

# 총선, 몰카 등 사회적 현안 적극 반영 실효성 갖춰야

변화하는 언론사 윤리강령

'직무관련자로부터 3만 원 이상의 식사와  
향응 등의 대접을 받지 않는다(12조)'  
'일반 경조금은 사회 관례상 통념적인 수준인 5만 원을  
초과하지 않도록 한다(14조)'에서처럼 구체적인 한도를  
명확하게 밝히고 있다. 특히 '공직 업무를 수행하며 발생한  
항공 마일리지 등을 사적으로 사용하지 않는다(6조)'처럼  
간과하기 쉬운 사항까지 명시하고 있다.

언론사들의 윤리강령 채택 과정을 살펴보면 재미  
있는 패턴을 발견할 수 있다. 언론인들의 자정  
노력이어야 할 윤리강령은 항상 사회적으로 언론 관  
련 비리가 터진 후에 사후약방문식으로 제정된다. 그  
리고 한 언론사가 새 윤리강령을 발표하면 다른 언론  
사들도 우후죽순처럼 저마다의 윤리강령을 앞 다투어  
발표하는 모습이 반복된다. 지난 91년의 경우도 마찬  
가지. 당시 일부 언론인들이 한보그룹으로부터 차관  
과 향응을 받았던 사실이 드러나고 모 중앙일간지 경  
제부 차장이 취재중에 얻은 정보를 이용 주식투자를  
했던 사건이 밝혀지면서 각 언론사들은 경쟁적으로  
새 윤리강령을 발표했다.

2003년도 똑같은 패턴의 반복이었다. 2002년 초 패  
스21 사건에 언론인들이 대거 연루된 사실이 드러났  
고, 스포츠신문 기자들과 방송사 가요 담당 PD들이  
연예기획사 등 관련 업체로부터 금품을 제공받았던  
사실이 사회적 물의를 빚기도 했다. 해를 넘겨 2003년  
도에는 언론인 특혜성 골프 접대와 외유성 해외취재  
가 사회적 지탄을 받았다. 이런 상황에서 언론사들은  
또다시 새 윤리강령을 앞다투어 발표했다. 변화하는  
사회 분위기와 높아지는 국민적 요구 속에서 최근 언  
론사들이 발표한 새로운 윤리강령들을 살펴본다.

최근 윤리강령의 가장 두드러진 특징은 윤리강령의  
실효성을 높이려는 노력이다. 이제까지 언론사의 윤  
리강령들은 단순히 선언적 의미에 그쳤다는 비판을



새 방송강령에 대해 협의중인 노사대표들(KBS).

받아왔다. 일각에서는 실효성은 염두에 두지 않은 채 대외용으로 윤리강령을 제정한다는 지적도 있었다. KBS는 올해 처음 방송강령과 별도로 윤리강령을 발표했다. 개인 윤리 차원의 명문화된 독립 규정의 필요성이 꾸준히 제기돼 왔기 때문. 언론인 윤리 제도가 한겨레신문사 재직중 윤리위원장을 역임한 정연주 사장의 핵심적인 실천 목표이기도 했을 뿐만 아니라, 공교롭게 새 윤리강령을 발표하기 직전 'TV 책을 말하다'의 프로듀서가 해외취재에 가족을 동반해 사회적 물의를 일으켰던 사건도 언론인 윤리 문제의 심각성을 재인식시킨 계기가 됐다.

#### 세부적, 구체적 기준 적시

KBS 윤리강령을 살펴보면 구체적이고 세부적으로 제시한 항목들이 눈에 띈다. 윤리적인 선언에만 치우쳐 포괄적이고 모호했던 문장들이 줄고, 구체적인 기준이 적시되어 있다. '직무관련자로부터 3만 원 이상의 식사와 향응 등의 대접을 받지 않는다.' (12조) '일반 경조금은 사회 관례상 통념적인 수준인 5만 원을 초과하

지 않도록 한다.' (14조)에서처럼 구체적인 한도를 명확하게 밝히고 있다. 특히 '공적 업무를 수행하며 발생한 항공 마일리지를 사적으로 사용하지 않는다.' (6조)처럼 간과하기 쉬운 사항까지 명시하고 있다.

MBC의 경우 2003년 12월 제정한 새 방송강령 속에 윤리 준칙을 마련 했다. 윤리준칙 강화와 현실화가 새 방송강령의 주요 개정 방향이었다는 것이 방송강령 개정위원회의 설명이다. 이번에 발표한 새 윤리준칙의 경우 적용대상을 취재·보도 인력에서 전 사원 개념으로 확대했고, 사회변화를 반영하는 새로운 조항이 신설됐다. 신설된 조항 중 눈길을 끄는 것은 해외취재와 관련된 항목. '일체의 연수는 회사가 모든 비용을 부담한다.' (7조)는 조항을 두어 그동안 논란이 많았던 기업이나 재단의 취재비 지원을 원천적으로 막고 있다. MBC 방송강령 개정위원회는 KBS 윤리강령에서와 달리 마일리지 관련 항목이 회사의 방침으로 결정될 수 있는 문제이고 윤리준칙이 지나치게 복잡해지는 것을 우려 반영하지 않았다고 한다.

MBC 윤리준칙의 또 다른 특이점으로는 해당 대상

MBC의 '몰래 카메라 준칙'도 사회적 현안을 반영한 사례다. 기본적인 원칙은 '국민의 프라이버시를 최대한 존중하기 위해 몰래 카메라를 사용하지 않는 것'이다. 이와 함께 몰래 카메라를 사용할 수 있는 예외규정과 사용시 조치방법이 명시되어 있다. 별첨에는 몰래 카메라 외에도 비밀 마이크, 비밀 전화, 위장취재에 관련된 기준도 함께 밝히고 있다.

이 크게 확대 되었다는 점이다. 이제까지 MBC는 각 지방 계열사마다 독자적인 윤리 관련 규정을 제정해 왔다. 그러나 올해부터는 19개 MBC 지방계열사가 모두 새로 발표한 방송강령과 윤리준칙의 적용 대상이 되었다. 또한 MBC는 방송강령을 작은 수첩형태로 제작, 전 직원들이 휴대하도록 해 실천력을 높이도록 노력하고 하고 있다.

#### 선거보도준칙도 진일보

올해 4.15총선이 방송강령과 윤리강령에 적극 반영된 것도 눈길을 끈다. YTN의 경우 공정보도 준칙에 선거보도 관련 기준을 마련해 두었다. YTN은 선거보도와 관련한 매우 구체적인 조항을 명시하고 있다. '선거 관련 뉴스프로그램은 카메라 각도, 촬영거리, 화면구성, 음향상태, 조명 등 기술적 측면에서 모든 후보자에게 가능한 한 동등한 조건을 마련해 줘야 한다.'(선거보도 세칙 12항)처럼 기존의 선거보도 기준과 비교했을 때 진일보한 모습을 보인다. KBS의 경우에는 윤리강령에 '공영방송 KBS 이미지의 사적 활용을 막기 위해 TV와 라디오 시사프로그램의 진행자, 그리고 정치 관련 취재 및 제작 담당자는 해당 직무가 끝난 후 6개월 이내에는 정치활동을 하지 않는다.'(2조)는 조항을 두기도 했다. MBC는 방송강령에 별첨으로 선거방송준칙을 만들었다. 선거방송준칙은 선거보도, 토론방송, 개표방송 등 제작과 보도에 관한 가이드라인을 제시하고 있다. 세칙 중 토론방송 형식 부분을 보면, 좌석배치, 시간 안배, 사회자 선정에 대한 구체적인 지침이 명시되어 있다. MBC 역시 진행자·정치 분야 취

재자의 출마 제한과 관련된 사항들을 검토했으나 사실상 제재 방법이 없어 반영하지 않았다고 한다.

MBC 방송강령의 두 번째 별첨인 '몰래 카메라 준칙'도 사회적 현안을 반영한 사례다. 2003년 양길승 몰래카메라 사건이 사회적 이슈로 부각되었던 것의 결과다. 이 준칙의 기본적인 원칙은 '국민의 프라이버시를 최대한 존중하기 위해 몰래 카메라를 사용하지 않는 것'(몰래 카메라 원칙)이다. 이와 함께 몰래 카메라를 사용할 수 있는 예외규정과 사용시 조치방법이 명시되어 있다. 별첨에는 몰래 카메라 외에도 비밀 마이크, 비밀 전화, 위장취재에 관련된 기준도 함께 밝히고 있다.

#### 윤리위원회의 위상과 역할 모호

윤리강령의 선언적 의미에서 탈피하기 위한 현실적 시스템이 절실히 요구되는 가운데 윤리위원회가 대안으로 떠오르고 있다. KBS는 위원장과 노사 동수의 위원 등 9명으로 윤리위원회를 발족했다. 위원회는 직접 당사자 또는 제3자의 진술을 듣거나 회사의 관련 부서에 조사를 의뢰할 수 있으며, 주의환기, 위원장 경고, 위원회 경고, 인사위원회 징계요구 등의 징계권을 갖는다. YTN도 노사 동수로 구성된 윤리위원회를 구성하기로 합의했다. YTN의 윤리위원회는 윤리강령을 위반한 행위자에 대한 경고 및 인사위원회에 징계를 건의하는 권한을 가지고 있고, 신입사원을 대상으로 하는 필수 윤리교육을 주관하도록 하고 있다. MBC의 경우 윤리위원회 구성에는 합의된 상태이고 현재 운영 세칙 마련을 위해 노사 간에 논의가

이루어지고 있다.

하지만 아직까지 윤리위원회가 언론인 비리를 적발 또는 징계한 사례는 미미하다. 설치 이후 현재까지 윤리위원회가 실제 소집된 적이 없는 언론사가 대부분이다. 아울러 윤리위원회는 윤리문제가 터진 이후에 대처하는 사후처리 기구라는 인식과 인사나 감사 부분 기구 사이의 역할 분담의 문제도 해결해야 할 문제다. 물론 윤리위원회가 언론인 윤리의식 제고를 위한 상징적인 의미도 가지고 있지만 여전히 내부 적발체계가 미흡하고 현실적 운영이 이뤄지지 않고 있다는 것은 윤리위원회가 갖는 실효성의 한계를 보여준다.

#### 윤리강령이 만병통치약인가

계속해서 윤리강령이 개선되어 발표되고 있는 가운데 언론계 자정의 노력과 다양한 실천방안이 강구되고

있다. 그럼에도 여전히 언론윤리와 관련된 문제는 끊이지 않고 있고 수용자들도 더 높은 수준의 언론윤리를 기대하고 있다. 단적인 예로 2003년 한국언론재단이 전국 신문, 방송, 통신 기자들을 대상으로 한 의식조사 결과에 따르면 어떤 형태로든 충지를 받은 경험이 있다는 언론인은 59.9%로 나타났다(언론사 근무부서별, 직급별, 지역별 기자 수에 따른 비례할당, 95% 신뢰 수준, 조사표본 700명의 표본오차는 3.67%). 지난 1991년의 65.6%, 2001년 64.4%와 비교할 때 점차 낮아지고 있는 추세이나 여전히 충지수수 관행이 개선되지 않고 있는 것으로 나타났다. 이런 가운데 새 윤리강령의 발표가 얼마만큼의 효과를 보일 수 있을 것인지 귀추가 주목된다.

실제로 언론사 내부의 담당부서에서도 윤리강령의 의미를 '일반 원칙의 재확인'과 '상징적 의미' 부여에

## 비리 언론인 클릭 한 방이면 KO - KBS 사이버 감사실

언론인 윤리강령 발표와 함께 현실적인 효과를 높이려는 다양한 방안들이 새롭게 시도되고 있다. KBS가 새 방송강령을 발표하면서 신설한 사이버 감사실도 그러한 노력 중의 하나. 인터넷의 사회적 영향력과 중요성이 커지면서 감사실을 사이버 공간에 설치, 인터넷 매체의 장점을 적극 활용한 시도다. 사이버 민원실은 시청자 상담실과 달리 언론인 윤리성 제고에 역점을 두고 있다. KBS 관계자의 금품 및 향응수수, 부정, 비리 등 사회적 지탄행위, 업무처리 부적정으로 인한 피해 사례, 모욕 및 미답 사례에 대한 제언을 접수한다.

누구나 KBS 홈페이지(www.kbs.co.kr)의 첫 화면에 있는 링크를 클릭하면 사이버 감사실에 들어갈 수 있고 복잡한 절차 없이 제보할 수 있다. 익명과 실명으로 제보할 수 있는데, 실명 제

보자에게는 처리결과를 개별통보해주고 있다. 서비스를 시작한 2003년 9월 3일부터 12월 말까지 장난이나, 근거 없는 욕설·비방 등을 제외하면 192건의 제보에 대한 조치가 이뤄졌다고 한다.

사이버 감사실을 담당하고 있는 김해일 씨는 '예전에는 시청자들이 직접방문하거나, 전화 등으로 언론인들의 비리를 제보했지만, 지금은 컴퓨터만 있으면 언제 어디서나 쉽게 제보할 수 있게 된 점이 크게 달라진 점'이라고 한다. 또한 '직원들 스스로가 항상 네티즌들의 시선을 의식해 행동을 조심하게 된 것이 가장 큰 성과'라고 밝혔다. 앞으로 KBS 사이버 감사실이 윤리강령의 실효성을 이끌어내는 구체적인 장치로서 자리매김 할 수 있을지 귀추가 주목된다.〈현〉

언론사 내부의 담당부서에서도 윤리강령의 의미를 '일반 원칙의 재확인'과 '상징적 의미' 부여에 두고 있는 경우가 많음을 취재과정에서 확인할 수 있었다. 또한 "구체적 조항만으로 현실성을 이끌어 낸다는 보장도 없으며 윤리위원회만으로 언론인 윤리문제를 뿌리 뽑기에는 한계를 가지고 있다."는 인식이 팽배해 있다.

두고 있는 경우가 많음을 취재과정에서 확인할 수 있었다. 또한 "구체적 조항만으로 현실성을 이끌어 낸다는 보장도 없으며 윤리위원회만으로 언론인 윤리문제를 뿌리 뽑기에는 한계를 가지고 있다."는 인식이 팽배해 있다.

민주언론운동시민연합의 최민희 사무총장은 언론인 비리 사건의 원인을 처벌 조항조차 없는 허술한 윤리강령이 갖는 한계뿐만 아니라 그 외의 다양한 분야에서도 찾고 있다. 그는 권언유착의 풍토, 언론시장의 독과점 구조, 취재관행과 기자단 문화, 언론 비리 사후 처리 미비 등 복합적이고 구조적인 문제가 해결될 때 언론인 윤리 문제가 해결될 것이라고 진단했다.

2003년 5월 19일 공무원행동강령이 발표된 이후 실제 고발이나 적발 건수가 거의 없자 언론이 앞 다퉈 이를 비난한 적이 있다. '제 식구 감싸기 여전... 실적 초라' '윤리강령 있으나 마나' 등의 제목으로 '공무원 행동강령이 겹대기 규정'이라든가 '윤리 관리가 실효성 있게 이뤄질 수 있는 적극적인 투자가 필요하다.' 등 비판의 각을 세우고 나름대로의 대책을 제시하기도 했다. 그러나 정작 언론은 언론인 윤리문제에 대해서는 비판하지 않는다. 오히려 특별한 경우를 제외하고 비리 연루 언론인들이야말로 권부와 언론계로부터 비호 받는다. 비리언론인 명단은 어떤 비리사건이든 마지막까지 공개되지 않는 것이 일반적이었다. 현재 공무원행동강령이 얼마만큼의 실효성을 이끌어 내고 있는가를 떠나 최소한 공무원들은 부패방지법이라는 명문화된 처벌규정과 행동강령책임관이라는 적발체계를 가지고 있다는 것에 언론은 주목할 필요가 있다.

윤리강령을 제정하며 새로운 각오를 보이고 있는 언론사는 새 윤리강령 발표가 언론윤리 문제에 만병통치약이라는 생각에서 벗어나야 한다. 그리고 언론인 윤리의식을 제고할 수 있는 종합적이고 현실적인 방안을 찾는 노력을 계속해야 할 것이다. ●

## 새로 나온 책

# 2003년도 언론중재제도 이용만족도 연구

언론중재위원회 펴냄



언론중재위원회가 언론중재제도의 효율적 운영과 개선방향을 모색한다는 취지에서 한양대학교 커뮤니케이션 연구센터에 연구용역을 의뢰해 이용만족도 조사를 실시한 결과가 나왔다.

이번 연구는 2000년 1월부터 2003년 6월까지 중재신청을 한 경험이 있는 신청인과 피신청인을 대상으로 언론중재제도에 관한 평가와 만족

도, 개선방안 등을 조사·분석한 것이다.

연구 결과 현재의 언론중재제도의 취지와 역할에 대한 긍정적 평가와 강력한 중재제도에 대한 동의가 높은 것으로 나타났다. 또한 법적, 절차적으로 완벽한 중재제도를 확립하는 것과 더불어 중재심리 당사자가 서로의 입장을 이해할 수 있는 중재심리 분위기를 통해 개인의 인격권과 언론의 자유가 상호 존중될 수 있는 분위기를 만들어갈 필요가 있다고 제언하고 있다.

언론중재위원회/4×6배판/160쪽/비매품