

2005년도 정기세미나 토론내용 요약

송영천 서울 제2중재부장의 사회로 진행된 토론에서 참석자들은 포털 저널리즘의 이론적 개념과 현황, 포털사이트의 뉴스서비스를 둘러싼 법적적 쟁점과 그 문제점, 공급자로서의 언론사와 유통자로서의 포털 간의 관계설정 문제, 포털사이트에서의 정정보도 및 반론보도의 형식 문제, 급변하는 사회 및 미디어, 정보통신 환경에 대응해 실제적이고 효과적인 피해구제를 실시하기 위해서 언론중재제도가 어떻게 변모해야 할 것인가 등에 관한 광범위한 논의를 펼쳤다. 주요 내용은 다음과 같다. 편집자 주

제1주제 토론

박정용(네이버 미디어유닛장) : 이용자들은 포털뉴스를 굉장히 선호하고 있습니다. 반면 신문업계나 언론계 종사자들은 저희 포털에 대해 거의 일방적인 비난을 하고 있는 상황인 것 같습니다. 그런데 오늘 황 교수님이 포털에 대한 장점과 단점을 적절하게 얘기해주셔서 충분히 공감을 하고 있습니다. 단점으로 지적해주신 부분들에 대해서 포털뉴스 담당자로서 굉장히 많은 책임을 느끼고 공감하는 측면이 있습니다.

포털 저널리즘, 즉 포털 뉴스의 특징에 대해서 몇 가지 개인적인 생각, 주제를 정리해봤습니다. '포털뉴스는 선정적이다', '포털뉴스는 신문산업의 적이다', '포털뉴스가 저널리즘을 훼손하고 있다', '과다한 댓글 기능의 폐해처럼 인터넷의 역기능을 포털뉴스가 조장하고 있다' 등의 네 가지 정도가 포털뉴스에 대한 대략적인 비난의 핵심 또는 비판의 핵심이라고 할 수 있을 것 같습니다.

첫째, '포털뉴스는 선정적이다'라는 지적에 흔히 따라오는 사례가 '가장 많이 본 기사'에 있어서 연예기사 비율이 높다는 것입니다. 포털뉴스는 대체로

포털사이트의 메인페이지에 오른 내용을 이용자들이 클릭을 해서 보게 되는 방식입니다. 그런데 네이버 같은 경우 메인페이지에 연예나 스포츠 등의 엔터테인먼트 기사를 절대 3분의 1 이상 노출하지 않는다는 편집규약을 정하고 이를 따르고 있습니다. 그리고 언제나 헤드라인은 정치·경제·사회 기사로 채워집니다. 그럼에도 불구하고 가장 많이 본 기사의 1위부터 10위까지가 연예 기사인 이유는 연예 기사는 굳이 키우지 않아도 포털뉴스를 이용하는 이용자들이 다 찾아내서 보기 때문입니다. 포털뉴스는 종합일간지가 아닙니다. 포털뉴스는 종합일간지의 성격도 있지만 경제지의 성격도 있을 것이고 스포츠지의 성격도 있는, 어떻게 보면 종합방송적인 콘텐츠 특성을 가지고 있습니다. 포털뉴스가 연성화된 기사나 선정적인 기사를 공급한다고 비판을 받는데 엄밀히 말하면 포털은 기사를 생산하지 않습니다. 포털뉴스의 선정성에 대해 비판을 하기에 앞서 어느 언론이 어떤 선정적 기사를 생산하는지에 대해 구체적으로 비판하는 것이 필요하다고 봅니다. 이용자의 포털뉴스 이용 패턴과 포털뉴스가 공급받은 기사를 편집하는 것에는 큰 차이가 있기 때문에 이 둘을 구분해서 사고해야 한다고 생각합니다.

둘째, '포털뉴스는 신문산업의 적이다'라는 비판이 있습니다. 저는 신문산업과 포털은 산업적인 측면에서 봤을 때 굉장히 중요한 경쟁관계라고 생각합니다. 그런데 여기서 공통의 딜레마를 찾을 수 있다고 생각합니다. 네이버는 하루에 1300만 명이 방문합니다. 그리고 네이버 뉴스는 하루에 350 ~ 400만 명이 방문합니다. 하루에 1억 페이지 뷰, 즉 약 400만 명이 25페이지 정도를 매일 와서 읽고 갑니다. 만약 포털뉴스를 온라인 뉴스에 포함시킨다면 한국에서 가장 많은 사람이 방문하는 온라인 뉴스가 바로 네이버 뉴스일 것입니다.

그리고 포털에서 뉴스 파트는 수익 부서가 아니어서 영업팀이 없지만 네이버에는 광고영업팀이 있기 때문에 광고가 포털로 많이 집중됩니다. 그런데 대한민국에서 가장 많은 방문자수와 가장 많은 페이지 뷰를 내고 영업도 가장 잘되는 네이버 뉴스에서 (인건비나 서버 비용 등을 제외하고) 1년 동안 오로지 언론사에 지급하는 콘텐츠 비용과 1년 동안의 광고 수익을 비교해보면 적자입니다. 네이버는 돈을 벌지만 네이버 뉴스는 적자임을 이해해달라는 이야기가 아닙니다. 이는 근본적으로 공통의 딜레마, 즉 인터넷 뉴스 전반과 넓게 보면 한국 신문 산업의 기형적 구조에 대한 증명이라고 생각합니다. 기본적으로 뉴스 콘텐츠가 B2B가 됐든 B2C가 됐든 유료화되고 프리미엄화 돼서 독자들이 돈을 내고 인터넷 뉴스를 보고, 독자들이 비용을 지불하고 신문을 구독하는 구조가 되지 않으면 공통의 딜레마에 빠지게 된다는 것입니다. 포털이 신문사들에 제공하는 콘텐츠 이용료가 현재보다 월등히 높아진다고 해서 언론사들이 갑자기 이익을 남기는 구조로 변하는 것은 결코 아닐 것입니다. 이러한 부분들이 포털뉴스와 신문산업 양 측이 공통의 딜레마를 갖고 있다고 보는 이유입니다. 또 Win-Win 모델에 대한 지적에 대해 말씀드리면 사실 신문사만큼 Win-Win 모델에 대해 비

친화적인 조직이 없다고 봅니다. 포털뉴스를 담당하면서 언론사들과 Win-Win에 대해 여러 차례 이야기를 나누었지만 대부분의 신문사들은 Win-Win 관계에 대해 굉장히 폐쇄적인 모습들을 보였습니다. 이런 부분들, 즉 공통의 딜레마를 깨기 위한 부분에 있어 공동의 노력이 필요하다는 생각입니다.

공통의 딜레마를 극복하기 위한 포털업계와 신문산업 간의 공동 노력 있어야

셋째, '포털뉴스는 저널리즘을 훼손하는가'에 대해서 이야기를 드리겠습니다. 뉴스라는 것이 공중의 삶과 관련된 검증된 정보이며 저널리즘은 진실보도를 추구해야 하고 공중의 삶을 지향해야 한다는 부분에는 100% 공감합니다. 제가 말씀드리고자 하는 부분은 선정성과도 연결되는 문제인데 포털뉴스가 연성화됐다는 비판에 대한 것입니다. 저는 연성화라는 단어 자체가 부적절하게 사용됐다고 보는데 그 이유는 그 단어 자체에 기본적으로 가치 판단이 포함되어 있기 때문입니다. 언론사 기자와 이야기를 하다보면 '연성 기사는 악이고 경성기사는 선'이라는 고정관념이 보입니다. 하지만 좋은 정치기사와 좋은 연예기사가 있고 나쁜 정치기사와 나쁜 연예기사가 있을 뿐입니다. 저는 연성화에 대한 부분에 있어서 가치 판단을 다르게 할 필요가 있다고 생각합니다. 뉴스를 보는 관점, 어느 것이 더 가치가 있는지를 판단하는 부분에 있어서 오프라인 저널리즘의 가치판단과 온라인 저널리즘의 가치 판단은 많이 다릅니다. 가장 비근한 예로 얼마 전 오마이뉴스에서 보도했던 고(故) 노충국 씨 관련 기사가 있습니다. 오마이뉴스에서 그 사건을 가장 먼저 보도하고 이것이 포털 이용자들에 의한 여론화 과정을 거쳐 구체적인 정책적 개선에 영향을 끼쳤지만 대부

분의 오프라인 매체들은 그 기사는 보도할만한 가치가 없다는 평가를 내렸습니다.

기존 오프라인 매체의 관점과 가치판단을 통해서 포털의 뉴스서비스가 연성적이다 그렇지 않다라고 평가하는 것은 조금 무리가 있다고 보여 집니다. 신문사나 언론이 독자들로부터 신뢰를 잃고 있는 가장 큰 이유는 그동안 신문들이 독자들과 소통하는 구조가 아니라 신문사 스스로가 권력화 되고 있다라는 평가 때문입니다. 그런데 포털뉴스는 뉴스 이용의 조건 자체를 이용자가 가지고 있습니다. 물론 신문사나 정치권에서는 기존에 자신들이 주도했던 권력이 이용자들에게 넘어가는 것을 경계할 수 있겠지만 뉴스 이용의 조건을 이용자가 가지고 있는 포털뉴스는 저널리즘이나 사회 민주화라는 차원에서 굉장히 큰 의미가 있다고 봅니다. 대중의 선택이 절대 선은 아니지만, 포털뉴스가 뉴스 선택의 이용권이라든지 전반적인 저널리즘의 민주화에 기여한 측면이 있다는 것은 일정 정도 평가할 필요가 있다고 생각합니다.

발표자께서도 지적하셨듯이 포털뉴스의 가장 장점이자 단점이 될 수 있는 문제가 속보 경쟁의 폐해와 모자이크 민주주의라는, 파편적인 정보의 습득 문제입니다. 인터넷이라고 해서 정보가 무척 많아진 것 같지만 사람들은 자신이 관심있어 하는 정보만을 습득하는 경향이 있습니다. 하루에 4 ~ 50 페이지씩 인터넷 뉴스를 보는 사람들도 IT면 IT, 연예면 연예, 정치면 정치 등 자기가 관심있어 하는 기사만 봅니다. 종이신문의 경우, 신문을 읽다보면 관심이 없더라도 오늘 경제 톱은 무엇인지 등의 제목이라도 보게 되는데 인터넷 뉴스 같은 경우는 엄청나게 많아진 정보 속에서 자기가 관심있어 하는 정보만 습득하게 되는, 그런 파편화 된 정보 습득의 문제가 있다고 생각합니다. 그런 부분을 어떻게 해석해야 할지 현업에서도 굉장히 많이 고민되는 부분이 있습니다. 왜냐하면 포털뉴스의 입장에서 굉장히 많

은 사람들이 다양한 뉴스를 읽고 다양한 정보를 습득해서 나가길 원하지 절대 이 사람은 IT만보고 이 사람은 연예만 보길 원하지는 않기 때문입니다.

기존 매체의 관점을 통해 포털사이트의 뉴스서비스를 보는 것은 부적절한 판단

마지막으로 '과다한 댓글 기능의 폐해'에 대해 말씀드리겠습니다. 댓글이 많은 폐해를 낳고 있다라는 비판이 많습니다. 비판하는 분들이 이야기하시는 것 중에 지나친 댓글이나 명예훼손의 우려가 있는 게시물 등을 이용해서, 즉 인터넷의 역기능을 이용해서 포털사이트들이 돈벌이를 하고 있는 것 아니냐는 지적이 있습니다. 이에 대해서 아주 단순하게, 숫자만 가지고 말씀을 드리면 네이버 뉴스에 하루에 달리는 댓글이 5만에서 약 10만 개 정도이고 페이지뷰로 따지면 하루에 약 10만 페이지뷰 정도 됩니다. 여기에 여러 상황을 감안한다고 하더라도 댓글 때문에 발생하는 페이지뷰는 하루 500만 정도입니다. 그런데 네이버 뉴스는 하루에 1억 페이지뷰가 나는 상황에서 사실 500만 페이지뷰는 그렇게 큰 의미가 있는 숫자는 아닙니다. 또 네이버 같은 경우는 그런 댓글을 관리하거나 게시판이나 카페의 글을 모니터링하는 관리 인원이 150명에서 200여 명이 됩니다. 인터넷의 역기능을 해소해야 장기적으로 성장할 수 있다고 가장 굳게 믿고 있는 곳이 바로 포털입니다. 애초에 댓글을 없애면 되지 않느냐라는 주장도 있는데 그 이야기는 원조교제가 채팅에서 발생하니까 채팅을 없애야 한다는 논리와 비슷한 논리라고 생각합니다.

인터넷의 역기능에 관한 문제는 복합적인 문제인데 어느 하나를 지칭해 놓고 저것 때문이야라고 이야기하면 굉장히 문제가 단순화되고 쉬워 보이지만 정작 대안은 없습니다. 인터넷의 역기능은 포털 때

문이라고 말하기는 굉장히 쉽지만 제대로 된 대안이 있는 비판은 아닌 것입니다. 그리고 한 가지 재미있는 경향은 현재 댓글의 성향이 단순 욕설이나 배설의 차원을 넘어 이용자들의 의식적인 참여 공간으로까지 확대되고 있다는 것입니다. 네티즌들이 욕설만 하는 것이 아니라 어떤 사회적 이슈나 현상에 대해 참여하겠다는 의지를 가지고 댓글을 쓰는 측면이 강합니다. 이런 부분들을 어떻게 볼 것인가에 대한 전체적인 가이드라인을 마련할 필요가 있다고 생각합니다. 외국 사이트의 경우 그런 형태의 댓글이 달리지 않는다고 이야기하는데 미국이나 일본의 경우 기본적인 사회적 합의가 있기 때문에 그렇습니다. 비판을 하더라도 이런 표현은 범죄다. 이 부분은 지켜줘야 한다는 사회적 합의와 가이드라인이 분명히 있습니다. 우리나라 역시 그런 부분에 대해서 정통부가 됐든 문화부가 됐든 기타 기관이 됐든 간에 이리이러한 사례는 범죄행위고 그런 것들에 대해서 표현을 했을 때에는 표현을 한 당사자인 네티즌이 책임을 져야한다는 식의 가이드라인을 만들어야 한다는 것입니다. 과도한 댓글의 폐해에 대해 이를 해결할 사회적 합의를 만들어가는 과정으로 해석을 해야지 댓글을 규제하거나 모니터링하거나 하는 형태로는 해소될 수 없다는 문제의식을 가질 필요가 있다고 봅니다.

포털은 굉장히 복합적이고 다양한 성향을 띄고 있으므로 기존의 저널리즘 관점으로 보서는 안 된다고 이야기하는 것이 아닙니다. 분명히 포털은 언론의 역할을 하고 있는 부분이 있고 구체적으로 책임을 져야 하는 부분이 있습니다. 다만 그 부분에 대해 이용자와 소통하는 방식이라든지 독자들이 변화하는 사회적 구조라든지 하는 것과 같이 보면서 사고할 필요가 있다고 봅니다.

변희재(런아시아넷 편집국장) : 현실에서 안 되는 일은 인터넷에서도 안 되는 것이 맞다고 봅니다. 즉

현실에서 명예훼손이나 유언비어 유포가 당연히 안 되는 것이라 한다면 인터넷상에서도 안 되는 것입니다. 그런데 지금까지는 인터넷 전문가들이나 인터넷 언론인조차도 현실에서 하면 안 된다는 상식적인 일을 인터넷이라면 보다 폭 넓게 수용을 하자, 인터넷을 보다 자유롭게 내버려두자는 이런 판단들을 많이 내렸습니다. 그런데 인터넷에 대한 과도한 보호라든가 아니면 지고지순한 순결의 공간으로 놔두어야 한다는 판단 배경에는 '인터넷은 비상업적이고 많은 사람들이 스스로 참여하는 민주적인 공간'이라는 전제가 있었습니다. 사실 2000년대 초반까지는 일정 정도 맞는 부분들이 있었습니다. 인터넷 상에 아주 건설적인 비판사이트 혹은 거대 권력에 대항하는 안티사이트 등 건강한 사이트들이 많이 있었습니다. 그런데 이제부터 이야기하는 인터넷 공간들은 포털사이트가 이용 페이지뷰의 거의 절반 이상을 장악한, 자유롭고 비영리적이고 공적인 인터넷 공간이 아니라 포털에 의해 모든 클릭 수 하나하나가 돈으로 환원되는 그 어떤 미디어와 비교할 수 없을 정도로 초고도의 상업적 공간입니다. 이러한 특성을 지닌 공간에서, 현실에서는 해서는 안 되는 일을 인터넷 공간에서는 좀 더 자유롭게 해주어야 한다는 이야기는 이제 끝났다고 생각합니다. 오히려 더 상업적이고 현실보다 더 권력적인 공간이기 때문에 궁극적인 감시와 관리가 필요하다고 봅니다.

포털뉴스는 이제 거대 권력화보다 철저한 관리와 감시 필요

신문법이 제정되면서 또 공정거래법 등을 통해 종이신문에 대해 규제가 많이 강화됐다고 봅니다. 신문구독을 미끼로 경품을 제공하는 행위 등에 대해서 일반 사회의 여론이 아주 엄격해졌습니다. 이

제 신문하나 본다고 하면 냉장고를 준다거나 상품들을 주는 행위는 아주 파렴치하고 언론사가 해서는 절대 안 되는 행위라는 것이 지금 사회적으로 합의가 되어 있습니다. 그 뜻은 신문사들은 자본이나 기존의 네트워크망을 가지고 경쟁하기보다는 보다 질 좋은 콘텐츠, 질 좋은 기사를 가지고 독자들에게 인정을 받아라 하는 그런 사회적인 합의입니다. 그런데 포털뉴스의 성장과정, 발전과정을 보면 포털이 지금과 같은 언론권력으로 성장한 것이 더 좋은 뉴스, 기존 언론보다 더 질 높은 뉴스 때문이 아니라 기존에 있던 검색서비스, 블로그 서비스, 커뮤니티 서비스 같은 부대적인 서비스를 통해 많은 사람들이 모이니까 뉴스의 양을 늘리게 되고 그로 인해 영향력도 커지게 된 것입니다. 일간지에 대해 규제하고 있는 경품 제공 금지와 비교해 보면 포털이 훨씬 심각하다고 하는 것이, 예를 들어 포털뉴스를 의도적으로 보지 않으려 해도 포털사이트가 제공하는 메일서비스를 이용하기 위해 로그인하는 순간에 바로 옆에 제공되는 뉴스에 시선이 가고 그것을 보게 될 수밖에 없습니다. 메일을 쓸려다가 어쩔 수 없이 보게 된다는 것입니다. 이런 부분은 뉴스 콘텐츠로 승부하는 것이 아니기 때문에 일간지와 같이 규제해야 하지 않나 생각합니다.

신문법을 보면 30대 대기업과 외국계 기업이 언론사의 지분 소유를 50%이상 못하게 되어 있습니다. 그런데 기존 언론사보다 더 큰 영향력을 가지고 있는 포털은 그렇지 않습니다. 30대 대기업이나 외국계 기업의 지분 소유를 제한하는 이유는 우리의 공익과 국익에 대해서 그들이 함부로 영향력을 행사하지 못하도록 하는 그런 방어장치를 마련하기 위함인데 포털사이트의 경우 미국의 거대 기업들, 한국의 대기업들이 얼마든지 만들고 인수할 수 있습니다. 굳이 힘들게 일간지를 만들지 않더라도 포털사이트를 자본력으로 인수하면 일간지 이상의 영향

력을 가진 언론을 소유하게 되는 것입니다. 일간지에 대한 소유 지분 제한 논리를 가지고 포털사이트에 대한 대기업이나 해외 기업들의 움직임을 주시할 필요가 있습니다.

한편 포털사이트에 기사를 송고하는 기자나 편집장 입장에서 포털사이트를 보게 되면 기사를 쓰는 기자는 물론이고 편집장까지도 포털사이트의 편집방향에 길들여지게 되는 경우가 있습니다. 즉 어떻게 쓰면 포털 메인에 배치가 되고 어떤 아젠다나 이슈를 잡으면 포털 메인에서 벗어나게 되는지 두 달만 해보면 금세 감을 잡게 됩니다. 나중에는 기자나 편집장 모두 포털에 매여서 포털의 메인에 올라갈 기사나 아젠다를 고민하게 되는 일이 발생합니다. 개인적인 생각이지만 포털에서는 언론사들이 선정적인 기사를 써 보내지 않으냐고 말을 하지만 기자의 입장에서는 포털이 그 기사를 편집해주기 때문에 쓰는 거 아니냐고 반박할 수 있습니다. 이런 악순환은 양 측이 서로 조율해봐야 할 문제인 것 같습니다.

기존 매체의 규제 정도와 상응한 수준의 규제가 포털사이트의 뉴스서비스에도 있어야

포털뉴스는 수용자가 선택한다는, 포털은 수용자와 함께 만들어간다는 부분들은 자칫 잘못하면 포털의 편집은 아예 영향력이 없고 그냥 랜덤 식으로 들어가는 거라고 생각할 수 있게 하는데 그것은 아니라고 봅니다. 단적인 예를 보면, 현재 포털 피해자 모임에서 소송을 4건 진행하고 있는데 모든 신문사, 방송사, 인터넷 언론사가 다 보도했습니다. 그런데 포털의 개인정보 침해 문제, 명예훼손 문제, 이와 관련한 기자회견에 관한 수많은 뉴스가 단 한 번도 전체 포털의 메인에 배치된 적이 없습니다. 즉 클릭 수와 네티즌들이 선택한 뉴스들로 채워진다고 포털은 이야

기 하지만 포털사이트에 대해 조금이라도 위해가 되는 기사는 일체 메인에 노출을 안 시킨다는 이야기입니다. 또 포털사이트에 대해 비판적인 칼럼들은 배치가 안 됩니다. 당연히 편집권을 포털이 가지고 있으면 포털은 포털의 사업에 이익이 되는 방향으로 편집할 수밖에 없는 것이고 그것은 편집권력의 남용과도 연결되는 문제로 확대될 수 있다고 봅니다.

황용석 교수(발표자) : 포털뉴스의 선정성에 대한 문제를 제기하는 중요한 이유 중에 하나는 첫째, 편집 특히 제목을 다는데 있어서의 선정성 문제 때문입니다. 포털뉴스에서 제목은 종이신문의 제목보다 훨씬 짧게 만든 제목들을 배치하는 경향이 있습니다. 그래서 기사에 달린 덧글들을 읽어보면 제목과 글 내용이 서로 다르다는 이야기가 많습니다. 신문사나 방송사에서 제목을 만드는 것은 뉴스에 대한 하나의 프레임을 만드는 것입니다. 신문에서의 프레임은 리드 기사와 제목을 통해서 나타나는데 이것이 포털뉴스에 의해 편집되는 과정에서 언론사가 가지고 있는 뉴스의 프레임들이 재해석 되거나 새롭게 쓰여 배치가 되고 이것이 그 신문의 콘텍스트나 맥락하고 안 맞는 경우가 상당히 많습니다. 특히 포털뉴스의 제목들은 수용자들에게 상당히 많은 관여를 일으킬 수 있는 형식으로 작성됩니다.

**포털뉴스에 의한 편집과정에서 기존 뉴스들의
프레임들이 재해석되거나 새롭게 쓰여
원 맥락과 맞지 않게 되는 경우 생겨**

그리고 포털뉴스가 연예 콘텐츠 정보의 아주 중요한 소비처가 됨으로 인해 아주 짧은 기간 안에 집중적으로 연예 콘텐츠를 포털에 제공하는 소규모 미디어 사들이 많이 늘어났습니다. 이들은 직접 취재가 아니라 간접 취재를 통해서 뉴스를 재가공하는 그런

콘텐츠들을 포털에 굉장히 많이 공급하고 있습니다. 그런 부분도 한 번 말씀드리고 싶었습니다.

또한 포털이 신문산업의 적이나 아니냐는 문제는 박 유닛장님이 말씀하신 것처럼 민감한 부분이고 복잡한 내용이 있습니다. 신문이 콘텐츠를 유료화하지 못하는 이유에는 여러 가지가 있습니다. 가장 근본적인 이유는 우리나라 신문시장이 수요보다 공급이 과도하게 많기 때문입니다. 또 공급되는 콘텐츠들 중 상호 중복되는 것들이 너무 많기 때문에, 즉 대체제들이 너무나 많기 때문에 생기는 문제들이 있습니다. 가격 협상력이라든가 포털에 대해 제공하는 협상력 측면에서도 많이 뒤처지는 측면이 있습니다. 이러한 부분들을 단순히 신문의 문제라고 말하기 보다는 포털이 이미 상당히 중요한 하나의 소비 창구가 되고 있음을 감안해 볼 때 다른 측면에서 Win-Win 모델이 구성될 수 있다고 생각합니다. 현재 언론사와 포털은 'Turn - Key' 방식으로 계약을 해서 뉴스 콘텐츠들이 포털사이트가 제공하는 50개 이상의 서비스 안에서 마음대로 재가공 할 수 있도록 되어 있습니다. 또한 아직까지는 이용기간의 제약없이 이용할 수 있게 계약이 되어 있습니다. 이는 공급자가 많기 때문에, 즉 약자 계약을 했기 때문에 그렇습니다. 그러다보니까 구글처럼 덤핑크를 이용해서 그것을 누르면 해당사이트로 이동하는, 말 그대로 관문 기능을 해주면서 개별 신문사의 트래픽이 같이 올라가는 방식이 아니라 언론사로부터 뉴스를 사와서 그것이 네이버 뉴스나 다음 뉴스로 전환이 되는, 하나의 소재화 되는 구조를 갖고 있는데 이것이 결국은 사업자 측면에서 보면 콘텐츠의 브랜드 가치와 신문의 브랜드가 매몰되는 현상으로 나타납니다. 신문사는 자사의 브랜드가 가장 중요한데 그 브랜드가 매몰되고 또 우리나라 신문시장은 브랜드 경쟁을 인터넷에서 할 수 없는 그런 구조로 가고 있기 때문에 덤핑크를 한다면 적어도 뉴스

를 제공할 때 기사를 제공한 뉴스 회사로 옮겨갈 수 있게끔 개별 언론사의 고유로고를 달아준다든가 하는 방법 등이 필요합니다. 뉴스가 어디로부터 제공되는가는 수용자들에게는 굉장히 중요합니다. 따라서 독자 입장에서 이 뉴스의 브랜드를 보고 스스로 판단할 수 있게끔 하는 그런 장치가 개별 기사 페이지에서 콘텐츠를 제공하는 사업자와 공급자 간의 일종의 Win-Win의 한 방법이 될 수 있지 않을까 생각합니다. 법적인 차원이나 협상의 차원에서 보면 당연히 공급이 많기 때문에 그것에 맞춰 계약을 하는 것 자체가 문제되지 않겠지만 장기적으로 봤을 때 결국은 상호 트래픽이 같이 올라가고 뉴스 콘텐츠의 유입과 유출에 있어 일정 정도의 비율이 지켜질 수 있도록 하는, 콘텐츠 산업의 전반적인 질적 향상 그리고 좋은 콘텐츠와 나쁜 콘텐츠에 대한 차별화를 어느 정도 가져올 수 있게 하는 유통의 방식들이 필요합니다. 프리미엄 콘텐츠와 저질의 콘텐츠가 한 무더기로 가는 것은 독자에게 있어서도 바람직한 서비스가 아닙니다.

저널리즘의 가치를 훼손한다는 부분에 있어서 모든 복잡한 상황을 일반화해서 '포털이 저널리즘의 적이다' 라고 말하는 그런 논의는 반대합니다. 저널리즘의 가치를 훼손한다는 측면이 아니라 포털이 저널리즘의 기능을 수행하면서도 막강한 영향력에 관한 책무와 고민이 상대적으로 적다는 부분을 봐야 합니다. 예를 들어 굉장히 중요한 이슈에 대해 댓글이 여러 개 달리면 이것은 절대로 합리적인 토론이 되지 않습니다. 중요한 사안을 다룰 때 적어도 언론적 기능을 수행한다면 전문가들이 사실과 그렇지 않은 것을 구분해줘야 합니다. 팩트가 아닌 것을 삭제해줘야 하는데 그대로 방치를 하니깐 그 자체가 미디어 공간이기 때문에 이용자들은 팩트가 아닌 댓글을 놓고 끊임없이 확산을 시키는 것입니다. 또 중요한 핫이슈 같은 경우에는 전문가가 토론을

조절하고 조정하는 그런 기능도 미디어의 기능 중 하나입니다. 뉴스의 아젠다 배치 부분에 있어서도 편집의 역할들이 필요하고 편집의 공적인 가치들을 회사 내 하나의 뉴스룸 속의 에디터들이 점검해야 하는데 우리나라 대부분의 포털은 그것을 뉴스룸의 편집정책으로 보지 않습니다. 그런 전반적인 것들이 결과적으로 저널리즘의 훼손이라는 현상적인 측면으로 나타나고 결국 콘텐츠를 관리하고 공급하는 측면에서의 책임도 상당 부분 있지 않나 하고 생각합니다. 따라서 부정적인 외부효과, 즉 과도한 속보 경쟁이라든가 포털뉴스의 메인에 진입하기 위한 뉴스 아이템끼리의 경쟁과 같은 부작용을 막기 위한 경영과 편집정책들이 명시적으로 있어야 한다는 것 그리고 포털뉴스사들이 뉴스 CP들, 뉴스공급자들과 뉴스 편집 정책과 뉴스 제공 그리고 편집 제목을 다는 것에 대한 세미나나 워크숍 등을 해나가는 것과 같은 조율 과정이 분명히 필요합니다. 이제는 포털 스스로 사회적 책무나 공적인 책임감을 가져야 할 시점이 충분히 됐고 그런 것에 대한 장치들을 공급자와도 해야 하고 수용자들과도 해야 합니다.

포털뉴스사들도 사회적 책무나 공적인 책임을 다하려는 인식 갖춰야

왜 우리나라의 댓글 문화가 심각한 수준이나 하는 지적에 대해서는 전반적으로 사회적 규범의 문제와 함께 법의 권위가 없고 법 집행에 대한 사람들의 기대효능감이 약하기 때문임을 원인으로 들 수 있겠습니다. 저작권이나 명예훼손 부분들이 점점 강화가 되고 있기 때문에 이런 법에 대한 권위가 서면 댓글로 인한 문제가 상당 부분 줄어들 수 있지 않을까 하는 생각이 듭니다.

그리고 변희재 국장님이 말씀하셨던 것 중에 포

털서비스와 신문의 경품을 비교하는 것은 조금 맞지 않는다고 생각합니다. 왜냐하면 포털은 콘텐츠나 서비스를 중심으로 해서 경영을 하는 것이고 신문의 경품이라고 하는 것은 콘텐츠와 무관한, 서비스와 무관한 일이고 불공정 행위입니다. 그래서 조금 다른 차원에서 그 문제는 봐야 할 것 같습니다.

포털뉴스를 수용자가 만들어 간다는 것은 결국 수용자의 니즈 중심으로 상품이 만들어진다는 것을 의미한다고 생각합니다. 그러니까 수용자 욕구 중심의 소비가 가속화 된다는 이야기입니다. 하지만 기존의 신문이나 방송을 통해 100년 200년에 걸쳐 만들어 온 저널리즘 규범이 사회 전반에 있어 중요하다고 생각합니다. 아젠다 세팅에 대한 많은 논란이 있지만 저널리스트가 우리에게 이것이 중요하다고 뽑아주는 게이트키퍼가 훨씬 더 균형적인 식사라고 생각합니다. 그래서 결국은 저널리스트가 제공해주는 뉴스의 밸류와 수용자가 선택하는 밸류들이 균형을 이룰 수 있으면 무척 이상적이지만 지금은 수용자가 자신이 원하는 뉴스를 선택하므로 인해서 나타나는 것이 결과적으로 외부효과, 즉 연성화 된 뉴스의 증가로 나타나지 않거나 생각합니다.

민경중(CBS 노컷뉴스 부장) : 지난 98년, 야후 사장이 앞으로 야후가 기존 언론사보다 더 강력한 힘을 가질 수도 있다고 이야기 했을 때 많은 기자들이 웃어 넘겼습니다. 그런데 불과 5년 만에 상황은 완전히 바뀌어 있습니다.

포털이 가지고 있는 그 권력 저널리즘이 스스로 원해서 생긴 것인가 아니면 의도적인 방향으로 갔던 것인가, 저는 그 부분은 학자들이 부지런히 연구를 해야 할 대목이라고 생각합니다.

기사를 공급하는 언론사들이 많은 반성을 해야 한다고 생각합니다. 포털에게 너무 무차별적으로 콘

텐츠를 제공하고 검증없이 행동했던 부분들은 분명 반성해야 합니다. 이를 포털에게만 책임을 돌릴 수 있느냐 하는 문제는 언론인들이 냉정하게 반성해 봐야 한다고 생각합니다.

결론적으로 말씀드려서 포털사이트의 에디터들에게 연수도 받고 객관성을 가져라라고 강요만 할 수 있는가 하는 부분은 기사를 생산하고 있는 언론사에서조차도 연수가 제대로 이루어지지 않고 있음을 떠올려 볼 때 포털사이트의 에디터들에게 연수가 이루어지지 않았다고 일방적으로 매도할 수 있는지 의문이 듭니다. 포털사이트를 옹호하자는 차원이 아니라 현실적으로 대안을 마련해나가는 측면에서 이 논의의 장이 하나의 출발점이 되었으면 합니다.

기존의 언론사와 언론인들 역시 냉정하게 돌아보고 반성해야

한상곤(대전중재부 중재부장) : 포털사이트에 관한 법적인 부분에 대해 몇 가지 말씀을 드리겠습니다. 첫째, 언론법적인 측면에서 볼 수 있습니다. 편집권의 독립, 편집자의 윤리, 수용자에 의해 정해지는 기사 방향 등에 대한 부분을 어떻게 통제하고 그에 대한 책임은 어떻게 지울 것이냐 등이 언론법적인 관점에서 논의해 볼 수 있는 문제인 것 같습니다. 둘째, 민·형사상 손해배상에 관한 책임이라고 하는 부분, 명예훼손 등의 부분입니다. 포털사이트의 댓글 등을 통해 이루어지는 문제에 대해 어떻게 민·형사상 책임을 지울 수 있을 것인지, 명예훼손에 대한 책임은 어떻게 부과할 것인지 등이 논의될 수 있을 것입니다. 세 번째는 경제법적 문제라고 하겠습니다. 우선 포털사이트라고 하는 부분이 하나의 시장인지 그렇다면 이 시장을 지배하고 있는 몇 개의 사이트를 시장지배적 사업자로 보고 이에 대한 규제가 공정거래법상으로 어떻게 적용될 수 있는 것이냐, 포

털사이트 운영자가 시장지배적 지위를 이용해서 뉴스의 영역으로까지 들어와서 이 부분에 대한 사이트를 지배했을 때 그런 부분이 불공정 거래 행위는 아니지 않으나 라는 부분들은 논쟁의 여지가 있다고 보여 집니다. 포털사이트의 뉴스서비스도 하나의 시장으로 볼 수 있는 것인지 그렇다면 이 시장에서의 영향력있는 시장지배적 사업자가 불공정성이라고 하는 부분에서는 시장지배적 사업자의 권한 남용 문제라든지 등의 측면을 생각해 볼 수 있을 것이라고 생각합니다.

임경숙(경남중재부 중재위원) : 언론중재위원회에서 포털 저널리즘에 대해 다루게 된 것은 무척 고무적인 일이라 생각합니다. 건강한 사회를 이끌어 가기 위해서는 언론의 역할이 무척 중요하다고 봅니다. 포털사이트의 뉴스서비스로 인한 역기능에 대한 대책이 많이 필요하며 언론중재위원회의 책임도 그만큼 무거워진다고 생각합니다.

황 교수님이 말씀하신 포털사이트의 역기능에도 불구하고 이 시대를 이끌어 갈 많은 이들이 포털사이트를 이용할 것이기 때문에 그 역기능을 해결할 수 있는 대책이 필요하다고 봅니다.

정진건(매일경제신문 사회부 차장) : 포털뉴스와 기존 언론의 가장 큰 차이점은 진실성을 얼마나 담보할 수 있느냐 그 부분이 아닌가 생각합니다. 포털을 보면 뉴스와 뉴스를 가장한 글이 구분이 안 되는 경우가 굉장히 많습니다. 그 부분에 대해서 포털이 과연 나중에 법적인 책임을 어떻게 져야 할지 의문이 있습니다. 그리고 카페나 블로그를 통해서 뉴스를 가장한 글들을 올리는데 이런 것들이 사회적 문제로 비화될 수도 있습니다. 이러한 것들이 뉴스로 인식되어서 퍼져나가게 될 우려도 있는데 그런 부분에 대한 검증장치가 없는 것은 아닌지, 이에 대해

서는 포털이 책임있는 행동을 해야 하는 것은 아닌지 하는 생각이 듭니다.

덧글 관련해서도 많이 논의가 됐는데 덧글에 대해 소송이 제기됐을 때 쓴 사람만 책임을 물어야 할지 아니면 포털까지 책임을 져야 하는지도 생각해 볼 필요가 있습니다. 결국은 덧글을 쓰는 사람도 명예훼손적인 내용을 작성하지 않도록 포털이 그 부분에도 관심을 가져야 할 것입니다.

포털이 살아남기 위해서는 진실성있는 기사를 어떤 식으로 끌고 갈 것이냐 하는 부분이 굉장히 중요할 것이라 생각합니다. 그리고 공존을 위해서 포털도 진실성있는 기사에 대해서는 그만큼 가치를 제공하고 그에 상응하는 대가를 치러야 하지 않을까 그리고 그 부분이 기존 언론사와 포털이 공존할 수 있는 하나의 방법이 되지 않을까 판단됩니다.

황용석 교수(발표자) : 어떤 문제에 대해 하나의 단면만을 보는 것은 문제가 있다고 생각합니다. 특히 저널리즘, 커뮤니케이션 영역에서는 현상의 원인을 하나의 대상으로 일반화시킬 때는 큰 문제가 생길 수 있습니다.

그리고 좋은 결론을 이끌어내기 위해서는 더 많은 경험적 자료들을 쌓아야 한다고 생각합니다. 특히 포털 스스로 책임있는 자세로 CP들과 문제들을 찾아가는 자리를 마련했으면 합니다.

포털사이트 문제의 결론적 측면만 볼 것이 아니라 과정, 원인, 공급의 문제까지 살피는 시각 가져야

그리고 부작용에 대해서는 사회적 책임이 따를 수밖에 없고 그 사회적 책임을 수행해 나가는 것은 여러 방법이 있을 것입니다. 현안을 볼 때 언론 교과서에 나오는 말이 있습니다. '사안을 볼 때 완전

성을 갖춰라'. 포털의 문제를 볼 때 부정적 외부 효과만, 결과론적 측면만 볼 것이 아니라 과정, 원인, 공급의 문제까지 다 볼 수 있는 전체적인 시각이 필요할 것 같습니다.

제2주제 토론

신찬균(서울 제4중재부 중재위원) : 포털사이트 기사에 대한 정정보도, 반론보도가 이루어진다면 어떤 형태로 할 수 있는지 궁금합니다. 시정권고의 경우 연합뉴스의 기사를 받아서 썼음에도 불구하고 그 기사가 잘못 됐을 경우 이를 게재한 신문사도 책임을 면치 못하는데 포털사이트에서는 어떻게 적용되는지 궁금합니다.

양삼승 변호사(발표자) : 오프라인 신문의 경우를 그대로 대입하면 되지 않을까 생각합니다. 만약 어떤 신문에서 연합뉴스의 기사를 받아 그대로 게재했는데 그 기사가 잘못된 것이었다면 당연히 그 신문사에서 정정보도나 반론보도를 해야 합니다. 왜냐하면 연합뉴스로부터 받은 기사에 대해 해당 신문사는 취사선택할 권한과 책임이 있으니까 그 부분에서 연합뉴스에서 온 기사를 받아 실었다면 당연한 책임으로 잘못된 기사에 대한 정정보도와 반론보도를 해야 한다고 생각하고 또 이미 우리 언론중재위원회나 법원의 실무도 그렇게 진행되고 있습니다. 정정보도나 반론보도를 그렇게 하는 것에 대해서는 별 문제가 없을 것 같고 혹시라도 더 나아가서 그것으로 인한 손해배상 책임이 있는지가 문제가 될 수 있는데 그 부분은 정정보도나 반론보도와는 좀 달리 생각해야 한다고 봅니다. 즉 손해배상 책임이라는 것은 민법상의 불법행위를 원인으로 하는 것이므로 그에 대한 요건에 당연히 언론사의 고의나

과실이 있어야 합니다. 연합뉴스의 보도를 그대로 받아 게재했다고 한다면 근본적으로 그 기사가 잘못된 것으로 인한 책임, 즉 고의·과실로 인한 책임은 원래 기사를 제공한 연합뉴스를 상대로 손해배상 책임을 물어야 할 것입니다. 특별한 사정이 없는 한, 예를 들면 연합뉴스가 제공한 기사가 잘못된 것임을 알면서도 신문에 게재했다고 한다면 손해배상 책임이 함께 따라오겠지만 그렇지 않을 경우 제공받은 기사를 그대로 게재한 신문에 있어서는 손해배상 책임은 없다고 보는 것이 맞을 것으로 판단됩니다.

포털사이트의 기능과 역할에 걸맞은 정정보도 및 반론보도 형식을 다양하게 개발해야

그와 똑같은 논리구조를 통해서 포털사이트의 뉴스서비스가 예를 들어 연합뉴스나 조선일보의 기사를 그대로 받아 게재했다고 한다면 아까 말한 논리를 가지고 정정보도, 반론보도를 허용하든지 손해배상 책임을 인정하든지 하면 될 것 같습니다.

송영천 부장판사(사회자) : 정정보도, 반론보도가 되면 어떤 식으로 될 것이냐 문제는 지금 오프라인 신문에서 하는 것과 같은 정정보도, 반론보도와 같은 방법이 아닌 다른 방법이 있을 수 있을 것 같습니다. 활자화 된 지면이 아니기 때문에 팝업 창을 띄운다든가 하는 식의, 포털사이트의 기능과 역할에 걸맞은 정정보도, 반론보도 방법을 다양화 할 필요가 있지 않나 그리고 그것을 입법 과정에서 반드시 고려해야 하지 않나 그렇게 생각합니다.

박정용(네이버 미디어유닛장) : 기본적으로 포털이 언론이나 아니냐는 부분에서 문제가 제기되고 시작된

것 같습니다. 포털은 언론의 역할을 사실 다 하고 있다고 당연히 생각합니다. 신문법에서 포털이 제외된 것을 가지고 포털이 책임을 회피하기 위해 그런 것이라는 이야기를 들었던 적도 있는데 사실 이번 신문법이 제정될 때 포털에서는 인터넷 신문에 포털을 넣어달라고 한 적도 없고 빼달라고 한 적도 없습니다. 오히려 미디어 다음처럼 적극적으로 언론이 되길 원하는 측은 인터넷 신문 쪽에 넣어달라고 했습니다. 책임과 권한을 명확히 지겠다, 불필요한 오해를 받기보다는 명백하게 합리적인 테두리가 정해지면 그 안에서 권한과 의무를 다 할 수 있다고 밝혔지만 사실상 포털의 의사와 상관없이 인터넷 신문에 포털이 제외됐습니다.

기사 생산 주체가 아닌 포털사이트가 정정 및 반론보도를 했을 경우 언론을 검열하는 것으로 인식될 우려 있어

언론이나 아니냐는 부분은 언론중재법에서 얘기하는, 또 두 국회의원이 발의한 부분과 좀 다른 문제라는 생각이 듭니다. 한 가지 예를 들어보면, 얼마 전 재보선 선거 때 중앙선거관리위원회에서 몇몇 포털사이트에게 경고를 준 적이 있습니다. 그 이유의 핵심은 선거 관련 기사가 포털에 게재됐을 때 여당 후보의 사진이 이 정도 크기면 야당 후보의 사진도 똑같아야 한다, 그것이 기계적으로 똑같아야 한다 하지만 그것이 다를 경우 선거에 좋지 않은 영향을 끼칠 수 있으니까 제제가 필요하다는 것이었습니다. 그런데 그 기사가 예를 들어 조선일보 기사였다고 치면 그 기사를 사실 포털에서는 편집을 하지 않았습니다. 에디터들이 기사들을 리뷰하면서 논란이 있을 만한 기사의 경우 편집하지 않습니다. 그래서 다만 검색 DB에 남아 있을 뿐인데 이를 어떻게 해야하냐고 중앙선거관리위원회에 문의했더니

삭제를 하라는 겁니다. 그래서 그렇다면 그 해당 기사가 편파적이냐의 여부를 우리가 임의로 판단하라는 말이나, 그 기사를 임의로 삭제하라는 말이나라고 문의하니 삭제하라고 중앙선거관리위원회 측에서는 이야기를 했습니다. 그래서 설명을 했습니다. 조선일보와 네이버의 계약관계에 의하면 기사의 내용과 이런 부분은 네이버가 임의로 건드리지 못하도록 되어 있다. 그것은 그 기사를 쓴 언론사의 권한 자체를 포털이 검열한다거나 판단한다는 것을 뜻하기 때문이다라면서 어떻게 해야 하느냐고 문의를 했더니 그런 경우에는 적극적으로 삭제를 하고 조선일보에 통보를 해야 한다고 이야기를 했습니다. 선뜻 이해가 되지는 않았지만 선거 기간이 특수 기간이라는 것을 감안했을 때 일정 부분 그럴 수 있다고 생각했습니다.

언론중재법과 관련해서도 고민이 되는 부분이 그런 것입니다. 만약 조선일보가 어떤 기사를 써서 저희가 그 기사를 게재했는데 조선일보에 반론보도를 청구하지 않고 네이버 뉴스에 반론보도를 청구할 경우 포털이 쓴 기사가 아닌데 반론보도를 네이버 뉴스가 해야하는지 의문입니다. 자칫 이 기사가 정말 문제가 있는 기사인지 아닌지의 판단을 조선일보가 아니라 포털이 판단해야 한다는 이야기가 되어 버릴 수 있기 때문입니다. 책임을 지지 않겠다거나 책임의 크기가 다르다는 것이 아니라 책임의 성격이 다른 것이고 책임의 성격이 다르면 책임을 지는 방식이 다른 것이라고 봅니다. 반론보도, 정정보도, 추후보도는 기사의 생성과 기사의 작성과 관련된 부분에 해당되는 영역이라고 판단됩니다. 다만 명예훼손에 대한 부분은 이미 포털과 관련된 소송이 진행 중에 있고 또 어떻게 보면 기사를 유포하거나 배포한 쪽에서 더 큰 책임이 있다고 생각합니다. 예를 들어 조선일보에서 단신으로 실

있던 기사를 네이버에서 헤드라인에 올려 굉장히 큰 사회적 파장을 일으켰다면 그것에 대한 명예훼손 등의 법적 책임은 배포한 쪽에서 더 크게 지는 것이 맞습니다. 책임을 지지 않겠다거나 책임의 크기가 다르다는 것이 아니라 정정보도, 반론보도, 추후보도는 기사의 생성과 관련된 부분이고 기사를 작성하지 않은 쪽이 기사를 작성한 쪽의 의사와 상관없이 임의로 판단해야 한다고 하면 그것은 언론사를 검열하라는 이야기와 같다고 생각합니다. 포털뉴스를 담당하는 사람들은 언론중재법 개정안 제출과 관련해서(공식적인 이야기는 아니지만) 언론중재위원회에서 포털에 그런 권한을 주면 참 편하겠다는 이야기를 합니다. 분명히 민사소송으로 가면 시간도 오래 걸리고 피해구제도 어렵기 때문입니다. 만약 조선일보의 기사 때문에 누군가 피해를 봤는데 그것을 네이버에 요청을 하면 네이버는 그것을 판단할 수는 없지만 피해자라고 생각하는 사람이 그것을 네이버에 요청하고 언론중재위원회에서 저희 보고 반론보도나 정정보도를 할 수 있도록 포털에게 권한을 준다고 하면 판단이 될 때까지 잠시 서비스에서 내리거나 하면 좋겠다고 저희는 생각합니다. 그러면 저희가 서비스하기 참 편하기 때문입니다. 그런데 그게 맞는지에 대한 것은 잘 모르겠습니다. 악용될 소지가 있기 때문입니다. 어떤 기사를 썼을 때 그 기사를 쓴 기자와 언론사가 어떤 생각을 가지고 기사를 썼는지에 대한 판단을 포털이나 유포하는 쪽에서 하라고 하는 부분에 대해서는 그것이 맞는지 또 가능한지에 의문이 듭니다.

이 문제에 대해 개인적으로 생각하는 대안은 이렇습니다. 예를 들어 오마이뉴스에 정정보도가 들어 오면 오마이뉴스 뿐 아니라 오마이뉴스와 제휴하고 있는 모든 매체, 포털이든 모바일이든 모든 연관 매

체에 똑같이 정정보도나 반론보도가 나가게끔 언론중재법 안에 조항을 만들어 넣는 것입니다. 애초에 피해구제를 받고자 하는 사람의 목표가 명예훼손으로 인한 손해배상을 받는 것이라고 하면 포털은 이미 민사 소송 영역에 적용을 받고 있기 때문에 그 부분은 민사 소송 영역에서 해소가 되는 것이 아닌가 생각합니다.

변희재(런아시아넷 편집국장) : 어떤 기사든지 충분히 포털사이트 내에서 선거법에 걸리는지 등에 대해 판단을 하고 있고 사실상 위험한 기사의 경우 삭제까지는 아니더라도 메인에서 내리는 등 이미 포털이 충분히 판단을 하고 있다고 봅니다.

포털사이트로 인한 피해는 뉴스서비스 뿐 아니라 여타의 서비스로부터도 발생

포털로 인해 피해를 입은 장소와 그 콘텐츠들을 보면 일반적인 언론사로부터 받은 피해와 확연히 다릅니다. 예를 들어 일반 언론사로부터 피해를 받았다면 기사 하나에 대해서 그 기사가 사실이나 아니냐의 진위 여부를 판단해서 사실이 아닐 경우 그에 대한 피해를 구제받는 건데 포털로 인해 받은 피해를 보면 뉴스로 인해 파급되어 발생하는 여타의 서비스까지 범위가 확대되고 그 피해 또한 엄청납니다. 양 변호사님께서 포털사이트의 뉴스서비스는 언론 조정 및 중재 대상으로 삼되 포털사이트 자체는 조정이나 중재 대상으로 삼지는 말자고 하셨습니다. 그런데 실제로 피해자 입장에서는 뉴스에 대해서는 언론중재위원회에서 해결을 할 수 있지만 뉴스를 통해 블로그, 카페, 추천검색어 등으로 파급된 부분으로 인해 피해를 받는 측면에 대해서는 다시 민사 소송으로 가야하는

이중적 부담이 생깁니다. 뉴스만 조정 및 중재의 대상으로 하겠다는 선의를 이해하자면 개인 홈페이지나 블로그를 보호하자는, 표현의 자유를 지나치게 침해하지는 말자는 이야기일 것입니다. 그런데 저는 최소한 각 포털사이트에 있는 블로그를 개인 미디어라고 보는 것은 옳지 않다고 봅니다. 그 근거는 첫째, 각 포털의 약관을 보면 블로그나 카페에 올라온 게시물에 대해 포털사이트는 사용권을 갖는다고 나와 있고 해당 콘텐츠에 대해 자유롭게 포털사이트 내에서 배치할 권리도 갖는다고 나와 있습니다. 그런데 해당 콘텐츠에 의해 야기되는 명예훼손이나 저작권 침해, 초상권 침해에 대해서는 블로그 개인 운영자에게 있다고 나와 있습니다. 쉽게 말하면 미니홈피 운영자가 만든 콘텐츠에 대한 부가가치는 포털사이트가 활용하되 그 부채는 미니홈피 운영자가 지라는, 상당히 불공정한 약관입니다. 지금 실제로 포털에서 어떤 식으로 편집하고 있느냐면 네이버의 경우 뉴스 하단에 붙임이라는 난을 통해 개인 블로그 운영자들이 올려놓은 대중성있는 콘텐츠를 선별해 올리고 있습니다. 반면 3만 명의 시민기자가 끊임없이 기사를 보내는 오마이뉴스는 이를 선별해 메인페이지에 편집을 하는데 오마이뉴스 시민기자가 쓴 기사에 대해서는 전적으로 오마이뉴스와 시민기자가 공동책임을 지도록 약관에 명시되어 있습니다. 그런데 이 구조로 봤을 때 계속 글을 올리는 네이버 블로거들과 이를 붙임에 편집해 제공하고 있는 상황에서 이들 블로거들이 과연 1인 미디어 운영자라고 할 수 있느냐, 오히려 오마이뉴스의 시민기자 제도와 유사하다고 생각합니다. 마찬가지로 다음에서는 블로그 뉴스란을 만들어서 블로그 운영자들을 등록시키고 블로거들이 쓴 기사를 미디어 다음 뉴스란에 갈 수 있는 제도를 만들었다고 합니다. 이런 제도가 오마이뉴스 시민기자 시스템과 무엇이 다르냐는

것입니다. 여러 가지 피해상황이나 포털사이트의 운영 상황을 봤을 때 최소한 카페나 블로그, 그것이 포털사이트 서버 내에 있고 포털사이트의 약관에 의해 운영된다면 그것은 개인미디어가 아니라 각 포털사이트의 회원, 포털사이트와 함께 움직이는 회원 기자 시스템으로 보는 것이 맞지 않느냐 따라서 이런 부분까지 조정 및 중재 대상으로 삼아야 포털로 인한 피해자들이 신속하게 구제받을 수 있다고 생각합니다.

포털이 제공하는 뉴스서비스 뿐 아니라 블로그, 카페 등 여타 서비스까지 조정 및 중재 대상으로 삼아야

또 검색이라는 부분, 추천검색어, 인기검색어 등을 정해놓고 그 순위를 매겨 그것을 메인에 편집해 둔다는 자체가 사실은 언론사 고유의 의제 설정이 아니냐는 겁니다. 만일 이런 검색어 순위 부분에 자신의 이름이 오르지 않았다면 현재처럼 막대한 피해를 받지는 않았을 것이라 생각합니다.

박정용(네이버 미디어유닛장) : 제가 이야기하는 것은 기사의 생성과 배포의 책임에 대한 소재를 밝히고 어떻게 피해를 구제할 것인지에 대한 이야기를 하고 있는 것이고 그 부분에 대해서 실제 기사를 편집해서 서비스하고 있는 포털뉴스 입장에서는 법이 생기고 그 부분이 정해지면 분명 받아들이고 책임을 질 자세가 되어 있는데 여전히 규정은 모호하다는 겁니다. 해당 기사를 작성했던 기자의 의도나 내용들을 작성자가 아닌 배포자가 반론보도나 정정보도에 대한 판단을 할 수 있는지, 가능하다면 어떤 근거로 그럴 수 있는지 궁금합니다.

양삼승 변호사(발표자) : 항상 입법취지를 생각하면

문제를 해결할 수 있을 것으로 보입니다. 왜 정정보도라는 제도, 반론보도 제도를 만들었는지에 대한 입법취지를 잘 알면 길잡이가 될 수 있을 것입니다. 정정보도나 반론보도를 만든 취지는 그 기사를 쓴 언론사나 배포자인 포털의 잘못을 따지겠다는 것이 아닙니다. 이 부분이 가장 중요합니다. 기사를 쓴 사람, 올린 사람의 책임을 묻겠다는 것은 손해배상입니다. 그 부분을 확실히 이해한다면 네이버의 입장에서 언론사의 기사를 그대로 올렸다 하더라도 그 기사가 잘못된 것이라면, 정정보도나 반론보도의 입법 취지는 그 보도에 의해서 피해를 입은 사람을 구제해주기 위한 것이기 때문에 비록 기사는 언론사가 썼지만 네이버에 피해구제를 요청했는지라도 네이버는 해줘야 합니다. 왜냐하면 정정보도 등은 네이버의 책임을 묻는 것이 아니라 피해를 입은 사람의 권리구제를 해주는 것이기 때문입니다.

그러면 네이버 측에서 가지는 의문은 언론사와의 계약에 의해 임의로 기사를 손댈 수 없게 되어 있는데 어떻게 해야 하는 것인가라는 점일 것입니다. 그렇다면 그 계약을 잘 못한 것입니다. 잘 못했다는 의미는 네이버 입장에서는 편집권이 있는데, 즉 언론사로부터의 기사가 잘못된 기사라고 하면 뺄 또는 올리지 않을 권리, 책무, 편집권이 있는데 언론사와의 계약에 의해 그 편집권을 포기한 것이므로 그 부분에 대해서는 책임을 네이버가 져야 하는 것입니다. 근본적으로 언론사와 계약을 할 때 포털에게 편집권이 있다는 개념을 가지고 언론사와 불평등하고 불합리한 계약을 하지 않도록 노력하고 그 계약을 한 마당에는 비록 포털이 그 중간에 끼었지만 계약을 잘못된 것에 대한 책임을 피해자에게 돌릴 수는 없다는 겁니다. 피해자는 자기의 권리를 주장할 권한이 있습니다. 즉 편집권이 포털에 있다는 생각을 해야 합니다. 언론사가 그런 계

약을 했더라도 법률적으로는 포털이 취사선택을 해야 합니다.

정정 및 반론보도의 입법취지는 해당 언론사나 포털의 책임을 묻는 것이 아닌 피해구제에 있어

한편 변희재 국장님이 이야기한 부분들에 대한 답변을 드리면 제가 현업에서 생동감있게 블로그나 검색서비스 등을 다루는 분들보다는 감이 떨어지지만 확실히 말씀드릴 수 있는 것은 인터넷 언론을 정의한 법안에 '이와 유사한 기능을 행하는 인터넷 홈페이지'라는 불확정 개념을 넣어야 한다고 이야기했습니다. 아주 불확실한 개념이지만 이에 대한 해석을 어디에 맡겨야 하느냐 하면 근본적으로 법원에 판단을 맡겨야 하고 법원이 전문가가 아닌데 어떻게 하느냐라고 한다면 언론중재위원회 내에 있는 많은 전문가들에게 서포트를 받아야 한다는 것입니다. 즉 세월이 흐르고 발전하면 블로그가 인터넷 언론의 개념에 안 들어가도 된다는 현재의 상황이 이제는 포털사이트의 뉴스서비스를 언론으로 봐야 한다는 진화 과정과 마찬가지로 블로그도 집어넣어야 한다고 상황이 바뀌면 '이와 유사한 기능을 하는 홈페이지'에 포함시키면 될 것입니다. 다만 지금 저의 능력으로는 블로그나 검색서비스들을 언론으로 넣어야 할 것인지에 대해 정확한 판단을 내리기 어렵지만 전문가들은 많은 논의를 통해 판단할 수 있다고 생각합니다. 지금 단계로 만약 블로그 등이 언론 개념으로 포함이 되지 않는다고 하더라도 1년 뒤에 많은 사람들이 그로 인해 피해를 보거나 취재, 배포, 편집이라는 언론 기능에 맞춰보니 이제는 될 만하다는 판단이 된다면 추가로 더 넣으면 될 것이라 생각합니다. 그것이 뉴스의 발달, 인터넷의 발달에 같이

발맞춰 가는 부분이라 생각합니다.

한상곤(대전중재부 중재부장) : 손해가 발생해서 손해 배상이 제기되었을 경우, 뉴스를 제공한 측과 보도를 한 측에 있어서 누가 책임을 져야하는지에 대한 논란이 있을 수 있는데 그냥 단순히 보도를 했을 경우 보도한 측에는 책임이 없겠지만 편집 등으로 인해 그 반응이 확대가 됐거나 손해가 확대되는데 책임이 있다고 한다면 공동불법행위로 봐야 할 것입니다. 공동불법행위가 되면 모두 다 연대해서 공동 책임을 지면된다고 봅니다.

언론중재위원회가 손해배상이라는 부분에 대해서도 조정 및 중재의 권한을 가지고 있는데 앞으로 포털사이트와 뉴스 제공자 사이에 이런 분쟁이 많이 발생할 수 있을 것이라 생각합니다. 이런 문제가 많이 발생할 여지가 있다면 현재 언론중재위원회의 손해배상 관련 문제는 피해자와 언론사 간의 문제만이 조정 및 중재대상으로 되어 있지만 차제에 손해배상에 관한 범위, 내부의 책임이나 구상관계에 대한 부분도 그 내용을 잘 아는 언론중재위원회의 조정 및 중재대상이 되어야 하지 않나 생각합니다. 현재 자동차보험회사들 간의 구상관계를 조정하는 협의체가 있는 것으로 알고 있는데 마찬가지로 언론기관 상호간에 있어서 뉴스의 제공과 뉴스 배포에 관한 손해배상 구상 문제가 발생한다면 그 부분도 언론중재위원회의 조정 및 중재대상으로 포함시켜 분쟁을 일거에 해결하는 것이 입법론적으로 바람직하지 않나 합니다.

**언론기관 간의 손해배상 구상문제도
언론중재위원회에서 조정 및 중재하는 것이
바람직**

정정보도와 반론보도의 방법에 관해서 말씀드리겠습니다. 포털사이트의 반론보도나 정정보도와 관

련해서 현재 언론중재위원회의 반론보도나 정정보도의 양식을 매체의 특성에 맞게 좀 더 다양화해야 하지 않나, 피해자의 피해를 좀 더 적절히 구제할 수 있는 방법을 연구해야 하지 않을까 생각합니다.

박정용(네이버 미디어유닛장) : 양 변호사님의 의견에 따르면 기사를 작성한 언론사 측과 상관없이 피해자가 포털에 반론보도나 정정보도를 청구했을 경우 포털이 반론보도나 정정보도를 낼 수 있는데, 그러면 기사를 작성한 언론사는 반론보도나 정정보도를 안 낼 수도 있는 모순이 있을 것 같습니다. 저는 이 부분이 악용될 소지가 많다고 보는데 이에 대한 언론사 분들의 이야기를 듣고 싶습니다.

또 적극적인 편집권을 행사하라는 등 포털이 좀 더 적극적으로 나설 것을 주문하시는데 그동안의 뉴앙스나 논조는 포털이 과도하게 편집권을 갖고 있다는 비판이었습니다. 그런데 더 적극적으로 해당 기사가 어떤 문제가 있는지 알아서 삭제도 하고 평가를 해서 검색에도 반영하지 말고 반론보도도 임의대로 하라는 권한을 포털이 갖는 것이 저널리즘의 관점에서 맞는 것인지 의문이 있습니다. 만약 양 변호사님의 말씀처럼 법률적으로 그렇게 해석이 되어서 진행된다면 그렇게 서비스 할 수 있지만 그 부분은 여전히 의문이 있습니다.

송영천 부장판사(사회자) : 한 판사님이 말씀하신대로 매체의 특성에 맞는 정정보도, 반론보도 방법을 언론중재위원회에서 연구할 필요가 있다고 봅니다. 여러 방법을 신청인에게 제시해 선택하도록 하는 것이 필요하지 않나 생각합니다.

주동황 교수(서울 제5중재부 중재위원) : 포털 저널리즘을 포함해서 인터넷 뉴스 미디어와 전통 미디어의 저널리스트와의 개념 구분을 어떻게 해야 할 것

인지라는 문제를 제기합니다. 과연 그것을 언론으로 볼 것인지 아니면 저널리스트로 볼 것인지로 돌아가 이야기하고자 합니다.

인터넷 신문을 포함해서 이것이 언론이나 저널리스트로 볼 수 있는가에 관해서는 상당히 논란이 있다고 생각하는데 이 부분은 원론적으로 정리를 할 수 있으리라 생각합니다. 앞서 발제하신 두 분이 언론이란 무엇인지를 논리적으로 명쾌하게 정의하셨고 그에 비추어 포털사이트가 어떻게 언론의 속성을 갖게 됐는지 명확히 정리하셨다고 생각합니다. 그런 범주 속에 포털사이트의 저널리즘으로서의 성격 등에 대해서는 상당한 합의가 모아져 있다고 생각해 더 이상 개념 자체에 대해 논하지 않겠습니다. 그런데 저는 이 개념을 보다 구체적으로 현실에 적용시켰을 때 전혀 새로운 논란이 나올 국면이 있다고 생각합니다. 언론이라고 하면 취재와 보도 속에서 권한과 책임을 가지고 있습니다. 미국의 경우 '쉴드법'이라고 해서 기자가 자신의 취재원을 법정에서 밝히지 않을 권한을 대부분의 주가 보장하고 있고 또 미국의 선거 캠페인 법에 따르면 전통적인 미디어에 대해 기부행위 등에 대한 비용 지출을 인정하지 않는, 정치적 기부 행위로 보지 않는 특권을 인정하고 있습니다. 그런데 이러한 특권에 대해 최근에 미국에서 새로운 문제가 제기됐습니다. 미 연방에서는 연방 쉴드 법을 제정하자는 목소리가 있는데 여기에 인터넷 뉴스 미디어를 포함한 블로그에도 취재원을 밝히지 않을 수 있는 특권을 부여할 수 있는지에 대한 논란이 그것입니다. 당연히 인터넷 미디어는 이러한 특권을 부여해달라고 강하게 요구하고 있습니다. 또 최근에 연방선거 캠페인법의 미디어 예외 조항에 대해 인터넷 미디어들이 유권해석을 요구했습니다. 기존 미디어들이 입후보자에 대해 지지하는 기사를 쓴다든지 인터뷰를 쓴다든지 했을 때 그것은 연방 선거법에서 금지하고 있는 기부

나 지출에 해당되지 않는 것이라고 보는 조항이 있는데 이 안에 인터넷 미디어들도 포함되는지, 인터넷 미디어들이 후보를 지지하는 기사나 해설이나 코멘트나 사설을 실었을 때 당연히 기존 미디어와 같이 그 행위가 기부에 해당되지 않는 것으로 해석될 수 있는가 하고 물었습니다. 이에 대해 기존의 미디어와 같이 미디어 예외에 해당된다고 해서 기존 미디어와 인터넷 미디어가 똑같은 권한을 갖는 것으로 해석을 내렸습니다.

새로운 미디어에 대한 법적 권한 부분 논의도 이루어져야

저는 미디어의 특권 문제에 대해서 새로운 미디어들이 그러한 특권을 누릴 수 있는가를 끊임없이 묻고 부딪혀야 한다고 생각합니다. 과연 우리나라의 기존 신문이나 방송들이 언론미디어로서 어떤 특권을 누리고 있고 그러한 특권에 대해 블로그나 포털이나 인터넷 신문들이 과연 누릴 수 있는지 그리고 그것이 법적으로 규정이 되어 있는지 분명히 물어야 한다고 생각합니다. 그리고 저널리즘으로서 자기 자신을 내세우고 싶다면 그런 특권을 달라고 요구해야 할 것이고 저널리즘의 지위를 요구하지 않는다고 하더라도 독자와의 관계 속에서 언론의 영향력을 발휘하게 된다면 그에 따른 책임과 의무를 져야 한다고 봅니다. 양 변호사님께 궁금한 것은 과연 우리나라에서는 언론들이 법적으로 보장받고 있거나 법에 준해서 받고 있는 특권들이 어떤 것들이 있는지와 인터넷 미디어나 블로그들도 형법상 명예훼손 조각 사유에 적용을 해서 판단을 할 수 있는 것인지 아니면 관례상의 상당한 이유로 기존 미디어와 같은 수준에서 보장을 받을 수 있는지 이런 문제들, 법적으로 우리나라 언론 미디어들이 갖고 있

는 특권들이 있다면 그에 준해서 인터넷 미디어들이 그 특권을 받을 수 있는 것인지 의견을 말씀해주시면 감사하겠습니다.

양삼승 변호사(발표자) : 종래 인쇄된 신문에 대해서 정정보도나 반론보도가 청구되어서 인용되었을 경우에 어떠한 식으로 정정보도, 반론보도를 할 것이냐는 초기에 많은 논란이 되는 부분이었습니다. 결국은 활자화시켜서 정정이나 반론 문구를 만들어 신문에 게재했습니다. 처음에는 정정이나 반론 문구를 만들어서 개인이 보도해라 라고 했다가, 그 다음에는 며칠 자에 해라 라고 했다가, 그 다음에는 몇면에 해라, 다음에는 활자의 크기, 제목, 본문은 어떻게 해라라고 정하게 되는 등 그 형식은 상당히 진보가 많이 되었습니다. 그와 마찬가지로 TV의 경우에, 정정이나 반론보도를 해야 할 경우 TV 뉴스가 원래 보도가 나갔을 때는 화면과 덧붙여서 말로 표현된 것이 나갔는데 정정보도나 반론보도가 나가는 것을 보면 일반적인 관례가 화면은 나가지 않고 문자나 말로만 정정이나 반론 보도가 나가는 것으로 거의 굳혀졌습니다. 그런데 그 부분도 사실은 언론에 종사하는 분들이나 언론에 관심있는 법률가들이 약간은 노력을 기울여 한 소치라 생각합니다. 절대 그럴 필요 없고 원래의 보도가 나간 것이 강력한 이미지를 전달하는 화면과 같이 보도가 돼서 그것으로 인해 피해를 입었다면 그 피해를 구제하기 적절한 반론보도나 정정보도의 경우에도 그에 상응하는 화면도 같이 동반해서 나가는 것이 충분히 법률적으로 가능하다는 것입니다. 다만 그렇게 너무 강하게 하려니까 TV에 종사하는 사람들의 반감이 너무 세고 그래서 약간 양보도 하고 법률가들이나 언론계 종사자들이 자제하거나 움츠러들어서 가장 최소한의 방법인 문자나 말의 형식으로 정정보도, 반론보도를 할 따름이지 그 부분이 가장 바람직스

러운 모습은 아니라고 생각합니다.

매체 특성에 맞는 다양한 정정보도 및 반론보도 형식 만들어 실효성있는 피해구제 되도록 해야

이와 같은 일이 인터넷 신문이나 포털사이트의 뉴스서비스에서 일어난다고 하면 그 부분도 당연히 같이 논의가 되어야 한다고 생각합니다. 예를 들면 문자의 형식으로 적어서 원래 나갔던 뉴스 검색 사이트의 해당 부분에 반론보도문이나 정정보도문을 넣고, 좀 더 신경을 쓴다면 거기에 네모 칸을 막거나 흔히 많이 논의되고 있는 그린박스 제도라고 하는 것 등을 도입해 칸으로 막고 배경색을 그린으로 해서 눈에 띄게 한다든지 하는 것은 필연적이고 최소한의 일입니다. 더 나아가 팝업의 형식을 빌려 좀 더 눈에 띄게 할 수도 있습니다. 즉 인터넷에 대해 잘 아는 전문가들이 좀 더 연구하고 고민해서 또 외국의 예들도 찾아서 우리 나름대로 포털사이트의 뉴스서비스에 있어서 정말 효과있는 정정보도, 반론보도 방법을 개발해 나가야 한다고 생각합니다. 절대로 법에 정해져 있는 것은 아닙니다. 원래의 보도가 피해주는 것이 심하면 심할수록 반론보도나 정정보도를 하는 것도 실효성있게 하는 방법을 개발하는 것이 우리들의 같은 임무 그리고 의무라고 생각합니다.

언론의 보도가 허위라고 하더라도 무조건 책임지는 것은 아니고, 객관적으로 따져보면 허위이지만 진실이라고 믿을 만한 상당한 이유가 있을 때는 책임이 없다는 대법원 관례가 있는데 이 부분이 새로운 분야, 즉 인터넷 매체 등에도 그대로 적용할 수 있는냐는 문제가 있습니다. 제 생각에는 만약 포털사이트의 뉴스서비스가 언론에 해당된다는 결론을 법원에서 내린다면 기존의 미디어와 달리 취급할

이유는 없다고 생각합니다.

이호준(서울신문 인터넷 부장) : 저는 근본적으로 기존 언론사가 포털사이트에 기사를 제공하는 것을 반대하는 입장입니다. 물론 포털사이트에 기사를 제공하지 않는다고 해서 언론사 사이트의 트래픽이 굉장히 늘 것이라는 그런 전제는 아니고 솔직히 얘기해서 엄격하게 훈련된 기자가 작성한 기사가 (다 그런 것은 아니지만) 인터넷 뉴스를 공급하기 위해 만들어진 연예전문 사이트의 1 ~ 2년 훈련받은 기자의 기사와 똑같이 섞여서 취급받는 것이 솔직히 마음에 들지 않습니다.

그렇지만 상황이 이러하다면 대립적 개념보다는 상호보완적 개념으로 발전시켜야 한다고 생각합니다. 언론사에서 기사를 돈을 받고 넘겨주면서 포털에 대해 비난을 하는 것은 제 얼굴에 침뱉기입니다. 서로 무엇을 협력할 수 있는 가를 찾아야 한다고 생각합니다.

양 변호사님과 박 유닛장이 이야기하신 것을 정리하면 정정보도의 구체적인 방식에 있어서 포털사이트가 정정보도를 해야 된다, 또 포털사이트에 기사가 게재돼서 거기에서 피해가 발생했기 때문에 구제요청을 했으면 정정보도를 해야 한다는 것이 양 변호사님의 말씀이시고 박 유닛장님의 말씀은 그렇다면 기사를 작성한 언론사는 정정보도나 반론보도를 안 할 수도 있는 것 아니냐는 질문이었던 것 같습니다. 제 생각은 피해구제라는 것이, 선의적이고 적극적인 피해구제가 목표이고, 잘잘못을 가리자는 것이 아니라면 원래 작성했던 신문사 지면이나 그 언론사 인터넷 사이트, 포털사이트까지 공동으로 정정보도나 반론보도를 내는 것에 인색할 필요는 없다고 생각합니다.

그리고 포털에 기사 삭제나 수정 권한을 주겠다는 것이냐는 박 유닛장님의 말씀에 대해 이야기를 드

리자면 법이나 원칙을 정해서 거기에 딱 맞게 하는 것도 필요하지만 현실적으로 언론사의 담당자와 포털뉴스의 담당자가 커뮤니케이션을 통해서 해결하는, 방법론상으로 해결하는 부분이 필요할 것이라 봅니다.

언론사와 포털사이트 간의 상호 보완적 커뮤니케이션이 지속적으로 이루어져야

피해구제 부분은 좀 더 선의적이고 적극적으로 생각해 공동으로 하자 그리고 삭제와 수정의 권한 문제는 간단한 문제는 아니지만 이 부분이 포털이 모든 문제에 대해 변명할 수 있는 수단이 될 수는 없다고 생각하고 언론사와 포털이 서로 커뮤니케이션을 통해 풀어가려는 노력을 해야 한다고 생각합니다.

이재구(전자신문 국제기획부장) : 오마이뉴스가 초창기 언론으로 인정을 받지 못하다가 이제는 상당히 영향력있는 언론으로 자리매김한 것처럼 포털 역시 멀지 않은 장래에 그렇게 될 수 있다고 생각하고 또 포털 스스로도 그에 대비해 준비를 해야 한다고 생각합니다. 이미 포털은 기자 출신들을 영입하는 등 준비를 하고 있는 것으로 판단됩니다.

제 생각에는 포털이 언론중재위원회의 조정 및 중재 대상이 되는 것은 아주 당연하다고 봅니다. 지금 당장은 아니지만 종이신문 역시 온라인 신문으로 넘어가고 종합 포털로 이행할 것으로 보입니다. 기존 신문들이 종합 포털로 갈 때 당연히 취재, 편집, 논평 기능을 할 것이고 언론중재위원회의 조정 및 중재 대상이 될 것입니다. 이와 반대로 시작한 포털 역시 같은 방향으로 갈 것이고 결국 포털이 뉴스를 서비스한다면 종합 포털이라는 차원에서 갈아질 것으로 보입니다.

커다란 흐름으로 볼 때 포털 역시 언론중재법 등의 테두리 안에서 책임과 의무를 해야 한다고 봅니다.

진영록(전북일보 미디어팀장) : 1주제에서는 인터넷 환경 논의를 통해 포털이 혁명기에 있다는 인상을 강하게 받았는데 2주제에 왔을 때는 하나의 매체 수단의 변화로 의미가 축소되었다는 느낌을 받았습니다. 사회, 통신 수단, 미디어가 엄청나게 발달하고 있는데 2주제에 와서는 이를 단순히 미디어의 수단이 변화하는 것으로만 보고 있는 것은 아닌지 그렇다면 포털의 의견을 더 많이 듣고 그 의견을 반영하는 것이 사회의 변화를 더 많이 반영할 수 있는, 시대에 뒤떨어지지 않는 법을 만들 수 있는 방법이 되지 않을까 생각합니다.

위원장 : 여러분들, 열심히 발언해주셔서 정말 감사합니다. 짧은 시간이라 모든 문제를 다루지는 못했지만, 또 포털 측의 의견 수렴이 조금 부족했다고 볼 수도 있는 정도였지만 서로 허심탄회하게 열띤 질의, 답변, 토론을 통해 꼭 나와야 할 얘기는 충분히 나온 자리가 되지 않았나 생각합니다.

지금 문제가 되고 있는 언론중재법 분야에서의 인터넷 언론의 대상 범위를 확대해야한다는 주된 공감대는 형성된 것 같습니다. 그런데 확대를 하면 인터넷 언론 범위도 확대하고 특히 포털사이트 중에 뉴스 분야도 확대하는 것이 바람직하다는 정도의 의견에서 더 나아가 그럼 과연 정보도나 반론 보도의 방식 같은 것은 어떻게 해야 피해구제를 위한 합리적인 방법이 되겠느냐는 이런 문제, 또 기존

언론들에서 공급을 받아 포털뉴스가 취급을 했을 때 포털뉴스와 공급자인 언론 간의 책임의 안배 문제까지, 앞으로 이 제도를 도입했을 때 올 수 있는 여러 가지 문제까지 하나하나 짚어갔다는 점으로 인해 오늘 상당히 깊이 있는 토의가 진행됐다고 생각합니다.

앞으로도 여러분들께서 좋은 말씀 많이 해주시고, 특히 언론 현업에 계신 분들이 바쁘신 데도 이렇게 나오셔서 현장 속에서 얻어 낸 전문 지식을 바탕으로 좋은 말씀해주신 것에 대해 감사드립니다. 향후에도 이는 우리 언론중재위원회의 일만이 아니라 언론계 여러분 자신의 일이라 생각하시고 지속적으로 저희에게 좋은 조언 많이 해주시고 잘 이끌어주시기 바랍니다. 오늘 여러 참석자분들로 인해 이 자리가, 정말 훌륭한 제도가 형성될 수 있는 계기로 자리매김하지 않았나 생각합니다.

특히 이호준 서울신문 인터넷뉴스 부장이 네이버 측에서 제기한 책임의 안배 문제, 기사를 공급한 측과 공급된 기사를 쓴 포털뉴스 만이 정정보도나 반론보도의 청구를 받았을 때 이 책임을 안배해야 하는데 어떻게 안배할 것인가라는 질문에 대해 그럴 때는 당연히 공급자도 공급 책임을 져야 한다는, 물론 그대로 다 되지는 않겠습니다만, 그런 말씀까지 해주신 것은 언론 스스로가 책임의식이 굉장히 고조되어 있는 것이라 생각하고 아주 고무적이라고 생각합니다.

오늘, 열심히 토론해주셔서 감사하고 앞으로도 저희 위원회 많이 지켜봐주시고 조언해주시기 바랍니다. 감사합니다. □