도 마찬가지로 적용된다.”라고 판시하였다. 이 사건의 보도 대상은 통신비밀보호법에서 금지하고 있는 불법 감청·녹음 등의 범죄 사실로, 통신비밀보호법 위반사항을 고발하기 위해 불가피하게 그 대화내용을 공개한 것이 정당행위에 해당하는지가 쟁점이 되었다.

본 판례는 국정농단 사태에서 태블릿PC에 저장된 자료들을 보도한 것과는 차이가 있다. 태블릿PC 수집과정에서 위법성이 인정됨에도 불구하고 그 안에 저장된 자료들을 보도하였다면 위 판례에 비추어 정당행위 여부를 판단할 수 있을 것이다. 그 경우 태블릿PC에 저장된 내용을 보도한 목적이 그 수집과정

20) 대법원 2011. 5. 13. 선고 2009도14442 판결.

의 위법성 자체를 고발하기 위한 것으로 저장된 정보를 불가피하게 공개할 수밖에 없거나 저장된 자료의 내용을 공개하지 않는다면 공중의 생명·신체·재산 기타 공익에 대한 중대한 침해가 발생할 가능성이 현저한 경우 등 비상한 공적 관심의 대상에 해당하여야만 정당행위로서 위법성 조각이 인정될 수 있을 것이다. 그러나 국정농단 사태에서 수집된 태블릿PC가 위법하게 수집되었는가에 대해서는 각 당사자의 주장이 다르고, 더욱이 제2의 태블릿PC는 형사소송법에 따른 ‘임의제출’에 의해 이루어졌으므로 정당하게 수집된 증거로 인정할 수 있을 것이다. 따라서 본 판례를 국정농단 사태에 그대로 적용하여 형법상 정당행위의 적용 여부를 검토하기 보다는 사적 영역에 대한 사실의 적시로 인한 명예훼손죄의 성립 여부를 판단하는 것이 더 적절할 것이다.

V. 맺음말

최근 우리 사회의 주요 관심사는 최순실에 의한 국정농단이 실제로 행해졌는가를 밝혀내는 것이다. 이를 위해 수사기관은 다양한 증거를 수집하였는데, 특히 핸드폰, 태블릿PC 등 다량의 디지털증거가 수집되었다. 그리고 디지털증거를 분석하는 과정에서 기기에 저장된 개인적 파일, 이메일, 사진 등이 언론을 통해 보도됨으로써 당사자의 명예가 훼손될 수 있다는 우려가 제기되었다. 태블릿PC에 저장된 정보들이 오염되거나 조작되지 않았다면 이러한 정보들은 진실한 사실일 것이고, 이러한 사실의 보도가 공공의 이익을 위한 것임이 인정된다면 위법성이 조각될 것이다. 또 태블릿PC의 소유자인 최순실은 사회적 관심도가 집중된 공적 존재이므로 언론보도에 대한 명예훼손죄의 성립을 완화하여 적용해야 할 것이며, 태블릿PC에 저장된 정보들이 국정농단 사태의 진실을 밝힐 수 있는 증거로서 가치가 있다면 국민이 알아야 할 공공성, 사회성을 갖춘 사안으로 여론형성이나 공개토론에 기여한다고 볼 수 있으므로 위법성이 조각되어 이에 대한 보도는 정당한 언론보도라 할 것이다. 





국가나 지방자치단체는 명예의 주체가 될 수 있나?

- 대법원 2016. 12. 27. 선고 2014도15290 판결을 중심으로

박진우 · 가천대학교 법학과 부교수

사회생활을 영위하는 인간에게 명예는 생명, 신체와 함께 매우 중요한 보호법익으로 기능한다. 명예에 관한 권리인 명예권은 헌법 제10조 인간의 존엄과 가치 및 행복추구권에 기초하고 있는 국민의 기본적 권리이다. 한편 헌법 제21조는 인격의 발현, 인간의 존엄성 유지 및 민주국가의 형성·유지에 필수불가결한 기본권인 표현의 자유를 보장하고 있다. 명예권과 표현의 자유는 헌법상 보장되는 기본권이라는 점에서 둘 다 최대한 보장되어야 한다. 하지만 인간의 사회생활에서 명예권과 표현의 자유는 항상 우호적인 관계에 있지만은 않다. 상호간 갈등과 긴장관계를 보여주기도 하고 때로는 서로 충돌하기도 한다. 20세기 후반 인터넷의 비약적인 발전과 21세기 모바일 시대의 도래는 표현의 자유와 명예권 사이의 충돌과 갈등 현상을 더욱 심화시키고 있다. 명예권과 표현의 자유가 상호 충돌하는 경우 어느 한쪽의 기본권을 절대적으로 우선시하여 보호할 수는 없으며 규범조화적인 해석과 이익형량을 통해 보호 여부와 보호의 정도를 결정하여야 할 것이다. 대법원도 “인격권으로서의 개인의 명예의 보호와 표현의 자유의 보장이라는 두 법익이 충돌했을 때 그 조정을 구체적인 경우에 사회적 여러 가지 이익을 비교하여 표현의 자유로 얻어지는 이익, 가치와 인격권의 보호에 의해 달성되는 가치를 형량하여 그 규제의 폭과 방법을 정해야 한다.”(대법원 1998. 7. 14. 선고 96다17257 판결)고 판시한 바 있다.

그렇다면 구체적으로 어떤 사람의 표현행위로 인하여 다른 사람의 명예를 훼손한 경우 우리 형법은 이 문제를 어떻게 처리할까? 형법 제307조는 공언히 '사실'을 적시하여 사람의 명예를 훼손한 자를 처벌하고(제1항), 허위의 사실을 적시하는 경우에는 가중하여 처벌함을(제2항) 규정하고 있다. 형법 제307조만 놓고 본다면 우리 형법이 명예를 표현의 자유보다 더 강하게 보호하고 있는 것처럼 보인다. 왜냐하면 사실을 말하더라도 그것이 타인의 명예를 훼손하는 표현행위라면 명예훼손죄가 성립할 수 있기 때문이다. 그러나 형법은 제310조¹⁾에서 특별한 위법성조각사유를 규정함으로써 개인의 인격권으로서의 명예보호와 표현의 자유 사이에 조화를 도모하고 있다. 대법원은 이러한 법률 조항을 기초로 다음과 같은 법리를 발전시켰다. 즉, 어떤 표현이 타인의 명예를 훼손하더라도 그 표현이 공공의 이해에 관한 사항으로서 그 목적이 오로지 공공의 이익을 위한 것으로 진실한 사실이거나 행위자가 그것을 진실이라고 믿을 상당한 이유가 있는 경우에는 위법성이 조각되어 명예훼손죄의 책임을 물을 수가 없음이 원칙이다. 또한 대법원은 2000년대 들어 다수의 판례에서, 표현의 대상이 국민의 감시와 비판의 대상이 되어야 하는 공직자 또는 정당이거나 타인에 대한 비판자로서 언론의 자유를 누리는 범위가 넓은 언론사인 경우에는 '악의적이거나 현저히 상당성을 잃은 표현'이 아닌 한 쉽게 명예훼손의 책임을 추궁하여서는 아니 된다고 강조함으로써 표현의 자유 보호에 적극적인 입장을 견지하고 있다.

언론·출판의 자유와 명예보호 사이의 한계를 설정함에 있어서는, 당해 표현으로 명예를 훼손당하게 되는 피해자가 공적인 존재인지 사적인 존재인지, 그 표현이 공적인 관심 사안에 관한 것인지 순수한 사적인 영역에 속하는 사안에 관한 것인지 등에 따라 그 심사기준에 차이를 두어, 공공적·사회적인 의미를 가진 사안에 관한 표현의 경우에는 언론의 자유에 대한 제한이 완화되어야 하고, 특히 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 안 된다. (대법원 2003. 7. 8. 선고 2002다 64384 판결)

1) 제307조 제1항의 행위가 진실한 사실로서 오로지 공공의 이익에 관한 때에는 처벌하지 아니한다.



공공의 이해에 관련된 사항에서 정당 상호간의 정책, 정견, 다른 정당 및 그 소속 정치인들의 행태 등에 대한 비판, 이와 직접적으로 관련된 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 2007. 11. 30. 선고 2005다40907 판결)

형법이 인격적 가치인 명예를 보호하기 위하여 규정하고 있는 명예훼손죄(제307조)와 모욕죄(제311조)의 보호법익은 무엇이며 양 범죄는 어떻게 구별되는가? 일단 형법 제307조와 제311조의 규정상 두 행위 모두 공연히 표현행위를 한다는 ‘공연성’ 요건을 충족해야 한다는 점에서는 동일하다. 명예훼손죄의 보호법익을 외부적인 명예로, 모욕죄의 보호법익을 명예감정으로 구별하여 이해하는 소수설이 있지만, 다수설과 판례는 명예훼손죄와 모욕죄의 보호법익을 인격적 가치에 관한 사회적 평가로서의 명예, 즉 외부적 명예로 동일하게 파악한다. 이러한 다수설과 판례에 의하면 명예훼손죄와 모욕죄는 ‘사실의 적시’ 여부로 구별된다. 여기서 ‘사실의 적시’란 사람의 사회적 평가를 저하시키는데 충분한 사실을 지적하는 것이다. 다시 말해 공연히 사실을 적시(지적)하여 외부적 명예를 훼손하면 명예훼손죄가 성립하고 사실의 적시 없이 추상적 또는 경멸적 표현으로 사회적 평가를 저하시키면 모욕죄가 성립한다.

위에서 본 바와 같이 공연히 사실을 적시하여 인격적 가치에 관한 사회적 평가인 외부적 명예를 훼손하면 명예훼손죄가 성립한다. 하지만 행위 유형에 따라 성립하는 개별적 범죄 유형은 달라진다. 진실한 사실을 적시하여 명예를 훼손하면 형법 제307조 제1항, 허위의 사실을 적시하여 명예를 훼손하면 형법 제307조 제2항의 명예훼손죄가 성립한다. 또한 비방할 목적을 가지고 ‘신문, 잡지 또는 라디오 기타 출판물에 의하여’ 명예를 훼손하는 경우에는 형법 제309조가, 비방할 목적을 가지고 ‘정보통신망을 통하여’ 명예훼손행위를 하는 경우에는 특별법인 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제70조가 적용되어 가중처벌된다. 그러나 명예훼손과 달리 신문, 잡지, 라디오 기타 출판물 또는 정보통신망을 통하여 타인을 모욕한 경우에는 이를 가중처벌하는 특별규정이 없는 관계로 형법 제311조만 적용될 수 있다.



명예훼손죄와 모욕죄의 보호법익인 명예의 주체는 누구인가? 다시 말해 명예훼손죄와 모욕죄의 피해자는 누구인가? 원칙적으로 살아있는 사람과 법인이 명예의 주체가 된다. 법인격 없는 단체라 하더라도 사회생활상 독립된 존재로 인정받고 독자적인 활동을 하는 조직체라면 명예의 주체가 될 수 있다. 법인격이 인정되는 국가와 지방자치단체가 명예훼손죄와 모욕죄의 보호법익인 명예의 주체가 될 수 있는지에 관해서는 견해의 대립이 존재할 수 있지만, 형법 제307조 명예훼손죄와 제311조의 모욕죄는 개인적 법익에 관한 범죄유형이라는 점, 국가와 지방자치단체는 명예권이라는 기본권의 주체가 아니라 헌법 제10조 후문에 따라 기본권의 수범자로서 개인이 가지는 불가침의 기본적 인권을 확인하고 이를 보장할 의무를 부담하는 의무의 주체라는 점 등을 고려할 때, 국가나 지방자치단체는 명예의 주체가 될 수 없다고 보는 것이 타당하다. 위에서 살펴본 사항들을 유념하면서 아래에서는 대법원 2016. 12. 27. 선고 2014도15290 판결(이하 '대상판결'이라 한다)을 분석하기로 한다.

대상판결의 사실관계를 간략하게 소개하면 다음과 같다. 피고인 A는 2010년 3월 1일부터 2011년 8월 26일 경까지 5회에 걸쳐 고흥군청 홈페이지 자유게시판에 고흥군을 비방할 목적으로 허위의 내용의 글을 게시하였고, 2012년 1월 19일 경 고흥군수 B에 대해 '역대 고흥군수 중에서 가장 응큼하고 양심불량한 군수로 보인다'는 내

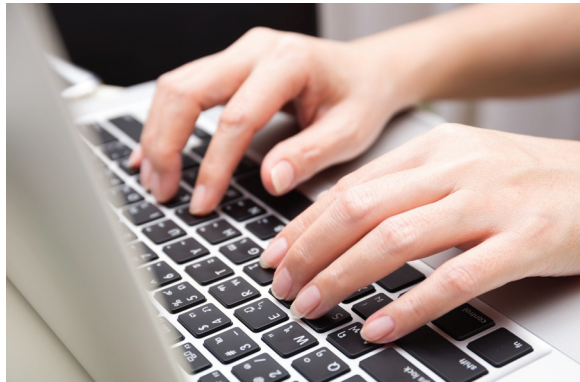


용의 글을 게시한 이후 2012년 8월 27일 경까지 15회에 걸쳐 고흥군수를 비방하는 글을 게시하여 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제70조 제2항 위반(명예훼손)과 형법 제311조 모욕죄로 기소되어 1심과 2심에서 모두 유죄가 인정되었다. 이에 피고인 A가 상고를 하였고 이에 대해 대법원이 선고한 판결이 바로 대 상판결이다.

대상판결에서 쟁점이 되는 사항은 두 가지다. 하나는 지방자치단체인 고흥군에 대한 명예훼손죄와 모욕죄가 성립할 수 있는가 하는 점이며, 나머지 하나는 고흥군수 B에 대한 명예훼손죄와 모욕죄가 성립할 수 있는가 하는 점이다. 피고인의 행위에 대하여 1심과 2심은 고흥군 및 고흥군수에 대한 명예훼손과 모욕죄의 성립을 모두 인정하였다. 이를 쟁점별로 검토하기로 한다.


먼저 문제되는 쟁점은 국가나 지방자치단체가 명예의 주체가 될 수 있는가 하는 점이다. 항소심인 제2심은 판결 이유 가운데 모욕죄의 피해자에는 자연인으로서 사람뿐만 아니라 법인, 법인격 없는 단체도 포함된다고 하면서 지방자치단체인 고흥군도 모욕죄의 피해자가 될 수 있다고 설시하고 있다. 추측컨대, 제2심은 지방자치단체인 고흥군도 법형식상 법인이므로 모욕죄의 피해자 즉, 명예의 주체가 된다는 전제에서 있는 것으로 보인다. 이러한 논리는 명예훼손죄와 모욕죄의 보호법익을 모두 외부적 명예로 이해한다면 당연히 명예훼손죄에도 그대로 적용이 될 수 있다. 실제로 제2심은 피고인의 행위에 대하여 고흥군에 대한 명예훼손 성립을 인정하고 있다.

그러나 앞에서 본 바와 같이 명예에 관한 권리는 헌법 제10조에 기초한 것으로서 국민이 향유하는 기본적 권리이다. 국가나 지방자치단체는 기본권의 주체가 아니라 원칙적으로 국민의 기본권을 보장하고 수호하여야 할 의무를 부담하는 의무의 주체일 뿐이다. 그러므로 국가나 지방자치단체가 기본권인 명예권의 침해를 주장하면서 명예훼손죄의 피해자가 될 수는 없다고 할 것이다. 대법원은 대상판결에서 다음과 같이 판시함으로써 이 점을 분명히 하였다.



형법이 명예훼손죄 또는 모욕죄를 처벌함으로써 보호하고자 하는 사람의 가치에 대한 평가인 외부적 명예는 개인적 법익으로서, 국민의 기본권을 보호 내지 실현해야 할 책임과 의무를 지고 있는 공권력의 행사자인 국가나 지방자치단체는 기본권의 수범자일 뿐 기본권의 주체가 아니고, 정책결정이나 업무수행과 관련된 사항은 항상 국민의 광범위한 감시와 비판의 대상이 되어야 하며 이러한 감시와 비판은 그에 대한 표현의 자유가 충분히 보장될 때에 비로소 정상적으로 수행될 수 있으므로, 국가나 지방자치단체는 국민에 대한 관계에서 형벌의 수단을 통해 보호되는 외부적 명예의 주체가 될 수는 없고, 따라서 명예훼손죄나 모욕죄의 피해자가 될 수 없다.

두 번째 쟁점인 지방자치단체의 장인 고홍군수에 대한 명예훼손과 모욕이 성립할 수 있는가와 관련하여 1심과 2심은 모두 이를 인정하였다. 대법원도 고홍군수에 대한 명예훼손과 모욕죄의 성립을 인정하였다. 지방자치단체의 장을 직접 대상으로 명예훼손적 또는 모욕적 표현을 한 경우 지방자치단체의 장으로서의 인격적 가치에 대한 사회적 평가를 저하시키는 것이므로 개인으로서의 지방자치단체장에 대한 명예훼손 또는 모욕죄의 성립을 충분히 긍정할 수 있다. 대법원도 대법관결에서 명시적으로 밝히지는 않았지만 이와 같은 논지에 기초한 것으로 판단된다.

다만, 공직자를 직접 대상으로 한 명예훼손적 표현행위와 정부 또는 국가기관에 대한 비판적 표현행위는 구별해야 한다. 정부 또는 국가기관의 정책결정 또는 업무수행과 관련된 사항을 주된 대상으로 한 표현행위의 경우, 이로 인해 해당 정책결정이나 업무수행에 참여한 공직자의 사회적 평가가 다소 저하될 가능성이 있다. 만약 이 경우에도 해당 공직자에 대한 명예훼손 책임을 묻는다면 국가기관이나 정부의 업무수행에 대한 감시와 비판은 위축될 수밖에 없다. 그러므로 그 내용이 공직자 개인에 대한 악의적이거나 심히 경솔한 공격으로서 현저히 상당성을 잃은 것으로 평가되지 않는 한, 그러한 표현으로 인하여 곧바로 공직자 개인에 대한 명예훼손이 된다 할 수 없다고 보아야 할 것이다.²⁾ 

2) 대법원 2011. 9. 2. 선고 2010도17237 판결 참조.



폭주하는 권력과 부조리에 대한 고발

이오네스코의 「수업」

임제혁 · 법무법인 서화 대표변호사

이오네스코의 부조리함이 아직도 의미를 갖고 지금도 유명극단에서 상연되는 까닭은 이오네스코가 살아있을 당시는 물론 『수업』이 초연된 지 60여년의 시간이 지난 지금까지도 우리 현실의 부조리함은 계속되고 있기 때문이다.

얼마 전 법원에서 있었던 일이다. 그 일은 필자가 맡은 형사사건의 두 번째 공판 기일에서 일어났다. 통상 형사사건은 첫 번째 공판 기일에서 향후 진행방향을 잡아두기 마련이다. 즉 무죄를 주장하면서 맹렬하게 다투나갈 것인지, 유죄를 인정하고 반성하는 모습을 보이면서 약한 벌을 받기 위해 읍소할 것인지 말이다. 유죄를 인정하는 사건이면 사실 두 번째 공판 기일조차 열리지 않을 수도 있다. 첫 기일에서 일사천리로 모든 과정이 끝날 수 있기 때문이다. 그러나 무죄를 주장하는 사건이라면 두 번째 공판 기일은 그야말로 본 전투의 시작이라 할 수 있다.

무죄를 주장하는 사건에서 가장 중요한 것은 과연 ‘유죄의 증거가 있는가’ 여부이다. 이런 사건에서는 경찰이나 검사가 수집한 증거들이 곧바로 재판부로 가게 하지 않는다. ‘증거의견’이라는 절차를 통해 피고인은 자신에게 불리한 수사기관의 증거에 대해 동의하지 않을 수 있다.

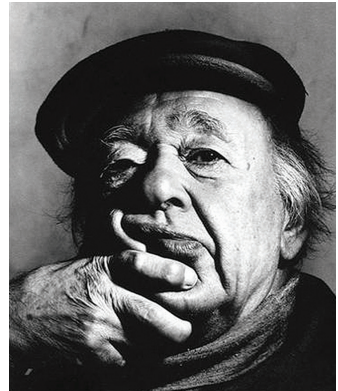
이렇게 부동익한 증거를 재판부가 인정하도록 하려면 검사는 해당 진술인을 법정에서 나오게 해서 수사기관에서 한 진술이 사실이고, 조서가 사실 그대로 쓰여졌다는 점을 인정받아야 한다. 이런 절차가 왜 필요한 것일까? 바로 법관의 면전에서 피고인이 반대신문의 기회를 얻기 위해서다. 수사기관은 강제수사권을 동원해 얼마든지 증거를 수집할 수 있지만 피고인은 그렇지 않다. 피고인이나 변호인에게는 막강한 권력을 가진 수사기관이 수집한 증거를 탄핵하는 것만이 무죄를 입증할 유일한 방법인 경우가 대부분이다.

무죄를 입증해야 하는 피고인과 변호인 입장에서는 그러니까 두 번째 공판 기일부터가 본격적인 싸움인 것이다. 피해를 입었다고 주장하는 고소인이나 피고인의 범행을 목격하였다고 진술한 참고인들을 법관 앞으로 불러 제대로 한 번 이것 저것 물을 수 있는 기회는 어쩌면 자신의 무죄를 입증할 수 있는 단 한번의 기회일 수도 있다. 그렇기 때문에 이 기회는 충분히 보장되어야 하는 것이다.

필자의 그 사건은 저 멀리 남쪽 소도시의 작은 법정에서 진행되었다. 의뢰인은 수사단계부터 줄곧 무죄를 주장하며 억울함을 호소해왔고, 초기부터 사건을 담당할 필자의 눈에도 고소인의 진술은 믿기 어려운 지점들이 분명 있었다. 특히 고소인에 대한 증인신문을 통해 피고인의 알리바이를 입증할 가능성도 있었기 때문에 이번 증인신문에 굉장히 신경을 많이 쓰면서 증인신문사항을 작성하고 준비하였다.

그리고 2회 공판 기일 당일. 증인이 출석해 증인신문을 한 후 검찰이 먼저 증인신문을 진행하려는 데, 증인이 말한다.

“오늘 재판이 5시인데요, 제가 빨리 마치고 서울에 올라가야 할 것 같아서요. 기차표를 6시 30분걸로 끊어두었습니다.”



외젠 이오네스쿠 (Eugène Ionesco, 1909년 11월 26일~1994년 3월 28일)는 실존주의 파에 속하는 프랑스의 시인·소설가·극작가이다. 루마니아계 프랑스 사람으로 루마니아의 스라티나(ro)에서 태어났다. 루마니아식 이름은 예우젠 이오네스쿠(Eugen Ionescu)이다.

[출처 : <https://namu.wiki/w/외젠%20이오네스쿠>]



적잖이 당혹스럽다. 아니 오히려 황당하다. 기차역까지는 못해도 20분은 걸린다. 필자가 증인신문사항으로 준비한 항목만 약 40여개, 증인이 제대로 답을 해도 적어도 한 시간은 족히 걸릴 것이다. 그런데 이게 웬일인가. 검사의 주신문사항을 받아보니 이쪽도 만만찮게 많은 양이다. 지금 시간은 5시 5분. 아무리 계산을 해도 1시간 남짓인데 증인의 차편까지 배려하면서 양측의 증인신문을 다 마치는 것은 불가능하다.

그런데 재판장이 이렇게 말한다.

“변호인, 증인신문사항 중 검찰의 주신문사항과 겹치는 부분들은 생략하고 빨리 진행해서 오늘 마치는 것으로 하죠”

청천벽력과도 같다. 무죄 주장을 하는 형사사건에서 피고인 측은 검찰의 주신문 이후에 이어지는 반대신문을 통해 그나마 자신의 무죄를 입증할 실마리를 잡게 된다. 증인이 수사기관에서 진술한 내용이 사실과 다르다거나 상식적으로도 믿기 어려운 부분이 있다거나 앞뒤가 서로 맞지 않는다거나 그런 점을 밝히는 데에 초점이 맞춰진다. 그러므로 무죄를 주장하는 피고인의 증인에 대한 “반대 신문권”은 어떠한 경우에도 축소되거나 불합리하게 운용되어서는 안 된다. 그런데 주어진 시간에 그것도 증인의 기차시간을 고려하여 빨리 끝내달라고 주문한 것이다. 수천 페이지의 수사기록을 살피면서 증인의 진술을 탄핵하기 위해 애써 만든 신문사항들인데 한 번 쪽 훑고는 중복됐으니 빼버리자니...

재판장의 소송지휘 결정에 쉽사리 ‘NO’라는 말을 하지 못한 채 결국 검사가 증인신문을 시작한다. 그러나 아무리 생각해도 이건 아니지 싶었다. 결국 손을 들었다. 그리고 아무리 줄여서 신문하더라도 오늘 증인신문을 제대로 다 마칠 수 없을 것 같으니 차라리 한 번 더 내려오는 한이 있더라도 증인신문 기일을 연기해 달라는 의견을 냈다.

법정의 공기가 순식간에 싸늘해진다. 재판장이 오늘은 검사가 주신문을 하고 다음 공판 기일에 변호인이 반대신문을 하는게 어떻겠냐고 한다. 그 제안은 소송절차상 불가능한 것은 아니지만 형사소송을 해본 변호사라면 이 제안이 얼마나 위험한 것인지 안다. 오늘은 검사가 증인에게 피고인이 무슨 잘못을 어떻게 저질렀는지만 주구장창 물을 것이고, 그 증언만 남긴 채 최소 2주 또는 그 이상의 시간이 지나갈 것이다. 그 다음 기일에 아무리 피고인측 변호사가 반대신문을 한다 해도 그 사이 재판부가 혹시라도 가질지 모르는 예단에 대해서는 아무런 대책이 없는 것이다. 이렇게 되면 수사기관이 수집한 증거를 피고인의 동의 없이 그대로 법관이 볼 수 없도록 반대신문 기회의 보장이라는 절차를 둔 제도의 취지가 무색해질 수 밖에 없다.

그래서 절차 진행방식에도 동의할 수 없다고 했다. 재판부의 예단형성 위험은 물론 반대 신문권이 즉석에서 보장되어야 할 이유, 즉 증인의 모순된 진술은 그 자리에서 탄핵할 수 있어야

반대신문이 제대로 보장되는 것이지 반대 신문권을 유예하는 형태로는 반대 신문권 본연의 취지를 손상시킬 수 밖에 없다는 의견을 제시했다.

그런데 재판장의 표정이 썩 좋지 않다. 재판장의 제안을 일언지하에 거절하는 모양새를 취하지 않느라 최대한 조리있게, 정중하게 의견을 냈는데도 그렇다. 재판부의 공정성에 흠집을 낸 것처럼 보인 것인지 “재판부는 예단이 생기지 않습니다.”라는 한마디를 던진다. 그리고 반격이 이어진다. 지난 1차 공판 기일에서 증인신문은 1시간이면 충분하다고 한 게 변호인 아니냐며 따지는 것이다. 법정에 긴장감이 흐른다. 원래는 재판장의 지시에 대부분 “예”하고 따르는 편이다. 재판장이 가장 지혜롭고 현명한 판단을 해서라기 보다는 그 법원으로 부터 판단을 받아야 하는 의뢰인의 입장에서 생각할 수 밖에 없기 때문이다. 그러나 이번만큼은 도저히 양보할 수 없는 상황이었다. 결국 필자도 다시 반기를 들었다. 지난번에는 검사가 주신문 사항으로 40여개나 되는 질문을 할 줄 모르지 않았겠느냐, 통상 10여개 정도의 질문을 하는 게 보통 아니냐고 주장했다. 그리곤 마지막에 무죄를 다투는 피고인에게 제대로 다룰 수 있는 기회를 줘야 한다고 다시 한 번 피력했다. 검사의 주신문이 끝나자마자 그 자리에서 증인에게 질문을 던져야 피고인에게 다소나마 유리한 진술을 받아낼 가능성이 커지기 때문이다.

한숨이 들린다. 재판부는 그 사이 증인에게 표를 바꿀 수 있는지 묻는다. 증인은 핸드폰을 만지작거리더니 오늘은 더 늦은 차편으로 가고 싶지는 않다고 한다. 이런저런 실랑이를 하다 보니 벌써 시간은 5시 20분이 되어간다. 재판부는 증인을 쏘아보고, 변호인을 쏘아보고 급기야 검사까지 쏘아보고는 공판 기일을 바꾸고 다음에는 시간을 넉넉히 주겠다면서 증



「수업」 연극 포스터

[출처 : <http://me2.do/xy8ejWTP>]



인에게 마음대로 차표를 끊지 말라고 당부한다.

기진맥진한 상태로 차에 몸을 싣고 서울로 올라오는데 프랑스의 극작가 외젠 이오네스코의 희곡 중 『수업(La Leçon)』이라는 작품이 떠오른다. 매우 짧은 희곡인데, 우리나라의 명 연출가 인 이윤택 감독이 연극무대에 올리는 등 지금까지도 많은 관심을 받는 작품이다.

등장인물이라고는 교수, 하녀 그리고 학생이 전부인 『수업』의 줄거리는 매우 간단하다. 시골에 박식하기로 유명한 교수가 살고 있다. 그 교수를 한 여학생이 찾아온다. 여학생은 ‘종합박사’ 학위 취득시험을 준비하기 위해 온 것이다. 숫기 없고 조그만 목소리로 말을 더듬기도 하는 교수는 여학생을 앉히고 수업을 시작한다. 수학. 여학생이 덧셈은 그런대로 성공적으로 따라오는 듯싶더니 “4 빼기 3”의 뺄셈부터 답을 내지 못한다.

교수는 흥분하기 시작한다. 분위기가 과열될 무렵 하녀가 개입해 수학(산수) 수업은 마무리된다. 교수는 언어학 수업으로 넘어가려 한다. 그러자 하녀는 “정말 언어학은 안 돼요. 언어학은 재앙의 지름길이에요...”라고 말한다. 교수는 “난 어른이에요.”라고 말하며 하녀를 내보낸다.

언어학 수업이 이어진다. 15분 동안 신스페인어의 일반 및 비교언어학적 기본원리를 터득시켜주겠다는 교수의 의도는 이내 장광설로 이어지고 이를 따라오지 못하는 여학생에 대한 억압과 폭력으로 이어진다. 작은 목소리에 숫기 없고 말을 더듬던 교수의 모습은 온데간데 없다. 교수는 학생을 움짱달짝 못하게 하고 만다. 학생은 교수의 이런 저런 말을 따라 하다가 이가 아프다면서 고통을 호소한다. 아랑곳하지 않고 교수는 “조용히 해요. 머리통을 부숩버리기 전에”라고 말하며 여러 언어로 식칼이 어떻게 번역되는지를 보여주겠다면서 하녀에게 식칼을 들고 오라고 소리를 지른다.

교수 (밖에서 날카로운 목소리로) 아줌마! 어떻게 된 거예요? 왜 안 와요? 내가 오라면 와야죠. (교수 뒤를 따라 하녀가 들어온다.) 시키는 대로 하란 말예요. (학생을 가리키며) 하나도 못 알아들어요. 하나도.

하녀 선생님 이러시면 안 돼요. 어찌시려고요? 정말 이러다 큰일 나요. 큰일이요.

교수 알아서 멈출 거예요.

하녀 늘 말씀뿐이지. 실천이 없잖아요.

학생 이가 아파요.

하녀 보세요. 벌써 시작됐어요. 증상이.

교수 증상? 말해봐요. 무슨 뜻이죠?

학생 (힘없는 목소리로) 그래요. 무슨 뜻이에요? 이가 아파요.

하녀 마지막 증상. 위험한 증상이요.

교수 바보 같은 소리 작작 해요. (하녀 나가려 한다.) 그냥 가면 어떡해요? 식칼 좀 찾으라고 불렀는데. 스페인 식칼, 포르투갈 식칼, 프랑스 식칼, 동양 식칼, 루마니아 식칼, 사르다냐팔리 식칼, 라틴 스페인 식칼.

하녀 (엄하게) 직접 찾으세요.¹⁾

하녀가 나간 후 교수는 식칼을 찾아 수업을 이어간다. 그리고 교수는 각종 식칼을 외치며 여학생을 더듬기 시작하고 이를 벗어나려 몸부림 치는 여학생을 찔러 죽이고 만다. 그런데도 교수는 수 차례 학생을 칼로 찌른다. 온몸을 부르르 떨며.

교수는 다시 정신이 든다. 자신이 저지른 일을 바라보고 엄청난 일을 저질렀음을 직감한다. 교수는 이내 하녀를 부른다. 다시 등장한 하녀는 죽은 학생의 시체를 묵묵히 바라본다.

하녀 오늘 벌써 마흔 번째예요! ... 매일 이러네요. 매일이요. 창피하지도 않아요, 그 나이에? ... 그러다가 병 나세요. 하긴, 이전 학생도 없을걸요. 다행이죠.

교수 (화를 내며) 내 탓이 아녜요. 학생이 공부를 안 하려 그랬어요. 말도 안 듣고요. 나쁜 학생이었다고요. 공부도 안 하려고 하는.²⁾

하녀는 칼을 숨기고 하녀에게 다가가는 교수의 뺨을 후려갈기고 이내 교수를 제압한다. 그러나 그 제압은 정의를 세우는 제압이 아니었다.



연희단 거리패 연극 '수업'의 한 장면

[출처 : http://www.sisakorea.kr/sub_read.html?uid=22002 <시사코리아> "연희단 거리패 명작 연극, 부조리 연극의 대표작 '수업', 이오네스코 작, 이윤택 연출, 게릴라극장" 2014. 01. 28 © 시사코리아 우미옥 기자]

1) 외젠 이오네스코(1950). 『대머리 여가수』. 오세곤 역(2003). 민음사. 103면.

2) 앞의 책 109면.



교수 (흐느끼며) 일부러 죽이려 그런 건 아닌데.

하녀 그래도 후회가 되나 보죠?

교수 그럼요. 정말이에요.

하녀 딱한 양반. 에휴! 그래도 착한 분인데. 어떻게든 수습해야죠. 다신 이리저리 마세요... 그러다가 심장병 걸리세요.

교수 알았어요. 그런데 어떡할 거예요?³⁾

40구나 되는 시체를 어떻게 처리할 것인지 묻자 하녀는 아무도 의심하지 않을 것이라며 교수의 팔에 나치완장 같은 걸 채워준다. 그리고 둘은 학생의 팔과 다리를 각각 붙잡고 퇴장한다. 이윽고 다시 새로운 학생이 초인종을 누르며 희곡은 끝이 난다.


말도 안 되는 연극이라 할 수도 있을 것이다. 그런데 재판장과 증인신문을 계속할지 여부를 두고 묘하게 기싸움 같은 걸 하고 서울로 돌아오는 길에 이오네스코의 『수업』이 떠올랐다. 이오네스코는 이 작품을 통해 폭주하는 권력과 희생될 수밖에 없는 사람 그리고 그 구조가 유지되도록 조력하는 사람을 고발한다.

지난 재판에서 난 그 권력관계를 느꼈다. 다행히도 다시 공판 기일을 잡는 선에서 마무리 되었지만, 만일 재판장이 소송진행에 관한 자신의 권한을 앞세워 증인신문을 그대로 진행했으면 어땠을까? 생각조차 하기 싫어진다. 그와 같이 재판을 진행하는 것은 무죄를 주장하는 피고인의 반대 신문권을 충분히 보장하지 않는 것이라고 느끼면서도 재판장의 권위에 눌려 혹은 재판장의 입장에 동조하면서 눈감은 배석 판사가 있다면 극중 하녀와 무엇이 다를 것인가?

이 낯선 희곡이나 필자가 초봄에 법정에서 겪은 일을 떠나 최근 우리 국민 모두가 목도한 최고권력의 모습을 떠올려봐도 마찬가지다. 국민으로부터 부여받은 권력으로 국민을 가르치려 들고, 자신의 잘못을 숨기려 들고 급기야는 국민을 주된 적으로 간주하고 끝까지 자신의 잘못을 인정하지 않으려는 모습. 그리고 그 권력의 주변에 하녀를 자청하는 이들까지.

이오네스코는 분명 자신의 극작세계를 두고 “부조리함(absurdité)”을 상징한다고 했다. 그가 사용하는 실체가 없는 장광설, 현실과는 동떨어진 상황(참고로 ‘종합박사’라는 학위도 존재하지 않을 뿐 아니라, 이런 학위를 준비하는 학생을 두고 덧셈, 뺄셈을 하지는 않을 것이다.)들은 오히려 극의 몰입을 막는다는 의견도 있다.

3) 앞의 책 110면.

그럼에도 불구하고 이오네스코의 부조리함이 아직도 의미를 갖고 지금도 유명극단에서 상연되는 까닭은 이오네스코가 살아있을 당시는 물론 『수업』이 초연된 지 60여 년의 시간이 지난 지금까지도 우리 현실의 부조리함은 계속되고 있기 때문이다. 그래서 그의 작품은 위대하다는 평을 받는 것이리라. 2017년 봄, 대한민국이라는 작은 나라, 소도시의 작은 법정에서 그가 떠오른 이유이기도 하다. 



연극 '수업'의 포스터

[출처 : <http://www.widecoverage.co.kr/news/article.html?no=22043> 소통의 부재가 만든 폭력, 연극 '수업' <와이트커버리지> 노하나 기자 (사진 : 극단 노을)]



불길한 미래 – 디지털 네이티브와 뉴스

조영신 · SK 경영경제연구소 박사

호랑이 담배피던 시절엔 TV의 시대고, 종이신문의 시대였다. 지금 중장년층은 인터넷을 주요 매체로 해서 종이신문의 세상을 넘어섰다. 그리고 한 세대가 또 흘렀다. 지금은 모바일 세대다. 그리고 다가올 세대는 인공지능의 세대다. 오늘을 이야기한다면 모바일을 이야기해야겠지만, 내일을 이야기해야 한다면 인공지능을 논해야 한다. 디지털 네이티브는 완성된 용어가 아니라 진행형이기 때문이다.

디지털 네이티브를 뉴스와 연결시키면 이야기가 좀 더 복잡해진다. 디지털 네이티브가 주류가 되는 시대에는 어쩌면 ‘고전적인 의미의 뉴스’는 더 이상 존재하지 않을 수도 있다는 불길함이 엄습하기 때문이다. 수치도 이를 증명한다. 뉴스가 넘쳐나는 시대라고는 하지만 실상은 뉴스가 소비되지 않는다. 하루 네이버 접속자수는 4,000만 명이다. 이 중에서 뉴스를 한번이라도 보는 이는 1,300만 명이다. 전체 접속자수를 기준으로 보면 67%는 뉴스를 쳐다보지도 않는다. 한번이라도 뉴스를 보는 사람 중에는 연예뉴스를 보는 이가 800만 명이고, 스포츠를 보는 이는 500만 명이다. 우리가 통상 민주주의를 지탱하고 사회 발전을 이야기할 때 언급하는 뉴스, 정치경제 등의 하드코어 뉴스는 200만 명 정도만 보고 있을 뿐이다. 4,000만 명을 모수라고 했을 때, 겨우 5%만이 뉴스다운 뉴스를 접하는 셈이다. 이러한 엄정한 현실은 모바일과 웹을 가리지 않는다.

전조는 있었다. 2015년 11월 13일 월스트리트 저널은 한국어 서비스 종료를 발표했다. 차현아 기자의 말을 빌리면, “한국어 온라인 뉴스 서비스를 시작했던 2012년 당시 월스트리트 저널

은 글로벌 시장 성장세에 힘입어 한국 시장에서도 영향력을 확대하겠다는 포부를 밝히기도 했다. 이를 위해서 “한국과 같이 빠르게 성장하는 시장에 진출하는 것이 의미가 있다.”¹⁾며 월스트리트 저널은 사세 확장 전략을 세웠다.

그러나 결과는 3년 만에
철수다. 한국에 진출한 상
황에서도 전체 월스트리
트 저널의 수익은 꺾였
다. 다만 한국에서는 그렇
지 못했을 뿐이다. 이는 한
국 광고 시장의 특수성에
기인하기도 한다. 다시 차
현아 기자의 말을 빌면, 한
국 언론과 광고주와의 특
수 관계를 월스트리트 저
널이 극복하지 못한 탓이
라는 분석이다. 네이버 등

출처 : <미디어오늘>, <https://goo.gl/mfZWJp>

최근 다우존스는 당사의 한국어 사이트 <http://kr.wsj.com/>을 닫을 계획을 발표했습니다. 해당 사이트는 2015년 11월 13일을 기점으로 뉴스제공을 중단하게 됩니다.

저희는 계속해서 한국과 세계에 대한 고품질 뉴스, 해설과 분석을 영어로 <http://www.wsj.com/asia> 아시아판을 통해 제공할 것입니다. 독자들께서 계속 저희 비즈니스, 시장, 금융, 테크놀로지, 지정학, 세계경제, 그리고 생활문화의 보도를 즐기기를 기원합니다.

WSJ아시아판으로 이동

▲ 지난 13일 서비스 종료한 월스트리트저널의 한국어서비스 종료 안내문 갈무리. 현재 월스트리트저널 한국어페이지(kr.wsj.com)로 접속하면 아시아판 영문 페이지로 자동 연결된다.

<월스트리트 한국어서비스 종료 안내문>

에 입점했지만 오프라인 영업력을 갖추지 못한 월스트리트 저널의 한계라고 보았다. 전 세계적으로 이름을 날리고 있는 언론사가 국내에서는 맥을 추지 못하는 사정은 좋은 언론을 이야기하기가 무색할 지경이다. 어부징으로 치부되는 국내 언론환경은 어쩌면 훌륭하고 의미있는 언론사가 독립적으로 존립할 수 없는 상황일 수도 있다는 이야기다. 만약 이 전제가 맞다면, 디지털 네이티브에 대한 논의는 사실상 부질없다. 관심없는 이에게, 쳐다보지도 않을 이에게 아무리 좋은 정보를 가져다 준다 할지라도 소비하지 않을 것이기 때문이다.

이 대목에서 <미디어오늘>의 이정환 대표는 “독자들은 돌아오지 않을 가능성이 크다. 뉴스가 사실을 말하지 않는다는 강한 불신과 은밀한 정보의 유혹이 너무 강하다.”²⁾고 말한다. 디지털 네이티브란 이름으로 말랑말랑한 스낵형 콘텐츠를 제공한다고 하더라도 하드코어 뉴스의 한계는 분명하다는 것이다. 이 대표는 “모든 고급 정보의 99%는 신문에 있다. 현장 취재 기자들은 날 것의 팩트를 안다. 그 맥락을 조합해서 더 큰 맥락을 읽어낼 수도 있다. 팩트가 조작되는 경우는 많지 않다. 팩트의 조합이 문제다.”라고 말한다. 어쩌면 안 읽는게 아니라 몰라서 못 읽

1) 차현아(2015. 11. 17.). WSJ도 못 버티고 떠나는 헬조선의 언론시장. <미디어오늘>. URL : <http://www.mediatoday.co.kr/?mod=news&act=articleView&idxno=126115#csidx3ab2f876a2022f2b9ce2f706661b4a7>

2) 이정환 (2016. 1. 12.). 혁신의 함정을 경계하라 : 저널리즘 복원을 위한 12가지 제언. <슬로우뉴스>. URL : <http://slownews.kr/50076>



는 것일 수 있다. 이 대목이 중요하다. 만약 ‘안 읽는 것이 아니라 못 읽는 것이라면’ 전달 방식에 따라서 이용자를 확대할 수도 있다는 이야기다. 그럼 디지털 네이티브가 선호할만한 형식과 가치가 중요한 화두가 된다.

젊음이 젊음을 부른다

‘짱TV’로 유명해진 연합뉴스의 장주영 기자는 이 지점에서 흥미로운 사례가 될 수 있다. 1인 크리에이터스러운 콘텐츠를 만들어 보내는 그는 예능 같은 뉴스를 말한다. 어려운 내용을 쉽고 재미있게 말할 수 있어야 한다는 것이다. <짱기자가 간다> 코너에서 그는 가볍되 품위를 잃지 않고 경박하지 않은 콘텐츠를 만들려 한다는 생각을 밝혔다. 뉴스를 보지 않는 세대에게 뉴스도 재미있다는 것을 알려주고, 이를 통해서 좀 더 하드코어형 뉴스로 인도할 수 있을 것이라는 믿음이 그에겐 있다.

이들의 콘텐츠가 공개되면 평균 수십만 명이 시청하고 의견을 준다. 상호 작용에 민감한 이들 세대의 전형적인 특성을 보여주는 셈이다. 더구나 이들은 동영상을 다루는데 능수능란하다. 닷페이스의 경우 아이폰으로 찍은 영상을 현장에서 바로 편집해서 뉴스화하고 있다. 어떤 콘텐츠는 찍고 편집해서 페이스북에 유통하는 데까지 반나절이면 끝나기도 한다. 디지털 네이티브의 남다른 특성이다. 어릴 적부터 영상에 익숙한 세대이니, 당연히 텍스트보다는 영상 뉴스를 제작하고 시청하는데 저항이 없다. 콘텐츠에 있어서도 차별성이 두드러진다. 객관성이란 가치에 큰 의미를 두지 않는다. 그보다는 전달하고 싶은 사회적 가치에 무게를 싣는다. 그래서 뉴스가 객관화되지 않고 다소 주관적이며, 입장이 분명한 이들 콘텐츠는 전통적인 뉴스와는 거리가 분명하다. 그럼에도 젊은이들에게도 읽히고 볼만한 뉴스를 만들고 있다는 점에서는 의미를 지닌다. 그들의 관심을 반영할 수 있는 내용과 그들이 편안

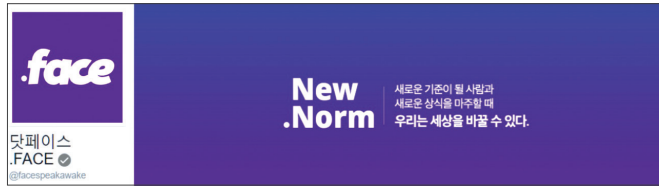
출처 : 네이버 뉴스 화면 캡처. <https://goo.gl/RWEZ6K>



〈연합뉴스의 “짱기자가 간다”〉

하게 볼 수 있는 형식. 그러나 여전히 이들 콘텐츠는 제한적이다. 범용성을 확보하지 못하고 있다. 젊은이들에게 특화되었지만, 범용성을 확보한 콘텐츠와는 가는 길이 다르다. 그래서 이 또한 지속성을 가늠하기가 쉽지 않다.

출처 : <미디어오늘>, <https://goo.gl/mfZWJp>



<디지털 네이티브 세대를 겨냥한 뉴스서비스 '닷페이스'>

호출의 시대³⁾

모바일은 세대를 나누었다. 똑같이 스마트폰을 사용하지만, 그것을 이용하는 방식과 소비하는 콘텐츠는 확연히 달라졌다. 형식상으로 디지털 콘텐츠지만 여전히 그 근원에는 아날로그의 감성이 필요한 세대와 그렇지 않은 세대를 구별지었다. 20대의 콘텐츠와 50대의 콘텐츠는 달랐다. 그러니 이들을 위해 포장된 콘텐츠도 다를 수밖에. 아직은 모바일 시장에서 전 세대를 아우를 수 있는 형식과 내용을 개발하지는 못한 탓이기도 하다.

그러나 기술적 진화는 콘텐츠를 호출하는 단계로 진화하고 있다. 대표적인 예가 바로 마이뮤직테이스트(mymusicstaste.com)다. 음악시장은 음반시장과 공연시장으로 나뉜다. 음악시장의 규모는 대략 500억 달러다. 이 중에서 약 260억 달러가 공연 시장이다. 그동안 인터넷은 음반시장의 혁신을 가져왔다. 아이튠즈 같은 새로운 서비스가 등장했고, 음악의 다양성이 높아졌다. 그러나 공연으로까지 혁신이 이어지지는 않았다. 레이디 가가(Lady Gaga)나 저스틴 비버(Justin Bieber)와 같은 대형 스타조차 저조한 티켓 판매율로 인해 해외 공연이 취소될 수도 있는 것이 공연시장이다. 마이뮤직테이스트는 이 문제를 해결했다. 특정 지역, 특정 고객이 특정 콘텐츠를 얼마나 원하는 지를 계량해 냄으로써 공연을 열 수 있는 가능성을 열어 주었다. 마이뮤직테이스트의 방식은 단순하다. 전 세계 음악 팬으로부터 아티스트 공연 요청을 모아, 크라우드 소싱(crowd sourcing) 방식으로 해외 공연을 기획하면 된다. 이용자의 요청이 충분히 공연을 해도 무방한 수준이 되면 해당 기획사가 추진을 하면 그만이다. 고객은 자신이 보고 싶은 공연을 호출할 수 있는 권리를, 기획사는 공연 실패 위험을 낮출 수 있다. 현재까지 마이뮤직테이스트는 총 32개 도시에서 80회가 넘는 콘텐츠를 개최했다.

3) 이 부분은 <한류스토리>에 게재한 2017. 3. 6차 칼럼<한류포커스> 4차 산업혁명 시대, 문화산업계 미래 먹거리는?> 내용을 수정, 보완하였음.



인터넷은 거래 비용을 줄였다. 콘텐츠 사업자가 전 세계를 돌면서 자신의 콘텐츠를 판매해야 했기 때문에 소위 투자대비 수익(ROI: Returns on Investment)이 나오지 않는 지역은 가려고 하지 않았다. 기껏해야 주변 지역을 돌았고, 그렇지 않은 영역에서는 타인에게 그 권리를 양도했다. 콘텐츠는 전 세계를 돌아다녔을지 모르지만, 그 과실이 온전히 콘텐츠 사업자에게 떨어진 것은 아니었다. 기술적으로만 보면 콘텐츠가 전 세계의 독자들을 만날 수 있는 개연성은 더 높아졌고, 상황에 따라서 수익을 창출할 수 있는 기회는 더 늘었다. 무단 복제될 가능성도 높아졌지만, 공공재의 특성상 추가 비용 부담이 없다는 장점은 있었다. 그런데 기술적으로는 콘텐츠의 글로벌화가 가능해졌지만, 플랫폼 사업자와의 거래 관계라는 제약 조건은 여전히 있었다. 플랫폼 사업자는 범위를 무기로 콘텐츠 사업자에게 지불해야 하는 비용을 낮추려고 했고, 콘텐츠 사업자는 어쩔 수 없이 이 관계를 수용하거나 해외시장 진출을 포기해야 했다. 그런데 마이뮤직테이스트는 고객이 직접 콘텐츠를 호출할 수 있는 직접 거래의 길을 열어주었다. 물론 마이뮤직테이스트라는 플랫폼이 역할을 했다고 하지만, 콘텐츠와 플랫폼의 위상에서 콘텐츠가 역할을 다할 수 있는 구조라는 점에 차이가 있다. 현재의 기술로도 고객이 콘텐츠를 호출할 수 있다면, 미래의 기술은 이것을 상시적으로 만들 것이다.

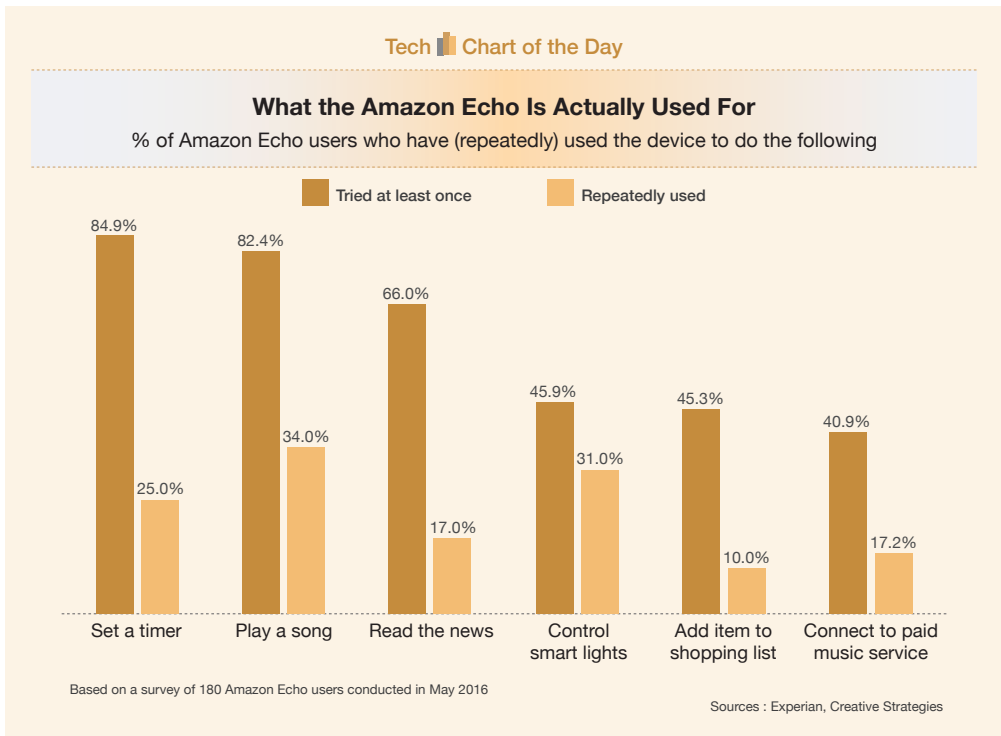
그럼 아주 고전적인 해법이 나온다. 콘텐츠가 제대로 만들어지지만 한다면 어떤 식으로든 고객의 수요를 이끌어낼 수 있다는 이야기다. 지금까지 제대로 만들어진 콘텐츠지만 수요처를 발견하지 못해서 성공하지 못한 수많은 콘텐츠가 있었다면, 이제는 의미있는 콘텐츠를 제대로 만들어낼 수만 있다면 수요는 어떤 식으로든 만들어낼 수 있다는 이야기이기도 하다. 콘텐츠 사업자가 제2의 유통혁명의 과실을 얻을 수 있는 상황이 도래할 수도 있다.

또 다른 이야기도 가능하다. 인공지능(Artificial Intelligence: AI) 기반 서비스인 아마존 에코는 동영상에 밀린 음악 시장에 새로운 숨을 불어넣어주고 있다. AI 기반 음성 서비스는 음악을 재생하는 시간을 획기적으로 줄였다.⁴⁾ 듣고 싶은 음악을 찾는 과정을 살펴보면 답이 나온다. 80년대 U2의 음악을 찾아서 듣고 싶다면 U2 앨범을 찾고 검색해야 한다. 이 과정에 통상 5분 정도 걸린다. 그런데 음성 기반 AI 서비스는 단 5초면 해결된다. 호출하는 방식은 단순하다. 아마존 에코(Amazon Echo)의 인공지능인 알렉사(Alexa)에게 “80년대의 U2 곡을 연주해 줘.”라고 말하기만 하면 된다. 각종 음악 데이터가 쌓이고 쌓인 곳에 음성을 인식하는 기술과 데이터를 분석하는 AI가 결합된 결과다. 5분에서 5초로 줄어든 만큼 이용량은 늘어나게 된다. 이러한 변화는 전체 미디어 시장에 영향을 미친다. 이미 상당수의 사람들이 아마존 에코를 뉴스를 읽

4) Eugene Kim(2017. 2. 9), Amazon CEO Jeff Bezos sees the music industry's next 'gigantic growth' coming from devices like Echo. <Business Insider>. URL: <http://www.businessinsider.com/amazon-ceo-jeff-bezos-thinks-the-golden-age-of-music-is-coming-2017-2>

는데도 활용하고 있다.

출처 : <Businessinsider>. <https://goo.gl/ICnBla>



〈아마존 에코가 실제 사용된 용도 조사 결과〉

방송도 이 시장에 동참했다. CNN도 구글의 음성인식 기반 서비스인 구글 홈(Google Home)으로 들어갔다. CNN이 자랑하는 앤더슨 쿠퍼(Anderson Cooper), 울프 블리처(Wolf Blitzer), 존 킹(John King)의 목소리로 뉴스를 들을 수 있다. 지금 당장은 화면이 빠진 상태라 그 영향은 제한적일 수 있지만, 적어도 음성으로 뉴스를 전달받는 새로운 시장이 열린 것은 분명하다.⁵⁾ 작동 방식도 아주 단순하다. “오케이 구글, CNN 들려줘(OK Google, ask CNN for the latest stories)”라고 하거나, “오케이 구글, 트럼프 대통령에 관한 CNN 기사 들려줘(OK Google, ask CNN for the latest on President Trump)”라고 하면 그만이다.

5) 방송서비스인 CNN이 웹의 시대를 맞아 영상 텍스트화하는데 얼마나 많은 고민을 했었는지를 이해하면 영상서비스의 음성 서비스로 전환하는데 고려해야 할 것들을 짐작해 볼 수 있다. 이와 관련해서는 Huey, J., Nisenholtz, M., & Sagan, P. (2014). Riptide. 조영신(역). <립타이드: 언론 산업을 수장 시킨 십 없이 밀려드는 혁신의 조류 : 대담으로 정리한 언론 산업과 디지털 기술의 대충돌 (1980-현재)>를 참고하기 바란다.



여기서 중요한 것은 호명이다. 검색해서 나오는 것이 아니라 불러야 나온다. 검색은 실체를 모르고도 할 수 있지만, 부르는 것은 브랜드를 인지하고 있어야 가능하다. 그래서 다시 브랜드가 중요해지고, 브랜드의 힘을 가진 콘텐츠가 힘을 가질 수 있다. 구글 홈의 입장에서는 서비스의 이용도를 높이기 위해서 상대적으로 지명도가 높은 CNN 같은 콘텐츠 사업자를 선택할 것이고, 일단 해당 서비스 사업자가 구글 홈에 진입해서 소비자의 이용 패턴을 장악하게 되면 더 이상 새로운 사업자가 진입하기 어려울 수도 있는 시장이 된다.

출처 : <CNN>. <http://cnnpressroom.blogs.cnn.com>



<음성인식 기반서비스 '구글 홈'>

유통혁명은 특정 사업자의 전유물이 아니다. 이 혁명은 지역 상권을 전국 상권으로, 전국 상권을 글로벌 상권으로 바꾸어 놓았다. 모든 동네에 대형마트가 들어선 셈이다. 이제 대형 사업자와 거래만 틀 수 있다면 내 상품은 전국 어디서든 유통시킬 수 있다. 그런데 이 거래를 희망하는 사업자가 너무 많아졌다. 그 경쟁에서 이길 수 있는 콘텐츠가

필요하다. 그리고 그런 콘텐츠를 만들기 위해서 보다 정교해진 관리 시스템을 갖추어야 한다. IoT와 인공지능은 관리의 톨일 수도 있다.


그러나 언제나 반전은 있다.

단순히 모바일용 콘텐츠를 만들어야 한다는 언명으로는 디지털 네이티브를 설명할 수 없다. 다시 처음으로 돌아가 보자.

호랑이 담배피던 시절엔 TV의 시대고, 종이신문의 시대였다. 지금 중장년층은 인터넷을 주요 매체로 해서 종이신문의 세상을 넘어섰다. 그리고 한 세대가 또 흘렀다. 지금은 모바일 세대다. 그리고 다가올 세대는 인공지능의 세대다. 오늘을 이야기한다면 모바일을 이야기해야겠지만, 내일을 이야기해야 한다면 인공지능을 논해야 한다. 디지털 네이티브는 완성된 용어가 아니라 진행형이기 때문이다.

여기에는 딜레마가 숨겨져 있다. 미디어의 진화는 세대와 밀접하게 관련되어 있다. TV 시장의 성장 둔화는 케이블 시장의 성장과 관련 있고, 유료방송시장의 성장 둔화는 OTT와 관련이 있다. 이 모든 것은 네트워크의 변화였고, 새로움을 찾는 청년층의 변화였다. 익숙함이 기성세대의 아이콘이었다면 새로움은 젊은층의 몫이었다. 익숙함을 선택해서 지속할 수 있는 시장의 가능성과 새로움을 선택해서 지속할 수 있는 싸움에서 산업은 항상 새로움을 선택했다. 아니 정확히는 새로움을 공략해서 그들과 같이 늙어가고자 했다. 그래야 좀 더 영속의 삶을 살 수 있었기 때문이다. 물론 익숙함의 시장에는 진입할 수도, 진입하더라도 경쟁할 수 있는 여력이 없었기 때문이기도 하다. 어떻게 보면 미디어 시장은 바로 분열(Disruption)이 지속적으로 일어났던 시장인지도 모른다. 열위의 사업자가 열위의 상품으로 시장을 파고들어서 결국 승리하는 드라마가 항상 있어왔던 시장이다.

지금도 그 문법은 여전히 진행 중이다. 필자도 이 맥락에서 젊은층을 파고 들어야 한다고 주장은 한다. 그러나 해결되지 않은 변수가 하나 있다. 바로 연령이다. 그동안 인구는 지속적으로 증가했다. 그리고 증가의 핵심은 아주 단순하게도 “죽은 이보다 태어난 이”가 많았던 탓이다. 그러니 신규 사업자 입장에서는 충분히 해볼 만한 영역이고, 후발주자라도 신경을 쓰지 않을래야 않을 수 없는 시장인 셈이다.

그런데 인구절벽이다. 절대 인구는 서서히 감소하는데, 연령별 비중으로 보면 태어난 이보다 남은 이들이 더 많고, 남은 이들 중에는 40대 이상이 압도적으로 많다. 태어난 이가 죽는 이보다 적은 세상이 지속되다 보면 남은 인생은 새로움을 선망하는 자들이 아니라 익숙함을 선호하는 세대가 세상의 3분의 2를 차지하는 것이다. 과연 이런 세상에서도 새로움을 기준으로 한 콘텐츠 전략이 먹혀들 수 있을까? 모바일용, 인공지능용 콘텐츠의 개발은 당연히 해야 하는 작업이지만, 디지털 네이티브를 위한 콘텐츠란 용어는 어찌면 우리의 착시일수도 있지 않을까? 정작 필요한 것은 유연한 콘텐츠재미있는 콘텐츠, 가치있는 콘텐츠라는 기본에서 한 발짝도 못나간 것은 아닐까? 



일본의 ‘잊혀질 권리’ 관련 판결 동향

서보건 · 영남대 법학전문대학원 교수

I. 들어가며

일본은 역사적으로 제국주의 시대를 거쳐 1945년 패전 후 미국의 영향 아래 헌법을 개정하여 지금의 자유주의 헌법체계를 가지게 되었다. 헌법학에서는 과거 시대에 대한 반성으로 다른 기본권보다 표현의 자유, 프라이버시, 개인정보에 대한 연구가 상당히 진행되어 왔다. 이러한 가운데 최근에는 ‘잊혀질 권리’가 사회적으로 큰 반향을 불러 일으키고 있기에 그 내용과 관련된 최신 판례를 간단히 소개하고자 한다.

II. 잊혀질 권리에 대한 일본의 관심

검색결과와 삭제를 둘러싼 논의의 발상은 EU에서 시작되었다. 2012년 1월 유럽연합 집행위원회는 잊혀질 권리가 명문으로 규정된 「일반데이터 보호규칙(General Data Protection Regulation)」¹⁾안을 제출하였다. 이후 4년간의 논의 끝에 2016년 4월 14일 최종안이 유럽의

1) 일반적으로 우리나라에서는 「일반정보보호규칙」으로 통용되고 있으나, 일본에서는 「일반데이터보호」로 표기되고 있다. 그 조문의 내용은 데이터 주체는 자신에 관한 개인 데이터를 삭제할 권리를 가지며, 관리자는 지체없이 삭제할 의무를 진다고 규정하여 소위 ‘잊혀질 권리’를 명문화하고 있다.

회를 통과하여, 2018년 5월 시행을 앞두고 있다. 또 2014년 5월 13일 EU사법재판소가 검색 서비스업자에게 자신의 개인정보에 관한 삭제를 요구하는 ‘잊혀질 권리’를 판결²⁾로 인정하여 주목을 받았다. 그 내용이 일본에도 널리 알려져 ‘잊혀질 권리’가 새로운 권리로 관심을 받게 되었다. 이러한 가운데 일본 내 검색결과 삭제에 관한 재판신청건수는 2015년부터 2016년 9월까지 52건이며, 본고에서 소개할 최고재판소 판례를 포함해 적어도 5건 이상이 최고재판소에 계류중인 것으로 알려져 있다.³⁾



다.³⁾ 일본 내 검색엔진의 대명사는 구글과 야후로 두 회사는 개별적으로 삭제청구를 받고 있다. 각사에 제기한 삭제청구가 받아들여지지 않을 경우에는 통상의 소송보다 절차가 간단한 가처분을 신청하는 것이 일반적이다. 이하에서 살펴볼 최고재판소 판결도 가처분의 형식으로 진행된 것이다.

Ⅲ. 잊혀질 권리에 관한 최고재판소 판례

1. 사건의 개요

3년 전 아동매춘죄로 체포된 이력이 있는 A(채권자)는 인터넷 검색사이트(구글)에서 자신의 이름과 주소를 검색하면 그가 체포되었다는 내용의 검색결과가 표시되자, ‘갱생(更生)을 방해받지 않을 이익’이 위법하게 침해되었다며 인격권에 근거한 방해배제 또는 방해예방청구로서 검색결과에 대한 삭제청구권을 가지고 있음을 주장하면서 검색결과와 삭제를 구하는 가처분 신청을 하였다. 1심은 가처분결정에 대해 채무자인 구글이 원결정의 취소를 구하는 보전이의 신청을 한 것이다.

2) 판례의 자세한 내용은 [함인선(2016). 잊혀질 권리'와 관련한 EU사법재판소의 판결에 대한 검토. <법학논총>, 36(1), 전남대학교 법학연구소] 참조

3) 일본의 時事通信 기사 내용 발췌. 時事通信(2017. 1. 29.). 検索結果削除, 相次<訴訟>=最高裁, 基準初判断へ-専門家「慎重な議論必要」. URL: <http://www.jiji.com/jc/article?k=2017012900076&g=soc>



2. 잊혀질 권리를 처음으로 인정한 1심 판단⁴⁾

이하에서는 구글의 주장과 법원의 판단을 주요쟁점별로 살펴보고자 한다.

(1) 검색엔진 관리자에 대한 삭제청구의 판단구조에 대해

○ 구글의 주장

가. 검색엔진 관리자에 대한 삭제청구는 원 사이트(검색결과에 표시되는 URL의 웹사이트) 내지 검색결과에 표시내용이 명백히 사회상당성을 일탈하는 것이 확실하고, 회복하기 어려운 중대한 손해가 발생하는 등 특단의 사정이 있을 때에만 인정되어야 하고, 이 경우 원 사이트의 관리자에게 삭제청구를 하는 것이 원칙이다.

나. A는 검색엔진의 검색결과 삭제청구를 판단함에 있어 이익형량(검색결과 표시와 전과 등이 공표되지 않을 이익과의 비교형량)이 부당하다고 주장하였으나, 검색엔진은 공중의 알권리와 표현활동의 자유를 충족하기 위해 이용되는 소위 공익적 역할을 하고 있으므로 원 사이트의 표시내용이 공개된 정보유통의 장에 놓여질 이익이 법적으로 보호되어야 한다. 또 공개된 정보유통의 장을 운영하는 자가 공정중립의 입장에서 정보를 표시하는 것도 법적으로 보호되어야 한다.

○ 법원의 판단

검색엔진에 대한 검색결과 삭제청구를 인정할 것인가의 여부는 검색엔진의 공익적 성질을 배려하는 한편 검색결과 표시에 따라 인격권을 침해받는 자의 실질적인 권리구제의 관점을 감안하는 등 제반사정을 종합적으로 고려하여 갱생을 방해받지 않을 이익에 대해 수인한도를 넘는 권리침해가 있는지를 판단해야 한다. 이 때 검색결과에 표시내용이 명백히 사회상당성을 일탈하는 것이 명백하고 원 사이트 관리자에게 웹페이지상 표현의 삭제를 요구해서 회복하기 어려운 중대한 손해가 발생하는 등 특단의 사정이 있을 때만 (삭제청구가) 인정되는 것은 아니다. 또 그 검색결과에 내용에 의해 A의 권리가 사회적으로 허용되지 않을 정도로 크게 침해되고 있는 경우에만 삭제청구가 인정되는 것도 아니다.

4) さいたま地方裁判所 平成27年12月22日決定 平成27年(モ)第25159号保全異議認可決定(判例時報2282号78頁)

(2) 개개의 검색결과로 표시되고 있는 구체적인 내용의 평가에 대해서

○ 구글의 주장

검색결과에 의해 인격권이 침해되는지의 여부는 당해 검색결과와 내용이나 표시되는 상황 등을 구체적으로 검토하여 판단해야 함에도 불구하고, 그러한 개별적이고 구체적인 판단을 일정 해태하고 있어 부당하다.

구체적으로 본건 검색결과는 단순히 아동매춘죄로 체포되었다는 것이고, 구체적인 행위태양의 기재가 없을 뿐만 아니라 아동매춘죄로 체포되었는가의 여부가 명백하게 표시되고 있지 않으며, 내용도 일정하지 않다. 또한 해당 검색결과는 특정한 키워드의 입력(원고의 이름과 주소를 같이 검색키워드에 입력)이 필요하고 검색결과도 많은 내용 중 하단 부분에 표시되어 사람들의 눈에 될 가능성이 낮은 형태이며 일정하지 않다. 따라서 인격권이 침해된다면 개개의 표시내용이 왜, 어떤 인격권을 침해하는가를 각 검색결과와 내용, 표시되는 상황 등에 따라 개별적으로 판단해야 한다.

○ 법원의 판단

개개의 검색결과 표시에 구체적인 행위태양의 기재가 없었고, 아동매춘의 죄로 체포되었는지의 여부가 명백하지 않다고 하더라도 검색결과를 전후 참조하면서 목적을 가지고 검색결과를 찾으려고 하는 일반적인 검색결과 이용방법을 전제로 할 때, 보통의 검색엔진 이용자가 본건 검색결과에서 원고의 이름과 체포 또는 아동매춘 용의의 사실이 표기된 개개의 검색결과 표시내용을 전후의 검색결과를 참조하면서 읽으면 각 검색결과가 모두 원고가 아동매춘의 죄로 체포된 사실을 나타내고 있다고 생각할 수 있다. 또한 검색된 결과는 상단과 하단의 내용을 참조하면서 볼 수 있고, 페이지를 손쉽게 참조하기 위한 링크도 표시되어 있는 점을 감안한다면 검색결과와 하위에 표시되어 있다고 하여 사람의 눈에 될 가능성이 적다고 말할 수 없다.

따라서 개개의 검색결과를 보아도 본건 검색결과는 모두 아동매춘죄로 원고가 체포된 과거의 이력을 알 수 있고, 그 결과 채권자의 갹생을 방해받지 않을 이익을 침해하는 것으로 평가된다.



(3) 갱생을 방해받지 않을 이익의 침해에 대해서

○ 구글의 주장

체포이력이 표시됨에 따라 어떠한 갱생을 방해 받았는지가 명확하지 않다. 또 갱생이라는 것은 우선 동종범죄를 반복하지 않는 것인데 관련 표시에 의해 동종범죄를 반복할 우려가 높아지지 않았고, 오히려 체포이력이 표시됨에 따라 장래 그러한 범죄가 억제되는 의의도 생각할 수 있다.

○ 법원의 판단

죄를 범한 자가 유죄판결을 받은 후, 혹은 복역한 후 한 시민으로서 사회에 복귀하여 평온한 생활을 하는 것 자체가 범죄를 반복하지 않고 갱생하는 것이다. 갱생의 의의를 이렇게 생각한다면 범죄를 반복하지 않고 일정기간이 지난 자에 대한 체포이력의 표시는 사건 당초의 범죄도와는 달리 갱생을 방해받지 않을 이익을 침해할 우려가 크다고 할 수 있다.

또한 한번 체포이력이 보도되어 사회에 알려진 범죄자라고 하더라도 인격권으로서 사생활을 존중받을 권리와 갱생을 방해받지 않을 이익을 가지므로, 범죄의 성질 등에 따라 다르지만 어느 정도 기간이 경과한 후에는 과거의 범죄가 사회로부터 '잊혀질 권리'가 있다. 더 불어 이미 벌금형에 처해져 형벌을 받고 3년여의 시간이 경과한 과거의 아동매춘죄 체포이력이 인터넷 이용자에 의해 간단하게 열람될 우려가 있고, 이로 인하여 지인에게도 체포이력이 알려져 평온한 사회생활이 현저히 저해되어 갱생을 방해받지 않을 이익이 침해될 우려가 있어 그 불이익은 회복곤란하고 중대한 것으로 인정되며, 검색엔진의 공익성을 고려하여도 갱생을 방해받지 않을 이익이 사회생활에서 수인해야 하는 한도를 넘어 침해되고 있다.

이처럼 1심 판결은 어떤 경우에 검색결과로부터 체포이력의 말소를 구할 수 있는가에 대한 판단은 인터넷이 널리 보급된 현대사회에서는 한번 인터넷에 정보가 표시 되어버리면 그 정보를 말소하고 사회로부터 잊혀져 평온한 생활을 보내는 것이 현저히 곤란하다는 것도 고려하여야 한다는 입장을 바탕으로 하고 있다. 1심 판결은 일본에서 잊혀질 권리를 직접적으로 언급하고 이에 대한 주장을 받아들인 첫 사례이기도 하다.

3. 잊혀질 권리를 부정한 2심의 판단⁵⁾

○ 2심에서 A의 보충주장

검색결과가 자동적·기계적으로 생성되는 것이라도 필요한 정보를 수집하여 검색결과를 구성하는 타이틀, URL 및 스니펫(snippet)을 표시하는 것은 구글이 작성한 프로그램 때문이므로 결국 본건 검색결과는 구글이 발행하는 콘텐츠이며, 구글은 콘텐츠 프로바이더(Content Providers)로서의 책임을 진다. 또 구글은 「특정전기통신 역무제공자로서 손해배상책임의 제한 및 발신자 정보의 개시에 관한 법률」⁶⁾(이하 ‘프로바이더 책임제한법’)상 특정전기통신 역무제공자이므로 동법에 근거한 삭제의무를 지며, 인격권에 근거한 방해배제청구권으로서 삭제청구권이 인정된다.

○ 법원의 판단

청구인은 프로바이더 책임제한법에 따라 구글의 삭제의무가 도출된다는 취지의 주장을 하지만, 그러한 명문의 규정은 없고 동법은 문자 그대로 특정전기통신 역무제공자의 손해배상책임의 제한 및 발신자 정보의 개시에 관한 법률로서 검색결과와 삭제의무를 도출할 수 없다.

2심 법원은 인격권에 근거한 금지청구는 구제필요가 현저히 높은 경우에만 해석상 인정되는 것으로 광범위하게 청구가 인정되어서는 안된다는 입장에서 판단을 내리고 있으며, 1심과 달리 잊혀질 권리에 대해 부정적인 견해를 밝히고 있다.

2심 법원은 “원심은 잊혀질 권리에 대해서 언급하고 있지만, 일본의 법률상 잊혀질 권리라는 것은 명문규정이 없다. 이 잊혀질 권리는 EU개인데이터보호규칙 제17조에 근거한 권리를 상정하여 논해지고 있다고 생각되지만 일본에는 이에 대응하는 법률이 없다. 잊혀질 권리는 그 요건도 효과도 불명확한 것이므로 이를 인정하면 인터넷상의 검색서비스 제공자가 금지청구 및 손해배상청구를 받는 것을 피하게 되어 위축적 효과가 발생하게 된다. 또한 구글은 도서관과 같은 인터넷상의 정보유통 매개자로서 표현자의 사상이나 의견 등을 전달하는 중립적인 존재이므로 자신의 평판이 나쁘다는 이유만으로 정보삭제청구가 이루어지게 되고 이것이 인정된다면 검색결과 표시의 중립성 및 신뢰성이 훼손되므로 상당하지 않다. 나아가 매개자

5) 東京高等裁判所第12民事部 平成28年7月12日決定・平成28年(ラ)第192号投稿記事削除仮処分決定認可決定に対する保全抗告事件.

6) 特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律. (2013. 4. 26. 개정). 이 법률은 특정전기통신에 의한 정보 유통으로 인하여 권리침해가 있는 경우, 특정전기통신 역무제공자의 손해배상책임의 제한 및 발신자 정보의 개시를 청구하는 권리에 관한 법률이다.



에 불과한 항고인(구급)은 표현의 내용이나 그 배경사정에 대해 충분한 반론을 할 수 없다. 또한 잊혀질 권리에 관한 2014년 5월 EU사법재판소의 사례는 당해 사건의 원고가 소유하는 부동산의 경매절차에 관한 공고의 취소에 관한 것으로 본건과는 사안이 다르다”고 판단하였다.

즉, 2심은 잊혀질 권리가 법률에 규정된 것이 아니고, 그 요건 및 효과도 명확하지 않으며 그 실체는 인격권으로서의 명예권 내지 프라이버시권에 근거한 침해행위의 금지청구와 다르지 않다고 보아 독립적으로 판단할 필요성이 없다는 견해를 밝히고 있다. 또 기존의 명예권이나 프라이버시권에 근거한 표현행위에 대한 금지청구의 가부나 전과에 관한 사실 공표의 가부 및 그 요건 판단에 관한 기존 선례에 따라, 그 가부의 판단에 대해서는 삭제 등을 요구하는 사항의 성질(공공의 이해에 관한 것인가의 여부), 공표의 목적 및 그 사회적 의의, 금지를 구하는 자의 사회적 지위나 영향력, 공표에 의해 금지청구권자에게 발생하는 손해발생의 명백성, 중대성 및 회복곤란성 뿐만 아니라 인터넷이라는 정보공표 내지 전달수단의 성격이나 중요성, 나아가 검색서비스의 중요성 등도 종합적으로 고려하여 결정하는 것이 상당하다고 보고 있다.

이에 2심 재판부는 해당 사안에서 범죄의 성질을 볼 때, 그 단속이나 철저한 방지에 대한 사회적 관심이 높고(공공의 이해에 관한 사항), 기간을 고려하여도 공공성이 있으며 다수의 표현의 자유 및 알권리가 침해되고, 사회생활 또는 사생활상의 수인한도를 넘어 중대한 지장이 즉시 발생하지 않는다는 점 등을 고려하여 A의 신청을 받아들이지 않았다.

4. 최고재판소의 판단⁷⁾

우선 최고재판소는 “정보의 수집, 정리 및 제공은 프로그램에 의해 자동적으로 생성되는 것이고 이 프로그램은 검색결과와 제공에 관한 검색사업자의 방침에 따른 결과를 얻기 위해서 작성된 것이므로 검색결과와 제공은 검색사업자에 의한 표현행위”이며, “검색사업자에 의한 검색결과 제공은 현대사회에서 인터넷상 정보유통의 기반으로서 큰 역할을 담당하고 있다”며 검색결과 표시는 검색사업자의 표현의 자유로, 그 삭제청구는 표현의 자유에 대한 제한으로 보고 있다.

표현의 자유 제한의 관점에서 최고재판소의 판단은 “검색결과와 일부 제공이 위법인가의 여부에 관해서는 당해 사실의 성질 및 내용, 프라이버시에 관한 사실이 전달되는 범위와 그 자가 입는 구체적 피해의 정도, 그 자의 사회적 지위나 영향력, 기사의 목적이나 의의, 기사가 게재될 때의 사회적 상황과 그 후의 변화, 기사 등에서 당해사실을 기재할 필요성 등 당해사

7) 最高裁第3小法廷 平成29年1月31日決定・平成28年(許)第45号投稿記事削除仮処分決定認可決定に対する許可抗告事件.

실이 공표되지 않을 법적 이익과 검색결과로 제공되는 이유에 관한 사정을 비교형량하여 판단해야 하므로, 그 결과 당해사실이 공표되지 않을 법적 이익이 우선하는 것이 명백한 경우에는 검색사업자에 대해 당해 검색결과에 대한 삭제를 요구할 수 있다고 해석하는 것이 상당하다”고 보고 있다.

여기에 사안을 대입하여 최고재판소는 “아동매춘을 한 피의사실에 따라 체포된 본건 사실은 타인에게 함부로 알려지고 싶지 않은 프라이버시에 속하는 사실이지만 …(중략)… (아동매춘이) 사회적으로 강한 비난의 대상이 되며 벌칙으로 금지하고 있는 것에 비추어 보면 공공의 이해에 관한 사항이라고 할 수 있다.” 또한 “인터넷에서 전달되는 범위는 어느 정도 한정된 것⁸⁾이므로, 공표되지 않을 이익이 우선한다는 것이 명백하지 않다”며 검색결과의 삭제를 인정하지 않았다. 결과적으로 아동매춘은 사회적으로 강한 비난의 대상이며 공공의 이해에 관한 사항이라고 지적하고 있다.

최고재판소는 잊혀질 권리에 대한 판단은 하지 않았지만 표현의 자유와 프라이버시권을 비교형량하여 프라이버시 침해에 해당할 경우 검색결과 삭제를 판단하는 기준을 제시하고 있다. 판례가 제시한 기준은 ① 표시된 사실의 성질·내용, ② 신청인의 구체적인 피해의 정도, ③ 신청인의 사회적 지위나 영향력, ④ 기사 목적·의의, ⑤ 사회적 상황, ⑥ 그 사실을 기재할 필요성이다.

IV. 그 외 잊혀질 권리에 대한 판례⁹⁾

이상 소개한 판례는 1심에서 잊혀질 권리를 인정하였다는 점, 또 최고재판소가 이를 인정하지는 않았지만 삭제청구권에 대한 기준을 제시한 점에 그 의의가 있다고 하겠다. 이 사건 외에 일본 법원에서 판단한 삭제청구 관련 판례를 보면 다음과 같다.

첫째, 자신의 이름을 검색창에 입력하면 범죄행위를 상기시키는 키워드가 표시된다며 명예훼손을 주장하는 소송(일명, 서제스트 삭제 소송¹⁰⁾)이 있었다. 이에 대해 2013년 4월, 1심은 명예훼손을 인정하여 미국 구글사에 대해 표시금지와 30만 엔의 배상을 인정하는 판결을 하였으나, 2심에서는 원고의 주장이 부정되었다.

8) 이 사례에서는 한정된 범위를 검색엔진에 그 사람의 이름과 사는 지명 등을 넣어야 검색결과가 나오는 것.

9) 宮下紘(2016. 8. 24.), 「忘れられる権利」, 日本でも真剣に考える時. <朝日新聞>. URL: <http://webronza.asahi.com/national/articles/2016081000003.html>

10) '구글 서제스트(Google Suggest)'는 검색 효율을 향상 시키기 위해 검색창에 문자를 입력하면 검색어 후보를 실시간으로 표시하는 기능(자동완성기능)을 말한다.



둘째, 한 남성이 자신의 이름을 검색하면 과거에 범죄행위를 한 것처럼 연상시키는 투고기가 다수 표시되자 미국 구글사에 검색결과 삭제를 구하는 소송을 제기했다. 2014년 10월 동경지방법판소는 검색결과 일부를 삭제하는 가처분 명령을 내렸고 구글은 재판소의 결정을 존중한다며 삭제대상이 된 122건의 표시를 완전하게 삭제한다는 방침을 정했다. 이는 일본에서 처음으로 이루어진 구글 검색결과에 대한 삭제결정이었다.

셋째, 야후 재판, 구글에서 자신의 이름을 검색하면 도촬사건의 체포이력이 표시되는 것은 프라이버시 침해에 해당된다며 검색결과 표시금지와 위자료 약 1,100만 엔의 손해배상을 청구한 사건에서 동경지방법판소는 2014년 8월 해당 청구를 부정하였고, 2심에서도 같은 결정이 내려졌다.

넷째, 한 남성이 자신의 이름을 검색하면 과거에 범죄행위를 한 것처럼 연상시키는 투고기가 다수 표시되자 미국 구글 본사에 검색결과 삭제를 구하는 소송을 제기하였으나 2016년 10월 동경지방법판소는 공익성이 있다며 해당 청구를 인정하지 않았다.

V. 이번 최고재판소 판결에 대한 평가

이번 최고재판소 결정에 대한 일본 사회의 몇 가지 논의 경향을 간단히 소개하면 다음과 같다.

우선 시기적으로 아직 일본 국내에서 잊혀질 권리를 인정할 필요성은 없다고 보는 경향¹¹⁾이 나타나고 있다. 굳이 잊혀질 권리를 근거로 하지 않아도 검색결과 삭제청구는 기존의 명예훼손이나 프라이버시권 침해 등으로 대처할 수 있다고 보는 것이다. 아직 확립되지 않은 잊혀질 권리를 인정하기 위해서는 표현의 자유나 알 권리, 프라이버시와의 관계를 고려한 명문규정의 제정을 통해 대응하는 것이 바람직하다고 보는 것이다. 또한 범죄예방적 측면과 함께 사회적 중요성, 공익성 등 다양한 사정을 고려하여 신중하게 판단할 필요가 있다는 측면에서도 잊혀질 권리의 인정에 대해 부정적인 견해가 제시되고 있다.

다음으로 이번에 제시된 판단 기준이 전혀 새로운 것이 아니라는 입장이다. 이는 기존 최고재판소 판례에서 언급되었던 ‘프라이버시 침해에 대해 그 사실이 공표되지 않을 법적 이익과 공표하는 이유를 비교衡量하여 전자가 후자보다 우월한 경우에는 불법행위가 성립한다’는 입장¹²⁾과 차이가 없다는 평가이다. 단지 이번 결정에서는 프라이버시의 법적 이익이 검색사업


11) 田上嘉一(弁護士/BUSINESS LAWYERS編集長)의 견. 田上嘉一(2017. 2. 2.). 最高裁が「忘れられる権利」を認めなかったことは妥当である. URL: <https://news.yahoo.co.jp/byline/tagamiyoshikazu/20170202-00067252/>

12) 대표적인 사건은 중간지가 가명을 사용하여 소년범죄를 보도한 長良川事件報道訴訟 最判平成15年3月14日, 法学セミナーNo.582, 109頁, 2003년6월.

자의 표현행위에 우월한 것이 ‘명백한 경우’에 삭제할 수 있다고 하여 ‘명백한’이라는 요건을 추가한 것뿐이며, 이 요건이 오히려 일반 지면매체 보다 인터넷매체에 대한 삭제청구를 더 어렵게 만드는 결과를 야기해 정보가 사라지지 않고 반영속적으로 존재하는 인터넷 매체의 특성을 고려하지 않았다는



비판¹³⁾이 제기되기도 한다. 또 잊혀질 권리를 인정하더라도 범행 당시 보도기관에 의한 기사나 보도기관의 웹사이트는 검색결과 삭제의 대상이 되지 않으므로, 보도기관에 의한 표현의 자유나 그 보도기사에 관한 국민의 알권리가 현저하게 저해되는 것이 아님에도 검색사이트에 대한 삭제청구를 보도기관과 같은 맥락에서 다루고 있다는 점에 대해 의문을 제기하는 입장도 나타나고 있다.

이번 최고재판소 판결은 잊혀질 권리에 대한 판단은 하지 않았지만, 인터넷 검색결과에 대한 삭제청구와 관련하여 6가지 판단기준을 정리하였다는데 그 의미가 있다. 이는 아직 계류중인 다른 사건들의 판단에도 영향을 줄 것으로 보인다. 또 최신 판례인 관계로 이 판례에 대한 구체적인 분석이나 연구결과가 도출되지는 않았지만, 신문기사나 사설¹⁴⁾ 등을 통해 보면 이번 사건이 잊혀질 권리의 권리성 문제, 인터넷에서의 정보 확산력이나 영속성이 초래하는 피해의 심각성에 대처하기 위한 새로운 측면에서의 프라이버시권 보호 필요성에 관한 논의를 촉발하는 계기를 마련한 것으로 보인다. 

13) 미야시타 히로시(宮下紘) 일본 중앙대학 교수는 일본 내에서 이 분야의 전문가로 각종 저서나 칼럼을 통하여 프라이버시와 잊혀질 권리에 대한 연구를 활발히 진행하고 있다. 위 의견은 최고재판소 결정 후 아사히신문(朝日新聞) 인터넷판에 게재된 기사를 참고로 한 것이다. : 宮下紘(2017. 2. 15.). 検索結果の削除で判断基準を示した最高裁決定「忘れられる権利」についてオープンな議論を続けていくことが必要. URL: <http://webronza.asahi.com/national/articles/2017021000001.html>

14) 일본의 이번 결정은 일본 국내뿐만 아니라 우리나라에서도 잊혀질 권리에 대한 법원의 판단으로 다수 소개가 되어 있다.

본법 제5조에 표현의 자유를 보장하는 규정을 명시하고 있다. 독일 기본법 제5조는 표현의 자유(Meinungsfreiheit)를 의사표현의 자유(Meinungsäußerungsfreiheit), 의사전파의 자유(Meinungsverbreitungsfreiheit), 정보의 자유(Informationsfreiheit)³⁾, 언론의 자유(Pressefreiheit)⁴⁾, 방송의 자유(Rundfunkfreiheit) 및 영화의 자유(Filmfreiheit) 등 여섯 개의 자유권으로 분류하여 직접 기본법에 규정하고 각 기본권들을 각각 독립적인 특성과 기능을 가지는 개별적인 기본권으로 보고 있다.⁵⁾ 따라서 각 기본권은 상이한 법적 성격과 내용을 담고 있다. 독일 기본법 제5조의 해석에 의하면 표현의 자유 중 의사표현의 자유, 의사전파의 자유, 정보의 자유는 그 주된 내용이 방어권적 성격이 강한 주관적 공권인 반면에, 매스커뮤니케이션의 자유에 속하는 언론의 자유와 방송의 자유는 주관적 공권성이 인정되기는 하지만 기본적으로는 제도적 보장으로서의 이중적 성격을 지닌다.⁶⁾

3) 독일 기본법상 정보의 자유(Informationsfreiheit)는 신문이나 방송 등과 같이 모든 국민이 자유로이 접근할 수 있는 일반적 정보원에의 접근을 방해받지 않을 자유를 의미하는 것으로서, 제도적 보장으로서의 성격보다는 주관적 공권으로서의 성격을 가진다. Alfred Katz(2002), <Staatsrecht>, Heidelberg, S. 352f.

4) 'Pressefreiheit'는 과거 '출판의 자유'로 번역되기도 했었는데, 이는 당시의 법이 출판만을 그 대상으로 하였기 때문이다. 따라서 현재의 의미에서 'Pressefreiheit'는 출판과 방송을 모두 규정하는 '언론의 자유'로 이해 가능하다.

5) BVerfGE 8, 104 (112); 20, 56(88).

6) 강종근 외(2005), <방송허가·재허가 제도에 관한 연구>, 방송통신위원회, 137면. 따라서 방송의 자유와 언론의 자유는 공적 의견형성이라는 기능적 측면에서 공적 기능과 공적 책임을 매우 강조한다. 다만 그 중에서도 방송의 자유는 기술적 경제적 희소성과 사회적 영향력 등으로 인하여 객관적 성격이 더욱 강하게 나타나게 되어 더욱 엄격한 제한이 가능한 기본권으로 보여진다.; Bodo Pieroth/Bernhard Schlink(2002), <Grundrechte Staatsrecht II>, S. 133ff.

2. 소셜 네트워크에서의 표현의 자유

(1) 소셜 네트워크의 의의

소셜 네트워크는 모바일폰과 결합하여 유, 무선으로 정보를 생산, 공유, 배포할 수 있는 특성을 가지고 있다. 이는 크게 참여, 공개, 대화, 공동체 그리고 연결 등 5가지 특성을 지닌다. 이러한 온라인 개인미디어의 급속한 확산에 힘입어 다양한 사회분야에서 소셜 미디어가 활용될 것이란 기대가 현실화되고 있다. 특히 페이스북과 트위터 등 소셜 미디어 공간에서 이루어진 정보의 수집과 확산은 온라인 공간의 정치적 목소리를 현실 정치세력으로 조직화하는데 촉매역할을 했다. SNS의 미디어적 특성으로 발생하는 가장 큰 쟁점은 표현의 자유와 같은 기본권의 충돌이다. 실제로 트위터 등 SNS를 통해 소통되는 정보는 의사의 표현 및 전파의 한 형식이므로 표현의 자유로 보호되며, 그 정보와 아이디어의 가치는 현대사회에서 그 중요성이 더욱 커지고 있다.⁷⁾

(2) 소셜 네트워크에서의 표현의 자유의 한계

앞에서 언급한 바와 같이 독일 기본법 제5조에 따라 모든 사람은 그의 생각을 말과 글, 그림으로 자유롭게 표명하고 이를 전달하며, 일반적으로 접근할 수 있는 정보원으로부터 방해받지 않고 정보를 얻을 권리가 있다. 동조에 따라 표현의 자유가 보장되며, 검열은 인정되지 않는다. 의사표현의 자유와 검열로부터의 자유

7) 이재진(2013), <미디어법>, 커뮤니케이션북스.



는 국가가 개인에게 인정한 권리가 아니라 모든 개인이 보유하는 권리인 동시에, 독일 역사를 통해 이러한 자유를 침해하는 것이 얼마나 중대한 일인지를 모두가 알고 있는 권리이다.⁸⁾ 다만 이러한 자유에는 그 한계가 존재하는데 일반적인 법률 규정과 청소년 보호를 위한 법률 규정, 그리고 개인의 명예에 대한 권리 규정에서 제한된다(동조 제2항).⁹⁾ 예컨대 제3 제국의 국가사회주의와 관련된 다양한 조항들, 명예훼손을 처벌하는 법률 또는 사회적 평화를(예컨대 신성모독 같은) 위협하는 표현 등이 이에 속한다. 이러한 표현의 자유에 대한 한계는 소셜 네트워크상의 표현에 대해서도 동일하게 적용된다. 이와 관련하여 최근 스위스에서 “아마도 우리는 다시 수정의 밤¹⁰⁾이 필요하다. 이번에는 이슬람에 대해서”라는 인종차별적 트윗이 표현의 자유에 속하지 않는다는 판결이 내려지기도 했다.¹¹⁾

8) Felix Honekamp(2016. 12. 15.). Keinen Fußbreit nachgeben, (eigentümlich frei). URL: <http://ef-magazin.de/2016/12/15/10272--meinungsfreiheit--und--zensur--keinen--fussbreit--nachgeben>

9) 이 경우에도 분명한 것은 그 우위가 의사표명의 자유(meinungsfreiheit)에 있으며, 다른 모든 법률은 법적 정당성을 필요로 한다는 것이다.

10) 17세 독일계 유대인 청년 헤르셀 그린츠판(Herschel Grynszpan)이 파리 주재 독일 대사관의 3등 서기관이었던 에른스트 폴라트를 암살한 사건에 대한 보복으로 일어난 사건으로, 이 사건의 결과 점포 815개소, 주택 171동, 유대인 예배당 시나고그 193개소가 불에 타거나 파괴되었다.

11) Schweiz, BG, Urteil vom 4. 11. 2015 - (Obergericht des Kantons Zürich), MMR 2016, S. 136.

Ⅲ. 새로운 언론매체로서의 소셜 네트워크

1. 독일 언론법의 의의 및 목적

언론법은 전통적으로 언론보도에서 발생하는 법적 분쟁의 해결을 목적으로 하며, 그 중심에는 언론의 자유가 있다. 어떤 언론보도가 언론의 자유의 보호를 받는지 여부가 언론법의 주된 관심사이다. 전통적으로 언론의 자유는 표현의 자유를 의미한다.¹²⁾ 독일에서는 자유민주주의의 수호를 위하여, 특히 표현의 자유와 정보의 자유, 통신 및 학문, 예술의 자유의 관점에서 언론의 자유가 중요하다고 한다.¹³⁾ 우리나라의 헌법재판소 또한 헌법 제21조의 언론의 자유에 신문의 자유와 같은 언론매체의 자유가 포함됨은 물론이며, 특히 민주주의 정치과정에서 정치적 의사를 형성·전파하는 매체로서 중요한 역할을 담당한다고 본다.¹⁴⁾ 표현의 자유는 개인적 가치로서도 중요한 의미를 가진다. 표현의 자유는 국민 각자가 언론활동을 통하여 자기의 인격을 형성하는 개인적 가치인 자기실현의 수단인 동시에, 정치적 의사결정에 참여하는 사회적 가치로서 자기통치를 실현하는 수단이기도 한 것이다.¹⁵⁾

독일의 언론법은 각 주의 주법으로 규정되며, 각 주 언론법의 내용과 형식은 크게 다르지 않

12) 문재원(2008). <언론법, 한국의 현실과 이론>, 18면.

13) <http://www.presserecht.de/>

14) 헌법재판소 2006. 6. 29. 선고 2005헌마165 결정.

15) 앞의 문재원(2008). 692면.

다.¹⁶⁾ 바이에른 언론법은 총 18개조로 구성되어 있으며, 각 조항은 언론자유(제1조), 영업허가의 자유(제2조), 언론의 권리와 의무(제3조), 언론의 정보권(제4조), 편집자의 책임(제5조), 개념규정(제6조), 간기(刊記)(제7조), 책임있는 편집자와 참여관계(제8조), 유료출판물 표시(제9조), 반론권(제10조), 연방정보보호법의 적용(제10a조), 형법상의 책임(제11조), 질서위반 및 회수(제12조), 언론규정의 형법상 위반(제13조), 소멸시효(제14조), 압수지시(제15조), 압수범위(제16조), 통신사(제17조) 그리고 시행규정(제18조)에 관한 내용을 담고 있다.



2. 언론법을 통한 소셜 네트워크 규제가능성

미디어 발달이 점점 더 가속화되는 것을 고려할 때 실무상 협의에 이러한 변화 상황을 포함시키고 자유에 대한 잠재적 위험에 대해 주의할 수

있게 하기 위한 판단과 자료, 정보와 의견을 나누고 토론하는 것이 필요하다.¹⁷⁾

예컨대 기자와 블로그를 하는 국민 사이에는 경계가 존재하지 않는다. 따라서 언론의 자유에 대한 새로운 컨셉이 필요하다. 즉 모든 시민은 인터넷에서 자신의 의견을 표현할 수 있으며, 이러한 한도 내에서 기본권으로서의 표현의 자유를 누린다. 그러나 기본법 제5조 제1항 제2문에 따른 ‘언론의 자유’라는 특별기본권은 모두에게 적용되는 것은 아니다. 그렇지 않으면 언론의 자유는 일반적인 표현의 자유와 동일해질 것이며, 이는 기본권이 의도하는 바가 아니다. 따라서 모든 블로거가 언론의 자유를 원용할 수는 없을 것이다.

1949년 이래로 기본법에는 “언론자유와 방송 및 영화를 통한 방송자유는 보장된다”는 내용이 존재한다. 종래의 헌법학자들은 언론매체라고 하면 출판물을 말했다. 그 나머지는 방송이고 이에 대해서는 방송의 자유가 적용된다. 이후 수십 년이 경과하면서 언론매체의 자유는 신문과 출판사인지 여부에 따라 판단되어야 하는 경우가 생겨났다. 그리고 언론매체는 언론자유와 방송자유로서 압도적으로 보호되었다. 그렇다면 최근의 블로거와 같은 새로운 형태에 대해서는 어떠한 기준이 적용되어야 하는지에 대해 의문이 들 수 있다.

위와 같은 헌법 해석은 더 이상 적합하지 않다. 블로그뿐만 아니라 포럼, 코멘트 영역에 대한 헌법해석은 더 발달되어야 하고, 언론 자유

16) 이하에서는 바이에른 주의 언론법을 중심으로 검토한다. 바이에른 언론법, 즉 Bayerisches Pressegesetz (BayPrG)는 1949년 10월 3일 제정되었으며, 바이에른 언론법의 개정을 위한 법률(Gesetz zur Änderung des Bayerischen Pressegesetzes)을 통해 2007년 4월 10일 최종 개정되었다.

17) <http://www.presserecht.de/>



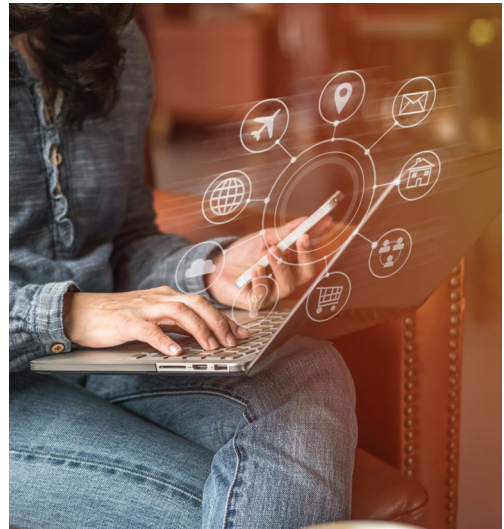
의 고유한 목적을 고려하는 것이 중요하다. 언론의 자유는 특정한 기관을 보호하여야 하는 것으로, 개인의 경우에는 이러한 기관에 일하는 경우에 한해 언론의 자유로서 보호받을 수 있다. 일반적인 개인들은 통상적인 의사표현의 자유를 누린다. 그렇다면 언론기관에 있어 중요한 것은 무엇인가? 바로 민주주의의 전제조건인 공공성의 구성이다. 즉, 언론의 자유는 언론기관 보호를 통한 민주주의 보호이다.

언론의 자유의 역사적 출발점은 발행자의 행위, 즉 영업의 보호였다. 과거에는 공공을 위해 정보를 전달하고 해설하는 언론 행위를 하기 위해서는 자산을 필요로 했다. 그러나 현재는 누구나 언론 행위에 참여할 수 있게 되어 이러한 시각은 더 이상 적절하지 않게 되었다. 지금은 토론의 장이 일반인부터 전문적인 기자까지 넓은 스펙트럼으로 펼쳐져 있다. 기본권보호는 이러한 변화된 상황에 맞춰져야 하며 최대한 관대해야 한다. 이를 위해 “자유에 대한 의심”¹⁸⁾이라는 기본원칙이 적용되는데, 언론변화에 보조를 맞추기 위하여 기본법 제5조가 광범위하게 해석되어야 한다는 것이다.

그러나 인터넷 환경에는 경계가 없고 단지 블로그에 포스팅을 하는 시민과 기자 사이의 전환영역이 존재할 뿐이다. 이는 언론자유와 탄력적 개념과 관련있는데, 어떤 웹사이트가 대중에게 더 체계적으로 도달할수록 더 강력하게 언론자유에 참여한다는 것을 의미한다. 얼마나 더 체계적으로 대중에 도달하는지의 기준은 비

용 또는 편집체계의 수준이 될 수 있다. 그러나 노동법상 지위, 예컨대 보수를 부담하는 작업인지 여부는 기준이 될 수 없다. 이는 어떠한 사회적 지위가 다른 지위로 거침없이 전환 가능한 인터넷 현실에는 적합하지 않기 때문이다.

인터넷상 언론의 자유에 대한 기준으로 블로그와 같은 특정 플랫폼을 기준으로 삼는 것이 합리적인지에 대해서는 의문이 제기된다. 페이스북과 트위터가 어디에서 출발하였는지 그리고 무엇이 그것들의 뒤를 이을 것인지 알 수 없는 상황이기 때문이다. 지금도 수많은 언론 플랫폼이 개발되고 있다. 심지어 포럼이나 댓글 영역에 참가하는 사람들의 언론법상 보호에 대해서도 다시 생각해보아야 할 정도다. 이처럼 네트워크 세계는 액체처럼 변동하고 있기 때문에 기본권 보호는 경직되어서는 안 된다.¹⁹⁾



19) Gero von Randow(2015, 8. 5.). Die Pressefreiheit muss wachsen. <Die Zeit>. URL: <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2015-08/netzpolitik-org-meinungsfreiheit-pressefreiheit>.

18) Im Zweifel für die Freiheit.

IV. 언론 자유의 새로운 대상 - 페이스북

1. 페이스북을 둘러싼 논의들

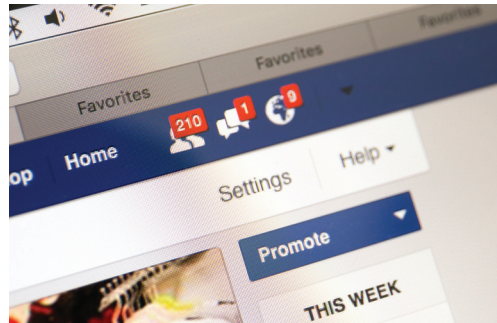
정치인들은 이미 오래 전부터 세계최대의 온라인 네트워크인 페이스북에서의 증오 발언에 대해 더 강력하게 대응할 것을 요구해왔다. 독일 연방법무부장관 마스(Maas)는 벌금 부과를 언급하며 정도를 벗어나는 페이크 뉴스에 대해 단호한 조치를 취하겠다는 입장을 밝혔다. 그는 다른 제재 조치가 작동하지 않을 경우 벌금 부과에 대해 생각해야 하며, 이는 페이스북의 신속한 대처를 촉구하는 강력한 동기가 될 것이라고 말했다.

특히 독일에서는 연방의회선거를 앞두고 페이스북에서의 날조된 기사, 이른바 ‘페이크 뉴스’에 대해 더 강력하고 강경하게 대응하기로 하였다. 이에 앞서 페이스북은 미국 대선에서 페이크 뉴스가 문제되자 우선 미국에서 발생하고 있는 문제점에 대처하기 위한 방안을 발표하기도 했다.²⁰⁾

2. 페이스북의 조치

페이크 뉴스와 관련해 미국에서 페이스북에 대한 엄청난 비판이 제기되자, 페이스북은 외부

팩트체크 전문가들과의 협력 조치를 취할 것임을 예고했다. 그 밖에도 페이크 뉴스를 쉽게 신고할 수 있도록 하고 네트워크상에서 페이크 뉴스인지 여부를 알리는 것이 중요하다는 입장을 내놓았다.



네트워크 활동가 마르쿠스 베케달(Markus Bechedahl)은 Inforadio RBB에서 페이스북이 너무 적은 직원을 가진 것일 지도 모른다고 지적했다. 독일 페이스북 게시글, 즉 독일에서만 2,600만명에 이르는 페이스북 사용자들에 의해 올려지는 모든 게시글을 약 200명이 관할한다. 게다가 페이크(거짓) 뉴스(Falschnachrichten)가 무엇인지 명확한 정의를 내리기도 어렵다. 예컨대 하느님이 실제로 존재한다는 뉴스는 진위를 판별하기 어려울 뿐만 아니라 합법적인 믿음일 수도 있다.

어떤 기사를 회원의 뉴스피드에 표시할 것인지를 판단하는 알고리즘이 조정되어야 한다는 주장도 제기된다. 페이스북 권한 관리자인 아담 모세리(Adam Mosseri)는 이용자들이 어떤 게시글을 읽은 후 공유되지 않는다면 경고신호를 통해 통계분석에 영향을 미칠 수 있다고 설명한다.

20) DeutschePresse-Agentur(2016.12.16.),Politikverstärkten Druck auf Facebook, <RuhrNachrichten.de>. URL: http://www.ruhrnachrichten.de/nachrichten/politik/aktuelles_berichte/Bussgelder-Presserecht-Betreuung-Politik-verstaerkt-den-Druck-auf-Facebook;art29862,3176498



한편, 미국선거 캠페인에서 몇몇 페이크 뉴스 제작자들은 선정적인 뉴스를 날조하는 것을 좋은 사업아이템으로 만들었다. 페이크 뉴스가 페이스북 사용자에게 의해 보여지고 전파될수록 페이크 뉴스 제작자들이 광고 수익을 얻게 된 것이다. 이에 페이스북은 페이크 뉴스 제작자의 수입원천을 고갈시키려는 시도도 하고 있다.²¹⁾



3. 페이스북과 언론법의 관련

독일에서는 소셜 네트워크를 언론법 하에 둘 것인지에 대한 논의가 진행되고 있다. 물론 소

셜 네트워크 사업자들은 자신의 플랫폼상 내용에 대해 책임을 부담하려 하지 않는다. 소셜 네트워크는 스스로를 수단만을 제공하는 기술기업으로 보고 있다. 이에 대해 SZ-매거진은 페이스북은 이미 그동안 굉장히 명백하게 사용자가 올리는 내용들을 보고 무엇을 보이게 할지와 무엇을 보이지 않게 할지를 결정해왔다고 지적하고 있다.²²⁾ SZ-매거진은 베텔스만(Bertelsmann)의 자회사인 아르바토(Arvato)의 직원들이 페이스북으로부터 위임을 받아 페이스북이 원하지 않는 내용들을 선별하고 있다는 것을 밝혀냈다.

페이스북에서 무엇이 금지되는가에 대한 판단근거는 페이스북 고유규정, 이른바 단체기준(Gemeinschaftsstandards)이다. 이 기준에 따라 무엇이 삭제되어야 하는지, 그렇지 않은지가 결정된다. SZ-매거진에 따르면 예컨대 “비슷한 인상을 가진 침팬지 사진 옆에 소녀의 사진이 설명없이 게재된 경우”는 삭제되어야 하는 포스트에 해당한다. 이는 비방적인 화면 각색으로 사람을 동물과 명백하게 비교한 것에 해당하기 때문이다. 반면 “개자식의 목을 매단다”는 설명이 있는 교수형에 처해진 자의 사진은 삭제될 필요가 없다. 이는 사형제도에 찬성하는 의견으로서 허용된다. 다만 ‘보호되는 그룹’과 관련이 있는 특별한 경우에는 금지된다. 예를 들어 “이 동성애자”의 목을 매단다는 표현은 금지되는 것이다.

21) 앞의 (RuhrNachrichten.de)(2016. 12. 16.) 참조.

22) Till Krause, Hannes Grassegger(2016. 12. 15.), Inside Facebook, (Süddeutsche Zeitung Magazin). URL: <http://www.sueddeutsche.de/digital/exklusive-sz-magazin-recherche-inside-facebook-1.3297138>

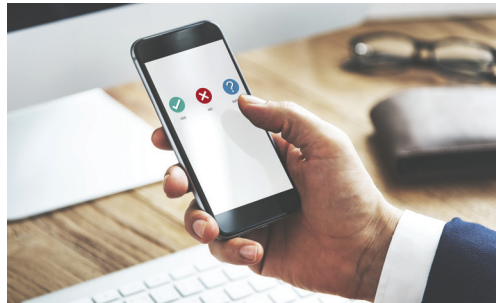
즉 페이스북은 언론과 마찬가지로 내용을 선별하여 공표한다. 페이스북이 내용을 선택하고 선별한다는 사실은 페이스북이 더 이상 단순한 기술기업으로 간주되는 것이 아니라 언론사여야 한다는 목소리가 (특히 정치계에서) 점점 높아지고 있는 상황에서 드러났다. 그리고 이러한 점이 비판적 입장에서의 또 다른 논쟁을 가져왔다. 바로 정보의 선택은 언론의 기본임무에 속한다는 것이다.

4. 언론법을 통한 규제에 대한 찬·반 양론

국민여론의 측면에서는 페이스북의 네트워크 영향력을 통해 증오 또는 혐오성 게시글이 널리 퍼져 잘못된 뉴스가 많아지면서 관련 논의가 시작되었다. ZDF-방송심의위원회의 전 의장인 기민당(CDU) 정치인 루프레히스 폴렌츠(Ruprecht Polenz)는 자신의 페이스북 사이트에 “이미 제공자는 소셜 미디어를 (일반적인 미디어법 규정의 규제를 받지 않은 채) 그의 의견과 뉴스를 퍼뜨리기 위해 신문이나 방송국과 같이 이용한다. 이는 지체 없이 바뀌어야 한다.”고 기술했다. 소셜 미디어의 책임에 대한 문제는 일반 미디어법과 같이 규율되어야 한다는 것이 그의 주장이다.

이에 대해 연방의회의 미디어정책 대변인인 마르코 반더비츠(Marco Wanderwitz, CDU)는 〈Handelblatt〉에서 그의 같은 당 동료인 루프레히트 폴렌츠(Ruprecht Polenz)가 페이스북 게시글에 대한 책임은 출판사와 같이 다루어져야 한다고 주장한 것에 대해 이는 압박이라고 지적했다. 그는 “언론법이 신문에서 소셜

미디어로 확장되어야 한다는 주장은 규제방법과 경우에 있어 형법에서와 같은 철저한 심사를 필요로 한다”고 말했다. 한편, 사민당(SPD)의 디지털전문가 게롤드 라이헨바흐(Gerold Reichenbach)는 페이스북에 대해 미디어법을 적용할 것을 주장한다. 그는 SWR-Info 라디오 방송에서 소셜 미디어가 “거의 출판기관과 같이 작용하지만 입법의 영역에 들어오지 않았다”고 비판했다.



페이스북의 입장에서는 이 논의가 전혀 마음에 들지 않을 수 있겠지만 사용자의 입장에서는 페이스북이 미디어로 귀속된다면 이용자 보호의 전환점이 마련될 수도 있을 것이다. 미디어법에 따르면 저자 또는 출판법에서의 책임부담자, 즉 출판사가 내용에 대한 책임을 진다. 따라서 페이스북이 미디어법의 적용을 받는다는 것은 다른 출판미디어와 같이 일반 사용자가 올리는 명예훼손 게시글과 오보에 대해 일정 역할을 부담하고, 반대진술을 해야 하며 본인의 의무불이행 사유를 제출하여야 한다는 것을 의미한다. 언론사의 경영자이자 경제매거진 〈Capital〉의 전 편집장 랄프-디터 브루노브스키(Ralf-Dieter Brunowsky)는 “페이스북



은 미디어에 대한 규제에 따라야 한다.”고 말한다. 그 역시 페이스북은 “내용이 공표되고 통제되며 따라서 언론”이라는 입장을 명백히 밝히고 있다.

그러나 이에 대해 비판적인 시선도 존재한다. 독일 정기간행물 발행인 협회의 회장 슈테판 쉐르처(Stephan Scherzer)는 “원칙적으로 이 문제가 다루어져야 한다는 점은 맞다. 그러나 언론법이 소셜 미디어에까지 영향을 미쳐야 한다는 결론은 틀린 방법이다.”라고 말한다. 세계적인 메가 플랫폼에서의 정치가 이러한 규제를 통해 완전히 공식적으로 상위의 언론 검열을 받을 수도 있다는 것이다. 네트워크는 어쨌든 대단히 거대한 의사표현의 자유와 의사표현의 다양성을 가진다. 쉐르처는 “따라서 페이스북과 같은 플랫폼 운영자가 공표된 미디어의 내용에 대해 지는 책임이 법률위반에 대한 사후적인 대응을 넘어서까지 확대되지 않는다는 점은 출판의 자유에 있어 대단히 중요하다.”라고 강조한다. 그는 반면 독점적인 플랫폼의 경우에는 운영자가 모든 미디어 공급자에게 차별 없는 접근을 보장할 의무가 고려되어야 한다고 주장한다.

한편, 페이스북이 증오, 혐오와 페이크 뉴스의 생산, 유통의 장을 만드는 것에 대한 책임여부도 논의되고 있다. 사회민주당(SPD) 당대표 토마스 오퍼만(Thomas Oppermann)은 <슈피겔(Spiegel)>에서 페이스북과 같은 “시장지배적 플랫폼”은 독일 내에서 365일 접근 가능한 권리보호장치를 설치할 법적 의무를 부담할 것을 요구했다. 이 권리보호장치에 증오, 혐오 및

페이크 뉴스²³⁾의 피해자가 신고할 수 있도록 하는 것이다. 오퍼만은 “페이스북이 심사 후에 관련 게시글을 지체 없이 24시간 내에 삭제하지 않는 경우, 500,000 유로까지 벌금이 부과되어야 한다.”고 말했다. 또 관련자의 요청이 있을 경우 페이스북은 네트워크에서 “동일한 범위의 정정”을 행해야 한다. 오퍼만은 기민당(CDU)의 당대표 볼커 카우더(Volker Kauder)와 함께 앞으로 이러한 내용의 적용을 진행할 것이라는 입장을 밝혔다.



연방 독일 신문발행인 협회²⁴⁾는 온라인 네트워크에 대한 언론법의 확장을 엄격하게 반대하고 있다. 페이스북이 아닌 다른 서비스의 경

23) Hass, Häme und gefälschten Nachrichten.


24) Der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger(BDZV).

우 이는 미디어가 아니라, 기술기반 플랫폼²⁵⁾으로 다루어진다. 대변인은 “이것들은 예컨대, 사람들이 통화 중에 이야기한 것에 대해 책임을 지지 않는 독일의 통신회사인 텔레콤 회사(Telekom-Firmen)와 같이 고려되고 규제되어야 한다.”고 강조했다.

DJV의장 프랑크 위버탈(Frank Überall)은 〈Handelsblatt〉에서 “분명한 것은, 페이스북, 트위터와 디지털상의 다른 플랫폼은 미디어가 아니다. 따라서 이에 대해서는 언론법을 적용할 수 없다”고 말했다. 그는 “그러나 이미 이른바 유포책임, 즉 포럼의 운영자가 형법상 관련 내용이 유포되는 경우 고소될 수 있는 유포책임이 존재한다.”면서 새로운 법률이 필요한 것이 아니라 기존 법률의 일관된 적용이 필요하다고 주장한다.

V. 마치며

독일 기본법상 기본권으로 보장되는 표현의 자유 중 하나인 언론의 자유는 각 주의 언론법을 통하여 구체화된다. 동법에 따라 언론은 권리를 가짐과 동시에 의무를 지며, 편집자 또한 일정한 책임을 부담한다. 현대 사회에서 점점 더 많이 사용되고 중요성이 증대하고 있는 새로운 미디어로서의 소셜 네트워크가 언론법의 규제 범위에 포함되는지에 대한 논의는 그래서 중요하다. 만일 페이스북 등 소셜 네트워크에서의

활동이 개인의 의사표현에 해당하는 표현의 자유 영역에만 머무른다면, 이로 인한 문제가 발생할 경우 그 책임은 고스란히 사용자가 부담하게 된다. 반면 이러한 매체를 언론의 자유의 영역으로 끌어오는 경우 편집자와 유사한 지위의 플랫폼 공급자에 대한 책임논의가 이루어지게 된다. 새로운 의견표현 및 정보제공 및 전파의 공간으로서 널리 활용되고 있는 소셜 네트워크의 법적 지위를 규명하는 것은 따라서 매우 중요하며, 헌법이 보장하는 언론의 자유의 취지를 고려하여 계속적으로 논의되어야 할 것이다. 

25) technologiegetriebene Plattformen.

언론중재위원회 학술지

〈미디어와 인격권〉 제3권 논문 공모

언론중재위원회 학술지 <미디어와 인격권> 제3권에 수록할 일반 연구논문을 다음과 같이 공모하오니, 관심있는 연구자들의 많은 투고 바랍니다.

연구
논문

표현의 자유, 인격권, 언론윤리, 미디어법제 등
<미디어와 인격권>의 발행 목적에 부합하는 주제 전반

응모
자격

언론학 및 법학 관련 학회 회원, 관련분야 전문가자격증 소지자,
관련분야 종사자로서 해당 분야 전문성이 인정되는 자 등

원고
마감

2017년 5월 15일(월)

논문
접수

이메일접수(journal@pac.or.kr)

※ <미디어와 인격권>에 게재가 확정된 논문은 소정의 원고료를 지급합니다.

자세한 사항은 언론중재위원회 홈페이지(www.pac.or.kr)를 참조하시거나 언론중재위원회 연구팀 (02)397-3042로 문의 바랍니다.