

키워드로 살펴보는 2022년 위원회 주요 활동성과



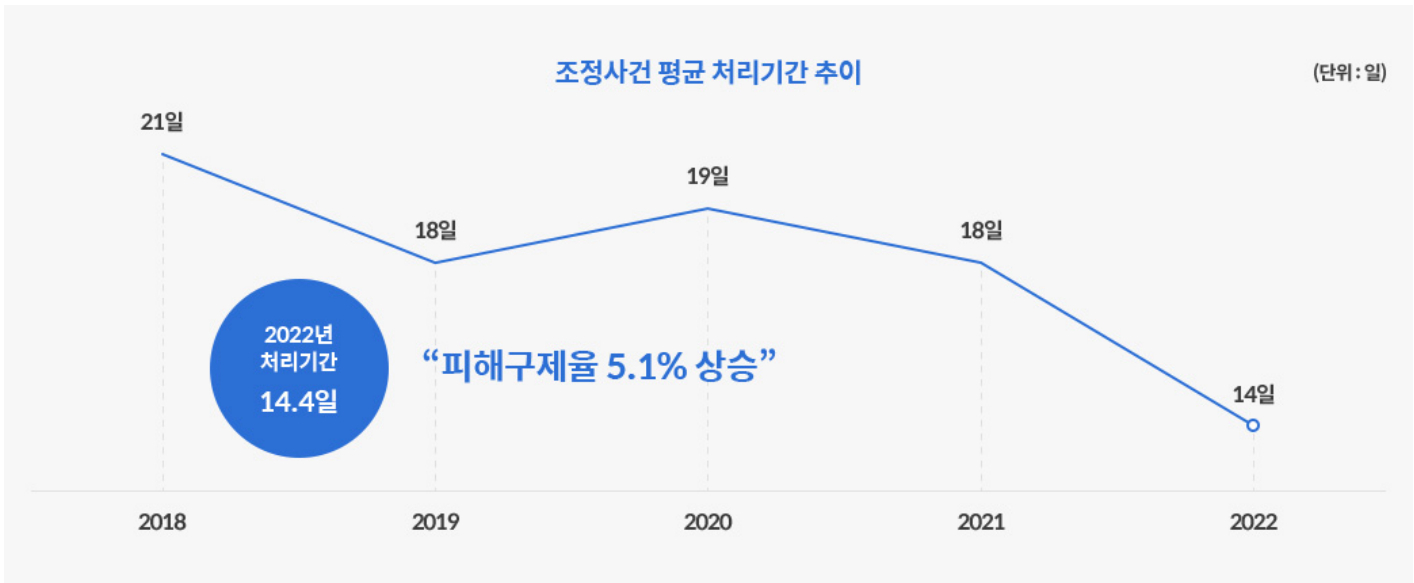
2022년 새해를 맞이하며 위원회는 “신속하고 공정한 자세로 국민과 언론에 신뢰받는 기관이 될 것”을 다짐한 바 있습니다. 지난 한 해 동안 위원회는 그 목표를 달성하기 위해 다각도로 노력해왔는데요. 이번 시간에는 신속·공정한 언론분쟁해결과 엄정한 기사심의를 위해 숨 가쁘게 달려왔던 지난 일 년간의 위원회 활동성과를 키워드를 통해 풀어보고자 합니다.

키워드 1. #신속 #실효성 #공정

위원회는 2022년 총 3,175건의 조정사건을 접수해 처리했는데요. 그 어느 때보다 **신속**하고 **실효**
성 있으며 **공정**한 언론조정중재제도 운용을 위해 다각도로 노력했습니다. 위원회는 조정사건을 보
다 신속하게 처리하여 피해 확산을 최소화하기 위해 힘쓰는 한편, 내실 있는 조정심리 진행을 통해
실질적인 피해 회복이 이루어질 수 있도록 노력해 위원회 제도의 실효성을 강화하고자 했습니다.

신속한 조정사건 처리와 관련해서 위원회는, 조정사건처리 기간을 단축하기 위해 다양한 방안을
실행해 옮겼는데요. 특별한 사유가 없는 한 정해진 조정심리 기일의 변경을 지양한다거나 당사자
사전 안내를 강화해 충분한 준비 후 조정심리에 참석할 수 있도록 하는 것 등이 그것입니다. 그 결
과, 2022년 말 기준 평균 조정사건처리 기간은 법정 처리기간인 14일에 매우 근접한 14.4일¹⁾로,
2021년도(18일) 대비 약 20% 단축된 것으로 나타났습니다.

언론분쟁 당사자의 실질적인 피해회복 도모를 위해 위원회는 ‘피해구제율 제고’에도 신경을 썼는
데요. 위원회에 조정신청된 사건 중 분쟁이 원만히 해결된 비율을 의미하는 ‘피해구제율’ 지표는 2
022년 67.8%로 나타나 2021년도(62.7%) 대비 5.1%p 상승한 것으로 확인됐습니다. 이러한 결
과는 중재부가 당사자들의 의견을 더욱 적극적으로 청취하는 한편, 조정사건의 쟁점을 면밀히 분
석한 내용을 토대로 충분히 납득하고 수용할 수 있는 합리적인 조정안을 제시했기 때문으로 풀이
됩니다. 적극적인 조정을 시도하면서도 당사자 일방에게 치우치지 않는 중립적 입장을 잘 견지해
낸 것이 피해구제율 상승과 원만한 분쟁해결이라는 결과를 가져온 것이지요. 이러한 분석은 실제
조정사건 당사자들을 대상으로 한 설문조사를 통해서도 확인할 수 있는데요. **<2022년도
이용만족도 조사>**에 따르면, ‘중재부의 심리 진행’에 관한 신청인 및 피신청인의 만족도가 2021년
대비 상승한 것으로 나타나 실효성 있는 언론분쟁해결의 질적, 양적 성과를 거뒀다고 생각됩니다.



키워드 2. #엄정 #객관적

위원회는 언론중재법 제32조에 따라 개인적, 사회적, 국가적 법익을 침해할 여지가 있는 언론보도를 심의하고, 필요한 경우 언론사에 시정을 권고하고 있는데요. 위원회는 2022년 **엄정**하고 **객관적**인 운용을 통한 시정권고심의 제도의 신뢰도 개선을 중점추진과제로 삼아 열심히 달렸습니다.

위원회는 먼저 「시정권고 심의기준」 정비에 공을 들였는데요. 시시각각 발생하는 다양한 사회적 이슈에 대한 보도와 이로 인한 법익침해 문제에 신속하고 적극적으로 대응하기 위해 기민하게 움직였습니다. 기존 「시정권고 심의기준」 규정 중에 성폭력범죄 사건 관련 용어를 정비하는 한편, 가정폭력사건 보도 시 피해자 및 사건 관련자의 신원이 노출되어 피해가 발생하지 않도록 관련 내용을 새롭게 신설해 반영했습니다.

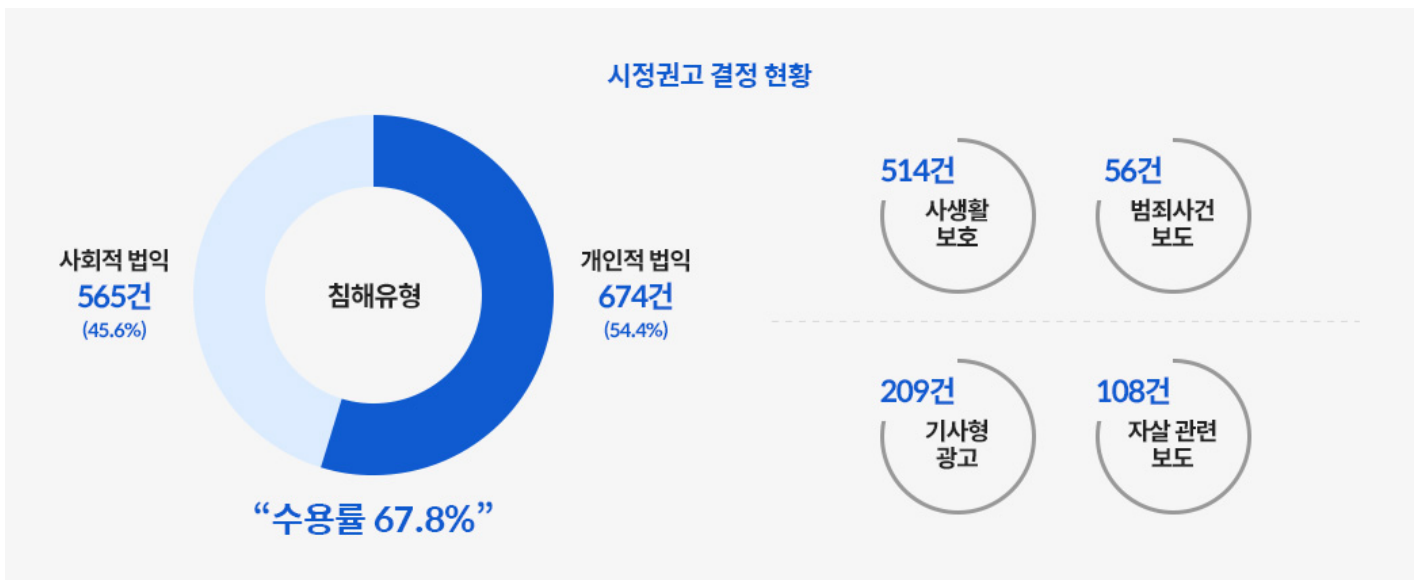
아울러, 시정권고심의의 투명성과 전문성 강화를 위한 조치를 도입, 시행했는데요. 상시 모니터링 대상 매체 선정기준을 마련하고 위원회 홈페이지를 통해 주기적으로 **모니터링 대상매체를 공개**해 시정권고심의의 객관성과 신뢰성을 보완하였습니다. 뿐만 아니라 시정권고심을 1차적으로 담당하는 실무진을 대상으로 정기적인 대면교육 및 워크숍 등을 실시해 전문성 제고 및 역량강화는 물론, 시정권고심의 결과가 엄정하고 객관적인 절차를 통해 도출될 수 있도록 노력했습니다.

시정권고심의 제도의 엄정하고 객관적 운용을 위한 노력들을 기초로 위원회는 2022년에도 소기의 성과를 거둘 수 있었는데요. 2022년 개최된 **<정책토론회>**에서는 위원회의 시정권고 결정이 권

고적 효력을 가짐에도 불구하고 언론사에 주의를 촉구하고 향후 법익침해를 예방하는 간접적인 효과가 있다는 평가가 나오기도 했습니다. **(자료집 보기)**

이와 같은 평가는 언론사들의 시정권고 결정 ‘수용률’²⁾을 통해서도 확인할 수 있는데요. 2022년에는 인터넷 기반 매체 대상 시정권고 결정 기사 중 39.7%가 수정되고 28.1%가 삭제되어 67.8%의 수용률을 기록했습니다. 이는 위원회가 수용률 집계를 시작한 2019년 이후 가장 높은 수준이자, 2021년 대비 4.1%p 상승한 수치입니다. 시정권고 제도의 권고적 효력에도 불구하고 많은 언론사들이 위원회의 시정권고 결정 취지를 적극적으로 기사에 반영하고 있다는 방증인 셈이죠.

간략하게 2022년 시정권고 결정 현황을 말씀드리는 것으로 시정권고심의 제도에 대한 이야기는 마무리 짓겠습니다. 지난해 위원회는 법익 침해 우려가 큰 1,239건의 언론보도에 대해 시정권고를 결정했는데요. 세부 유형별로 살펴보면, 사생활 보호 관련 심의기준 위반 사례가 전체 결정 건수의 41.5%로 가장 많았고, 기사와 광고가 구분되지 않아 독자가 혼동할 여지가 있는 이른바 ‘기사형 광고’로 인한 사회적 법익 침해 사례가 16.9%로 그 뒤를 이었습니다.



‘기사형 광고’에 대한 시정권고심의에 대해 조금 더 설명을 드리면, 위원회는 2014년 12월부터 **「시정권고 심의기준」**에 따라 기사 형태의 광고를 금지하는 「의료법」, 「약사법」, 「의료기기법」 등 실정법에 근거하여 의료기관, 의약품, 의료기기 관련 기사형 광고를 심의해오고 있는데요. 기사형 광고와 관련하여 한국언론진흥재단이 지난해 11월 실시한 <‘기사형 광고’에 대한 인식조사>에 따

르면, 응답자 중 약 89%가 ‘기사형 광고를 접한 경험이 있’고 71% 가까이는 ‘기사인지 광고인지 헷갈린 적이 있다’고 답했습니다. 특히 기사형 광고를 접한 경험이 있는 응답자 중 88% 이상이 의료·의약·병원 분야에서 기사형 광고를 자주 접하는 것으로 조사된 만큼, 기사형 광고에 대한 위원회의 시정권고심의 제도는 독자들이 기사와 광고를 혼동하지 않고 신뢰할 수 있는 정보를 정확하게 선택해 활용할 수 있도록 돕는, 우리 사회에 꼭 필요한 제도가 아닐까 합니다.

키워드 3. #대선 #지선 #미니 총선

2022년도에는 전국 단위의 대규모 선거가 두 차례나 치러졌는데요. 바로 ‘제20대 대통령 선거(이하 “제20대 **대선**”)’와 ‘제8회 전국동시지방선거(이하 “제8회 **지선**”)’입니다. 특히, 제8회 지선과 함께 치러진 재·보궐선거는 여러 거물급 인사들이 잇따라 선거 레이스에 뛰어들면서 ‘**미니 총선**’이라고 불릴 만큼 세간의 이목이 집중됐습니다.

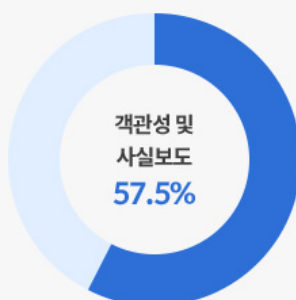
위원회는 「공직선거법」에 따라 정해진 기간 동안 선거기사심의위원회(이하 “선심위”)를 설치하여 운영하고 있는데요. 2022년에는 제20대 대선 선심위, 제8회 지선 선심위, 그리고 상반기 재·보궐 선심위를 운영했습니다. 이 중 가장 중요한 선거인 대선 선심위 운영기간은 다른 선거에 비해 더 긴데요. 위원회는 지난해 제20대 대통령선거를 앞두고 2021년 7월 12일부터 2022년 4월 8일까지 약 9개월 간 **제20대 대선 선심위**를 설치·운영했습니다. 제20대 대선 선심위는 총 15차례 회의를 개최해 신문·잡지·뉴스통신을 대상으로 「**선거기사 심의기준**」 위반 여부를 심의했는데요. 그 결과, 자체심의 73건 및 시정요구심의 12건 등 총 85건의 불공정 기사에 대해 제재결정을 내렸습니다.

제20대 대선 선심위 자체심의·의결 현황

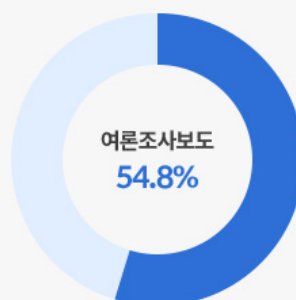
결정유형별



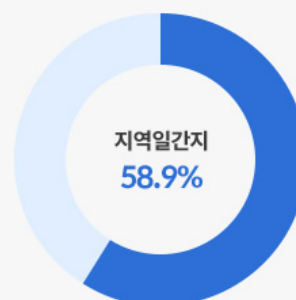
위반유형별



보도유형별



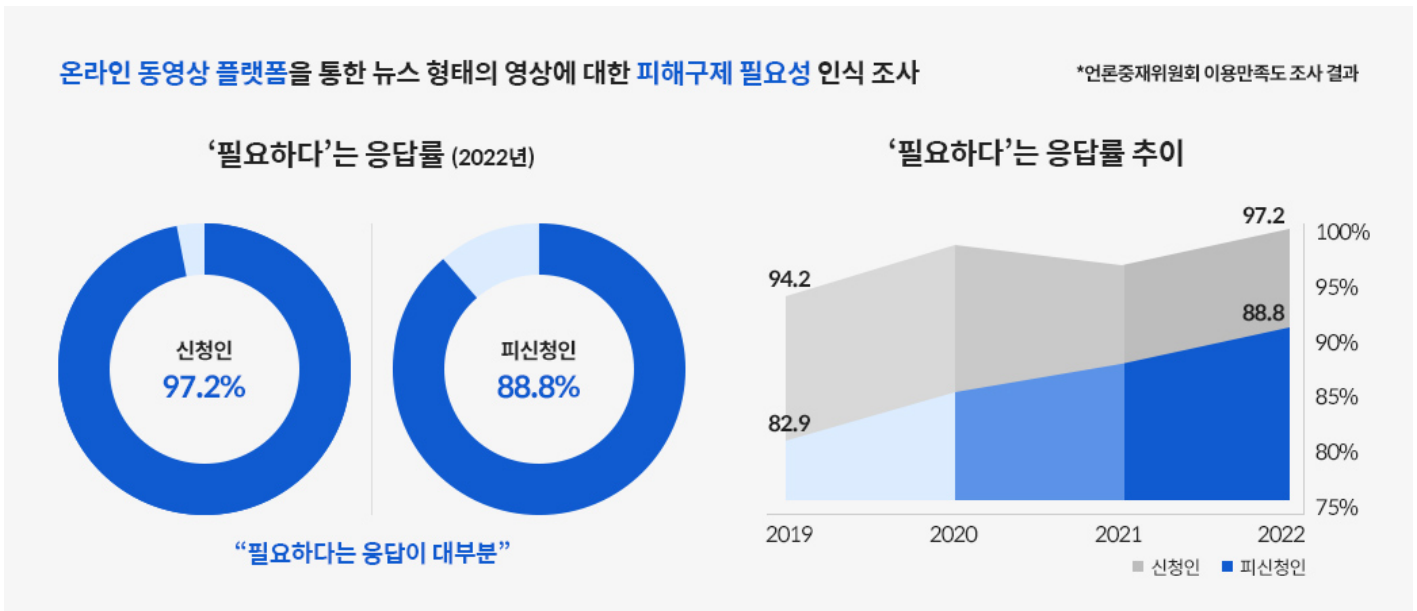
매체유형별



이는 역대 대선 선심위 가운데 가장 많은 제재 건수인데요. 자체심의 의결 안건을 유형별로 세분화해 살펴보면, ▲결정유형별로는 ‘주의’ 및 ‘경고’ 조치가 90.4%로 가장 많았고, ▲위반유형별로는 ‘객관성 및 사실보도’ 관련 심의기준 위반이 57.5%로 가장 큰 비중을 차지했습니다. ▲보도유형별로는 오차범위 내에 있는 여론조사 결과를 단정적으로 해석해 ‘여론조사 보도 기준’을 위반한 건이 절반 이상인 54.8%를 차지했고, ▲매체유형별로는 지역일간지가 58.9%로 가장 많았습니다.

키워드 4. #유튜브 #온라인 동영상 플랫폼

위원회가 실시한 2022년도 이용만족도 조사 결과에 따르면, **유튜브 등 온라인 동영상 플랫폼**을 통한 뉴스 형태 영상에 대한 피해구제가 필요하다고 응답한 비율은 지속적으로 증가하는 추세입니다. 2022년에는 설문 응답자 중 신청인의 97.2%와 피신청인(언론사)의 88.8%가 유튜브 등을 통해 제공되는 뉴스 콘텐츠에 대한 피해구제가 필요하다고 답했는데요. 이는 해당 설문문항으로 조사를 시작한 2019년과 비교하여 신청인은 3.0%p, 피신청인은 5.9%p 증가한 수치로, 신청인의 비율보다 언론사 종사자인 피신청인 비율이 더 가파르게 증가하고 있는 점은 주목할 만한 대목입니다.



유튜브를 통해 제공되는 뉴스 콘텐츠가 언론중재법상 조정 대상이 되는 ‘언론보도’에 해당하는지 불분명한 상황에서, 조정대상 매체에 대한 구체적인 판단 기준을 논의하기 위해 위원회는 지난해 7월부터 약 2개월 간 ‘조정대상 매체 기준 논의를 위한 소위원회’를 구성하여 운영했는데요. 해당 소위원회는 유튜브 채널의 운영 주체와 콘텐츠의 내용에 따라 조정신청 가능 여부를 판단할 것을

제언했습니다. 즉, 유튜브 채널 운영 주체가 언론중재법상 ‘언론사’에 해당하고, 대상 콘텐츠가 ‘언론보도’의 형식을 갖췄다면 조정대상에 포함된다고 볼 수 있다고 의견을 모은 것이죠.

* 참고 기사

- 웹진 <언론사람> 10월호 [“언론사 운영 유튜브 채널, 조정대상에 포함”](#)

위원회가 지난해 공식적으로 접수 처리한 ‘유튜브 채널에 게재된 뉴스 형태의 콘텐츠’ 관련 조정사건은 총 14건인데요. 이 밖에도 조정심리 과정에서 당사자들의 합의에 의해 피신청인 언론사가 운영하는 유튜브 채널에 게재된 보도 또한 적절하게 조치하는 것으로 분쟁이 잘 마무리되는 경우가 많았습니다. 그만큼 실제 조정심리 현장에서도 유튜브 뉴스 콘텐츠로 인한 피해와 그 구제 방안에 대한 적극적인 논의가 이루어지고 있다는 의미가 아닐까 싶습니다.

지난 2022년 한 해 위원회 주요 성과를 키워드를 통해 살펴보았는데요. 2023년 새해 위원회는 “위원회 본연의 업무에 더욱 충실하고 성실한 자세를 견지해 나갈 것”을 약속드렸습니다. 올 한해도 위원회는 국민이 신뢰하는 공정한 언론분쟁해결기관이자 실효성 있는 기사심의 제도 운영을 위해 한 발 더 뛰겠습니다.

각주

1) 2022년 12월 말 기준 계류 중인 사건을 제외한 수치(잠정치, 이하 ‘피해구제율’ 통계에서도 동일). 2022년 접수된 모든 사건 종결 이후 확정되는 수치는 [홈페이지](#)에서 확인 가능.

2) 시정권고 결정을 받은 뉴스통신 및 인터넷신문 등 인터넷 기반 매체가 해당 기사를 수정하거나 삭제한 비율

#2022년성과

#신속

#실효성

#공정

#엄정

#객관적

#대선

#지선

#미니총선

#유튜브

#온라인동영상플랫폼