

SNS 상의 기업 피해 사례 어떻게 대처해야 하나?



최근 ‘부산 여중생 폭행 사건’이나 ‘240번 버스 사건’은 사실과 다른 허위정보가 온라인 상에 급속도로 퍼지면서 애꿎은 피해자를 발생시키고 사회적 물의를 일으킨 바 있다. 확인되지 않은 무분별한 정보, 허위사실, 주관적 판단에 의한 거짓 정보가 넘치면서 그야말로 ‘마른 하늘에 날벼락’을 맞는 피해자가 생겨나는 것이다. 이런 허위정보 거짓정보가 뉴스의 형식을 빌어 유포되면 이른바 ‘가짜뉴스’가 된다. 작금의 온라인뉴스 보도행태를 보면 SNS 상의 이슈를 소재로 기사화하는 형국이니 허위정보의 범람이 가짜뉴스를 부추기고 있다 해도 과언은 아닐 것이다.

지난해 경찰에 접수된 사이버 명예훼손 사건은 1만 5천여 건에 육박할 정도로 급증했다고 한다. 경찰청에 따르면 지난해 일반 형법상 명예훼손 사건 수는 약 10% 정도 감소한 반면, 정보통신망법상 명예훼손 즉 사이버 명예훼손 사건 수는 20% 정도 증가했다고 한다.

신고해도 처리기간 일주일, 현실적 대안 필요

기업도 이런 피해사례에서 예외일 수 없다.

얼마전 한 기업으로부터 협회에 문의전화가 걸려왔다. 유튜브에 허위정보가 떠서 골머리를 앓고 있는데 무슨

대책이 없겠냐는 내용이었다. 한국광고주협회는 지난 수년간의 축적된 경험을 통해 포털사이트에 노출된 잘못된 보도내용에 대해서는 포털 측에 블라인드(blind) 처리를 요청하고 뉴스제휴평가위원회에 신고를 하는 등 노하우가 있지만, 유튜브, 페이스북, 인스타그램 등 주요 SNS에 대해서는 신속한 조치가 어려웠다. 전문가의 조언을 구했다.

블라인드(blind)

불리한 글이나 사진, 기사 등을 일시적으로 가려달라는 요청이다. 콘텐츠 삭제에 앞서 보이지 않도록 하는 서비스다. 특정 게시물로 인해 권리 침해를 당한 경우 포털에 요청해 해당 게시물이 대중에게 노출되지 않도록 차단할 수 있다. 네이버의 경우 이런 블라인드 처리 요청이 일평균 300건 정도라고 한다. 네이버는 블라인드 요청을 받으면 최장 30일간 해당 게시물을 블라인드 처리하고, 게시자의 이익이 없을 시에는 삭제 조치한다.

송동현 밍글스폰 대표는 “첫 번째로 국내 포털과 마찬가지로 유튜브나 페이스북 사이트에 직접 신고를 하는 방법이 있다. 그러나 이들의 신고기준이 인종차별적 내용이나 여성차별적 내용 등 국내 현실하고는 동떨어진 부분이 있고, 처리기간도 짧으면 일주일, 길면 몇 달이 걸리는 경우도 있어 아쉬운 면이 많다. 두 번째로 게시자에게 직접 연락해 콘텐츠를 삭제해 달라고 요청하는 방법이다. 사안

에 따라서 강력한 법적 조치를 취하겠다고 어필하는 경우와 사정이 이러하니 도와달라 읍소하는 경우도 있다. 이 두 가지 방법을 동시에 쓰기도 한다. 경우에 따라서는 가시성을 낮추기 위해 검색에서 밀어내는 작업도 병행할 수 있다”라고 밝혔다.

한 형사소송 전문 변호사는 “사실을 적시한 게시물이라도 사이버 명예훼손에 해당한다면 3년 이하의 징역에 처할 수 있다. 허위일 경우에는 형량이 더 높아진다. 중대한 사안이라면 강력한 법적 조치를 취하는 게 가장 확실한 방법”이라고 말했다.

또 다른 방법은 방송통신심의위원회의 제도를 이용하는 방법이다. 방송통신심의위원회에서는 폭증하는 인터넷 명예훼손 사건을 처리하기 위해 ▲이용자 정보제공청구 신청 제도 ▲명예훼손 분쟁조정 제도 ▲권리침해정보심의 제도 등을 마련하고 있다. 이용자 정보제공청구 신청은 게시자의 인적사항을 확보하는 제도이다. SNS에서는 실명을 감추고 활동하는 것이 가능하기 때문에 고소 고발 등의 절차를 위한 인적사항 확보를 위해 이용할 수 있다. 명예훼손 분쟁조정 제도는 언론중재위원회처럼 피해자와 콘텐츠 게시자 간 분쟁조정을 할 수 있도록 자리를 마련해 주는 제도이다. 권리침해정보 심의 제도는 명예훼손, 모욕, 초상권침해 등 기본권을 침해하는 정보에 대해 삭제요청을 할 수 있는 제도이다. 방송통신심의위원회는 격주로 회의를 소집해 신고된 콘텐츠의 삭제 여부를 결정한다.

신속한 대처 가능한 실효성 있는 대책 마련 시급

매일 포털에 노출되는 보도 기사를 모니터링하고 문제가 있는 기사를 처리하는 것만도 벅차다는 한 기업의 홍보팀장은 “SNS 상의 잘못된 정보는 우연히 발견하거나 주변에서 제보를 해주는 경우가 아니면 매일 모니터링 하는 것조차 불가능하다”고 말한다. 빠듯한 예산 안에서 모니터링 전문 외부업체를 쓰는 것도 현실적으로 어렵다고 한다. “실시간으로 잘못된 정보가 확산되는 미디어 환경에서 해당 게시물 하나 삭제하는데 일주일씩 한달씩 걸린다는 건 너무 현실성 없는 얘기”라며 “그냥 무시하고 지나가는 게

대부분”이라고 말했다. 그러면서 “허위정보, 가짜뉴스 삭제 기준에 대한 명확한 가이드라인이 마련돼야 하며, 피해자 또는 피해기업의 신속한 대처가 가능하도록 관련 법도 정비해야 한다”고 덧붙였다.

국민의 건전한 여론 형성을 위해서도 허위정보, 가짜뉴스에 대한 대안 마련이 시급한 실정이다. 현행 정보통신망법에는 가짜뉴스에 대한 개념 정의조차 없고, 현행 언론중재법의 허위·왜곡보도에 대한 제재는 언론중재위원회의 시정권고 수준에 머물러 있기 때문에 실효성이 없다는 평가다.

지난 8월 6일 송희경 자유한국당 의원은 가짜뉴스와 허위·왜곡보도 근절을 위한 ‘가짜뉴스 방지법(정보통신망법·언론중재법 개정안)’을 대표 발의했다. 정보통신망법 개정안에는 ▲가짜뉴스 정의 규정 마련 ▲가짜뉴스 유포자 처벌 근거 신설(7년 이하의 징역, 5000만원 이하의 벌금) ▲포털·SNS 등 사업자(정보통신서비스 제공자)에 대한 가짜뉴스 삭제의무 규정 및 의무 위반에 대한 제재 근거(3000만원 이하의 과태료)를 신설하는 내용이 담겨 있다. 언론중재법 개정안에는 ▲허위·왜곡보도 근절을 위한 언론의 사회적 책무 규정 신설 ▲언론사 내 고충처리인 제도를 내실화하고 정정·추후보도 청구기간을 3개월에서 6개월로 연장 ▲언론사가 허위·왜곡보도를 한 경우 언론중재위원회의 요청에 따른 문화체육관광부장관의 언론사 시정명령 근거 규정 마련 등의 내용을 담고 있다.

현대경제연구원의 발표에 따르면 가짜뉴스를 방치할 경우 이로 인해 손실되는 경제적 비용이 연간 30조 900억원에 이를 것으로 추산된다.

언론학자들은 “일반 대중이 온라인 상의 정보나 뉴스에 대해 개별적으로 팩트 확인을 하는 경우는 거의 없다. 민감하거나 선정적인 정보 또는 뉴스에 대해 대중들은 일단 흥분해 글을 퍼나르는 데 급급하기 때문에 언론은 충분한 검증을 거친 뒤 보도해야 하고, 국민 개개인 역시 내가 올린 게시물에 대한 책임에서 자유로울 수 없음을 명심해야 한다”고 입을 모으고 있다. **K A A**

이수지 susie@kaa.or.kr