

기업보도와 법적 쟁점

김 재 협

법무법인 바른 파트너 변호사

- 프랑스 엑스마르세이유대학 법학박사
- 전, 서울서부지방법원 부장판사

I. 글 첫머리에

기업은 자본주의 자유시장경제에 있어 꽃으로 불린다. 자유롭고 창조적인 기업의 지속적 활동 보장 없이는 자유시장경제체제가 성공할 수 없다. 기업은 재화와 용역을 생산하여 시장에 공급하여 자본주의 시장경제체제를 활성화하고, 근로자를 고용하여 임금을 줌으로써 근로자와 그 가족에게 경제주체로 활동할 수 있는 여건을 마련하여 준다. 기업 활동에는 이러한 긍정적 측면이 있는 반면에 환경파괴, 비윤리적이고 비합리적 고용 탄압, 부실 또는 저질 상품의 제공에 따른 소비자의 건강 침해, 지나친 이윤 추구에 따른 사회통합요소 저해 등 부정적 측면을 드러내기도 한다. 더구나 기업에게 무제한의 영업 자유 환경을 부여하면, 작금의 현상과 같은 세계금융 위기나 그에 버금가는 다른 부작용을 초래할 위험도 있다.

현대 기업은 경제적으로는 물론 사회적으로도 그 역할이 막대하고 중요함에 따라 정부권력이나 사회 권력과는 다른 차원에서 공적 존재로서 조명을 받기 시작했고, 언론은 사회적 감시와 정보의 전달이라는 목적 아래 기업의 활동에 영향을 미칠 수 있는 기사를 지속적으로 생산하고 있다.

그런데, 기업보도에 관하여는 국민의 지대한 관심사이어서 공공성이 강하고 보도 내용에 따라서는 긴급성과 긴요성이 강조되는 측면이 있는 반면, 부정확한 보도로 인하여 초래되는 위험이 아주 커서 개인의 인격이나 명예훼손 침해에 관련된 보도보다 더 신중하고 정확하여야 하는 측면이 있다. 명성이나 신용 등에 의해 시장가치를 평가받는 기업의 특성상 특정 기업에 대한 사실 오보나

기업보도에 관하여는 국민의 지대한 관심사이어서 공공성이 강하고 보도 내용에 따라서는 긴급성과 긴요성이 강조되는 측면이 있는 반면, 부정확한 보도로 인하여 초래되는 위험이 아주 커서 개인의 인격이나 명예훼손 침해에 관련된 보도보다 더 신중하고 정확하여야 하는 측면이 있다.

신용훼손에 관한 기사는 해당 기업의 경영에 치명적인 결과를 가져올 위험이 크고, 그러한 잘못된 언론보도로 인해 피해를 입은 기업이 그 피해를 복구하기란 쉽지 않은 경우가 허다하기 때문이다. 잘못된 보도로 기업이 망한 후에는 그 보도를 정정한다고 하여도 다시 예전처럼 살아나기가 어렵고, 해당 보도와 기업의 영업 실적 감소나 주가하락, 신용훼손 등의 인과관계를 밝혀내기가 쉽지 않을 뿐더러, 설령 인과관계에 대한 입증은 한 경우에도 그 손해의 규모와 손해배상의 범위를 확정하는 일은 더더욱 어렵다.

또한 기업보도의 내용에 따라서는 그 기사에 직접 언급되지 않은 기업이나 그 기업의 특정 제품에 큰 피해를 입히는 경우도 있다. 예를 들어 기업 기사에서 특정 기업이나 그 기업 제조·판매의 특정 제품에 관하여 업계 1위라거나 품질이나 가격 면에서 최상의 상품이라고 언급한 경우, 동종 업계의 다른 기업은 자연스럽게 그에 미치지 못하는 기업, 다른 기업의 동종 제품은 그에 미치지 못하는 뒤쳐지는 제품이라는 인식을 독자나 시청자에게 심어주게 된다. 이러한 경우 타 기업은 그 보도 기사에 대하여 신용훼손 침해 등으로 정정보도나 손해배상을 구할 수 있다.

한편 기업보도 관련해서는 익명처리가 오히려 다른 기업들에 손해를 끼치기도 한다. 익명으로 처리한 한 업체의 특정 상품에서 좋지 않은 성분이 검출됐다고 보도할 경우, 그렇지 않은 동일 상품을 판매하는 다른 업체들도 해당 보도로 인해 불신을 받아 매출이 감소할 수 있기 때문이다. 이러한 경우 어떻게 보도를 어떻게 하는 것이 바람직한지, 그와 같은 잘못 처리된 보도에 대한 사후 해결과정이 어떠한지도 고민해 볼 필요도 있다.

다른 한편 기자 등 언론 종사자의 대부분은 기업이 그 존재나 목적, 활동의 성격상 공무원 등과 마찬가지로 공적 존재로 되는 것이라고 지레 인식하고, 나아가 기업보도에 관하여는 공적 존재의 보도와 마찬가지로 언론의 면책기준이 완화되는 것이라고 인식하고 있는

것 같다. 그러나 기업을 그러한 의미에서 공적 존재로 보는 데는 근본적으로 타당하지 않고, 그로 인하여 언론의 면책기준 완화를 염두에 두는 것은 기자로 하여금 기업보도에 대하여 소홀히 다룰 수 있다는 함정에 빠지게 할 위험이 있다. 기업보도를 둘러싼 기업에 공적 인물의 성격을 부여할 수는 있지만, 이를 긍정하는 경우에도 제한적인 활동 영역에 따라 관련 기사의 공공성을 인정하는 방향으로 그 가닥을 잡는 것이 타당하다. 나아가 그것이 바로 기업보도에 관하여 언론의 면책기준이 완화되는 것이라고 속단하여서는 안 된다.

이 글에서는 위와 같은 관점을 포함하여 기업 관련 보도로 인한 피해를 회복할 수 있는 범위와 손해액의 사정 방법, 언론의 면책기준이 다른 보도와 비교하여 어떻게 다른지 등을 살펴보는 동시에 기타 기업 관련 보도에서 위법하다고 여겨지는 경우와 이를 피하기 위한 기사 작성 방안 등에 대해 종합적으로 고찰해 보고자 한다.

II. 기업보도에 관한 역사적 고찰

기업보도에 관한 저널리즘은 상당한 역사를 지니고 있다. 독직사건 폭로기자(muckraker)이라는 용어는 미국 루즈벨트 대통령이 자유기업의 독점적 활동과 가격 고정화에 대한 구조를 파헤친 미국 신문기자에게 붙였던 데서 유래하였다고 한다. 당시 유통사업을 운영하고 있던 기업이 위생을 무시하고 오로지 기업 이윤을 극대화하는 방안에만 급급하였다.¹⁾ 그리하여 신문기자가 그 기업이 생산하는 통조림 쇠고기가 몸에 해로운 이유를 낱낱이 고발한 기사를 게재하였고, 그 결과 그 통조림 판매량이 절반 이하로 떨어졌다고 한다.

우리 언론 매체도 시간이 갈수록 경제면을 대폭 늘

1) 싱클레어(Upton Sinclair)의 소설 정글(The Jungle)은 시카고 유통공장장에서 실제 일어난 악랄한 기업이윤 추구의 모습을 적나라하게 그리고 있다.

리고 있고, 특집 형식의 기사를 내보내기도 한다. 그 과정에서 본의 아니게 잘못된 오보를 게재함으로써 커다란 혼역을 치루기도 하였다. 우리나라의 경우를 살펴보면, 우선 1998년의 통조림 포르말린 함유 보도사건을 들 수 있다. 번데기, 골뱅이 통조림 등에 인체에 치명적인 포르말린을 첨가해 제조하여 유통시켰다는 보도인데, 이로 인하여 제조기업이 여론의 질타뿐 아니라 판매한 제품의 반품이 쏟아져 모두 도산하거나 경영상 심각한 어려움에 처하였다. 다행히 형사사건에 대하여는 법원의 무죄판결²⁾이 있었지만, 그 뒤 몇몇 업체에서는 검찰과 언론을 상대로 제기한 손해배상 소송에서는 충분한 수사 없이 발표된 검찰의 잘못된 인정하지만, 공신력 있는 기관의 발표를 기초로 윤색 없이 거의 그대로 보도한 언론에게 손해배상 책임이 없다는 판결을 내려줬다. 관련 제조업자들이 치명적인 손해를 입었으면서도 그 손해를 고스란히 떠안게 된 셈이 되었다.

통조림 포르말린 사건 이후에도 다이옥신 죽염사건, 쓰레기 만두소사건, 중국산김치 기생충알 오염사건 등 식품과 관련하여 사회의 주목을 끄는 사건에 관하여 언론의 무분별한 경쟁보도가 끊이지 않았고, 그로 인한 폐해도 자못 심각하였음을 경험하기도 하였다.³⁾ 이러한 보도는 대체로 전문가들의 깊이 있고 정확한 검토가 이루어지고 난 뒤 차분히 진위와 옥석을 가려서 정확한 문제점과 문제 있는 제품을 특정하고 철저한 재발방지대책을 마련하는 방향으로 보도하기 보다는 언론이 진위가 가려지지 않은 내용을 경쟁적으로 성급

정확한 문제점과
철저한 재발방지대책을
마련하는 방향으로 보도하기
보다는 언론이 진위도
가려지지 않은 내용을 경쟁적으로
성급하게 보도함으로써
관련 업체에 치명적 손실을 끼친
사례 많아

2) 실제로 WHO가 1989년에 펴낸 '환경건강기준'에 보면 자연 상태의 어류와 야채 등에서 상당량의 포르말린이 검출될 수 있다(각각류 1~98ppm, 냉동대구 20ppm, 무 3.7ppm, 토마토 5.7ppm 포함) 한다. 검찰에서 표본조사한 통조림에서 검출된 포르말린 함유량이 표고버섯에서 검출되는 양(일본약학회에서 1990년 펴낸 '위해시험법'에 표고버섯의 포르말린 함유량이 100~300ppm으로 표시됨)에도 훨씬 미치지 못하는 0.19mg에 불과하다는 등의 사유로 법원은 통조림제조업자들에게 무죄라는 판결을 내렸다.

3) 그 외 한국소비자보호원이 제품의 유통 경로에 관한 조사 없이 특정 이동막걸리 제조업체에서 제조된 이동쌀막걸리에서 유해물질이 검출되었다는 감사결과를 성급하게 언론에 공표하여 문제를 일으킨 사건도 있었다(대법원 1998. 5. 22. 선고 97다57689 판결). 이 판결에 대하여는 소비자단체의 상품에 관한 공표 내용에 관한 명예훼손사건의 중요한 선례로 보면서, 대법원이 소비자단체가 시용품의 채취 시에 유통경로 조사 의무를 진다는 점을 명백히 한 점을 긍정적으로 평가하는 한편, 그 비판으로 명예훼손에 관한 법리에 충실하려고 한 나머지 소비자 보호의 법리에 무관심했다는 점, 소비자단체의 상품테스트 결과의 공표는 소비자들에 대한 위해상품의 경고로서의 성격을 갖는다는 점을 간과한 점, 상품테스트결과와 공표에 있어서 그 시용(試用)으로 삼은 상품이 진품인가 위조품인가의 입증문제는 명예훼손에 관한 증명책임과는 구별하여야 하고 소비자는 상품의 외관을 보고 어떤 회사의 상품이라고 신뢰하며 상품의 위조여부를 판단할 수 있는 전문적인 정보를 갖지 않으므로, 그 회사 상표를 달고 있는 상품이 문제된 경우에 그것이 위조품이라는 것은 제조자 또는 판매자가 주장·입증해야 함을 간과하였음을 지적하고, 먼저 시용으로 사용된 상품이 진품인지 위조품인지를 그 입증책임을 고려하여 판단하고 나서, 명예훼손에서의 입증책임의 법리를 적용하는 것이 타당하다는 견해도 주목할 필요가 있다(이은영, 이동쌀막걸리의 신용훼손사건, 법률신문 1998. 5. 22. 자. 법률신문사 참조).

히 보도함으로써 관련 제조업체에게 치명적 손실을 끼쳤음을 상기할 수 있다.

Ⅲ. 기업보도의 범위와 그 기준 설정의 필요성 등

1. 기업보도 구분기준의 불명확성

언론종사자가 일반적으로 기업보도라는 말을 쓰고는 있지만, 어떤 범주의 보도가 기업보도에 해당하는지를 가려 줄 명확한 기준을 제시하고 있지는 않다. 학자들이 이에 대하여 명확한 구분기준을 제시하고 있는 문헌도 찾아볼 수가 없다.

생각건대, 우선 명확한 것은 보도 대상이 기업과 관련이 있다는 사실이다. 그러나 기업이라는 사전적 정의는 이윤의 획득을 목적으로 운영하는 자본의 조직단위로 그 범위가 광범위하다. 기업은 대체로 소유나 지배 주체의 따라 공기업과 사기업으로 나누어지고, 자본과 조직 구성의 규모에 따라 대기업, 중소기업, 소기업 등으로 분류되기도 하지만, 이러한 기업 분류 방법과 기업보도에 있어서의 기업의 정의와는 바로 연결될 수는 없을 것이다. 그러나 그 분류와 관련하여 일응 구분 기준을 생각할 수밖에 없는 측면도 있다.

여하튼, 언론계에서 기업보도라고 하는 경우, 공기업뿐만 아니라 사기업도 포함된다고 보는 것이 일반적일 것 같다. 그런데, 사기업의 경우 대기업, 중소기업에 한정되는지 더 나아가 개인사업자도 포함된다고 보고 있는지는 의문이다. 특히 개인사업자를 포함하는 입장을 취하는 경우 사업 활동의 종류를 불문하고 개인사업자 모두를 포함하는지 사업 활동의 내용에 따라 구별하고 있는지도 명확하지 아니하다. 피상적으로 보면, 기업보도라는 범주에 포함되는 기업은 대기업, 중소기업, 개인사업자 등 규모의 면에 중점을 둘 것이 아

니라 활동 분야에 따라 구분하여야 할 것이고, 원칙적으로 기업인이나 임원 개인의 사적 활동은 포함되지 않는다고 보아야 할 것이다. 기업 활동 중에도 생산되는 상품이나 서비스, 노동운동 등 소비자나 국민에게 미치는 영향이 크거나 밀접하고 기업의 자유 범위에 포함되지 아니하는 분야는 이에 포함될 것이지만, 인사, 재무관리, 영업전략, 거래처나 수요자 등 고객과의 관계 등 기업에게 자유를 허여하여야 하는 분야는 이에 포함되지 아니한다고 보는 것이 타당할 것이다.

2. 기업보도 구분기준의 필요성 등

언론계에서 기업보도라는 용어를 채택하여 쓴다면, 막연하게나마 그 구분기준을 제시할 수 있어야 할 것이다. 그래야 기업보도에 있어 특수성은 무엇인지, 보도의 중점은 어디에 있는지, 언론의 면책 범위는 어떠한지, 잘못된 기업보도로 인한 피해액을 산정함에 있어 개인보도의 경우와 다른 기준을 마련할 수 있는지 등등에 관한 검토를 할 여지가 있게 된다. 그러한 측면에서 기업보도를 다른 보도와 구분하는 기준을 정립할 필요성이 대두된다.

그러나, 기업관련 보도도 다른 보도와의 특수성은 내용상 경제적 측면이 강한 것일 뿐이고, 보도의 중점에도 뚜렷한 차이가 없으며, 언론의 면책 범위나 잘못된 기업보도로 인한 피해액의 산정기준도 다른 보도와 동일하다고 한다면 굳이 기업보도의 구분기준을 정립할 필요성은 그만큼 줄어들게 된다.

결론적으로 필자는 기업보도의 특수성을 언급하면서 다른 보도와 다른 면책기준이나 손해액 산정기준이 일괄적으로 마련될 필요가 강하다고 생각하지 않는다. 다만 잘못된 언론보도로 인한 피해액 산정에 있어 현실적 손해(actual damages)가 아닌 추정적 손해(presumed damages)의 개념을 도입하여 피해자에게 손해액에 관한 입증책임 완화를 줄 필요가 있다고 생각할 뿐이

다. 이러한 추정적 손해 개념의 도입은 기업보도만이 아니라 일반 보도에도 모두 필요할 것이다. 또한 면책기준에 관하여도 기업보도의 개별적 내용에 따라 종래의 기준에 일부를 수정 적용하는 방향에서 접근하면 될 뿐이고, 별도로 기업보도에 특수한 면책기준을 마련할 당위성은 그다지 크지 않다고 생각한다. 그런 의미에서 기업보도의 구분 기준의 필요성은 상대적으로 감소될 것이다.

3. 기업에 대한 공인 내지 공적 존재성 일반화의 오류

공직자 또는 공적 기관 등 공적 인물에 대한 보도를 일반인에 관련된 보도와 달리 취급하여 언론에 대하여 면책기준을 완화하여 주는 이른바 공인 이론은 그들의 활동이나 자질이 국민에게 미치는 영향이 큼에 비례하여 그들에 대한 언론의 감시와 비판의 필요성이 상대적으로 크다고 할 수 있어 그들에 대한 언론보도에 대하여 위법성을 인정하는 기준을 강화함으로써 그러한 언론의 순기능의 위축을 방지하기 위한 데서 나온 것이다.⁴⁾ 즉 공적 인물 이론은 언론의 공적 인물에 대한 감시와 비판을 비교적 자유로이 허용하여 국민을 위한, 국민에 의한 민주주의의 기틀을 더욱 공고화하기 위한 필요성에서 나온 이론이다. 다른 한편 공인이론을 처음 주장한 미국에서는 공인의 경우 스스로 자신을 변호할 수 있는 언론 기능도 가지고 있음을 그 근거로 들기도 한다.

그런데 이러한 공적 인물 이론을 기업보도에 있어서도 수정 없이 그대로 적용할 수 있는가, 아니면 수정하여 적용할 수 있는지, 아니면 아예 적용함이 적절하지 아니한지는 쉽사리 결론을 도출하기 어렵다. 공적 인물의 이론이 도입된 배경과 근거 등과 기업 활동의 다양성과 특성, 기업 활동이 당해 기업 관련자가 아닌 일반 국민에게 미치는 영향의 정도 등을 곰곰이 곱씹어 보고 판단하여야 할 것이기 때문이다. 그러한 관점에서 보면, 오늘날 기업의 공적 활동과 사회적 책임이 강화되고 윤리적 기업 경영이 필수적이라고 하여 기업에 관련된 언론보도에 있어서도 기업을 바로 공적 인물이라는 논리로 직결된다고 비약하여서는 안 된다.

참고 되는 판결을 몇 개 소개하기로 한다. 서울고등법원은 현대자동차 노동조합의 2003년도 단체협약 타결과 관련된 쟁의행위에 관한 언론의 비판보도의 위법성 여부를 판단함에 있어, 현대자동차는 국내 자동차업계 1위인 회사로서

오늘날 기업의 공적 활동과 사회적 책임이 강화되고 윤리적 기업 경영이 필수적이라고 하여 기업에 관련된 언론보도에 있어서도 기업을 바로 공적 인물이라는 논리로 직결된다고 비약하여서는 안 된다.

4) 공인에 대한 명예훼손에 관한 자세한 내용은 한위수 등 편집, 언론관계소송, 재판실무연구 1, 2007, 한국사법행정학회 중 진원열, 공인에 대한 명예훼손 부분(146-176쪽) 참조.

고용, 수출 등 국민경제에 미치는 영향이 막대하고, 그 노동조합은 현대자동차 근로자 80% 정도를 조합원으로 하는 큰 규모로 현대자동차 노사관계가 우리나라 경제 전반에 미치는 영향이 크다는 점을 들어 현대자동차와 그 노동조합을 모두 공적인 존재로 보았다.⁵⁾

반면에 식품의약품안전청이 발표한 보도 자료에 불법적으로 마약류를 취급한 정신과의사 운영의 병원 등 위반 업소들의 실명이 적시되어 있었다고 하여, 언론이 이를 보도함에 있어 그 의사의 신원에 관한 사항을 명시한 것이 공적인 인물에 대한 보도로 볼 수 없고 언론의 범죄보도에 있어서의 익명보도의 원칙에 위배되어 위법하다고 판시하였다(대법원 2007. 7. 12. 선고 2006다65620 판결).

따라서, 기업이나 기업인의 공적 인물 해당 여부에 관한 논의는 고위 공무원이나 정치인 등과 같은 차원에서 자질 등을 포함하여 일반적으로 광범위하게 접근할 것이 아니라 당해 기업보도에 있어 피해자로 지목된 기업이나 기업인의 활동 중 국민 경제생활, 생명, 위생, 건강 등과 밀접한 관련성을 가진 특정 활동에 국한하여 제한적 접근 방식으로 전개되어야 할 것이다. 결국 기업보도에 있어 허용의 정도나 면책기준을 판단함에 있어서는 보도대상 기업이 공적 인물에 해당하는지의 관점보다는 보도대상 기업이 되는 기업 활동이나 기업관련 사항이 공적인 사안으로 공공성을 어느 정도 띠고 있는지의 관점이 더 중요한 요소로 된다. 이러한 관점에서 보면, 기업보도에 있어 보다 중시하여야 할 요소는 기업이나 기업인의 공적 인물 해당 여부가 아니라 보도하려는 기업이나 기업인의 특정 활동의 공공성 인정 여부에 있다고 할 것이다.

4. 기업보도에 있어 공공성 인정의 범위

기업보도의 공공성 인정 범위가 어느 정도인지는 일반적 기준을 세우기 어렵고, 기업의 특정 활동이 국민이나 사회 일반에 미치는 영향에 따라 가늠할 수밖에 없을 것이다. 이를 조감하여 볼 수 있는 판결로 출판업

과 관련되는 업종의 중소기업을 그 조합원으로 하는 단체가 부지조성과 운영에 있어 정부의 지원을 받은 국가산업단지인 출판단지의 분양과 관리에 상당한 영향력을 가짐으로써 발생한 문제점을 지적하고 그 시정을 요구한 기업보도는 그 내용이나 목적이 공공의 이익에 관한 것이라는 하급심 판결을 들 수 있다(수원지방법원 2007. 10. 18. 선고 2006가합17426 판결).

기업보도 중 기업인이나 임원 개개인의 사적 활동에 관한 보도는 일반적으로 공공성이 부족하다고 할 것이고, 기업 활동 중에도 생산되는 상품이나 서비스, 노동 운동 등에 관련된 분야 외에 인사, 재무관리, 영업전략, 거래처나 수요자 등 고객과의 관계 등과 관련된 보도도 통상 공공성이 부족하고 예외적으로 공공성을 띠게 되는 경우가 있다고 볼 것이다. 또한 기업인에 대한 범죄경력 보도는 선출직 또는 정무직 고위 정치인 등의 경우와는 달리 특별한 사정이 없는 한 공공성이 인정되지 않는다고 보아야 한다. 그러나 기업이나 그 노동조합의 노사관련 문제나 제조 상품의 안전성, 국민건강 위해성 여부, 단단계 판매조직이나 사설 금융업체의 사기성 여부와 그로 인한 서민 대중의 피해 실태, 항공, 교통, 의료 등 국민의 기본적 생활과 밀접한 관련성이 있는 기업 활동의 마비나 대란 등을 둘러싼 문제 등은 당연히 공공성이 인정된다고 할 것이다.

IV. 잘못된 기업보도의 유형과 그 구제책

1. 명백한 오보로 위법성이 명백한 경우

우리 법원이 시민단체가 시중에 유통되고 있는 자동

5) 그 같은 전제 하에 현대자동차 노동조합의 당해 활동에 대한 언론의 비판 기능이 관하여 악의적이거나 현저히 상당성을 잃은 공격이 아닌 한 쉽게 제한되어서는 안 된다는 공적 인물 이론에 관한 논리를 피력하고 있다(서울고등법원 2005. 10. 18. 선고 2004나84063 판결).

차 연비향상장치에 대하여 시험한 결과 특정 제품은 효과가 있었고 나머지 제품은 효과가 없었음에도 불구하고, 모든 연비향상장치가 효과가 없는 것으로 방송한 것은 그 특정 제품에 대한 명백한 오보로 위법하다고 판시한 바 있다(대법원 1999. 10. 8. 선고 98다40077 판결). 통조림 포르말린 사건에서도 오보임을 인정하였다. 그러나, 그 사건에서는 보도 내용이 국민의 생명과 건강에 직결되는 유해식품에 관한 것으로 신속보도의 필요성이 요구되고, 검찰의 공식기자회견 내용을 과장 또는 윤색하지 아니하고 그대로 보도한 사정 등을 들어 보도 내용이 진실이라고 믿은 데 상당한 이유가 있다고 하여 언론사의 손해배상책임을 부정하였다(대법원 2003. 10. 9. 선고 2003다24406 판결).⁶⁾

2. 편파적인 홍보성 보도로 위법한 경우

오늘날 인간생활에서 경제가 차지하는 비중이 커지게 됨에 따라, 경제 기사나 보도를 전문으로 하는 신문사나 방송사도 늘어나고, 일반 신문이나 방송에서도 기업이나 경제에 대하여 보다 많은 지면과 시간을 할애하고 있다. 그런데 언론사도 기업이고 그 수익의 상당 부분이 기업 광고를 통해 조달되고 있어 기업보도의 상당 부분이 은연 중에 광고주인 기업에 부당하게 유리한 측면으로 흐르게 될 우려가 있다. 그 경우 특정 기업이나 상품을 부당하게 유리하게 부각시킴으로써 동종 업계의 다른 경쟁기업이나 상품에 손해를 끼칠 경우에는 신용훼손 등으로 위법한 보도가 될 수 있다. 더구나 그 관련 보도에 있어 사실과 다른 보도가 있는 경우에는 그 자체로 위법한 보도로 된다. 그 경우 해당 보도에 직접 언급되지 않은 기업이 그 보도기사에 대하여 정정보도나 손해배상청구를 할 수 있게 된다.

3. 비실명으로 처리한 보도로 타 기업에 대하여 위법하게 되는 경우

기업보도 관련해서는 익명처리가 오히려 다른 기업들에 손해를 끼치기도 한다. 즉 익명으로 처리한 한 업체의 특정 먹거리 상품에서 인체에 위해한 성분이 검출됐다고 보도하는 경우, 그렇지 않은 위생적이고 안전한 동일한 먹거리 상품을 제조·판매하는 다른 업체들도 해당 보도로 인해 불신을 받아 해당

기업인 중 국가경제계에 있어
상당한 위치에 처한 사람은
공적 인물의 범주에 속할
가능성이 상대적으로 높다고
할 수 있다.
그러나 그들의 사생활은 정당한
공적 관심사의 대상이 될 수 없고
보호되어야 할 범주에 속함의
원칙이다.

6) 다만 이 판결이 국가에 대한 손해배상책임 인정 유무와는 직접적 관련성이 없다고 할 것이다.

먹거리 상품의 매출이 감소할 수 있기 때문이다. 제품의 성능이나 기능, 안전성 등에 관한 부정적 보도에 있어서도 실제 실험을 한 제품의 내역, 제조사 등을 구체적으로 지적하지 않는 경우 동종의 제품을 제조하는 모든 업체가 신뢰를 잃어 손해를 입게 되는 경우가 허다하다. 이러한 기업보도가 모두 위법함은 자명하다.

결국 특정 제품의 안정성이나 위해성 등에 관련된 기업보도를 함에 있어서는 범죄보도에 있어 익명보도 원칙과 정반대로 실명보도 원칙을 지켜야 할 것으로 판단된다.

4. 허용되지 아니하는 기업인 개인의 사생활 보도

기업인 중 국가 경제계에 있어 상당한 위치에 처한 사람은 공적 인물의 범주에 속할 가능성이 상대적으로 높다고 할 수 있다. 그러나 그들의 사생활은 정당한 공적 관심사의 대상이 될 수 없고 보호되어야 할 범주에 속함이 원칙이다. 개인의 사생활로 비공개 보호를 받아야 할 범주로는 대체로 병력 등 건강상태, 성형 수술 여부나 비만 정도 기타 내밀한 신체적 특징, 가정생활, 부부관계와 애정 관계, 임신 여부, 취미 활동 등을 들 수 있다. 우리나라 언론의 경우는 그간의 유명 기업인에 대하여 결혼, 가정생활, 이혼 등에 관하여 당사자들의 없이도 그대로 보도할 수 있는 것처럼 여기고 있는 듯 하여 매우 안타깝다. 대중이 호기심을 가지고 있는 분야와 헌법상 국민의 알 권리에 속하는 분야는 엄격히 구분되어야 한다. 그런데, 우리 언론은 대중의 호기심에 기대어 이를 일부러 간과하는 측면이 있는 듯 하여 안타깝다. 앞으로 이에 대한 언론의 자제가 필요하다고 생각한다.

5. 통계수치 분석에 있어 편견이 개입된 위법한 보도

기업보도에 있어 통계수치를 인용하여 기사화하는

경우에는 반드시 전문가적 관점에서 그 수치 분석을 한 결과를 기초로 하여야 하고, 단순히 기사나 언론사의 편견을 바탕으로 기사를 작성하여서는 아니 된다. 그 통계수치의 분석이 편견이라거나 논리적 비약으로 특정 기업이나 산업에 신뢰성 상실 등의 손해를 끼친 경우에는 위법하게 된다.

프랑스의 판례가 일응 참고가 될 것이다. 의사들의 연간 치료활동 비율을 분석·비교해 본 결과 의사 1인당 진료활동이 전년도보다 줄어든 통계수치가 나오자 이를 바로 의사들의 불친절한 서비스로 인한 것이라고 평가한 기사에 대하여, 그 통계수치가 바로 의사의 직업 활동 불충실성, 불친절성을 나타낸다고 볼 수 없다고 하여, 그 기사로 인하여 독자나 환자에게 은연 중에 의사들이 직업윤리에 충실하지 못하다고 암시함으로써 환자의 의사에 대한 직업적·도덕적 신뢰도를 떨어뜨리는 등 신용침해를 한 것으로 위법하다고 한 프랑스 파기원의 판결도 있다(프랑스 파기원 1993. 10. 12. 선고 Barger er autres c. le docteur X... 판결).

6. 단순한 의혹제기로 위법한 경우

기업보도는 진실한 사실에 바탕을 두고 합리적·전문적 관점에서 예리한 분석을 한 뒤 객관적 시각으로 작성되어야 한다. 기업의 경영은 전 세계를 상대로 한 무한 경쟁의 토대 위에 자유시장 경제의 원칙에 따라 평가되고, 경영의 효율성과 우수성에 따라 기업의 이윤의 규모가 결정되고 기업의 사활이 달려 있어, 다른 분야의 경우보다 더 정확한 사실 보도를 요구하게 된다. 따라서, 기업보도에 있어서는 단순한 의혹제기는 위법하다는 결론에 이를 가능성이 많다. 덧붙여 이러한 점으로 보아 기업보도에 있어서 언론의 면책기준은 공공성을 띤 다른 분야에 대한 보도에 관한 통상의 면책기준보다 더 엄격하게 적용될 것이다. 이에 관하여는 후술하기로 한다.

V. 위법한 기업보도로 인한 손해액 등의 입증방법

위법한 기업보도로 손해를 입은 기업이나 기업인은 당연히 해당 보도를 한 언론사나 기지를 상대로 그 기업보도로 인한 정신적 손해 외에 재산상 손해의 배상도 구할 수 있다. 그 경우 그간의 판례의 태도를 보면, 정신적 손해는 여러 가지 요소를 참작하여 인정해 주고 있지만, 위법한 기업보도로 계획된 사업 차질, 매출 감소, 신용 추락, 거래처 상실, 금융지원 중단이나 금융위기 초래 등이 생겨 그로 인한 재산상 손해가 막대하다는 기업 측의 주장에 대하여는 이를 받아들여 재산상 손해를 인정한 경우는 거의 없다. 앞서 본 자동차 연비 향상 장치에 관한 방송오보에 대하여 그 방송보도로 인하여 특정 업체가 그 보도 시점과 맞물려 연비향상과 매연 절감 장치의 매출액이 감소하기 시작하여 거의 도산 지경에 이른 사실을 인정하면서도, 그 매출액의 감소가 위법한 방송보도로 인하여 초래된 것이라고 인정하기에 부족하다고 하여 재산상 손해배상을 인정하지 아니한 바 있다.⁷⁾

기업에서 영업과 수익을 좌우하는 요소는 언론보도 외에 경기 침체, 복합적 시장 여건의 변화, 기술 환경의 발전과 변화, 소비자의 기호 변화 등 수 없이 많은 요소가 있다. 따라서 학설이나 판례상 손해배상책임과 손해액 산정기준으로 채택하고 있는 상당인과관계 이론에 의하면, 매출감소나 생산차질, 신용추락에 따른 금융 위기 등으로 인한 재산상 손해가 언론보도 외의 다른 여러 요소가 그 손실이나 위기 초래에 기여한 바가 없음을 아울러 입증하여야 하기 때문이다.

그리하여 기업보도에 있어 의료·환경·제조물 책임 등의 사건과 마찬가지로 인과관계의 입증을 완화하여야 한다는 입장과 기업의 영업과 수익에 영향을 주는 요소는 언론보도 외에 경기침체, 계절의 변화, 소비자의 기호 변화 등 수 없이 많은 요소가 있어 입증책임 완화는 부적절하다는 입장이 있다.⁸⁾

기업의 영업 환경과 수익에 관련된 요소는 개별 기업마다 정도의 차이는 있을 수 있으나, 기업의 기술 수준, 인력 수급 관계, 노동 환경, 기업 내부의 단합 정도, 거래처와의 관계 등 기업 내부적 환경 또는 기업이 자율적으로 통제할 수 있는 요소 외에도 금융, 시장, 소비자, 경쟁기업 등 기업 외부적 요소가 다양하게 존재하고 있고 수시로 그 요소의 여건도 변화하는 것이다.

기업보도 관련,
그간의 판례의 태도를 보면
정신적 손해는 여러 가지 요소를
참작하여 인정해 주고 있지만
재산상 손해에 대해서는
손해를 인정한 경우 거의 없어

7) 윤재윤, 함석천, 언론분쟁과 법, 2005, 청림출판, 292쪽 참조.

8) 윤재윤, 함석천, 위 책, 291-292쪽 참조.

그러나 의료·환경·제조물 책임 등의 사건에 있어서도 초래된 손실의 발생 원인이 여러 가지가 있을 수 있으나 기업보도로 인한 재산상 손실의 경우처럼 그리 복잡다기하지는 않다. 따라서 의료·환경·제조물 책임 등의 사건의 경우를 들어 기업보도에 있어서도 입증책임의 완화를 도입하는 것은 적절하지 않다고 생각된다. 다만, 위법한 보도의 시기와 내용, 해당 기업의 당해 상품의 매출액의 급격한 감소의 정도와 추이 등을 면밀히 대조하여 보면, 비록 그 매출액 감소 등에 다른 요인이 개입될 여지가 있을지라도 통상인의 입장에서 보아 당해 언론 보도도 상당한 정도로 영향을 미쳤다고 판단되는 등 특별한 요건을 갖춘 경우에 제한적이거나 일응 상당인과관계의 존재가 입증되었다고 보고 그 손해를 어느 정도 인정해 주는 것이 타당하다고 생각한다. 그 경우 인정되는 손해액의 정도는 현실적 손해(actual damages)가 아닌 추정적 손해(presumed damages)로 산정되어야 할 것이다. 이러한 점에서 제한적 요건 하에 미국의 추정적 손해의 개념의 도입 필요성이 있다고 여겨진다.

참고로 이에 부합하는 판결로 대법원 2006. 10. 27. 선고 2004다42609, 42616 판결이 있으나, 이를 두고 대법원이 추정적 손해의 개념을 도입하였다고 보기는 어렵다. 이 판결은 거래관계에 있어 자신의 요구를 들어주지 않자 특정 의료기기 회사에 대하여 권력비호와 특혜금융 및 의료기기의 성능이 좋지 않다고 제보하고 서로 맞고소하게 한 뒤 기자회견을 통하여 그 제보 내용을 언론에 폭로한 사안으로, 그 제보자에 대하여 그 제보내용이 진실이 아니고 진실이라고 믿을 상당성도 없어 그 의료기기 회사에게 무형의 손해 2억 원을 배상하라고 한 제1심 판결(서울지방법원 2000. 9. 27. 선고 99가합89715, 2000가합50881 판결)을 그대로 받아들인 것이다(항소기각, 상고기각으로 확정됨).⁹⁾

VI. 기업보도에 있어 면책기준의 특수성이 인정되는지 여부

정치적 인물이나 고위 공직자 등에 대한 의혹 제기는 국민주권주의의 기초가 되는 정치적 인물에 대한 자질 평가, 정책 검증 등에 있어 도움이 되는 측면이 있어 근거 없는 의혹제기가 아니라면 좀 더 넓은 범위에서 허용되어야 한다는 당위적 측면이 있다. 그 인물이 그러한 정치적 활동이나 공직 활동을 수행할 위치에 있게 하는 선택을 직·간접적으로 국민이 한다는 민주주의의 합의된 틀이 있기 때문이다. 그리고 그러한 의혹보도가 대체로 고위직 공무원의 임명이나 정치적 공무원의 선출시기에 임박하여 이루어지기 때문에 그 보도의 긴급성도 요구되는 것이 일반적이다.

기업보도와 관련하여서도 긴급한 보도의 필요성이 있는 경우도 있다. 예를 들어 국민의 생명, 건강, 안전 등에 직결되고 일상적 삶의 영위를 위하여 필수적인 상품이나 현실적으로 대규모 서민피해로 이어지는 사기 대출, 불법 다단계 사기 판매 등에 관하여는, 소비자인 국민이 당연히 그 위해성이나 안정성, 정상적 영업활동 인지 여부에 관하여 정확한 정보를 알아야 할 당위성이 있고, 현실적으로 광범위하게 발생하는 사기 영업으로 인한 피해를 막기 위한 긴급한 보도의 필요성이 있다.¹⁰⁾ 그러나 현실적으로 이루어지는 기업보도를 일별하여 보면, 대체로 보도의 필요성은 어느 정도 있으나 보도의 긴급성은 없는 경우가 대부분이다. 때로는 보도의 필요성도 거의 없다고 보이는 것도 허다하다.

9) 다만 이 판결은 언론사에 대하여 손해배상책임을 묻은 사안은 아니다. 한편 제보자는 기자에게 허위 제보하여 언론에 보도되게 한 행위에 관하여 출판물에 의한 명예훼손죄로 유죄판결을 받았다(대법원 2004. 4. 9. 선고 2004도340 판결 참조. 이 판결은 다른 많은 점이 시사되어 있으나 이 글과 관련 없는 부분이라 언급하지 아니한다).

10) 대법원도 통조림 포르말린 사건에 관하여 보도의 긴급성과 필요성을 인정한 바 있다.

또한 기업의 생존과 발전은 자유로운 경쟁과 시장질서가 보장되는 자유경제시장체제에서 이루어져야 하는 것이므로, 이러한 자유시장체제를 저해하는 언론보도가 이루어져서는 안 된다. 특히 기업보도에 있어서는 다른 분야보다 단순한 의혹제기가 자유시장체제를 저해하거나 혼란스럽게 할 위험성이 많고, 그러한 유혹에 빠져드는 졸속 기사가 생겨날 우려가 많다. 따라서 기업보도에 있어서 단순한 의혹제기는 허용되지 않음이 원칙이고, 허용되어야 할 특별한 사정이 명백한 경우에 한하여 예외적으로 허용되어야 할 것이다. 허용되는 경우에도 그 의혹제기의 근거와 내용을 명확히 밝히고, 가능한 한 그와 관련되는 기업이나 기업인 또는 제품을 특정하여 보도하여야 한다(다만 동종 상품 모두가 위해 등 우려가 있다거나 특정 물질의 위해성 등에 관하여 보도하는 경우¹¹⁾에는 제품이나 기업의 특징이 적절하지 않을 것이다).

언론보도의 위법성이나 면책기준에 관하여 대법원이 취하고 있는 확고한 기준은 다음과 같다. 즉 언론·출판의 자유와 명예보호 사이의 한계를 설정함에 있어서는 당해 표현으로 인하여 명예를 훼손당하게 되는 피해자가 공적인 존재인지 사적인 존재인지, 그 표현이 공적인 관심 사안에 관한 것인지 순수한 사적인 영역에 속하는 사안에 관한 것인지 등에 따라 그 심사기준에 차이를 두어 공공적·사회적인 의미를 가진 사안에 관한 표현의 경우에는 언론의 자유에 대한 제한이 완화된다고 한다(대법원 2002. 1. 22. 선고 2000다37524, 37531 판결 참조)는 것이다.

공인에 관한 언론보도에 있어서의 위법성 판단이나 면책기준도 위 기준에 따라 상당성의 법리를 보충하거나 완화 적용하는 방법 등으로 표현의 자유를 신장하여 주고 있다.¹²⁾

한편 언론사¹³⁾에 대한 비판기사의 허용 정도에 관한 대법원의 태도는 공인에 대한 언론보도 같은 원칙 아래 다소 다른 측면을 강조하는 등으로 표현의 자유를 신장하여 주고 있다. 즉 언론사가 타인에 대한 비판자로서 언론의 자유를 누리는 범위가 넓은 만큼 그에 대한 비판의 수인 범위 역시 넓어야 하고, 언론사는 스스로 반박할 수 있는 매체를 가지고 있어서 이를 통하여 잘못된 정보로 인한 왜곡된 여론의 형성을 막을 수 있으며, 일방 언론사의 인격권의 보장은 다른 한편 타방 언론사의 언론자유를 제약하는 결과가 된다는 점을 감안하면, 언론사에 대한 감시와 비판 기능은 그것이 악의적이거나 현저히 상당성을 잃은 공격이 아닌 한

기업보도에 있어서
단순한 의혹제기는
허용되지 않음이 원칙이고,
허용되어야 할 특별한 사정이
명백한 경우에 한하여
예외적으로 허용되어야
할 것이다.

11) 발암물질인 석면을 유출하는 건축자재 등, 다이옥신의 위해성과 그를 함유한 제품 등에 관련된 지간의 언론보도가 이에 해당한다.

12) 이에 관한 지간의 대법원 판결 등에 관한 자세한 분석은 전원열, 위 글 참조.

13) 언론사는 사회의 공기(公器)로서 감시와 비판이라는 특별한 목적을 지닌 기업이라 할 수 있다.

쉽게 제한되어서는 아니 된다는 기본 법리를 확고하게 밝히고 있다(대법원 2006. 3. 23. 선고 2003다52142 판결; 대법원 2008. 2. 14. 선고 2005다75736 판결; 대법원 2008. 4. 24. 선고 2006다53214 판결¹⁴ 등 다수).

그런데 기업보도는 대체로 정치적 이념이나 신념에 대한 검증 필요성, 비판의 자유 확대, 다양한 의견이나 여론 형성의 필요성, 다양한 가치관의 조화로운 상생을 위한 열린 시각에서의 토론의 장의 활성화 등 표현의 다양성 확보와 자유로운 비판정신의 신장과는 거의 관련이 없다. 기업보도 중 이에 관련되는 부분은 성장과 분배 정책, 물가 안정과 경기 활성화, 대기업 정책과 중소기업 활성화 정책, 환율 정책, 금리 정책, 금융구조 개선책, 민간경제나 환율, 금융 등에 대한 정부 개입의 정도, 정부 예산의 배분 우선순위나 효율적 배분 등 경제 정책 등에 관련된 분야이다. 이러한 분야에 관한 기업보도에 관하여는 보도 내용의 공공성에 따라 가치관의 선택이나 비판의 자유를 신장하는 방향으로 앞서본 대법원의 언론의 면책기준에 대한 기본 원칙에 맞추어 완화하여 적용하면 될 것이다.¹⁵

그리고 특정 대기업의 고용 정책, 노동 정책 등 사회적 파장이 큰 분야에 관한 기업보도에 있어서는 대기업의 국민경제에서 차지하는 위치와 사회적으로 미치는 영향력, 그 정책이 사회적·경제적 의미와 중요성의 정도, 공공성의 정도 등에 비추어 종래의 공적 인물 이론을 유추 적용하여 그 면책기준을 설정하면 될 것이다.

그러나 그밖에 기업의 제품이나 서비스 품질 평가, 성능 비교, 영업 능력 비교, 성장 동력이나 성장 가능성 비교 등에 관한 기업보도에 있어서는 그 보도 내용의 성질상 객관적이고 전문적 검증을 거친 진실을 바탕으로 정확하고 합리적인 보도를 하는 것이 생명이므로 종래의 명예훼손이나 신용훼손에 관한 일반적 면책기준보다 오히려 강화하여 적용할 필요가 있다. 또한 면책기준의 하나인 상당성을 충족하였는지에 대한 판단은 그 보도의 기초 자료의 수집이나 취재 형태와 취

재자료의 충실성, 보도 내용의 충실성, 언론 보도의 의도는 물론 보도의 필요성과 긴급성이 요구되는 정도 등에 따라 개별적·구체적으로 판단되어야 할 것이다.

위에서 일별한 분류에 따르면, 결국 기업보도는 그 범위가 아주 포괄적이고 다양하며 광범위하므로 언론의 면책기준에 관하여도 공적 인물 이론 등에서의 같이 일괄하여 모두 같은 차원에서 대응할 수 없고, 기업보도의 구체적 내용에 따라 종전의 원칙을 그대로 또는 일부 수정하여 완화하거나 강화하여 적용하는 등으로 합리적이고 구체적인 타당성을 꾀하여야 할 것이다. 다만 이에 관하여는 앞으로 보다 면밀한 분석을 통하여 정치한 분류와 함께 면책기준의 완화나 강화 정도 등을 가능할 수 있는 틀을 만드는 연구 작업이 필요하다고 본다.

VII. 글을 마치며

기업보도에 관하여 논의될 수 있는 법적 쟁점에 관하여 일별하는 방법으로 살펴보았다. 이에 대한 간의 연구가 많지 않고 관련 판결도 제대로 찾을 수 없어 종전의 이론과 판례를 기초로 하여 나름대로 견해를 밝혀 보았다. 나름대로는 고민을 하면서 쓴 것이나 깊이 있는 연구가 아니라 시론적인 의견이 많이 개입되어 있어 여러 가지로 미진한 점이 많을 것이다. 이 글을 계기로 관련 학자나 관련 종사자의 깊이 있는 연구를 통하여 기업보도에 관한 부분도 정치한 이론이 개발·정립되어 언론관계 법리 발전을 이루었으면 하는 바람으로 이 글을 맺는다.

14) 다만 이 판결은 기존의 판결에서 한 걸음 더 나아가 악의성 판단의 기초가 되는 구체적 사실관계를 제시하고 있어 향후 언론보도의 위법성 조각사유의 유무를 판단함에 있어 중요한 선례가 된다고 평가받기도 한다(성낙송, 언론판례상 면책법리의 현황과 과제, 언론중재 2008년 겨울호, 37쪽 참조).

15) 그러나 면책기준을 완화하는 근거로 공인 이론과는 그다지 관련이 없으므로 이를 언급할 필요는 없다.