

‘정부의 미디어’는 가능한가?

독일 언론의 ‘국가와 거리두기(Staatsferne)’ 원칙과 국정 홍보 사이

이유진 프리랜서 기자
라이프치히대학 커뮤니케이션 미디어학 석사

정부가 대중에게 메시지를 전달하기 위해 언론사 채널을 빌려야 하는 시대는 지났다. 정부는 국정 홍보 웹사이트를 만들어 직접 정책을 홍보하고, 유튜브 라이브와 정부 소유 방송 채널로 언론사의 뉴스를 대신한다. 언론의 시선이 비판적이고 편향적으로 판단되는 경우 정부의 미디어는 더욱 활발하게 움직인다. 수용자가 국정 홍보를 정부의 PR로 인식한다면 문제가 되지 않을 것이다. 하지만 정부 채널이 언론과 혼동된다면 그건 언론의 원칙을 훼손하는 일이 된다. 독일은 언론의 경계를 넘어서는 정부의 공보 활동에 상당히 예민하게 반응한다. 모든 미디어가 국가의 선전 채널로 기능했던 나치의 역사를 겪었기 때문이다. 언론이 사라진 사회, 모든 언론 채널이 정부의 선전을 위해 메시지를 내보내는 사회를 직접 보았기 때문이다. 독일 민주주의 사회의 출판 언론과 방송 자유가 바로 ‘국가와의 거리두기(Staatsferne)’에서 시작되는 이유다.

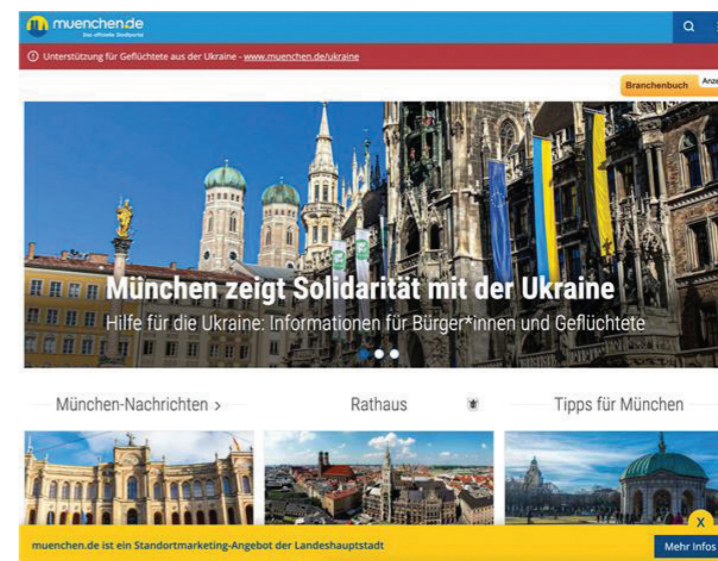
독일 법원, 유사언론 같은 정부 사이트 ‘운영 금지’

최근 독일 법원은 주정부의 웹사이트 운영을 금지하는 판결을 내렸다. 정부의 웹사이트가 마치 언론사의 웹사이트처럼 보인다는 이유에서다. 정부가 운영하는 국정 홍보의 역할은 정해진 한계가 있으며 언론사의 역할까지 떠맡아서는 안 된다는 취지다. 정부가 디지털 소통을 강화하는 과

정에서 언론의 본질과 국정 홍보의 경계를 찾는 노력이 이어지고 있다.

2020년 11월 17일 뮌헨지방법원은 바이에른주 주도의 뮌헨시의 공식 웹사이트(www.muenchen.de)가 언론의 사명인 ‘국가와의 거리두기’ 원칙을 훼손한다고 판단했다. 이 사이트는 2004년부터 시작된 뮌헨 공식 포털사이트로 월 방문자 290만 명, 페이지뷰는 월 1,200만 뷰에 이른다. 독일의 지역 정부 웹사이트 중 방문자수가 가장 많은 곳이다. 뮌헨지방법원은 이 사이트가 기본법 제5조에 따른 언론의 사명인 정부와의 거리두기(Staatsferne der Presse) 원칙과 부합하지 않으며, 반경쟁적(wettbewerbswidrig) 행위라고 판단¹⁾했다.

재판부는 해당 사이트가 신문이나 잡지 구입을 불필요하게 만들 만큼 풍부한 정보를 제공한다고 밝혔다. 웹사이트에 소개되는 내용이 양적으로나 질적으로나 신문이나 잡지를 구입할 때 기대하는 주제를 다루고 있다는 것이다. 콘텐츠 내용도 단순한 사실 정보뿐만 아니라 뮌헨 지역에서의 사회적인 일상에 관한 기사가 많다. 예를 들어 웹사이트에 공개된 바이에른 축구팀에 관한 소식은 전형적인 스포츠 뉴스와 같은 내용과 형식을 보이고 있다. 이처럼 도시의 공식 웹사이트가 지역 언론사의 문화, 스포츠, 사회면에 나올만한 내용을 다루고 있으며, 이는 지역 정부의 임무가 아니라는 게 법원의 판단이다.



[그림 1] 뮌헨시 공식 웹사이트(www.muenchen.de)²⁾

1) LG München I, 2020, 11, 17. – 33 O 16274/19
Landgericht München (2020, 11, 17). Online-Stadtportal verstößt gegen das Gebot der Staatsferne der Presse. URL: <https://www.justiz.bayern.de/gerichte-und-behoerden/landgericht/muenchen-1/presse/2020/24.php>
2) 내용과 구성이 언론사의 웹사이트와 비슷하며, 이는 공보의 범위를 넘어서는 비판을 받았다.



재판부는 웹사이트의 레이아웃이 언론사의 사이트와 유사하게 구성된 점도 지적했다. 표제와 부제, 사진, 인용구, 본문 등의 디자인이 언론사의 홈페이지와 유사하다는 것이다. 재판부는 이같은 구성은 “헌법상 허용 한도를 넘어서는 것”이라며 “종합적으로 이 사이트가 정부의 발간물이라는 점이 눈에 띄지 않는다”고 설명했다. 법원에 따르면 정부의 공보 활동은 관청의 소식, 지역의 경제진흥, 행정과 시의회의 현재 업무와 미래 계획 정도로 제한되어야 한다. 그 외 지역 기업이나 민간 영역의 지역 활동에 대한 평가, 일반적인 조언(상담), 스포츠, 예술, 음악 분야의 사회적 사안에 관한 정보는 정부의 공보 활동에 속하지 않으며, 이러한 콘텐츠를 다루는 것은 허용되지 않는다.

2021년 9월 30일 뮌헨고등법원의 2심 판결도 다르지 않았다. 뮌헨고등법원도 해당 사이트는 “언론의 정부와의 거리두기 원칙을 훼손한다”³⁾고 판단했다. 특히 ‘쇼핑’이나 ‘레스토랑’과 같은 카테고리, 행사 및 영화 상영 정보 등은 상업적인 성격을 지닌 정보로 정부 포털에서 제공해서는 안 된다고 밝혔다.

이 소송은 쥐드도이체차이퉁(Süddeutsche Zeitung), 아벤트차이퉁(Abendzeitung) 등 뮌헨에 기반을 둔 언론 출판사가 함께 제기했다. 이들은 정부의 공보 활동이 언론사의 영역을 침범하면서 허용 범위를 과도하게 넘어서다⁴⁾고 비판했다. 공보 활동은 자신들의 행정 업무를 전달하는

3) OLG München, 2021. 09. 30. – 6 U 6754/20

4) Handel, Stephan & Efern, Heiner (2020, 11. 17). Stadt München muss Online-Portal umgestalten, Sueddeutsche Zeitung, URL: <https://www.sueddeutsche.de/muenchen/muenchen-urteil-stadtportal-muenchen-de-1,5118070>

것인데 뮌헨시는 웹사이트의 다양한 섹션과 카테고리 등을 통해 일상적인 모든 측면을 다루고 있다는 것이다. 언론 출판사 측은 “한 지역의 사회적인 삶에 관한 언론 보도는 국가가 아닌 지역 언론의 임무”라고 주장했다. 또한 해당 사이트에 광고 기사로 보이는 내용도 많다는 점을 지적했다.

반면 뮌헨시는 “(해당 공식 웹사이트는) 뮌헨시의 정보를 제공하는 사이트일 뿐 아니라 세계적으로 도시를 홍보하는 명함과 같다”고 항변했다. 관광객들을 위한 정보 책자가 디지털로 전환된 것으로, 긍정적이고 문화적으로 다채롭고 경제적으로 매력적인 도시를 나타내는 도시 홍보 콘텐츠라는 주장이다. 광고 수익도 사이트 운영 비용을 충당할 뿐 이익을 추구하기 위한 것이 아니라고 밝혔다. 2심 판결 이후에도 뮌헨 웹사이트는 큰 변화 없이 운영되고 있다. 웹사이트에는 “뮌헨시의 도시 마케팅 서비스로 뮌헨시를 광고하며 언론사의 보도가 아니”라고 명시되어 있다. 뮌헨시는 현재 연방대법원 상고를 준비하고 있다.

도르트문트 법원 “시 정부 사이트가 언론사를 대체하지는 않는다”

도르트문트에서도 똑같은 사안에 대해 소송이 제기되었는데 뮌헨과 다른 판결이 나왔다.⁵⁾ 뮌헨 사례와 마찬가지로 지역 언론사가 연합해 시정부를 상대로 제기한 소송이다. 도르트문트지방법원 1심은 ‘(시정부 웹사이트가) 너무 언론과 유사하다’는 이유로 출판사의 손을 들어줬지만 2심의 판단은 달랐다. 2심 재판부는 “사이트의 문화 행사에 관한 기사 등 개별 사례를 보면 기본법에 명시된 정부와 언론의 분리 원칙에 반한다”면서도 “개별 사례가 아닌 웹사이트 전체를 종합적으로 고려”해야 한다고 밝혔다.⁶⁾ 도르트문트의 포털사이트를 전체적으로 봤을 때 지역의 공보 활동을 넘어서는지 확인할 수 없다는 것이다. 재판부는 “정보의 양과 구성을 보면 사람들이 이 사이트로 인해 신문을 구입하지 않을 거라고는 보이지 않는다”고 판단했다. 그러면서도 “(시정부 사이트는) 사실 정보 제공에 국한해야 하며 흥미를 돋우는 방법을 적용해서는 안 된다”며 “언론사 사이트처럼 구성(디자인)해서도 안 된다”고 밝혔다. “지역정부의 임무는 언론의 임무를 대신하는 게 아니”라는 점을 명확히 했다. 이 소송은 현재 연방대법원의 최종심을 앞두고 있다.

뮌헨과 도르트문트 사례에서 다른 판결이 나온 것은 두 웹사이트 구성의 차이 때문이지, 판결의 기본적인 취지와 원칙은 다르지 않다. 명백한 것은 정부가 ‘유사 언론’을 운영해서는 안 된다는 점이다. 이같은 원칙은 2018년 크라이스하이머 슈타트블라트(Crailsheimer Stadtblatt II) 판례⁷⁾

5) LG Dortmund, 2019. 11. 08. – 3 O 262/17, OLG Hamm, 2021. 06. 10. – 4 U 1/20

6) Legal Tribune Online (2021. 06. 10). “dortmund.de” ist nicht presseähnlich, URL: <https://www.lto.de/recht/nachrichten/n/olg-hamm-4u1-20-dortmund-de-nicht-presseaehnlich-gesamtbetrachtung-revision-bgh/>

7) BGH, 2018. 12. 20. – I ZR 112/17

로 이미 확정된 바 있다. 당시 연방대법원은 종이신문과 유사하게 편집된 크라이스하임 지역의 관보가 언론과 너무 유사하다며 언론 보도 형태의 공보를 금지했다.⁸⁾ 당시 종이신문과 관보 간의 경계 논쟁이 디지털 플랫폼으로 확장된 셈이다.

정부의 영상 메시지와 '국가 방송'의 경계

정부 기관의 공보 업무와 언론 경계에 대한 논쟁은 정부의 디지털 소통이 강화되면서 더욱 확대되고 있다. 디지털 플랫폼뿐만 아니라 정부의 홍보 영상에 대한 논쟁도 주목을 끌었다. 특히 연방정부가 온라인으로 공개하는 공보 영상이 '국가 방송'과 다르지 않다는 비판이 일었다.

2005년부터 16년 간 독일을 이끈 앙겔라 메르켈 정부는 '연방정부 팟캐스트'라는 이름으로 영상을 제작해 소셜미디어 플랫폼 등 온라인으로 공개해 왔다. 초창기에는 다양한 분야와 연령층의 인터뷰어가 메르켈 총리에게 질문을 던지는 인터뷰 방식이었다가 이후에는 주로 혼자 메시지를 전달하는 방식으로 진행되었다. 일부 영상은 삭제된 것도 있지만 메르켈 퇴임 직전까지 공개된 영상은 450여 건에 이르렀다.⁹⁾ 그 외에도 메르켈 총리의 감성적인 모습을 스케치하거나, 교양 오락의 성격을 띠는 연성 콘텐츠가 연방정부의 소셜미디어 채널을 통해서 공유되었다. 언론계에서는 이러한 공보 활동이 언론의 일차적인 게이트키퍼와 비판을 거치지 않고 대중에게 닿으면서 정부의 일방적인 메시지를 전달한다는 우려가 컸다.



[그림 2] 독일의 유명 유튜버 LeFloid와 인터뷰중인 앙겔라 메르켈¹⁰⁾

메르켈 총리도 비슷한 우려를 드러냈다. 메르켈 총리는 2015년 7월 유명 유튜버 LeFloid와 가진 인터뷰¹¹⁾에서 “인터넷은 내 채널을 만드는 것을 가능하게 하고 내가 원하는 질문을 하는 인터뷰어만 가질 수 있다”고 말했다. 자체 방송국을 만드는 것 또한 “비판적인 인터뷰어가 없다”며 부정적인 견해를 드러냈다. 하지만 이 인터뷰조차 “전형적인 메르켈 팟캐스트”¹²⁾라는 비판을 받았다. 어려운 질문을 던지는 언론사 기자와는 인터뷰를 하지 않으면서 인기 유튜버를 이용해 젊은 세대에 선거 홍보를 하고 있다는 것이다. 이 인터뷰 이후 이어진 연방정부의 공보 영상에서도 비판적 인터뷰어나 불편한 질문은 찾아보기 어려웠다.

독일의 시사 풍자 코미디언인 얀 뵈머만(Jan Böhmermann)은 2018년 제2공영방송인 ZDF 프로그램에서 “지난 3년간 쭉 지켜봤는데 우리 독일 연방정부가 비밀스럽게 인터넷 방송국 같은 형태로 변하고 있다”¹³⁾고 말했다. 메르켈 팟캐스트에서 진행한 인터뷰를 보여주면서 블라디미르 푸틴 러시아 대통령과 김정은 북한 국무위원장에게 “자유로운 민주주의에서 가능한 비판적 저널리즘이니 보고 배우라”며 비꼬기도 했다. 정부의 소셜미디어 채널에 업무와 관련이 없는 연성 콘텐츠를 다루는 것도 지적했다. 정보와 엔터테인먼트 콘텐츠를 다루는 것은 바로 ZDF 같은 방송국이 해야 하는 일이라는 것이다. 얀 뵈머만은 연방정부 소셜미디어 채널에 관련 질의를 보내 답변을 받았다. 연방정부 측은 ‘방송은 정기적인 프로그램을 선형적이고 라이브로 송출하는 것으로 연방정부의 공보 활동은 방송이 아니라고 반박했다. 하지만 연방정부의 영상 업로드는 정기적으로 매주 토요일 업로드되었고, 온라인에서 선형적으로 접근할 수 있다. 이러한 공보 활동은 결국 방송의 선을 넘는 것이며 곧 정부의 선전 활동과 같다고 그는 비판했다.

연방정부의 디지털 국정 홍보 활동에 대해 독일기자협회도 “총리와 인터뷰를 하는 건 기자들의 역할”이라며 “연방정부의 영상 메시지는 노골적인 홍보이며 해설적 저널리즘이 아니다”¹⁴⁾라고 비판한 바 있다. 이런 비판이 나온 것은 메르켈 총리의 언론 접촉이 점차 줄어들었기 때문이다. 2018년 기준 메르켈 총리는 22건의 언론 인터뷰를 진행한 것으로 조사되었다. 그 이전에는 한 해 평균 60차례 언론 인터뷰를 진행했다. 정부 입장에서는 굳이 불편한 언론을 만날 필요가 없고, 만나고 싶지도 않을 것이다. 정부 채널을 통해 직접 소통을 하고 있는 상황이라면 ‘명분도 생긴다. ‘국민들과 직접 소통한다’는 명분이다. 하지만 언론의 비판적 역할이 빠진 정부의 메시지는 그 자체로 선전과 다르지 않다. 거짓 정보를 바로 잡고, 대중에게 더욱 친근하게 다가간다는 선한 목적

8) SWR (2021. 10. 18). Stadt Crailsheim begrüßt beigelegten Streit um Amtsblätter, URL: <https://www.swr.de/swraktuell/baden-wuerttemberg/heilbronn/amtsblattstreit-zeitungsverleger-kommunen-beigelegt-100.html>

9) 이유진 (2021. 12). 16년 정치 무대 떠나는 메르켈의 마지막 메시지. <신문과 방송>. 서울 : 한국언론진흥재단.

10) 당시 국가 방송 운영에 대한 우려를 밝혔지만, 정작 이 영상 자체가 국가 방송과 같은 홍보 영상이라는 비판을 받았다. 출처: <https://www.youtube.com/watch?v=5OemiOryt3c>

11) <https://www.youtube.com/watch?v=5OemiOryt3c>

12) Beckedahl, Markus (2015. 07. 13). #NetzfragtMerkel: „Da fehlt der kritische Frager. URL: <https://netzpolitik.org/2015/netzfragtmerkel-da-fehlt-der-kritische-frager/>

13) <https://www.youtube.com/watch?v=853w0xpumTs>

14) Müller-Neuhof, Jost (2019. 10. 31). Merkel zieht sich zurück - von den Medien. URL: <https://www.tagesspiegel.de/politik/nur-noch-22-interviews-im-jahr-merkel-zieht-sich-zurueck-von-den-medien/25175818.html>



이라도 마찬가지다. 나치 이후의 독일이 기본법과 관련 판례로 엄격하게 언론과 방송의 원칙을 세우고, 정부의 공보 활동을 제한했던 이유다.

그렇다면 정부의 국정 홍보는 어디까지 허용되는가? 독일에서 판례로 합의된 국정 홍보의 범위는 첫째, 업무와 책임 영역인 사안에 대해, 둘째, 대중을 대상으로 하는 계획이나 진행중인 정책에 대해, 셋째, 사실적이고 객관적인 정보로 다루어야 한다.¹⁵⁾ 앞서 소개한 관보 판례처럼 공보의 형태 또한 지켜야 한다. 정부의 발행물이라는 점이 명백하게 드러나야 하는 것이다. 국정 홍보는 이러한 경계를 넘는 순간 국가의 선전이 될 위험이 크다. 독일 연방의회는 연구보고서를 통해 “정부의 과도한 공보 활동은 통신 과정의 중립성을 위협하게 하므로 공공기관은 (공보 활동의) 빈도나 범위를 자제해야 한다”고 지적하고 있다.¹⁶⁾ 정부의 공보 활동은 특히 선거를 앞둔 시기에 절제가 요구된다. 독일헌법재판소는 “정부 공보의 경계는 선거운동이 시작되는 곳에 있다”¹⁷⁾고 판단했다. 현 정부의 성과나 성공을 강조하는 공보 활동은 결국 여당의 정당 홍보로 다음 선거 결과에 영향을 줄 수도 있기 때문이다.¹⁸⁾

15) Deutsche Bundestag (2007), Zulässigkeit der Öffentlichkeitsarbeit von Regierungen in zeitlicher Nähe zu Wahlterminen, WD 3-453/07

16) Deutscher Bundestag (2016), Staatsferne im Rahmen der Rundfunk- und Pressefreiheit, WD 10-3000-056/16

17) BVerfG, 1977, 03, 02, - 2 BvE 1/76

18) Deutsche Bundestag (2007), Zulässigkeit der Öffentlichkeitsarbeit von Regierungen in zeitlicher Nähe zu Wahlterminen, WD 3-453/07

‘국가와 거리두기(Staatsferne)’ 원칙

언론과 방송의 경우에는 기본법을 바탕으로 ‘국가와의 거리두기’ 원칙을 세우고 있다. 독일 기본법 제5조 제1항¹⁹⁾은 언론과 방송의 자유를 보장한다. 여기서 자유는 다원성과 국가로부터의 독립, 즉 국가와의 거리두기를 의미한다. 언론 매체가 국가에 종속되면 안 된다는 원칙은 역으로 국가가 언론 매체를 운영해서는 안 된다는 것과 같다. 공권력은 자유로운 언론을 통해 이뤄지는 공공의 비판과 통제의 대상으로 언론 주체가 될 수 없다는 의미다.

방송 영역에서 국가와 거리두기 원칙은 국가 스스로 방송사를 소유해서는 안 되며, 방송 프로그램이나 내용에서도 특정한 영향을 끼쳐서는 안 된다는 뜻이다.²⁰⁾ 1961년 연방헌법재판소는 ‘제1차 방송판결(1. Rundfunk-Urteil)’²¹⁾에서 연방정부의 방송국 운영이나 참여를 금지했다. 당시 콘라드 아데나우어 정부는 공영방송국 ARD가 편향적인 보도를 한다는 이유로 연방정부가 통제하는 국가 방송사 ‘독일방송국(Deutschland-Fernsehen GmbH)’을 설립하려고 했다. 하지만 연방헌법재판소는 방송은 국가가 운영할 수 없고 다원적으로 조직되어야 한다고 독일방송국의 설립이 기본법과 부합하지 않는다고 판단했다. 이 원칙에 따라 독일에서 정부(die öffentliche Hand)가 소유하는 방송국은 허가되지 않는다. 이러한 ‘국가 방송’ 금지는 독일 방송법에서 가장 중요한 원칙 중 하나다. 민영 방송에서의 정당의 지분 참여, 그리고 방송의 정치적 도구화 또한 금지된다. 다만 공법(öffentlich-rechtlich) 시스템 안에 있는 공영방송의 경우는 다양한 정치 사회 조직과 여당 및 야당의 참여가 명시되어 있다. 신문사와는 달리 한정된 전파 자원으로 선형적으로 작용하는 방송에는 이처럼 특수한 공영 시스템으로 방송의 역할과 사명을 규정하고 있다. 앞서 안 뷔머만이 정부의 공보 행태를 비판한 곳도 제2공영방송 ZDF다.

출판·언론 영역의 자유는 개인이 국가의 영향 없이 언론 활동을 영위할 수 있는 권리다. 언론사는 ‘공공의 임무’를 수행하고 있지만 철저한 민영 기관으로 사적 경제 활동의 주체로 규정된다. 사법상(privatrechtlich) 조직된 기관인 언론사에도 정부와 거리두기 원칙은 엄격하게 적용된다. 언론사는 정치적 논조나 방향성에서는 자유롭지만 국가 중립성의 원칙을 지켜야 하며, 동시에 출판 경쟁에 있어서도 동등한 권리를 가진다. 언론이 중립을 지키며 공정한 경쟁을 할 권리는 정부가 특정 언론을 선호하거나 차별하는 것을 금지하는 기반이 되기도 한다. 정부는 또한 직접적인 영업 및 출판 행위로 언론사의 경쟁 활동에 영향을 주어서는 안 된다. 정부가 언론사를 소유하는

19) Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland, <https://www.gesetze-im-internet.de/gg/BJNR00010949.html>

20) Deutscher Bundestag (2016), Staatsferne im Rahmen der Rundfunk- und Pressefreiheit, WD 10-3000-056/16

21) BVerfG, 1961, 02, 28., 2 BvG 1/60 und 2 BvG 2/60, Fundstelle: BVerfGE 12, 205-264.

것 또한 그 자체로 언론사의 중립 의무를 위반하게 되므로 원칙적으로 금지된다.²²⁾ 다만 정당한 경우 언론의 자유를 누릴 수 있는 주체로 정치적 여론 형성을 위해 정당 기관지 형태의 발간물이 허용된다.

독일과 러시아의 국영방송

독일 사회가 소위 ‘국가 미디어’를 대하는 방식을 보면 최근 우크라이나 전쟁에서 논란이 되었던 독일과 러시아의 국영방송 분쟁이 이해가 된다. 러시아 국영방송 RT는 지난해 12월 베를린에 지사를 내고 독일어 방송을 시작했다. 그런데 독일에서 방송 허가를 신청하지는 않았다. 대신 북셈부르크에서 허가를 신청했다가 거부당했고, 세르비아에 있는 방송 허가를 근거로 독일어 방송을 강행했다. 독일에서 독일어로 하는 방송은 원칙적으로 독일의 방송 허가가 필요하다. RT는 결국 자격 미달로 독일 방송이 금지되었다.²³⁾ 미디어법적으로 ‘무허가 방송’이라는 이유인데, 근본적으로는 국가 방송을 금지하는 독일 방송의 원칙이 배경에 있다. 러시아 ‘국가 방송’인 RT는 독일에서 방송 허가를 신청해도 어차피 허가를 받지 못한다. RT 또한 이런 배경을 인지하고 있기 때문에 독일 내 허가 신청을 아예 하지 않은 것이다.

문제는 러시아 정부가 이에 대한 보복 조치로 러시아에서 허가를 받고 운영 중인 독일 국영방송 도이체벨레(Deutsche Welle) 운영을 금지하면서 불거졌다. RT와 도이체벨레를 같은 국가 방송으로 본 것이다. 도이체벨레는 별도 수신료 수익 없이 100% 세금으로 운영되긴 하지만 다른 독일 공영방송과 마찬가지로 공법 시스템의 독립적인 방송위원회²⁴⁾로부터 통제를 받는다. 도이체벨레 방송위원회의 경우 연방하원, 연방상원, 연방정부, 종교계(카톨릭, 개신교, 유대교), 노동조합, 독일언어문학아카데미, 독일문화위원회, 독일대학총장회의, 독일고용주협회 등 정치, 사회, 문화계에서 추천한 인사 17명으로 구성되어 있다. 도이체벨레는 “도이체벨레가 RT와 같지 않은 이유”²⁵⁾는 기사를 통해 RT는 편집인이나 블라디미르 푸틴 러시아 대통령의 발언으로 사실상 정부의 통제를 받는 매체라고 밝혔다. 국가 미디어를 마치 나치 역사의 재현을 보듯 경계하고, 선을 넘는 정부의 공보 행태를 엄격히 제한하고 있는 독일 입장에서는 납득하기 어려운 조치인 것이다.



언론과 방송의 국가와의 거리두기 원칙은 민주주의 사회의 필수적인 조건이다. 이러한 원칙 하에서는 언론사의 친정부적 행태뿐만 아니라 정부의 ‘유사 언론’ 운영도 논쟁의 대상이 된다. 디지털 플랫폼의 확대로 전통적인 언론의 경계가 사라진 지금, 독일은 지속적인 담론과 법적 판단을 통해 기본법의 원칙을 재확인하고 새로운 기준을 만든다. 디지털 플랫폼의 자유가 정부의 선전을 용이하게 하지 않도록 끊임없이 경계하고 있다. 🇩🇪

22) BVerfGE 121, 30 (61)

23) ZAK (2022. 02. 02). Senden ohne Rundfunklizenz – ZAK untersagt Veranstaltung und Verbreitung des Fernsehprogramms „RT DE“ in Deutschland. URL: <https://www.die-medienanstalten.de/service/pressemitteilungen/meldung/senden-ohne-rundfunklizenz-zak-untersagt-veranstaltung-und-verbreitung-des-fernsehprogramms-rt-de-in-deutschland>

24) Hoffmann, Johannes(2019. 02. 08). Der Rundfunkrat, Deutsche Welle. URL: <https://www.dw.com/de/der-rundfunkrat/a-18713480>, <https://www.dw.com/en/the-broadcasting-council/a-322842>

25) Hein, von Matthias (2022. 02. 04). Why Deutsche Welle is not the same as RT. URL: <https://www.dw.com/en/why-deutsche-welle-is-not-the-same-as-rt/a-60666432>