

신생 미디어 플랫폼을 통한 뉴스소비와 인격권 보호



이승선
충남대 언론정보학과 교수



1. 언론정보¹⁾의 유통 공간 확대와 언론중재법의 위상

1980년 우리나라 전체 매체 광고비는 2,750억 원이었다. 거의 대부분을 '신문·잡지·텔레비전·라디오' 등 '언론'이 차지했다. 그 해 말 제정된 「언론기본법」에 언론보도로 피해를 입은 사람들의 피해를 구제하기 위한 언론중재제도가 도입되었다. 10년이 지난 1990년 매체 광고비는 2조 원을 넘었다. 역시 대부분의 광고비는 신문과 텔레비전 등 '언론' 매체가 차지했다. 1990년대는 미디어 환경이 급변한 시기였다. 지상파 민영방송이 허가를 받아 전국 네트워크 체제를 구축했다. 기존의 중계유선방송 외에 종합유선방송 제도가

1) 이 글에서 사용하는 '언론정보'란 '사실보도'로 제한되는 언론중재법 상의 '언론보도'를 넘어서는 개념이다. 원래의 언론보도가 인터넷과 SNS 등 다양한 정보수단을 통해 다양한 정보양식으로 변형되어 소비되는 현실에서, 언론보도로 인한 피해를 제대로 구제하기 위해서는 바야흐로 언론중재위원회의 언론조정 및 중재 대상이 언론정보로 확대되어야 한다는 관점에서 이 용어를 사용하고 있다.

도입되었다. 다시 10년 후인 2000년, 통합방송법이 제정·시행된 그 해에 광고비는 5조 8,535억 원을 기록했다. 전통적인 언론 매체의 광고비 비중은 78.6%였다. 그로부터 또 다시 10년이 지난 2010년 전통적인 언론 매체의 광고비는 51.1%로 뚝 떨어졌다.

언론중재 제도가 도입된 1980년대 거의 대부분을 차지하던 ‘언론’ 매체의 광고비 비중은 「언론중재법」이 제정된 2005년 64.2%였다. 2015년 현재 전통적인 ‘언론’ 매체의 광고비 비중은 40% 내외에 불과하다. 반면 2000년 2.3%에 불과하던 인터넷 매체의 광고비는 짧은 기간에 괄목할 만한 성장을 보였다. 2005년 8.0%, ‘포털’을 「언론중재법」의 적용 대상에 편입한 2009년 17.1%를 기록했다. 2011년 인터넷 광고비는 ‘신문’, 그 이듬해 지상파방송사의 광고비를 능가했다. 한국방송광고진흥공사의 〈2014 방송통신광고비 조사〉에 따르면, 2014년 우리나라 전체 광고비 10조 9,722억 원 중 인터넷과 모바일 등 온라인 광고비는 3조 723억 원으로 전체 광고비의 28%였다. 특히 모바일 광고비는 7,250억 원으로 6.7%를 차지했다. 한편 영국 미디어산업에 관한 전망 중에는 가디언의 자료를 근거로 하여 2015년 영국 전체 광고비의 50%를 인터넷이 점유할 것이라는 견해도 있다.²⁾ 가디언은 2011년 새로운 저널리즘 전략으로 ‘디지털 퍼스트’를 제시한 바 있다.

매체별 광고비 구성은 시민들의 미디어 수용 혹은 정보추구행위가 어떻게 바뀌고 있는가를 보여주는 지표다. 2014년 한국인들의 미디어 소비 경향을 보면, 텔레비전은 뉴스 미디어 점유율에서 48.5%를 차지하고 있으나 그 비중은 지속적으로 감소하고 있다. 대신, 인터넷의 뉴스 미디어로서의 기능은 31.7%를 차지해 종이신문 10.9%, 라디오 4.6%, 종이잡지 0.2%를 크게 뛰어 넘었다. 소셜 미디어를 통한 뉴스 소비는 4.1%였다. 특히, 2030세대가 세상과 가장 자주 교류하는 매체는 텔레비전이나 종이신문이 아니라 스마트폰인 것으로 나타났다. 20대는 이미 2012년에 모바일 이용률이 텔레비전 이용률을 넘어 섰다.³⁾ 종이신문이 생산한 뉴스가 소비되는 경향을 보면, 1996년 신문의 구독률은 69.3%, 열독률은 85.2%였다. 언론중재 제도 상의 ‘정정보도청구권’이 원래의 기능에 맞게 ‘반론보도청구권’으로 제 이름을 찾아 자리를 잡을 무렵이었다. 「언론중재법」이 제정·시행된 2005년을 전후해 신문의 구독률은 40%, 열독률은 60%대로 내려앉았다. 2014년 신문의 구독률은 20.2%, 열독률은 30.7%로 시민들은 하루 평균 종이신문을 10.4분 읽는 것으로 조사되었다. 인터넷 이용시간은 평균 116.8분, 소셜 미디어는 22.1분 이용하는 것으로 나타나 ‘언론’으로서 종이신문의 약화된 위상을 보여주었다. 그러나, 종이신문을 인터넷 등 다양한 경로를 통해서 접하는 결합열독률은 78.0%로 미미하나 전년대비 상승했다.⁴⁾

2) 김지현(2015), “2015년 영국 미디어산업 전망”, 〈신문과 방송〉 제529호, 32-36면.

3) 한국언론진흥재단(2015), 〈2014 언론수용자 의식조사〉.

4) 남유원(2015), “2014 언론수용자 의식조사: 종이신문 안 읽지만 신문기사는 본다”, 〈신문과 방송〉 제530호, 70-78면.

어떤 형태로든 종이신문이 생산한 뉴스를 소비하려는 미디어 이용자들은 여전히 존재한다는 의미다. 새로운 정보원으로서 SNS에 대한 기자들의 인식변화나 포털에서의 뉴스 소비 방식의 변화도 뚜렷하다.⁵⁾ SNS는 시시콜콜한 개인적인 사건이나 생각이라도 온 세상의 관심을 끄는 뉴스가 될 수 있다는 것을 보여준다. 대부분의 SNS 사용자들은 언론의 자유, 표현의 자유, 알 권리에 대한 고민 없이 SNS를 활용한다.⁶⁾ 그 결과, 신문과 방송 등 전통적인 언론 매체의 표현의 자유와 인격권의 충돌에 대한 합리적 조정절차가 더욱 복잡해졌다. 언론중재위원회 <2013 연간보고서>에 따르면, 인터넷신문과 인터넷뉴스서비스를 대상으로 한 조정신청 건수의 비중이 전체 사례의 절반을 상회한다.⁷⁾ 언론중재위원회의 피해구제 조정 건수가 크게 증가했으나 인터넷 기반 뉴스공급과 소비로 인해 발생한 피해 문제가 완전히 해소되는 것도 아니다. 광고시장의 매체별 추이나 모바일 미디어의 보급 확대, 이용 시간 증가를 고려할 때 추후 인터넷과 SNS로 인한 인격권 침해 현상은 더욱 늘어나고 심화될 것으로 예견된다. 이러한 미디어 환경과 뉴스정보 이용 행태의 변화로 인한 다양한 인격권 침해를 어떤 방식으로 대응하는 것이 바람직한가? 그에 대해 몇 가지 짚어보기로 한다.

2. SNS 및 인터넷 이용 관련 법적 가이드라인

대법원은 법관들이 SNS와 인터넷을 이용할 때 유의할 점을 제시하였다. 대법원 공직자윤리위원회의 ‘권고의견’들은 참여한 사회적 사건이나 개인 간 분쟁을 재판하는 법관들의 행위를 규율한다는 점에서 일반인들은 물론, 언론정보를 매개로 한 피해구제 담당기관과 언론인들에게도 시사하는 바가 크다. 대법원 공직자윤리위원회는 2015년 3월 11일, 법관이 인터넷 공간에서 익명으로 의견을 표명할 때 유의해야 할 사항을 「권고의견 제10호」로 발표했다. 대법원은 이 권고의견에서 법관에게도 표현의 자유와 인터넷 공간에서 자유롭게 의견을 개진하고 표명할 권리가 있다고 선언했다. 그러나 동시에 그러

5) 김대원·김수원·김성철(2014), “네이버 뉴스스탠드 도입 이후 뉴스 웹사이트 네트워크 구조 분석: 웹사이트 유출입을 기준으로”, 《사이버커뮤니케이션학보》 제31권 4호, 57-96면; 방은주·김성태(2014), “소셜미디어 등장 이후 뉴스 제작 과정 변화에 대한 국내 언론사 기자들의 인식 연구”, 《언론과학연구》 제14권 2호, 113-156면; 설진아(2013), “소셜 뉴스의 기사유형 및 뉴스특성에 관한 연구”, 《한국언론학보》 제57권 6호, 149-175면; 홍주현(2014), “취재원으로서 SNSs 정보와 언론의 매체 가시성과 정확성·자극성 연구: 트위터의 ‘강남역 맨홀 뚜껑 역류 사건’을 중심으로”, 《한국언론학보》 제58권 1호, 252-282면.

6) 장정훈(2013), “SNS, ‘소셜 미디어’도 ‘미디어’다!”, 《언론중재》 제126호 14-21면.

7) 최근 수년간 인터넷신문에 대한 피해구제 신청은 크게 증가한 반면, 인터넷뉴스서비스를 상대로 한 신청은 다소 감소하고 있다. 2011년 인터넷신문을 상대로 청구된 조정 사례는 705건으로 33.2%, 2013년 1,130건으로 46.4%였다. 반면, 같은 기간 동안 인터넷뉴스서비스의 비중은 24.0%(510건)와 15.2%(369건)였다. 언론중재위원회는 그 이유를 아웃링크 기사의 원래 뉴스 제공 언론사를 상대로 조정 신청을 하는 것이 피해구제에 더 실익이라는 현실과 일부 검색서비스 업체의 업무 폐쇄에 따른 현상을 반영한 것으로 보고 있다. 언론중재위원회(2014), 《2013 연간보고서》 21-22면.

한 표현의 자유는 타인의 명예나 권리, 공중도덕이나 사회윤리를 침해해서는 안 되고 특히 법원의 위신이나 권위를 실추시키는 내용이어서는 안 된다고 밝혔다. 대법원은 인터넷 사이트나 비공개 인터넷 카페와 블로그 등에 익명으로 표현의 자유 한계를 벗어난 내용의 글 등을 게시하고 싶은 유혹이 있더라도 법원은 품위를 손상하거나 재판의 공정성을 의심받는 일이 생기지 않도록 처신해야 한다고 당부했다. 폐쇄된 공간에 게시하거나 익명으로 작성하더라도 오래 보존되고 쉽게 전파되며 갖가지 방법을 통해 신원을 추적할 수 있는 매체 특성상 내용이나 작성자의 신원이 드러나지 않을 것이라는 보장이 없다는 것이다.⁸⁾ 2012년 5월 대법원은 이미 법관의 SNS 이용 시 유의할 점에 대해 ‘권고의견’을 제시한 바 있다. 그 내용은 인터넷을 이용할 때 제시된 가이드라인과 유사하다. 법관의 SNS 사용상 유의점을 제시한 대법원의 「권고의견 제7호」에 따르면, SNS는 신속한 의사소통을 가능하게 하고 다양한 인적 관계를 형성할 수 있다. 또 의사소통이 즉각적이고 사용자의 의도와 무관하게 게시된 정보는 확산·존속되는 경향이 있다. 따라서 SNS는 공개적 성격을 가지고 있다. 이러한 권고의견은 학계에서 규정한 SNS의 특성과 다르지 않다. 또, 미국 법관의 SNS 사용 관련 가이드라인과도 유사하다. 미국 법관의 SNS 사용 가이드라인에 따르면, 법관의 SNS 사용을 금지하거나 제한하는 것은 바람직하지 않다.⁹⁾ 또 가능하지도 않기 때문에 법관이 SNS에 참여하고 사용하는 것은 문제가 되지 않는다. 그러나 법관은 공적인 광장으로서 SNS에 올린 정보는 공개될 것임을 인식해야 하고 SNS 상에서의 자신의 행위가 시민들에 의해 면밀히 관찰되고 있음을 항상 염두에 두어야 한다.¹⁰⁾

한편, 일찍이 인터넷을 ‘표현촉진적인 매체’이며 ‘가장 참여적인 시장’이라고 규정한 헌법재판소는 인터넷 상의 표현을 질서위주의 사고로 규제하려고 해서는 안 된다고 판시했다. 표현 매체에 관한 기술의 발달은 표현 자유의 장을 넓히고 질적인 변화를 야기하고 있으므로 계속해서 변화하는 이 분야의 규제 수단은 헌법의 틀 내에서 다채롭

8) 대법원 2015. 3. 11. 「권고의견 제10호」의 내용은 다음과 같다. 첫째, 타인에 대한 명예훼손이나 모욕적, 협박적 표현, 음란하거나 저속한 표현 등 법관으로서 품위를 손상할 수 있는 표현을 하지 말 것. 둘째, 성별이나 인종·나이·지역 등에 따른 편견이나 차별을 노골적으로 드러내는 표현 혹은 사회적 약자 또는 소수자에 대한 혐오적 표현을 하지 말 것. 셋째, 담당한 사건의 합의 내용이나 재판절차 상 알게 된 비공개 내용, 소송관계인 신상정보, 자신이 담당한 재판의 정당성에 대한 일방적 강조, 재판 내용에 대해 공연한 오해를 불러올 수 있는 의견 표명의 금지 등이다. 한편 대법원 「권고의견 제7호」의 주요 내용은 다음과 같다. 첫째, 법관은 SNS 특성을 숙지하고 사용 과정에서 의도하지 않은 결과가 발생하지 않도록 주의할 것. 둘째, SNS 사용 중 법관윤리강령을 준수하여 품위를 유지하고 법관으로서 공정성과 청렴성이 의심받지 않도록 하며 편견이나 차별을 드러내거나 오해받지 않도록 할 것. 셋째, SNS 상에서 소송관계인이 될 수 있는 사람과 교류할 때 공정성에 의심을 받는 일이 없도록 할 것. 넷째, SNS의 공개적 특성을 감안하여 구체적 사건에 대해 논평하거나, 의견의 표명을 제한하고 구체적 사건에 대해 타인에게 법률적 조언을 하거나 법조인의 구체적인 정보를 제공하지 말 것. 다섯째, SNS 상에서 사회적·정치적 쟁점에 대해 의견 표명을 하는 경우 자기절제와 품위를 유지하여 사회적 논란이나 공정재판에 대한 우려를 야기하지 않도록 유의할 것 등이다.

9) 노동일(2012), “법관과 소셜 네트워크 서비스(SNS)”, <경회법학> 제47권 2호, 9-46면.

10) 노동일, 위의 글, 38-39면.

고 새롭게 강구될 필요가 있다고 평가했다.¹¹⁾ 이 결정 이후, 헌법재판소는 인터넷과 이를 기반으로 한 여러 매체의 표현 자유의 폭을 넓히는 결정을 해 왔다. 2010년 12월 현재는 인터넷의 특성상 정보 수신자들은 매우 다양한 경로를 통해 정보를 수집할 수 있고 특정한 표현에 대한 반론 내지 반박도 실시간으로 가능하다고 평가했다.¹²⁾ 2011년 12월 29일 현재는 인터넷 홈페이지나 게시판·대화방 또는 전자우편 등을 이용한 선거운동을 제한하는 「공직선거법」 조항에 대해 위헌을 선언했다.¹³⁾ 현재는 이 결정에서 공직선거의 관점에서 볼 때 인터넷은 누구나 손쉽게 접근 가능한 매체, 이용에 따른 비용이 거의 발생하지 않거나 상대적으로 매우 저렴해 선거운동 비용을 획기적으로 낮출 수 있는 정치 공간, ‘기회의 균형성·투명성·저비용성의 제고’라는 공직선거법의 목적에 부합하는 매체, 더불어 정보 수용자들의 자발성과 적극성에 기반하여 정보 수용이 이루어지는 매체라고 판단했다. 그리고 인터넷 상의 정치적 표현이나 선거운동을 금지해서 얻은 이익은 불분명한 반면, 전면적인 제한이 가져 올 불이익이나 피해는 민주주의 발전 및 민주적 정당성 제고 차원에서 볼 때 매우 크다고 평가했다.¹⁴⁾

나아가 헌법재판소는 2013년 12월, 신문과 방송 등 언론 매체뿐만 아니라 인터넷 홈페이지나 개인 블로그, SNS를 통한 개인의 표현행위도 국민의 알 권리에 기여하는 ‘공적 기능’을 할 수 있다는 점을 밝혔다.¹⁵⁾ 현재는 이 결정에서, 개인들은 이미 홈페이지·블로그·SNS 등 인터넷 상의 다양한 표현 매체를 통해 자신의 의견을 개진하고 활발한 토론과 반론을 벌이고 있다면서 개인의 표현행위도 언론 매체와 마찬가지로 국민들에게 공공성·사회성을 갖춘 사실을 전달하여 알 권리에 기여할 수 있다고 평가했다. SNS나 인터넷을 이용한 개인의 표현이 개인의 인격형성과 자기실현은 물론 정치적 의사형성 과정에 참여하여 자기통치를 실현하는 공적 성격을 아울러 갖고 있으므로 개인의 인터넷 상 표현을 헌법적으로 평가해야 한다고 판시했다. 이러한 맥락에서 현재는 회사 직원들과 소통할 공간으로 개설해 운영한 인터넷 블로그에 대통령의 정책에 대한

11) 헌법재판소 2002. 6. 27. 선고 99헌마480 결정

12) 헌법재판소 2010. 12. 28. 선고 2008헌바157 결정

13) “구 공직선거법 제93조 제1항 및 공직선거법 제255조 제2항 제5호 중 제93조 제1항의 각 ‘기타 이와 유사한 것’과 제255조 제2항 제5호의 각 ‘그 밖에 이와 유사한 것’에 ‘정보통신망을 이용하여 인터넷 홈페이지 또는 그 게시판·대화방 등에 글이나 동영상 등 정보를 게시하거나 전자우편을 전송하는 방법’이 포함되는 것으로 해석하는 한 헌법에 위반된다.” 헌법재판소 2011. 12. 29. 선고 2007헌마001 결정

14) 헌법재판소 2011. 12. 29. 선고 2007헌마001 결정

15) 은행관련 인력소송 전문업체의 대표이사인 청구인은 직원들과 소통할 목적으로 포털 다음에 블로그를 개설했는데 방문객은 많아야 하루 20명 정도였다. 이 블로그에는 영화나 노래, 독서에 대한 24개의 게시글이 올라와 있었다. 청구인은 ‘서프라이즈’라는 다른 인터넷 사이트에 게시되어 있던 일명 ‘쥬코’ 동영상을 퍼가기 메뉴를 이용해 자신의 블로그에 게시하였다. ‘쥬코’ 동영상은 이명박 당시 대통령의 정책에 대한 비판을 주된 내용으로 한 25분 32초 분량의 자료이다. 헌법재판소 2013. 12. 26. 선고 2009헌마747 결정

제3자의 비판적인 동영상, 대통령에 대한 관심 사안을 게시한 행위는 명예훼손의 법적 책임을 지지 않는다고 평가했다. 소소한 개인의 인터넷 공간일지라도 공적인물에 대한 공적 사안과 관련된 자료를 게시할 경우, 언론 매체에 대한 명예훼손 면책의 법리로 활용되는 ‘악의적이거나 현저히 상당성을 잃은 공격’의 기준이 그 공간에도 적용된다고 판단해 청구인에 대한 검찰의 기소유예처분을 취소한다고 결정했다.¹⁶⁾

그러나 SNS 등 사이버 상의 표현으로 인한 사생활 침해나 명예훼손의 염려도 널리 퍼져 있다. 2012년 2월 헌법재판소는 정보통신 영역은 시대적·기술적인 변화 상황에 따라 빠른 속도로 변화하고 있고, 인터넷과 스마트폰의 대중화로 시시각각 새로운 정보 내용과 유통 형태가 출현하고 있다고 진단한다. 특히 인터넷 정보는 기존 통신과 달리 복제성·확장성·신속성을 갖고 유통되기 때문에 불법정보에 대한 신속하고 적절한 조치가 필요하다고 보았다. 그렇지 않을 경우 인터넷 정보 유통으로 인한 개인적 피해와 사회적 혼란을 사후에 회복하기란 사실상 불가능하다고 평가했다.¹⁷⁾ 같은 날 헌법재판소는 다른 사건에서 복제성·확장성·신속성을 가지고 있는 인터넷 매체를 통해 범죄를 목적으로 하거나 교사·방조하는 내용의 정보를 유통할 경우 실제 범죄 발생 가능성이 커지고 피해가 급속히 확산될 것이라고 보았다. 따라서 형식의 다양성과 규모, 전파성에 있어 기존 정보와 근본적인 차이가 있고 새로운 형태로 계속 확대 재생산될 가능성이 높은 인터넷 상 정보가 범죄를 조장하거나 범행을 실행하는 데 사용되는 것을 막기 위해 어느 정도의 유연한 해석이 가능하도록 포괄적 규정이 필요하다고 판단했다.¹⁸⁾

나아가 헌법재판소는 2012년 5월 인터넷의 이용이 보편화된 우리나라에서 타인에 대한 모욕, 명예훼손, 비방을 내용으로 한 게시물의 유통 수준이 매우 우려스러운 수준이라고 평가했다. 현재는 글·사진·동영상 등을 이용한 인터넷 상의 사생활침해 및 명예훼손 게시물들은 반론과 토론을 통한 자정작용을 사실상 무력화하는 사례가 적지 않다고 보았다. 또, 온라인 상의 표현은 익명성과 비대면성, 빠른 전파가능성으로 인해 타인의 인격을 파괴하는 데 최소한의 감정적·이성적 배려도 상실되는 예가 종종 발견된다고 진단했다. 더불어 신뢰성 없는 정보의 무차별적 살포로 단시간에 개인 또는 관련 집단의 인격이 형해화 되고 회복 불능에 빠지는 상황이 전개될 수 있다고 보았다. 이러한 맥락에서 현재는 타인의 인격권을 침해하는 정보를 그대로 존속시킨 채 분쟁해결절차를 진행하거나 사후적인 형사처벌, 손해배상 소송을 제기하는 것은 피해를 전보하는 효과적인 방법이 아니라고 판단했다. 따라서 정보통신망법 상 ‘임시조치’제도는 온라인 상

16) 헌법재판소 2013. 12. 26. 선고 2009헌마747 결정

17) 헌법재판소 2012. 2. 23. 선고 2011헌가13 결정

18) 헌법재판소 2012. 2. 23. 선고 2008헌마500 결정

정보게재자의 표현의 자유를 제한함에 있어서 과잉금지원칙을 위반하지 않는다고 결정했다.¹⁹⁾ 또 2013년 6월 현재는 인터넷 등의 매체특성을 고려할 때 모욕적 표현행위의 전파에 따른 파급효과가 적지 않고, 그로 인한 개인의 명예가 침해당할 우려가 과거보다 훨씬 커지고 있다는 점에서 현행 형법 상 모욕죄를 두어 표현행위자를 처벌할 헌법상 필요가 있다고 결정하였다.²⁰⁾

헌법재판소는 인터넷을 이용한 공직선거운동의 합헌성을 판단한 사건 등에서 인터넷 홈페이지 및 그 게시판·대화방, 블로그, 트위터 등을 두루 '인터넷 매체'로 규정하였다.²¹⁾ 선거운동기간에 관한 현행 「공직선거법」 제56조는 선거일이 아닌 때에도 인터넷 홈페이지 또는 그 게시판·대화방 등에 글이나 동영상 등을 게시하는 방법, 컴퓨터 이용자끼리 네트워크를 통하여 문자·음성·동영상 정보 등을 주고받는 전자우편 방법을 통해 정보를 유통할 수 있다고 규정하고 있다. 동법 제82조 역시 정보통신망을 이용한 선거운동을 규정하면서 인터넷 홈페이지와 그 게시판·대화방 등을 정보통신망으로 규율하고 있다. 인터넷 언론사의 실명제를 규정한 동법 제82조의6 역시 마찬가지다.

법관의 SNS 및 인터넷 이용에 대한 대법원의 권고의견, 인터넷 혹은 정보통신망에 대한 헌법재판소의 결정에서도 인터넷이나 인터넷에 기반한 다양한 유통 경로의 구분은 유의미하게 나타나지 않는다. 법적인 분쟁이 발생할 경우 SNS의 고유한 특징을 고려해 반영하면 된다면 인터넷과 SNS를 구분하는 것은 법리적으로 별 의미가 없다고 보는 견해도 있다.²²⁾ SNS 규제는 인터넷 규제와 그 본성에 있어 다를 바 없다는 것이다. 인터넷을 이용한 다양한 행위들, 이를테면, 전자우편이나 메신저, 포털게시판, 카페, 블로그 등에 글을 올리고 댓글을 붙이는 행위 등은 '정보통신망을 통한' 것에 해당되고 스마트폰 등으로 SNS를 이용해 명예훼손 행위를 한 경우에 정보통신망법을 적용하는 것이 별다른 무리가 없다는 것이다.

SNS를 통한 표현의 자유에 대해 법익 침해를 이유로 국가가 개입해 처벌하는 것을

19) 헌법재판소 2012. 5. 31. 선고 2010헌마88 결정

20) 헌법재판소 2013. 6. 27. 선고 2012헌바37 결정에서 박한철·김이수·강일원 재판관은 현행 형법 상 모욕죄 조항이 위헌이라는 반대 의견을 제시하면서 인터넷 홈페이지·블로그·SNS 등이 일상화 된 환경에서 모욕죄의 형사처벌이 우리 사회에 미치는 표현의 자유 위축 효과가 상당히 크다고 우려했다. 온라인 상의 모욕적 표현을 적절히 규제할 필요가 있다는 점은 수긍한다면서도 주로 청소년들에 의해 우발적·충동적으로 행해지는 모욕적 표현을 형사처벌하는 것은 청소년들을 포함하여 많은 시민들을 불필요한 범죄자로 만들 가능성이 있다고 평가했다. '모욕'의 범위에는 경미한 모욕행위, 단순한 추상적 판단이나 경멸적 감정의 표현까지 포함될 수 있는데, 이러한 표현까지 모욕죄로 형사처벌하는 것은 표현의 자유를 지나치게 제한하는 것이라고 보았다. 모욕죄에 대한 고소·기소·재판에 이르는 형사사법절차의 진행은 행위자뿐만 아니라 이를 실시간으로 지켜보는 일반인들에 대해서도 위축효과를 가져온다고 판단했다.

21) 헌법재판소 2011. 12. 29. 선고 2007헌마1001 결정

22) 문재원(2012), "SNS 규제와 표현의 자유", 한국언론학회 〈한국 사회의 정치적 소통과 SNS 세미나 자료집〉 123-149면; 정정원(2012), "SNS 게시물의 작성, 재게시행위와 인터넷 상 명예훼손", 한국법정책학회 〈법과 정책연구〉 제12집 3호, 839-862면; 안성조(2013), "SNS를 이용한 명예훼손의 법적 검토", 〈형사정책〉 제25권 3호, 105-139면.

반대하는 학자들은 대신 자율규제와 윤리 교육의 중요성을 강조한다. 한국의 인터넷 규제법제는 외국에 비해 규정도 많고 처벌도 엄격한데 규제를 강화할 경우 안전은 일부 확보될 수 있겠지만 그로 인한 네티즌의 표현의 자유와 기본권 보장은 소홀해 질 수밖에 없기 때문이다.²³⁾ 그러나, 학자들은 언론의 상업적 접근에 대해서는 심각한 우려를 표명한다. SNS와 언론보도가 결합하여 보호되어야 할 개인 신상정보가 노출, 확산될 경우 그 책임을 물을 주체를 찾기 어렵고 찾는다고 하더라도 개인이 대응하기가 매우 어렵다는 점에서 피해자가 피해를 고스란히 안고 가야 한다는 것이다. 언론이 취재의 기본인 사실 확인도 없이 온라인 상에서 떠도는 사건, 사고를 그대로 인용, 보도함으로써 개인의 피해를 더욱 확대한다는 것이다.²⁴⁾ 언론이 상업적 이익을 위해 SNS의 특성인 실시간적 속보성 확산을 유도하는 호기심 기사를 만드는 것을 경계하는 학자도 있다. 악성루머와 무비판적인 마녀사냥에 가까운 집단주의를 유도하는 언론 기사는 SNS를 거쳐 통제할 수 없는 상황에 빠진다는 것이다.²⁵⁾

실제로 ‘음식점 채○○ 임산부 폭행사건’, ‘국물녀 사건’, ‘택시 막말녀 사건’, ‘고 송○○ 아나운서 사건’, ‘중학교 여교사 사건’, ‘밀양 여중생 성폭행 사건’ 등 헤아릴 수 없는 사건들이 SNS와 언론보도를 오가며 사생활 침해나 명예훼손 등 인격권 침해 시비에 말려들었다.²⁶⁾ 세계적인 현상이기도 하지만, 특히 한국의 주요 정보추구 행위 공간 혹은 매체 광고비의 소비 공간이 인터넷과 모바일 매체로 이동하고 있다는 점, 그리고, 언론보도와 SNS 간의 밀접한 연계 및 활용 실태를 고려할 때, 속속 등장하고 있는 신생 미디어 플랫폼을 통한 뉴스소비와 인격권 보호 문제를 짚어볼 필요성은 매우 크다. 언론중재 제도가 뿌리를 내린 지 30년이 훌쩍 지난 현실을 고려하면 오히려 때가 늦었다고 할 것이다.

3. SNS · 뉴스크레이션서비스의 언론성과 피해 구제

뉴스크레이션이란 여러 언론사들이 생산한 뉴스를 상황에 맞게 편집해서 이용자들에게

23) 김경호(2014), “SNS 상에서의 표현의 자유와 관련 판결에 나타난 특성 연구: 트위터와 페이스북 판결을 중심으로”, 〈언론과 법〉 제13권 2호, 165-190면; 류부근(2014), “SNS 상에서의 정보유통과 ‘공연성’ 개념”, 〈형사정책〉 제26권 1호, 277-301면; 박경신(2012), “SNS의 매체적 특성과 법적응의 한계”, 인하대학교 〈법학연구〉 제15집 3호, 127-157면; 이동훈(2013), “소셜 네트워크 서비스 시대에서 액세스권의 헌법적 의의: SNS선거운동과 네트워크 액세스권”, 〈유럽헌법연구〉 제13호, 263-292면; 이병섭(2012), “팟캐스트의 규제 시도에 대한 시론적 고찰”, 〈언론학연구〉 제16권 3호, 111-139면; 정완(2014), “수사기관의 사이버검열, 현행법 상 허용되는가?” 〈언론중재〉 제133호, 6-15면; 황용석(2012), “표현매체로서 SNS에 대한 내용규제의 문제점 분석: 법률적·행정적 규제를 중심으로”, 〈한국언론정보학보〉 제58호, 106-129면.

24) 이양환(2012), “소셜미디어를 통한 개인 신상정보 침해와 언론보도의 영향”, 〈언론중재〉 제124호, 38-52면.

25) 김현수(2014), “소셜미디어 문화의 형성과 표현의 자유”, 경북대 법학연구원 〈법학논고〉 제46집, 160-161면.

26) 이양환, 앞의 글.

제공하는 것을 가리킨다. 뉴스큐레이션은 앱을 통해 제휴 언론사의 뉴스 콘텐츠를 이용할 수 있을 뿐만 아니라 SNS와 연동되기 때문에 광범하게 활용되고 있다. 2010년 2월 서비스를 시작한 플립보드를 비롯, 구글플레이 뉴스스탠드, 스토리파이, 카카오토픽, 서카, 피들리, 링크드인, 핀터레스트, 인터레스트미 등 다양한 국내외 뉴스큐레이션서비스가 선을 보였다.²⁷⁾ 디지털 환경에서 뉴스큐레이션서비스는 스마트폰의 보급 확산, 인터넷을 기반으로 한 미디어의 광고매출 급증, 모바일을 활용한 정보추구 행위의 비중 확대 등에 힘입어 다양한 언론법적 쟁점을 제기하고 있다.

독자들이 언론을 방문하거나 구독하던 기존의 방식과 달리, 디지털 모바일 시대엔 언론이 독자들을 찾아서 상황에 맞게 기사를 전달해 주지 않으면 시민들은 기사를 읽지 않는 경향이 강하다. 또 각 언론사에 대한 뉴스 충성도는 낮아지고 있기 때문에 어떻게 뉴스가 유통되는가 하는 점이 중요해졌다.²⁸⁾ 앞서 〈2014 언론수용자 의식조사〉를 통해 나타나듯이 종이신문 구독률이나 열독률 그 자체는 지속적으로 낮아져 왔지만, 인터넷이나 SNS와 결합한 열독률은 상당한 수준을 유지하고 있다. 뉴스큐레이션의 뉴스 집적 및 활용 현실을 고려할 때, SNS는 언론사가 생산한 뉴스의 주요 소비 통로일 뿐만 아니라 뉴스 내용에 대한 이용자들의 다양하고 즉각적인 상호작용 메시지가 유통되는 공간이기도 하다. 그 과정에서 뉴스 보도 대상이나 제반 게시물에 언급되는 인물의 인격권을 침해하는 정보들이 즐비해지고 원래 뉴스뿐만 아니라 댓글 등 파생 표현에 의한 피해 역시 광범하게 확산된다. 헌법재판소가 판시한 바와 같이 인터넷 혹은 인터넷을 기반으로 한 매체 공간에서의 신속한 피해구제의 필요성이 절실하고, 어떤 기관에 의해 피해를 구제할 것인가 하는 관할의 문제도 매우 중요해졌다. 관할 기관의 역량이나 법적·제도적 장치의 수준에 따라 피해구제의 질도 달라질 수 있기 때문이다.

현행 미디어법에 따르면 언론성은 개인이 아닌 기업으로서 기사의 생산과 편집이라는 두 가지 핵심 성격을 포함하고 있고, 이에 따라 소셜 큐레이션뉴스나 로봇저널리즘과 같이 언론으로서 사회적 기능을 수행하면서도 언론사로서의 법률적 요건을 갖추지 못한 미디어들이 등장해 보도기능에 대한 조정이나 중재업무의 공백이 발생할 수 있다.²⁹⁾ 이를테면 「언론중재법」 상 ‘언론’은 방송, 신문, 잡지 등 정기간행물, 뉴스통신 및 인터넷신문을 말하며 각각 「방송법」, 「신문 등의 진흥에 관한 법률」, 「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」, 「뉴스통신 진흥에 관한 법률」에 규정된 것을 따른다. 동법의

27) 손재권(2014a), “디지털 큐레이션 시대가 왔다”, 제일기획 〈CHEIL〉 제464호, 4-7면; 황용석(2014), “디지털시대, 신생뉴스서비스의 등장과 법적 ‘언론성’ 개념의 공백”, 〈언론중재〉 제133호, 30-39면.

28) 손재권(2014b), “언론계의 ‘디지털 퍼스트’ 바람: 디지털 전환은 사람이다”, 〈관훈저널〉 제133호, 58-64면.

29) 황용석, 앞의 글.

규율대상인 ‘인터넷뉴스서비스’란 언론의 기사를 인터넷을 통하여 계속적으로 제공하거나 매개하는 전자간행물을 말한다. 이 전자간행물을 경영하는 자를 ‘인터넷뉴스서비스사업자’라고 말하며 ‘언론사’란 방송사업자, 신문사업자, 잡지 등 정기간행물사업자, 뉴스통신사업자 및 인터넷신문사업자를 말한다. 그리고 동법은 ‘언론사 등의 언론보도 또는 그 매개로 인하여 침해되는 명예 또는 권리나 그 밖의 법익’에 관한 다툼을 조정하고 중재하는 등의 실효성 있는 구제제도 확립이라는 입법 목적을 갖고 있다. 이에 따르면 디지털 환경에서 새로운 방식으로 언론이나 포털 등이 제공 혹은 매개하는 서비스로 인해서 인격권의 분쟁이 발생하더라도 기존의 언론중재 제도가 그 피해를 구제하지 못하는 상황이 확대될 여지가 크다.

소셜 뉴스큐레이션은 대중이 콘텐츠를 선택하고 전시한다는 점, 이용자들의 취향이 뉴스유통에 가장 큰 변수라는 점에서 기존 언론과 차이가 있고, 인위적인 기사편집을 하지 않는다는 점에서 포털 서비스와도 다르다. 또한 소셜 뉴스큐레이션서비스는 정보 공유기능이 있기 때문에 이용자가 다른 이용자에게 뉴스를 공급하기도 한다. 이런 특성상 권리 침해가 발생하면 그 매개자에게 뉴스 확산의 책임을 물을 수 있는가 라는 문제가 제기될 수 있다.³⁰⁾ 최근 다음카카오사가 제공한 새로운 두 가지 뉴스 서비스 중에서 ‘카카오토픽’은 네이버 뉴스스탠드와 마찬가지로 신문법에 따른 ‘인터넷뉴스서비스사업자’로 분류된다. 반면, 언론사의 기사나 일반인 등과 기사제공 계약을 체결하고 이용자들이 기사나 일반인을 선택하여 기사 작성을 의뢰하고 기사 작성비를 임의로 지급하는 방식의 ‘뉴스펀딩 서비스’는 복잡한 성격을 갖는다. 언론사 소속의 기사가 작성하여 올릴 경우 ‘인터넷신문’, 일반인이 작성하여 올린 기사의 경우 카페 서비스와 같이 ‘1인 미디어’로 보는 것이 타당하다고 여겨질 수 있기 때문이다.³¹⁾

인터넷으로 유통되는 콘텐츠의 경우, 한국의 미디어 관련법 구조에서 두 가지 경로로 그 피해를 구제하고 있다. 언론사가 생산한 언론 기사가 인터넷 상에서 타인의 인격권을 침해하는 경우 그 피해를 주장하는 자는 「언론중재법」 상 언론중재위원회를 통해 피해구제를 도모할 수 있다. 그러나 언론 기사가 아닌 게시 정보로 인해 인터넷에서 피해를 입었을 경우 피해자는 「정보통신망법」 제44조의2, 제44조의10에 따라 정보통신서비스 사업자에게 해당 정보의 삭제나 반박내용의 게재 혹은 방송통신심의위원회 명예훼손 분쟁부에 분쟁의 조정을 신청할 수 있다. ‘디지털정보 · 인터넷공간 · 기사’라는 세 가지 특성을 갖고 있는 인터넷 상 콘텐츠들에 대해 현행 언론중재제도는 한계를 가진다는 지적이 있다. 그러한 지적에 따르면, 언론사에 의해 생산된 인터넷기사는 정정보도청구나

30) 황용석, 앞의 글.

31) 김경환(2014), “인터넷 공간의 잘못된 기사와 새로운 피해구제 방안”, 《언론중재》 제133호.

추후보도청구를 통해 구제가 가능하지만 영구적으로 존재하는 인터넷 기사에 부합하지 않은 측면이 있다는 것이다. 정정보도청구·추후보도청구는 인지일로부터 3개월 또는 게재일로부터 6개월이라는 제척기간이 존재하는데 짧은 제척기간은 기사의 지속적 저장과 검색엔진을 통한 반복적이고 용이한 인터넷 상 표출에 적절치 않다.³²⁾

전통적인 매체에 의해 뉴스 정보가 생산·공급되는 양상은 최근에 극히 약화되었다. 불과 20-30년 전 대부분의 광고비를 점유하던 뉴스 생산 4대 매체의 비중은 절반 이하로 하락했다. 대신 매체 광고비 집행의 변화에서 나타나듯, 대중의 정보추구 행위는 인터넷과 모바일 미디어로 옮겨가고 있다. 전통 매체 시대에 출범해 인터넷서비스사업자의 뉴스기사 매개 현상까지 아우르고 있는 한국의 언론중재 시스템은 광고비 이동으로 표출되는 정보추구 현상의 변화와 법원의 인터넷과 SNS 등에 대한 인식을 감안하여 가장 적절한 피해구제 방식을 구축하여 운영할 필요가 있다. 뉴스큐레이션서비스에 의한 언론기사의 유통과 소비, 그리고 SNS와 결합한 다양하고 새로운 뉴스 활용으로 인한 인격권 침해 문제에 어떻게 대응할 것인가, 구체적으로 어떤 절차와 방법에 의해 어떤 기관이 피해구제를 처리할 것인가, 과연 그것이 가능한가? 그에 대한 고민의 일환으로 다음과 같은 점을 제안하기로 한다.

첫째, 언론중재의 대상이 되는 ‘언론’의 범위를 정보 유통 현실에 맞게 조정하고 인터넷, 혹은 인터넷을 기반으로 저장·검색·유통되는 언론기사 및 언론기사에 파생된 제반 정보에 의한 피해의 실질적인 구제가 이뤄져야 한다. 언론성을 토대로 한 전통적인 언론매체의 정보유통 역량은 급속히 감소하고 대신 SNS와 인터넷 등의 공간이 광고집행·정보유통·의견표출의 주요 무대가 되고 있다. 신속한 구제를 도모하기 위해 설정된 전통 언론매체의 피해구제 제척 기간이 인터넷 상에서 발생하는 피해의 구제를 무력화하는 경향이 강하다. 더불어 언론중재위원회와 방송통신심의위원회로 이원화 된 인터넷기사 및 인터넷정보 관련 피해구제 시스템은 뉴스펀딩이나 뉴스큐레이션 같은 다채롭고 새로운 서비스에 의해 발생하는 인격권 침해에 제대로 대응하지 못할 수 있다. 2009년 언론중재 대상에 포털 서비스가 포함된 때 보다 두 배 가량 더 많은 광고비가 인터넷과 모바일 매체를 통해 집행되고 있다. 온라인 공간을 통한 언론정보의 유통량과 인격권 침해 표현 사례들이 급격히 늘어나고 있어 궁극적이고 실질적으로 시민의 권리 침해를 구제할 수 있는 언론중재 제도의 변화가 필요하다고 본다. 구체적으로 관련

32) 김경환은 전통적인 정정보도청구·추후보도청구의 구제수단으로 해결할 수 없는 형태의 피해를 6가지로 제시하고 있다. 첫째, 정정보도청구·추후보도청구가 인용된 원 기사의 복제글 또는 링크, 둘째, 정정보도청구·추후보도청구 기간이 도과한 피해유발 인터넷 기사, 셋째, 정정보도청구·추후보도청구 기간이 도과한 피해유발 기사에 대한 복제글 또는 링크, 넷째, 피해유발 1인 미디어 기사 및 그에 대한 복제글이나 링크, 다섯째, 위의 4가지 유형에 대한 검색결과, 여섯째, 카카오톡이나 뉴스펀딩과 같은 피해유발 새로운 뉴스미디어 기사 및 그에 대한 복제글이나 링크, 검색결과 등이다. 그는 위법한 명예훼손 기사나 정보, 부적절한 기사나 정보의 삭제청구 및 부적절한 기사나 정보의 갱신청구 등을 언론중재위원회가 관할하는 것이 바람직하다고 제안한다. 김경환, 위의 글, 102-131면.

법 개정을 통해 언론중재위원회가 위법하거나 부적절한 기사 및 정보의 피해구제를 담당하는 것이 바람직할 것이다.

둘째, 인터넷이나 인터넷에 기반한 SNS 공간이 여론과 정보 유통의 장으로서 민주주의 제도의 유지·발전에 기여한다는 점을 감안한다면, 공직선거법 상 선거기사심의위원회·선거방송심의위원회·인터넷선거보도심의위원회로 3원화 된 선거정보 분쟁해결 절차를 언론중재위로 통합해 운영하는 방안을 추진할 필요가 있다. 이러한 통합 운영은 앞에서 제기한 언론기사 및 언론기사에 파생한 인격권 침해의 구제 효율성을 확보하는 동시에 선거관련 SNS 등의 표현에 대한 심의의 효율, 신속한 분쟁해결에 도움이 될 것이다. 언론정보의 소비자이자 민주주의 사회의 구성원으로서 국민은 논쟁점에 대해 서로 다른 견해, 서로 반박하는 정보를 균형 있게 획득해야 올바른 여론 형성과정에 제대로 참여할 수 있다.³³⁾ 선거관련 심의를 개별 기구가 분리해 담당·처리하는 것은 매체별 형평성, 업무처리의 일관성과 전문성, 반론보도 처리의 시급성과 위원분포의 지역성 등을 감안할 때, 또 오랫동안 언론중재위원회가 한국 사회에서 획득한 업무처리의 전문성과 신뢰성에 비춰볼 때 언론중재위원회가 인터넷과 인터넷 기반의 선거관련 심의나 분쟁을 해결하는 것이 적절하다고 본다. 로스쿨을 마친 법조 인력의 규모와 전문성, 언론중재위원회의 체계성과 노하우 등을 고려할 때 상시적인 통합 운영은 충분히 가능할 것이다.

셋째, 언론중재위원회가 인터넷, 인터넷 기반의 다양한 온라인 공간의 언론기사 및 언론기사에 파생한 제반 정보로 인한 인격권 침해 문제를 통합 처리할 경우, 언론중재위원회는 효율적인 인터넷 자율규제를 위한 교육모델을 확립할 필요가 있다. SNS 상에서의 인격권 침해에 대해 국가가 법적으로 개입하고 규제하는 것은 바람직하지 않다.³⁴⁾ 자율규제 모델의 전제는 언론사와 언론인, 시민들의 윤리적 각성 및 교육의 중요성이다. 개인의 프라이버시나 인격권 침해가 생명을 위협할 수 있다는 시민들의 '현실 인식', 소셜 미디어의 프라이버시 침해적인 속성을 감안한 언론사와 기자들의 정확성·객관성·균형성에 초점을 맞춘 기사의 생산, 사건의 피해자와 가족, 가해자와 그 가족들이 보도로 인한 2차적 피해를 입지 않도록 배려하는 언론인과 시민들의 윤리실천이 절실하다. 언론중재위원회가 언론기사나 다양한 인터넷 정보로 인한 피해구제 절차를 통합하여 운영하면서 동시에 자율규제를 위한 교육 기관으로서 허브 역할을 수행하는 것이 바람직할 것이다.

33) 이승선(2011), "언론조정·중재, 30년간의 전개와 성과", <언론중재> 제118호, 7-19면; 이승선(2012), "선거보도 심의제도의 현황 및 개선방향", <언론중재> 제123호, 30-45면.

34) 김경호, 앞의 글; 유승관(2012), "인터넷 언론의 자유와 인격권 침해 구제를 위한 효과적인 규제시스템 연구", <언론중재> 제122호, 41-53면; 이동훈, 앞의 글; 황유선(2013), "뉴스 소스로서의 SNS 역할과 그 문제점", <언론중재> 제128호 90-107면.