

제2주제

---

포털뉴스의 피해구제방안을  
둘러싼 쟁점과 과제

양재규(변호사, 언론중재위원회 법무상담팀장)

---



# 포털뉴스의 피해구제방안을 둘러싼 쟁점과 과제

양 재 규

(변호사, 언론중재위원회 법무상담팀장)

## I. 들어가며

포털의 뉴스서비스에 관련된 쟁점들을 법률적으로 해부, 분석하기에 앞서 포털뉴스와 관련된 각계의 최근 동향에 대해 잠시 살펴보도록 하겠다.

### 1. 각 포털사별 최근 동향<sup>1)</sup>

#### 가. 네이버(www.naver.com)

네이버는 NHN 주식회사가 운영하고 있는 포털사이트다. 2006년 1월부터 7월까지 방문자수 2,953만 명을 기록하고 있어 방문자수<sup>2)</sup>를 기준으로 볼 때는 현 국내 최대의 포털사이트라고 할 수 있다. 이런 네이버의 최근 동향은 다음과 같이 몇 가지로 정리될 수 있다.

2006. 8. 16.자 미디어오늘 2면에 실린 「네이버, 편집권 일부 언론사 이양」 제하의

1) 편의상 모든 포털사들을 다루지 못하는 것에 대해 양해해주시기 바란다.

2) 이 장에서 인용하는 포털사이트 관련 모든 통계는 매트릭스가 지난 8월 22일 발표한 ‘국내 13개 포털사이트 방문자수 추이’에 의존했음을 밝힌다.

기사에 따르면, 네이버는 지난 7월부터 각 언론사들을 돌며 네이버 운영방침 개편안에 대한 의견수렴에 나섰다<sup>3)</sup>고 한다. 네이버가 언론사들에게 제안한 내용은 △ 뉴스 검색 시 아웃링크<sup>3)</sup> △ 뉴스편집의 일부를 언론사에 맡기는 것 등이었다고 한다. 그 후 네이버는 어떤 개편작업을 진행하고 있을까?

일단, 지난 10월 10일부터 기사나 댓글에 의한 명예훼손, 저작권 침해 등과 같은 문제 해결을 위해 ‘네이버뉴스 24시간 안내센터’를 가동, 운영하고 있다고 한다<sup>4)</sup>. 또, 오는 12월부터는 기존 옴부즈만 코너를 확대, 개편하여 미디어 전문가와 이용자가 직접 참여하는 ‘네이버 뉴스이용자위원회’를 구성, 운영할 예정이라고 한다<sup>5)</sup>.

이들 개편 방침이 순조롭게 진행되고 있는 반면, △ 뉴스 검색 시 아웃링크 △ 뉴스편집의 일부를 언론사에 맡기는 문제 등은 순조롭게 진행되고 있지 못한 것 같다. 네이버가 제시한 개편안에 대해서 조선, 동아, 중앙, 한겨레, 한국경제, 경향 등 11개 신문사를 회원으로 둔 한국온라인신문협회 소속 신문사들이 네이버 개편안을 일단 유보하겠다는 데에 뜻을 같이 하고 있기 때문이다<sup>6)</sup>.

#### 나. 다음(www.daum.net)

다음(Daum)은 주식회사 다음커뮤니케이션이 운영하고 있는 포털사이트로서 위와 같은 기간 방문자수 2,874만 명을 기록하고 있는 실정이다. 다음 역시 포털사이트이기 때문에 뉴스서비스에 있어서 다른 언론사가 생산한 기사를 매개하는 것을 주로 한다. 그러나 일반적인 포털사이트와는 달리 ‘미디어다음’이라고 하여 자체 기사를

3) ‘아웃 링크’에 대해서 언론보도는 대개 “마우스로 누르면 해당 사이트의 기사로 이동하는 것” 정도로 설명하고 있다. 웹사이트 연결 방식일 텐데 용어가 다소 생소하다. 개인적인 생각인데, 기존에 ‘딥 링크(어떤 웹 페이지에서 다른 웹 사이트로 연결되는 경우이기는 하나 그 웹 사이트의 홈페이지를 거치지 않고 바로 그 내부 웹페이지로 직접 연결되는 경우)’라고 불리던 연결 방식과 유사한 것 같다. 현재 구글(www.google.co.kr)의 뉴스검색이 ‘아웃 링크’ 방식을 채택하고 있다고 한다.

4) 아이뉴스 24(인터넷 신문), 2006. 9. 29. 「네이버, “포털뉴스, 책임지겠습니다!”...24시간 안내센터 가동」

5) 상동.

6) KBS ‘미디어 포커스’, 2006. 9. 22. 「포털 뉴스, 언론기능 외면 언제까지」.

생산하고 있다는 것이 매우 특징적이다. 상시 고용되어 있는 소속 취재기자 및 편집 기자도 있고 ‘언론사별 뉴스보기’ 코너 맨 상단에 ‘미디어다음’이 위치하고 있음을 확인할 수 있다<sup>7)</sup>.

다음 역시 업계 추세에 발맞추어 뉴스서비스로 인한 분쟁예방 또는 피해구제를 위한 자구책 마련에 나서고 있는 것으로 보인다. 2006. 8. 3.자 한겨레 18면 「포털들, 사회적 책임 이끌 위원회 꾸린다」 제하의 기사에 따르면, 다음커뮤니케이션이 뉴스 편집과 운영에 대한 의견을 제시하기 위한 기구로 ‘열린사용자위원회’를 준비하고 있다고 한다. 또, 다음의 경우 지난 4월부터 ‘언론사별 뉴스’ 코너를 마련, 운영하고 있는데 이 코너는 각 언론사가 자체적으로 운영하는 공간이라고 한다<sup>8)</sup>.

#### 다. 네이트(www.nate.com)

네이트는 주식회사 SK커뮤니케이션즈가 운영하고 있는 포털사이트로서 역시 같은 기간 방문자수 2,622만 명을 기록하고 있다. 네이트 관련 최근 보도를 살펴보면, 최근 네이트를 운영하는 SK커뮤니케이션즈가 우리나라 포털 업계 6위를 차지하고 있는 ‘엠파스’를 인수했다고 한다. 이로써 우리나라 포털 업계에서 NHN·다음커뮤니케이션·SK커뮤니케이션즈 ‘빅3 경쟁’이 본격화할 전망이다<sup>9)</sup>. 또, 지난 7월 27일부터 뉴스서비스의 공정성을 높이기 위해 ‘미디어책무위원회’를 출범시켰으며 포털 뉴스 최초로 편집 가이드를 발표했다고 한다<sup>10)</sup>.

---

7) 전언(傳言)이기는 하지만 미디어다음의 경우에는 지난 신문법 제정 시에 적극적으로 언론으로 되길 원했다고 한다. 일응 미디어다음의 경우는 다른 포털의 뉴스서비스와는 달리 현행 신문법에서 요구하는 인터넷 신문 요건에 상당히 근접해 있다고 판단된다. 독자적 기사 생산능력도 갖추고 있는 것으로 보이고, 지속적으로 기사도 올라오고 있다. 다만, 현행 신문법상 인터넷 신문에 해당하려면 전체 기사의 30% 이상이 자체 생산 기사여야 하는데 전체 기사의 양이 워낙 방대하기 때문에 이 부분 결격으로 인터넷 신문이 될 수 없다고 판단된다.

8) KBS ‘미디어 포커스’. 2006. 9. 22. 「포털 뉴스, 언론기능 외면 언제까지」.

9) 중앙일보, 2006. 10. 19. 자. 「싸이패밀리 “네이버, 한판 붙자”」.

10) 한겨레, 2006. 8. 3. 자. 「포털들, 사회적 책임 이끌 위원회 꾸린다」.

## 2. 포털의 뉴스서비스와 관련한 각계의 최근 동향

각 포털사들의 활발한 개편 움직임 외에도 학계나 정치계, 언론계를 중심으로 한 포털의 뉴스서비스 관련 논의가 활발한 것으로 보인다.

먼저, 작년 12월 언론중재위원회에서는 「포털저널리즘, 그 실제와 전망」이라는 주제로 세미나를 개최하였다. 제1주제 발표자로 나선 건국대 황용석 교수는 포털에 대한 개념 정의로부터 시작하여 포털이 뉴스 소비시장에 미치는 영향력 등을 아주 상세하게 제시해주었다. 또한, 제2주제 발표자 양삼승 변호사는 현행 언론중재법<sup>11)</sup>의 해석상 포털을 인터넷 신문으로 보기는 어렵지만 언론사닷컴과 더불어 포털의 뉴스 서비스 역시 ‘자기 스스로 취재를 하지는 않았지만 인터넷을 이용해 배포를 하고 가장 중요한 편집의 기능을 수행하고 있기 때문에 결국은 여론 형성에 기여하는 측면을 인정하지 않을 수 없으며 따라서 언론중재법의 조정 및 중재 대상으로 보는 것이 합리적’이라는 의견을 제시하였다<sup>12)</sup>.

그러면, 이 문제에 대한 언론계의 관심은 어떠한가? 지난 9월 22일 방영된 KBS ‘미디어 포커스’에서는 「포털 뉴스, 언론기능 외면 언제까지」라는 제목으로 포털의 뉴스서비스가 사실상 언론으로서 기능하고 있지만 언론으로서의 책무를 다하지 못하고 있다고 보도했다. 또, 같은 달 28일에는 EBS가 ‘생방송 토론 카페’라는 코너를 통해 「인터넷 포털 뉴스, 법적규제 해야 하나」라는 주제의 토론회를 개최하였다. 이 토론회에서는 토론자들을 중심으로 몇 가지 특이한 주장이 펼쳐졌다. 현행 신문법으로 무리하게 포털을 규제하려고 하지 말고 포털의 규제와 진흥을 겸하는 ‘포털진흥법’을 새롭게 제정하자는 주장도 펼쳐졌다. 또, 다양한 기능을 포괄하는 포털의 특성상 뉴스서비스는 신문법으로, 동영상은 인터넷 방송법으로, 댓글은 기존처럼 정보통신망법으로, 전자상거래는 전기통신사업자법으로 규제하면 된다는 주장도 나왔다<sup>13)</sup>.

11) 본래 명칭은 ‘언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률’이나 이 논문에서는 약칭으로 부르겠다. 다른 법령의 명칭도 통상적으로 사용되는 약칭을 사용하기로 한다.

12) 양삼승(2005). 포털사이트의 뉴스서비스를 둘러싼 법적 쟁점과 언론중재제도. 언론중재위원회 2005년도 정기세미나 종합보고서. p. 68.

13) 동아일보, 2006. 9. 30. 자. 「포털사이트는 인터넷 신문? 논쟁 재점화」.

이 문제에 대한 정치권의 관심도 빼놓을 수 없다. 포털과 관련해서는 현재까지 3~4개 정도의 언론중재법 내지는 신문법 개정안이 제안된 상황이다. 먼저, 심재철 한나라당 의원은 신문법에 포털에 대한 정의 규정을 신설하고 포털사업자가 언론사로부터 제공받은 기사와 제목을 자의적, 선정적으로 편집하지 못하도록 했다. 이와는 반대로 이승희 민주당 의원은 현행 신문법상의 인터넷 신문 개념에서 ‘독자적 기사 생산’ 항목을 삭제함으로써 포털사이트를 신문법상의 인터넷 신문 개념에 포함시켰다. 또, 노웅래 열린우리당 의원의 경우에는 포털사이트를 언론사가 아닌 ‘기사 매개자’로만 보아 “뉴스서비스제공자”라는 새로운 개념을 도입하자는 법안을 발의하였다. 이 법안에서는 포털 뉴스에 대해서는 다른 언론사와는 달리 기사게재의 중지를 청구할 수 있고, 이에 대한 심의를 위한 별도의 기구를 언론중재위원회 내에 설치하도록 하고 있다. 이러한 법안 발의와 더불어 지난 8월 31일 노웅래 의원실 주최로 국회에서 「포털 뉴스서비스로 인한 피해, 어떻게 구제할 것인가」라는 주제의 토론회도 개최된 바 있다.

### 3. 최근 판결 동향

포털의 뉴스서비스 관련 최근 동향에서 빼놓을 수 없는 판결이 선고되었다. 지난 9월 8일 서울남부지방법원에서는 포털사이트에 게재된 기사의 오보로 인한 손해배상 책임이 기사를 생산한 언론사뿐만 아니라 해당 포털에게도 있음을 인정하는 판결을 선고하였다<sup>14)</sup>. 보다 구체적으로 판결 내용을 소개하면 다음과 같다.

독립형 인터넷 신문이라고 할 수 있는 노컷뉴스 소속의 한 기자가 이명박 당시 서울시장 관련 기사를 노컷뉴스 사이트에 올리는 과정에서 ‘김 모 대변인’을 ‘전여옥 대변인’으로 잘못 입력하였다. 이 기사는 몇 시간이 흐른 후 포털사이트 네이버로 자동 전송된다. 노컷뉴스 운영자와 네이버 운영자 사이에 이미 뉴스콘텐츠 공급계약이 체결되어 있었기 때문이다. 문제의 기사는 같은 날 오후 7시경 네이버 뉴스서비스란 중

---

14) 서울남부지방법원 2006. 9. 8. 선고 2005가단18300 손해배상(기) 사건.

‘분야별 주요뉴스’ 코너에 「이명박 시장 “전여옥, 말을 그리 함부로 하나”」 라는 제목으로 게재되었다.

이 사안에서 네이버 측은 심리과정에서 변소한 바와 같이 해당 기사의 작성에 전혀 개입한 바가 없었다. 그저 뉴스콘텐츠 공급계약에 따라 공급받은 기사를 그대로 게재했을 뿐이다. 물론, 기사 제목 「이명박 시장 “전여옥, 말을 그리 함부로 하나”」 는 네이버 측에서 작성하여 올렸지만 이것 역시 노컷뉴스 측이 전송해 준 기사 내용에 의존하여 작성된 것일 뿐이었다. 그럼에도 불구하고 이 사건 담당 재판부는 오보에 따른 손해배상책임을 기사 생산자인 노컷뉴스 측뿐만 아니라 매개자에 불과한 네이버 측에게도 인정하였다. 재판부가 네이버의 손해배상책임을 인정한 논거는 다음과 같다.

“그러나, 불특정 다수가 접속하여 볼 수 있는 포털사이트를 운영하는 피고 엔에이치엔으로서의 기사의 대상이 되는 인물에 대한 관계에서는, 자신의 사이트에 게재되는 기사가 사실내용과 맞는지 여부를 확인하는 작업을 통하여 기사의 대상인물에게 명예훼손 등의 손해를 입히지 않도록 주의할 의무가 있다고 할 것이고, 피고들 간의 내부관계에서 기사작성과 전송 및 게재의 체계상 피고 엔에이치엔이 기사의 진실성을 확인할 수 있는 방법의 여지가 없다고 하더라도 그와 같은 사유는 피고들 내부에서 책임의 분담을 정할 때 주장할 사유는 될 수 있을지언정 허위기사로 인하여 피해를 입은 원고에 대하여 대항할 수 있는 사유가 된다고 볼 수는 없으므로...”

이 판결은 네이버 측의 항소로 아직 확정되지 않은 하급심판결에 불과하다. 그러므로 이 판결 하나만으로 우리 법원이 포털사에게 매개 기사의 오보로 인한 손해배상책임을 인정했다고 단정하기는 어렵다. 그러나 이 판결이 우리에게 시사해주는 바는 이것이다. 가장 보수적인 입장인 법원의 시각에서도, 이제 포털이 기사를 생산하는데 관여하지는 않고 단지 매개만 한다고 해서 그로 인한 피해의 배상으로부터 자유로울 수 없다는 것이다. 우리 사회 내 포털의 현주소를 단적으로 보여주는 예라고 생각된다.

## II. 이 글의 방향

이상과 같이 각 포털들의 동향에서부터 관련 판결에 이르기까지 각계의 최근 동향을 간단하게나마 살펴보았다.

현재까지의 정황들을 종합해 볼 때, 포털의 뉴스서비스로 인한 피해구제방안 마련 문제는 더 이상 미루거나 회피할 수 있는 문제가 아니다. 이 정도의 상황이라면 포털의 뉴스서비스로 인한 다양한 형태의 피해를 빠짐없이 구제할 수 있는 방안을 마련해야 한다는 점에 관한 사회적 합의도 충분히 이루어진 것이 아닌가 생각한다. 이에 따라 이 문제에 관한 논쟁의 초점도 “포털이 언론이냐, 아니냐?”와 같은 이론적이거나 원론적인 문제에서 “포털의 뉴스서비스로 인한 피해구제방안을 어떻게 마련할 것인가?”, “무엇이 가장 효과적인 피해구제방안인가?”와 같은 구체적이면서 실무적인 문제로 옮겨져야 한다<sup>15)</sup>.

본 논문이 목적하는 것도 이와 같다. 포털의 뉴스서비스로 인한 피해구제방안을 “어떻게 마련할 것인가?”라든가 “무엇이 최선의 피해구제방안인가?”에 대해서 실무적인 관점에서 접근하고자 한다.

포털의 뉴스서비스로 인한 최선의 피해구제방안 마련과 관련된 실무적인 쟁점은 다음과 같이 크게 세 가지다.

- 포털뉴스와 정정보도
- 포털뉴스와 손해배상
- 포털뉴스와 기사삭제 또는 기사게시중지

---

15) 주지하다시피, 작년 언론중재위원회 정기세미나의 주제가 ‘포털저널리즘, 그 실제와 전망’이었다. 이 세미나는 포털이 우리 사회에서 언론으로서 이미 충분히 기능하고 있으며, 사회적 파급력이 얼마나 막대한가를 직시하게 했다. 그럼에도 불구하고 현행 언론중재법의 해석상 포털을 인터넷 신문으로 볼 수 없는 입법상의 공백이 발생했음을 날카롭게 지적함으로써 포털의 뉴스서비스가 시급히 해결되어야 할 우리 사회의 당면한 과제를 공론화하는 결정적인 계기가 되었다고 생각한다. 1년이 흐른 지금, 다시 작년과 비슷한 영역의 주제를 다루는 것은 보다 실무적이면서도 구체적인 피해구제방안을 마련하기 위한 것이라고 생각된다. 이러한 점을 염두에 두고 본 논문을 작성하였다.

이들 실무적인 쟁점 검토에 앞서서 총론적인 문제로 이 문제를 바라보는 시각을 살펴보기로 한다.

### Ⅲ. 포털의 뉴스서비스 관련 다양한 시각의 대립

포털의 뉴스서비스 관련 피해구제방안에 대한 사회적 합의를 이끌어내기가 참 어렵다. 그 이유는 포털의 뉴스서비스 또는 그로 인한 피해구제의 방향을 둘러싼 다양한 관점이 대립하고 있고 이와 같은 관점의 차이를 좁히기가 어렵기 때문이다. 몇 가지 주된 관점의 차이에 대해서 정리해본다<sup>16)</sup>.

#### 1. “언론이다” vs “언론이 아니다”

포털을 바라보는 관점 중에서 가장 두드러진 차이를 보이는 지점이 이곳이다. 그 당부를 떠나 일단, 현재의 대세는 언론<sup>17)</sup>으로 보는 입장이다.

##### 가. 언론으로 보는 입장

포털을 언론으로 봐야 한다고 주장하는 근거는 매우 다양하다. 첫째, 언론관계법은 아니지만 현행 「공직선거 및 선거부정방지법」 상의 ‘인터넷 언론’ 개념에 따르면 포

---

16) 이 장의 논의는 견해의 대립 상황을 정리하는 것을 목적으로 했기 때문에 굳이 대립되는 견해 중 무엇이 옳은가에 대해서 결론을 내리려 하지 않았다. 일관된 관점을 유지하는 것도 중요하지만 때로는 실용주의적인 관점에서 그때 그때 필요한 입장을 취하는 것이 실제적인 문제 해결에 도움이 되기도 한다.

17) 물론, 여기서 말하는 언론은 어디까지나 직업적 전문인으로서의 언론인에 의해 만들어진 뉴스의 제작, 전송, 복사 행위를 의미한다. 흔히 ‘journalism’ 혹은 ‘journal’이라고 번역되는 것이다. 헌법 제21조 ‘언론의 자유’에서 말하는 넓은 의미에서의 언론은 아닌 것이다. 이 점에 관한 더 자세한 내용에 관해서는 황용석(2005), 포털저널리즘에 관한 이론적 고찰, 언론중재위원회 2005년도 정기세미나 종합보고서, pp.16~17을 참고하기 바란다.

털 역시 인터넷 언론에 해당된다. 공선법 제8조의 5는 ‘인터넷 언론’에 대해 다음과 같이 규정하고 있다.

정치·경제·사회·문화·시사 등에 관한 보도·논평 및 여론 등을 전파할 목적으로 취재·편집·집필한 기사를 인터넷을 통하여 보도·제공하거나 매개하는 인터넷 홈페이지를 경영·관리하는 자와 이와 유사한 언론의 기능을 행하는 인터넷 홈페이지를 경영·관리하는 자

언론관계법이 아니라는 사실 때문에 설득력이 좀 떨어지기는 하지만 포털은 이미 입법이라는 큰 틀 안에서 언론으로 규정당하고 있는 것이 현실이다.

둘째, 뉴스의 소비라는 측면에서 포털은 주요 소비처가 되었다<sup>18)</sup>. 인터넷이라는 뉴스 소비의 새로운 공간에서 네이버·다음·네이트 3대 포털을 통해 뉴스를 접하는 사람들의 숫자는 기존 언론사들이 운영하고 있는 언론사닷컴의 이용자수를 월등히 능가하고 있다. 보다 구체적으로 보면, 종이신문을 매일 구독하는 독자가 총 인구의 23.4%인데 비해 인터넷을 통하여 매일매일 뉴스를 열람하는 독자는 27.9%라고 한다. 또 인터넷을 통해 뉴스를 열람하는 독자들의 주된 뉴스 소비사이트는 네이버-다음-네이트-야후-파란-조인스닷컴-조선닷컴-동아닷컴 순이라고 한다<sup>19)</sup>. 시장 구조적인 측면에서 포털의 압도적 우위는 당분간 유지될 것 같다.

셋째, 뉴스의 생산·공급 측면에서도 포털은 언론의 핵심 기능이라 할 수 있는 ‘편집’과 ‘배포’ 기능을 수행하고 있다. 배포력에 있어서 포털은 이미 기존 언론사들이 따라올 수 없을 만큼의 막강한 인프라를 갖추고 있다. 또, 각 포털들은 공급받은 기사의 제목을 수정도 하고 자신들의 입맛에 맞게 취사선택도 한다. 다시 말해, 어느 기사를 메인에 배치할 것인지 여부를 결정할 수 있다. 나름대로의 해석 작업을 통해 기사의 중요도를 평가, 배열하고 있는 것이다. 포털의 이러한 기능을 통해 사회적 의제까지도 설정되고 있는 것이다.

18) 물론, 이것은 인터넷뉴스 시장을 염두에 둔 말이다.

19) 황용석(2005), 앞의 책, pp. 26~27.

## 나. 언론이 아니라고 보는 입장

이러한 견해와는 반대되는 것이 포털은 뉴스 유통사일 뿐이지 뉴스 생산자(언론사)가 아니라는 견해이다<sup>20)</sup>.

일단, 이 견해를 취하는 쪽에서는 포털사이트를 운영하고 있는 개별 사업자들이 전통적인 언론사와는 본질적으로 다르다고 지적한다. 즉, 현행법상 포털사이트를 운영하고 있는 사업자들은 모두 전기통신사업자로 등록되어 있다는 것이다. 이에 따라 작게는 주무 행정부처<sup>21)</sup>가 달라지고, 크게는 근거 법령도 달라진다.

또, 언론의 가장 핵심적인 기능이라 할 수 있는 기사 ‘생산’을 하지 않는다는 것은 언론으로 보기 어려운 치명적인 약점이라고 주장한다.

## 2. “구제”적 관점 vs “규제”적 관점

포털 뉴스서비스의 문제를 해결함에 있어서 피해구제적 관점에서 접근하는 것과 행정규제적 관점에서 접근하는 것이 서로 대립하고 있다. 이것은 포털을 언론으로 볼 것인지의 문제와도 연결되어 있고, 입법에 있어서 포털 관련 규정을 신문법과 언론중재법 중 어디에 둘 것인지의 문제와도 맞물려 있다.

일단, 포털을 언론으로 보지 않는 시각에서는 신문법에 규정하여 언론사에 준하는 행정적 규제를 가하는 것은 아예 상상조차 하지 못할 것이다. 한편, 포털을 언론으로 보는 시각에서는 다양한 가능성이 열려 있다. 포털 관련 규정을 신문법에 둬으로써 행정규제와 피해구제 두 가지 문제를 단번에 해결할 수도 있다. 또한 언론중재법에 둬으로써 행정규제의 문제는 차차 생각하기로 하고 일단은 피해구제의 문제에 집중하고자 할 수도 있다.

20) 각 포털들이나 인터넷기업협회 쪽에서 이와 같은 견해를 주로 피력하고 있는 것으로 보인다.

21) 전통적인 언론사들의 주무 부처는 문화관광부이거나 방송위원회가 해당될 것이다. 그러나 포털사이트를 운영하고 있는 사업자들을 담당하고 있는 주무 부처는 정보통신부가 된다.

언론보도에 나타난 각 포털들의 입장은 대체로 피해구제적 접근법에 동의하고 있는 것으로 보인다. 즉, 포털을 뉴스 유통사로 보아야지 언론사로 보는 것은 무리라고 주장하면서 우선 이용자 피해구제책부터 마련하자는 의견을 제시하고 있다<sup>22)</sup>. 이것은 각 포털들이 ‘열린사용자위원회’라든가 ‘미디어책무위원회’ 등과 같은 자율적 장치를 마련하고 있는 것과는 맥을 같이 한다.

### 3. 정리

각주 15)에서 밝힌 바와 같이 이 장에서의 논의는 어떤 견해가 타당하다거나 어떤 견해를 지지한다는 것을 밝히고자 함을 목적으로 하지 않았다. 관점의 차이는 포털을 바라보는 이념 혹은 세계관의 차이이기 때문에 쉽게 양보되거나 타협점을 찾기가 쉽지 않을 것이다. 그리고 서로의 주장이 부분적으로는 타당한 면이 분명 있다. 다만, 전적으로 타당한 견해가 없다는 것이 문제다.

그러면 문제를 해결하는 최선의 해법을 찾는 데에 집중하는 방향을 갖고 구체적인 쟁점별 검토에 들어가하고자 한다.

## IV. 【각론 1】 포털뉴스와 정정보도<sup>23)</sup>

### 1. 논의의 배경

현행 언론중재법에 따르면 언론의 보도내용에 문제가 있는 경우 이를 진실에 부합되게 고쳐서 보도할 것을 요구하거나 보도내용의 진실 여부와 관계없이 그와 대립되

---

22) 동아일보, 2006. 9. 30. 자. 「포털사이트는 인터넷 신문? 논쟁 재점화」.

23) 이 장에서의 논의는 정정보도 외에 반론보도 및 추후보도에도 적용될 수 있는 문제다. 그러나 이에 대해서는 어차피 정정보도와 결론을 같이 하므로 따로 언급하지 않았다.

는 반박적 주장의 보도를 요구할 수 있는 권리가 인정되고 있다. 전자는 ‘정정보도청구권’이라고 하고, 후자는 ‘반론보도청구권’이라고 한다. 그런데 이와 같은 권리의 행사가 포털에 대해서는 불가능하다. 다 같은 기사인데 단지 그 게재된 위치가 포털인지, 아닌지에 따라 권리행사의 가능성이 좌우된다 하니 일단 상식적인 입장에서 잘 이해가 안 된다.

예를 한 번 들어보자. A라는 기사가 오늘자 B신문사 조간신문에 실렸다. A기사는 B신문사와 뉴스콘텐츠 공급계약을 체결하고 있는 C포털에 전송되어 C포털에도 게재되었다. 그러니까 A기사는 B조간신문 지면과 C포털사이트 화면에 실린 것이다. 일반인의 시각에 B신문에 있는 것이든 C사이트에 있는 것이든 다 같은 기사로 보일 뿐이다. 그러나 법적으로는 B신문에 인쇄되어 있는 것만이 기사 혹은 언론보도인 것이다. 이것이 설득력을 가지려면 사람들의 눈에 C사이트에 올라와 있는 A는 신문기사로 안 보여야 한다. C사이트에 올라와 있는 A 역시 신문기사로 보이는데 언론보도가 아니라고 한다면 이것을 어떻게 설명해야 할까?

## 2. 포털 측의 항변

물론, 이에 대해서 포털 측은 나름대로의 이유를 가지고 피해자의 정정보도청구를 수용하기 어렵다고 항변한다. 그 이유는 아래와 같다.

첫째, 저작권. 포털은 정정보도청구를 들어주기 어려운 이유 중의 하나로 저작권 문제를 거론한다. 포털이 매개하는 기사에 대한 저작권이 기사의 생산자인 언론사에 게 있기 때문에 자신들 임의대로 기사에 대한 수정이 불가하다는 것이다.

둘째, 계약상의 문제. 포털은 기사콘텐츠 공급자에 해당하는 언론사와의 계약내용상 기사에 대한 정정보도권한을 갖고 있지 않음을 강조한다. 이것은 저작권 문제와 함께 포털이 기사로 인한 법적 책임 이행 문제에 있어서 기사 공급자이자 생산자에 해당하는 언론사의 뒤에 숨는 상황을 연출한다. 이 점에 관한 각 포털들의 입장은 일치되어 있다.

셋째, 운영주체의 문제. 포털 측은 포털사업자를 언론사로 보기 어렵다고 주장한다. 앞에서 이미 살펴보았지만 포털사업자는 분명 전통적인 모습의 언론사와는 많이 다르다. 법률적으로도 전기통신사업자로 분류된다.

### 3. 포털의 항변에 대한 법률적 검토

#### 가. 저작권 문제

저작권법 제7조 제5호에 따르면, 시사 보도는 어문저작물로서 보호를 받지 못한다. 그러나 여기서 말하는 시사 보도는 인사왕래·사망기사·화재·교통사고 등 단순한 사실의 전달에 불과한 기사를 의미한다고 볼 것이다<sup>24)</sup>. 그러므로 기자의 사상과 견해가 포함된 대부분의 기사는 어문저작물로서 법적 보호를 받는다고 할 것이다.

그렇다면, 기사에 대한 저작권이 기사를 제공한 언론사에게 있으므로 정정보도청구를 수용할 수 없다는 포털 측의 항변은 타당한 것일까? 이에 대해서 개인적인 생각은 부정적이다.

먼저, 정정보도는 원 기사 자체를 가감하는 것이 아니다. 즉, 원 기사의 내용이나 문구를 수정하는 것이 아니기 때문에 저작권 침해 여부와는 아주 무관하다. 오히려 정정보도는 원 기사가 보도되었음을 전제로 그것이 잘못된 정보를 전달하고 있기 때문에 진실에 부합하는 내용의 새로운 보도를 하는 것이다. 그러므로 정정보도 또는 반론보도를 수용할 수 있느냐 문제는 원 기사에 대한 저작권 문제와 별개의 문제라고 보아야 한다.

---

24) 송영식·이상정(2003). 『저작권법개설』 (제3판). 서울: 세창출판사. p. 102.

## 나. 뉴스콘텐츠 제공계약상의 문제

한편, 포털의 정정보도 이행 문제는 언론사와 포털 간에 체결하는 뉴스콘텐츠 제공계약 체결 시에 정정보도를 포털이 할 수 있도록 하는 내용의 조항이 추가되면 아주 간단히 해결될 수도 있다. 그러나 문제는 현실적으로 그와 같은 조항이 거래 관행상 뉴스콘텐츠 제공 계약 시에 들어가 있지 않다는 것이다<sup>25)</sup>. 그렇다면 이런 계약상의 문제로 인해서 피해자로부터의 정정보도청구를 포털 측이 정당하게 거부할 수 있는 것인가?

결론부터 말하면 이 문제 역시 그렇지 않다는 것이다. 먼저, 거부의 이유로 드는 포털과 언론사 간의 뉴스콘텐츠 공급계약의 성격에 대해서 생각해보자. 이것은 아주 단순하게 말해서 일종의 계약(契約)이다. 계약이란 넓은 의미에서 2인 이상 당사자들의 합의인 것이고, 서로에 대한 의사표시의 합치로 성립된다.

이와 같은 계약은 어디까지나 계약에 동의한 계약당사자만을 구속한다. 계약상의 의무는 계약의 당사자에게 부과되는 것이지 계약과는 무관한 제3자에게 계약상의 의무를 강제할 수 없다. 다시 말해, 포털과 언론사 간에 체결된 뉴스콘텐츠 공급에 관한 약정의 효력은 포털과 언론사에게만 미친다. 계약사항과는 무관한 제3자, 즉 언론보도로 인한 피해자에 대해서는 미치지 않는다는 것이다. 그러므로 언론보도 피해자와는 아무 상관이 없는 포털과 언론사 간의 계약 사항을 이유로 들어 정정보도를 거부할 수 있다고 생각하는 것은 법률적으로 성립될 수 없는 주장이다.

이에 반해서 정정보도나 반론보도의무는 법에서 정한 다소 강제성을 띤 의무이다<sup>26)</sup>. 즉, 법에서 정한 요건을 충족하는 경우에는 당사자의 의사표시와는 무관하게

---

25) 그런데 많은 사람들이 뉴스 시장에서의 포털의 우월적 지위에 대해서 이야기하고 있다. 인터넷상에서 막대한 소비자를 확보하고 있는 포털에게 기사를 공급하려는 언론사는 많고 포털, 특히 네이버·다음·네이트 같은 빅3의 경우에는 자신의 입맛대로 뉴스콘텐츠를 고를 수 있다는 것이다. 이것이 사실이라고 한다면 뉴스콘텐츠 공급에 관한 계약 체결 시에 정정보도 및 반론보도 등에 관한 조항을 추가하는 것은 그리 어렵지 않은 일이 아닐까 생각한다. 결국, 이 문제에 대해서 포털 측이 보다 적극적인 관심을 가지고 언론사와 타협점을 찾으려는 노력을 기울이지 않은 것은 아닌가하는 의문도 든다.

26) 이 말의 뜻을 언론중재법상의 정정보도나 반론보도 관련 규정을 강행규정이라고 주장하는 것으로 오해하지는 말기 바란다.

발생하는 의무이자 권리인 것이다. 그래서 포털 뉴스 역시 언론보도로 볼 수만 있다면, 그리고 이에 더하여 일반적인 정정보도청구 시에 갖추어져야 할 요건이 갖추어져 있다면 일단 정정보도의무는 발생한다고 볼 것이다.

#### 다. 운영주체의 문제

현행 언론중재법이나 신문법은 정기간행물이나 방송, 뉴스통신 및 인터넷 언론과 같은 각 언론에 대한 개념을 먼저 정의하고, 그 다음으로 이를 운영하는 사업자를 언론사로 보는 형태를 취하고 있다. 그러므로 이것은 닭이 먼저냐, 달걀이 먼저냐 하는 것과는 다르다. 현행법의 규정형식에서 중요한 것은 언론으로 볼 수 있느냐 문제이지 언론사로 볼 수 있느냐 문제는 그 다음 문제다. 포털에 게재된 기사를 언론으로 볼 수만 있다면 이를 운영하는 사업주체가 비록 전통적인 언론사와 다르더라도 이는 하등의 문제가 되지 않는다<sup>27)</sup>.

#### 라. 보론: 전문보도(傳聞報道)의 법리에 관하여

언론보도의 가장 기본적인 형태는 자신이 직접 목격하고 확인한 것을 알리는 것이다. 그러나 실제 보도의 형태는 매우 다양하다. 즉, 뉴스통신사와 같은 다른 언론사의 기사를 전재하는 경우, 다른 언론보도를 그대로 인용하여 보도하는 경우 그리고 독자투고라든가 기고문 등 많은 형태의 전문보도가 존재한다.

---

27) 이와 유사한 문제점은 다른 영역에서도 발견된다. 대학신문의 경우, 각 대학신문은 정기간행물, 보다 구체적으로는 신문이라고 할 수 있다. 그런데 이때의 언론사는 누가 될 것인가? 언론중재법에서는 이에 대해 해당 정기간행물을 발행하는 자라고만 규정하고 있다. 해당 대학신문을 발행하는 자를 누구로 볼 것인가라는 문제가 또 다시 발생하는데 이것은 대학신문사가 될 수도 있겠지만 총학생회가 되는 경우도 있고, 학교법인이 되는 경우도 있을 수 있다. 이 중에서 총학생회나 대학을 운영하는 학교법인 역시 전통적인 언론사와 매우 다르다.

실제로 많은 언론사들이 뉴스통신사들과 전재계약을 체결하고 기사를 전재하고 있다. 이들 언론사들은 포털처럼 기사의 매개자 위치에 서게 된다. 그러므로 포털이 정정보도를 할 수 있느냐 문제는 포털 영역에 국한된 문제만은 아니고, 매개기사에 대한 정정보도의 문제 일반으로 확대해서 볼 수도 있다.

물론, 이러한 비교에 대해서 포털과 뉴스통신사의 기사를 전재하여 신고 있는 언론사의 법적 지위가 다르다는 점을 지적할 수 있다. 이러한 지적과 같이 언론사와 포털의 법적 지위가 똑같은 것은 아니다. 그러나 중요한 것은 이들의 법적 지위가 아니다. 중요한 것은 뉴스통신사와 전재계약을 체결하고 있는 언론사 역시 해당 기사에 대한 저작권을 가지고 있지 않다는 점이고 또한 해당 기사의 생산에 전혀 관여하지 않았으므로 사건의 실체를 잘 모른다는 점이다. 이런 점들에 있어서 포털과 별로 다를 것이 없다. 그러므로 이들 전문보도의 영역에서 어느 정도 확립되어 있는 법리가 포털 영역에도 그대로 혹은 유추하여 적용될 수 있다고 본다. 다음은 전문보도의 법리를 보여주는 판례들이다.

“피신청인은 ○○동에 있는 위 토지가격의 축소신고에 관한 기사를 ○○○○. ○. ○○자 신문의 보도를 인용하여 작성한 것이므로 이에 대한 신청인의 정정보도청구에 응할 수 없다는 취지의 주장을 하나, 비록 피신청인이 다른 신문의 기사를 인용하여 보도한 것이라고 하더라도 이를 피신청인의 신문에 게재한 이상 그 내용 중의 사실적 주장은 피신청인의 그것을 게재한 것과 동일한 효과를 갖는 것이고 그로 인하여 명예가 훼손된 신청인에게는 이를 반박할 수 있는 권한이 있다고 할 것이므로 피신청인의 위 주장은 이유없다.”<sup>28)</sup>

“피신청인은 이 사건 기사가 연구비판의견 또는 견해에 관한 발표를 요약, 인용한 것으로서 반론보도청구의 대상이 되지 않는다고 주장하나, 반론보도청구권의 목적이 언론의 책임을 추궁하는 데 있는 것이 아니라 일반 대중에게 다양한 의견을 제공하여 올

---

28) 수원지방법원 성남지원 1993. 7. 30. 선고 93카합312 판결

바른 여론을 형성하는 데 있는 것이므로, 사실적 주장이 공표된 이상 다른 사람의 발표내용을 인용하는 형식으로 보도하였다고 하더라도 반론보도청구권의 대상이 된다고 할 것이다.”<sup>29)</sup>

“정정보도청구의 대상이 되는 보도는 일반적인 기사의 형식으로 보도되든지 독자투고의 형식으로 보도되든지 그 보도의 형식을 불문한다고 할 것이고”<sup>30)</sup>

결국, 이러한 판례의 취지를 종합해보면, 정정보도나 반론보도에서 중요한 것은 사실의 적시 여부이지 보도의 형태가 아니라는 것을 알 수 있다<sup>31)</sup>. 그러므로 포털에 게재된 매개기사에 대해서도 공표의 최종 매개체가 된 포털에게 정정보도 의무를 지우는 것이 타당하다고 생각된다. 이와 관련해서 포털 측 인식의 전환이 절실하다<sup>32)</sup>.

#### 4. 정정보도청구절차에 관한 논의들

그러면, 포털의 정정보도 의무가 인정된다는 전제에서 구체적인 구제절차를 어떻게 구성하는 것이 좋을지에 대해서 살펴보도록 한다. 여러 가지 방법이 있을 수 있는데 지금까지 제시된 의견을 종합해보면 다음과 같다.

29) 서울고등법원 1999. 5. 27. 선고 98나64969 판결

30) 서울민사지방법원 1987. 12. 11. 선고 87카40175판결

31) 윤재윤·함석천(2005). 『언론분쟁과 법』. 서울: 청림출판. p. 206.

32) 이와 관련해서는 작년 언론중재위원회 정기세미나 발제를 맡은 양삼승 변호사는 “그러면 네이버 측에서 가지는 의문은 언론사와의 계약에 의해 임의로 기사를 손댈 수 없게 되어 있는데 어떻게 해야 하는가라는 점일 것입니다. 그렇다면 그 계약을 잘못된 것입니다. 잘못했다는 의미는 네이버 입장에서는 편집권이 있는데, 즉 언론사로부터 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....” 라고 말한 바 있다.(언론중재위원회 2005년도 정기세미나 종합보고서, p. 89.)

### 가. 문화관광부의 입장<sup>33)</sup>

이 문제에 관하여 문화관광부에서는 피해자가 뉴스 생산자뿐만 아니라 매개자에게도 선택적으로 정정보도를 청구할 수 있도록 하되, 포털이 피해자로부터 정정보도의 청구를 받은 경우에는 즉시 언론사에게 통보하도록 해야 한다고 하고 있다. 만일 언론사(기사생산자)가 피해자로부터 청구를 받았으면 그 청구를 수용하는 경우 및 정정보도를 한 경우에 그 내용을 포털에 통보하고 포털은 그 내용을 지체 없이 보도해야 한다는 취지의 의견을 제시하고 있다.

### 나. 전태진 변호사의 견해<sup>34)</sup>

이 견해는 매개기사의 진위 여부에 관한 다툼은 원 기사의 출처인 언론사와 해야 한다는 점에 주목한다. 그래서 분쟁의 가닥을 기사의 출처인 언론사와의 다툼으로 좁히고 여기서 결론이 나면 기사를 공급받은 언론사는 무조건 그에 따르라는 식으로 피해구제 절차의 간명화(簡明化)를 시도하고 있다.

### 다. 소결

개인적으로는 이 문제를 어떤 하나의 기준에 따라 획일적으로 해결할 것이 아니라 사건에 따라 구분해서 보아야 한다고 생각한다.

첫째로, 정정보도를 청구함에 있어서 피해자는 기사생산자인 언론사를 상대로 할

33) 언론관계법 시행 1년, 성과와 과제(2006. 8. 2.), 문화관광부. p. 15.

34) 지난 8. 10. 민언련에서 주최한 토론회에서 주제발표를 맡았던 전 변호사는 “포털에 대한 직접 청구도 필요하지만, 언론보도의 진위 여부는 궁극적으로 뉴스생산자인 언론사와 다투어야 하므로 1차적으로 언론사에 정정보도 등의 청구를 하여 합의가 이루어지거나 직권조정결정이 확정되면 피해자가 별도의 청구없이 포털사이트에게도 동일한 내용의 게재를 요구할 수 있고, 포털은 이를 게재할 의무가 있는 것으로 규정하면 보다 간명할 것이다”라고 말했다.

지, 아니면 포털을 상대로 할지 임의적으로 선택할 수 있는 권리를 가져야 한다<sup>35)</sup>. 제 아무리 단순 매개기사일지라도 일단 자신의 공간 또는 이름으로 공표되었으며 포털 측에게 편집권한, 삭제권한이 있다면 그 기사에 적시된 사실적 주장은 해당 포털의 입장으로 보아야 할 것이기 때문이다. 이에 따라 피해자에게 자체생산기사인지 매개기사인지 여부를 불문하고 관련된 모든 언론사나 포털들을 상대로 조정을 신청하거나 소송을 제기할 권리를 부여해야 할 것이다<sup>36)</sup>.

둘째로, 정정보도청구에 있어서 피해자의 번거로움을 덜 수 있는 편의조항을 넣어야 할 것이다. 즉, 피해자가 원 기사의 출처에 해당하는 언론사를 상대로 정정보도 등을 청구하여 해당 언론사가 당사자의 정정보도 등을 받아들여 해당 보도문을 게재하거나 이미 게재한 경우 및 조정이나 소송과 같은 법적 구제절차에서 정정보도청구가 받아들여진 경우에는 즉시 자사와 기사공급계약을 맺은 다른 언론사 및 포털들에게 해당 사실(정정보도의무 이행사실)을 통보할 의무를 부여해야 한다. 그리고 이러한 통보를 받은 언론사들은 역시 지체 없이 정정보도를 게재할 의무를 지도록 해야 한다.

만일 이러한 규정이 없다면 피해자는 원 기사로부터 기사를 공급받았을 수많은 언론사들을 일일이 찾아내어 상대해야 하는 불편함을 감수해야 할 것이다.

셋째로, 위 첫 번째와 같이 선택적 청구권한을 가지는 피해자가 자신에 관한 기사가 어디에, 얼마나 뿌려졌는지를 알기 위해서라도 그에 관한 정보를 확보할 필요가 있다. 그러므로 피해자가 이에 관한 정보를 원할 경우 원 기사의 출처인 언론사는 어떤 언론사나 포털들에게 기사가 제공되었는지 그에 관한 정보를 줄 의무를 부과할 필요가 있다고 본다.

---

35) 오히려 피해자의 선택적 청구권을 배제하고 기사생산자인 언론사에게만 정정보도청구권을 행사하도록 하면 부당한 권리의 제약이라고 생각한다. 즉, 현행법 하에서도 피해자의 포털에 대한 정정보도청구가 전혀 불가능한 것은 아니다. 민법 제764조에 근거하여 피해자는 포털 측에 명예회복에 적당한 처분을 요구할 수 있기 때문이다. 물론, 여기서 말하는 '명예회복에 적당한 처분'이 곧바로 정정보도인 것은 아니겠지만 정정보도 내지는 이와 유사한 형태의 보도문이 되지 않을까 생각한다.

36) 최근 노웅래 의원이 대표발의한 언론중재법 개정안에 따르면, 기존 인터넷 신문을 인터넷 언론으로 개칭하고 이 인터넷 언론 속에 언론사 닷컴까지 포함되는 것으로 하였다(안 제2조 제8호). 이에 따라 오프라인 매체의 기사를 단순 매개하는 언론사 닷컴 기사에 대해서도 정정보도 등의 청구가 가능한 것으로 규정하고 있다(안 제5조 제2항).

## 5. 보다 더 생각해 볼 점

포털과 정정보도의 문제는 이 정도에서 마무리하고자 한다. 여기서 한 가지 우려되는 바가 있음을 밝힌다. 포털에의 정정보도권한 인정이 혹시 기사제공자 혹은 생산자의 입장에 있는 언론사들의 포털에의 종속화 현상을 재촉하는 것은 아닐까? 보다 더 깊이 생각해 볼 문제인데, 다만 이 문제로 인해서 지금까지의 논의가 흐려지는 것은 바라지 않는다. 그러므로 포털에게 정정보도권한까지 주어서는 안 된다는 식의 대책 외에 다른 방식의 안전장치를 찾아야 할 것이다.

## V. 【각론 2】 포털뉴스와 손해배상

### 1. 쟁점의 특성

포털뉴스와 손해배상의 영역에서는 크게 세 가지 쟁점, 즉 △ 포털의 주의의무의 유무와 그 범위 △ 공동불법행위책임의 성격과 내부 구상문제 △ 기사를 수정한 경우 그 책임소재의 변화를 중심으로 차례대로 살펴보고자 하다.

그런데 위에서 제시한 쟁점들을 살펴보기에 앞서 분명히 밝혀둘 것이 있는데, 이 문제들은 위 IV.에서 검토한 「포털뉴스와 정정보도」의 문제와는 그 성격이 다르다는 사실이다. 포털뉴스와 손해배상의 문제는 어디까지나 민사상 손해배상에 관한 일반 법리로 풀어야 하고, 풀릴 수 있는 문제다. 포털이 언론인가, 아닌가에 따라서 크게 달라질 것이 없다<sup>37)</sup>. 포털을 언론으로 보지 않고 있는 현행법 체계 하에서도 얼마든지 야기될 수 있는 당면한 문제라는 사실이다. 그간 설왕설래만 있었지 이 부분에 관한 이렇다 할만한 판례가 없었는데 첫 장에서 소개한 2005가단18300 판결을 계기

---

37) 다만, 포털이 언론의 범주 안에 들어오게 된다면 현재와는 달리 중재위원회 조정 및 중재의 대상이 될 수 있다. 법원에서의 절차상으로는 큰 차이가 없을 것이다.

로 포털의 오보에 따른 손해배상책임 문제가 본격적으로 논의되지 않을까 기대해본다. 이 장에서의 논의 역시 위 2005가단18300 판결이 중심이 될 것이다.

## 2. 오보에 따른 면책의 가능성에 대하여

### 가. 포털 측의 항변

포털에 하루 올라오는 기사는 몇 건이나 될까? 네이버의 경우에는 대략 8,000건 정도 되는 것 같다<sup>38)</sup>. 각 포털의 사정에 따라 정확한 건수는 차이가 나겠지만 나머지 다른 포털들도 비슷할 것이다.

이렇게 많은 기사 중 오보를 가려내기란 정말 불가능해 보인다. 오보가 날 것에 대비하도록 요구하면 무리인 것 같다. 그리고 바로 이것이 위 2005가단18300 사건의 당사자였던 네이버의 방어논리이기도 하다<sup>39)</sup>.

실제 소송에서도 네이버는 다음과 같은 취지의 주장을 펼쳤던 것으로 보인다.

“피고 엔에이치엔은 위 기사작성과정에 개입하지도 않았고 단지 피고 씨비에스아이가 전송해 준 기사를 그대로 게재하였을 뿐이며, 제목 또한 피고 씨비에스아이가 전송해 준 기사에 의존하여 작성할 수밖에 없으므로, 원고에 대하여 허위기사 게재에 따른 책임을 부담하지 않는다”

그렇다면, 과연 네이버의 주장과 같이 포털에게는 허위기사 게재에 따른 책임이 없는 것일까?

---

38) ZDNet Korea, 2006. 10. 17. 자. 「네이버 전여옥 의원 법원 판결 항소」.

39) 상동: 위 기사 해당 부분을 그대로 옮겨보면 이와 같다. ‘하루에도 8000여 개가 넘는 모든 뉴스에 대해 포털 사업자가 오보인지 아닌지를 확인하는 것은 물리적으로 불가능하다는 것이 네이버의 입장이다. 네이버 측은 법원이 포털의 입장을 이해해 한 번 더 심사숙고 해달라는 취지에서 이번 항소를 결정했다고 밝혔다’.

## 나. 재판부의 판단

이에 대한 재판부의 판단은 앞에서 이미 제시했다<sup>40)</sup>. 관련 부분의 요지를 재구성해보면 다음과 같다.

- 포털 사이트는 불특정 다수가 언제든지 접속하여 볼 수 있으므로 명예훼손의 위험이 상존한다.
- 그러므로 이러한 포털 사이트를 운영하는 업자에게는 자신의 사이트에 게재되는 기사가 사실과 달라서 기사의 대상인물의 명예를 훼손하지 않도록 항상 주의할 의무가 있다.
- 포털의 이러한 주의의무는 기사의 대상이 되는 인물에 대한 관계에서 나온다.

이러한 재판부의 관점은 우리 법체계에 충실한 것일 뿐이다. 헌법적으로 ‘명예’는 보호되어야 할 핵심 가치 중의 하나이다(헌법 제21조 제4항). 때로 알권리와 충돌하기도 하여 비교형량의 대상이 되기도 하지만, 그럼에도 불구하고 명예는 반드시 보호되어야 한다. 이러한 사상을 담고 있는 법률은 많다. 언론중재법 제5조 인격권 보장에 관한 규정이 그러하고, 명예훼손죄를 규정하고 있는 형법 제307조부터 제310조까지가 이에 해당한다. 특히, 언론중재법 제5조 제2항 및 형법 제310조를 주목해 보아야 한다.

언론중재법 제5조 ② 인격권의 침해가 사회상규에 반하지 아니하는 한도 안에서 피해자의 동의에 의하여 이루어지거나 또는 공적인 관심사에 대하여 중대한 공익상 필요에 의하여 부득이하게 이루어진 때에는 위법성이 조각된다.

형법 제310조 【위법성의 조각】 제307조 제1항의 행위가 진실한 사실로서 오로지 공공의 이익에 관한 때에는 처벌하지 아니한다.

---

40) I의 3.항 참조

이들 규정에 비추어보면, 이 명예를 보호해야 할 의무로부터 자유로운 경우는 단 한 가지, 그 공표한 내용이 공공성을 띠고 진실하거나 진실하지는 않지만 진실이라고 믿은 데에 상당한 이유가 있을 때뿐이라는 결론에 이르게 된다. 그리고 우리는 흔히 이것을 가리켜 ‘위법성조각사유’라고 부른다.

다. 네이버 측의 주장이 과연 위법성조각사유에 해당할 수 있을까?

위법성조각사유의 유무라는 관점에서 다시 네이버의 항변을 나름대로 재구성해보면, 다음과 같다.

- 네이버는 해당 기사 작성에 개입하지 않았고 사건의 진실에 대해서는 모른다.
- 네이버는 노컷뉴스가 전송해 준 기사가 진실일 것이라고 믿고 그대로 게재했을 뿐이다.
- 해당 기사의 제목은 우리(네이버)가 달았지만 전송해준 기사의 내용을 토대로 작성했다.
- 그러므로 허위기사 게재에 따른 책임이 없다.

이렇게 재구성해 놓고 보니 네이버 항변의 실체가 드러난다. 네이버가 하고 있는 말은 결국 기사콘텐츠 제공자 측을 믿었다는 이야기가 된다.

기사는 허위였다. 허위의 기사라 하더라도 공표 당시에 진실이라고 믿었고 그 믿은 데에 상당한 이유가 있으면 명예훼손의 책임을 지지 않는다. 이것이 ‘위법성조각사유’이다. 그런데 네이버가 주장하는 내용에 따르면 상당성이 있겠는가? 그저 기사콘텐츠 제공자 측을 믿었다는 이유만으로 상당성을 인정받을 수 있을지는 의문이다. 이와 관련된 판결로 대법원 1996. 5. 28. 선고 94다33828이 있다.

“언론매체가 다른 언론매체의 보도내용을 참작하여 보도하였다 하더라도 자신의 보도로 인한 책임을 면할 수 없으므로 자기 책임 하에 그 내용의 진위 여부를 직접 확인

하려는 노력을 다하여야 하며, 특히 일간신문이나 방송의 보도내용은 취재시간이 제한된 탓에 보도내용의 진위 여부가 불확실하거나 과장 보도되는 경우가 적지 않아 그 진실성이 객관적으로 담보되어 있다고 보기도 어려우므로 이를 진실로 믿기 위하여는 더욱 더 진위 여부의 확인에 노력을 기울여야 할 것이다.”

이 판결은 경찰 출입기자가 없는 한 영자신문의 기자가 경찰의 보도자료, 연합뉴스의 보도문, 다른 신문의 기사, 방송매체의 방송내용을 참고하여 마치 이를 직접 취재한 것처럼 작성한 경우에 대한 것이다<sup>41)</sup>. 책임 인정의 주체가 신문사이고, 따라서 자신의 이름으로 보도한 경우라는 점에서 포털과는 경우가 아주 다르다는 점을 지적할 수도 있겠다. 그러나 이 판결에서 특히 주목하고 싶은 내용은 밑줄을 친 부분이다. 한 마디로 기사는 언제든지 틀릴 수 있다는 것이고 그것을 사실로 믿었다고 해도 그 신뢰를 보호해줄 수 없다는 것이다. 국가기관이 행정목적 달성을 위해 언론에 배포한 보도자료<sup>42)</sup>라든가, 수사기관의 공식 발표<sup>43)</sup>를 믿은 경우가 아니라면 현실적으로 상당성을 인정받기란 어렵다.

결국, 사적(私的) 계약인 뉴스콘텐츠 공급계약에 따라 공급된 것에 불과한 기사를 진실하다고 믿었다는 포털 측의 항변만으로는 상당성을 인정받을 수 없고 나아가 면책의 가능성도 없다.

#### 라. 과실의 존재 자체를 부정할 수는 없는지 여부

다른 한편으로, 이번 네이버 관련 판결의 초점이 불법행위의 구성요건 중 하나인 명예훼손에 대한 과실의 존부에 대한 판단에 있는 것으로 볼 수도 있다. 실제 언론보도에서 읽을 수 있었던 네이버 측의 입장<sup>44)</sup>은 이것에 가깝다. 즉, 하루에도 수천 건

41) 윤재윤·함석천(2005). 앞의 책, p. 119.

42) 대법원 1993. 11. 26. 선고 93다8389 판결

43) 대법원 1999. 1. 26. 선고 97다10215,10222 판결; 대법원 2003. 10. 9. 선고 2003다24406 판결

44) 각주 38) 39)를 참고하기 바란다.

의 기사가 올라오는 상황에서 문제의 기사로 인해 다른 사람의 명예가 훼손되고 있다는 인식조차 없었다는 것을 포털은 주장하고 싶은 것인지 모른다.

사실 민법상 불법행위가 성립하려면 위법행위에 대한 가해자 측의 고의나 과실을 필요로 한다(민법 제750조). 명예를 훼손할 의도(고의)가 있었거나 명예를 훼손하지 않도록 주의해야 하는데 그 주의의무를 다하지 않은 잘못(과실)이 있어야 한다.

이 점에 관한 개인적인 생각은 이러하다. 포털에 올라오는 수많은 기사들, 이들 중에서 상당 부분은 명예훼손적인 내용을 담고 있을 것이다. 포털 측에서도 이것을 모르지는 않을 것이다. 그렇다면 주의의무가 없을 수 없고 과실이 있음을 부정하기도 어렵다.

포털 측에서는 기사의 건수가 너무 많아 오보인지 아닌지 확인하기가 불가능한 것처럼 주장하지만 기사의 '건수'에 원인을 돌리는 것은 핑계라는 생각이 든다. 건수가 너무 많은 것이 정말 문제라면 감당할 만큼만 올려야 할 것이다. 포털에 하루 8,000 건씩 기사를 올려야 한다는 의무가 부과된 적이 없기 때문이다. 무엇보다, 설령 기사의 건수가 줄어들어도 기사의 매개를 주로 하고 있는 포털이 무슨 수로 오보를 잡아낼 수 있을까? 가령 너무 퇴폐적인 내용이라거나 혐오스런 사진, 비방이나 욕설 등이야 걸러낼 수 있겠지만 취재를 하지 않는 포털은 사건의 진위 여부에 관한 아무런 정보도 가지고 있지 않다. 오보를 잡아내는 것은 구조적으로 불가능하다.

### 3. 공동불법행위책임의 성격과 내부 구상문제

#### 가. 포털이 취할 수 있는 대책

위 2.항에 따르면 포털의 입장은 참 답답할 것이다. 오보를 잡아낼 수 없는 구조적인 상황에서 오보가 나기만 하면 무조건 그 책임을 지라니 말이다. 그런데 오보에 따른 포털의 손해배상책임을 인정한다고 해서 포털에게 대책이 없는 것은 아니다.

상식적인 입장에서 이 문제를 접근해 볼 때, 오보의 일차적인 원인은 기사를 제공

한 쪽에 있다. 그러므로 오보 사태로 인한 궁극적인 책임의 소재 역시 기사를 제공한 언론사에게 있다고 할 수 있다. 포털은 이러한 사실을 명확히 인식할 필요가 있다. 그리고 기사를 생산하고 제공한 언론사 쪽에 궁극적인 책임이 있도록 계약을 체결하면 될 것이다. 오보가 발생함으로써 포털이 피해를 입은 경우, 그에 대한 책임이 기사콘텐츠 제공자 측에 있음을 계약서에 명시해두어야 한다<sup>45)</sup>.

## 나. 부진정연대책임과 구상권 행사

### (1) 공동불법행위로 인한 손해배상책임의 성격

뉴스콘텐츠 제공계약 체결 시에 오보에 따른 모든 책임이 기사 생산자인 언론사에게 있음을 명시하는 것이 하나의 방법임을 앞서 말했다. 그런데 이와 같은 약정이 없으면 책임관계는 어떻게 될까?

포털에 게재된 잘못된 기사로 인해 피해를 입은 경우, 이것은 민법 제760조에 규정된 ‘공동불법행위’라고 볼 수 있다. 뉴스콘텐츠를 제공한 언론사의 기사생산행위와 포털의 공표행위라는 복수의 사람의 행위가 서로 밀접하게 관련·공동해서 결국 특정인의 명예를 훼손했기 때문이다<sup>46)</sup>.

민법 제760조 【공동불법행위자의 책임】 ① 수인이 공동의 불법행위로 타인에게 손해를 가한 때에는 연대하여 그 손해를 배상할 책임이 있다.

이러한 공동불법행위에서 가해자들은 ‘연대하여’ 손해를 배상할 책임을 진다<sup>47)</sup>. 연대하여 손해를 배상하도록 한 것은 피해자를 두텁게 보호하기 위한 것이라고 한

45) 물론, 아무리 좋은 방안이라도 실현불가능하면 무의미할 수도 있겠으나, 현재 포털이 차지하고 있는 온라인 뉴스 시장에서의 우월적 지위를 생각할 때 얼마든지 활용이 가능할 것이다.

46) 박윤직(2003), 『채권각론』 (신정판), 서울: 박영사, p. 527.

47) 보다 정확히 말하면, 공동불법행위자들의 책임은 ‘부진정연대책임’이라고 할 수 있다. 일반 연대책임에 비해 절대적 효력이 발생하는 범위가 더 좁다.

다<sup>48)</sup>. 그런데 여기서 말하는 ‘연대하여’의 보다 구체적인 의미는 각자가 손해 전부에 대한 배상의무를 부담하고, 또 채무자 1인이 배상하면 다른 채무자도 그 배상의무를 면하게 된다는 것이다. 피해자는 여러 명의 불법행위자로부터 1회의 만족을 얻을 뿐이다<sup>49)</sup>. 다만, 여러 사람에게 손해배상청구권을 행사할 수 있도록 함으로써 배상의 가능성을 높인 것이다.

결국, 공동불법행위자에 해당하는 언론사와 포털은 모두 피해자에 대한 손해배상 책임을 진다. 그러나 어느 쪽이라도 손해 전부에 대해서 배상을 마치면 다른 한쪽까지 배상책임을 면하게 된다.

## (2) 책임의 분담과 구상권 행사

그 다음에는 부진정연대채무의 성질상, 내부적 책임 분담의 문제가 발생한다. 피해자에 대한 손해 전부를 배상한 공동불법행위자 1인은 다른 공동불법행위자에게 각자의 과실비율에 따라 책임의 분담을 요구할 수 있다<sup>50)</sup>. 이것을 구상권 행사라고 한다. 위 2005가단18300 판결에서도 이러한 점에 대해 다음과 명시하였다.

“피고들 간의 내부 관계에서 기사작성과 전송 및 게재의 체계상 피고 엔에이치엔이 기사의 진실성을 확인할 수 있는 방법의 여지가 없다고 하더라도 그와 같은 사유는 피고들 내부의 책임의 분담을 정할 때 주장할 사유는 될 수 있을지언정 허위기사로 인하여 피해를 입은 원고에 대하여 대항할 수 있는 사유가 된다고 볼 수는 없으므로, 피고 엔에이치엔의 면책주장은 받아들일 수 없다.”

## (3) 실무에서 주의할 점

이와 관련해서 중재위원회 조정실무적으로 주의할 점이 한 가지 있다. 지금 당장

48) 곽윤직(2003). 앞의 책. p. 526.

49) 이은영(2000). 『채권총론』 (개정판). 서울: 박영사. p. 513.

50) 이은영(2000). 앞의 책. p. 515.

문제가 되는 것은 아니지만 포털이 언론사로 인정될 경우에는 포털 관련 손해배상 사건을 처리함에 있어서 오보로 인한 포털과 언론사의 손해배상책임이 부진정연대책임을 주의해야 할 것이다.

언론사가 여러 개인 경우, 신청인이 동일인이더라도 언론사에 따라 사건을 별도 진행하고 있기 때문이다. 이러한 실무 관행에 비추어보면 포털과 언론사에 대한 손해배상 조정신청사건이 서로 다른 중재부에서 진행될 수 있고, 배상책임이 언론사별로 각각 산정될 수 있다. 포털과 언론사의 책임이 부진정연대책임이라는 점을 염두에 두고 사건을 진행시켜야 할 것이라고 생각된다.

#### 다. 소결

이상에서의 논의를 종합해보면, 포털은 결국 당사자 간 약정으로써 혹은 부진정연대책임의 법리상 오보로 인한 손해배상책임을 부담하지 않을 수 있다. 최종적인 책임은 기사 생산자인 언론사에게로 돌아갈 것이다. 이러한 점에 맞추어 포털 스스로도 손해배상책임에 대한 인식을 전환하기를 바란다.

### 4. 포털에 의해 임의로 수정된 기사로 인한 책임 소재

#### 가. 검토의 배경

포털이 기사를 단순 매개하고 있다고 하지만 항상 그렇지만은 않은 것 같다. 어떤 통계에 따르면, 메인 고정기사의 제목 수정 비율이 포털 ‘다음’의 경우에는 부분수정이 72.8%, 전면수정이 10.6%라고 하고 ‘네이버’의 경우에는 부분 수정이 64.5%, 전면 수정이 11.3%라고 한다<sup>51)</sup>.

---

51) 매일경제신문. 2006. 9. 22. 자. 「신문기사 제목, 포털에선 제멋대로」.

이러한 현실과 관련된 손해배상책임의 문제를 살펴보도록 한다.

#### 나. 기사 제목에 의한 명예훼손의 가능성

일반적으로 독자들은 기사를 읽을 때 제목부터 읽어 내려간다. 바쁠 때는 기사의 제목만 훑어보기도 한다. 이러한 독자의 생리를 잘 아는 신문사들은 독자의 이목과 관심을 끌만한 제목을 달고자 한다. 어찌 보면 지극히 당연한 행동이다.

문제는 그 정도가 지나친 경우다. 그래서 정작 기사 본문에는 아무 문제가 없는데 기사 표제가 잘못된 경우가 있을 수 있고 이 경우 기사 제목에 의한 명예훼손 책임이 문제될 수 있다.

이 점에 관해 명확히 판단을 내린 판결은 없지만 참고가 될 만한 판결이 있다. 대법원 1998. 10. 27. 선고 98다24624 판결은 잘못된 인상을 심어줄 수 있는 기사 제목을 집중적으로 보도한 신문사에게 명예훼손으로 인한 손해배상책임을 인정하였다. 즉, 모 언론사가 여러 번에 걸쳐서 기사를 보도하면서 ‘김정일에 김일성 사망 애도편지’, ‘김일성 사망 애도편지’, ‘김일성 애도편지’, ‘김일성 애도서신’ 등의 제목을 반복하여 사용한 것이다. 이러한 제목을 놓고 봤을 때 기사의 대상 인물들이 마치 김일성의 사망을 애도하기 위하여 편지를 보냈다는 인상을 갖게 한다. 기사 본문의 내용은 문제가 없었지만 이러한 잘못된 제목을 사용함으로써 명예를 훼손했기 때문에 손해배상책임을 명한 것이다.

#### 다. 포털에의 적용

그러므로 기사의 제목<sup>52)</sup>을 자의적으로 편집하고 있는 포털 업체는 주의를 기울여야 한다. 위에서 본 판결의 취지에 비추어 보면, 포털의 기사 제목 편집으로 말미암

---

52) 이와 관련해서 기사의 제목과 인덱스(메인화면에 표시되는 식별표지)를 구분하는 견해가 있다. 그러나 피해자의 입장에서 제목인지, 인덱스인지 중요하지 않으므로 이를 구별해 볼 실익이 없다고 생각한다.

는 명예훼손책임 문제가 언제든 부각될 수 있기 때문이다.

그리고 이 경우의 책임은 오로지 기사의 제목을 임의로 단 포털만의 책임일 것이다.

## VI. 【각론 3】 포털뉴스와 기사삭제 또는 기사게시중지청구

### 1. 문제의 제기

포털과 관련된 또 하나의 쟁점은 기사삭제 내지는 기사게시중지청구권 문제이다. 실무 경험에 비추어보면, 온라인 기사는 오프라인과는 다르게 기사가 문제 있는 것으로 밝혀진 후에도 인터넷상에 지속적으로 떠 있을 수 있기 때문이다. 그 결과 피해 상황이 종료되어야 하는 단계에서도 피해가 오히려 지속적으로 확대될 수 있다. 이에 해당하는 피해 유형은 매우 다양할 수 있다. 예컨대, 공개되어서는 안 되는 사진이 인터넷상에 공개된 경우 해당 사진을 인터넷상에서 내리기 전까지는 광범위하게 복사, 전송될 수 있다. 또, 사실과 다른 기사에 대해서 정정보도문까지 게시되었지만 잘못된 기사 원문이 그대로 온라인상에 방치되어 있을 수 있다.

물론, 이것은 비단 포털만의 문제는 아니다. 포털 외에 인터넷 신문에서도 동일한 문제점이 발생할 수 있다.

이런 점을 고려하면 포털을 비롯한 인터넷 신문 관련해서는 정정보도나 손해배상도 중요하지만 신속하게 해당 기사를 삭제하거나 게시를 중지하도록 요구할 수 있는 제도적 장치가 마련되어야 한다.

### 2. 기사삭제 또는 게시중지 청구권의 법적 근거

이와 같은 기사 삭제 또는 게시중지 제도의 활용을 고려할 때, 가장 먼저 문제되는 것이 실체법상의 근거 규정이다. 즉, 어떤 규정을 근거로 포털 등에게 기사의 삭제

또는 게시중지를 요구할 수 있느냐이다. 현행법상으로는 대략 두 개의 규정을 고려해 볼 만하고, 아니면 새로운 규정을 만드는 것도 하나의 방법이다.

#### 가. 민법 제214조

인격권이 가지고 있는 물권적 성격에 주목하여 소유권에 근거한 소유물방해제거청구권 규정인 민법 제214조 규정을 인격권 방해 행위 제거 시에도 유추(類推)적용하는 방법을 생각할 수 있다. 가해자 측의 고의라든가 과실과 같은 별 다른 요건 없이 단지 방해 행위가 있다는 사실만 입증하면 행사할 수 있다는 장점이 있다.

#### 나. 언론중재법 제30조 제3항

언론중재법 제30조 제3항에서는 인격권을 침해하는 자에 대해서 그 침해의 정지를 청구할 수 있는 권리를 이미 마련해놓고 있다.

제30조 【손해의 배상】 ③제1항의 규정에 따른 자는 인격권을 침해하는 자에 대하여 침해의 정지를 청구할 수 있으며, 그 권리를 명백히 침해할 우려가 있는 자에 대하여 침해의 예방을 청구할 수 있다.

민법 제214조와 비교해볼 때, 기사삭제 또는 게시중지 청구 시 그 원용 가능성 유무에 대한 논란을 줄일 수 있는, 보다 확실한 규정이다.

#### 다. 검토

그러나 이들 두 규정 모두 각각의 단점이 있다. 먼저, 민법 제214조는 이미 밝힌 바와 같이 소유권에 관한 것으로 인격권 침해행위에 대해서 적용하려면 유추적용을

해야 한다.

다음으로, 언론중재법 제30조 제3항은 규정의 위치도 매우 부적절하고<sup>53)</sup>, 가해자 측의 고의나 과실을 요건으로 한다. 즉, 가해자 측의 고의나 과실이 없다면 이 규정을 원용하여 기사의 삭제나 게시중지를 청구할 수는 없다는 치명적인 한계가 있다.

그렇다면 가장 좋은 방법은 인터넷 신문이나 포털에 대해서 기사의 삭제나 게시중지를 청구할 수 있는 권리를 신설하는 것이다. 입법 시 고려되어야 할 구체적인 요건에 대해서는 항을 바꾸어 설명하도록 하겠다.

### 3. 기사의 삭제 또는 게시중지 청구 요건

#### 가. 가해자의 고의나 과실

먼저, 기사의 삭제나 게시중지는 그 성격상 원상회복청구권에 가깝기 때문에 권리의 성립요건으로서 가해자의 고의나 과실을 요구할 필요가 없다.

#### 나. 기사의 삭제나 게시중지를 청구할 수 있는 경우

기사의 삭제나 게시중지를 청구할 필요성이 있는 경우는 다 포함하는 것이 좋겠다. 즉, 명예훼손이나 정정보도를 청구할 수 있는 경우 외에도 초상권이나 성명권과 같은 인격권 침해의 경우에도 기사의 삭제나 게시중지를 요구할 수 있도록 해야 할 것이다.

이에 대해서 지난 10월 10일 노웅래 의원이 대표발의한 언론중재법 개정안 제33조의 2 제1항은 그 청구권자를 ‘명예가 훼손되거나 기사가 진실하지 아니함으로 인하여 피해를 받은 자’로 한정하고 있다. 이에 따르면 동의 없이 찍힌 사진과 함께 게재된

---

53) 언론중재법 제30조는 손해의 배상에 관한 규정이 주를 이루고 있고, 표제 역시 ‘손해의 배상’이다. 또, 제4절 소송 편에 속해 있어서 법원의 소송절차에만 적용될 수 있는 규정이라는 인상을 주고 있다.

기사<sup>54)</sup>의 경우에는 그 삭제나 게시중지를 청구할 수 없다. 또, 이미 무죄가 판명된 사건에 대한 범죄혐의 관련 기사에 대해서도 삭제나 게시중지를 청구할 수 없다.

물론, 반론보도를 청구할 수 있는 사안에 불과한 경우에는 기사의 삭제나 게시중지를 허용해서는 안 될 것이다.

#### 4. 기사의 삭제나 게시중지의 절차

기사의 삭제나 게시중지청구의 문제에서 핵심은 피해구제절차와 관련된 시스템을 어떻게 갖추느냐에 달려 있다 해도 과언이 아니다.

현 제도로도 기사의 삭제나 게시중지청구가 전혀 불가능한 것은 아니다. 법원에 가처분을 신청하거나 소송을 제기하면 기사의 삭제나 게시중지청구가 가능하다. 그러나 이러한 시스템만으로는 원활한 피해구제가 어렵다고 본다.

법원의 재판절차 외에 현실적으로 적용이 가능한 시스템이 있다면 중재위원회를 통한 것이 아닐까 생각하는데, 이에 대해서도 두 가지 방법이 있다.

##### 가. 제1안: 기존 조정절차를 이용하는 방법

먼저, 기존 조정절차를 따라 기사의 삭제나 게시중지의 청구를 처리하는 방법이다. 이미 오랜 경험과 노하우의 축적으로 안정적인 운용이 가능하리라 본다. 또, 신청이 접수된 때로부터 7일 전후로 심리기일이 잡히기 때문에 빠르면 1주일 전후로도 피해구제가 가능할 수 있다.

물론, 기존 조정절차는 신문이나 방송 등 기존 매체로 인한 피해구제를 위해 만들어진 것인 만큼, 그 절차가 복잡하고 시간이 오래 소요되어 인터넷을 통한 언론보도로 인한 피해구제에는 미흡한 점이 있다는 비판이 있다<sup>55)</sup>.

---

54) 흔히 '포토뉴스'라고 부르는 것이다.

55) 조우성(2006). 포털 및 인터넷상의 언론보도 피해구제 어떻게 할 것인가?. 노웅래 의원실 주최 '포털 뉴스 서비스로 인한 피해 어떻게 구제할 것인가'. 토론회 발제문. 2006. 8. 31.

## 나. 제2안: 언론중재위원회 산하 ‘인터넷 뉴스 피해구제 심의위원회<sup>56)</sup>’를 통하는 방법

역시 노웅래 의원이 대표발의한 언론중재법 개정안 제33조의 2에 규정되어 있는 방법이다. 이에 따르면, 포털이나 언론사 닷컴이 매개하는 기사로 인해 명예훼손을 당하였거나 그 언론보도가 진실하지 아니함으로 인하여 피해를 입은 자는 그 언론보도가 게시된 것을 안 날로부터 10일 이내<sup>57)</sup>에 중재위원회에 게시중지조치를 신청할 수 있다(제1항).

신청을 접수한 중재위원회는 지체 없이 신청 사실을 기사 생산자인 언론사와 매개자인 포털 등에게 통지한다(제2항)<sup>58)</sup>.

위와 같은 중재위원회의 통지를 받은 언론사 및 포털 등은 통지를 받은 날로부터 2일 이내에 기사의 진실성 관련 소명자료를 제출해야 한다(제3항).

중재위원회는 언론사 및 포털 등이 위 기한 내에 소명자료를 제출하기를 기다린 다음, 늦어도 소명자료를 제출받은 날로부터 4일 이내에 제출된 모든 소명자료를 바탕으로 언론보도의 진위 여부 및 명예훼손성을 심사하여 게시중지조치 명령을 내릴 것인지 여부에 대해서 판단, 결정한다(제4항)<sup>59)</sup>.

이 안에서 제시하고 있는 기사게시중지는 일단 잠정적인 조치라는 점에 주의해야 한다. 그래서 기사 삭제는 아예 고려하지 않고 있다.

또, 위 개정안에 따르면 피해자는 게시중지결정을 받은 이후 2월 이내에 정정보도나 손해배상을 구하는 조정이나 중재, 소송을 제기해야 한다. 위 기간 내에 조정 등이 제기되지 않으면 게시중지결정의 효력은 상실된다(제6항)<sup>60)</sup>.

---

56) 이하 ‘심의위원회’라고만 한다.

57) 신청 기간이 매우 단기이다. 같은 항 단서에 따르면 게시된 날로부터 45일이 지나면 신청이 불가하도록 되어 있다.

58) 이 기간이 대략 1~2일이 걸릴 것이다.

59) 예컨대, 11월 20일 심의위원회에 신청이 접수되었고 그 다음날 언론사에 접수 사실이 통보되었다면 늦어도 11월 27일에는 심의위원회의 심사 결과가 나올 것으로 보인다. 최장 2주에서 3주까지도 걸릴 수 있는 조정절차에 비해 상당히 신속한 피해구제절차임은 분명하다.

60) 이 외에도 각하되거나 신청 등이 취하된 경우 역시 게시중지 효력이 상실된다.

어쨌든 위 안에서 제시한 방법은 신속, 간명하다는 매우 큰 장점을 가진다. 그리고 다툼의 폭을 포털이 아닌 기사 생산자인 언론사와의 문제만으로 좁히고 있다.

#### 다. 검토

그러나 개인적으로는 제2안보다는 제1안을 선택하고 싶다. 제2안의 몇 가지 문제점을 지적하면 다음과 같다.

먼저, 일시적이라는 하지만 소명에 의한 심의위원회의 일방적인 결정으로 기사게시중지를 명령하는 것이 과연 타당한지 의문이다. 하루에도 수 천 건의 새로운 기사가 올라오고 있는 것이 온라인 매체의 현실인데, 2개월 게시중지는 실질적으로 기사삭제를 명한 것과 크게 다르지 않다. 당사자 간의 합의에 따른 것이라면 모를까 일방적인 결정에 의해서 게시중지를 명한다면 아마도 당사자의 절차권 보장, 방어권 보장이 틀림없이 문제가 되리라 생각한다.

또, 소명을 요한다는 점도 문제다. 언론사 측에서는 이것이 미흡한 절차권 보장과 연결이 된다. 그런데 신청인 측에서도 소명을 하기가 쉽지 않은 사안이 있을 텐데 그런 경우는 오히려 당사자의 권리보호를 미흡하게 하는 요소가 될 수도 있다.

중재위원회 산하에 심의위원회를 설치하는 문제에 대해서도 조금은 염려가 된다. 자칫 중재위원회의 성격을 분쟁의 조정기구가 아니라 심의기구로 인식하는 일이 벌어지지 않을까 조심스럽다.

또, 게시중지결정의 효력도 모호하다. 과연 집행력은 갖는 것인지, 게시중지결정을 이행하지 않고 있는 언론사나 포털 등에 대해서는 어떤 조치를 취할 수 있는지에 대해서 위 개정안은 침묵하고 있다.

신속한 피해구제라는 측면에서 본다면, 기존 조정절차를 이용하더라도 큰 문제는 없다고 생각된다. 인터넷 기사 삭제나 게시중지를 전담하는 중재부를 현 중재위원회 안에 설치한 다음 현 절차의 진행을 보다 신속하게 한다면 첫 심리기일을 접수일로부터 7일 전후에서 조금은 앞당길 수 있을 것이라고 본다.

기사의 삭제나 게시중지 조치도 마찬가지다. 조정절차에 따르면, 당사자 간의 합의가 전제되어야 하므로 설령 기사의 삭제나 게시중지가 되었다고 하더라도 당사자 사이에 합의가 있었으므로 권리침해의 문제는 발생할 여지가 없다.

## 5. 소결

2006서울조정○○ 사건의 경우, 신청인은 처음 언론사를 상대로 정정보도 및 손해배상을 구했다. 그러나 심리 과정에서 “정정이나 반론보도로 내용을 바로잡는 것은 불미스러운 사건을 다시 언급하게 되므로 피해를 회복하는 데 도움이 되지 않을 것” 같다는 이유로 기사의 삭제를 요구했다. 그리고 이를 언론사 측에서도 받아들여 기사 삭제 외에 나머지 청구를 포기하는 것으로 합의가 이루어졌다. 역시 또 다른 사건(2006서울조정1○○)에서는 신청인이 정정보도를 구했으나 언론사가 해당 기사를 인터넷에서 삭제함에 따라 신청인이 조정신청을 취하였다.

이와 같은 조정사례에 비추어 보더라도 기존 조정절차를 이용한 기사 삭제 내지 기사게시중지청구가 얼마든지 가능하리라고 본다.

## VII. 나오며

이상에서 살펴본 포털 뉴스 관련 쟁점을 다시 정리하는 것은 지루한 반복이라 생각되어 법률의 개정을 촉구하는 말로써 나오는 말을 갈음하고자 한다.

앞에서 이미 언급한 바 있지만 포털 뉴스 관련 문제를 바라보는 시각 중에는 행정규제적 관점에서 접근하는 이들이 있고, 피해구제적 관점에서 접근하는 이들도 있다. 그리고 이러한 시각의 차이는 포털 관련 규정을 신문법에 넣을 것인가, 언론중재법에 넣을 것인가로 이어진다. 물론, 신문법에 넣어서 포털 역시 정부의 관리, 감독을 받게 할 필요도 없지는 않다. 그러나 그것이 과연 타당한지는 좀 더 신중하게 검토해보

아야 할 것이라는 생각이 든다.

문제는 이러한 행정규제적 접근법을 고수했을 때 포털에 대해서 행정규제를 가하는 것이 타당한가라는 문제는 논쟁거리가 될 것이고 이를 둘러싼 논쟁을 벌이는 그 시간에도 포털로 인한 피해는 확산되고 피해구제의 사각지대는 방치될 수 있다는 점이다. 그러므로 이 문제와는 별도로 일단 시급한 피해구제 문제부터 우선적으로 해결되어야 한다는 것이 개인적인 소견이다. 행정규제적 접근법에 비해, 피해구제적 접근은 상당히 사회적 합의도 있는 듯하다. 언론중재법에 포털이 조정 및 중재의 대상으로 포함이 되고, 포털 관련 정정보도청구는 물론, 손해배상과 기사의 삭제 또는 게시중지청구까지 중재위원회 조정절차를 통해 이루어지기를 희망해본다.