

언론중재

2017 Winter Vol.145

Focus On Media

소셜 플랫폼을 둘러싼
논란과 규제 쟁점

06

디지털 시대의 미디어 이야기

AI 스피커가 바꾸는 일상

72

사건 속 법률

성범죄보도로 인한 2차 피해,
어떻게 막을까

80



인쇄 2017년 12월 26일
발행 2017년 12월 30일
등록 1981년 10월 14일
등록번호 서울중.바 00002
발행인 양인석
편집인 조남태
발행 언론중재위원회 (www.pac.or.kr)
서울 중구 세종대로 124 프레스센터빌딩 15층
전화 02-397-3114

디자인 · 인쇄 ㈜에이치그라운드
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 Winter Vol.145



contents

Focus on Media

소셜 플랫폼을 둘러싼 논란과 규제 쟁점

1. 소셜 미디어와 저널리즘 - SNS發 오보의 원인과 대책 _ 김사승
2. '좋아요'로 공유되는 범죄영상
 - 소셜 플랫폼을 통한 불법·유해콘텐츠 유통실태와 쟁점 _ 홍남희
3. 법적 규제의 중심에 선 소셜 플랫폼
 - 해외의 소셜 플랫폼 규제 논의와 동향 _ 최은경

06

칼럼

언론의 데드라인, 기자의 데드라인 _ 손관승

42

2017년도 언론중재위원회 토론회 발제문

1. 알권리와 공정한 재판, 어떻게 조화시킬 것인가 _ 강동욱
2. 판결비판보도와 사법권의 독립 _ 장철준

46

디지털 시대의 미디어 이야기

AI 스피커가 바꾸는 일상 _ 채반석

72

| | | |
|----------------|--|-----------|
| 사건 속 법률 | 성범죄보도로 인한 2차 피해 어떻게 막을까 나주 어린이 성폭행 사건과 어금니 아빠 여중생 살인 사건을 중심으로 _ 이진아 | 80 |
|----------------|--|-----------|

| | | |
|-------------|--|-----------|
| 판례토크 | 음란 표현물에 대한 새로운 판단기준과 비판 대법원 2017. 10. 26. 선고 2012도13352 판결 _ 황성기 | 88 |
|-------------|--|-----------|

| | | |
|----------------------------|---|-----------|
| 주목할 만한 해외 언론 판결 | 일본의 헤이트스피치 해소법의 주요 내용과 판결 동향 _ 배상균 | 94 |
|----------------------------|---|-----------|

| | | |
|--------------|--|------------|
| 해외통신원 | 독자 중심 철학에서 시작되는 혁신 미국 디지털 저널리즘 혁신 사례와 동향 _ 이지영 | 106 |
|--------------|--|------------|

소셜 미디어와 저널리즘

- SNS發 오보의 원인과 대책

김사승 · 숭실대 언론홍보학과 교수

들어가며

이 글이 시작된 계기는 지난 9월경 논란이 되었던 ‘240번 버스’ 사건이다. 소셜 미디어를 통해 떠도는 내용을 사실확인 없이 보도해 문제가 된 사례는 오래 전부터 많이 있었다. ‘240번 버스’ 사건은 어쩌다 터진 일회적 해프닝이 아니라는 점에서 심도 있는 논의가 필요한 주제임이 분명하다. 해프닝은 하나, 둘 모여 관성을 가진 현상이 되고 시간이 지나면서 구조적인 문제로 변한다. 이렇게 되면 사람들은 다시 같은 일이 터져도 그냥 지나쳐버린다. 비슷한 일이 반복되니 감각이 무뎠을 수 있는 것이다. 그러나 당한 사람은 주변의 무관심 때문에 더 큰 고통을 느끼게 되고 동시에 무력해진다. 이런 무력감은 문제를 고착화시키고 사회는 점점 황폐해지게 된다.

해법은 아니더라도 논의의 근거는 마련해야 하는 시점이라고 생각한다. 문제의 근원을 파헤치려면 이론을 동원하고 데이터를 모아 분석해야 하지만 내공과 시간이 필요한 일이다. 당장에는 이를 위한 인사이트라도 필요하다. 이 글은 이런 차원에서 소셜 미디어와 언론보도의 관계를 살펴보는 것을 목적으로 한다.

그러자면 소셜 미디어라는 새로운 현상의 특징, 이를 끌어들이는 저널리즘의 태도, 양자와 모두 얽혀 있는 이용자들의 태도들을 살펴봐야 한다. 이를 위해 소셜 미디어 게시물과 관련한 오보사례를 찾아보고, 기자들이 취재보도 과정에서 소셜 미디어를 어떻게 받아들이는지 확인할 것이다. 둘 사

이의 상호관계를 따지다 보면 저널리즘의 본질이 어떤 곤란을 겪는지 자연스럽게 드러날 것이기 때문이다. 이 과정들은 향후 이 문제와 관련된 정책적 논의의 밑거름이 될 수 있을 것이라고 본다.

소셜 미디어 글로 인한 오보 사례들

1) 240번 버스 사건

2017년 9월 11일 ‘서울의 240번 버스에서 운전기사가 아이만 내리고 어머니가 내리지 않은 상태에서 출발했고 버스를 세워달라는 어머니에게 욕설을 한 것을 목격했다’는 글이 서울시 버스운송사업조합 민원 게시판에 올랐다. 해당 글을 여러 언론들이 그대로 받아서 보도했고 페이스북, 트위터 등 소셜 미디어를 통해 급속히 확산되었다. 당연히 버스기사에 대한 비난이 쏟아졌다. 이후 다른 목격자, 관련 인물의 진술이 소셜 미디어 등을 통해 확산되자 다시 언론들은 그 내용을 중계하듯 보도하면서 일은 커져갔다. 자극적 제목을 달기까지 했다. 그러나 서울시에서 CCTV를 통해 사건경위를 파악한 결과, 버스기사는 규정대로 정차한 것으로 확인되었다. 버스기사의 잘못은 없었던 것이다.

문제는 목격자가 보았다는 상황이다. 목격자가 전한 내용은 아이 엄마의 정차요구 장면 이후부터였다. 아이는 혼자 버스에서 내렸고 엄마는 버스가 떠난 후에야 이 일을 알아차렸다. 그제서야 엄마는 이미 출발한 버스를 세워달라고 요구했다. 목격자는 사건의 일부분만 전달함으로써 커다란 소란을 만든 것이다. 사건 전체를 놓고 보면 아이 엄마의 뒤늦은 대응이 문제의 발단이었지만 목격자는 이 부분을 간과했다. 해프닝은 버스기사의 딸이 올린 침착한 글을 통해 해결의 실마리를 잡아나갔다. 그녀의 아버지는 버스가 출발한 뒤에는 출입문을 열 수 없다는 규정을 준수했고, 욕을 하지도 않았다는 것이다. 버스기사의 딸은 그럼에도 불구하고 아이와 떨어진 엄마의 고통에 대해 죄송하다고 사과했다. 나중에 서울시가 CCTV를 공개하면서 소문은 바로 잡혔다. 이렇게 되자 이번에는 아이 엄마와 성급하게 목격담을 올린 사람에게 비난이 쏟아졌다. 기성 언론들은 소셜 미디어나 커뮤니티 사이트에서 퍼지기 시작한 반대 비난들을 다시 한 번 그대로 전달하는데 집중했다.

2) 경비원 추석선물 사건

며칠 지나지 않아 또 다른 소셜 미디어 관련 해프닝이 일어났다. 지난 9월 30일 인터넷에 ‘경비원 아버지가 컵라면과 사과를 추석 선물로 받았다’는 글이 사과와 컵라면이 찍힌 사진과 함께 게시되었다. 내용상 글을 올린 사람은 선물을 받았다는 경비원의 아들이었다. 이 내용은 기성 언론인 중

양일보가 그대로 전달하는 식으로 기사화되면서 확산되었다. 소셜 미디어 커뮤니티 사이트들은 중앙일보의 보도를 신속하게 퍼날랐다. 포털에서는 해당 기사에 댓글이 4천8백여 개나 붙었다. '세상에 줄게 없어서 컵라면을 명절 선물이라고 주느냐'며 기가 찬 일이라고 한탄한 댓글에는 이를 추천하는 숫자가 1만 6천9백여 개가 달렸다.¹⁾ 그러나 얼마 되지 않아 글을 게시한 사람이 '아버지가 간식으로 받은 컵라면과 사과를 추석 선물이라고 장난으로 속였던 것'이라고 해명했다. 언론들은 아들의 해명성 게시글을 다시 단순 전달했다. 사건 자체는 이렇게 한차례 소동으로 가라앉았으나 비난은 이를 확산시킨 중앙일보 등 기성언론들에게 향했다. 소셜 미디어 글을 확인하지도 않은 채 그대로 받아쓴 언론들이 잘못된 보도에 대한 해명이나 정정 등 필요한 후속조치를 전혀 취하지 않았다는 것이 요지였다.

3) 채선당 사건

소셜 미디어의 확인되지 않은 소문을 그대로 기사화해 문제가 된 사건은 이전부터 있었다. 사람들의 뇌리에서 사라졌을 2012년의 '채선당' 사건을 보자. 그 해 2월 17일 충남 천안 소재 프랜차이즈 식당 '채선당'에서 식당 종업원의 폭행이 있었다는 주장이 소셜 미디어를 통해 확산되었다. 자신은 임신 6개월이었는데 종업원이 자신의 배를 걷어찼다는 것이다. 인터넷과 소셜 미디어는 이를 즉각적으로 퍼날랐고 식당에 대한 비난이 폭발했다. 특히 임신부가 글을 올린 카페가 네이버의 대표적인 육아카페였기 때문에 일은 삼시간에 커져버렸다. 카페의 글은 다른 카페로, 다른 미디어로, 트위터에서 트윗과 리트윗으로 들불처럼 번졌다. 1천 2백 40회나 리트윗된 글도 있었다. 언론들이 보도하기 전에 이미 사이버 공간에서는 분노의 물결이 넘쳐났다. 시차를 두고 언론이 이 소문을 그대로 전한 것은 두말할 필요가 없었다. 그러나 경찰이 개입해 CCTV를 확인한 결과, 문제는 종업원이 아니라 폭행당했다고 주장한 임신부에게 있었던 것으로 드러났다. 임신부가 먼저 종업원을 비하하고 욕하며, 종업원의 머리카락을 잡고 배를 발로 차며 난동부리다 쫓겨났던 것이다. 진실이 밝혀진 것과 상관없이 주인부부는 2억 8천만 원을 들여 암투병 중인 아들을 위해 시작한 가게를 1억 1천만 원에 팔고 시골로 내려가 사람들과 절연한 채 살고 있는 것으로 알려졌다.²⁾

1) 김준경 (2017. 10. 6.). 경비원 부실선물 · 240번 버스논란. 언론이 '가짜뉴스'다. <미디어오늘>. URL: <https://goo.gl/XBMxtS>

2) 정은혜 (2017. 9. 13.). 인터넷 '거짓 글' 때문에...네티즌 비난 폭주하고 사업 망한 점주. <중앙일보>. URL: <http://news.joins.com/article/21933644>

4) 된장국물녀 사건

채선당 사건과 같은 시기에 일어난 이 사건 역시 피해자가 가해자로 뒤바뀐 사건이다. 2012년 2월 24일 한 어머니가 인터넷에 ‘대형서점 공공식당에서 아이 화상 테러 그리고 사라진 가해자를 찾게 도와주세요’라는 제목으로 글을 올렸다. 자신의 아이가 뜨거운 된장국물을 든 가해여성과 부딪혀 얼굴과 가슴에 크게 화상을 입었는데 이 여성은 신원도 남기지 않은 채 그 자리에서 도망쳤다는 것이다. 화상을 입었다는 아이의 부모는 종로경찰서에 가서 가해자를 찾아달라고 했고 동시에 한 포털 사이트에 사건에 대한 글을 올렸다. 이 사건은 그 무렵 발생한 ‘채선당 종업원 임신부 폭행 논란’과 엮이면서 가해자에 대한 네티즌들의 악성 댓글이 이어졌다. 일은 삼시간에 인터넷 공간에 확산되었고 가해여성은 ‘된장국물녀’라고 불리며 비난의 중심에 놓였다. 그러나 논란은 가해자로 지목된 여성이 경찰에 자진 출두해 CCTV를 확인하면서 전혀 다른 결론에 이르게 되었다. 이 여성이 된장국을 나르고 있는데 아이가 식당 안을 달리다가 여성에게 부딪혔다. 이로 인해 여성은 손에 화상을 입었고 아이는 그 자리에서 사라졌다. 가해자는 오히려 화상을 입었다는 그 아이로 인해 피해를 입었던 것이다.

5) 파리테러 당시의 소문들

2015년 11월 13일 프랑스 파리 연쇄테러 사건 발생 이후, 소셜 미디어와 각종 메신저 서비스들은 여러 가지 헛소문들을 실어 날랐다. 그 중 하나가 포토샵으로 조작된 테러범 사진이었다. 아랍계 처럼 수염을 덩수룩하게 기른 청년이 반소매 티셔츠와 방탄조끼를 입고 코란을 들고 있는 사진이었다. 사진은 반 이슬람 정서가 강한 기독교 커뮤니티 사이트들을 통해 급속히 확산되었다. 언론들은 이를 그대로 받아 보도했다. 스페인과 이탈리아 등에서는 당시 테러와 관련된 뉴스에 사진의 인물을 용의자로 지목해 보도했다. 일부 국내 언론들 역시 확인되지 않은 내용들을 그대로 옮겨 싣기도 했다. 그러나 이 사진은 포토샵으로 조작된 가짜라는 것이 밝혀졌다. 원본은 베어렌더 유발(Veerender Jubbal)이라는 캐나다 청년이 아이패드를 들고 욕실 거울에서 자신의 모습을 찍은 사진이었다. 이 청년은 무슬림이 아니라 시크교도였다. 조작 사진은 온라인 게임 때문에 청년에게 앙심을 품은 사람들이 조작해 트위터로 전파한 것으로 알려졌다.

당시 우버도 소셜 미디어의 유언비어 때문에 곤혹을 치렀다. 테러 직후 우버가 요금을 400% 올렸다가 서비스 중단했다는 얘기가 트위터 등에 돌았다. 미국 시사주간지 타임 등 일부 언론들은 당시 파리의 정규 택시기사들은 요금 미터기를 내리고 집으로 돌아가는 승객들을 무료로 태워 주었는데 우버는 요금을 올렸으며 우버를 강력하게 몰아쳤다. 그러나 이는 사실무근이었다. 전문가들은

이런 소문이 2012년 허리케인 샌디가 뉴욕을 덮쳤을 때와 2014년 시드니 인질극 당시 우버가 요금을 대폭 할증한 사실 때문에 급속히 확산된 것으로 추정했다. 그러나 우버는 테러가 일어나자 파리 지역 우버차량의 요금변동 기능을 없애 전에 일어났던 일을 미리 차단했었다.

소셜 미디어의 취재활용

1) 소문의 소셜 미디어 유통 특성

사례들에서 보듯이 소셜 미디어와 뉴스의 관계는 우리가 전혀 예상치 못한 방향으로 전개되고 있다. 소셜 미디어 등장 이전에는 전통적인 저널리즘이 뉴스의 생산에서 유통, 소비의 전 과정을 지배했다. 소셜 미디어 등장 초기만 해도 이들은 전통 저널리즘이 생산한 뉴스를 옮겨다 확산하는 수준이었다. ‘뉴스는 전통 저널리즘이 생산하는 것’이라는 점을 암전히 받아들였다. 그러나 최근에 벌어지고 있는 소셜 미디어의 각종 마녀사냥들은 암전한 소셜 미디어의 시대가 끝났다는 것을 보여준다. 소셜 미디어가 직접 뉴스를 생산하는 상황이 펼쳐지면서 단순한 소비통로의 모습은 사라졌다. 이용자나 확산자가 아니라 생산자로서의 소셜 미디어에 대한 이해가 필요한 상황이다.

소셜 미디어를 단순히 화제성 소문을 공급하는 경로로만 치부해서는 안된다. 그런 식으로는 이해하기 어려운 현상들이 곳곳에서 나타나고 있다. 통계는 이들이 다루는 영역이 날로 넓어지고 있음을 잘 보여준다. 2017년 9월 18일 세계일보 기사³⁾에 의하면 과거 소셜 미디어에서 화제가 됐던 뉴스 분야는 연예, 스포츠 등으로 가십성 화제 즉, 연성이슈들에 집중됐다. 그러나 최근 몇 년 동안 무게중심이 사회 분야를 거쳐 정치 분야로 이동해 경성이슈들로 완전히 옮겨왔다. 2015년부터 2017년까지 소셜 미디어에서 화제를 일으키면서 언급된 뉴스 30만 5,834건을 분야별로 살펴보면, 2015년에는 폭력, 교육, 사과문 등을 키워드로 하는 사회 분야 이슈들이 59%, 연예인의 열애, 결별, 사생활과 같은 연예 분야가 35%를 차지했다. 정치분야는 6%에 불과했다. 2년 전에 벌써 사회적 이슈의 유통이 그동안 온라인의 주류 장르로 알려진 연예분야를 24%나 앞질렀던 것이다. 경성이슈로의 이동은 최근 들어 더욱 급격하게 진행되고 있다. 특히 정치 분야에 대한 언급이 급격히 늘어났다. 2017년 통계를 보면 정치, 대선, 정치수사 등 정치 분야가 41%까지 늘어나 사회분야에 이어 두 번째로 많이 언급된 영역으로 나타났다. 2015년 정치 분야는 고작 6%에 불과했던 것에 비하면 놀라운 성장이다. 사회 분야는 45%를 차지해 여전히 가장 많이 언급된 분야였지만 2년 전에 비

3) 김연주 (2017. 9. 18). SNS를 통한 뉴스 생산 ... '정보의 무비판적 수용'이 낳은 부작용 우려도. <세계일보>. URL: <http://www.sedaily.com/NewsView/10L2QAPA8T>

해 14% 줄어들었다. 연예 분야는 21%나 줄어 14%에 그쳤다. 이는 진보와 보수의 대립이 고착화된 사회적 갈등이 소셜 미디어의 뉴스 유통 영역으로 전이된 탓이라고 볼 수 있을 것이다. 정치권이 소셜 미디어 전략 수립에 전력을 투구할 수밖에 없는 이유를 짐작할 수 있는 대목이다.

소셜 미디어와 정치가 이처럼 밀접한 관계를 맺게 된 것은 이미 오래 전부터 예견된 일이다. 미국의 경우 2006년 대선에서 오바마의 페이스북에 가입한 소셜 미디어 이용자 수가 그대로 득표율로 연결되면서 정치적 수단으로서 소셜 미디어의 활용가치를 보여주었다. 국내에서도 2010년 6월 지방선거를 시작으로 2012년 대선에 이르기까지의 과정에서 트위터의 영향력이 점점 커져갔다. 주요 선거를 거치면서 소셜 미디어가 유권자들의 정치적 관심을 활성화시키는 촉매기능을 한다는 것이 확인되었다. 소셜 미디어의 정치적 영향력은 이미 정치권이 외면할 수 없는 상황에 이르렀고 이에 따라 언론 역시 소셜 미디어를 뉴스생산의 주요 장치의 하나로 받아들일 수밖에 없게 되었다. 그러나 소셜 미디어의 정보나 이슈들을 기사화 하는 데는 생각하지 못한 여러 문제들이 발생할 수 있다.

위에서 제시한 간단한 사례들만 보더라도 부작용을 대충 짐작할 수 있다. 먼저 240번 버스 사건의 경우를 보자. 문제의 핵심은 부실한 목격이다. 목격자는 버스가 떠난 다음의 아이 엄마의 뒤늦은 대응만 놓고 분노했다. 목격 전에 벌어진 상황을 모르는 목격자의 폭로가 사실을 전혀 엉뚱한 곳으로 몰아갈 수 있음을 확인할 수 있다. 현장목격이란 어쩔 수 없이 사실구성의 불완전성에서 자유로울 수가 없다. 현장목격담에는 사건의 맥락은 거의 배제되기 때문이다. 단지 현장이라는 강력한 사실성 때문에 본질적인 불완전함은 대부분 묻혀버린다. 저널리즘 연구들 역시 이집트의 아랍의 봄을 비롯한 격변의 현장에서 전달되는 목격담들을 소셜 미디어의 위력이라고 분석했지만, 현장 목격담이 반드시 충분한 사실이나 완전한 진실을 전해주지 못한다는 점은 제대로 짚어내지 못했다.

두 번째 사례로 들었던 경비원 추석선물 사건은 전통적인 저널리즘의 성급함과 부실한 접근이 문제를 만들어낸다는 점을 보여준다. 사건의 실체를 파악하는 것은 기본적인 취재관행에 해당한다. 디지털 미디어 환경에서는 이런 취재관행이 특히 중요하다. 위에서 다시 논의하겠지만 소셜 미디어와 구분되는 기존 저널리즘의 특성은 조직적 생산에 있다. 전통 저널리즘은 취재기자와 간부 사이의, 취재영역과 편집영역 사이의 다양한 수준의 필터링이 반복적으로 이루어지는 조직적 생산과정을 거친다. 따라서 경비원 추석선물 사건은 소셜 미디어상의 해프닝과 별개로 전통 언론사의 성급한 보도가 사태를 확대시킬 수 있다는 또 다른 문제를 보여준다. 독자들은 전통 저널리즘의 뉴스란 조직적 확인과정을 거쳤을 것이라고 믿게 마련인데 이 사건은 그 신뢰를 배반한 것이다. 여기



에 다른 소셜 미디어들은 중앙일보 보도가 이 사건의 확인도장이라 생각하고 보다 자신있게 사이버공간으로 실어 날랐을 개연성이 높다. 즉 전통 저널리즘의 안이한 태도가 문제를 증폭시킬 수 있음을 알 수 있다.

채선당 임신부 폭행 소문을 다룬 세 번째 사례는 소셜 미디어 이용자들 사이에서 쉽게 형성되는 공감 또는 공유가 심각한 문제를 일으킬 수 있음을 보여준다. 특정 관심을 공유한 커뮤니티 사이트의 무비판적 공감 요소에 주목해야 한다. 임신부에 대한 폭행 사건은 육아카페에서는 뒤도 돌아보지 않고 공분을 자아낼 수 있는 사건임에 틀림없다. 사람들이 쉽게 감정이입을 하면 소문은 걷잡을 수 없이 확산되게 마련이다. 그 확산 규모나 속도가 일정 수준을 넘어서면 언론은 일단 이를 속보로 전달하는데 매달릴 수밖에 없고 때문에 확인과정을 거칠만한 시간적 여유를 가질 수 없게 된다. 언론보도 이전에 이미 사이버 공간이 불타오르고 있는 상황에서 여유를 부릴 수 없다고 판단하게 되는 것이다.

소문 또는 주장이 일방향성과 일방성으로 연결되는 패턴을 이루면서 문제를 초래하기도 한다. 된장국물녀 사건과 채선당 임신부 폭행 사건의 소셜 미디어 글들은 가해자가 피해자라고 주장하면서 진짜 피해자를 마녀사냥하는 극단적인 일방향성 이야기 구조를 갖고 있다. 이런 일방향성은 약자의



피해라는 프레임은 통해 더욱 강력한 힘을 가지면서 퍼져 나갔다. 임신부 폭행과 어린이 화상테러라는 약자에 대한 폭력을 호소하는 것이 확산의 동력이었다. 이런 호소는 약자에 의한 일방적 주장으로 이루어진다. 주장의 당사자가 피해를 입은 약자다. 약자의 피해와 피해자에 의한 일방적 주장이 결합되면서 가해자는 순식간에 마녀가 되어버린다. 소문이나 주장을 확인하기보다는 약자에 대한 동정과 가해자에 대한 비난이 훨씬 쉽게 퍼져 나가게 된다. 소문의 일방성 구조는 파리테러범의 사진조작 사건에서도 확인할 수 있다. 테러범은 전세계가 하나같이 분노를 일으킬 수 있는 대상이 된다. 테러범 사진조작 해프닝 역시 일방성을 가진 주장인 것이다.

소셜 미디어의 힘은 이처럼 다양한 문제를 야기할 수 있다. 불완전한 현장목적, 성급한 기성 언론의 단순 전달, 특정 커뮤니티의 공감에 기반한 확산, 주장의 일방향적 일방성 구조 등은 소셜 미디어를 통한 소문이 언제든지 예기치 못한 문제를 일으킬 수 있음을 보여준다. 전통 저널리즘이 뉴스 생산 관행에 기반해 취재하고 보도할만한 겨를 없이 소문이 사이버 공간을 덮어버릴 수 있는 것이다. 물론 전통 저널리즘의 대응을 무력하게 만들 수 있는 요소들은 이외에도 많다. 또 예상치 못한

요소들이 새로 등장할 수도 있다. 이런 잠재적 문제들에도 불구하고 언론은 소셜 미디어를 취재보도의 필수 요소로 받아들이고 있다.

2) 취재보도를 위한 소셜 미디어 이용

소셜 미디어라면 보통 블로그, 트위터, 페이스북 등을 떠올릴 수 있다. 블로그는 블로거가 쓴 글이 핵심이므로 전통미디어와 유사한 점이 있다. 이에 비해 트위터와 페이스북은 이용자들끼리의 소통에 무게중심을 두기 때문에 블로그 보다 소위 말하는 ‘소셜’적 속성이 강하다. 그럼에도 이들 역시 작성자의 글을 제공한다는 측면에서 전통미디어적 요소도 갖고 있다.

전통 저널리즘 입장에서 보면 소셜 미디어는 무엇보다 뉴스를 빨리 전파하고 널리 확산시킬 수 있는 출판 플랫폼의 가치를 갖고 있다. 속보를 신속하게 배포하거나 후속 기사를 관리할 수 있는 플랫폼으로 이용하는 등 특정한 서비스 수단으로 활용할 수 있다. 그러나 언론들은 이런 출판 플랫폼으로서의 기능보다는 독자와의 소통통로로서 그리고 취재도구로서의 활용에 더 주목하고 있다.

방은주와 김성태(2014)는 기자들이 소셜 미디어를 취재보도에 활용하는 행태는 기자 개인적 가치, 정보원 활용, 언론사 조직 차원의 다양한 요인들이 결합되어 있다는 점을 분석했다.⁴⁾ 이들의 분석에 의하면 소셜 미디어 덕분에 저널리즘에는 세 가지 변화가 일어나고 있다. 첫째, 출입처에서 벗어난 취재가 가능하다. 사실여부 확인, 보도자료의 확보 및 배경정보 입수, 뉴스아이템 탐색 등을 소셜 미디어를 통해 해낼 수 있기 때문이다. 둘째, 소셜 미디어가 생산한 정보를 기자들이 적극적으로 수용하고 재생산한다. 기자들이 소셜 미디어 정보의 유통자 역할을 하면서 이를 확대재생산할 수 있다는 것이다. 셋째, 기자들이 소셜 미디어를 자신의 기사에 적극적으로 적용한다는 점이다. 정보를 단순히 인용하는 데서 그치는 것이 아니라 다양한 방식으로 기사에 녹여낼 수 있다.

이들의 분석은 저널리즘 사회학 관점에서 보면 중요한 시사점을 갖고 있다. 전통적인 뉴스생산 관행인 취재원 중심의 정보수집 행태가 변할 수 있다는 점을 찾아냈기 때문이다. 기자들이 소셜 미디어의 정보를 기사에 다양하게 녹여낸다는 것은 쉽게 생각할 수 있다. 그런데 기자들이 소셜 미디어의 정보를 확대재생산한다는 것은 보다 주의를 기울일 필요가 있다. 기자들의 소셜 미디어 정보 이용이 기자와 소셜 미디어 사이의 수직적 관계를 의미한다면, 소셜 미디어 정보의 확대재생산은 이 관계가 수평적 관계로 진화할 수 있음을 보여준다. 그만큼 소셜 미디어가 취재보도에 미치는 영향은 중요한 의미를 지닌다.

4) 방은주·김성태 (2014). 소셜 미디어 등장 이후 뉴스 제작 과정 변화에 대한 국내 언론사 기자들의 인식 연구. <언론과학연구>, 14권 2호, 113-156.

좀 더 구체적으로 살펴보자. 먼저 트위터의 취재보도 활용이다. 트위터는 미처 발견하지 못한 사각지대나 숨겨진 진실을 발굴할 수 있는 창구로 이용할 수 있다. 아랍의 봄 사건이나 아시아나 비행기 LA 공항 추락사건 등을 비롯해 국제적 파장이 큰 사건의 경우 특파원이 없더라도 트위터의 현장목격을 통해 뉴스생산이 가능해진다. 맞춤형 제보를 얻을 수도 있고 간단한 설문조사도 가능하다. ‘광파리의 글로벌 IT 이야기’라는 블로그를 운영하는 한국경제신문의 IT전문기자 김광현(2011)의 설명⁵⁾을 보자. 우선 유명 취재원의 트위터를 팔로우하면서 기사 아이디어들을 확보할 수 있다. 정치인, 연예인, 스포츠 스타, 경제인의 트위터 팔로우는 이제 취재의 필수가 되었다. 유명인사들의



의 적극적인 소셜 미디어 이용 덕분에 다양한 취재원과 인맥을 구축할 수 있다. 이들의 트위터 발언을 직접 인용할 수도 있다. 또 이들의 트위터를 팔로우하다 보면 취재원의 평소와 다른 동향을 쉽게 파악할 수 있다. 이를 더 파고 들어가거나 보충 취재하면 자신만의 기사를 만들어낼 수 있다. 출입처 취재원들의 트위터 계정만

모아놓은 트위터 리스트를 이용하는 기자들이 늘어나는 것도 트위터 기반 취재의 일상화를 보여준다. 또 트위터를 취재 메모공간으로 활용할 수도 있다. 취재원의 트위터 타임라인을 통해 얻은 취재 아이템을 메모하고 유용한 정보의 핵심요소들을 메모해 두기도 한다.

그러나 보다 주목해야 할 것은 소통도구로서의 소셜 미디어 이용이다. 다시 김광현의 설명을 들어 보자. 그는 블로그와 트위터를 중심으로 한 취재보도 행태를 다음과 같이 설명했다. ‘광파리의 글로벌 IT 이야기’ 블로그는 전체 내용의 70%는 기자가, 30%는 독자가 채운다는 생각으로 구성한다. 여기서 중요한 것은 기자가 채우는 내용이 아니라 독자들이 제공하는 30%의 내용이다. 김광현은 독자들의 30% 글들은 댓글과 답글을 통해 블로그 주인인 기자와 소통하고자 하는 소리들이라고 이해했다. 자신이 아는 것을 기자에게 알려주고자 하는 내용들이 대부분인데 이는 바로 소통에 대한 의지라는 것이다. 독자들은 이런 소통을 통해 자기정체성과 자기정당성을 확인하고자 한다. 전통적인 저널리즘 플랫폼은 일반인들이 접근하기 어려운 공간이다. 그런데 블로그라는 공간에서 제

5) 김광현 (2011). 기자의 소셜미디어 활용. <관훈저널>, 2011년 봄호, 89-96.

도권 저널리스트와 직접 대화를 나누고 자신의 발언을 제시함으로써 자신의 정체성과 정당성을 확인할 수 있다. 따라서 기자들이 블로그를 구성할 때는 전통 저널리즘이 그러한 것처럼 계도주의적, 계몽주의적 태도로 다가서는 것은 위험하다.

블로그는 기자의 포스팅이 소통의 중심을 차지한다. 이에 비해 트위터는 보다 대화지향적 구조를 갖고 있다. 독자소통 차원에서 보면 블로그보다 트위터가 더 효율적이다. 어떤 경우든 독자와 특정한 분야나 성격의 커뮤니티를 형성할 수 있게 되면 독자소통의 효력은 커진다. 숨겨진 취재원을 찾아낼 수도 있고, 기사에 대한 독자들의 생각을 쉽게 확인할 수 있다. 독자들이 원하는 기사가 어떤 것인지도 가늠할 수 있다. 이런 효과들은 기자가 퍼스널리티를 가질 정도로 스타가 되면 더 커진다. 기자가 개인 브랜드를 구축하게 되면 훨씬 쉽게 얻을 수 있는 효과다.

소셜 미디어의 한계

이런 장점들에도 불구하고 소셜 미디어로 인한 취재보도의 부작용은 만만치 않다. 무엇보다 위험한 것은 편향성이다. 취재원의 트위터를 팔로우한다는 것은 그 취재원의 관점으로 세상을 이해하는 편향된 사고를 가질 수 있다는 것을 의미하기도 한다. 정치인이나 연예인은 소셜 미디어를 통해 잘 계산된 자기홍보를 수행한다. 이런 취재원들을 팔로우함으로써 기사선정이나 작성에 이들의 주장이 녹아드는 위험은 항상 존재한다. 자신이 팔로우하는 트위터를 통해 얻은 기사이슈에 실제보다 더 큰 의미나 가치를 부여할 수도 있다.

황유선(2013)은 이런 위험성을 좀더 자세하게 분석⁶⁾했다. 정치인들은 트위터 팔로워 등 소셜 미디어에서 인맥을 많이 보유하고 있다. 그런데 자세히 보면 이들은 코팔로우(co-follow), 맞팔로우 등 서로 팔로잉을 하는 상호 네트워크 행태를 보인다. 이를 통해 상호관계는 집중되고 편중된다. 이들을 팔로우하는 이용자들 역시 이런 관계에 따라 집중과 편중현상을 보일 수 있다. 이때 허브가 되는 오피니언 리더 그룹



6) 황유선 (2013). 뉴스 소스로서의 SNS 역할과 그 문제점. <언론중재>, 통권 제128호, 90-107.



에 속하는 트위터가 이용자들을 특정한 방향으로 끌고 갈 수 있다. 편향된 정보의 확산이 일어날 가능성이 항상 존재하는 것이다. 황유선(2013)은 특히 진보성향의 정치인들이 이런 경향이 짙다면서 이로 인해 이념의 양극화까지 일어날 수 있다고 지적했다. 또 정치인들을 팔로우하는 이용자들은 쉽게 특정 성향을 중심으로 공감대를 형성하

게 되고 나아가 이것이 이용자들의 정치적 행동에도 영향을 미친다고 보았다. 그는 또 실제 정보의 가치나 진위, 신뢰도 등은 정보 자체의 속성보다 이를 전하는 소스, 즉 트위터의 인기나 화술, 나아가 선호도에 의해 좌우될 위험이 있다고 덧붙였다. 다시 말해 소셜 미디어는 네트워크의 특성상 관계의 편향성을 강화하는 경향을 갖고 있다는 것이다. 이를 이용하는 기자들이 균형잡힌 시각을 유지하기 어렵다는 점은 쉽게 짐작할 수 있다.

만일 기자가 이미 편향적인 시각을 갖고 있다면 이런 소셜 미디어의 영향은 더욱 위험하게 된다. 인지부조화이론에 의하면 사람들은 자신의 신념과 부합하지 않는 정보를 회피함으로써 현실과 자기 인식의 부조화를 줄이려는 노력을 한다. 정보 자체의 가치나 의미가 정보수용의 기준이 아니라는 것이다. 때문에 자기의 가치관이나 주관적 관점에 부합하는 정보를 선별하여 이용하는 선택적 노출이 일어난다. 정보이용의 편향성이 초래되는 것이다. 트위터에 대해서 기자가 주관적 편향성에 따라 선택적 노출을 한다고 생각해 보라. 취재과정에서 수집하는 정보도 편향될 뿐만 아니라 정보에 대한 평가와 판단, 또 이를 기반으로 작성하는 기사 역시 편향성에서 벗어나기 어려울 것이다.

소셜 미디어 저널리즘에 대한 이해

소셜 미디어의 정보 또는 소문이 뉴스화될 때 발생할 수 있는 문제들은 소셜 미디어의 속성을 제대로 이해한다면 충분히 예상할 수 있는 것들이다. 장점들도 마찬가지다. 소셜 미디어의 이용자들은 과거와 전혀 다른 정보소비 행태를 보인다. 가장 눈에 띄는 변화는 이용자들이 생산과 소비의 경계를 수시로 넘나든다는 것이다. 소셜 미디어는 ‘이용자들 사이의 의견, 생각, 경험, 시각 등의 공유를 통해 사회적 의미를 생산하는 것’으로서 미디어의 권력을 기존의 사회시스템에서 공동체로 옮겨놓는 것을 목적으로 하는 미디어 생산양식’이라고 정의할 수 있다. 소셜 미디어를 통한 소비는 과거처

럼 수동적인 소비가 아니다. 이는 생산과 소비를 동시에 한다는 생비자(prosumer)의 개념과도 다르다. 이용자들은 소셜 미디어의 정보를 이용할 때 생산적 소비를 한다. 동시에 소비적 생산을 하기도 한다. 뉴스는 이런 의미가 가장 잘 드러나는 영역이라고 할 수 있다.

백달(Baekdal, 2009)의 정리⁷⁾를 보자. 먼저 소셜 미디어에서 말하는 뉴스의 의미는 기존의 것과 다르다. 사회적 의미보다 개인적 관심사가 중요하다. 개인이 알고자 하는 모든 것이 뉴스가 되고, 개인에게 맞추어진 뉴스가 된다. 둘째, 뉴스의 일방향이 사라지고 공유를 주요 덕목으로 삼는다. 공유를 통해 다른 사람들에 의해 평가되고 이용자들끼리 서로 배포한다. 셋째, 뉴스는 이용자들의 평가에 반응한다. 이는 이용자들 사이에서 이루어지는 확산에 뉴스공급자가 기여하는 것이기도 하다. 넷째, 기사를 우회하면서 직접 오리지널 뉴스 소스를 찾아내고 소통하려고 한다. 중간 매개체인 전통 저널리즘의 간섭이나 해석에 따라 뉴스를 이용하지 않으려고 한다. 다섯째, 일회적 소비에 그치지 않고 사건 전개에 따라 지속적으로 뉴스를 찾는다. 여섯째, 누구나 어디서든 뉴스를 생산할 수 있다.

이런 논의대로라면 소셜 미디어가 제공하는 뉴스정보들은 전통적인 저널리즘의 기준을 통과하기 어렵다. 사회 전체의 가치보다 개인적 가치와 기준을 우선한다는 점은 특히 그렇다. 사회문제에 대한 감시견 기능은 사회 전체의 이익 추구하고 사회 통합을 목표로 하는 저널리즘의 사회적 시멘트 역할의 핵심인데 이것이 무너질 수 있기 때문이다. 요컨대 소셜 미디어 정보들은 우리 사회가 그간 보편적으로 받아들여온 저널리즘의 기준에서 크게 벗어나 있는 것이다. 그러나 이 말이 소셜 미디어의 가치를 부정해야 한다고 주장하는 것은 아니다. 한계만 보지 말고 가치를 제대로 평가해 그에 맞는 활용방법을 찾아야 한다.

소셜 미디어의 다양한 특성들은 테크놀로지 발전이 창출한 다양한 현상들이 뒤엉킨 복합적 변화에 따라 형성되는 것들이다. 이를 수용하지 못하면 테크놀로지를 기반으로 급격하게 진행되는 변화들을 제대로 수렴해내기 어렵다. 소셜 미디어와 이용자의 밀접한 상호관계가 가져오는 저널리즘의 변화를 짚어봐야 한다. 첫째, 뉴스소비 흐름에 대한 통제권이 이동하고 있다. 소셜 미디어 환경에서는 이용자가 자신의 뉴스소비 흐름을 통제할 수 있다. 지금까지 이는 전적으로 제도권 기자들이 독점해왔다. 둘째, 뉴스의 개방성이다. 소셜 미디어에서는 모든 종류의 소스들이 뉴스 소스로서 가치를 갖는다. 주류 저널리즘의 뉴스가치 기준으로 보면 받아들일 수 없는 것들까지도 가치를 갖는다. 권위적 엘리트가 아닌 정보원들이 얼마든지 뉴스 소스로 등장할 수 있다. 소셜 미디어 이용자끼리 공유하는 정보들도 가치를 부여한다. 이 같은 공유적 뉴스소비는 생산과 소비의 일치성을 보여주는 가장 특징적인 현상이다. 셋째, 소셜 미디어의 뉴스란 철저하게 목표화된 뉴스다. 이용자들

7) Baekdal, T. (2009). *What the heck is social news*. URL: <http://www.baekdal.com/media/social-news-explained>

은 자신들의 개인적 필요성과 연관성을 갖는 뉴스나 정보에 대해 집중적인 관심을 보낸다. 뉴스의 사회적 의미, 사회적 통합 추구 등의 전통적인 뉴스범주와 완전히 다르다. 넷째, 이용자들은 뉴스 소스들로부터 직접 뉴스정보를 확보하려고 한다. 전통 저널리즘의 중재 또는 필터링을 거치지 않는다. 취재보도의 전문성, 필터링, 편집 등 전문적 생산역량을 거치지 않더라도 뉴스 가치를 인정할 수 있다. 이런 변화는 소셜 미디어가 이용자에 의한 생산과 소비의 일치, 뉴스의 소비적 생산 등의 새로운 뉴스소비 환경을 만들어내고 있음을 의미한다. 요컨대 새로운 미디어 환경에서의 저널리즘은 생산과 소비의 유기적 관계가 형성되고 있는 것이다.

나가면서


전통적인 저널리즘의 관점에서 보면 저널리즘 공동체가 오랫동안 추구하고 유지해온 요소나 기준들이 작동되지 않는 것은 문제적 상황이다. 이런 오작동을 초래하는 요소들은 통제되거나 규제되어야 하는 대상으로 본다. 그러나 저널리즘은 살아 있는 유기체다. 저널리즘은 사회현상의 반영이고 사회는 살아 움직인다. 구조, 규제, 제도적 틀에 딱 들어맞을 수도 없고 때로는 불가피하게 저항해야 하는 경우도 있다. 움직이는 타깃이라는 점에서 저널리즘은 본질적으로 언제나 말썽의 소지를 안고 있다고 할 수 있다. 소셜 미디어를 이용한 취재행태 역시 그런 관점에서 이해하려는 노력이 필요하다. 물론 이 말이 소셜 미디어 관련 많은 문제들에 대해 면죄부를 주는 것으로 들려서는 안된다.

무엇보다 소셜 미디어와 전통 저널리즘의 영역을 구분해서 접근하는 것이 필요하다. 소셜 미디어가 갖고 있는 독특한 메커니즘은 그 영역 안에서는 정당성을 가질 수 있다. 이는 소셜 미디어가 기



반으로 하는 테크놀로지와의 호응성 때문이다. 소셜 미디어 테크놀로지는 개인적 목적, 생산적 소비, 전통 저널리즘의 우회, 이용자 사이의 공유와 상호평가 등과 같은 독특한 속성들이 가장 효율적으로 작동할 수 있는 환경요소다. 이 글이 주목했던 문제들은 이를 전통 저널리즘 영역으로 이전시키는 과정에서 발생하는 것들이다. 소셜 미디어 테크놀로지와 성격이 다른 테크놀로지 환경에서는 소셜 미디어의 정보가 그대로 받아들여지기 어렵다. 뿐만 아니라 그대로 받아들여져서도 안된다. 가치기준은 물론, 작동방식이 전혀 다르기 때문이다. 때문에 이를 위한 변형 프로세스가 필요하다.

소셜 미디어 정보를 전통 저널리즘으로 이전시키기 위한 변형 프로세스는 당연히 전통 저널리즘의 기준이 적용되어야 한다. 이런 점에서 뉴스조직의 조직적 프로세스가 중요하다. 뉴스는 조직적 생산의 결과물이기 때문이다. 조직적 프로세스는 두 가지 차원으로 나눌 수 있다. 하나는 관료적 위계구조이고 다른 하나는 노동분담에 의한 전문성이다. 위계구조는 뉴스룸 안으로 들어오는 정보들에 대한 필터링을 목표로 한다. 동시에 최종 뉴스가 뉴스조직 전체가 추구하는 전략적 목표들과 조화를 이루도록 통제하기 위한 것이다. 전문성은 뉴스생산의 효율성을 위한 장치라고 할 수 있다. 복잡한 사회현상을 세분화해 다룸으로써 결과물의 정확성과 심층성 및 질을 담보할 수 있다.

이런 조직적 프로세스를 구체적으로 담아낼 수 있는 것이 뉴스생산 가이드라인이라고 할 수 있다. 워싱턴 포스트나 로이터통신 등은 소셜 네트워크 가이드라인을 두고 있는데 이는 조직적 프로세스의 한 형식이라고 할 수 있다. 소셜 미디어를 통해 들어오는 정보들을 통제하고 동시에 활용할 수 있는 기준을 제시해준다. 뉴스생산 활동의 항상성을 유지할 수 있도록 해주는 제도적 기반이라고 할 수 있다. 소셜 미디어가 안고 있는 다양한 문제들에도 불구하고 뉴스생산에 활용하기 위한 첫 걸음은 여기서부터 시작해야 한다고 본다. 

‘좋아요’로 공유되는 범죄영상

— 소셜 플랫폼을 통한 불법·유해콘텐츠 유통실태와 쟁점

홍남희 · 연세대 커뮤니케이션연구소 전문연구원

바야흐로 소셜 플랫폼의 시대다. 페이스북, 트위터, 유튜브로 대표되는 SNS는 개인 간 친교 목적의 소통 매체일 뿐 아니라 뉴스, 상거래, 광고, 게임 등 다양한 서비스를 제공하는 종합 플랫폼으로 성장했다. 세계적으로 페이스북의 월간 이용자 수는 2016년 9월 현재 17억 9천만 명 정도로 집계되고 있으며, 페이스북 산하의 인스타그램 이용자 수도 5억 명을 돌파했다. 이러한 이용자 수의 증가는 광고를 주력 사업으로 하는 페이스북의 광고 매출액 증가로 이어진다. 2016년 3분기 페이스북 광고 매출액은 전년 동기 대비 59% 증가한 68억 1,600만 달러(약 8조 1,300억 원)에 달했고, 모바일 광고 비중은 84%나 됐다.¹⁾ 동영상 플랫폼 중에서는 유튜브가 전 세계적 우위를 차지하고 있다. 한국에서도 유튜브가 네이버 TV, 아프리카TV, 다음 TV팟 등을 제치고 국내 월간 사용자 수(2,457만 명)와 1인당 평균 사용시간(826분) 면에서 압도적 우위를 차지하고 있다.²⁾

공유와 참여, 자유 등의 긍정적 가치로 의미화되어 왔던 소셜 플랫폼들은 각국의 민주화 운동에 중요한 매체로 활용되어 왔고 풀뿌리 민주주의 및 참여 문화를 확산하는 데 중요한 역할을 해 왔다. 최근에는 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등이 ‘라이브’ 기능을 추가해 동시간대 접속으로 이루어지는 현장성, 즉흥성을 기반으로 특유의 인터넷 문화가 형성되고 있다. 국내에서는 아프리카TV가 실시간 인터넷 개인방송 문화를 주도해 왔다.

1) 한준호 (2017. 1. 15.). 페이스북 생태계로 빨려 들어가는 10대들... 국내 SNS는 외면. <아주경제>. URL: <https://goo.gl/QMcMxq>

2) 추가영 (2017. 2. 27.). 이름까지 바꾼 네이버TV·카카오TV “유튜브 잡아라”. <한국경제>. URL: <https://goo.gl/vcWvPz>

그러나 한편으로 라이브 기능 도입 이후 자살, 성폭행, 충격 장면 등을 비롯한 자극적이고 선정적인 장면, 범죄 관련 영상이 생중계되는 사건들이 발생하면서 이용자들이 무방비 상태에서 충격적 장면을 접하게 되는 경우가 늘고 있다. 또 소셜 플랫폼을 통해 가짜 뉴스(fake news), 음란물, 혐오 표현을 비롯해 ‘지인 능욕’ 콘텐츠, 디지털 성폭력물 등 불법·유해 정보가 확산되고 있다는 데 대한 문제의식이 커지면서 국가 차원에서 소셜 플랫폼을 규제해야 한다거나 플랫폼 기업들의 자율 규제를 압박해야 한다는 사회적 논의가 국내외에서 부상하고 있다.

이 글에서는 소셜 플랫폼과 관련한 사회적 문제와 불법·유해 정보의 유통 현황 및 실태를 살펴보고, 이에 따라 등장한 규제 논의의 특징 및 쟁점 사항 등에 대해 살펴보고자 한다.

소셜 플랫폼의 부상과 불법·유해 정보의 문제

‘모든’ 개인이 참여할 수 있다는 매체의 개방성은 불법·유해 정보가 유통되는 양 또한 방대해진다. 더구나 사람들의 주목(attention)이 조회 수, 구독자 수 등으로 가시화되고 이것이 광고 수익으로 이어지면서 소셜 플랫폼에 자극적이고 선정적인 콘텐츠를 업로드하는 개인들 또한 늘어나고 있다. 소셜 플랫폼에 대한 규제 논의는 불법·유해 콘텐츠를 업로드한, 즉 범죄를 저지른 개인을 특정해 찾아내기가 어렵다는 데서 기인하는 부차적인 선택이다. 소셜 플랫폼에 콘텐츠의 삭제, 차단을 요청하는 또 다른 이유는 인터넷상 정보 유통의 속도와 범위가 급속히 빠르고 넓기 때문에 관련 피해자의 피해 또한 순식간에 광범위해지기 때문이기도 하다. 사실상 범죄 콘텐츠를 올린 개인 혹은 집단을 찾아내는 것이 관건이겠으나 실질적, 행정적 편의상 소셜 플랫폼에 대한 규제 논의가 부상하는 것이다. 또 소셜 플랫폼이 이용자들의 콘텐츠로 광고 수익 등 이윤을 벌어들이기 때문에 이에 책임을 져야 한다는 목소리도 높아지고 있다.

최근의 문제는 아동, 청소년 계층이 불법·유해 정보에 노출될 가능성이 높아졌다는 점이다. 게다가 페이스북, 유튜브, 틱톡, 인스타그램 등 미국에 기반을 둔 소셜 플랫폼을 이용하는 경우가 대부분이라 해외 기업인 이들에 대한 규제가 쉽지 않다는 어려움이 있다. 한국언론진흥재단이 처음으로 실시한 <2016 10대 청소년 미디어 이용 조사> 결과에 따르면, 지난 1주일 간 SNS를 이용했다고 답한 10대 청소년 응답자가 접속한 SNS는 페이스북이 85.8%로 가장 많았으며, 뒤이어 인스타그램이 31.5%, 카카오톡이 21.5%, 트위터 17.9%, 네이버 밴드 15.9% 등으로 해외 소셜 플랫폼이 대부분인 것으로 나타났다.³⁾ 이렇게 아동, 청소년층의 소셜 플랫폼 이용이 증가하면서 인

3) 한국언론진흥재단 (2016). <2016 10대 청소년 미디어 이용 조사>. 124. URL: <https://goo.gl/okpJ9E>

터넷에서 혐오 콘텐츠, 선정적 콘텐츠 등 문제적 콘텐츠를 접하는 통로도 소셜 플랫폼이 큰 비중을 차지하고 있다.

방송통신심의위원회는 2016년 한 해 동안 인터넷을 통해 유통되는 불법·유해정보 20만 1,791건에 대해 시정요구했다. 이는 2013년 10만여 건에 대비해 불과 3년 만에 두 배 증가했음을 보여주는 수치이며, 전년 대비로도 35.7%가 증가한 것이다. 방송통신심의위원회는 보도자료에서 이러한 수치 증가가 SNS 및 스마트폰 이용 확대로 음란, 성매매 등 불법·유해 정보에 대한 노출 위험이 매우 심각한 수준에 이르렀기 때문이라고 덧붙였다. 방송통신심의위원회의 시정요구는 해당 콘텐츠에 대한 삭제, 이용해지(이용해지 및 이용정지 등), 접속차단, 기타⁴⁾로 나뉜다.

〈표〉 방송통신위원회 불법·유해정보 연도별 시정요구 건수

| 시정요구 | 2012년 | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 |
|--------|--------|---------|---------|---------|---------|
| 삭제 | 17,827 | 22,986 | 24,581 | 27,650 | 35,709 |
| 이용해지 등 | 14,342 | 16,914 | 10,031 | 9,821 | 8,422 |
| 접속차단 | 39,296 | 62,658 | 97,095 | 111,008 | 157,451 |
| 기타 | 460 | 1,842 | 1,177 | 272 | 209 |
| 총 계 | 71,925 | 104,400 | 132,884 | 148,751 | 201,791 |

출처: 방송통신심의위원회 보도자료 (2017. 2. 21.). <https://goo.gl/gHnu89>

시정요구의 유형을 살펴보면 해외 불법정보에 대한 ‘접속차단’이 157,451건으로 전체 시정요구의 78.0%를 차지하는 것으로 나타났다. 방송통신심의위원회 보도자료에 따르면 이는 해외 글로벌 사업자가 제공하는 정보통신서비스 이용이 확대된 결과이기도 하지만 불법정보의 유통창구가 국내법 규제, 사법당국의 단속을 피해 해외서비스로 이동했기 때문으로 판단하고 있다. 따라서 해외 불법정보에 대한 시정요구의 실효성 확보를 위해 국제적 협력과 함께 불법사이트 운영자 및 불법정보 게시 악성이용자에 대한 수사기관과의 긴밀한 공조 필요성을 강조하고 있다. 또한 정보의 유형별로는 성매매·음란정보가 81,898건(40.6%)으로 가장 많았다.⁵⁾

그동안 성매매, 음란물을 비롯하여 디지털성폭력, 지인능욕, 몰래카메라 등 일반 개인을 대상으로 한 성적 콘텐츠가 유통되는 주된 통로였던 ‘소라넷’이 국내법을 피해 해외에서 사이트 개설, 폐

4) 청소년유해매체물 표시의무 이행, 표시방법 변경

5) 방송통신심의위원회 보도자료 (2017. 2. 21.). 방통심의위, 2016년 불법·유해정보 20만여건 삭제·차단 조치. URL: <https://goo.gl/gHnu89>

쇄를 반복하다가 국제 공조로 폐쇄 수순을 밟은 이후⁶⁾ 이러한 문제적 콘텐츠의 유통 경로로 새롭게 떠오른 곳이 해외 소셜 플랫폼 ‘텀블러’인 것으로 알려졌다. 텀블러는 올해 상반기에만 음란물 유포 등으로 2만 2,458건의 방송통신심의위원회 시정요구를 받았다. 이는 SNS에 대한 전체 시정요구 건수의 74.4%에 해당하는 수치다. 또 텀블러에서 음란물 유통 단속 건수는 2014년 780건, 2015년 9,477건에서 2016년 4만 7,480건으로 2년 사이 60배가 증가했다.⁷⁾

〈중앙일보〉에 따르면 텀블러를 비롯한 해외 소셜 플랫폼 사이트에서 불법·유해 게시물을 쉽게 접할 수 있게 되면서 6일 현재 청와대 홈페이지 내 ‘국민 청원’ 코너에는 5만 4천여 명의 네티즌들이 “텀블러 같은 해외 사이트들이 음란물 등 유해 게시물을 무단으로 배포하는 것을 처벌해달라.”는 청원 글에 서명했다. 텀블러는 이메일 주소와 ID, 비밀번호를 입력하면 별다른 인증절차 없이 미성년자도 마음대로 자기 나이를 입력해 가입할 수 있으며, 음란 게시물에도 손쉽게 접근이 가능하다는 특징을 보인다.⁸⁾

올 8월 방송통신심의위원회가 미국 텀블러 본사에 이메일을 통해 불법 콘텐츠에 대한 심의 협력을 요청했으나 텀블러 측은 ‘대한민국에 실제 존재하지 않는 미국 회사’라며 한국 정부 요청을 거부한 것으로 알려졌다. 이러한 점은 실질적으로 해외 사업자가 국내법을 준수할 의무는 없으며 한국 정부 또한 이를 강제할 방법이 없다는 점을 확인시켜주는 사례이다.

이처럼 소셜 플랫폼을 통한 불법·유해 정보의 유통은 소셜 플랫폼이 아동·청소년들의 삶에서 중요한 부분을 차지하고 있다는 점에서 더욱 큰 사회 문제로 부상하고 있다. 또 사업자 대부분이 미국 등 해외 사업자이므로 한국의 법을 굳이 따를 의무가 없다는 점은 제2의 ‘텀블러 사태’와 같은 사례가 생길 가능성을 높이고 있다.

문제 콘텐츠의 유형 및 쟁점

국내에서 인터넷상 불법·유해 정보는 방송통신심의위원회의 통신심의 절차에 의해 규제된다. 음란, 명예훼손, 스토킹, 네트워크 교란, ‘영리성’ 청소년유해물, 사행행위, 국가기밀, 국가보안법, 범죄교사 및 방조 등이 「정보통신망법」 제44조의7에 의한 ‘불법정보’로 분류되며, 청소년유해매체물, 기타 ‘심의를 필요하다고 인정되는 정보’가 심의 대상이 된다. 한국은 물론 전세계적으로 소셜 플랫폼의 이용이 대중화되면서 테러리즘 혹은 극단주의 콘텐츠, 디지털 성폭력 콘텐츠, 인종주의와 성

6) 고영득 (2016. 4. 7). 음란사이트 ‘소라넷’ 폐쇄돼... 경찰, 외국 핵심서버 압수. 〈경향신문〉. URL: <https://goo.gl/hPeSHF>

7) 이정수·기민도 (2017. 12. 8). 음란물 도피처 된 ‘텀블러’... 방통위도 속수무책. 〈서울신문〉. URL: <https://goo.gl/N6aR6Y>

8) 하선영 (2017. 12. 7). 음란물 쏟아내는 미국 ‘텀블러’ ... 한국선 왜 처벌 못하나. 〈중앙일보〉. URL: <https://goo.gl/UkWH23>

차별주의에 기반한 각종 혐오 표현(hate speech), 포르노그래피 등 불법·유해 콘텐츠의 유통이 사회 문제로 부상하고 있다. 다음은 최근 문제가 된 몇 가지 사례를 통해 소셜 플랫폼을 통한 불법, 유해 정보의 유통 관련 현황과 쟁점을 살펴보고자 한다.

1) ‘엘사 게이트’: 아동·청소년에게 부적절한 콘텐츠의 유통

최근 아동들이 주로 이용하는 ‘유튜브 키즈’ 앱에서 <겨울왕국>의 주인공 엘사를 비롯한 디즈니 캐릭터들이 등장하는 영상들 중 아동이 시청하기에 부적절한 장면들이 다수 포함되어 있는 것으로 알려져 큰 파장이 일었다. 일명 ‘엘

사 게이트’가 그 예로 엘사를 비롯해 미키 마우스, 잭 프로스트, 스파이더 맨, 헐크 등의 유명 캐릭터가 등장하는 영상 속에서 주인공들이 인분과 소변을 먹고 알코올을 섭취하며 하드코어적인 성적 행동을 하는 내용을 담고 있어 충격을 주었다.⁹⁾ 또 영국 어린이들에게 유명한 페파 피그 캐릭터가 등장하는 유튜브 영상 중 페파가 치과 의사에게 고문을 당하는 등 ‘다크 페파 피그’ 영상이 유통되고 있는 것으로 알려졌다.¹⁰⁾



출처: 유튜브

<그림> ‘엘사 게이트’ 관련 유튜브 영상

유튜브 키즈 앱에서 엘사나 페파 피그 같은 아동용 캐릭터가 등장하는 콘텐츠를 시청할 경우 자동 추천 시스템에 의해 유사한 영상들이 뜨게 된다. 이 과정에서 문제 콘텐츠가 제대로 걸러지지 않게 되면 아동이 클릭하여 이를 시청할 가능성이 높아진다. 유튜브 측은 메인 앱에서 신고를 당하면 이러한 콘텐츠에 연령 제한을 가해 키즈 앱에서 시청이 불가능하도록 만들겠다고 밝혔다. 유튜브 측은 공식 블로그를 통해 해당 영상들을 삭제하겠다고 강조하면서 더욱 엄격하게 운영 가이드라인을 적용할 것이며, 부적절한 동영상에 대한 광고를 중단하고, 미성년자용 동영상에 달린 모든 댓글을 삭제하는 등 부적절한 댓글을 차단하고, 유튜브 키즈 콘텐츠 제작 시 제작자가 참고할 만한 안

9) 이재은 (2017. 11. 25). ‘엘사 게이트’ 유튜브, 광고 끊겨 ... “재발 방지 약속”. <머니투데이>. URL: <https://goo.gl/rdREJp>

10) Alex Hern (2017. 11. 10). YouTube to clamp down on disturbing kids’ videos such as dark Peppa Pig. *Guardian*. URL: <https://goo.gl/5sBDHK>

내서를 제작하겠다고 밝혔다. 또한 24시간 내내 광고 및 콘텐츠 전반을 모니터링, 검토하겠다고도 했다. 한편 아디다스, 도이치뱅크, 캐드버리, 마즈 등 주요 기업들은 유튜브에서 폭력적이고 성적 콘텐츠가 완전히 없어지고 안전장치가 마련되었다는 확신이 들 때까지 유튜브 광고 집행을 중단하겠다고 밝혔다.¹¹⁾



그러나 여전히 유튜브 메인 앱에서는 엘사 등 유명 캐릭터와 관련한 문제 콘텐츠가 유통되고 있다. 또한 성인 부모가 아동의 유튜브 이용시간을 제한하기 위해 타이머를 설정하는 기능이 유튜브 키즈에 마련되어 있지만 알파벳을 읽을 줄 아는 정도의 유·소아라면 비밀번호를 쉽게 풀 수 있는 수준이기 때문에 아동에 대한 실질적 보호 장치가 미흡한 편이다.

신고 시스템이 문제적 콘텐츠를 거르는 데 효과적으로 작동하지 않고 있다는 증거도 있다. 지난 3월에는 영국 BBC가 페이스북에서 아동 성폭력 이미지들 및 실제 어린이 사진을 도용한 이미지에 외설스러운 댓글을 단 경우 등 소아성애자(pedophilia)를 겨냥한 100건의 아이টে็ม을 신고했으나 신고 건수 중 18건만이 삭제되었다. 페이스북은 아동 성폭력 관련 동영상에서 나온 한 이미지가 커뮤니티 기준을 위반하지 않았다는 이유로 처음에는 이를 삭제하지 않았다. 잉글랜드 아동 위원(the Children's Commissioner)인 앤 롱필드(Anne Longfield)는 페이스북 자체의 규제가 “분명히 효과적이지 않다.”고 말하며 “인간이 이를 중재할 수 있을지 의문을 갖게 되었다.”고 의견을 밝혔다. 페이스북 측은 “신고된 콘텐츠는 주의 깊게 검토되며 우리 기준에 반하거나 불법적인 모든 아이টে็ม들이 삭제된다.”고 주장했다. 또 BBC가 페이스북 측에 영상을 보냈을 때 페이스북 측은 아동 착취 및 온라인 보호 센터(CEOP: Child Exploitation and Online Protection Centre)측에 보고했다고 밝혔다.¹²⁾

이처럼 아동·청소년에게 유해한 콘텐츠들이나 아동을 성적 대상으로 묘사한 콘텐츠 등에 대해

11) 김서영 (2017. 11. 29). '엘사케이트'가 뭐길래...광고주 '광고 철회' 유튜브 '사과'. <경향신문>. URL: <https://goo.gl/E9eLBv>

12) Jessica Elgot (2017. 3. 7.). Facebook's response over sexualised child images is 'extraordinary'. *Guardian*. URL: <https://goo.gl/FUchi4>

소셜 플랫폼 기업들도 문제 의식을 공감하고 삭제, 차단 등의 노력을 기울이는 것으로 보이지만, 자유주의 바탕의 미국 기업들이 자체 시스템에서 이러한 정보들을 아동·청소년에게만 원천 차단하게 할 수 있는 방법은 없어 보인다. 다양한 단체, 정부, 이용자들의 신고와 압박으로 기업이 아동·청소년 보호 문제에 보다 관심을 기울이고 더 나은 시스템을 개발하게 하는 것이 중요한 요소임은 확실해지고 있다.

2) ‘갯건배 사건’ : 라이브 스트리밍과 혐오 표현 콘텐츠



인종과 성차별, 소수자 혐오발언을 통해 인기를 얻고 있는 개인방송 진행자들도 문제가 되고 있다. 한국에서 최근 발생한 이른바 ‘갯건배 사건’은 인터넷 개인방송이 구현할 수 있게 된 ‘실시간’의 기능과 여성혐오적 문화가 만났을 때 발생할 수 있는 악의적 사건의 하나였다. 여성 유튜버 갯건배는 게임 ‘오버워치’를 하면서 남성 게이머들에게 들었던 욕을 그대로 되돌려주는 ‘미러링’ 과정에서 6.25 참전 용사를 비하하는 발언 등을

했다는 이유로 남성들의 비난을 받게 됐고, 남성 유튜버 신태일은 갯건배의 영상을 공개해 3일 만에 조회 수 200만을 넘겼다. 또 다른 유튜버 김윤태는 구독자들로부터 후원금을 받아 갯건배 추격전을 벌이겠다고 예고했고 실제로 갯건배의 집으로 추정되는 곳을 찾아가는 영상을 라이브로 방송했다. 신고로 김윤태가 경찰에 잡혔으나 경범죄로 범칙금 5만 원을 처벌받았다.¹³⁾

또 BJ남순의 인터넷 개인방송에서 욕성함을 찾아가 욕성을 받는 장면을 시청한 30대 남성이 해당 업소를 찾아가 살인을 저지른 사건도 있었다. 해당 욕성함은 여성 혼자 운영하던 것으로 알려졌다. 이는 인터넷에서 여성의 신상이 공개되는 경우 생기는 실제의 물리적 위협을 보여준 극단적 사례였다.¹⁴⁾

13) 이지혜 (2017. 8. 22.). 여성 살해 스트리밍 ①여성 혐오라는 수익 모델. <아이즈>. URL: <https://goo.gl/CZgTLZ>

14) 앞의 이지혜 (2017. 8. 22.).

이 뿐 아니라 최근 라이브 스트리밍의 기술적 기반을 바탕으로 강남역이나 신촌 등 사람들이 많이 지나다니는 거리에서 여성들을 무작정 붙잡고 인터뷰를 하는 이른바 ‘헌팅 방송’이나 지나다니는 여성들의 외모를 폄평하는 ‘얼평(얼굴평가)’ 방송 또한 다수 운영되고 있다. <동아일보>에 따르면 ‘헌팅 방송’은 BJ가 지나가는 여성들을 아무나 붙잡고 즉석 인터뷰를 ‘강제’하는 방식이다. 클럽에 가거나 술 마시는 모습 등 사생활이 자신의 뜻과 상관없이 해당 BJ 혹은 유튜버의 개인방송에서 노출되고 자동적으로 ‘얼평’이 뒤따른다. 강남역 일대 상인들은 여성 손님들이 줄어들 것을 우려해 헌팅 방송 BJ 블랙리스트를 공유해 이들의 출입을 막는 등 대응에 나서고 있다.¹⁵⁾

엄마나 같은 반 여학생을 찍은 사진이나 영상을 몰래 소셜 플랫폼상에 올리거나 음란 콘텐츠에 지인 여성의 얼굴을 합성한 ‘지인 능욕’ 콘텐츠를 만드는 등의 최근 인터넷 문화도 앞선 사건들의 연장선상에 있다. 각종 여성혐오적 발언으로 비난받았던 아프리카TV의 BJ 세야는 이태원의 한 클럽에서 생방송을 진행했는데 이 과정에서 클럽을 찾은 남성들의 얼굴이 공개되면서 이들이 동성애자임을 ‘강제 아웃팅’하게 했다는 비판을 받았다.¹⁶⁾

여성, 장애인, 외국인, 동성애자 등 소수자, 약자에 대한 혐오와 비하는 온라인 문화만이 아니라 오프라인과 상호작용하면서 초등학교 교실에까지 침투해 있다. 이들은 불법·유해 콘텐츠에 노출되는 대상일 뿐 아니라 생산자가 되기도 하며, 피해자이기도 하면서 가해자가 되기도 한다. <경향신문>이 12월 10일 ‘아하! 서울시립 청소년 성문화센터’에서 2014년부터 3년간 성폭력 가해 경험이 있는 청소년 대상 747회의 상담 사례를 받아 분석한 결과를 보도한 바 있다. 이에 따르면 또래간 성폭력 가해 유형 중 SNS 등을 통해 성적인 글, 사진, 동영상을 게시하는 ‘통신매체 이용 음란’ 유형이 전체의 28%에 달했다. 이들의 가해 동기로는 ‘재미 있어서’, ‘그냥 장난으로’가 가장 많은 것으로 나타났다.¹⁷⁾ 또한 아이즈(ize) 기사에 따르면 초등학교 교실에서 쓰이는 ‘급식체(학생들이 쓰는 언어)’의 표현 중 아프리카BJ나 유튜버들이 쓰는 여성혐오적 표현이 많이 포함되어 있다. 이와 관련해 한 교사는 초등학교에서도 페미니즘 교육이 필요하다고 발언했다.¹⁸⁾

물론 새로운 매체의 등장 이후 아동·청소년 등 취약 계층에게 위험한 콘텐츠가 확산되는 문제가 역사 이래 완전히 새로운 것은 아니다. 또 유튜브, 아프리카TV 등 인터넷 개인방송의 등장으로 누구나 유명해질 수 있고 자기만의 표현을 할 수 있는 문화가 생긴 것이 부정적인 것만은 아니다.

그러나 누군가는 악의적으로 상대를 괴롭히기 위해 이 매체를 적극적으로 활용하고 있고, 한국 사회의 뿌리 깊은 여성혐오 문화와 인터넷 문화의 남성성, 집단주의 등이 결합되어 여성에 대한 대

15) 조동주 (2017. 11. 30). “BJ 헌팅 찍지 마” 불난 강남 상인들. <동아일보>. URL: <https://goo.gl/1KnBG1>

16) 김현유 (2017. 12. 13). BJ세야의 ‘강제 아웃팅 방송’에 비판이 쏟아지고 있다. <허프포스트코리아>. URL: <https://goo.gl/3sf8XU>

17) 유설희 (2017. 12. 10). 재미로 ‘섹스팅?’ 성폭력 무감각한 청소년. <경향신문>. URL: <https://goo.gl/Q6ZH1B>

18) 이지혜 (2017. 11. 14). 지금, 초등학교 ①아이들은 혐오를 배운다. <아이즈>. <https://goo.gl/hkJs25>

상화, 왜곡된 의식이 자리 잡고 있으며, 그것이 점점 어린 세대에게까지 급속히 확산되고 있다는 것이 문제다. 문제되는 BJ나 진행자에 대한 당국의 처벌이 미온적이거나 이들이 여전히 온라인에서 부와 명성을 얻고 있어 어린 세대들이 이러한 행동에 대한 죄의식을 느끼지 못하고 있다. 예를 들어 문제 진행자들을 일괄적으로 ‘사면’시켜 온라인에서의 활동권을 다시 회복시키는 등 소셜 플랫폼에서 이들이 ‘부활’하는 것을 지켜본 아동·청소년이라면 여성혐오 및 소수자, 약자 비하가 왜 잘못된 것인지에 대해서 문제의식을 갖기 힘들다.

현재 정부에서 디지털성폭력 콘텐츠의 확산과 관련해 가해자에 대한 강력한 처벌을 주장하는 한편 인터넷 개인방송에서의 문제 콘텐츠에 대한 퇴출을 강조하는 등 문제에 대한 인식과 강력한 처벌을 강조하고 있다. 이와 더불어 학교 교육에 미디어 리터러시 교육이 제도화될 필요가 있다. 초등학교에서도 ‘페미니즘 교육’을 시켜야 한다는 한 교사의 지적대로, 소셜 플랫폼 시대의 미디어 리터러시 교육은 단순히 미디어나 기술에 대한 리터러시 증진뿐 아니라 혐오 표현, 상대에 대한 존중, 소수자와 약자의 보호, 프라이버시 보호 등 다양한 측면에서 장기적으로 이루어질 필요가 있다.

3) 테러리즘 및 극단주의 콘텐츠 유통

서구 선진국들에서도 유튜브, 페이스북을 포함한 소셜 플랫폼에서의 부적절한 정보 유통에 대한 문제의식이 커지고 있다. 앞서 ‘엘사 게이트’와 같이 아동·청소년에게 부적절한 콘텐츠의 유통을 소셜 플랫폼들이 제대로 막고 있는지에 관한 비판 여론이 커지고 있는 한편, 유럽 국가들에서는 연이은 테러 발생과 함께 테러리즘 및 극단주의 콘텐츠를 소셜 플랫폼들이 삭제, 차단해 줄 것을 요구하고 있다.

올 들어 다섯 차례 이상의 테러 사건을 경험한 영국에서는 테레사 메이 총



리가 테러 사건이 발생할 때마다 극단주의와 테러리즘 콘텐츠 유통의 주요 통로가 되고 있는 미국 인터넷 기업에 대한 규제 필요성을 언급했다. 2017년 5월 26일에는 맨체스터 아리아나 그란데 공연장에서 일어난 폭탄 테러로 29명이 사망하고 50명이 부상한 사건에 대해 G7 정상들이 애도를 표하면서 테러리즘과 폭력적인 극단주의를 막을 것이며, 테러리스트를 식별해 관련 콘텐츠를 삭제하

고 관련자를 처벌하는 데 최대한의 노력을 기울일 것을 선언했다.¹⁹⁾ 유튜브와 같은 소셜 플랫폼에서 유통되는 극단주의 및 테러 관련 선전(propaganda) 영상이 청년들을 공략하면서 각국에서 ‘외로운 늑대’를 키워내고 있다는 비판을 받고 있다.²⁰⁾

소셜 플랫폼 기업들 또한 문제의식을 공유하며 자율 규제를 위한 공동 대응을 시도하고 있다. 올 6월 페이스북, 트위터, 마이크로소프트, 구글 등은 ‘테러리즘 대응을 위한 국제 인터넷 포럼(Global Internet Forum to Counter Terrorism)’을 조직했다.²¹⁾ 소셜 미디어 기업에 대한 전방위적 압박은 이러한 기업들에 콘텐츠 삭제 및 차단 권한을 넘겨주는 방향으로 나아간다. <가디언>에 따르면 유튜브는 예멘 출신 미국인 안와르 알-아와라키(Anwar Awlaki)의 동영상 수 천개를 삭제하는 초유의 조치를 취했다. 2011년 미국 드론 공격에 의해 예멘에서 사망한 그는 미국에 폭력적으로 대항할 것을 요구하는 급진적인 설교도 남겼지만 예언자 무하마드의 생애에 대한 시리즈와 같은 다른 콘텐츠들로 꽤 많은 이들의 관심을 얻어 온 설교자이다. 또 그가 남기거나 그와 관련된 콘텐츠가 워낙 방대해 콘텐츠를 삭제하는 데 있어 기준이 모호한 점이 있었다. 유튜브는 테러리즘이나 폭력을 조장하는 동영상을 분명하게 금지하고 있으며 테러리스트에 이름이 올라간 개인이 자신의 계정을 갖는 것도 막고 있지만, 다른 사람들이 업로드하거나 명백히 유죄임이 결론나지 않은 경우에는 이러한 상황에 예외가 있을 수 있다.

이와 같이 테러와 인터넷 극단주의 콘텐츠와의 관계성을 이유로 유럽 각 정부는 소셜 플랫폼에 관련 콘텐츠 삭제 등의 책임을 묻는 방안을 강구하거나 이들을 강하게 비판하고 있다. 한편으로 이에 대해 국가 검열의 가능성이나 정보 매개자로서 사업자가 갖게 될 강력한 권한에 대해 우려하는 목소리도 있다.

자율규제의 쟁점 및 합의

앞서 살펴본 여러 가지 불법·유해 정보의 유통과 관련한 국내·외 사례와 함께 소셜 플랫폼 기업들의 자율규제 논의가 강화되고 있으며, 실제 다양한 압박에 의해 자율규제 조치를 강화하는 기업들이 늘고 있다.

19) European Council (2017. 5. 26.), G7 Taormina Statement on the fight against terrorism and violent extremism, URL: <https://goo.gl/c9dfxw>

20) 올해 9월 21일 열린 유엔 총회에서는 영국, 프랑스, 이탈리아 등 유럽 국가 정상들이 ‘테러리스트들의 인터넷 이용 방지를 위한 정상 회의(Leaders Meeting on Preventing Terrorist Use of the Internet)’를 가졌다. 각국의 이슬람 관련 테러 세력들이 인터넷을 통해 선전하고 청년들을 유혹하고 있다는 데 문제 의식을 같이 하면서 인터넷 기업들이 관련 콘텐츠를 삭제하는 등 더 큰 노력을 기울여야 한다는 점이 강조됐다. <https://goo.gl/WH6eCe> 참조

21) 유튜브 공식블로그, <https://goo.gl/ibaCYZ> 참조

미국 중심의 소셜 플랫폼 기업들이 전세계적으로 맹위를 떨치고 있는 현실에서 대부분의 국가들이 이들에 대한 통제권을 갖기는 어려운 상황이다. 해외 사업자인 소셜 플랫폼 기업들에 대해 국내 법을 강제할 수 없으며 텀블러 사태와 같이 국내 규제 체계에 협조를 거부하는 사태도 발생하고 있다. 국내 사업자들은 역차별을 이유로 정부의 강력한 규제 논의가 시장 성장에 방해가 된다고 느낄 수 있다.

그러나 상황은 조금씩 변하고 있다. 표현의 자유와 서비스 특성, 해외 법인이라는 이유로 소셜 플랫폼 기업들은 이용자 콘텐츠에 대한 개입을 최소화해 왔다. 그러나 아동·청소년 유해물과 불법정보 유통이 각국에서 심각한 문제로 대두되고, 유럽 국가들에서 테러 콘텐츠 유통의 주요 통로가 됐다는 점에서 각국의 요청에 점차 대응하는 양상을 보이고 있다. 최근에는 러시아 기업이 미국 대선과 영국 브렉시트 국민투표를 앞두고 소셜 미디어에서 페이크 뉴스를 비롯한 잘못된 정보를 확산시키는 등 ‘인간 댓글 부대’를 운영한 혐의를 받으면서 미국, 영국 의회가 페이스북 측에 자료를 청구했고 페이스북도 이에 응했다.²²⁾ 또 역차별 문제는 단순히 내용 규제 차원만이 아니라 각국에서 많은 이용자를 확보해 수익을 벌어들이면서도 관련 자료를 공개하지 않고 조세회피와 같은 비윤리적 행동을 하고 있다는 비판과도 관련된다. 따라서 각국에서 구글세, 페이스북세 등을 매기고 이에 소셜 플랫폼 기업들도 점차 응하는 양상을 보이고 있다.²³⁾



그러나 국가가 직접적으로 소셜 플랫폼 사업자에게 콘텐츠 삭제나 차단 의무를 강제하는 데는 조심스러운 접근이 필요할 것으로 보인다. 이에 대한 의견은 갈리고 있다. 예를 들어 오프콤 의장(chairman)은 올해 국회에 출석했을 당시 사건임을 전제로 페이크 뉴스와 관련해 뉴스 콘텐츠를 통합적으로 다룰 필요성을 강력히 느끼며

구글, 페이스북 등이 ‘퍼블리셔(publisher)’에 해당한다고 생각하고 있다고 밝힌 바 있다. 그러나 오프콤 최고책임자인 샤론 화이트(Sharon White)는 인터넷 플랫폼이 강력한 책임감을 가져야 한다고는 생각하지만 이 사안을 단순히 규제 문제로 보기에는 ‘매우 복잡한 이슈’이며 ‘검열과 관련한 모호한 경계’에 있기 때문에 신중해야 한다는 입장을 밝혔다.²⁴⁾


22) <https://goo.gl/qz9Hmb>

23) 백승호 (2017. 12. 13.). 페이스북이 한국에 세금을 내기로 결정했다. <허핑턴포스트코리아>. URL: <https://goo.gl/2yYMKz>

24) Graham Ruddick (2017. 10. 10.). Ofcom chair raises prospect of regulation for Google and Facebook, *Guardian*. URL: <https://goo.gl/bzUguh>

역차별 논란에 대해서는 국내 사업자 측의 성찰도 필요하다. 국내 인터넷 문화를 선도하며 나타나는 부작용에 대한 자율적 대응과 아동·청소년 보호라는 대의를 위한 선도적 기업으로서의 책임 의식이 강화된다면 오히려 장기지속적인 이윤 추구에도 도움이 될 가능성이 있다. 또 유튜브에서 아동성애적 콘텐츠나 아동·청소년 유해물에 제공되고 있는 광고를 철회하는 기업들의 사례들처럼 소셜 플랫폼을 이용하는 기업이나 이용자, 관련 단체가 기업의 윤리적, 공적 책임을 강화할 수 있는 견제 장치를 갖는 것도 필요할 것이다.

최근에는 불법·유해 콘텐츠를 삭제하는 일을 전문으로 하는 스타트업 기업들이 국내는 물론 실리콘 밸리 근처에도 많이 생겨나고 있다. 온라인상 불법·유해 콘텐츠의 양이 방대해지면서 이를 삭제하는 것을 전문으로 하는 하나의 산업이 생겨나고 있는 것이다. 또 이러한 문제적 콘텐츠를 삭제할 수 있는 알고리즘 개발과 인공지능 서비스의 이용 등이 실험적으로 개발되고 있다.²⁵⁾

물론 문제 콘텐츠에 대한 삭제와 차단은 더 큰 피해를 방지하기 위해 중요한 사항이다. 그러나 보다 근본적으로 이것이 최근의 뉴미디어 ‘때문에’ 발생한 것인지에 대한 성찰도 필요하다. 타인에 대한 혐오와 비하를 웃음거리나 장난으로 재생산해 온 사회 전반의 문화를 성찰하고 불법·유해 콘텐츠의 ‘가해자’에 대해 엄격한 처벌이 이루어졌는지를 되돌아 볼 필요가 있다. 또한 이용자들의 콘텐츠로 이윤을 얻는 기업들이 사회의 공익에 얼마나 기여하고 있는지를 감시하고 사업자들이 자율규제 시스템을 개선하도록 광고주, 이용자, 관련 단체 등이 이를 유도하고 압박할 필요도 있다. 소셜 플랫폼의 취약한 시스템을 개선하고 이들의 책임감을 강화하도록 소비자 집단의 관심, 참여, 압력이 필요한 시점이며, 이것이 비단 ‘가상공간’에서의 ‘예외적’ 상황만은 아니라는 인식을 바탕으로 한 미디어 리터러시 교육이 제도화되는 것도 시급해 보인다. 

25) Adrien Chen (2014, 10, 23.). The Laborers Who Keep Dick Pics and Beheadings Out of Your Facebook Feed. *Wired*. URL: <https://goo.gl/mU9sPK>

법적 규제의 중심에 선 소셜 플랫폼

– 해외의 소셜 플랫폼 규제 논의와 동향

최은경 · 성공회대학교 신문방송학과 교수

소셜 플랫폼과 글로벌 사회 변동

언어는 인류의 역사에서 가장 과학적이고 합리적 소통의 도구로 인간의 발전에 중요한 역할을 했다. 그런데 인터넷이 인간의 소통 양식에 개입하면서 인간이 변화하고, 사회가 변동하고 있다. 개인과 집단 간 커뮤니케이션은 과거 수직적 소통방식 대신 다수가 직접 표현하고 메시지를 수용하며, 동시에 수평적으로 반응하는 다(多) 대 다(多) 커뮤니케이션으로 변화했다. 또 개인용 컴퓨터(PC)와 월드와이드웹(World Wide Web) 기술의 발전으로 인터넷은 전 세계적 영향력을 가지고 지구촌(global village)을 실감하게 만들었다. 특히 웹의 도입은 인터넷상 소셜 미디어(social media) 발전을 가속화시켰는데, 소셜 미디어 서비스(SNS)는 개인과 집단, 사회를 네트워크(network)로 연결하면서 이용자가 콘텐츠를 쉽게 공유하고, 검색하며, 성향이 비슷한 사람들을 상호 연결해 토론할 수 있게 해준다. 기술적으로 접근해 설명하면, 소셜 미디어는 웹 2.0에 기반을 둔 양방향적이고 개방적인 커뮤니케이션 애플리케이션에서 출발해 사람들이 정보와 경험, 생각을 공유하는 21세기의 새로운 플랫폼으로 등장한 것이다.¹⁾

예컨대 소셜 미디어의 핵심은 공통의 관심을 가지고 있는 사람들이 사회적 관계를 (도구적 혹은 공간적 의미로서) 인터넷에서 할 수 있도록 하는 것이고, 이러한 네트워크가 형성될 수 있도록 다

1) 설진아 (2017). <소셜 미디어>. KNOUPress, 4-6.

양한 서비스를 지원하고 있다는 것이다. 이것은 과거 정보 접근 단계에서부터 소외됐던 사람들도 SNS에서는 평등하게 정보를 주고받을 수 있으며, 개인적 의견, 신념, 생각, 경험, 느낌, 추억, 자료, 정보까지도 타인과 공유할 수 있음을 의미한다.

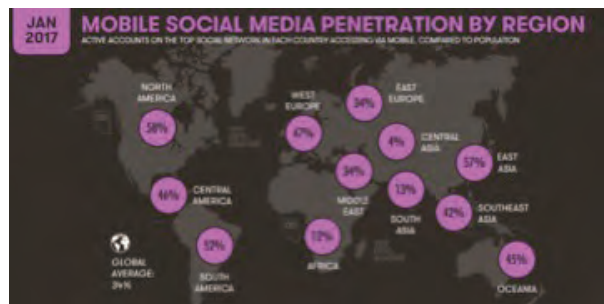
특히 2006년 이후 발전한 인터넷과 디지털 장비 기술은 SNS가 빠르게 성장하고 확산되는데 결정적 역할을 했다. 그리고 SNS의 등장으로 의사소통 방식에서 양방향성이 더욱 증대됐고, 이용자의 역할이 전문가, 중개자, 유력자, 생산자로 분화되었다. 뿐만 아니라 스마트폰을 통한 실시간 이동성이 증가하면서 언제, 어디서나 정보의 생산과 소비가 가능해졌다.²⁾

실제 2017년 전 세계 인구 중 반이 인터넷과 모바일 인터넷을 사용하고 있으며, PC, 태블릿을 통한 인터넷 사용은 전년에 비해 줄었지만, 스마트폰은 30%나 증가해 인터넷 사용의 50%가 모바일을 통하고 있다. 글로벌 SNS 이용인구는 전체 37%로 중국, 인도, 인도네시아와 같이 인구가 많은 나라에서 최근 20~50% 넘게 성장했다.³⁾

2017년 가장 인기 있는 소셜 미디어는 사용자 계정을 기준으로 2004년 2월 서비스를 시작한 페이스북(Facebook)이다. 페이스북 사용자는 약 19억 명으로 가장 많은 수를 보유하고 있다. 왓츠앱(WhatsApp)은 18억 명, 페이스북 메신저는 12억 명, QQ는 8억 9,900만 명, 위챗(WeChat)은 8억 600만 명, Q Zone은 6억 5,200만 명, 텀블러(Tumblr)는 5억 5,500만 명, 인스타그램(Instagram)은 6억 명이다. 트위터는 3억 1,300만 명, 바이두 티에바(Baidu Tieba)와 스카이프(Skype)는 각각 3억 명, 시나웨이보(Sina Weibo)는 3억 명, 비버(Viber)는 2억 4,900만 명, 라인(Line)은 2억 1,800만 명, 스냅챗(Snap-Chat)은 2억 명의 사용자를 보유하고 있다.⁴⁾

모바일을 기반으로 빠르게 성장한 소셜 미디어는 특히 북미, 남미, 동아시아 지역에서 보급률이 상당히 높는데, 여기엔 각 지역마다 2006년 이후 정치·사회적 그리고 문화·경제적 상황의 특수성이 성장에 영향을 미쳤을 수 있다. 하지만 공통적으로 나타난 소셜 미디어의 성공 배경을 보면, 우선 수용자에게

출처 : <https://goo.gl/6VEHTr>



〈그림 1〉 세계 권역별 모바일 소셜 미디어 보급률

2) 스마트폰의 시대를 열었던 애플사의 아이폰(iphone)은 2007년 6월 선보였다.

3) <https://wearesocial.com> (2017. 12. 10.)

4) Statista(<https://www.statista.com/>) 참조. SNS 글로벌 시장을 보면 페이스북(2004), 트위터(2006), 왓츠앱(2008), 텀블러(2007), 스카이프(2003) 등 미국 사업자들이 주류이지만, 중국 정부가 미국 인터넷 네트워크 서비스를 차단하면서 텐센트사(Tencent)의 QQ(1999), Qzone(2005), 위챗(2011), 바이두(Baidu)의 Toiba(2003), 시나(Sina)그룹의 Sina Weibo(2009) 등이 중국 국내는 물론 해외 이용자를 유인하기 위해 다양한 서비스를 제공하고 있다.

매체 선택 권한을 부여하고, 정보 생산과 유통의 주도권을 제공한 것이 큰 원인이 되었다. 즉 인터넷과 함께 등장한 ‘영리한 공중(smart mobs)’⁵⁾은 수많은 지점과 링크를 포함하는 네트워크를 통해 다 대 다 커뮤니케이션을 할 수 있는 즉, 네트워크에 기반을 둔 커뮤니케이션을 할 수 있는 능력과 컴퓨터 이용 능력을 보유함으로써 집합적인 행동의 가능성을 보여주었다. 이전에는 익명에 불과했던 공중이 사회적 커뮤니케이션을 하면서 어떤 이슈에 일제히 의견을 개진하거나 담합된 행동을 할 수 있게 된 것이다. 그 결과 온라인 지지집단 또는 정치연합체의 결성이 가능해졌고, 정부와 일반 시민 사이에 수평적 커뮤니케이션이 발생하면서 권력이 분산되는 현상도 초래됐다.⁶⁾

대표적인 사례는 2012년 <애드버스터스>⁷⁾의 제안으로 촉발된 ‘월가를 점령하라(Occupy Wall Street)’ 총 파업 시위다. <애드버스터스>는 2만 명이 미국의 경제 수도 뉴욕의 금융가 거리, 월가를 계속 점령한다면 자본의 정치 개입을 막을 수 있다고 믿고 2011년 9월 월가 점령 시위를 제안했다. 이후 소셜 미디어를 통해 갈등 형성, 시위진압 등의 과정이 소셜 미디어 사용자들 사이에 공유·확산되면서 언론이 주목하기 시작했다. 결국 월가 점령 시위는 미국 내 다른 대도시를 비롯해 1,500개 도시로 확산되었다.⁸⁾ 월가 점령 시위는 영리한 공중이 글로벌하게 연대하며 문제의식을 공유하고 실천할 수 있는 가능성을 보여준 사례로 볼 수 있다. 한편, 소셜 미디어는 기존 대중매체와 차별화된 서비스를 제공하면서 권위주의 국가의 민주화 시민운동에 큰 기여하기도 했다. 예를 들면 2008년 11월 인도 뭍바이에서 벌어진 대학살의 최초 보도에 도움을 준 미디어는 기성 언론이 아니라 페이스북과 트위터였고, 2009년 6월 이란의 대통령 부정선거에 대한 시민의 항위 시위 역시 트위터와 유튜브를 통해 전 세계로 확산될 수 있었다. 그리고 2010년 중동과 북아프리카에서 일어난 반정부 시위 ‘아랍의 봄(Arab Spring)’, 튀니지의 ‘재스민 혁명(Jasmine Revolution)’, 이집트의 ‘시민혁명’ 같은 역사적 사건들을 통해 SNS가 지식과 정보, 그리고 정치 민주화에 어떤 영향을 미치는가를 지켜볼 수 있었다.

2015년 미국 대선 당시 민주당 후보 힐러리 클린턴(Hillary Clinton)은 자신의 홈페이지와 페이스북 북에서 대선 출마 입장을 가장 먼저 알렸고, 미국 45대 대통령으로 당선된 도널드 트럼프(Donald Trump)는 주요 현안에 대한 자신의 입장을 트위터를 통해 신속히 밝히고 있다. 과거 매스미디어 외에는 유권자와 소통할 수단이 없던 시대와 달리 소셜 미디어로 인해 정치인, 유명인들이 대중과

5) 라인골드(Rheingold)는 ‘영리한 공중’이란 모바일 기기의 등장과 함께 새로운 형태의 커뮤니케이션을 사용하는 사람들로 기존의 매스미디어 중심의 공중과 다른 특성을 가지고 있다고 정의했다[Rheingold (2002), *Smart Mobs*. 이운경 역 (2003). <참여군중 : 휴대폰과 인터넷으로 무장한 새로운 군중>].

6) 앞의 설진아 (2017). 19-20.

7) 애드버스터스(Adbusters)는 기업과 시민 간의 정보 불균형 문제를 지적하며, 자본과 기존의 주류 미디어에서 양산된 메시지를 비판하고 이에 대항하기 위한 대안미디어 운동을 하는 잡지이다. 애드버스터스는 ‘TV보지 않기’, ‘쇼핑하지 않는 날’ 같은 캠페인을 통해 반(反)기업 반(反)소비 운동을 제안하기도 했다.

8) 배병우 (2011. 10. 16.). 1500개 도시 ‘분노의 행진’ ... ‘월가 점령’ 시위 한달째 전 세계 80여개국으로 확산. <국민일보>. URL: <https://goo.gl/dH9rmW>

직접 소통하는 것이 가능해 졌다.

영국은 소셜 미디어가 시민의 정치참여를 독려할 수 있다고 생각해 총선 중에 정부와 각 정당, 유권자 등 모든 선거 주체가 소셜 미디어 채널과 사이버상의 커뮤니티를 만들었다. 그리고 소셜 미디어를 활용해 다양한 선거 캠페인을 보여주었다. 2010년 총선에서는 선거 전용 페이스북(Democracy UK)을 개설해 약 1만 4천여 명의 유권자가 등록서식을 다운로드했고, 영국선거위원회 사이트에는 하루 평균 약 9천 명이 방문하기도 했다. 페이스북과 트위터에서 지지 정당에 ‘좋아요’를 누른 유권자들은 페이스북과 유튜브가 제휴해 진행한 정당 대표들의 디지털 토론을 40만 건 이상 시청하였다.⁹⁾

출처 : quintly (2017-5-24). Digital campaigning in 2017 - The general election on social media



〈그림 2〉 2017년 영국 총선의 페이스북과 트위터 이용자들 지지 정당 현황

우리나라 역시 소셜 미디어가 다양한 의제를 확산시키고 여론을 형성시킨 사건이 많았는데, 특히 지방선거와 총선, 대선 기간 동안 정치인들에게 SNS는 유권자들과 직접적인 대인 커뮤니케이션을 가능하게 했다. 이로 인해 정치 홍보 채널과 광고 도구로서 소셜 미디어의 가치가 높아졌다. 실제 2016년 20대 국회의원 선거 당시, 각 정당은 소셜 미디어를 정책 홍보 수단으로 적극 활용했다. 주요 소셜 미디어 이용 현황을 보면 후보자는 페이스북(71.4%)을 가장 많이 이용했으며, 다음으로 블로그(60.8%)와 트위터(51.2%)가 있다. 페이스북의 친구 수와 ‘좋아요’ 수 역시 당선자에게서 높게 나타났다.¹⁰⁾ 또한 시민운동의 상징인 촛불집회에 모인 시민들은 정치인에게 직접 메시지를 전달하거나 정치적 견해를 밝히면서 정치에 활발히 참여했다.¹¹⁾

9) 김철환 (2015). 영국의 ‘소셜미디어 총선’ 엿보기 (1) 뉴스와 분석 블로그. URL: <http://hunza.tistory.com/260>

10) 김유향 (2016). 20대 총선 후보자 및 당선자의 소셜미디어 이용 동향과 특징. 〈이슈와 논점〉, 제1195호. 국회입법조사처.

11) 2016년 박근혜 대통령의 최측근이었던 최순실 씨가 국정농단 사건이 밝혀지면서, 시민들은 박근혜 대통령의 탄핵을 요구하는 집회에 참석하고 SNS상에서 촛불집회 참여를 독려하며 결속을 다졌고, 집회 상황을 실시간으로 공유하며 촛불집회의 동력을 이어갔다. 시민들은 다양한 SNS를 통해 사진과 동영상 등으로 집회 상황을 전달하고, 페이스북 라이브나 트위터의 페리스코프를 활용해 집회 관련 개인방송을 했다. 당시 촛불집회를 안내하는 다양한 스마트폰 애플리케이션은 수십 개에 이르렀다[전상희 외 (2016, 12, 11.) 세상을 올바르게, 세상을 따뜻하게. 〈이데일리〉]. 촛불집회가 최고조에 달한 2016년 11월 26일에는 약 300개가 넘는 개인 방송이 진행됐고, 시청자 수도 50만 명에 가까웠다[권남기 (2016, 12, 5.). 더 커진 촛불...현정 사상 최대 집회. 〈YTN〉].

소셜 미디어와 사회 갈등

에릭슨 소비자 연구소(Ericsson Consumer Lab)의 한 조사 결과에 따르면 “인터넷 사용자 4명 중 1명은 정치인의 의견보다 소셜 네트워크에서의 친구 의견을 더 중요하다고 생각하며, 또 3명 중 1명은 소셜 네트워크가 자신의 주된 뉴스 공급처”라고 한다.¹²⁾ 이는 기성 언론에서 정보를 얻고 의견을 교환하기보다, 사용자의 개인적, 편파적, 분파적 행위에 의해 선택된 인터넷과 소셜 미디어에서 여론이 빠르게 형성될 것이라는 2017년 월스트리트 저널의 예측과 일맥상통한다. 때문에 구글, 아마존, 페이스북 등 사업자들이 이용자에 맞추어 정보를 필터링 해 제공하는 서비스에 길들여진 이용자는 제한된 정보만 접할 수 밖에 없다. 이에 따라 의견의 양극화 현상도 심화된다.¹³⁾ 엘리 파리저(Eli Pariser)는 이러한 현상을 ‘필터 버블(filter bubble)’이라고 부르며, 기업이 이용자의 데이터를 분석하고 데이터에 따라 선별적인 정보를 제공하는 알고리즘에 정치적 혹은 상업적 논리가 개입되면, 필터링을 거친 정보만을 받아 보는 이용자는 자신도 모르는 사이에 정보 편식을 하게 된다는 위험성을 경고했다. 타인의 필터에 따른 가치관 왜곡은 필터 버블이 야기할 수 있는 심각한 문제라는 것이다. 또한 정보를 필터링 하는 작업을 알고리즘 즉 사람이 아닌 인공지능에 의존하다 보니, 윤리성이나 가치 판단을 요구하는 일에 있어 오류를 피할 수 없다. 게다가 필터버블은 한정된 정보만을 제공하기 때문에 반대 성향을 가진 사람들의 글이나 새로운 정보, 평소에 보지 않던 분야의 뉴스 등을 접할 기회를 아예 박탈당하기 쉽고, 이용자의 지식과 가치관 확대를 방해할 수 있다.¹⁴⁾ 실제 인터넷과 소셜 미디어에서 추천 받거나 공유한 뉴스를 이용하는 사람들이 늘어나면서, 민주주의의 꽃이라고 부르는 선거 기간 동안 가짜뉴스는 정치와 민주주의를 위협하기도 했다.

1) 소셜 미디어와 가짜뉴스

2010년 소셜 미디어와 민주화 운동을 함께 경험하면서, 인터넷과 소셜 미디어가 대의민주주의 사회의 한계를 극복하고 속의민주주의를 실천하는데 중요한 소통의 도구가 될 것이라는 기대가 높아졌다. 그런데 2016년 미국 대통령 선거 기간 가짜뉴스가 인터넷 사이트와 소셜 미디어를 통해 빠르게 확산되었다. 당시 페이스북은 개인 맞춤형 콘텐츠 추천 시스템을 제공했는데, 뉴스 콘텐츠 중

12) 김민수 (2016. 12. 16.). “트럼프, 취임 후에도 ‘트위터 정치’ 행보 지속”...월스트리트저널 분석. <Chosun Biz>. URL: <https://goo.gl/U6ue5r>

13) 필터버블(filter bubble)효과는 인터넷과 소셜미디어 서비스 공급자들이 사용자의 정보(위치, 과거의 클릭 동작, 검색 이력)를 기반으로 웹사이트 알고리즘이 선별적으로 어느 정보를 사용자가 보고 싶어 하는지를 추측하고, 그 결과 사용자는 효율적으로 자신의 관점에 동의하지 않는 정보에서 분리되면서 자신만의 문화적, 이념적 틀에 갇히게 된다는 것이다[Bozdag (2013). Bias in algorithmic filtering and personalization. Ethics and Information Technology, 15(3), 209-227.].

14) Eli Pariser (2011). *The Filter Bubble*. 이현숙 · 이정태 역. <생각 조종자들>. 알기.

가짜뉴스가 섞여 유통된 것이다. 프레이저의 지적대로 이용자들은 전혀 사실이 아님에도 자기와 비슷한 사람들이 좋아하는 소식이기 때문에 정보를 접하는데 거부반응이 낮았으며, 해당 정보를 다시 비슷한 성향의 또래 집단 사람에게 쉽게 추천하고 공유했다.

결국 미국 대선에서 유력 후보에 대한 가짜뉴스가 온라인과 소셜 미디어를 통해 사실인 것처럼 빠르게 확산됐고 실제 선거 결과에도 영향을 주었다.¹⁵⁾ 미국 언론들은 당선된 도널드 트럼프 대통령이 페이스북 등 SNS에서 유통된 가짜뉴스 덕을 봤다고 분석했다. 실제로 트럼프 후보 지지자들은 트럼프 후보에게 유리한 내용의 가짜뉴스를 사실인 것처럼 광범위하게 유통시켰는데 2016년 대선 직전 3개월간 흥행 상위 20건의 가짜뉴스 중 17건이 친 트럼프 성향의 내용이었다.¹⁶⁾

유럽도 예외는 아니었다. 독일 메르켈 총리와 셀피(selfie)¹⁷⁾를 찍었던 시리아 난민은 페이스북에서 자신을 테러범이라고 언급한 가짜뉴스로 인해 큰 상처와 피해를 입었고, 이에 적극적으로 대처하지 않은 페이스북을 상대로 민사소송을 제기했다. 2016년 영국은 유럽연합 탈퇴(브렉시트, Brexit)를 앞두고 국민투표를 하는 과정에서 페이스북과 트위터를 통해 가짜뉴스가 유통되어 국민들이 혼란에 빠지기도 했다.¹⁸⁾ 심지어 러시아에서 수백 개의 가짜 트위터 계정으로 브렉시트에 대한 잘못된 정보를 확산한 것이 밝혀지면서 양국 정부의 조사가 진행 중이다.¹⁹⁾

2016년 영국의 옥스퍼드 사전이 올해의 단어로 '포스트 트루스(post-truth)'를 뽑았던 것처럼, 탈진실, 비진실 또는 '진실은 중요하지 않은' 생각을 하게 하는 사회적 현상은 미국과 영국 뿐만 아니라 세계 곳곳에서 심각한 문제적 징후로 주목을 받고 있다. 우리나라 역시 2016년 최순실 게이트 이후 2017년 대선에서도 경험 바 있어 소셜 미디어의 부정적 영향, 더 정확히는 가짜뉴스 확산을 막는데 적극적으로 대처하지 않은 것에 대한 비판이 높다.

2) 소셜 미디어와 정치인

소셜 미디어는 선거 같은 큰 정치 행사뿐만 아니라, 일상에서도 정치인이 국민들과 소통할 수 있

15) 월드폴리틱스닷컴(WorldPoliticus.com)이라는 사이트에 '밀레니엄(미국의 현 청년세대)을 위한 뉴스'라며 네티즌의 클릭을 유도한 '뉴스'는 미국 연방수사국(FBI) 소식통을 인용, 민주당 대선후보인 힐러리 클린턴이 이메일 사건으로 인해 2017년 기소될 것이라 내용이었다. 이는 거짓 뉴스였지만, 페이스북에서 14만 건의 공유와 댓글 등을 낳을 정도로 관심을 끌었다[연합뉴스 (2016. 11. 15.)]. 미 대선서 활개친 가짜뉴스 사이트...민주주의의 위협].

16) 박영환 (2016. 12. 6.). 가짜뉴스 믿고 총기 소동까지... 미국 '페이크뉴스' 사회문제로. <경향신문>. URL: <https://goo.gl/DQkGwk>

17) 셀피는 2013년 옥스퍼드대학교출판부에서 선정한 올해의 단어로 "스마트폰이나 웹캠으로 찍는 본인의 사진(자기촬영 사진)"을 의미한다. 셀피는 하루 평균 4억장 정도가 인터넷에 업로드되는데, 10~20대가 어디에 가든, 무엇을 하든 자신의 모습을 남기는 문화로 소셜 미디어에서 사용자가 주로 소통하고 공유하는 콘텐츠가 되었다[앞의 설진아 (2017). 273].

18) BBC (2016. 12. 30.). Fake news in 2016 : What it is, what it wasn't, how to help. URL: <https://goo.gl/5ocdHe>

19) The Guardian (2017. 11. 14.). Russia used hundreds of fake accounts to tweet about Brexit, data shows. URL: <https://goo.gl/mhqqBW>

출처: EveningStandard, URL: <https://goo.gl/2TchxS>



〈그림 3〉 트럼프 대통령이 영국 메이 총리에게 보낸 트위터 메시지

는 가장 대중적인 창구라는 인식이 이제는 상식처럼 되어버렸다. 때문에 언론이 유명인의 소셜 미디어 활동을 주목하며 기사로 옮기는 일은 흔한 풍경이 되어버렸다. 정치인의 소셜 미디어 활용을 대표하는 트럼프 대통령의 ‘트위터 정치’는 취임 전부터 유명하다. 140자 플랫폼으로 유명한 트위터를 주요 채널로 활용하는 트럼프는 기성 뉴스 매체를 거치지 않고 자신과 관련된 속보를 전하거나, 북핵, 김정은, 이스라엘 등 민감한 국제 정서 및 사건에 대해서도 즉각적이고 거침없이 자신의 생각을 표현하고 있다. 소셜 미디어에서 트럼프만의 수사 방식과 표

현의 정도에 대해 논란이 많지만, 표현의 자유라는 측면에서 트위터는 개방적이고 투명하며 평등하기 때문에 트위터를 커뮤니케이션의 주요 창구로 삼는 국내외 정치인들이 늘고 있다. 그런데 현실에서는 누구나 접근해 무엇이든 이야기 할 수 있다는 이상적 원칙이 작동하기 보다, 생각을 같이 하는 사람들끼리 연대하고 공유하기 위한 도구로 활용되는 사례가 많다. 때문에 정치인 같은 유명인의 소셜 미디어 활동이 사회갈등을 조장할 수도 있다는 우려와 함께 소셜 미디어 활동에 대한 책임과 자유에 대한 논쟁이 뜨겁게 진행 중이다.

실제 지난 11월 트럼프가 영국 극우정당 ‘영국 우선(Britain First)’에서 올린 반(反)이슬람 동영상 3개를 자신의 계정에 리트윗했다. 영국 정부는 트럼프 대통령의 영국 방문을 앞둔 시기였음에도, 진위와 출처가 불분명한 동영상을 올린 트럼프에게 공식 항의했고 이에 백악관과 트럼프는 영국에 사과하기보다, 영국은 이슬람 테러리즘에 집중하라고 트위터를 통해 대답했다.²⁰⁾

3) 소셜 미디어의 사회적 책임과 규제 요구

소셜 미디어가 언론과 방송을 대신하거나, 정치와 밀접하게 연결되어 영향력을 키워가는 상황에서 소셜 미디어의 사회적 책임과 규제 논의가 진지하게 주목을 받고 있다. 주요 쟁점을 보면 다음과 같다. 첫째 소셜 미디어 이용자와 비이용자 사이에 접근할 수 있는 정보의 양과 질에 차이가 나면서, 디지털 정보격차(digital information gap)가 심화되고 있다. 또 사회관계를 형성하는데 소셜 미디

20) 김선엽 (2017. 12. 1.). “메이총리, 영국 테러나 신경쓰쇼” 트럼프의 트위터에 열받은 영국. 〈조선일보〉. URL: <https://goo.gl/RHMnNz>
트럼프 대통령은 자신의 반무슬림 동영상에 대한 메이 총리의 항의에 대응하려다 메이 총리와 동명이인, 스크리브너에게 트윗을 했다가 삭제했는데, 그 내용이 모욕적이라고 생각한 스크리브너는 백악관에 사과를 요구했다. 메이 총리와 프로필 사진, 팔로워 수 등에서 차이가 났지만 트럼프 대통령의 실수로 불편한 메시지를 받게 된 스크리브너의 사례를 보면, 소셜 미디어에는 보이지 않는 감정 폭력과 권력이 존재하고 있으며 이는 현재 공식적으로 집계되지는 못하고 있지만 곧 소셜 미디어 이용자간의 분쟁과 갈등으로 확산될 조짐도 보인다.

어의 비중이 커지면서, 소셜 미디어를 통한 커뮤니케이션의 사회적 책임감과 윤리성, 원활한 관계를 위한 태도와 자질이 요구되고 있다. 최근 소셜 미디어에서의 편 가르기, 소수자 배제, 집단극화, 혐오 같은 현상들을 해결하기 위해서는 접근의 문제와 동시에 디지털 리터러시가 수반되어야 한다는 의견이 모아지고 있다.²¹⁾

둘째, 소셜 미디어 이용이 폭발적으로 증가하면서 이용자들의 개인정보는 더 많이 노출되고 타인에 의해 쉽게 유통되고 있다. 이용자들은 생년월일, 학교, 직업, 이메일 주소 같은 정보부터, 언제 어디서 누구와 무엇을 먹었는지 같은 일상의 내용들도 기록하고 공유하다 보니 사생활 노출과 사생활 엿보기라는 모순적 행위를 반복할 수 밖에 없다. 프라이버시권 침해에 대한 면책 기준에 있어서의 공인 개념도 최근 콘텐츠 조회 수로 글로벌 스타가 된 유튜버들이 늘어나면서 논란이 되고 있다. 특히 사용자 개인정보를 기반으로 맞춤형 서비스를 제공하는 소셜 미디어의 경우, 사용자의 동의를 구하고는 있지만 서비스 시작 단계에서 한 번 승낙한 것으로 이용자가 인지하지 못하는 개인 정보를 지속 사용하는 것이 합당한지에 대해서도 법적 분쟁이 예고된다.

셋째 소셜 미디어에서는 개인적인 것부터 조직을 대표하는 공적 콘텐츠까지 모든 것이 자유롭게 공유된다. 즉 복사, 편집, 수정 같은 기술적 조작이 간편해지면서, 원본이라는 실체가 사라져 버리고 시뮬라시온만 자연스럽게 남게 된다. 그런데 기존 저작권법에는 이러한 소셜 미디어의 특성이 반영되지 못한 상황이라 원본에 대한 논쟁이 끊이지 않고 있다. 최근 언론사와 이용자들이 출처를 정확히 표시하려는 노력을 시작했지만, 비영리목적으로 패러디, 오마주, 리믹스 같은 2차 저작물로 창작활동을 하는 것에 대해 어떻게 접근할 것인가에 대한 논의가 필요하다.

넷째 온라인상에서 벌어지는 폭력과 범죄에 대한 인식 및 대응은 대부분의 국가에서 가장 적극적으로 대처하는 부분이다. 소셜 미디어를 통해 개인의 사적·공적 영역이 쉽게 공유되고 있으나 방대한 양의 활동 내용을 정부가 사전에 규제, 검열한다는 것은 사실상 불가능하다. 때문에 언어나 욕설로 행해지는 사이버 모욕, 허위사실을 유포해 특정인의 명예를 훼손하는 사이버 명예훼손, 음란한 대화를 강요하거나 성적 수치심을 주는 사이버 성희롱, 그 밖에 사이버 스토킹, 사이버 음란물, 사이버 불링(bullying, 왕따) 등의 콘텐츠들이 쉽게 유통되고 확산된다. 특히 소셜 미디어에 많이 의존하는 10대들이 사이버 불링으로 자살하는 사례가 늘어나면서, 미국, 캐나다, 유럽은 관련 법안을 만들어 적극 대응하고 있다. 진화하는 사이버 폭력과 사이버 불링에 대해서는 규제적 접근과 동시에 교육을 통해 예방해야 한다는 논의도 활발하다.²²⁾

마지막으로 소셜 미디어 활동이 기록되고 공유되다 보니, 디지털 평판을 의식하면서 전략적으로 소셜 미디어를 활용하는 사례가 늘어나고 있다. 혹은 반대로 과거 개인의 기록이 유효기간 없이 삭

21) 서희정 (2016). 디지털 미디어 시대의 미디어 이용과 정치 참여. <미디어와 교육>, 6(2), 38-55.

22) 김민정 (2015. 12. 17.). 온라인으로 확대된 은밀한 폭력 '사이버 왕따'. <데일리 한국>. URL: <https://goo.gl/n77gNa>

제되지 않아 이용자들에게 ‘디지털 주홍글씨’가 되는 경우도 있다. 2014년 유럽사법재판소는 구글에게 개인이 삭제를 요청할 수 있는 창구를 마련하라는 판결을 내린바 있다. 2016년 EU도 개인정보보호 일반규정을 마련해 “정보 주체에게는 개인정보의 삭제를 요청할 권리를, 개인정보처리자는 일정한 사유가 있는 경우 개인정보를 삭제할 의무를 가진다”고 규정했다.²³⁾

소셜 미디어에 대한 규제 대응 동향


미국과 중국의 소셜 미디어 플랫폼들이 세계 시장을 독점하다 보니, 양국의 소셜 미디어가 갖는 사회적 함의와 규제에 대한 문제의식들은 이미 많은 관심을 받아 왔다. 즉 헌법에 보장된 표현의 자유를 보호하되 사회 부정적 영향을 최소화 시킬 수 있는 방안에 대한 고민을 할 수 밖에 없는 상황이 되었다. 미국의 경우 2006년 이후 전 세계에서 빠르게 성장하고 있는 소셜 미디어 기업을 규제하기 보다는 시장에 맡기는, ‘보이지 않는 손’을 택했다. 하지만 2016년 대선에서 가짜뉴스가 쉽게 유통, 확산하고 재생산되는 과정을 경험하면서 기업에 직접적 규제를 가하는 방안을 검토하고 있다. 예를 들면 지난 10월, 미국 의회는 소셜 미디어의 정치적 광고를 규제하는 초당적 법안인 ‘정직한 광고법(Honest Ads Act)’을 의회에 상정했다. 법안에 따르면 소셜 미디어 업체는 정치적 광고에 대해 광고주가 누구이고, 광고비로 얼마를 지불했으며, 광고의 주요 대상은 누구인지, 조회 수가 몇 회였는지를 공개해야 한다. 또 광고주로부터 받은 광고 자료의 디지털 사본을 보관하고 그 광고가 게재된 일시를 기록해야 하며, 해당 광고가 직·간접적으로 외국인에 의한 것인지 확인하려는 합리적 노력을 해야 한다. 정직한 광고법안의 상정은 지난 대선 기간 페이스북, 트위터, 구글을 통해 정치적 광고를 게재한 러시아를 의식한 것으로, 해외 정치 세력의 선거 조작 시도를 방지하려는 의도를 가지고 있다. 선거 후, 미(美)의회는 트위터, 페이스북, 구글에 대선기간 동안의 정치 광고 자료를 요청했는데 러시아 관영방송인 러시아투데이와 러시아 관련 단체의 정치 광고 지불이 상당 금액 있었고, 이들의 광고는 대체로 성소수자, 인종, 이민, 총기 등 미국 사회를 분열시키는 주제들로 당시 트럼프 편을 드는 광고들이 밝혀졌다. 따라서 정치 광고 규제에 관한 법안은 TV와 라디오 방송의 정치광고만을 엄격히 규제하는 현재의 규제영역에 소셜 미디어까지 포함하려는 움직임이라 볼 수 있다.²⁴⁾ 사실 매출의 97%가 광고에서 나오는 페이스북의 경우, 광고 내용에 대한 규제를 받지 않다 보니, 무분별한 광고를 우려하는 여러 국가들이 규제 필요성에 적극 공감하고 있다. 독일도 지난 7월 가짜뉴스나 테러를 조장하는 게시물을 방치할 경우 소셜 미디어 기업에 최고 5,000만 유로(약 650억 원)의 벌금으로 규제하겠다는 법안을 통과시킨바 있다. 이는 유럽 회원국 중 처

23) 차상욱 (2016). EU 개인정보보호법제의 최근 입법과 시사점. <정보법학>, 21(1), 141-170.

24) 이기준 (2017. 10. 20.). 美 의회, 마침내 페이스북·트위터 규제 첫발 댄다. <중앙일보>. URL: <https://goo.gl/U5H1N1>

음으로 도입된 강력한 규제였다. 영국에서도 페이스북 등 소셜 미디어 업체들에 온라인 환경 개선을 위한 기부금 출연을 촉구했고 관련 규제를 입법하기 위해 논의 중이다. 사실 페이스북은 2016년 미 대선에 큰 영향을 주었던 가짜뉴스의 유통에 대한 대책을 준비하고 있다. 가짜뉴스를 접한 이용자가 가짜뉴스를 신고할 수 있는 시스템을 마련한다거나, 유력 언론 등 제3의 기관과 협업하여 진위여부를 가릴 수 있는 기능을 추가하는 방안도 고민하고 있다고 한다. 하지만 서비스 제공자의 이러한 노력만으로 가짜뉴스와 유해콘텐츠를 해결하기엔 한계가 있고, 사용자의 권리와 이익 보호를 위해 공적 기구가 나서야 하는 상황에 와있다는데 공감하고 있다. 때문에 영국 역시 올 연말 구글, 페이스북, 트위터를 뉴스생산자로 지정해 법적 책임과 지위를 부여하는 규제를 적극 검토하겠다고 밝혔다. 3대 소셜 플랫폼 사업자들은 자체 규제와 시스템으로 이러한 문제를 해결할 수 있다고 밝히고 있지만 영국 내 여론 역시 소셜 미디어에 대한 규제가 필요하다는데 대체로 합의하고 있어, 향후 어떤 수준의 규제안이 마련될지 주목해 볼 만하다.²⁵⁾

소셜 미디어 규제 논의의 과제

소셜 미디어의 역사는 불과 10년 남짓하지만, 21세기 글로벌 사회에 미치는 영향은 지난 20세기의 매스 미디어보다 빠르고 광범위하다. 이 글에서는 미국의 주요 소셜 미디어 플랫폼인 구글, 페이스북, 트위터의 사례를 중심으로 다루었지만, 이밖에 다양한 소셜 미디어들은 여러 기능과 목적에 따라 이용자들을 진정한 생비자(prosumer)로 이끌고 있다. 그리고 과거 수용자 혹은 소비자에 머물던 매체 이용자들은 수평적 관계를 맺고, 상호작용을 통해 시간과 공간이라는 물리적 한계를 극복해가며 무한한 상상의 공동체를 만들고 있다. 그 공동체에선 공중이 원하는 정치를 구현할 수도 있고, 기존의 경제 활동의 틀을 쉽게 깰 수도 있다. 그런데 자유롭고 창의적인 이용자의 생활 터전이 자 문화가 된 소셜 미디어의 현실은 단순하지가 않다. 이용자에 의해, 이용자를 위한 서비스를 제공하고 있지만 이용자가 제공하는 경험과 정보는 누가 어떤 목적으로 어디에 활용하는지에 따라 우리 사회를 위협하는 부메랑이 되어 돌아 올 수 있기 때문이다. 이에 우리는 소셜 미디어를 대하는 해외 국가들의 다양한 접근 방법을 이해하고, 공유하며 글로벌 이용자의 주권을 위해 실질적 협력을 논의해야 할 중요한 시기에 놓여 있다. 

25) Bloomberg Technology (2017. 12. 13.). U.K. Is Said to Have No Plans to Change Law to Fine Social Media. URL: <https://go.gl/KEF9gK>

최근 트위터는 유해 콘텐츠를 제공하는 계정을 자체 차단 혹은 삭제하고 있는데, 그 양이 적년에 비해 10배나 늘었다고 주장하며 영국의 트위터 규제에 대응하고 있다

언론의 테드라인, 기자의 테드라인

손관승 언론중재위원 · 전 iMBC 대표이사

알렉 로스의 <미래산업보고서>에 따르면 매일 1분마다 2억 400만 통의 이메일이 전송된다. 240만 건의 글이 페이스북에 실리며, 21만 6천 장의 사진이 인스타그램에 업로드 된다. 실로 엄청난 정보의 양이고 이같은 변화를 도저히 감당하기 어려운 속도다.

기회인가 악몽인가? 첨단 디지털 모바일 기술이 만들어낸 혁신 세계는 실리콘밸리의 야심찬 사업가들에게는 큰 기회겠지만, 기존 언론사와 기자들의 입장에서는 그야말로 악몽에 가깝다. 많은 이들이 “디지털 리터러시(digital literacy, 온라인 미디어 등을 읽고 이해하는 능력)를 키울 필요가 있다”고 조언하지만 현실은 결코 만만치 않다. 최근 몇 장면만 들여다봐도 그렇다.

최근 동아일보는 자체 블로그 서비스의 문을 닫는다고 고지하였다. 중앙일보의 조인스 블로그도 그 뒤를 잇는다는 소식이며 조선일보는 이

미 닫았다. 한때 ‘기자와 전문가가 만나는 곳’을 표방하던 블로그였다. 신문사마다 자체 블로그 서비스를 경쟁적으로 적극 홍보하였던 터라 기술변화의 무상함을 실감하게 된다. 동아일보가 2010년 4월 15일에 쓴 기사를 잠시 살펴보면 이렇게 전하고 있다.

동아일보 블로그 서비스인 ‘저널로그’에 개설 1년 반 만에 방문자 1,000만 명을 돌파한 블로그가 탄생했다. 국제부 주성하 기자가 운영하는 ‘서울에서 쓰는 평양이야기’가 그 주인공이다.

주 기자는 13일 자신의 블로그를 통해 “첫 포스팅을 올린 지 1년 반이 조금 안 된 12일에 방문자 1000만 명을 돌파했다”고 밝혔다. 이 블로그는 지난해 7월 이후 매일 평균 100만 명 이상의 누리꾼이 꾸준히 찾는 대표적인 북한 관련 사이트가 됐다. 북한에서 김일성대를 졸업한 주 기자

는 온갖 우여곡절 끝에 2002년 한국에 입국했고 이듬해 동아일보 공채시험에 합격했다.

그의 블로그는 북한이라는 자칫 이념에 치우 치기 쉬운 무거운 소재를 최대한 객관적으로 분석한다는 게 장점. 이 때문에 '서울에서 쓰는 평양 이야기'에는 누리꾼들이 좌우의 시각에 상관 없이 찾아와 늘 열띤 토론을 벌이고 있으며 북한 외교관들까지 찾아와 남한의 대북 여론을 엿보는 공간이 됐다.

주성하 기자는 북한출신 기자라는 독특한 이력에 일반인들뿐 아니라 기자사회에서도 화제의 인물이다. 다른 사람들이 접하기 힘든 정보와 소식을 전해주기 때문이었다. 그런데 동아일보 블로그 폐쇄와 함께 그가 썼던 '서울에서 쓰는 평양 이야기'도 통째로 날아가갈 판이다. 물론 어디론가 옮기겠지만, 스타기자의 블로그도 폐쇄해야 하는 현실이다. 한때 블로그는 신문사라는 올드미디어가 뉴미디어를 지향한다는 것을 보여주는 상징적 서비스였다. 그런데 그 뉴미디어 서비스마저 문을 닫는다는 소식이다.

미디어의 왕국 미국에서는 더 큰 뉴스가 터져 나왔다. 95년 역사를 자랑하던 뉴욕타임스는 시사주간지 '타임'이 출판 미디어 그룹 메레디스에 매각된다는 기사를 알리는 첫 문장을 다음과 같이 비장하게 시작하고 있다.

“미디어 역사에서 길었던 한 시기가 일요일 밤, 의외의 결말에 도달했다.(A long chapter in media history came to an unlikely close on Sunday night)”

타임은 1922년에 설립된 이후 미국 잡지 시

장의 살아있는 역사나 다름없었다. 타임은 경제 전문 주간지 '포천', 사진 화보전문 '라이프', 스포츠 전문 '스포츠 일러스트레이티드' 등을 연달아 창간하면서 미국의 잡지 시장을 석권하였다. 한국에서도 성인이 되어 타임을 읽는다는 것은 곧 상당수준의 영어실력에 도달했음을 말해주는 것이었으며, 그렇기에 오랜 기간 동안 대학생이나 직장인들을 중심으로 타임 강좌 수강이 붐을 이룬 적이 있었다. 취업시험을 위해 혹은 해외주재원으로 나가기 위한 일종의 관문과 같았다.

타임은 1989년 워너 커뮤니케이션즈를 인수해 '타임워너' 그룹으로 발돋움했다. 1차 인터넷 닷컴 붐이 한창이던 2000년에는 AOL과 합병해 거대 통신 미디어 그룹이 되어 승승장구하는 듯하였다. 하지만 그것이 정점이었다. 전통미디어와 인터넷 통신 기업의 통합은 순조롭지 못해 결국 2014년 타임을 분리하기로 결정했고, 그 이후로 몰락의 길을 걸었다. 타임워너는 성장산업인 영화와 텔레비전 사업에 주력하기로 한 반면, 타임은 출판그룹이라는 별도 회사로 분리되어 방치되다시피 하였다. 종이잡지의 제왕이 쓸쓸하게 퇴장하던 날, 미국의 미디어 전문 매체 포인터는 좀 더 신랄하게 그 소식을 전하였다.

“오랜 시간 잡지 시장의 왕으로 군림했던 타임이 일요일 저녁 30억 달러에 팔렸다는 소식이 놀랍지 않다는 점이 놀라운 소식이다.”

타임의 오늘날 추락한 위상을 그대로 보여주는 글이다. 한편 30억불에 타임을 인수한 미디어그룹 메레디스(Meredith)는 강력한 보수주의 후원자들인 코흐(Koch)형제의 회사다. 공식적으로는 편집경영 개입 의사가 없다고 표명했지만

만 실제로는 그들의 정치적 도구로 이용될 것이라는 의심과 우려를 낳고 있다.

미디어 업계의 지각변동은 올드미디어뿐 아니라 뉴미디어도 예외가 아니다. 2016년 뉴욕 타임스가 가장 강력한 경쟁업체로 꼽기도 하였으며, 기업가치가 2조 원 가까이 되었던 버즈피드가 하락세로 꺾였다. 버즈피드는 1,700명 직원 가운데 비즈니스 부문 직원 100명을 감원한다고 공식 발표하였다. 불과 1년 사이 무슨 사연이 있었던 걸까? 켄 레러 버즈피드 회장은 영국의 파이낸셜 타임스와 인터뷰에서 이렇게 말하고 있다.

“디지털 광고와 콘텐츠 시장이 더욱 더 치열해지고 있다. 다른 시장을 찾거나 사업을 다각화하지 않고는 살아남기 힘들게 되었다.”

늘 그러하듯 새로운 기술 발전은 기대와 공포의 두 가지 날개를 달고 우리 앞에 다가왔다. 같은 언론이라 하더라도 기술혁신에 앞서가는 기업이나 플랫폼 사업자들에게는 엄청난 기회다. 구글과 네이버 같은 플랫폼 주도 사업자들은 최근 ‘듣는 콘텐츠’, 즉 오디오 콘텐츠 수집에 투자를 크게 강화하고 있다. 오디오 콘텐츠를 충실히 구축해 놓아야 앞으로 펼쳐질 인공지능(AI) 기반의 음성 검색 시장에서 주도권을 행사할 수 있기 때문이다. 오디오 콘텐츠는 텍스트라는 글자 검색과 동영상에 밀려 그동안 기를 펼치지 못했다. 하지만 매니아층을 기반으로 팟캐스트가 유행하면서 다시 두각을 나타내고 있다. ‘구글홈’과 ‘아마존 ‘에코’ 등 인공지능을 기반으로 한 홈스피커 시장이 열리면서 점차 주요 콘텐츠로 주목받고 있는 실정이다. 네이버 역시 음성 콘텐츠에 300억 원을 투자하겠

다고 밝혔다. 지금까지 검색 수단은 PC의 키보드 자판에서 스마트폰의 터치로 발전해 왔지만, 앞으로는 ‘음성’이 다음 세대의 검색 수단이 되고 있다는 판단이다.

미국 벤처캐피탈 분석가 메리 미커의 <인터넷 트렌드 리포트>에 따르면 2016년 음성을 통한 쿼리는 전체 모바일 쿼리의 20%를 차지했을 정도로 빠르게 성장하고 있다. 여기서 쿼리란 검색엔진에 처리를 요구하는 단위다. 즉 플랫폼 사업자들이 노리는 것은 단순히 콘텐츠 수집이 아니라 음성 검색 쿼리가 목적인다는 뜻이다. 당분간 검색은 텍스트와 음성 양 방향으로 전개될 움직임이다.

한편 미국의 워싱턴포스트는 기존 언론사에서 이제는 소프트웨어 회사로 점점 영역을 확장해나가고 있다. 136년의 전통에 빛나는 이 신문은 2013년 8월 아마존의 제프 베조스가 사비를 들여 사들인 후, 그 다음해 ‘아크 퍼블리싱(Arc Publishing)’, 줄여서 ‘아크’라 부르는 신문 발행 시스템 소프트웨어를 만들어냈다. 신문기사 관리 시스템인 ‘CMS(content management system)’가 핵심이다. 이 시스템을 이용해 신문을 읽는 독자는 대략 3억 명에 육박한다는 소식이다. 미국의 로스앤젤레스 타임스, 캐나다의 글로브 앤 메일, 뉴질랜드의 헤럴드 등 다양한 신문사들이 ‘아크’ 시스템을 이용하는 고객 신문사다.

그러니 워싱턴포스트는 신문기사만 서비스하는 곳이 아니라 소프트웨어 회사라 아니할 수 있겠는가? 한마디로 플랫폼 전쟁을 일으킨 것이다. 모기업인 아마존은 이미 막대한 데이터를 확보하고 있는 데다 많은 고객이 이를 일

종의 상품 검색 엔진으로 삼고 있어 디지털 광고 시장에서 무시 못 할 존재다. 아마존이 최근 미국프로풋볼(NFL) 스트리밍 중계권 계약을 맺은 것도 눈여겨보아야 할 움직임이다. 현재 글로벌 디지털 광고 시장을 구글과 페이스북이 사실상 과점하고 있지만 앞으로 가장 유력한 경쟁자는 아마존이라는 게 대체적인 전망이다.


이처럼 미디어 시장의 급변으로 미국의 주요 언론사에서 일하는 언론인들조차 기존과 완전히 다른 상황에 몰리고 있다. 미국 정치전문 매체인 폴리τικο(Politico)의 2017년 11월 21일 잭 셰퍼 기자의 기명 기사 내용을 읽으면 현재 미국의 메이저 언론이 처한 현실을 읽을 수 있다.

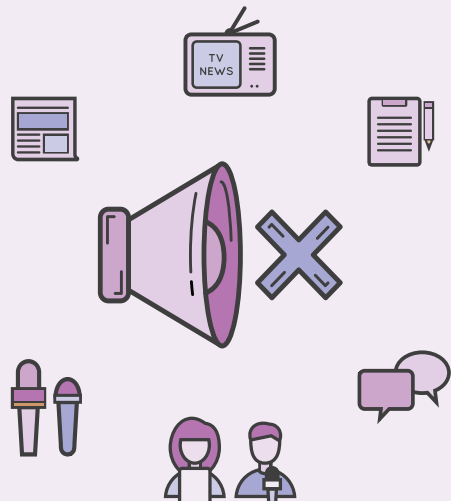
“월요일 밤, 내가 귀가하였을 때 뉴욕타임스 신문의 칼럼니스트인 니콜라스 크리스토프가 보낸 편지 한 장이 구독 청구서, 매거진, 카탈로그 등과 함께 와있었다.”

이렇게 시작된 그의 기사는 “뉴욕타임스 기자들이 독자들에게 굶신거리고 있다. 그것은 애처로운 일이다.”라고 뉴욕타임스를 정면으로 공격하였다. 니콜라스 크리스토프는 뉴욕타임스를 대표하는 저명한 칼럼니스트인데, 독자들에게 감사와 감정적 호소를 담은 서한을 보내는 것은 정론직필의 빼어난 글을 쓰던 유능한 글쟁이 칼럼니스트마저 마케터로 활용하는 전략이라고 강하게 비판한 것이다. 어쩌다 NYT의 간판 필진마저 신문 판촉 활동에 동원되는 상황으로 바뀐 것이냐는 질문이었다. 그는 이렇게 결말을 내렸다.

“나는 내가 애독하는 간판 글쟁이가 마케터가 되는 것은 결코 원하지 않는다.”

언론인들이라면 뼈아픈 질문이지만 그것이 또 어쩔 수 없는 현실이다. 특히 한국의 많은 언론사 간부들은 광고, 협찬, 행사라는 이름으로 마케팅 활동에 내몰리고 있는 상황이기 때문이다. 참고로 이 기사를 쓴 ‘폴리τικο(Politico)’는 2007년에 창간되어 워싱턴의 정가와 로비, 미디어를 대상으로 취재해 보도하는 정치 전문 언론사다. 웹사이트와 텔레비전, 종이신문, 라디오, 팟캐스트 등을 운영하고 있고 많은 특종을 올린 전문매체다.

이런 상황을 종합적으로 살펴 보건대 요즘 현직에 있는 언론사의 기자들에게는 두 개의 데드라인(Deadline)이 기다리고 있는 듯하다. 원래 데드라인은 기사 마감 시간을 의미하지만, 또 다른 하나는 기자라는 직업의 마감일이다. 도대체 언제까지 기자를 할 수 있을까, 이대로 가다가는 기사의 마감일조차 필요 없게 되는 직업의 데드라인의 날이 오는 것이 아닐까, 두려운 눈으로 세상을 바라보고 있다. 부정적 의미의 데드라인이다. 





알권리와 공정한 재판, 어떻게 조화시킬 것인가

강동욱 · 동국대학교 법과대학 교수

1. 머리말

최근 우리 사회에서 사법의 투명성 확보와 국민의 알권리(이하 ‘알권리’라고 한다) 보장을 이유로 하여 재판중계에 대한 관심이 고조되고 있다. 그동안 형사재판에 있어서 재판중계는 아직 유죄자로 확정되지 않은 피고인을 마치 유죄자인 것처럼 취급하는 결과가 되고, 중계방송을 통해 피고인의 신원 등이 공개됨으로써 사생활 침해의 우려가 크며, 더구나 여론의 영향에 의하여 사법의 공정성을 해칠 수 있다는 점에서 대다수의 학자나 법원의 태도는 부정적인 입장을 견지해 왔다. 그러나 최근 일련의 사건들에 대해 국민의 관심이 높아져 있는 반면, 일반인의 경우 법정시설의 협소함으로 인해 법정출입이 제한되면서 주요한 재판의 경우에는 알권리 보장 차원에서 하급심의 경우에도 재판중계가 확대되어야 한다는 요청이 강해지고 있다. 대법원도 2017년 8월 4일 「법정 방청 및 촬영 등에 관한 규칙」(대법원규칙 제2751호, 2017. 8. 4. 시행)을 개정하여 그동안 ‘재판개시 전’에만 허용하던 재판중계를 ‘판결선고’의 경우까지 확대하였다. 하지만 이 대법원규칙의 개정에 대해서는 재판중계를 찬성하거나 반대하는 입장 양측으로부터 모두 비판을 받고 있다. 이에 본고에서는 특히, 형사재판을 중심으로 재판중계에 관한 법제와 그동안의 논의에 대하여 살펴보고, 사법신뢰확보 수단으로서의 재판중계의 합리적인 방안을 모색해 보고자 한다.¹⁾

1) 이 글은 강동욱 (2017. 3.), 사생활 보호의 관점에서 본 형사재판중계에 대한 법적책적 고찰. <형사법의 신동향>, 통권 제54호, 122-155; 강동욱 (2017. 4.), 국민의 알권리요청에 따른 형사재판중계의 허용에 관한 법적책적 검토. <세계헌법연구>, 제23권 제1호, 101-126. 등을 기초로 하여 정리한 것임.

II. 재판공개 및 재판중계에 관한 현행 법제

1. 재판공개에 관한 현행 법제

가. 재판공개에 관한 법규

헌법 제27조 제3항 후단에서는 “형사피고인은 상당한 이유가 없는 한 지체 없이 공개재판을 받을 권리를 가진다.”고 규정함으로써 사법밀행주의를 배격하고 공개재판의 원칙을 형사피고인의 기본권으로 보장하고 있다. 동법 제109조에서도 “재판의 심리와 판결은 공개한다. 다만, 심리는 국가의 안전보장 또는 안녕질서를 방해하거나 선량한 풍속을 해할 염려가 있을 때에는 법원의 결정으로 공개하지 아니할 수 있다.”고 규정하여 공개재판주의를 원칙으로 하고 있다.

또 「법원조직법」 제57조에서는 헌법 제109조와 동일한 규정을 두어 재판의 심리와 판결은 공개하도록 하고 있다. 다만, 동법 제59조에서는 “누구든지 법정 안에서는 재판장의 허가 없이 녹화, 촬영, 중계방송 등의 행위(이하 ‘촬영 등 행위’라 한다)를 하지 못한다.”고 규정하고 있다.

그리고 재판장의 촬영 등 행위의 허가에 관해 대법원은 「법정 방청 및 촬영 등에 관한 규칙」에서 상세한 규정을 두고 있다. 즉, 동 규칙 제4조 제1항에서 “재판장의 허가를 받고자 하는 자는 촬영 등 행위의 목적, 종류, 대상, 시간 및 소속기관명 또는 성명을 명시한 신청서를 재판기일 전날까지 제출하여야 한다.”고 함으로써 허가절차에 대하여 규정하는 한편, 동조 제2항에서는 “재판장은 피고인(또는 법정에 출석하는 원, 피고)의 동의가 있는 때에 한하여 전항의 신청에 대한 허가를 할 수 있다. 다만, 피고인(또는 법정에 출석하는 원, 피고)의 동의 여부에 불구하고 촬영 등 행위를 허가함이 공공의 이익을 위하여 상당하다고 인정되는 경우에는 그러하지 아니하다.”고 함으로써 허가요건에 대하여 규정하고 있다.

또한 대법원은 2017년 8월 4일 동 규칙의 개정(대법원규칙 제2751호, 2017. 8. 4. 시행)을 통해 제5조 제1항에서 촬영 등 행위가 허용되는 범위를 종전의 ‘공판 또는 변론의 개시 전’에서 ‘판결 선고 시’(제1호)까지 확대하는 한편, 동조 제2항을 신설하여 “재판장은 소송관계인의 변론권·방어권 기타 권리의 보호, 법정의 질서유지 또는 공공의 이익을 위하여 촬영 등 행위의 시간·방법을 제한하거나 허가에 조건을 부가하는 등 필요한 조치를 취할 수 있다.”고 규정하고 있다.

나아가 동 규칙 제5조 제1항에서는 촬영 등의 행위에 있어서 “2. 법단 위에서 촬영 등 행위를 하여서는 아니 된다. 3. 촬영 등 행위로 소란케 하여서는 아니 된다. 4. 구속피고인에 대한 촬영 등 행위는 수갑 등을 끈 상태에서 하여야 한다. 5. 소년에 대하여는 성명, 연령, 직업, 용모 등에 의하여 당해 본인임을 알아볼 수 있을 정도로 촬영 등의 행위를 하여서는 아니 된다.”등의 촬영 등의 행위방법에 대한 일부 제한사항을 열거하고 있다.



이외에도 대법원은 2014년 8월 6일 「법정 방청 및 촬영 등에 관한 규칙」 개정(대법원규칙 제2548호, 2014. 8. 6. 시행)을 통해 제6조²⁾에서 하급심 재판에서도 법원 시설 내에서의 중계를 목적으로 한 녹음, 녹화 또는 촬영을 할 수 있는 근거를 마련하였다. 즉, 재판장은 “1. 소송관계인의 수가 재판이 진행되는 법정의 수용인원보다 현저히 많아 법정질서 유지를 위하여 필요한 경우, 2. 재난 또는 이에 준하는 사유로 인하여 다수의 인명피해가 발생한 사건에서 당사자, 피해자 또는 그 법정 대리인(피해자가 사망한 경우에는 배우자·직계친족·형제자매를 포함한다) 중 상당수가 재판이 진행되는 법원으로부터 원격지에 거주하여 법정에 직접 출석하기 어려운 경우에 중계장치가 갖추어진 원격지의 법원에서 재판진행을 시청할 수 있도록 하는 것이 참여 보장을 위하여 상당하다고 인정되는 경우”에는 공판 또는 변론의 전부 또는 일부에 대하여 중계를 목적으로 한 녹음, 녹화 또는 촬영을 명할 수 있도록 하고(제1항), 제1호의 경우에는 ‘소속 고등법원장(특허법원장을 포함한다) 또는 지방법원장(가정법원장 또는 행정법원장을 포함한다)의 승인’을 받아 ‘소속 법원 내의 시설’에서, 제2호의 경우에는 ‘법원행정처장의 승인’을 받아 ‘원격지 법원 내의 시설’에서 중계할 수 있도록 하였다(동조 제2항, 제3항). 다만, 이때 재판장은 중계에 의하여 소송관계인의 개인정보가 침해되지 않도록 필요한 조치를 취할 수 있도록 하였다(동조 제4항). 동 규정은 법정의 공간적 한계를 감안하여 법정이 아닌 ‘법원시설 내의 다른 장소’에 한하여 중계방송 할 수 있도록 하여 재판공개 범위를 확대한 것에 지나지 않고, 일반 국민을 위한 TV 등에 의한 재판중계를 허용한 것은 아니다.

한편, 「형사소송법」에서는 재판공개에 관한 직접적인 규정은 두고 있지 않지만 공판절차상 공개주의를 기본 원칙으로 하고 있고, ‘공판의 공개에 관한 규정에 위반한 때(제361조의5 제9호)’를 항소이유로 하고 있으며, 이것은 곧 ‘판결에 영향을 미친 헌법·법률·명령 또는 규칙의 위반이 있는 때(제383조 제1항 제1호)’에 해당하여 상고이유가 되는 등, 공개재판의 원칙을 제도적으로 보장하고 있다.³⁾

2) 동 개정은 소위 세월호 사건을 계기로 한 것이며, 제1항 제2호는 대형 인명 피해가 발생한 사건의 경우 ‘사실심 재판을 일정 부분 중계하는 것이 피해자 및 그와 관계된 자들에 대한 배려가 될 수 있다’는 인식을 바탕에 둔 것이다[대법원 보도자료 (2014. 8. 6). “세월호 사건 재판 등에서의 재판 중계 관련 대법원규칙 개정”. 사법지원실, 2면].

3) 대법원은 “헌법 제109조, 법원조직법 제57조 제1항에서 정한 공개금지사유가 없음에도 불구하고 재판의 심리에 관한 공개를 금지하기로 결정하였다면 그러한 공개금지결정은 피고인의 공개재판을 받을 권리를 침해한 것으로서 그 절차에 의하여 이루어진 증인의 증언은 증거능력이 없다”고 판시하였다(대법원 2013. 7. 26. 선고 2013도2511 판결).

나. 재판중계에 관한 법규

대법원은 2013년 2월 28일 「대법원에서의 변론에 관한 규칙」 개정(대법원규칙 제2456호, 2013. 2. 28. 시행)⁴⁾을 통해 제7조의2에서 “누구든지 대법원 변론에 대한 녹음, 녹화, 촬영 및 중계방송을 하고자 하는 때에는 재판장의 허가를 받아야 한다.”(제1항)고 규정하는 한편, “재판장은 필요하다고 인정하는 경우 대법원 변론을 인터넷, 텔레비전 등 방송통신매체를 통하여 방송하게 할 수 있다.”(제2항)고 규정하고 있다. 다만, 동조 제3항에서는 “재판장은 방송에 의하여 당사자 등의 개인정보가 침해되지 않도록 필요한 조치를 취할 수 있다.”고 규정하고 있다. 이를 근거로 대법원은 2013년 3월 21일 사법사상 최초로 대법정에서의 공개변론을 국정방송인 KTV와 인터넷으로 중계방송⁵⁾한 바 있으며, 이후 최근까지 수 차례에 걸쳐 중계방송을 실시해 오고 있다.⁶⁾ 그러나 「대법원에서의 변론에 관한 규칙」에서 대법원의 심리에 대한 중계방송을 허용하고 있는 것은 알권리에 근거한 것으로 볼 수 있지만 이를 구체화한 법률의 위임이 없다는 점에서 그 법적 정당성이 문제될 수 있다.⁷⁾

다. 정보공개법에 의한 정보공개와 재판중계

「공공기관의 정보공개에 관한 법률」(이하 ‘정보공개법’이라고 한다.) 제3조에서는 “공공기관이 보유·관리하는 정보는 국민의 알권리 보장 등을 위하여 이 법에서 정하는 바에 따라 적극적으로 공개하여야 한다.”고 규정하고 있으며, 공공기관에는 ‘법원과 헌법재판소’(제2조 제3호 가목 1)도 포함시키고 있다. 따라서 법원은 동법에 근거하여 직무상 작성 또는 취득하여 관리하고 있는 문서(전자문서를 포함한다)·도면·사진·필름·테이프·슬라이드 및 그 밖에 이에 준하는 매체 등에 기록된 사항을 이 법에 따라 정보를 열람하게 하거나 그 사본·복제물을 제공하거나 또는 「전자정부법」 제2조 제10호에 따른 정보통신망을 통하여 정보를 제공하여야 한다(제2조 제1호, 제2호 참조).

여기서 ‘법원의 정보’란 법원의 본질적 임무인 재판작용뿐만 아니라 사법행정작용에 관한 정보를 포괄한다. 다만, 사법부의 본질적 기능은 재판작용이므로 재판공개는 재판작용에 관한 직접적인 정보공개를 의미하는 것으로 이해할 수 있다. 하지만 정보공개법상 공개대상은 ‘문서와 이에 준하는 것’이므로 이를 문언적으로 해석하게 되면 재판의 중계방송은 포함되지 않는다고 할 것이다. 더구나

4) 동 개정은 “국민의 생활에 큰 영향을 미치는 대법원 공개변론 사건의 심리를 방송을 통해 공개함으로써 국민의 재판과 사법에 대한 이해를 제고하고, 투명하고 열린 사법을 지향함으로써 국민의 사법에 대한 신뢰를 증진하고자”한 것이다(법제처 자료 참조).

5) 좌영길 (2013. 3. 14.). 대법원 공개변론 21일 사상 첫 중계방송. <법률신문>. URL: <https://goo.gl/2FwJGG>

다만, 당사자의 인격권이나 사생활 침해 우려 등 돌발 상황이 벌어졌을 때 대처할 수 있는 시간적 여유를 얻기 위하여 20분 지연해 방송하였다.

6) 기타 사례에 대해서는 노재선 (2014). 대법원에서의 변론 생중계에 관한 소고(小考). <가천법학>, 제7권 제2호, 136-138. 등 참조.

7) 따라서 대법원의 심리중계도 현재로서는 헌법상 공개재판의 원칙과 이를 구체화한 「법원조직법」의 위임에 따른 것으로 해석·적용될 때에 한하여 그 법적 정당성을 확보하게 될 것이다.



정보공개법 제9조에서는 “진행 중인 재판에 관련된 정보와 범죄의 예방, 수사, 공소의 제기 및 유지, 형의 집행, 교정(矯正), 보안처분에 관한 사항으로서 공개될 경우 그 직무수행을 현저히 곤란하게 하거나 형사피고인의 공정한 재판을 받을 권리를 침해한다고 인정할 만한 상당한 이유가 있는 정보” (제4호)는 공개하지 않을 수 있도록 하고 있다.⁸⁾ 따라서 오히려 정보공개법의 입법취지에 따르면 원칙적으로 재판중계는 허용되지 않는 것으로 볼 수밖에 없다.

라. 소결

위에서 살펴본 바와 같이 현행법규에서는 재판공개 또는 재판중계에 관한 규정을 두되, 촬영 등의 행위에 대하여는 재판장의 허가를 요하게 하는 한편, 피고인의 사생활 보호 등을 이유로 그 절차와 방법에 대하여 제한을 두고 있음을 알 수 있다. 하지만 이들 법규들은 헌법상 보장된 공개재판의 원칙을 구체화한 것으로서 알권리의 보장과 직접적인 관련성을 갖는 것은 아니다. 따라서 법원조직법상 ‘중계방송’의 표현도 알권리의 보장 요청에 따라 현재 논의되고 있는 재판중계를 의미하는 것이 아니라, 재판공개의 하나의 유형으로서 ‘중계방송’을 의미하는데 지나지 않는 것으로, 양 개념은 동일한 표현이지만 그 내용은 구분되는 것이라고 하지 않을 수 없다.⁹⁾

물론, 대법원이 2017년 8월 4일 「법정 방청 및 촬영 등에 관한 규칙」을 개정하면서 촬영 등 행위의 대상을 ‘공판 또는 변론의 개시 전’뿐만 아니라 ‘판결 선고 시’(제1호)까지 확대한 것과 관련하여 하급심 재판에 있어서도 ‘심리과정’은 제외되지만 ‘판결선고과정’은 알권리의 보장을 위하여 재판중계가 허용되는 것으로 해석될 여지가 있다. 하지만 동 규칙은 상위법인 헌법과 「법원조직법」의 위임에 따라 공개재판 원칙의 요청을 실현하기 위하여 세부사항을 규정하고 있는 것으로 해석하는 것이 타당하고, 따라서 동 규칙을 현행법상 알권리의 보장을 위해 재판중계를 허용한 규정으로 보는 것은 적절하지 않다. 원래 공개재판의 원칙은 ‘비밀심리주의’ 내지 ‘밀행주의’ 또는 ‘당사자공개주의’에 대응하여 생겨난 것으로 법원의 심판절차를 국민의 감시 하에 둠으로써 재판의 공정을 보장하여 피고인을 보호함과 동시에 재판에 대한 국민의 신뢰를 유지하기 위한 것이다. 따라서 피고인에 대한 사생활침해를 내포할 수밖에 없는 알권리 보장을 위한 재판중계를 공개재판원칙의 내용으로 해석하는 것은 공개재판의 원칙의 발생 연원이나 그에 따른 현행법의 입법취지에 부합하지 않는 것으로 이 원칙이 갖는 의미를 상실시켜 버린다.¹⁰⁾

8) 검찰, 경찰 기타 범죄수사에 관한 직무를 행하는 자 또는 이를 감독하거나 보조하는 자가 그 직무를 행함에 당하여 지득한 피의사실을 공판청구 전에 공표한 때에는 「형법」상 피의사실공표죄(제126조)가 성립하여 3년 이하의 징역 또는 5년 이하의 자격정지에 처하도록 되어 있다.

9) 「법정 방청 및 촬영 등에 관한 규칙」 제6조에 의한 중계방송이 이 유형에 해당한다.

10) 박용철·최인화(1984), 공개재판과 언론보도, 《중앙문화연구》, Vol. 11, 8.; 이상돈(1998), 《형사소송원론 - 형사소송의 근대성과 대화이론》, 법문사, 268-269. 참조.

이와 관련하여 재판공개에 의미에 대하여 애초의 공판과정 및 판결선고 방청의 자유보장이라는 소극적 협의의 내용을 넘어서 언론매체에 의한 재판정보의 대중전달이라는 적극적 광의의 의미로 이해하기도 하고,¹¹⁾ 공개재판주의가 초창기에는 국가권력에 대한 통제와 그 자의로부터 시민의 보호라는 측면에서 기여했던 반면, 오늘날에는 일반 국민의 정보이익에 보다 중점을 두고 간접공개¹²⁾도 포함되는 것으로 해석하면서¹³⁾ 재판중계가 재판공개에 범주에 포함된다는 주장도 있다.

그러나 공개재판의 원칙은 재판과정에서 사실 확정과 법률적용의 과정을 감시하고 그로써 법적 상황과 일치하는 결정을 보장하도록 기여함으로써 피고인이 부당하게 처벌되지 않도록 하는 원칙이므로 재판의 공개에 의해 일반적 통제가능성하에 있으면 충분한 것이지, 그 심리과정의 생생한 기록과 내용 그대로를 대중에게 전달할 것은 요하지 않는다(형식적 공개론).¹⁴⁾ 따라서 공개재판의 원칙에 따른 언론보도는 공판절차 및 판결의 기사적 간접보도를 의미하는 것에 그치고 중계방송을 통한 직접보도까지 포함되는 것은 아니라고 할 것이다.¹⁵⁾ 설령 재판공개에 범주에 간접공개가 포함된다고 하더라도 간접공개는 재판의 공정성을 확보하기 위하거나 피고인이 부당하게 처벌되지 않도록 기여하는 경우에 한하여서만 그 정당성을 갖게 될 것이므로 이것이 알권리 보장을 위한 재판중계의 법적 근거가 될 수는 없을 것이다.¹⁶⁾ 대법원규칙에서 촬영 등의 행위 대상에 ‘전 심리과정’이 아니라 ‘공판 또는 변론의 개시 전’과 ‘판결 선고 시’로 제한한 것도 이러한 연유에 따른 것이라고 할 수 있을 것이다.

한편, 헌법상 공개재판의 원칙이 피고인의 기본권의 내용으로 인정되고 있는 것임을 고려할 때 촬영 등의 행위가 피고인의 이익을 침해하는 것이 되어서는 아니 될 것이므로 대법원규칙에서 재판장이 촬영 등의 행위를 허가함에 있어서 ‘피고인의 동의’를 얻도록 하고 있는 것은 재판공개로 통한 피고인 보호라고 하는 헌법의 이념에 따른 당연한 조치이다. 하지만 동 규칙에서 예외적으로 ‘공공의 이익’이 있는 경우에는 재판장이 피고인의 동의가 없는 경우에도 촬영 등의 행위를 허가할 수 있도록 하고 있는 것은 헌법이나 법률의 위임의 범위를 벗어난 것으로 위임입법의 한계를 일탈한 것

11) 강구진(1983). <형사소송법원론>. 학연사. 326. 등

12) 직접공개는 일반 국민이 법원의 법정에 직접 참석하여 방청석에서 재판을 방청하는 것을 말하는 반면, 간접공개는 TV중계나 라디오방송 등을 통해 법정 외에 있는 일반 국민들에게 재판절차를 전달하는 방법을 말한다[강동욱(2010). 형사재판에 있어서 공개주의의 의미와 그 내용에 관한 고찰. <한양법학>, 제21권 제3집, 223-226.].

13) 김재윤(2004). 독일과 한국의 공개주의와 그 제한에 관한 비교법적 고찰. <형사법연구>, 제21호, 298.

14) 재판의 공개가 법관이 어떠한 증거에 기초하여 어떠한 과정에 의해서 심증을 형성하고 사실을 인정하는 것인가 라고 하는 것까지 방청인이 이해할 수 있도록 공개하여야 한다는 실질적 공개를 의미한다고 하게 되면, 재판절차가 법관이 사실 관계에 대한 심리를 통해 사건의 진상을 밝히기 위한 절차가 아니라 사건의 직접 이해당사자가 아닌 방청인 또는 시민들에게 사건을 이해시키고 법적용의 모든 내용을 확인시키는 절차로 되고, 이에 따라 법관은 소송당사자 보다는 방청인이나 시민들에게 더 관심을 가지게 될 것이다. 이렇게 되면 재판 자체가 소송당사자가 아닌 방청인이나 시민들을 위한 재판이 되어 여론에 의한 재판으로 전락할 우려마저도 배제하기 어렵다[앞의 강동욱(2010), 220.].

15) 김일수(1984. 4). 재판공개에 원칙. <고시계>, 제29권 4호, 150. 자세한 것은 앞의 강동욱(2010), 218-220, 224-226.

16) 외국에서도 공개재판을 받을 권리나 공개재판의 원칙에 재판중계를 포함시키는 형태의 헌법이나 헌법재판기관의 판례는 발견되지 않는다는 지적이 있다.



이라고 할 것이다. 「법원조직법」에서 촬영 등의 행위에 있어서 재판장의 허가를 받도록 하고 있고, 공개하는 경우에도 여러 가지 제한을 두고 있는 것은 공개재판의 원칙을 실현함에 있어서 피고인의 사생활 침해 방지하기 위한 목적으로 촬영 등의 행위를 통제하기 위한 것이지 알권리 보장을 위해 재판장에게 제한 없는 허가권을 부여한 것이라고 볼 수는 없기 때문이다. 따라서 공개재판의 원칙에 근거한다면 피고인의 동의 없는 재판공개는 허용되어서는 아니 될 것이다. 더구나 「법원조직법」에서 사생활침해와 관련 없이 공공의 이익을 이유로 피고인의 촬영 등 행위를 허가할 수 있는 예외를 인정하고 있는 것도 아니다.

결론적으로 말하면 헌법상 보장된 공개재판의 원칙에 따른 재판공개에 관한 법률규정은 알권리 보장을 위한 재판중계의 법적 근거가 될 수는 없기 때문에 알권리의 요청에 따른 재판중계에 관한 현행 실정법 규정은 없다고 할 수밖에 없다. 따라서 대법원규칙에서 대법원의 변론중계를 허용하고 있는 것은 ‘법률’에 근거하지 않은 것이 되므로 법률에 의해서만 기본권제한을 허용하고 있는 헌법 제37조 제2항 위반이 될 수 있다.

III. 재판중계방송 허용을 둘러싼 권리 논쟁

재판의 중계방송과 관련하여 그 헌법적 근거로서 긍정하는 입장에서는 ‘알권리’를 주장하고, 부정하는 입장에서는 ‘사생활보호’를 들고 있다.

1. 국민의 알권리와 재판중계

알권리의 보장은 정부가 국가의 정치과정을 최대한 공개해야 한다는 것으로부터 출발한다. 따라서 법원도 정부의 한 구성부분이며, 사법부의 구성원인 법관도 공무원으로서 헌법 제7조 제1항¹⁷⁾의 적용대상이므로 사법작용은 당연히 알권리의 대상이 된다.

이와 관련하여 알권리는 의견의 형성과 표현의 전제로서 기능하므로 그 전제로서 충분한 정보의 수령이 요구되고, 따라서 재판중계는 법정 밖의 일반 국민에게 재판에 대한 정보를 제공한다는 의미를 가지기 때문에 알권리 실현의 주요한 수단으로서 작용할 수 있다는 견해가 있다.¹⁸⁾ 이에 따르면 사회적 관심이 지대한 사건들에 대해서는 알권리의 보장차원에서 재판중계를 허용하여야 하며,

17) 공무원은 국민전체에 대한 봉사자이며, 국민에 대하여 책임을 진다.

18) 손태규 (2012), 국민의 알권리와 법정 촬영 및 방송, <공법연구>, 제40집 제4호, 33-34.

정부의 다른 두 축인 행정부와 입법부가 책임성과 투명성을 높이고 알권리를 위해 카메라의 접근을 허용하는 마당에 역시 정부의 한 축인 사법부가 이를 거부하는 것은 정당화될 수 없다고 한다.¹⁹⁾

그러나 재판중계는 일반 국민들에게 재판 정보를 제공한다는 점에서 알권리의 실현을 위한 주요한 수단이 된다고 하더라도, 재판중계로 인해 국가의 사법작용뿐만 아니라 피고인 등 소송당사자의 개인적인 영역에 대한 공개까지 포함하게 되는 양면성을 가진다. 하지만 알권리는 일반 국민의 대 국가적 기본권에 불과하고, 일반 국민이 다른 국민인 개인에게 사적 정보를 공개할 것을 요구하는 청구권까지 그 내용으로 포함하는 것은 아니다.²⁰⁾ 따라서 피고인의 입장에서 보면 개별 형사사건에 대한 재판중계가 알권리의 대상에 포함된다고 하기 어렵다. 즉, 중계대상인 재판이 피고인의 입장에서 보면 알권리에 따른 정보청구의 대상인 ‘일반 국민의 자유로운 접근이 허용되어야 할 정보’에 해당하지 않을 뿐만 아니라 재판중계가 ‘일반적으로 정보에 접근하고 수집·처리함에 있어서 국가 권력의 방해 받지 아니함’과 ‘의사형성이나 여론 형성에 필요한 정보를 적극적으로 수집하고, 그 수집을 방해하는 방해제거를 청구할 수 있음’을 의미하는 알권리를 실현하는 수단으로서 유일한 것이거나 당위적인 것도 아니다.²¹⁾

또한 헌법재판소는 알권리에 대하여 ‘사생활의 비밀과 자유의 보장 등과 관련된 정보’는 개별적 정보청구의 대상에 해당하므로 이를 알아야 할 정당한 이해를 가진 자에 한하여 적극적으로 그 공개를 청구할 수 있다고 하고 있다.²²⁾ 그러나 범죄가 사회적 관심사의 대상이고 사회에 미치는 영향이 적지 않기 때문에 설령 공공성이 인정된다고 하더라도 개별 형사사건의 재판정보에 대하여 일반 국민이 ‘정당한 이해를 가진 자’에 해당된다고 할 수는 없다. 따라서 알권리에 근거하여 국민이 국가에 대하여 개별 사건의 재판중계를 요청할 권리가 있다거나 국가가 일반 국민에게 재판중계를 할 의무가 있다고 할 수는 없을 것이다.²³⁾ 그렇다고 하면 알권리의 보장을 위해서 반드시 재판중계가 허용되어야 한다고 주장하는 것은 법리적으로도 타당하지 않다.

19) 앞의 손태규 (2012), 34. 참조.

20) 정보공개법에서도 ‘진행 중인 재판에 관련된 정보’(제9조 제4호)는 원칙적으로 공개금지대상이며, 「개인정보 보호법」에서는 개인정보 침해에 대하여 엄중하게 대처하고 있다.

21) 현행법상 모든 사람에게 재판방청이 허용되고 있고, 재판에 대한 뉴스보도가 행하여지고 있으며, 원하는 사람에게는 판결문도 제공하고 있을 뿐만 아니라 일부 형사사건에 해당하지만 국민참여재판도 이루어지고 있으므로 재판중계가 없더라도 누구라도 충분히 재판내용을 알 수 있기 때문에 불가피성도 인정되지 않는다(앞의 노재선 (2014), 144.].

22) 헌법재판소 2003. 3. 27. 선고 2000헌마474 결정.

23) “개별적 정보공개청구권은 다른 권리에 기초하여 주장될 수 있지만, 알 권리에 기초하여 주장될 수는 없다.”는 비판이 있다(문재원 (2015), 알 권리의 재구성 - 변호사시험법 제18조 제1항 위헌확인 사건의 판례 평석을 경하여 -, <공법연구>, 제44집 제2호, 114.].



2. 피고인의 사생활보호와 재판중계

사법기관은 입법기관이나 행정기관 등 다른 국가기관과는 달리 재판이라고 하는 특수한 절차를 대상으로 하고, 같은 재판이라고 하더라도 형사재판은 헌법소송 및 행정소송의 경우와 달리 헌법상 무죄가 추정되는 피고인이라고 하는 특정 개인을 중심으로 전개된다. 따라서 형사재판에 있어서는 법관을 비롯한 모든 소송참여자 중에서 사실상 피고인에게 모든 관심이 집중될 수밖에 없다. 하지만 헌법상 피고인은 유죄의 확정판결 전까지 무죄가 추정(헌법 제27조 제4항)되므로 사생활을 보호할 필요가 있지만 재판중계를 허용하게 될 경우 피고인은 물론이고, 가족 등 주변인에 대한 심각한 사생활 침해가 초래될 수 있으며, 심지어 유죄자로 인식될 가능성도 적지 않다.²⁴⁾ 따라서 재판중계는 무죄추정의 원칙에도 반하게 될 뿐만 아니라 당해 사안의 실제진실 발견 및 재판의 공정성에도 상당히 부정적으로 작용할 수 있다. 더구나 오늘날 정보디지털화로 인해 디지털화 된 정보는 전파속도와 범위가 빠르고 넓은 만큼 단 한 번의 공개로도 광범위한 피해를 야기할 수 있고,²⁵⁾ 특히 그 내용에 오류가 있어도 사후수정이 어렵기 때문에 개인의 '잊혀질 권리'의 침해까지 야기함으로써 그 피해가 오랫동안 지속될 수 있다.²⁶⁾

뿐만 아니라 피고인 외에도 재판정에서 재판을 방청하고 있는 당해 사건의 피해자 등 이해관계자나 일반 방청인도 재판중계로 인해 초상권 침해가 초래될 수 있으며,²⁷⁾ 중계방송을 통해 피해자나 증인의 얼굴 등 신상이나 신문과정과 내용이 공개될 경우²⁸⁾ 피고인이나 공범자 등에 의한 보복범죄의 피해가능성도 더욱 커지게 된다.

3. 기본권 충돌 시 재판중계의 정당성 여부

재판중계는 일반적으로 알권리와 피고인의 사생활 보호가 충돌하는 영역으로 이해되고 있다. 헌법학에서는 기본권이 충돌하는 경우에는 그 해결원칙으로서 이익형량의 원칙과 규범조화적 원칙이

24) 앞의 김재윤 (2004), 303.; 변종필 (1998). 공개주의와 공판의 의사소통구조. <형사정책연구>, 제9권 제4호, 112, 123. 등.

25) 이상원 (2012). 사법신뢰형성구조와 재판의 공개. <서울대학교 법학>, 제53권 제3호, 365-370.

26) 김소연 (2016). 재판 중계의 헌법적 의의와 비교법적 고찰. <성균관법학>, 제28권 제3호, 270.

27) 공개된 장소라고 해도 초상권자가 뉴스가치가 있는 공적 인물이 아닌 한 동의 없이 특정 개인이 부각되게 촬영·공포하는 것은 특정 개인에 대한 초상권을 침해하는 행위이므로 위법이다[이재진·동세호 (2015). 방송 관련 초상권 침해 소송에서 나타난 '동의'의 적용 범위에 대한 연구. <언론과 법>, 제14권 제1호, 118.]. 한편, 중계방송을 찬성하는 입장에서는 판사, 검사, 변호사의 경우에는 여차피 재판절차라는 공적인 영역을 담당하고 참여하는 사람들로서 사생활의 일부 공개는 감수하여야 한다고 한다[김태형 (2012). 재판에 대한 방송의 허용 여부에 관하여. <저스티스>, 통권 제130호, 157.].

28) 최근에는 피해자나 증인의 인격권 보호 및 2차 피해방지를 위해 특정강력범죄(특정범죄신고자등 보호법 제11조 제6항)나 성폭력범죄(성폭력범죄의 처벌 등에 관한 특례법 제31조) 또는 아동학대범죄(아동학대범죄의 처벌 등에 관한 특례법 제17조)등의 경우에는 심리의 비공개가 폭넓게 인정되고 있다.

제시되고 있지만,²⁹⁾ 알권리와 사생활 보호 사이에는 우열을 가릴 수 없다고 하면서 어느 기본권을 우선시킬 것인가는 이익형량의 원칙에 따라 공평한 제한의 원칙·대안(절충안) 발견의 원칙 또는 규범조화의 원칙에 따라 과잉금지의 원칙·대안해결방안·최후수단 억제방법 등에 따라야 한다고 한다.³⁰⁾ 특히 알권리는 표현의 자유와 결부되는 권리이므로 사생활 보호와 충돌되는 경우에 어느 것을 우선시킬 것인가에 대하여는 언론출판의 자유와 사생활 비밀의 보호가 충돌되는 경우의 해결 이론이 그대로 원용된다고 한다.³¹⁾ 대법원은 사생활 침해에 대하여 “사생활과 관련된 사항이 공공의 이해와 관련되어 공중의 정당한 관심의 대상이 되는 사항에 해당하고, 공개가 공공의 이익을 위한 것이며, 표현내용·방법 등이 부당한 것이 아닌 경우에는 위법성이 조각될 수 있다”고 한다.³²⁾

그러나 재판중계와 관련하여 보면 알권리는 피고인 등 재판당사자가 아닌 사법부를 대상으로 한 일반 국민의 대국가적 기본권에 해당하는 것으로 추상적이고 일반적인 기본권을 내용으로 한다. 반면에 사생활 보호는 특정 개인을 대상으로 한 구체적이고 개별적인 기본권이며, 재판중계는 개인인 피고인에 대한 심각한 사생활 침해를 초래하게 된다. 따라서 우리나라에서는 언론의 자유를 다른 인격권에 비하여 우월한 권리고 인정하고 있는 것은 아니므로³³⁾ 알권리와 사생활 보호라고 하는 양 기본권이 충돌할 경우에는 원칙적으로 후자가 우선되어야 한다.³⁴⁾ 특히 오늘날 재판제도의 목적이 실체진실발견에 앞서서 적법절차에 따른 피고인의 기본권 보장이 우선한다고 할 것이므로 심리와 관련하여 재판중계 여부를 결정하는 데 있어서도 가장 중요한 기준은 무엇보다도 피고인의 기본권 침해 여부야 한다.³⁵⁾ 더구나 알권리의 보장이 사법목적인 실체적 진실발견이나 사법의 공정성을 해칠 위험이 있는 경우에는 피고인의 사생활 보호에 양보될 수밖에 없다.³⁶⁾

따라서 재판중계는 피고인 등의 사생활 보호와 실체적 진실발견의 보장 및 방송의 자유와 알권리의 보장이라고 하는 대립하는 이익들을 비교 형량하여 후자의 이익이 훨씬 우월하다고 인정되는

29) 성낙인 (2016). <헌법학>(제16판). 법문사. 943. 헌법재판소(헌법재판소 1991. 7. 22. 선고 89헌가106 결정; 헌법재판소 2003. 10. 30. 선고 2000헌마67 결정 등)와 대법원(대법원 1998. 7. 14. 선고 96다17257 판결 등)도 동일한 태도를 취하고 있다.

30) 앞의 성낙인 (2016). 1249.

31) 이에는 인격영역이론, 권리포기이론, 공공이익이론, 공적 인물이론, 공적 기록이론 등이 있다[앞의 성낙인 (2016). 1249-1250.].

32) 대법원 2013. 6. 27. 선고 2012다31628 판결.

33) 앞의 이재진·동세호 (2015). 115.

34) 앞의 박용철·최인화 (1984). 8.; 앞의 이상돈 (1998). 268-269. 참조.

35) 앞의 김소연 (2016). 266. 오늘날 법관은 재판에 있어서 국민의 위임을 받아 공정한 관리자로서 역할을 하는데 그치는 것이므로, 재판장이 당해 사건에 대하여 재판할 권한을 부여받았다고 하여 당해 사건의 심리 및 판단과 직접 관련 없는 재판중계 여부에 대한 결정권까지 가지고 있다고 할 수는 없으므로 피고인의 동의 없는 재판중계는 법률에 근거하지 않는 한 원칙적으로 허용되어서는 아니 될 것이다.

36) 미국의 형사절차에서는 철저한 당사자주의를 취하고 있고, 변호인 조력권이 잘 보장되어 있을 뿐만 아니라 우리나라 형사재판에서와 달리 피고인 신문이 허용되지 않고, 배심재판의 경우 배심원이 언론으로부터 차단되어 비공개로 평결을 하므로 여론으로부터 차단되어 여론의 영향이나 사회적 비난을 받을 우려도 거의 없기 때문에 중계방송이 허용되더라도 피고인에 대한 사생활 침해와 여론에 의한 재판의 가능성이 매우 희박하다. 따라서 형사재판의 중계와 관련하여 미국의 사례를 우리나라 법제의 마련을 위한 사례로서 참고하는 것은 매우 적절하지 않다. 실제로 미국을 제외하고 하급심재판의 중계를 허용하는 입법을 둔 경우는 거의 없으며, 재판중계를 허용하는 입법을 둔 경우에도 실제로 중계를 하는 경우는 거의 없는 실정이다[사법정책연구원 주최 '국민의 알 권리와 재판중계제도의 도입방안' 심포지엄(2017. 1. 20.) 자료집, 63-114. 참조].



사유가 있거나 피고인의 동의 등에 의해 사생활 침해나 사법목적 훼손의 우려가 없는 경우에 한하여 예외적으로 허용되어야만 할 것이다. 그리고 재판중계를 위해서는 재판중계에 관한 독립된 법률(가칭 '재판중계에 관한 법률')을 제정하여 그 대상과 요건 및 판단기준을 명확히 하고, 가칭 '재판중계심의위원회'를 두어 엄정한 심의를 거쳐 재판중계여부를 결정하도록 하는 한편, 그 절차와 방법 등에 대하여 구체적이고 상세하게 규정³⁷⁾함으로써 피고인의 사생활 침해와 사법정의 훼손을 최소화 할 것이 요청된다.

IV. 재판중계방송 허용이 '사법신뢰 회복'에 미치는 영향

1. 긍정적 기능

재판중계를 허용하여야 한다는 입장에서는 재판중계로 심리과정의 공개될 경우 사법작용에 대한 국민의 통제가 가능하게 되므로 사법의 투명성이 제고되고, 이로 인하여 사법부가 청렴하고 합리적으로 변모하게 되면서 재판의 공정성이 보장되며, 재판결과에 대해서도 국민의 신뢰를 얻을 수 있다고 한다.³⁸⁾

뿐만 아니라 재판과정이 중계될 경우 시민에 의한 감시나 비판을 의식하여 재판장을 비롯한 소송 당사자가 소송사건에 대한 준비와 심리에 있어서 최선을 다할 것이므로 사건의 진실을 밝히는 데에도 기여한다고 한다.³⁹⁾ 나아가 재판중계를 통해 국민의 법의식과 지식이 고양될 수 있고, 법학자나 법학도 및 변호사들이 방송이나 녹화 테이프를 통해 재판과 관여자들을 직접 관찰할 수 있는 기회를 갖게 될 뿐만 아니라 법원 또한 당해 사안에 대해 국민적 정서나 사회상황을 인식할 수 있는 기회를 가질 수 있게 되고,⁴⁰⁾ 따라서 재판중계가 일반시민의 법의 준수 및 법규범의 실현으로 연결되어 국가공동체의 안정화에도 기여한다⁴¹⁾고 주장한다.⁴²⁾

37) 자세한 것은 앞의 강동욱 (2017), 135-148. 참조.

38) 전술 「대법원에서의 변론에 관한 규칙」 개정 이유 참조. 앞의 손태규 (2012), 34.에서는 실제 재판을 지켜보는 것이아말로 사법제도가 제대로 작동하는지를 알 수 있는 가장 직접의 방법이기 때문에 법정의 텔레비전 방송은 재판이 공정하게 진행되도록 하는 견제 장치가 된다고 한다.

39) 미국의 변호사인 애브람스(Floyd Abrams)는 법정 내의 카메라는 "부패한 검사, 지나치게 판사에 밀착된 변호사 또는 즐고 있는 판사들의 문제를 해결하는데 도움이 될 것"이라고 하였다[앞의 손태규 (2012), 38.].

40) 앞의 손태규 (2012), 36. 참조.

41) 앞의 김소연 (2016), 269.; 조규범 (2013), 재판방송에 대한 입법론적 소고. <입법학연구>, 제10집 제2호, 220-222.; 한동섭·김형일 (2014), 재판중계의 법적 쟁점 해소를 위한 방안 연구. <법학논총>, 제31권 제2호, 60-64. 등 참조.

42) 이외에도 재판공개로 인하여 피고인들의 범죄사실 및 얼굴과 신원이 공개되고, 법집행과정이 알려지게 됨으로써 범죄예방효과를 기대할 수 있는 면이 있다고 한다.

2. 부정적 기능

재판중계가 반드시 사법신뢰 회복에 도움이 되는 것만은 아니다. 즉, 재판중계로 인해 재판이 희화화될 우려가 있고, 사건에 따라서는 재판과정이 정쟁의 도구로 이용되거나 피고인이나 증인들이 자신들의 주장을 선전하는 장으로 이용할 수 있으며,⁴³⁾ 재판장을 비롯한 법관들까지 중계방송을 의식하여 인기영합적으로 행동하게 되면 이러한 현상은 더욱 가중될 수 있다. 또 법관이 재판중계를 의식하여 사건의 실체 보다는 재판진행 등 절차적 측면에 집중하게 되고, 법리적 판단이 아니라 여론의 반응이나 영향을 의식하여 재판을 하게 될 경우 사법의 독립성을 해칠 수 있으며,⁴⁴⁾ 법관이 중계를 의식해 소극적인 태도를 취하게 되면 법관의 직권적 개입을 통한 사건의 실체적 진실규명에 지장을 초래할 수 있다.⁴⁵⁾

뿐만 아니라 재판중계를 하더라도 일반 시민이 전문적인 법률지식을 습득하기는 쉽지 않고, 따라서 법관의 재판에 대한 법리적인 비판이 불가능하고, 따라서 법률적으로 무의미한 비판이나 감정적인 비난을 가져오는데 그칠 우려가 크기 때문에⁴⁶⁾ 시민에 의한 사법감시기능 또한 크게 기대하기 어렵다. 오히려 법관이 재판중계를 의식하여 피고인이 아니라 여론에 따른 재판을 하게 되면 오히려 사법에 대한 신뢰를 해치게 될 뿐만 아니라⁴⁷⁾ 헌법상 보장된 피고인의 공정한 재판을 받을 권리와 법관에 의한 재판을 받을 권리(제27조 제1항)를 침해하게 되고, 법원의 재판이 사회적 충들과 소모적 논쟁을 야기하는 원인으로 까지 될 수 있다.⁴⁸⁾

더구나 재판중계에 있어서 전문가나 방송인에 의한 해설이 첨가될 경우 일방적인 의견 또는 왜곡된 판단이 시청자들에게 전달될 우려도 적지 않고, 방송사의 선별적 중계로 인해 법집행의 차별화와 사건 왜곡의 우려마저 있다. 특히 방송사들이 재판과정의 일부만을 방송하거나 편집 방송하는 경우는 물론, 반복 방송을 하거나 여러 방송사에서 중복 방송하게 될 경우에는 이러한 현상은 심화될 수 있다.⁴⁹⁾

43) 앞의 손태규 (2012), 35-36. 참조.

44) 공개주의로 인해 법원이 일반에 만연된 선판단과 기대의 희생물이 될 가능성이 크다[앞의 변종필 (1998), 111.].

45) 이에 대하여 재판에 관한 여론이나 사회적 분위기는 중계방송뿐만 아니라 언론보도만으로도 형성·변화·작용할 수 있다고 하면서, 법관이 직무를 수행함에 있어서 여론이나 사회적 분위기에 영향을 받는 것은 재판중계의 문제점이 아니라 법관으로서의 자질·자격의 문제나 법관에 대한 교육의 문제로 접근하는 것이 더 적절하다는 지적이 있다. 하지만 현장 중계방송은 사후의 언론보도와 비교할 수 없을 정도로 시청자들에게 중대한 영향을 미치며, 최근 일련의 사건에 대한 재판에 관하여 법관에게 가해지고 있는 일반 시민의 비판이나 비난이 거의 테러 수준에 해당할 정도로 무자비하게 이루어지고 있는 현실에서 재판중계로 인한 법관의 부담을 모두 법관의 자질이나 자격의 문제로 극복할 수 있다고 하는 것은 현실성이 없는 지나친 기대이므로 그러한 가능성을 최소화할 필요성이 있다.

46) 앞의 김재윤 (2004), 303.; 앞의 변종필 (1998), 112.

47) 앞의 노재선 (2014), 143. 재판의 중계방송은 법관들의 초상이 공개되기에(변론 생중계가 1심과 2심까지 확대될 시에는 배심원도 포함) 이에 부담을 갖고 국민이 원하는 방향에서 재판하게 될 소지가 더욱 커지는 문제가 있다고 한다[앞의 노재선 (2014), 144.].

48) 재판중계를 통해 범죄수법이나 범행과정이 그대로 노출될 경우 모방범죄를 양산할 수 있고, 오히려 범죄자를 영웅화할 우려마저 있다.

49) 시국사건이나 이념적인 논쟁이 큰 사건, 사회적 대립이 민감한 사안의 경우에 중계함에 있어서 PD 등이 특정가치관이나 신념에 집착하거나 상업성을 지나치게 추구하게 되면 시민 등의 올바른 의사결정을 막거나 사실관계가 왜곡될 가능성은 훨씬 더 커지게 된다.



3. 소결

재판중계를 찬성하는 입장에서는 재판은 공개된 이벤트이므로 누구나 원하면 다른 사람의 재판을 방청할 수 있기 때문에 재판당사자들의 사생활 보호는 재판방송을 불허하더라도 완벽할 수 없으며, 재판중계는 단지 양적 관람객의 증대를 의미함에 지나지 않는다고 한다. 뿐만 아니라 기술 발달로 언론뿐만 아니라 재판 당사자들이나 방청객들도 마음만 먹으면 법정 내에 몰래 반입한 초소형 카메라나 소지한 스마트폰 등으로 재판과정을 쉽게 녹음·녹화하는 것이 가능하며, 이러한 현실에서 언론의 방송취재를 무조건 제한하는 것은 방송기자의 취재방법을 본질적으로 침해하는 것일 뿐만 아니라 오히려 출처가 불분명한 정보의 난립으로 그 폐해가 더욱 확대될 수 있다고 한다.⁵⁰⁾ 또한 일반 개인들이 몰래 촬영한 재판과정에 대한 정보가 부정확하게 편집되거나 악의적으로 왜곡되어 유포되었을 경우 발생할 수 있는 문제는 합법적인 재판중계에 의해 초래될 수 있는 부정적인 영향보다 더 클 수 있다고 지적한다.⁵¹⁾

그러나 재판중계 자체가 피고인에게 상당한 고통이 될 수 있으며, 이로 인해 피고인의 방어권 침해는 훨씬 심각할 수 있으며, 언론의 흥미위주나 선정성 보도로 인하여 이러한 위험성은 상승작용을 일으킬 수 있다.⁵²⁾ 나아가 재판중계로 인해 피고인의 신원이 노출됨으로써 사회복지가 어렵게 될 수 있고, 따라서 영원히 범죄의 굴레에서 벗어나지 못하게 될 수도 있다.

물론 사법에 있어서 국민의 신뢰회복은 법치사회의 구현은 물론, 국가의 안정을 위해서도 매우 중요한 요소임을 부정할 수 없다. 하지만 사법의 투명성 확보를 이유로 하여 피고인의 기본권 침해가 정당화되거나 사법의 본질인 실체적 진실발견이 경시되어서는 아니 될 것이다.

V. 맺음말


위에서 살펴본 바와 같이 하급심에서의 형사재판의 중계는 피고인의 사생활 침해뿐만 아니라 형사재판의 목적인 실체적 진실발견을 해칠 수 있고, 법관에게 지나친 부담을 주어 재판의 공정성에도 영향을 미칠 수 있다는 점에서 그 허용 여부는 신중하게 판단하지 않을 수 없다. 물론, 재판중계가 알권리의 보장과 사법에 대한 신뢰회복에 도움이 되고, 다양한 법제와 장치를 통해 재판중계로 인한 부작용을 최소화할 수 있으며, 전문법관의 자질을 고려할 때 이러한 우려가 지나치다는 주장도

50) 앞의 김태형 (2012), 154-155.

51) 앞의 김소연 (2016), 285-287.; 앞의 조규범 (2013), 235. 등.

52) 송희진 (2001), 형사재판에서의 공개주의. <연세법학연구>, 제7집 제2권, 116.

일면 타당한 면이 없는 것은 아니다. 하지만 어떠한 논리에 따르더라도 알권리에 따른 재판중계는 법리적 정당성도 충분하지 않고, 부정적인 영향이 긍정적인 기능보다 훨씬 크다는 점은 부인하기 어렵다. 더구나 재판중계가 설령 사법의 신뢰성 확보에 기여하는 면이 있다는 점이 일부 인정되더라도 이것이 사법의 신뢰성 확보를 위한 본질적이고 필수적인 장치라고 까지는 할 수 없다. 특히, 최근 법원의 일부 형사사건의 판결이나 결정에 대하여 일부 언론의 태도를 비롯하여 우리 사회에서 나타나고 있는 현상을 보면 재판중계가 가져 올 피고인에 대한 사생활 침해뿐만 아니라 판사 개인에 대한 비난의 정도는 심각하게 우려할 정도가 될 것이라는 점을 짐작하기 어렵지 않을 것이다.⁵³⁾

그렇다고 한다면 형사재판에 있어서 사법정의 실현과 더불어 가장 우선되어야 할 것은 피고인의 보호라고 할 것이므로 알권리의 보장과 사법신뢰성 확보를 위한 목적으로 재판중계를 적극적으로 활용하고자 하는 태도는 지양되어야 할 것이다. 따라서 전술한 것처럼 피고인의 보호를 위한 공개 재판의 경우에도 사생활침해를 우려하여 재판공개에 신중을 기하고 있는 현행법의 취지를 고려할 때 법률제정을 통해 재판중계를 허용하고자 하는 경우에도 피고인의 동의가 있는 경우를 원칙으로 하되 피고인의 동의가 없는 경우에는 엄격한 요건을 마련하여 매우 제한된 범위 내에서만 허용하여야 할 것이다. 또한 재판중계를 허용하는 경우에도 그 판단여부의 공정성과 신중성을 유지하기 위해 '재판장'이 아니라 독립된 위원회의 심의를 거쳐 결정하도록 하고, 중계대상과 중계기관을 비롯하여 중계절차와 방법에 대한 구체적 기준을 제시하는 한편, 철저한 관리 하에서만 가능하게 함으로써 피고인의 사생활침해를 최소화하려는 노력이 요구된다고 할 것이다. 

53) 송희진 (2001). 형사재판에서의 공개주의. <연세법학연구>, 제7집 제2권, 116.

54) 양승태 전 대법원장은 퇴임사에서 "우리 사회의 갈등과 대립이 위험 수준에 이르러 이분법적 사고와 진영논리의 병폐가 사회 곳곳을 물들이고 있다. 재판 결과가 자신이 원하는 방향과 다르기만 하면 극언은 다반사이고 폭력에 가까운 집단공격조차 빈발하고 있다. 재판의 독립이라는 헌법의 기본 원칙에 대한 중대한 위협이다."라고 지적하고 있다[조강수 (2017. 10. 9.), 판사는 무엇으로 사는가. <중앙일보>. URL: <http://news.joins.com/article/21994433> 참조].



판결비판보도와 사법권의 독립

장철준 · 단국대학교 법과대학 교수

I. 서론

정보기술의 발달과 더불어 극심한 경쟁 환경에 처한 언론사들은 저마다 사건보도를 쏟아내고는 있지만, 그 과정에서 적잖은 실무상의 어려움을 토로하고 있다. 공인과 사인을 막론하고 언론 보도에 대한 법적 조치에 적극적 태도를 보이면서, 기자는 늘 나중의 송사를 걱정하며 기사를 쓰게 된다. 기사를 편집하는 데스크 또한 기자의 수세적 태도 강화에 일조하는 주역이다. 회사 전체의 역량이 소모되는 소송을 각오하고 써야 할 만큼 중요한 기사가 아니라면, 가급적 안전한 보도의 선택지를 집어 드는 것이다. 언론사가 직면하는 소송의 대부분은 명예훼손에 관련되어 있다. 이런 상황에서 기자가 보도 대상이 입을 명예를 비롯한 각종 손해를 고려하며 기사를 작성하는 것은 일견 바람직한 태도라고도 볼 수 있다. 상대의 인격을 침해할 기사를 ‘함부로’ 쓰지 않는 것. 기자 이전에 시민으로서의 덕성에 관한 문제인지도 모른다. 이 덕목을 결여한 기사에서 우리는 ‘악의적’ 의도를 발견한다.

하지만 언론에게 인격 침해를 조심하라는 도덕적 명제를 지나치게 강조할 때, 진실을 보도할 사명으로 태어난 언론의 존재 이유를 퇴색시킬 수밖에 없다. 형사사건의 외양만을 건조하게 전달하는 수단은 법원과 검찰의 공식 브리핑만으로 충분하다. 우리는 언론에게 사건 이면에 존재하는 사회적 의미를 파헤쳐달라는 기대를 걸고 있다. ‘탐사’의 기능이 바로 그것이다. 모든 역사 서술에서 엿보듯이, 사건이란 기술하는 주체와 받아들이는 독자의 상호작용에 따라 그 내용이 얼마든지 바뀔 수 있다. 이런 전제 위에서 보면, 이제 사실과 의견에 대한 검증과 판단을 두고 합리적인 논증의 장이 형성되어 있는지 여부가 관건으로 남는다. 보도를 수용하는 이름 없는 독자들이 손쉽게 적극적인

로 의견을 표명하고 비판할 플랫폼이 드디어 마련된 현재의 정보기술 환경은 어떤 의미에서 큰 축복이다. 비록 이 와중에 가짜뉴스가 활보하고는 있지만, 보도에 대한 역동적 의사교환은 시민과 언론을 동시에 깨우는 진실 발견과 계몽의 기회임에 틀림없다.

국정농단에서 촉발된 정권의 비상적 몰락 과정을 겪으면서 우리 사회는 “적폐(積弊)”라는 용어로 상징되는 지점을 두고 이념과 관점의 강한 대립 국면으로 급격하게 전환되었다. 이러한 충돌 양상은 그 청산 작업 와중에서도 여전히 이어지고 있는 실정이다. 적폐에 대한 인식과 극복 과정이 언론의 적극적 보도와 시민의 자발적 행동에 의하여 촉발되었지만, 그 실행이 철저히 법에 의거하여 이루어졌다는 사실은 매우 다행스러운 일이다. 시민의 민주적 열망을 법치의 형식으로 승화시킨 수준 높은 민주주의를 실천하였기 때문이다. 이 와중에 자연히 사법부는 민주적 정의를 실현할 가장 중요한 헌법기관으로 등장하였다. 특히 대통령 탄핵을 결정한 헌법재판소는 많은 국민의 기대와 관심을 한 몸에 받으며 그 헌법적 역할을 강력히 각인시켰다.

그러나 정의에 대한 국민적 기대가 고조된 상황에서 국정농단의 잔재에 대한 사법처리의 방식과 수준을 놓고 이견이 노출되기 시작하였다. 시민들의 법적 판단과 사법부의 재판 결과 간에 상당한 간극이 발생하면서, 일부 법원 구성원들을 극복의 대상으로 바라보게 된 것이다. 여기에는 언론 보도의 역할이 컸다. 언론을 통해 재판에 제출된 증거 못지않은 수준의 사실관계를 접함으로써, 시민들은 줄이든 재판에서 나름의 심증을 형성할 수 있게 된 것이다. 물론 언론의 사실 보도와 의혹 제기에 의존하였을 때 도출할 수 있는 법적 판단과 법정 안에서 이루어지는 법관의 사법 판단이 서로 다를 수 있다는 사실은, 시민의 오랜 불만 속에 자리 잡고는 있었지만 헌법 질서 속의 사법 체계에 대한 존중 차원에서 받아들일 수 있는 것이었다. 하지만 지금의 사법 판단에 대한 시민 사회의 비판은 사회 전반의 적폐청산 작업과 맞물리면서 사법개혁의 화두와 함께 진행하려는 의도를 보이고 있다. 물론 이러한 움직임 또한 여론을 주도하는 언론의 적극적 역할이 없었다면 불가능하였을 것이다.

언론 보도의 인격권 침해 위험은 사법 판단에 대한 국민적 불만의 맥락에서 이제 사법 불신과 법관에 대한 명예훼손 논쟁의 모습으로 등장하고 있다. 사법부는 언론이 본래 목적에 맞게 사실 보도에 힘쓰고 공정한 여론 형성에 기여하는 역할에 충실해 주기를 바라고 있지만, 언론은 시민의 법적 기대와 어긋난 판결을 수행한 법관이 누구인지, 왜 그러한 판결을 내렸는지 등을 보도하는 것 또한 국민의 알권리를 충족시키는 언론의 사명으로 이해한다. 그 와중에 판사 개인의 명예와 관련된 내용이 보도되기도 하며, 이를 통해 사법부 전체에 대한 불신의 인상을 심어줄 수도 있다. 과연 언론의 사법 보도는 어떠한 모습이어야 하는가?

사법을 대하는 언론의 태도가 어떠하여야 하는지는 결국 사법(司法)의 본질에 대한 실체 규명을 통해 밝혀야 할 문제이다. 헌법상 표현의 자유를 통해 언론의 권리와 의무, 그 역할은 오래 연구되었으나 헌법질서 속 사법의 본질은 사법부를 기록한 헌법규정의 해석 수준 이상을 벗어나지 못하였



다. 특히 ‘민주법치국가’를 지향하는 현대 입헌주의 헌법에서 사법 영역은 ‘법치’를 그 이상으로 강조하는 바람에 그 ‘민주적’ 의미는 제대로 논의되지 못하였다. 언론과 사법의 관계를 제대로 파악하기 위해서는 민주주의 헌법에서 사법의 좌표를 균형 있게 살펴야 한다. 이 작업은 언론을 대하는 사법 권력 주체들의 불필요한 오해를 제거하는 데 공헌할 것이며, ‘자유민주적 기본질서’를 핵심으로 하는 헌법의 균형적 해석에도 도움을 줄 수 있을 것이다.

II. 언론의 사법보도 현실과 명예훼손

1. 사법에 대한 언론보도와 여론의 관심

민주화 이후 헌정 역사에서 지금까지 사법에 대한 관심이 집중되었던 적은 없었던 것 같다. 대통령 파면이라는 지극히 정치적 사건을 민주주의의 제도적 기초와 더불어 법치 영역의 사법 과정을 통해 이루었기 때문이다. 이 사태의 정치적 파급력은 매우 커서, 적폐에 대한 청산 담론을 통해 사회 곳곳의 구습에 대한 개선 작업으로 이어지고 있다. 법치의 안정적 작동을 통해 민주주의의 진보를 이루어냈다는 시민적 자신감의 표현으로 읽을 수 있을 것이다. 특별한 점은, 이번 모든 과정이 정치를 지도하는 엘리트 계층의 일회성 업적으로 끝나지 않고 시민의 집단적 참여를 통해 여전히 지속되고 있다는 것이다.¹⁾ 여론을 주도하는 언론의 적극적 보도와 인터넷과 소셜 미디어 등을 통한 자유로운 정보교환 및 의사표현 수단을 확보한 시민적 힘의 확대를 요인으로 꼽을 수 있겠다.

탄핵의 시작부터 언론은 사실에 기초한 의혹 제기와 정치적 평가 등 여론 형성에 필요한 결정적 동기를 충실히 제공하였으며, 시민들은 특정 세력의 조직적 지도가 아닌 자발적 의사에 의하여 움직였다. 시민의 민주적 행동을 이끌었던 여론이 형성되기 위하여 정권의 폐습에 대한 자유로운 비판은 당연히 전제된다. 비판에 의한 의기의 결집이 없었다면 변화는 일어나지 못했을 것이다. 민주주의 발전에 봉사하는 표현의 자유의 고전적 기능이 사실임을 재차 확인할 수 있는 대목이다.²⁾ 이런 의미에서 국가에 대한 언론기관 및 시민의 비판은 특별히 보장되어야 한다. 여기서의 국가는 무형의 권력 집합체로서의 그것이 아니라 권력을 직접 실행하는 모든 제도와 대표여야 한다. 선출된 권력은 물론, 그 권력에 의해 구성된 권력 또한 비판의 예외가 될 수는 없다.

시민들은 헌법이 설계한 사법 시스템을 통하여 민주적 정치발전이 실제로 가능하다는 사실을 확

1) 비슷한 취지의 기사로 윤성민·이택현·이형민 (2017. 10. 28.), [촛불집회 1주년] 수동적 국민에서 적극적 시민으로: 헌법·정치·사회학자들이 본 촛불 1년. <국민일보>. URL: <https://goo.gl/1dEXTs> 참조.

87년 6월 항쟁의 민주적 동력이 대표자들의 정치회담 등을 통한 개헌 합의의 결과물을 기점으로 적어도 표면적으로는 급속히 사그라들었던 역사와 사뭇 대비되는 대목이다.

2) Thomas Emerson (1970). *The System of Freedom of Expression*. Random House.

인하였다. 매디슨 민주주의(Madisonian Model)의 기본 형태, 즉 사법권을 포함한 분립된 권력의 역동적 상호작용은 우리 헌법을 관통하는 당연한 전제임에도 불구하고, 우리 헌정의 역사에서 이 경험은 매우 특별한 것이었다. 우리도 선진 입헌민주국 반열에 올랐다는 시민적 감격은 이제 다른 어떤 국가권력·정치주체보다도 사법기관에 대한 기대로 향하게 되었다. 사법행정주체와 법관의 재판 행태에 전 국민적 관심이 집중되었다. 무명의 검찰·법관에 의한 재판 결과에만 집중하였던 과거와 달리 이제 국민들은 국가의 사법권 행사 과정 전반에 걸쳐 그 주체와 판단의 근거, 논변 까지도 챙겨보기 시작한 것이다. 사법에 대한 국민적 관심에 부응한 언론이 보도의 소비자가 원하는 정보에 집착하는 것은 당연한 일이다. 언론은 검찰권을 행사한 검사, 재판을 담당할 판사가 누구이며 어떠한 결정을 하였는지, 정부와 법원 내부에서 벌어지는 일들을 앗다투어 상세히 전달해 주고 있다.

선출직 공직자들에게 이러한 여론의 관심은 매우 반가운 일이다. 언론의 비판적 관심은 ‘무관심’보다 훨씬 좋은 것이라는 인식에서 몇몇 정치인들은 일부러 다수 대중의 의사에 역행하는 행동을 하기도 한다. 민주공화국 헌법기관에 전제되는 민주적 정당성 관점에서 사법 권력에 대한 지금의 대중적 관심은 당연하고 바람직하다. 우리의 검찰, 법원이 선거와는 무관한 제도를 택하고 있다 하여 사법 권력이 국민의 지지와 전혀 무관한 것은 아니다. 국민적 호응을 결여한 사법 판단은 오래 지속될 수 없으며, 신뢰받지 못한 사법은 결국 교체의 대상으로 전락할 뿐이다.

하지만 우리 사법은 이러한 국민적 관심과 비판에 무척 곤혹스러워하는 눈치다. 특히 재판 내용과 법관 개인에 대한 비판에 대해서는 극도의 경계를 표명하고 있다.³⁾ 사법에 대한 국민적 관심과 비판에는 응원과 쓴소리가 공존하고 있지만, 사법부의 불편한 내색은 주로 그 비판 내용에 향해 있다. 판결을 내린 개별 법관에 대한 보도에는 강하게 자제를 요구하고 있다.

사법부의 이러한 반응은 충분히 이해할 수 있다. 무엇보다 이러한 정도·형태의 국민적 관심과 비판을 이전에 받아본 적이 없기 때문에, 당황하고 걱정하는 심정이 당연히 생겨날 것이다. 만일 사법부와 일각의 주장과 같이 언론과 여론의 관심·비판이 재판 자체의 공정성을 훼손할 만큼의 물리적 위협으로 형성된다면 시급한 대책이 필요하다. 불상사에 대비하여 법원의 경비를 강화하고 법관 개인에 대한 신변 보호에 힘써야 한다. 주로 인터넷을 통해 전파되는 개별 사법주체에 대한 명예훼손에 대해서도 무력하게 손을 놓고 있을 수는 없다. 관련 법 적용 대상이 된다면 엄정한 법집행을 통해 보호하여야 한다.

3) 법의 날, 대법원장은 공개적으로 다음과 같은 내용의 연설을 하였다. 「양 대법원장은 13일 서울 서초동 대법원청사 1층 대강당에서 열린 법원의 날 기념식에서 “서로 다른 가치관끼리 이념적으로 충돌하거나 이해관계의 대립이 격화되면서 법원의 재판에 대해 건전한 비판의 수준을 넘어선 과도한 비난이 빈발하고 있다”면서 “오직 법과 원칙에 따라 진행되어야 할 재판에 부당한 영향을 미칠 수 있는 현상이며 재판 독립에 대하여도 심각한 위협”이라고 지적했다. 양 대법원장은 이어 “사법부 구성원들은 국민이 부여한 재판 독립의 헌법적 책무를 다하기 위하여 이와 같은 부당한 위협에 의연히 대처해 나가야 한다”고 당부했다.」 홍희경 (2017. 9. 14). 양승태, “도넛은 판결비판...재판독립 위협”. <서울신문>. URL: <https://goo.gl/eBfNaT>



관건은 지금 우리 사회에서 일어나고 있는 사법 권력에 대한 관심과 비판이 이 정도의 수위에 도달하였는지를 파악하는 일이다. 법관 개인에 대한 실질적 위협이 발생하지 않은 상황에서 선부른 규제를 가할 수 없다. 시민의 관심과 비판 자체가 헌법이 보장하는 표현의 자유에 해당하기 때문이다. 혹시나 우리 사법부가 정당한 시민적 관심과 비판을 자존심의 손상·과도한 위협으로 받아들이고 있는 것은 아닌지 점검할 필요가 있다. 그동안 대중적 비판에서 자유로웠던 사법주체들이 사법의 민주적 본질에 대하여 다시 생각해 볼 필요도 있다. 이는 이미 부끄러운 정도로 추락해 있는 국민의 사법신뢰도에 대한 사법부 스스로의 자성의 의미를 겸하는 일이다.⁴⁾ 언론과 대중의 여론활동을 애써 폄하하고 엘리트의 자존감을 사수하기에는 민주공화국 주권자의 명령은 너무나도 엄중하다.

2. 법관 명예훼손 문제에 대한 접근 방식

법관에 대한 비판은 특히 국정농단사태의 사법처리 과정에서 자주 등장하였다. 적폐청산이라는 민주적 열망이 워낙 강하게 드러나는 대상이다 보니 기대에 미치지 못하는 재판을 수행한 주체에 대해 분개하는 일이 잦다. 농단의 주역이라 의심받는 이들에 대한 구속영장이 기각될 때마다 비난이 빗발치고 있다.⁵⁾ 언론에서 법관 개인의 배경에 대한 기사를 작성하면 인터넷 댓글 등을 통해 일반 독자들의 비판 의견이 표출되는데, 여기에는 비속어를 섞은 무분별한 비난 또한 뒤따르기도 한다. 더 큰 문제는 이런 기사에 더하여 소셜미디어를 중심으로 거짓 정보를 가미한 가짜뉴스가 유통된다는 점이다. 특정 법관의 과거 행적에 대한 거짓 정보가 비난거리를 확장시키는 효과를 불러일으킨다.

비판 대상이 된 법관의 입장에서 생각해보자면 이는 참 억울한 일이다. 자신이 국민적 비난의 대상이 되어야 할 정치인도 아닐뿐더러, 헌법과 법률, 법관의 양심에 기초하여 판결하였음에도 법적 판단이 다르다는 이유로 비난받는 것은 부당하다 여길 것이다. 명예훼손의 감정을 느낄 수 있으며, 법적 조치를 통해 형벌을 내리게 하거나 훼손된 감정을 보상받고자 하는 열망이 생길 수 있다.

그러나 법리적으로 법관은 공적 인물(public figure)에 해당한다. 비록 우리 대법원이 명시적으로 현실적 악의(actual malice) 원칙을 받아들이지 않았노라 선언하였지만,⁶⁾ 이후 여러 상·하급심 판례를 통해 일반인보다 더 엄격한 명예훼손 인정 기준을 확립해가고 있다.⁷⁾ 반면 법원의 법리와 별

4) 2015년 자료에서 OECD의 사법기관에 대한 각국의 신뢰도 비교 결과에 의하면 우리는 여전히 30% 수준을 넘지 못하고 있다. OECD국가 평균인 50%대와 비교하더라도 최하위권에 위치하고 있다. 2017년 자료에는 무슨 이유인지 통계에서 아예 빠져있다. OECD, <Government at a Glance 2015>, 171. URL: <http://www.oecd.org/gov/govataglance.htm>

5) 예를 들어 노태현 (2017. 7. 29.). 판사 '신상털기'부터 가짜뉴스까지... 조윤선 판결 비난 폭주, <MBN>. URL: <https://goo.gl/mdhFAw>; 김수한 (2017. 3. 27.). "74년생, 고대법대 93학번..." '차 담당' 강부영 판사 신상털기 또 극성, <헤럴드경제>. URL: <https://goo.gl/TKuVrZ>; 김태훈·장혜진 (2017. 1. 20.). [미슈탐색] 어제는 조의연, 오늘은 성창호 ... '신상털기'에 뿔난 법원, <세계일보>. URL: <https://goo.gl/2XJuyU> 등 기사 참조

6) 대법원 1997. 9. 30. 선고 97다24207 판결.

7) 대표적으로 대법원 2008. 11. 13. 선고 2008다53805 판결.

개로 공인이 실제 명예훼손 소송에서 승소하는 경우가 상당하다는 통계적 사실에 의존한다면,⁸⁾ 법관이 본격적으로 명예훼손 소송에 나섰다든 움직임은 아직까지 나타나고 있지는 않더라도, 언젠든 유력한 선택지로 떠오를 가능성이 있다.

이렇게 되면 결국 사법에 대한 국민적 관심의 표현이 법정에서의 명예훼손 범리다툼으로 환원되고 말 것이다. 관심과 비판의 원인은 퇴색하고 사법부와 시민의 대결 양상만 부각될 위험이 있다. 물론 부당하게 침해된 명예에 대한 회복의 절차는 필요하지만, 이것이 사태의 최종 해결책으로 인식되는 현상은 바람직하지 못하다. 명예훼손과 알권리의 경쟁구도는 개별 사건의 해결 방법은 될 수 있겠지만 결코 사법에 대한 시민의 민주적 통제 열망을 잠재울 수는 없을 것이다.

언론 보도를 법적으로 판단하는 법원 또한 그 자신이 진실 발견 과정의 고전적 플랫폼이라는 사실을 늘 상기했으면 한다. 규범 해석과 판단 기관으로서의 기능 때문에 자칫 진실에 대한 ‘최종’ 판단의 의무가 지나치게 강조되어서는 안 된다는 뜻이다. 적어도 언론소송에서만큼은 심사기준의 법리적 도그마틱에 얽매인 판단보다 논증과 논변의 과정에 중점을 두는 소송 절차를 확립하여야 한다. 법원에서 확립한 판단 기준의 유형은 매우 분석적이고 치밀하다. 이러한 판단 구조의 기초 위에서 누가 더욱 설득적인 논변을 수행하였는지를 판단의 주요 근거로 삼아야 한다. 인격과 관련된 명예훼손 소송에서 객관적으로 누구나 수긍할만한 ‘결정적 증거’를 발견하기가 쉽지 않은 일이기 때문이다.

논증의 구조를 설정하는 절차 또한 신중하게 구상되어야 한다. 오래 되었지만 미국 연방대법원의 뉴욕타임즈 판결은 공적 인물에 관한 언론소송에서 언론사의 법정 논증에 역사적 이정표를 제시한 사건이었다.⁹⁾ 이 사건에서 입증책임의 전환 결정이 단순한 소송 절차의 형식을 정하는 의미에 그치지 않는 것은, 언론사의 논증 부담을 경감하는 것이 수정헌법 제1조의 정신에 부합한다는 사실을 법원이 외려 장려하였기 때문이다. 이로 인해 언론소송에서 ‘논증의 과정’은 판결의 중대한 절차적 요소의 지위를 획득하였다.

결국 법관이 지극히 공적 장소인 법원에서 판결을 내리는 순간, 그에게 뒤따르는 비판은 판사라는 지위를 가진 시민에 대한 명예 문제에 그쳐야 하는 것이지, 사법권 행사자로서의 법관에 대한 명예훼손 구도로 확대되어서는 안 된다. 헌법의 권력분립원리는 권력기관 상호간의 견제와 균형을 통해 이루는 것이지만, 모든 권력의 최종적 담지자이자 행사자는 주권자인 국민이라는 사실을 상기하여야 한다. 국민이 행하는 권력기관에 대한 비판은 당연한 것이며, 그것이 물리적으로 재판에 대한

8) 2016년 법원에 제기된 전체 명예훼손 소송 중 공적 인물에 의해 제기된 사건은 29.5%에 달하며 이들의 승소율은 50%에 이르고 있다. 언론중재위원회 (2017). <2016년도 언론관련판결 분석보고서>.

9) New York Times v. Sullivan, 376 U.S. 254(1964).



위험에 달할 정도인지를 엄격히 살펴 규제하는 태도가 필요하다. 가짜뉴스와 프라이버시 침해는 명예훼손과 별개로 다루어 엄격히 규율하면 될 뿐이다.

3. 소위 ‘판사 신상털기’ 문제

인터넷 시대에 대표적 폐해로 지적되는 소위 ‘신상털기’는 매우 부정적 이미지를 내포한 수사(修辭)이다. 개별 법관에 대한 대중적 관심이 범죄의 의도에서 비롯된 것이 아님에도, 이렇듯 좋지 않은 꼬리표가 붙게 된 데는 무언가 의도된 바가 있지는 않은지 의심스럽다. 공개된 재판에서 공적 판결을 내리는 주체가 누구인지 알고 싶어 하는 것은 시민으로서 자연스런 감정이다. 그 재판이 개별 시민의 민주주의의 공적 감수성에 영향을 미칠만한 사안인 경우, 그 소망은 커질 수 있다. 내가 직접 참가하는 재판은 아니지만, 민주 사회에서 공적 파급력이 있는 재판에 대해 시민들은 자신의 재판으로 인식한다. 정의에 대한 인간 본연의 열망에서이자, 언제든 자신이 그러한 상황에 처할 수 있다는 위기감에서 비롯된 태도이다.

오랜 폐쇄적 사법 구조에 길들여진 탓인지, 우리의 인식 속에 법관은 그 신원이 드러나서는 안 되는 인물로 각인되어 있다. ‘이름 없는’ 법관만이 재판 외적 환경에 영향 받지 않고 중립적으로 공정한 판단을 할 수 있을 것이라는 믿음 때문인 듯하다. 그러나 이는 잘못된 생각이다. 법원은 공중에 열린 공적 포럼이며 그 안에서의 판단은 모두가 보고 듣고 평가할 수 있는 대상이다. 헌법이 명시적으로 공개재판주의를 천명한 이유도 여기에 있다(제109조).

입헌민주국가에서 국민의 기본권에 직·간접 영향을 줄 수 있는 국가권력의 행사는 드문 예외를 제외하고는 모두 실명으로 이루어지고 있고, 또 그렇게 되어야 한다. 입법 및 행정 권력의 행사 과정에서 시민이 모르는 대표는 없다. 우리는 법을 만드는 국회의원이 누구인지, 어떤 사람인지를 알고 있고, 국가 행정 및 지역 행정의 책임자에 대해 알고 있다. 하지만 사법만은 예외이다. 개인 인생의 운명을 뒤바꿀 수도 있는 중대한 사법 판단의 주체, 국가 운명을 가를 수 있는 중요 판단을 하는 주체에 대해 우리는 잘 알지 못한다. 베일 속에 있어야 공정하게 판단해 줄 수 있다는 믿음 때문이다. 그가 과거에 어떤 판결을 내렸고 어떠한 인생 경로를 겪었는지 알고자 하면 신상털기의 오명을 감수해야 한다. 검찰이나 법관이 선출되지 않는다는 경로 상의 한계 때문일 수 있다. 그러나 선거로 뽑히지 않았다고 하여 선출된 법관과 하는 일이 다른 것은 아니다. 개인의 기본권에 막대한 영향을 미칠 수 있는 권력 행사 주체로서 법관을 바라본다면, 우리는 그가 누구인지, 어떤 사람인지 반드시 알아야 한다.

III. 대한민국 헌법과 사법

1. 사법권 독립의 법정치학

법관의 신분이 공개되지 않는 것이 재판 외적 위험으로부터 법관을 지킬 수 있으므로 공정한 재판에 기여한다는 믿음은, 사법권의 독립과 중립성 확보 테제에 의하여 전통적으로 수호되었던 논리이다. 이는 여전히 우리 학계와 법조에서도 유력한 사법권 독립의 논리로서, 입헌주의 법치국가에 서라면 함부로 반박할 수 없는 공감대를 형성하고 있다고 할 수 있다. 특히 권위주의 헌정을 겪으면서 행정 권력에 의한 사법권 훼손을 몸소 체험하였던 우리에게는 더 큰 전제로 다가오는 것이 사실이다. 이제 이 논리는 헌법 시스템 속에서 거대규범(grand theory)화 되어 함부로 거스를 수 없는 힘을 보유하게 되었다. 그러나 이 규범적 고정관념을 법적 도그마틱 수준으로 받아들이는 한, 사법 권력의 본질에 대한 그 어떤 진전된 논의도 이루어질 수 없다.

민주화 이후에도 여전히 큰 변화 없이 지속되어오는 사법권력 지형을 고려한다면, 이제 논리의 약점을 지적하고 그 거대담론 이면에 숨겨진 체제유지적 반작용을 드러낼 때가 되었다고 생각한다. 실제 미국에서는 20세기 초반부터 사법권력의 중립성테제(neutrality principle)에 대한 법현실주의(legal realism)의 비판을 시작으로 세기 후반 비판법학운동(critical legal theories)을 통해 상당 부분 극복에 성공하였다. 판사가 가지는 중립성이라는 개념은 한낱 신화(myth)일 뿐, 누구도 이념과 환경의 맥락에서 자유로울 수 없다는 사실이 밝혀졌다. 오히려 중립성원리는 사회변동을 가로막는 보수적 사법판결을 정당화하는 가림막 역할을 하였을 뿐이라는 것이다.

이렇듯 거창한 이론을 배경에 두지 않더라도 상식적 견지에서 우리 사법 시스템을 조명해보면 법관의 정체성 공개와 사법권 독립이 무관한 것임을 발견할 수 있다. 우리나라의 재판은 판사 1인(혹은 3인, 혹은 9인, 혹은 12인)에 의해 전적으로 이루어지는 구조이다. 영미의 배심제 구조에서는 주장 인용·거부의 판단 권한을 배심에 위임하고 법관은 증거 채택을 위한 재판의 진행과 양형의 책임을 분담한다. 배심원은 재판에 영향을 미칠 수 있는 외부 정보를 모두 차단한 채 오직 재판의 판결을 위한 숙의에 전념하게 된다. 하지만 우리는 법관이 재판에 대한 최종적·독자적 권한을 확보한 채 자율성을 부여 받고 있다. 재판 과정의 가장 중요한 권한이자 거의 절대적 책임의 권한을 지닌 법관이 어떤 사람인지, 재판을 받는 우리는 잘 모르고 있다. 과연 이 정보는 반드시 차단되어야 하는가? 직무와 관련된 법관의 과거 행적과 판결 성향을 알고 현재의 판결 내용을 비판하는 것이 과연 현재의 재판 시스템을 무너뜨릴 정도의 부당한 접근으로 보아야 하는가?

최근 일어나는 법관에 대한 비판에는 이러한 맥락의 전복적 의도가 보이지 않는다. 가짜뉴스를 제외하고 판사 개인과 재판에 대한 정보를 언론기관이 보도한다고 하여 재판에 대한 법관의 권위



가 손상되지 않는다. 재판의 체계가 유지되고 그것이 흔들릴 위험이 없다면, 비판은 자유롭게 풀어 주어야 한다. 시민은 판결 내용과 논거를 두고 자유롭게 토론할 수 있어야 하며, 이는 민주 시민으로서의 당연한 권리이기도 할뿐더러 재판 자체에도 그 발전을 위하여 이로운 일이다. 재판에 대해서는 전문가인 법관을 믿고 조용히 입을 닫는 것이 사법권 독립을 위하여, 또한 중립적 판단을 위하여 필요하다는 논거는 설득력을 잃어가고 있다. 시민의 이성에서 납득할 수 없는 재판은 당사자에게는 심각한 기본권 침해가 될 수 있다. 이 침해 가능성은 비단 기본권 주체 개인의 문제가 아니라 국가 구성원 모두의 이해관계와 연관되어 있다. 내가 언제 법정에서 서게 될지 모르기 때문이다.

사법권 독립을 가장 심각하게 위협하는 주체는 시민의 비판이 아니라 정치권력의 행동이다. 현직 미국 대통령은 트위터 게시글을 통해 판사 개인을 공격하고 있다. 200년이 넘는 미국 헌정사를 통해 법관과 사법부에 대한 공격은 끊임없이 이루어져 왔다. 그 본질적 성격은 정치적(political, 정파적 partisan이 아님)인 것으로, 반드시 일어날 수밖에 없는 것이다.¹⁰⁾ 그러나 의회나 행정부로부터의 사법부에 대한 그 모든 정치적 공격은 실패하였는데, 거기에는 사법권 독립에 대한 국민적 믿음, 헌법에 대한 국민적 믿음이 한 번도 흔들린 적이 없기 때문이라고 한다.

지금 우리가 경계하는 사법권 독립에 대한 침해 주체를 명확히 하자. 언론의 법관 및 재판 보도가 그것인가, 정치적 의도의 비판이 그것인가? 언론 보도와 법관에 대한 시민적 비판 속에 사법권 독립 훼손의 징후가 보이는가? 그 비판들 속에서 헌법이 정하는 사법권 독립이 위협하겠다는 국민적 의도를 발견할 수 있는가? 그렇지 않다고 생각한다. 오히려 그러한 움직임 속에서 우리 사법을 더욱 건실하게 세우고자 하는 노력을 발견할 수 있다. 그렇다면 이제 신상털기의 멍에를 씌우기보다 오히려 시민을 사법 판단에 대한 건전한 비판의 장으로 초대하는 것이 옳지 않을까?

2. 여론과 법원의 재판

법관도 시민인 까닭에 시간적 간격은 존재하지만 결국 사법 판단 또한 여론의 판단과 합일된다는 연구 결과가 있다.¹¹⁾ 법원은 사회변동의 촉매 역할을 할 수 있지만 실질적 사회변동은 입법과 시민의 행동을 통해 이루어진다는 결과도 있다.¹²⁾ 우리 헌법재판소의 판례 역사를 보더라도 드문 예외 경우를 제외하고는 오랜 시간과 과정을 거친 끝에 결국 사회 일반의 의사와 합일되는 흐름을 발견할 수 있다.¹³⁾ 법원의 판결에 대한 여론의 반응은 사법권 독립을 위해 무조건 배척하여야 할 대상이 아

10) Barry Friedman (1999). *Attacks on Judges: Why They Fail*. In Elliot Slotnick (Ed.), *Judicial Politics: Readings from Judicature* (p. 637). AJS.

11) Friedman, id., p.641.

12) Gerald Rosenberg (2008). *The Hollow Hope: Can Courts Bring about Social Change?*. The University of Chicago Press.

13) 예컨대 4번의 합헌결정 이후에 등장한 간통죄 폐지 결정. 헌재 2015. 2. 26. 선고 2009헌바17 결정 등. 판례집 27-1상. 20.

니다. 재판 내용을 장기적으로 보고 여론의 반응을 살피는 것은 민주사회의 법원이 마땅히 해야 할 일이다. 법원이 주장하는 법리와 여론의 괴리가 큰 경우 여론을 설득할 수 있어야 한다.

사법 판단의 여론설득과정이란 여론을 반영하여 판결을 내린다는 의미가 아니다. 법관은 여론의 향배에 휘둘리지 않고 법과 양심에 따라 재판하여야 한다. 여론 또한 사법부에게 그것을 요구한다. 그러나 복잡한 법리적 판단이 여론의 상식과 다를 경우 상식의 언어로 법리 판단이 설명되어야 한다. 그럼에도 우리는 커다란 오해와 마주하고 있다. 대중은 법의 심오한 지혜에 어차피 무지하기 때문에 굳이 그들을 납득시킬 필요가 없으며, 오히려 대중의 요구에 초연하게 법의 논리를 지키는 것이 사법권 독립을 위한 미덕이라는 태도가 그것이다. 사법권 독립이라는 공통의 헌법 목표를 내세워 민주적 비판을 회피하겠다는 교묘한 논리에 다름 아니다. 대중의 요구는 사법부에게 여론에 부합하는 판결만 생산하라는 것이 아니다. 법의 논리가 대중적 상식과 다를 때, 왜 그러한지를 상식적으로 납득시켜달라는 것이다. 대중은 상식에 비추어 법적 판단이 잘못되었다는 비판을 할 수 있다. 법원은 대중이 무지하여 자신을 이해하지 못하는 것이라 반응할 것이 아니라, 나아가 대중이 법관에 위협을 가하여 사법권 독립을 훼손하려 한다는 비난을 반복할 것이 아니라, 법적 판단이 상식적으로도 문제될 것이 없음을 설명해 주면 된다. 납득할 수 있는 설명을 요구하는 여론과 사법권 독립은 아무런 관련이 없는 문제이다.

이런 차원에서 표현의 자유를 내세운 언론사의 주장에 대한 개별 논변이 이루어진 이후에는, 헌법적 차원에서 법관이 판결의 결과를 예상해보는 것도 합리적 판단의 방법이 될 수 있을 것이다. 과연 개별 사건에서 언론사에 내린 유·불리의 판결 결과가 우리 헌법의 목적에 봉사할 수 있는지 생각해 보는 것이다. 특히 언론의 존재 목적이 시민의 민주적 의사결정을 활성화하는 것이라면, 과연 해당 언론 기사에 대한 법적 조치로 그 민주적 의사결정의 가능성이 높아질 수 있는지를 따져보아야 한다. 이것이 언론사를 무조건적으로 옹호하는 판결을 해달라는 뜻은 아니다. 악의적 거짓 보도에 적절한 조치를 가하는 것은 오히려 시민의 민주적 참여를 더 활성화시키는 밑거름이 된다. 요컨대 언론에 대한 사법판단은 “그 어떤 판단 요소를 배제한 채 오로지 법에 근거한 판단”이어야 한다는 구호에 간혀 있을 필요는 없다고 생각한다. 우리 법원 판결문에서 흔히 발견할 수 있는 “제반 사정을 종합적으로 고려하여 판단하였다.”는 서술이, 그 사법판단을 통해 시민의 민주적 참여가 증진되는지에 대한 결과를 고려하였다는 내용으로 대체되기를 희망한다.

3. 사법 판단의 투명성과 사법민주화

“법관은 판결로만 말한다.”는 법언이 있다. 우리 사법에서 이 구호는 모든 법관들의 다짐처럼 보인다. 하지만 민주주의 헌법의 지배를 받는 시민들에게는 법원의 판결 또한 알고 비판할 권리가 있다.



관이 이러한 권리담론을 인용하지 않더라도, 사법의 공적 기능에서 판결의 공개와 그에 대한 비판은 논리 필연적으로 이끌어 낼 수 있는 것이다. 민주주의의 장점은 거의 대부분의 공적 결정이 투명하게 공개되고 토론된다는 점에 있다. 민주적 토론과 비판 측면에서 재판도 예외가 될 수 없다. 재판에 물리적 영향력만 행사하지 않는다면 이러한 토론은 장려되어야 한다.

최근 영장판결과 관련한 시민의 불만이 고조된 것은, 그 판결 이유를 공개하지 않기 때문이다. 물론 여러 가지 시간적, 인적 자원 측면의 이유가 있겠지만,¹⁴⁾ 이유도 모른 채 판사의 견해에 모두 입을 막고 따라야 한다는 제도는 민주적이지 못하다. 헌법적이지도 못하다. 재판은 공개하는 것이 원칙이기 때문이다.


영장판결뿐 아니라 대법원 판결(여기도 예외가 있다)을 제외하고 하급심 판결의 판결문을 입수하기는 여전히 불편하고 어렵다. 법원에 와서 보라는 반론, 개인정보를 이유로 한 변명을 꽤 오래 들어왔지만, 역시 민주적이지 못하다. 전자정부 시대 국가원수는 자신의 스케줄을 분단위로 공개하고 있다. 국민의 기본권을 다루는 재판 내용이 국민에게 쉽게 입수되지 않는다는 것은 심각한 문제다.

지금 언론과 시민들이 수행하는 법원 비판의 대부분은 판결 내용과 근거에 대한 것이다. 판결 비판을 위해 법관의 신상까지도 알고 싶어 하는 것이다. 법을 잘 모르는 일반인들은 조용히 최고의 법 전문가들이 펼치는 재판의 향연을 구경만 해야 한다는 명령은 더 이상 설득력이 없다. 미국 헌법이 배심재판 받을 권리를 헌법적 권리로 명기하고, 배심원의 자격으로 법 전문가를 철저히 배제하는 이유를 살펴보아야 한다. 법적 지식이 충분치 못한 일반인조차 상식선에서 설득할 수 없는 법적 판단은 잘못된 것일 가능성이 높다.



14) 영장판결이 본안판결에 영향을 미치지 못하게 하기 위한 목적 때문이라는 설명이 유력하다. 하지만 영장판결이 기속력을 가지는 것도 아닐뿐더러 구속을 위한 판단과 본안판단은 엄연히 다른 절차이다. 본안판단절차에서 영장판결 이유를 고려하지 않으면 된다. 영장판결의 이유가 공개되면서도 그것이 본안판단에서 고려되지 않는 제도가 훨씬 민주적이다.

IV. 결론: 언론의 사법보도 개선을 위한 제언

물론 가짜뉴스나 선정적 기사를 통해 독자·시청자를 확보하려는 언론보도는 규제되어야 마땅하다. 이는 현행법 체계로도 얼마든지 대응이 가능하다. 하지만 사법에 대한 언론의 기본적 사명, 시민의 기대와 열망을 이제는 받아들여야 한다. 사법의 공적 역할을 재인식하여야 하고, 사법권 독립과 비판의 수용에 대해 지금과 다른 관점에서 이해하여야 한다. 재판은 공개되어야 하고 시민은 재판 내용을 쉽게 입수하여 비판할 수 있어야 한다. 이는 정치적 압력에 굴복하지 않는 내성을 사법 스스로 기르는 데 좋은 방법이 될 수 있다. 국민은 사법부의 독립을 결코 해할 생각이 없다. 오히려 모든 정치적 시도들을 국민들이 걸러내 줄 것이다. 



AI 스피커가 바꾸는 일상

채반석 · 블로터 기자

마블 영화, 그 중에서도 <아이언맨>을 좋아하는 사람들이 부러워할 만한 게 두 가지 있다. 하나는 평범한 사람도 히어로로 만들어주는 아이언맨 슈트고, 다른 하나는 토니 스타크의 똑똑한 조수 ‘자비스’다.

자비스(Jarvis)는 ‘그냥 좀 많이 똑똑한 시스템(Just A Rather Very Intelligent System)’의 약자로 토니 스타크의 인공지능 비서다. 슈트 입은 아이언맨을 보조하는 것은 물론, 집안 관리, 일정 관리, 해킹-해킹 방어, 심지어는 직접 로봇군단을 조종하면서 지구를 지키는 데 한몫을 한다. 상황 파악 뿐만 아니라 분위기 파악도 할 줄 안다. 죽을 각오를 하고 핵미사일을 쫓아진 채 우주로 향하는 토니 스타크에게 애인과의 전화 연결을 제안할 정도다.

마크 저커버그 페이스북 CEO는 이 자비스의 컨셉을 본 따 작년 이맘때 실제 인공지능 비서 ‘자비스’를 공개한 바 있다. 물론 세계평화에 이바지할 수 있는 수준은 아니었고, 약간은 장난처럼 ‘이런 게 가능하다’는 걸 보여준 시제품이었다.

자비스는 마크 저커버그가 일어나면 일정과 날씨를 알려준다. 토스트도 굽는다. 상황에 적절한 음악을 골라 틀어주기도 한다. 옷을 달라면 야구공처럼 옷을 던져주는 기계에서 옷도 던져준다. 집을 방문한 부모님을 문 앞 카메라로 보고, 시각 정보를 바탕으로 어떤 인물인지 인식해낸다. 물론 사람이 직접 하는 것보다 번거로워 보이는 지점도 꽤 있다. 하지만 사물인터넷과 인공지능이 가정에서 결합했을 때 어떤 형태를 띠게 될지 잘 보여준다.

인공지능 비서는 그리 새로운 개념은 아니다. 미래 사회를 다루는 콘텐츠라면 한 번쯤은 꼭 등장

한다. 조금 멀게 느껴지지만, 기술의 발전은 생각보다 빨라 인공지능 비서가 일상에 자리 잡을 수 있는 환경이 마련되고 있다. 이를 상징하는 기기가 바로 인공지능 스피커(AI speaker)다.

인공지능 스피커의 등장

출처: www.amazon.com

시작은 아마존이었다. ‘에코’라는 새로운 개념의 물건을 세상에 내놨다. 원통형의 이 스피커를 통해 ‘알렉사’라는 인공지능 비서를 만날 수 있다. 알렉사는 사람의 간단한 명령을 듣고, 이해하며, 그에 적절한 답을 찾아준다. 감탄할 정도로 똑똑한 수준은 아니지만, 일상생활에서 간단한 용도로 써먹을 수 있는 정도는 됐다. 기대보다 편리한 이 제품은 누적 판매량 1,000만대를 돌파했다.



〈아마존이 내놓은 AI 스피커 ‘에코’〉

아마존의 성공에 이어 구글 등 IT 기업들이 인공지능 스피커 시장에 진출했다. 음성 비서 서비스 정도로 넓게 보면 삼성전자의 ‘빅스비’, 마이크로소프트의 ‘코타나’도 꼽을 수 있다. 국내에서

도 SK텔레콤, KT, 네이버, 카카오 같은 통신사와 포털 업체에서 인공지능 스피커 제품을 내놓고 활발하게 시장 가능성을 탐색하고 있는 시점이다.

사람이 컴퓨터와 의사소통을 한다는 것은 무척 어려운 일이었다. 사람이 컴퓨터의 언어를 이해하고, 컴퓨터가 이해할 수 있게 명령을 내려야 했기 때문이다. 그래서 컴퓨터 등장 초기에는 일부 전문가들만 컴퓨터와 의사소통을 할 수 있었다.

컴퓨터 대중화에는 ‘그래픽 사용자 경험’의 공이 지대하다. 사용자의 눈으로 보면서 명령을 내리고 응답을 받는 방법은 기기 접근성을 대폭 낮췄다. 사람들은 키보드와 마우스 등의 입력 방식을 활용해 기계와 상호작용하면서 명령을 내리고, 적절한 응답을 받을 수 있게 됐다. 여기에 스마트폰의 보급과 함께 ‘터치’의 보편화가 이뤄지면서 직관적인 인터페이스 이용이 가능하게 됐다.

음성이 그간 인터페이스가 되지 못했던 이유는 기술이 필요한 수준까지 이르지 못해서였다. 사람이 컴퓨터에게 ‘지금 우리나라 대통령이 누구야’라고 묻는다고 가정해보자. 타이핑으로 “지금 우리나라 대통령이 누구야?”라고 입력하면 헛갈릴 여지가 없다. 누가 타이핑하더라도 똑같은 문장이다. 하지만 음성은 다르다. 사람마다 목소리가 다르기 때문이다. 한 사람도 같은 문장을 내내 똑같은 억양과 어조로 말하지 않는다. 입력단계부터 문제가 생긴다. 그 이후에도 문제가 남는다. 언어를 통



한 소통은 대화 방식을 취한다. 사람은 대화 상대와 발화 의도를 고려해 맥락에 맞게 상대방의 말을 이해할 수 있다. 사람에게는 쉽지만 기계에게는 어려운 일이다. 예컨대 “지금 대통령이 누구야?”라고 묻은 뒤 답변을 받고, “어디에서 태어났어?”라고 다시 묻는다고 생각해 보자. 사람은 대화의 맥락을 기억해 뒷문장이 ‘대통령의 출생지를 묻는 것’이라고 의도를 파악할 수 있다. 하지만 기계에게는 정보가 부족한 질문이기 때문에 제대로 된 대답을 들을 수 없다.

하지만 딥러닝의 발전은 관련 기술을 대폭 향상시켰다. 기기의 음성 이해 능력 역시 사람과 기초적인 수준에서 대화할 수 있을 정도까지 올라왔다. 음성을 이용한 대화는 사람에게 가장 친숙하고 보편적인 의사소통 수단이다. 기계의 수준이 높아질수록, 기계를 이해하기 위한 사람의 노력은 줄어든다. 인공지능 스피커는 기계와 사람이 ‘말이 통하는’ 상황을 상징하는 제품이기도 하다.

인공지능 플랫폼이란

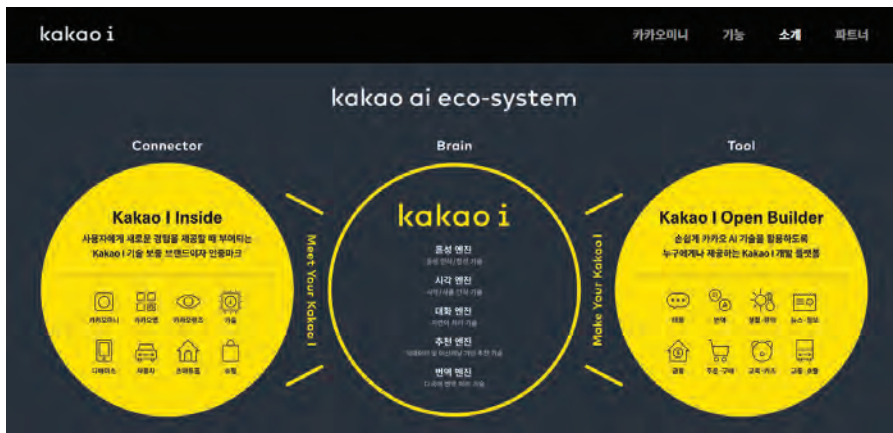
인공지능 플랫폼은 인공지능 스피커나 인공지능 비서와 유기적으로 이어져 있으면서도 구분되는 개념이다. 인공지능 스피커나 인공지능 비서는 사용자와 인공지능 플랫폼을 매개하는 인터페이스다. 사용자와의 접점에서 사용자의 명령을 접수하고, 처리한 결과물을 음성이나 기타 형태로 출력하는 역할을 맡는다. 실제 사용자의 요구를 처리하는 행위는 클라우드 컴퓨팅 기반의 플랫폼에서 이뤄진다. 그리고 이 플랫폼을 구성하는 주요 기술이 ‘음성인식’, ‘시각인식’, ‘자연어 처리’, ‘추천’ 등에 비약적인 성능향상을 가지고 온 소위 ‘인공지능’ 기술이다. 이러한 기술 형태를 통칭해 보통 ‘인공지능 플랫폼’이라고 부른다.

사용자가 날씨를 물어보는 상황을 사례로 설명하면 이렇다. 아마존의 인공지능 스피커 에코가 있다. 사용자는 ‘알렉사’라는 호출 명으로 인공지능 비서를 부른다. 들을 준비가 된 알렉사는 사용자의 “오늘 날씨 알려줘.”라는 음성을 듣는다. 이 요청은 클라우드에 전송된다. 클라우드상의 아마존 인공지능 플랫폼은 사용자의 명령을 이해하고 그에 적합한 결과인 오늘의 날씨 정보를 찾는다. 그리고 이 날씨 정보를 전달하기 위한 출력물을 ‘답변’의 형태로 만든다. 사용자는 에코 스피커로 알렉사의 목소리를 통해 오늘 날씨를 듣는다. 이 과정은 기본적으로 검색과 유사하다고 볼 수 있다. 노트북에서 인터넷을 열고 포털에 접속해 검색어를 쳤을 때, 그 결과는 내 컴퓨터에서 나오는 게 아니다. 연결된 인터넷에서 답을 찾아 돌아오는 것이다. 인공지능 스피커가 명령을 수행하는 것도 이와 마찬가지로. 이렇게 인공지능 스피커와 인공지능 비서는 사람과 기계의 접점에서 원활한 커뮤니케이션을 돕는다.

인공지능 플랫폼은 기기나 앱 등 다양한 사용자와의 접점에서 들어오는 요청을 이해해 적합한 값을 보내주는 중추에 해당한다. 예컨대 카카오의 인공지능 플랫폼 ‘카카오 아이’는 음성 엔진(음성인

식/합성 기술), 시각 엔진(시각/사물 인식 기술), 대화 엔진(자연어 처리 기술), 추천 엔진(빅데이터 및 머신러닝 기반 추천 기술), 번역 엔진(다국어 번역 처리 기술)으로 구성돼 있다. 인공지능 플랫폼은 이처럼 다양한 기능을 바탕으로 사람의 명령을 수행한다.

출처: <http://kakao.ai>



〈카카오 아이의 인공지능 생태계 구조도(eco-system)〉

인공지능 플랫폼은 일상에 어떤 영향을 미칠까

인공지능 플랫폼의 많은 장점 중 하나는 때와 장소를 가리지 않는다는 데 있다. 지금이야 스피커라고 하면 거의 집 안에서 사용하는 것만을 상정하지만, 인공지능이 굳이 스피커라는 하나의 하드웨어에 머무를 필요는 없다. 사람의 이동 경로에 따라 어디에나 존재하며 상호작용할 수 있다. 그래서 현재 인공지능 스피커를 중심으로 음성 사용자 경험이 축이 되는 생태계가 새롭게 구성되고 있는 중이다.

1) 커머스(commerce)

이미 아마존은 미국 리테일 업계를 파괴하고 있다. 온·오프라인을 불문하고 거의 모든 상거래 영역을 잠식 중이다. 아마존의 성장에 따라 문을 닫는 기업도 많고, 문을 닫아야 할 위기에 처한 기업



도 많다. 거대 유통 체인은 물론 백화점도 위태위태하다. 국내로 치면 롯데나 신세계 같은 업체가 신용등급 하락을 맞을 정도의 위기 상황이다.

아마존의 위력은 상품검색에서 여실히 드러난다. 미국 소비자를 대상으로 한 서치엔진랜드의 조사 결과¹⁾에 따르면 ‘상품 검색을 시작하는 위치’에 대한 질문에 응답자의 38%가 아마존을 선택했다. 그 바로 뒤가 35%의 구글이다. 세계 최대의 검색 엔진마저 제쳤다. 기업들은 앞다투어 아마존에 상품을 광고하고, 가격비교 사이트는 의미를 잃어간다. 구매의 편리함은 어느 정도의 가격 차이도 무시해버린다.

아직 인공지능이 풍부한 결과물을 내놓는 수준에 이르지 못하는 못했지만 시장 잠재력은 매우 크다. “○○○ 구매해.” 내지는 “○○○을 장바구니에 넣어줘.”라고 간단히 명령하는 방식은 전자상거래에 대한 관점을 완전히 바꿔놓는다. 지금까지의 전자상거래는 최저가 이하 경쟁을 위해 플레이어들이 사투를 벌이는 레드오션이었다. 그러나 더 이상은 아니다. 예컨대 냉장고에 아마존 에코와 알렉사가 연동돼 있는 상황을 가정해보자. 요리를 하다가 문득 남아있는 달걀의 개수를 체크하고 싶어 에코에 “달걀 몇 개 남았니?”라고 질문을 던진다. 그럼 냉장고에서 달걀의 개수를 파악한 알렉사가 “몇 개가 남아있다.”고 답해준다. 답변을 들은 사용자는 “달걀 한 판 주문해줘.”라고 말한다. 이 명령을 들은 알렉사는 사용자의 아마존 결제 정보를 이용해 달걀을 주문한다.

조니워커, 원저 등 프리미엄 주류회사인 디아지오는 음성 기반 검색 시장에 대비하기 위해 전담반(TFT)을 꾸렸다. 이 TFT에서는 사용자가 던질 것으로 예상되는 질문 리스트를 뽑고, 이 질문에서 자사의 주류 브랜드를 가장 먼저 노출할 수 있는 방법을 고민하고 있다.

기존 웹·모바일 시장에서도 검색엔진 최적화는 무척 중요하다. 하지만 음성 플랫폼에서는 이 경향이 더 심해진다. 예컨대 “술 안주로 먹기 좋은 과자 좀 추천해 줘.”라고 했을 때 “술 안주로 먹기 좋은 과자 첫 번째는 오징어땅콩, 두 번째는 새우깡, 세 번째는 광고 ….” 식의 답변이 나올 리 없다. 음성 사용자 경험은 질문에 가장 적절한 단 하나의 정답을 요구한다. 다양한 선택지는 사용자 경험을 망칠 뿐이다. 음성 인터페이스 기반 인공지능 플랫폼이 자리 잡은 전자상거래 시장은 이 같은 모습을 보일 가능성이 크다.

2) 서비스

대체로 인공지능 플랫폼은 오픈 플랫폼을 지향한다. 구글 플레이 스토어나 애플 앱 스토어가 그랬던 것처럼, 플랫폼마다 다양한 서비스가 들어올 공간이 필요하다. 알렉사에서 활용하는 응용프로그램은 흔히 ‘스킬’로 불린다. 그리고 알렉사에는 다양한 스킬이 활용되고 있다. 스킬을 활용하면 뉴

1) Survey: Amazon beats Google as starting point for product search. (2016. 6. 28.). *Search Engine Land*. URL: <https://goo.gl/GZSqG5>

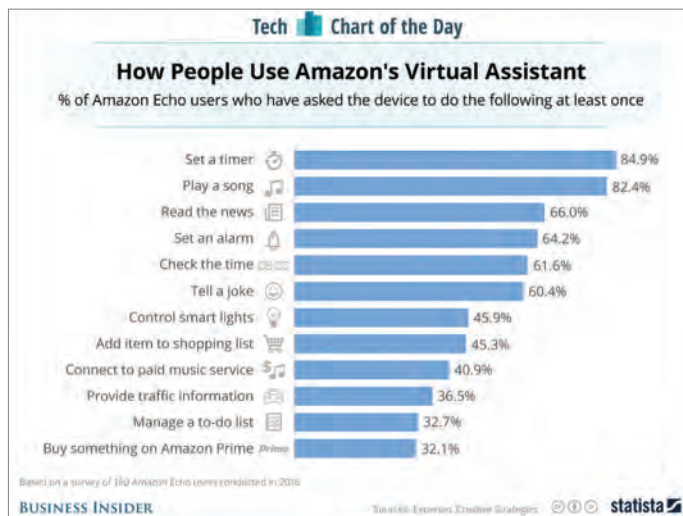
스나 날씨, 기본적인 검색 이상의 기능을 사용할 수 있다. 예컨대 차량공유서비스인 우버나 리프트를 부를 수도 있고, 리모콘 없이 유튜브나 넷플릭스를 조작할 수 있다. ‘제퍼디’라는 스킬을 쓰면 가족과 함께 퀴즈 놀이도 할 수 있다.

비즈니스인사이드가 올해 2월 사람들이 아마존 에코를 어떻게 활용하는지 조사²⁾(하단 그래프 참조)한 결과를 보면, 타이머 설정(84.9%), 음악 재생(82.4%), 뉴스 읽기(66%), 알람 설정(64.2%), 시간 확인(61.6%), 농담 말하기(60.4%), 조명 컨트롤(45.9%), 쇼핑리스트에 아이템 추가(45.3%), 유료 음악 서비스에 연결(40.9%), 교통정보 확인(36.5%), 할 일 목록 관리(32.7%), 아마존 프라임으로 물건 구매(32.1%) 등 다양한 활동에 음성 스피커가 활용되고 있음을 알 수 있다.

알렉사에서 사용할 수 있는 스킬의 수는 급증하고 있다. 2016년 2분기 1천 개 수준이었던 스킬은 그 해 4분기 5천 개를 돌파하더니, 2017년 1분기에는 1만 개, 2017년 2분기에는 1만 5천 개를 넘어섰다.³⁾ 물론 알렉사의 스킬 중 69퍼센트는 사용자 리뷰가 아예 없거나 한 개 정도로 낮은 사용률을 보이는 등 갈 길이 멀지만⁴⁾성장세 만큼은 확실하다.

아마존 에코 활용 현황에서 볼 수 있듯이 AI 스피커는 일상과 밀접한 콘텐츠와 서비스, 전자상거래에 많이 쓰일 것으로 보인다. 그밖에 국내에서 특히 각광받고 있는 서비스는 ‘배달’이다. 이미 배달업체들은 편리함을 무기로 기존 시장을 파괴, 확장하며 나름의 영역을 구축해냈다.

출처: 비즈니스 인사이더, <https://goo.gl/GhSW2R>



2) Jeff Dunn(2017. 2. 13.), Jeff Bezos says the Echo 'isn't about' getting people to shop on Amazon, and the may be right, *Business Insider*. URL: <https://goo.gl/GhSW2R>

3) Jeff Dunn (2017. 7. 5.), Amazon's Alexa has gained 14,000 skills in the last year, *Business Insider*. URL: <https://goo.gl/s6C79u>

4) 강정수 외(2017). <보이스 퍼스트 패러다임 : 슈퍼플랫폼을 선점하라>. 130-131.



국내 AI 스피커 활용 전망

포털, 통신사, 해외업체 등에서 다양한 인공지능 스피커가 나오고 있지만, 역시 가장 많은 데이터를 보유하고 있는 국내 포털의 인공지능 스피커에 관심이 쏠린다. 네이버는 ‘클로바’, 카카오는 ‘카카오아이’라는 인공지능 플랫폼을 구축하고, 자사의 음악 스트리밍 서비스에 엮어 인공지능 스피커를 팔고 있다. 아직은 초기 단계이기 때문에 본격적인 생활가전으로 접근하기보다는 스피커를 적극 사용하려는 수요자층을 대상으로 계속 발전시켜나가는 중이다.

클로바는 네이버라는 국내 최대 포털이 보유한 콘텐츠와 데이터를 최대 장점으로 갖는다. 한국 사회에서 인프라급 서비스가 된 네이버와 유기적으로 연동할 수 있다면 인공지능 플랫폼 시대도 앞서 나갈 수 있을 것으로 전망하고 있다. 최근에는 네이버가 국내 1위 배달앱 ‘배달의 민족’을 서비스하는 우아한형제들에 350억 원의 투자를 진행해 협력을 공고히 하기도 했다. 배달서비스는 인공지능 플랫폼 시대의 중요한 요소로 꼽히는 서비스 중 하나다.

카카오아이는 ‘카카오택시’, ‘카카오톡’, ‘카카오뱅크’ 등 다양한 생활서비스를 활용할 수 있다는 이점이 있다. 특히 카카오톡과 카카오택시는 국민 생활 앱으로 자리 잡은 상황이고, 카카오의 자회사인 로엔엔터테인먼트는 1위 음악 스트리밍 서비스 ‘멜론’을 보유하고 있어 초기 선점 효과를 누리기에 좋다. 카카오 또한 적극적으로 여러 콘텐츠, 서비스 업체와 파트너십을 맺으면서 사용자와의 접점을 확보해 나가고 있다.

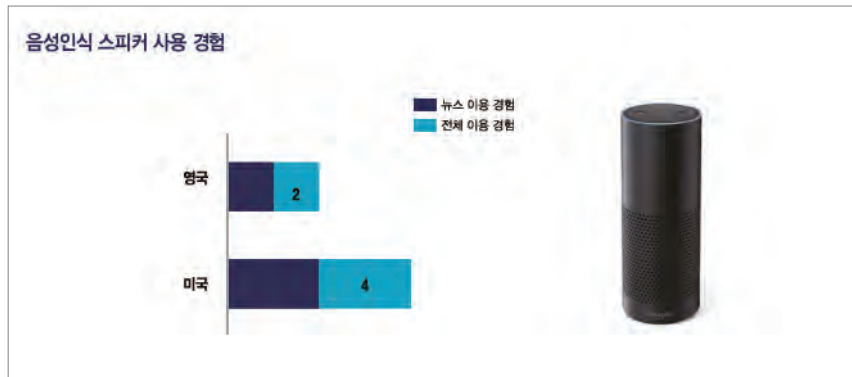
AI 스피커가 뉴스 미디어에 미치는 영향

로이터 저널리즘 연구소가 내놓은 <디지털 뉴스 리포트 2017>에 따르면 인공지능 스피커 사용이 활발한 미국에서는 응답자 중 4%가 음성인식 스피커를 사용한 경험이 있으며, 2% 정도가 음성인식 스피커로 뉴스를 이용한 경험이 있다고 답했다.⁵⁾ 보고서는 ‘음성인식 스피커 사용이 일부 국가에서만 이루어지고 있기 때문에 그 시장 잠재력을 예단하기는 이르다’고 결론 내렸다.

여전히 모바일이나 PC를 통한 뉴스 소비가 강세다. 그리고 당분간 이런 추세가 지속될 전망이다. 인공지능 스피커가 음성 사용자 경험을 중심에 두는 하드웨어라고 해서 화면이 사라지는 것도

5) 김선호 · 김유근 (2017). <디지털 뉴스 리포트 2017 한국>. 한국언론진흥재단. 17.

출처: <디지털 뉴스 리포트 2017 한국>, 한국언론진흥재단



아니다. 현재 인공지능 스피커는 기존에 모바일이 활용되지 못했거나 사용이 불편한 영역에 먼저 침투하고 있다. 인공지능 플랫폼은 사람을 둘러싼 삶 전반에 스며든다. 현재 주목받는 인공지능 스피커 외에도 디스플레이나 카메라를 활용한 서비스들이 등장하고 있다. 업계 선두인 아마존은 ‘에코쇼(echo show)’와 ‘에코룩(echo look)’을 출시했고, 구글은 ‘클립스(Clips)’라는 카메라가 달린 기기를 내놨다. 또한 구글 홈은 응답을 음성이 아니라 시각적으로도 할 수 있게 했다. 예컨대 사용자가 구글 홈에 자신이 찾고 있는 위치를 물어보면 사용자의 스마트폰이나 TV 등에 이미지를 전송하는 식이다.

이런 상황을 고려했을 때 지금 통용되고 있는 시각 정보 중심의 뉴스 콘텐츠 트렌드가 크게 바뀌진 않을 것으로 보인다. 다만 오디오 콘텐츠의 중요성이 분명 지금보다 높아질 것이다. 사람이 모여 있는 곳에 광고가 있다는 점을 생각하면, 애초 오디오 콘텐츠를 만들어왔던 팟캐스트나 라디오 중심 미디어가 인공지능 플랫폼에서 확실히 유리하다. 플랫폼들이 콘텐츠 확보에 힘을 쏟고 있는 만큼 이들에게 좀 더 기회가 주어질 수 있다. 변화가 찾아온다고 해서 기존 플레이어들이 급격히 뒤처지는 일은 벌어지지 않을 것이다. 다만 그 변화의 틈에서 기회를 잡고 새롭게 부상하는 플레이어가 등장할 가능성이 크다.

문제는 인공지능 플랫폼 역시 테크 기업이 주도하는 플랫폼이라는 점이다. 지금은 초창기라 확실히 자리 잡은 음성 플랫폼이 없지만, 추후 시장이 정리되고 지금의 플랫폼 또는 새로운 플랫폼이 등장해 자리를 잡을 경우 구글, 페이스북, 네이버, 카카오 등 플랫폼 업체에 휘둘리는 상황이 지속될 수 있다. 플랫폼 업체의 주요 관심사는 ‘어떻게 사용자를 확보하고 유지해 수익을 창출해낼 수 있는가’에 있다. 저널리즘은 핵심이 아니다. 컬럼비아 저널리즘스쿨 토우 센터의 에밀리 벨(Emily bell) 교수가 플랫폼과 언론의 관계를 연구한 보고서에서 “(언론사가) 자체적으로 기술을 개발하고, 매출원을 창출하면서 우리의 이용자를 대형 플랫폼으로부터 멀어지게 하는 것이 중요하다.”라고 조언한 이유도 바로 그 때문이다.

성범죄보도로 인한 2차 피해 어떻게 막을까

- 나주 어린이 성폭행사건과 어금니 아빠 여중생 살인사건을 중심으로

이진아 법무법인(유한) 해송 변호사 · 언론인권센터 언론피해구조본부 본부장

1. 문제 제기

최근 언론에는 ‘성(性)’이라는 단어가 들어가지 않은 기사를 찾기 힘들 정도로 ‘성폭행, 성추행, 성범죄’ 관련 보도가 쏟아지고 있다. 일명 ‘연예인 성추문 사건’, ‘문학계 성추문 사건’, ‘중학교, 고등학교 내 성추문 사건’ 등으로 묶여, 한 사건이 보도되면 꼬리에 꼬리를 물고 관련 기사와 후속 기사들이 쏟아져 나온다. 그리고 이 중 많은 보도들이 언론기관의 가장 기본이 되는 객관적 사실 확인의무를 이행하지 않고, 최초 보도를 그대로 인용하거나 과장·왜곡해 보도하고 있다. 심지어 피해자의 초상권이나 사생활의 자유를 침해하고 성범죄로 인한 피해가 만천하에 드러나 더 이상 일상적인 생활을 영위할 수 없는 지경에 이르도록 만들기도 한다. 나아가 가해자가 아님에도 불구하고 성범죄의 가해자로 만들어 한 인간, 한 가족의 일생을 짓밟기도 한다. 이렇듯 보도로 인한 피해, 특히 성범죄 보도로 인한 피해를 예방해야 하는 이유는 피해자가 입는 정신적 고통, 경제적 손실이 감히 상상할 수 없을 정도로 막심하기 때문이다.

그래서 우리 법도 최소한의 보도 기준을 마련하고 있다. 「언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률」(이하 ‘언론중재법’이라고 한다) 제4조(언론의 사회적 책임 등)는 ① 언론의 보도는 공정하고 객관적이어야 하고, 국민의 알권리와 표현의 자유를 보호·신장하여야 한다. ② 언론은 인간의 존엄과 가치를 존중하여야 하고, 타인의 명예를 훼손하거나 타인의 권리나 공중도덕 또는 사회윤리를 침해하여서는 아니 된다. ③ 언론은 공적인 관심사에 대하여 공익을 대변하며, 취재·보도·논평 또는 그

밖의 방법으로 민주적 여론형성에 이바지함으로써 그 공적 임무를 수행한다.’고 규정하고 있다. 그러나 많은 언론이 대중의 관심을 얻어야만 살아남을 수 있다는 환경을 핑계 삼아 점점 더 흥미위주의 보도를 하고 있고, 법이 정한 최소한의 기준과 의무를 해태하면서 새로운 피해를 발생시키고 있다. 이에 구체적인 사건을 통해 성범죄보도에서의 법적 쟁점을 살펴본다.

II. 성범죄보도로 인한 피해 유형

성범죄를 보도하는 과정에서 그 보도로 인해 2차 피해가 발생하는 경우가 있다. 최근 성범죄가 사회적 문제로 대두될 만큼 빈번히 발생함에 따라 일반 대중의 관심이 매우 큰 상황이다. 그러므로 언론기관이 이러한 성범죄를 보도하는 것 자체가 문제되는 것은 아니다. 다만 성범죄를 보도하는 과정에서 일반 국민의 권익증진이나 알권리와는 전혀 관계가 없음에도 불구하고 단순히 독자의 흥미를 유발하려는 목적에서 성범죄 피해자에 대한 신상을 공개한다거나 초상권을 침해하는 보도를 함으로써 2차 피해를 양산하는 것이다. 특히 성범죄가 발생한 이유와 관련해 피해자의 도덕관념이나 잘못된 처신으로 인해 사건이 발생한 것처럼 보도하는 등 피해자의 명예를 훼손하는 보도마저 서슴지 않는 경우가 많다.



성범죄보도로 인한 2차 피해에 대해서는 2012년 ‘나주 어린이 성폭행 사건’을 계기로 이미 많은 관계기관의 문제제기와 언론계 내부의 자성이 있었다. 그럼에도 불구하고 최근 발생한 어금니 아빠 여중생 살인사건에서 또 다시 그 관행이 반복되고 있다. 성범죄보도와 관계 없는 피해자의 신상을 공개하거나, 피해자가 범행의 대상으로 지목되게 된 경위를 보도하는 행태, 또 해당 피해 사실을 지나치게 구체적으로

재연하는 보도들은 성범죄, 나아가 살인죄의 피해자인 유족들에게 더 큰 정신적 고통을 가하고 있다. 수많은 사건 관련 보도들이 피해자와 그 가족들의 사생활을 침해하는 등 또 다른 2차 피해를 유발하고 있는 것이다. 이 글에서는 2012년 나주 어린이 성폭행 사건과 2017년 어금니 아빠 여중생 살인사건을 중심으로 성범죄보도 관련 법적 쟁점을 살펴보고자 한다.

III. 검토 사건

1. 2012년 나주 어린이 성폭행 사건

가. 사건의 개요

2012년 여름, 나주에서 한 남성이 집에서 가족들과 함께 자고 있던 7살 여자아이를 납치해 성폭행하고, 살해할 의도로 목을 졸라 기절하게 만들었다. 이 끔찍한 사건은 온 국민을 분노하게 만들었고 사회적으로 큰 이슈가 되었다. 언론들은 이 사건을 보도하기 위해 매우 경쟁적으로 취재를 하였고, 이 과정에서 성범죄 피해자뿐만 아니라 그 가족들에 대한 명예훼손 및 사생활침해가 발생했다.

나. 사건의 법적 쟁점

이 사건은 이미 법원의 판결¹⁾을 통해 성범죄보도로 인한 2차 피해가 존재했다는 사실이 확정된 사건이다. 해당 사건에서 쟁점이 되었던 보도를 중심으로 성범죄보도로 인한 2차 피해의 법적 쟁점에 대해 살펴보고자 한다. 먼저 명예훼손과 관련해서는 보도에 ‘피해자 부모가 가해자와 친밀한 관계에 있었다’는 사실을 암시함으로써 피해자 부모의 사회적 평가를 저하시켜 명예를 훼손한 것인지 여부가 문제되었다. 그리고 사생활의 비밀과 자유, 초상권 침해와 관련해서는 일반 대중의 관심을 이유로 피해자 및 가족들의 동의 없이 피해자의 노트 등을 공개한 것이 문제되었다.

법원은 명예훼손 여부와 관련해 ‘보도가 피해자 부모가 가해자와 친밀한 관계에 있었다는 사실을 암시함으로써 피해자 부모의 사회적 평가를 저하시켜 명예를 훼손한 것은 맞지만, 이 사건 범죄의 특수성에 비추어 보면 가해자가 피해자들과 어떻게 알게 된 사이이고 얼마나 친한 사이인지에 관한 사실은 범죄의 경위를 보도하기 위하여 불가피하게 적시할 수밖에 없는 범위 내의 것으로 공공의 이익을 위한 것이 인정된다’고 판단했다. 따라서 명예훼손에 의한 손해배상 책임이 인정될 정도에는 이르지 않았다고 보았다. 한편, 사생활 침해와 관련해서는 ‘① 피해자가 성폭행으로 입은 상처를 촬영하여 공개한 보도, ② 피해자 및 그 가족들이 살던 집의 외관을 촬영하여 공개한 보도, ③ 집 창문 등을 통해 집 내부를 촬영하여 공개한 것, ④ 그 집을 공개하는 과정에서 취재를 명목으로 집 문을 열고 집 안에 들어간 행위, ⑤ 피해자가 친구들과 함께 찍은 사진, 피해자가 작성한 독서록, 노트, 그림 등을 피해자 및 그 부모의 동의 없이 공개한 것 등은 범죄의 경위를 설명하기 위해 불가피하게

1) 서울중앙지법 2014. 3. 19. 선고 2013가합50737판결; 서울중앙지법 2014. 3. 19. 선고 2013가합50317판결; 서울중앙지법 2014. 3. 19. 선고 2013가합52016 판결

공개할 수밖에 없는 성질의 것에 해당하지 않을 뿐만 아니라, 그것이 공중의 정당한 관심에 해당한다 하더라도 피해자들의 사생활의 비밀과 자유라는 인격적 이익보다 더 우월하다고 볼 수 없다'고 판단했다. 또한 '원고들의 집 내부, 피해자가 친구들과 찍은 사진, 피해자의 독서록, 노트, 그림 등은 공개된 기록물이 아니므로 이러한 사적인 생활관계에 대해 피해자들이 통상적으로 기대하는 불간섭 상태는 보호될 가치가 매우 큰 것으로서 아주 내밀한 영역에 속한다고 볼 수 있고, 위 사항이 사회 일반에 노출됨으로써 원고들이 받는 피해의 정도는 매우 극심하다고 할 것이다. 나아가 피해자의 상처를 촬영한 사진은 사생활 영역 중에서도 가장 보호가치가 큰 비밀 영역에 속한다고 볼 수 있는 것으로서 상처가 성폭행으로 말미암아 입을 것이라는 점에서 언론이 이를 촬영한 사진을 보도를 통하여 사회 일반에 공개하는 것은 어떠한 공익적인 목적으로도 정당화될 수 없다'고 판시했다.

즉, 명예훼손의 경우 언론의 보도 목적을 고려해 위법성이 조각될 수 있으나, 사생활 침해와 관련하여서는 어떠한 공익적 목적으로도 침해되어서는 안 되는 개인의 내밀한 사생활 영역이 존재한다는 점을 다시 한 번 일깨워준 판결이다.

다. 성범죄보도 기준 마련

나주 어린이 성폭행 사건은 그야말로 경쟁적 취재, 흥미위주의 보도가 만들어 낸 2차 피해의 표본이라 할 수 있는 사건이었다. 이 사건 이후, 언론기관 내부에서도 반성의 목소리가 높아졌다. 이에 한국기자협회와 국가인권위원회는 성범죄보도로 인한 피해를 예방하기 위해 <성폭력 범죄 보도 세부 권고 기준>을 마련했다.

<성폭력 범죄 보도 세부 권고 기준>

[총강]

1. 언론은 성범죄가 사회적, 경제적, 신체적으로 자신보다 상대적으로 약한 지위에 있는 피해자를 대상으로 한 폭력이며, 인간의 존엄성을 파괴하는 반인권적 범죄 행위라는 관점으로 접근해야 한다.
2. 언론은 성범죄의 원인으로 개인의 정신질환이나 억제할 수 없는 성욕 등의 문제만 부각하지 말고 그 근본 원인이 가부장적이고 성차별적인 사회 구조에 있다는 점도 유념해야 한다.
3. 언론은 성범죄를 사회적 성역할에 관한 잘못된 통념에 기초해 피해자의 도덕 관념과 처신의 문제로 인해 빚어진 사건으로 보도하지 않도록 해야 한다.
4. 언론은 사회적 안전망 부재, 범죄 예방 체제 미비 등 성범죄를 유발하는 사회구조적 문제에 주목해야 한다.



5. 언론은 성범죄를 보도할 때 피해자와 그 가족의 인권을 존중해 보도로 인한 2차 피해가 발생하지 않도록 주의해야 한다. 가해자와 그 가족의 경우에도 그들의 기본권이 부당하게 침해되지 않도록 노력해야 한다.
6. 언론은 성범죄를 보도할 때 지나친 공포감이나 범죄자에 대한 분노와 복수 감정만을 조성해 처벌 일변도의 단기적 대책에 함몰되지 않도록 노력해야 한다.
7. 언론은 성범죄 보도로 인해 피해자와 그 가족, 가해자 가족 등이 겪는 극심한 혼란과 인권문제 등을 고려해 사회적으로 유의미한 성폭력 사건이 아닐 경우 보도하지 않는 것을 원칙으로 한다.

[실천요강]

1. 언론은 취재와 보도과정에서 성범죄 피해자와 그 가족의 2차 피해를 유발하지 않도록 피해자의 신상을 식별할 수 있는 정보를 공개하지 않는다.
2. 언론은 성범죄 사건의 본질과 무관한 피해자의 사생활 등을 보도함으로써 피해자에게 범죄 유발의 책임이 있는 것처럼 인식되도록 하지 않는다.
3. 언론은 가해자 중심적 성 관념에 입각한 용어 사용이나 피해자와 시민에게 공포감과 불쾌감을 주고 불필요한 성적인 상상을 유발하는 표현을 사용하지 않는다.
4. 언론은 성범죄 사건의 이해와 상관없는 범죄의 수법과 과정, 양태, 그리고 수사과정에서의 현장 검증 등 수사 상황을 지나칠 정도로 상세히 보도하지 않는다.
5. 언론은 성범죄의 범행 동기를 개별적 성향(가해자의 포르노, 술, 약물 등 탐닉, 자제할 수 없는 성욕 등)에 집중함으로써 성폭력의 원인에 대한 잘못된 통념을 강화하거나 가해자의 책임이 가볍게 인식되지 않도록 주의한다.
6. 언론은 성범죄 피의자의 얼굴과 이름 등 신상 정보를 관련 법률에 의해 공식적으로 공개된 경우를 제외하고는 원칙적으로 보도하지 않는다.
7. 언론은 수사기관이 제공하는 정보라도 그 공개의 적절성 여부를 판단해 자기 책임 하에 보도한다.
8. 언론은 미성년자 성범죄 사건을 취재, 보도하는 데 있어 미성년자의 인권에 미칠 영향을 세심히 고려해야 한다.
9. 언론은 사진과 영상 보도에서도 피해자 등이 2차 피해를 당하지 않도록 주의한다. 특히 삽화, 그래픽, 지도 제공이나 재연 등에 신중을 기한다.
10. 언론은 성범죄 예방을 위해 법률적 정보 등의 제공과 성범죄에 대한 인식 제고를 위한 사상을 적극 보도한다.

2. 2017년 어금니 아빠 여중생 살인사건

가. 사건의 개요

나주 어린이 성폭행 사건만큼이나 최근 세간의 이목을 집중시킨 또 하나의 사건이 일명 어금니 아빠 여중생 살인사건이다. 이 사건은 가해자가 방송에 나와 본인의 선천적 질병이 딸에게까지 유전된 사실과 함께 생활고를 호소하면서 전국적인 기부 열풍을 일으켰던 유명인이라는 점에서 뜨거운 관심을 받기 시작했다. 물론 가해자가 본인 딸의 친구를 불러내 살인을 저지르고, 살인한 이후 딸과 함께 사체를 유기했다는 사실만으로도 대중의 관심을 끌기에는 충분했다. 그런데 사건 수사가 진행되는 과정에서 가해자의 살인 동기에 이목이 집중됐다. 특히 가해자가 피해자를 성범죄 대상으로 삼으려 유인했다가 피해자가 저항하자 살해에 이르게 되었다는 수사기관의 발표 후, 사건과 전혀 관계없는 피해자와 가해자 딸의 관계, 가해자가 피해자를 지목하게 된 경위, 지목한 동기로 삼은 이유 등이 일반에 공개되었다.

나. 사건의 법적 쟁점

이 사건은 여전히 진행 중인 사건이다. 그래서 더욱 더 자극적인 보도가 쏟아지고 있는지도 모르겠다. 이 사건과 관련해 문제되는 보도 유형은 다음과 같이 구분해 볼 수 있다. 첫째로 보도에서 피해자의 나이, 성을 공개하거나 고인이 된 피해자의 영정사진을 모자이크 처리한 채 보도하는 것이다. 이는 나주 사건에 비추어 보면 피해자와 그 유족의 입장에서는 절대로 일반에게 공개하고 싶지 않은 내밀한 사생활 영역에 포함되는 부분일 수 있다. 그럼에도 불구하고 피해자 유족들의 어떠한 동의도 없이 그러한 사생활이 일반에 공개되고 있는 것이다. 성범죄보도 권고 기준과 실천요강에 의하더라도 ‘언론은 취재와 보도과정에서 성범죄 피해자와 그 가족의 2차 피해를 유발하지 않도록 피해자의 신상을 식별할 수 있는 정보를 공개하지 않는다.’고 규정하고 있다. 따라서 피해자의 성과 나이, 사진 등을 공개한 행위는 명백한 사생활 침해에 해당한다.

두 번째는 지나치게 자세히 가해자의 범행행위를 재연해서 보도하는 것이다. ‘드링크제를 넣어둔 수면제를 먹은 피해자가 잠이 들자 안방으로 옮겨 놓힌 이씨는 피해자의 옷을 벗겼다. 몸을 만지고 더듬는 한편 입맞춤을 하며 음란행위를 즐겼다. 행위 도중 지치면 피해자를 끌어안고 잠이 들었다가 깨어나면 이러한 행위를 다시 시작한 것으로 조사됐다.’는 등의 보도는 유족들로 하여금 또 다른 정신적 고통에 시달리게 한다. 이 사건은 피해자가 사망에 이르고 사체마저 유기된 매우 끔찍한 사건으로 피해자의 유족들은 이를 떠올리는 것만으로도 엄청나게 큰 정신적 고통에 시달릴 것이다. 그런데 피해자가 사망에 이르게 되는 과정에서 당한 성범죄 정황을 마치 재연하듯 보도한 것은 피

해자와 유족들의 인권을 경시하는 태도라 할 수 있다. 도대체 어떤 공익을 위해 범죄 사실을 이렇게 구체적으로 기재해야 하는 것인지 의문이다.

성범죄보도에 관한 권고 기준과 실천요강 또한 ‘언론은 성범죄 사건의 이해와 상관 없는 범죄의 수법과 과정, 양태, 그리고 수사과정에서의 현장 검증 등 수사 상황을 지나칠 정도로 상세히 보도하지 않는다.’고 정하고 있다. 그러한 보도는 단지 대중의 흥미유발을 위한 과장보도에 불과하기 때문이다. 이렇게 범죄 사실을 과도하게 상세히 보도하는 것 역시 그 자체로 피해자 및 유족들의 사생활을 침해에 해당할 수 있다.

셋째, 가해자의 범행 동기를 추론하는 과정에서 가해자의 개인적 성적 취향에 집중하는 보도도 있다. 한 보도는 가해자의 중학교 시절 학생부장 선생님의 말을 인용하는 방식으로 ‘또래 학생을 성폭행한 정황이 있어 직접 조사했다’는 내용을, 또 다른 보도는 한 전문가의 말을 빌어 ‘가학적 성도착증 범죄’로 보이고 ‘성적 욕구가 생기면 강력한 수준의 성추행을 시도’했다는 등의 내용을 집중적으로 다루었다. 한편, ‘사이코패스 성향이 발견되었다’는 보도는 성폭력의 원인이 개인의 성향이나 병적인 문제, 성욕 등에 있는 것처럼 보도함으로써 잘못된 통념을 강화하기도 한다.

성범죄보도 권고 기준 및 실천요강은 ‘언론은 성범죄의 범행 동기를 개별적 성향(가해자의 포르노, 술, 약물 등 탐닉, 자제할 수 없는 성욕 등)에 집중함으로써 성폭력의 원인에 대한 잘못된 통념을 강화하거나 가해자의 책임이 가볍게 인식되지 않도록 주의한다.’고 규정하고 있다. 즉 위와 같이 가해자의 범행 동기를 개별적 성향, 자제할 수 없는 성욕 등에 집중해서 보도하는 것 역시 국민의 알권리와는 무관한 것으로 오로지 흥미유발을 위한 보도에 해당할 가능성이 크며 시정되어야 할 보도 형태 중 하나이다.

마지막으로 이 사건 가해자가 피해자를 지목하게 된 경위를 보도한 내용도 문제될 수 있다. 관련 보도들은 피해자가 범행 대상으로 지목된 이유와 관련하여 ‘피해자의 얼굴을 보면 망우동 집에서 투신자살한 아내가 연상됐기 때문’이라고 보도하면서 ‘피해자를 아내가 특별히 예뻐하고 좋아했던 것으로 알려졌다’는 등의 내용을 언급하고 있다. 이러한 보도 또한 유족에게 정신적 고통을 유발할 수 있을 뿐만 아니라 공익적 목적을 위한 것이라고도 볼 수 없다.


나주 어린이 성폭행 사건에서 법원은 ‘가해자가 당초 피해자의 언니를 노리고 범행에 나섰다’는 내용에 대해 ‘위와 같은 내용은 가해자의 내심의 의사에 불과한 것으로서 그와 같은 사실의 공개로 말미암아 피해자의 언니가 불쾌감이나 두려움을 느끼게 된다고 하더라도 이는 사실상의 불이익일 뿐 그와 같은 사실이 피해자 언니의 사회적 평가를 저하시키거나 기타 인격권을 침해하게 되는 성질의 것이라고 보기는 어려우므로 명예훼손이 성립하지 않는다.’고 판결하였다. 하지만 이로 인해 달성할 수 있는 공적 이익이 전혀 없고 단순히 대중의 흥미유발을 위한 것이라면 반드시 고쳐져야 할 보도형태 중 하나로 보인다.

다. 어금니 아빠 여중생 살인사건 보도가 남긴 과제

2012년 나주 어린이 성폭행 사건을 통해 언론기관의 자기반성이 이루어진 지 5년이 흘렀다. 최근 몇몇 성범죄 사건 보도에서 피해자와 관련된 신상이 전혀 공개되지 않는 것을 보면서 그래도 많이 나아지고 있다는 기대를 갖게 된다. 하지만 여전히 ‘성(性)’ 관련 범죄 보도가 대중의 관심을 집중시키면서, 보도 열기가 잘못된 방향으로 흘러 2차 피해가 발생할 가능성이 큰 것 같다. 언론이 말하는 언론의 자유, 표현의 자유, 국민의 알권리라는 것은 그로 인해 침해되는 개인의 이익보다 훨씬 큰 공익적 가치를 가질 때에만 진정한 자유이고 권리이다. 이를 핑계 삼아 피해자의 인권을 무시하는 보도는 어떤 이유로든 정당화될 수 없다.

IV. 결론

우리 대법원은 판례에서 “보도가 가지는 광범위하고도 신속한 전파력 등으로 인하여 그 보도내용의 진실 여부를 불문하고 그러한 보도 자체만으로도 피조사자로 거론된 자나 그 주변 인물들이 입게 되는 피해의 심각성을 고려할 때, 이러한 조사혐의사실을 보도하는 언론기관으로서의 그 보도에 앞서 혐의사실의 진실성을 뒷받침할 적절하고도 충분한 취재를 하여야 하고, 기사의 작성 및 보도 시에도 당해 기사가 주는 전체적인 인상으로 인하여 일반 독자들이 사실을 오해하는 일이 생기지 않도록 그 내용이나 표현방법 등에 대하여도 주의를 하여야 하는바, 만약 이러한 주의의무를 충분히 다하지 않았다면 설사 그 보도의 목적이 타인의 비위사실의 보도에 주안점을 두고 있는 것이 아니라 할지라도, 그 보도내용 중에 타인의 비위가 있는 것으로 의심할 만한 사실이 적시되어 있고, 그것이 명예훼손에 해당하는 이상 언론매체로서는 명예훼손으로 인한 손해배상책임을 져야 할 것이다.”고 언급하고 있다(대법원 2002. 5. 10. 선고 2000다50213 판결, 대법원 2003. 1. 24. 선고 2000다37647 판결, 대법원 2004. 2. 27. 선고 2001다53387 판결).

한편, 법이론상 ‘선량한 관리자의 주의의무’라는 것이 있다. 이를테면 어떤 일을 함에 있어서 적어도 이만큼의 주의를 기울여야 하고, 그렇지 않은 행동은 법의 테두리를 벗어난 위법행위라는 것이다. 우리 법은 이미 성폭력 범죄의 처벌 등에 관한 특례법, 언론중재법 등에서 언론기관이 지켜야 할 최소한의 주의의무를 규정하고 있다. 언론계 내부의 요청으로 만들어진 <성범죄보도 권고 기준>도 마찬가지로 법이 정한 최소한의 기준을 반복해 언급하고 있다. 언론기관이 법이 정한 최소한의 선량한 관리자로서의 주의의무만 기울인다면, 최소한의 사실 확인 의무만 이행한다면, 더 이상의 성범죄보도로 인한 2차 피해는 막을 수 있지 않을까. 



음란 표현물에 대한 새로운 판단기준과 비판

- 대법원 2017. 10. 26. 선고 2012도13352 판결

황성기 · 한양대 법학전문대학원 교수

1. 사실관계 및 사건의 경과

법학교수인 피고인은 방송통신심의위원회 심의위원으로 일하던 중 피고인의 집에서 피고인의 인터넷 블로그에 “김열자 일기 #4: 이 사진을 보면 성적으로 자극받거나 성적으로 흥분되나요?”라는 제목으로 방송통신심의위원회에서 음란정보로 의결한 발기된 남성 성기 사진 7장과 별거벗은 남성의 뒷모습 사진 1장(이하 ‘이 사건 사진들’이라 한다)을, 관련 정보통신 심의규정과 성행위에 관한 서사가 포함되지 않은 성기 이미지 자체를 음란물이라고 보는 것은 표현의 자유를 침해하는 것으로 부당하다는 취지의 주장을 담은 글과 함께 게시하였다(이하 이 사건 사진들을 포함해서 ‘이 사건 게시물’이라 한다). 이후 피고인은 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」(이하 ‘정보통신망법’이라 한다) 제44조의7 제1항 제1호, 제74조 제1항 제2호¹⁾ 위반으로 기소되었다.

제1심 법원은 이 사건 게시물이 음란물에 해당한다고 보았다. 뿐만 아니라 피고인이 음란물인 이 사건 게시물을 공공연하게 전시한 행위는 그 수단과 방법에 있어서 상당성이 인정되지 않을 뿐더러 음란물을 게재하는 행위가 긴급하고 불가피한 수단이었다고 보기도 어려우므로, 이를 형법 제20조에서 정하는 사회상규에 위배되지 아니하는 정당행위로 볼 수 없다고 판단하면서 유죄를 선고하였다.²⁾

1) 제44조의7(불법정보의 유통금지 등) ① 누구든지 정보통신망을 통하여 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 정보를 유통하여서는 아니 된다.

1. 음란한 부호·문언·음향·화상 또는 영상을 배포·판매·임대하거나 공공연하게 전시하는 내용의 정보

제74조(벌칙) ① 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 1년 이하의 징역 또는 1천만원 이하의 벌금에 처한다.

2. 제44조의7제1항제1호를 위반하여 음란한 부호·문언·음향·화상 또는 영상을 배포·판매·임대하거나 공공연하게 전시한 자.

2) 서울서부지방법원 2012. 7. 13. 선고 2012고합151 판결.



반면 항소심 법원은 이 사건 게시물은 다른 사람의 블로그에 게시되어 있던 발기한 남성 성기 사진 7장 및 벌거벗은 남성의 뒷모습 사진 1장이 담긴 블로그 화면을 캡처해서 올린 부분(이 사건 사진들), 정보통신심의규정 제8조³⁾의 내용을 그대로 소개한 부분, 방송통신심의위원회의 음란물 심의를 비판하는 피고인의 견해를 피력한 부분으로 이루어져 있으므로 게시물의 전체 내용 및 맥락에 관한 검토 없이 어느 일부분만을 떼어내서 음란 여부를 판단하는 것은 적절하지 않다고 보았다. 이에 제반 사정을 종합하여 사회 평균인의 입장에서 전체적으로 관찰·평가해 볼 때, 이 사건 게시물이 사회통념에 비추어 전적으로 또는 지배적으로 성적 흥미에만 호소하고 하등의 사상적·학술적 가치를 지니지 아니하는 것으로 보기 어려워, 정보통신망법 제74조 제1항 제2호에서 규정한 '음란한 화상 또는 영상'에 해당하지 않는다며 무죄를 선고하였다.⁴⁾

II. 대상판결의 요지

대법원은 이 사건 게시물이 이 사건 사진들과 음란물에 관한 논의의 형성·발전을 위한 학술적, 사상적 표현 등이 결합된 결합 표현물이라는 점을 전제로 하여 다음과 같이 논리를 전개하였다.

3) 제8조(선량한 풍속 기타 사회질서 위반 등) 선량한 풍속 기타 사회질서를 현저히 해할 우려가 있는 내용의다음 각 호의 정보를 유통하여서는 아니 된다.

1. 사회통념상 일반인의 성욕을 자극하여 성적 흥분을 유발하고 정상적인 성적 수치심을 해하여 성적 도의관념에 반하는 다음 각목의 정보
가. 남녀의 성기, 음모 또는 항문 등 특정 성적 부위 또는 성적 행위를 노골적으로 표현 또는 묘사하는 내용
나. ~ 자. 생략.

4) 서울고등법원 2012. 10. 18. 선고 2012노2340 판결.



첫째, 대법원은 “음란성에 관한 논의는 자연스럽게 형성·발전되어 온 사회 일반의 성적 도덕관념이나 윤리의식 및 문화적 사조와 직결되고, 아울러 개인의 사생활이나 행복추구권 및 다양성과도 깊이 연관되는 문제로서, 국가 형벌권이 지나치게 적극적으로 개입하기에 적절한 분야가 아니다. 이러한 점을 고려할 때, 특정 표현물을 형사처벌의 대상이 될 음란 표

현물이라고 하기 위하여는 그 표현물이 단순히 성적인 흥미에 관련되어 저속하다거나 문란한 느낌을 준다는 정도만으로는 부족하다. 사회통념에 비추어 전적으로 또는 지배적으로 성적 흥미에만 호소할 뿐 하등의 문학적·예술적·사상적·과학적·의학적·교육적 가치를 지니지 아니한 것으로서, 과도하고도 노골적인 방법에 의하여 성적 부위나 행위를 적나라하게 표현·묘사함으로써, 존중·보호되어야 할 인격체로서의 인간의 존엄과 가치를 훼손·왜곡한다고 볼 정도로 평가될 수 있어야 한다. 나아가 이를 판단할 때에는 표현물 제작자의 주관적 의도가 아니라 사회 평균인의 입장에서 그 전체적인 내용을 관찰하여 건전한 사회통념에 따라 객관적이고 규범적으로 평가하여야 한다. 한편 음란물이 그 자체로는 하등의 문학적·예술적·사상적·과학적·의학적·교육적 가치를 지니지 아니하더라도 앞서 본 음란성에 관한 논의의 특수한 성격 때문에, 그에 관한 논의의 형성·발전을 위해 문학적·예술적·사상적·과학적·의학적·교육적 표현 등과 결합되는 경우가 있다. 이러한 경우 음란 표현의 해악이 이와 결합된 위와 같은 표현 등을 통해 상당한 방법으로 해소되거나 다양한 의견과 사상의 경쟁메커니즘에 의해 해소될 수 있는 정도라는 등의 특별한 사정이 있다면, 이러한 결합표현물에 의한 표현행위는 공중도덕이나 사회윤리를 훼손하는 것이 아니어서, 법질서전체의 정신이나 그 배후에 놓여 있는 사회윤리 내지 사회통념에 비추어 용인될 수 있는 행위로서, 형법 제20조에 정하여진 ‘사회상규에 위배되지 아니하는 행위’에 해당된다.”고 음란성에 대한 판단기준 및 판단방법을 제시하였다.

둘째, 이 사건 사진들은 오로지 남성의 발기된 성기와 음모만을 뚜렷하게 강조하여 직접적으로 보여줌으로써 성적인 각성과 흥분이 존재한다는 암시나 공개장소에서 발기된 성기의 노출이라는 성적 일탈의 의미를 나타내고 있고, 나아가 여성의 시각을 배제한 남성중심적인 성관념의 발로에 따른 편향된 관점을 전달하고 있다고 보았다. 따라서 단순히 성적인 흥미를 불러일으켜 저속하다거나 문란한 느낌을 준다는 정도를 넘어, 사회통념에 비추어 전적으로 또는 지배적으로 성적 흥미

에만 맞춰져 있을 뿐 하등의 문학적·예술적·사상적·과학적·의학적·교육적 가치를 지니지 아니한 것으로서, 과도하고도 노골적인 방법에 의하여 성적 부위를 적나라하게 표현함으로써 인간의 존엄과 가치를 왜곡하는 음란물에 해당한다고 판단하였다.

셋째, 이 사건 사진들의 음란성에도 불구하고 그로 인한 해악이 결합된 학술적, 사상적 표현 등을 통해 해소됨으로써, 이 사건 게시물에 의한 표현행위가 형법 제20조에 정해진 ‘사회상규에 위배되지 아니하는 행위’에 해당하는지를 판단하고 있다. 일반적으로 어떠한 행위가 사회상규에 위배되지 아니하는 정당한 행위로서 위법성이 조각되는지는 구체적인 사정 아래 합목적적·합리적으로 고찰하여 개별적으로 판단되어야 한다. 이와 같은 정당행위가 인정되려면 ① 그 행위의 동기나 목적의 정당성, ② 행위의 수단이나 방법의 상당성, ③ 보호법익과 침해법익 간의 법익균형성, ④ 긴급성, ⑤ 그 행위 이외의 다른 수단이나 방법이 없다는 보충성 등의 요건을 갖추어야 한다.⁵⁾ 대법원은 결합 표현물인 이 사건 게시물을 통한 이 사건 사진들의 게시는 목적의 정당성, 그 수단이나 방법의 상당성, 보호법익과 침해법익 간의 법익균형성이 인정되므로, 법질서 전체의 정신이나 그 배후에 놓여 있는 사회윤리 내지 사회통념에 비추어 용인될 수 있는 행위에 해당한다고 판단하였다.



넷째, 결론적으로 이 사건 사진들이 발기된 남성 성기를 적나라하게 노출하고 있고, 저속하거나 문란한 느낌을 주기는 하나, 피고인이 별도의 성적인 설명 또는 평가를 부가하지 아니하고, 그 바로 아래에 심의규정을 소개하면서 이 사건 사진들을 음란물로 판단한 방송통신심의위원회의 다수 의견에 대한 비판적 견해를 피력한 이상, 이 사건 게시물의 전체적 맥락에서 이 사건 사진들이 음란물에 해당한다고 단정할 수 없다고 본 항소심 법원의 판단은 정보통신망법 제74조 제1항 제2호 및 제44조의7 제1항 제1호가 규정하는 ‘음란’에 관한 법리를 오해한 잘못이 있지만, 이 사건 공소사실에 대해 무죄로 판단한 결론은 정당하다고 보았다.

5) 대법원 2002. 12. 26. 선고 2002도5077 판결; 대법원 2003. 9. 26. 선고 2003도3000 판결 등 참조.




III. 해설

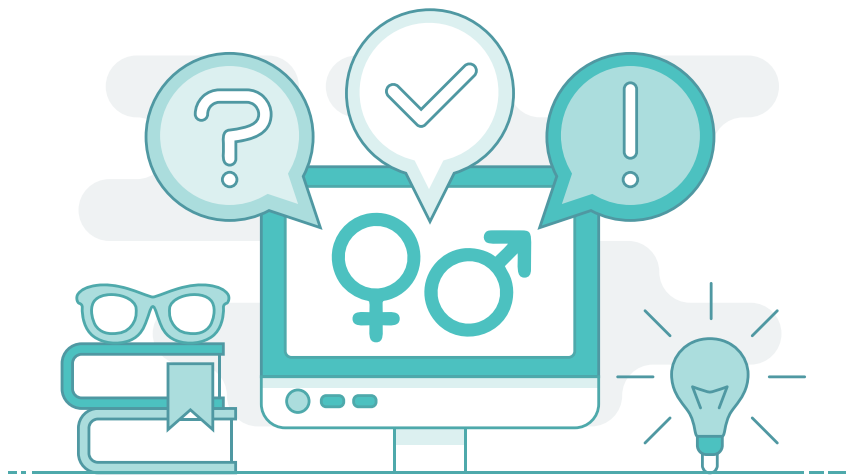
대사판결은 다음과 같은 의의와 문제점을 가지고 있다.

첫째, 대법원이 음란성의 판단방법을 제시함에 있어서 음란성의 판단기준과 형법 제20조에서 규정하고 있는 ‘사회상규에 위배되지 아니하는 행위(소위 ‘정당행위’)'의 판단기준을 결합시키고 있다는 점을 주목할 필요가 있다. 이러한 음란성 판단방법은 이전의 판례들에서는 볼 수 없었던 새로운 판단방법이라는 점에서 주목을 요한다. 필자가 보기에는 이러한 새로운 판단방법은 음란성 판단기준의 적용은 소위 ‘구성요건 해당성에 대한 판단’ 문제이고, 정당행위 해당 여부에 대한 판단 즉 ‘위법성에 대한 판단’ 문제와 분리해서 접근해야 한다는 의미로 해석된다. 그런데 이러한 판단방법은 ① 음란성 판단기준 자체를 적용하는 단계에서 표현의 자유와의 형량을 배제할 가능성이 있고, 더 나아가서 ② 정당행위에 해당하는지 여부에 대한 별도의 판단이 필요하며, ③ 현실적으로 정당행위를 인정하기 위한 요건이 매우 엄격하다는 점에서 결과적으로 ‘음란성 판단에서의 엄격성 내지 보수성’을 야기한다. 따라서 표현의 자유를 위축시킬 가능성이 있다. 이러한 측면에서 대법원이 대사판결에서 제시한 음란성 판단방법이 과연 적절한 것인지는 의문의 여지가 있다.

둘째, 이 사건 사진들에 대해서는 음란성을 인정하면서도, 이 사건 사진들과 음란물에 관한 논의의 형성·발전을 위한 학술적, 사상적 표현 등이 결합된 결합 표현물인 이 사건 게시물에 의한 표현행위를 형법 제20조상의 정당행위에 해당한다고 판단하였는데 이에 대해서도 비판의 여지가 있다. 이 사건 사진들은 이 사건 게시물의 일부 내용으로서, 이 사건 사진들에 대한 음란성 판단도 이 사건 게시물 ‘전체’에 대한 음란성 평가를 통해서 이루어져야 한다. 대법원이 제시하고 있는 음란성 판단기준에서 고려되어야 하는 요소인 ‘문학적·예술적·사상적·과학적·의학적·교육적 가치’라는 것도 ‘표현물의 전체 맥락’에 대한 평가를 전제로 하는 것이다. 이 사건 사진들을 포함한 이 사건 게시물의 경우, 음란성이라고 하는 전통적인 표현의 자유의 논쟁 영역이자 표현의 자유와 밀접한 관련이 있는 사회적 이슈에 관하여 피고인 자신의 학술적 의견 및 정책적 입장을 표현한 것이고, 이러한 의견 및 입장을 보다 현실감있고 효과적으로 전개하기 위해서 실제 방송통신심의위원회에서 음란정보로 의결한 이 사건 사진들을 피고인 자신의 주장과 함께 게시한 것이므로 사상적 또는 학술적 가치를 지니고 있다고 평가할 수 있다. 따라서 이 사건 사진들을 포함한 전체 이 사건 게시물은 정당행위에 해당하는지를 판단하기 이전에 이미 음란물이 아니라고 보아야 한다. 그럼에도 불구하고 대법원은 이 사건 게시물을 구성하는 이 사건 사진들이 음란물에 해당한다는 것을 전제로 하여 정당행위 해당 여부에 대한 판단을 하였다는 점에서 소위 ‘나무만 보고 숲은 보지 못하는’ 우를 범하고 있다.

결론적으로 대사판결의 최종판단, 즉 이 사건 게시물을 올린 피고인에 대한 항소심 법원의 무죄 선고를 긍정한 것은 전적으로 타당하지만, 논증과정에서 대법원이 이전의 판례에서는 볼 수 없었던

새로운 음란성 판단방법을 제시한 것에 대해서는 비판의 여지가 있다. 표현물의 음란성 판단에 있어서 음란성의 판단기준과 형법 제20조 상의 정당행위에 대한 판단기준을 결합시키는 것은 음란성 판단에서의 엄격성 내지 보수성을 야기함으로써 표현의 자유를 위축시킬 가능성이 있다. 따라서 기존의 판례처럼 음란성 판단기준 자체의 적용 단계에서 표현의 자유와의 형량이 이루어질 수 있도록 해야 한다. 또한 ‘결합 표현물’이라고 하더라도 음란성 규제가 표현의 자유와의 관계에서 갖는 의미 및 헌법적 한계를 고려할 때 당해 표현물의 일부만 떼어서 음란성 판단을 하는 것은 지양해야 하며, 결합 표현물 전체를 대상으로 음란성 평가가 이루어져야 할 것이다. 





일본 ‘헤이트스피치 해소법’의 주요 내용과 판결 동향*

배상균 · 한국외국어대학교 법학전문대학원 외래교수

1. 들어가며

최근 우리 사회에서는 여성, 성소수자, 장애인, 탈북자, 이주노동자 등 사회적 약자 집단에 대한 경멸 또는 이들에 대한 혐오 조장이 ‘헤이트스피치’로 개념화되어 주요 사회문제로 인식되고 있다. 예를 들어 2013년 인터넷 커뮤니티(이른바 ‘일베’) 헤이트스피치 사건이나 최근 빈발하고 있는 국내 체류 외국인에 대한 헤이트스피치 사건 등은 현 사회가 계속적으로 직면해야 하는 사회문화적 문제와 결부되어 있다. 더욱이 아직까지도 ‘표현(언론)의 자유’가 제대로 정착되었다고 볼 수 없는 한국 사회의 현실 속에서, 오히려 ‘표현(언론)의 자유’의 제한과 규제를 논의해야 하는 처지에 놓이게 된 것은 매우 아이러니한 상황으로 볼 수 있다.¹⁾

하지만 헤이트스피치 문제가 사회 갈등 및 분열을 조장하고 있다는 점에서 그 폐해를 조속히 방지할 필요가 있고, 한편으로 이를 적절히 해결하기 위한 방안을 모색하는 것이 오히려 ‘표현(언론)의 자유’의 의미를 보다 명확히 하고 그 중요성을 재인식시키는 계기가 될 수도 있다. 이러한 측면에서 이에 관한 논의는 우리사회에 매우 중요한 의미를 가진다고 볼 수 있다.

* 이 글은 배상균 (2017). 일본의 혐오표현 형사규제에 관한 검토-헤이트스피치해소법을 중심으로-. <형사정책연구>, 제28권 제2호. 65-93의 내용을 요약 및 보완한 것이다.

1) 홍성수 (2015). 언론(표현)의 자유와 소수자 보호를 위한 규제대안의 모색. <법과 사회>, 제50호. 288.

이와 관련하여 일본에서는 최근 재일(在日)한국인을 대상으로 한 혐오와 차별을 조장하는 발언과 집회가 급증하자 이를 해결하기 위해 2016년 6월, 이른바 ‘헤이트스피치 해소법’²⁾을 공포하여 시행하고 있다. 이 글에서는 일본 헤이트스피치 해소법의 주요 내용과 판례 동향을 검토함으로써 국내 헤이트 스피치 논의와 관련한 시사점을 살펴보고자 한다.

II. 일본의 헤이트스피치 문제와 규제

1. 일본의 상황

일본에서 헤이트스피치 규제와 표현(언론)의 자유 보장 문제는 과거부터 지속적으로 제기되어 왔다. 특히 인터넷 보급으로 익명의 헤이트스피치가 급속도로 확산되었고, 2007년 1월에는 ‘재일(在日) 조선인의 특권을 불허하는 시민회’ 이른바 재특회(在特会)라는 단체가 결성되었다. 재특회의 헤이트스피치는 2012년부터 인터넷뿐만 아니라 전국적인 집회 및 가두시위로 확산되어 문제의 심각성을 더해가는 양상을 보이고 있다.³⁾ 일본 법무성의 헤이트스피치 관련 통계를 살펴보면 2012년 237건, 2013년 347건, 2014년 378건, 2015년 9월 기준 약 190건 등 총 약 1,152건의 헤이트스피치 관련 시위가 발생한 것으로 나타나고 있다.⁴⁾

이러한 문제를 해결하기 위해 유엔 인종차별철폐위원회(CERD)는 2001년, 2010년 및 2014년 3회에 걸쳐 일본 정부에 인권차별철폐조약 제4조 (a)와 (b)⁵⁾의 유보를 철회하고 헤이트스피치를 형사처벌하도록 권고하고 있다.⁶⁾ 그러나 일본 정부는 헌법상 보장되고 있는 표현의 자유와 충돌할 우려가 있다고 보고, 헤이트스피치를 형사적으로 처벌할 것을 요구하고 있는 인권차별철폐조약 제4

2) 本邦外出身者に対する不当な差別的言動の解消に向けた取組の推進に関する法律[平成28年(2016년)6월3일法律第68号].

3) 国際人権NGOヒューマンライツ・ナウ (2014), 헤이트·스피치 조사 프로젝트 팀 <在日코리안에 대한 헤이트·스피치被害実態調査報告書>, 5頁.

4) 法務省 (2016), 人権教育啓発推進センター <헤이트스피치에 관한 실態조사보고서>, 33頁.

5) 모든 형태의 인종차별철폐에 관한 국제협약 제4조

(a) 인종적 우월성이나 증오에 근거한 사상의 모든 유포 및 인종차별적 선동, 어떠한 인종이나 피부색 혹은 종족별 출신이 다른 인적 집단에 대한 것인지를 불문하고 모든 폭력행위 또는 그 행위의 선동 및 인종주의에 근거한 활동에 대한 자금 지원을 포함한 어떠한 원조 제공도 법으로 처벌해야 할 범죄임을 선언한다.

(b) 인종차별을 조장하고 선동하는 단체 및 조직적 선전활동 기타 모든 선전활동에 대해 이를 위법으로 금지해야 하며, 이러한 단체 또는 활동 참여가 법으로 처벌할 수 있는 범죄임을 인정한다.

6) 인종차별철폐위원회(CERD)는 2014년 9월 26일에 채택한 일본 정부의 제7회·제8회·제9회 정기보고서에 대한 최종 견해에서 “위원회는 당사국에 대하여 그 견해를 재차 수정하여 제4조 (a), (b)항에 대한 유보의 철회를 검토할 것을 장려한다. 인종차별적 헤이트스피치의 대처에 관한 위원회의 일반적 권고(1993년) 및 35(2013년)를 고려하여, 위원회는 체약국이 제4조의 규정을 실행하기 위한 법의 개정, 특히 형법을 개정하기 위한 적절한 조치를 취할 것을 권고한다.”라고 하였다(Committee on the Elimination of Racial Discrimination, Concluding observations on the combined seventh to ninth periodic reports of Japan, CERD/C/JPN/CO/7-9, 2014, p.3).



조의 적용을 유보한다는 기존 입장을 유지하고 있다.

다만 이후에 소개될 교토 조선학교 사건 등을 계기로 일본 내에서도 보다 적극적인 헤이트스피치 해소를 위한 방안이 필요하다는 인식이 확산되었다. 이에 따라 특정 민족이나 국적인을 배척하는 인종차별적 헤이트스피치 해소를 위한 대응으로서 ① 헤이트스피치 개념의 구체화, ② 국가 및 지방공공단체의 책무, ③ 헤이트스피치 피해 상담체제의 정비, ④ 헤이트스피치 방지를 위한 교육 여건 정비, ⑤ 헤이트스피치 해소의 중요성에 관한 계몽활동 등을 규정한 ‘헤이트스피치해소법’을 제정·시행하게 되었다.

한편으로 헤이트스피치 규제와 관련해 일본 학계의 논의 동향을 간단하게 살펴보면, 우선 헌법학에서는 헤이트스피치 규제에 대한 소극설이 다수 견해⁷⁾를 이루고 있다. 현재 헤이트스피치 해소법 내에 별칙조항이 포함되지 않았기 때문에 현행법상의 규제를 위헌이라고 보는 견해는 없으나, 향후 새로운 형사규제를 도입할 경우 ‘표현(언론)의 자유’와의 관계에서, 특히 헤이트스피치의 정의나 대상 특정의 곤란과 이에 따른 규제남용의 우려⁸⁾가 있다는 점에서 그러하다. 물론 이러한 소극설 외에도 공공장소 등에서 이루어지는 헤이트스피치나 이에 찬동하는 발언에 대한 규제 필요성에 공감하는 견해 또한 적지 않으며,⁹⁾ 최근에는 규제 적극설의 입장이 점차 유력해지고 있는 추세인 것으로 보인다.

형법학에서도 헌법학에서의 논의와 마찬가지로 최대한 현행 형법으로 대응해야 한다는 소극설의 입장이 다수견해라고 할 수 있다.¹⁰⁾ 즉 규제의 신설은 죄형법정주의의 명확성의 원칙과 보충성의 원칙에 비추어 신중하게 검토되어야 한다는 것이다. 더욱이 형사규제 자체의 내재적 한계나 문제점을 감안한다면, 악질적인 헤이트스피치에 대한 형사규제 필요성이 인정된다고 할지라도 애초에 형사사법으로는 구제 불가능한 피해가 있다는 점을 고려해 볼 때, 헤이트스피치의 피해는 형사규제가 아닌 민사 또는 행정규제로 대응해야 한다는 입장이다. 물론 최근에는 헤이트스피치의 특성에 비추어 형사규제의 필요성을 주장하는 견해¹¹⁾도 유력하게 제시되고 있다.

7) 小谷順子(2014). 日本国内における憎悪表現(ヘイトスピーチ)の規制についての一考察. 〈法学研究〉, 第87巻 第2号 407頁; 市川正人(2015). 表現の自由とヘイトスピーチ. 〈立命館法学〉, 第2号(第360号) 520頁以下; 奈須祐治(2016). ヘイトスピーチ規制消極説の再検討. 〈法学セミナー〉, 第736号(2016年)18頁.; 桧垣伸次(2016). ヘイトクライム規制の憲法上の争点. 〈法学セミナー〉, 第736号 39頁.

8) 田中一世(2016. 5. 25). 拡大解釈を懸念する「外国人参政権ないのは差別」「強制連行否定も侮辱」… 八木秀次・麗澤大教授. 〈産経新聞〉. URL: <https://goo.gl/xASTiF>

9) 藤井正希(2016). ヘイトスピーチの憲法的研究—ヘイトスピーチの規制可能性について. 〈群馬大学社会情報学部研究論集〉, 第23巻 71頁; 山口道昭(2017). ヘイトスピーチ規制条例の制定に向けて: 罰則規定を中心に. 〈自治総研〉, 第43巻 第9号 1頁以下.

10) 櫻庭総(2016). 現在の刑事司法とヘイトスピーチ. 〈法学セミナー〉, 第736号 24頁.

11) 金尚均(2015). ヘイトスピーチの定義. 〈龍谷法学〉, 第48巻 第1号 56頁.

2. 일본 헤이트스피치 해소법의 주요 내용

일련의 교토 조선학교 사건 등을 계기로 일본 국회는 일본 외 출신자에 대한 부당한 차별적 헤이트스피치의 해소가 시급한 과제를 인식하였다. 이에 관한 대응으로서 헤이트스피치에 대한 기본 이념의 정립과 국가 및 지방자치단체 등의 책무를 명확히 하는 동시에 국가의 기본 정책으로 정하여 이를 추진하고자 2016년 헤이트스피치 해소법을 제정 및 시행하였다.¹²⁾

우선 헤이트스피치 해소법의 총칙 전문 및 제1조 목적에서는 일본 외 출신자에 대한 부당한 차별적 헤이트스피치는 허용되지 않음을 선언하면서, 인권교육과 인권개발 등을 통해 국민의 이해를 도모하여, 그러한 이해와 협력하에서 부당한 차별적 헤이트스피치 해소를 위한 조치를 하기 위해 본 법을 제정하였다고 밝히고 있다. 또한 동법 제2조에서는 헤이트스피치에 대한 정의로서 “일본 외 출신자에 대한 부당한 언동”을 “일본 외 국가나 지역 출신인 자 또는 그 후손으로서 적법하게 거주하는 사람에 대한 차별적 의식을 조장하거나 유발할 목적으로 공공연하게 그 생명, 신체, 자유, 명예나 재산에 위협을 가하는 사실을 고지하거나 일본 외 출신자를 현저하게 비하하는 등, 일본 외 국가 또는 지역 출신임을 이유로 일본 외 출신자를 지역사회에서 배제할 것을 선동하는 부당한 차별적 언동을 말한다.”고 규정하고 있다.¹³⁾ 그리고 제3조 및 제4조에서는 기본이념과 국가 및 지방공공단체의 책무를 규정하고 있는데, 우선 제3조에서는 기본이념으로서 “국민은 일본 외 출신자에 대한 부당한 차별적 언동의 해소의 필요성에 대한 이해를 높이면서, 일본 외 출신자에 대한 부당한 차별적 언동이 없는 사회를 실현하기 위해 노력해야 한다.”라고 규정하고 있다. 이와 관련제4조에서는 일본 외 출신자에 대한 부당한 차별적 헤이트스피치의 해소를 위한 대응정책 및 지방공공단체의 정책추진을 위한 조인 등의 조치를 강구해야 한다는 국가의 책무를 규정하였고(동조 제1항), 지방공공단체에 대해서도 이러한 국가대응에 관



12) 衆議院ウェブページ「第190回国会議案の一覧」参照. URL: <https://goo.gl/GGy3om>

13) 동법 제2조에서 “적법하게 거주하는 일본 외 출신자”만을 보호대상으로 규정하고 있다고 오인할 여지가 있으나, 본 법의 취지와 일본 헌법 및 인종차별철폐조약에 근거하여 “적법하게 거주하는 일본 외 출신자”가 아닐지라도 어떠한 차별적 헤이트스피치도 허용되지 않는다고 한다[法務省(2016). 〈いわゆるヘイトスピーチ解消法の成立等について〉 2頁].



하여 국가와 적절한 역할분담을 통해 지역실정에 맞는 정책을 강구하도록 규정하였다(동조 제2항).

동법 제5조에서는 헤이트스피치 해소를 위한 기본 정책으로 국가 및 지방공공단체에 일본 외 신자에 대한 부당한 차별적 헤이트스피치에 관한 피해상당체제를 정비할 것을 규정하고 있다. 또한 제6조에서는 국가 및 지방공공단체가 헤이트스피치 해소를 위한 교육활동을 실시하고 이에 따른 조치를 취하도록 규정하고 있다. 제7조는 국가 및 지방공공단체가 헤이트스피치 해소의 필요성에 관해 국민에게 알리고, 이해를 높이기 위한 홍보 등 기타 계몽활동을 실시하도록 하고 있다.

마지막으로 부칙에서는 부당한 차별적 헤이트스피치에 관한 대응으로서 일본 내 부당한 차별적 헤이트스피치 발생 실태 등을 감안, 필요에 따라 추가적 검토를 통해 개선하도록 규정하고 있다.

본 법률은 일본 내 부당한 차별적 헤이트스피치에 대한 정의와 더불어 국가 및 지방공공단체의 대응 책무를 규정한 점에서 큰 의의가 있다. 다만 본 법률 또한 부당한 차별적 헤이트스피치의 구체화에는 이르지 못했고, 결국 형사처벌규정이 없는 일종의 훈시적·선언적 규정만을 담은 법이라는 태생적 한계를 갖게 되었다.¹⁴⁾ 다만 앞서 언급한 바와 같이 부칙에서 일본 내 부당한 차별적 헤이트스피치 발생 실태 등을 감안하여, 필요에 따라 추가적 검토의 여지를 남겨두었다는 점에서 향후 본 법률의 개정사항을 계속적으로 검토할 필요가 있다.¹⁵⁾

III. 일본 헤이트스피치 관련 판례 동향

1. 교토 조선학교 사건

가. 형사사건 제1심(교토 지방재판소)

1) 사실관계 개요

피고인들은 교토에 있는 조총련¹⁶⁾ 산하의 조선학교가 해당 학교에 인접해 있는 어린이공원에 무단으로 시설물을 설치하는 등 불법으로 공원을 점거하고 있어, 이에 대해 언젠가 학교에 항의 방문할

14) ヘイトスピーチ法が成立「教育や啓発」国の責務と規定「不当な差別的言動は許されない」, 〈産経新聞〉(2016. 5. 24.), URL : <https://goo.gl/s3BCek>

15) 향후 이러한 실태파악을 바탕으로 어디까지가 부당한 차별적 헤이트스피치인지 여부를 확정하는 구체적인 가이드라인이 만들어질 예정이라고 한다[앞의 法務省 (2016). 2頁].

16) 재일본조선인총연합회(在日本朝鮮人總聯合會)의 약칭으로 친북한계 재일본인 단체이다. 조총련은 일본과 국교가 없는 북한의 사실상의 공관역할과 재일교포의 문제해결을 위한 정부간 교섭창구 역할, 그리고 북한에 대한 경제적·물질적 지원과 친북재일동포에 대한 교육사업 등의 기능을 하고 있다[pmg 지식엔지니어링연구소. 〈사사상식사전〉. <https://goo.gl/bawGyt> 참조].

것을 예고하는 동영상을 2009년 11월 중순경 유튜브(Youtube)에 업로드하고 인터넷상에서 일반적으로 열람할 수 있도록 설정하였다. 그 후 피고인 A, B, C, D 4명은 다른 구성원들과 공모한 후, 같은 해 12월 4일 오후 1시부터 약 46분간 학교법인 교토조선학원의 초등학교 남쪽 도로 및 인접 공원에서 일본 국기와 '재특회' 및 '주권회복을 지향하는 모임'이라고 쓰인 깃발을 들고 교장에게 번갈아가며 노성(怒聲)을 질렀다. 게다가 수업중인 학교 앞에서 확성기를 이용하여 "일본인을 납치한 조총련 산하의 조선학교, 이런 것은 학교가 아니다.", "약속이라는 것은 인간들끼리 하는 것이다. 인간과 조선인은 약속이 성립하지 않는다.", "북한의 스파이 양성기관, 조선학교를 일본에서 쫓아내자."라고 고함을 치고, 학교 교문을 막기 위해 공원 내에 있는 단상을 교문 앞으로 이동시켰으며, 공원 내에 설치된 축구 골대를 파손하였다. 또한 피고인 C는 이날 오후 1시쯤, 공원 내에 설치된 학교 소유의 스피커와 스피커 컨트롤 패널을 잇는 전선 코드를 공구로 절단하였다.

2) 판시사항 개요

교토지방법판소는 "정치적 목적을 가진다는 이유 하나만으로 공연히 사람을 모욕하는 행위가 모두 허용될 수 있는 것은 아니다."라고 하면서, "조선학교 교문 앞에서 약 40여분간 확성기를 사용하여 큰소리로 피해자들에 대한 비하 발언을 하였고, 피해자들의 소유물을 허락 없이 옮기고 그 회수를 집요하게 요구하는 등 실력행사에 이르는 소란을 일으킨 것으로서, 허용될 여지가 없는 형태의 것이다."라고 하였다. 그리고 "본 사건 기물파손행위를 정당한 정치적 표현이라고 인정할 여지도 없으며, 또한 관련 증거에 의해서도, 배선 코드의 절단이 공원 이용자의 위협을 제거하기 위하여 긴급하게 필요한 것이라고 볼 수 없다."라고 판시하였다.¹⁷⁾ 이에 따라 피고인 4명(A, B, C, D)에 대하여 모욕·명예훼손죄와 업무방해죄, 기물파손죄의 성립을 인정하여, 각각 A 징역 2년(집행유예 4년), B·C 징역 1년 6월(집행유예 4년), D 징역 1년(집행유예 4년)을 선고하였다.

나. 항소심(오사카 고등재판소) 판시사항 개요

제1심 유죄판결에 관하여 피고인 4명 중 D만이 불복하여 항소하였다. 항소취지서는 "① 정치적 의견을 표명한 언론에 대해 모욕죄라고 하는 매우 애매한 외연을 가진 형벌법규를 적용하는 것은 표현(언론)의 자유에 대한 위축 효과를 발생시키고 그 존립을 위태롭게 하기 때문에, 이를 적용하는 것은

17) 京都地判 平成23(2011年)年 4月 21日 LEX/DB 25471643.



위헌·위법에 해당한다. ② 모욕죄의 대상은 자연인 또는 법인에 한정되는 것으로 법인격이 인정되지 않는 본 사건 학교는 피해자가 될 수 없으므로, 본 사건 학교에 대하여 모욕죄가 성립한 것으로 인정한 것은 법령해석에 잘못이 있다. ③ ‘약속이라는 것은 인간들끼리 하는 것이다. 인간과 조선인은 약속이 성립하지 않는다.’라고 한 발언은 조선인이라는 집단을 비방한 것으로 이러한 집단에 대한 비방 내지 모욕은 모욕죄의 대상이 되지 않기 때문에 법령해석에 잘못이 있으므로, 원심판결에는 판결에 영향을 미친 명확한 법령적용의 잘못이 있다.”라고 항소이유를 밝혔다.

항소심은 항소이유 중 법령적용의 오인에 대해 다음과 같이 판시하였다. “①의 경우에는 일본 헌법 제21조 제1항이 규정하고 있는 표현(언론)의 자유에 해당하는 행위일지라도 무제한으로 허용되는 것은 아니며 공공복리나 기타 인권과의 상충에 따른 합리적 제한을 받아야 하는 것으로, 원심에서 인정한 사실관계처럼 평일 오후 시간대에 학교를 향해 확성기를 이용하여 큰소리로 말한 것은 허용될 수 있는 행위가 아니며, 본 사건에 관하여 모욕죄를 적용한 것이 헌법위반이라고 할 수 없다. 또한 ②의 경우에는 모욕죄의 보호법익은 사회적 명예로서 이해되고 있고 이는 자연인만의 특유한 것이 아니라 자연인 집단에도 그 집단의 성격에 따라 개인과 별개로 귀속하는 것이며, 또한 집단이 명예의 귀속적 주체가 될 수 있는지 여부는 그 사회적 실태에서 판단해야 하는 것이므로, 법인격의 존부가 결정적인 요소에 해당하는 것이라고는 할 수 없다. 학교는 오랜 시간 교육, 문화, 예술 활동을 통해 사회로부터 일정한 평가를 받으며, 그러한 활동, 평가에 대해서는 현재 재직중인 학생, 교직원뿐만 아니라 졸업생 등도 많은 관심을 가지기 때문에 모욕죄의 보호법익으로서 명예의 귀속주체(집단)에 해당한다고 할 수 있다. 또한 복수의 학교를 운영하는 학교법인이나 공공단체 등에 관해서는 특히 법인격을 부여받아 독자적으로 사회경제활동을 영위하는 것이기 때문에 소속된 개개의 학교활동은 그 일부를 구성하는 것에 지나지 않으므로, 학교법인과 학교의 명예가 개별적으로 귀속할 수 있는 경우가 있다. 따라서 본 사건 학교와 이를 포함한 여러 개의 학교를 운영하고 있

는 학교법인이 동시에 모욕죄의 피해자가 되는 것은 법익침해의 이중평가로 볼 수 없다. ③의 경우에는 본 사건 모욕행위는 일련의 행위로서 해석해야 하는 것으로, 본 사건 학교 앞에서 학교와 학교법인의 존재에 관하여 비판하는 중에 발언한 것이며, 특히 조선인의 범주에 관하여 발언한 것으로 해석될 수 없기 때문에, 이에 관한 항소취지서의 주장은 전제가 결여되어 있다.”라고 하면서 법령적용의 잘못이 있다고 한 항소취지에



이유가 없다고 하였다.¹⁸⁾ 피고인 D는 항소심 판결에 불복하여 무죄(헌법위반 등)를 이유로 상고하였으나, 최고재판소는 형사소송법 제405조의 상고이유에 해당되지 않음을 이유로 상고기각결정을 선고함으로써 유죄판결이 확정되었다.^{19) 20)}

2. 재일 조선인 프리 라이터 사건

가. 민사사건 제1심(오사카지방법판소)

1) 사실관계 개요

본 사안은 재일 조선인 프리 라이터(자유기고가)인 원고가 피고 재특회(권리 능력 없는 사단)의 대표인 C가 명예훼손 및 모욕과 협박, 업무방해에 해당하는 발언을 하였다고 주장한 사안이다. 구체적으로는 인터넷 동영상 사이트(니코니코 생방송)나 트위터 등을 이용해 원고의 기자로서의 자질이나 외모 등과 관련하여 재일 조선인에 대한 인종차별적 헤이트스피치를 하였다는 것이다. 발언 중에는 “이들은 태연히 허위의 사실을 지껄이고 있다.”, “얼른 꺼져라 취재요청을 했다라니, 바보인가 너희들은”, “마구 지껄이고 있는 거짓말”, “결과적으로 뻔뻔스러운 조선인에 대한 혐오감이 더욱 확산되는 것 같다.” 등이 포함되어 있었다.

이에 원고는 피고 C에 대해서는 불법행위(일본 민법 제709조)에 의거한 손해배상을, 또 다른 피고 재특회에 대해서는 불법행위(동법 제709조) 또는 일반사단법인 및 일반재단법인에 관한 법률 제78조의 유추적용에 의거한 손해배상으로서 550만엔 및 이에 관한 지연 손해금 연대지불을 요구한 사안이다.

18) 大阪高判 平成23(2011年)年 10月 28日 LEX/DB 25480227.

19) 最決 平成24(2012年)年 2月 23日 LEX/DB 25480570.

20) 민사소송의 경우, 교토지방법판소는 원고가 주장한 모욕·명예훼손과 업무방해 등의 불법행위의 성립을 인정하여, 재특회 및 집회·시위 주최자 8명에 대하여 가두시위 금지명령(학교 근방에서 반경 200미터 이내)과 약 1억 2천만 원의 손해배상명령을 선고하였다. 이와 관련하여 판결문에서 재판소는 인종차별철폐조약의 직접적인 적용으로서 국제법상의 의무를 진다고 하였다. 또한 배상금 산정근거로서 무형의 손해평가에 관하여 일본 정부가 유보하고 있는 인종차별철폐조약 제4조 (a), (b)도 적용해 비교적 고액의 배상금을 산정하였다. 더욱이 재특회의 가두시위활동이 ‘논쟁(설)적 표현’으로 일본 형법 제230조의2 제1항에 의하여 위법성이 조각된다는 반론에 대해서도 ‘인종차별’에 해당하는 한 ‘오로지 공익을 도모할 목적으로’ 행하여진 것이라고 인정할 수 없으므로, 본 사건 가두시위활동에 의한 명예훼손이 면책될 여지는 없다고 판단하였다[오미영 (2014), 인권조약의 유보와 일본의 인종차별행위에 대한 규제, <한양대학교 법학논총>, 제31권 제4호, 227, 참조]. 이에 대하여 피고 측이 항소하였으나, 2014년 7월에 오사카고등재판소가 제1심판결을 지지하면서, 피고 측 항소를 기각하였다. 오사카고등재판소는 판결문에서 원심의 인종차별철폐조약의 직접적용을 부정하면서 간접적용의 입장에서 판결이유를 제시하였다. 또한 “민법에 근거하여, 구체적인 손해가 발생함에 따라 비로소 배상을 과할 수 있다.”라고 하면서, 현행법에서는 혐오표현에 관한 손해배상 및 가두선전금지는 구체적인 피해자 및 구체적인 손해를 입증해야 할 필요가 있다고 하여 인종차별철폐조약 제4조를 이유로 배상금 지급을 명령한 원심의 논거를 부정하였으나, 원심이 결정한 배상금액은 그대로 추진하였다 [大阪高判 平成26(2014年)年 7月 8日 判時2232号 34頁; 守谷賢輔 (2015), 人種差別撤廃条約における「人種差別」と人種差別的発言の不法行為の該当性—大阪高判 平成26年 7月 8日 判例時報2232号 34頁—. <福岡大学法学論叢>, 第60巻第1号 108頁以下参照]. 이에 피고인측은 상고하였으나, 최고재판소는 2014년 12월 9일에 상고를 기각하면서 제1심·제2심 판결을 확정하였다[最決 平成26(2014年)年 12月 9日 LEX/DB 25505638].



2) 판시사항 개요

재일 조선인 프리 라이터가 재특회 및 그 전임 회장에 대해 민족차별적 발언(이른바 헤이트스피치)으로 인격권을 침해당했다며 불법행위에 의거한 손해배상(위자료)을 요구한 이 사건에서 오사카지 방재판소는 일부 발언을 불법 명예훼손 또는 모욕이라고 인정하여, 청구를 일부 인용하였다(손해배상금 77만 엔 등).

구체적으로 살펴보면 사람의 사회적 평가를 저하시키는 표현은 사실의 적시인지, 또는 의견 내지 논평인지를 불문하고 사람의 명예를 훼손하는 것으로, 어느 표현에 관한 사실의 적시 또는 의견 내지 논평이 사람의 사회적 평가를 저하시키는 것인지는 해당 표현에 대한 일반적인 독자를 기준으로 그 의미 내용을 해석하고 판단해야 한다.²¹⁾ 따라서 피고 C의 발언 중 원고의 사회적 평가를 저하시키는 발언이라고 볼 수 있는 내용이 일부 존재하므로 명예훼손 및 모욕으로서 원고에 대한 불법행위를 구성하기 때문에 피고들은 연계하여 손해배상책임을 진다는 것이다.

한편, 피고들은 원고가 트위터에서 피고들의 명예를 훼손하거나 모욕하는 기고를 했다고 주장하며 원고에게 손해배상을 요구하는 반소를 제기하였다. 그러나 재판소는 본소 원고의 발언은 명예훼손에 해당하지 않거나 위법성이 부정된다며 청구를 모두 기각하였다.²²⁾

나. 항소심(오사카고등재판소) 판시사항 개요

항소심에서는 인터넷 생방송 서비스, 가두선전 및 트위터상 피고인들의 발언이나 투고에 관해 해당 표현행위 중 원고가 “태연히 허위의 사실을 지껄이고 있다.” 등의 표현은 일반 독자로 하여금 원고가 진실과 다른 허위 내용의 기사를 집필 게재하고 있다는 인상을 주므로 원고의 사회적 평가를 저하시키는 것이라고 한 원심판결을 인용하고 본건 각 항소를 기각하였다.²³⁾

피고측은 항소심 판결에 불복하여 상고하였고, 2017년 11월 29일 최고재판소는 상고불수리(上告不受理) 결정을 하였다. 이로써 민족차별적 발언으로 명예를 훼손당했다며 550만 엔의 손해배상을 청구한 사건에서 피고인의 발언 중 일부의 위법이 인정되어 피고인측에 77만 엔의 손해배상을 명한 제1, 2심판결이 확정되었다.²⁴⁾

21) 最判 昭和31年(1956年) 7月 20日 民集 10卷 8号 1059頁.

22) 大阪地判 平成28(2016年) 9月 27日 LEX/DB 25544419

23) 大阪高判 平成29年(2017年) 6月 19日 LEX/DB 25448757

24) 岡本玄 (2017. 11. 30.), ヘイトスピーチで在特会の敗訴確定 最高裁、上告退ける. <朝日新聞デジタル>. URL: <https://goo.gl/tFvt18>



3. 검토

앞서 살펴본 교토 조선학교 사건 중 형사재판에 관해 최고재판소는 피고인들이 초등학교 정문 앞에 모여 모멸적인 언사를 하고, 학교 기물을 파손한 행위는 업무방해죄, 기물파손죄, 모욕죄에 해당한다고 판단하였다.

다만 헤이트스피치에 대해서는 명예훼손죄가 아닌 모욕죄로 기소하였다. 이는 사실의 적시 여부에 관한 입증부담과 특정 개인이 아닌 불특정 다수에 대한 표현이라는 점을 고려해 인도인에 대한 혐오표현을 모욕죄로 처벌한 2009년 인천지법의 판단과 유사성을 가진다고 볼 수 있다.²⁵⁾ 모욕죄(일본 형법 제231조)는 공연히 사실의 적시 없이 타인의 사회적 지위를 저하시키는 표현을, 명예훼손죄(동법 제230조 제1항)는 타인의 사회적 지위를 저하시키기에 충분한 구체적 사실을 공연히 적시하는 표현을 규율하고 있는데 둘 다 사회적 지위를 침해하는 범죄라는 점에서 유사성을 가진다.

이러한 측면에서 교토 조선학교 사건에서의 각종 인종차별적 헤이트스피치들은 사상, 민족, 성별, 피부색 등의 특성을 갖는 집단 및 민족에 대한 모욕적 표현인 동시에 그 집단 및 민족에 속하는 사람들에게 대한 사회적 평가를 저하시킨 것으로 인정되어 모욕죄가 적용된 것이다. 다만 이에 관해서는 일본의 동아시아 식민지 지배 및 제2차 세계대전에 관한 역사적 사실은 ‘사실’에 해당되기 때문에 명예훼손죄로 기소했었어야 한다는 견해도 있다.²⁶⁾

25) 2009년 인천지법 부천지원 재판부는 “피고인이 특정 종교나 국적의 외국인을 혐오하는 듯한 발언을 해 피해자에게 모욕감을 느끼게 한 점이 인정된다.”라고 판시하였으나, 이는 특정 개인에 대한 침해로서 인정된 것이다[김기범 (2009. 11. 27.), 인도인에 “더럽다” 한 30대 모욕죄 인정. <경향신문>. URL: <https://goo.gl/Ry5vH2>]

26) 金尚均 (2014). 刑法における名誉保護犯の処罰範囲：ヘイト・スピーチに対する刑事規制の可能性. <龍谷法学>, 第46卷 第3号 639頁.



하지만 제일 조선인 프리 라이터 사건의 경우에도 민사상 불법행위 사건으로서 명예훼손 및 모욕, 업무방해 등을 제기하였다는 점에서 현재로서는 개인 또는 특정 단체(법인 등)가 아닌 불특정 다수집단인 민족 및 지역민 등에 대한 헤이트스피치는 현행 형법으로 대응하기 어려운 것이 현실이라는 점이 드러났다.




IV. 결론

교토 조선학교 사건과 같이 일본에서는 헤이트스피치로 인해 개인 및 집단(민족 등)의 명예가 훼손되고 심적 고통을 야기하고 있어 이에 대한 민·형사소송이 제기되었다. 그러나 재판소는 불특정 다수에 대한 헤이트스피치에 관해 형법상 구제는 제한된다고 판시함으로써 법률 적용의 한계를 명확히 드러냈다. 그리고 이러한 문제를 해소하기 위해 헤이트스피치 해소법이 제정되었다고 할 수 있다. 일본정부는 성급한 규제도입보다 헤이트스피치의 해악과 그 특성에 대한 정확한 인식 및 공감대를 형성시킨 후에 형사규제 등을 도입하고자 하고 있다.²⁷⁾ 이는 혐오표현이 사람들에게 끼치는 피해가 다양한 만큼 그 규제방법도 기존의 획일적 대응으로는 실효성을 담보할 수 없다는 인식을 바탕으로 한다.²⁸⁾ 형사처벌 이후에도 오랫동안 계속되는 피해자들에 대한 인적 네트워크의 고립·상실에 대한 규제까지 고려하면 형사규제와 별도로 행정적·민사적 차원에서 실효성 있는 정책의 도입이 요구되기 때문이다.

27) 이는 일본에서 차별행위 전반을 규제하는 입법보다는 우선적으로 장애인차별금지법 및 헤이트스피치해소법 등 개별 영역에서 규제 및 피해구제에 중점을 두고 있는 태도와도 일치한다.

28) 이주영 (2015), 혐오표현에 대한 국제인권법적 고찰: 증오선동을 중심으로. <국제법학회논총>, 제60권 제3호, 223.

이러한 의미에서 일본 헤이트스피치 해소법은 벌칙규정은 없지만, 헤이트스피치 문제를 해결하기 위한 다양한 방법이 모색될 수 있는 여지를 만들었다.²⁹⁾ 또한 이에 근거한 행정적 차원의 각종 대책 입안과 시행에 있어서 보다 다양하고 유연한 적용이 가능하다는 점³⁰⁾에서 합리적인 입법이라고 생각한다. 예를 들어 각 지방공공단체의 조례 제정 시 가이드라인 역할을 할 뿐만 아니라, 인터넷상의 헤이트스피치 동영상 삭제 조치하는 등의 행정집행에 있어서도 중요 근거규정이 되기 때문이다.³¹⁾ 더욱이 한국과 일본의 경우 허위사실 적시에 의한 명예훼손 행위뿐만 아니라 사실 적시에 의한 명예훼손행위도 처벌하고 있는 상황을 고려하면, 표현(언론)의 자유에 관한 국가개입은 가급적 최대한 제한될 필요가 있다.

다만 헤이트스피치에 대한 현행 형법상의 대응 또한 그 한계가 명확할뿐더러 유엔 인종차별철폐위원회의 권고와 같은 형벌부과에 의한 범죄예방 효과를 부정할 수도 없기 때문에, 헤이트스피치의 침해유형을 보다 구체화하여 향후 형법상의 제원칙하에 신중히 규제 방안을 신설해야 할 것이다. 일본의 헤이트스피치 해소법 부칙에는 실태 파악을 위한 추가적 검토 규정을 두고 있는데 이 역시 참고할 만한 사항이라 할 수 있다. 

29) 법무성은 헤이트스피치 해소법의 기본해석을 정리하여, 동법에서 금지하고 있는 '부당한 차별적 언동'의 구체적인 예시("조국에 돌아가라!" 등)를 각 지방자치단체에 제시하고 있다(法務省、ヘイトスピーチの具体例を提示、〈日本経済新〉、2017. 2. 4. URL: <https://goo.gl/yuJwTD>).

30) 법무성은 헤이트스피치해소법의 시행에 따라 신문광고 및 포스터·안내책자 제작 등 다양한 방법을 통해 자국민에 대한 혐오표현 해소를 위한 계몽·홍보활동을 실시하고 있다(法務省、〈ヘイトスピーチに焦点を当てた啓発活動〉、URL: <https://goo.gl/6PnsfU>).

31) 김병규 (2017. 4. 10.), [日 오사카시, 혐한 동영상 첫 삭제 조치 ... 혐한시위 억제조례 집행](#). 〈연합뉴스〉. URL: <https://goo.gl/b99yYQ>



독자 중심 철학에서 시작되는 혁신

- 미국 디지털 저널리즘 혁신 사례와 동향

이지영 · 미국 시라큐스대학교 공공커뮤니케이션학과 박사과정

오늘날 우리는 실시간으로 쏟아지는 정보의 홍수 속에서 살고 있다. 기술이 발전함에 따라 정보의 형태는 아날로그 양식에서 디지털 양식으로 변화하고 있고, 소비자가 정보를 소비하는 방식도 디지털 시대에 맞게 달라지고 있다. 특히 최근에는 소셜 미디어를 통해 정보가 빠르게 공유되면서 바이럴 콘텐츠(viral content)의 중요성이 부각되는 경향을 보이고 있다.

한편, 무분별한 디지털 정보의 생산·유통은 때로 정보가 아닌 소음처럼 여겨지기도 한다. 과도한 정보에 노출되어 초래되는 정보피로증후군, 가짜 정보의 확산으로 인한 독자들의 혼란은 현재 저널리즘이 당면한 과제라 할 수 있다. 이러한 상황에 대응해나가기 위해 언론사들은 뉴

스 콘텐츠를 보다 효과적으로 생산하고 전달하는 방법이 무엇인지 고민하며 다양한 변화를 이끌어내고 있다. 이 글에서는 뉴스 독자들의 소비 방식 변화에 따른 미국 언론사들의 디지털 혁신 동향을 살펴보고자 한다.

디지털 시대의 뉴스 소비 방식

트위터(Twitter), 유튜브(Youtube), 스냅챗(Snap chat), 페이스북(Facebook) 등 소셜 미디어는 뉴스를 전달하는 주요 통로로 자리매김하고 있다. 2017년 8월 기준으로 미국 성인의 67%가 소셜 미디어를 통해 뉴스를 접하는 것으로 조사되었

는데, 이는 2016년의 62%보다 약 5% 증가한 수치다.¹⁾ 주목할 만한 점은 이러한 현상이 젊은 층에 국한되지 않는다는 것이다. 50세 이상의 미국 성인들 중 55%가 소셜 미디어를 통해 뉴스를 본다 고 한다. 특히 모바일을 통해 뉴스를 접하는 비율이 급증하고 있다. 2017년 미국 성인의 45%는 모바일을 이용하여 뉴스를 읽고 있다. 이는 2016년 36%, 2013년 21%에 비해 상당히 증가한 것이다. 또 모바일과 데스크탑 두 기기에서 뉴스를 소비한다고 응답한 사람 중 65%는 모바일을 통해 뉴스를 접하는 것을 더 선호한다고 밝혔다.²⁾

이처럼 뉴스를 소비하는 방식이 변화함에 따라 시각적 콘텐츠가 디지털화된 뉴스 정보를 효과적으로 생산·전달할 수 있는 미디어 양식으로 주목 받고 있다. 트위터의 라이브 스트리밍 앱인 페리스코프(Periscope)는 이용자의 팔로워들이나 특정인을 지정해 현장을 생중계해줄 수 있는 앱이다. 영상을 기반으로 뉴스를 전달할 수 있다는 점에서 기존 트위터와는 다른 기능을 갖추고 있다. 파리와 브뤼셀에서 테러가 발생했을 때 페리스코프를 통해 당시 상황이 생중계되면서 많은 사람들에게 주목 받았다. 트위터는 페리스코프의 고화질 프로그램인 '페리스코프 프로듀서(Periscope Producer)'를 전문 방송 제작자뿐만 아니라 일반인들에게 확대 제

공하기로 함으로써 누구나 고화질 영상을 생중계하는 것이 가능할 것이라고 밝힌 바 있다.³⁾

저널리즘 영역 안에서의 디지털 혁신

독자들의 뉴스 소비 방식 변화에 따라 언론사들도 실시간으로 속보를 내보내며 독자와 즉각적으로 소통하는 방식을 중시하고 있는 추세다. 언론사들은 저마다 차별화된 뉴스 콘텐츠를 생산하며 디지털 시대에서 살아남기 위한 전략을 모색하고 있다. 저널리즘의 디지털 혁신이란 구체적으로 뉴스 미디어를 경영하는 방식, 즉 조직적 차원에서의 변화를 의미한다.⁴⁾ 이러한 언론사의 개별적 변화는 뉴스 미디어 생태계 차원의 거시적 혁신을 이뤄낼 수 있다는 점에서 중요하다.

스토어술과 크룸식(Storsul & Krumsvik, 2013)은 저널리즘의 디지털 혁신 방안으로 네 가지 차원에서 혁신을 이야기했다. 첫째, 뉴스 미디어 플랫폼, 서비스, 장르, 또는 커뮤니케이션 패턴에 변화를 주는 상품 차원에서의 혁신이다. 둘째, 미디어 브랜드, 상품, 또는 서비스를 재배치하는 위치적 차원에서의 혁신이다. 셋째, 상품과 서비스가 생산되고 전달되는 방식을 변화시키는 과정적 차원에서의 혁신이다. 마지막으로, 언론사의 가치, 비즈니스 모

1) E. Shearer & J. Gottfried. (2017. 9. 7). *News Use Across Social Media Platforms 2017*. Pew Research Center. URL: <https://goo.gl/36UQAL>

2) K. Bialik & K. Eva Matsa. (2017. 10. 4). *Key trends in social and digital news media*. Pew Research Center. URL: <https://goo.gl/MZBt7a>

3) 김유성 (2017. 2. 24.). 트위터 '누구나 고화질 라이브 스트리밍 가능'. <이데일리>. URL: <https://goo.gl/XYQ7er>

4) 김위근, 김성해 (2016). <언론사의 디지털 혁신과 조직 문화>. 한국언론진흥재단.



텔에 변화를 주는 패러다임 차원에서의 혁신이다.⁵⁾ 파블릭(Pavlik, 2013)은 인터랙티브 뉴스 담론에 공중들을 참여시키는 차원의 혁신을 더 하며, 기존에 논의되었던 다양한 저널리즘 혁신들이 디지털화되고 네트워크화된 모바일 환경에 최적화되어야 한다는 점을 강조했다.⁶⁾ 이렇게 다양한 차원에서의 디지털 혁신이 미국 언론에는 어떠한 형태로 반영되었을까? 이 글에서는 대표적으로 CNN, 뉴욕타임스, 쿼츠, 버즈피드의 사례를 살펴보고자 한다.

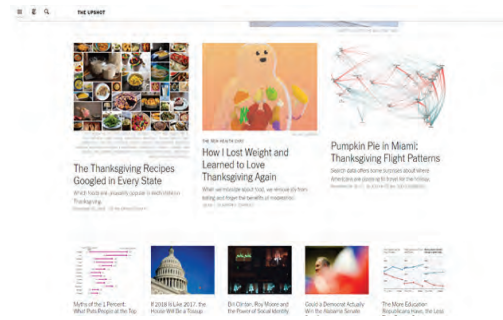
가. CNN

CNN은 전통적 방식의 방송 뉴스에서 디지털 시대에 적합한 뉴스 보도 방식으로 변화하고자 다양한 방안을 모색해왔다. CNN은 사건 종료 후 사건 내용을 종합해 보도하는 것이 아니라, 앞으로 발생할 사건들을 예측해보는 프리뷰 방식을 선보이며 독자들의 이목을 끄는 전략을 택했다. 또 주요 뉴스를 보도할 때 사건을 생생하게 보여주기 위해 GIF와 같은 다양한 이미지 포맷을 활용한다. 속보 알림 뿐만 아니라 “약속한 읽기(appointment reading)” 유형의 알림을 제공하는 것도 CNN의 강점이다. 이 기능은 사람들이 특정 시간대에 무엇을 하고 있을지를 예측해 관련 뉴스를 제공하는 것이다. 예를 들어, 퇴근 시간에는 하루 동안 있었던 뉴스들을 한 눈에 훑어볼 수 있도록 요약해 독자들에게 알려주

는 식이다.⁷⁾ 이는 에디터 중심의 뉴스 공급 방식에서 벗어나 독자들에게 초점을 맞춘, 개인화된 뉴스(personalized news)를 제공한다는 데 의의가 있다.

CNN의 또 다른 뉴스 서비스 ‘Great Big Story’는 성공적인 디지털 혁신 사례로 꼽힌다. CNN의 사장 제프 주커(Jeff Zucker)는 디지털에 특화된 젊은 뉴스 소비자들을 겨냥해 2015년 CNN 산하 동영상 콘텐츠 브랜드인 ‘Great Big Story’를 창립하였다. ‘Great Big Story’는 환경, 음식, 여행 등 독자들에게 친숙한 테마들을 중심으로 고품질의 영상을 생산하는 디지털 스토리텔링 뉴스를 만들고 있다.

나. 뉴욕타임스(The New York Times)



△ 뉴욕타임스 업샷(The Upshot)의 뉴스 화면

2014년 런칭된 뉴욕타임스의 업샷(The Upshot)은 뉴욕타임스의 디지털 혁신을 대표적으로 보여주는 사례다. 업샷은 데이터와 저널리즘

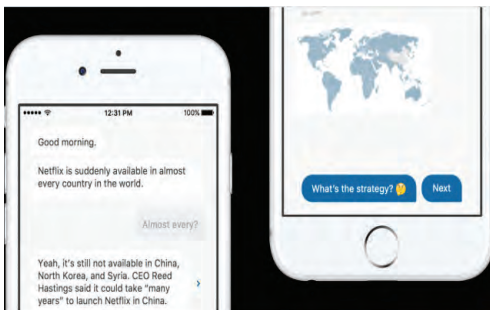
5) Storsul, T., & Krumsvik, A. H. (2013). *What is media innovation?*.

6) Pavlik, J. V. (2013). Innovation and the Future of Journalism, *Digital journalism*, 1(2), 181-193.

7) L. Moses, (2017, 5, 25.). To update its breaking news strategy online, CNN takes cues from TV. *Digiday*. URL: <https://goo.gl/j3ssAq>

을 접목시켜 뉴스를 설명해주는 웹사이트로, 뉴스 내용에 대한 독자들의 이해도를 넓히는 것을 목적으로 하고 있다. 데이터 엔지니어, 비즈니스 애널리스트, 데이터 시각화 등 각 영역에 특화된 전문가들이 속해있는 머신러닝팀이 업샷을 담당하고 있다. 이들은 온라인 데이터 분석을 바탕으로 뉴스 스토리를 보다 쉽게 해석해 독자들에게 제공한다. 특히 쉽게 내용이 파악되는 데이터 인포그래픽이 업샷의 특징이다. 뉴스를 인터랙티브 그래픽과 동영상상을 이용해 풍부하게 설명함으로써 독자가 직관적으로 이해할 수 있도록 한다는 취지다.

다. 퀴츠(Quartz)



△ 퀴츠의 대화형 인터페이스 뉴스

퀴츠는 애틀랜틱(The Atlantic)의 자회사로, 월 스트리트저널 온라인 편집국장이었던 케빈 델레이니(Kevin Delaney)가 2012년 창간한 비즈니스 전문 매체다. 퀴츠는 “현대적인 방식과 정통적 스토리텔링을 능숙하게 결합하고 실시간 분석과 장편 기업 기사를 다루는 차별화된 언론

사”⁸⁾로서, 스마트폰과 태블릿에 최적화된 디지털 뉴스만 생산한다. 퀴츠는 500-800개 단어를 기사의 데스 존(death zone)으로 규정하고 500 단어 이하의 짧은 기사, 또는 800단어 이상의 길이 있는 분석 기사를 제공한다.⁹⁾ 또한 퀴츠는 차트 공유 플랫폼인 아틀라스(Atlas)를 통해 시각적 측면에서 뉴스 콘텐츠의 경쟁력을 높이고 있다. 퀴츠의 저널리스트들은 데이터를 기반으로 차트를 직접 만드는데, 독자들이 차트 이미지나 데이터를 다운로드하고 소셜 미디어에 자유롭게 공유할 수 있다.¹⁰⁾

메시징 기반 채팅을 통해 개인화된 뉴스 콘텐츠를 제공하는 것은 퀴츠의 또 다른 특징이다. 퀴츠는 독자들의 참여를 유도하는 ‘대화형 인터페이스’를 구축해 독자들과 직접적으로 소통하며 뉴스를 공급한다. 퀴츠는 이러한 대화형 인터페이스를 갖추어나감에 있어 메시지의 어조를 고민해왔다. 독자들에게 흥미를 유발하면서도 정보를 제공할 수 있고, 마치 친구가 이야기를 건네는 듯한 느낌을 가질 수 있도록 하는 친숙한 어조의 사용에 관심을 기울이고 있다.

라. 버즈피드(Buzzfeed)

2006년 허핑턴 포스트의 공동 창립자인 조나 페레티(Jonah Peretti)에 의해 설립된 버즈피드는

8) Lucy Kung (2015), *Innovators in Digital News*, 한운희·나윤희 (역) (2015). <디지털 뉴스의 혁신>. 한국언론진흥재단. 73.

9) 이정환 (2017. 5. 26). 뉴스도 상품, 팔리지 않으면 죽는다. <미디어오늘>. URL: <https://goo.gl/ctGuHL>

10) S. Guaglione (2017. 5. 10). 'Quartz' To Open Chart Platform Atlas To Public, *Media Post*. URL: <https://goo.gl/ixqNfi>



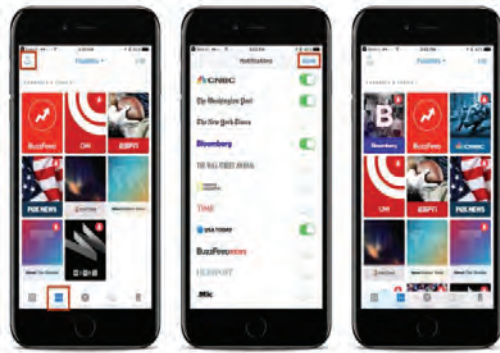
어떤 뉴스 스토리가 온라인상에서 보다 많이 확산되며 독자들에게 널리 다가갈 수 있는지를 중점에 둔다. 뉴스에 유머적 요소를 접목시켜 뉴스가 독자들에게 무겁게 다가가지 않도록 하는 것이 버즈피드의 특징이다.¹¹⁾ 초기의 버즈피드는 소셜 미디어상에서 유통되는 재미있는 콘텐츠를 모아 보여주는 것으로 인기를 끌었지만, 2011년 12월 온라인 정치 전문 매체인 폴리τικο(Politico)의 에디터 벤 스미스(Ben Smith)를 영입하면서 저널리즘에 중심을 두기 시작하였다.¹²⁾ 이후 짧은 뉴스 기사, 퀴즈 등을 중심으로 지금까지도 많은 인기를 얻고 있다.

소셜미디어 플랫폼의 활성화

앞서 살펴본 것처럼 언론사들은 디지털 시대에 대응해나가기 위해 저마다 여러 생존 방식을 모색해나가고 있다. 다른 한편으로 언론사와 뉴스 소비자들을 매개하는 소셜 미디어 플랫폼들이 보다 자체적인 뉴스 소비 활성화 방안을 꾀하고 있다는 점 역시 주목할 만한 현상이다.

가. 애플뉴스(Apple news)

애플뉴스는 아이폰 이용자 중심의 뉴스 공급 서



△ 애플뉴스 알림 서비스

비스다. 2017년 기준, 아이폰을 사용하는 미국인들 중 약 25%가 사용하고 있으며, 이는 2016년 13%에 비해 12% 증가한 수치다. 애플은 파이낸셜 타임즈, 뉴욕타임스, 가디언, 이코노미스트 등 미국 주요 언론사의 기사를 공급하는데, 사용자의 취향에 맞게 뉴스 콘텐츠를 추천해주는 ‘뉴스 큐레이션’ 앱이라는 점에서 다른 소셜 미디어와 차별점을 보인다. 애플뉴스 사용자들이 관심 있는 주제를 선택하면 이를 반영해 ‘For you’라는 사용자 맞춤형 뉴스피드에 연관된 정보를 한눈에 보여주는 RSS(Rich Site Summary) 방식을 활용하고 있다.

더 나아가 사용자가 구독하는 뉴스 서비스에서 현재 이슈가 되고 있는 주제의 관련 뉴스를 한데 모아 제공하기도 한다. 따라서 사용자들이 뉴스 앱을 더 많이 이용할수록 애플뉴스는 사용자들의 취향을 반영해 더 적합한 기사를 제공할 수 있는 것이다. 또 애플뉴스 사용자들은 iOS 뉴스 앱과 협약을 맺은 개별 언론사의 속보 알림 서비스를 켜고 끌 수 있다. 이러한 애플뉴스의 혁신적인 기능들은 모두 사용자의 취향을 반영하고 있다는 공통점을 갖는다.

11) How BuzzFeed covers news, *Reuters institute*. URL: <https://goo.gl/QZCWJN>

12) Tandoc Jr, E. C., & Jenkins, J. (2017). The BuzzFeedification of journalism? How traditional news organizations are talking about a new entrant to the journalistic field will surprise you!. *Journalism*, 18(4), 482-500.

나. 구글뉴스(Google news)



△ 구글뉴스 메인 페이지

구글뉴스는 개인화된 뉴스피드(news feed) 서비스다. 구글의 자동 집계 알고리즘으로 이용자의 검색기록과 위치정보 등 개인적 정보를 분석해 이용자가 관심 있어 할 뉴스를 자동으로 메인 화면에 보여준다. 이용자는 자신의 편의에 따라 보고 싶지 않은 뉴스 주제, 또는 뉴스 매체를 자유롭게 제거할 수 있다. 페이스북에서는 본인이 보고 싶은 뉴스매체를 직접 팔로우해야 하지만, 구글뉴스의 경우 머신러닝 기술을 이용해 이용자들에게 자동으로 뉴스를 노출시킨다는 점에서 차이가 있다. 또 이용자들이 관심 있는 주제어를 팔로우 하면, 이후 관련 뉴스를 자동으로 받아볼 수 있다.¹³⁾ 특히 모바일 기기에서의 로딩, 검색 속도가 중요함을 인지한 구글은 2016년 오픈소스 프로젝트인 ‘AMP(Accelerated Mobile Page)’를 도입해 모바일에서의 언론사 페이지 로딩 속도를 줄임으로써 사용자 이탈을 막고자

노력하고 있다. 언론사가 AMP를 활용해 뉴스를 생산하면 복잡한 서식이 담긴 페이지가 신속하게 로딩될 수 있다는 것이다.¹⁴⁾

다. 스냅챗 디스커버(Snapchat discover)와 페이스북의 인스턴트 아티클(Instant article)

스냅챗 디스커버는 내러티브 중심의 스토리텔링 방식을 구축하고자 여러 언론사들과 협력하고 있다. 다른 소셜 미디어와 달리, 에디터가 직접 중요하다고 판단하는 기사를 이용자들에게 제공한다. 또한 일상생활과 관련된 가벼운 주제의 콘텐츠를 무거운 주제의 뉴스들과 함께 제공해 이용자들에게 친숙한 뉴스 미디어 플랫폼으로 다가가고 있다. 스냅챗 디스커버의 에디터는 크게 잡지사(코스모폴리탄, 보그 등), 온라인 콘텐츠 크리에이터(유튜브나 페이스북 스타 등), TV 네트워크(ESPN, CNN, National Geographic 등)로 나뉜다.¹⁵⁾ 스냅챗 디스커버에 업로드되는 콘텐츠들은 주로 10초짜리 영상이나 애니메이션 티저 등 인터랙티브 형태가 대부분이다. 짧은 영상 클립에 모든 이야기를 담는 것은 불가능하기 때문에, 스냅챗 디스커버의 에디터들은 추가적인 정보를 원할 경우 직접 자사의 잡지 구독이나 방송 시청하기를 권유함으로써 이용자들의 흥미를 유발한다.

13) 이기준 (2017. 7. 20). 구글, 메인 화면에 뉴스 띄운다. <중앙일보>. URL : <https://goo.gl/Unazgp>

14) 윤보람 (2016. 2. 18). 구글, 모바일뉴스 빠르게 보여주는 AMP 국내 첫선. <연합뉴스>. URL : <https://goo.gl/EE69Ld>

15) S. Jones. (2017. 1. 30.). How Brands Use Snapchat Discover in their Marketing Strategies. *Hollywoodbranded*. URL : <https://goo.gl/ompTe5>



한편, 페이스북은 2015년 5월 ‘인스턴트 아티클’을 도입해 페이스북상에서 언론사 기사를 직접 읽을 수 있도록 하였다. 이는 페이지 로딩 시간을 줄일 수 있다는 장점이 있다.¹⁶⁾ 인스턴트 아



티클은 이미지, 동영상, 실시간 방송인 페이스북 라이브 기능 등 인터랙티브 요소들을 제공한다. 하지만 미국 언론사들은 독자들이 페이스북과 같은 외부 플랫폼에 의존해 기사를 접할 경우, 자체 브랜드가 위축될 수 있다는 우려를 나타내며 인스턴트 아티클에서 점차 이탈하는 추세다. 이미 뉴욕타임스, 포브스, 쿼츠 등의 미국 언론사들이 인스턴트 아티클 서비스가 수익 창출에 별다른 도움이 되지 않는다면 서비스를 중단한다고 밝힌 바 있다.¹⁷⁾ 이러한 언론사들의 부정적인 태도에 대응해 페이스북은 플랫폼 내 사용자

들이 이메일 주소를 입력함으로써 바로 해당 언론사에 회원가입을 할 수 있게끔 하거나, 인스턴트 아티클 내에서 매체별 페이스북 페이지에 ‘좋아요’를 누를 수 있도록 기능을 개선하였으나 여전히 언론사와 페이스북 사이의 갈등은 잦아들지 않고 있다.¹⁸⁾

이러한 언론사와 소셜 미디어 플랫폼 사이의 문제는 비단 페이스북에만 해당되지 않는다. 뉴욕타임스, 워싱턴포스트 등 미국 주요 언론사들을 대표하는 ‘뉴스 미디어 연합’(News Media Alliance)은 소셜 미디어 플랫폼들이 뉴스 콘텐츠로 광고 이윤을 얻고 있으면서도 이를 언론 매체에 제대로 배분하지 않고 있다며 정당한 수익 배분을 요구하는 단체 협상을 추진한 바 있다.¹⁹⁾

맺으며

이상 살펴본 바와 같이 뉴스 소비 행태가 급격히 변화하고, 무분별한 정보 생산으로 인해 독자들의 혼란이 커지고 있는 가운데 언론사와 소셜 미디어 플랫폼은 디지털 저널리즘이 나아가야 할 방향을 지속적으로 모색해나가고 있다. 언론사와 플랫폼은 무엇보다 디지털에서 유통되는 수많은 데이터들을 효과적으로 활용함으로써 뉴스 콘텐츠의 가치를 높이고자 노력하고 있다. 이는 저널리즘 영역에서의 디지털 혁신 과제

16) 허완 (2015. 5. 13.), 페이스북, ‘인스턴트 아티클’ 출시 : 뭐가 달라지는 걸까?. <허핑턴포스트>. URL: <https://goo.gl/ThjmdN>

17) L. Moses, (2017. 4. 11.), Facebook Faces Increased Publisher Resistance to Instant Articles. *Digiday*. URL: <https://goo.gl/Qx1XBs>


18) 오수진 (2017. 4. 26.). [해외미디어] NYT, 페이스북 뉴스서비스 ‘인스턴트 아티클’ 활용중단. <연합뉴스>. URL: <https://goo.gl/hEjhii>

19) J. Rutenberg, (2017. 7. 9.). News Outlets to Seek Bargaining Rights Against Google and Facebook. *The New York Times*. URL: <https://goo.gl/hKsKpW>



로 강조되어 온 부분이기도 하다. 미국 탐사보도 전문기관인 NICAR(National Institute for Computer-Assisted Reporting)이 데이터 저널리즘의 중요성을 강조하는 것이나 구글이 데이터저널리즘 어워드(Data Journalism Award)를 주관하는 것은 데이터 활용이 디지털 시대의 저널리즘 발전을 위해 필수불가결한 요소라는 점을 보여준다.

그러나 최근의 혁신 사례들은 디지털 저널리즘의 중심이 데이터에만 있지 않다는 점도 나타낸다. 독자 중심, 모바일 중심의 철학을 데이터에 적용할 수 있는 해안이 미디어 전문가들에게 필요하다. 디지털 혁신을 이뤄내는 과정에서 뉴스 소비자들이 뉴스를 접하기 편리한 방식이 무

엇인지를 최우선으로 생각해야 한다는 점을 잊지 말아야 한다. 뉴스 독자가 누구인지, 어떻게 뉴스를 소비하는지를 충분히 이해하지 못한 채 데이터 처리에만 급급하다 보면 독자들의 외면을 피할 수 없다. 미국의 디지털 혁신 성공 사례에는 공통적으로 그 중심에 뉴스 소비자가 놓여 있다. ‘독자에 대한 배려’ 없이는 디지털 혁신을 이뤄낼 수 없다는 점이 미국의 저널리즘 혁신사례들이 보여준 교훈이 아닐까 한다. 

언론중재위원회 학술지

미디어와 인격권 제3권 제2호 발간

ISSN 2465-9207

미디어와 인격권

Journal of Media and Defamation Law

[기획논문] 기술주도 미디어 시대와 인격권

영상취재·보도영역의 신기술 활용과 인격권 침해문제
- 드론·모바일폰·블랙박스·CCTV를 중심으로 -
이승선

역외(域外) 인터넷 플랫폼 규제갈등 해결을 위한 입법방향
김현경

인격권 보호를 위한 디지털 시민성 함양
- 디지털 리터러시 교육의 필요성을 중심으로 -
양정애

[연구논문]

현행 음악영상물 심의제도의 문제점과 개선방안
입효준

표현의 자유의 적, 대학생들의 '위축효과'에 대한 실증적 고찰
- 온·오프라인 공간에서 정치·사회, 학내 문제의 위축효과 결정요인을 중심으로 -
이창기

[판례평석]

정부, 국가기관, 지방자치단체, 공직자 개인에 대한 명예훼손 및
모욕 성립 여부

- 대법판결: 대법원 2017.4.27. 선고 2017다209785 판결 및
대법원 2016.12.27. 선고 2014도15290 판결 -
유제민

 언론중재위원회
Press Arbitration Commission

언론중재위원회는 표현의 자유와 인격권에 대한 심도있는 학술적 논의를 위해 <미디어와 인격권>을 발간하고 있습니다.

연구자들의 많은 관심과 투고 바랍니다.

제3권
제2호
2017