

	매출액								
	영업이익								
커뮤니케이션	매출액								
	영업이익								
커뮤니케이션즈	매출액								
	영업이익								
코리아	매출액								
	영업이익								

출처 : 최민재, 2009.

4. 향후 과제

2009년에 개정된 언론중재법의 핵심은 포털사이트를 피해구제 대상으로 포함시켰다는 점이다. 따라서 개정된 언론중재법의 내용 중에서 아직도 포털뉴스를 피해구제 대상으로 포함시킨 조치에 대한 찬반양론이 팽팽히 맞서고 있다. 찬반양론의 핵심을 다음과 같이 요약할 수 있다(김성태, 2009).

먼저 찬성론자들은 (1) 인터넷 이용의 대중화에 따른 사회적 의존도가 증대하고, 포털 이용자의 규모가 방대하며, 전파력과 파급력이 크기 때문에 의제설정의 주도권이 포털을 중심으로 재편되고 있다. (2) 사람들이 포털을 통해 뉴스를 접하는 것은 포털 뉴스 편집자들의 편집에 좌우되는 경우가 많으며 이를 통해 사회적 주요의제가 확산되는 경우가 자주 있다. (3) 기존의 언론매체가 만든 뉴스를 재배포 하는 활동자체가 게이트키핑을 구성한다. (4) 포털은 뉴스 매개만 하는데서 벗어나 제목을 고치는 등 실질적인 편집 행위를 하고 있다. (5) 법원은 포털이 통상 언론매체의 취재, 편집, 배포의 기능을 충족하고 있다고 보며, 특히 포털이 월등한 배포기능을 수행하고 있다고 판단하고 있다.⁴⁾

반대론자들의 반론도 만만치 않다. (1) 전통적인 언론의 의미에서 포털은 ‘독립

4) 서울 고법은 2008년 1월 16일자 ‘네이버와 전여옥 의원 사건’과 관련하여 “여러 언론사와 제휴를 맺고 기사를 제공받아 뉴스 서비스를 제공하는 인터넷 포털 사이트는 송고된 기사의 단순한 전달자 역할에 그치는 것이 아니라 취재, 편집 및 배포 기능을 두루 갖춘 언론매체에 해당하므로, 언론사로부터 타인의 명예를 훼손하는 내용의 기사를 전송받은 네이버가 이를 적극적으로 주요 뉴스란에 배치하여 네이버 접속자들로 하여금 그 기사를 쉽게 접속할 수 있게 하였다면 해당 언론사와 함께 손해배상 책임을 부담한다”(서울고법 2008.1.16. 선고 2006나92006 판결(확정))고 하였다(김성태, 2009).

적인 취재와 기사제작’, ‘실질적·내용적 편집통제권’ 요소를 결여하고 있다. (2) 포털은 언론의 고유한 속성인 보도와 논평이 없고, 단지 온라인 상에서 뉴스를 매개해 제공하는데 지나지 않는다. (3) 포털이 언론기관으로서의 책임을 지게 되면, 실제로는 모니터링 의무와 편집통제권을 강화시켜서 이용자의 표현의 자유를 위축시키는 결과를 초래한다. (4) 많은 나라에서는 표현의 자유와 정보의 자유로운 유통을 위해 인터넷 상의 규제를 최소화 하고 있다. 미국의 경우 인터넷 상의 표현의 자유를 신장하기 위한 노력으로 1996년 통신법위법을 제정하였고, 1997년 이후 온라인서비스제공자가 배포자로서의 책임을 지지 않는다는 판결이 압도적이다. 일본역시 2002년부터 온라인서비스 제공자를 보호하고, 자유로운 정보의 유통을 촉진하기 위하여 ‘특정전기통신역무제공자의 손해배상 책임의 제한 및 발신자 정보의 게시에 관한 법률(프로바이더 책임제한법)’을 제정해 시행하고 있다. 독일도 온라인 서비스법 제5조에서 온라인서비스제공자는 타인의 내용물을 인식하고, 그 이용을 저지하는 것이 기술적으로 가능한 경우에만 책임이 있고, 접근을 단순히 ‘매개’한 경우에 사실상 책임이 없다고 규정하고 있다. (5) 타율적인 규제 틀은 인터넷 서비스의 역동적 변화를 수용하지 못하며, 수용할 경우 과도한 규제비용, 부작용, 우회 서비스 등으로 인해 실제 규제효과는 낮을 수 있다.

결국 앞으로 반대론자들의 우려와 주장이 현실화되지 않도록 법과 정책적으로 이를 소화하려는 노력이 필요하겠다. 그러나 현재 우리나라의 인터넷 공간에서 유통되는 기사의 경우 오프라인 상에서 유통되는 기사에 비해 취재원칙을 지키지 않는 기사의 비율이 높고, 이러한 기사로 인한 시민들의 피해가 발생할 가능성이 크다. 또한 월간 수 천 만 명이 이용하는 사이트들이 늘어나면서 뉴스로 인해 발생한 피해가 빠르게 확산될 구조로 이뤄져 있다. 따라서 뉴스 생산자와 유통자가 일치하던 시기에 만들어진 언론피해구제 제도가 뉴스 생산자 중심의 규제를 해 왔다면, 지금은 뉴스 생산과 유통이 분리되면서 규제의 대상에 뉴스 유통자를 함께 포함하는 방향으로 확대된 것은 당연한 귀결이라고 볼 수 있다. 즉, 한국과 같은 언론중재 제도의 유효성이 인정되고 그것이 존재하는 한 그 제도의 틀 안에 뉴스 유통에 가입하는 주요 주체들이 모두 포함될 수밖에 없는 것이다(최민재, 2009).

개정된 ‘언론중재법’은 인터넷뉴스서비스 개념을 포함시켜 인터넷뉴스서비스사업자의 위상과 행위를 기존 언론사와 유사한 위치로 인정하였다. 따라서 등록, 독자의 권리보호, 교육, 피해구제, 정정보도, 기사보관의무 등 기존 언론에 요구되던 사회적 책임과 관련된 의무를 인터넷뉴스서비스사업자에게도 요구하고 있다. 개정된 언론중재법이 보다 효과적인 피해구제수단으로 자리하기 위해서는 다음과 같은 문제들이 해결될 수 있어야 할 것이다.

첫째, 이번에 개정된 언론중재법과 기존의 신문법에서 그간 사회적으로 요구되었던 포털 등의 인터넷서비스사업자들이 제공하던 뉴스서비스가 ‘인터넷뉴스서비스’로 개념화되었지만, 언론사닷컴을 비롯한 여타 언론사들의 인터넷사이트에 대한 법적인 개념이 명확하게 정비되지 않았다. 이들이 어떤 형태로든 법 규정 내에 포함되어야 인터넷을 통한 뉴스 유통 과정에서 발생할 수 있는 피해를 공백 없이 규정할 수 있다. 가장 손쉬운 방법은 신문법 제2조 제2항이 대통령령으로 위임한 ‘인터넷신문’에 대한 규정을 시행령에서 언론사닷컴을 포함시키는 방식으로 개정하는 것이다. 현행 시행령은 인터넷신문의 요건을 취재인력 2인을 포함해서 3인 이상을 상시 고용할 것, 30% 이상의 기사를 자체적으로 생산할 것, 주간 단위로 업데이트 할 것으로 규정하고 있다. 이 조항에다 언론사닷컴에 해당하는 부분을 추가할 수 있을 것이다(최민재, 2009).

둘째, 새로운 언론중재법에서 규정하고 있는 인터넷신문과 인터넷뉴스서비스 사업자에 대한 보관의무 부여는 해당 언론과 사업자에게 경제적인 부담을 발생시킬 수 있다는 점이다. 따라서 보관의 대상이 되는 기사원본의 경우 당연히 보관되어야 하고, 이미 보관되고 있지만, 배열기록의 경우 보관방식을 선택하고 프로그램을 도입해야 하기 때문에 피해구제 시 필요한 영역에 한정시켜 보관범위를 최소화해야 할 것이다. 따라서 앞으로 교육영역에서 지원 등 부담에 대한 보상시스템을 적용해서 언론사들과 사업자들의 자발적 참여를 유도하는 것이 효과적일 것이다(최민재, 2009).

셋째, 포털을 포함한 인터넷 기반 뉴스 분쟁 처리 시 반론보도·정정보도를 어떻게 실행할 것인가 하는 점 역시 큰 과제이다. 명확한 것은 인터넷 매체의 경우 기존의 전통 매체와는 그 게재 방식이 다를 수밖에 없다는 점이다. 이와 관련하여 이재진(2008)은 인터넷 매체에 대한 정정보도, 반론보도, 손해배상을 포함한 조정 신청에 대한 분석을 바탕으로 인터넷 기반 뉴스 분쟁 처리 시 고려해야 할 사항들을 다음과 같이 제시했다.

(1) 게재 시간문제-이는 신문·방송 등 전통적인 매체가 보도 횟수와 보도문의 크기를 중요시하는 것과 비교되는 것으로 인터넷 매체의 경우 기사가 빈번하게 바뀌는 것을 감안하면 게재 시간이 매우 중요한 요소로 인식된다. 예를 들어 최근 반론(정정)보도문을 게재하기로 양 당사자 간 조정 성립된 30건 중 절반이 넘는 17건이 13~24시간이었다. 이외 24시간, 48시간, 72시간 초과 등도 있었다.

(2) 게재 위치-인터넷 매체의 경우 반론보도문의 제목을 초기화면에 게재하고, 제목을 클릭하면 본문이 나타나도록 하는 경향을 보인다. 인터넷에 저장된 원 기사에 반론보도문을 링크하도록 조건을 추가로 다는 경우도 있다. 이는 인터넷신문의 매체적 특성을 살릴 수 있는 반론권 부여 방식이라고 볼 수 있다.

(3) 글자 크기와 자체(字體)-반론보도문의 제목은 원 기사의 제목활자와 같은 크기로 하고 본문은 원 기사의 본문활자 크기로 게재하기로 합의한 것이 18건이다. 활자 크기를 특정하지 않은 것이 12건이다. 활자 크기를 특정하지 않은 것은 인터넷신문의 경우 다른 매체와 달리 글자 크기가 거의 고정되어 있어 당사자들이 차이를 인식하지 못한 때문으로 풀이된다. 크기와 아울러 자체에 대한 논의는 한 건도 없었다. 그런데 인터넷신문의 경우 동일 화면이라 하더라도 글자 크기가 다르고, 고딕체냐 또는 명조체냐에 따라 시각적 효과가 달라지는 만큼 앞으로는 글자 크기와 함께 자체에 대한 논의가 필요할 것으로 보인다.

(4) 반론보도문의 자수(字數)-반론보도문의 내용 못지않게 자수가 중요하다. 왜냐하면 문자수가 반론문 효과의 기본적인 전제로 작용하기 때문이다. 방송법 제91조 제5항은 “방송업자가 행하는 반론보도는 그 공표가 행하여진 동일한 채널 및 동일한 효과를 발생시킬 수 있는 방법으로 이를 하여야 한다”고 규정하고 있다. 인쇄매체의 경우 반론보도문의 자수는 이의의 대상이 된 공표 내용의 자수를 초과하지 않는 것이 보통이며, 이는 원문 보도보다 지나치지 않는 범위에서 이뤄져야 한다는 뜻으로 받아들여지고 있다.

(5) 기사 삭제 요청-기존 매체에서는 언론보도로 피해를 입은 사람이 반론보도문 게재를 요구하거나 손해배상을 청구하는 것이 대부분이다. 그러나 인터넷 보도로 피해가 발생한 경우 피해자는 ‘삭제’라는 새로운 형태의 권리를 요구하고 있다. 이처럼 언론보도로 인한 피해자들이 삭제를 요구하는 것은 인터넷 매체의 특성인 강한 정보 전파력을 감안한 때문으로 보인다. 이는 다른 매체와 달리 인터넷 매체 운영 기술상 삭제가 가능하다는 것을 전제로 하고 있다. 일부 연구자들은 이와 같이 삭제를 요청하는 것을 인터넷 시대에 새로운 권리개념으로 제안하고 있다.

참고문헌

- 권혁남(2006). 언론중재법 시행에 따른 언론중재 제도의 변화와 과제, 언론중재위원회 전북지방토론회 발표논문.
- 권귀순(2009). 뉴스캐스트 석달째...언론사는 ‘뉘시중’. 한겨레신문, 2009년 3월 25일.
- 김서중(2006). 인터넷 신문의 피해구제 보도방법, 2006년도 언론중재위원 워크숍 발표논문
- 김성태(2009). 포털의 적절한 법규범적 책임성 기준 설정을 위한 논의, 한국언론학

- 회 세미나 발표논문, 2009. 3. 20.
- 김창남(2009). 뉴스캐스트 “공은 이제 언론사로”. 한국기자협회보, 2009년 2월 21일.
- 박선영(2004). 개정 정치관계법과 인터넷언론, 한국언론재단 주최 세미나 발표논문, 2004년 4월 2일.
- 박선희(2001). 인터넷 신문의 뉴스특성과 대안언론의 가능성: 오마이뉴스 기사분석. 『한국언론학보』 45권 2호, 117~155.
- 박선희 & 주정민(2004). 16대 대통령 선거에서 인터넷 대안 언론의 영향력: 오마이뉴스 이용자집단의 온라인 정치활동과 투표행위를 중심으로. 『한국언론학보』 48권 5호, 214~242.
- 박소라, 김국진, 김성태, 김진기 (2008). “디지털시대 미디어 이용자 중심의 융합정책 패러다임 연구.” 방송통신 위원회.
- 방송통신위원회. 한국인터넷진흥원(2008), 2008년 인터넷이용실태조사.
- 이재진(2008). 언론환경의 변화와 언론분쟁. 『2008년 언론중재위원회 공동세미나 주제 논문집』 충남 온양 팔래스호텔.
- 이효성(2009). 개정 언론중재법과 인터넷 기반 뉴스 서비스 분쟁의 조정·중재 방향, 언론중재위원회 충북지방토론회 발표논문.
- 정남철(2009). 대체적 분쟁해결제도(ADR)로서의 언론중재제도. 『언론중재』 2009년 봄호. 언론중재위원회.
- 정병목(2009). 뉴스캐스트3개월...언론사 트래픽 최대 10배 증가. www.inews24.com.
- 최민재(2009). 인터넷 공간의 언론피해구제, 어떻게 달라지나, 한국언론재단 미디어 인사이트, 통권 10호 1호.
- 한국언론재단(2008). 2008 언론수용자 의식조사.
- 황용석(2003). 이슈 지향적, 정보원 다원화, 미디어 의제필터 구성 『신문과 방송』
- 황용석(2004). 인터넷 언론의 범주와 법적 쟁점에 대한 전문가조사결과, 한국언론재단 주최 세미나 발표논문, 2004년 4월 2일.
- Klotz, R.(2001). “Internet politics : A study of practice”, D. R. Shaw et al.(eds.), Communication in U. S. Elections (NY : Rowman & Littlefield Publishing, Inc.), pp. 185 ~ 201.
- Moog, Sandra.(2001). “American political communication in the information age : The mixed promisees of the new media and public journalism”, in S. Splichal(ed.), Public opinion and democracy(NJ : Hamton Press), pp. 359 ~ 380.