지정토론문

인터넷 매체 관련 언론조정 · 중재 실무개선방안

정 희 성
(언론중재위원회 정책연구팀장)

1. 언론조정 · 중재대상으로서의 인터넷뉴스서비스

포털사이트의 인터넷뉴스서비스에 대해 언론중재위원회의 조정 · 중재 절차를 통한 피해구제가 시작된 지 1년이 약간 넘었다. 포털사의 뉴스서비스도 나름대로 사회적 책임을 다해야 한다는 공감대가 형성되어 법률로서 피해구제를 명문화한 것에서 그 의미를 찾을 수 있겠다.

그간 언론중재위원회에 조정 · 중재 청구된 청구건수를 보면 인터넷뉴스서비스에 대한 조정 · 중재청구가 가히 압도적이라 할 수 있다. 2009년에 181건(전체 조정청구건수의 11.5%)이던 조정건수가 2010년에는 826건(40.5%)이 접수되었다. 또 중재청구건수는 2009년에 16건(14.4%)이던 것이 2010년에는 54건(70.1%)이 청구되었다. 인터넷뉴스서비스에 대한 조정 · 중재신청이 가장 많았음을 알 수 있다.[1)]

[매체별 조정 · 중재 청구건수]

• 조 정 2010. 11. 19. 현재

	청구건수	신문	주간신문	시사주간지	잡지	방송	케이블 TV	뉴스통신	인터넷 신문	인터넷뉴스 서비스	기타
2009	1,573	485 (30.8%)	128 (8.1%)	19 (1.2%)	27 (1.7%)	441 (28.0%)	18 (1.1%)	38 (2.4%)	233 (14.8%)	181 (11.5%)	3 (0.2%)
2010	2041	313 (15.3%)	154 (7.5%)	8 (0.4%)	24(1.2%) (1.2%)	159 (7.8%)	14 (0.7%)	38 (1.9%)	503 (24.6%)	826 (40.5%)	2 (0.1%)

1) 뉴스서비스를 제공하는 포털사이트의 수에 대한 정확한 집계는 없지만, 그간 언론중재위원회에 피신청인으로 청구된 포털사이트는 14개 정도로 조사된다.

	청구건수	신 문	주간신문	시사주간지	잡 지	방 송	케이블 TV	뉴스통신	인터넷 신문	인터넷뉴스 서비스	기 타
2009	111	47 (42.3%)	9 (8.1%)	1 (0.9%)	6 (5.4%)	5 (4.5%)	5 (4.5%)	7 (6.3%)	15 (13.5%)	16 (14.4%)	
2010	77	5 (6.5%)	2 (2.6%)			1 (1.3%)		3 (3.9%)	12 (15.6%)	54 (70.1%)	

두 분의 발제문을 보더라도 이제 더 이상 인터넷뉴스서비스의 피해구제에 대해서는 다른 이견은 없는 것으로 이해된다. 이제 포털사이트에 게재된 기사로 인한 피해구제는 오프라인 신문이나 다른 매체들과 같이 이루어져야 한다는 것에 대해서는 누구나 이해를 같이 하고, 인터넷뉴스서비스사업자의 입장에서도 공감하는 듯하다.

2. 실무상에 있어서의 몇가지 쟁점

그렇다면 과연 실무상에 있어서는 어떠한가? 조정 · 중재절차를 진행하는 언론중재위원회와 일선의 포털사들 간에 몇몇 부분에 있어서는 쟁점이 있는 듯하다. 모든 법률이나 규정이 제 · 개정 후에는 입법 당시에는 예기치 못했던 문제들이 도출되기 마련이고 개정되고 보완되어 나가야 함은 당연지사다. 건전한 논의와 합리적인 방안을 기대하면서 쟁점 몇 가지를 짚어보고자 한다.

가. 포털사의 출석의무

가장 쟁점이 되는 부분으로 현행 '언론중재 및 피해구제등에 관한 법률' (이하 언론중재법)에서는 양 당사자의 출석을 의무화하고 있다. 앞서 인터넷뉴스서비스에 대한 조정 · 중재청구건수 비율이 압도적으로 많은 것으로 보나, 대부분의 뉴스기사가 포털사의 인터넷뉴스서비스에 게재되는 현실을 감안하면 포털사 입장에서는 매번 심리에 출석한다는 것이 부담일 수는 있다.

현행 신문 등의 진흥에 관한 법률(이하 '신문법')에서는[2] 독자적으로 생산하지 아니한 기사의 제목 ·

2) 신문 등의 진흥에 관한 법률

내용을 포털사 임의로 수정하지 못하도록 명문화했다. 과거 포털사와 원기사제공언론사 간의 계약관계에 의해서 기사내용을 수정 내지 변경하지 못하게 되었다면 이제는 법으로 규율화했으니 포털사 입장으로서는 계약관계를 달리해도 기사내용의 수정은 원천적으로 불가능하게 되어 기사의 제목을 포함한 내용에 있어서는 그야말로 수동적인 지위에 머물러 있게 됐다.

포털업계의 입장에서도 언론사의 보도 내용 이외에 별도의 사항에 대한 조정요청이 있는 경우 당연히 출석한다는 입장이다. 또한 언론중재위원회에서도 이런 사정을 충분히 감안하여 소위 두 가지 유형의 심리불출석방안을 제시하고 실무에서도 이를 활용하는 것으로 보인다.

그런데 포털사의 입장에서는 출석의무를 법률 개정을 통하여 완화내지 경감해 달라는 요구로 이해된다.

지엽말단적인 부분이라 할 수도 있겠지만, 좀 더 논의가 필요할 수도 있겠다. 신문법에서는 기사내용에 대한 수정을 불가능하게 해 놓았을 뿐이고, 기사의 크기나, 활자, 게재 위치등의 게재방법에 대한 언급은 하지 않고 있다. 그간 언론중재위원회의 심리과정에서도 앞에서 말한 기사의 게재방법에 대한 신청인 측과 포털사 간의 논의는 상대적으로 그 중요성이 크지 않았다는 느낌이다.

언론중재법에서는[3] 피신청인 언론사 등이 정정보도 등을 이행할 때 어떠한 방법으로, 어떤 위치에 게재해야 할지도 결정하도록 요구하고 있다. 현재는 피신청인 포털사와의 심리과정에서 기사 내용 및 제목 – 물론 원기사제공언론사의 선행 합의사항을 그대로 수용하는 형태이겠지만 – 만을 협의하지 그 게재를 어떻게 구체적으로 구현할지에 대한 구체적인 협의는 없는 것으로 알고 있다. 물론 포털의 뉴스서비스에는 과거 전통적인 오프라인신문에서 말하는 게재 위치나 크기등의 게재방법에 비중을 두지 않을 수도 있겠지만, 게재방법 등에 관한 논의가 기술적으로 가능한 사항이라면 출석관련 사항을 변경한다고 해서 이 문제가 쉽게 해결될 것 같지는 않다.

또 한가지는 위원회에서 출석의 부담을 경감하기 위해 실무상 행하는 방법들이 신청인 피신청인이

제10조(인터넷뉴스서비스사업자의 준수사항) ② 인터넷뉴스서비스사업자는 독자적으로 생산하지 아니한 기사의 제목 · 내용 등을 수정하려는 경우 해당 기사를 공급한 자의 동의를 받아야 한다.

④ 인터넷뉴스서비스사업자는 제공 또는 매개하는 기사의 제목 · 내용 등의 변경이 발생하여 이를 재전송받은 경우 인터넷뉴스서비스사업자의 인터넷홈페이지에 재전송받은 기사로 즉시 대체하여야 한다.

3) 언론중재법 제15조(정정보도청구권의 행사) ⑥언론사등이 행하는 정정보도는 공정한 여론형성이 이루어지도록 그 사실공표 또는 보도가 행하여진 동일한 채널, 지면 또는 장소에 동일한 효과를 발생시킬 수 있는 방법으로이를 하여야 하며, 방송의 정정보도문은 자막(라디오방송을 제외한다)과 함께 통상적인 속도로 읽을 수 있게 하여야 한다.

사전에 예측가능하냐는 문제이다. 언론중재위원회에서 행해지는 조정 · 중재절차는 양 당사자의 자율성을 최대한 존중하면서도 엄정한 중립성과 독립성을 유지하고 있고 또한 당사자의 절차적 권리를 보장하는 등으로 재판상 화해의 효력을 부여하고 있다. 그렇다면 신청인이 신청 단계 아니면 그 이전에 피해구제 절차를 밟겠다는 결심을 가질 때 앞에서 제시한 그런 방법들에 대한 예측이 가능해야 하지 않을까 하는 점이다. 현재는 신청이 있고 난 후 신청인 피신청인에게 권유하는 식인데, 그런 방법을 법문으로 명문화하기에는 부담스러운 점이 있겠지만, 예측가능성을 담보할 수 있는 방안도 마련되어야 할 것이다.

나. 표시의무

인터넷뉴스서비스사업자는 정정보도, 반론보도, 추후보도 등의 청구를 받은 경우 해당 기사에 정정보도청구 등이 있음을 알리는 표시의무를 부여받고 있다. 그런데 그것을 이행함에 있어서 주목도가 낮은 위치에 표시를 한다거나 표시의무 이행에 소극적으로 임하는 것은 표시의무를 도입한 취지를 무색하게 할 수 있다는 지적이다.

물론, 포털사 입장에서야 '기사가 문제가 있을 수 있어 현재 심리 중이다'라고 알리는 것이 기존 오프라인 신문과의 형평성 문제, 확정되지도 않은 상태에서 단지 피해를 유발할 수 있다는 가능성만으로 기사에 흠집이 될 수도 있는 표시를 하는 것이 타당한가 등의 의문을 가질 수도 있다.

언론중재위원회로서는 이런 표시의무의 제대로된 이행을 촉구하기 위해 언론조정중재규칙에서 표시의무를 이행하는 방법이나 위치에 대해 근거를 마련하고 있다. 더 나아가 양재규 팀장은 피해 확산 방지라는 차원에서 포털사업자뿐만 아니라, 언론사닷컴과 인터넷신문에까지도 확대 적용하자고 주장하고 있다.

한편 표시의무를 적용하는 청구권의 범위를 정정보도, 반론보도, 추후보도청구의 경우라 명시하고 있는데 단순한 입법상의 실수인지, 아니면 손해배상청구의 경우 굳이 표시의무를 부과하지 않은 다른 이유가 있는지 궁금하다.

다. 전자배열기록 보관의무

인터넷뉴스서비스에 대한 언론조정 · 중재가 가능해짐에 따라 언론중재법에서는 인터넷뉴스서비스사업자와 인터넷신문사업자에게 보도의 원본이나 사본 및 그 보도의 배열에 관한 전자기록을 6개월간

보관하도록 의무화하고 있고, 언론중재법 시행령에서는 그 보관의무대상사업자를 전년도 말을 기준으로 직전 3개월 일일평균 이용자수가 10만 명 이상인 인터넷신문사업자 및 인터넷뉴스서비스사업자로 한정하고 있다. 기존에도 이미 방송보도 및 방송프로그램, 신문, 잡지 등 정기간행물, 뉴스통신 보도의 원본 또는 사본을 공표후 6개월간 보관토록 의무화한 것과 형평을 기하기 위한 것으로 보인다. 그러나 그 대상을 일일평균 이용자수가 10만 명 이상인 사업자로 제한하여 군소의 영세한 사업자에 대해서는 보관으로 인한 경제적 부담을 완화해 주려는 조치로 보인다.

그런데, 전자배열기록에 대한 보관의무를 이행하지 않았을 경우에는 3천만 원 이하의 과태료에 처한다는 강력한 벌칙조항을 두고 있다. 하지만, 현행 언론중재법에서는 일일이용자수 10만 명 이상인 사업자에 대한 고지의무 조항이 없어 과연 어떤 인터넷뉴스사업자나 인터넷신문사업자가 그에 해당하는지에 대해 알 길이 없다. 정보통신망 이용촉진 및 이용자보호 등에 관한 법률에 따라[4] 방송통신위원회에서 고지하는 방법으로 법 개정을 통하여 해당 업체를 고시할 필요가 있을 것이다.

3. 결 어

이상에서 살펴본 바와 같이 몇가지 쟁점에 대해서는 관련업계 및 언론중재위원회, 관계당국이 적절한 합의점을 찾거나, 필요한 경우에는 이해시키고 설득시킬 필요가 있다.

오늘날 우리의 기준으로 볼 때 인터넷포털사이트를 통한 정보 및 뉴스습득은 하나의 생활방식으로 자리잡았다. 이제는 인터넷 권력의 시대라는 호칭도 전혀 어색하지 않게 들린다. 그 만큼 인터넷, 나아가 인터넷포털사이트의 영향력이나 파급력, 정보 및 뉴스의 확산속도는 우리의 상상을 초월한다.

한 경제연구소의 발표에 따르면 2009년의 광고비 매체비중은 TV, 신문, 인터넷 순이나 2012년에는 인터넷이 신문을 앞지르고, 2020년경에는 TV를 제치고 인터넷이 가장 큰 광고매체가 될 것이라고 전망했다.[5] 인터넷매체의 영향력을 수치로서 실감할 수 있는 발표이다. 인터넷포털사이트의 매체 영향력에

---

4) 정보통신망 이용촉진 및 이용자보호등에 관한 법률 시행령
제30조(정보통신서비스 제공자 중 본인확인조치의무자의 범위) ① 법 제44조의5제1항제2호에서 "대통령령으로 정하는 기준에 해당되는 자"란 전년도 말 기준 직전 3개월간의 일일평균 이용자수가 10만 명 이상인 정보통신서비스 제공자를 말한다. <개정 2009.1.28>
② 방송통신위원회는 법 제44조의5에 따른 본인확인조치에 필요한 준비기간, 적용기간 및 제1항에 해당하는 자 등을 인터넷 홈페이지에 게시하는 방법으로 공시하여야 한다. <개정 2009.1.28>

5) 기자협회보 2010. 11. 15. 기사 "인터넷 광고시장이 TV 추월할 것"

걸맞는 사회적 책임이 더욱 절실히 요구된다.

포털사이트는 정보와 기술이 결합된 매체이다. 정보기술을 그 기반으로 하고 있고, 기술적인 수준이나 체계에 대해서는 법률이나 규율로써 따라가기 힘든 측면이 있다. 인터넷뉴스서비스로 인해 생기는 언론보도의 피해를 구제하는 데 있어서 기술적인 이유만으로 그 의무의 이행에 소홀함이 없었으면 한다.

▶ 질 의

1. 피해구제 방법에 포털의 특성을 살린 청구권을 신설할 수는 없는지? 현재 양 당사자 간의 합의에 의해 기사삭제를 하고 있다고 하셨는데, 법률상으로 가능하다면 기사삭제청구권을 신설하면 당사자로서는 피해구제 절차를 밟을 단계에서 미리 그 청구권을 행사할 수 있을 것이다.

2. 언론중재위원회와 인터넷뉴스서비스사업자가 표준적인 형태의 직권조정결정문을 작성하여 두고 '표준결정문'대로 합의가 가능한 건에 대해서는 출석을 면제해주는 형태로 진행할 수 있을 것이다 고 제안하셨는데, 혹시 안까지 생각해 두셨다면, 염두에 두고 있는 표준결정문의 형태는 어떤건지 궁금하다.

3. 포털사나 인터넷신문, 언론사닷컴 등에서 뉴스서비스를 담당하는 직원들을 대상으로 하는 교육에는 어떤 것이 있는지, 특히 저널리즘에 대한 교육이 있는지 궁금하다. 인터넷뉴스서비스가 정보의 생산에는 관여하지 않고, 오직 유통만 할지라도, 언론으로서의 기본적인 이해를 위해서는 관련 교육이 필요하리라 본다. □