

I. 서론

현대사회는 정보사회라고 일컬어질 만큼, 정치, 경제, 사회, 문화 등 전반적인 체계가 정보제공 없이는 하루도 유지될 수 없다. 과학기술의 발달과 함께 정보를 제공하는 미디어가 수없이 많지만, 그 중에서도 매스미디어가 담당하는 역할이 가장 크다고 할 수 있을 것이다. 고전적인 의미로 볼 때 매스미디어는 국민의 여론을 대변하고 정치권력의 감시자로서 그 역할을 수행하는 것으로 평가 받아왔다. 그러나 사회가 다원화되고 발전하면서 매스미디어가 사회전반에 미치는 영향력이 증대되어서 매스미디어는 고전적 의미에서의 역할이상을 수행하는 것으로 평가받고 있다. 이런 맥락에서 볼 때, 매스미디어가 제공하는 정보는 현대사회에서 살아가는 현대인의 참의수단이 되고 있으나, 매스미디어가 그 역할을 제대로 수행하지 못하거나, 수용자가 그것을 무비판적으로 수용하게 되면, 정보공해에 오염될 것이라는 지적도 있다.

매스미디어 조직이 독점화, 집중화, 거대화되고 상업적인 영리추구의 수단이 되면서부터, 매스미디어가 「사상의 공개시장」에 기여하는 기능을 상실한 채, 독자·시청자의 일부 계층에 의한 도구로 전락했다는 비판을 받게 되었다.

이러한 비관적 관점에서 일어난 결과들은, 첫째, 언론의 자유주의이론에서 사회적 책임을 강조하는 언론의 사회책임이론의 등장이며, 둘째, 수용자가 매스미디어에 의한 정보를 일방적으로 수용할 것이 아니라, 취사선택해서 받아들이고 그릇된 정보는 바로 잡아서 매스미디어의 질을 높이자는 운동이라고 할 수 있겠다. 이러한 운동을 정보소비자운동이라고 한다면, 정보소비자란, 시청료·구독료를 지불하면서 정보라는 특수한 상품을 매스미디어로부터 받는 자로 볼 수 있겠다. 그러므로 정보소비자는 매스미디어가 생산하는 상품의 가치를 논할 권리가 있고, 또 그 상품의 구매를 거부할 권리가 있다.

외국에서는 정보소비자가 매스미디어측에 간접적 또는 직접적인 압력을 가하는 정보소비자운동이 활성화되어 있으나 우리나라의 경우는 아직 활발하지 못한 실정이라고 하겠다. 정보소비자운동은 그것이 추구하는 성격과 영역이 다양하여 정보소비자의 권리영역 역시 폭 넓다고 할 수 있다. 제한된 지면에서 이러한 폭 넓은 문제를 모두 다루기란 그리 쉬운 일이 아니고, 이 분야에 대한 선행연구가 거의 전무한 상태이다. 그러므로 이 글에서는 정보소비자운동의 배경, 의의 그리고 정보소비자의 권리유형을 개괄적으로 고찰해 보고, 정보소비자의 권리 가운데 하나인 정정보도청구권과 관련이 있는 언론중재위원회에 대해서 살펴보기로 한다.

II. 정보소비자의 제권리와 정보소비자 운동

1. 정보소비자의 개념

인간은 전생애를 통해서 지속적인 소비생활을 한다. 이들의 소비대상은 유·무형의 재화이다. 지금까지 통념상의 소비재는 단순히 상품 및 서비스라고 여겨왔다. 그리고 그 재화를 소비하는 사람을 소비자라고 부르고 있다. 그런데 고도의 산업사회와 복잡한 사회현상의 출현과 함께 정보산업사회가 도래하면서부터 정보는 현대사회의 총아로 군림하게 되었다.

즉 새로운 재화로서 주목의 대상이 되었다. 이 정보는 거대한 기업을 움직이는 기업군이나, 국정을 다루는 정부기관뿐만 아니라 이러한 환경 속에서 호흡하는 모든 구성원들에 의해서 이용되고 있다. 이 이용의 결과는 수용자가 미디어에 의해 제공된 정보를 단순히 받아들이는 인지단계에서 끝나는 것이 아니라, 그 정보를 필요한 곳에 사용함으로써 새로운 효용가치를 창출하는 데까지 미치고 있다. 즉 정보수용자들은 미디어에 의한 정보를 그들이 활동하는 분야에 이용함으로써, 업무수행의 능률화, 이윤의 극대화, 그리고 효과적인 사회적 적응 등을 추구하고 있다. 여기에서 문제가 되는 것이 정보의 유통과 질이다. 위에서 언급한 바와 같이 정보는 현대사회의 구성원들에게 필수적인 요소인데, 정보의 유통에 장애가 일어나고 정보의 질에 하자가 있다면, 이 정보는 수용자들에게 득보다는 실을 주는 결과를 남게 한다. 그러므로, 정보수용자는 정보의 허와 실을 판단하는 안목을 필요로 하며, 보다 원활한 정보의 유통과 보다 높은 정보의 질을 요구할 필요성이 있다. 따라서 정보수용자는 매스미디어가 생산하는 정보를 얻기 위해 구독료와 시청료를 지불함으로써 이러한 요구를 할 권리가 있는 정보소비자이기도 하다.

결론적으로 정보소비자란 요금을 지불하고서 매스미디어가 생산하는 정보란 상품을 구매해서 소비하는 자(넓은 의미의 행위자)라고 할 수 있겠다.

2. 매스컴과 정보소비자활동의 배경과 의의

고전적인 의미에서의 매스미디어와 현대적인 의미에서의 매스미디어의 성격간의 차이는 앞에서 언급한 바와 같이 매스미디어 조직의 거대화, 집중화, 독점화하는 경향에서 찾아볼 수 있다. 이러한 현상은 표현의 자유문제에까지 영향을 미치는 것으로 판단되고 있다. 미국의 언론자유위원회(The Commission Freedom of the Press)는 1947년에 발표한 펄고서인 「자유롭고 책임있는 언론(A Free and Responsible Press)」를 통해 현대언론이 직면한 문제점을 다음과 같이 분석했다.

첫째, 언론이 자사의 이익을 위해 막대한 힘을 행사한다. 둘째, 언론은 기업에 약하며 광고주의 입김이 너무 강하다. 셋째, 언론은 사회변화에 부정적이어서 기존사회 질서에 안주하는 경향이 있다. 넷째, 언론이 선정주의에 빠져있고 대중의 도덕을 타락시킨다. 다섯째, 언론이 개인의 사생활을 침해하고 개인의 명예를 손상케 하는 경향이 많다. 여섯째, 언론이란 하나의 정치·경제계층에 의해 통제되고 대중은 매스컴기업에의 접근이 불가능해짐으로써 그 결과 전통적인 의미에서의 「사상의 공개시장」이론이 중대한 위협에

처하게 되었다는 것이다. 언론자유위원회는 이러한 문제제기를 통해 언론의 책임을 촉구하는 계기를 마련했던 것이다. 그렇다고 이러한 보고서가 발표되기 이전에 언론이 안고 있는 문제점이 없었던 것은 아니다. 그러나 1950 년대를 전후로 언론이 안고 있던 문제점들이 심각하게 노정되기 시작했고, 1960 년대는 전파매체가 급격하게 발달하면서, 인간의 의식과 행동을 매체가 거의 결정할 지도 모른다는 우려가 표명되었다.

현대인은 매일 식사를 하듯이 습관적으로 매스컴을 접촉하고 있다고 해도 과언이 아닐 것이다. 통계상으로 보면 독자는 하루 평균 신문을 20~30 분 읽는다고 한다. 그러나 라디오, TV 의 접촉도를 보면, 시청자는 하루 정균 3 ~ 4 시간을 TV 앞에서 보낸다고 한다. 이 시간은 1 주일이면 약 20 시간이 되며, TV 를 많이 보는 사람의 경우에는 평생의 1/8 내지 1/6 을 TV 앞에서 지낸다는 계산이 나온다.

가정내의 대화를 TV 가 빼앗아가고 있다는 우려도 이러한 실정 때문이다. 전통사회에서는 일차집단, 예컨대 가정이나 학교가 의사소통의 원초적 형태로서 맡았던 중요한 役割을 TV 와 같은 매스미디어가 맡게 된 것이다. 과거의 매스미디어의 기능은 정보전달과 권력에 대한 감시자로서의 기능이 중시되었으나 이제는 사회, 문화, 교육에 있어서도 매스미디어가 중요한 역할을 맡게 된 것이다. 우리나라의 언론의 역할을 더듬어 보더라도 이러한 맥화를 찾아볼 수 있다.

1800 년대 개화기의 언론은 외래장물을 소개하는 계몽자로서의 역할을 담당하였다. 그러나 1910 년부터 1940 년대의 한국언론은 그 성격이나 기능면에서 반일과 반식민으로 특징지워질 수 있다. 해방 후에는 정치, 사회적인 혼란 속에서 반독재의 기치를 들고 나왔다. 이렇게 볼 때, 과거의 언론은 정부, 언론이라는 이극역학관계에서 주로 대 정부 투쟁이라는 거의 정론지적 성격을 탈피하지 못했다. 이때의 언론의 존재이유는 오로지 대정부적인 성격을 벗어나지 못하고 절대적 언론자유를 중요한 가치기준으로 삼았던 것이다. 그런데 60 년대 이후 방송매체의 발달과 함께 매스미디어가 맡는 역할의 범위가 넓어지면서, 언론이 안고 있는 문제점을 비판하는 소리가 높아지게 된 것이다. 여기서 「무엇을 위한 자유」의 명제로 문제제기가 옮겨간다.

「무엇으로부터의 자유」란 곧 정치권력의 통제를 받지 않는 언론의 자유를 말하는 것이며, 「무엇을 위한 자유」는 곧 무엇 또는 누구를 위해서 언론의 자유를 행사할 것이냐 하는 언론자체내의 문제점과 언론을 둘러싼 환경의 문제점을 지적하는 명제이다. 바꾸어 말하면, 정부와 언론이라는 이극역학관계로부터 정부, 언론 그리고 국민이란 삼극역학관계로 바뀌었다. 이러한 역학관계의 변화는 국민 즉 정보소비자에게는 새로운 시민의식을 부여했으며, 언론에게는 그들이 생존할 수 있는 바탕이 무엇인가를 일깨워주었다고 하겠다. 그래서 언론은 그들이 소비자들에게 제공하는 정보가 얼마나 믿을만한 것인가를 항상 염두에 두어야만 하게 되었다. 매스미디어의 소비자에 대한 신뢰도는 단순히 뉴스성격을 지닌 기사뿐만 아니라, 광고 등 매스미디어가 전달하는 모든 정보에 의해서도 좌우된다고 하겠다.

즉 매스미디어가 전달하는 뉴스성 기사는 사회의 여론을 오도할 가능성이 있거나, 개인 또는 사회법익을 침해할 수 있다는 것은 앞에서 지적한 바와 같다. 마찬가지로, 잘못 전달된 광고도 개인권익을 침해할 수 있고(의견광고의 경우), 재산상의 손해를 입힐 수 있다.

이러한 관점에서 정보소비자운동이 매스미디어와 소비자가 함께 공존할 수 있는 방향으로 전개되는 것은 시대적 요청이라고 하겠다.

III. 정보소비자의 제권리

미국의 고 케네디 대통령은 60년대 초에 이미 소비자의 4대권리를 제창한 바 있다. 이것은 워싱턴 포스트지의 편집장이었던 위긴즈씨가 말한 알 권리의 내용과 비슷한 것이어서 흥미롭다. 소비자의 4대권리는 ① 안전할 권리 ② 선택할 권리 ③ 정보를 받을 권리 ④ 의사를 반영할 권리이다. 이러한 4대권리는 20년이 지난오늘날에 와서는 3가지 권리가 더 추가되어 7대 권리가 되었다. 추가된 3가지 권리는 ① 보상을 받을 권리 ② 교육을 받을 권리 ③ 쾌적한 환경에 살 권리이다 한편 위긴즈씨가 주장한 권리를 보면 다음과 같다.

- ① 정보를 수집할 권리 ② 사전에 억압 받지 않고 인쇄할 수 있을 권리 ③ 부당한 보복의 위협 없이 인쇄할 수 있는 권리 ④ 통신에 없어서는 안될 시설 및 자료에 접근할 권리 ⑤ 법률에 의해 정부 또는 법을 무시한 시민의 간섭 없이 정보를 전파할 권리이다.

이러한 소비자의 권리를 바탕으로 해서, 정보소비자가 매스미디어를 상대로 영향력을 행사하고, 그들의 의견을 전달하는 방법은 크게 두가 지로 구분될 수 있다.

하나는 정보소비자가 법에 의해 보장되어 있는 권리를 행사하는 것이고, 또 하나는 정보소비자가 사회단체를 활용해서 매스미디어측에 대해 영향력을 행사하는 것이다. 전자의 유형은 알 권리, 매스미디어에의 접근권, 민·형사상의 권리 그리고 정정보도청구권 등이 있다. 이러한 유형들은 다음에 자세히 언급하기로 하겠다. 그리고 후자의 유형은 매스미디어에 대한 직접적인 불매운동이나, 매스미디어의 광고주가 생산하는 제품에 대한 불매운동이 그 한가지일 수 있겠다.

1973년 미국에서 「미국카톨릭협회」가 CBS 방송국에 「Maude」라는 프로그램을 통해서 낙태를 동조한 것에 반발해서 방송국으로 하여금 그 프로그램을 취소하라고 종용하는 한편, 그 프로그램의 광고주들인 펄시콜라사와 J·B 윌리엄즈사에게 압력을 가해서 광고를 해약하도록 했다. 우리나라의 경우도 최근 YWCA 연합회의 모니터클럽이 「TV는 시청자가 왕이다.」라는 기치를 내걸고서, 어린이를 대상으로 한 9개 프로그램들을 모니터 한 결과를 각 방송국들에 통보하면서, 프로그램에 대한 시정을 건의한 바 있다. 이러한 시정건의가 받아들여지지 않을 경우 YWCA는 해당 프로그램의 광고주들이 생산하는 상품에 대해 불매운동을 하겠다는 보도가 있었다. 이 사례는 우리나라에서도 정보소비자운동이 나타나고 있음을 시사해 주고 있다고 하겠다. 위에서 살펴본 것들이 정보소비자의 권리들이라고 할 수 있는데, 좀 더 자세히 고찰해 보기로 한다.

1. 알 권리

현대사회가 점차 복잡성을 띠게 되고 국민생활과 직결된 정치, 군사, 교육, 문화, 사회복지문제에 대한 정부 제기관의 역할이 증대해가면서 제기되는 중요한 권리중의 하나가 국민의 알 권리이다 국민의 알 권리는 정보사회가 고도화하면서 지식 · 정보가 갖는 가치와 기능이 큰 비중을 갖게 되면서 『 그러한 지식과 정보의 이용가능성을 확보하기 위해 등장한 권리라고 하겠다. 민주사회의 국민은 자유로운 의사교환을 통해 국가의사의 결정에 참여하는 주율자로서의 지위를 보장 받는다. 그러므로 민주사회의 국민은 정보를 들을 권리가 있으며, 자유로운 정보유통이 저해될 때는 알 권리가 침해되는 것이기 때문에 정보를 청구할 필요가 생기게 된다. 알 권리는 단순히 읽고, 듣고, 보는 자유를 방해 받지않는데 그치지 않고 적극적으로 정보를 청구할 권리이다. 그러므로 알 권리는 헌법상으로 보장되어 있는 원민주권의 원칙(헌법 제 1 조 2 항)과 표현의 자유(헌법 제 20 조), 행복추구권(헌법 제 9 조)을 포괄하는 폭 넓은 권리라고 할 수 있다.

국민이 알 권리의 주체이기는 하나 현대사회에서의 중요한 정보는 매스미디어가 제공한다는 점에서 매스미디어가 국민의 알 권리의 일부를 대행하고 있다 해도 좋을 것이다.그러므로 알 권리에는 국가를 상대로 한 정보소비자 및 매스미디어의 알 권리가 있으며, 매스미디어를 상대로 한 정보소비자의 알 권리가 있다. 서독 기본법과 우리 나라의 언론기본법 (제 6 조)은 매스미디어의 공적 책임을 중요시하며 보도기관에 정보청구권을 인정하고 있다. 반면에 미국의 정보자유화법(FOIA)에서는 직접적인 정당한 이해관계인에 한정하지 않고 모든 국민에게 정보공개청구권을 부여 하고 있다. 정보공개 대상이 되는 것에는 국정전반에 관한 것과 사업자가 판매하는 제품이나 서비스에 관한 기업정보가 있겠으며, 먼저 국정에 관한 정보로서 구체적으로 고위층 공무원의 재산, 국민생활에 직접적인 영향을 주는 독점적인 공익사업.즉 전력이나 가스사업상의 동요결정사항 그리고 주택한지조성, 지하철건설업지선정, 금리인하나 인상 등 중요한 결정 등이 이에 해당된다.

이러한 정보가 만일 대다수 정보소비자에게 공평하게 전달되지 못하고 일부 특권층만이 알아 활용한다면, 전국민의 경제적 손실을 초래하게 될 것이다. 그러므로 신속하게 전체 정보소비자에게 골고루 전달될 수 있어야 할 것이다. 한편 기업정보공개의 중요성은 다음과 같은 예를 통해 찾아볼 수 있을 것이다. 소비자가 필요로 하는 정보는 대개 그것을 독점하고 있는 사업자에 의한 광고 혹은 제품이나 서비스의 장점만을 내세우는 조작된 정보일 가능성이 많다. 이것은 수요유발을 위한 정보이지 소비자의 권익보호를 위한 정보는 아니다. 종래의 계약법이론에 의하면 소비자는 사업자측이 그들에게 유익한 정보를 제공하지 않으면, 거래에 응하지 않을 자유만 있었지 정보공개를 강요할 수는 없었다. 이러한 정보공개청구는 공법상의 의무를 부과해야 만이 가능하게 된다. 단지 소비자보호법 15 조에는 물품을 판매할 목적으로 제조, 수입 또는 포장하는 자는 그 물품의 용도, 성분, 규격, 성능 등 소비자가 알아야 할 기본적인 사항을 쉽게 식별할 수 있도록 표시하여야 한다고 규정되어 있다. 그러나 이러한 조항만으로는 고도성장에 따른 대량생산 · 소비사회에서 소비자가 알아야 할 사항에는 미흡한 실정이다. 그래서 정보소비자가 진정한 알 권리를 향유할 수 있도록 하기 위해서는, 소비자정보의 공개유무는 사업자의 사적인 이익과 관련된 문제이기 때문에 이것에 국가가 개입해서소비자의 알 관리를 헌법상의 기본권으로 실증해야 한다는 주장도 나오는 것이다. 한편 국정에 관한 정보 중 군사, 외교상의 기밀사항으로서 국익과 관련된 중요한

문제일 때는 공개가 제한되기도 한다. 여기에는 이런 문제를 공개해서 모든 정보소비자가 그것을 전달받아 국가의사를 결정할 수 있고 그것이 좋은 결과를 가져온다면 국익에 일조가 되겠으나 만일 그렇지 못할 경우는 오히려 국가존립을 위태롭게 할 수도 있기 때문이다. 이러한 경우가 바로 정보소비자의 알 권리와 국익의 문제가 충돌하게 되는 경우인데 이에는 이익교양의 원칙이 적용된다.

국가기밀폭로사건 중 유명한 것으로 뉴욕타임즈와 워싱턴포스트지가 미국의 월남전개입에 관한 국방성 기밀문서 보도사건이 있다. 이 문서는 제 2 차 세계대전으로부터 1968 년 5 월에 이르기까지의 경과를 담은 방대한 문서로서 「Top Secret」로 분류, 보관되어 오던 것인데 뉴욕타임즈가 이를 입수해서 보도했던 것이다. 이에 대해 미연방정부는 국방과 국가의 안전이 당장 회복될 수 없을 정도로 위험에 처하게 된다는 점을 이유로, 법원에 게재중지명령을 요구했다. 결국 뉴욕타임즈의 승소로 결정이 내려 졌는데 이 사건은 국민의 알 권리를 보장해 준 중요한 사례로 볼 수 있다. 미국의 경우와는 달리, 우리나라는 매스미디어 측에 정보청구권을 부여, 그 공적 책무를 중요시하고 있는 만큼, 정보소비자의 알 권리는 언론측이 그것을 얼마나 행사하느냐의 여부에 따라 누릴 수 있게 되어있다. 용감한 자 만이 권리를 누릴 수 없다고 하듯이, 공적 책무를 안고 있는 매스미디어 측이 그러한 권리를 어떻게 행사하느냐가 정보소비자의 알권리의 보장을 좌우하게 될 것이다.

2. 매스미디어에의 접근권

접근권(right to access)이란 매스미디어에 접근해서 의견이나 사상, 정보 등을 공표할 권리를 말한다. 이 권리는 어느 나라에서도 실정법으로 인정되어 있지 않으나, 이 권리를 보장하라는 주장은 다음과 같은 배경에서 나왔다. 앞에서 언급한 바와 같이, 언론의 거대화, 독점화는 다수의 국민들을 매스미디어의 소유나 이용으로부터 배제 시킴으로써 헌법상 보장되어있는 그들의 표현의 자유가 박탈되는 현상을 낳게 했다. 그런데 정보소비자들은 사회적인 쟁점이 있을 때, 매스미디어가 발표한 견해와 다른 의견을 가질 수 있다. 예를 들어서, 정보소비자가 신문보도나 TV 연속극에 대한 불만을 매스미디어를 이용해서 공표하고자 할 때, 현실적으로 불가능하다고 할 수 있겠다. 이러한 상황아래서 접근권은 매스미디어로부터 소외된 정보소비자에게 매스미디어에 접근해서 그것을 이용할 수 있는 권리를 보장하자는 것이다.

그런데 논자에 따라 매스미디어에 대한 접근권을 광범위하게 정의하기도 하지만, 이 글에서는 미국의 헌법학자인 제롬 배런(Jerome. A. Barren)의 견해를 따르기로 한다. 그는 접근권의 구체적 내용으로서 첫째, 신문에 있어서 정보소비자가 차별없이 의견광고(editorial advertising)를 할 수 있는 권리의 보장 둘째, 반론을 제기할 수 있는 권리의 보장을 제시했다.

그런데 의견광고란 유료로 정보소비자의 의견을 게재해 주는 방법이긴 하나 이용자에게 커다란 경제적 부담을 준다는 결점이 있다. 그리고 무료로 매스미디어를 통해서 의견을 전달하는 방법으로는 독자투고란을 활용하는 방법이 있다. 이 방법은 경제적 부담이 없다는 점에서 유리하지만, 게재여부가 매스미디어 측에 의해서 취사 선택된다는 단점이 있다.

한편, 반론권은 찬반의견이 갈라져 있는 어떤 쟁점에 대해서 자신의 주장을 무료로 매스미디어를 통해서 발표할 수 있는 권리를 말한다. 반론권에 대한 구체적인 문제는 후술하는 정정보도청구권에서 다루기로 하겠다.

3. 민 · 형사상의 권리

정보소비자가 매스미디어를 상대로 제기할 수 있는 민 · 형사상의 권리는 매스미디어가 헌법상으로 보장되어 있는 명예권, 사생활권, 초상권, 성명권을 침해했을 경우, 청구할 수 있는 권리이다. 이 경우는 앞에서 논의한 알 권리나 미디어에의 접근권과는 달리 매스미디어의 잘 · 잘못을 법으로서 그 책임을 묻는 경우이다.

명예훼손은 민 · 형사상으로 책임 추궁할 수 있도록 되어 있는데 형법의 적용은 사회법익의 보호에 목적이 있는 반면 민법의 적용은 개인의 법익보호가 목적이다. 형법 제 309 조는 사람을 비방할 목적으로 출판물에 의하여 공언히 사실이나 허위의 사실을 적시하여 사람의 명예를 훼손한 경우에 적용된다. 그러나 형법 13 조에서는 공언히 사실을 적시하여 사람의 명예를 훼손한 경우 그 사실이 진실이며 오로지 공공의 이익에 관한 것일 때에는 처벌되지 않는다고 규정되어 있어 언론의 면책사유를 밝혀놓고 있다. 그러나 명예훼손에 대한 언론의 민사상의 책임과는 달리 주의결여와 같은 과실의 경우에도 불법행위가 성립되어 손해배상의 책임을 지게 되어있다. 그러나 명예훼손의 혐의를 받고 있는 언론보도가 오보라 하더라도 진실이라고 믿을만한 상당한 이유가 있을 때에는 면책된다.

사생활권은 「외부로부터 아무런 간섭을 받음이 없이 자기 스스로가 마음대로 생을 영위할 수 있는 권리」로 정의되는데 매스미디어가 정보소비자 개인의 사생활을 함부로 공표하거나, 본인의 동의 없이 함부로 사진을 촬영하거나 도용했을 때, 또한 성명을 함부로 사용할 때에는 진실성 여부에 관계없이 법의 저촉을 받는다. 우리나라에서는 제 5 공화국(헌법 제 16 조)에 와서 최초로 개인의 사생활권이 명문화되었다. 언론의 자유가 헌법상으로 보장되는 기본권의 하나인 것처럼 정보소비자의 명예권이나 사생활권 역시 헌법상 보호를 받는 권리 내지는 이익이다. 그러므로 언론침해에 대한 정보소비자의 권익구제 문제는 거대한 매스미디어와 일개 정보소비자 사이에 존재하는 엄청난 힘의 차이를 고려해서 해결되어야 하되, 그것이 결코 언론의 자유를 제약하는 요소가 되어서는 안된 다는 점에서 상호간의 이익을 균형 있게 참작해야만 한다는 어려움이 있다. 비교적 정보소비자의 권리의식이 발달해 있는 미국이나 일본에서는 언론침해에 대해 손해배상금이나 위자료를 청구함으로써 자신의 권익을 회복하고자 하는 경향이 짙다. 그러나 한국의 경우 권리의식의 미약이라는 문제도 있겠지만 대체로 정보소비자들은 막대한 힘을 가진 매스미디어를 상대로 법정투쟁을 통해 자신의 권리를 회복하고자 하는 예가 드물다 그러나 매스미디어가 아무리 막대한 영향력을 가지고 있다 하더라도 언론보도로 인해 자신의 권익이 침해되었을 때에는 법적으로 책임을 물을 때 민주사회에서의 시민으로서의 지위를 획득하게 될 것이고 한편으로는 언론사로부터 진실되고 정확한 정보를 들을 수 있게 되리라고 본다.

4. 정정보도청구권

정정보도청구권이란 정기간행물과 방송에 공표된 사실적 주장에 의해 피해를 받은 자가 그 공표 후 일정기간 내에 정기간행물의 발행인이나 또는 방송국의 장이나 편성책임자에게 정정보도의 게재 또는 방송을 청구할 수 있는 권리를 말하는 것으로 1980년 12월 31일에 공포된 언론기본법에 의해 정보소비자에게 부여된 권리이다. 언론보도에 의해 피해를 입었다고 주장하는 자가 매스미디어를 상대로 앞에서 논의한 민·형사상의 책임을 물을 수 있으나 굳이 정정보도청구권을 따로 인정한 것은 다음과 같은 배경에서 이루어진 것으로 본다. 민·형사상의 구제제도는 언론의 고의 또는 과실과 피해자측의 손해를 요건으로 하고 있어 문제해결의 어려움이 있을 뿐만 아니라, 소송절차에 따른 시간과 소송비용의 부담이 있고 신속한 구제가 이루어지지 못한다. 그러나 정정보도청구권에 의한 구제는 이러한 문제점을 해결해 주고있다.

정정보도청구권은 정보소비자가 무료로 의견을 게재 또는 방송토록 청구할 수 있다는 점에서는 서구의 반론권과 유사하지만 서구의 반론권이 사실적 주장의 진위와 관계없이 피해자의주장을 게재 또는 방송해 주는데 반해, 정정보도청구권은 정당한 이익이 있는 경우에 한해서만 인정되므로 정정보도청구권은 언론사에게도 편집상, 지면상의 부담이 적은 제도라고 볼 수 있다.

IV. 정정보도청구권과 언론중재위원회

위에서 언급한 바와 같이 정정보도청구권은 정보소비자가 누릴 수 있는 권리가운데 하나이다. 그러나 이 권리를 행사할 수 있는 사람은 정보소비자 중에서도 언론으로부터 피해를 받은 당사자 또는 법인 등에 한정된다는 점에 유의 해야한다. (언론 기본법 제 49 조)또한 정정보도청구권에 대한 행사는 언론중재위원회를 거치지 아니하고는 법원에 직접 제소할 수 없다. 따라서 언론중재위원회에 대해 개괄적으로 살펴 보기로 한다.

1. 언론중재위원회의 설립배경 및 기능

언론은 국민의 여론을 대변하는 공익기관으로서 그 사명을 수행해 왔으나 언론기관의 독점화, 거대화, 집중화, 그리고 기업성으로 인한 과당경쟁현상이 일어나게 되었다 그 결과 언론의 부정적 기능에 대한 비판이 고조되어 언론의 사회적 책임이 강조되게 된 것은 주지의 사실이다.

언론의 부정적 기능 중에서도 문제제기가 되는 것은 오보, 허보 등에 의해 서 발생하는 개인법익 또는 사회법익에 대한 침해이다, 이러한 논과 개인법익 또는 사회법익과의 마찰을 해결하는 방법은 법정투쟁을 통해서 형사상의 책임, 민사상의 위자료 및 손해배상청구 등이 있으나 반론권에 입각한 정정보도의 형태로도 해결될 수 있다.

언론사와 개인 또는 법인간의 법정투쟁은 많은 시간과 비용이 소요되기 때문에 언론사 또는 피해당사자 모두에게 그렇게 바람직한 권리행사가 되지 못했다고 하겠다. 그러므로 피해자가

신속하게 권익을 회복할 수 있고, 언론사가필요이상의 시간적, 금전적 낭비를 줄이고서도 마찰을 해결할 수 있는 방법이 언론중재위원회의 중재업무라고 하겠다.

이러한 중재제도는 선진외국에서는 이미 오래 전에 설치되어 운영되고 있다. 그 효시는 1916년에 스웨덴에 설치된 신문 평의회이다. 스웨덴은 그 후 1967년에 현직 판사인 프레스 옴부즈만을 두어서 자체적으로 언론의 침해 사실을 감찰, 견책하고 있다. 견책 받은 신문, 또는 정기간행물은 옴부즈만이 견책문을 발표한 후 10일 이내에 제일 먼저 발행되는 지면의 현저한 위치에 견책문 전문을 게재해야 하며 그것을 삭제 또는 지연시키지 못한다. 그 외에도 영국의 신문평의회(1952년), 서독의 신문평의회(1955년), 덴마크의 신문평의회(1938년), 일본의 신문평의회(1946년) 등 세계각국에는 33개(1968년 현재)의 기구들이 있다. 위에서 살펴본 각국의 구제제도의 기능과 현황을 볼 때, 언론중재위원회가 제 5공화국의 출범과 함께 설립된 것은 당연한 귀결이라고 하겠다.

언론중재위원회는 언론기본법 제 50조에 근거하여 1981년 3월 31일에 설립되었다. 그 기능은 언론보도에 의해서 침해받은 개인 또는 법인과 언론과의 충돌을 적절하게 중재함으로써 당사자들이 법정투쟁을 통하지 않고서도 그들 간의 이해관계를 균형있게 처리하는 것이다. 언론중재위원회가 외국의 제도와 독특하게 다른 점은, 외국의 제도들이 반론권이란 광범위한 개념에 근거를 두고 있는 반면에 우리나라의 언론중재위원회는 협의의 반론권에 근거를 두고서 피해당사자만이 정정보도청구권을 행사할 수 있도록 했기 때문에 자유로운 언론보도를 보장하고 있는 것이라고 하겠다.

언론중재위원회의 구성은 지방법원 관할구역단위로, 서울에 4개 중재부 그리고 지방의 각 도청소재지에 9개 중재부 등 모두 13개 중재부가 있다. 그리고 각 중재부는 3인의 중재위원으로 구성되는데 중재부장은 현직 법관이며 나머지 2인은 교수, 전직언론인 또는 사회저명 인사이다.

2. 언론중재위원회의 중재업무현황

(1) 중재처리건수

81년 3월 31일에 발족된 언론중재위원회는 2년여 동안(83.6.7 현재) 총 108건의 중재신청을 접수, 처리했다. 중재처리 결과 합의가 이루어져 매체가 정정해 준 것이 전체의 31%인 34건, 불 성립이 32%인 35건, 그리고 취하가 31%인 33건으로 나타났다. 침해유형 별로는 명예 및 사생활침해가 전체의 72%인 78건, 신용훼손이 22%인 24건, 저작권 침해가 6%인 5건이며, 대상매체는 일간신문이 전체의 55%인 59건으로 가장 많으며, 방송이 15%인 16건, 그리고 주간지가 11%인 13건으로 나타났다. 또한 언론중재위원회에서 중재가 불성립되어 법원에 정정보도청구신청을 낸 사건은 모두 11건으로, 이 가운데 2건이 1심에서 원고 승소, 4건이 기각이었으며, 취하가 1건, 현재 계류중인 것이 4건이다

(2) 중재처리결과

① 정정보도청구권이 있는 자 또는 그 대리인은 서면으로 중재신청을 해야 된다. ② 분쟁 된 공표가 있는 후, 1 개월 이내에 언론중재위원회에 중재신청을 할 수 있고, 피해자가 언론사에 직접 청구한 사실이 있는 경우에는 언론사에 청구한 날로부터 14 일 이 내에 신청해야 된다. ③ 중재신청사건은 접수된 후 14 일 이내에 처리된다. ④ 중재신청사건이 14 일 이내에 당사자간에 항의가 이루어지면 재판상 화해와 동일한 효력을 가지며, 이 기간동안에 합의 이루어지지 않으면 불성립으로 간주된다. ⑤ 중재가 불성립된 경우에는 그 날로부터 14 일 이내에 법원에 정정보도청구의 소를 제기할 수 있다. ⑥ 언론중재위원회를 거치지 아니하고는 법원에 정정보도청구를 신청할 수 없다.

(3) 정정보도청구권의 성립요건

① 정정보도청구권을 행사할 수 있는 자는 자연인과 법인은 물론이고, 권리능력이 없는 사단이나 재단도 소송법상 당사자능력이 인정되면 된다.(민사소송법 제 48 조) ② 정정보도청구권 행사의 대상은 정기간행물과 방송의 보도로서 이들의 보도에 관한 한 그 편집형식이나 공표방법에 관계없이 사실적 주장이 포함되어 있으면 그 대상이 된다. ③ 피해자가 바라는 정정보도문의 내용이 명히 진실에 반하는 경우, 상업적 광고만을 목적으로 하는 경우, 위법한 내용을 포함하는 경우, 그리고 적절한 범위를 초과한 경우 등에는 정당한 이익이 없다.

V.결론

현대와 같은 고도의 정보사회에서는 국민생활의 전영역이 정보제공 없이는 유지될 수 없을 정도로 정보가 중요한 요소로 되어있다. 그런데 이러한 정보제공을 매스미디어가 거의 담당하고 있다는 점에서 오늘날 매스미디어가 안고있는 문제점을 파악해 보는 작업은 매우 중요하다고 하겠다.

과거의 언론은 국민여론의 대변자라는 측면에서 그 공적 역할이 중요시 되어 왔으나 언론이 거대화, 독점화됨으로써 부정적인 측면을 노정해 왔다는 점이다. 이러한 부정적인 측면은 고전적인 의군에서의 언론의 자유를 재평가해야 할 정도로 심각한 것이어서 그 막대한 책임이 요청되고 있다. 매스미디어로부터 정보의 대부분을 제공받는 정보소비자로서는 유해한 정보, 편파적인 정보, 권익을 침해하는 정보를 판별하여 선택할 필요가 있는 것이며, 정확하고 공정한 정보를 얻기 위해서는 그들의 권리를 주장하거나 언론의 침해적인 정보를 견제할 수 있는 운동을 적극 벌일 필요가 있다.

본고에서는 정보소비자운동이라는 측면에서 정보소비자가 언론사를 상대로 요구하고 주장할 수 있는 제권리에 대해 알아보았다. 특히 이들 제권리 중에서도 정정보도청구권은 언론침해에 대한 정보소비자 개인이나 법인의 권익을 보호해 주고, 언론의 신뢰도를 높인다는 점에서 그 의의가 클 것으로 사료된다. 결론적으로 보면, 정보소비자가 바람직한 정보환경에서 생활할 수 있기 위해서는 항상 비판의식과 참여의식을 가지고 임해야 한다는 점이 중요하다고 본다.

- 이화여자대학교, 미국 아메리칸대학 신문학 연부
- 한국일보 논설위원, 여기자 클럽회장, YWCA 연맹이사 역임
- 현재 한국소비자연맹 회장, 언론중재위원회위원