

PART

A large, stylized orange number '3' graphic. It consists of two solid orange circles stacked vertically, with a large orange semi-circle to their right, forming the right side of the '3'.A series of five thin, horizontal orange lines extending from the left edge of the page towards the center, ending just before the 'PART' text.

Press Arbitration Commission
Annual Report 2024

언론중재위원회 일반사업

제1장 언론피해 상담

제1절 개요

제2절 주요 실적

제3절 평가

제2장 교육프로그램 운영

제1절 개요

제2절 주요 추진실적

제3절 평가

제3장 언론피해구제제도 조사·연구

제1절 개요

제2절 주요 추진실적

제3절 평가

제4장 이용만족도 조사

제1절 개요

제2절 주요 조사결과

제3절 평가

제5장 홍보

제1절 개요

제2절 주요 추진실적

제3절 평가

제6장 기타 주요활동

1. 사무처 환경개선
2. 임직원 교육·복리후생 확대
3. 시스템 이용 편의성 제고

언론피해 상담

제1절 개요

위원회 주요 업무 중 하나는 언론보도로 인한 분쟁의 해결을 위한 상담이다. 국민이 위원회를 가장 먼저 접하는 창구이기도 하다. 상담업무는 언론보도로 인한 분쟁의 원인, 유형, 피해회복 절차, 조정신청 방법과 같이 조정중재 절차 전반뿐 아니라, 위원회 업무가 아니더라도 언론보도로 인한 분쟁에서 파생한 부차적 피해를 구제하는 데 도움이 될 만한 2차 방안을 안내하거나 상담신청인의 심리적 불안감을 경감시키는 일까지 폭넓게 아우른다.

2024년 위원회 상담 총건수는 4,133건으로 전년과 비교해 138건 증가했다. 2022년까지 되짚으면 800여 건이 늘어나 증가일로에 있다. 또 대체로 개인이 명예훼손을 이유로 인터넷 매체를 주된 조정대상으로 삼아 정정 및 반론보도와 손해배상의 피해구제수단을 염두에 두고 조정절차를 문의했다.

2024년은 상담 대상 보도에 대해 문제 제기가 가능한 당사자가 아니거나, 피신청인 언론사에게 법이 허용한 범위를 초과하는 처벌 성격의 즉각적 조치를 문의한 사례가 많았던 점이 여느 때보다 강했다. 잘못됐다고 여기는 보도로 인해 입은 피해는 손쉽게 발생한 것처럼 보이는 것과 달리 이를 해결하기 위해 거쳐야 할 절차나 마련된 제도가 복잡하다고 보는 주장은 일반적 경향이다. 이에 더해 올해는 유명인의 팬덤(fandom)이나 특정 사안을 둘러싸고 견해를 달리하는 집단이, 보호하려는 대상의 가치를 훼손한다고 판단하는 보도를 겨냥해 쏟은 성토가 특히 도드라졌다. 언론보도가 잘못됐을 경우 그 폐해가 과거와 비교할 수 없을 만큼 심각하기에 나타난 일종의 징후라고 본다. 여기에는 디지털 플랫폼 중심으로 급변하고 있는 언론 지형이 배경으로 작용한다.

제2절 주요 실적

1 상담경로

전화로 상담을 청한 경우가 2,757건(66.7%)으로 가장 큰 비율을 차지했다. 국민신문고 786건(19.0%), 이메일 389건(9.4%), 방문 127건(3.1%), 인터넷 게시판 68건(1.6%)이 그 뒤를 이은 순서는 2023년도와 같다.

전화가 주요 상담경로인 점은 변함이 없지만 건수는 되레 2022년도보다도 줄어든 반면 국민신문고, 이메일, 인터넷 게시판을 이용한 상담 건수가 두 배 이상 증가한 사실은 눈여겨볼 만하다. 특정 정치인이나 연예인에 관한 보도에 대한 팬덤(fandom)이 집단 대응한 것과 더불어, 비대면으로 관계 맺기에 익숙해진 사회 환경과 무관하지 않을 것으로 본다.

표 28. 최근 3년간 상담경로

(2022. 1. 1. ~ 2024. 12. 31.)

연도	상담 건수	상담경로					
		전화	방문	인터넷 게시판	이메일	국민 신문고	기타
2022	3,329 (100)	2,854 (85.7)	108 (3.2)	54 (1.6)	44 (1.3)	266 (8.0)	3 (0.1)
2023	3,995 (100)	3,272 (81.9)	104 (2.6)	34 (0.9)	149 (3.7)	421 (10.5)	15 (0.4)
2024	4,133 (100)	2,757 (66.7)	127 (3.1)	68 (1.6)	389 (9.4)	786 (19.0)	6 (0.1)

※ () 안의 숫자는 %

2 상담 처리결과

상담은 대부분 조정절차 안내로 3,937건(89.7%)을 처리했다. 다음은 타 기관 안내 248건(5.5%), 소송 및 고소·고발 안내 191건(4.3%), 기타 위원회 업무 안내 16건(0.4%) 순으로 나타났다.

위원회에 상담을 구하는 내용 가운데 조정절차 안내의 비중이 90%에 가깝도록 압도적인 면모를 보인 점은 그만큼 예년에 비해 위원회 제도에 대한 대중의 인식이 제고된 데 따른 것으로 보인다. 조정절차 외 해결 창구를 문의하기보다 단도직입으로 조정절차 내 피해구제 방안을 물었던 사례가 예년보다 증가했음을 실무자들 역시 체감하고 있다.

표 29. 최근 3년간 상담 처리결과

(2022. 1. 1. ~ 2024. 12. 31.)

연도	상담 건수	상담 처리결과					
		조정절차 안내	소송 및 고소·고발 안내	기타 위원회 업무 안내	타 기관 안내	기타	총계
2022	3,329	3,026 (73.8)	256 (6.2)	35 (0.9)	573 (14.0)	208 (5.1)	4,098 (100)
2023	3,995	3,708 (80.5)	264 (5.7)	15 (0.3)	456 (9.9)	165 (3.6)	4,608 (100)
2024	4,133	3,937 (89.7)	191 (4.3)	16 (0.4)	248 (5.5)	90 (2.0)	4,482 (100)

※ () 안의 숫자는 %

※ 복수 답변 시, 개별유형을 모두 집계한 것이므로 총계가 상담건수보다 많음

※ 기타는 언론피해와 무관하거나 조정절차 또는 법적절차로는 구제가 불가능한 사안에 대한 상담 안내를 의미

3 피해 유형별 상담현황

위원회 상담을 통해 주로 호소하는 피해유형은 예년과 다름없이 명예훼손이었다. 명예훼손 상담 건수는 3,818건(88.87%)이고, 초상권·음성권·성명권 침해, 재산상 손해, 사생활 침해의 유형이 각각 195건(4.5%), 79건(1.8%), 58건(1.3%)으로서 순서와 비중이 과거와 크게 다르지 않았다.

한편 위원회 업무와 무관한 기타 유형의 상담이 2024년 100건 대까지 감소한 사실은 위원회 업무에 관한 대중의 이해도가 높아진 결과로 보인다.

표 30. 최근 3년간 피해 유형별 상담현황

(2022. 1. 1. ~ 2024. 12. 31.)

연도	상담 건수	피해 유형별 상담현황					
		명예훼손	초상권 음성권 성명권 침해	사생활 침해	재산상 손해	기타	총계
2022	3,329	2,559 (71.0)	213 (5.9)	148 (4.1)	77 (2.1)	608 (16.9)	3,605 (100)
2023	3,995	3,365 (80.9)	176 (4.2)	52 (1.3)	73 (1.8)	493 (11.9)	4,159 (100)
2024	4,133	3,818 (88.87)	195 (4.5)	58 (1.3)	79 (1.8)	155 (3.6)	4,305 (100)

※ () 안의 숫자는 %

※ 피해유형은 중복 응답되는 경우가 있으므로 상담건수와 상담 처리결과의 총계가 불일치

4 상담매체 유형

상담 대상 매체의 유형은 인터넷신문 2,641건(47.1%), 일간신문 736건(13.1%), 방송 615건(11.0%), 인터넷뉴스서비스 446건(7.9%), 뉴스통신 257건(4.6%) 등의 순으로 나타났다.

상담을 요청하는 매체의 지형이 6:4의 비율로 인터넷신문, 인터넷뉴스서비스, 뉴스통신 등 인터넷을 기반으로 하는 매체와 이외 매체 형태로 구분된 점은 과거와 동일하다. 다만 최근 3년간 일간신문을 상대로 한 상담의 비중이 증가하는 모습은 주목할 만하다. 인터넷 보도만 지목한 상담에서 종합적인 피해 구제를 위해 동일한 내용을 담은 지면 매체 보도의 존재를 알려주는 실무 지침을 수행한 결과로 볼 수 있다.

표 31. 최근 3년간 상담매체 유형

(2022. 1. 1. ~ 2024. 12. 31.)

연도	상담 건수	상담매체 유형										
		일간 신문	주간 신문	방송	잡지	뉴스 통신	인터넷 신문	인터넷 멀티 미디어 방송	인터넷 뉴스 서비스	기타	불명	총계
2022	3,329	267 (5.9)	100 (2.2)	713 (15.8)	6 (0.1)	172 (3.8)	1,824 (40.5)	1 (0.0)	477 (10.6)	152 (3.4)	795 (17.6)	4,507 (100)
2023	3,995	423 (7.5)	128 (2.3)	865 (15.3)	12 (0.2)	295 (5.2)	2,285 (40.4)	-	666 (11.8)	172 (3.0)	809 (14.3)	5,655 (100)
2024	4,133	736 (13.1)	153 (2.7)	615 (11.0)	6 (0.1)	257 (4.6)	2,641 (47.1)	-	446 (7.9)	74 (1.3)	685 (12.2)	5,613 (100)

※ () 안의 숫자는 %

※ 매체유형은 중복 응답되는 경우가 있으므로 상담건수와 매체유형의 총계가 불일치

5 상담신청인 유형

상담신청인은 개인 2,921건(70.7%), 일반단체 420건(10.2%), 회사 417건(10.1%), 지자체 및 공공단체 243건(5.9%), 국가기관 67건(1.6%), 교육기관 46건(1.1%), 종교단체 19건(0.5%) 순이다.

개인의 경우 건수와 비중이 늘었으나, 국가기관을 제외한 나머지 다른 신청인 유형의 순서와 비중은 예년과 유사했다. 국가기관의 경우 건수와 비중이 절반 가까이 감소한 점이 눈에 띈다.

표 32. 최근 3년간 상담신청인 유형

(2022. 1. 1. ~ 2024. 12. 31.)

연도	상담 건수	상담신청인 유형						
		개인	일반 단체	회사	교육 기관	종교 단체	국가 기관	지자체 및 공공 단체
2022	3,329 (100)	2,532 (76.1)	194 (5.8)	338 (10.2)	32 (1.0)	20 (0.6)	52 (1.6)	161 (4.8)
2023	3,995 (100)	2,637 (66.0)	364 (9.1)	522 (13.1)	39 (1.0)	23 (0.6)	119 (3.0)	291 (7.3)
2024	4133 (100)	2,921 (70.7)	420 (10.2)	417 (10.1)	46 (1.1)	19 (0.5)	67 (1.6)	243 (5.9)

※ () 안의 숫자는 %

6 상담대상 유형

언론보도는 4,004건(95.4%)으로 상담대상 유형으로서 단연 우위였다. 뒤를 이어, 언론사가 운영하는 유튜브(YouTube) 또는 SNS 등 다양한 플랫폼에 게시된 콘텐츠 중 언론보도 없이 SNS나 유튜브 등에만 자체적으로 게시된 내용(자체 콘텐츠)에 관한 상담이 33건(0.8%), 신문 또는 방송과 동일한 보도 내용이 유튜브 등에도 게시된 콘텐츠(언론보도 전제)가 28건(0.7%), 그리고 포털뉴스 17건(0.4%) 등의 순으로 나타났다. 현행법상 피해구제대상이 신문, 방송 및 인터넷신문 등 매체유형에 한정되어 있어 유튜브 등 온라인 동영상 플랫폼에 대한 피해구제 인식이 부재한 데다, 유튜브를 포함한 다양한 동영상 플랫폼의 콘텐츠를 언론보도로 간주하는 경향이 있더라도 그 원천이라 할 법한 원 보도를 언급하지 않을 수 없는 현실이 투영된 수치로 보인다.

표 33. 상담대상 유형(통계양식 변경 전)

(2022. 1. 1. ~ 2022. 10. 18.)

연도	상담 건수	상담대상 유형						
		원기사	매개 기사	SNS 복제 기사	유사 미디어 콘텐츠	댓글	기타	총계
2022	2,513	2,155 (77.7)	205 (7.4)	43 (1.6)	45 (1.6)	11 (0.4)	315 (11.4)	2,774 (100)

※ () 안의 숫자는 %

표 34. 최근 3년간 상담대상 유형(통계양식 변경 후)

(2022. 10. 19. ~ 2024. 12. 31.)

연도	상담 건수	상담대상 유형						
		언론 보도	포털 뉴스	언론사의 콘텐츠		댓글	기타	총계
				언론 보도 전재	자체 콘텐츠			
2022	816	649 (75.3)	13 (1.5)	26 (3.0)	54 (6.3)	2 (0.2)	118 (13.7)	862 (100)
2023	3,995	3,627 (88.8)	23 (0.6)	37 (0.9)	29 (0.7)	9 (0.2)	358 (8.8)	4,083 (100)
2024	4,133	4,004 (95.4)	17 (0.4)	28 (0.7)	33 (0.8)	8 (0.2)	105 (2.5)	4,195 (100)

※ () 안의 숫자는 %

※ 상담대상은 중복 응답되는 경우가 있으므로 상담건수와 상담대상의 총계가 불일치

※ 2022년 10월 19일부터 상담항목 변경

※ 용어설명

- 유사미디어 콘텐츠 : 블로그나 유튜브 등 SNS에서 언론보도와 유사한 형태의 콘텐츠를 생산한 것
- 언론사의 콘텐츠 : 언론사가 운영하는 SNS(유튜브나 블로그 등)에 전재된 언론보도 또는 자체 콘텐츠

7 피해구제수단

정정 및 반론보도와 손해배상은 상담신청인이 가장 빈번하게 문의하는 피해구제수단으로 각각 3,637건(68.9%), 944건(17.9%)이었다. 열람차단은 264건(5.0%)이었고 정정 및 반론보도, 손해배상과 함께 유의미한 지표를 차지했다.

표 35. 최근 3년간 피해구제수단

(2022. 1. 1. ~ 2024. 12. 31.)

연도	상담 건수	피해구제수단											
		정정 및 반론 보도	추후 보도	손해 배상	열람 차단	기사 수정	기사외 정보 삭제	고소 · 고발	보도 · 배포 금지 청구	강제 집행 절차	기사/ 선거 기사 심의	기타	총계
2022	3,329	2,264 (49.1)	89 (1.9)	914 (19.8)	308 (6.7)	157 (3.4)	34 (0.7)	89 (1.9)	28 (0.6)	8 (0.2)	19 (0.4)	699 (15.2)	4,609 (100)

연도	상담 건수	피해구제수단											
		정정 및 반론 보도	추후 보도	손해 배상	열람 차단	기사 수정	기사외 정보 삭제	고소 · 고발	보도 · 배포 금지 청구	강제 집행 절차	기사/ 선거 기사 심의	기타	총계
2023	3,995	3,148 (61.0)	99 (1.9)	866 (16.8)	247 (4.8)	148 (2.9)	19 (0.4)	84 (1.6)	37 (0.7)	9 (0.2)	8 (0.2)	497 (9.6)	5,162 (100)
2024	4,133	3,637 (68.9)	86 (1.6)	944 (17.9)	264 (5.0)	116 (2.2)	14 (0.3)	48 (0.9)	7 (0.1)	8 (0.2)	11 (0.2)	147 (2.8)	5,282 (100)

※ () 안의 숫자는 %

※ 피해구제수단 유형은 중복 응답되는 경우가 있으므로 상담건수와 피해구제수단의 총계가 불일치

제3절 평가

위원회 「조정대상 매체 기준 논의를 위한 소위원회(2022년)」 활동 결과에 근거해, 유튜브를 필두로 동영상 플랫폼에 전파된 언론보도에 관한 상담과 접수실무를 정교히 하여 원활한 조정심리에 보탬이 됐다. 구체적으로 동영상 플랫폼 콘텐츠 가운데 무엇이 언론보도로 판단돼 조정의 대상이 되는지 상담신청인의 이해를 도왔고, 이에 따라 상담부터 신청서 작성과 접수까지 실무가 막힘없이 진행되도록 안정화했다.

상담신청인 다수가 바랐던 비대면 상담의 효율도 높였다. 위원회가 지닌 공적 기관의 성격과 언론사를 상대로 문제를 제기한다는 부담감 등으로 상담 과정에서 신원 노출을 꺼리는 상담신청인을 위해 비대면 상담 창구의 활성화에 애썼다. 그 결과, 이메일, 홈페이지 게시판, 그리고 이미 제도화된 국민신문고 등을 이용한 상담 건수와 비중이 전년보다 배 이상 증가해 상담신청인의 요구를 얼마간 충족시킬 수 있었다.

다만 법상 신청기간이 도과한 관계로 상담 과정에서 피해구제 조력이 충분하지 못했을 우려를 완전히 해소하지는 못했고, 추후보도 청구에 관한 상담의 경우 2023년 「추후보도청구제도의 효과적 운용을 위한 소위원회 검토보고서」를 토대로 안내하면서도 법제 미비로 인해 청구가 가능한 시점이나 행정소송 등 형사 사건 외 사안에 대해 예측이 가능한 수준까지 상담을 제공하지 못했던 점은 향후 과제로 남는다.

또 당사자를 포함한 상담신청인이 선호하는 비대면 상담의 비중을 예년에 비해 넓힌 것은 사실이지만, SNS를 통해 상담부터 접수까지 진행 상황을 더욱 편리하고 효과적으로 알릴 수 있도록 SNS 알림 기능 등을 도입해 상담신청인의 만족도를 높일 필요가 있다. 더불어, 현행 전자신청시스템의 기능을 확대·개편해 유사 민원 기관이 구축한 전자업무시스템에 준하는 서비스를 제공할 수 있도록 하기 위한 장단기적인 노력도 지속적으로 기울일 예정이다.

제2장

교육프로그램 운영

제1절 개요

위원회는 코로나 엔데믹 전환 이후에도 비대면 및 대면 교육을 병행하면서 상황에 맞는 유연한 운영을 통해 교육 효과를 증진하고 디지털 교육 환경을 강화하여 학습의 연속성과 효율성을 높였다.

특히 2024년에는 수강대상 맞춤형 교육을 운영하고, 유튜브 피해구제 등과 관련한 입법과제에 대한 교육을 지원하는 한편 내부 강의 역량을 강화하는 데 주력했다.

세부적인 교육 실시현황은 다음과 같다.

2024년 위원회는 <언론피해구제 및 예방교육>을 148회, 각급 기관·일반인·대학생·외국인 등 대상으로 별도로 진행한 <연수 프로그램> 교육을 109회 진행하여 총 257회의 교육을 실시하였다.

<연수 프로그램>을 대상으로 구분해 보면 먼저, 언론인 대상으로 진행한 <언론인 전문 연수>와 <지역 언론인 워크숍>은 각 4회 진행되어 총 8회를 실시하였다.

<언론인 전문 연수>는 시정권고 제도 관련 교육을 강화하여 다양한 법익 침해 예방을 위한 교육 내용을 담았고 취재로 대면 참석이 어려운 수강생들의 편의를 위해 대면 2회, 비대면 2회의 혼합 교육방식으로 총 4회를 실시하였다. 또한 생성형 AI 등 미디어 주제에 대한 대외 민감도를 반영해 시의성 있는 주제로 진행하여 교육 수강자들의 만족도를 높였다.

<지역 언론인 워크숍>은 총 4회 실시하였으며, 지역사무소 주도로 해당 지역기자협회와 공동 주최하는 방안으로 워크숍을 기획하였다. 보도로 인한 법익침해 예방, 디지털 저널리즘에 대한 이해를 증진하고 지역 저널리즘 제고에 도움이 되는 정보를 전달하여 지역 언론인의 전문성과 윤리적 역량을 강화하였다.

<예비 법조인 연수>는 전국 법학전문대학원생을 대상으로 여름 및 겨울방학 기간동안 총 2회 실시하였다. <예비 법조인 연수>는 언론법제 및 언론조정제도의 이해를 목표로 한 커리큘럼과 조정심리 참관, 토론회의 구성으로 진행되었고 조정·중재제도와 언론법제 등 실무 위주의 강의를 통해 향후 언론 분야 법조인으로서의 역량을 높일 수 있도록 도왔다.

위원회는 대학생 및 예비언론인을 대상으로 한 <대학생 연수>를 총 4회 실시하였다. 수원대학교 학보사 기자, 성신여자대학교 헌법학회 소속 및 언론인을 지망하는 대학생 등을 대상으로 한 올해 대학생

연수는 위원회 조정·중재제도 관련 강의 및 현직 언론인 특강 등을 통해 진로를 탐색할 수 있는 기회를 제공하였다.

<청소년 언론중재스쿨>은 초·중·고 학생 2,025명을 대상으로 총 81회 실시하였다. 가짜 뉴스가 범람하는 시대에 청소년들이 균형 있고 올바른 정보를 선택할 수 있도록 돕는 미디어 리터러시 관련 교육 내용을 담아 학부모와 교사들의 호응을 받았다.

위원회는 기존 공무원과 외국인 등을 대상으로 실시하던 연수들을 통합해 각급 기관과 단체를 대상으로 <맞춤형 위탁 연수>를 운영하고 있다. 2024년에는 공익활동단체 및 한국농어촌공사, 국방대학교를 대상으로 3회 실시하였고, 호주 캔버라대(University of Canberra) 미디어커뮤니케이션학과 교수 및 학생과 베트남 저널리즘 및 커뮤니케이션 아카데미 관계자를 대상으로 한 외국인 연수를 총 2회 진행하였다.

<일반인 연수>는 장애인, 범죄 피해자 등을 대상으로 4회, 기관 홍보담당자를 대상으로 1회 등 총 5회 진행하였다. <일반인 연수>에서는 범죄 관련 언론 보도로 인한 2차 피해와 법적 구제 방법, 언론보도에 드러난 노인 인식에 대한 이해 등 사회적 약자를 대상으로 교육을 진행하여 차별과 혐오 표현의 대상이 된 사회적 약자의 현실을 공감하는 한편, 보도로 인한 인격권 침해와 관련해 다양한 피해구제 방안을 제시하였다.

한편 제22대 총선을 대비한 <선거기사심의제도 교육>을 총 4회 실시하여 선거기사의 공정성을 제고하는 데 도움을 주고자 하였다.

위원회는 2021년부터 조정·중재제도에 관심 있는 대학(원)생을 대상으로 <모의조정대회>를 매년 개최해 오고 있다. 2024년에는 20개 팀, 총 82명이 참가하여 열띤 경쟁을 펼쳤다. 모의조정대회는 위원회 분쟁해결 노하우를 간접적으로 경험할 수 있는 기회를 제공함과 동시에 대체적 분쟁해결에 대한 이해도를 높이고 위원회와 언론조정제도에 대한 긍정적 이미지를 제고하는데 이바지하고 있다.

올해 위원회는 현직 언론인이 취재보도 현장에서 필요한 언론분쟁 예방 관련 지식을 Q&A 형식으로 정리한 언론인용 교육 교재를 발간하여 법 개정 사항들을 반영하고 기존 내용을 업데이트하였다. 더불어 재편된 교육 과정을 반영하고 QR코드 등을 새롭게 넣은 교육 프로그램 안내 책자를 제작하였다.

그 밖에도 외부 전문가를 통해 청소년 대상 교육자료 템플릿을 제작하여 교육 자료의 가독성과 완성도를 높였다.

표 36. 2024년도 교육 실시현황

(2024. 1. 1. ~ 2024. 12. 31.)

구분	상시접수 교육	연수 프로그램	계
언론인	18	13	31
(예비)법조인	0	2	2
대학생	15	6	21
초·중·고 학생	0	81	81
공무원 등	112	2	114
기업 임직원	3	0	3
기타	0	5	5
계	148	109	257

제2절 주요 추진실적

1 언론피해구제 및 예방교육

2024년 위원회는 상시접수 교육인 <언론피해구제 및 예방교육>을 총 148회 실시하였다. 수강 대상 별로 살펴보면 공무원 등 112회, 언론인 18회, 대학생 15회, 기업 임직원 3회 순이었다.

작년에 비해 전체 교육횟수는 언론인 및 공무원, 대학생을 대상으로 한 교육건수가 다소 감소하여 28회 감소하였다. 한편, 교육 효과를 높이기 위해 다양한 사례를 발굴하여 교육대상별 교육 콘텐츠 제작에 활용하고, 지역사무소에도 이를 공유하는 등 양질의 교육 콘텐츠 생산을 위해 노력하였다.

표 37. 최근 3년간 <언론피해구제 및 예방교육> 실시현황

(2022. 1. 1. ~ 2024. 12. 31. / 단위 : 회)

연도	언론인	학생	공무원 등	기업 임직원	기타	계
2022	24 (649)	18 (443)	111 (5,077)	2 (68)	4 (114)	159 (6,351)
2023	30 (873)	18 (431)	125 (5,850)	3 (31)	0 (0)	176 (7,185)
2024	18 (341)	15 (456)	112 (4,176)	3 (48)	0 (0)	148 (5,021)

* () 안의 숫자는 교육인원

2 언론인 대상 연수

가. 언론인 전문 연수

<언론인 전문 연수>는 인터넷신문윤리위원회 서약사 소속 기자 및 오픈형 모집을 통해 모인 언론인들을 대상으로 총 4회 실시하였다.

참여 언론인들의 특성을 고려해 비대면 2회, 대면 2회를 혼합해 진행하였으며 생성형 AI, 인구변화와 미디어 마케팅의 변화 등 대외 경향을 반영하여 다양한 강의 주제를 선정하였다. 또한 현장에서 필요한 교육 내용을 미리 파악하여 연수에 선반영하고 교육 후 이용만족도 내용을 바탕으로 교육 개선에 반영하였다.

표 38. <언론인 전문 연수> 실시현황

(2024. 1. 1. ~ 2024. 12. 31.)

과정명	일자	대상	인원
제1차 언론인 전문 연수	6. 13.	인터넷신문윤리위원회 서약사 소속 기자	18명
제2차 언론인 전문 연수	9. 30.	인터넷신문윤리위원회 서약사 소속 기자	17명
제3차 언론인 전문 연수	10. 29.	언론인	28명
제4차 언론인 전문 연수	11. 28.	인터넷신문윤리위원회 서약사 소속 기자	25명

언론인 전문 연수



나. 지역 언론인 워크숍

위원회는 <지역 언론인 워크숍>을 경남·울산(6월), 대구·경북(10월), 충북(11월), 제주(11월)에서 총 4회 개최하였다. 지역 언론인의 취재 역량 강화와 언론분쟁 예방을 위한 지식 함양을 목적으로 개최되었으며 강의 후 간담회를 통해 교육 관련 요청사항 등에 대한 질의·응답 등 의견을 교환하였다.

표 39. <지역 언론인 워크숍> 실시현황

(2024. 1. 1. ~ 2024. 12. 31.)

과정명	일자	대상	인원
제1차 지역 언론인 워크숍	6. 21.	경남울산기자협회 회원사 기자	35명
제2차 지역 언론인 워크숍	10. 8.	대구경북기자협회 회원사 기자 등	10명
제3차 지역 언론인 워크숍	11. 15.	충북기자협회 회원사 기자	15명
제4차 지역 언론인 워크숍	11. 28.	제주 지역 기자 등	13명



3 예비 법조인 연수

위원회는 법학전문대학원생 실무수습의 일환으로 <예비 법조인 연수>를 실시하고 있다.

올해 예비 법조인 연수에서는 언론법제 및 언론조정제도 관련 강의, 조정심리 참관, 토론회 등 다양한 커리큘럼을 통해 연수생들이 언론 분야 예비 법조인으로서의 소양을 쌓을 수 있도록 하였다.

표 40. <예비 법조인 연수> 실시현황

(2024. 1. 1. ~ 2024. 12. 31.)

과정명	일자	대상	인원
제1차 예비 법조인 연수	1. 29. ~ 2. 2.	전국 법학전문대학원생	25명
제2차 예비 법조인 연수	8. 19. ~ 8. 23.	전국 법학전문대학원생	23명



4 대학생 연수

위원회는 올해 총 4회의 대학생 연수를 실시하였다. 내·외부 강사를 활용한 언론법제 교육에 더하여 기자, 앵커 등 현직 언론인을 강사로 하여 언론 분야 진로를 모색하는 대학생들에게 실질적인 도움이 되는 커리큘럼으로 교육을 실시하였다.

표 41. <대학생 연수> 실시현황

(2024. 1. 1. ~ 2024. 12. 31.)

과정명	일자	대상	인원
제1차 대학생 연수	2. 20. ~ 2. 21.	전국 대학생	30명
제2차 대학생 연수	7. 24.	성신여자대학교 헌법학회 대학생	15명
제3차 대학생 연수	8. 7.	수원대학교 학보사 기자	14명
제4차 대학생 연수	8. 12.	전국 대학생	26명



5 청소년 언론중재스쿨

위원회는 초·중·고 학생 등 청소년들을 대상으로 언론의 자유와 책임, 가짜뉴스 판별법, 미디어 리터러시 교육 내용 등을 담은 <청소년 언론중재스쿨> 프로그램을 운영하고 있다.

수강자들이 학생인 점을 고려해 위원회 캐릭터와 관련 동영상들을 활용해 교육 내용을 이해하기 쉽게 기획하고 있으며, 일반적인 오보 유형을 단순 전달하는 것에서 그치지 않고 어뷰징 기사, 가짜뉴스 등 최근 미디어 양상을 반영해 수강자 맞춤형교육을 실시하였다.

6 맞춤형 위탁 연수

위원회는 각급 기관의 신청을 받아 기관 맞춤형 커리큘럼을 제공하는 <맞춤형 위탁 연수>를 실시하고 있다. 2024년에는 공익활동단체 히어로즈, 한국농어촌공사, 국방대학교와 연계하여 3회 연수를 실시하였고, 호주 캔버라대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수 및 학생과 베트남 저널리즘 및 커뮤니케이션 아카데미 관계자를 대상으로 하는 외국인 연수를 포함, 총 5회를 실시하였다.

표 42. <맞춤형 위탁 연수> 실시현황

(2024. 1. 1. ~ 2024. 12. 31.)

과정명	일자	대상	인원
제1차 맞춤형 위탁 연수	1. 12.	공익활동단체 히어로즈 교육생	24명
제2차 맞춤형 위탁 연수	5. 29.	한국농어촌공사 전남지역본부 홍보담당자 29명	29명

과정명	일자	대상	인원
제3차 맞춤형 위탁 연수	10. 15. ~ 10. 16.	국방대학교 안보과정 학생	216명
제1차 외국인 연수	5. 22.	호주 캔버라대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수 및 학생	14명
제2차 외국인 연수	8. 27.	베트남 저널리즘 및 커뮤니케이션 아카데미 관계자	16명

맞춤형 위탁 연수



외국인 연수



7 일반인 연수

위원회는 장애인 보호자 및 장애인 시설 종사자, 범죄 피해자 및 관련 기관 종사자, 노인복지 기관 종사자 등 사회적 약자를 주요 대상으로 <일반인 연수>를 실시하였다.

언론분쟁 예방을 위한 교육과 함께 차별 금지 관련 시정권고 사례를 바탕으로 혐오·차별적 표현 예방교육을 실시하고, 언론보도 속 사회적 약자에 대한 인식 개선 방안에 대해 논의하는 시간을 가졌다.

표 43. <일반인 연수> 실시현황

(2024. 1. 1. ~ 2024. 12. 31.)

과정명	일자	대상	인원
제1차 일반인 연수	3. 29.	장애인 보호자, 장애인 시설·단체 종사자 등	27명
제2차 일반인 연수	6. 14.	범죄 피해자 및 관련 기관 종사자 등	26명
제3차 일반인 연수	7. 18.	일반 시민 및 사무처 직원 등	70명
제4차 일반인 연수	9. 9.	각 기관 홍보 담당자 등	37명
제5차 일반인 연수	12. 6.	노인복지 기관 종사자 등	15명

일반인 연수



8 선거기사심의제도 교육

위원회는 선거기사심의제도 교육을 연간 총 4회 실시하였다. 제22대 국회의원 선거를 앞두고 상반기에 개별 언론사 대상으로 2회, 한국언론진흥재단/재단 광주지사 의뢰로 2회 실시하였으며 공정한 선거 보도를 위한 관련 심의기준 및 사례 중심교육을 진행하였다.

표 44. <선거기사심의제도 교육> 실시현황

(2024. 1. 1. ~ 2024. 12. 31.)

교육신청인	일자	대상	인원
한국언론진흥재단	1. 17.	언론인	28명
파이낸셜뉴스	2. 23.	총선TF팀 구성원	20명
한국언론진흥재단 광주지사	2. 27.	지역 주간신문 기자	20명
JTBC	3. 25.	총선거획단	20명

9 모의조정대회 개최

위원회는 창립 40주년이었던 2021년부터 조정·중재제도에 관심 있는 대학(원)생을 대상으로 <모의조정대회>를 매년 개최하고 있다. 2024년에는 20개 팀, 총 82명이 참가하여 열띤 경쟁을 펼쳤다. 모의조정대회를 통해 참가자들에게 위원회의 분쟁해결 노하우를 공유하고 대체적 분쟁해결 분야의 진로 탐색 기회를 제공하는 한편 위원회 제도에 대한 긍정적 인식을 심어주는 계기를 마련하고 있다.



10 언론인 교육 교재 제작

위원회는 <언론인 교육 교재(알면 유용한 언론분쟁 Q&A)>를 핸드북으로 제작하여 위원회 조정제도에 관한 안내와 법 개정사항들을 업데이트하고 언론분쟁의 예방 및 원만한 해결을 위한 내용을 질의응답 형식으로 상세하게 담았다.

언론인 교육 교재



11 교육안내 리플렛 제작

위원회는 변경된 현 교육 과정을 반영하여 예비 수강생들이 위원회가 제공하는 교육프로그램을 한눈에 쉽게 이해하고 편리하게 교육신청을 할 수 있도록 교육안내 리플렛을 새로 제작하였다.

제작된 리플렛은 교육 수강자뿐 아니라 신청인 및 피신청인, 민원인들에게도 배포하여 교육 홍보에 활용할 예정이다.

교육안내 리플렛

언론중재위원회 교육프로그램 안내

신청방법
위원회 홈페이지에서 신청
(<http://www.pac.or.kr>)

교육비용
없음

교육수료
과제별 수료 기준시간 이수 시 수료증 발부

교육문의
연구교육본부 교육팀
Tel. 02-397-3062-7 / Fax. 02-397-3049
E-mail. edu@pac.or.kr

언론중재위원회
Press Arbitration Commission

04020 서울특별시 중구 세종대로 124 프레스센터빌딩 15층
전화 | 02-397-3914
언론피해상담 | 02-397-3000ARS 안내 시 1번
홈페이지 | <http://www.pac.or.kr>

이 책자는 '방송통신위원회의 방송통신발전기금'을 지원받아 제작한 것입니다.
저작권법에 따라 본 책자 내용의 무단 복제와 전재 및 상업적 이용을 금합니다.

Press Arbitration Commission
Education Program Guide



언론중재위원회 교육프로그램 안내

언론 보도로 인한 피해 예방 및 대처 노하우!
언론중재위원회에서 알려드립니다.











언론중재위원회
Press Arbitration Commission

12 교육 PPT 개발

위원회는 외부 전문가에게 의뢰하여 청소년 대상 강의에서 자주 활용되는 콘텐츠에 대한 PPT 템플릿을 개발하였다. 위원회 캐릭터 ‘어니’를 활용하여 시각적 친근함을 더했고 PPT의 통일성과 가독성을 높여 대상별 맞춤형 교육에 유용하게 활용될 것으로 기대된다.

교육 PPT 개발

언론중재위원회

2024. 11

사례를 통해 알아보는 언론 피해 구제 제도



유튜브 등 콘텐츠의 조정대상 여부

언론중재위원회 소위원회 가이드라인

❓ 시사·정치 주제를 다루는 유튜브를 '뉴스'로 간주할 것인가?

언론사가 운영하는 유튜브 채널의 보도	조정대상 불요
연인조 제공자가 언론사인지 모호하거나 언론사와 유사한 경우	
'뉴스 전문'을 표방한다면	판단 유보
'뉴스 전문'을 표방하지 않는다면	조정대상 필요함

언론중재위원회

제3절 평가

2024년 위원회는 수강대상 맞춤형 교육을 운영하고, 유튜브 관련 피해구제 등 주요 입법과제 등에 대한 교육을 지원하였으며 내부 교육 역량을 강화하는 데 주력했다. 위원회 교육사업의 성과를 세부적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 수강대상 맞춤형 교육을 운영하였다.

제22대 총선 대비 선거기사의 공정성 제고를 위한 교육을 실시하였으며 정기 회의를 통해 대상별 교육 사례를 발굴하는 등 교육 콘텐츠 적합성을 향상시켰고, 만족도 조사를 확대하여 파악된 개선요구 사항을 교육에 적시 반영하였다.

둘째, 입법과제 등에 대한 교육을 지원하였다.

유튜브 등 피해구제, 중재부 증설, 추후보도청구권 확대 등 주요 입법과제 내용을 교육에 반영하고 이해관계자의 인식을 환기시키는 동시에 장애인, 범죄피해자, 고령자 등 사회적 약자를 대상으로 한 차별 금지 관련 교육을 확대하였다.

셋째, 위원회 내부 교육 역량을 강화하였다.

연수 프로그램의 강사로 특정 주제에 전문성을 갖춘 직원을 적극 활용하여 내부 강의역량을 제고하였고 지역사무소 주도로 언론인 워크숍을 개최하는 등 지역사무소의 교육 사업에 대한 참여와 협력을 증진시켰다.

2025년에는 교육 서비스 접근성을 개선하고 교육 업무를 전문화하는 동시에 외부 교류협력을 강화할 예정이다. 먼저 교육 서비스 접근성 개선의 일환으로 군소 언론사 교육을 강화해 지역 인터넷신문 등 개별 교육이 어려운 소규모 언론사를 대상으로 오픈형 비대면 교육을 실시할 예정이다. 또한 대학생 연수를 수도권 위주에서 비수도권으로까지 범위를 확대하고 유튜브 뉴스 콘텐츠 제작자를 대상으로 인격권 침해 예방 및 저널리즘 교육을 실시할 계획이다. 더불어 위원회 홈페이지를 통한 교육신청 방법을 직관적으로 변경하여 이용자 친화적인 웹페이지를 구축하고자 한다.

한편 교육 전문화 및 외부 교류협력 강화 차원에서 연구센터가 생산하는 다양한 연구 결과물을 가공해 교육자료로 활용하고 언론사 고충처리인을 대상으로 연수를 실시하여 위원회 조정제도에 대한 이해도를 향상시키는 동시에 대학(원)생 대상 언론법 특강을 유관학회와 공동 주최하는 방안 등을 추진할 계획이다.

언론피해구제제도 조사·연구

제1절 개요

위원회는 언론피해구제제도의 발전을 위해 언론법제 및 인격권과 관련한 다양한 이슈에 대해 시의성 있는 의제를 설정하여 관련 조사 및 연구를 진행하고, 그 결과물을 <미디어와 인격권>, <언론중재>, <언론관련판결 분석보고서>, <해외언론법제연구보고서> 등 간행물로 발간하는 한편 토론회 등 학술 행사를 실시해 오고 있다.

위원회는 동영상 플랫폼을 넘어서 중요한 정보 전달 채널로 자리 잡은 유튜브의 저널리즘적 특성과 공론장에서의 역할을 분석하는 한편, 인격권 침해 및 여론 왜곡 등과 같은 문제들에 대한 현행 법적 대응 체계의 한계를 해소할 수 있는 입법적 대안을 모색하기 위해 전문가를 초빙해 <유튜브 저널리즘과 인격권 침해, 어떻게 대응할 것인가>를 주제로 토론회를 개최하였다.

토론회 외에도 위원회는 연 3회 발간되는 한국연구재단 등재학술지 <미디어와 인격권>을 통해 표현의 자유와 미디어 규제 간의 균형, 생성형 AI와 알고리즘 발전, 미디어 플랫폼의 변화와 쟁점 등에 관한 논문을 수록하여 변화해 가는 미디어 환경에서 인격권과 피해구제 관련 이슈를 폭넓게 다루기 위하여 노력하였다.

또한 연 4회 발행되는 <언론중재> 계간지에서도 디지털 시대 선거보도와 규제, 미디어 입법 이슈와 과제, '사이버 레커' 논란, 미디어 법제 리뷰와 전망 및 언론 관련 판례 소개 등 다양한 언론법제 정보와 커뮤니케이션 의제에 대한 원고를 수록하여 언론계의 각종 이슈에 관한 참고자료를 제공하는 데 주력하였다.

제2절 주요 추진실적

1 조사·연구 문헌 발간

가. 등재학술지 <미디어와 인격권>

위원회는 미디어 내용 규제와 표현의 자유, 디지털 심화 시대의 저널리즘과 인격권, 다변화된 미디어

플랫폼의 현실과 쟁점을 2024년 학술지 <미디어와 인격권> 기획 주제로 선정하여, 급변하는 미디어 환경에서 인격권과 관련된 다양한 이슈에 대한 논의의 장을 마련하는 데 기여했다.

제10권 제1호에서는 디지털 시대의 주요 과제 중 하나인 표현의 자유와 미디어 규제 간의 균형을 모색하는 논의가 이루어졌다. 특히 광고 실증제도가 사업자에게 과도한 부담을 주어 표현의 자유를 위축시킬 가능성을 지적하며, 헌법의 사전검열 금지 원칙을 기준으로 실증제도의 문제점을 분석했다.

제10권 제2호에서는 생성형 AI와 알고리즘의 발전이 저널리즘과 디지털 세계 전반에 미치는 영향을 분석하며, 저널리즘의 윤리적 기준과 자율규제의 필요성을 강조했다. 유럽연합의 개인정보보호법(GDPR)에서 규정하고 있는 ‘잊힐 권리’를 중심으로 프라이버시와 알 권리 간의 균형을 논의하며, 디지털 발자국 관리와 기본권 보장을 위한 법적·윤리적 접근을 모색하였다.

제10권 제3호에서는 미디어 플랫폼의 변화와 쟁점을 기획 주제로 삼아 다양한 논의를 전개하였다. 이 호에서는 미국의 청소년 소셜미디어 이용규제와 이에 따른 헌법적 논쟁을 다루며, 강제적 본인확인제와 부모 동의 요구가 청소년의 표현의 자유와 기본권에 미치는 영향을 검토하였다. 또한 허위 영상물의 제작 및 유포가 성적 인격권을 침해하는 방식을 분석하고, 성폭력처벌법 개정의 효과를 평가하며 피해자 보호와 법적 개선의 필요성을 제시하고자 했다.

2024년 등재학술지 <미디어와 인격권> (제10권 제1호~제3호) 수록 논문

ISSN 2465-9207	ISSN 2465-9207	ISSN 2465-9207
미디어와 인격권 Journal of Media and Defamation Law	미디어와 인격권 Journal of Media and Defamation Law	미디어와 인격권 Journal of Media and Defamation Law
【기획논문】 미디어 내용 규제와 표현의 자유 표현의 자유를 제한하는 광고 실증제도에 대한 비판적 검토 양소연 미디어 콘텐츠에 대한 공동규제 - 독일에서의 ‘규제된 자율규제’ 시사점을 중심으로 - 심영섭	【기획논문】 디지털 사회 시대의 저널리즘과 인격권 인공지능 시대의 저널리즘 원칙 - 언론 관련 법률과 인공지능 저널리즘의 관계를 중심으로 - 박지현 디지털 시대의 잊힐 권리와 개인정보자기결정권에 관한 규정의 분석 - 유럽연합(GDPR, Art. 17) 및 WOE v. Germany 판례의 함의에 대해 - 이행정 · 권명준 【연구논문】 독일 미디어국가법(Medienstaatsgesetz)상 언론보도 청구제도에 관한 연구 이수준	【기획논문】 다변화된 미디어 플랫폼의 현실과 쟁점 미국의 청소년 소셜미디어 이용규제와 헌법적 논쟁 정호성 미디어 플랫폼 속 성적 인격권 침해 - 피해자 보호 방안 모색을 중심으로 - 한현정 【연구논문】 전자통신사업법상 통신 이용자 정보 제공 요청 규정의 성립 및 개선 연구 이재훈 발전·진보, 혁신 행위를 위한 제재 규제 제정당성과 유형 입제 검토 장재영
제10권 제1호 2024	제10권 제2호 2024	제10권 제3호 2024

구분	저자	논문제목
제1호	양소연	표현의 자유를 제한하는 광고 실증제도에 대한 비판적 검토
	심영섭	미디어 콘텐츠에 대한 공동규제 - 독일에서의 ‘규제된 자율규제’ 시사점을 중심으로 -

구분		저자	논문제목
제2호	기획 논문	박아란	인공지능 시대의 저널리즘 원칙 - 언론 관련 판결과 인공지능 가이드라인 분석을 중심으로 -
		이현정, 전형준	디지털 시대의 잊힐 권리와 개인정보자기결정권에 관한 규범적 분석 - 유럽인권재판소 M.L. and W.W. v. Germany 판례의 분석과 함께 -
	연구 논문	이수종	독일 미디어국가협약(MStV)상 반론보도 청구제도에 관한 연구
제3호	기획 논문	진호성	미국의 청소년 소셜미디어 이용규제와 헌법적 논쟁
		한민경	미디어 플랫폼 속 성적 인격권 침해 - 허위영상물 편집·반포를 중심으로 -
	연구 논문	이희훈	전기통신사업법상 통신 이용자 정보 제공 요청 규정의 쟁점 및 개선 연구
		정애령	불법콘텐츠 확산 방지를 위한 매개자 규제의 정당성과 유럽 법제 검토

나. 계간 <언론중재>

계간 <언론중재>는 위원회 창립 이래로 꾸준히 발간되어 미디어법제 관련 전문 잡지로 자리잡아왔다. 2024년 <언론중재>는 제22대 총선을 전후로 선거보도 관련 법제 및 미디어 입법 이슈를 다룬 데 이어 주요 미디어법제 흐름을 정리하고 전망해보았다.

대표 코너 [Focus on Media]에서는 디지털 시대 선거보도와 규제, 미디어 입법 이슈와 과제, ‘사이버 레커’ 논란, 미디어법제 리뷰와 전망 등을 다루었다.

[주목할 만한 해외언론법제] 코너에서는 발효를 목전에 둔 「유럽미디어자유법」의 함의를 살펴보고, 미 연방대법원 ‘Murthy v. Missouri’ 판결을 통해 정부가 온라인상의 다양한 위협에 대해 소셜미디어 플랫폼에 통보 및 단속을 요청할 수 있는 권리를 확인하였다. 또한 「디지털서비스법」에 따라 출범한 법정외 분쟁해결 기관인 ‘EU소셜미디어 중재기관(Appeals Centre Europe)’의 기능과 향후 전망을 담았다.

한편 2024년 개편한 [AI 시대의 미디어 이야기] 코너에서는 생성형 인공지능과 저널리즘, 유럽연합 인공지능법이 언론 산업에 주는 도전과 기회, 우리 AI기본법안 입법 논의 등을 심도있게 다루었다.



호 수	주 요 내 용
2024년 봄호 (통권 170호)	[Focus on Media 디지털 시대 선거보도와 규제] 1. 디지털 시대 선거보도 규제 법제의 쟁점과 진단 (이승선 충남대 언론정보학과 교수) 2. 디지털 환경 속 선거보도 심의 개선을 위한 입법 과제 (표시영 강원대 미디어커뮤니케이션학과 교수) 3. 동영상 플랫폼의 선거보도 콘텐츠 규제 방안 (김익현 지디넷코리아 미디어연구소장) [사건 속 법률] 한 유명 배우의 인격에 가해진 '알 권리'라는 이름의 폭력 (류신환 법무법인 지향 변호사) [주목할 만한 해외언론법제] 프랑스, '국가적 의제' 중요성 돋보이는 선거 여론조사 규제 (박태순 성균관대 초빙교수·파리1대학 정치학 박사) [AI 시대의 미디어 이야기] 생성 인공지능과 저널리즘 (구본권 한겨레신문 사람과디지털연구소장) [칼럼 언론법학자의 시선] 우연히 일어나기를 바라는 사건 ① (염규호 미국 오리건대 조나단 마샬 수정헌법 제1조 석좌교수)



호 수	주 요 내 용
2024년 여름호 (통권 171호)	[Focus on Media 제22대 국회 개원, 미디어 입법 이슈와 과제] - 미디어 생태계를 위한 거버넌스 방향 (이민규 중앙대 미디어커뮤니케이션학부 교수) ‘통합미디어법’의 입법 방향에 대한 제언 (이영주 서울과학기술대학교 IT정책전문대학원 교수) - 포털 뉴스서비스 법제화에 대한 쟁점과 방향 (김위근 퍼블리시 최고연구책임자, 언론학박사) [사건 속 법률] 미디어 자살유발 콘텐츠, 언론의 현주소는? (안현덕 서울경제신문 법조전문기자) [주목할 만한 해외언론법제] 「유럽미디어자유법」의 이해와 함의: 초연결시대, 다시 언론의 독립성을 위하여 (박찬경 경북대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수) [AI 시대의 미디어 이야기] “그래서 인공지능(AI)을 어디에 사용해야 할까요?” (송해엽 국립군산대학교 미디어문화학부 교수) [판례토크] 방송 ‘자막 논란’ 사건의 1심 판결에 대하여 (장윤미 법무법인 메타 변호사) [칼럼 언론법학자의 시선] 우연히 일어나기를 바라는 사건 ② (염규호 미국 오리건대 조나단 마셜 수정헌법 제1조 석좌교수)



호 수	주요 내용
2024년 가을호 (통권 172호)	[Focus on Media 반복되는 '사이버 레커' 논란: 진단과 대응] 1. 언론법 '外典' 여론篇: 유튜브와 사이버 레커 (서명준 언론중재위원회 연구팀·독일 베를린자유대 언론학 박사) 2. 유튜브 제국의 네트워크 경제와 사이버 레커 정책 (이지은 법률사무소 리버티 대표변호사·前 언론중재위원) 3. 사이버 레커로 인한 피해의 법적 대응 방향 (서보건 영남대학교 법학전문대학원장)
	[사건 속 법률] 진화하는 온라인 사칭과 세 개의 문(門) (서유경 법률사무소 아티스 대표변호사·법학박사)
	[주목할 만한 해외언론법제] 정부는 소셜 미디어 플랫폼에 오정보 단속을 요청할 수 있나? (상윤모 성신여자대학교 미디어커뮤니케이션학과 부교수)
	[AI 시대의 미디어 이야기] 유럽연합(EU) 인공지능법이 언론 산업에 주는 도전과 기회 (심소연 국회도서관 법률자료조사관(EU법)·법학박사)
	[판례토크] 온라인 '외모 지칭' 표현, 명예훼손 될까 (김주연 법무법인 시화 변호사)
	[특별기고] 피의자 신상정보 공개 논란: 세계의 경험과 우리 (박용상 변호사·前 언론중재위원장)



호 수	주 요 내 용
2024년 겨울호 (통권 173호)	[Focus on Media 2024 미디어법제 리뷰와 전망] 1. 미디어 플랫폼이 언론자유 법리에 던지는 도전과 과제 (이인호 중앙대학교 법학전문대학원 교수) 2. 「미디어자유법」과 「디지털서비스법」: 유럽의 미디어 질서 재편 (최진응 국회입법조사처 입법조사관) 3. 미디어의 새로운 규범적 가치와 규제 혁신 (노창희 디지털산업정책연구소장·언론학박사) [사건 속 법률] ‘딥페이크’ 관련 법적 책임과 실무상의 주요 쟁점 (박상오 법무법인(유한) 바른 변호사) [주목할 만한 해외언론법제] EU 소셜미디어 중재기관 설립의 함의와 전망 (김현귀 한국해양대학교 해사법학부 교수) [AI 시대의 미디어 이야기] AI기본법안과 ‘제3의 길’: 진흥과 규제 사이 (강지원 김·장 법률사무소 외국변호사(미국 뉴욕주)) [판례토크] <제국의 위안부> 재판, ‘학문적 표현’과 ‘명예훼손’ (김주연 법무법인 시화 변호사) [칼럼 언론법학자의 시선] 한 헌법학자의 언론법 탐구 여적(餘滴) (성낙인 前 서울대학교 총장)

다. <2023년도 언론관련판결 분석보고서>

위원회는 법원에서 판시한 언론 관련 판결의 핵심 법리를 위원회 내부 조정·중재 업무에 반영하고 대외적으로 언론법제연구와 언론분쟁해결의 주요 참고자료를 제공하기 위해 매년 각급 법원의 언론관계 민사판결을 수집·분석한 <언론관련판결 분석보고서>를 발간하고 있다. 이 보고서를 통해 미디어 환경 변화에 따른 언론 소송의 다양화, 다채널화 경향을 파악할 수 있고, 중요한 언론관련판결 법리에 대한 이해도도 높일 수 있는 기회가 되고 있다.

7월 말에 발간된 언론관련판결 분석보고서에서는 2023년도에 선고된 언론보도로 인한 명예훼손, 인격권 침해 관련 민사판결 169건을 분석한 내용과 함께 주목할 만한 법리 등이 담긴 주요 판결 22건의 전문을 수록하였다.

보고서에는 분석 대상 판결의 원고유형별 소송건수 및 승소율, 공적 인물 유형별 승소율, 손해배상 인용액, 최근 3년간 심급별 결과 분석 등 통계 분석 내용을 게재했으며, 2023년에 법원이 위원회 직권조정결정 후 법원 소송으로 전환된 사건에 대한 판결 결과를 취합하여 정리하였다.

이번 보고서에서는 날로 커져가는 유튜브의 영향력을 알아보기 위해 언론사가 운영하는 유튜브를 제외한 순수 유튜브 채널을 상대로 제기된 명예훼손 소송 판결 15건을 분석하였다. 분석 결과, 손해배상 청구(정정보도 및 영상삭제 포함)가 10건으로 가장 많았고, 영상삭제 청구가 6건이었다. 손해배상 인용건수는 6건으로, 인용액은 1,000만 원에서 2,000만 원으로 분포했다. 법원은 순수 유튜브 대상 판결문에서 채널 운영자들이 광범위하고 신속한 전파력을 가지는 유튜브 채널을 통한 동영상 제작 및 배포 시 내용과 표현 방법에 세심한 주의를 기울여야 하고 진실 확인 노력이 필요하다고 판시했다.

2023년도 언론관련판결 분석보고서



라. <2024년도 해외언론법제연구보고서>

위원회는 미디어와 인격권 보호 등에 관한 해외 현황, 관련 이론 및 판례 등을 조사하여 매년 연구보고서를 발간하고 있다.

이번 보고서는 최근 증가하고 있는 언론의 차별적 보도에 대한 국내외 관련 법규범을 살펴보고, 국내외 현황, 사례 비교 등을 통해 차별적 보도의 규제 실태를 분석하고자 하였다. 특히 우리 위원회 시정권고제도의 규범적 가치와 법의 침해 방지 기능 및 효과 등에 대해 검토하는 한편, 심의조항 등에 대해 고찰함으로써 기존의 명예훼손죄나 모욕죄의 법리로써 규제할 수 없는 차별적 보도 행위에 대한 규범적 개선 방안을 제시하고자 하였다.

위원회는 한국언론학회와 협력하여 ‘차별적 언론보도 관련 국내외 법규범 및 사례 분석’을 주제로 연구용역을 진행하여 2024년도 <해외언론법제연구보고서>를 발간하였다.

책임연구를 맡은 동국대학교 이호규 교수는 언론사의 자정 노력에는 한계가 있기 때문에 일부 국가에서는 언론평의회 등을 통해 시정 조치가 이뤄지고 있으며, 언론은 ‘사회적 통제’ 및 ‘사회적 결속’ 기능 수행을 위해서 언론보도에서 공정하고 정확한 내용을 제공해야 하고 표현에서도 암묵적인 차별을 내포해서는 안된다고 지적했다.

연구진은 한국, 독일, 영국, 일본 그리고 유럽연합을 중심으로 차별적 언론보도 관련 법규범을 조사하고, 다양한 시정 사례를 종합 요약하였다.

결론적으로 연구진은 사회 균형 추구를 위한 언론의 사회적 역할을 강조하면서, 첫째, 차별적 언론보도 시정권고에 대한 대외홍보 강화, 둘째, 국가별 규제 접근방식과 윤리강령의 정비, 셋째, 국제적 협력 네트워크 구축의 필요성, 넷째, 차별적 언론보도로 인한 피해사례 접수제도의 활성화, 다섯째, 언론의 차별적 보도에 대한 학술연구 장려가 필요하다는 정책 제언을 제시하였다.



<2024년도 해외언론법제연구보고서> (제8호) 개요

2024년도 해외언론법제연구보고서	
주 제	차별적 언론보도 관련 국내외 법규범 및 사례 분석
연구진	책임연구원 - 이호규(동국대학교) 공동연구원 - 김범수(부산대학교)
목 차	제1장 서론 제2장 차별적 언론보도와 표현의 자유에 관한 논의 제3장 차별적 언론보도 관련 법규범 현황 및 동향 제4장 차별적 언론보도 시정권고 사례 분석 제5장 결론 : 표현의 자유와 사회적 책임 구현을 위한 제언

2 토론회 개최

가. 토론회

구글이 운영하는 유튜브는 중요한 뉴스 소비 공간으로 자리 잡았지만, 유튜브 공간은 여론 왜곡이나 인권권 침해 등 여러 가지 문제를 낳고 있다. 특히, 유튜브 뉴스 콘텐츠가 현행 언론중재법의 적용 대상이 아니어서 신속한 피해구제의 공백 문제가 발생하고 있다. 이에 위원회는 유튜브 저널리즘적 콘텐츠

관련 현행 대응 체계의 한계를 논의하며 이를 개선하기 위한 입법적 대안을 모색하기 위해 ‘유튜브 저널리즘과 인격권 침해, 어떻게 대응할 것인가’를 주제로 2024년도 토론회를 개최했다.

심미선 순천향대 미디어커뮤니케이션학과 교수의 사회로 진행된 토론회는 유현재 서강대 신문방송학과 교수와 권형돈 공주대 법학과 교수가 각각 발제를 맡았으며, 김민정 한국외대 미디어커뮤니케이션학부 교수, 정경석 법무법인 리우 파트너 변호사, 허란 한국경제신문 사회부 차장, 김주용 위원회 연구교육본부장이 지정토론자로 열띤 토론을 펼쳤다.

먼저 ‘유튜브 저널리즘의 특성과 공론장의 개선 과제’ 주제로 발표한 유현재 교수는 우리나라에서 유튜브가 대세로 등장했다고 진단했다. 유 교수는 대중 다수가 뉴스 콘텐츠를 유튜브에서 소비하고 있는 시대가 되었고 유튜브는 일반 대중에게 언론으로 인식되고 있다고 밝혔다. 유 교수는 유튜브가 조회수와 구독자를 늘려서 수익을 추구하므로 자극적이고도 정파적일 수밖에 없다면서 우리나라도 유튜브 등 거대 플랫폼에 대한 대응 체계를 마련해야 한다고 주장했다.

이어서 ‘현행 대응 체계의 한계와 언론중재법 적용 방안’에 대해 발표한 권형돈 교수는 유튜브가 인터넷에서 허위 정보나 명예훼손적 콘텐츠를 확산하는데 가장 강력한 매체 중 하나가 되었고, 이에 따라 유튜브 규제 강화에 대한 당위성이 힘을 얻고 있다고 밝혔다. 다른 매체와 마찬가지로 유튜브 역시 국민의 의사 형성에 기여하는 경우 헌법상 표현의 자유의 수단으로서 언론 매체에 포함될 수 있다고 지적하면서, 현행 법규 미비에도 불구하고 법원은 상당수 유튜브 관련 판결에서 언론사의 기사와 유튜브나 소셜 미디어상의 보도형식 콘텐츠를 사실상 같은 언론의 범주로 보는 판결을 내놓고 있다고 밝혔다. 권 교수는 유튜브 등 동영상 플랫폼을 통한 뉴스 콘텐츠의 생산과 소비가 늘어나면서 변화하는 미디어 환경에 대응할 수 있는 법률 개정이 필요하다고 주장했다.

지정토론에서 김민정 교수는 일반 개인이 제작한 유튜브 뉴스와 ‘인플루언서’가 제작한 뉴스는 구별해야 한다면서 대규모 구독자 기반으로 대중적 영향력이 큰 채널 운영자는 언론조정 대상으로 포함시켜야 한다고 주장했다. 정경석 변호사는 구글의 한국 지사인 구글 코리아에 대해 송달이나 이용자 정보 공개 청구 등 직접적으로 법 적용을 할 수 있는 방안이 필요하다고 말했다. 허란 차장은 뉴스 채널을 표방하는 유튜버들은 이미 언론의 역할을 하고 있는 이상 그에 걸맞은 책임과 의무를 져야 한다고 주장했다. 김주용 본부장은 방송 등의 제호를 내걸고 여론형성 과정에 참여하려는 의도를 공공연히 피력하는 유튜브 뉴스 콘텐츠들은 공중(公衆)에의 지향성을 분명히 드러내고 있는 것이므로 EU의 판결례 등에서 언급하고 있는 ‘저널리즘 활동’에 해당할 가능성이 높다면서, 이런 콘텐츠들은 원칙적으로 언론중재법 적용 대상으로 삼을 필요가 있다고 밝혔다.

2024년도 토론회 개최현황

일 자	2024. 12. 4.
장 소	한국프레스센터 18층 서울클럽홀(구 외신기자클럽)
주 제	• 대주제 : 유튜브 저널리즘과 인격권 침해, 어떻게 대응할 것인가 - 제1주제 : 유튜브 저널리즘의 특성과 공론장의 개선과제 - 제2주제 : 현행 대응체계의 한계와 언론중재법 적용방안 • 사회자, 발제자 및 지정토론자 - 사회자 : 심미선(순천향대 미디어커뮤니케이션학과 교수, 전 중재위원) - 발제자 - 제1주제 : 유현재(서강대 신문방송학과 교수) - 제2주제 : 권형돈(공주대 법학과 교수) - 지정토론자(가나다순) - 김민정(한국외대 미디어커뮤니케이션학부 교수) - 김주용(언론중재위원회 연구교육본부장, 언론학 박사) - 정경석(법무법인 리우 파트너 변호사) - 허 란(한국경제신문 사회부 차장, 법조팀장)

2024년도 토론회



3 글로벌 언론법제 연구 실시

위원회는 2차에 걸친 글로벌 언론법제 연구 사업을 시행하며 사무처 직원을 독일 및 프랑스 유관기관과 벨기에의 유럽 저널리즘 컨퍼런스에 파견하고, 미디어 융합 환경에 따른 유럽 지역의 언론윤리법제 변화와 심의 실태를 파악하는 등 언론 자율규제 현장을 조사할 수 있도록 하였다.

1차 사업 참가자들은 언론평의회(Presserat), 멀티미디어자율규제기구(FSM), 타츠(taz), 북독일공영

방송(NDR) 등 독일 유관기관을 방문하여 인격권 보호 동향 및 기관의 주요 쟁점을 조사하고 위원회 조정중재와 시정권고의 개선점을 탐구하였다. 특히 언론평의회에서는 자율적 언론규제 시스템을 교류하고, 향후 미디어 규제방식 마련과 관련하여 협력 필요성을 확인하였다.

한편, 2차 사업 참가자들은 저널리즘의 미래에 대해 논의하는 제2회 유럽 저널리즘 컨퍼런스에 참석하여 인공지능의 발전 속에서 유럽 언론이 직면한 과제들을 고찰하였다. 나아가 저널리즘윤리중재위원회(CDJM), AFP, 국경없는기자회(RSF) 등 프랑스 유관기관을 방문하여 위원회의 언론조정중재 제도를 소개하고 교류하는 기회를 마련하였다.

글로벌 언론법제 연구



제3절 평가

위원회의 조사·연구 활동은 국내외 언론법제와 주요 판결에 대한 연구, 유관기관의 제도 및 동향 파악 등을 통해 언론피해구제제도의 발전을 모색함으로써 궁극적으로는 언론의 자유와 인격권 보호의 균형을 이루는 데 그 목적을 두고 있다. 이를 통해 우리 사회에 언론과 시민의 권리가 상호 조화되는 사회가 되는 과정에 기여하고자 최선을 다하고 있다.

2024년 위원회는 언론중재법과 공직선거법 등 기존 법정 업무 외에도 언론과 언론법제 영역에서 주목받는 새로운 이슈나 의제를 발굴하여 토론회 및 연구 간행물 등을 통해 다양한 연구자들의 견해를 개진하는 장을 마련하고 정책적 개선방안을 도출하는 데 주력하였다.

위원회는 국내에서 유일하게 언론관련판결만 따로 수집, 분석한 <언론관련판결 분석보고서>도 매년 발간하고 있으며, 해당 보고서는 언론분야 판례 동향에 관심을 가진 연구자들에게 필수 참고자료로 자리 잡고 있다. 금년에는 순수 유튜브 채널의 명예훼손 책임을 다룬 법원 판결을 따로 분석하여 법원이 유튜브 시사 채널을 보는 관점을 파악할 수 있었다.

국내 연구 외에도 위원회는 차별적 언론보도 관련한 국내 및 해외 시정권고 법규범 및 사례 연구를 주제로 정해 <2024년도 해외언론법제연구보고서>를 발간하면서 국내뿐 아니라 해외 주요국의 관련 법규범 및 위반 사례를 소개하였다.

이처럼 위원회는 국내외 미디어 환경 변화와 언론법제 관련 연구 이슈와 관련하여 앞으로도 다양한 주제를 발굴하여 국내외에 소개하고 위원회 법정 사업 수행을 뒷받침하기 위하여 조사·연구 사업에 지속적으로 노력할 계획이다.

제4장

이용만족도 조사

제1절 개요

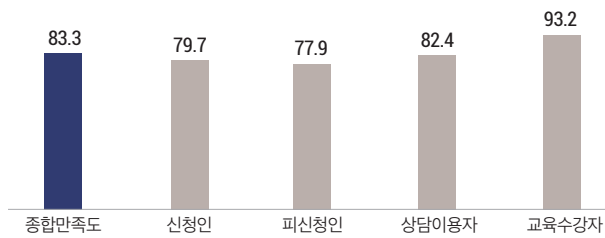
위원회는 매년 언론조정·중재 및 상담, 교육 서비스를 이용한 이용자의 만족도를 조사해 위원회가 제공하는 공적 서비스 개선을 위한 의견을 수렴함과 동시에 위원회 장·단기 정책 및 추진 방향 설정, 급격히 변화하는 미디어 환경에 따라 달라지는 유형의 피해구제 방안 마련 등을 위한 기초자료로 활용하고 있다. 이용만족도 조사 결과 보고서는 책자 발간과 함께 위원회 홈페이지에 전자문서 형태로도 게시하고 있다.

2024년 이용만족도조사는 2024년 10월 21일부터 11월 12일까지 (주) 리서치랩을 통해 진행하였다. 2024년 1월부터 9월까지 언론조정중재신청사건 심리에 참석한 신청인/피신청인 381명(신청인 209명, 피신청인 172명), 상담이용자 222명, 교육수강자 1,265명 등 총 1,868명을 대상으로 조사를 실시하였으며, 조사 대상에 따라 온라인(웹) 조사, 전화 면접조사, 현장조사 등의 조사방법을 활용하였다.

조사 대상별 평가항목은 신청인/피신청인 공통으로 ▲심리 전 절차 안내, ▲중재부의 심리 진행, ▲심리 후 절차 안내 등으로 구성해 차원별 세부 항목의 만족도를 측정하였고, 각 차원별 중요도를 반영한 종합만족도 역시 살펴보았다. 또한 접수 단계를 거치는 신청인의 특성을 고려해 신청인 대상으로는 ▲상담창구 만족도, ▲조정 신청과정 만족도를 별도 조사하였다. 또한 급변하는 미디어 환경에 맞는 새로운 피해구제 방식과 이에 신속히 대응할 수 있는 방안을 함께 살펴보기 위해 ▲개인 유튜브·일반 단체 등이 운영하는 유튜브 채널의 뉴스 형태 콘텐츠에 대한 피해구제 필요성, ▲언론중재위원회 중재부 증설 필요에 대한 이용자의 인식을 조사, 향후 언론조정중재제도 및 피해구제제도의 개선 과제 등을 연구하기 위한 기초 데이터로 삼고자 했다. 한편 위원회 상담서비스를 이용한 상담이용자를 대상으로 ▲상담이용의 편리성, ▲상담원 친절성, ▲상담원 경청자세, ▲상담내용 신뢰성, ▲문제해결 도움도, ▲전반적 만족도 등 총 6개 항목의 만족도를 측정하고, 상담 후 조정신청 여부 및 위원회 이미지, 인지도 등에 대해서도 확인하였다. 위원회 주관의 언론중재 교육 수강자를 대상으로 한 조사에서는 ▲주제 및 내용, ▲제도에 대한 이해, ▲사건/사례를 이용한 설명, ▲교육자료 충실성, ▲강사의 성의 및 태도, ▲전반적 만족도 등 총 6가지 항목에 대한 종합만족도를 평가하였다.

2024년도 전체 종합만족도 및 조사대상별 만족도

단위: 점, Base: ()



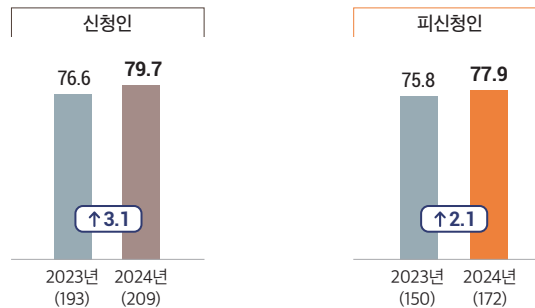
제2절 주요 조사결과

1 신청인/피신청인 만족도 조사결과

2024년도 신청인 종합만족도는 79.7점으로 전년 대비 3.1점 상승하였고, 피신청인의 종합만족도는 77.9점으로 전년 대비 2.1점 상승한 것으로 나타나 전년 대비 신청인/피신청인의 종합 만족도가 모두 상승하였음을 알 수 있었다.

신청인/피신청인 종합만족도

단위: 점, Base: ()



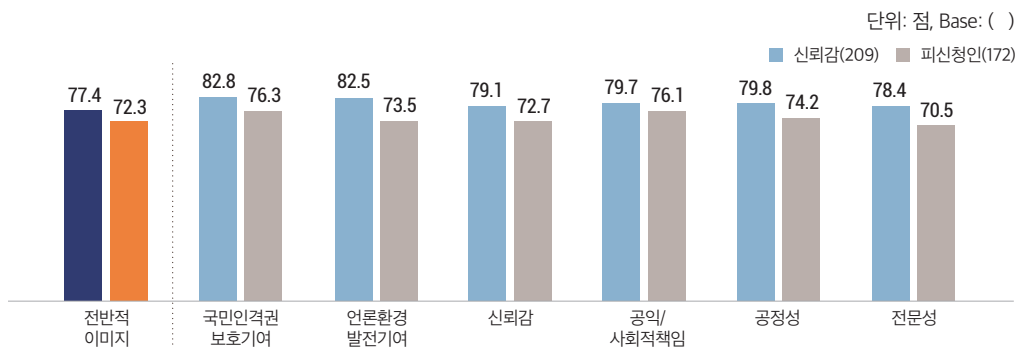
조사 결과를 구체적으로 살펴보면, 신청인의 차원별 만족도는 ‘상대창구’(87.2점) > ‘심리 전 절차 안내’(84.3점) > ‘심리 후 절차 안내’(82.3점) > ‘조정 신청과정’(78.3점) > ‘중재부의 심리진행’(73.0점)의 순으로 나타났으며, 피신청인의 차원별 만족도는 ‘심리 후 절차 안내’(80.7점) > ‘심리 전 절차 안내’(80.5점) > ‘중재부의 심리진행’(73.1점)의 순으로 나타났다.

전년 대비 신청인의 차원별 만족도는 모든 항목에서 고루 상승했으며, 피신청인 또한 대부분의 차원별 만족도 점수가 상승하였으나, ‘심리 전 절차 안내’ 차원 만족도는 소폭 하락하였다. 신청인과 피신청인 공통으로 ‘중재부의 심리진행’ 차원의 중요도를 가장 높게 꼽았으며 만족도 또한 전년 대비 상승하였으나 여전히 가장 낮은 만족도를 보여 우선적인 개선이 필요한 영역으로 드러났다.

피해구제 방법별 만족도에 대한 조사에서는 신청인의 경우 ‘기사삭제’(86.9점) > ‘정정·반론·추후보도 등’(76.0점) > ‘사과’(65.6점) > ‘손해배상’(62.5점)의 순으로 나타났으며, 피신청인의 경우 ‘사과’(72.2점) > ‘정정·반론·추후보도 등’(71.7점) > ‘기사삭제’(63.2점) > ‘손해배상’(48.4점)의 순으로 나타나 신청인, 피신청인의 만족도 모두 대부분 전년 대비 상승한 것으로 드러났다.

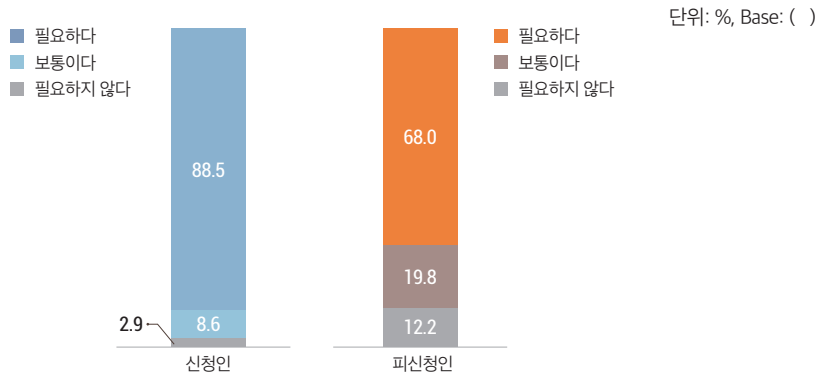
위원회의 전반적 이미지에 대한 평가는 신청인의 경우 77.4점으로 전년 대비 5.8점 상승했고, 피신청인의 경우 72.3점으로 3.6점 상승한 것으로 나타났다. 위원회 이미지 평가 세부항목 중 신청인은 ‘국민 인권권 보호 기여’, ‘언론 환경 발전 기여’, ‘공익/사회적 책임’의 순으로 높은 점수를 주었고, 피신청인은 ‘국민 인권권 보호 기여’, ‘공익/사회적 책임’, ‘공정성’의 순으로 높게 나타났다. 전반적으로 신청인과 피신청인 모두 대부분의 항목에서 전년보다 높은 평가를 한 것으로 드러났다. 한편 신청인을 대상으로 한 위원회 인지도 조사에서는 85.6%가 조정신청 이전에도 위원회에 대해 알고 있었다고 응답해 전년 대비 2.0%p 하락한 것으로 나타났다.

언론중재위원회 이미지



이번 조사에서는 급변하는 미디어 환경에 맞는 새로운 피해구제 방식과 이에 신속히 대응할 수 있는 방안을 함께 살펴보기 위해 뉴스 표방 유튜브 채널의 콘텐츠에 대한 피해구제 관련 조사와 언론중재위원회 중재부 증설 필요성에 대한 조사도 함께 실시하였다. 개인 유튜버나 일반 단체 등이 운영하는 유튜브 채널의 뉴스 형태 콘텐츠에 대한 피해구제 필요 여부를 묻는 조사에서 신청인의 93.8%, 피신청인의 경우 73.8%가 ‘필요하다’고 답변해 대다수가 필요성을 느끼고 있는 것으로 드러났다. 아울러 언론중재위원회 중재부 증설 필요성에 대한 조사에서 응답자의 상당수(신청인 88.5%, 피신청인 68.0%)가 중재부 증설이 필요하다고 응답했으며, 특히 조정·중재사건의 신청 주체인 신청인의 긍정 응답이 피신청인에 비해 20%p 이상 높게 나타나 중재부 증설을 통한 신속한 피해구제가 시급한 것으로 분석된다. 실제로 언론중재위원회 조정 절차 선택 이유를 물어본 조사에서도 신청인의 75.6%가 ‘소송보다 신속하게 진행할 수 있어서’라고 응답한 것으로 나타나기도 했다. (‘간편하게 진행할 수 있어서’ 13.9%, ‘무료로 이용할 수 있어서’ 4.8%, ‘기타’ 5.7%)

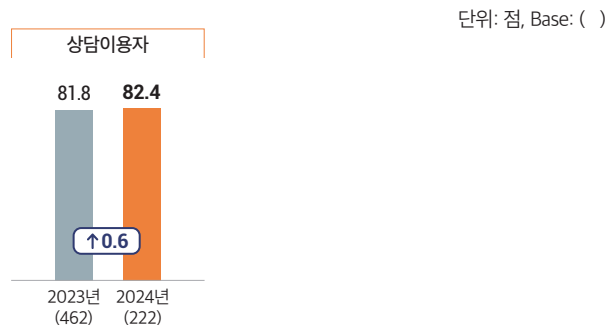
언론중재위원회 중재부 증설 필요성



2 상담이용자 만족도 조사결과

상담이용자 종합만족도는 82.4점으로 전년 대비 소폭 상승한 것으로 나타났다. 항목별 만족도를 살펴보면 '상담원 친절성'과 '상담원 경청자세'가 각 86.0점으로 가장 높았고, '상담내용 신뢰성'(82.5점), '상담이용 편리성'(79.8점), '문제해결 도움도'(78.6점)의 순으로 나타났다.

상담이용자 종합만족도

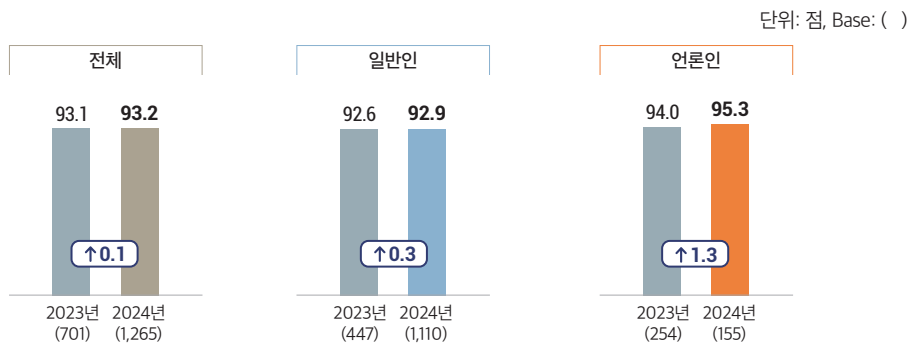


위원회 상담 후 조정신청 여부 및 미신청 이유에 대한 조사에서 이용자의 48.6%가 상담 후 조정을 신청했다고 응답했으며, 상담 후 조정을 신청하지 않은 경우, 그 이유에 대해서는 '신청 절차가 번거롭거나 어렵게 느껴져서'(31.6%)가 가장 높게 나타났으며 이어서 '신청매체가 조정 대상에 해당되지 않아서'(10.5%), '상담 내용이 위원회가 아닌 다른 기관의 소관업무에 해당돼서'(9.6%), '조정 신청 가능한 기한이 지나서'(9.6%) 등의 순으로 나타났다.

3 교육수강자 만족도 조사결과

위원회가 주관하는 교육프로그램 수강자의 종합만족도는 93.2점으로 나타났으며, 일반인 수강자의 만족도는 92.9점, 언론인 수강자의 만족도는 95.3점으로서 언론인 수강자가 상대적으로 더 높은 점수를 보였다. 교육 수강자의 항목별 만족도는 '강사의 성의 및 태도'(94.9점), '사건/사례를 이용한 설명'(93.6점), '교육자료의 충실성'(93.3점), '주제 및 내용'(92.6점), '제도에 대한 이해'(91.7점)의 순으로 나타났다.

교육수강자 종합만족도



제3절 평가

2024년도 이용만족도 조사 결과, 조정절차를 이용한 신청인, 피신청인, 상담이용자, 교육수강자의 종합적 만족도가 전년 대비 모두 상승한 것으로 드러났다. 신청인과 피신청인 모두 '중재부의 심리 진행' 차원이 중점 개선 영역으로 분류되었으나, 만족도 자체는 신청인, 피신청인 모두 상승한 것으로 나타나 중재부가 양 당사자 모두 만족할 수 있는 최적의 피해구제를 위해 노력을 기울이고 있음을 확인할 수 있었다. 다만 여전히 중요도가 가장 높은 차원인 점을 감안하면 양 당사자가 모두 만족할 수 있는 조정 절차를 위한 실질적인 개선 방안이 필요할 것으로 보여 다각도로 검토할 예정이다

상담이용자의 경우에도 종합만족도가 전년 대비 0.6점 소폭 상승한 82.4점으로 나타났으나, 세부항목 중 '문제해결 도움도', '상담이용 편리성', '상담내용 신뢰성' 항목이 높은 중요도에 비해 상대적으로 만족도가 낮게 측정돼 중점 개선 영역으로 분류되는 등, 상담 이용자가 실질적인 도움을 제공받을 수 있도록 개선 방안 마련이 필요해 보인다.

2024년 조사에서는 언론중재위원회 중재부 증설 필요성에 대한 조사도 처음 실시하였다. 이 조사에서 응답자의 상당수(신청인 88.5%, 피신청인 68.0%)가 중재부 증설이 필요하다고 응답해 중재부 증설

을 통한 신속한 피해구제가 시급한 것으로 조사되었다. 이와 관련해 언론중재위원회 조정 절차 선택 이유를 물어본 조사에서도 신청인의 75.6%가 ‘소송보다 신속하게 진행할 수 있어서’라고 응답한 것으로 나타나 신속하면서도 공정한 피해구제 대한 필요성이 매우 크다는 것을 알 수 있었다.

위원회는 2024년도 이용만족도 조사 결과를 항목별로 세밀하게 분석하고, 단기적으로는 이를 바탕으로 만족도가 다소 미흡한 항목에 대한 구체적인 개선 방안을 마련해 실행해 나가는 한편, 장기적으로는 최근 몇 년 간의 이용만족도 조사 결과를 종합적으로 분석해 위원회의 공적 서비스를 이용하는 국민들이 실질적으로 만족할 수 있도록 법적·제도적 방안 마련 노력을 이어나갈 예정이다.

제5장

홍보

제1절 개요

2024년 위원회는 친근한 기관 이미지를 구축하는 한편, 기관 인지도를 제고하기 위해 능동적이고 적극적인 광고·홍보활동을 전개하는 데 주력하였다. 먼저, 기존의 전통적인 광고 매체에서 벗어나 새로운 광고 및 홍보 수단으로 급부상한 온라인 동영상 플랫폼(OTT)을 활용하여 광고 효과를 극대화하고자 하였다. 위원회 온라인 홍보채널(뉴스레터, 블로그, 유튜브, 인스타그램)을 안정적으로 운영하는 데 힘쓰는 한편, 각 채널별 정체성을 확립하여 이용자들에게 차별화된 콘텐츠를 제공함으로써 대국민 온라인 홍보활동의 효과를 제고하고 이용자 활용 편의를 도모하고자 하였다. 특히, 기존의 충성 이용자층의 지속적인 관심을 유지하는 동시에, 신규 이용자들의 유입을 유도할 수 있도록 이용자들의 요구를 면밀히 분석·반영한 맞춤형 콘텐츠를 제공하기 위해 노력했다.

또한 기존 서울 및 수도권에 편중되었던 광고·홍보 활동을 지역중재부가 설치된 지역으로 확대 실시하여 위원회 인지도를 제고하는 등 지역민을 대상으로 한 광고 활동을 적극 실시하였다. 특히, 영화 상영관과 지하철 역사 등 지역민들이 일상에서 쉽게 접할 수 있는 광고 수단을 활용하여 지역밀착형 홍보가 이루어질 수 있도록 힘썼다.

한편, 해외 언론 유관 기관과의 교류를 통해 위원회 제도를 해외에 소개하고, 지속가능한 상호 교류·협력 관계의 기반을 다지기 위해 태국과 싱가포르의 주요 언론사 및 언론피해구제 기구 등을 방문하였다. 또한, 국제 미디어 컨퍼런스에 참석해 세계 각국의 저널리즘 전문가들과 최신 미디어 이슈에 대한 의견을 나누고 위원회를 홍보하는 계기를 마련하기도 하였다.

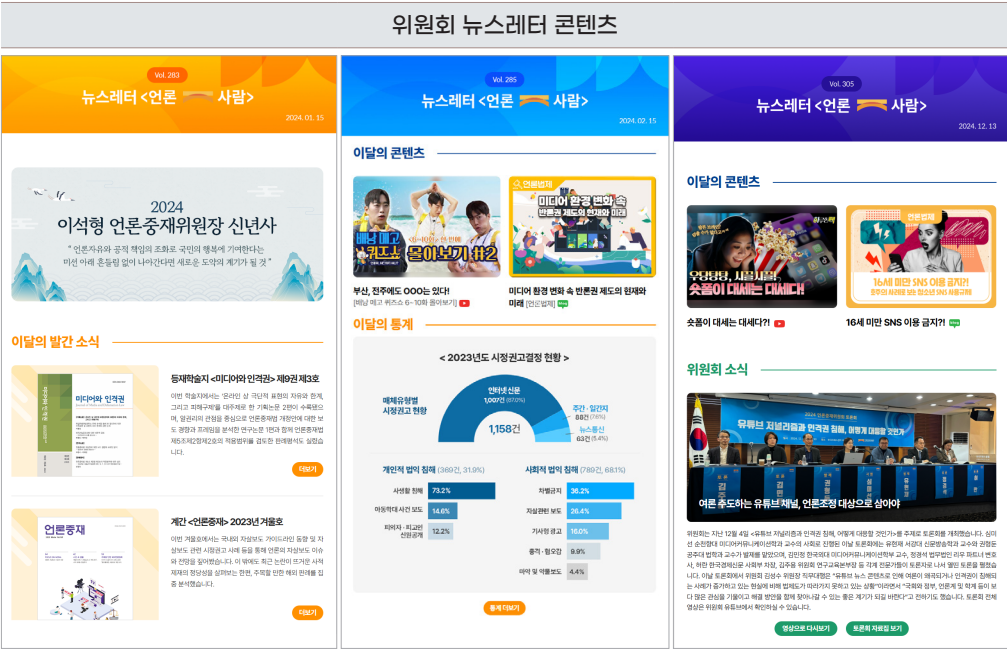
제2절 주요 추진실적

1 온라인 홍보채널 운영

가. 뉴스레터 「언론사람」

위원회는 그동안 월간 웹진 형태로 발행되던 대외홍보 소식지인 「언론사람」을 전면적으로 뉴스레터 메일링 서비스로 전환함으로써, 독자들에게 보다 핵심적이고 중요한 소식을 신속하고 효율적으로 전달할 수 있도록 개편하였다. 나아가, 위원회 업무와 관련된 각종 통계 자료를 인포그래픽과 같은 시각 자료로 가공하여 제공함으로써 정보 수용성과 전달력을 한층 강화하였다. 특히, 기존에 월 1회 발행하던 소식지의 발행 빈도를 월 2회로 늘림으로써, 위원회와 관련된 주요 소식과 현안을 시의적절하게 제공하기 위해 노력하였다.

또한, 뉴스레터 내에서 한번의 클릭만으로도 블로그, 유튜브, 각종 발간물, 그리고 보도자료 페이지로 손쉽게 연결될 수 있도록 내용을 구성하여 홍보 채널 간 유기적인 연계를 강화함으로써 위원회가 직접 제작한 다양한 콘텐츠가 더욱 폭넓게 활용될 수 있도록 하였다.



나. 블로그

위원회는 블로그를 언론법제 및 미디어 관련 정보를 전문적으로 제공하는 ‘언론법제 전문 블로그’로 발전시키기 위해 다양한 노력을 기울였다. 특히, 위원회와 관련된 주요 용어를 쉽게 풀이하는 코너인 ‘개념어 사전’을 신설하여 전문적인 주제를 보다 친근하게 이해할 수 있도록 하였으며, 위원회 활동과 성과를 생동감 있게 전달하기 위해 각종 교육프로그램과 위원회가 주최한 행사 현장을 직접 취재한 소통형 콘텐츠를 제공하였다.

주요 블로그 콘텐츠 목록		
코너명	코너 소개	주요 게시물 제목
언론법제	언론법제와 관련한 연구논문, 기사, 영화 등을 소개하는 코너	공개된 SNS 사진 인용한 보도, 저작권법 위반일까?
		최근 판결로 알아보는 명예훼손 성립 요건
미디어 정보	각종 위원회 연구간행물에 수록된 논문을 소개하고, 최신 미디어 이슈와 관련한 기사를 주제별로 요약해 제공하는 코너	참사마다 반복되는 경쟁 보고, 재난보도준칙으로 보는 언론의 책임?
		이번주 미디어 동향: 유튜브 저널리즘의 시대, 뉴스를 보는 우리가 고민할 것은?
위원회 소식	주요 법정업무 사례 소개 및 토론회 및 교육 연수 등 위원회가 실시하는 각종 행사 등 내부 소식을 전하는 코너	주요 시정권고심의 및 언론조정 사례 소개
		한국 언론피해구제 제도가 궁금해! 언론위 찾은 호주 캔버라대 학생들
개념어 사전	언론법제 및 위원회 언론조정중재 제도와 관련한 어려운 용어를 쉽게 풀이해 설명하는 코너	‘인격권’이란?
		‘명예훼손’이란?

아울러, 위원회가 발간하는 다양한 연구간행물을 요약하여 이해하기 쉽게 정리해 블로그에 연재함으로써 대외적으로 위원회의 주요 연구 성과를 홍보하는 한편, 위원회 간행물에 실린 연구논문을 선별해 전문 게재함으로써 깊이 있는 정보를 탐색하려는 이용자들의 요구를 충족하고자 하였다.

위원회 블로그 콘텐츠



다. 유튜브

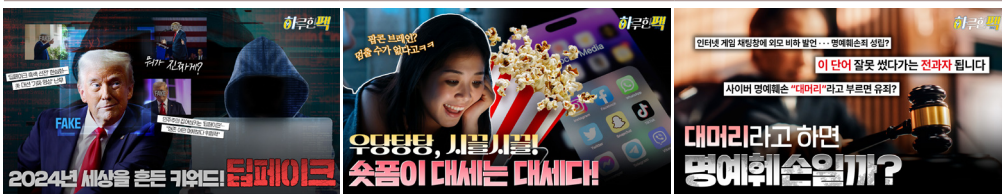
2024년 유튜브 채널은 언론 관련 각종 이슈와 정보를 전문적으로 제공하는 신뢰할 수 있는 정보성 채널로서의 정체성을 확립하기 위해 과감한 변화를 시도하였다. 기존 흥미 위주의 예능 콘텐츠에서 탈피하여 시의성 높은 언론법제와 미디어 이슈를 보다 쉽게 소개하는 형식으로 개편함으로써 채널의 전문성과 대중성을 동시에 강화하고자 하였다.

주요 유튜브 콘텐츠 목록	
구분	주요 게시물 제목
동영상	‘사이버택카’ STOP!
	CCTV와 블랙박스를 활용한 언론보도, 인격권 침해는 없을까?
	끝없이 쏟아지는 딥페이크 성범죄! 도대체 왜 그럴까?
쇼츠	범죄자 신상, 유튜버가 대신 밝힌다?! ‘사적 제재’ 논란
	연예인들의 예능 속 음주 토크쇼, 괜찮을까?
	공공장소 SNS 영상 촬영 초상권 침해 문제, 법적 제재 필요할까?

최신 미디어 이슈를 다룬 콘텐츠는 숏폼 영상 트렌드에 맞추어 7분 내외 분량의 짧은 영상과 1분 이내의 쇼츠 형식으로 제작해 제공함으로써 정보를 압축적이고 효율적으로 전달하는 한편 이용자들의 집중도를 높였다. 특히, 1분 쇼츠 콘텐츠는 일반 시민들을 대상으로 한 인터뷰를 적극 활용하여 생생한 일상의 목소리를 담고자 하였다.

나아가 통일성 있는 주제와 내용을 기반으로 영상을 구성하고, 규칙적이며 일관된 디자인의 썸네일을 활용하여 채널의 개성과 아이덴티티를 강화하였다. 또한, 영상 제목과 설명에는 검색량을 고려한 핵심 키워드를 사용함으로써 유튜브 알고리즘에서 위원회 영상이 상위권에 노출될 가능성을 높여 보다 많은 이용자들에게 위원회 콘텐츠가 도달할 수 있도록 노력하였다.

위원회 유튜브 콘텐츠



라. 인스타그램

정보 전달 중심의 온라인 홍보채널 외에도, 가벼운 소재를 활용해 국민들에게 보다 친근하게 다가갈 수 있는 SNS 플랫폼인 인스타그램 채널 운영에도 많은 관심을 기울였다. 특히, 위원회의 마스코트인 ‘어니’를 주인공으로 활용하여 일상 속 친근하고 재미있는 콘텐츠를 꾸준히 제공함으로써 이용자들에게 긍정적이고 친숙한 이미지를 심어주고자 하였다. 단순한 재미를 넘어, 일상 속 다양한 문제를 조정과 중재를 통해 해결한다는 컨셉을 담아 위원회가 수행하는 업무와 역할을 이용자들에게 자연스럽게 설명하는 한편, 누구나 쉽게 공감할 수 있는 주제로 친밀감을 높이고자 하였다.

나아가, 최신 트렌드를 반영한 SNS 챌린지와 같은 캠페인을 적극적으로 활용하여 20·30세대를 비롯한 젊은 층의 관심을 사로잡고, 위원회 활동에 대한 공감대를 형성하는 등 국민과 위원회 간 정서적 유대감을 강화하고자 하였다.

위원회 인스타그램 콘텐츠

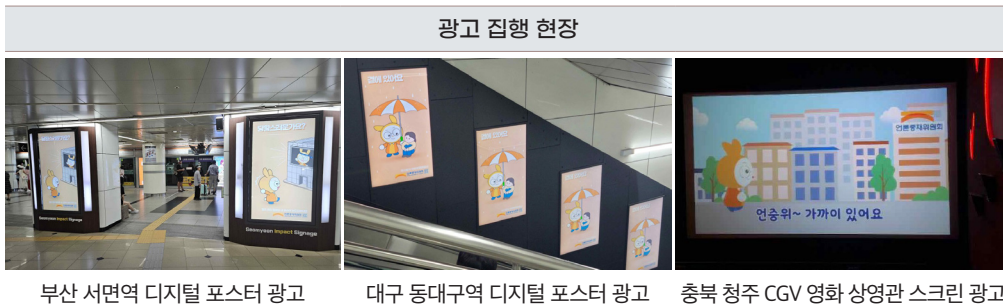


2 광고 집행

위원회는 기존의 전통적인 광고 매체에서 벗어나, 홍보 효과를 극대화할 수 있는 새로운 오프라인 광고 및 홍보 수단을 발굴하기 위해 지속적으로 노력하였다. 특히, 온라인 동영상 서비스(OTT)와 유튜브 등 동영상 플랫폼을 통한 미디어 소비가 급증하는 추세를 반영하여, 국내 이용률이 높은 OTT인 티빙(TVING)과 유튜브에 각각 영상 광고를 집행하였다.

세부 광고 집행 내역		
집행내용	집행기간	광고 노출 횟수
지하철 역사 내 디지털 포스터 광고(부산, 대구)	2024. 8. 1. ~ 8. 31.	1일 120~170회
CGV 청주 서문 영화상영관 스크린 광고		총 1,566회
OTT(티빙) 광고		총 399,199회
유튜브 인스트림 광고	2024. 8. 1. ~ 9. 8.	총 540,544회

또한, 지역민들에게 위원회의 기능과 역할을 효과적으로 알리고 지역 내 위원회 제도에 대한 인지도를 제고하기 위해 부산과 대구 지역의 지하철 역사 내 디지털 포스터 광고를 실시하였다. 나아가 충북 청주 지역 영화 상영관에서 영상 광고를 집행함으로써, 지역민과 가까운 거리에서 위원회의 활동을 홍보하고 기관에 대한 친근함을 제고하고자 하였다. 광고 영상으로는 반복적인 멜로디와 화려한 애니메이션을 활용한 위원회 CM송을 사용하여, 단시간 내에 이용자들의 이목을 집중시키고 위원회의 기관명을 각인시키는 효과를 극대화하고자 노력하였다.



3 국제협력 사업

가. 해외언론피해구제기구 교류협력

위원회는 2024년 4월 28일부터 5월 4일까지 싱가포르와 태국의 대표 언론사 및 언론법제 유관 기관을 방문해 각국의 언론피해구제 및 ADR 제도를 조사·연구하고 최신 언론 동향을 파악하는 한편, 위원회 언론조정중재제도와 기능을 설명하는 시간을 가졌다.

위원회 대표단은 먼저 싱가포르의 대표 신문사인 ‘스트레이츠 타임스’를 찾아 싱가포르 언론과 관련한 불만 처리 절차와 처리방침 등에 대해 이야기를 나눴다. 이후 방문한 ‘싱가포르 변호사협회’에서는 국가 차원에서 적극적으로 장려되고 있는 조정 및 중재 제도의 구체적인 운영 방식에 대한 설명을 들 수 있었으며, 특히 싱가포르의 강력한 가짜뉴스 통제법인 ‘온라인상 허위정보 유포 및 조작 방지법

(POFMA)’에 대한 운영 현황을 파악할 수 있었다.

대표단은 이후 태국의 언론 자율규제기구인 ‘태국 언론평의회’를 방문하여 태국의 언론 현황, 언론분쟁해결 제도, 언론 불만 처리 현황 등에 대한 설명을 들었다. 또한, 태국의 유력 신문사인 ‘타이랏 신문사’를 찾아 해당 신문사의 독자 불만 처리 역사와 현황에 대해 이야기를 나누었으며, 실제 언론분쟁 발생 사례를 공유하는 기회를 가졌다.

위원회는 방문국의 대표 신문사와 언론법제 및 언론피해구제 유관기관과의 간담을 통해 각국의 언론 및 언론분쟁 현황, 불만 처리 절차, ADR 제도 등에 대한 상세한 정보를 취득할 수 있었다. 나아가 위원회는 한국의 언론분쟁 현황과 위원회의 언론조정중재 제도 및 주요 기능에 대해 설명하는 시간을 가졌는데, 상대 기관·단체 관계자들은 위원회 언론분쟁해결 제도의 짧은 처리 기간과 위원회의 독립적인 운영 방식 등에 큰 관심과 놀라움을 표했다. 위원회는 이번 방문 경험을 바탕으로 해당 기관들과의 지속적인 교류와 협력을 이어나갈 예정이며, 한국 언론조정중재 제도의 우수성과 실효성을 널리 알리기 위해 적극적인 노력을 기울일 예정이다.

해외언론피해구제기구 교류협력 현황	
일정	• 2024. 4. 28. ~ 5. 4.
방문지	• 싱가포르, 태국
방문기관	• 스트레이츠 타임스(The Straits Times, 신문사) • 싱가포르 변호사협회(The Law Society of Singapore) • 태국 언론평의회(National Press Council of Thailand) • 타이랏 신문사(Thairath Newspaper)
대표단	• 이석형 위원장 • 양재규 조정본부장 • 김태호 홍보협력팀장 • 이소영 인사팀 차장



스트레이츠 타임스 신문사 방문

싱가포르 변호사협회 방문

태국 언론 유관기관 방문



태국 언론평의회 방문



타이랏 신문사 방문

나. 해외학술연구 협력

위원회는 2024년 6월 23일부터 6월 27일까지 필리핀 마닐라에서 동서문화센터(East-West Center) 주관으로 개최된 국제 미디어 컨퍼런스(International Media Conference, IMC)에 참석하였다. 이번 컨퍼런스의 주제는 ‘팩트의 미래(The Future of Facts)’로, 세계 각국의 저널리즘 분야 종사자들과 생성형 AI 전문가들이 연사로 참석한 가운데 최신 미디어 환경에 대한 깊이 있는 논의가 이루어졌다.

이번 컨퍼런스에서는 저널리즘과 사실 검증 분야에서 생성형 AI가 어떻게 활용되고 있으며, 이로 인해 미디어 산업에 어떤 긍정적인 변화와 함께 새로운 문제들이 발생하고 있는지에 대한 활발한 의견 교류가 이루어졌다. 위원회 협력단은 컨퍼런스의 다양한 세션과 분임 토의에 참석하여, AI가 미디어 환경에 가져온 혁신적인 변화에 대해 각계각층의 전문가들과 심도 있는 논의를 진행하였다.

위원회는 앞으로도 세계 각국의 미디어 전문가들이 한자리에 모이는 저널리즘 분야의 주요 국제 컨퍼런스에 지속적으로 참여하여, 글로벌 미디어 동향을 실시간으로 파악하고 위원회 제도와 역할을 국제적으로 알리는 기회로 활용할 예정이다.

해외학술연구 협력 현황	
일정	2024. 6. 23. ~ 6. 27.
장소	필리핀 마닐라
학술연구 협력 활동	2024년 국제 미디어 컨퍼런스 참석(주관: 동서문화센터) - 주제: 팩트의 미래(The Future of Facts)
참석자	• 권희경 부위원장(경남중재부) • 황순현 중재부장(서울제4중재부) • 이지은 중재위원(서울제1중재부) • 김윤정 사무총장 • 최송민 연구팀장 • 손보원 운영지원팀 차장

해외학술연구 협력



2024 국제 미디어 컨퍼런스 참석

다. 국제협력을 위한 영문 홍보책자 발간

위원회는 해외 언론평의회 및 유관기관과의 원활한 교류 협력과, 위원회를 방문하는 외국인들에게 제공하기 위해 영문 홍보책자를 발간하였다. 책자는 언론조정 및 중재 제도와 위원회의 역할에 대해 구체적으로 소개하며, 특히 외국인들에게 생소할 수 있는 위원회의 기능을 해외 독자들이 쉽게 이해할 수 있도록 실제 위원회 심리실 사진을 수록하는 등 내용을 간결하고 명확하게 구성하였다.

영문 홍보책자 수록 내용



제3절 평가

2023년도 위원회 홍보활동이 온라인 홍보채널 운용의 내실화 및 오프라인 대면 행사를 통한 기관 호감도 제고에 집중했다면, 2024년도에는 홍보채널의 정체성을 강화하여 한층 안정적으로 운용하고 위원회 인지도를 높일 수 있는 광고·홍보활동에 주력했던 한 해라고 평가할 수 있다.

먼저, 기존에 시도한 적 없었던 광고 매체인 온라인 동영상 플랫폼 티빙(TVING)에 영상 광고를 집행하여 약 40만 회 노출되는 효과를 거두었으며, 유튜브 인스트림 광고를 통해 전 세계 이용자들에게 약 54만 회 도달해 광범위한 사람들에게 위원회 기관을 각인시키는 성과가 있었다. 또한, 지역 동네생활권을 활용한 영화 상영관 광고는 한 달간 총 1,566회 상영되었으며, 지하철 역사 내 디지털 포스터 광고는 1기당 하루 120~170회 표출되어 지역민들에게 위원회를 알리는 데 기여하였다.

국내뿐 아니라 해외 언론 유관기관과의 활발한 교류협력을 통해 각국의 언론피해구제 제도 및 언론 분쟁 현황에 대한 의견을 교환하고, 위원회 제도를 국제적으로 홍보하였다. 특히, 위원회가 방문했던 ‘태국언론평의회’의 의장이 양 기관 간 협력을 강화하기 위해 향후 위원회를 직접 방문해 교류를 이어가길 희망한다는 구체적인 의사를 밝히는 등 지속적인 교류협력 가능성을 확인하였다. 또한, 올해 위원회를 방문한 호주 캔버라대 교수 및 학생들, 몽골 언론평의회 사무총장, 베트남 ‘저널리즘 및 커뮤니케이션 아카데미’ 관계자들을 대상으로 한국의 언론조정중재 제도를 소개하는 시간을 갖는 등 해외에 위원회의 역할과 기능을 알리는 기회로 삼았다.

온라인 홍보채널의 경우, 채널별 맞춤형 콘텐츠를 제공함으로써 구독자 수와 이용시간이 증가하는 등 이용자들의 만족도를 제고하는 효과가 있었다. 무엇보다 사회적 이슈가 되었던 ‘사적 제재’ 및 ‘딥페이크 성범죄’ 등의 주제를 다룬 유튜브 영상들이 단기간에 3천 회 이상의 조회수를 기록하는 등 시사성 있는 콘텐츠에 대한 이용자들의 긍정적인 반응을 확인할 수 있었다. 블로그는 연간 조회수 약 175,000 회(월 15,000회)를 달성하며 이용자들에게 꾸준한 호응을 받았으며, 특히 위원회 블로그 방문자들의 평균 사용시간(4분 45초)이 블로그 상위그룹의 평균 사용시간 대비 63% 높은 수치를 기록하는 등 주목할 만한 성과가 있었다.

위원회는 앞으로도 국내외 홍보활동의 실효성을 강화하기 위해 노력하고자 한다. 특히, 올해 위원회가 기관 인지도를 강화하는 데 주력했다면, 향후에는 ‘가짜뉴스’, ‘AI 뉴스’, ‘유튜브 저널리즘’ 등 다양한 미디어 현안과 관련해 위원회가 진행하는 각종 연구 결과물들이 폭넓게 활용될 수 있도록 각종 정책 추진 현황 및 성과를 홍보하는 데 만전을 기하고자 한다. 나아가, 국제교류 사업이 현지에서의 간담에 그치지 않고, 지속적인 교류·협력 관계로 발전하여 상호 기관 방문 등으로 이어질 수 있도록 힘쓸 계획이다.

제6장

기타 주요활동

1 사무처 환경개선

2024년 위원회는 임직원 업무 효율성과 능률, 업무 의욕을 극대화하고, 지역사무소 조정심리가 보다 주도적으로 이뤄질 수 있도록 조치하고자 다양한 사무환경 개선 작업을 실시하였다.

먼저, 사무공간을 쾌적하고 깨끗한 최적의 상태로 구축하는 것이 임직원 능률에 직접적인 영향을 주고 위원회 주요 업무의 생산성 향상에 변화를 수반할 수 있다고 보고, 서울사무처 노후 책상·파티션을 교체하고 자리 배치를 재조정하는 등 사무환경을 개선하였다. 이와 함께 PC·노트북 등 위원회 법정업무 수행에 필요한 비품을 최신화하여 위원회 임직원이 보다 신속하고 적극적으로 담당업무를 수행할 수 있도록 지원하였다.

또한, 지역중재부 조정심리가 보다 효율적으로 진행되고 지역 내 교육 및 홍보 등 대외업무를 각 사무소가 주도적으로 수행할 수 있는 여건을 마련하기 위해, 전국 지역사무소 심리실에 스마트TV를 설치하였다.

이와 더불어, 2024년 위원회는 대내외 친환경 행정 요구 움직임에 발맞춰 ESG 성과창출을 위한 활동을 실시하였다.

첫째로, 내용연수가 도과한 PC 및 노트북의 비영리단체 무상 양여를 통해 자원의 효율적 활용과 환경 보호를 도모하고, 취약계층의 정보 접근성 향상에 기여하고자 했다. 둘째로, 폐가전제품 무상 수거 사업 참여와 환경표지제품 우선 구매를 통해 자원 순환 경제 실현에 동참하였다. 셋째로, 출력물보안시스템의 정식 운용을 통해 불필요한 출력물을 줄이고 지류 사용을 효과적으로 감축함으로써 친환경 업무 환경 조성 및 지속 가능한 행정 실현을 도모했다.

향후 위원회는 임직원 근무 만족도 제고를 위한 사무공간 개선 작업을 지속적으로 실시하고, 지역본부장 및 연구센터 신설 등 직제개편에 대응한 공간 조성에 대비할 예정이다. 이와 함께 노후 전산 자산을 체계적으로 재정비하고 추가 자원을 적시에 공급하여, 위원회 법정 업무가 원만히 운영될 수 있도록 조치하고자 한다.

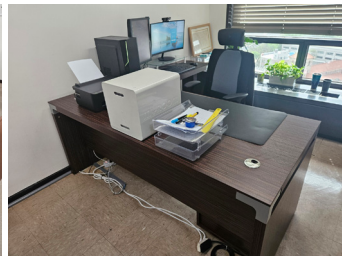
사무처 환경개선



위원장실



사무총장실



본부장실



심의실



연구교육본부



지역사무소 심리실

2 임직원 교육·복리후생 확대

위원회는 조직개편 및 사무처 인력의 지속적 증원, 관련 예산의 증액 등으로 예산·회계·계약·복무·상담·조정중재·시정권고 등 사무처 업무의 체계성이 강화되고 적용 법령의 복잡성이 높아짐에 따라, 서울사무처·지역사무소 상호간의 실무 진행 정보 공유와 지역사무소 구성원의 전문성 및 역량 제고가 필요하다고 보고 지역사무소 직원을 대상으로 한 업무 워크숍을 실시하였다. 이를 통해 복잡해진 실무 프로세스와 현황을 심층적으로 공유함으로써 협업 체계의 개선을 도모하였다.

이와 더불어 점점 더 세분화되는 업무로 인해 직원 개인의 교육 수요도 다양화되고 있어 각 직급 및 직무에 따른 교육 수요의 명확한 파악과 이에 대한 적극적인 지원이 요구되는 바, 인사·노무, 예산·세무, 시정권고를 담당하는 각 부서가 강사를 자체적으로 선정해 부서별 특화 교육 프로그램을 독자적으로 운영할 수 있도록 전폭적으로 지원했다. 이를 통해 부서별 고유 업무 특성에 맞는 전문성을 자율적으로 강화하고 실질적인 실무 역량을 제고할 수 있도록 했다.

또한, 위원회가 인격권 보호 제도와 관련한 의제를 선도하고 변화하는 미디어 환경에 대응하기 위해서는 임직원 개인의 연구문제 및 연구방법 개발 등에 대한 선행 지식이 필요한 바, 각종 분야 석·박사 학위취득과정에 대한 학비 지원을 재개해 임직원 전문능력 계발을 독려하였다. 또한 직원 상호간의 자율적 의견교류와 토론을 장려하기 위해 임직원이 자체적으로 실시하는 연구모임 지원을 확대하여 직무 관련 자기주도 학습을 활성화했다.

향후 위원회 임직원 맞춤형 직무교육과 연수지원 사업의 내실을 강화하기 위해 부서별 직무 특화교육의 효과성 여부를 검증하여 정례화를 추진하고, 국내위탁연수·해외실무연수 등 직원 연수 지원사업이 보다 목적에 부합되게 운영될 수 있도록 지속적인 연수 품질 향상 방안을 강구할 것이다.

3 시스템 이용 편의성 제고

위원회는 사무처 전산업무 전반의 효율성 향상과 체계성 및 보안 강화를 위해 전산 시스템을 웹기반 소프트웨어 중심으로 리뉴얼하고 최신 업무용 소프트웨어를 도입하였다.

먼저 위원회는 위원회 전산 시스템 문서 생산을 담당하는 OCX 기반 한글기안기 서비스가 2024년 3월부로 종료됨에 따라, 웹기반의 시스템 소프트웨어 구축을 추진하였다. 이를 위해 OCX 서비스 종료 전 웹한글기안기 라이선스를 확보하고 위원회 그룹웨어 및 조정중재시스템 문서의 양식 변경·연동을 위한 개발을 실시하였다. 이를 통해 위원회 법정업무가 차질을 빚지 않도록 조치하고, 서버자원을 활용한 전산 시스템을 바탕으로 중재위원 등 외부에서 업무시스템을 운영하는 이용자의 경우도 별도의 프로그램 설치 없이 기안 및 결재가 가능토록 하여 온라인 중심 업무기반 구축에 기여했다.

이와 더불어 2024년 위원회는 업데이트가 종료되어 보안위협에 노출되고 있었던 한글 2010 및 MS 오피스 2010 등 업무처리용 소프트웨어를 갱신하였다. 먼저 웹한글기안기 라이선스 확보와 동시에 최신 한글 프로그램인 한컴오피스 2024를 조달하여 행정안전부 의무화 조치에 따른 hwpx 등 개방형 서식의 열람·생산이 가능토록 하여 공공기관 평균에 부합하는 전산업무 처리의 기틀을 마련했다. 또한, 2024년 최신 출시된 MS오피스 2024 프로그램을 조달하여 사무처 임직원들이 보다 다양한 소프트웨어 기능을 활용한 업무 진행이 가능하도록 했다.

이와 함께 위원회는 개인정보보안시스템 고도화 작업을 수행하여 업무자료의 보안 강화를 도모하면서 서도 실무적용 관련 불편사항을 최소화하였다.

또한 점점 더 다양해지는 전산 관련 행정소요를 충당하기 위한 기간제 인력을 확보함으로써, 전사적 시스템 중장기 계획 수립이 보다 면밀한 검토하에 진행되게 하는 계기를 마련하고 내·외부 시스템 오류·문의사항에 대한 대응 신속성을 강화해 이용자 편의를 증대했다.

향후 위원회는 시정권고·선거기사 및 조정중재시스템 기반 소프트웨어를 갱신해 문서 전환 과정에서 발생하는 오류를 최소화하여 위원회 업무처리의 신속성을 제고하고자 한다. 또한 대민 업무 능력의 향상과 직결되는 조정중재시스템의 추가 개발을 수행하여 조사관·중재위원 심리업무 효율성을 개선하고, 그룹웨어 시스템의 추가 개발을 통해 대외 요구사항에 부합하는 자료 생성을 지원할 예정이다.