

무책임한 의혹보도 ‘법망 못 벗어나’



대부분의 기자들이 대단히 잘못 이해하고 있는 것 중 하나가 ‘인용’의 문제다. 각종 사회 현안에 대한 당사자 인터뷰라든가, 관련 단체의 성명을 기사로 다루는 방식이 바로 인용이다. 인용 없는 기사가 흔치 않을 정도로 기사에서의 인용은 차고도 넘친다. 그런데 이 흔한 기사쓰기 방식을 바라보는 시각은 매우 혼란스럽다. ‘카더라 통신’, ‘따옴표 저널리즘’이라는 용어로 대변되는 부정적 인식과 더불어 ‘객관주의 저널리즘’의 기사서술방식이라는 긍정적 평가가 동시에 존재한다. 인용보도를 둘러싼 양극단의 시각 속에서 기자들은 지금 이 순간에도 관례적으로 ‘○○에 따르면’이라고 기사를 쓰고 있을 것이다.

‘관계자 저널리즘’과 무책임한 의혹보도의 불온한 조합

결론부터 말하자면, 취재원의 말을 인용했다고 해서 객관적인 기사가 되는 것은 아니다. 인용이 객관주의 저

널리즘의 표현양식이라는 것은 오래 전, 어느 먼 나라의 일이지 싶다. 우리가 경험한 많은 기사에서의 인용은 객관성을 담보하기보다는 기자가 하고 싶은 말을 그럴싸하게 포장하는 역할을 맡고 있다. 취재원이 스스로 말하게 하는 인용보도는 희귀해진지 오래고 입만 벅긋 거리는 취재원 뒤에 숨어 자기가 하고 싶은 말만 늘어놓는 기사들이 너무 많다. 특히, 이런 인용보도의 문제점은 ‘관계자에 따르면’, ‘사정당국에 따르면’, ‘업계에 따르면’과 같은 취재원을 익명으로 표시한 기사에서 더욱 두드러진다.

이런 인용보도와 찰떡궁합인 것이 있다. 근거도 없고, 막연해서 무책임하기까지 한 의혹을 제기하는 보도다. 의혹을 제기하는 시점이 뜬금없을 때도 많다. 그야말로 “니가 갑자기, 여기서, 왜 나와”다. 사건의 진위 여부를 가리기 위한 수사나 재판이 진행 중인데 새로운 팩트나 증거도 없이 이미 제기되었던 의혹을 다시 거론한다. 여론몰이

로 수사나 재판을 회방할 생각이라면 차라리 낫겠다. 그런데 그럴 일은 없을 것 같다. 그저 할 수 있을 때에, 재판 끝나면 그마저도 어려워지니까 상대방의 위신을 한 번 더 깎아내리기 위한 목적 그 이상도, 그 이하도 아닌 의혹보도일 뿐이다. 이런 식의 무책임한 의혹 제기를 위해 누군지 알 수 없는 ‘관계자와 ‘사정당국’, ‘업계’가 동원된다. 한 마디로, ‘관계자 저널리즘’과 ‘무책임한 의혹보도’의 불온한 조합이 ‘슈퍼오보’를 탄생시키고 있는 셈이다.

판례로 살펴본 ‘의혹보도’

의혹보도에 대한 대응 시 먼저 체크해야 할 점들이 있다. 먼저, 기사가 적시하고 있는 사실을 의혹 그 자체로만 볼 것인지, 아니면 의혹이 제기되고 있는 사건의 내용으로 볼 것인지 따져봐야 한다. 판례는 “‘축재(蓄財)하였다’는 표현과 ‘축재의 의혹을 받고 있다’는 표현은 어의상 명백히 구분되고 공표사실의 허위성에 관한 증명이 있어도 차이가 있을 수밖에 없다”고 본다. 하지만 실제 소송에서는 ‘의혹’이라 명명했다는 이유만으로 의혹의 제기로 인정되지 않는다. 무늬만 의혹보도일 뿐, 실질적으로는 단정보도나 마찬가지로 기사들이 다수 존재하기 때문이다.

2011년 여름, 어느 일간지 사회면에 국회에서 벌어지고 있는 각종 성추문 관련 기사가 실렸다. 국회의원을 비롯한 다양한 국회 구성원들이 연루된 여러 건의 성추문이 열거돼 있었는데, 그 중 하나가 A보좌관에 관한 ‘성폭행 설’이었다. 내용인즉 A보좌관이 같은 의원실에서 근무하고 있던 비서를 성폭행했다는 것이다.

기사에 언급된 것과 같은 추문이 돌고 있는 것은 사실 이었고, A보좌관이 기사에서 직접적으로 언급된 분량은 두 문장에 불과했다. A보좌관이 제기한 소송에서 해당 언론사 측은 국회 내에서 돌고 있는 소문을 적시했을 뿐, 소문의 내용이 되는 구체적 사실을 적시한 것은 아니라고 항변했다. 이러한 언론사 측의 항변을 받아들여 1심 법원은 원고 패소를 선고하기까지 했다. 그러나 이어진 항소심에서 결론은 뒤집혔고, 언론사의 손해배상책임과 정정보도를 인정한 항소심의 판단이 대법원에서도 그대로 유지됐다.

대법원은 “이 사건 각 기사는 국회에 떠도는 소문을 인

용한 형태이고 단정적 표현은 사용하지 않았지만 그 제목을 “국회 성추문” “보좌관이 비서 성폭행설”로 기재하여 독자로서 하여금 ‘성폭행’ 부분에 이목을 집중하게 하였”고 따라서 “성폭행 사실이 존재할 수 있다는 것을 암시하는 방식으로 이루어졌다.”고 보았다.(대법원 2018. 4. 12 선고 2015다45857 판결)

이처럼 ‘○○과담’이나 ‘△△설’과 같은 각종 의혹보도를 단순한 의혹 제기가 아닌, 내용에 해당하는 사실의 암시 내지 단정적인 적시로 볼 수만 있다면 싸움에서 이길 확률은 확연히 높아진다.

다음으로, 인용보도에서 인용이 사용된 방식과 맥락에 비추어 기사의 주된 취지가 어디에 있는지 살펴보아야 한다. 예컨대, “B는 살인자다”라고 한 C의 발언을 인용한 기사에는 ‘C가 “B는 살인자다”라고 말했다’는 사실과 함께 ‘B는 살인자’라는 사실도 포함되어 있을 수 있다.

인용보도가 걸린 소송의 관건 역시 어떤 사실관계를 적시하고 있는지 확정하는 데에 있으며 이것은 미묘하지만 굉장히 중요한 문제다. 이에 관해 판례는 “보도내용이 소문이나 제3자의 말, 보도를 인용하는 방법으로 단정적인 표현이 아닌 전문 또는 추측한 것을 기사화한 형태로 표현하였지만 그 표현 전체의 취지로 보아 그 사실이 존재할 수 있다는 것을 암시하는 방식으로 이루어진 경우에는 사실을 적시한 것”으로 보고 있다.

2014년 9월, 가수 D는 서울 강남에서 열린 소속사 파티에 참석한 후 귀가하는 길에 자신의 차량을 운전해 강변북로를 달렸다. 하지만 과속으로 인해 그만 앞서 달리던 차량을 추돌하는 사고를 내고 말았다. 사고 현장에 출





동한 경찰관은 음주감지기로 2회에 걸쳐 D의 음주 여부를 검사했으나 나오지 않았고, 결국 이 사고는 단순 과속에 의한 사고로 종결됐다.

D의 사고 소식을 알게 된 E는 기사를 썼다. E는 'D가 파티에서 술 마시는 것을 목격했다는 증언이 나왔다며 음주운전 의혹을 제기했다. 물론, E가 기사에서 D가 음주운전을 했다고 단정적으로 쓰지는 않았다. 파티에서 술 마시는 것을 목격했다는 증언을 통해 간접적으로 음주운전 가능성을 언급한 것이다.

이 사안에서 과연 E의 기사를 오보라고 볼 수 있을까? D가 E를 상대로 제기한 손해배상청구소송에서 법원은 "기사는 제3자의 말을 인용하는 형식을 취하고 있지만, 간접적인 방법으로 사실관계를 설명하거나 표현하고 있는 만큼 그 글을 읽는 독자들로 하여금 원고가 음주운전을 하였을 것이라는 강한 의심이 들 수밖에 없도록 하였다"는 이유로 오보를 인정, 기자의 손해배상책임을 인정했다.

항상 그런 것은 아니지만 인용보도가 "표현 전체의 취지로 보아 그 사실이 존재할 수 있다는 것을 암시하는 방식으로 이루어진 경우"에는 말의 내용에 관한 사실을 적시한 것으로 보며, 이렇게 되면 설령 기사에 나온 것과 같은 말을 누군가 실제로 했다고 하더라도 발언자의 법적 책임과는 별개로 언론사나 기자는 보도에 대한 자신의 책임을 져야 한다.

‘의혹보도’ 이렇게 대응하자

마지막으로, 기사에 문제가 있다는 판단을 했다면 언론사를 상대로 무엇을 요구할 것인지, 그리고 그것의 구

체적인 실현과정을 확정해야 한다. 언론보도에 따른 피해구제수단에는 정정보도, 반론보도, 손해배상, 기사삭제 등 여러 가지가 있다.

기업 입장에서는 기사삭제라든가, 1면 내지 방송 첫 머리에서의 정정보도를 내도록 하면 좋겠지만 강한 것을 요구하려면 준비할 사항도 많아진다. 전문용어로 표현하자면, 권리의 종류에 따라 구성요건 내지 입증책임이 달라진다.

이와 동시에, 피해구제절차의 특성도 충분히 파악한 후 오보대응에 임해야 한다. 대표적인 언론피해구제절차로는 소송과 조정이 있다. 소송과 조정은 비슷한 것 같으면서도 다르다. 소송은 법원에서, 언론조정은 언론중재위원회에서 이루어진다. 중대한 사안은 소송으로, 경미한 사안은 조정으로 다루는 것도 하나의 방법이다.

소송과 조정의 결정적 차이는 절차의 주도권이 어디에 있는가이다. 절차의 주도권이 분쟁의 양 당사자에게 있는 것이 조정이고 판사에게 있는 것이 소송이다. 현재적으로 대다수 언론사건이 처리되고 있는 언론조정 경우, 이를 진행하는 조정위원들은 운동경기의 심판에 가깝다. 경기의 승패를 좌우하는 것은 심판이 아니라 선수이듯, 조정의 성공 여부 역시 당사자들 손에 달려 있다.

개인적으로 안타깝게 생각하는 것은 많은 광고주들에게 법적인 오보대응은 여전히 '하이 리스크 로우 리턴'으로 인식되고 있다는 점이다. 이러한 생각의 벽을 넘어서지 못한다면, 지금까지의 이야기는 그저 하나마나한, 한가한 소리로 들릴 것이다. **K A A**