

국내 언론사 윤리강령 제정 실태 및 보도에 미치는 영향 연구

구교태 · 조소영 · 이영희



한국언론진흥재단 지정주제 연구보고서 2022-05

국내 언론사 윤리강령 제정 실태 및 보도에 미치는 영향 연구

책임 연구 | 구교태(계명대학교 언론영상학과 교수)
공동 연구 | 조소영(부산대학교 법학전문대학원 교수)
이영희(한양대학교 미디어커뮤니케이션학과 겸임교수)
보조 연구 | 김하늘(한양대학교 미디어커뮤니케이션학과 박사과정)

발행인 | 표완수
편집인 | 김성재
발행일 | 2022년 10월 31일 초판 제1쇄 발행

한국언론진흥재단
04520 서울특별시 중구 세종대로 124
전화 (02)2001-7744 팩스 (02)2001-7740
www.kpf.or.kr

이 보고서의 내용은 한국언론진흥재단의 공식 견해가 아닌 연구자의 연구 결과임을 밝힙니다.
©한국언론진흥재단 2022

이 보고서는 정부광고 수수료로 조성된 언론진흥기금의 지원을 받아 제작되었습니다.
자세한 내용은 QR코드를 통해 확인해 주세요.



국내 언론사 윤리강령 제정 실태 및 보도에 미치는 영향 연구

책임 연구 | 구교태(계명대학교 언론영상학과 교수)

공동 연구 | 조소영(부산대학교 법학전문대학원 교수)

이영희(한양대학교 미디어커뮤니케이션학과 겸임교수)

보조 연구 | 김하늘(한양대학교 미디어커뮤니케이션학과 박사과정)

본문 목차

요약문	1
01 서론	5
1. 연구 배경과 필요성	5
2. 연구목표	9
3. 연구방법과 연구체계	10
1) 언론윤리강령 내용분석	11
2) 언론인 심층 인터뷰	12
3) 언론수용자 여론조사	13
02 언론윤리강령과 언론 보도	15
1. 언론윤리와 윤리강령	15
1) 언론윤리강령의 기능과 역할	15
2) 바람직한 언론 보도를 위한 윤리 규범	16
2. 언론윤리강령 제정 배경	19
1) 국내 언론윤리강령 역사와 현재	20
2) 해외 언론윤리강령 역사	22
3. 언론윤리강령 기준 확립을 위한 규범적 논의	28
1) 언론의 자유와 자유언론제도에 관한 헌법적 논의	28
2) 언론윤리강령의 법률상의 근거	30
3) 디지털시대의 윤리강령의 변화 필요성	32

03 국내 언론사의 언론윤리강령 실태와 내용 34

1. 현행 신문윤리강령	34
1) 신문윤리강령의 연혁	34
2) 신문윤리강령 등의 내용	34
3) 인터넷신문윤리강령 등의 내용	47
2. 언론사별 언론윤리강령 비교분석	58
1) 개별 언론사 윤리강령 제정의 출발	58
2) 개별 언론사 윤리강령 내용	59
3. 언론윤리강령의 실효성 확보를 위한 개선방안	78
1) 자율규제로서의 언론윤리강령의 유형과 특징	78
2) 언론사와 내부통제시스템 도입	80
3) 취재 및 보도에 관한 실행지침의 구체화 등	84
4) 언론윤리강령의식 제고를 위한 윤리강령 공시 방안	86

04 언론윤리강령 언론인 심층 인터뷰 88

1. 심층 인터뷰 절차와 방법	88
1) 조사 대상	88
2) 조사 절차	89
2. 언론인 심층 인터뷰 분석 결과	91
1) 언론윤리강령에 대한 인식	91
2) 언론윤리강령 교육 경험 및 필요성 인식	119
3) 언론윤리강령 개선 사항	134
4) 기타 의견	159
3. 언론인의 윤리강령에 대한 심층 인터뷰 소결	162
1) 현직 언론인들의 언론윤리강령에 대한 인식	162
2) 언론윤리강령 교육에 대한 인식	164
3) 언론윤리강령 관련 개선에 대한 인식	166
4) 언론윤리강령 교육 시스템 개선에 대한 인식	167
5) 언론윤리강령 위반 시 조치사항	167

05 언론윤리에 대한 언론수용자 인식조사 170

1. 여론조사 참여자 특성 170
2. 언론과 언론윤리 173
 - 1) 뉴스와 언론윤리에 대한 인식 173
 - 2) 언론윤리를 위한 언론윤리강령에 대한 인식 180
3. 언론수용자 인식조사 소결 189
 - 1) 언론윤리 인식과 개인 특성 189
 - 2) 언론 인식과 언론윤리강령의 관계 190

06 결론 및 함의 192

1. 언론윤리강령 실태조사 결과 192
 - 1) 국내 언론사의 언론윤리강령 실태 193
 - 2) 언론윤리강령 규정 및 운영에 대한 언론인 인식 195
 - 3) 언론수용자 인식 197
2. 언론윤리강령 개선 및 강화 방안 199
 - 1) 실효성을 위한 명확하고도 구체적인 윤리규정 정비 199
 - 2) 언론윤리강령의 공개와 체크리스트 도입 199
 - 3) 내부통제 시스템 도입 및 제도화 201
 - 4) 언론윤리 교육 체계의 합리화 202
 - 5) 언론윤리 관련 수용자 조사 반영 204
3. 언론윤리강령 연구 개선 방향 204

참고문헌 207

부록 212

표 목차

[표 1-1] 분석대상 언론사의 언론윤리강령	11
[표 3-1] 신문윤리강령	37
[표 3-2] 신문윤리실천요강	43
[표 3-3] 인터넷신문윤리강령	49
[표 3-4] 인터넷신문윤리강령 시행세칙	53
[표 3-5] 언론윤리헌장	56
[표 3-6] 개별 언론사 주요 윤리강령	59
[표 3-7] 언론사별 윤리규정의 명칭 및 세칙 유무	61
[표 3-8] 언론사별 강령 위반 여부 심사담당기구 존부	64
[표 3-9] 언론사별 윤리규정의 공통사항 비교표	66
[표 3-10] 언론사별 총강 내용 비교표	69
[표 3-11] 언론사별 차별금지 규정 비교표	70
[표 3-12] 언론사별 사내민주주의 규정 비교표	71
[표 3-13] 언론사별 정치적·종교적 중립 규정 내용 비교표	72
[표 3-14] 언론사별 윤리규정 수범자 비교표	73
[표 3-15] 윤리규정상 윤리위원회 규정 내용 비교표	75
[표 3-16] 언론사 윤리규정상 개정관련 규정 내용 비교표	76
[표 4-1] 심층 인터뷰 조사 대상	89
[표 4-2] 심층 인터뷰 질문지 구성 내용	90
[표 4-3] 현직 언론인들의 언론윤리강령에 대한 인식	163
[표 4-4] 언론사별 언론윤리강령 교육 시스템 및 교육 필요성에 대한 인식	165
[표 4-5] 현직 기자들의 언론윤리강령 개선사항에 대한 인식	168
[표 5-1] 온라인 조사참여자 특성	170
[표 5-2] 조사참여자의 매체별 주간 뉴스 이용 현황	171
[표 5-3] 정치 성향별 뉴스 이용에 대한 독립표본 검정 결과	172
[표 5-4] 뉴스에 대한 인식	173
[표 5-5] 언론 역할에 대한 인식	174
[표 5-6] 뉴스 분야별 언론윤리 문제에 대한 인식	175
[표 5-7] 매체별 언론윤리 문제에 대한 인식	176
[표 5-8] 뉴스유형별 언론윤리 문제에 대한 인식	176

[표 5-9] 언론윤리와 언론윤리강령 관련 인식	177
[표 5-10] 언론윤리 수준에 대한 인식	178
[표 5-11] 뉴스 인식과 언론윤리 수준에 대한 인식 간의 상관관계 분석 결과	179
[표 5-12] 언론 역할과 언론윤리 수준에 대한 인식 간의 상관관계 분석 결과	179
[표 5-13] 개인 특성과 언론윤리 수준에 대한 인식 간의 상관관계 분석 결과	180
[표 5-14] 바람직한 언론 활동에 필요한 언론윤리 항목에 대한 인식	180
[표 5-15] 한국 언론의 언론윤리 항목 준수에 대한 인식	181
[표 5-16] 뉴스 인식과 윤리강령, 제재, 윤리교육 필요성에 대한 상관관계 분석 결과 ..	182
[표 5-17] 언론 역할과 윤리강령, 제재, 윤리교육 필요성 인식에 대한 상관관계 분석 결과	183
[표 5-18] 언론윤리 인식과 언론윤리강령, 제재, 윤리교육 필요성에 대한 상관관계 분석 결과	183
[표 5-19] 연령별 언론윤리강령 필요성에 대한 인식에 대한 분산분석 결과	184
[표 5-20] 소득별 언론윤리강령 필요성에 대한 인식에 대한 분산분석 결과	185
[표 5-21] 학력별 언론윤리강령 필요성에 대한 인식에 대한 분산분석 결과	185
[표 5-22] 성별 언론윤리 위반시 제재 필요성에 대한 독립표본 검정 결과	186
[표 5-23] 연령별 언론윤리 위반시 제재 필요성에 대한 인식에 대한 분산분석 결과 ..	186
[표 5-24] 소득별 언론윤리 위반시 제재 필요성에 대한 인식에 대한 분산분석 결과 ..	186
[표 5-25] 학력별 언론윤리 위반시 제재 필요성에 대한 인식에 대한 분산분석 결과 ..	187
[표 5-26] 연령별 기자 윤리교육 필요성에 대한 인식에 대한 분산분석 결과	188
[표 5-27] 소득별 기자 윤리교육 필요성에 대한 인식에 대한 분산분석 결과	188
[표 5-28] 언론윤리 실천에 중요한 순위별 주제	189

그림 목차

[그림 1-1] 언론윤리강령 관련 연구범위와 체계	10
[그림 3-1] 언론사 내부통제기준	83
[그림 6-1] 미국기자협회 홈페이지에 공개된 주제별 언론사 윤리강령	200

요 약 문

본 연구는 바람직한 언론 활동을 위한 언론윤리강령의 필요성과 유용성을 고려하여 국내 언론사들의 윤리강령 현황과 운영실태를 점검함으로써 자율규제 시스템의 적절성을 살펴보고, 윤리강령 실천 정도와 보완사항을 검토하고자 하였다. 이를 위하여 국내 언론사들의 언론윤리강령을 분석하여 그 특성을 알아보고, 현직 언론인들의 윤리강령에 대한 인식을 심층 인터뷰 방식으로 조사하였다. 또한 설문조사를 통해 뉴스 소비자인 이용자들이 인식하고 있는 언론윤리의 중요성과 가치를 살펴보았다.

먼저 언론윤리강령을 분석한 결과, 국내 개별 언론사들의 윤리강령 규정의 형식은 전반적으로 유사한 부분이 많았으나, 자체적으로 제정하여 공포 및 시행하고 있는 경우도 있고, 한국신문협회의 신문윤리강령을 준용하고 구체적인 실천내용들만 언론사 자체적으로 마련해서 시행하고 있는 경우들도 있으며, 실천 요강에 해당되는 구체적 내용을 윤리강령 본문에 포함하여 규정한 경우도 있었다. 형식적인 측면에서는 명칭이 통일적이지 않고 규정 위반 여부를 심사하는 기구의 존부도 달랐으며, 내용적인 면에서는 구체적인 상세한 내용들은 다소간 차이가 있지만, 언론의 자유 수호와 언론의 사회적 책임을 우선적으로 규정하고 취재·보도 윤리·직업윤리·권리보호·피해구제 또는 피해 최소화·언론인으로서의 품위 유지의 순으로 규정하고 있다는 점에 공통점이 발견되었다. 한편 개별 언론사가 다른 언론사들과는 달리 고유하게 차이나는 규정을 둔 내용은, 차별금지사유의 예시 내용, 사내민주주의에 관한 규정, 정치적·종교적 중립이나 정치활동 금지 규정에 관한 것이었다. 그리고 몇 개의 언론사의 경우에만 윤리규정에 대한 주기적 교육실행 규정을 두기도 했고, 윤리위원회의 기능과 권한 등에 관하여 구체적인 근거 규정을 두기도 했으며, 해당 윤리규정의 개정 필요성에 관하여 규정하기도 했다.

다음으로 현직 언론인 18명의 언론윤리강령 인식조사에서는 우선, 언론윤리강령이 필요하며 중요하다는 데에는 이견이 없었으나, 소속 언론사의 윤리강령 제·개정 과정은 물론 강령의 구체적인 내용조차 평소에 인식하고 있는 경우는 드문 것으로 조사되었다. 언론윤리강령 가운데 가장 중요하다고 여기는 조항은 대다수 언론인들

이 기본적인 언론자유와 공정보도를 언급하였다. 그러나 언론사 대다수가 이윤 추구라는 구조적 한계를 가지고 있어 경제성 높은 기사를 선호하기 때문에 공정보도가 소홀히 다뤄질 수 있다는 시각도 있었다. 다음으로, 소속 언론사의 언론윤리강령을 대외적으로 공개하는 것에 대해 18명 중 14명이 찬성하였으며, 그 이유는 무엇보다 기자들에게 윤리의식의 경각심을 보다 강하게 심어줄 수 있으며, 기자들이 언론의 기본원칙을 잊지 않게 하는 역할을 할 수 있을 것이라고 보았다. 본 조사의 인터뷰에 응한 현직 언론인은 모두 선배나 상사로부터 도제식으로 취재윤리를 학습했다고 하였으며, 취재방식과 마찬가지로 선후배 또는 동료와 현장에서 습득하거나 스스로 터득한다고 하였다. 그러나 이러한 도제식 교육은 일관성이 없으며, 일반화하기 어렵고, 개인의 신념으로 좌우될 수 있으며, 시대적 변화에도 둔감하다는 단점들이 있음을 지적하였다. 이에 따라 현직 언론인들은 모두 언론윤리강령, 취재보도윤리에 대한 교육이 반드시 필요하다고 답하였다. 그 이유는 언론 본연의 임무를 올바로 수행하기 위하여 언론윤리가 뒷받침되어야 하기 때문이라고 하였으며, 미디어 환경의 급변화로 취재 윤리가 갈수록 엄격해지고 있기에 적절한 맞춤형 교육이 더 요구된다고 보았다. 그리고 언론윤리강령을 위반한 경우 제재 규정에 대한 필요성도 확인되었다.

다음으로 언론수용자 인식조사 결과, 시민들은 전반적으로 한국 언론의 윤리 수준을 낮게 평가하는 것으로 나타났다. 언론윤리 수준에 대한 인식은 뉴스 품질이나 언론의 사회적 역할에 대한 인식과 매우 관계있는 것으로 드러났는데, 신뢰성, 공정성, 다양성 등과 같은 뉴스 품질이나 의제설정, 다양성 제공, 감시비판 기능 등과 같은 언론 역할에 대한 인식이 낮을수록 언론윤리 수준에 대하여 부정적인 태도를 보여주었다. 또한, 교육이나 소득 수준이 상대적으로 높고 나이가 많은 사람들이 언론윤리 수준을 낮게 평가하고 언론윤리를 위해 언론윤리강령이 필요하다고 인식하고 있었다. 또한 언론윤리강령 운영의 효율성을 증대시키기 위해서는 언론윤리 위반 시 대응체계나 규정 관련 교육이 중요해 보이는데, 윤리 수준을 부정적으로 인식할수록 언론윤리위반 관련 기자나 언론사를 규제해야 하고, 기자를 대상으로 한 언론윤리교육도 강화해야 한다는 태도를 보여주었다. 나이가 정확성, 신뢰성 등과 같이 뉴스 품질에 문제가 있다고 인식할수록 그리고 권력에 대한 감시비판 등과 같은 언론의 사회적 역할이 부족하다고 생각할수록 언론윤리를

위반한 기자나 언론사에 대한 제재나 언론윤리 교육도 필요하다는 인식이 증대된 것으로 나타났다.

위의 분석 결과를 바탕으로, 언론윤리강령 개선 및 강화 방안을 제안하면 아래와 같다. 첫째, ‘실효성을 위한 명확하고도 구체적인 윤리규정 정비’다. 언론사의 언론윤리강령은 현장에서 실현되어야 할 행동 지침이기에 규정의 내용이 명확하고 구체적으로 개선되어야 한다. 세부적이고 시의성 있는 체크리스트 형식의 보도준칙을 마련하고, 사례 위주의 가이드라인을 만드는 작업도 이뤄져야 할 것이다.

둘째, ‘언론윤리강령의 공개와 체크리스트 도입’이다. 언론윤리규정은 언론사 스스로가 자신들에게 주어진 사회적 공기로서의 공적 책임과 의무를 잘 이행하기 위해 정한 자신들의 규정이고, 저널리즘의 위기에서 자구책이자 개선책으로 강구한 자정 노력의 결과이다. 이러한 측면에서 언론사의 윤리규정이 언론사의 사규에 불과한 내부자료로 인식되지 않아야 한다. 언론윤리강령은 각 언론사의 홈페이지에 대외적으로 공개하고 언론사 간 공유할 수 있어야 하며, 기자들이 사내 홈페이지에 들어갈 때마다 팝업창으로 뜨거나 셀프 체크리스트를 확인할 수 있어야 할 것이다. 나아가 한국기자협회나 한국언론진흥재단에 제출하여 함께 공식적으로 공개하는 방안도 대안일 수 있다.

셋째, ‘내부통제 시스템 도입 및 제도화’다. 언론윤리강령의 실효성 확보를 위해 실행의 강제성 확보를 제도화하려는 노력이 필요하다. 윤리강령 위반시 제재 수단 도입 등을 구체화해야 하며 직무 수행 언론인들에 대한 면책 규정도 마련해야 한다. 작은 실수라도 윤리위원회에서 문제점을 진단하고 재발 방지를 위한 적절한 조치나 절차가 이행되어야 기자들이 취재윤리에 대해 경각심을 가질 것이다. 이를 위해, 언론윤리강령의 실효성 확보를 위한 시스템 구축방안으로, 언론사들은 2000년대 이후 기업법제에서 계속해서 논의되어 온 ‘내부통제 시스템’의 도입 및 제도화를 검토해 보아야 한다. 언론윤리강령을 언론사 자체의 ‘내부통제기준’으로 두고, 언론사와 언론인이 사회적 책임을 수행해야만 하는 과정에서의 위험을 관리하는 자체적 시스템으로 제도화하는 방안을 고려해 볼 수 있을 것이다.

넷째, ‘언론윤리 교육 체계의 합리화’이다. 먼저, 현재의 도제식 교육의 단점을 보완할 수 있는 정기적인 교육 체계가 마련되어야 한다. 관습적으로 내려오고 있는 도제식 교육의 단점을 보완하기 위하여, 언론진흥재단의 교육을 더 적극적으로

활용하도록 제도 마련이 필요하며, 언론윤리강령에 대한 정기적인 온라인 교육을 이수하도록 하고, 이를 승진 평가 등에 반영하여 인센티브를 주는 방법이 강구되어야 할 것이다. 또한 언론윤리 교육의 실용성을 강화하기 위해 단순히 윤리강령을 알려주는 데 그치지 않고, 자세한 사례별 교육과 케이스 스터디 기반의 토론식 교육을 통해 학습효과를 제고할 필요가 있다. 연차와 직급별로 맞춤형 교육도 고려되어야 하며, 미디어 환경변화에 대응하는 윤리교육도 이뤄져야 한다. 최근 폭발적으로 증가한 인터넷매체나 온라인상의 자극적이고 무분별한 취재 행위에 대하여 새로운 매뉴얼이 윤리강령에 포함되어야 할 것이다.

다섯째, ‘언론윤리 관련 수용자 조사 반영’이다. 언론수용자 인식조사 결과는 향후 언론윤리를 증대시키기 위한 윤리강령 제·개정 시 시민들의 관심과 우려를 반영할 수 있는 근거가 될 수 있다. 언론 활동이 언론수용자의 권익 신장과 무관하지 않음을 고려한다면, 뉴스 소비자의 의견을 언론윤리강령이나 운영에 반영함으로써 뉴스 만족도와 신뢰도 제고를 기대해 볼 수 있다. 본 연구 결과 뉴스 품질과 언론 역할에 대한 불만은 언론윤리에 대한 시민들의 불만족과 연계되어 있고, 언론윤리 강화를 위한 언론인 제재나 언론인 윤리교육 강화와 같은 엄격한 운영 등에 대한 인식과도 관계된 것으로 나타났다. 따라서 뉴스 소비자인 언론수용자들의 인식을 언론사의 언론윤리강령 내용이나 운영에 반영하려는 노력이 필요해 보인다. 나아가 온라인 중심의 뉴스 생태계에서 언론수용자들의 인식을 점검하고 관련된 윤리적 이슈를 검토함으로써 디지털 시대에 적합한 언론윤리를 보완하고 강화하려는 체계적인 노력과 연구도 이뤄져야 할 것이다.

1. 연구 배경과 필요성

민주적 공동체를 위한 언론의 가치는 언론 활동에 대한 사회적 존중과 취재 권한의 확대로 이어져 왔다. 취재 편의 제공, 자유로운 언론 활동을 위한 법·제도적 지원, 보도에 대한 의존과 공중의 신뢰 등으로 진실 보도와 알 권리 충족을 위한 저널리즘 실천에 대한 기대를 보여주었다. 공적 커뮤니케이션 채널로서의 위상에도 불구하고, 현실에서는 신념과 사실이 충돌하고, 취재 관행과 조직이익이 공정성과 중립성을 위협하고, 취재원의 관심이 공중의 알 권리를 우선하는 현상 등과 같은 문제가 표면화되면서 책임 있는 저널리즘 활동을 위한 규제의 목소리도 증가해왔다.

사회 각 영역에 미치는 언론의 영향력은 여전히 지대하지만, 언론 실천에 대한 국민적 관심과 기대는 다소 낮은 편이다. <2021 언론수용자 조사>에 따르면, 언론인의 사회적 영향력에 대한 인식은 5점 만점 중 평균 3.81로 대체로 높지만, 언론인의 도덕성(3.09)과 언론인에 대한 신뢰도(3.04)는 상대적으로 낮았다(한국 언론진흥재단, 2021).¹⁾ 이러한 인식은 언론인의 활동 결과물로 평가될 수 있는 언론에 대한 인식과도 무관치 않아 보인다(공정 3.12, 정확 3.25, 신뢰 3.24, 전문성 3.55). 특히, 언론인에 대한 평가는 언론에 대한 인식 수준보다 다소 낮게 나타나, 향후 언론인에 대한 인식 제고 노력이 필요해 보인다.

한국 언론 보도는 객관성, 정확성, 투명성은 물론, 사실과 의견의 구분과 같은

1) <2020년 언론수용자 조사>에서도 언론인의 사회적 영향력은 비교적 높은 편이었지만(3.82), 언론인의 도덕성은 상대적으로 더 낮았다(2.99점).

기본적인 저널리즘 윤리조차도 제대로 지키지 못한다는 평가를 받고 있다(표시영, 2021. 12). 비윤리적 보도를 넘어 인격권을 침해하거나 기사와 광고를 제대로 구분하지 않는 등 위법적 성격의 보도가 늘고 있다는 비판도 있다. 옥스퍼드대학교 부설 로이터저널리즘연구소가 2012년부터 매년 발표하고 있는 <디지털 뉴스 리포트>에 따르면, 조사대상에 포함된 2016년부터 2021년까지 한국 언론의 보도를 신뢰한다는 응답 비율은 22~32%에 불과한 것으로 나타났다(이승선 외, 2021). <디지털 뉴스리포트 2021> 조사 결과는 한국의 뉴스 신뢰도가 46개 조사대상국 가운데 하위권인 38위였음을 보여주었다. 언론 보도의 품질 문제에 대한 지적이 꾸준히 제기되는 상황을 고려하면 언론 신뢰 회복을 위한 연구와 대책이 절실히 보인다.

문제가 되는 언론 활동에 대한 규제는 강제적 영역과 자율적 영역으로 구분된다. 명예훼손, 초상권, 프라이버시권 등에 관한 법률은 취재원 보호를 위한 언론 규제적 측면이 강하다. 법률을 통한 강제적 규제는 언론 활동을 위축시킬 가능성이 있다는 점에서 표현의 자유와 비교 평가되어야 한다. 한편, 언론중재위원회에 접수된 조정신청의 손해배상청구 건수와 언론 관련 판결의 손해배상 청구 건수도 증가 추세다(김정민·황용석, 2021). 비윤리적, 불법적 언론 활동에 대한 문제해결을 위한 외적 규제 강화는 2021년 ‘징벌적 손해배상’을 포함한 언론중재법 개정 노력으로 표면화 되기에 이르렀다.²⁾ 하지만 법률과 같은 규제에는 국가권력의 침해 가능성이 있다는 우려도 있다(이승선·김선량·김정호·표시영, 2021). 또한, 법률제정에는 공론화 과정뿐만 아니라 현행법과의 조율이 필요하기에 언론자유를 침해할 수 있는 입법은 최대한 신중하여야 한다.

언론사들도 언론의 문제점을 인식하고 언론윤리강령을 제정하는 등 다양한 자구적 노력을 기울여왔다. 이는 언론의 자유와 사회적 책임을 조화롭게 하려는 의지로 해석될 수 있다. 법의 정신을 포함하고 사회 구성원들의 공통된 규범을 반영한 언론윤리강령을 통한 자율규제는 공유된 기준을 따르지 않는 언론인을

2) 한국 언론의 문제점을 해결하고자, 2020년 9월 언론의 사회적 책임 강화를 위한 ‘징벌적 손해배상 법률안’이 제안되었다. 언론 보도로 인한 인격권 침해에 대해 법원이 판결할 수 있는 손해배상액의 상한선을 높이자는 징벌적 손해배상을 넣은 언론중재법 개정안은 언론계의 강한 반대와 침해하게 대립된 의견을 조율하는 데 실패하여 합의에 이르지 못했다.

규제할 수 있는 효과적 방안이다. 물론, 자율규제 내용에 대한 공유된 인식과 언론인의 윤리적 실천 체계가 제대로 작동되는 것이 전제되어야 한다.

자율규제는 규제가 신속하고, 여러 언론 환경에 대한 대처가 유연할 수 있으며, 규제의 비용을 민간 영역이 담당하며, 자체 전문 지식을 활용할 수 있다는 장점이 있다(Campbell, 1999). 따라서 언론 자체의 내적 규제가 필요하다는 언론계와 학계의 목소리를 반영한 언론인들의 윤리의식 제고와 전문성 향상에 대한 개혁방안 마련이 시급해 보인다.

자율규제를 위해 언론사가 제정한 윤리강령은 언론 활동에 대한 자율규제 판단의 근거이자 취재·보도 행위와 관련된 구체적 행위지침 일체를 의미한다(통합형 언론 자율규제기구 위원회, 2021). 일반적으로 윤리적 가치(value)는 윤리적 규범(norm)의 근거가 되고, 규범을 명시적으로 표현한 것이 언론윤리강령 형태로 구체화 된다(김영옥, 2009). 이러한 측면에서 윤리적 가치는 언론의 가치를 벗어나 고려될 수 없다. 윤리는 저널리즘의 모든 요소와 기자가 내리는 모든 중요한 결정에 깊이 관여된다(Kovach & Rosentiel, 2021).

물론 어떠한 커뮤니케이션 환경 속에서 언론 활동이 수행되는가도 중요하다. 따라서 윤리에 대한 책임은 전적으로 기자 개인 만의 문제는 아닐 수 있다. 비록 선택과 결정의 문제는 개인적 차원일 수 있지만, 윤리적 언론 실천을 위협하는 환경도 무시할 수 없는 상황이다. 예를 들어, 최근 디지털화로 인한 신속한 뉴스 생산 주기는 사건을 제대로 파악하는 데 장애가 될 수 있다. 한정된 시간 속에서 육하원칙에 근거한 보도에서 복잡하게 연계된 여러 원인에 대한 진술인 ‘왜’라는 질문에 답하기는 매우 어렵기 때문이다(Clark, 2014). 또한, 채널 간 무한경쟁으로 언론사의 수입원이 줄고 협찬이나 후원금에 더 의존할수록 언론윤리의 원칙들을 준수하기가 힘들어질 수 있다(Kovach & Rosentiel, 2021). 하지만 언론의 목적과 기능을 고려하면 윤리적 언론 실천 환경을 조성하고 성장시킬 수 있는 토대를 만드는 데 소홀히 할 수 없다.

취재 및 보도 활동은 시대의 변화에 민감하게 반응할 수 있다. 관련된 언론 윤리도 새로운 기술에 따라 진화하였고 문화양상에 따라 다양한 형태를 갖춰왔다. 언론에서도 ICT 기술의 급격한 발전이 진행되고 있어, 디지털 시대의 뉴스 생산 방식을 맞는 자율규제가 필요하다. 인공지능이나 드론 등을 활용한 취재·보도

활동이 증대되면서, 비윤리적 활용 가능성도 커졌고, 언론사의 디지털 플랫폼 종속과 과대경쟁으로 인한 저널리즘 품질 저하 등에 대한 우려도 증대되었다(김위근, 2014; 박영흠, 2018). 사회적 기준과 규범들도 사회 환경을 반영하여 유연하게 대처해야 한다는 점을 고려하면 언론 활동의 기준이 되는 윤리강령에 대한 정비도 필요한 상황이다.

언론윤리 수준을 새로운 디지털 환경에 맞도록 개선하려는 움직임은 해외의 언론윤리강령에서도 감지되고 있다. 예를 들어, AP 통신사의 경우 'Social Media Guidelines'도 마련하여 소속 기자들이 언론인으로서 갖추어야 할 엄격한 기준을 제시하고 있다. 소셜 미디어에서 언론 관련 활동을 수행할 때는 반드시 자신의 소속을 밝혀야 하며, 소셜 미디어에서 다른 사람의 글을 옮기거나 자신의 것처럼 전달하는 표절행위도 금하고 있다. 영국의 가디언(the Guardian)이나 뉴욕타임즈(the New York Times)는 교정(correction)에 대한 규정도 마련하여 교정 절차와 처리 방법도 적극적으로 공개하고 있다.

한국 언론에 대한 신뢰 인식 수준이 보통 수준인 점을 고려하면, 뉴스 이용자의 신뢰 회복을 위한 취재 및 보도 활동에서의 자정 노력이 필요해 보인다. 무엇보다 다양한 주체들이 납득할 수 있는 수준의 성문화된 윤리적 규범을 제시하여야 하고, 공개된 원칙을 준수하는 언론 활동을 보여줘야 할 것이다. 언론윤리강령의 진술 방식도 효과적 준수 체계를 위해서 개선될 필요가 있다. 지나치게 추상적인 진술을 지양하고 진술의 구체성을 강화한다면 준수 과정에 대한 명료성도 커질 수 있기 때문이다. 또한, 명문화된 윤리적 기준인 언론윤리강령들이 언론인들의 취재 및 보도 활동의 토대가 될 수 있도록 언론인에 대한 교육도 강화해야 하며, 윤리강령 위반 시 투명하고도 합리적인 제재 체계도 갖추어야 한다.

본 연구는 바람직한 언론 활동을 위한 언론윤리강령의 필요성과 유용성을 고려하여 한국 언론사들의 윤리강령 현황 및 운영실태를 점검함으로써 자율규제 시스템의 적절성을 살펴보고자 하였다. 현 언론윤리강령의 특징 및 운영현황을 분석함으로써 윤리적 실천 정도를 가늠하고 보완사항을 검토하는 계기가 될 수 있다. 이는 책임 있고 바람직한 언론 활동을 위한 토대 작업이기도 하다.

2. 연구목표

한국 언론사들은 바람직한 언론 활동을 위한 언론윤리규정을 제정하여 윤리적 실천을 위한 토대를 다져왔다. 하지만 언론윤리강령의 중요성에도 불구하고, 각 언론사의 윤리강령에 대한 실태조사는 미비한 실정이다. 언론 생태계 변화에 유연한 윤리강령을 마련하고 합리적 운영 방식에 대한 연구를 통해 한국 언론의 윤리적 실천 기준과 보도에 대한 영향력을 가늠해 보고자 하였다. 이를 위해 본 연구는 네 가지 연구목표를 설정하였다.

첫째, 국내 언론사의 언론윤리강령의 특성을 알아보고자 하였다. 이를 위해 먼저, 언론윤리강령이 추구하는 윤리적 가치들은 무엇인지를 점검하였다. 언론윤리강령에 제시된 윤리적 가치와 진술방식에 대한 조사 그리고 언론윤리강령이 언론사 별로 유의미한 차이를 보이는지를 중심으로 분석하였다.

둘째, 국내 언론사들의 언론윤리강령의 운영실태를 파악하고자 하였다. 사내 자율규제의 적절성을 이해하기 위함이다. 이를 위해 언론윤리강령의 공개방식, 언론인에 대한 윤리강령 교육, 윤리강령 위반 시의 절차 등을 살펴보았다. 이는 적절한 윤리강령 제정도 중요하지만, 운영 방식에 따른 언론윤리강령의 실효성을 확인하기 위함이다.

셋째, 언론 보도에 대한 언론윤리강령의 영향력을 살펴보았다. 언론인들은 언론윤리강령의 필요성에 대해 어떻게 인식하고 있으며, 자신들의 취재·보도 활동에 어떠한 영향을 미치고 있다고 생각하는지, 윤리강령의 보완에 대한 의견 등을 중심으로 조사하였다.

넷째, 언론윤리에 대한 뉴스 이용자의 인식을 조사하였다. 뉴스 소비자인 이용자들은 언론윤리의 문제를 어떻게 인식하고 있으며, 언론 활동과 관련하여 어떠한 윤리 가치가 중요하다고 판단하는지 등을 살펴보았다.

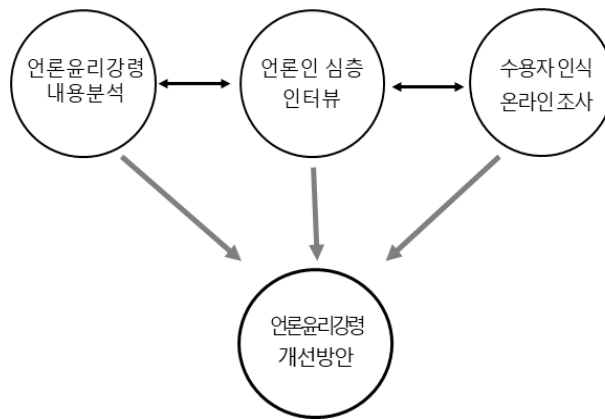
설정된 네 가지 연구목표를 통해 언론윤리강령의 특성과 운영방식을 이해하고 보도에 미치는 영향력을 확인하고자 하였다. 나아가 언론인에 대한 심층 인터뷰와 수용자 조사를 통해 언론윤리강령의 개선방안을 논의하였다. 연구결과는 언론사가 자율적으로 언론윤리강령을 정비하고, 윤리강령 위배에 대한 합리적이고 효과적인 대응이 가능한 자율규제 시스템을 마련하는데 유용할 것으로 판단된다. 언론의

자율규제 시스템 논의는 향후 윤리적 언론 활동을 제고하고 시민 권익을 강화하는데 도움이 될 것이다. 이는 언론의 신뢰도 향상에도 기여할 것으로 판단된다.

3. 연구방법과 연구체계

본 연구는 국내 언론사의 언론윤리강령, 신문/방송/뉴스통신/인터넷신문의 언론인 18명, 인터넷 이용자 1,107명을 대상으로 수행되었다. 이들에 대한 설문조사를 통해 국내 언론윤리강령을 이해하고 개선방안을 도출하고자 하였다.

[그림 1-1] 언론윤리강령 관련 연구범위와 체계



설정된 연구목표를 달성하고자 문헌 연구를 제외한 세 가지 연구 방법들이 사용되었다. 언론윤리강령에 대해서는 질적, 양적 내용분석이 실시되었고, 언론인 인식조사를 위해서는 구조화된 심층 인터뷰가 진행되었다. 마지막으로 뉴스 이용자 인식조사는 온라인 설문조사를 통해 진행되었다.

1) 언론윤리강령 내용분석

언론윤리강령 내용분석을 위한 연구는 두 가지의 범주를 구분해서 진행하였다. 하나는 현재 국내 언론사 중 대표적인 언론사의 현행 언론윤리강령을 수집하여 진행한 분석이고, 다른 하나는 언론사 윤리강령 현황에 대해 현직 언론 종사자를 대상으로 한 실태조사 내용에 대한 분석이다.

대표적 언론사의 현행 언론윤리강령 내용에 대한 분석을 위해, 국내 언론사 중 매체별 대표 언론사로 18개의 언론사를 선정하였다. 우선 한국기자협회와 관련 단체들이 공동발표한 신문윤리강령·신문윤리실천요강·언론윤리헌장·인터넷신문윤리강령을 전국적 차원에서의 윤리규범 표준으로서 분석하였다. 그리고 개별 언론사의 윤리강령 내용분석을 위해, 언론윤리강령·언론윤리실천요강 등 명칭과 상관 없이 언론윤리와 관련된 내용을 포함한 규정들을 분류하고 정리하였다. 그리고 이를 바탕으로 하여 개별 각 언론사의 언론윤리강령 내용들을 비교분석하고, 구조적·제도적 문제점들을 진단한 후 개선안에 대해 검토하였다.

[표 1-1] 분석대상 언론사의 언론윤리강령³⁾

분류	언론사명
전국일간지 6개	경향신문, 서울신문, 조선일보, 중앙일보, 한겨레신문, 한국일보
지역일간지 2개	매일신문, 부산일보
지역방송 1개	TBC
뉴스통신사 1개	연합뉴스
경제일간지 2개	매일경제, 한국경제
지상파방송 2개	KBS, MBC
중편 2개	JTBC, TV조선,
보도전문 1개	YTN
인터넷신문 1개	오마이뉴스

3) 분석대상인 언론사는 매체별 대표 언론사 18개사 외에, 한국기자협회의 협조 하에 수행했던 실태조사에서 해당 설문에 회신을 했던 9개의 언론사를 포함했다.

두 번째는 언론사 윤리강령 현황에 대해 현직 언론 종사자를 대상으로 한 실태조사의 내용을 분석하였다. 실태조사는 한국기자협회의 협조하에 이루어졌으며, 2022년 5월 9일~30일까지의 기간 동안 수행되었다. 국내 언론사를 대상으로 하여 설문을 진행하였지만, 회신은 단 9개의 언론사에 불과했다. 그러나 윤리강령의 존부, 제정 및 개정 연도, 공개 여부 및 공개 방법, 운영지침 등에 대한 설문이었기 때문에, 이후 연구진의 직접 탐색을 통해 보완하여 검토분석을 진행했다. 다만, 언론사 자체의 방침으로 공개를 거부한 경우에는 분석대상에서 제외하였다.

2) 언론인 심층 인터뷰

국내 현직 기자들을 대상으로 윤리강령 관련 교육 경험 등을 이해하고 언론인들이 생각하는 언론윤리 개선방안 등을 파악하고자 심층 인터뷰를 시행하였다. 전국일간지 4개사, 지역일간지 2개사, 지역방송사 1개사, 뉴스통신사 2개사, 경제일간지 2개사, 지상파방송사 2개사, 종합편성채널 2개사, 보도전문채널 1개사, 인터넷신문 2개사의 현직 기자들로서 총 18명이 인터뷰에 참여하였다.

인터뷰는 서면과 대면 인터뷰로 진행되었으며, 조사기간 동안 6월 1일 지방선거기간이 포함되어 대다수의 조사 대상 기자와 대면 인터뷰 일정을 잡기가 어려웠던 관계로 1차적으로 서면 인터뷰를 진행하였고, 답변 내용에서 추가적인 질문이 필요한 경우 직접 만나거나 온라인 화상회의 시스템을 통해 대면 인터뷰를 진행하였다. 질문의 내용은 우선 선행 연구 검토를 통하여 대략적인 질문지를 작성한 후 사전 인터뷰를 거쳐 질문의 내용을 수정 및 추가하였다.

본 연구의 심층 인터뷰 질문은 크게 네 가지 범주로 구분된다. 첫 번째는 ‘언론윤리강령 인식에 대한 질문’, 두 번째는 ‘언론윤리강령 교육 경험에 대한 질문’, 세 번째는 ‘언론윤리강령 개선방안에 대한 질문’, 네 번째는 ‘언론윤리강령과 관련한 기타 의견’으로 구성하였다. 네 가지로 구분한 질문은 다시 각각의 세부적인 문항으로 나누었다. 첫 번째 질문에서는 ‘언론윤리강령의 제정과 개정 과정 및 운영방식’, ‘언론윤리강령 중요성에 대한 인식’, ‘언론윤리강령 공개와 단일 언론윤리강령에 대한 인식’으로 나누어 질문하였고, 두 번째 문항은 ‘언론윤리강령 관련 교육 시스템’과 ‘언론윤리강령 교육 필요성에 대한 인식’으로 나누어 의견을 물었다.

세 번째 개선사항에 대해서는 ‘언론윤리강령과 관련하여 개선되어야 할 사항’, ‘언론윤리강령 교육 시스템 개선 사항’, ‘언론윤리강령 위반 시 조치 방식’ 그리고 ‘반영할 만한 해외 또는 타언론사 윤리강령 운영 사례’로 세분화하여 질문하였다. 마지막으로 언론윤리강령과 관련한 기타 의견을 자유롭게 적도록 구성하였다. 그리고 응답자들의 구체적인 답변을 끌어내고자 각 문항의 질문에는 예시나 부연 설명을 덧붙여 질문 의도에 대한 이해를 높였다.

3) 언론수용자 인식조사

온라인 여론조사는 네 번째 연구목적인 언론윤리에 대한 수용자 인식을 조사하고 자 수행되었다. 온라인 조사 기관인 엠브레인에 의뢰하여, 조사 패널 1,107명을 대상으로 한 온라인 조사가 이뤄졌다. 설문조사는 약 80문항의 구조화된 설문지를 바탕으로 성, 연령, 지역을 고려한 편의할당표집 방법이 사용되었다. 조사대상은 만 19세부터 70세 이하였으며, 조사 기간은 6월 4일부터 6월 7일까지였다.

주요 설문조사 변인으로는 뉴스 이용행태(빈도, 주제 등), 언론 역할 및 뉴스에 대한 인식, 언론윤리 문제에 대한 인식(기사 유형, 뉴스 분야, 매체), 언론윤리 수준 및 윤리 가치에 대한 인식 등이 있다. 언론윤리 문제에 뉴스 분야는 ‘정치’, ‘경제’, ‘사회’, ‘생활/문화’, ‘IT/과학’, ‘세계’, ‘스포츠’, ‘연예’ 등으로 분류되었고, 기사 유형은 신문사/인터넷/뉴스통신사의 ‘스트레이트/단신’, ‘기획·해설’, ‘사설·칼럼·논평’, ‘동영상’, ‘온라인용 기사’와 방송의 ‘스트레이트/단신’, ‘리포트 기사’, ‘해설·논평’으로 분류되어 조사되었다. 뉴스 매체는 ‘지면뉴스’, ‘방송뉴스’, ‘인터넷뉴스’로 구분하여 측정되었다.

언론윤리 수준 및 윤리 가치에 대한 인식은 한국기자협회의 언론윤리강령 12개 조항들(언론자유, 공정보도, 품위유지, 정당한 정보수집, 올바른 정보사용, 사생활 보호, 취재원 보호, 오보의 정정, 갈등·차별 조장 금지, 광고·판매 활동의 제한)을 중심으로 측정되었다. 12개 조항 중 뉴스 이용자들이 가장 중요하게 생각하는 언론윤리 덕목은 무엇인지 그리고 개별 조항들이 얼마나 잘 준수되고 있는지에 대한 측정이 이뤄졌다. 이 밖에도 전반적인 한국의 언론윤리 수준, 언론윤리 위반시 기자 혹은 언론사에 대한 제재 필요성, 언론윤리를 위한 언론인 교육 필요성 등에

대한 일반인의 인식도 5점 척도로 조사되었다.

미디어 이용자들이 생각하는 언론윤리 실천에 가장 중요한 주체에 대한 조사도 이뤄졌다. 이를 위해 기자, 언론사, 언론유관기관(한국기자협회, 한국신문윤리위원회 등), 시민, 광고주 등 5개 주체를 제시하고 1, 2순위로 응답하도록 문항이 구성되었다.

인구사회학적 요인으로는 소득, 성별, 학력, 나이, 거주 지역, 정치 성향(이념) 등이 조사되었다. 수집된 데이터에 대해서는 IBM SPSS 27 버전을 활용하여 기술통계와 추론통계가 이뤄졌다.

02 언론윤리강령과 언론 보도

1. 언론윤리와 윤리강령

1) 언론윤리강령의 기능과 역할

윤리와 법은 사회적으로 공유된 공공선에 대한 비전을 달성하는 데 관심이 있다. 이러한 측면에서 윤리와 법은 중첩되거나 상호 의존적인 부분도 있다. 그러나 공공선을 달성하는 방식에는 차이가 존재한다. 윤리는 행위 판단을 위한 범주, 원칙, 사례들을 제시하여 자발적인 행위에 집중하지만, 법은 사회적 안정을 유지하기 위해 최소한 필요한 강제된 순응(coerced compliance) 영역이다(Black, 2010). 윤리의 영역은 의무(duty), 덕(virtue), 보호(care) 등과 같은 기본적인 인간 가치나 도덕적 의무 등에 초점을 맞추고 있다. 강제할 수 없는 것을 준수하는 것은 맞고 틀림에 대한 명확한 선택이 없기에 매우 힘든 결정이기도 하다. 예를 들어, 명확히 옳은 것이 아님에도 선택하거나 잘못된 것들 가운데 덜 잘못된 것을 선택하기도 한다. 직업적 윤리의 기준들은 긍정적이고 숭고한 행위자의 열망을 보여주는 이상적 기대들 그리고 부정적이고 법적 방식으로 제기된 최소 기준들을 함께 다룬다(Black, 2010). 언론윤리도 책임 있는 자유, 공유된 헌신, 진실 추구, 진실 보도, 독립성과 책임성의 조화 등을 강조하고 있다.

언론윤리를 준수하고자 세계 언론사들은 저마다 언론윤리강령을 자율적으로 제정·운영해 왔다. 언론 생태계 변화와 미디어 이용자의 요구를 반영한 다양한 개정작업도 이뤄지고 있다. 하지만 언론윤리강령을 통한 자율규제의 실효성이 실현되기 위해서는 구체적 시행을 위한 지침 마련과 더불어 언론인의 준수 인식이

무엇보다 중요하다.

국내에서 최초의 언론윤리강령은 1957년 한국신문편집인협회(현 한국신문윤리위원회)가 제정한 ‘신문윤리강령’으로 알려져 있다.⁴⁾ 개별 언론사 차원에서는 1988년 한겨레가 처음으로 윤리강령과 윤리강령 실천요강을 제정하였고, 1990년대 초 여러 언론사로 윤리강령 제정이 확산되었다. 이후 인권과 복지에 대한 인식이 강화되면서 다양한 보도준칙이나 기준들이 만들어지기도 하였다. 최근에는 언론 피해구제의 실효성을 강화하기 위한 언론중재법 개정안이 논의되기도 하였다.

해외의 경우, 미국에서는 1926년에 전문언론인협회(the Society of Professional Journalists)에서 윤리강령을 제정 후 여러 차례 개정작업을 거쳐, 2014년 현재의 기준안이 지속되고 있다. 미국의 윤리강령은 크게 ‘진실 추구’, ‘피해 최소화’, ‘독립된 활동’, ‘책임과 투명성’ 등 4영역에서 35개 규정을 갖추고 있다. 영국에서도 언론사 스스로 자발적 규제기관을 만들어 활동하고 있다. 언론사 주요 발행인 대표로 구성된 언론불만처리위원회(PCC: Press Complaints Commission)는 뉴스 이용자의 불만을 해소하기 위한 대표적 자율규제조직이었다. 이 조직은 1990년부터 2014년까지 한시적으로 운영되다 독립언론표준기구(IPSO: Independent Press Standards Organisation)로 변경되었다. 언론사의 윤리강령 위반 여부를 중점적으로 판단하여 시민들의 언론 불만 사항들을 처리하고 있다. 조직 홈페이지(www.ipsco.co.uk)에서는 제기된 문제들에 대한 IPSO의 판결을 공개하고 있다. 이러한 활동은 독자의 권리 증진뿐만 아니라 자정 능력을 보여줌으로써 언론자유를 제약할 수 있는 입법 저지에도 도움이 될 것으로 보인다.

2) 바람직한 언론 보도를 위한 윤리 규범

언론사나 언론 유관 조직에서 제정한 윤리강령은 언론인의 윤리적 사고와 행위를 강화하고, 뉴스 가치와 규범을 제시하며, 언론사의 이상, 목적, 책임 등을 명시하는

4) 현 한국신문윤리위원회의 신문윤리강령은 7개 조로 구성되어 있다. 또한, 신문윤리강령을 구체적으로 시행하기 위한 ‘신문윤리실천요강’ 16개 조를 마련하고 있다. 기타 준칙으로 ‘신문소셜·만화 심의기준’, ‘자살보도 윤리강령’, ‘재난보도준칙’, ‘선거여론조사보도준칙’ 등도 가지고 있다.

기능이 있다. 자율적 규제 노력을 통해 시민들에게 언론 활동의 정당성을 보여줄 수 있는 PR 기능도 수행한다(Sanford, 1994). 이처럼 언론윤리강령은 언론사 내 윤리의식 및 실천 행위 제고라는 측면과 외부적으로는 공적 매체라는 선언적 의미를 담고 있다.

미국 신문편집인들에 대한 조사결과에 따르면, 언론인들은 언론윤리를 언론 활동을 위한 주요 자질로 인식하지 않는 경향이 있다(김영일, 2007). 언론인의 필요한 자질로서 기사작성 능력, 문장력, 정확성과 진실성, 인터뷰 역량, 보도자료 분석 능력 등이 거론될 뿐이었다. 하지만 취재 및 보도 현장에서는 윤리적 결정 상황을 벗어날 수 없다. 중요한 언론원칙들도 건전한 윤리개념을 바탕으로 할 때 달성될 수 있다. 언론윤리의 중요성을 고려한 김영일(2007)은 기자들에게 집중적 교육훈련 기회를 제공해야 하며, 이러한 지속적인 기자윤리교육이 기사의 질 향상을 이끌고 언론 신뢰도를 높이는 데 도움이 될 것으로 판단하였다.

개인은 저널리즘 가치들을 가지고 있지만 그러한 가치의 정당성은 자신이 믿거나 선호하는 것과 같은 주관적이지 않아야 한다(Ward, 2018). 정당성은 공적으로 이뤄져야 한다. 저널리즘 가치들이 중요한 공적 목표에 도움이 된다는 것을 보여줘야 한다. 언론의 영향력을 고려하면 사회적 정당화가 필요하다. 언론윤리에 대한 미디어 이용자의 인식을 검토할 이유이기도 하다.

나아가 이제 저널리즘 윤리는 언론사에 고용된 전통적 언론인에게만 적용되는 것도 아니다. 블로거, 트위터 사용자, 저널리즘 활동에 참여하는 사람이라면 자신만의 독특한 윤리를 자유롭게 만들거나 혹은 윤리에 전혀 신경 쓰지 않는다는 생각을 가지는 것은 문제일 수 있다. 문제가 된 행위에 참여한 언론인이라면 자신의 양심이 아니라 공중의 판단이나 판결에 부응해야 한다.

공정하고, 개방적이며, 교차 문화적(cross-cultural) 담론으로 언론윤리를 인식하는 것은 실천 방법에 대한 가치, 판단, 이슈, 특성 등에 대한 집단지성적 논의를 의미한다. 이는 사전 확립된 고정된 기준으로서의 윤리개념을 거부하는 것이다.⁵⁾ 글로벌하고 다원적인 세계에서 담론으로 언론윤리 규범에 대한

5) 인간에게 부여된 신과 자연의 원칙들을 의미한다. 주로 위계적 종교나 철학적 전통에 유지되고 한다. 이들 절대적 원칙들은 시공간과 무관하게 동한 방식으로 적용되는 경향이 있다.

동의를 이루는 과정이 무엇보다 중요하다. 담론으로서 윤리를 바라보는 것은 언론이 급속히 변화되는 시기에 특히 중요하다. 디지털 저널리즘 영역과 같이 동의가 부족한 언론 실천 영역에 대해서는 언론인과 공중 간 민주적이고 공개된 대화적 담론을 통해 새로운 원칙들은 만들 수 있다. 이러한 측면에서 언론윤리에 대한 공중의 인식을 확인하는 노력은 무엇보다 중요하다.

나아가 온·오프라인을 통해 글로벌 영역에서 수행되는 다양한 언론 실천 행위들을 고려하면, 차별적 미디어 문화를 가진 각 나라의 언론윤리들에 대한 대화적 담론도 필요하다. 각국의 공익적 판단은 다소 상이하고 이로 인한 보도 방식도 차이가 있기 때문이다. 글로벌 커뮤니케이션 환경을 고려하면 글로벌 저널리즘 윤리 원칙들도 공유되고, 공통으로 적용할만한 새로운 윤리적 가치들도 모색되어야 한다(Ward, 2018).⁶⁾

다양한 미디어 플랫폼에 적용 가능한 규범과 국경을 넘어 적용할 수 있는 규범에 대한 협업적 활동도 필요하다. 이러한 활동은 상호 해석과 적용의 차이를 포용할 수 있는 수준에서 수행돼야 한다. 예를 들어, 탐사 언론인, 일반 기자, 소셜 미디어에서 활동하는 언론인들이 합리적 범위 내에서 진실 추구하고 검증의 원칙을 상이한 방식으로 추구할 수 있도록 허용해야 한다.

최근 뉴스에서 텍스트가 줄고 사진, 차트, 그래픽, 영상 등의 시각물 활용이 늘어나고 있다. 사람들이 시각 자료가 있는 메시지에서 많은 정보를 얻고 영향도 더 크게 받으면서 윤리적 결정도 다양화되고 있다. 어떤 언론사는 사체나 피 흘리는 모습의 사진을 금지하는 곳도 있다(Wilkins & Coleman, 2005).

한국의 언론자율규제 제도가 그 기능과 역할을 제대로 수행하지 못한다는 지적도 있지만, 언론사 내부의 자율규제로서 제안된 언론윤리강령의 제정 및 운영에 대한 실태조사를 통한 객관적 평가가 이뤄져야 한다. 언론인이 실천해야 할 핵심 원칙을 담고 있는 언론사별 윤리강령의 특성을 파악하고, 언론사의 운영방식 점검을 통해 자율적 규제에 대한 발전적 논의를 이어갈 수 있을 것이다.

6) 런던에 있는 윤리적 언론인 연대(EJN: Ethical Journalists Network)는 테러리즘, 이민자 문제, 차별 발언 등과 관련하여 인권과 민주주의에 부합되는 문제를 다루기 위한 보편적 언론윤리 원칙들을 마련하고 공유하는 노력을 하고 있다. EJN이 현재 수립한 5가지 원칙은 '진실과 정확성(truth & accuracy)', '독립(independence)', '공정과 불편부당(fairness & impartiality)', '휴머니티(humanity)', '책무(accountability)' 등이다.

2. 언론윤리강령 제정 배경

언론 종사자들은 대부분 취재와 보도 과정에서 의무론적 윤리와 결과론적 윤리 중 하나를 선택해야 하는 고민에 빠진다. 윤리학자 패터슨과 윌킨스(Patterson & Wilkins, 1991)는 언론윤리의 이론적 토대를 칸트와 밀의 주장에서 찾으면서 이에 더하여 아리스토텔레스의 중도 입장을 받아들여, 칸트와 밀의 대립된 윤리 관점으로 해결하는 방안을 제시하였다.

윤리적인 행위의 기준을 중용(Golden Mean)으로 본 아리스토텔레스는 비겁한 행동과 용기 있는 행동, 맹목적 행동 등 3가지로 나누고, 윤리적인 행동은 비겁한 것과 맹목적인 것을 버리고 그 중간인 ‘용기 있는 행동’을 선택하는 것이라고 보았다. 행위자 중심의 기준으로, 한쪽으로 치우치는 것을 피하라는 주문이다. 반드시 지켜야 하는 의무론적 윤리와 결과적으로 공익에 기여하면 괜찮다는 결과론적 윤리 사이의 갈등을 해소하기 위한 현실적이고 합리적인 해결 방법이라고 볼 수 있다(김학희, 2010).

이와 달리 현대철학자 윌리엄 로스(William David Ross, 1930)는 밀의 실용주의를 확장하여 윤리적 결정을 내릴 때 많은 경우 여러 가치가 경쟁한다고 주장하고, 이들은 모두 동등한 지위를 가지기 때문에 어느 것이 우월하고 열등한지를 가리기는 어렵다고 보았다. 로스는 다원적 가치에 따른 여섯 가지 의무를 제시했는데, 첫째는 자신의 과거 행위에 대한 책임을 강조한 성실성 의무와 다른 사람들이 베풀어 준 것에 대한 감사 의무, 둘째는 공평한 분배를 강조한 정의 의무, 셋째는 도움을 베풀 것을 강조한 의무, 넷째는 자기발전 의무, 다섯째는 남을 해치지 않을 의무 등이다(김학희, 2010). 윌리엄 로스의 ‘다원론적 원리’로서 언론윤리는 서로 다른 윤리적 가치 실현에 있어 어느 하나의 가치가 우위에 설 수 없기 때문에 가능한 최대의 다원성이 반영되도록 해야 된다는 논리이다. 이러한 시각은 언론의 취재, 보도에 있어서 다양한 가치의 반영이 이뤄져야 한다는 것을 전제한다(곽재형, 2004).

상기한 이상적인 언론윤리를 현실에서 실천하기 위하여 대표적으로 이용되는 제도는 윤리강령이다. 그러나 윤리강령은 법률이 아니기에 의무적으로 준수하기를 강제할 수는 없다. 이와 관련하여, 언론윤리학자 데이(Day, 2006)는 언론윤리

문제가 지속적으로 제기되는 이유 중의 하나로, 강제적 윤리강령이 없다는 점을 들었다. 의료인이나 법조인 등 전문직 종사자들은 예외 없이 강력한 윤리강령을 가지는 데 반해, 언론인들의 윤리강령은 대부분 강제성이 없고 선언적인 의미만 가지는 경우가 많다고 문제를 제기한 것이다. 그리고 그 이유는 언론인들이 윤리강령은 언론독립을 해치고 정부 통제로 이어질 수 있다면서 강력히 거부하기 때문이라고 지적했다(김학희, 2010).

때문에 과연 강제성을 담보할 수 없는 언론윤리강령이 현실적으로 어떻게 제정 또는 개정되고 운영되어야 실효성 있게 적용되고 제 역할을 다 할 수 있을지에 대해 고민하지 않을 수 없다. 본 연구는 이 같은 과제에 초점을 맞추고 조사를 진행하고자 한다. 그럼 본격적인 조사에 앞서 본 장에서는 국내외 언론윤리강령의 제정의 과정은 어떠했으며, 현재 처해있는 문제는 무엇인지 살펴보기로 하겠다.

1) 국내 언론윤리강령 역사와 현재

국내의 '신문윤리강령 및 신문윤리실천요강'은 한국신문협회와 한국신문방송편집인협회, 한국기자협회가 1957년 신문의 날에 맞춰 공동으로 제정하였다. 국내 최초의 윤리규범인 만큼 국내 언론 윤리규범의 모태 역할을 하고 있다(배정근, 2020. 03. 11.).

한국에서 처음으로 등장했던 언론 자율규제 기구는 1957년 전국의 일간신문과 통신사의 편집인들로 구성되었던 한국신문편집인협회였으나 상징적 윤리강령만 있었을 뿐 현실적 통제력이 없어 유명무실했다. 1961년에 비로소 한국신문윤리위원회가 설립되어 언론침해에 의한 피해자가 신문윤리위원회에 진정할 수 있는 제도적인 장치가 마련되었다(한국언론진흥재단, 2017).

한국의 '언론윤리위원회법안'은 1964년 8월 2일 국회를 통과하였다. 이 법안은 언론의 자율규제를 위해 언론윤리위원회를 설치하며, 언론사대표는 의무적으로 위원이 되고, 윤리요강을 제정 공표하며, 윤리상설기구로 심의회를 두고, 심의회는 문제된 언론 내용을 윤리요강에 따라 판정하고, 모든 언론기관은 판정내용을 보도할 의무를 지도록 했다. 그러나 당시에 이 법안은 자율적이어야 할 언론의 윤리를 법률에 의해 타율적으로 강제한다는 비판을 받았고, 실제로 정부가 언론의 윤리를

빙자하여 언론을 통제할 의도를 드러내었다. 이에 언론인들은 전국언론인대회를 열고 한국기자협회를 설립하였다. 기자들은 정부의 압력에 대항하여 법철폐를 주장하면서 반대 투쟁을 하였고, 결국 박정희 대통령이 법 시행의 보류 등의 건의를 받아들여 더 이상의 파행을 막을 수 있었다(매일신문, 2008. 08. 02).

국내 언론윤리규제의 탄생은 전술한 것처럼 그 시작부터 정부의 언론 탄압의 수단으로 여겨졌던 탓일까, 한국에서 언론윤리 분야는 1990년 이전까지 불모지나 다름없었다. 연구 논문이나 저서는 찾아보기 어려웠으며, 현장 기자들의 짧은 에세이로조차 다루지 않았다. 하지만 90년대 들어서서 언론현장의 관심이 높아지면서 관련 논문도 증가하고, 언론윤리의 중요성이 점점 부각되었다(남재일, 2010).

국내에서 신문과 관련된 자율규제 법규는 신문 등의 진흥에 관한 법률(이하 신문법)과 언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률(이하 언론중재법)이 대표적이다. 신문법의 목적은 신문의 자유와 독립 및 기능의 보장이다. 신문법은 월 2회 이상 발행하는 간행물로서 ‘신문’과 독자적 기사 생산과 지속적인 발행 등 일정 요건을 갖춘 ‘인터넷 신문’을 포함한다. 언론중재법은 언론 보도로 인해 다툼이 있는 경우 조정과 중재 등 구제제도 확립을 통해 언론의 자유와 공적 책임을 조화함을 목적으로 한다. 언론중재위원회의 대상은 신문에만 한정되는 것은 아니며, 방송보도, 인터넷 등 ‘언론’ 모두를 포함한다(한국언론진흥재단, 2017).

‘신문윤리강령 및 신문윤리실천요강’은 1996년에 대폭 수정되었으며, 2009년에도 대폭 수정·보완됨으로써 시대의 변화를 일정하게 반영한다는 평가를 받는다. 그리고 상당수 언론단체나 개별 언론사들은 이 강령을 그대로 사용하거나 준거로 삼고 있다(배정근, 2020. 03. 11.).

그런데, 한국신문윤리위원회 등 한국의 윤리강령을 제시하고 있는 자율규제 기구의 자율적인 활동에도 불구하고 한국 언론의 자율적 규제가 자리 잡았다고 평가하기는 어렵다. 오히려 자율규제보다 타율규제가 더 보편적이며, 이러한 현상은 날로 심화되고 있다(문재완, 2006). 자율규제의 문제는 자율적으로 결정한 규약을 이행하지 않더라도 강제하기 어렵다는 데 있다. 강령 위반 시 제재조치를 받아도 강령 위반에 대한 후속 조치가 없기 때문에 일선 기자들이 신문윤리강령과 같은 규정을 지키지 않아도 큰 문제가 없다고 생각하게 된다(김병철 외, 2012).

이러한 언론윤리강령의 비강제성 때문일까, 한국사회에서 언론윤리에 대한 기자

들의 인식 수준과 실천적 수준은 여전히 낮다고 평가받는다. 이러한 지적은 2000년대 논문에서부터 근래에 이르기까지 계속 이어지고 있다. 실례로 2006년에 실시한 기자들의 윤리의식 조사에서 언론윤리에 대한 기자들의 전반적 인식은 ‘지키면 좋지만, 현실적으로 완전한 윤리적 취재·보도는 불가능한 것’이라는 입장이 지배적이었다. 이러한 입장을 견지하는 기자들의 태도는 언론윤리를 외부에서 부과되는 절대적 의무로 받아들이고, 소속사나 자신들의 직업적 이해관계에 도움이 되지 않는 것으로 생각한다(남재일, 2006).

현직 언론인을 대상으로 국내 언론규범에 대한 인식을 조사한 연구(2020)에서도 인터뷰 대상자들은 현재 마련된 윤리규정들도 제대로 활용되지 못한다고 진단하며 그 원인으로 윤리적 실천을 중시하지 않는 문화와 사회 분위기를 꼽았다. 그리고 윤리규범은 규정의 문제가 아니라 실천의 문제라는데 모두가 공감했다고 밝힌바 있다(배정근, 2020. 03. 11.). 국내 언론사마다 대부분 윤리강령을 마련하고 있지만, 강제성이 없고 회사가 거의 모든 권한을 갖고 있기에 유명무실하다(이재진, 2013). 실제 업무와 직접 연결된 취재 준칙도 발생하는 상황에 맞춰 빈틈없이 만들어져 있지만, 현장취재 기자들에게 뚜렷한 기준으로 작용하지 못한다는 점을 선행연구자들은 지적해 왔다.

2) 해외 언론윤리강령 역사

해외 언론윤리강령의 역사를 살펴보기 위해서는 여러 선행연구의 접근법에서 나타나는 바와 같이, 해당 국가의 언론 자율규제 기관의 출범과 운영을 기초로 그간의 윤리강령 제도를 검토하는 것이 유용한 방법이라 판단되어, 관련 기관들의 역할과 윤리규정을 중심으로 살펴보았다.

(1) 미국

미국은 표현의 자유와 관련한 규제를 원천적으로 배제했던 만큼 법적 규제가 아닌 자율규제가 중시되었다. 미국 언론은 20세기 초 황색저널리즘(yellow journalism)이란 용어를 탄생시킨 극도의 상업주의의 폐해와 시민의 불신을 전국적인 신문편집인협회(ASNE) 결성과 최초의 언론윤리규범(Canons of journalism)

제정이라는 자율 노력을 통해 해결한 바 있다(배정근, 2022. 01. 19).

미국은 매스미디어가 확산하기 시작한 20세기 초반에 미국신문편집인협회, 미국방송협회 등이 설립되며 자율적 윤리규정이 마련된다(한국언론진흥재단, 2017). 신문과 관련된 대표적인 협회 형태의 언론윤리강령으로는 미국신문편집인협회(American Society of News Editors)의 신문규범(Canons of Journalism)이 있다(Saalberg, 1973). 1923년 제정되어 1975년 부분 수정을 거친 이 규범은 미국언론인협회(Society of Professional Journalists) 윤리규범의 기초가 되기도 하였다(SPJ, 2014). 이와 함께 AP편집국장협의회(Associated Press Media Editors)는 책임성, 정확성, 순결성, 독립성 등을 강조한 윤리원칙 선언문을 2015년에 채택하였다. 그러나 이러한 윤리규범들은 당위적, 선언적 내용만을 담고 있을 뿐 그것의 실천을 강제하거나 위반 시에 규제할 수 있는 장치는 포함하지 않고 있어 언론인 스스로가 직업윤리를 제정하였다는 것 이상의 의미는 가지지 못한다고 평가받고 있다(서정우, 1981).

또한 신문의 취재 행위와 보도내용을 감시하는 대표적인 독립자율기구로는 신문평의회(News Council or Press Council)가 있다. 미국의 신문평의회는 영국 신문평의회의 성공에 영향을 받아 탄생하였다. 미네소타 신문평의회를 시작으로 전미신문평의회(National News Council), 하와이 신문평의회 등이 1970년대에 설립되었고 1999년에는 워싱턴 신문평의회가 설립되었다. 그러나 지난 2014년 워싱턴 신문평의회를 마지막으로 미국 내 모든 신문평의회가 활동을 중단하게 되었다(Silverman, 2012).

많은 신문사들이 공정하고 책임 있는 보도를 천명하며 자체 윤리규범을 제정하고 있으나 이에 대한 정확한 통계는 없는 것으로 보인다. 다만 과거의 한 조사에 의하면 약 60%의 언론사가 윤리규범을 채택하고 있는 것으로 나타났다(Davenport & Izard, 1985/1986). 스틸과 블랙(Steele & Black, 2002)에 의하면 미국신문편집인협회 소속 33개 신문사의 윤리규범 내용에서 가장 많이 다뤄진 주제는 이해충돌(conflict of interest)에 관한 것이었으며 절반가량의 윤리규범이 취재원 보호와 사진 조작에 관한 내용을 담고 있는 것으로 파악되었다. 그러나 표절이나 정정보도에 대해 다룬 윤리규범은 소수에 그치는 것으로 나타났다. 대부분 윤리규범들이 사생활 보호, 기만, 미성년 피의자의 신상공개, 인종적 편견 조장 등의 내용은 다루지

않았으며, 편집부와 광고부 간의 긴장관계를 어떻게 다룰 것인가 하는 주제는 약 20%의 윤리규범에서만 언급된 것으로 나타났다.

그러나 윤리규범을 구체적으로 어떻게 강제할 것인가에 대해서는 대부분의 신문사 윤리규정이 다루지 않고 있었다. 이는 각종 협회의 규정들과 마찬가지로 신문사들의 자체 윤리규범 역시 당위적, 선언적 성격만을 가지고 있을 뿐 실효성 있는 장치로 기능하기에는 역부족이라는 것이다.

각 협회나 언론사들이 제정한 윤리규정의 실천을 강제하고 이를 위반할 경우에 제재할 수 있는 현실적인 수단에 대하여 푸데파트(Puddephatt, 2011)는 협회의 규범을 위반한 경우에 해당 언론인을 제명시키는 등의 조치를 취할 수는 있지만 그의 언론인 자격까지 박탈할 수는 없다는 분명한 한계가 있다고 지적하였다. 그는 또한 편집인, 언론 소유주 등이 보도 내용과 논조에 큰 영향을 미치는 상황에서 윤리의 잣대를 기자들에게 들이대는 것은 실효성에 한계가 있다고 주장하였다(한국언론진흥재단, 2017).

(2) 영국

영국은 전통적으로 언론 자유주의 이론을 받아들이며 언론자유를 중시해왔다. 신문은 근대 영국 사회의 공론장으로서 정치 문화의 발전에 중요한 역할을 담당했다. 19세기 이후 신문은 외부로부터의 기대가 높아지면서 신뢰와 정확성에 귀를 기울이는 한편 상업화와 산업화 영향으로 신문사들은 치열한 독점 경쟁을 피할 수 없게 되었다. 그로 인해 사회적으로 큰 파장을 낳는 사건의 중심에서 공모자 혹은 당사자가 되기도 했다. 언론 본연의 역사적 사명감과 자유에 대한 취지가 황색저널리즘과 특종 경쟁으로 퇴색되면서, 윤리적, 도덕적 규범에서 벗어나는 흥미 위주의 보도와 인권 침해 사례도 증가했고 언론의 사회적 책임을 명문화된 원칙에 따라 규정해야 한다는 의식이 확산된 것이다(한국언론진흥재단, 2017).

이에 언론의 자성이 필요하다는 내적·외적의 요구에 의해 1953년 신문평의회(The Press Council)를 출범시켜 언론 내부에서 스스로를 규제를 할 수 있는 자율규제(self-regulation) 시스템을 도입했다. 하지만 당시 신문평의회는 언론계 내부인사로만 구성했고, 의장도 왕립 신문위원회의 권고와 달리 언론계 내부 인사로 하면서 아무런 제재도 권고도 없는 형식적인 기구에 불과했다. 돈을 주고 정보를

입수해 기사를 쓰거나, 사회 유명 인사들의 사생활을 폭로하는데 집중한다거나 범죄자들의 회고록도 게재하며 언론의 자유를 남용했다. 언론의 사회적 영향력을 고려할 때 의회는 이러한 문제적 상황을 묵과할 수 없어 실정법을 제정해서라도 타율적 규제기구를 설치해야 한다는데 의견을 모았다. 결국 1963년 신문총평의회는 신문평의회로 개칭하며 거버넌스도 개혁을 했다. 예컨대 시민대표로서 비언론계 위원 5인이 선출되었고, 초대 의장을 비언론인 출신 임명하며 언론계 위원의 비율을 줄이고, 비언론계 위원의 비율을 높였다(언론중재위원회, 1986).

그러나 36년간 운영해왔던 신문평의회는 1989년 위기를 맞이했고 개혁과 변화를 준비하기 위해 과거의 평의회 문제를 조사할 수 있는 프라이버시 및 관련문제위원회(CPRM)를 거쳐 언론불만처리위원회(PCC)로 재탄생했다. 언론자유의 권리가 존중받기 위해서는 언론자유남용의 권리가 규제되어야 한다고 확신하면서, 언론이 실정법에 따라 통제를 받아야 하는 제도의 필요성을 강조한 것이다. 그렇게 출범한 PCC는 언론윤리실천강령을 만들어 언론인들이 준수하도록 했고, 언론에 대한 불만처리를 할 수 있는 구체적인 제도를 도입했다(한국언론진흥재단, 2017).

하지만 언론은 영국왕실, 정치인, 유명인의 사생활 폭로부터 프라이버시를 존중하지 않고 선정적이고, 외설적이며, 폭력적인 내용을 담은 기사로 경쟁을 하는 행태를 멈추지 않았다. 언론윤리강령은 언론 환경을 개선시켜주지 못했고, 독자들의 비판적 윤리의식도 관심도 낮아 오히려 정치와 언론에 냉소적이거나 무관심한 태도를 보였다. 영국 사회는 국민의 알 권리, 언론의 자유, 저널리즘의 질적 수준 향상이라는 근본적 문제를 논의하면서 언론의 반성을 요구했다(김지운, 1993).

PCC는 언론사로부터 금전적 지원을 받으며 그들의 이익을 대변한다는 지적을 받았다. 이러한 실질적인 한계를 극복하여 PCC를 대체할 새로운 독립 언론감시기구에 관한 법률 마련이 본격 공론화되었다. 그 해결 방안으로 ‘언론자율규제에 관한 칙허장’(Royal Charter on Self-Regulation of the press) 초안이 2013년 3월 발표되었다. 칙허장 공개 이후 주요 언론사와 정부는 첨예한 의견 갈등을 겪었고, 결과 규제기관의 독립성이 보장되면서 언론의 자율규제를 강화시킬 방법을 논의했다. 결과 PCC를 대체하기 위해 2013년 5월 1일 독립언론표준기구(IPSO: Independent Press Standards Organization) 초안이 제안되었다. IPSO는 왕실의 칙허장과 별개로 2014년 9월 8일 정식으로 출범하면서 PCC가 갖고 있던 제도적

한계를 극복하고 정치적으로 독립된 기구가 될 수 있는 거버넌스를 구축했다. 지역과 지방 신문사, 잡지사들은 자체적 자율규제기구 IPSO를 지키는 것에 동의했고, PCC의 직원 대부분이 IPSO로 옮겨가도록 했다.

IPSO는 ‘Press Standards’에 따라 신문과 잡지 회원사들을 모니터링하며, 회원사들과 ‘편집자 시행규칙’(Editor’s Code of Practice)을 제정했다. 편집자 시행규칙에 따라 불만 사항에 대한 조사, 정정, 중재를 하고 있다. 또한 연간 보고서를 통해 회원 언론사들이 시행규칙을 잘 수행하고 있는지 공표하고 있으며, 사안에 따라 심각할 경우 최대 백만 파운드 이상의 벌금을 부과할 수도 있다. 이 밖에 24시간 괴롭힘 방지(anti-harassment) 고충 서비스 제도를 운영하며, 기자와 편집자를 위한 조연도 하고 있다(www.ipsco.co.uk).

PCC의 폐지, IPSO의 출범, 여왕의 칙허장의 발효 등으로 영국의 언론개혁은 중요한 이슈로 주목을 받았다. 이러한 기류 속에서 2016년 10월 영국 정부는 독립 언론 자율규제 기구인 독립언론모니터(IMPRESS: Independent Monitor for the Press)를 승인했다. 이곳은 신문과 잡지 사업자들을 회원으로 두고 회원들의 기금에 의해 운영되는 IPSO와는 차별화되어 있으며, 영국에서는 처음으로 독립된 재정을 갖는 승인된 규제 기구(recognised regulatory body)가 되었다. 독립언론모니터(IMPRESS)는 디지털 시대 저널리즘의 발전을 중시하면서 기자와 대중들 사이 신뢰와 이해와 신뢰를 높이는 것을 목표로 삼고 현재 운영되고 있다(한국언론진흥재단, 2017).

(3) 독일

독일의 언론윤리강령의 제정 역사도 앞서 살펴본 국가들과 마찬가지로 언론 자율규제 기관의 출범과 운영에 대해 검토하며 그 제도 하에서 마련되었던 언론윤리 강령의 특징을 알아보기로 하겠다.

독일은 국가가 주도하는 언론의 공적 규제 기구는 존재하지 않으며, 언론인 단체가 만든 ‘독일 언론평의회’가 있다. 독일은 특히 언론을 도구화했던 나치 시대의 경험으로 국가에 의한 언론 규제는 최소화하고 언론의 책임은 자율규제를 통해서 이뤄나가는 것이 바람직하다는 인식이 퍼져있다(한국언론진흥재단, 2017). 독일 언론평의회는 1956년 독일 정부의 연방언론법제정추진에맞서기위해

독일언론인들이영국의 언론평의회(PCC)를 모델로 하여 설립한 민간자율기구이다. 설립과 동시에 언론의 자유와 독립성, 언론의 책임과 취재과정에서의 의무, 보도에 대한 불만제기의 정당성 등을 내용으로 하는 언론윤리강령을 제정했다(류석창, 2011).

독일 신문의 자율적 윤리규정과 관련한 법은 독일 기본법과 각 주정부의 언론법, 그리고 언론평의회 지원법으로 구분할 수 있다. 독일 기본법 제1장 제5조 2항은 언론자유 및 검열금지 원칙을 명시하고 있으며, 독일 언론평의회는 이 기본법의 가치를 실현하기 위한 목적을 지니고 있다. 1960년대 중반 독일 각 연방주에서 언론법이 제정될 당시에도 언론평의회의 초안은 핵심적 역할을 한다. 이 초안을 바탕으로 만들어진 연방주 언론법은 주마다 구조와 내용이 거의 동일하며 언론자유뿐 아니라 언론인 특권, 언론의 공적 역할과 신중보도 의무 등 직업윤리를 밝히고 있다(한국언론진흥재단, 2017).

언론평의회로부터 불공정보도라는 통보를 받은 언론사는 의무적으로 이를 보도해야하며, 이 절차와 무관하게 피해를 입은 개인이나 단체는 민법이나 형법에 따른 법적조치를 취할 수 있다. 독일에서도 언론 보도에서 형법상 명예훼손 등의 범위만 사안이 발생할 경우 소송을 제기해 법률적 판단을 받을 수 있다. 하지만 상시적으로 언론을 감시하고 규제하는 국가 차원의 공적 기구는 존재하지 않는다. 오히려 법률을 통해 자율규제 기구인 언론평의회의 가치와 독립성을 보장하고 있다. 현재의 언론평의회의 결정은 징계까지 내리던 과거와 달리 권고적 성격으로 기능이 약화되었다. 그러나 언론윤리강령을 준수하는 것은 언론사 간의 약속이자 의무로 규정되어 있기때문에 언론사들은 대체로 평의회의 결정을 존중하고 있다(류석창, 2011).

독일 언론평의회에 소속된 단체는 신문발행인연방협회(Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, BDZV), 독일기자협회(Deutscher Journalisten-Verband, DJV), 독일언론노조(Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union, dju), 독일잡지발행인협회(Verband Deutscher Zeitschriftenverleger, VDZ) 등 4곳이다. 언론평의회에서 다루는 대상은 독일에서 인쇄된 형태로 발행되는 전국지 및 지역지, 시사잡지와 언론사에서 운영하는 인터넷 홈페이지 보도 내용까지 포함하고 있다(한국언론진흥재단, 2017).

3. 언론윤리강령 기준 확립을 위한 규범적 논의

1) 언론의 자유와 자유언론제도에 관한 헌법적 논의

(1) 언론의 자유의 의의와 언론매체의 기능

헌법 제21조 제1항은 “모든 국민은 언론·출판의 자유와 집회·결사의 자유를 가진다.”고 규정하여 언론의 자유를 보장하고 있으며, 이 언론의 자유에는 언론매체의 자유도 포함된다. 언론매체의 자유는 다시 말해 보도의 자유로서 출판물이나 전파매체에 의해 의사를 표현하고 사실을 전달함으로써 여론형성에 참여할 수 있는 자유를 말하는 것이다. 언론매체의 보도의 자유를 헌법이 보장하는 것은 보도매체들이 그 취재와 보도를 통하여 정치·경제·사회·문화 등 다양한 분야에서 일상적인 커뮤니케이션을 매개하고 있고, 특히 민주주의 정치과정에서 정치적 의사를 형성·전파하는 매체로서 중요한 역할을 담당하고 있음을 인정한 연유라고 할 것이다. 그리고 이러한 언론 보도의 자유의 보장은 매체에 의한 의사표현 또는 사실전달이 갖는 높은 정보효과와 그것이 여론형성에 미치는 커다란 영향으로 인하여 국민의 동화적 통합을 촉진시키고 국가권력을 감시·통제하는 데 매우 중요한 기능을 담당함으로써 민주주의 사회에서의 분담적 역할을 수행하고 있다(조 소영, 2006a). 언론 보도의 자유가 어느 정도로 보장되는 것인가라는 범위의 문제는 현대 사회에서의 언론매체의 기능을 검토하는 것에서 시작되어야 한다(권형돈, 2004).

(2) 제도보장으로서의 언론의 자유의 내용과 언론의 자유의 보장범위

우리 헌법은 독일 기본법과는 달리 국가에 의한 일체의 제한이 불가능한 이른바 절대적 기본권을 규정하지 않고 있다. 때문에 원칙적으로 모든 기본권은 헌법 제37조 제2항에 의한 목적상·형식상·방법상·내용상의 한계가 윤곽을 그리는 범위 내에서는 제한될 수 있다. 따라서 언론의 자유에 대한 규제에 의한 제한 자체는 인정될 수 있으며 그 제한의 방법이나 정도, 그리고 범위 등이 헌법적으로 허용되지 않는 것인가의 여부가 문제될 수 있는 구조인 것이다. 그러므로 언론의 자유가 헌법적으로 보호되어야 할 중요한 가치가 있는 기본권임은 헌법이 선언하는

당연한 것이라 하더라도 언론의 공적 기능과 책임을 위하여 필요한 입법적 규율이 허용될 수 있는 것이다.

엄격하게 따져보면 언론의 자유는 다른 고전적인 자유권들과는 달리 그 자유 자체가 보장점의 시작이었다고 하기 보다는, 또 다른 자유권들, 특히 국민의 알권리가 실질적으로 보장되고 실현될 수 있도록 하기 위한 전제적 기본권으로서 그리고 보완적 기본권으로서의 의미가 더 강하다고 보아야 한다(조소영, 2006a). 물론 이러한 해석에 대해서는 신문 등 미디어의 자유는 단순히 개인적 표현의 자유의 한 하위개념(Unterfall)으로 간주되어서는 아니 되고 그 자체가 하나의 고유한 기본권으로서 독자적인 보호영역을 갖는다고 보는 견해도 있다(박용상, 2005). 하지만 순수하게 권리 자체가 보장의 목적이 되는 경우와 다른 권리들의 보장을 위한 방법 또는 조건이나 여건으로서의 성격이 병존하는 경우는 분명한 차이점이 있다. 신문 등의 언론매체는 본질적으로 자유로워야 하지만 그 객관적 규범성의 면에서 볼 때, 공정하고 객관적인 보도를 통하여 민주적 여론형성에 기여하고 국민의 알 권리를 충족시켜야 한다는 점에서 자유에 상응하는 공적 기능을 아울러 수행해야 하는 것이다(성낙인, 1998). 그리고 현대사회에서 언론매체가 중요한 사회적 기능을 수행함과 동시에 그 영향력이 사회적으로 지대한 만큼 공공의 이익뿐만 아니라 개인의 기본권인 사생활의 자유와 명예의 보장 등 타인의 기본권과 밀접한 관련을 갖는 존재이므로 그에 따른 헌법상의 책임과 의무도 수반됨을 인정할 수 있다(조소영, 2006b)⁷⁾.

언론의 자유의 가장 본질적인 내용이 ‘자유언론제도’다. 사실상 사회 내에 공존하는 여러 계층과 이해관계들의 다양한 의견이 매스미디어를 통해서 표출되고 파급될 수 있도록 언론제도가 운영되어야 한다는 것을 의미하는 자유언론제도는, 언론 보도의 자유가 갖는 객관적 규범질서성으로부터 인정되는 제도라고 할 수 있다(조소영, 2006b). 보도매체의 다원적인 구조를 발전시키고 언론기관 내부 조직의 민주화를 확립해야 할 뿐만 아니라 사회 내의 상이한 다양성이 그대로 표현되지 못하거나 인위적인 조작에 의한 여론형성 또는 물이의 위험성이 발생할 수 있는 언론기관의 권력화나 독과점 현상을 저지하거나 예방해야 하는 것은 이러한

7) 현재 2002. 7. 18. 2001헌마605, 판례집 14-2, 84, 103.

자유언론제도의 필요충분조건이라고 할 수 있다. 따라서 제도로서의 자유로운 언론의 보장을 위한 경우에는 형성적 조치 뿐 아니라 제한적 조치도 뒤따를 수 있다. 다만 국가는 자유언론제도의 구현을 보장함에 있어서 자칫 자유언론제도의 이념이 그 실현 과정에서 언론에 대한 간섭 내지 규제를 정당화하는 방편으로 역기능하고 있는 것은 아닌지에 대한 신중한 검토가 필요하다(조소영, 2006a). 자유언론제도의 보장은 언론 보도의 자유에 내포된 민주주의의 실현기능과 실효성을 높이기 위한 것이지 언론 보도의 자유권의 주관적 공권성을 부인하기 위한 것은 아니기 때문이다(허영, 2022). 때문에 언론사의 보도의 자유에 대한 제한의 필요성은 헌법으로부터 인정되는 것이지만, 그 제한의 원칙적 양태는 자율적 규제의 구조로 가야한다는 것을 헌법론적으로도 인정할 수 있게 되는 것이다.

2) 언론윤리강령의 법률상의 근거

헌법상의 자유언론제도 보장을 위한 구체적 입법은 매체별로 구분해 볼 수 있고, 대표적으로 신문법과 방송법으로 대별할 수 있다. 신문법⁸⁾에서는 언론사의 언론윤리확립과 관련된 내용으로, 신문의 책임 규정과 독자의 권리보호 규정을 두고 있다. 먼저 신문법 제3조 제3항은 ‘신문 및 인터넷신문은 인간의 존엄과 가치 및 민주적 기본질서를 존중하여야 한다’고 규정하였고, 동법 제6조 제1항은 ‘신문사업자·인터넷신문사업자 및 인터넷뉴스서비스사업자는 편집 또는 제작의 기본방침이 독자의 이익에 충실하도록 노력하여야 한다’고 규정하고 있어서이다.

한편 방송법⁹⁾에서는 방송의 결과가 시청자의 이익에 합치하도록 하여야 한다는 시청자의 권익보호 규정¹⁰⁾을 전제하고, 방송의 공적 책임과 방송의 공정성 및 공익성에 관한 의무조항을 두었다. 먼저 동법 제5조는 방송의 공적 책임에 관한 가장 기본적이고 원칙적인 내용을 규정하고 있는데, ①방송은 인간의 존엄과 가치 및 민주적 기본질서를 존중하여야 한다는 것, ②방송은 국민의 화합과 조화로운 국가의 발전 및 민주적 여론형성에 이바지하여야 하며 지역간·세대간·계층간·성

8) 신문 등의 진흥에 관한 법률 (약칭: 신문법) [시행 2021. 12. 30.] [법률 제17799호, 2020. 12. 29., 타법개정]

9) 방송법 [시행 2022. 4. 20.] [법률 제18516호, 2021. 10. 19., 일부개정]

10) 방송법 제3조

별간의 갈등을 조장하여서는 아니된다는 것, ③방송은 타인의 명예를 훼손하거나 권리를 침해하여서는 아니된다는 것, ④방송은 범죄 및 부도덕한 행위나 사행심을 조장하여서는 아니된다는 것, ⑤방송은 건전한 가정생활과 아동 및 청소년의 선도에 나쁜 영향을 끼치는 음란·퇴폐 또는 폭력을 조장하여서는 아니된다는 것을 그 내용으로 한다. 다음으로 동법 제6조는 방송의 공정성과 공익성에 관한 규정으로, ①방송에 의한 보도는 공정하고 객관적이어야 한다는 것, ②방송은 성별·연령·직업·종교·신념·계층·지역·인종등을 이유로 방송편성에 차별을 두어서는 아니된다는 것¹¹⁾, ③방송은 국민의 윤리적·정서적 감정을 존중하여야 하며, 국민의 기본권 옹호 및 국제친선의 증진에 이바지하여야 한다는 것, ④방송은 국민의 알권리와 표현의 자유를 보호·신장하여야 한다는 것, ⑤방송은 상대적으로 소수이거나 이익추구의 실현에 불리한 집단이나 계층의 이익을 충실하게 반영하도록 노력하여야 한다는 것, ⑥방송은 지역사회의 균형 있는 발전과 민족문화의 창달에 이바지하여야 한다는 것, ⑦방송은 사회교육기능을 신장하고, 유익한 생활정보를 확산·보급하며, 국민의 문화생활의 질적 향상에 이바지하여야 한다는 것, ⑧방송은 표준말의 보급에 이바지하여야 하며 언어순화에 힘써야 한다는 것, 그리고 가장 최근인 2020년의 법개정에서 새로이 규정된 내용으로 ⑨방송은 정부 또는 특정 집단의 정책등을 공표하는 경우 의견이 다른 집단에 균등한 기회가 제공되도록 노력하여야 하고, 또한 각 정치적 이해 당사자에 관한 방송프로그램을 편성하는 경우에도 균형성이 유지되도록 하여야 한다는 것을 규정하고 있다.

언론윤리강령이 궁극적으로 언론인이나 언론조직이 스스로 올바른 관행을 확립하고 책임과 품위를 지키기 위해 행동의 기준으로 제정한 윤리적 기준체계라는 의미(김창룡, 1994)라는 점에서 본다면, 언론으로서의 책임을 다하지 못했거나 부족한 경우에 발생된 피해에 대한 여러 구제제도에 대해 규정하고 있는 언론중재법상의 규정도 언론윤리강령의 법적 근거로 볼 수 있을 것이다. 언론중재법¹²⁾ 제4조는 언론의 사회적 책임 등에 관하여 규정하고 있다. 동 규정에 의하면, ① 언론의

11) 다만, 종교의 선교에 관한 전문편성을 행하는 방송사업자가 그 방송분야의 범위 안에서 방송을 하는 경우에는 그러하지 아니하다고 규정하였다.

12) 언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률 (약칭: 언론중재법)[시행 2019. 3. 25.] [법률 제16060호, 2018. 12. 24., 일부개정]

보도는 공정하고 객관적이어야 하고, 국민의 알권리와 표현의 자유를 보호·신장하여야 하고, ② 언론은 인간의 존엄과 가치를 존중하여야 하고, 타인의 명예를 훼손하거나 타인의 권리나 공중도덕 또는 사회윤리를 침해하여서는 아니 되며, ③ 언론은 공적인 관심사에 대하여 공익을 대변하며, 취재·보도·논평 또는 그 밖의 방법으로 민주적 여론형성에 이바지함으로써 그 공적 임무를 수행해야 한다는 것을 언론의 사회적 책임으로 제시하고 있어서다.

3) 디지털시대의 윤리강령의 변화 필요성

현재 우리는 디지털 미디어의 시대 즉, 디지털 미디어 생태계 속에 살고 있다. 스마트폰의 발달로 인해 디지털 플랫폼을 통해 시공을 초월하여 타인들과 의사소통 및 관계 그리고 삶 또는 생활을 형성해가고 있을 뿐만 아니라 이곳에서 대부분의 의사소통까지도 이루어지고 있기 때문이다. 즉, 디지털 미디어의 핵심인 플랫폼을 통해 인터넷신문신문서비스와 인터넷뉴스뉴스 서비스 등을 포함한 각종 콘텐츠의 생산소비공유재생산을 시공을 초월하여 무한대로 확장되는 특징을 지닌 미디어의 시대를 살아가고 있는 것이다. 다시 말하면 각종 콘텐츠를 모두 하나의 디바이스(Device) 내에서 스트리밍(Streaming)으로 소비하고, 공유하며, 재생산할 수 있게 된 세상이 된 것이다(송승현, 2019). 이처럼 디지털시대는 미디어환경에 많은 변화를 가져왔다. 새로운 매체들이 광폭적으로 생겨났고, 하루에 생산되는 기사량과 소비되는 기사량도 급증했다. 증폭되어 교환되는 각종 다양한 정보 및 데이터 등의 내용이 디지털 미디어를 통해 전파되면서 콘텐츠의 생산소비공유재생산이 즉각적으로 이루어질 수 있게 되었고, 이 과정에서 콘텐츠의 내용이 왜곡될 가능성이나 타인의 권리침해의 상황이 심각하게 발생할 수도 있는 새로운 위험의 시대가 되었다고 볼 수도 있게 되었다. 가짜뉴스나 음란·비방·혐오표현 등과 같이 개인·사회·국가의 가치를 훼손하거나 권리를 침해할 수 있는 내용이 유통되는 상황적 현실을 대면하고 있을 뿐만 아니라, 거대 플랫폼을 통한 각종 정보나 데이터 등의 생산·소비·공유·재생산 및 인터넷 개인방송의 활성화는 모욕·명예훼손·초상권 등의 인격권 침해의 빈도수와 사안의 심각성이 주목되는 상황들을 만들어 내고 있기 때문이다.

한편 디지털 매체 환경의 차원에서 본다면, 대표적인 말은 ‘매체 융합(media convergence)’이다. 여기서 융합이란 정보가 언제든지 조립되고 해체될 수 있다는 것을 의미하며 매체 간 경계가 무의미해진다는 것을 뜻한다. 융합은 매체 기술, 산업, 그리고 수용자 등 모든 영역에 걸쳐 일어나고 있으며 그 영향 역시 모든 분야에 미치고 있다(Stip, 1999). 뉴스의 다매체 제작환경은 뉴스룸 조직의 문제, 취재관행의 문제, 그리고 기자 개인의 문제 등 뉴스제작과 관련된 거의 모든 분야에 걸쳐 있다(황용석, 2003).

따라서 디지털 시대의 미디어 환경의 특성이 언론윤리강령에 반영되어야 할 필요성은 당연한 당면과제가 되었다고 할 것이고, 확립되어야 할 새로운 기준내용들은 동시에 개방적으로 논의되고 정립될 필요성을 갖는다. 디지털 시대의 변화 자체가 당시의 가늠폭을 얼마든지 벗어날 수 있다는 점과 변화로 인한 현실의 실재가 어떻게 대응되어야 할지도 너무 빨리 달라진다는 것을 우리는 이미 경험해왔기 때문이다. 특히 디지털 시대의 특성이 반영된 언론윤리강령의 변화 내용에는, 보도된 자의 피해구제의 문제와 보도하는 자의 책임과 투명성 확보의 새로운 문제들을 적실성 있게 해결하기 위한 새로운 고민들이 포함되어만 할 것이다. 언론의 사회적 책임은 공적 책무로 여겨져 왔고, 이러한 언론의 사회적 책임은 언론의 기능과 역할에 대한 규범의 근원이자 실천원리라는 점은 디지털 미디어 시대에도 변치 않는 가치이기 때문이다.

03 국내 언론사의 언론윤리강령 실태와 내용

1. 현행 신문윤리강령

1) 신문윤리강령의 연혁

1957년 4월 7일, 한국신문편집인협회 창립총회에서 신문윤리강령이 채택되었고, 신문윤리위원회 설치를 의결했던 1961년 4월 7일, 편집인협회 제5차 총회에서 신문윤리실천요강을 채택했던 이래로, 1996년의 전면개정과 수차례의 부분개정 과정을 거쳐 현재의 ‘신문윤리강령’과 ‘신문윤리실천요강’에 이르렀다. 그리고 2011년, 인터넷신문윤리강령이 제정되었고, 2014년 인터넷신문윤리강령 시행세칙이 제정된 바 있다. 또한 보도환경과 사회현상의 변화 속에서, 이외에도 신문광고 윤리강령, 신문광고윤리실천요강, 신문소설·만화 심의기준, 자살보도 윤리강령, 재난보도준칙, 선거여론조사보도준칙, 한국기자협회 윤리강령, 한국기자협회 실천요강 등이 제정되었고, 이러한 강령들의 준수에 대한 관계자들과 단체의 결의선언들도 있었다.

2) 신문윤리강령 등의 내용

(1) 신문윤리강령의 내용

한국신문협회, 한국신문방송편집인협회, 한국기자협회가 정보화 사회의 출현 등 시대변화에 맞춰 기존의 신문윤리강령을 새로이 다시 채택한 2009년의 ‘신문윤리강령’은, 언론의 자유와 언론의 책임 등 총 7개의 조문으로 구성되어 있다.

동 강령은 구체적 시행을 전제한 실천요강과 달리 신문윤리의 가장 기본적인 내용들을 원칙으로 선언하고 있으며, 언론윤리강령이 추구하고자 하는 윤리적 가치들을 규정한 것으로 볼 수 있다.

신문윤리강령의 내용상의 구조는 먼저 ‘언론의 자유’와 ‘언론의 책임’, 그리고 ‘언론의 독립’을 가장 기본적인 원칙으로 천명하고 있다. 그리고 이어서 이러한 기본적인 원칙을 전제한 실제 보도 및 평론에 있어서 지켜야 할 준칙을 선언하고, 언론 보도와 가장 밀접한 개인의 기본권 보호에 관한 규정을 두고 있다. 마지막으로 언론인이 언론인답게 지켜가야 할 ‘언론인의 긍지와 품위’에 대해 규정하여, 언론인에게 주어진 사명을 다할 것을 다짐하는 내용을 담고 있다.

구체적으로 살펴보면, 제1조에서는 언론의 자유가 원칙임을 선언하였는데, 주목되는 점은 언론인의 언론의 자유라는 것이 국민의 알권리를 실현하기 위해 언론인에게 주어진 권리라는 점을 전제하고 있다는 점이다. 언론의 보도의 자유가 헌법질서 속에서 갖게 되는 수단성의 의미를 제대로 설명하고 있다고 볼 수 있음과 동시에 이러한 의미를 언론인의 신념으로 해야 한다는 것을 같이 규정하고 있다는 점에서 언론인의 사명감의 출발점으로 자리잡는 기본원칙으로서의 타당성을 갖는다고 하겠다.

제2조는 언론의 책임에 대해 규정하고 있는데, 언론이 지향해야 하는 바를 ‘사회의 건전한 여론형성’, ‘공공복지의 증진’, ‘문화의 창달’, ‘국민의 기본적인 권리의 적극적 수호’로 명시하고 있다. 또한 언론의 책임 규정은 언론의 자유 규정과 함께 언론의 사회적 책임을 구체적으로 명시함으로써, 1947년 허친스 보고서에서 권고했던바대로의 ‘자유롭고 책임있는 언론’의 실현을 지향하고 있다고 할 만 하다.

제3조는 언론의 독립에 대한 내용을 담고 있는데, 정치·경제·사회·종교 등 외부세력으로부터의 독립뿐 아니라 언론에 간섭하거나 부당한 이용을 하기 위한 어떠한 세력으로부터도 자주성을 지켜야 한다는 것을 규정하였다. 언론의 독립은 언론의 자유와 더불어 언론중재법 등¹³⁾ 관련 법률에서도 이미 규정으로 보장하고자 하는 내용으로서, 누구든지 언론의 자유와 독립에 관하여는 어떠한

13) 언론중재법 제3조 제1항 및 제2항 .

규제나 간섭을 할 수 없다는 것이 보장되고 있다는 점에서 본다면, 확인적 의미를 갖는 규정이라 하겠다. 그럼에도 불구하고 신문윤리강령의 진술방식이 “우리 언론인은 …”의 형식을 취함으로써 다시 한번 언론인 자신들의 윤리강령 속에서 언론인 스스로의 확인적 다짐을 하고있는 규정형식으로 보아야 할 것이다.

제4조는 보도와 평론에 관한 원칙 규정으로서, 정확·객관·공정한 보도의 원칙과 진실을 바탕으로 한 공정하고 바른 평론의 원칙, 그리고 사회의 다양한 의견을 폭넓게 수용하여 건전한 여론 형성에 기여해야 한다는 것을 선언하고 있다. 구 강령의 내용과 비교한다면, 구 강령에서는 사실보도와 정확성을 가장 중요하게 다루었던 것에 더해서 진실의 적극적 추구를 천명하고 있다는 점이 주목된다. 언론 보도의 공정성과 객관성·민주적 여론형성에의 이바지에 대하여는 언론 관련 법률에도 규정되어 있는 사항¹⁴⁾이라는 점에서 본다면, ‘진실을 바탕으로 해야’ 한다는 선언은 이하의 구체적 보도준칙에서 보도자료의 검증과정을 규정하게 된 전제규정으로서의 위치를 갖는다고 하겠다.

제5조와 제6조는 개인의 권리를 보호하기 위한 내용으로, 개인의 명예 존중과 사생활 보호, 그리고 반론권 존중과 독자에게 매체접근의 기회를 제공하기 위한 노력을 하겠다는 것을 규정하고 있다. 언론이 인간의 존엄과 가치를 존중하여야 하고, 타인의 명예를 훼손하거나 타인의 권리를 침해하여서는 아니 된다는 것은 헌법을 비롯한 언론중재법 등의 규정¹⁵⁾에서 요구되는 바로 주지의 사항이다. 구 강령을 개정하면서 기존의 개인의 명예 존중 외에 사생활 보호와 반론권 존중·매체 접근의 기회 제공 노력을 규정한 것은 좀더 강하고 확대된 개인의 권리 보장 규정이라 할 것이고, 이러한 내용을 언론인의 다짐으로 규정함으로써 노력의 근거로 선언한 것이라고 하겠다.

마지막으로 제7조는 언론인의 품위에 대해 선언한 규정이다. 언론인이 전문적 직업인임과 동시에 헌법적 책무를 부담하는 특별한 직업군임을 바탕으로 한 다짐이라고 할 수 있으며, 언론사와 언론인 스스로 높은 직업적 기준을 준수해야 한다는 것을 인정하고 있는 내용이라는 점에서, 다른 직업윤리와 비교되는 지점이다.

14) 언론중재법 제4조 제1항 및 제3항.

15) 헌법 제21조 제4항, 언론중재법 제4조 제2항.

이 원칙적 선언규정을 배경으로 구체적 실천요강에서는 원칙준수 의무를 언론인을 비롯한 언론사까지 포함하여 준수하도록 규정하고 있을 뿐만 아니라, 이해당사자로부터의 금품수수 및 향응금지·부당한 집단영향력 행사금지·부당한 금전지불금지·기자의 광고판매보급행위 금지 등을 구체적으로 품위유지를 위한 금지행위로 제시하고 있다. 이 조항은 동 강령의 개정작업에서 개정위원회가 가장 역점을 두었다고 설명되기도 했었고(김정기, 1997), 그만큼 언론인으로서의 자존심을 지켜야 한다는 절박감과 다짐을 반영한 선언규정이라고 할 것이다.

[표 3-1] 신문윤리강령

우리 언론인은 자유롭고 책임 있는 언론을 실현해 주어진 사명을 다할 것을 다짐한다. 자유롭고 책임 있는 언론은 민주발전, 사회통합, 민족화합과 평화통일, 문화창달에 크게 기여한다고 믿는다. 우리는 이러한 신념에 따라 스스로 윤리규범을 준수하기 위해 1957년 4월 7일「신문윤리강령」을 처음 제정했다. 이제 그 숭고한 정신을 바탕으로 한국신문협회, 한국신문방송편집인협회, 한국기자협회는 언론 환경과 시대 변화에 맞춰 새로운 신문윤리강령을 다시 채택한다.

제1조 언론의 자유

우리 언론인은 언론의 자유가 국민의 알 권리를 실현하기 위한 으뜸가는 가치임을 깊이 인식하고 대내외적인 모든 침해, 압력, 제한으로부터 이 자유를 지킬 것을 다짐한다.

제2조 언론의 책임

우리 언론인은 언론이 사회의 공기로써 막중한 책임을 지고 있다고 믿는다. 이에 다양한 여론을 형성하고 국민의 기본권을 보호, 신장하기 위해 적극적으로 노력한다. 또한 공공복지 증진, 민족화합, 문화창달 등을 위해 전력을 다할 것을 다짐한다.

제3조 언론의 독립

우리 언론인은 언론이 정치, 경제, 사회, 종교 등 외부 세력으로부터 독립된 자주성을 갖고 있음을 천명한다. 우리는 언론에 대한 일체의 간섭과 부당한 이용을 단호히 거부할 것을 다짐한다.

제4조 보도와 평론

우리 언론인은 사실의 전모를 정확하고, 객관적이고, 공정하게 보도함으로써 진실을 추구할 것을 다짐한다. 또한 공정하고 바르게 평론하며, 사회의 의견을 폭넓게 수용해 다양한 여론 형성에 기여할 것을 결의한다.

제5조 명예존중과 사생활 보호

우리 언론인은 개인 또는 단체의 명예나 신용을 훼손하지 않고 사생활을 침해하지 않을 것을 다짐한다.

제6조 반론권과 독자의 권리 존중

우리 언론인은 개인 또는 단체의 권리를 존중하고 독자에게 반론 등 의견 개진의 기회를 주며 이를 기사에 반영하도록 노력한다.

제7조 언론인의 품위

우리 언론인은 사회적 기대에 조응하는 높은 도덕성과 긍지, 품위를 지녀야 한다. 우리는 전문성과 소명의식을 갖추고 언론 본연의 역할에 충실해야 한다. 또한 바르고 고운 언어생활을 이끌어 품격 있는 사회를 구현하는 데 앞장서야 한다.

(2) 신문윤리실천요강의 내용

신문윤리강령을 구체적으로 시행하기 위하여 제정한 ‘신문윤리실천요강’은 1996년의 전면개정과 2009년, 2016년, 2021년의 부분개정 과정을 거쳐 현행 실천요강 내용으로 발전되었다. 이 신문윤리실천요강은 언론의 자유를 지키고 언론의 사회적 책임을 다하기 위해 한국신문협회와 한국신문방송편집인협회, 한국기자협회가 1961년 9월에 설립한 언론자율기구인 한국신문윤리위원회의 준칙으로 결의한 규정이다.

현행 신문윤리실천요강은 총 16개 조인데, 내용상으로 보면 크게 5개의 구성분야로 대별해 볼 수 있다. 즉 신문윤리강령에서 천명했던 대원칙인 ‘언론의 자유와 책임, 독립’에 관해 먼저 규정하고, 보도·평론의 원칙과 관련된 구체적인 내용을 제2조에서 제10조까지 규정하였으며, 언론 보도에서 존중하고 보호해야 할 개인의 권리와 대상에 대해서 제11조에서 제13조까지 규정한 후, 언론인의 품위 유지와 관련된 규정(정보의 부당이용금지를 규정한 제14조와 제15조)과 이 실천요강에서 원칙의 예외적인 사유로 명시하고 있는 ‘공익을 위해 필요한 경우’가 어떤 경우인가에 대하여 정의하는 구조로 구성되어 있다.

그리고 언론 보도와 관련된 특수한 보도영역에 관한 윤리강령들을 따로 정하고 있는 규정들이 있는데, 신문광고윤리강령 및 신문광고윤리실천요강, 한국기자협회 자살보도윤리강령, 재난보도준칙, 선거여론조사보도준칙, 신문소설·만화 심의기준 등이 해당된다.

① 언론의 자유와 책임, 독립(제1조)

제1조는 언론의 자유, 책임, 독립에 대해 규정한 조항으로, 신문윤리강령에서의 가장 기본적인 윤리가치를 구체화한 내용이다. 그리고 조항의 구조는 원칙선언내용과 구체적인 지침적 내용들로 구성하고 있다. 정치권력으로부터의 자유와 사회

· 경제 세력으로부터의 독립을 언론의 자유를 실현하기 위한 내용으로 볼 수 있고, 다음에 규정된 사회적 책임, 차별과 편견 금지, 사회적 약자 보호 규정은 책임있는 언론의 가치를 실현하기 위한 내용이라고 할 것이다. 다만, 동 요강 제10조에서 편집지침을 별도로 규정하고 있음에도 불구하고, 제1조에서 편집의 자유와 독립을 지켜야 한다는 것을 한번 더 규정하고 있는 것은 제1조의 총강적 성격을 보여주는 규정으로 해석해 볼 수 있다. 신문윤리실천요강에서 추구하고자 하는 가치이자 실천하고자 하는 가치가, ‘자유롭고 책임 있는 언론’이라는 것을 확인하고 다짐하는 내용이라고 하겠다.

② 보도 및 평론의 원칙(제2조 ~ 제10조, 제14조)

언론인들의 행동강령으로서의 동 요강의 가장 실제적인 내용은 언론인의 취재·보도와 평론에 관련된 행동원칙이기 때문에, 그 실천적인 의미를 갖는 규정들이 제2조에서 제10조까지 규정된 내용들이라고 할 수 있다.

제2조는 취재준칙에 관한 규정으로, 언론인이 취재시 개인이나 단체와 접촉할 때 갖추어야 할 태도와 접촉방법 등에 관해 규정한 내용이다. 필요한 예의 준수와 비윤리적·불법적 접촉방법 금지, 취재원에 대한 괴롭힘이나 위협 금지를 기본내용으로 두고, 6가지의 구체적인 경우에 대해 정하고 있다. 첫째 신분 사칭·위장 금지, 둘째 불가피하지 않은 한 자료 무단 이용 금지, 셋째 재난 및 사고 취재시 예의준수 등의 준칙, 넷째 전화 및 디지털 기기 활용 취재시 신원 명시 등, 다섯째 도청 및 비밀촬영 금지, 여섯째 비윤리적 방법에 의한 취재금지 등 부당한 금전 제공 금지 등을 내용으로 한다.

제3조는 언론인이 보도 기사를 작성할 때 지켜야 할 보도준칙에 대해 규정하고 있는데, 기본적인 원칙으로 충실한 전달과 정확한 확인, 진실 보도를 제시하였다. 그리고 이하에서는 구체적인 보도행동지침의 내용으로, 첫째 보도기사의 사실과 의견 구분 작성과 편견이나 이기적 동기에 기한 작성 금지, 둘째 공정보도, 조사 근거 명시 및 통계 왜곡 금지, 셋째 반론의 기회 보장, 넷째 미확인보도 명시 원칙, 다섯째 보도자료 검증 원칙, 여섯째 위법적이거나 비윤리적 행위 보도시 선정적·자극적·저속한 표현보도 금지, 일곱째 재난보도의 신중과 유의사항, 여덟째 자살보도시 주의사항, 아홉째 피의사실 보도시 준수사항, 열 번째 표준어

사용원칙에 관해 규정하고 있다.

형사를 비롯한 사법영역과 관련된 준칙적 규정으로 제4조와 제7조가 있는데, 제4조는 사법기관의 독립성을 부당하게 훼손하지 않도록 하기 위한 ‘사법보도준칙’ 규정으로 재판에의 부당한 영향 금지와 판결문 등의 사전보도 금지를 내용으로 한다. 제7조는 범죄보도시 준수사항을 규정하고 있는데, 이는 형사법상의 무죄추정 원칙과 피해자 등의 인권보호를 위한 주의를 구체화한 것이다. 첫째 형사피의자의 무죄추정원칙 준수와 피의자 및 피고인의 명예와 인격권 존중, 둘째 형사사건의 피의자·피고인·참고인 등의 인격권 존중 등 신중한 촬영과 공익적 예외, 셋째 범죄와 무관한 가족의 신원 노출 금지, 넷째 성범죄 사건 보도시 2차 피해 방지, 다섯째 18세 이하 미성년 피의자 신원 보호에 관한 준칙을 내용으로 한다.

제5조는 보도기사 작성시의 취재원에 관한 규정인데, 첫째 취재원 보호, 둘째 취재원 명시원칙과 공익적 필요 등이 인정되는 예외적인 경우의 익명작성조건, 셋째 제3자 비방과 익명보도 원칙적 금지, 넷째 취재원과의 비보도 약속 준수 및 공익적 예외에 대한 구체적 내용을 담고 있다.

제6조는 원칙적인 보도유예 시한 연장 금지와 보도유예 시한의 효력 상실에 대해 규정한 보도유예 시한 관련 규정이다. 보도의 신속성과 공정성이라는 원칙적 차원에서, 보도유예 수용의 일반화를 제한하는 내용으로 볼 수 있다.

제8조는 언론사와 언론인 모두에 대하여 저작물의 전재와 인용 시에 지켜야 할 실천내용을 담고 있다. 신문윤리실천요강 총16개의 조문 중, 요강준수의 주체를 ‘언론인과 언론사’로 규정하고 있는 규정 중의 하나다. 저작권의 보호는 헌법적 권리의 보장임과 동시에 실제상으로도 적잖은 소송을 경험하게 되는 문제라는 점에서 중요한 보도윤리지침이라고 하겠다. 구체적 내용으로는 첫째 통신기사의 출처 명시, 둘째 타 언론사 보도 등의 표절 금지, 셋째 출판물 등의 표절 금지, 넷째 사진, 영상 등의 저작권 보호에 관련된 것들을 규정하고 있다.

제9조는 사실과 평론의 균형과 절제, 편파와 왜곡 금지 원칙, 특히 평론의 경우의 논쟁적 문제에 대한 작성원칙을 내용으로 하면서, 사실의 정론성과 평론의 자유를 구체적으로 정한 평론의 원칙 규정이다.

제10조는 신문편집의 자유와 독립적 편집에 관한 편집지침 규정이다. 사내외의 압력이나 억제로부터의 자유와 공개적 기준에 따른 독립적 편집이 지켜져야 한다는

것을 규정하고 있다. 그리고 구체적으로는 첫째 과장이나 왜곡 금지 등 제목의 원칙, 둘째 사내외의 부당한 요구에 따른 편집 변경 금지, 셋째 기고문의 부동의 변경 금지, 넷째 오류발견이나 정정 요구 시 대응 원칙, 기사 내용과의 실제적 관련성 있는 사진 게재원칙, 여섯째 사진 및 영상 조작 금지, 일곱째 기사와 광고의 구분, 여덟째 홈페이지 운영자의 이용자권리 보호원칙, 아홉째 부당한 재전송 금지에 대해 규정하고 있다.

③ 보호해야 할 개인의 권리와 대상(제11조 ~ 제13조)

헌법은 제21조 제4항에서 언론·출판은 타인의 명예나 권리를 침해해서는 안된다는 것을 규정하고 있고, 이는 언론인에 대한 헌법적 금지사항으로 관련 법률에서 다시 강조되거나 피해에 대한 권리구제방안이 도입되는 등의 구조로 확립되어 왔다. 이러한 금지내용이 이 실천요강에도 규정되었고, 보도에 있어서 침해해서는 안되는 권리내용과 보도에 있어서 보호의 경계를 유의해야 하는 내용을 구분해서 규정하고 있다.

제11조는 사자를 포함한 개인이나 단체의 명예와 신용 존중 원칙을 규정하고 있으며, 개인의 사생활 보호에 대해서는 제12조에서 규정하고 있다. 다만 개인의 사생활의 경우에는 공익을 위해 부득이 필요한 경우를 예외로 두고 공인의 사생활 보도의 경우에는 절제를 잃지 않아야 한다는 차이를 두고 있다. 언론인의 사생활 보호에 관한 규정의 차이점은 보도 대상인 개인의 ‘동의 또는 승인’의 유무를 기준으로 한다는 점이다. 즉 개인의 사생활 등을 촬영하거나 보도, 개인정보를 검색하거나 사용하는 것 그 자체가 금지되는 것이 아니라 바로 해당 개인의 동의나 승인을 구해야 한다는 것을 규정하고 있는 내용이기 때문이다.

제13조는 청소년과 어린이 보호에 관한 규정으로서 특히 청소년과 어린이를 유해환경으로부터 보호해야 한다는 것을 정하고 있다. 첫째 19세 미만 청소년과 13세 미만 어린이 취재 보도시 보호자나 부모의 승인 준수, 둘째 가족이 범죄에 연루된 청소년이나 어린이의 신원 노출 금지, 셋째 청소년과 어린이가 보도내용으로 인해 유해환경에 노출되지 않도록 할 주의의무, 넷째 유괴·납치 보도 제한 협조에 관한 내용이다. 다만 청소년과 어린이를 보호 대상으로 규정하고 있다는 점에서 본다면, 대상이 되는 청소년과 어린이의 개념을 어떻게 볼 것인지에 대하여 별도의

정의 규정이 보완되어야 한다. 왜냐하면 현행 법제 내에서 법률에 따라 청소년의 대상 범위가 다르기 때문인데, 예를 들어 청소년 보호법상의 청소년은 만 19세 미만인 자이지만 청소년 기본법상의 청소년은 9세 이상 24세 이하인 사람을 말한다고 규정되어 있어서이다. 보호대상에 관한 규정에서 정작 누구를 보호해야 하는 것인지에 대해 정의하지 않고 있는 공백의 상황이라고 할 만 하다.

④ 언론인의 품위 유지(제14조와 제15조)

실천요강은 사회적 공기인 언론에 합당한 언론인은 공인임을 전제하고 그에 걸맞은 품위를 유지할 것을 제시하고 있다. 이해상충적 관계에 관련된 금지내용과 부정한 청탁 등의 금지행위 유형을 규정하고 있을 뿐만 아니라, 언론사에 대한 금지규정도 포함하고 있다. 그런데 이 규정들의 내용 중 금품수수나 향응, 부정한 청탁 금지의 내용은 현행 청탁금지법상의 금지행위로서 언론사를 수범자로 포함하고 있다는 점에서, 단순한 보도윤리적 차원의 문제가 아니라 위법사항의 문제로 판단하게 되는 법적 사항이 되었다.

제14조는 주식이나 부동산 등의 부당거래 금지 등 정보의 부당이용금지에 관한 규정인데, 취재과정 등에서 얻은 정보를 부당거래하지 않아야 한다는 것과 소유 주식 등에 관한 보도를 제한하는 내용을 담고 있다.

제15조는 언론인의 공인으로서의 품위유지에 관한 규정으로, 첫째 취재·보도·평론·편집과 관련하여 이해 당사자로부터의 금품수수 및 향응, 청탁 금지, 둘째 공동취재나 친목 또는 직업적 공동이익을 위한 목적 이외의 부당한 집단 영향력 행사 금지, 셋째 언론사의 언론인에 대한 광고·판매 등 영업행위 금지에 관한 내용을 규정하고 있다.

⑤ 정의 규정(제16조)

마지막 규정인 제16조는 신문윤리실천요강에 규정된 ‘공익을 위해 필요한 경우’에 포함되는 사항들을 정의한 규정이다. 신문윤리실천요강에서 금지나 제한된 보도 등의 경우에 대한 예외가 허용되는 사유로 규정된 것이 ‘공익을 위해 필요한 경우’였기 때문에, 실제 보도현장에서 기자들의 행동강령으로 명확한 정의가 필요한 개념이라는 점에 기인한 규정이라는 점이 도입의 배경이라고 생각된다. 제2조

취재준칙에서 자료무단이용금지의 예외, 제5조 취재원 명시 의무에서 취재원의 익명 또는 비보도 요청을 받아들일 수 있는 예외, 피의자 등의 보도시의 형량사항 등이 해당되는 경우이기 때문이다.

실천요강에서 정의하는 ‘공익을 위해 필요한 경우’로는 4가지의 경우를 규정하였다. 첫째 국가의 안전 보장, 사회질서 유지, 공공복리를 위해 부득이한 경우, 둘째 공중의 보건과 안전, 환경 보존을 위해 부득이한 경우, 셋째 반사회적 범죄 또는 중대한 비윤리적 행위를 방지하기 위해 부득이한 경우, 넷째 개인이나 단체의 주장 또는 행동으로 공중이 오도되는 것을 방지하기 위해 부득이한 경우가 그것이다.

[표 3-2] 신문윤리실천요강

제1조 언론의 자유, 책임, 독립

언론인은 자유롭고 책임 있는 언론을 실현하기 위해 부당한 억제와 압력을 거부해야 하며 편집의 자유와 독립을 지켜야 한다.

① (정치권력으로부터의 자유) 정권, 정당 및 정파 등의 정치권력이 언론에 가하는 부당한 압력과 청탁을 거부해야 한다.

② (사회·경제 세력으로부터의 독립) 단체, 종파 등 사회 세력이나 기업 등 경제 세력의 부당한 압력, 또는 금전적 유혹이나 청탁을 거부해야 한다.

③ (사회적 책임) 개인의 권리 보호에 최선을 다하며, 다양한 여론형성과 공공복지 향상을 위하여 사회의 공공문제를 적극적으로 다뤄야 한다.

④ (차별과 편견 금지) 지역, 계층, 성별, 인종, 종교 간 갈등이나 혐오를 부추기는 보도를 해서는 안 되며, 이에 근거해 개인이나 단체를 차별해서는 안 된다.

⑤ (사회적 약자 보호) 장애인·노약자·성 소수자 등 사회적 약자의 권리 보호에 적극 나서야 하며, 이들에 대해 편견을 갖지 말아야 한다.

제2조 취재준칙

언론인은 취재를 위해 개인 또는 단체와 접촉할 때 필요한 예의를 지켜야 하며, 비윤리적이거나 불법적인 방법을 사용해서는 안 된다. 또한 취재원을 위협하거나 괴롭혀서는 안 된다.

① (신분 사칭·위장 금지) 신분을 위장하거나 사칭하여 취재해서는 안 된다.

② (자료 무단 이용 금지) 문서, 자료, 사진, 영상, 그림, 음악, 인터넷 게시물과 댓글 등의 콘텐츠는 공익을 위해 불가피하지 않은 한 소유주나 관리자의 승인 없이 검색하거나 사용해서는 안 된다.

③ (재난 및 사고 취재) 재난이나 사고를 취재할 때 인간의 존엄성을 침해하거나 피해자의 치료를 방해해서는 안 되며, 희생자와 피해자 및 그 가족에게 예의를 갖춰야 한다. 재난 등의 수습 및 구조 활동에 지장을 초래해서는 안 된다.

④ (전화 및 디지털 기기 활용 취재) 취재원과 대면하지 않고 전화나 디지털 기기 등으로 취재할 때 신분을 밝혀야 하며, 상대방에게 예의를 갖춰야 한다.

⑤ (도청 및 비밀촬영 금지) 전화 도청이나 비밀촬영 등의 방법으로 취재해서는 안 된다.

⑥ (부당한 금전 제공 금지) 금전을 제공하는 등 비윤리적 방법으로 취재하거나 자료를 취득해서는 안 된다.

제3조 보도준칙

언론인은 보도기사(해설기사 포함)를 작성할 때 사안의 전모를 충실하게 전달함을 원칙으로 하며, 출처 및 내용을 정확히 확인해야 한다. 또한 사회정의와 공익을 실현하기 위해 진실을 적극적으로 추적, 보도해야 한다.

① (보도기사의 사실과 의견 구분) 보도기사는 사실과 의견을 명확히 구분하여 작성해야 한다. 또한 편견이나 이기적 동기로 보도기사를 고르거나 작성해서는 안 된다.

② (공정보도) 경합 중인 사안을 보도할 때 한 쪽의 주장을 편파적으로 보도하지 않는다. 여론조사 등을 바탕으로 보도할 때는 조사의 신뢰성을 확인할 수 있는 근거를 분명히 밝혀야 하며, 통계를 왜곡해서는 안 된다.

③ (반론의 기회) 보도기사에 개인이나 단체를 비판하거나 비방하는 내용이 포함될 때는 상대방에게 해명의 기회를 주고 그 내용을 반영해야 한다.

④ (미확인보도 명시 원칙) 출처가 분명하지 않거나 확인되지 않은 사실을 부득이 보도할 때는 그 사유를 분명히 밝혀야 한다.

⑤ (보도자료 검증) 취재원이 제공하는 구두발표와 보도자료는 사실 검증을 거쳐 보도하는 것을 원칙으로 한다.

⑥ (선정報道 금지) 범죄 · 폭력 · 동물학대 등 위법적이거나 비윤리적 행위를 보도할 때 선정적이거나 자극적인 표현을 사용해서는 안 되며 저속하게 다뤄서도 안 된다.

⑦ (재난보도의 신중) 재난이나 대형 사건 등을 보도할 때 흥미 위주의 보도를 지양하고, 자극적이거나 불필요한 공포심을 일으킬 수 있는 표현을 사용하지 않는다. 재난 및 사고의 피해자, 희생자 및 그 가족의 명예나 사생활 등 인권을 침해하는 일이 없도록 각별히 유의해야 한다.

⑧ (자살보도의 주의) 자살보도는 사회에 미치는 영향을 고려하여 신중해야 한다. 자살의 원인과 방법 등을 구체적으로 묘사하여 대중의 호기심을 자극하는 보도를 해서는 안 된다. 특히 표제에는 '자살'이라는 표현을 삼간다.

⑨ (피의사실 보도) 경찰이나 검찰 등 수사기관이 제공하는 피의사실은 진실 여부를 확인하기 위해 노력해야 한다. 또한 피의자 측에게 해명의 기회를 주기 위해 최선을 다해야 한다.

⑩ (표준어 사용) 보도기사를 작성할 때는 표준어 사용을 원칙으로 하며, 저급한 비속어 사용 등으로 독자에게 불쾌감을 주지 않도록 한다.

제4조 사법보도준칙

언론인은 사법기관의 독립성을 부당하게 훼손하는 취재 · 보도 · 평론을 해서는 안 된다.

① (재판 부당 영향 금지) 재판에 부당한 영향을 끼치는 취재 · 보도 · 평론을 해서는 안 된다.

② (판결문 등의 사전보도 금지) 판결문, 결정문 및 기타 사법문서를 판결이나 결정 전에 보도 · 논평해서는 안 된다. 다만 관련 취재원이 사법문서에 포함된 내용을 제공할 때는 예외로 한다.

제5조 취재원의 명시와 보호

언론인은 보도기사를 작성할 때 취재원이나 출처를 밝혀야 하며, 추상적이거나 일반적인 취재원을 빙자하여 보도해서는 안 된다.

① (취재원 보호) 취재원의 안전이 위태롭거나 부당하게 불이익을 받을 위험이 있다면 그의 신원을 밝혀서는 안 된다.

② (취재원 명시와 익명 조건) 보도기사를 작성할 때는 취재원을 원칙적으로 익명이나 가명으로 표현해서는 안 된다. 다만 공익을 위해 부득이하거나 보도 가치가 우선하는 경우 취재원의 익명 요청을 받아들일 수 있지만, 소속 기관과 일반적 지위를 밝히도록 노력해야 한다.

③ (제3자 비방과 익명보도 금지) 취재원이 제공한 불특정 출처나 일방적 주장에 근거하여 제3자를 비판, 비방, 공격하는 경우 익명 요청을 원칙적으로 받아들여서는 안 된다.

④ (취재원과 의 비보도 약속) 취재원의 신원이나 내용의 비보도 요청에 동의했을 때는 공익을 위해 불가피하지 않은 한 보도해서는 안 된다.

제6조 보도유예 시한

언론인은 취재원이 요청하는 보도유예 시한이 합리적이고 타당한지 판단하여 수용 여부를 결정해야 한다.

- ① (보도유예 시한 연장 금지) 자의적인 협의로 보도유예 시한을 정하거나 연장해서는 안 된다.
- ② (보도유예 시한의 효력 상실) 보도유예 시한은 이를 정한 목적에 위배되는 사정이 발생할 경우 효력을 상실한다.

제7조 범죄보도와 인권존중

언론인은 유죄가 확정되기 전의 형사사건 피의자 및 피고인의 인권을 존중해야 한다. 특히 피해자 및 범죄와 무관한 가족들의 인권을 보호해야 한다.

- ① (피의자 및 피고인의 명예 존중) 형사사건의 피의자 및 피고인은 무죄로 추정된다는 점에 유의하여 그의 명예와 인격권을 존중해야 한다.
- ② (피의자 · 피고인 · 참고인 등 촬영 신중) 형사사건의 피의자, 피고인, 참고인 및 증인을 촬영하거나 사진 또는 영상을 보도할 때는 인격권을 존중하되 최대한 공익을 고려해야 한다.
- ③ (범죄와 무관한 가족 보호) 범죄사건을 보도할 때는 범죄와 관련이 없는 가족의 신원을 밝혀서는 안 된다.
- ④ (성범죄 등의 2차 피해 방지) 성범죄 사건 등을 보도할 때는 피해자와 가족, 주변인에게 2차 피해가 발생하지 않도록 유의해야 한다.
- ⑤ (미성년 피의자 신원 보호) 피의자 또는 피고인이 미성년(18세 이하)일 경우 이름, 사진 등의 신원을 밝혀서는 안 된다.

제8조 저작물의 전재와 인용

언론사와 언론인은 타인의 저작권을 침해해서는 안 되며, 저작물을 전재 또는 인용할 때는 출처를 구체적으로 밝혀야 한다.

- ① (통신기사의 출처 명시) 통신기사를 전재할 때는 출처를 밝혀야 하며, 사소한 내용을 변경하여 자사 기사로 바뀌어서는 안 된다.
- ② (타 언론사 보도 등의 표절 금지) 타 언론사의 보도와 논평을 표절해서는 안 되며, 출처를 명시하지 않고 실체적 내용을 인용해서도 안 된다. 다만 출처가 여럿일 경우 이를 포괄적으로 명시할 수 있다.
- ③ (출판물 등의 표절 금지) 정기간행물이나 출판물 등의 내용을 표절해서는 안 되며, 발췌 인용할 때는 출처를 밝혀야 한다.
- ④ (사진, 영상 등의 저작권 보호) 개인이나 단체의 사진, 영상, 그림, 음악, 인터넷 게시물과 댓글 등의 저작권을 보호해야 하며, 보도나 평론에 사용할 때는 출처를 밝혀야 한다.

제9조 평론의 원칙

사설과 평론은 사실을 근거로 의견을 공정하고 바르게 표명하되 균형과 절제를 잃지 말아야 하며, 특히 편파와 왜곡을 경계해야 한다. 또한 평론은 정치적 입장을 자유로이 표현할 수 있으며, 논쟁적 문제에 대해 공중의 의견을 폭넓게 수용하여 다양한 여론형성을 위해 노력해야 한다.

- ① (사설의 정론성) 사설은 소속 언론사의 정론적 입장을 대변해야 하며, 특히 언론사의 상업적 이익이나 특정 정당, 단체, 종파의 이권을 대변해서는 안 된다.
- ② (평론의 자유) 사설 등 평론은 실정법을 위반하지 않는 한 특정 정당 또는 특정인에 대한 지지 또는 반대 등 정치적 입장을 자유롭게 표현할 수 있다.

제10조 편집지침

언론인은 신문을 편집할 때 사내외의 압력이나 억제로부터 자유로워야 하며, 공개된 기준에 따라 독립적으로 편집해야 한다.

- ① (제목의 원칙) 제목은 기사의 요약된 내용이나 핵심 내용을 대표해야 하며, 기사 내용을

과장하거나 왜곡해서는 안 된다.

② (편집 변경 금지) 사내외의 부당한 요구에 따라 기사를 없애거나 기사의 크기, 배치 등을 바꿔서는 안 된다.

③ (기고문 변경 금지) 사외 기고문은 기고자의 동의 없이 실체적 내용을 변경해서는 안 된다.

④ (기사 정정) 보도기사의 오류를 발견하거나 정정 요구를 받았을 때는 확인을 거쳐 그 내용을 신속하고 뚜렷하게 게재해야 한다.

⑤ (관련사진 게재) 보도사진은 기사의 실체적 내용과 직접적으로 관련돼 있어야 한다. 다만 부득이 기사와 간접적으로 관련된 사진을 사용할 때는 그 사실을 밝혀야 한다.

⑥ (사진 및 영상 조작 금지) 보도사진이나 영상의 실체적 내용을 삭제, 첨가, 변형하는 등 조작해서는 안 된다. 다만 편집의 기술적 편의를 위해 부득이한 경우 최소한의 조작기법을 사용할 수 있으나 그 사실을 밝혀야 한다.

⑦ (기사와 광고의 구분) 독자들이 기사와 광고를 명확하게 구분할 수 있도록 편집해야 한다. 광고를 기사와 같은 지면이나 공간에 배치할 때는 독자가 명백하게 광고로 인식할 수 있도록 표시해야 한다.

⑧ (이용자의 권리 보호) 홈페이지 운영자는 이용자들의 참여와 편익을 최대한 보장하고, 콘텐츠에 오류가 없도록 수시로 점검, 관리하며, 특히 청소년이 유해물에 노출되지 않도록 유의해야 한다.

⑨ (부당한 재전송 금지) 부당한 목적으로 제목과 기사의 일부를 바꾸는 등의 방법으로 같거나 비슷한 기사를 반복적으로 게재해서는 안 된다.

제11조 명예와 신용존중

언론인은 개인과 단체의 명예나 신용을 훼손하는 보도나 평론을 해서는 안 된다.

① (명예·신용 훼손 금지) 오보, 부정확한 보도, 왜곡보도, 공익과 무관한 보도, 저속한 표현 등으로 개인이나 단체의 인격권이나 명예·신용을 훼손해서는 안 된다.

② (사자의 명예 존중) 보도와 평론을 할 때 사자의 명예를 부당하게 훼손해서는 안 된다.

제12조 사생활 보호

언론인은 공익을 위해 부득이 필요한 경우를 제외하고는 개인의 사생활을 보도, 평론해서는 안 된다.

① (사생활 침해 금지) 개인의 사생활 영역에 허락 없이 침입해서는 안 된다.

② (개인정보 무단 검색 등 금지) 디지털 기기 등에 입력된 개인정보를 소유주나 관리자의 승인 없이 검색하거나 사용해서는 안 된다.

③ (사생활 등의 촬영 및 보도 금지) 개인의 사생활, 사유물을 동의 없이 촬영하거나 취재, 보도해서는 안 된다. 다만 공인의 경우 예외로 할 수 있다.

④ (공인의 사생활 보도) 공익을 위해 공인의 사생활을 보도·평론하는 때에도 절제를 잃지 않도록 경계해야 한다.

제13조 청소년과 어린이 보호

언론인은 청소년과 어린이의 건전한 인격 형성과 정서 함양을 위해 노력해야 하며, 특히 음란하거나 폭력적, 퇴폐적인 유해환경으로부터 이들을 보호해야 한다.

① (청소년과 어린이 취재 보도) 부모나 보호자의 승인 없이 청소년(19세 미만)이나 어린이(13세 미만)와 접촉하거나 촬영, 보도해서는 안 된다.

② (범죄 보도와 청소년, 어린이 보호) 청소년이나 어린이, 그의 가족이 범죄에 연루된 경우 그 청소년이나 어린이의 신원을 밝혀서는 안 된다.

③ (유해환경으로부터의 보호) 폭력, 음란, 약물사용, 도박 등을 미화하거나 지나치게 상세히 보도하여 청소년과 어린이가 유해환경에 노출되지 않도록 경계해야 한다.

④ (유괴·납치 보도제한 협조) 어린이나 청소년이 유괴·납치된 경우 안전을 위해 수사기관 등의 보도제한 요청에 협조해야 한다.

제14조 정보의 부당이용금지

언론인은 취재과정 등에서 얻은 정보를 본인, 친인척 및 이해 관계자의 이익을 위해 사용하거나 다른 개인이나 기관에 넘겨서는 안 된다.

① (소유 주식 등에 관한 보도 제한) 언론인 본인, 친인척 또는 이해 관계자가 소유한 주식, 전차화폐 등의 거래에 영향을 미칠 수 있는 보도를 해서는 안 된다.

② (주식·부동산 등의 부당 거래 금지) 취재 및 기타 언론활동에서 얻은 정보를 주식·부동산 거래 또는 사사로운 이익을 위해 이용해서는 안 된다.

제15조 언론인의 품위

언론인은 언론이 사회적 공기임을 인식하고 그에 합당한 공인으로서의 품위를 지켜야 한다.

① (금품수수 및 향응, 청탁 금지) 취재·보도·평론·편집과 관련하여 이해 당사자로부터 금품, 향응 등 유무형의 경제적 이익을 취해서는 안 되며, 이를 요구해서도 안 된다.

② (부당한 집단 영향력 행사 금지) 공동취재나 친목 또는 직업적 공동이익을 위한 목적 이외에 단체를 구성하거나 활동해서는 안 되며, 취재원에 집단적 영향력을 행사해서도 안 된다.

③ (광고·판매 등 영업행위 금지) 언론사는 언론인에게 취재·편집 등에 영향을 미칠 수 있는 부당한 광고 판매 등의 영업행위를 요구해서는 안 되며, 언론인도 그런 요구를 받아들여서는 안 된다.

제16조 공익의 정의

신문윤리실천요강에 규정된 공익을 위해 필요한 경우에는 다음과 같은 사항이 포함된다.

① (국가 안전 등) 국가의 안전 보장, 사회질서 유지, 공공복리를 위해 부득이한 경우

② (공중 안녕) 공중의 보건과 안전, 환경 보존을 위해 부득이한 경우

③ (범죄의 폭로) 반사회적 범죄 또는 중대한 비윤리적 행위를 방지하기 위해 부득이한 경우

④ (공중의 오도 방지) 개인이나 단체의 주장 또는 행동으로 공중이 오도되는 것을 막기 위해 부득이한 경우

한국신문협회, 한국신문방송편집인협회, 한국기자협회는 개정된 신문윤리강령 및 실천요강을 승인, 준칙으로 삼는다.

3) 인터넷신문윤리강령 등의 내용

한편 인터넷의 등장은 새로운 인터넷 기술을 이용한 언론매체들을 낳았고, 매체기술의 차이와 파급력의 차이를 반영한 인터넷언론사들에 대한 윤리강령 도입의 필요성이 커졌다. 2001년 10월 인터넷언론의 선발주자인 아이뉴스24, 오마이뉴스, 이데일리, 이비뉴스 등을 주축으로 구성됐던 인터넷뉴스미디어협의회가 1년여 만에 프레시안, 머니투데이를 비롯해 데일리팝, 이원컴, 조세일보 등 회원사를 확대하고 2002년 한국인터넷신문협회로 재출범한 후, 2011년 인터넷신문윤리강령

및 시행세칙을 제정하여 선포하였고, 2021년에는 한국기자협회와 공동으로 ‘언론 윤리헌장’을 제정하여 선포하였다.

(1) 인터넷신문윤리강령 및 시행세칙의 내용

① 인터넷신문윤리강령의 내용

인터넷신문윤리강령은 2011년 3월 23일에 제정된 후, 2014년, 2015년, 2017년 부분 개정의 과정을 거쳤고, 2019년에 전면개정을 거쳐 현재의 규정이 되었다. 이 윤리강령은 전문에서 인터넷신문이 자유롭고 책임 있는 언론을 실현해 주어진 시대적 사명을 다할 것을 다짐하고, 건전한 여론형성과 민주주의 발전, 문화창달에 기여하기 위하여 인터넷신문 스스로 윤리기준을 세워 인터넷신문윤리강령을 제정하고 실천할 것을 결의한다는 것을 밝히고 있다. 인터넷신문윤리강령은 총 10개 조로 구성되어 있는데, 내용상 언론의 자유와 책임 규정(제1조~제2조), 권리 보호 규정(제3조~제5조), 보도원칙 관련 규정(제7조~제8조), 이해상충 금지 규정(제6조), 광고 관련 규정(제9조), 이용자 관련 규정(제10조)의 여섯 부분으로 구분할 수 있다.

신문윤리강령과의 차이점으로 가장 주목할 만한 점은, 이 강령의 준수자를 ‘언론인’이 아니라 ‘인터넷신문’으로 하고 있다는 점이다. 물론 규정 내용에 따라서는 ‘인터넷신문의 모든 구성원’이거나 ‘회사’인 경우도 있다. 또한 신문윤리강령 규정보다 매체의 특성을 반영하여 추가된 규정들이 있어서 조문 수도 많다.

강령의 내용을 살펴보면, 인터넷신문의 모든 구성원은 국민의 알권리가 실현되도록 대내외적인 모든 침해와 압력, 제한으로부터 언론의 자유와 독립을 수호한다고 선언하는 것을 시작점으로 하면서, 언론의 책임으로 보도의 사실성·정확성·균형성 추구하고 선정정보도 지양, 기사 작성 시 사실과 의견 구분, 보도 대상자의 반론권 보장을 규정하였다.

그리고 공공의 이익에 관한 것으로 정당한 사유가 없다면 개인의 명예, 사생활, 개인정보 및 그 밖의 인격적 가치를 침해해서는 안 된다는 것을 규정하고 있다. 또한 인종, 민족, 국적, 지역, 신념, 나이, 성별, 직업, 학력, 계층, 지위 등에 대한 편견과 차별, 혐오를 배제하고, 사회적 약자와 소수자의 권리 보호에 앞장설 것을 선언하고 있다. 저작권 보호와 관련하여, 공표된 저작물을 보도에 활용하는

경우 반드시 출처를 표시하고 다른 언론사의 보도와 논평을 표절하지 않을 것을 규정하였다.

다음으로 이해 상충에 관해서는 취재·보도 과정에서 알게 된 정보를 이용해 부당한 이익을 취하지 않으며 금품이나 향응을 받아서는 안 될 뿐만 아니라, 회사는 기자에게 광고, 협찬, 판매 등을 요구해서는 안 되며 기자도 이에 응하지 않을 것을 규정하고 있다.

동일하거나 유사한 기사를 반복 게재 또는 전송하지 않고, 실시간 검색어 등의 오남용이나 과거 기사를 부당하게 활용하지 않을 것과 이용자가 광고를 기사로 오인하지 않도록 기사와 광고를 명확하게 구분할 것을 규정한다.

광고의 신뢰성 확보를 위해서 이용자에게 유용하고 신뢰를 주는 광고 정보를 전달하기 위해 노력할 것과 선정적이거나 혐오스런 광고를 지양할 것, 이용자를 기망하지 않고 기사 가독성을 저해하지 않는 방법으로 광고를 배치할 것을 규정하고 있다.

마지막으로 기존 매체들과는 다른 인터넷매체의 특성이 반영된 이용자 참여규정에서는 이용자에 대한 건전한 참여 기회 제공과 기사의 정당한 이용 보장, 그리고 이용자의 게시글 등으로 타인의 권리가 침해되지 않도록 노력해야 함을 규정하였다.

[표 3-3] 인터넷신문윤리강령

[전문]

인터넷신문은 자유롭고 책임 있는 언론을 실현해 주어진 시대적 사명을 다할 것을 다짐한다. 건전한 여론 형성과 민주주의 발전, 문화창달에 기여하기 위하여 우리는 스스로 윤리기준을 세워 인터넷신문윤리강령을 제정하고 이를 실천할 것을 결의한다.

제1조 언론의 자유

인터넷신문의 모든 구성원은 국민의 알권리가 실현되도록 대내외적인 모든 침해와 압력, 제한으로부터 언론의 자유와 독립을 수호한다.

제2조 언론의 책임

인터넷신문은 사회의 공적기구로서 보도의 사실성, 정확성, 균형성을 추구하고 선정보도를 지양한다. 기사 작성 시 사실과 의견을 구분하고 보도 대상자의 반론권을 보장한다.

제3조 인격권의 보호

인터넷신문은 공공의 이익에 관한 것으로 정당한 사유가 있지 않는 한 개인의 명예, 사생활, 개인정보 및 그 밖의 인격적 가치를 침해해서는 안 된다.

제4조 약자 보호와 차별금지

인터넷신문은 인종, 민족, 국적, 지역, 신념, 나이, 성별, 직업, 학력, 계층, 지위 등에 대한 편견과 차별, 혐오를 배제한다. 또한 사회적 약자와 소수자의 권리 보호에 앞장선다.

제5조 저작권 보호

인터넷신문은 공표된 저작물을 보도에 활용하는 경우 반드시 출처를 표시하고 다른 언론사의 보도와 논평을 표절하지 않는다.

제6조 이해 상충

인터넷신문의 모든 구성원은 취재·보도 과정에서 알게 된 정보를 이용해 부당한 이익을 취하지 않으며 금품이나 향응을 받아서는 안 된다. 회사는 기자에게 광고, 협찬, 판매 등을 요구해서는 안 되며 기자는 이에 응해서는 안 된다.

제7조 부당 게재 또는 전송 금지

인터넷신문은 동일하거나 유사한 기사를 반복 게재 또는 전송하지 않으며, 실시간 검색어 등의 오남용이나 과거 기사의 부당한 활용을 하지 않는다. 제8조 기사와 광고의 분리

인터넷신문은 이용자가 광고를 기사로 오인하지 않도록 기사와 광고를 명확하게 구분해야 한다.

제9조 광고의 신뢰성 확보

인터넷신문은 이용자에게 유용하고 신뢰를 주는 광고 정보를 전달하기 위해 노력하고, 선정적이거나 혐오스런 광고를 지양한다. 또한 이용자를 기망하지 않고 기사 가독성을 저해하지 않는 방법으로 광고를 배치한다. 제10조 이용자 참여

인터넷신문은 이용자의 건전한 참여 기회를 제공하고 기사의 정당한 이용을 보장한다. 또한 이용자의 게시물 등으로 타인의 권리가 침해되지 않도록 노력한다.

② 인터넷신문윤리강령 시행세칙의 내용

상술한 인터넷신문윤리강령의 해석과 적용 등 강령의 실천 및 자율심의에 필요한 세부 기준을 정하기 위해, 서약사의 의견수렴 후 2014년에 인터넷신문위원회 이사회의 의결로 인터넷신문윤리강령 시행세칙이 제정되었다. 이 시행세칙은 총6장, 보칙과 부칙, 20개 조로 구성되어 있다. 상술한 신문윤리강령 실천요강과의 가장 큰 차이점은, 각 항목에서 금지하고자 행위유형이나 판단기준에 대해 상대적으로 구체적인 내용으로 명시하고 있다는 점이다. 행동 지침으로서의 규범적 의미를 감안한다면, 수범자의 실천에 더 실효성이 있는 규정 방식이라고 할 수 있다.

제1장 총칙에서는 이 세칙의 목적(제1조)이 인터넷신문윤리강령의 해석과 적용 등 강령의 실천 및 자율심의에 필요한 세부 기준을 정하는 것임을 밝힌 목적 규정과, 인터넷신문윤리강령 및 세칙에서 사용하는 용어들¹⁶⁾에 대한 정의 규정(제2조)을

16) 1. “언론인”이란 인터넷신문의 제작·발행과 관련된 발행인, 편집인, 기자 등을 말한다.

2. “이용자”란 인터넷신문이 제공하는 보도·논평 등의 기사 콘텐츠나 서비스를 이용하는 자를 말한다.

3. “미성년자”란 민법상 미성년자를 말한다.

두었다.

제2장은 인터넷신문 보도에 관한 일반적인 사항들을 ‘일반사항’이라는 표제하에 3개의 조문(제3조~제5조)을 규정하고 있다. 제3조는 이용자에게 불편함이나 불쾌감을 유발하는 표현들¹⁷⁾을 명시하고 해당 표현을 제목에 사용하지 않도록 한 규정이다. 제4조는 기사와 광고의 구분에 관하여, 기사의 전체 맥락상 필요한 정보가 아닌 한, 기사 내용에 상품 및 서비스의 구매를 유도하는 직접적인 광고 정보가 포함되지 않도록 한다는 것과 이용자가 광고를 기사로 오인하지 않도록 준수할 내용들을 정하고 있다. 제5조에서는 이용자가 건강 및 재산상의 직접적인 피해를 입지 않도록 준수해야 할 내용들을 크게 4가지로 대별¹⁸⁾하여 설명하고 있다.

제3장은 미성년자 보호에 관한 내용으로 4개의 규정(제6조~제9조)을 두었다. 제6조는 미성년자를 대상으로 인터뷰나 촬영을 할 때 부모, 보호자, 학교장 등 보호 책임자의 동의를 받아야 하는 경우를 4가지¹⁹⁾로 규정했고, 제7조에서는 당사자를 특정할 우려가 있는 미성년자의 신원정보를 밝히지 않아야 하는 경우와 공개가 금지되는 신원정보를 3가지²⁰⁾로 명시하여 규정했다. 제8조는 미성년자의 모방을 부추길 우려가 있는 사건을 3가지 경우²¹⁾로 명시하면서 해당 사건들은

4. “인터넷뉴스서비스”란 신문, 인터넷신문, 통신사 등 언론사의 기사를 모아 인터넷이나 모바일을 통 해 계속적으로 제공하거나 매개하는 서비스를 말한다.

17) 1. 허위 및 과장 표현 : 기사 전체의 맥락과 무관한 문구

2. 비방 표현 : 특정 개인, 단체, 기관 등을 조롱, 비하, 희화하는 문구

3. 자극적인 표현 : “경악”, “초도화”, “발각”, “멘붕” 등 기사 내용과 무관하게 호기심을 자극하는 문구

18) 1. 의료인·의료기관의 기능이나 진료방법에 관한 기사의 경우 연락처, 약도, 홈페이지 주소, 가격, 시술·수술 장면 등의 정보를 명시하지 않는다.

2. 부동산 분양이나 가맹점 모집에 관한 기사의 경우 수익률, 투자안전성 등을 단정적으로 표현하지 않는다.

3. 주식에 관한 기사의 경우 수익률이나 투자 안전성을 강조하거나, 관련 카페, 사이트 등의 링크를 걸 지 않는다.

4. 식품, 건강기능식품, 화장품 등에 관한 기사의 경우 의학적 효능 효과가 있는 것으로 오인할 우려가 있는 내용을 포함하지 않는다.

19) 1. 미성년자의 일탈행위

2. 미성년자의 반사회적·비윤리적 행위

3. 미성년자에게 부정적인 영향을 줄 수 있는 폭력·범죄 행위

4. 인명사고 및 재난 사건

20) 1. 성명, 주민등록번호, 전화번호 등 개인정보

2. 소속 학교명, 학원명 등

3. 거주지 등 대상을 특정할 수 있는 정보

21) 1. 미성년자 대상 성행위

2. 미성년자와 관련한 성적 일탈행위

3. 왕따, 학교폭력 등 폭력행위

흥미위주로 상세하게 보도하지 않을 것을 규정했고, 제9조는 미성년자에게 유해한 보도대상을 4가지²²⁾로 명시하여 규정하고 이에 대해 보도하는 경우 이를 미화 또는 정당화하거나 흥미위주로 상세하게 보도하지 않을 것을 규정했다.

제4장은 선정보도 제한에 관한 내용으로, 6개 조문으로 이루어져 있다. 제10조는 차별받거나 매도당하는 내용이 포함되지 않아야 하는 보도대상을 6개²³⁾로 특정하여 금지한 규정이고, 제11조는 생명존중 규정으로 동물을 죽이거나 상해를 입히는 사건의 경우 상세히 보도하지 않을 것을 규정하였다. 범죄 등과 관련한 보도준칙 규정인 제12조는 범죄와 관련된 내용을 보도하는 경우 포함되지 않아야 할 내용들을 3가지²⁴⁾로 구분해서 규정하고 있다. 한편 자살과 관련한 보도준칙에 대해서는 제13조에서 별도로 규정하여, 자살과 관련된 내용을 보도하는 경우 포함되지 않아야 하는 내용을 4가지²⁵⁾로 규정하였다. 제14조는 신체노출과 관련한 보도준칙 규정인데, 방송사고, 운동경기, 시사회, 축제, 행사, 시위, 패션쇼 등의 신체노출 사진이나 이미지를 기사의 소재로 사용하는 경우 선정적·자극적으로 표현하지 않도록 노력할 것을 규정하고 있다. 그리고 재난과 관련한 보도에 관한 규정인 제15조는 인터넷신문의 경우에도 재난, 대형 인명피해 사고 등을 보도하는 경우에는 재난보도준칙에 따른다는 것을 규정하고 있다.

제5장은 표절금지에 관한 장인데, 2개의 조문(제16조와 제17조)으로 구성되어 있으며, 기사 사용시 출처를 밝혀야 하는 경우 4가지²⁶⁾를 규정한 제16조와 다른

22) 1. 유희업소, 청소년 출입이 금지된 노래방 등 청소년유해업소

2. 음란 도서·사이트, 성 보조기구

3. 마약류, 환각물질, 주류, 담배

4. 조직폭력, 사행행위, 도박

23) 1. 여성, 미성년자

2. 노인, 장애인

3. 성적 소수자

4. 이주노동자 및 다문화가정

5. 새터민

6. 지역

24) 1. 범행 방법 또는 장면에 대한 상세한 설명

2. 범행에 사용된 약물의 명칭이나 성분, 제조 및 취득방법

3. 과거 유사 범죄 사례에 대한 상세한 소개

25) 1. 자살의 방법 또는 장면에 대한 상세한 설명

2. 자살이 이루어진 특정 지역

3. 유명인 등의 자살사실에 대한 상세한 소개

4. 자살의 미화 또는 정당화

언론사나 통신사의 기사를 3개 문단 이상 그대로 전재(轉載)해서는 안 된다는 것을 규정한 제17조가 그 내용이다.

마지막으로 제6장은 반복전송의 제한에 관련된 규정으로 구성되어 있다. 제18조에서는 기사의 조회수를 늘리기 위해 동일하거나 유사한 기사를 반복적으로 “인터넷뉴스서비스”에 전송해서는 안 된다는 것과 그에 대한 판단기준 2가지²⁷⁾를 규정하였다. 또한 제19조는 특정 기업이나 브랜드를 홍보하기 위해 동일하거나 유사한 기사를 반복하여 인터넷뉴스서비스에 전송해서는 안 된다는 것을 규정하고 있다.

[표 3-4] 인터넷신문윤리강령 시행세칙

<p>제1장 총칙</p> <p>제1조(목적) 이 세칙은 인터넷신문윤리강령의 해석과 적용 등 강령의 실천 및 자율심의회에 필요한 세부기준을 정하는데 그 목적이 있다.</p> <p>제2조(정의) 인터넷신문윤리강령 및 이 세칙에서 사용하는 용어의 의미는 다음 각 호와 같다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “언론인”이란 인터넷신문의 제작·발행과 관련된 발행인, 편집인, 기자 등을 말한다. 2. “이용자”란 인터넷신문이 제공하는 보도·논평 등의 기사 콘텐츠나 서비스를 이용하는 자를 말한다. 3. “미성년자”란 민법상 미성년자를 말한다. 4. “인터넷뉴스서비스”란 신문, 인터넷신문, 통신사 등 언론사의 기사를 모아 인터넷이나 모바일을 통해 계속적으로 제공하거나 매개하는 서비스를 말한다. <p>제2장 일반사항</p> <p>제3조(부당한 제목의 제한) 인터넷신문은 다음 각 호와 같이 이용자에게 불편함이나 불쾌감을 유발하는 표현을 제목에 사용하지 않도록 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 허위 및 과장 표현 : 기사 전체의 맥락과 무관한 문구 2. 비방 표현 : 특정 개인, 단체, 기관 등을 조롱, 비하, 희화하는 문구 3. 자극적인 표현 : “경악”, “초토화”, “발각”, “멘붕” 등 기사 내용과 무관하게 호기심을 자극하는 문구 <p>제4조(기사와 광고의 구분) ① 기사의 내용에 상품 및 서비스의 구매를 유도하는 직접적인 광고정보가 포함되지 않도록 한다. 다만, 기사의 전체 맥락상 필요한 정보인 경우는 예외로 한다.</p> <p>② 인터넷신문은 이용자가 광고를 기사로 오인하지 않도록 다음 각 호를 준수한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 기사제목과 광고문구를 같은 공간에 배열하지 않도록 한다. 2. 기사 중간에 기사로 오인할 수 있는 광고가 포함되지 않도록 한다. 3. “뉴스”, “속보”, “단독”, “특종” 등 기사로 오인할 우려가 있는 문구를 광고에 사용하지 않도록 한다.

- 26) 1. 다른 언론사나 통신사의 기사
 2. 이미지나 영상물(자체 제작 및 제3자 제공 포함)
 3. SNS, 커뮤니티, 블로그, 댓글 등 게시물
 4. 국가, 지방자치단체, 공공기관이 저작권을 가진 공공저작물

- 27) 1. 최초 기사 및 후속 기사의 제목 또는 내용에 특정 키워드의 반복 여부
 2. 후속 기사의 게재시점이 특정 시간대에 집중되는지의 여부

제5조(이용자 보호) 인터넷신문은 이용자가 건강 및 재산상의 직접적인 피해를 입지 않도록 다음 각 호를 준수한다.

1. 의료인·의료기관의 기능이나 진료방법에 관한 기사의 경우 연락처, 약도, 홈페이지 주소, 가격, 시술·수술 장면 등의 정보를 명시하지 않는다.
2. 부동산 분양이나 가맹점 모집에 관한 기사의 경우 수익률, 투자안전성 등을 단정적으로 표현하지 않는다.
3. 주식에 관한 기사의 경우 수익률이나 투자 안전성을 강조하거나, 관련 카페, 사이트 등의 링크를 걸지 않는다.
4. 식품, 건강기능식품, 화장품 등에 관한 기사의 경우 의학적 효능·효과가 있는 것으로 오인할 우려가 있는 내용을 포함하지 않는다.

제3장 미성년자 보호

제6조(보호책임자 동의) 인터넷신문은 미성년자를 대상으로 인터뷰나 촬영을 할 때 다음 각 호에 해당 하는 경우 부모, 보호자, 학교장 등 보호책임자의 동의를 받아야 한다.

1. 미성년자의 일탈행위
2. 미성년자의 반사회적·비윤리적 행위
3. 미성년자에게 부적정한 영향을 줄 수 있는 폭력·범죄 행위
4. 인명사고 및 재난 사건

제7조(신원보호) ① 인터넷신문은 다음 각 호에 해당하는 경우 당사자를 특정할 우려가 있는 미성년자의 신원정보를 밝히지 않는다.

1. 피해자 또는 가해자가 미성년자인 경우
 2. 성범죄의 주체나 객체가 가족구성원인 경우 관련 미성년자
- ② 제1항에 따라 공개가 금지되는 신원정보는 다음 각 호와 같다.

1. 성명, 주민등록번호, 전화번호 등 개인정보
2. 소속 학교명, 학원명 등
3. 거주지 등 대상을 특정할 수 있는 정보

제8조(모방행위 예방) 인터넷신문은 미성년자의 모방을 부추길 우려가 있는 다음 각 호에 해당하는 사건을 흥미위주로 상세하게 보도해서는 안 된다.

1. 미성년자 대상 성행위
2. 미성년자와 관련한 성적 일탈행위
3. 왕따, 학교폭력 등 폭력행위

제9조(유해환경으로부터 보호) 인터넷신문은 미성년자에게 유해한 다음 각 호의 대상을 보도하는 경우 이를 미화 또는 정당화하거나 흥미위주로 상세하게 보도하지 않는다.

1. 유흥업소, 청소년 출입이 금지된 노래방 등 청소년유해업소
2. 음란 도서·사이트, 성 보조기구
3. 마약류, 환각물질, 주류, 담배
4. 조직폭력, 사행행위, 도박

제4장 선정보도의 제한

제10조(차별금지) 인터넷신문은 다음 각 호의 대상을 보도하는 경우 차별받거나, 매도당하는 내용이 포함되지 않도록 한다.

1. 여성, 미성년자
2. 노인, 장애인
3. 성적 소수자
4. 이주노동자 및 다문화가정
5. 새터민
6. 지역

제11조(생명존중) 인터넷신문은 동물을 죽이거나 상해를 입히는 사건의 경우 이를 상세히 보도하지 않도록 한다.

제12조(범죄 등과 관련한 보도) 인터넷신문은 범죄와 관련된 내용을 보도하는 경우 다음 각 호에 해당 하는 내용이 포함되지 않도록 한다.

1. 범행 방법 또는 장면에 대한 상세한 설명
2. 범행에 사용된 약물의 명칭이나 성분, 제조 및 취득방법
3. 과거 유사 범죄 사례에 대한 상세한 소개

제13조(자살과 관련한 보도) 인터넷신문은 자살과 관련된 내용을 보도하는 경우 다음 각 호에 해당하는 내용이 포함되지 않도록 한다.

1. 자살의 방법 또는 장면에 대한 상세한 설명
2. 자살이 이루어진 특정 지역
3. 유명인 등의 자살사례에 대한 상세한 소개
4. 자살의 미화 또는 정당화

제14조(신체노출과 관련한 보도) 인터넷신문은 방송사고, 운동경기, 시사회, 축제, 행사, 시위, 패션쇼 등의 신체노출 사진이나 이미지를 기사의 소재로 사용하는 경우 선정적·자극적으로 표현하지 않도록 노력한다.

제15조(재난과 관련한 보도) 인터넷신문은 재난, 대형 인명피해 사고 등을 보도하는 경우 재난보도준칙에 따른다.

제5장 표절금지

제16조(출처표기) 인터넷신문은 다음 각 호를 기사에 사용하는 경우 그 출처를 밝힌다.

1. 다른 언론사나 통신사의 기사
2. 이미지나 영상물(자체 제작 및 제3자 제공 포함)
3. SNS, 커뮤니티, 블로그, 댓글 등 게시물
4. 국가, 지방자치단체, 공공기관이 저작권을 가진 공공저작물

제17조(표절금지) 인터넷신문은 다른 언론사나 통신사의 기사를 3개 문단 이상 그대로 전재(轉載)해서는 안 된다.

제6장 반복전송의 제한

제18조(조회수 증대 목적 제한) ① 인터넷신문은 기사의 조회수를 늘리기 위해 동일하거나 유사한 기사를 반복적으로 “인터넷뉴스서비스”에 전송해서는 안 된다.

② 제1항에 대한 판단기준은 다음 각 호와 같다.

1. 최초 기사 및 후속 기사의 제목 또는 내용에 특정 키워드의 반복 여부
2. 후속 기사의 게재시점이 특정 시간대에 집중되는지의 여부

제19조(홍보노출 목적 제한) 인터넷신문은 특정 기업이나 브랜드를 홍보하기 위해 동일하거나 유사한 기사를 반복하여 인터넷뉴스서비스에 전송해서는 안 된다.

(2) 언론윤리현장의 제정·선포와 그 내용

2021년 1월 19일, 한국기자협회와 한국인터넷신문협회는 날로 다원화하는 언론 환경에서 저널리즘 원칙과 책무에 충실한 윤리적 언론은 시대의 요청이라는 점에서, 매체와 분야, 형태에 관계없이 보도와 논평에 종사하는 모든 언론인이 실천해야 할 핵심 원칙을 담은 언론윤리현장을 제정하여 선포하였다. 이 현장은 서문과

9개의 조문, 보칙으로 구성되어 있다. 이 헌장의 본문은 법조문의 형식이라기 보다는 선언문의 형식을 취하였고, 각각의 언론윤리 내용을 9가지로 구분해서 정했다. 1. 진실 추구 2. 투명한 보도와 책임 있는 설명 3. 인권 존중과 피해 최소화 4. 공정 보도 5. 독립적 보도 6. 갈등을 풀고 신뢰를 복돋우는 토론장 제공 7. 다양성 존중과 차별 반대 8. 품위 있는 행동과 이해상충 경계 9. 디지털 기술로 저널리즘의 가능성 확장이 그 내용이고, 이 헌장의 시행과 개정 등을 위해 ‘언론윤리헌장협의회’를 설치·운영할 수 있다는 것을 보칙에서 규정하였다. 그리고 이 보칙을 근거로 하여 2021년 6월 16일 언론윤리헌장과 관련한 후속 단계로 ‘언론윤리헌장실천협의회’가 발족된 바 있다.

[표 3-5] 언론윤리헌장

<p>〈서문〉</p> <p>언론은 시민을 위해 존재하며, 시민의 신뢰는 언론의 가장 소중한 자산이다. 시민의 알권리를 충족하고 민주주의 가치를 실현하기 위해 자유롭고 책임 있는 언론이 필요하다. 언론은 인권을 옹호하며, 정의롭고 평화로운 공동체를 추구한다. 이를 위해 정확하고 공정한 보도를 통해 시민의 올바른 판단과 의사소통을 도우며, 다양한 가치와 의견을 균형 있게 대변함으로써 사회 통합을 위해 노력한다. 아울러 권력을 감시하고 비판해 사회 정의를 실현하고 민주주의를 발전시키는 데 기여한다. 날로 다원화하는 언론 환경에서 저널리즘의 원칙과 책무에 충실한 윤리적 언론은 시대의 요청이다. 이에 우리는 매체와 분야, 형태에 관계없이 보도와 논평에 종사하는 모든 언론인이 실천해야 할 핵심 원칙을 담아 언론윤리헌장을 선언한다.</p> <p>1. 진실을 추구한다</p> <p>윤리적 언론은 진실을 보도한다. 진실 추구는 언론의 존재 이유다. 사실을 부정하고 믿고 싶은 바를 진실로 받아들이는 시대에 진실 추구의 중요성은 그 어느 때보다 크다. 윤리적 언론은 정확한 사실을 종합적이고 포괄적인 맥락으로 전달한다. 정확성은 신속성에 우선한다. 모든 정보를 성실하게 검증하고 명확한 근거를 바탕으로 보도한다. 취재원 발언을 정확히 인용하며 발언 취지가 왜곡되지 않도록 한다. 진실을 밝히기 위해 용기 있고 성실한 태도를 견지한다. 사실과 의견을 분리하고, 의도와 기술방식이 진실을 가리지 않도록 양심에 따라 보도한다.</p> <p>2. 투명하게 보도하고 책임 있게 설명한다</p> <p>윤리적 언론은 정보원과 취재 과정 등을 가능한 한 투명하게 알리고, 문제 제기에 책임 있게 설명한다. 윤리적 언론은 독자와 시청자가 정보에 대해 스스로 판단할 수 있도록, 취재원 보호 등 필요한 경우를 제외하고는 정보의 출처를 명확히 밝힌다. 보도에 대한 의문과 비판에 열린 자세로 소통하며, 잘못이 있다면 신속하고 분명하게 바로잡는다. 보도에 영향을 미친 외부 지원과 후원 및 이해상충 소지 등에 대해서도 정직하게 밝힌다. 투명성과 설명책임은 언론인 개인뿐 아니라 언론사 조직의 공동책임이다.</p> <p>3. 인권을 존중하고 피해를 최소화한다</p> <p>윤리적 언론은 취재 대상을 존중한다. 공공의 이익을 위해 보도할 가치가 있는 정보를 취재하고</p>

전달할 경우에도 개인의 인권과 존엄성을 침해하지 않도록 한다. 특히 미숙하고 동의 능력이 없는 취재원, 사건 피해자 등을 취재할 때는 절차적 정당성과 가장 높은 수준의 인권 감수성을 가지고 주의를 기울인다. 합법적으로 획득한 정보라도 이를 보도할 때는 윤리적 정당성을 갖춰야 한다. 공인이 아닌 일반 시민에 대해 보도할 때는 인격권 보호에 더욱 주의한다. 피의자가 공정한 재판을 받을 권리와 공중의 알권리 사이의 균형을 추구한다.

4. 공정하게 보도한다

윤리적 언론은 특정 집단, 세력, 견해에 치우치지 않고 공평무사한 자세로 보도한다. 사회적으로 중요한 사안이나 갈등적 사안을 다룰 때는 다양한 입장을 두루 담아 전체를 아우르는 균형 잡힌 시각과 관점을 보여준다. 윤리적 언론은 시시비비를 가리는 언론 본연의 역할에 충실하면서도 사회 내에 존재하는 다양한 의견의 경중을 고려해 보도 내용의 양적·질적 균형을 맞춘다. 특정한 가치와 정파적 이익에 부합하는 사실과 견해만을 선택하거나 과장하지 않는다. 기사로 인해 불이익을 볼 수 있는 개인이나 집단에는 자신을 방어하고 반론할 권리를 보장한다.

5. 독립적으로 보도한다

윤리적 언론은 모든 권력으로부터 독립해 오로지 시민과 공익의 관점에서 자율적이고 전문적으로 판단한다. 언론사 안팎의 부당한 간섭과 압력을 거부하고 언론의 자유와 보도의 자율성을 지킨다. 독립적인 보도를 보장하기 위해 편집과 경영의 분리 원칙을 준수한다. 이를 바탕으로 모든 형태의 권력을 감시한다. 독자와 시청자의 의견과 비판을 겸허하게 경청하고 보도에 반영되되, 건전한 비판 보도를 막으려는 의도적이고 집단적인 공격에 위축되지 않는다. 상업적 이해가 보도에 영향을 미치지 않도록 한다.

6. 갈등을 풀고 신뢰를 복돋우는 토론향을 제공한다

윤리적 언론은 다양한 사회집단과 세력이 자신들의 의사를 표현하고 소통함으로써 합의를 모색하는 공론의 장을 제공한다. 다양한 사람의 참여를 보장하고, 이들의 의견이 공정하게 전달되고 교류되도록 한다. 대립하는 관점과 주장이 표출되고 조정될 수 있는 토론향을 제공함으로써 사회가 갈등과 이질성을 조화롭게 극복할 수 있도록 돕는다. 윤리적 언론은 사회적 신뢰를 창출하고, 공동체가 믿음에 기초해 운영되도록 제 역할을 다한다. 진영논리에 빠져 특정 세력을 편들거나 반대 세력을 과도하게 공격하지 않으며, 차이와 불화를 침소봉대해 갈등을 극대화하는 보도 태도를 지양한다. 역사적 사실을 부정하는 시도에 대해서는 그 배경과 맥락을 파악해 비판적으로 전달한다.

7. 다양성을 존중하고 차별에 반대한다

윤리적 언론은 모든 사람이 존중받는 세상을 위해 차별과 편견을 줄이려 노력한다. 언론은 다양한 사회적 가치와 문화적 차이를 인정하고 이를 존중한다. 언론은 성별, 장애, 종교, 나이, 출신 지역, 인종, 성적 지향 등을 이유로 누구도 부당하게 차별받지 않도록 감시한다. 편견과 차별이 발생하는 구조를 발굴·보도해 사회적 의제로 확산시킨다. 고정관념과 편견을 부추기는 표현, 특정 계층·지역을 비하하는 표현, 성차별 표현, 사람을 성적으로 대상화하는 표현을 삼간다.

8. 품위 있게 행동하며 이해상충을 경계한다

윤리적 언론은 높은 도덕성을 유지하고 언론의 힘을 사적으로 남용하지 않으며 이해상충을 경계하고 예방한다. 언론인과 언론사의 도덕적이고 품위 있는 행동은 권력과 사회를 감시하고 비판하는 언론 활동에 정당성을 부여한다. 윤리적 언론은 취재보도 과정에서 정당한 방법을 사용하고, 취재원에게 예의를 갖춘다. 또 올바르고 품격 있는 언어를 쓰도록 노력한다. 취재원과는 공과 사를 분명히 구분하고, 적절한 긴장 관계를 유지한다. 취재 과정에서 알게 된 정보를 이용해 금전적 또는 사적 이익을 추구하지 않는다. 취재원으로부터 정당한 이유가 없는 혜택과 편의를 제공받지 않으며 부당한 청탁이나 압력을 행사하지 않는다.

9. 디지털 기술로 저널리즘의 가능성을 확장한다

윤리적 언론은 디지털 기술이 언론 활동에 미치는 변화를 적극 수용하고, 뉴스의 생산·유통·소비의 전 과정에서 기술이 독자와 시민에게 유익하게 활용되도록 노력한다. 참여와 공유를 통해 시민과의 소통을 확대하고 상호 협력해 뉴스를 생산하고 내용을 발전시킨다. 인터넷과 소셜미디어 등을 통한 취재는 익명성을 악용한 허위정보와 여론 조작 위험 등을 감안해 더욱 신중하게 사실을 검증한다. 다른 언론사 기사를 복제하거나 표절하지 않으며, 독자적으로 취재하고 작성해 보도한다. 독자의 주목을 끌기 위해 선정적이거나 오도하는 제목을 쓰지 않으며 기사를 수정했을 경우 수정의 내용과 이유를 독자가 알 수 있게 표시한다. 온라인 콘텐츠를 사용할 때는 작성자의 동의를 구하고 저작권을 보호한다.

<보칙>

1. 이 헌장은 개인과 단체, 조직 등 모든 언론활동 종사자를 위한 것이다. 2. 이 헌장을 채택한 언론은 헌장 내용의 실천과 확산을 위해 노력한다. 3. 헌장의 시행과 개정 등을 위해 언론윤리헌장협의회를 설치·운영할 수 있다.

2. 언론사별 언론윤리강령 비교분석

1) 개별 언론사 윤리강령 제정의 출발

상술한 바와 같이 전국의 언론인을 대상으로 한 협회 차원의 윤리강령과는 별도로 언론사별 윤리강령이 자체 제정된 것은 1988년 5월 한겨레신문사의 것이 최초였다²⁸⁾. 방송에서의 최초의 자율적 윤리규정은 1990년 KBS방송강령이었고, 뒤이어 같은 해 7월 MBC도 자체방송강령을 제정·공표한 바 있다. 부산일보나 대전일보 등의 지방지들과 경향신문이나 조선일보 등의 나머지 중앙일간지들도 대부분 1991년 무렵에는 자체윤리강령을 제정공표했다. 저널리즘의 위기를 진단하는 현대 언론사회에서, 언론사 자체의 윤리규범 확립은 그러한 위기를 극복하기 위한 노력의 일환으로 평가될 수 있다. 개별 언론사의 윤리강령은 매체별 상황에 따른 변화의 모습을 담고 있는 것이 기본적 모습이라면, 언론기업의 지향성에 따른 부가적 내용이 담겨 있기도 하다. 또한 윤리강령은 한국신문협회의 신문윤리강령을 준용하되, 자체 실천요강 또는 시행세칙, 분야별 보도 및 취재 준칙을 두고

28) 1991년 동아일보 기자윤리강령이 두 번째로 제정되었다.

있는 경우들도 있다. 인터넷신문사의 경우에도 홈페이지에 대한 공시가 잘 지켜지지 않는 것으로 나타났다.

2) 개별 언론사 윤리강령 내용

[표 3-6] 개별 언론사 주요 윤리강령²⁹⁾

분류	언론사	주요 내용
전국일간지	경향신문	언론 자유 수호/ 공정 보도 실현/ 사내 민주주의 구현/ 언론인 윤리 실천(자금심과 높은 도덕성, 신문 보도나 직위를 이용한 개인 이익 추구 금지, 보도를 명목으로 한 취재원과의 부당한 거래 금지, 공사 엄격 구분 및 회사 업무나 예산 자산으로 사익 추구 금지, 윤리강령 실천요강 마련 및 준수, 윤리강령과 실천요강 실천에 관해 노사 동수의 윤리위원회를 둠)
	서울신문	언론의 자유/ 공정한 보도/ 품위 유지/ 올바른 정보수집/ 취재원 보호/ 반론권 보장과 오보 정정/ 갈등·차별·불이익 조장 금지/ 감염병 및 재난 보도의 정확성 제고
	조선일보	정확성, 공정성, 객관성에 기반한 진실보도/ 출처 밝히기와 저작권 보호/ 취재원 보호/ 외부의 부당한 개입 및 영향력 행사 배격/ 품격있는 어휘 사용/ 명예훼손 금지와 반론이나 해명 기회 보장/ 오보나 실수에 대한 즉각 정정/ 조선일보 기자로서의 품위 유지
	중앙일보	언론자유/ 공정보도/개인의 명예와 사생활 보호/ 정치적·종교적 중립/준법/품위 유지/ 정당한 정보 취득 및 사용/ 취재원 보호/ 반론권 보장 및 오보 정정/ 초상권 보호/ 양식과 예의
	한국일보	국민 편에 선 취재와 보도/ 자유민주주의와 인권존중/ 평화·통일 지향적 자세/ 지역·세대·이념·계층 갈등 극복/ 사실보도와 정확성/ 균형있는 자세/ 상업주의 배격/ 뉴스의 개방
	한겨레	언론자유 수호/ 사실과 진실보도의 책임/ 반론권 보장/ 오보 정정/ 취재원 보호/ 사생활 보호/ 정당 및 종교활동에 대한 자세/ 언론인의 품위/ 판매 및 광고활동/ 사내민주주의 확립/ 윤리실천요강/ 윤리위원회
지역일간지	매일신문	언론의 자유, 책임, 독립/ 취재준칙/ 보도준칙/ 사법보도준칙/ 취재원의 명시와 보호/ 보도유예시한/ 범죄보도와 인권존중/ 저작물의 전재와 인용/ 평론의 원칙/ 편집지침/ 명예와 신용 존중/ 사작물의 전재와 인용/ 청소년과 어린이 보호/ 정보의 부당이용금지/ 언론인의 품위
	부산일보	언론윤리 확립/ 언론자유 수호/ 공정보도와 책임/ 취재원 보호/ 취재원의 명예 및 사생활 보호/ 공정한 직무수행 및 품위유지/ 윤리위원회 구성 및 운영 등
지역방송사	TBC	총칙 임직원 기본윤리·기본윤리/공정한 직무수행/ 이해충돌 회피/ 부당이득

분류	언론사	주요 내용
		수수금지/ 공·사 구분/ 임직원 상호관계/ 투명한 정보 및 회계관리 거래업체에 대한 윤리-거래법규 준수/ 자유경쟁 추구/공정한 거래 임직원에 대한 윤리-임직원 존중/ 공정한 대우 국가와 사회에 대한 윤리-국가와 지역사회발전 기여/ 환경보호 보칙-준수의무와 책임/ 교육/ 포상 및 징계/ 규정 운영
뉴스통신사	연합뉴스	서문/ 보도윤리-신속·정확·공정한 논평, 성역 없는 취재, 출처 공개원칙, 표절 금지, 불법적·비윤리적 취재 및 보도행태 배격, 반론권 보장 및 오보 정정, 명예훼손 금지와 사생활 보호, 품격 있는 어휘 사용 및 선정적 보도 지양, 차별적 언어 사용 금지 및 약자 보호/ 직업윤리/ 윤리위원회 설치 및 운영
지상파 방송사	KBS	전문/ 방송의 자율성 확보, 업무 수행 시 내외부의 부당한 요구나 청탁 거절/ 개인적 목적에 영합하는 취재·제작 활동 금지 등/ 특정인의 해당 직무 끝난 후 6개월 이내의 정치활동 금지/ 일체의 접대 및 특혜, 부당청탁 금지/ 회사의 공식적 경우를 제외한 직무관련자 등과의 출장·여행·연수 금지/ 업무 수행 과정에서 발생한 부수적 혜택의 사적 이용 금지/ 부당이득 취득 금지/ 업무처리의 회사 사무실 또는 공개된 장소 원칙/ 프로그램 제작에 필요한 자료의 무상 제공 요구 금지/ 영리 사업에의 관여 금지/ 직무 관련 취득 미공개 정보를 이용한 주식이나 부동산 투자 금지/ 직무관련자로부터 3만원 이상의 식사와 향응 등의 대접 금지/ 직무관련자로부터 선물·금품 등 수수 금지/ 직무관련자에 대한 경조사 관련 사항 고지 금지 및 경조금 수준 5만원 초과금지/ 업무추진비 등을 예산 목적 이외 용도 사용금지/ 윤리위원회
	MBC	청렴 의무(금품 등의 수수 금지, 투명성 제고)/ 공정한 직무 수행(이해충돌 방지, 부정청탁 금지, 직업윤리 준수)/ 건강한 근무 환경 조성(상호 인권 존중, 차별 금지)/ 의사 표현의 자유와 책임(정치적 중립성 준수 의무, 소셜미디어 사용 주의)/ 상담 및 신고 제도(감사담당국 산하 상설기구로 MBC클린센터 설치 및 운영, 윤리강령 위반 행위의 신고 및 처리 절차, 부정청탁의 신고 및 처리 절차, 직장 내 괴롭힘 피해 신고 및 처리 절차, 성희롱·성폭력 피해 신고 및 처리 절차, 금지된 금품 등의 처리)/ 보칙(윤리강령 준수 의무, 교육 및 홍보, 포상 및 징계, 윤리강령 개정절차)
종합 편성채널	JTBC	총강-자유, 책임, 독립, 방송의 공정성, 인권의 존중, 정정, 품위 제작-43개 조항/ 취재-7개 조항/ 품위유자-7개 조항/ 올바른 정보 사용-7개 조항/ 공정정보-7개 조항
	TV조선	전문 언론자유 수호/ 공정정보/ 개인의 명예보호/ 품위유지/ 윤리위원회 운영 10대 실천요강
보도 전문채널	YTN	전문 언론자유 수호/ 공정정보/ 개인의 명예보호/ 품위유지/ 윤리위원회 운영 10대 실천요강

분류	언론사	주요 내용
경제지	매일경제	언론자유/ 공정보도/ 오보정정과 반론권 인정/ 정당한 정보수집과 사용/ 언론인의 품위 유지/ 취재원 보호/ 사생활 보호/ 외부활동 제한/ 판매·광고활동의 제한/ 윤리위원회 설치
	한국경제	공정하고 정확한 보도/ 정직하고 성실한 자세/ 올바른 경영질서 확립/ 투명한 정보전달/ 공익을 위한 정보수집/ 환경인으로서의 자부심/ 윤리위원회 설치 및 운영

(1) 언론사별 언론윤리강령 형식 비교 분석

국내 개별 언론사들의 윤리강령 규정의 형식은 유사성이 높아서 공통적인 부분이 많다. 자체적으로 제정하여 공포 및 시행하고 있는 경우도 있고, 언론윤리강령 자체는 한국신문협회의 신문윤리강령을 준용하고 구체적인 실천내용들만 언론사 자체적으로 마련해서 시행하고 있는 경우도 있으며, 실천요강에 해당되는 구체적 내용들을 윤리강령 본문에 포함하여 규정한 경우도 있다.

① 명칭 및 규범 구조의 면³⁰⁾

[표 3-7] 언론사별 윤리규정의 명칭 및 세칙 유무

분류	언론사명	규범 명칭	구체적 규정 제정 여부
전국일간지	경향신문	윤리강령	×
	서울신문	서울신문 보도준칙	×
	조선일보	조선일보 윤리규범	제정(조선일보 윤리규범 가이드라인-총21장)
	중앙일보	윤리강령	×
	한국일보	편집강령	제정(시행세칙-총6개 조문)
	한겨레	한겨레신문 윤리강령	제정(한겨레신문 윤리강령 실천요강-총 10개 조문)
지역일간지	매일신문	신문윤리강령 준용	제정(윤리 실천요강-총16개 조항)
	부산일보	사원윤리강령	×

29) 연구분석의 대상언론사로 선별했지만, 홈페이지 등에서 개별사의 언론윤리강령을 찾지 못한 언론사는 표에 포함하지 못함. 또한 연구진의 공문요청에도 불구하고 내부자료로 인식하여 제공해 주지 않은 대표 언론사도 대상에서 제외함. 윤리강령 공시의 필요성 측면에서의 문제점을 드러내기 위해 분석에서 제외한 것임.

30) 개별 언론사의 경우, 실천요강 또는 시행세칙이 제정되어 있음에도 불구하고 외부로 공시되지 않고 있어서 본 연구에서 '없음'으로 분류되었을 수도 있다.

분류	언론사명	규범 명칭	구체적 규정 제정 여부
지역방송	TBC	윤리규정	×
뉴스통신사	연합뉴스	연합뉴스 윤리헌장	제정(공정한 보도 및 업무수행에 관한 준칙, 윤리위원회 규약)
지상파 방송사	KBS	KBS 윤리강령	제정(KBS윤리강령 세부시행 기준)
	MBC	윤리강령	제정(윤리강령 시행기준, 윤리운영회 운영기준)
종합편성채널	JTBC	JTBC 윤리강령	제정(구체적 내용을 강령에 분야별로 포함하여 규정함)
보도전문채널	YTN	YTN 윤리강령	제정(실천요강을 윤리강령 본문에 포함)
경제지	매일경제	매일경제신문 기자협회 윤리강령	×
	한국경제	윤리강령	×

개별 언론사의 언론윤리강령 규정들은 다양한 주체들이 독자적으로 정하다 보니 용어와 개념에 대한 통일이나 일관된 기준 없이 혼란스럽게 사용되고 있다. 예를 들어 ‘윤리규범, 윤리강령, 보도준칙, 편집강령, 윤리규정, 윤리헌장’ 이나 ‘실천요강, 시행세칙, 가이드라인, 업무수행준칙’ 등의 용어들이 명확한 기준 없이 혼재되어 있기 때문이다.

일반적·사전적으로 ‘강령’은 단체의 기본 입장이나 방침, 또는 운동의 순서나 전략을 요약하여 열거한 것으로 풀이되는 개념이고, ‘준칙’은 근거나 기준이 되는 법칙으로 풀이되며, ‘헌장’은 기관, 단체, 비영리기구 등에서 어떠한 사실에 대해 지키려고 정한 규범으로 풀이된다. 그런데 대개의 경우, 공무원행동강령의 경우에서 볼 수 있듯이, 특정 지역에 속하는 집단 구성원들만의 일정한 목적을 위한 행동기준을 규정하고자 하는 것이라면, ‘강령’이라는 명칭으로 통일하는 것도 바람직하다고 하겠다. 다만 ‘헌장’의 용례가 일반적으로 어떤 가치의 선언적 형태로 사용되어왔다는 점에서, 헌장과 강령의 명칭은 의미에 따라 구분해서 사용하는 것도 권할만 하다.

다만 연합뉴스의 경우처럼, 선언적이고 원칙적인 기본내용들은 윤리헌장에 규정하고 좀 더 상세하고 구체적인 내용들은 ‘공정한 보도 및 업무수행에 관한 준칙’으로 별도로 규정하는 방식으로 한다면, 상하위규범의 구조라기보다는 원칙 또는 가치

선언 규정과 그를 바탕으로 하는 실행력 있는 실천 규정으로 구분하는 내용과 실행성을 기준으로 한 층위적 구조로 설명될 수 있다.

그리고 명칭 여하와 상관없이, 윤리강령의 내용에서 해당 윤리강령이 추구하고자 하는 윤리적 가치들을 선언하는 구성이라면, 실제적인 행동기준의 내용과 의미를 갖는 세칙(실천요강)을 구체화하여 병존해야만 언론인의 행동강령으로서의 실질화가 실현될 수 있을 것이다.

② 윤리강령상 담당 및 심사기구 설치 규정 유무

분석대상 개별 언론사들의 윤리강령의 형식적인 또 하나의 분석은 각각의 규정을 언론인들이 제대로 준수하고 있는가를 심사하는 담당 기구를 독립적으로건 겸업의 형태로건 사내에 설치 및 운영하고 있는가와 관련된 것이다. 상술한 18개의 언론사들 중 다수는 언론윤리적인 가치에 관한 선언적 규정들을 두고, 그 내용을 구체적으로 실천하기 위한 실천적 세칙들을 규정하면서, 윤리위배 여부 등을 심사하기 위한 기구로 윤리위원회 등을 설치·운영하는 순서로 규정하고 있다. 그러나 언론사 스스로 마련한 윤리강령 규정임에도 불구하고 정작 보도현장에서 윤리강령에 위배 되는 사실이 발생한 경우에 누가 어떻게 판단하고 처리할 것인지에 관한 심사기구에 관한 규정을 아예 두지 않은 경우도 있어서, 마련된 윤리규정들이 실효성 있게 실행되고 있는가를 우려하게 된다.

물론 윤리강령 등의 규정에 명시하지 않았지만, 실제 언론사 내부에서는 담당 기구가 정해져 있을 수도 있다. 소속 언론사의 윤리강령과 관련된 기자들에 대한 설문조사에서도, 소속 언론사에 윤리강령 담당부서가 있는지에 관한 질문결과, 경영기획실·경영지원실·기획관리실·인사팀·감사국·총무국 등을 담당부서로 답한 경우들이 있었기 때문이다. 하지만 담당부서를 모르거나 없다고 답한 경우도 있었기 때문에, 윤리강령의 실효성 확보를 위한 필수적 방안으로 심사담당기구의 설치와 운영은 지켜져야 하는 부분이라고 하겠다.

[표 3-8] 언론사별 강령 위반 여부 심사담당기구 존부

분류	언론사명	심사담당기구 존부(윤리규정상)
전국일간지	경향신문	윤리위원회
	서울신문	×
	조선일보	윤리위원회
	중앙일보	인사위원회
	한국일보	×
	한겨레	윤리위원회
지역일간지	매일신문	×
	부산일보	윤리위원회(징계 종류도 구체적 규정)
지역방송사	TBC	회사
뉴스통신사	연합뉴스	윤리위원회
지상파 방송사	KBS	윤리위원회
	MBC	MBC 클린센터
종합편성채널	JTBC	×
보도전문채널	YTN	윤리위원회
경제지	매일경제	기자윤리위원회
	한국경제	한경인윤리위원회

(2) 언론사별 언론윤리강령 내용 비교 분석

① 공통적 규정 내용

개별 언론사들의 언론윤리강령의 내용적인 면에서는, 먼저 분석대상이 된 대부분의 언론사의 윤리강령에 공통적으로 규정된 사항들을 정리해 볼 수 있다.

첫째, 거의 대부분의 윤리강령들은 가장 먼저 ‘언론의 자유 수호’를 규정하고 있다는 점이다. 윤리강령에 언론의 자유 수호를 규정하지 않은 경우들은, 언론의 자유수호에 대한 의지 유무의 문제가 아니라 규정 자체가 실천적인 언론인 행동강령적 내용들을 주로 규정하고 있는 경우들이었다. 대표적인 경우가 방송사의 강령내용들이다. KBS, MBC의 윤리강령들은 자체 방송사 직원의 행동지침적 내용으로, 직업윤리를 주된 내용으로 규정하고 있어서다. 언론의 자유가 현대 민주사회에서

중요한 가치라는 것은 백번을 강조해도 부족한 대전제임에도 불구하고, 언론사의 윤리적 규범이 언론인들의 윤리 확립과 실행을 위한 규정이라는 본질을 갖는다는 점에서 본다면 윤리강령의 내용으로 선언될 내용으로서의 의미를 갖는 것인지 검토가 필요한 부분이라고 하겠다.

둘째, 개별 언론사들의 윤리강령들을 그 내용에 따라 분류해 보면, 「취재보도 윤리·직업윤리·권리 보호·피해구제 또는 피해 최소화·언론인으로서의 품위 유지」로 구분해서 파악해 볼 수 있다. 상세한 내용을 들여다보면 다소간 차이점을 볼 수 있지만, 그럼에도 불구하고 대략적인 5개의 영역 구분은 큰 차이 없이 찾아볼 수 있다.

취재보도윤리에 관해서는 보도의 정확성, 공정성, 투명성, 취재원 존중과 보호, 평론의 원칙 등의 내용이 공통적으로 제시되고 있고, 직업윤리에 대해서는 이해충돌 배제, 금품·향응·편의 거부, 취재정보의 공익적 활용 등의 내용이 포함되어 있다.

권리 보호에 대해서는 취재대상의 명예와 사생활 보호, 인격권 침해 금지, 저작권 침해금지 등의 내용으로 구성하고 있고, 피해구제 또는 피해의 최소화와 관련해서는 반론권의 보장, 오보 정정을 주로 규정하고 있다. 다만 언론 현장에서 보도되는 자의 권리로서 보호해야 할 권리들은 시대변화에 따라 변경되거나 확대될 수 있다는 점에서, 빈번하고 지속적인 개정작업으로 수용해 가야 할 필요성이 있다.

마지막으로 거의 대동소이하게 규정한 부분이 언론인으로서의 품위유지와 자금 심에 관한 규정을 두고 있다.

그러나 이렇게 내용적인 구분에도 불구하고, 개별 언론사들의 언론윤리규정에는 예를 들어 ‘부당, 합리적, 단호히’와 같이, 실행을 위한 행동지침이라는 점에서 본다면 여전히 추상적이고 불명확한 규정 내용이 많아서 실행가능성은 물론이고 해당성 판단을 위한 기준설정이 어려운 점이 중요한 문제점 중의 하나라고 하겠다.

[표 3-9] 언론사별 윤리규정의 공통사항 비교표

분류	언론 사명	언론 의 자유 수호	취재보도윤리	직업윤리	권리 보호	피해구제 및 최소화	언론 인의 품위 유지
전 국 일 간 지	경향 신문	○	■ 공정정보 ■ 취재원 보호	언론인 윤리 실천(부당거래 금지, 사익추구금지 등)	■ 개인의 명예와 사생활 보호	■ 반론권 보장	○
	서울 신문	○	■ 공정정보 ■ 올바른 정보 수집 ■ 취재원 보호 ■ 감염병 및 재난 보도의 정확성	품위유지 (부정청탁, 이익추구 금지 등)	■ 사생활 보호	■ 반론권 보장 ■ 오보 정정	○
	조선 일보	×	■ 정확성, 공정성 , 객관성에 기반한 진실보도 ■ 출처 밝히기 ■ 취재원 보호	■ 외부의 부당 개입 및 영향력 행사 배격 ■ 품격 어휘 사용	■ 저작권 보호 ■ 명예보호	■ 반론이나 해명 기회 보장 ■ 오보나 실수 즉각 정정	○
	중앙 일보	○	■ 공정정보 ■ 사실과 의견 구분 ■ 정당한 정보 취득 및 사용 ■ 취재원 보호	준법(부정청탁 방지법 등)	■ 개인의 명예와 사생활 보호 ■ 초상권 보호 ■ 저작권보호	■ 반론권 보장 ■ 오보 정정	○
	한겨 레신 문	○	■ 사실과 진실 보도 ■ 취재원 보호	■ 판매 및 광고활동의 제한	■ 개인의 명예와 사생활 보호	■ 반론권 보장 ■ 오보 정정	○
	한국 일보	○	■ 사실 보도와 정확성 ■ 균형있는 자세 ■ 현장취재 원칙 ■ 취재원 보호	선정주의와 상업주의 배격	■ 개인의 명예, 인격과 사생활 보호 ■ 헌법상 기본권 존중 ■ 초상권보호	■ 반론권 보장 ■ 오보 정정	×

분류	언론 사명	언론 의 자유 수호	취재보도윤리	직업윤리	권리 보호	피해구제 및 최소화	언론 인의 품위 유지
지 역 일 간 지	매일 신문	○	<ul style="list-style-type: none"> ■ 취재준칙 ■ 보도준칙 ■ 사법보도준칙 ■ 범죄보도원칙 ■ 평론 원칙 ■ 사적물의 전재와 인용 ■ 취재원 보호 	정보의 부당이용 금지	<ul style="list-style-type: none"> ■ 명예와 신용 존중 ■ 청소년과 어린이 보호 ■ 저작권보호 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 반론권 보장 ■ 오보 정정 	○
	부산 일보	○	<ul style="list-style-type: none"> ■ 공정보도와 책임 ■ 취재원 보호 	공정한 직무수행 (부정청탁, 사익추구 금지 등)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 취재원 명예와 사생활 보호 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 반론권 보장 	○
지 역 방 송 사	TBC	×	<ul style="list-style-type: none"> ■ 공정한 직무수행 등 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 이해충돌 회피 ■ 부당이익 수수금지 ■ 법규 준수 			×
뉴 스 통 신 사	연합 뉴스	○	<ul style="list-style-type: none"> ■ 신속·정확·공 정 보도 ■ 양심에 따른 보도 ■ 정보 왜곡 · 자료조작·표절 금지 ■ 품격있는 언어, 선정적 보도 지양, 약자 보호 ■ 취재원 보호 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 금품이나 향응, 편의 수수 금지 ■ 사익추구 금지 ■ 부정청탁 등 금지 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 명예와 권익 존중 ■ 사생활 보호 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 반론권 보장 ■ 오보 정정 	○
지 상 파 방 송 사	KBS	×		<ul style="list-style-type: none"> ■ 방송 자율성확보 ■ 부당한 요구, 청탁 거절, 부정청탁 금지 ■ 일정기간 정치활동 금지 등 행동지침 내용 다수 			×

분류	언론 사명	언론 의 자유 수호	취재보도윤리	직업윤리	권리 보호	피해구제 및 최소화	언론 인의 품위 유지
	MBC	×	■의사표현의 자유와 책임	■청렴의무 ■공정한 직무수행 ■건강한 근무환경 조성			×
종합 편성 채널	JTBC	방송 편성 과 보도 제작 의 자유	■공정성, 정확성, 객관성, 진실 보도 ■균형 유지	■부당한 간섭이나 압력 배제	■인간의 존엄성 보장 ■명예 침해 금지	■반론권 보장 ■오보 정정	○
보도 전문 채널	YTN	○	■공정 보도	■금전 등 경제적 이익 수수 금지 ■공익 목적의 정보 수집 등	■명예 존중 ■사생활 보호	■오보 정정	○
경 제 지	매일 경제	○	■공정 보도 ■정당한 정보수집과 사용 ■취재원 보호	■외부활동 제한 ■판매·광고활 동 제한	■사생활 보호	■반론권 보장 ■오보 정정	○
	한국 경제	×	■공정 정확 보도 ■정직 성실	■올바른 경영질서 확립 ■투명한 정보 전달 ■공익을 위한 정보수집			○

※ TBC 윤리규정의 경우, 언론윤리강령이라기 보다는 회사에 속한 모든 임직원에 대해 적용하는 사규적 규정이라서 취재보도 등과 관련된 일반적 내용들을 담고 있지 않다.

② 개별 언론사 윤리규정의 고유한 내용 비교분석

개별 언론사의 윤리강령 규정 내에는 언론사 자체의 윤리적 가치나 언론사별로 중시하는 고유한 내용들이 포함된 경우들이 있다.

첫째, 개별 언론사의 언론윤리강령에 ‘언론의 사회적 책임’을 규정하거나 ‘언론인의 책임과 의무’를 공적인 역할과 기능에 비추어 규정하기도 했다. 언론이 사회적

공기(公器)임을 전제로 국민의 알권리를 충족시켜야 할 의무를 부담한다거나 사회 환경에 대한 비판과 감시 기능을 충실히 수행해야 한다는 등의 내용을 규범에 포함한 것이다.

하지만 언론의 사회적 책임은 윤리강령의 전제가 되는 총강적인 성격의 내용이라는 점에서 볼 때, 윤리강령의 구성을 총강과 각론적 각 분야로 구별한 규정형식을 취한 경우를 제외하면 이러한 내용을 윤리강령의 구체적 규정으로 두는 것이 적합한 것인가에 대해서는 검토가 필요하다.

[표 3-10] 언론사별 총강 내용 비교표

분류	언론사명	내용
전국일간지	경향신문	사회 공기로서의 사명, 언론인의 책무
	서울신문	자유로운 언론활동을 통해 민주화 기여, 국민의 알권리 충족의 의무
	한국일보	언론의 시대적 사명과 역사적 책임
	한겨레	언론의 사회적 책무, 언론 본연의 역할
지역일간지	매일신문	언론의 사회적 책임(개인의 권리보호, 사회의 공공문제를 적극적으로 다룰 것)
	부산일보	언론은 사회의 공기, 불의와 부정에 대한 엄정한 감시·비판자의 역할, 보도내용의 진실성에 대한 책임
뉴스통신사	연합뉴스	사회정의의 실천, 국민의 기본권 옹호와 알권리 수호
지상파 방송사	KBS	공영방송으로서 사회환경에 대한 비판과 감시 기능을 충실히 수행
종합편성채널	JTBC	국민적 합의 창출에 이바지, 방송의 공적 기능과 사회적 책임 수행, 건전한 민주여론 형성에 기여
보도전문채널	YTN	공익적 매체로서의 책임
경제지	한국경제	공정하고 정확한 보도를 통해 국민의 알권리를 충족시키는 사명

둘째, ‘차별금지’에 관련한 규정을 둔 윤리규정들을 볼 수 있다. 광의적으로 본다면 갈등조장 금지의 내용도 여기에 포함될 수 있지만, 규정 명시적으로 차별을 금지하고 있는 내용만을 골라서 비교하는 이유는 차별금지 사유를 비교해 보고자 하는 것이다. 한두개 언론사는 포함하고 있지 않지만 그래도 다수의 언론사가 차별금지사유로 제시하고 있는 공통적인 사유로는, ‘성별, 지역, 학력, 종교’다.

‘연령·장애·사회적 신분 또는 지위’의 사유조차도 공통적으로 규정되지 못했다는 점에서 본다면, 우리 언론사들의 윤리규범상의 차별성 인식이 상대적으로 보수적이고 폐쇄적이라는 평가조차도 가능한 상황이라고 할 만 하다.

헌법은 제11조 제1항에서 ‘성별·종교 또는 사회적 신분’을 차별금지사유로 명시하고 있으며, 방송법 제6조에서는 방송편성의 공정성을 보장하기 위한 차별금지사유로 ‘성별·연령·직업·종교·신념·계층·지역·인종’의 8개를 명시하고 있다. 신문윤리강령상의 차별금지사유는 ‘지역, 계층, 성별, 인종, 종교’의 5개였던 것에 비해, 인터넷신문윤리강령상의 차별금지사유는 ‘인종, 민족, 국적, 지역, 신념, 나이, 성별, 직업, 학력, 계층, 지위’의 11개였다. 심지어 인터넷신문협회가 주도했던 언론윤리헌장에서는 차별금지사유로, ‘성적 지향’을 제시하고 있기도 하다.

또한 국가인권위원회법은 합리적 이유 없는 차별이 금지되는 사유로 21개³¹⁾의 사유를 규정하고 있으며, 논쟁이 계속되고 있는 차별금지법안에서는 23개의 사유를 명시하고 있다. 세대간, 지역간의 차이는 물론이고 다양한 사유가 차이를 넘어 차별로, 그리고 그 차별이 불합리성을 띠게 되는 경우는 위험적인 상황으로까지 악화될 수 있음을 우리 사회는 알고 있다. 더군다나 민주사회의 여론형성의 기능과 역할을 책무로 담당하는 언론인의 행동지침을 세우는 마당에, 지금까지의 차별금지 사유의 내용을 다시 한번 더 검토해야 하는 중요한 사항이라는 점을 인식해야 한다.

[표 3-11] 언론사별 차별금지 규정 비교표

분류	언론사명	내용
전국일간지	경향신문	지연, 학연, 성별, 연령 등을 이유로 특정인에게 혜택을 주거나 특정인 차별금지
	서울신문	갈등·차별(지역, 계층, 종교, 성, 집단)·불이익 조장 금지
	조선일보	성, 직업, 학력, 종교를 이유로 차별금지
	한국일보	지역, 학력, 사회적 지위, 종교, 성별, 신분의 차이 막론 누구나 이용 가능(개방성)

31) 성별, 종교, 장애, 나이, 사회적 신분, 출신 지역(출생지, 등록기준지, 성년이 되기 전의 주된 거주지 등을 말한다), 출신 국가, 출신 민족, 용모 등 신체 조건, 기혼·미혼·별거·이혼·사별·재혼·사실혼 등 혼인 여부, 임신 또는 출산, 가족 형태 또는 가족 상황, 인종, 피부색, 사상 또는 정치적 의견, 형의 효력이 실효된 전과(前科), 성적(性的) 지향, 학력, 병력(病歷) 등(국가인권위원회법 제2조 제3호).

분류	언론사명	내용
지역일간지	매일신문	지역, 계층, 성별, 인종, 종교에 근거한 차별 금지
지역방송	TBC	성별, 학력, 연령, 종교, 출신지역, 신체장애 등 이유로 차별금지
뉴스통신사	연합뉴스	성, 직업, 학력, 종교 차별금지
지상파 방송사	MBC	성별, 지역, 나이, 종교, 인종, 근로형태, 장애 여부, 병역, 성적 지향 등을 이유로 한 차별금지
경제지	매일경제	직업, 학력, 지역적 차별금지

셋째, 개별 언론사의 고유한 규정 내용으로, ‘사내민주주의’에 관련한 규정을 둔 예도 있다. 분석대상이었던 언론사 중 2개의 언론사 규정에 명시된 내용이지만, 언론사의 사내민주주의를 어떻게 정의하는가에 따라 달리 파악할 수도 있는 부분이다. 예를 들어, 한국일보사의 편집강령과 시행세칙에는 ‘편집국 독립’에 관한 규정들이 있고 편집강령규정을 별도로 마련하여 신문발행과 관련된 절차적 내용들을 규정하고 있기도 하다. 또는 다수의 언론사들의 윤리규정 속에 ‘내외부로부터의 독립’을 선언하는 규정들을 포함한 것을 소위 사내민주주의에 관한 기본적 정신을 규정한 것으로 해석할 여지도 있기 때문이다. 하지만 언론윤리규정 그 자체에서 조문으로 ‘사내민주주의’라는 표현을 직접 명시한 경우는 아래 표의 두 경우에 한한다.

[표 3-12] 언론사별 사내민주주의 규정 비교표

분류	언론사명	내용
전국 일간지	경향신문	회사경영이나 신문논조 등에 관해 자유롭게 의견을 내고, 이를 회사운영과 신문제작에 합리적으로 반영한다.
	한겨레신문	사내 문제에 대해 자유롭게 의견을 내고 이를 모아 신문제작과 회사운영에 반영한다.

넷째, 개별 언론사 일부의 언론윤리규정에서는 ‘정치적·종교적 중립이나 정치 활동 금지’에 관련하여 규정하기도 했다. 정치적 중립성 준수를 의무로 규정하거나 정당가입 등의 정치적 활동 자체의 금지, 특정 정당 및 종파의 입장을 대변하지 않는 것을 규정한 것이다. 정치적 중립을 규정한 언론사가 네 곳이고, 종교적

중립까지 규정한 언론사가 두 곳이었다. 이는 검증된 사실 보도를 통한 민주적 여론 형성이 언론인의 사명임을 선언한 전제하에서, 일정한 성향을 바탕으로 하는 특정 정당이나 종교로부터의 중립성을 준수하도록 하는 것은 구체적 확인 사항이라고 할 것이다. 사기업이지만 공익추구를 업무수행의 목적으로 두어야 하는 언론인의 입장에서, 정치를 보도하되 편향적이지 않고 종교적 사안도 객관적이고 중립적인 입장에서 보도하도록 강령 내용으로 규정함으로써 보도의 객관성을 유지해 가고자 한 것으로 풀이된다.

[표 3-13] 언론사별 정치적·종교적 중립 규정 내용 비교표

분류	언론사명	내용
전국일간지	중앙일보	정치적·종교적 중립을 지킨다./ 정당에 가입하거나 특정 정당의 입장을 대변하지 않는다.
	한겨레신문	정당 가입 금지, 특정 정당이나 특정 종교 및 종파 입장 대변 금지
경제지	매일경제	정당 가입 등 정치적 활동을 하지 않는다.
지상파 방송사	MBC	정치적 중립성 준수 의무

다섯째, 언론사별 윤리규정의 수범자에 관한 표현 문구도 분석해 볼 의미가 있다. 우선, 규정의 수범자가 누구인지 주체의 범위를 명확하게 정의해야 하는 건 규정의 실효성과 관련하여 중요한 사항이다. 그런데 주체의 범위에 관한 명확한 규정을 둔 경우는 없었다. 물론 언론윤리규정이 기자들의 취재 및 보도에 관한 행동지침적 성격을 지니고 직업윤리적 내용들을 담고 있다는 점에서 본다면, 규정의 수범자는 원칙적으로 기자들이라고 할 수 있다. 하지만 인터넷신문윤리강령 규정들의 주체를 ‘인터넷신문’으로 규정한 것과의 차이점도 있고, 임직원과 구성원의 범위가 어디까지인지를 자체적으로 정리하여 규정할 필요가 있다. 해외 사례를 비교해 본다면, 뉴욕타임스의 윤리강령에서는 수범자 범위에 대해 ‘기사에 직접적 영향을 미치는 취재와 논설부서는 물론 편집자와 연구원 등 모든 구성원에게 해당된다’고 구체적으로 설명하여 규정하고 있다.

또한 언론윤리의 확립과 준수 의무는 언론사도 예외가 될 수 없고, 윤리규정의 실효성 확보를 위한 공동책임의 부분이 있다는 점에서 내용에 따라 언론사도 주체로

포함되어야 하는 경우를 검토해야 할 것이다. 예를 들어, 상술한 신문윤리실천요강 총16개의 조문에서는 요강 준수의 주체를 ‘언론인과 언론사’로 규정하고 있는 규정이 있는데, 제8조에서 언론사와 언론인 모두에 대하여 저작물의 전재와 인용시에 지켜야 할 실천내용을 담고 있었다.

[표 3-14] 언론사별 윤리규정 수범자 비교표

분류	언론사명	수범자
전국일간지	경향신문	경향신문 임직원
	서울신문	서울신문 기자
	조선일보	조선일보 기자
	중앙일보	회사 임직원
	한겨레신문	한겨레신문 임직원
	한국일보	한국일보사 기자와 구성원
지역일간지	매일신문	언론인
	부산일보	부산일보 사원
지역방송사	TBC	임직원
뉴스통신사	연합뉴스	우리(편집자, 취재기자)
지상파 방송사	KBS	KBS인
	MBC	MBC 임직원
종합편성채널	JTBC	우리
보도전문채널	YTN	YTN의 모든 임직원
경제지	매일경제	매일경제신문 기자
	한국경제	우리(한경인)

(3) 언론사별 언론윤리강령 운영 비교분석

① 윤리강령내용에 대한 주기적 교육실행의 규정 유무

언론윤리규정들의 원칙적 의미는 언론인에 대한 행동강령이라는 점이었다. 그런데 본 연구의 설문조사 결과에서도 나타나듯이, 정작 수범자인 언론인들은 규정 자체의 존재를 모르거나 규정이 있는 건 알지만 그 내용에 대한 교육을 받아 본 적이 없다고 대답한 숫자가 적지 않았다. 신입사원 교육으로 행해진 경우도 있지만, 윤리규정의 실효성 있는 실현이라는 점에서 본다면 윤리규정 속에는 ‘주기적 교육’

이 규정되고 실행되어야 할 필요가 크다. 그런데 분석대상 개별 언론사들의 언론윤리 규정 속에 교육에 관한 규정을 포함한 언론사는 두군데 밖에 없었다. TBC와 부산일보사가 각각의 윤리규정에서 해당 규정에 대해 대상자들에게 연1회 이상 교육을 해야 한다는 것을 규정하고 있을 뿐이었다. 물론 규정이 있다고 해서 그대로 주기적인 교육이 실행되고 있는지는 확인할 수 없지만, 규정화의 의미는 그 자체로 중요하다는 점에서 각 윤리강령과 실천요강의 내용을 수범자인 언론인에게 주기적으로 교육하도록 명문화하는 것은 반드시 필요하다. 또한 윤리강령의 규정 내용들 중의 적지 않은 부분이 실행을 위한 행동지침으로 숙지함에 있어서, 해석이 필요한 규정들이 있다는 점과 시대에 따른 변화양상을 포섭해야 할 필요가 있다는 점에서 교육의 중요성은 절대적이라고 하겠다.

② 윤리위원회 규정의 구체성 여부

상술한 바와 같이 개별 언론사들의 언론윤리규정의 실효성 확보는 제시된 규정 내용들을 준수하지 않거나 위반한 경우에 대한 심사 및 제재 등의 조치를 결정할 수 있는 담당 기구의 존재와 밀접한 관련성을 갖고 있다. 물론 위에서 살펴본 바와 같이 대다수 언론사들이 윤리규정 내에 윤리위원회를 명시적으로 규정하고 있다. 하지만 윤리위원회 설치 및 운영을 위한 근거 규정으로서, ‘윤리위원회를 둔다 또는 설치한다’는 내용만 규정하고 있을 뿐이다. 그리고 별도의 규정을 마련하여 운영하기로 한다는 것이 대부분의 경우였다. 그런데 실제 해당 언론사들이 윤리위원회를 어떻게 구성하고 어떤 권한과 기능을 가지며, 어떻게 사건들을 처리하고 결정했는지에 대해서는 외부에 공개되지 않고 있다. 때문에 개별 언론사들의 언론윤리규정의 실효성을 평가하는 데 있어서의 가장 큰 어려움이 되고 있는 것이다.

비교해 볼 수 있는 언론사는 두 군데인데, 부산일보사와 연합뉴스의 경우다. 각 언론사의 윤리규정에는 윤리위원회의 구성 및 권한, 위원회의 정족수를 비롯한 운영내용, 재심절차, 비밀준수의무에 이르기까지의 내용을 각각 규정하고 있다. 두 언론사의 차이점은, 부산일보는 위반자에 대한 제재의 종류를 ‘주의, 경고, 공개사과, 사내공개’의 4가지로 구체화하여 규정하고 있다는 점을 주목할 수 있고, 연합뉴스의 경우에는 위원회의 심의와 관련된 절차를 ‘심의요구, 조사, 소명, 통보, 재심’에 이르기까지 비교적 상세하게 규정하고 있다는 점을 주목할 만하다.

[표 3-15] 윤리규정상 윤리위원회 규정 내용 비교표

분류	언론사명	내용
지역일간지	부산일보	<ul style="list-style-type: none"> ■위원회 구성 ■권한: 위반자에 대한 제재 또는 징계위원회 회부 결정 등 (제재의 종류-주의, 경고, 공개사과, 사내공개) ■위원회 운영(재적 과반수 출석, 출석 과반수 찬성) ■재심 ■비밀준수의무
뉴스통신사	연합뉴스 (윤리위원회 규약)	<ul style="list-style-type: none"> ■위원회 목적 및 구성 ■기능: 위반자에 대한 인사위원회 징계 건의 등 ■위원회 운영(재적 과반수 출석, 출석 2/3 찬성) ■심의요구, 조사, 소명 및 재심 ■통보의무 ■비밀엄수의무 ■기록유지

③ 언론윤리규정 개정에 관한 규정 유무

언론사들이 언론윤리규정을 제정한 것은 언론인들 스스로 언론행동을 규제하겠다는 자율규제적 목적을 달성하기 위한 움직임이었다. 그리고 이 언론윤리규정은 언론인들에 대한 행동강령이자 구체적 실천지침의 효과를 거두고자 하는 규정이다. 따라서 언론윤리규정의 내용은 현실적 타당성을 지녀야만 한다. 미디어 환경의 변화는 물론이고 취재 및 보도의 현장도 빠르게 변화하고 있다. 그런데 그 현장에서 지켜져야 하는 행동강령의 내용이 시대에 대응하지 못한 채 뒤떨어져 있다면, 사문화된 규정에 그치고 말 것이다. 따라서 언론윤리규정의 개정작업은 빈번하게 실행되어야 하는 필수적 과정이다. 이런 의미에서 본다면 윤리규정의 개정에 관해 윤리강령내에 규정해 둘 필요성을 인정할 수 있다. 분석대상인 언론사들의 윤리규정 중, 해당 윤리규정의 개정에 관해 명시적으로 규정하고 있는 언론사는 두군데였다. 연합뉴스의 경우에는 5년 주기적 개정을 규정했고, TBC의 경우는 개정의 상황과 필요성에 대해서만 규정하고 있다.

[표 3-16] 언론사 윤리규정상 개정관련 규정 내용 비교표

분류	언론사명	내용
뉴스통신사	연합뉴스	5년 단위로 개정을 논의
지역방송사	TBC	조직의 발전상황과 환경변화에 맞추어 규정 내용을 지속적으로 보완, 발전, 운영

(4) 소결

위에서 국내 18개 개별 언론사들의 윤리강령 규정들을 형식상, 내용상, 운영상의 면에서 비교분석한 바 있다.

각 윤리강령 규정들의 형식면을 비교한 결과, 이 규정들은 유사성이 높아서 공통적인 부분이 많았다. 하지만 첫째, 언론사들이 독자적으로 정하다 보니 용어와 개념에 대한 일관된 기준이 확립되지 않아서, 용어들이 명확한 기준 없이 혼재되어 있었다. 특정 직역에 속하는 구성원들만의 일정한 목적을 위한 행동 기준을 규정하고자 한 것이라면, ‘강령’이라는 명칭으로 통일하는 것도 바람직하다고 할 수 있고, 헌장과 강령의 명칭을 의미에 따라 구분해서 사용하는 것도 권할 만하다. 둘째, 윤리강령의 실효성 확보를 위한 필수적 방안으로 심사 담당 기구의 설치와 운영에 관한 규정을 필수적으로 규정 내에 포함하여 규정해야만 한다.

언론사별 언론윤리강령의 내용을 비교분석한 결과, 공통적 내용과 개별 언론사의 차이있는 내용들로 분류해 볼 수 있었다. 공통적 내용으로는, 첫째, 대부분 ‘언론의 자유 수호’를 규정하고 있다는 점이다. 하지만 실천성을 담보하기 위한 규정의 성격을 갖는 윤리강령에 본질적인 가치를 선언하는 것의 의미에 대한 검토가 필요하다. 둘째, 각 언론윤리강령들의 내용은 취재보도윤리 · 직업윤리 · 권리보호 · 피해 구제 또는 피해 최소화 · 언론인으로서의 품위 유지의 5개 영역으로 분류해 볼 수 있었다. 그 중 언론현장에서 보도되는 자의 권리로서 보호해야 할 권리들은 시대변화를 수용해 가야 할 필요성이 있다는 점에서 변경이나 확대의 검토가 필요한 내용이라고 할 수 있다. 셋째, 언론인으로서의 품위유지와 자긍심에 관한 규정들을 대동소이하게 규정하고 있다는 점인데, 추상적이고 불명확한 규정 내용들이 많아서 실행가능성을 확보하는 데에 어려움을 배태한 규정 내용들이다.

언론사별로 차이를 보인 규정들은 해당 언론사의 고유성으로 평가될 수도 있는 것들이었다. 먼저 ‘언론의 사회적 책임’이나 ‘언론인의 책임과 의무’를 규정한 내용이었는데, 이 내용도 강령의 구체적 규정으로 평가하기에는 가치 선언적 규정 내용이라는 점에서 검토가 필요하다. 둘째, 사회의 화두가 되는 ‘차별금지’에 관한 규정을 둔 경우들이 있었다. 차별금지 규정을 둔 것 자체도 의미를 갖는다고 할 만 하지만, 특히 분석해 볼 가치가 있는 것은 차별금지사유에 관한 것이었다. 그런데 다수의 언론사들이 차별금지사유로 ‘성별·지역·학력·종교’ 정도를 열거적으로 규정하고 있음에 그쳐서, 방송법상의 8개의 사유, 신문윤리강령상의 5개의 사유, 인터넷신문윤리강령상의 11개의 사유, 국가인권위원회법상의 21개의 사유 등에 비해 차별성 인식이 상대적으로 보수적이고 폐쇄적이라는 평가가 내려질 수도 있을만한 상황이라고 보인다. 따라서 차별금지사유를 규정한 내용들을 다시 한번 검토하여 개정해야 할 필요성이 있다. 셋째는 사내민주주의에 대한 명시적 규정을 둔 경우가 있었고, 넷째는 정치적·종교적 중립이나 정치활동 금지에 관련한 규정을 둔 경우가 있었다. 마지막으로, 언론사별 윤리규정상 수범자에 관한 문구들도 차이를 보였는데, 행동강령으로서의 윤리규정의 수범자가 누구인지 주체의 범위를 명확하게 정의해야만 한다는 점에서 볼 때, 원칙적으로 기자들 외에 언론사 자체나 언론사의 모든 구성원들까지도 포함해야 하는 윤리규정 내용이 있는가에 대한 상세하고 구체적인 검토가 필요하다.

언론사별 윤리강령의 운영상황을 비교해 본 결과, 첫째, 규정 수범자인 언론인들에 대한 주기적인 교육실행이 필요하다는 점에서 이러한 교육에 관한 명시적 규정을 두어야 함에도 불구하고 분석대상 언론사 중 두 개의 언론사를 제외한 다른 언론사들의 경우에는 규정하지 않고 있다. 둘째, 실제 윤리위원회의 구성과 권한, 기능 등 설치근거 규정 이외에 실제적인 운영과 관련된 세부적인 규정들이 없거나 외부에 공개되지 않고 있다는 점에서 문제점이 있다. 마지막으로 언론현장에서 준수되어야 할 행동강령의 내용은 시대적 변화를 대응적으로 반영해야 하는 필요성을 갖는다는 점에서, 윤리규정의 개정작업이 필수적임에도 불구하고 분석대상 언론사 중 두 개의 언론사를 제외한 다른 언론사들의 경우에는 규정하지 않고 있는 문제점이 있다.

3. 언론윤리강령의 실효성 확보를 위한 개선방안

1) 자율규제로서의 언론윤리강령의 유형과 특징

(1) 자율규제의 의의

자율규제는 관련된 영역이나 국가에 따라 그 개념이 달라져서 획일적으로 정의하기는 어려운 개념이다. 실제로 정부, 산업계, 기타 집단에서 자율규제라는 용어를 사용해 오고 있지만, 자율규제라는 광의적 개념을 일의적으로 정의해 내는 것은 거의 불가능하다고 볼 만하다. 때문에 규범의 성립이나 집행 등 모든 과정이 자율적으로 이루어지는 것이 자율규제라는 입장에서부터 민간에 대한 정부 권한의 위임이나 정부의 명령에 따라 민간이 행하는 경우에도 자율규제는 성립될 수 있다는 입장까지 다양한 의견들이 존재한다.

규범학적으로 볼 때, 자율규제는 행정규제에서와는 달리 규제의 주체가 국가나 지방자치단체가 아니라 규제의 상대방인 사업자 또는 사업자 단체가 자신들이 준수해야 할 기준을 스스로 수범하도록 함으로써 규제의 상대방이 규제의 대상이 아니라 규제의 주체가 되는 것으로 정의할 수 있다(최철호, 2010). 오늘날 다양한 분야에서 ‘자율규제’가 도입되어 발전하고 있다. 이런 모든 경우의 공통적 요소를 분석해 보면, 자율규제란 사적 이익 외에도 공익 목적을 동시에 추구하며, ① 직역에 특화된 ② 어느 정도의 조직화된 독립적 조직체가 ③ 자치규정을 제정, 실행, 감독하는 것을 개념적 요건으로 정리해 볼 수 있다(서보국, 2019). 여기서 추구하는 공익의 예가 환경보호, 청소년 보호, 시장신뢰, 투자자의 신뢰 등이다.

자율규제는 중세의 한자동맹까지 거슬러 올라가서 찾아볼 수 있을 뿐만 아니라 국내외는 물론이고 금융·광고·보험·회사책임·의료·언론 등의 다양한 분야에서 발전되어 왔다. 그리고 인터넷의 발달과 더불어 2000년대에 표현물에 관한 자율규제 모델이 등장하기 시작했다.

(2) 자율규제의 유형

자율규제의 유형은 여러 가지 분류에 따르지만, 일반적으로 명령적(mandatory) 자율규제, 제재적(sanctioned) 자율규제, 강제적(coerced) 자율규제, 자발적

(voluntary) 자율규제의 4가지 유형으로 구분해 볼 수 있다(Black, 1996). 명령적 자율규제는 시장에서 특정한 업종에 종사하는 일단의 조직들이 국가의 요청에 의하여 국가가 정한 범위 내에서 자율적인 규제의 형식을 만들고 집행하도록 요청받는 형태이고, 제재적 자율규제는 자율규제를 시행하는 사업자들이 스스로 자율규제의 기본적 구조와 상세한 규정을 만들지만 최종적으로는 국가의 승인을 받아야 효력이 발생하는 규제방식, 강제적 자율규제는 사업자(단체)가 우선적으로 규제의 내용과 형식을 결정하고, 규제가 필요한 경우 국가가 이를 요구함에도 불구하고 규제가 이루어지지 않는다면 국가가 직접 나서서 법규상의 규제를 행하는 방식, 자발적 자율규제는 국가의 직접 또는 간접적 개입 없이 사업자나 사업자 단체 스스로의 판단과 이니셔티브에 의하여 이루어지는 규제로 풀이된다(최철호, 2010).

네 번째 유형인 자발적 자율규제가 국가의 직간접적인 개입이 없는 유형이라는 점에서 진정한 의미의 자율규제로 평가되는 유형이고, 민간의 자발적 수요에 따라 스스로의 행동규칙을 설정하는 유형으로서 그에 대한 법적 근거도 필요하지 않다. 할리우드 영화사들의 영화제작강령(‘Hays Code’)나 미국 전미영화협회(MPAA)의 등급분류, 페이스북·인스타그램에 대한 감독위원회(Oversight Board)의 경우를 생각해 볼 수 있고, 우리의 경우에도 각종 Open API나 WebGL 등 업계 자율로 추진되는 기술표준의 사례나, 방송광고·보험광고·화장품광고 등 각종 광고자율심의의 예를 들 수 있다.

자율규제의 주체가 누구인가에 따른 분류에 의하면, 개별적 자율규제와 집단적 자율규제로 구분할 수 있다. 개별적 자율규제는 개인이나 기업이 스스로 정한 기준과 절차에 의해 자신의 행위를 통제하는 것이고, 집단적 자율규제는 공동의 관심사를 가지고 일정한 목적을 추구하는 조직이 구성원에게 그 조직의 권위와 일정한 권한을 바탕으로 규제와 감독권을 행사하는 것이다(백대용, 2019). 후자의 경우에는 사업자단체나 협회가 자율규제기구의 역할을 부여받기도 하는데, KISO나 GSOK의 경우를 생각해 볼 수 있다.

(3) 개별 언론사의 언론윤리강령의 의의

상술한 분류기준에 의하면, 개별 언론사의 언론윤리강령의 제정 및 실행의 경우는

국가의 직간접적 개입이 없다는 점에서 ‘자발적 자율규제’임과 동시에 기업이 스스로 정한 기준과 절차에 의해 자신의 행위를 규제하고자 한다는 점에서 ‘개별적 자율규제’에 해당한다. 또한 자율규제의 수단으로 행동강령(code of conduct) 제정 방식을 채택한 것이다.

자율규제의 다양한 유형 중 자발적 자율규제는 규제에 대한 사회적 필요성과 변화에 대한 대응이 필요한 경우, 그리고 정부규제가 도입되기 어렵고 현장의 전문성이 요구되는 영역에서 효율적이고 유연한 수단으로서 기능한다(심우민, 2020). 하지만 자율규제 방식으로 채택한 규칙의 정당성이나 타당성의 확보 문제나 규제 내용의 엄격성이나 중립성 상실, 강제절차의 미비 등으로 인한 실효성 약화 등의 한계도 노정된다. 심지어 자율규제가 정부의 개입을 차단하기 위한 수단으로 악용될 가능성까지도 존재한다(황승흠, 2014).

개별 언론사들이 자체적인 언론윤리강령 제정을 통해 언론인으로서의 행동기준과 지침을 이행해 가고자 한 것은, 미디어 시장의 급격한 변화에 대한 대응의 필요성과 언론의 자유영역이라는 점에서 정부의 개입이 어렵고 현장의 전문성이 요구되는 영역에서의 효율적이고 유연한 수단의 채택으로 볼 수 있다. 그래서 진정한 의미의 자발적·개별적 자율규제 유형이다. 그리고 동시에 자발적 자율규제의 유형의 한계이자 단점으로 지적되곤 하는 바, 규칙의 정당성이나 타당성 확보 문제·규제 내용의 중립성·강제절차의 미비 등으로 인한 실효성 약화 등의 문제점들이 그대로 병존하고 있다. 그럼에도 불구하고 언론의 자유가 갖는 헌법적 의미와 사회적 기능이 우선되어야 한다는 점에서, 자발적 자율규제의 유형은 유지되어야만 한다. 때문에 실효성 있는 언론윤리강령의 실행은 여전히 언론사와 언론인 스스로의 인식과 자체적 제도에 맡길 수밖에 없다.

2) 언론사와 내부통제시스템 도입

(1) 내부통제의 개념 및 중요성

기업에서 ‘내부통제(Internal Control)’를 적절하게 설계하여 구축하고 이를 실효적으로 운용하는 것은 이사회와 경영진의 가장 중요한 과제라는 것이 법제로도 기업문화로도 자리잡고 있다. 언론사도 주식회사라는 공동기업조직

을 베이스로 하고 있고 어떤 방식으로든 위험관리체제를 체계화하고 실효적 시스템을 갖추어야 하므로 내부통제체제의 설계와 운용에 관심을 가져야 한다.

기업의 ‘내부통제’에 있어서 글로벌 스탠다드로 평가받는 미국의 COSO(Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission)³²⁾ 보고서 중 가장 중요한 리포트로 평가받는 “COSO의 1992년 리포트”에서는, ‘내부통제’를 재무보고의 신뢰성(Reliability of financial reporting), 사업 운영의 실효성과 효율성(Effectiveness and Efficiency of operations), 법령 준수(Compliance with applicable laws and regulations)라는 세 가지 주요 목적을 성공적으로 달성하기 위해 5개의 내부 구성요소를 유기적으로 연결한 종합관리시스템을 의미한다고 하고 있다. 5개의 구성요소는 통제 환경(Control Environment), 위험 평가(Risk Assessment), 통제 행위(Control Activities), 정보 및 의사소통(Information and Communication), 감시(Monitoring)로 설명한다.

그 후 2004년 리포트에서는 내부통제와 기업의 위험관리체제를 통합적으로 결합시킨 진보된 내부통제 개념이 정리되었다. 2004년 COSO보고서에 의하면 내부통제란 “회사의 경영목표 달성에 합리적 확신을 제공하기 위하여, 전략수립과 기업 영업 전반에 적용되고 회사에 영향을 주는 잠재적 사건을 식별하고 해당 위험을 위험 선호도내에서 관리할 수 있도록 설계된, 회사의 모든 구성원이 참여하는 진행형의 프로세스”라고 설명한다. ① 전략(사업체의 사명을 지지하고 그 사명과 연계된 고차원의 목적), ② 업무(사업체의 자원의 효율적이고 효과적인 활용), ③ 보고(보고의 신뢰성), ④ 준법(법률과 규칙 등의 준수) 등의 목적을 달성하는데 초점이 있고,³³⁾ ① 리스크 선호도와 전략과의 연계(Aligning risk appetite and strategy), ② 리스크 대응 능력의 강화(Enhancing risk response decisions), ③ 운영상 예상치 못한 사고 및 손실의 감소(Reducing operational surprise and

32) COSO는 미국 트레드웨이 위원회의 권고로 미국 공인회계사협회(AICPA: American Institute of certified Public Accountants), 미국 회계협회(AAA: American Accounting Association), 내부감사인협회(IIA: The Institute of Internal Auditors), 최고재무경영자협회(FEI: Financial Executives International), 회계사 및 재무전문가 협회(IMA: The Association for Accountants and Financial Professionals in Business) 등 5개 통제 관련 단체가 1988년 조직한 트레드웨이위원회 산하의 지원조직이다. COSO는 영업상 위험관리, 내부통제, 사기방지 등을 위한 프레임워크 및 가이드라인의 개발을 통하여 경영 리더십을 제고하는 방안을 주로 연구하여 발표하는 기관이다(www.coso.org).

33) http://www.coso.org/documents/COSO_ERM_ExecutiveSummary.pdf p.3.

losses), ④ 부서별·기능별 리스크의 식별 및 관리(Identifying and managing multiple and cross-enterprise risks), ⑤ 기회 포착(Seizing opportunities), ⑥ 자본의 합리적 배분(Improving deployment of capital) 등이 포함되는 개념이다. 그리고 기업의 모든 구성원이 회사 위험에 대한 책임을 나누어 부담하게 됨을 설명하고 있다. 이처럼 내부통제는 경영진의 자정·체크 체제로서 스스로 준법과 윤리적 경영을 확보하겠다는 의지의 표현이고 감사로부터 양호한 평가를 받기 위한 사전 예방적 점검과정이다. 따라서 기업경영에서 적극적으로 작동되는 체제여야 한다.

(2) 언론사 윤리강령의 내부통제 모델화

우리나라의 언론사들은 대부분 주식회사의 형태를 취하고 있고, 이런 점에서 언론사들도 기업법제의 적용대상이다. 언론사는 헌법상의 언론의 자유의 주체이기도 하거니와 사기업이라는 점에서, 사기업인 언론사 내부영역에 국가가 직접 간섭하거나 규제를 시도할 수는 없다. 때문에 개별 언론사들의 언론윤리강령의 실효성 확보를 위한 시스템 구축방안으로, 2000년대 이후 기업 법제에서 계속적으로 논의되어 온 ‘내부통제 시스템’의 도입 및 제도화를 검토해 보는 것도 의미를 갖는다고 하겠다. 물론 이 검토에서는 위에서 설명한 내부통제가 언론사에서 의미 있게 적용되고 제도화될 수 있는가? 또한 내부통제의 중요성을 언론사를 상대로 설득할 수 있는가? 등의 과제에 답할 수 있어야 한다.

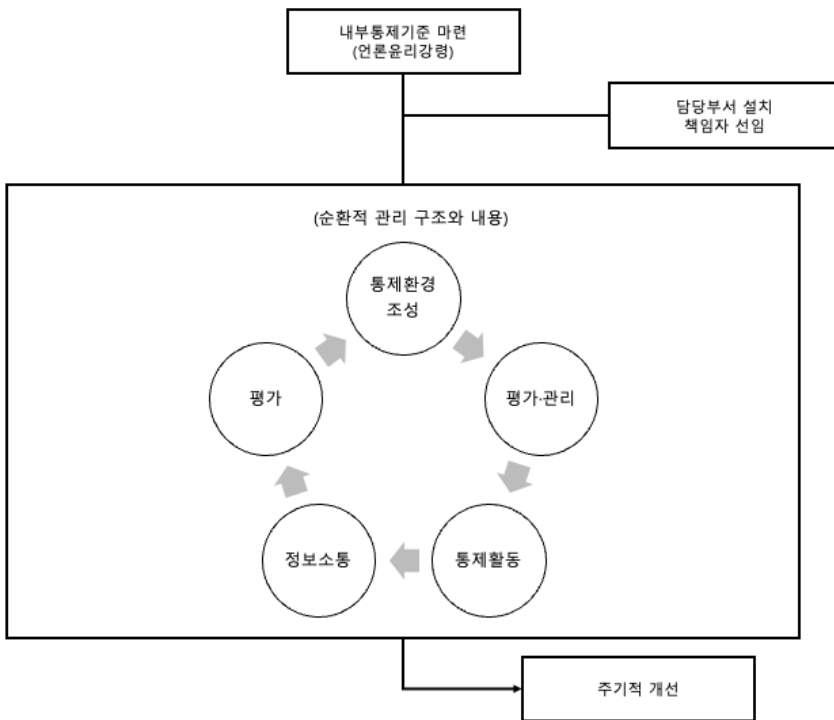
내부통제는 위에서 설명한 대로 통합적인 위험관리시스템을 의미한다. 따라서 일정한 목적을 달성하기 위해 모인 공동조직이라면 어떤 조직이라도 그들이 관리해야 할 위험(risk)이 존재하기 때문에 걱정하고 실효적인 내부통제시스템을 통해 위험을 관리해야 하는 것이다. 언론사의 경우 다른 영리법인과는 관리해야 하는 위험의 내용이 다소 다르고 위험관리 방법에 특수성이 존재할 수 있으나 이는 본질적인 문제가 아니다. 내부통제 모델은 언론사마다 그 규모와 주된 보도 경향에 따라 차이가 있을 수 있으나, 기본적인 필수요소가 존재하기 때문에 내부통제의 기본 모델을 검토하는 것은 언론사의 경우에도 필요하다.

기업에서의 내부통제 시스템 도입의 절차대로 언론사에 적용한다면, 언론사는 ㉓ 먼저 ‘내부통제기준’을 마련하고, ㉔ ‘내부통제기준’이 정하고 있는 위험관리업

무를 수행할 담당 부서와 책임자를 설치·선임하여야 한다.

언론사가 마련한 ‘내부통제기준’은 내부통제에 관한 언론사 내부의 최고 규범이라고 할 수 있다. ‘내부통제기준’은 『통제환경조성→위험의 평가, 관리→통제활동→정보의 소통→체제의 평가』 순으로 구성요소를 설정하고 이 순서대로 규범화하는 것이 원칙이다. COSO보고서도 기업들의 위험관리(Risk Management)는 기본적으로 Plan(계획)→Do(실행)→Check(평가)→Action(개선)의 단계적 순환 사이클에 따르는 것이 바람직하다고 설명하고 있다.

[그림 3-1] 언론사 내부통제기준



즉 설정된 방침에 따라 구체적이고 합리적인 계획을 수립하고, 이러한 계획에 따라 실시 및 운용을 하며, 그 다음으로 점검 및 평가하여, 시정이나 개선을 단행하는 것이다. 이러한 원칙에 따라 언론사의 경우도 ‘내부통제기준’을 마련하게 된다.

언론사가 마련하게 될 ‘내부통제기준’에 관하여 구체적으로 정리해 보면, 제1장에는 총론적인 내용(목적, 용어의 정의 등)을 담고, 제2장에는 통제환경에 관하여 규정하는 것이 보통이다. 통제환경이란 해당 언론사의 내부통제조직 그리고 내부통제에 관한 업무분장 등을 의미한다. 제3장에는 준법통제활동에 관한 사항으로 “법적 위험의 평가 및 관리, (협회의) 준법통제활동, 정보의 소통” 등이 규정한다. 이는 언론사가 관리해야 하는 위험을 평가하여 자료화하고 이를 관리하는 사항, 그리고 이같이 평가된 언론사의 위험을 구성원에게 교육하는 사항을 담는다. 또한 자율점검, 정기점검, 특별 점검 등 위험에 대한 체크에 관한 사항도 이 장에서 취급한다. 그리고 점검 결과의 보고에 관하여도 비중 있게 다루게 된다. 마지막으로 제4장에는 준법통제체제의 유효성 평가에 대해 규정한다. 유효성 평가란 해당 언론사가 정기적으로 내부통제체제 자체의 결함을 살펴 그 문제점을 체제개선에 반영하는 것을 의미한다.

언론사의 자발적 자율규제인 언론윤리강령을 다른 기업들이 자체 위험관리시스템으로 도입하고 있는 내부통제시스템화하는 방안을 검토해 볼 필요가 있다. 언론윤리강령을 언론사 자체의 ‘내부통제기준’으로 두고, 언론사와 언론인이 사회적 책임을 수행해야만 하는 과정에서의 위험을 관리하는 자체적 시스템으로 제도화하자는 제안으로 제시해 보는 방안이다.

3) 취재 및 보도에 관한 실행지침의 구체화 등

언론사의 언론윤리강령은 그 명칭 여하와 상관없이 언론현장에서의 실행이 실현되어야만 하는 행동지침이 본질이다. 따라서 규정의 내용이 명확하고 구체적이어야만 한다. 현장에의 적용성이 없거나 적용하기 어려운 규정 내용이라면 실행 자체가 불가능하기 때문이다.

개별 언론사들의 언론윤리규정에는 예를 들어 ‘부당, 합리적, 단호히’와 같이, 실행을 위한 행동지침이라는 점에서 본다면 여전히 추상적이고 불명확한 규정 내용이 많아서 실행가능성은 물론이고 해당성 판단을 위한 기준설정이 어려운 점이 중요한 문제점이다. 모든 규범에 대해서는 일반적으로 요구되는 입안 원칙이 있는데, 그중의 하나가 명확성의 원칙이다. 명확성의 원칙은 법률을 명확한 용어로

규정함으로써 적용대상자에게 그 규제내용을 미리 알 수 있도록 공정한 고지를 하여 장래의 행동지침을 제공하고, 동시에 법 집행자에게 객관적 판단지침을 주어 차별적이거나 자의적인 법 해석을 예방할 수 있도록 하기 위한 입법원칙이다³⁴⁾. 법률이 규정한 용어나 기준이 불명확하여 그 적용대상자가 누구인지 어떠한 행위가 금지되는지의 여부를 보통의 지성을 갖춘 사람이 보통의 이해력과 관행에 따라 판단할 수 없는 경우라면 법적용의 불안정성과 혼란, 사문화의 결과가 초래될 수 있기 때문이다. 언론윤리강령도 언론사 자체 규범이라는 점에서 일종의 입법형태이고, 더군다나 행동강령의 본질을 갖는다는 점에서 규정 내용의 명확성은 충족되어야 하는 원칙이라고 할 것이다.

또한 행동강령으로서의 지침적 성격 때문에, 규정 내용의 구체성 확보도 중요한 과제다. 신문윤리강령에 비해 인터넷신문윤리강령의 내용이 더 구체적이며, 실천요강의 내용도 인터넷신문의 경우가 더 구체적이라는 것이 비교 설명되었다. 행동지침의 구체성은 해당 규정의 실효성 확보에 가장 중요한 사항이기 때문에, 주어진 각각의 경우에 어떻게 행동해야 하는지 어떤 기준에 따라 언론인 스스로 판단해야 하는지를 보여줄 수 있는 구체성을 갖추어야만 한다. 예를 들어, 뉴욕타임즈의 경우, 익명 취재원 인용을 지양하기 위해 3단계(일반 기사, 다소 민감한 기사, 극히 민감한 기사)로 나눠 익명 취재원 공개 범위를 규정하고 있다. 워싱턴포스트는 ‘기사당 익명 취재원을 최대 2명만 허용한다’는 원칙을 가지고 있다. 이처럼 언론현장에서 바로 행동에 적용할 수 있는 기준과 원칙으로 내용들을 구체화해야 한다.

한편 언론윤리강령의 실효성 확보를 위한 또 하나의 개선적 방안은 실행의 강제성 확보 제도 도입과 관련된다. 인터넷신문협회가 언론윤리현장을 제정하여 공표한 것에 대해 현장이 현장에 제대로 적용되기 위해서는 강제 조항이 필요하다는 제언이 나왔었다. 예를 들어, 신입기자의 임용계약시 윤리강령 준수를 위한 서명을 계약조건으로 하거나 위반시의 제재규정을 두어야 한다는 것 등이었다. 대부분의 윤리규정의 규정형식은 ‘조작하지 않는다’, ‘표절하지 않는다’거나 ‘이해충돌적 행위를

34) 헌재 1990. 4. 2. 89헌가113, 판례집 2, 49; 헌재 1996. 8. 29. 94헌바15, 판례집 8-2, 74; 헌재 1996. 11. 28. 96헌가15, 판례집 8-2, 52; 헌재 1998. 4. 30. 95헌가16, 판례집 10-1, 327, 341-342; 헌재 2002. 1. 31. 2000헌가8, 판례집 14-1, 1, 8; 헌재 2018. 2. 22. 2016헌바401, 판례집 30-1상, 286, 292; 헌재 2019. 8. 29. 2018헌바210, 판례집 31-2상, 173, 180; 헌재 2020. 9. 24. 2017헌바412, 판례집 32-2, 240, 246-247 등

하지 않는다'는 식으로 의무적 규정형식이거나 금지규정형식이다. 따라서 입법원칙에 의하면 금지규정을 위반한 경우에 대한 제재나 의무불이행에 대한 이행강제방안의 동시규정이 원칙이다. 하지만 언론윤리규정에는 금지행위를 규정하면서도 위반시에 대한 연결된 징계나 제재 규정이 없고, 의무규정으로 두면서도 불이행이나 불완전이행의 경우에 대한 대응규정이 없다. 따라서 각각의 경우에 대한 대응적 규정을 마련해야 한다. 다만 언론인의 사회적 책임의 엄중함과 사건보도의 신속성을 확보해야 하는 사회전선에서 직무를 수행해야 하는 언론인들에 대한 면책규정도 동시에 마련되어야 한다.

4) 언론윤리강령의식 제고를 위한 윤리강령 공시 방안

이번 언론윤리강령의 비교분석을 위한 연구를 위해 선정한 개별 언론사들의 윤리규범들을 수집하는 것은 쉽지 않았다. 매체별 대표 언론사들조차도 외부인들에게는 자신들의 윤리강령 규정들을 공개하지 않고 있었다. 공문요청에도 내부자료라는 이유로 거절하는 경우도 있었고, 홈페이지 내에서 쉽게 찾을 수 없어서 여러 과정을 거쳐 감사란에서 찾을 수 있는 등 일정한 공시란이 정해져 있지 않았다.

그런데 언론사의 윤리규정은 언론사의 사규에 불과한 내부자료로 인식되어서는 안 된다. 언론사 스스로가 자신들에게 주어진 사회적 공기로서의 공적 책임과 의무를 잘 이행하기 위해 정한 자신들의 규정이고, 저널리즘의 위기에서 자구책이자 개선책으로 강구한 자정의 결과이기 때문이다. 미국의 뉴스오브더저널의 경우는 매년 초 신문 전면에 자사의 강령을 자세히 소개해 오고 있고, 뉴욕타임스의 경우는 회사 홈페이지 초기화면에서 상단에 배치하여 공시하고 있음을 비교해 볼 필요가 있다.

위에서 살펴본 바와 같이, 언론사들은 취재 및 보도 그리고 직업윤리, 권리보호 등과 관련하여 기자 등 언론사 구성원의 윤리적 행동에 관한 준칙 정하고 그들에게 준수하도록 하고 있다. 이러한 언론사의 윤리강령들은 대부분 내규 형식으로 규정하고 있지만, 규정의 제정배경이나 필요성은 “언론사의 사회적 책임”과 연결되어 있다. 때문에 언론사의 자율 규제 형식이긴 하나 언론윤리강령은 언론인의 행동강령

으로서 적정하고 내실있게 제정되고 실효적으로 구성원에게 영향을 미쳐 실질적 의미를 갖도록 하는 방법으로 검토해 보아야 할 것이 ‘언론사 윤리강령의 비치 및 공시 방안’이다.

언론사 윤리강령의 비치 및 공시 방안을 마련함에 있어서, 언론사도 회사라는 점에서 사기업들에 관한 규정인 상법의 제반 서류 비치 및 공시방식이 참고가 된다. 상법상 기업의 서류 비치 및 공시방식은 크게 3가지 정도로 정리해 볼 수 있다. 첫째는 기일을 정하지 않고 서류를 비치하도록 하고, 주주나 회사채권자가 영업시간내 자유롭게 열람 및 등사를 청구할 수 있도록 하는 방식(상법 제396조)으로, 정관·주주총회 의사록·주주명부·사채원부의 비치 및 공시방식이다. 둘째는 기일을 정하여 서류를 비치하도록 하고, 주주나 회사채권자가 열람하거나 (비용을 지급하고) 서류의 등본이나 초본의 교부를 청구할 수 있도록 하는 방식(상법 제448조)으로 재무제표의 비치 및 공시방식이다. 셋째는 서류에 대하여 (사원인) 주주에게만 열람 및 등사를 청구할 수 있도록 하면서도, 회사에 대하여 거부권을 인정하고 회사의 거부권을 무력화하려면 법원의 허가를 얻도록 하는 방식(상법 제391조의3)으로, 이사회 의사록의 비치 및 공시방식이다. 이와 같은 상법상 서류의 비치 및 공시 방식의 차이는 서류에 대하여 이해관계를 갖는가의 여부, 회사의 이익 및 (여러가지 정황상) 일정한 절차나 공적 기관의 허가를 통하여 정보를 보호할 필요가 있는지 여부에 따라, ① 열람, 등사 청구권자 ② 회사의 거부권 인정 ③ 서류에 대한 접근 방식 등을 약간씩 다르게 규정하고 있는 것이다. 따라서 이러한 상법상의 방식들도 언론사의 윤리강령 등 내부규제적 준칙들의 비치나 공시 방안을 마련하는데 참조가 될 수 있다고 생각한다.

언론사의 언론윤리규정은 독자의 신뢰도 확보 근거로도 작용할 수 있고, 언론인은 물론이고 외부인들에게도 공개될 필요성이 있다는 점에서 본다면, 첫 번째의 방식으로 비치 및 공시될 필요가 있다고 생각한다. 이런 방안이 너무 급진적이라면, 한국기자협회나 한국언론재단의 홈페이지에 정식칸을 만들어 윤리규정을 제정한 언론사의 경우에는 협회나 재단에 제출하여 함께 공식적으로 공개하는 방안도 하나의 대안이 될 수 있다.

04 언론윤리강령 언론인 심층 인터뷰

1. 심층 인터뷰 절차와 방법

1) 조사 대상

본 연구는 국내 언론사 윤리강령 제정 실태를 검토하고, 언론인들의 윤리강령에 대한 인식과 교육 현황을 파악하여 개선방안을 마련하고자 현직 기자를 대상으로 심층 인터뷰를 시행하였다.

인터뷰 대상자는 총 18명으로, 전국일간지 4개사, 지역일간지 2개사, 지역방송사 1개사, 뉴스통신사 2개사, 경제일간지 2개사, 지상파방송사 2개사, 종합편성채널 2개사, 보도전문채널 1개사, 인터넷신문 2개사의 현직 기자를 섭외하여 의견을 청취하였다. 아래의 <표 4-1>에서 보는 바와 같이, 기자 경력은 10년 미만 2명, 10년 이상~15년 미만 3명, 15년 이상~20년 미만 7명, 20년 이상~25년 미만 4명, 25년 이상이 2명이었으며, 남성은 14명, 여성은 4명이었다. 성별의 비율도 남녀를 비슷하게 고루 섭외하고자 했으나 눈덩이 표집의 한계로 인해 성별까지 비율을 맞추지는 못하였다. 그러나 언론윤리규정에 대한 기자의 인식과 교육 경험을 알아보는 데 초점이 맞추어진 본 챕터의 목적상 성별이 분석결과에 큰 영향을 미치는 변수가 될 것으로는 판단되지 않아 인터뷰를 그대로 진행하였다.

인터뷰에 응한 기자들의 주요 취재 분야는 정치, 사회, 문화, 경제, 과학, 법조, 국방 등 다양하게 분포되어있다. 인터뷰 조사대상자 18명의 주요 정보는 <표 4-1>과 같다.

[표 4-1] 심층 인터뷰 조사 대상

구분		대상	경력	성별
1	전국일간지	A	22년	남
2		B	6년	남
3		C	20년	남
4		D	15년	남
5	지역일간지	E	29년	남
6		F	19년	여
7	경제일간지	G	16년	남
8		H	11년	남
9	뉴스통신사	I	22년	남
10		J	7년	여
11	지상파방송사	K	17년	남
12		L	16년	남
13	지역방송사	M	22년	남
14	종합편성채널	N	12년	여
15		O	12년	여
16	보도전문채널	P	28년	남
17	인터넷신문사	Q	15년	남
18		R	17년	남

2) 조사 절차

본 연구는 국내 언론사 윤리강령에 대한 현직 기자들의 인식과 관련 교육에 대한 경험 및 인식을 조사하고, 언론윤리강령의 개선안을 마련하는 데 고려해야 할 사안을 알아보고자 주요 언론사 기자들에 대한 심층 인터뷰를 시행하였다.

구체적인 조사 과정을 소개하면, 전술한 총 18명의 기자에게 각 언론사의 윤리강령과 교육 시스템 등에 관한 질문을 대면 또는 서면 인터뷰 방식으로 묻고 답변을 받았다. 조사기간 동안 6월 1일 지방선거 기간이 포함되어 대다수의 조사 대상 기자와 대면 인터뷰 일정을 잡기가 어려웠던 관계로 우선 서면 인터뷰를 진행하였고,

답변 내용에서 추가적인 질문이 필요한 경우 직접 만나거나 온라인 화상회의 시스템을 통해 대면 인터뷰를 진행하였다.

선행 연구 검토를 통하여 1차적으로 질문지를 작성한 후 사전 인터뷰를 거쳐 질문을 수정 및 추가하였다. 이메일을 통한 본격적인 서면 조사는 5월 20일부터 6월 20일까지 약 1개월 동안 진행되었다.

본 연구에서 응답자들에게 질문한 문항은 크게 네 가지로 구분된다. 첫 번째 문항은 ‘언론윤리강령 인식에 대한 질문’, 두 번째 문항은 ‘언론윤리강령 교육에 대한 질문’, 세 번째는 ‘언론윤리강령 관련 개선사항에 대한 질문’, 네 번째는 ‘언론윤리강령과 관련한 기타 의견’으로 구성하였다.

네 가지로 크게 구분한 문항은 다시 각각의 세부적인 질문으로 나누었다. 아래의 <표 4-2>에서 보는 바와 같이 첫 번째 문항은 3개로 나누었고, 두 번째 문항은 2개, 세 번째는 4개, 마지막은 언론윤리강령과 관련한 기타 의견을 자유롭게 적도록 구성하였다. 각 문항의 질문은 응답자들의 보다 구체적인 답변을 이끌어내기 위하여 예시나 부연 설명을 덧붙였다. 예를 들어, “2. 언론윤리강령 교육에 대한 질문”의 경우, 첫 번째로 ‘언론윤리강령 관련 교육 시스템’에 대한 답변을 상세하게 듣기 위하여 “귀사의 언론윤리강령 관련 교육 시스템에 대하여 말씀해주시기 바랍니다. 예를 들어, 입사 후 어떤 방식으로 누구에게 교육을 받으셨는지, 교육기간은 어떠했는지, 재교육 절차는 있었는지, 교육이수에 대한 인센티브 제도는 있는지, 만약 교육을 받으신 경험이 없다면 그 이유는 무엇인지 등 가급적 자세히 말씀 부탁드립니다.”로 질문의 내용을 구체화하였다.

본 연구에서 구성한 심층 인터뷰 질문 내용은 아래의 <표 4-2>와 같다.

[표 4-2] 심층 인터뷰 질문지 구성 내용

구분		주요 질문 내용	
1	언론윤리강령 인식에 대한 질문	1-1	언론윤리강령의 제정과 개정 과정 및 운영방식
		1-2	언론윤리강령이 중요한 이유/ 중요하다고 생각하는 규정/ 잘 지켜지고 있는 규정
		1-3	언론윤리강령 공개에 대한 찬·반 여부/ 언론사별 윤리강령 단일화 또는 개별화에 대한 인식

구분		주요 질문 내용	
2	언론윤리강령 교육에 대한 질문	2-1	언론윤리강령 관련 교육 시스템
		2-2	언론윤리강령 교육 필요성에 대한 인식
3	언론윤리강령 관련 개선사항에 대한 질문	3-1	언론윤리강령과 관련하여 개선되어야 할 사항
		3-2	언론윤리강령 교육 시스템 개선 사항
		3-3	언론윤리강령 위반 시 조치 방식
		3-4	반영할 만한 해외 또는 타 언론사 윤리강령 운영 사례
4	기타 의견	언론윤리강령과 관련한 기타 의견	

2. 언론인 심층 인터뷰 분석 결과

1) 언론윤리강령에 대한 인식

본 인터뷰에서는 가장 먼저 언론윤리강령에 대한 기자들의 전반적인 인식을 알아보기 위해 질문을 하였다. 언론사별로 기자들이 지켜야 할 윤리 규정이 ‘윤리강령’이라는 용어로 마련되어 있는 경우도 있고 때로는 보조준칙, 보도원칙 등을 사용하는 경우도 있다고 판단하여 질문에 들어가기에 앞서 “‘언론윤리강령’은 언론사별로 ‘취재윤리강령’, ‘취재보도준칙’, ‘보도원칙’ 등 각기 다른 용어로 마련되어 있을 수 있습니다. 귀사에서 운영 중인 보도 윤리와 관련한 규정이나 원칙을 ‘언론윤리강령’으로 생각하시고 답변해주시면 됩니다.”란 안내문을 먼저 제시하여 본 연구에서 시행하는 인터뷰 목적의 이해를 도왔다.

(1) 언론윤리강령의 제·개정 및 운영방식

① 전국일간지

전국일간지에서 근무하는 기자에게 소속 언론사의 언론윤리강령 제·개정과 언론윤리강령 운영방식이나 공유 방식에 대해 질문한 결과, 잘 알지 못하여 인터뷰 질문을 보고 찾아왔다는 답변이 두 명이나 있었다. 그 중에는 기자로서 22년을

근무해온 언론인도 있었다.

(언론윤리강령의 제정과 개정, 운영방식에 대한) 인터뷰 질문을 보고 처음에 잘 알지 못해 (윤리강령이 소개되어 있는) 사보를 찾아 봤습니다. 사보를 보니, 1991년 취재준칙을 만들었으며 2000년 기자준칙을 제정했고, 2017년 윤리규범으로 수정 보완해서 제정했다고 돼 있습니다. 현재 해당 사보는 누구나 접속할 수 있는 온라인 DB형태로 되어 있으며 PDF로 열람이 가능합니다(기자 A).

참고로, 위 언론사의 경우는 윤리규범이 회사 홈페이지 등에 공지되어 있는 것이 아니라, 구글 검색을 통해 찾으면 사회 섹션의 기사 형태로 검색이 된다. 7년 정도 기자로서 활동한 다른 전국일간지 언론인도 소속 언론사의 윤리강령에 대해 알지 못하고 있었다.

입사 이후로 윤리강령이란 문서를 본 적이 없습니다. 찾아보니 2019년 기사로 새로운 윤리강령을 수정·보완했다는 사실이 소개되어 있었지만, 소속 기자들에게 내부적으로 알려준 적이 없어, 이번 인터뷰를 계기로 찾아봐서 알게 되었습니다 (기자 B).

이와 달리, 소속 언론사의 윤리강령이 언제 제정되었으며, 운영방식 등에 대하여 알고 있는 20년 경력의 기자도 있었다.

우리 언론사의 기자윤리강령은 1991년 제정되었으나 이후 개정되지 않은 것으로 파악됩니다. 1988년 국내 언론사 최초로 노동조합이 설립되어 타 언론 기관에 비해 일찍이 언론윤리강령을 갖춰졌지만 현재의 언론 환경을 반영하기에는 한계가 있다고 보입니다. 그리고 언론윤리강령은 소속 기자라면 누구나 접근 가능하도록 사내 포털 게시판에 영구게재 되어 있습니다(기자 C).

위의 전국일간지 언론사는 앞서 두 언론사와 달리 소속 기자들이 언제라도 윤리강령을 찾아볼 수 있도록 사내 홈페이지 게시판에 게재되어 있으며, 다음으로

인터뷰한 기자(D)도 마찬가지로 조사되었다.

창간 당시인 1988년 5월부터 윤리강령 및 실천요강은 시행되고 있습니다. 윤리강령은 회사 내부 게시판과 기사 작성 및 배포 등 자체시스템 메인 게시판 공지사항 상단에 상시 게시해 두었고, 2007년 1월에는 취재 윤리 실천을 담은 취재보도준칙도 별도로 마련 시행 중에 있습니다. 보도준칙도 공지사항 상단에 상시 게시하고 있습니다(기자 D).

전국일간지 언론사의 경우, 언론윤리강령에 대하여 소속 언론인들이 인지하고 상시적으로 찾아볼 수 있도록 시스템을 마련해놓은 경우와 그렇지 않은 경우가 공존하고 있는 것으로 파악할 수 있다.

② 지역일간지

다음으로 지역일간지의 경우는 인터뷰 조사를 한 두 곳 모두 언론윤리강령이 소속 기자들에게 항상 공개되어있다고 하였다.

우리 언론사는 '사원윤리강령'이란 이름으로 사내 홈페이지에 공지돼 있습니다. 2008년 8월 전 사원을 대상으로 관련 내용을 숙지하도록 당부하는 글을 사내 홈페이지에 올린 이후 '사원윤리강령'과 관련한 재개정 작업은 이뤄지지 않고 있습니다(기자 E).

우리 언론사는 '편집규약' 내에 편집 윤리, 기자 윤리, 취재원 및 사생활 보호, 보도의 공정성, 편집제작평의회·지면심의위원회·독자위원회 운영 등에 대해 규정을 두고 있습니다. 이는 소책자로 만들어져 기자들에게 지급됐으며, 그룹웨어에도 상시적으로 올려놓고 볼 수 있도록 하고 있습니다(기자 F).

그러나 사내 홈페이지에 언론윤리강령이 비록 공개되어 있기는 하지만, 평소에는 거의 인식하지 못하고 지냈다는 답변이 있는 것으로 보아, 윤리강령에 대해 주기적으로 상기를 시키거나 반영하지는 여부를 확인하는 운영시스템은 없으며, 공개해놓은

것에 그치는 상황이라는 것을 짐작할 수 있다.

이번에 심층 인터뷰를 준비하면서야 비로소 홈페이지에 '사원윤리강령'이 올라와 있는 것을 새삼 알게 된 것에서 드러나듯이 거의 인식하지 못한 채 직장 생활을 하고 있습니다. 언론 윤리와 관련한 외부 강의 혹은 연수를 홈페이지에 아주 가끔 공지하고는 있지만, 참여한 적은 없습니다(기자 E).

③ 경제일간지

경제일간지 기자(G)는 소속 언론사의 윤리강령에 대해 사전 지식이나 관련 기억이 거의 없는 것으로 조사되었으며, 또 다른 경제일간지 기자(H)의 경우, 회사 편집국 엘리베이터에 보도준칙이 게시되어 있다고 답변하였다.

관련 이력에 대해선 아는 바가 없습니다. 공식 문서를 통해 전달 받았던 기억이 있습니다만 형식 및 내용에 대해 구체적으로 기억하고 있지는 않습니다. 일반적인 수준의 강령이었던 걸로 기억합니다(기자 G).

제정 및 과정에 대해서는 알고 있는 것이 없으며, 회사 편집국 출입 엘리베이터 앞에 관련 준칙이 동판으로 작성돼 있습니다(기자 H).

④ 뉴스통신사

본 연구에서 조사한 국내 뉴스통신사 두 곳은 언론윤리강령의 제정과 운영에서 큰 차이를 나타내고 있었다. 기자(I)는 1998년 제정되고 발효된 언론윤리강령을 사내 게시판 등을 통해 공유하고 있다고 답한 반면, 기자(J)는 별도 언론윤리강령은 없으며, 수습교육의 가이드북에서 기자협회 윤리강령의 기본원칙을 알려준다고 답변하였다.

회사의 언론윤리강령 제정 과정은 정확히 알지 못합니다만 제가 알기로, 사명을 변경하면서 새롭게 언론윤리강령을 정비하여 1998년에 제정된 것으로 생각됩니다. 가장 최근에 청탁금지법(이른바 '김영란법')이 도입된 시기에 맞춰, 회사에서도 이

내용을 반영한 개정 언론윤리강령을 2016년 9월 28일 시행했습니다. 관련 규정들은 기획조정실을 통해 전 사원에게 적용되는 형태로 운영하고 있고, 사내 게시판을 통해 공유되고 있습니다(기자 I).

회사에 별도 언론윤리강령은 없는 것으로 알고 있습니다. 다만 회사 수습교육 때 사용되는 가이드북에 한국언론진흥재단의 언론윤리헌장과 한국기자협회의 윤리강령, 저작권, 성범죄 예방 등에 대한 기존 원칙들이 발췌돼 있습니다(기자 J).

상기한 바와 같이, 뉴스통신사라는 언론사 형태는 동일하지만 언론윤리강령의 제정과 운영에 있어서는 극명한 차이를 보이는 것을 알 수 있다.

⑤ 지상파방송사

지상파방송사의 경우는 두 곳 모두 사내 홈페이지와 같은 인트라넷에서 열람할 수 있도록 게시하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 18년 동안 근무한 현직기자임에도 언론윤리강령에 대한 제·개정의 과정을 상세하게 알고 있지는 못했다.

현재 언론윤리강령에 대한 제·개정에 대한 자세한 과정을 알고 있지는 못합니다. 언론윤리강령은 직급 교육 등 사내 교육을 통해 구성원에게 교육되고 있으며 언론윤리강령이 책자 형태로 제작되어 있는 것으로 알고 있지만 개개인에게 배포되지 않고 있습니다. 다만, 내부의 인트라넷 시스템을 통해 구성원들이 열람할 수 있게 되어 있습니다(기자 K).

이와 달리, 최근에 윤리강령을 개정했다고 밝힌 기자(L)는 그에 대한 정보를 보다 자세히 알고 있었다.

우리 방송사는 2005년 방송강령과 윤리강령, 그리고 프로그램제작가이드라인(준칙포함)을 제정해 준수해왔습니다. 그러나 시간이 지나며 미디어 환경뿐만 아니라 사회적 기준과 시청자 공감대가 변화함에 따라, 올해 4월 방송강령과 윤리강령, 프로그램제작가이드라인을 개정했습니다. 개정된 강령과 가이드라인은 회사 내외부

에서 쉽게 찾아볼 수 있도록 인터넷과 회사 내 사이트에 게재했으며, 개정 이후 사내 게시판과 노동조합 특보 등을 통해 공유했습니다(기자 L).

⑥ 지역방송사

본 연구에서 인터뷰를 시행한 지역방송사 역시 지상파방송사와 마찬가지로 사내 홈페이지를 통해 언론윤리강령이 공유되고 있다고 하였다. 그리고 앞서 뉴스통신사의 경우처럼 청탁금지법 등 개정이 필요한 사안이 있을 때 윤리강령이 개정되고 그 내용이 공지되는 것으로 조사되었다.

청탁금지법을 비롯해 사안이 있을 때마다 개정되고 사내 공지를 통해 공유되고 있습니다. 또 사회통념에 근거해서 운영되거나 공유되는 편입니다(기자 M).

⑦ 종합편성채널

종합편성채널 기자(N)의 경우, 언론윤리강령에 대해 입사할 때 교육을 받았다고 답변했으며, 김영란법 시행으로 언론사 차원에서 특강을 실시하였고, 관련한 정보를 책자형태로 기자들에게 배포한 것으로 조사되었다. 또한 기자(O)는 최근 마련된 윤리강령을 일부 관계부서별로 공유하는 것으로 인지하고 있었다.

언론윤리강령 제정, 개정 과정에 대해서는 따로 알지 못합니다. 입사할 때 기본적인 언론 윤리 관련해서 교육받고, 서약서에 관련 내용 준수하겠다는 서명했습니다. 이후 일명 '김영란법' 시행이후 기자들을 상대로 특강 형식의 강의를 있었는데, 현장 취재가 바빴던 시기라 따로 참석하지 않았습니다. 이후 김영란법 관련 Q&A 형태의 소책자를 회사에서 제작해 기자들에게 배포했습니다(기자 N).

일단 저희 윤리강령은 최근 만들어졌다고 합니다. 그룹 윤리강령은 모회사의 윤리규범과 전국일간지 윤리강령에 준해서 쓰고 있는 거로 알고 있습니다. 노조와 그룹 간 TF를 구성해서 만들었다고 합니다. 성범죄 보도의 경우 기자회견 보도준칙 등을 참고해서 일부 관계 부서별로 공유했던 거로 알고 있습니다(기자 O).

⑧ 보도전문채널

보도전문채널 소속의 언론인은 윤리강령이 2000년대 초에 제정된 후 2000년대 중반에 개정되었고, 다시 개정할 계획을 가지고 있다는 정보까지 잘 알고 있었다. 그러나 이는 약 30년을 근무한 경력자이며, 현재 윤리강령 재개정에 관심을 두고 있는 입장이지 알 수 있는 정보일 가능성이 크다. 이와 달리 대부분의 기자들은 윤리강령에 대하여 충분한 정보를 갖고 있지 못하는 것으로 추정된다.

2000년 초에 자체 윤리강령을 제정한 뒤에 2000년대 중반에 개정하였고, 최근에 이를 재개정하기 위해 구성원들이 함께 작업을 진행 중에 있습니다. 과거에 누가 어떤 과정으로 윤리강령을 만들었는지에 관해서는 정보가 없지만 **회사 구성원들은 내부 시스템에서 윤리강령을 검색하여 찾아볼 수 있습니다**, 그러나 대부분 해당 윤리강령의 내용을 구체적으로 인지하고 있지는 않은 것으로 보입니다. 이 또한 현업과 시대의 흐름에 맞추어 개정할 필요성이 있다고 생각합니다(기자 P).

⑨ 인터넷신문

본 연구에서 인터뷰를 진행한 인터넷신문의 경우는 두 곳 모두 언론윤리강령이 별도로 존재하지는 않는다고 하였다. 그 이유에 대해서는 기자협회의 언론윤리강령을 활용하고 구성원 간에 관습적으로 유지하고 있는 취재윤리가 있어 아직 자체적인 윤리강령을 마련하지 않은 경우가 있었으며, 회사가 일종의 ‘결사체’ 성격을 가졌기 때문에 구성원 대부분이 저널리스트의 윤리나 보도 원칙에 대해 동일한 생각을 갖고 있어 필요성을 크게 느끼지 않으며, 취재 윤리나 보도 원칙 문제가 현재까지 없었고, 회사 차원에서 결정 사안의 판단의 준거가 되는 고유의 이념(‘미션 스테이트먼트’)이 작동하고 있기 때문인 것으로 조사되었다. ‘미션 스테이트먼트’에 대해서는 아래에서 설명한 바와 같다.

회사에 따로 언론윤리강령은 존재하지 않습니다. 과거 윤리강령이 필요하다는 의견도 종종 나왔던 것으로 기억하지만, 많은 기자들이 가입해 있는 기자협회에 언론윤리강령이 이미 있고, 또한 윤리강령이 없더라도 취재윤리에 대한 어느 정도의 합의가 있기 때문에 구체적으로 제정되지 않았던 것 같습니다(기자 Q).

저희 언론사에는 취재윤리강령이나 취재보도준칙, 보도원칙이 따로 제정되어 있지 않습니다. 다만 저희 홈페이지에 '미션 스테이트먼트'를 공개하고 있습니다. 보시면 아시겠지만, 간단한 키워드만 뽑아서 소개하자면, 1) 성역없는 탐사보도 2) 정파성과 상업주의 배격 3) 정치권력과 자본권력의 오남용과 공적시스템의 오작동을 지속적으로 감시 4) 공적사안의 본질과 맥락을 취재 보도 5) 약자와 소외계층의 목소리 대변 6) 광고나 정부, 이익단체의 지원 배제입니다. 이 미션 스테이트먼트는, 회사 차원에서 뭔가 결정해야할 때 판단의 준거가 됩니다. 신입구성원 면접을 할 때도 이 미션 스테이트먼트에 의거한 질문이 필수적으로 들어갑니다. 그런 이유로, 구성원 전체가 미션 스테이트먼트에 대해 잘 숙지하고 있는 편입니다(기자 R).

❖ 소결: 언론윤리강령 제·개정 및 운영방식의 특징

- **언론윤리강령 인식의 부재:** 본 연구에서 인터뷰한 현직 기자들의 경우, 소속 언론사의 윤리강령 제정 및 개정에 대하여 평소에 알고 있는 경우는 드물었으며, 윤리강령의 구체적인 내용도 본 인터뷰의 질문을 받고 그제야 찾아본 경우가 대부분을 차지하였다. 그만큼 평소에는 언론윤리강령에 큰 관심을 두지 않고 취재를 해오고 있는 것으로 파악된다.
- **언론윤리강령 대외 비공개 및 사내 인트라넷 공유:** 언론윤리강령 운영방식은 대외적인 홈페이지 등에 게시된 경우 보다는, 현직 기자 대상으로 사내 홈페이지(인트라넷)에서 열람할 수 있도록 게시되어 있는 경우가 더 많은 것으로 조사되었다. 그런데 특히 전국적으로 큰 영향력을 지니고 있는 대표적인 전국일간지의 윤리강령이 대외적 홈페이지는 물론 사내 홈페이지에도 항상 게시되어 있는 것이 아니라, 검색을 해야 사보형식이나 일반적 기사형식으로 찾아볼 수 있어, 소속 기자들이 윤리강령을 인지하기 어려운 환경이라는 문제점이 나타났다.
- **인터넷신문사의 특징:** 사주가 있는 전통적 언론사와 다른 형태로 창립된 인터넷 신문은 본 연구에서 조사한 두 곳 모두 윤리강령이나 보도준칙이 별도로 마련되어 있지 않으나, 기자들 간에 공유하고 있는 합의점이 있고, 윤리강령 보다 광범위한

고유의 이념을 지키는 것으로, 현재까지 크게 불거진 문제없이 운영되고 있는 것으로 조사되었다. 이 경우에 비추어볼 때, 명목상의 윤리강령이 존재하는 것 보다, 취재원칙을 지켜야한다는 사내 분위기와 기자들 간에 공유된 인식이 취재윤리를 내면화하는 데 있어 더 중요하다는 것을 알 수 있다.

(2) 언론윤리강령 중요성에 대한 인식

다음으로는 현직 기자들은 언론윤리강령을 얼마나 중요하게 여기고 있는지에 대하여 질문하였다. 구체적으로는 언론윤리강령이 어떠한 이유로 필요하며, 왜 중요하다고 생각하는지, 그리고 현행 언론윤리강령에서 가장 중요한 조항은 무엇이며 가장 잘 지켜지고 있는 조항과 안 지켜지고 있는 조항은 무엇이라고 생각하는지에 대해서도 의견을 물었다.

① 전국일간지

본 연구에서 조사한 전국일간지 소속 기자들은 언론윤리강령이 필요하고 중요하다는 것에 대하여는 모두 동의하고 있었으나 언론윤리강령이 필요한 이유와 가장 중요하다고 여기는 세부 조항에 있어서는 다양한 관점을 나타내고 있었다.

먼저 언론윤리강령이 필요한 이유에 대해서는 ‘뉴스 제작 과정 전반에 대한 신뢰를 약속하는 담보 수단’이라는 답변, ‘시대가 요구하는 기자의 역할이 변하고 있기에 다양한 영역에서의 구체적인 취재 윤리강령이 수립되어야 한다’는 답변, ‘비판을 하고 진실을 추구하는 언론인의 노력은 취재 윤리에 맞아야 사회적으로도 인정받을 것’이라는 답변 등이 있었다.

한편, 언론윤리강령 가운데 가장 중요하다고 여기는 조항에 대하여 기자(A)는 공적인 자원을 사적으로 유용하면 안 된다는 규범을 언급하였으며, 기자(B)는 가장 기본적인 언론자유와 공정정보를 피력하였다. 그 바탕에는 권력이나 금권, 언론사 내외부의 이해관계에 따른 간섭으로부터의 자유를 실질적으로 실천할 수 있는 환경이 모든 언론사에서 보장되어야 한다는 생각이 저변에 자리하고 있었다.

언론인 윤리라는 게 일반적인 윤리에서 크게 벗어나지 않는다고 생각합니다.

윤리는 사람마다 다르게 생각할 수 있지만 회사 차원의 윤리는 **회사라는 공적인**

자원을 사적으로 유용하면 안 된다는 게 제 개인적으로는 가장 중요한 내용이라고 생각합니다. 우리 언론사 윤리규범을 보니, '우리는 특정한 개인이나 집단의 이익을 위해 기사를 쓰거나 취재한 정보를 오용하지 않는다'는 내용이 들어가 있습니다. 기자 활동을 하면서 취득한 정보를 자신의 개인적인 이익을 위해 사용하지 않는 것 즉 공과 사를 구분하는 게 가장 중요하다고 봅니다. 이를 위해서 역시 언론사를 다닌다는 이유로 사회적인 통념을 벗어나는 이득을 취하는 게 있다면 역시 문제라고 생각합니다. 이런 내용이 언론인 윤리강령에서 가장 중요하다고 생각합니다 (기자 A).

현행 윤리강령 중 가장 기본적인 언론자유와 공정보도가 중요하다고 생각합니다. 권력, 금권, 언론사 내외부의 이해관계에 따른 간섭에 심각하게 취약한 상황이라고 판단됩니다. 경종을 울릴 수 있는 실천 가능한 조치가 필요하다고 보입니다 (기자 B).

기자(C)와 기자(D) 역시 궁극적으로는 언론윤리강령에서의 기본에 충실해야함을 강조하고 있었다. 보도의 정확성과 공정성, 언론자유, 사실과 진실보도를 중요한 조항이라고 공통적으로 언급하고 있었다. 그런데 상기한 바와 같이 4개의 언론사 가운데 '기득권에 편승하지 않는 사회적 약자와 소수를 위한 인권보호'를 중요한 조항 중에 포함시킨 언론인은 기자(D)가 유일하였다.

현행 윤리강령에서 본 기자가 중요하게 생각하는 부분은 '보도의 정확성과 공정성' 조항입니다(기자 C).

언론자유를 수호하고, 사실과 진실보도 지향, 정치권력 등 기득권에 편승하지 않고 사회적 약자와 소수를 위한 인권보호 등이 중요하다고 생각합니다(기자 D).

② 지역일간지

다음으로 지역일간지 기자들은 이윤추구에 익숙해진 언론의 현실을 자성하는 수단으로 언론윤리강령이 활용되어야 한다는 필요성을 언급했으며, 가장 중요한

조항으로는 편집윤리를 제시하고 있었다.

재난조차도 클릭수를 늘리는 수단으로 악용되는 게 언론 현실입니다. 이런 상황까지 이른 것은 부지불식간에 **언론이 사회의 공기**라는 인식보다 **사기업의 이윤 추구**에 익숙해졌기 때문이라고 생각합니다. **언론의 존재 이유에 관한 근본적인 질문과 성찰이 가장 중요하게 언론윤리강령에 담겼으면 합니다.** 다만 지나치게 원론적인 강령으로 기자들의 윤리 의식 제고에 한계가 있을 것이라고 생각합니다(기자 E).

(언론윤리강령에서 중요한 조항은) **편집윤리**라고 생각합니다. “기자는 자신의 양심에 따라 취재 보도할 권리가 있으며, 양심에 반하는 부당한 경우나 내·외부적 압력에서 기인한 축소, 왜곡, 은폐 또는 특정 세력의 이익을 위한 적으로 판단할 상당한 이유가 있는 경우 상관의 지시를 거부할 수 있다.” 이 조항이 있어야 **언론이 자본이나 정권 등의 외압에서 벗어나 세상을 감시하는 ‘제4의 권력’**이라는 언론의 본연의 기능에 충실한 사회의 와치독 기능을 제대로 수행할 수 있다고 봅니다(기자 F).

③ 경제일간지

본 연구에서 인터뷰한 경제일간지 기자(G)는 언론사는 아무리 민간 기업이라도 공적기업의 역할을 하기 때문에 윤리강령이 필요하며, 이와 맞물려 가장 중요한 조항은 개인이나 회사의 사적이윤을 위해 사실관계를 정치적으로 해석하지 않는 것으로 보고 있었다. 이러한 관점은 다른 경제지 기자(H)의 답변에서도 엿볼 수 있었다. 언론윤리강령은 기자들이 현장에서 이성적 판단을 하게해주는 기본원칙 이기에 필요하며, 가장 중요한 조항은 이해관계로 인해 한쪽의 입장을 편파적으로 보도하거나 축소하지 않아야한다는 조항이라고 답했다.

민간 기업이라도 언론사는 태생적으로 공기(公器)로서 역할을 한다 생각하기 때문입니다. 그 이유는 언론사가 다루는 내용은 물론 접근 가능한 모든 영역이 우리 사회 구성원 모두가 공유하는 것이고 또 다수에게 이로운 방향을 향해 나아가야 한다 생각하기 때문입니다. **가장 중요한 조항은 당연히 개인 혹은 회사의 이익을 위해 사실관계를 정치적으로 접근하지 않는 것**이라 생각합니다. 진실이 여러 가지

모습을 가질 순 있어도 그것에 접근함에 있어서는 그 어떤 사심에 영향 받아선 안 될 것이라 생각합니다. 동시에, 현실적으로, 가장 안 지켜지는 조항이 바로 이것이라 생각합니다. **현실세계에서 취재 과정은 언론학 강의실에서 배운 것처럼 이상적으로 진행되지 않는다** 생각하기 때문입니다. 그것에 영향을 주는 것은 **기자 개인의 이익추구와 기업(상사 혹은 경영인)으로부터 전달 받는 특정 방향성** 때문일 것입니다(기자 G).

윤리강령은 기자들이 취재 현장에서 마주치는 여러 상황에서 **이성적인 판단을 할 수 있는, 법률 다음으로 기본적인 원칙이기 때문에 필요성과 중요성이 강조될** 것입니다. 가장 중요한 조항은 **특정 단체나 기업 및 권력의 입장을 편파적으로 보도하거나 확대 축소 누락하지 않는다**는 조항이 가장 중요하다고 생각합니다(기자 H).

④ 뉴스통신사

본 연구에서 조사한 뉴스통신사 기자들은 저널리즘의 원칙과 책무를 지키기 위하여 언론윤리강령이 필요하다고 판단하고 있었으며, 우후죽순 생겨난 언론사들 간의 견제를 위하여 언론윤리강령이 필요하다는 주장도 하였다. 또한 언론윤리강령 가운데 가장 중요한 조항은 전술한 다른 언론인들과 마찬가지로 가장 기본적인 요건인 언론자유와 공정보도로 요약될 수 있었다.

언론윤리강령은 급변하고 다원화하는 언론 환경에서 **기자가 취재·보도 시에 '저널리즘의 원칙과 책무'에 맞도록 일을 수행하기 위해 반드시 필요하다고** 생각합니다. 흔히 공정성과 객관성, 불편부당성 등으로 강조되는 저널리즘의 원칙을 일선 취재 현장에서, 보도 현업 종사자들이 적절한 방식으로 실천, 적용하기 위해선 구체적인 윤리강령의 존재가 중요하다고 여겨집니다. (중략) **현행 언론윤리강령에서 가장 중요한 조항은 취재·보도윤리**라고 생각합니다. **성역 없이 취재하고, 취재한 정보를 왜곡하지 않으며, 그 과정에서 비윤리적 행태를 취하지 않기** 위해서입니다. 그렇게 취재한 내용을, 사실을 토대로 최대한 진실에 가깝게 신속하고 정확하게 보도하고 공정하게 논평하는 것이 중요하다고 생각하기 때문입니다(기자 I).

현재 언론사가 너무 많습니다. 기사도 쏟아집니다. 과거에 비해 영향력이 줄었다고는 하지만 여전히 큰 권력을 갖고 있습니다. 이를 스스로 견제하기 위해서 언론윤리강령이 필요하고 중요하다고 생각합니다. 진실도 좋고 자유도 좋지만, **현 상황에서 '갈등 차별 조장 금지'가 우선시 됐으면 합니다.** (중략) 누군가가 악의적으로 쓴 기사 하나가 모두를 이른바 '기레기'로 만들게 되고, 그로 인해 더 편을 갈라 싸우게 되고, 같은 류의 기사를 더 양산하게 되는 굴레에 빠졌다는 생각입니다 (기자 J).

⑤ 지상파방송사

지상파방송사 기자는 언론의 도덕성과 건전성을 자율적으로 높일 수 있는 제도적 장치로서 언론윤리강령이 큰 의미를 갖기에 중요하다고 보았으며, 언론의 신뢰성과 직결되는 진실성을 담보하기 위하여 윤리강령과 보도준칙은 기자들의 일탈 행위에 경고를 하는 역할을 할 수 있어 필요할 것이라고 답변하였다. 또한 언론윤리강령의 중요한 조항은 부도덕함이 없는 취재윤리로 보고 있었으며, 개정된 윤리강령에 포함된 소수자, 다양성 존중 등을 지키기 위해 많은 노력이 필요할 것이라고 보는 입장도 있었다.

언론의 자유에 대한 철학적 배경과 사회통념, 그동안의 언론인들의 업무 관행에 비추어 볼 때 언론이 건전하게 존재하기 위해서는 법률로 모든 것을 규율하기 보다는 언론인들 스스로의 노력이 무엇보다 중요하다고 생각합니다. (중략) 언론에 대한 법률적 규제가 언론 자유 침해 논란을 낳을 수 있다는 점을 고려하면 **언론의 도덕성과 건전성을 높일 수 있는 방안으로는 언론인들의 자율적인 노력이 가장 중요하다고 판단되며 그 제도적 장치로서 언론윤리강령은 큰 의미를 갖는다고 생각합니다.** 또한 **언론윤리강령에 가운데 가장 중요한 부분은 취재윤리**라고 생각합니다. (중략) 부도덕적 취재관행에 대한 부분은 이따금씩 사회적 논란이 되는 경우는 있지만 상대적으로 관심이 적고 언론인들의 인식도 아직 부족한 편입니다(기자 K).

언론이 신뢰를 잃지 않으려면 취재 과정과 제작 과정 전반에 걸쳐 진실성이 담보돼야 합니다. 이는 개개인의 윤리 의식도 중요하지만, 만에 하나 개인이 이를

어거려 할 때 윤리강령과 보도준칙에 위배된다는 경고성 인식이 있다면 스스로 일탈 행위를 자제하게 되지 않을까 생각됩니다. (중략) 올해 바뀐 강령에서는 과거에 약했던, 소수자와 다양성 존중, 젠더, 어린이와 노년층 등에 대한 준칙이 포함됐습니다. 최근 5년 사이 사회적으로 갈등이 빚어지면서도 공감대를 찾아나가는 등, 새로운 사회적 기준이 조금씩 기틀을 잡는 분야입니다. 언론윤리강령이 제대로 지켜지려면 현 사회의 기준과 공감대를 담을 수 있어야 하기에 이 부분이 중요하며, 사안에 따라 어쩌면 지키기 위해 큰 노력이 필요할 수도 있다는 생각이 듭니다(기자 L).

⑥ 지역방송사

본 연구에서 인터뷰한 지역방송사 언론인은 매체 특성에 맞는 윤리강령이 필요하며, 공정한 직무 수행을 위한 공정성 조항이 가장 중요하다고 보았다. 앞서 분석한 다른 기자들의 답변과 마찬가지로 언론윤리강령의 가장 기본적인 요건이 무엇보다 중요하다고 여기고 있는 것으로 파악된다.

한정된 자원인 전파를 이용해 보도를 한다는 점에서 매체 특성에 맞는 윤리강령 제정과 운영이 필요하고, 언론의 공정성을 확보하기 위해 가장 우선시해야 할 조항이라고 생각합니다. 예를 들어 업무를 할 때마다 공정한 직무 수행이 요구되지만 협찬을 통한 보도의 경우 기자 스스로 적정선에서 타협하는 관행을 하루 빨리 벗어나는 노력이 필요하다는 입장입니다(기자 M).

⑦ 종합편성채널

종합편성채널 소속의 기자(N)는 취재대상의 반론권을 지켜주는 것이 중요한 조항으로 보고 있었는데, 이 역시 앞서의 다른 기자들의 답변과 유사하게 공정한 보도를 위한 윤리강령의 역할을 중요하게 여기는 것으로 분석할 수 있다.

기사가 사회에 미치는 영향은 여전히 큼니다. 사실을 바탕으로, 검증 과정을 거쳐서 보도하는 게 그만큼 중요합니다. 사실 확인과 취재 대상자의 반론을 듣는 과정은 필수입니다. 매일 발제와 마감 압박감이 큰 기자들에게는 사실 확인 절차를

쉽게 지나치고 싶은 유혹이 늘 있기 마련입니다. 이 부분에 대해서 제대로 교육을 받지 못하거나 중요성을 알지 못할 경우, 누군가에게는 큰 피해로 돌아갈 수 있습니다(기자 N).

이와 달리, 종합편성채널 기자(O)는 사적 이익을 추구하지 않아야 한다는 언론윤리강령 조항을 우선적으로 언급하였다.

보도 준칙을 알고 구성원들 간 공유가 잘 돼야 그에 준해서 취재활동이 정상적으로 이뤄질 수 있다고 생각합니다. 여러 사고가 나는 것도 기본적인 윤리교육이 안 되기 때문이겠지요. '사시프로그램의 진행자 및 정치 관련 취재·제작 담당자는 방송사의 대외 이미지의 사적 활용을 막기 위해 해당 직무가 끝난 후 6개월 이내에는 정치활동을 하지 않는다'는 규정이 있는데, 이 규정이 저는 가장 중요하다고 생각합니다. 기자 직분을 이용해서 본인의 인지도를 높여 정치권 등으로 가려는 기자 동료들이 있다면 경각심을 불러일으킬 것으로 생각합니다(기자 O).

⑧ 보도전문채널

본 연구에서 인터뷰한 보도전문채널 소속 언론인은 언론윤리강령이 필요하다고 보았고, 윤리강령이 중요한 이유를, 언론 본연의 존재 이유를 잊지 않도록 하는 '나침반'에 빗대어 설명하였다. 그리고 선언적인 윤리강령을 지키기 어려운 현실 상황을 충분히 고려하여 구체적인 체크리스트 형식의 보도준칙이 수반되어야 한다고 주장하였다.

언론윤리강령이 중요한 이유는 한마디로 혼란스런 언론 환경에서 언론의 기본적인 존재 이유를 잊지 않고 가치 기반의 언론 보도를 위한 나침반 구실을 할 지침이 필요하기 때문입니다. 언론 현업은 제한된 시간과 여건 안에 서로 충돌하는 요구와 가치를 절충해가는 작업이기도 합니다. (중략) 한국의 언론지형은 각자의 입장에서 바라보는 공정 보도의 견해가 매우 다양한 게 현실입니다. 또 다른 한편으로 매일 매일의 현업에서는 언론 윤리를 일상적으로 고민하고 논하는 게 사치스럽게 느껴진다고 볼 수도 있습니다. 때로는 다분히 편파적이거나 선정적 보도가 시청자와 구독자

를 더 꾸준히 끌기도 하고 수개월 취재한 심층보도가 일회적으로 소비되고 별다른 주목을 받지 못하고 잊혀지는 데 반해, 선정적인 내용을 외부에서 베껴온 기사는 압도적으로 높은 조회 수를 기록하는 현상도 자주 목도하고 있습니다. 이런 현실에서도 언론보도윤리의 기본을 잊지 않으려면 현실에서 기준으로 참고할 만한 매우 구체적이고 현실적인 셀프 체크 리스트 형식의 보도 준칙이 필요하다고 생각합니다 (기자 P).

또한 보도전문채널 소속 언론인은 언론윤리강령의 모든 조항이 다 중요하지만 그 중에서 현재 가장 잘 안 지켜지고 있는 항목은 투명성이라고 생각하고 있었다. 투명성이 확보된다면 보도의 정확성과 독립성도 더욱 잘 지켜질 수 있을 것인데, 현실적으로 취재과정과 출처를 상세하게 보도하기 어려운 점을 고려하여 절충점을 찾아야 될 필요가 있다고 피력하였다.

언론윤리강령에서 정확성, 독립성, 투명성 ,모두 중요하다고 생각되나, 개인적으로 한국 언론이 이중 가장 소홀히 하는 가치는 투명성이라고 봅니다. 취재원의 출처와 취재 경로, 취재 보도 동기를 조금 더 명확하고 솔직하게 밝히는 관행이 확립된다면, 정확성과 독립성도 더욱 엄밀하게 지킬 수 있다고 생각합니다. 다만, 현실적으로 백 그라운드 브리핑과 딥백 브리핑, 조직 내부의 분위기를 익명으로 전하는 기사 등의 빈도가 매우 높은 상황에서 한 곳의 언론사의 결단으로 투명성을 단기간에 높일 방법이 무엇인지는 고민해봐야 할 것으로 보입니다. 또한 2분 안에서 리포팅을 마쳐야 하며, 화면 그래픽에 글자수를 최소한도로 줄여야 하는 방송 제작 문법에서 구구절절하게 취재 과정과 출처를 모두 상세하게 전하기는 어려우므로 절충점을 찾을 필요가 있습니다(기자 P).

⑨ 인터넷신문

인터넷신문사 소속의 언론인(Q)은 기자의 취재윤리를 공직자의 직업윤리와 대등하다고 할 만큼 잘 지켜야하는 것으로 생각하고 있었으며, 가장 문제가 되는 항목은 공정성이라고 판단하고 있었다. 그러나 대부분의 언론사들이 생존을 위하여 잘 팔리는 기사를 선호하기 때문에 공정보도가 등한시 되는 현상을 근절하기 어려울

것이라고 회의적으로 보고 있었다. 이 같은 시각은 또 다른 인터넷신문사 기자(R)의 답변에서도 나타났다. 설명하자면, 기자라면 너무나 당연하게 지켜야하는 기본적인 강령들조차 이윤추구를 해야하는 상업적인 이유로 인해, 언론사의 지시에 의해 위반하는 경우까지 있으며, 공영방송을 제외한 민간 언론사의 경우 현실적으로 그 유혹을 배척하기 어렵다는 것이다.

언론사는 사기업이긴 하지만 권력 감시와 같은 공적인 역할을 부여받았습니다. 또한 남을 비판하는 일에는 자신의 뒤통수가 전제돼야 한다고 생각합니다. 그런 측면에서 기자의 취재윤리는 공직자의 직업윤리만큼이나 철저하게 지켜져야 한다고 생각합니다. 많은 언론에서 취재윤리의 가장 밑바탕이 되는 공정정보가 많이 훼손되고 있다고 생각합니다. 특히, 정파적인 보도가 극에 달하는 상황입니다. 우리나라 매체 가운데 진정한 의미의 공정정보를 하고 있는 곳은 없다고 생각합니다. 또한 대부분의 매체가 생존하기 위해 소위 '인터넷에서 잘 팔리는 기사'를 쏟아내고 있습니다. 이 또한 근절되기가 불가능할 것으로 보입니다(기자 Q).

우리 언론사는 미션스테이트먼트에서 상업주의의 배격이나 광고/정부/이익단체의 지원 배제의 경우 설립 이래 지금까지 잘 지켜지고 있습니다. 그러나 한국기자협회 강령 가운데에서 기성 언론이 제대로 지키지 못하고 있는 것은 무척 많다고 생각합니다. 2. 공정정보, 3. 품위유지, 5. 올바른 정보사용 8. 오보의 정정, 9. 갈등 차별 조장 금지 10. 광고 판매활동의 제한 등이 모두 제대로 지켜지고 있지 않습니다. 안타까운 것은 이 같은 윤리강령의 위반이 개인적 일탈이 아니라, 언론사의 조직적인 지시에 의한 경우도 많다는 점입니다. 공영방송을 제외한 기성언론사의 기자들이라면 이 같은 윤리강령을 분명 숙지하고 있으면서도, 현실에서는 제대로 지키지 못하는 경우가 있을 것입니다(기자 R).

❖ 소결: 언론윤리강령 중요성 인식에 대한 특징

- **언론 본연의 역할을 위한 지침서로서의 언론윤리강령:** 본 연구에서 인터뷰한 언론인들의 경우, 언론윤리강령의 필요성과 중요성에 대하여는 모두 동의하고

있었다. 언론윤리강령이 필요한 이유에 대해서는 다양한 관점을 피력하였는데, 뉴스 제작에 대한 신뢰를 담보 수단이라거나 저널리즘의 원칙과 책무를 지키기 위해서라거나 우후죽순 생겨난 언론사들 간의 견제를 위해서 필요하다는 입장도 있었다. 하지만 답변들을 통합하면 언론 본연의 역할을 하도록 하는 지침서이기에 중요하고 필요하다고 인식하는 것으로 정리된다.

- **가장 중요한 조항은 언론자유와 공정정보도:** 언론윤리강령 가운데 가장 중요하다고 여기는 조항은 대다수의 언론인들이 가장 기본적인 언론자유와 공정정보도를 피력하였다. 그 바탕에는 기자 개인의 이익추구나 권력, 언론사 내외부의 이해관계에 따른 개입과 간섭 없이 정확하고 공정한 사실보도를 하도록 윤리강령을 지키는 것이 가장 중요하며 같은 맥락에서 투명성이 확보된다면 보도의 정확성과 독립성도 더욱 잘 지켜질 수 있을 것이라고 보는 언론인도 있었다. 특히 경제일간지 기자들은 개인이나 회사의 이윤과 사적관계 때문에 축소, 은폐, 편파 보도를 하지 않는 공정성이 가장 중요하다고 강조하였다. 그리고 선언적인 윤리강령을 지키기 어려운 현실 상황을 충분히 고려하여 구체적인 체크리스트 형식의 보도준칙이 수반되어야 한다는 의견도 있었다.
- **언론기업에서의 윤리강령 준수의 한계:** 대부분의 언론사들은 이윤을 추구해야 하는 구조적인 한계로 잘 팔리는 기사를 선호하기 때문에 공정정보도가 등한시되는 현상을 근절하기 어려울 것으로 보는 시각도 있었다. 즉, 기자라면 당연히 지켜야 하는 기본적인 윤리강령조차 상업적인 이유로 조직적으로 위반하는 경우도 있으며, 공영방송을 제외한 민간 언론사의 경우 현실적으로 그 유혹을 이겨내기 어려울 것이라는 회의적인 입장도 있었다.

(3) 언론윤리강령 공개와 단일 언론윤리강령에 대한 인식

이번 문항은 일반인들을 대상으로 한 언론윤리강령의 공개와 단일한 형식의 필요성에 대한 질문이다. 현직 기자들이 자사의 언론윤리강령이 홈페이지에 게시되어 누구나 쉽게 찾아볼 수 있도록 하는 것에 대해 어떻게 생각하는지, 그리고

현재와 같이 언론사별 윤리강령이 더 효율적일지 아니면 단일화된 윤리강령이 더 효율적일지에 대해 견해를 물었다.

① 전국일간지

전국일간지 소속 현직기자들은 자사 언론윤리강령을 대외적으로 항시 공개해놓는 것에 대해 의견이 엇갈리고 있었다. 4개의 언론사 기자 중 2명은 반대 입장을 표명했는데, 그 이유는 윤리강령이 공개된다면 외부 인사들의 공격의 빌미가 될 수 있으며, 윤리적인 언론이나 아니냐는 논란이 벌어질 경우, 취재나 기사 작성 등에서 외부의 눈치를 보고, 언론인 활동이 위축될 수 있기 때문이라고 하였다.

우리 언론사 사보는 온라인에서 누구나 찾아볼 수 있으니, 제가 찬성하는 것과 반대하는 것과는 상관없이 현재 홈페이지에 공개된 것과 마찬가지로 할 수 있습니다. 그러나 개인적으로는 윤리강령을 굳이 홈페이지 등에 공개할 필요가 있는지 의문입니다. 윤리라는 게 어차피 개인이 알아서 지키는 것이고, 법적인 강제력이 있는 것은 아니라고 생각합니다. 그런데 강령을 회사의 공식적인 홈페이지에 공개하는 것은 외부 인사들이 이를 빌미로 공격할 수 있는 근거를 줄 수 있다고 봅니다(기자 A).

현재 사내 홈페이지에 윤리강령이 영구 게시되어 있지만 일부러 찾지 않으면 그 내용을 쉽게 확인하기 어렵습니다. 하지만 굳이 대외 홈페이지에 따로 게시할 필요는 없고 내부 포털에 공유하는 것으로 충분하다고 판단됩니다(기자 C).

그러나 다른 2명의 언론사 현직 기자는 언론윤리강령의 대외적 공개가 반드시 필요하다고 답변했다. 평소 윤리강령을 접할 기회가 거의 없으며, 심지어 몇 년 전에 자사의 윤리강령이 개정된 것을 타 언론사의 기사를 보고 알 정도로, 수정된 규칙을 전달 받은 적도 교육을 받은 적도 없다고 토로한 현직 기자는 독자가 언론사 평가 기준으로 윤리강령을 활용할 수 있도록 적극적으로 공개해야한다고 피력하였다.

언론사의 윤리규정의 공개는 반드시 필요합니다. 적극적으로 보여줘야 한다고 생각합니다. 독자가 평가 기준으로 삼을 수 있도록 적극 유도해야 합니다. 언론사별 윤리강령

이 효율적이라고 생각합니다. 윤리강령은 각 언론사별 지향하는, 더 중요하게 생각하는 가치에 대한 차이를 확인할 수 있는 부분이기 때문입니다(기자 B).

그리고 또 다른 전국일간지 언론사 기자는 자사의 언론윤리강령은 이미 홈페이지에 항시 게시하고 있다고 답하며, 투명한 취재와 취재원 보호를 위해 윤리강령의 공개는 필요하다고 보았다.

본사는 윤리강령, 취재보도준칙은 물론 독자권익 보호를 위한 내용까지 홈페이지에 게시하고 있습니다. 투명한 취재환경과 취재원 보호 등을 위해 윤리강령 등은 공개하는 것이 바람직하다고 생각합니다(기자 D).

언론윤리강령의 공개에 대해 찬반의 입장이 있는 것과 달리, 단일한 형식의 윤리강령에 대해서는 모두 반대하였으며, 언론사별 특징에 맞추어 별도의 마련이 필요하다는 입장을 표했다. 그 이유는 일관적이고 단일해야 할 법령과 달리, 윤리는 그 보다 범위가 넓고, 다양한 관점이 존재할 수 있기 때문에 단일화된 윤리규정은 혼란을 초래할 가능성이 있으며, 매체의 규모와 성격에 따라 차이가 있으므로 각 사가 각자 적합한 윤리강령 따로 제정할 필요가 있다고 보았다.

윤리강령은 회사를 가리지 않고 단일해야 할 이유도 없다고 봅니다. 윤리를 규정으로 만든다는 것 자체가 별로 달갑지 않습니다. 굳이 윤리강령을 만들어야 한다면 회사 별로 만드는 게 맞을 것 같고, 언론단체가 모범 기준 정도 만드는 것 정도가 제 생각에는 어느 정도 타당해 보이는 것 같습니다(기자 A).

윤리는 정답이 없기 때문에 단일화된 규정은 혼란을 초래할 가능성이 있습니다. 각 언론사가 중요하게 생각하는 윤리 기준에 대한 평가를 독자에게 상시로 받으면 독자 역시 미디어 비평에 대한 수준 올라가는 상승작용 가능할 겁니다(기자 B).

단일화된 윤리강령은 한국기자협회, 신문협회, 방송기자협회, 사진기자협회 등 대표기관에서 이미 제정해서 공표해냈습니다. 하지만 기관마다 추구하는 바가

다르고 모든 언론사에 적용하기는 어려운 실정입니다. 매체의 규모와 성격에 따라 차이가 있으므로 각 사가 이에 적합한 윤리강령 따로 제정할 필요가 있다고 생각합니다(기자 C).

② 지역일간지

지역일간지 기자의 경우, 2명 모두 윤리강령을 공개하는 데 찬성의 입장을 나타냈다. 각기 다른 윤리강령이 공개된다면 서로에게 긍정적인 영향을 줄 수도 있으며, 시민들에게 언론사가 윤리를 준수하고 있음을 알리는 효과도 있을 것으로 보았다.

우리 회사의 언론윤리강령이 홈페이지에 게시되는 것에 반대하지 않습니다. 다만 현실적으로 언론사마다 처한 상황이 다르기 때문에 단일한 윤리강령보다 개별 언론사 실정에 맞는 윤리강령을 만들어 올리는 것이 바람직하다고 봅니다. 홈페이지에 회사마다 다른 윤리강령이 함께 공지가 된다면 서로 긍정적인 영향을 끼칠 수도 있을 것이라고 생각합니다(기자 E).

(윤리강령 공개에) 찬성합니다. 기자에 대한 일반 시민들의 부정적 인식이 날로 커지고 있는 요즘 상황에서는 더욱더 윤리강령에 대해 게시해 이를 준수하고 있음을 널리 알리는 것이 중요하다고 생각합니다. 효율성 면에서는 단일화된 기자회견의 언론윤리강령이 더 낫다고 보지만, 언론사별로 그들이 중시하는 사회복지, 자살보도 배제 등에 대해 추가적으로 홈페이지에 게시하고 이를 준수하고 있음을 알리는 것도 함께 병행돼야 한다고 생각합니다(기자 F).

그리고 지역일간지 기자들 역시 단일한 윤리강령보다는 언론사별 실정이나 중시하는 요소에 따라 개별적인 윤리강령 마련이 필요하다고 하였다.

③ 경제일간지

본 연구에서 인터뷰한 경제일간지 기자는 윤리강령의 대외적 게시에 대해 회의적인 견해를 표했다. 이유는 공표 그 자체 보다는 자정의 노력이 필요하다는 것이었다.

또한 홈페이지 게시는 언론사 자율적 판단이며, 어떤 선택이던 긍/부정으로 논할 것을 아니라고 판단한 경우도 있었다.

강령이 홈페이지에 게시되면 누가 관심을 갖고 찾아볼까요? 그렇게 해야 하는 이유도 무엇인지 모르겠습니다. 언론사가 윤리적일 필요는 있지만 언론사만 그런 취급을 받아야 하는 이유도 알 수 없습니다. 결국 자정 노력이 가장 중요하다고 생각합니다. 현실적으로 잘 되지 않고 있는 상황을 감안해도 그렇습니다(기자 G).

홈페이지 게시는 각 언론사 자율에 맡겨야 할 일이라고 생각하며 게시가 되거나 반대로 안 되었다고 해서 그 자체로 긍정 부정을 논할 일이 아니라고 생각합니다 (기자 H).

단일한 윤리강령에 대해서는 상반된 의견이 나타났는데, 찬성하는 입장은 언론사 별 강령은 고무줄 강령이 될 우려가 있기 때문이며, 반대하는 입장은 단일한 강령이라 하더라도 효율성을 높이는 것은 어려운 것이라는 우려 때문이었다.

강령은 단일화된 매뉴얼이 좋지 않을까 생각합니다. 언론사별 강령을 따르는 순간 고무줄 강령이 될 우려가 있기 때문입니다(기자 G).

그리고 단일화 윤리강령 또한 만들어진다는 한들 효율성 자체를 논할 수 있을지에 대해서도 회의적입니다(기자 H).

④ 뉴스통신사

본 조사를 통해 인터뷰한 뉴스통신사 2곳의 현직 기자는 모두 자사 언론윤리강령이 홈페이지에 게시되는 것에 찬성하였다. 이유는 기자입장에서도 상황에 따라 판단하기 어려운 경우에 준거할 기준으로 활용하기 위해서는 접근성이 중요하기 때문이며, 게시하는 편이 기사를 작성하는 기자나 언론사 홈페이지를 찾아와 기사를 읽는 독자 모두에게 보다 더 윤리의식을 불러일으킬 수 있다고 생각하기 때문이라고 하였다.

회사 언론윤리강령이 홈페이지에 게시되는 것에 찬성합니다. 누구나 쉽게 찾아볼 수 있기 때문입니다. 언론윤리강령의 특성상 어떤 특정한 상황에서 내가 해당되는지, 이 사례가 적용되는지 등을 놓고 판단이 어려울 때가 많습니다. 각종 상황에 부딪혔을 때 들춰보고 참고할 기준으로 삼기 위해선 '접근성'이 중요하다고 생각합니다. 그런 점에서 홈페이지 게시는 효과적인 방법이라고 생각합니다(기자 I).

일단 윤리강령이 만들어진다는 전제 하에, 홈페이지에 보기 쉽게 게시된다는 점은 찬성입니다. 그편이 기사를 작성하는 기자나 언론사 홈페이지를 찾아와 기사를 읽는 독자 모두에게 좀 더 윤리의식을 불러일으킬 수 있다고 생각하기 때문입니다 (기자 J).

단일화된 윤리강령의 필요성에 대해서는 찬반이 엇갈렸다. 반대하는 입장에서는 언론사별로 매체에 따라, 또 중점적으로 다루는 분야에 따라, 구체적인 보도 형태 등이 상이하기 때문에 각 언론사가 처한 상황에 맞는 가이드라인이 필요하다는 것이다. 이와 달리, 찬성하는 입장은 보편적으로 통용되는 단일 윤리강령이 '표준 지침화' 하기에 좋을 수 있기 때문이라고 보았다.

일선 기자 입장에서는 언론사별 윤리강령이 더 효율적이라고 생각합니다. 소속 회사의 매체, 중점적으로 다루는 분야, 구체적인 보도 형태 등이 상이하기 때문입니다. 우선 매체 측면에서, 지면 중심인 신문, 화면 중심인 방송은 서로 다르고, 이들 매체는 또한 통신과도 구조적으로 차이가 날 수밖에 없습니다. 또 경제지인지 스포츠 지인지에 따라 처한 상황이 다를 것이며, 신문과 방송 기자, 펜 기자와 사진 기자, 카메라 기자들이 취재와 보도 현장에서 접하는 고민거리도 다를 수 있습니다. (중략) 따라서 실제 취재와 보도 현장에서 겪게 되는 문제를 해결하기 위한 지침으로서 언론윤리강령이 제 기능을 하려면 언론사별 윤리강령이 더 효율적이지 않을까 생각합니다. 그리고 저널리즘이 지향해야 할 목표를 큰 틀에서 제시하는 '원칙적', '원론적' 강령은 현업 종사자들에게는 충분히 '좋은 말'로 받아들여질 수 있지만, 실제 현장 즉 이른바 '실전'에서 활용할 가치가 있느냐의 측면에서 본다면 한계가 있다고 생각합니다(기자 I).

보편적으로 통용되는 단일 윤리강령이 '표준 지침화'하기에 좋다고 생각합니다. 지금도 규칙이나 강령이 없어서 잘 지켜지지 않는 것은 아니라고 생각하기 때문입니다(기자 J).

⑤ 지상파방송사

지상파방송사 현직 기자들은 언론윤리강령의 대외 게시에 대해 적극적인 찬성을 표했다. 그 이유에 대해서는 뉴스의 소비자인 독자와 시청자가 자신이 소비하는 뉴스가 어떠한 윤리적 기준을 갖고 취재하고 제작된 것인지를 알 권리가 있으며, 언론사는 시청자들에게 올바르게 알릴 필요가 있기 때문이라도 하였다.

언론의 사회적 책임, 어커운터빌리티 차원에서 당연히 언론윤리강령은 대외에 공표되어야 한다고 생각합니다. 이것은 뉴스의 소비자인 독자, 시청자가 자신이 소비하는 뉴스가 어떠한 윤리적 기준을 갖고 취재, 제작된 것인지를 알 권리가 있기 때문입니다(기자 K).

적극 찬성합니다. 언론의 신뢰도는 진실성도 중요하지만 투명성도 중요하다고 생각합니다. 언론 자체가 감시의 목적이 있지만 언론 또한 시청자들에게 공정하게 감시받아야 한다고 생각합니다. 그러기 위해서는 우리가 어떤 기준을 갖고 취재하고 프로그램을 제작하는지 시청자들에게 올바르게 알릴 필요가 있습니다(기자 L).

단일한 윤리강령의 필요성에 대해서는, 언론윤리의 본질적 목적 달성이 중요하지 단일 또는 개별은 크게 중요하지 않다고 보는 입장과 언론사 스스로 윤리강령을 만들고 고쳐나가는 것이 윤리의식 제고에 필요하다고 보는 입장으로 나뉘었다.

현업자의 입장에서 언론윤리강령이 언론사별로 존재해야 할지, 단일화된 윤리강령이 존재해야 할지에 대한 문제는 그렇게 중요하게 느껴지지 않습니다. 물론 신문과 방송, 언론사별로 처한 환경이 다를 수 있지만 언론윤리강령은 그러한 세세한 부분을 감안해 존재해야 하기 보다는 언론윤리가 존재해야 하는 본질적 부분에 중하는 것이 더 본연의 목적을 달성하는데 도움이 된다고 생각합니다(기자 K).

단일화된 윤리강령을 지키라는 것은 그 자체로 언론에 대한 탄압이라고 생각합니다. 또한 언론사 스스로가 윤리강령을 만들고, 시간이 지나 이를 되돌아보고, 또다시 고쳐나가는 것 자체도 언론사와 언론인의 윤리 의식 제고에 큰 도움이 된다고 생각합니다(기자 L).

⑥ 지역방송사

본 연구에서 조사한 지역방송사 기자는 시청자 알권리와 언론사 신뢰를 위해 언론윤리강령의 공개가 필요하다고 보았다. 그리고 실제 현장에서 적용될 수 있는 단일화된 윤리강령 제정과 공표가 효율적일 수 있다고 보았다.

해당 언론사 임직원은 물론 시청자들의 알권리를 위해 필요하다는 의견입니다. 종사자들은 초심을 잃지 않고, 시청자들은 윤리강령에 근거해서 방송 콘텐츠가 제작되고 있다는 신뢰를 줄 수 있기 때문입니다. 하지만 윤리강령을 들여다보는 사람들이 과연 얼마나 될지 의문입니다. 윤리강령이 선언적인 의미에 그치지 않고 실제 현장에서 적용될 수 있도록 단일화된 윤리강령 제정이나 선포를 통해 공감대를 이끌어내는 게 효율적이라고 생각합니다(기자 M).

⑦ 종합편성채널

종합편성채널 2개사의 현직기자도 자사의 언론윤리강령 대외 공개를 긍정적으로 보고 있었다. 보도의 책임성이 높아질 수 있고, 경각심을 심어줄 수 있어 찬성한다는 의견이다.

또한 단일한 언론윤리강령의 필요성에 대해서는 기본적인 공통가치를 담아내는 기준으로 마련할 수는 있어도, 각 언론사별로 구체화된 보도준칙은 필요하다는 입장이었다.

공식 언론사 홈페이지는 맞지 않는 것 같고, 사내 게시판에 상시 찾아볼 수 있게 게시하면 좋겠다는 생각은 듭니다. '헌법'처럼 기본적으로 공통된 가치를 담은 언론강령을 바탕으로, 일반법이나 시행령처럼 언론사별 윤리강령이 있으면 구체적인 사안에 적용하기 편할 것으로 봅니다(기자 N).

찬성합니다. 보도의 책임성을 좀 더 강조할 수 있고, 구성원들에게 더 경각심을 일으킬 수 있다고 생각합니다. 기본적으로 단일화된 윤리강령은 있되, 각 사별로 구체화하는 형태가 가장 적절하지 않을까 생각합니다. 물론 저희 회사처럼 뚜렷하게 보도준칙이 있지는 않고 그룹 윤리규범 형태로 이뤄지는 회사의 경우 세부적으로 보도 준칙을 만들 필요는 있어 보입니다(기자 O).

⑧ 보도전문채널

보도전문채널의 기자는 언론윤리강령의 공개가 필수적으로 이행되어야 한다고 주장하였다. 뉴스 이용자에게 신뢰감을 높일 뿐 아니라, 기자들이 언론의 기본원칙을 잊지 않게 하는 역할을 기대할 수 있다고 보았다.

그리고 윤리강령은 언론사별로 제정하는 것이 필요하며, 일부라도 구성원이 참여하여 자사에 맞는 윤리강령을 제정한다면 공감대를 확대하는 효과가 있을 것으로 보았다.

홈페이지 게시가 바람직할 뿐 아니라 필수라고 생각합니다. 구성원 뿐 아니라 시청자와 독자에게도 해당 언론사가 저널리즘 가치를 위해 어떤 각오로 노력하고 있는가를 보여주어 신뢰감을 높일 수 있을 뿐 아니라, 앞으로 어떤 환경의 변화가 오더라도 계속 기본을 잊지 않을 것이라는 일종의 약속의 의미도 있기 때문입니다. 언론사마다의 매체적 특성이 다르다는 점을 고려하면, 언론사별 윤리강령이 필요하다고 봅니다. 특히 구성원 일부가 직접 참여하여 합의하여 제정한다면, 조직 내 공감대를 넓히는 데에도 도움이 될 것이라고 생각합니다 (기자 P).

⑨ 인터넷신문

본 연구에서 인터뷰한 인터넷신문사 소속의 현직기자 2명은 언론윤리강령을 일반인에게 항시 공개하는 것이 당연하다고 생각하고 있었으며, 이미 시행하고 있는 언론사도 있었다.

그런데, 단일 윤리강령에 대해서는 약간 입장이 달랐는데, 현재 한국기자협회 윤리강령을 기준으로 삼고 있는 인터넷신문사 기자는 기자 대표 조직이 다른 사안별 전문가(예를 들어, 자살예방 전문가)들과 함께 단일한 윤리강령을 마련하는 방식도

좋을 것이라고 보았다. 이와 달리, 언론사별로 다른 특수성이 있어 개별적 윤리강령은 필요하지만, 공통분모를 추출해 단일한 윤리강령을 만드는 것도 좋을 것 같다는 의견도 있었다.

언론윤리강령을 홈페이지에 게시하는 것은 당연하고, 반대할 이유를 찾기 어렵다고 생각합니다. 그리고 저희 회사 사례도 있는데, 한국기자협회에 윤리강령이 있기 때문에 사내 새로운 윤리강령을 만드는 것에 큰 의미를 두기 어렵다는 사람들도 많습니다. 따라서 굳이 언론사별 윤리강령이 필요할지 의문입니다. 또한 한국기자협회 자살보도 권고기준 3.0의 경우 보건복지부, 중앙자살예방센터와 함께 마련한 것으로 알고 있습니다. 이처럼 기자가 아닌 제3자의 시각으로 기자들의 취재윤리에 접근하는 방식도 필요합니다. 따라서 **기자협회 등 기자들 대변하는 조직이 사회의 다른 집단과 함께 윤리강령을 제정하는 것이 언론사별로 자체적인(기자 중심의) 윤리강령을 마련하는 것보다 더욱 낫다고 생각합니다**(기자 Q).

우리 언론사의 경우 이미 게시되어 있습니다. 다른 언론사도 누구나 쉽게 찾아볼 수 있도록 게시하는 게 **좋다**고 생각합니다. 언론사로부터 부당한 피해를 입은 취재원이나 취재 대상이 그 윤리강령에 근거해 문제를 제기할 수 있어야 합니다. 소속 기자들 역시 자주 윤리강령을 되새겨보면 이를 위반할 수 있는 상황에서 자제 또는 저항을 할 수 있을 것입니다.

개별 언론사별 윤리강령은, 언론사마다의 특수성에 따라 다를 수는 있습니다. 그러나 그 가운데 **공통분모를 추출해 단일화된 윤리강령을 만드는 것도 좋을 것 같습니다**. (이미 기자협회가 윤리강령을 만들어 갖고 있기 때문에 현실적으로는 추가로 만들 필요가 있는지는 모르겠습니다. 기자들 자신이 아닌 다른 누군가가 윤리강령을 만들어 강제할 수는 없으니까요)(기자 R).

❖ 소결: 언론윤리강령 공개와 단일 강령에 대한 인식

- **언론윤리강령 공개에 대한 인식:** 본 연구에서 인터뷰한 현직 기자들은 소속 언론사의 언론윤리강령을 누구나 쉽게 찾아보도록 대외적으로 공개하는 것에

대해, 18명 중 14명은 찬성하였고, 3명은 반대 의사를 표했으며, 1명은 언론사의 자율의지에 맡겨야한다고 보았다. 공개를 찬성하는 이유를 요약하면, 무엇보다 기자들에게 윤리의식의 경각심을 보다 강하게 심어줄 수 있으며, 기자들이 언론의 기본원칙을 잊지 않게 하는 역할을 할 수 있을 것이고, 투명한 취재와 취재원 보호를 위해 필요하다고 보았다. 또한 뉴스 이용자에게 언론의 신뢰감을 높일 뿐 아니라, 독자가 언론사를 평가 기준으로 윤리강령을 활용할 수 있기 때문이라고 보는 견해도 있었다. 그리고 언론사마다 각기 다른 윤리강령이 공개된다면 서로에게 긍정적인 영향을 줄 수도 있으며, 시민들에게 언론사가 윤리를 준수하고 있음을 알리는 효과도 있을 것으로 보았다. 이와 달리 언론윤리강령 공개를 반대하는 이유는 윤리강령이 공개된다면 외부 인사들의 공격의 빌미가 될 수 있으며, 윤리적인 언론이나 아니냐는 논란이 벌어질 경우, 취재나 기사 작성 등에서 외부의 눈치를 보고, 언론인 활동이 위축될 수 있기 때문이라고 보는 의견이 있었다. 이밖에 언론사가 윤리적일 필요는 있지만, 언론사만 그런 취급을 받아야하는 것은 아니기에 대외적으로 공개를 하는 것보다는 언론인의 자정의 노력이 중요하다는 입장도 있었다. 마지막으로 자율의지에 맡겨야한다고 표명한 이유는 언론윤리강령의 공개여부를 긍/부정으로 논할 일이 아니라고 보기 때문이라고 하였다.

- **단일한 언론윤리강령 제정 대한 인식:** 다음으로 단일한 형식의 윤리강령을 제정하는 것에 있어서는 18명 중 반대 입장이 10명이었으며, 찬성하는 입장은 4명, 나머지 4명은 단일한 형식을 만들더라도 언론사 각각 개변 보완을 해야한다는 입장을 표했다. 단일한 윤리강령을 반대하는 이유는 일관적이고 단일해야 할 법령과 달리, 윤리는 그 보다 범위가 넓고, 다양한 관점이 존재할 수 있기 때문에 단일한 윤리규정은 혼란을 초래할 수 있으며, 매체의 규모와 성격에 따라 차이가 있기 때문이라고 하였다. 즉, 언론사별로 매체에 따라, 또 다루는 분야에 따라, 구체적인 보도 형태가 다르기 때문에 각 언론사가 처한 상황에 맞는 세부적 지침이 다를 수 있다고 보았다. 이와 반대로, 단일한 윤리강령을 찬성하는 입장은 언론사별 강령은 고무줄 강령이 될 우려가 있으며, 보편적으로 통용되는 단일 윤리강령이 ‘표준 지침화’하기에 좋을 수 있기 때문이라고 하였

다. 단일한 윤리강령을 긍정적으로 본 이유 중에는 기자 대표 조직이 자살 예방 전문가와 같이 사안별 전문가들과 함께 단일한 윤리강령을 마련하는 방식도 좋을 것이라고 하였다. 마지막으로 언론사들의 개별적 보완이 필요하다고 의견을 낸 기자들의 설명은 언론사별로 다른 특수성이 있어 개별적 윤리강령은 필요하지만, 공통분모를 추출해 단일한 윤리강령을 만드는 것도 좋을 것 같다는 의견이었다.

2) 언론윤리강령 교육 경험 및 필요성 인식

언론윤리강령에 대한 인식에 이어, 언론윤리강령 관련 교육에 대하여 언론사별 교육 시스템 유무 및 구체적 방식과 교육 필요성 인식에 대해 알아보았다.

(1) 언론윤리강령 관련 교육 시스템

우선, 총 18명의 기자들에게 소속 언론사의 언론윤리강령 관련 교육 시스템에 대하여 질문하였다. 교육 방식, 강의 주체, 교육기간, 재교육 절차, 교육이수에 대한 인센티브 유무 등 교육 시스템 전체에 대한 경험을 가급적 자세히 답변하도록 요청하였다. 그리고 선배나 상사에게 개별적으로 기자윤리에 대해 듣거나 배웠다면 그에 대한 경험도 기술하도록 하였다.

인터뷰 결과, 본 연구에서 인터뷰한 18명의 현직기자들은 공통적으로 선배나 상사에게 도제식으로 취재윤리에 대해 직접적 또는 간접적으로 습득하였다고 답했다. 언론윤리강령 관련한 사내의 공식적인 교육 제도 유무는 언론사별로 달랐는데 교육시스템이 있다고 답한 기자는 18명 중 3명에 불과했고, 언론윤리관련 교육 이수와 관련하여 인센티브 제도가 있는 언론사는 한 곳도 없었다. 언론윤리와 관련하여 교육을 받은 기억이 있다고 답한 8명의 기자 중에는 입사 초기 수습기자 교육 커리큘럼에 취재윤리가 포함되어 있던 것으로 기억하고 있었으며, 수습과정의 교육도 소속 언론사가 아닌 언론진흥재단의 교육 경험을 답한 경우도 적지 않았다. 각 언론사별 기자의 취재윤리 교육 경험에 대한 구체적인 답변은 아래와 같다.

① 전국일간지

본 조사에서 인터뷰한 전국일간지 4곳 가운데 언론윤리강령에 대한 공식적인 교육이 있다고 답변한 언론사는 1곳이 있었다. 다만 입사 시 수습과정에서 취재윤리 교육을 시행하는 경우들은 있었다. 그 가운데, 매년 온라인 취재윤리 교육이 시행되고 있다는 언론사(D)는 입사 후 수습과정에서도 윤리강령 및 취재보도준칙 교육을 반드시 이수해야한다고 하였다. 해당 언론사는 타 언론사와 달리 윤리강령도 이미 대외적으로 공개하고 있어, 언론윤리를 중시하는 기조가 있는 것으로 파악된다. 그러나 국내 주요 전국일간지 가운데 1곳에서만 그런 기조가 있는 것으로 읽히는 것은 매우 안타까운 현실이라 판단된다.

그 외에 기자들은 취재윤리의 방식을 선후배 또는 동료와 현장에서 보고 듣고 얘기 나누며 습득하거나 스스로 터득하는 것으로 파악되었다. 다만, 2015년 「부정청탁 및 금품 등 수수의 금지에 관한 법률」 일명 ‘김영란법’이 제정될 당시, 사내에서 기자들을 대상으로 대대적인 교육이 시행된 적이 있었다고 답한 경우는 있었다.

입사 때 취재준칙 등에 교육을 받은 것 같습니다. 하지만 그 이후로는 언론 윤리에 대해 특별한 교육을 받은 기억은 없습니다. 하지만 언론사 교육 시스템 자체가 도제식으로 이뤄지기 때문이라는 것을 감안해야 합니다. 예컨대 입사 후 취재나 기사 작성 교육도 공식적으로 받은 적도 없습니다. 일상적으로 취재를 하고 기사를 작성하는 중에 수시로 지적을 받거나 수정을 거치는 방식으로 교육이 이뤄집니다. 현재 한국의 언론사들은 교육보다는 일단 신문과 방송을 내보내고 온라인에 기사를 내보내는 현업에 바쁩니다. 인력 구조도 매우 타이트합니다. 그러다보니 애초에 제대로 된 교육 자체가 없습니다. 그런 사정에서 언론윤리강령 교육도 마찬가지로 상황이라고 이해하면 될 것입니다(기자 A).

단 한번도 언론윤리강령 교육을 받아본 기억이 없습니다. 회사 자체 수습기자 연수 과정에서도 없었던 것으로 기억됩니다. 언론진흥재단에서 수습기자 연수 과정에서 들었던 것 같으나 구체적으로 기억나지는 않습니다. 공식적인 교육시스템이 없기에 재교육을 받거나 재교육을 유도하는 인센티브 제도도 없습니다. 스스로 어려운 상황을

겪었을 때 선후배, 동료와 대화하면서 다른 기자의 의견을 듣고 참고해 스스로 기준을 만들어왔습니다(기자 B).

기본적인 기자 윤리강령에 대한 정기 교육은 제대로 이뤄지지 않고 있습니다. 각 부서, 팀 별로 선배들을 통해서 취재원과의 관계, 기사작성 과정 등에 대한 윤리 의식 등은 공유되지만 구체적인 문서로 정립되지 않은 상황입니다. 다만 반복되는 신문제작 과정 속에서 편집국의 게이트 키퍼링 혹은 데스크 과정에서 취재 기사의 윤리적인 부분은 어느 정도 체크되고 있는 것으로 판단됩니다(기자 C).

본사는 입사 이후 수습과정에서 윤리강령 및 취재보도준칙 교육을 이수해야 합니다. 최근에는 이른바 '김영란법'(부정청탁 및 금품등 수수의 금지에 관한 법률) 시행으로, 매년 취재윤리와 관련한 온라인 교육을 시행하고, 명절 전에도 회사 차원에서 구성원 전원에게 김영란법 포함된 윤리강령 등 공지사항 전달한 바 있습니다(기자 D).

② 지역일간지

지역일간지 2곳 역시 공식적인 사내의 취재보도 교육시스템은 없는 것으로 파악되었으며, 관련 교육은 한국언론진흥재단에서 접했다고 답하였다. 전국일간지 기자들과 마찬가지로, 입사 후 수습기자 교육과정에서 배우거나, 선배로부터 비공식적으로 습득하고 시행착오를 거치며 스스로 원칙을 만들었다고 답한 경우가 있었다.

처음 수습기자로 언론재단 교육을 받은 이후 언론윤리강령과 관련한 체계적인 교육을 받은 기억은 없습니다. 간혹 사내 기자협회 차원에서 외부 강사를 초빙해 강의를 하긴 했지만, 기억에 남는 건 별로 없습니다. 당연히 인센티브도 없었습니다. 도제식 교육이 일반적인 언론사 환경에서 언론윤리에 관한 교육 역시 선배들로부터 비공식적인 자리에서 귀동냥으로 들었을 뿐입니다. 그마저도 선배들마다 다른 기준을 말해주는 바람에 사실상 혼자서 시행착오를 거쳐 언론윤리에 관한 나름대로의 원칙을 잡아야 했습니다(기자 E).

사내 집합 교육을 받은 적은 없고 한국언론진흥재단을 통한 교육이 있었습니다. 언론윤리강령을 교육하는 사내 교육프로그램은 마련돼 있지 않습니다. 다만 선배나 상사로부터의 개별적 지도는 그냥 기자 생활의 일부입니다. 취재원 보호를 어떻게 해야 하는지, 기사를 쓸 때 중립성을 어떻게 견지해야 하는지, 반론권 보장은 반드시 필요하다는 등에 대해 특히 수습(혹은 인턴)기자 입사 시 짧게는 1개월~3개월 간의 부서별 로테이션 교육 때 기자윤리에 대해 특히 많이 강조를 합니다(기자 F).

③ 경제일간지

본 연구에서 조사한 경제일간지 2곳도 정기적이며 공식적인 언론윤리강령 관련 교육 시스템은 없으며, 특강과 같은 일회성 교육의 기억만 가지고 있었다.

정확히 기억나지 않습니다. 제가 받지 않았거나 받았어도 기억하지 못하는 것 같습니다. 장기적으로 꾸준히 체계적으로 진행됐던 것 같지는 않고 형식적으로 일회적으로 진행됐을 것 같습니다. 회사, 선배, 상사로부터 인상적으로 교육을 받았다면 어떤 식으로든 기억이 날 텐데 그런 기억은 없습니다. 강령 준수에 인센티브가 전제되는 건 맞지 않다 봅니다. 실적도 아니고 윤리강령인데 양심을 인센티브에 연결 짓는 것은 좋은 방법은 아닌 것 같습니다(기자 G)

④ 뉴스통신사

뉴스통신사는 부정기적이지만 회사 차원의 공식적 취재윤리 교육이 있는 경우와 입사 후 수습과정 교육만 있는 경우로 나누어졌다.

공식적인 교육이 있는 언론사는 연말 ‘법정 사내교육’에 언론윤리강령과 관련한 내용을 포함시키거나 기자 재교육 프로그램에 관련 내용을 담는 방식으로 운영하고 있었다. 그러나 해당 답변을 한 현직 기자(I)는 위의 교육은 형식적으로 이루어지는 측면이 강하며, 실질적으로는 담당할 각 출입처의 선배 기자를 통해 기자 윤리를 배우고 익힌 것이 가장 크다고 답하였다. 하지만 이러한 도제식 교육은 일반화하기 어려울 뿐 아니라, 특정 선배의 개인적 신념으로 윤리교육의 방향과 정도가 좌우될 가능성이 크며, 때로는 회사의 입장과 배치될 수 있고, 이전을 방식을 그대로

반복하여 시대적 변화에 둔감할 단점이 있다고 꼬집었다.

부정기적으로 사내 교육이 이뤄지고 있습니다. 다만, 특정 계기가 있을 때에만 이뤄질 때가 많았고, 횡수로 판단한다면 매우 적었다고 할 수 있습니다. 각종 사항을 교육하는 과정에서 그 가운데 한 부분(파트)으로 언론윤리강령도 '끼워 맞추기'나 '의무이행'식으로 마지못해 교육을 해온 측면이 있다고 생각합니다. 교육 주체는 회사 직원이거나 외부 강사(변호사나 전문강사 등)였고 교육 기간은 1~2시간 가량으로 짧았습니다. 사내 재교육은 부정기적으로 이뤄져왔습니다. 교육이수에 대한 별도의 인센티브는 없었습니다. 다만, 회사 차원의 공식적 교육과 별개로, 선배나 상사를 통해 이른바 '도제식'으로 교육은 많이 받아왔다고 생각합니다. 선배가 직접 알려주거나, 선배의 취재 방식이나 취재원 응대 요령을 옆에서 익히는 방식이 주를 이뤘습니다. 그러나 이 방식은 '일반화'가 어렵고, 특정 선배나 상사의 '개인적 신념'이나 '주관'에 좌우될 때가 많으며, 때로는 '회사의 입장과 배치'될 수 있고, '변화하는 시대 흐름에 둔감할 수 있다'는 한계가 있습니다(기자 I).

입사 직후 회사 수습교육 때 한 번 배운 것으로 기억합니다. 수습교육은 3일 정도 진행됐는데 아마도 당시 회의실에서 부장에게 관련 내용을 수업으로 들었던 것으로 기억이 납니다. 추후에는 따로 교육을 받은 바 없습니다. 당연히 별도 인센티브나 페널티 등도 없었습니다(기자 J).

⑤ 지상파방송사

지상파방송사 2곳 중 1곳은 체계적인 언론윤리 관련 교육이 있는 것으로 파악되었다. 신입사원 교육 뿐 아니라 직급별 교육에도 취재윤리 내용이 포함되어 있어, 입사 초기 단발적인 교육에 그치지 않고 경력과 직책에 맞는 윤리 교육이 이루어지고 있는 것으로 추측된다. 그러나 다른 지상파방송사의 경우는 앞서의 타 언론사와 마찬가지로 공식적 교육 시스템은 없으며, 현장에서 일을 하며 터득한 것으로 조사되었다.

우리 방송사에서는 신입사원 연수, 직급별 교육을 통해 언론윤리 관련된 교육을 받습니다. 또한 이러닝 시스템을 통해 자발적으로 원하는 사람은 관련 강의를 수강할 수 있도록 하고 있습니다. 하지만 이 외에 특강 형식으로 부정기적인 교육은 받은 경험이 없습니다. 또한 교육에 따른 인센티브도 특별한 것은 없습니다(기자 K).

저 때는 없었습니다. 수습 때는 기자윤리를 배우기보다, 어쩌면 윤리적 제한선을 넘지 않는 수준에서 사고 안 치고 취재하는 방법을 배웠던 것 같습니다. 소위 단독을 물어오라는 압박을 받으며, 윤리 의식까지 신경 쓸 겨를이 없었습니다. 그런데 기자들이 이런 압박을 받으면서도, 윤리적으로 문제가 될 큰 사고를 치지 않은 것을 보면, 이런 과정 또한 압박감 속에서 일반적인 양심을 지키는 훈련을 한 것이 아닌가 생각됩니다. 그러나 당시에도, 또 지금도 좋은 교육 방식은 아니라고 판단됩니다. 강령 개정 이후 신입기자를 뽑지 않아서, 교육이 이뤄지는 지는 확인하기 어렵습니다(기자 L).

⑥ 지역방송사

지역방송사 기자 역시 입사 시 수습과정에서 취재윤리 교육을 받은 기억만 가지고 있었으며, 선배를 통한 도제식 교육이 절대적인 비중을 차지하는 것으로 파악되었다.

입사 후 수습기간 중 심의실과 경영팀 담당자로부터 1-2시간 정도 윤리강령 교육을 받았던 걸로 기억합니다. 이후 진행된 한국언론재단 연수 때 언론윤리강령 강의를 들었습니다. 수습기간이 지난 이후 현업 부서에 배치된 이후로는 시간을 별도로 정해 교육받은 사례는 거의 없었던 걸로 기억합니다. 교육과정이 있었다라도 현업이 우선이었기 때문에 아마 참여하지 못했을 겁니다. 제 경우에는 주로 도제식 교육을 통해 업무를 익혔기 때문에 회사 상사 또는 타사 선배를 준거집단으로 해서 기자 윤리에 대해 배운 것 같습니다(기자 M).

⑦ 종합편성채널

본 연구에서 인터뷰한 종합편성채널 기자 가운데, 계열사에서 이직한 경력직

기자는 온라인 신문 계열사 입사 당시, 6개월 정도의 긴 수습기간을 거치며 받은 교육에서 언론재단 연수, 선후배와의 만남 등을 통해 언론윤리와 관련한 교육을 상당히 심도 있게 받은 것으로 기억하고 있었으며 그 교육이 기자생활에 큰 자산이 된 것으로 생각하고 있었다. 그러나 다른 종합편성채널 기자는 선배의 도제식 교육 형태의 경험만을 가지고 있었다.

계열사(온라인 신문)로 입사했습니다. 당시 인턴과정, 수습 과정이 길었는데 당시에 언론사 선후배, 사회 각계각층 인사들에게 특강을 듣는 시간이 많았습니다. 수습기간 까지 총 6개월정도의 시간이었는데, 그 시간을 거치면서 자연스럽게 기자로서의 자세, 기자가 추구해야할 가치 등에 대해서 습득할 수 있었습니다. 인턴 기간에는 하루 한번 특강, 수습 기간에는 자연스럽게 선후배와 식사자리, 언론재단 연수 등을 통해서 교육 받았습니다. 인턴, 수습 모두 채용을 위한 과정이었던 만큼 교육을 잘 받는 게 중요했고, 결과적으로 기자생활을 하는데 중요한 밑거름이 되었습니다 (기자 N).

교육은 받은 적 없습니다. 선배에게 개별적으로 기자윤리를 배우는 형태가 맞습니다 (기자 O).

⑧ 보도전문채널

보도전문채널의 기자 역시 소속 언론사의 공식적인 언론윤리강령 교육을 받은 기억은 없다고 답하였다. 28년차를 맞이하는 해당 기자(P)는 산업 안전이나 성희롱 방지 등에 대한 온라인 교육은 국가에서 의무화하여 정기적으로 수료하도록 하지만, 정작 현업과 밀접한 언론 윤리에 관한 교육은 거의 없다는 사실은 이상한 일이라고 하면서, 도제식 교육에서도, 단시간 내에 요령 있게 취재를 하고 보도를 하는 방법에 초점이 맞춰있으며, 팩트는 무엇이며, 취재원의 투명성을 어떻게 제고할 것이며, 저널리즘적 가치를 어떻게 실천할 것인가에 관한 얘기를 젊은 시절 회사 선배에게 들었던 기억은 거의 없고, 현업에서 혼자 고민하며 느낀 경험 그리고 책이나 외부에서 수강한 교육이 거의 전부라고 토로하였다.

입사 후 언론윤리강령 관련 특정한 교육을 받은 기억은 거의 없습니다. 다만, 외부 변호사를 초빙해 기사와 관련한 외부 소송을 방지하기 위한 특강이 십수년전에 한번 있었던 것으로 기억하며, 역시 과거에 윤리강령 제정시에 사내 시스템을 통해 공지글을 본 기억 정도가 있을 뿐입니다. 불공정한 보도나 오보 관련해 사내외에서 큰 논란이 일거나, 특정인이 징계를 당하는 사례를 보면서 구성원들이 비로소 저널리즘이 기본을 등한시했을 때 불거지는 리스크를 사후적으로 공감하는 듯합니다 (기자 P).

⑨ 인터넷신문

인터넷신문 2곳 역시 공식적인 언론윤리 관련 교육은 없는 것으로 조사되었으며, 기자생활을 하면서 스스로 체득하거나, 취재윤리를 강조하는 조직내부의 분위기 속에서 기자 각자가 숙지하고 있는 것으로 파악하고 있었다.

사내 언론윤리강령에 대한 구체적인 교육은 없습니다. 취재윤리는 기자로 입문하는 사람에게는 어느 정도 상식에 해당합니다. 기자생활을 하면서 스스로 체득하거나 선배들로부터 배우는 것이라고 생각하는 사람이 많습니다(기자 Q).

언론윤리강령이 따로 없기 때문에 이에 대한 공식적인 교육은 없습니다만, 조직 내부에서 자주 강조되기 때문에 구성원들이 모두 숙지를 하고 있다고 생각합니다. 또 실제로 일을 하는 과정에서 반복적으로 논의되고 실행되는 부분도 크다고 생각합니다(기자 R).

❖ 소결: 언론윤리강령 현행 교육 시스템

- **일반화된 도제식 교육:** 본 조사의 인터뷰에 응한 18명의 현직 언론인은 모두 선배나 상사로부터 도제식으로 취재윤리에 대해 습득하였다고 답했다. 취재윤리도 취재방식과 마찬가지로 선후배 또는 동료와 현장에서 보고 듣고 얘기 나누며 습득하거나 스스로 터득한다고 하였다. 이에 반해, 언론윤리강령 관련한 사내의 공식적인 교육 시스템이 있다고 답한 기자는 18명 중 3명(기자 D,

I, K)에 불과했다. 언론윤리 교육을 받은 기억이 있다고 답한 8명의 기자 중에는 입사 초기 수습기간 동안 취재윤리가 교육 커리큘럼에 포함되어 있던 것으로 기억하고 있었으며, 수습과정의 교육도 소속 언론사가 아닌 언론진흥재단의 교육 경험을 답한 경우도 적지 않았다. 그러나 이러한 도제식 교육은 일관성이 없으며, 일반화하기 어렵고, 특정 선배의 개인적 신념으로 윤리교육의 방향과 정도가 좌우될 가능성이 크다. 또한 전통적인 방식을 그대로 반복하여 시대적 변화에 둔감하다 등의 단점이 있다.

- **수습기자 대상의 교육:** 언론윤리강령 교육 경험이 있다고 답한 기자들 가운데에는 입사 후 수습과정에서의 교육을 언급한 경우가 많았다. 공식적인 교육시스템이 있다고 한 언론사 중에는 수습과정에서 윤리강령 및 취재보도준칙 교육을 반드시 이수해야하는 곳도 있었다(기자 D). 이외에도 수습과정에 배웠던 취재윤리에 대해 그 내용을 기억하고 답변한 경우들이 있었는데, 취재원 보호를 어떻게 해야 하는지, 기사를 쓸 때 중립성을 어떻게 견지해야 하는지, 반론권 보장은 반드시 필요하다는 등 기자윤리에 대해 집중적으로 배웠다는 기자(F)도 있었으며, 수습기간 중 심의실과 경영팀 담당자로부터 1-2시간 정도 윤리강령 교육을 받았던 걸로 기억하는 기자(M)도 있었다. 또한 수습 때 취재윤리를 체계적으로 배웠다고보다는, 윤리적 제한선을 넘지 않는 수준에서 사고 안 치고 취재하는 방법을 배운 것 같은데, 특종과 단독의 압박 속에서도 윤리적으로 문제가 될 큰 사고를 치지 않은 것은 기자적 양심을 지키는 훈련을 해서 그런 것이 아닌가하는 답변도 있었다(기자 L). 그러나 수습 당시에도 또 지금도 좋은 교육 방식은 아니었다고 생각한다고 부연하였다.
- **한국언론진흥재단의 교육:** 수습과정에서 언론윤리강령 교육의 경험만큼이나, 한국언론진흥재단에서의 교육경험을 언급한 기자들이 적지 않았다. 처음 수습 기자로 언론진흥재단 교육을 받은 이후 언론윤리강령과 관련한 체계적인 교육을 받은 기억은 없다는 답변(기자 E)을 비롯하여, 사내 집합 교육을 받은 적은 없고 한국언론진흥재단을 통한 교육을 받은 적이 있다거나(기자 F), 한국언론진흥재단 연수 때 언론윤리강령 강의를 들었다는 경우도 있었고(기자 M), 인턴

기간 동안 한국언론진흥재단의 교육이 기자생활을 하는데 중요한 밑거름이 됐다는 답변(기자 N)도 있었다.

(2) 언론윤리강령 교육 필요성에 대한 인식

다음으로는 언론윤리강령에 대한 교육이 반드시 필요하다고 인식하는지에 대해 질문하였다. 그리고 필요하거나 혹은 필요하지 않다고 생각하는 이유에 대해서도 설명하도록 요청하였다.

인터뷰 결과, 인터뷰에 응한 기자 18명 모두 언론윤리강령, 취재보도윤리에 대한 교육이 꼭 필요하다고 답하였다. 그 이유에 대해서는 대부분 언론 본연의 임무를 올바로 수행하기 위해서는 언론윤리가 뒷받침되어야 하기 때문이라는 인식이 저변에 깔려있었다. 기자들은 윤리강령 교육의 필요성과 함께, 교육 방식에 대해서도 의견을 피력했는데, 각각의 답변은 아래와 같다.

① 전국일간지

본 연구에서 조사한 전국일간지 기자들은 언론윤리강령의 교육이 필요하다는 데 모두 동의했다. 그러나 교육 내용에 있어, 일부 기자는 법적인 문제에 어떻게 대처해야하는지를 가르쳐주는 것이 더 필요하다고 보는 경우가 있었다.

윤리강령에 대한 교육보다는 법적인 문제에 어떻게 대처해야 하는 지 교육이 필요할 것 같습니다. 기자들은 기사 게재 후 명예훼손 등의 문제를 제기하는 상대방으로부터 언론중재, 소송 등에 노출돼 있습니다. 그런데 법적인 문제에 어떻게 대처해야 하는지에 대한 공식적으로 체계화된 교육조차 없습니다. 이게 우선인 것 같습니다(기자 A).

위와 같은 인식은 기자의 직업적 윤리 보다는 소송에 대응하는 실리적인 교육에 초점을 맞추고 있다는 점에서 기자 본연의 취재윤리가 다소 퇴색된 것은 아닐지 우려되는 대목이다.

이와 달리, 구체적인 언론윤리 교육 방식을 제안한 경우도 있었다. 구체적으로는, 획일적인 주입식 교육 보다는 기자 구성원들이 문제가 된 특정 사안에 대하여 토론하고 논의하는 과정에서 공감대를 얻을 수 있는 교육 방식이 필요하다고 하였다.

반드시 필요하지만 **확실적 주입식 교육은 불필요**합니다. 언론윤리는 원론적인 규정을 안다고 현장에서 다 지킬 수 있는 게 아니기 때문입니다. **복잡하고 큰 사건을 거쳤을 때마다 피드백하고 토론하고 그 수정된 내용을 공유해서 전파하고 공감대를 얻는 게 중요**하다고 생각합니다. 그땐 맞았지만 지금은 틀린 경우도 많기 때문에 상시 업데이트가 필요합니다(기자 B).

이외에 미디어환경의 변화로 언론윤리의 교육이 더 필요하다는 의견도 있었다.

미디어 환경의 급변화로 **초상권, 취재 윤리 등이 갈수록 엄격**해지고 있습니다. 이런 상황에서 기자들의 실수 혹은 단순 일탈 행위는 언론사 전체의 신뢰성을 훼손할 수 있기 때문에 이에 대한 **적절한 교육이 필요**합니다(기자 C).

공사장 등 산업현장에서 반복적인 안전교육이 필요한 것처럼, **윤리강령 교육을 통해 강령 준수 및 실천 의지를 상기**시키는 **효과 필요**하다고 생각합니다(기자 D).

② 지역일간지

지역일간지 2곳의 기자들 역시 언론윤리강령 교육의 필요성에는 공감하고 있었다. 다만 수동적인 통상의 교육으로는 그 효과를 기대하기 어려울 것으로 보았으며, 온라인 교육 형태로 주기적으로 환기시키는 교육 방식이 필요하다는 입장도 있었다.

언론윤리강령에 관한 교육은 필요하다고 봅니다. 다만 통상의 교육이 지금처럼 수동적인 자세로 이뤄진다는 현실에 비춰 기존 방식으로 이뤄진다면 사실상 효과가 미미할 것이라고 생각합니다. 이런 저런 이유로 교육이 교육으로만 끝날 우려도 적지 않습니다(기자 E).

온라인 교육 이수 등의 형태를 통해 한번쯤 환기를 시키는 일이 주기적으로 있었으면 좋겠습니다. 기자들이 부당한 외압을 받을 경우도 상당한데 이 때 거꾸로 기자의 편에서 힘이 되어주는 것이 언론윤리강령일 수 있습니다. 여기에 대해 **분명히 숙지**시키고 **주기적으로 환기**시키는 교육은 필요하다고 봅니다(기자 F).

③ 경제일간지

경제일간지 2곳의 기자들도 마찬가지로 언론윤리 교육이 필요하다고 보았으며, 특히 언론에 대한 국민들의 신뢰도를 높이기 위해서라도 반드시 교육은 있어야한다고 하였다. 또한 효과적인 교육을 위해서는 총론 형식의 당위성을 강조하는 형식이 아닌, 케이스 스터디와 같은 사례별 교육 방식이 도입되어야한다고 하였다.

반드시 필요하다 생각합니다. 전술했듯 언론은 공기라 생각하기 때문입니다. 그리고 예전에 비해 상당히 많은 수의 언론사들이 생겨났고 많은 기자들이 취재를 하고 있지만 충분한 윤리강령은 마련돼 있지 않은 것 같다고 느끼기 때문입니다. 이윤만을 쫓는 언론사가 늘어날수록 그런 경향은 더욱 심해질 것입니다. 국민들의 언론에 대한 신뢰도를 높이기 위해서라도 언론사에 대한 언론윤리강령 교육은 필요하다 생각합니다(기자 G).

교육이 필요하긴 한데 강령 자체는 정말로 기본적인 내용이기 때문에 교육을 한다면 단순히 강령을 읊어주는 데 그치지 않고 자세한 케이스 스터디 기반의 교육이 필요하다고 봅니다. 따라서 언론사 통합 강령보다는 일반적인 강령에 대한 자세한 사례별 교육이 더 좋다고 합니다(기자 H).

④ 뉴스통신사

뉴스통신사 2곳의 기자도 어김없이 윤리강령 교육 필요성에 공감하고 있었다. 취재현장에서 마주치는 다양한 윤리적 문제를 해소해줄 정보가 필요하며, 기자 스스로 윤리의식을 각성하기 위해서라도 강제적인 교육이 필요하고 피력하였다.

언론윤리강령에 대한 교육은 반드시 필요하다고 생각합니다. 취재와 보도 현장에서는 다양한 윤리적 문제에 봉착합니다. 그럴 때마다 구체적인 기준의 필요성을 느꼈지만 고민 해결에 도움이 될 만한 수단은 의외로 많지 않고 전문가를 찾기도 어렵습니다. 그런 상황에서 언론윤리강령 교육은 현업 기자들이 느끼는 어려움을 해결해줄 가장 기본적인 수단이라고 생각합니다(기자 I).

현장에서 일하고 있는 기자 스스로를 일깨우기 위해서라도 주기적으로라도 교육이 필요하다고 생각합니다. 다만 현재도 회사에서 제공하는 교육들이 있지만 이 역시 업무에 치여 제대로 수강하기는 어려운 상황입니다. 각 사 차원보다는 기자협회 차원에서라도 좀 더 체계적이고 강제적인 교육이 필요하다고 생각합니다(기자 J).

⑤ 지상파방송사

본 연구에서 조사한 지상파방송사 기자 2명은 공통적으로 실무적이고 구체적인 사례 위주의 교육이 기자들에게 보다 크게 도움이 될 것이라는 의견을 갖고 있었다.

현재에도 도제식으로 이루어지는 기자 직군의 교육 시스템 특성상, 언론윤리에 대해서 받은 몇 번의 교육보다 사실 현장 경험과 선배와의 소통 등을 통해 실무적 차원의 언론윤리(취재방식 등)에 대해 배우는 경우가 많습니다. 따라서 언론윤리의 중요성을 보다 크게 인식하고 다양한 측면에서 접근하고자 한다면 추가적인 언론 윤리 교육은 필요하다고 생각됩니다. 다만, 현업자의 입장에서 교육 내용이 보다 실무적 사례와 연관될 필요성이 있다고 봅니다(기자 K).

필요하다고 생각합니다. 도제식 교육으로 선배와 후배에게 모두 스트레스를 안겨주기 보다 조직 차원에서 교육해서, 취재 과정이나 기사 작성 과정에서 문제가 발생했을 때 어떻게 대처해야 하는지 알려주는 것이 중요합니다. 특히 자사의 윤리강령 중 제작가이드라인은, 대처 절차까지 구체적으로 설명하고 있어 숙지하고 나면 업무적으로도 편해질 것 같습니다(기자 L).

⑥ 지역방송사

지역방송사 기자 역시 주기적인 취재윤리 교육이 절실히 필요하다고 보고 있었다.

(취재윤리 교육이) 반드시 필요하다는 겁니다. 매체 환경이 급변하는 상황에서 과도한 사익 추구와 이해충돌을 막고 언론에 대한 신뢰를 회복하기 위해 주기적인 윤리 교육 절실하다는 의견입니다(기자 M).

⑦ 종합편성채널

본 연구에서 조사한 종합편성채널 2곳의 기자들도 다른 기자들과 다르지 않게 언론윤리관련 교육이 필요하다고 인식하고 있었다. 기자가 취재과정에서 중립성을 유지하고 균형감각을 갖기 위해서라도 언론윤리에 대한 올바른 교육과 재교육이 필요하다고 하였다.

(취재윤리 교육이) 필요하다고 생각합니다. 기자가 취재하는 내용은 취사선택 과정을 거치게 되고, 그 과정에서 이해 당사자들과의 접점이 생기게 마련입니다. 언론윤리강령에 대해 알지 못하거나, 이해가 낮을 경우, 그런 상황에서 한쪽 의견에 치우치게 되거나, 한쪽의 이해만을 대변하게 될 가능성이 높습니다. 나아가서 자신의 이익을 위해 기자나 언론을 활용하려는 사람들에게 휘둘릴 수도 있습니다. 기자가 균형감각과 중립을 갖기 위해서는 제대로 된 교육과 재교육이 필요하다고 생각합니다
(기자 N).

(취재윤리 교육이) 필요하다고 생각합니다. 사유는 앞의 문항에 대한 답변과 같습니다
(기자 O).

⑧ 보도전문채널

보도전문채널의 기자도 언론윤리의 교육, 재교육의 필요성을 피력하면서, 국가에서 시행하는 강제적 교육은 바람직하지 않겠으나, 학술 단체 등에서 한국형 온라인 공개강좌(K-MOOC) 등을 활용하여 온라인 교육 소스를 제공하고 기자들이 이를 통해 교육을 이수하는 형식의 방법을 제안하였다.

제조 공장 안전에 대한 산업안전 교육은 기자들에게 정기적으로 의무화하여 이수토록 하면서, 저널리즘적 가치에 관한 재교육은 거의 전무하다는 것은 부조리하다고 생각합니다. 다만 국가에서 강제하는 언론윤리 교육은 바람직하지 않으니, 언론사 내부에서 교육 과정이나 최소한의 학습 자료를 제공하든가, 언론학회 등의 학술 단체나 대학교에서 k-mooc와 유사한 온라인 교육 소스를 제공하는 것이 바람직하다고 생각합니다
(기자 P).

⑨ 인터넷신문

인터넷신문사 기자의 경우도 언론윤리 교육의 필요성에 찬성하면서 앞서 여러 기자들과 마찬가지로 구체적인 사례 교육이 효율적일 것이라고 하였다. 또한 현재는 언론윤리에 대한 중요성이 소속 기자들 간에 충분히 공유되어 있으나, 조직이 더 커질 경우 별도의 교육이 필요할 것이라고 답한 기자도 있었다.

물론 필요하다고 생각합니다. 구체적인 사례와 함께 교육을 하면 좋을 것 같습니다. 취재윤리가 상식의 영역에 속한다고 하더라도, 취재하는 과정에서 특종을 앞에 두고 취재윤리를 소홀히 할 가능성은 있습니다. 따라서, 취재윤리를 강조하고 이를 교육하는 일은 매우 중요하다고 생각합니다(기자 Q).

앞서 말씀드린 것처럼, 저희 조직의 경우 아직까지는 그 필요성을 느끼지는 못하고 있습니다만, 조직이 더 커질 경우 따로 교육해야 할 필요성도 있을 것 같습니다(기자 R).

❖ 소결: 언론윤리강령 교육 필요성에 대한 인식

- **교육 필요성 적극 공감:** 인터뷰에 응한 기자 18명 모두 언론윤리강령, 취재보도 윤리에 대한 교육이 꼭 필요하다고 답하였다. 꼭 필요한 이유는 언론 본연의 임무를 올바로 수행하기 위하여 언론윤리가 뒷받침되어야 하기 때문이라는 인식에 대체적으로 공감하고 있었다. 특히 국가에서 시행하는 의무적 교육에 빗대어 교육의 필요성을 강조한 기자들도 있었는데, 설명하자면, 공사장 등 산업현장에서 반복적인 안전교육이 필요한 것처럼, 윤리강령 교육을 통해 강령 준수 및 실천 의지를 상기시키는 효과 필요하다는 것이며(기자 D), 산업 안전이나 성희롱 방지 등에 대한 온라인 교육은 국가에서 의무화하여 정기적으로 수료하도록 하지만, 정작 현업과 밀접한 언론 윤리에 관한 교육은 거의 없다는 사실은 이상한 일이라고 하였다(기자 P). 또한 기자 스스로 윤리의식을 각성하기 위해서라도 체계적이고 강제적인 교육이 필요하고 피력한 기자(J)도 있었다.

- **미디어 환경 변화로 인한 윤리 교육 필요성 상승:** 미디어 환경의 변화로 언론윤리의 교육이 더 필요하다는 의견도 있었다. 매체 환경이 급변하는 상황에서 과도한 사익 추구와 이해충돌을 막고 언론에 대한 신뢰를 회복하기 위해 주기적인 윤리 교육 절실하다는 의견(기자 M)이 있었고, 예전에 비해 상당히 많은 수의 언론사들이 생겨났고 많은 기자들이 취재를 하고 있지만 충분한 윤리강령은 마련돼 있지 않은 것 같다고 느끼기 때문에 교육이 필요하다는 견해(기자 G)도 있었다. 또한 미디어 환경의 급변화로 초상권 등 취재 윤리가 갈수록 엄격해지고 있기에 적절한 맞춤형 교육이 더 요구된다는 답변도 있었다(기자 C).
- **그 밖의 소수의견:** 윤리강령에 대한 교육보다는 법적인 문제에 어떻게 대처해야 하는 지에 대해 교육이 필요할 것이라는 소수 의견이 있었다(기자 A). 기자들은 기사 게재 후 명예훼손 등의 문제를 제기하는 상대방으로부터 언론중재, 소송 등에 노출돼 있지만, 법적인 문제에 어떻게 대처해야 하는지에 대한 공식적으로 체계화된 교육조차 없기 때문에 이것이 우선인 것 같다는 의견이었다.

언론윤리강령 교육 필요성의 답변에서 언급된 교육 관련 개선 방안은 다음 문항으로 질문한 언론윤리강령 교육 시스템 개선 사항에서의 답변과 중복되는 내용이 많아, 다음 절 ‘(2)언론윤리강령 교육 시스템 개선 사항’에서 일괄적으로 정리하기로 하겠다.

3) 언론윤리강령 개선 사항

다음으로는 언론윤리강령과 관련하여 개선해야 할 사항을 네 가지로 나누어 물어 보았다. 첫째는 윤리강령이 잘 준수되기 위한 방안에 대해 질문하였고, 둘째는 언론윤리강령 교육 시스템의 개선사항, 셋째는 언론윤리강령 위반 시 조치사항, 마지막으로 해외나 타 언론사의 사례 중, 반영할만한 윤리강령 내용이나 운영체계를 알고 있다면 답변해달라고 요청하였다.

(1) 언론윤리강령과 관련하여 개선되어야 할 사항

기자들이 윤리강령을 잘 준수하도록 개선되어야 할 사항에 대해서는 언론사의 윤리강령 운영체계와 윤리강령의 내용에 실질적으로 개선이 필요한 사항에 대해 구체적인 답변을 요청하였고, 윤리강령을 개정한다면 가장 먼저 고려되어야 할 사항에 대해서도 질문하였다.

① 전국일간지

언론윤리강령 개선사항에 대한 전국일간지 4곳의 기자들의 의견은 각기 달랐고, 다양하게 나타났다. 우선 언론단체에서 모범적인 기준을 만드는 것이 좋겠다고 답변한 기자(A)는 언론인이 불법을 저지르는 경우 법으로 처벌받으면 되기에, 법적 규정이 아닌 윤리규정을 강제하는 것은 과잉이라고 강조하였다. 해당 언론사는 회사가 책임을 져야하는 청탁금지법에 대해서는 사내교육을 진행한다고 하였다.

청탁금지법 관련해서는 사내에서 교육을 하고 있습니다. 수시로 사보 등에서 지켜야 할 내용이 나오고, 거기면 문제가 있다는 경고도 합니다. 이는 청탁금지법을 구성원이 어겨서 문제가 되면 회사도 책임을 지기 때문입니다. 윤리강령마저도 구성원이 어기면 회사에 책임을 물린다면, 회사가 나서서 교육을 강하게 하겠지요. 하지만 법적인 규정이 아닌 윤리강령마저 회사의 책임으로 강제하는 것은 규제의 과잉이라고 생각됩니다. 언론사에 대한 과잉 규제는 비판 기능의 악화를 가져와서 언론의 순기능을 막아버릴 우려가 크다고 생각합니다. 언론윤리의 문제는 언론사 자율적으로 해결하도록 하는 게 좋을 듯합니다. 회사마다 윤리강령을 만드는 것을 넘어서 최대한으로 생각해본다면 언론단체에서 자율적인 모범 기준 등을 만들어 보는 게 있을 수는 있겠습니다. 다시 강조하지만, 언론인이 불법을 저지른 것은 법으로 해결하면 됩니다. 윤리의 문제까지 정부와 사법기관 등이 강요할 수는 없다고 생각합니다(기자 A).

다음으로 기자(B)는 윤리강령의 실천이 중요하다는 점을 피력하면서, 사내에서 공정보도위원회 등을 통해 책임을 묻고 재발방지를 위해 노력해야 하며, 자사의 부적절한 보도에 대해 기자들의 토론 문화가 정착되는 것이 가장 효과적인 방법일 것이라고 하였다.

언론윤리강령의 실천적인 차원이 중요합니다. 현재 언론윤리강령은 취재기자가 잘못했을 때, 사고가 났을 때 잘못을 재단하는 역할로만 쓰이고 있습니다. 언론윤리강령을 항상 확인하면서 논란이 되는 언론사 내의 부적절한 보도들에 대해 토론하는 문화가 정착되어야 합니다. 언론사가 불공정한 비윤리적인 보도를 한 경우 이것에 대한 공정정보위원회 등 절차를 거쳐 책임을 묻고 이 부분에 대한 시정과 재발 방지 노력을 하지 않는다면, 윤리규정은 의미 없는 '멋진 말' '공자님 말씀'에 불과할 것입니다(기자 B).

한편, 기자(C)는 현행 언론윤리강령은 현실과 동떨어진 내용들이 많다고 지적하면서 그 이유는 현행 윤리강령이 과거 민주화시대의 염원과 민족주의적 열정의 반영물이기 때문이라고 하였다. 따라서 현대에 맞는 저널리즘의 본령을 고민하는 기자윤리강령이 필요하며, 상황에 따라 어떤 준칙을 적용해야할지 알 수 있는 구체적 내용으로 보완되어야한다고 주장하였다.

본사의 기자윤리강령을 살펴보면 저널리즘의 본령과 동떨어진 내용들이 다수 발견됩니다. (중략) 이는 현행 윤리강령이 과거 민주화시대의 염원과 민족주의적 열정의 반영물이기 때문이라고 생각합니다. 따라서 현대에 맞는 저널리즘의 본령을 고민하는 기자윤리강령이 필요합니다. 취재현실에 맞는 구체적 내용으로 실천요강 4항의 '개인의 사생활 보호' 내용은 지나치게 추상적입니다. 최근 강조되고 있는 초상권 문제나 참극을 겪은 유족의 슬픔을 보도할 때 어떤 준칙을 적용할 것인지 구체적 내용으로 보완할 필요가 있습니다(기자 C).

이와 달리, 보도준칙 개정으로 이미 윤리강령의 이행과 감독을 위해 저널리즘책임위원회와 저널리즘책임위원회를 운영 중이라고 답변한 기자(D)는 소속 언론사는 보도 내용과 관련한 비평을 격주로 내부 자체시스템에 게시하고 있다고 답하였다.

2020년 보도준칙을 개정하면서 윤리강령, 보도준칙의 지속적 이행과 감독, 개선을 위해 저널리즘책임위원회와 저널리즘책임위원회를 설치 운영 중입니다. 전문가, 비평가 등으로 이뤄진 책무위원들이 격주로 보도 내용과 관련한 비평을 내부 자체시스템에 게시합니다(기자 D).

상기의 언론사(D)의 방식은 추후 언론윤리강령 개선의 방안이 될 수 있는지 다른 기자들의 의견을 살펴볼 필요가 있어 보인다.

② 지역일간지

지역일간지 기자 2명도 소속 언론사의 상황에 따라 각기 다른 개선안을 제시하였다. 먼저 기자(E)는 평소 언론윤리강령을 인지하지 못하고 취재를 하는 기자들이 많기 때문에, 가장 우선적으로 해결할 문제는 강령을 개정하는 것보다도 기자들에게 취재윤리가 실제로 피부에 와 닿는 문제라는 것을 느끼게 해주는 것이라고 하였다.

언론윤리강령의 존재조차도 제대로 인식하지 못하고 기자 생활을 하는 경우가 허다합니다. 사내 위원회나 공청회의 존재는 잘 알지 못 합니다. 헌법을 모르고도 일상을 영위하는 것과 마찬가지로 볼 수도 있습니다. 평소에 굳이 인식하지 않고도 기자 생활을 하는 데 아무 지장이 없기 때문이기도 합니다. **얼마나 피부에 와 닿는 문제인지** 인지하지 않는다면 어떤 개선책도 효과를 발휘하긴 어려울 것이라고 봅니다 (기자 E).

이와 달리 기자(F)는 소속 언론사가 ‘자치언론실천위원회’, ‘편집제작평의회’라는 사내위원회를 두고 윤리강령 준수를 위해 노력하고 있다고 하였다. 그러나 강령 위반 시 처벌규정은 약하며, 편집인의 책무에 대해 더욱 명확한 규정이 필요하다고 답했다.

우리 언론사는 윤리강령 준수를 위한 사내위원회로 ‘자치언론실천위원회(자실위)’와 ‘편집제작평의회’가 매달 운영되고 있습니다. 자실위를 통해 일선 기자들의 목소리를 모으고, 이를 다시 데스크와 함께 논의하는 자리가 편제평입니다. 다만 **언론윤리강령에 위반되는 행동을 했을 때 이에 대한 처벌 규정이 미흡한 점은** 아쉽다고 생각합니다. 그렇다보니 결국에는 실효성이 약한 기자 본인의 양심에 맡기는 것 외에는 별다른 도리가 없다는 점입니다. **편집인의 책무에 대해서도 보다 명확한 규정이 필요할 것 같습니다**(기자 F).

③ 경제일간지

본 연구에서 조사한 경제일간지 소속 기자 중 한명은 윤리강령 위반의 의도와 지속성을 고려하여 벌칙을 줄 필요가 있으며, 특히 온라인상에서의 취재행위에 대한 새로운 규정이나 가이드가 필요하다고 보았다. 또한 윤리강령의 실효성을 높이기 위해서 명목상 강령의 개정 보다는 사례 스터디를 하는 것이 효과적일 것이라고 하였다.

저희 회사의 언론윤리강령에 대해 자세히 알지 못합니다. 윤리강령을 잘 지켰다고 해서 상이나 인센티브로 보상하는 것은 맞지 않다 생각합니다. 다만 윤리강령에 어긋난 행동을 했을 경우 그 의도나 지속성에 따라 패널티를 줄 필요는 있다고 생각합니다. 반복되지만 언론사는 이익만을 좇는 기업이 아니라 공기에 속하기 때문입니다. 그 조직에 몸담고 있다면 마땅한 책임을 지녀야 할 것입니다. 개정이 필요하다면 최근 폭발적으로 늘어난 인터넷매체나 온라인 상의 자극적이고 무분별한 취재 행위에 대해 새로운 매뉴얼을 대응적으로 만들었으면 하는 바람입니다(기자 G).

위에 답변한 것과 같이 단순히 강령을 강령으로 두지 않고 기자들이 마주칠 수 있는 여러 상황에 대한 케이스 스터디를 하는 것이 효과적이라고 봅니다(기자 H).

④ 뉴스통신사

뉴스통신사 소속의 기자(I)는 윤리강령 개선 방안으로 ‘고충처리인’ 제도와 상담 사례 등을 주기적으로 공지함으로써 윤리강령의 준수 필요성을 일깨우는 방식을 제시하였다. 그리고 윤리강령 개정 방향은 디지털·온라인 기술을 활용하는 경우에 적용되는 언론윤리강령의 제정이 필요하다고 하였다. 이는 앞서 경제일간지 기자(G)의 답변과 흡사하다고 볼 것이다.

회사의 윤리강령은 훌륭한 형태로 갖춰져 있으나, 문제는 개별 기자 차원에서 준수하기 위한 노력을 하고 있는지, 회사 차원에서 실천을 독려하기 위한 노력을 하고 있는가입니다. 윤리강령을 아무리 잘 만들어놓아도 실천하지 않으면 소용이 없습니다. 잘 실천할 수 있도록 돕기 위한 장치를 강화하는 게 현실적 방안이

아닐까 생각합니다. 기사나 보도에 대한 '옴부즈맨' 역할의 책임자가 있는 것처럼 윤리강령을 둘러싼 문제에 관해 상담할 수 있는 일종의 '고충처리인'을 두는 것입니다. 기존의 고충처리인과 달리, 현장 기자가 윤리강령을 둘러싸고 고민되는 사안이 생겼을 때 조언을 들을 수 있는 '멘토'이자 '상담자'가 필요합니다. 지금처럼 지휘 계통에 따라 의견을 구하는 경우 대개 관례에 따라 이뤄질 때가 많습니다. 회사는 주기적으로 상담 또는 적용 사례 등을 사내에 알림으로써 윤리강령의 준수 필요성을 일깨울 수 있다고 생각합니다. 예를 들어 대한변호사협회가 변호사 윤리규정을 준수하지 않은 회원 변호사에 대해 심사한 결과 보고서를 정기적으로 공시하는 것과 유사한 형태라고 하겠습니다. 계속 관심을 환기시키는 방안 마련이 중요하다고 생각합니다. 그리고 지금 언론윤리강령은 '디지털 플랫폼'이 활성화되기 이전의 '전통적' 언론 환경을 전제해 만들어졌다고 생각합니다. 급변하는 언론 환경에서, 온라인 소셜 미디어의 영향력이 날로 커지는 점을 고려할 때, 온라인 기술을 활용한 취재·보도의 내용과 방법, 영향 등을 둘러싼 언론윤리 문제를 다룰 필요가 있습니다. 따라서 언론윤리강령을 개정할 경우 디지털·온라인 기술을 활용한 저널리즘 문제에 관한 대책 마련 등이 필요하다고 생각합니다 (기자 I).

한편, 본 연구의 질문에 답하기 위해 동료 기자들에게 언론윤리강령에 대해 문의한 결과, 규정을 아는 사람이 거의 없어 놀랐다고 답변한 경우도 있었다. 해당기자는 윤리강령을 기자 모두에게 공유하고 교육시키는 과정이 무엇보다 필요하다고 보고 있었다.

사실 이번 설문조사를 위해 사내에 수소문을 했는데 놀랍게도 윤리강령의 존재에 대해 알고 있는 사람은 적었고, 당연히 이와 관련된 규정을 아는 사람도 적었습니다. 담당자에 대해 아는 사람도 드물었습니다. 물론 회사에 강령이 생긴다고 해서 당장 사내 분위기가든지 기조나 입장이 엄청나게 달라질 것이라고 생각지는 않습니다만 강령을 만들어 그를 공유하고, 학습하는 과정이 있었으면 하고 생각합니다 (기자 J).

⑤ 지상파방송사

지상파방송사 2곳의 기자들은 공통적으로 윤리강령을 실무에 적용하도록 개정하는 것이 가장 중요한 개선방향으로 보았다. 실천적 방법으로 체크리스트를 도입하자는 의견이 있었고, 이미 문제 발생 시 실제로 적용 가능하도록 세부지침을 수정했다고 답한 경우도 있었다.

윤리강령 자체의 개선보다는 기자들이 왜 언론윤리가 중요하며 이것이 취재제작물, 시청자에게 어떤 영향을 끼치는지, 언론윤리가 저널리즘의 질 향상과 언론사의 신뢰도 제고에 어떻게 기여하는지에 대한 인식을 개선하는 것이 필요하다고 생각합니다. 구체적으로, 언론윤리에 대한 교육과정 강화와 언론윤리를 실무와 연관시키는 장치들의 도입(체크리스트 도입 등)이 필요하다고 보입니다(기자 K).

일반적으로 윤리강령과 보도준칙, 가이드라인 등은 필요할 때 보게 됩니다. 이래도 되나 싶을 때 찾아보는 것이 일반적 의미의 윤리강령입니다. 따라서 윤리강령은 구체적이어야 하고 실효적이어야 합니다. 그래서 올해 우리 방송사의 제작 준칙 개정에서는 보도 분야와 시사 분야가, 문제 발생 시 실제로 적용 가능하도록 세부 지침을 수정했습니다. 아직 활용된 케이스는 없지만, 추후 발생하게 되면 도움이 될 것이라고 생각합니다(기자 L).

⑥ 지역방송사

본 연구에서 조사한 지역방송사 역시 윤리강령을 실무적으로 실천할 수 있는 시스템 마련과 운영이 가장 시급히 해결할 점이라고 하면서, 이해충돌방지 기능의 강화가 중요한 사항이라고 지적하였다.

윤리강령을 실천할 수 있는 내부 시스템 구축과 운영이 필요하고, 이해충돌 방지 규정을 보다 강화해서 극히 일부 구성원에게 해당되었지만 추재 정보를 이용한다든지 협찬 인센티브에 지나치게 의존하는 관행에서 벗어나야 한다고 생각합니다 (기자 M).

⑦ 종합편성채널

종합편성채널 소속 기자는 우선 인턴수습기간 교육에서부터 윤리강령에 대한 이해가 높은 기사를 선발하는 것이 중요하다는 의견을 내었으며, 현직 기자들에게 윤리강령이 실질적 효과를 발휘하려면 사례 적용이 바로 가능하도록 현장 경험이 많은 선배가 교육을 담당하는 것이 좋을 것이라고 답했다.

기자들은 바쁩니다. 취재 현장에서 바쁘게 일하고 있는 기자들에게 윤리 강령 교육을 들으러 시간을 내라고 하는 것은 교육의 목적을 달성하기 좋은 방식은 아니라고 봅니다. 인턴, 수습 기간에 체계적으로 교육해서 검증되고, 언론윤리강령에 대해 이해가 높은 기사를 선발하는 게 중요하다고 봅니다. 기자가 된 이후에는, 외부 강사를 초빙해서 하기 보다는 회사 선배나 타사 선배 중에 실질적인 현장 경험이 많은 사람들이 특강 형식으로 윤리강령을 교육하고 고민을 들어보는 방식이 좋을 것 같다는 생각이 듭니다. 현실과 동떨어진 내용보다는 주변에서 일어나는 사례들을 바탕으로 어떻게 대처해야했고, 어떻게 결과가 나왔는지 등을 보면 현장에서 일해야 할 후배 기자들에게 도움이 될 것 같습니다(기자 N).

⑧ 보도전문채널

보도전문채널 소속 기자의 경우, 언론윤리강령이 효과를 발휘하기 위해서는 우선 대외적으로 공개하는 것이 첫 번째며, 사내 보도정보시스템에 상시로 게시하는 것이 두 번째인데 특히 코로나19 감염여부 셀프체크와 흡사하게 취재보도준칙 체크리스트를 팝업으로 띄워 수시로 상기시킬 필요가 있다고 하였다.

아무리 세밀하게 규정된 언론윤리강령이라도 사안마다 다른 언론 협업에 대한 모든 참고 사항을 제시하고 강제할 수는 없다고 보며, 징벌적 성격의 강제성만 강조한다면 자칫 현실과 동떨어진 교조적인 지침으로 작용할 우려가 있습니다. 다만 해당 언론기관이 특히 자주 경험한 문제점이나 특정 사건들을 방지하기 위한 확고하면서도 구체적인 가치를 매우 공개적으로 제시할 필요가 있습니다. 언론윤리강령이 개정되면 홈페이지에 공개를 해야 하며, 사내 보도정보시스템에 제일 잘 보이는 위치에 상시로 게시해야 합니다. 또한 그 중 특히 효과적인 셀프 체크 리스트가 될 만한 내용은

일정 기간 기자들이 보도정보시스템을 열 때마다 팝업창으로 뜨도록 하여 윤리강령의 존재 자체를 수시로 상기시킬 필요가 있습니다. 코로나19 감염 여부 설문하듯 취재보도준칙과 관련한 셀프체크 리스트를 팝업 형태로 띄우는 것도 한 방법이라고 생각합니다(기자 P).

⑨ 인터넷신문

인터넷신문사 소속의 기자는 정확성과 객관성을 담보하는 공정정보도 조항과 특혜나 편의를 거절하는 품위유지 조항을 강조하는 것이 필요하다고 하였으며, 현재보다 구체화된 윤리강령이 필요할 것이라는 답변도 있었다.

사내 윤리강령이 없기 때문에 사내 윤리강령을 제정하는 일은 의미가 있다고 생각합니다. 이런 과정(기자협회나 타사 윤리강령을 살펴보고, 회사 윤리강령에 보강해야 할 부분을 추가하는 등의 과정)을 통해 윤리강령의 내용이나 그 의미를 다시 살펴볼 기회가 될 수 있을 것 같습니다. 윤리강령이 개정된다면, 공정정보도(우리는 뉴스를 보도함에 있어서 진실을 존중하여 정확한 정보만을 취사선택하며, 엄정한 객관성을 유지한다), 품위유지(우리는 취재 보도의 과정에서 기자의 신분을 이용해 부당이익을 취하지 않으며, 취재원으로부터 제공되는 사적인 특혜나 편의를 거절한다) 등이 강조되면 좋을 것 같습니다(기자 Q).

저희 회사의 경우 미션스테이트먼트밖에 없기 때문에 조금 더 구체화한 윤리강령을 제정할 필요가 있다고 생각합니다(기자 R).

❖ 소결: 언론윤리강령 개선 사항

- **구체적·세부적 사례 제시:** 본 조사에 참여한 현직 기자들은 언론윤리강령이 현실적으로 효과를 발휘하기 위해서는 특정 조항의 개정보다는 현행 강령을 바탕으로라도 매우 구체적이며 세부적인 사례와 지침이 필요하다는 데 크게 공감하였다.

- **디지털·온라인 환경 적용 언론윤리강령 개정 필요:** 현재의 언론윤리강령은 대부분 전통적 언론 환경을 전제해 마련되었기에 온라인 기술을 활용한 취재·보도의 내용과 방법, 영향 등을 둘러싼 언론윤리 문제를 다룰 필요가 있다는 의견이 많았다.
- **체크리스트의 활용:** 언론윤리강령 관련 체크리스트를 활용하는 것이 효과적일 것이라는 의견이 지배적이었다. 예를 들어, 코로나 팬데믹 시기에 기관들의 홈페이지 메인화면에서 강제적으로 코로나 19 감염여부를 셀프 체크하도록 했던 것처럼 보도정보시스템을 열 때마다 윤리강령 체크리스트에 표시할 수 있도록 평소에 항상 인지할 수 있는 기회를 제공하는 것이 효과적일 것이라는 것이다.
- **사내 시스템 운영(ex: 고충처리인, 저널리즘책임위원회 등):** 윤리강령을 실천할 수 있도록 돕기 위한 언론사별 시스템이 필요하다는 의견들이 있었다. 즉, 문제가 붙어졌을 때 대책을 마련하고 징계조치를 취하는 위원회뿐 아니라, 현장 기자가 취재윤리로 고민되는 사안이 생겼을 때 조언을 들을 수 있는 ‘멘토’이자 ‘상담자’ 역할을 하는 고충처리인 제도가 필요하다는 것이다. 또한 고충처리 상담 사례나 적용 사례 등을 주기적으로 소속 기자들에게 알림으로써 윤리강령 실무 적용 능력을 높이고 그 필요성을 일깨우는 효과를 기대할 수 있다고 보았다. 실제로 전국일간지 언론사 중 한 곳(D)은 윤리강령 실천 강화를 위해 이미 저널리즘책임위원회 운영결과로 도출된 보도비평 내용을 격주로 내부시스템에 게시하고 있는 것으로 조사되었다.

(2) 언론윤리강령 교육 시스템 개선 사항

다음으로는 언론윤리강령 교육 시스템에 개선되어야 할 사항에 대해 질문하였다. 구체적으로는 효과적인 언론윤리강령 교육이 되기 위한 절차, 내용, 담당자, 재교육 시기와 간격, 연차별 구분 교육의 필요성에 대해 질문하였고, 교육이수에 대한 인센티브나 또는 미이수에 대한 패널티 제도가 필요한지에 대해서도 물어보았다.

① 전국일간지

전국일간지 4곳의 기자들은 언론윤리강령 교육시스템 개선책에 대해 각기 다른 입장을 표했다. 비용의 문제로 여의치 않을 것이라고 답한 경우가 있었으며, 교육의 형태보다는 토론의 형태가 효과적일 것이라고 본 경우가 있었고, 수습기자부터 현직기자까지 정기적인 재교육이 필요하며, 온라인 수업을 활용하는 것이 현실적이라는 답변, 그리고 이미 교육이 이루어지고 있어 당장은 개선이 필요 없다고 답한 경우도 있었다.

현재의 언론사 도제 교육 시스템을 대체하는 체계적인 교육 시스템이 만들어지지 않는 한 실효성 있는 교육이 가능할지 의문인지라 별로 아이디어가 없습니다. 체계적인 교육 시스템을 만들려면 비용이 많이 들어가는 데, 현재 언론사들은 교육에 투자할 정도로 여유롭지 않아 보입니다. 직접 교육비용은 얼마 들어가지 않는 것처럼 보이지만 대체 인력 확보 등에 비용이 많이 들어갑니다. 예컨대, 교육을 위해 기자 연수를 보낸다고 하면 대체 인력을 감당하기 위해 비용이 들어갑니다(기자 A).

교육 보다는 토론이 필요하다고 생각합니다. 문제가 있던 보도에 대해 토론을 하다보면 각자 겪었던 어려움을 얘기하면서 저널리즘의 본령을 곱씹어보고 또 해결방안을 찾아갈 수 있다고 봅니다. 또한 저연차 기자에게는 접할 수 있는 전형적인 딜레마 상황에 대한 케이스 스터디가 필요합니다. 그래야 기자라면 누구나 겪을 수 있는 실수를 줄일 수 있습니다. 1~2달 간격의 자율적 미팅을 독려하고, 게시판 토론 등 유도해야한다고 봅니다. 또한 이러한 토론에 적극적으로 기여한 구성원이나 공정보도위원회 위원들에 대해서 인센티브, 보상을 준다면 효율적으로 운영될 수 있을 것입니다(기자 B)

수습기자 교육 단계에서 이들을 대상으로 기자윤리강령에 대한 교육 과정 개설하는 것이 필요해보입니다. 부서에 배치된 이후에도 실제 취재활동에서 기자가 갖춰야할 윤리적인 태도에 대한 구체적인 매뉴얼 구축 및 습득 교육 필요합니다. 오프라인 교육을 현실적으로 실행하기 어렵다면 현직에 있는 기자들에 대상으로 온라인을 통한 정기적인 재교육 방안이 마련되면 좋겠습니다(기자 C).

현재 연차별 재교육 등의 프로그램은 없습니다. 하지만 자체 내부시스템 상단 공지사항에 윤리강령, 보도준칙, 젠더보도 가이드라인 등을 노출하고, 상시로 확인할 수 있도록 하고 있으며, **젠더 이슈의 경우 젠더팀에서 수시로 노출된 기사의 적절성 등을 평가하고 있습니다.** 또한 **온라인으로 부정청탁 교육을 이수하도록 하고 있으며, 상하반기 인사평가에서 이수 여부 확인합니다.** 이 같은 교육시스템이 운영되고 있어 별도 개선의 필요성은 없다고 생각합니다(기자 D).

언론윤리강령 교육시스템 도입을 하는 데 있어, 가장 먼저 비용문제를 언급한 기자(A)의 소속 언론사는 전국일간지 가운데 규모가 상당히 큰 언론사이기에 실질적으로 감당하기 어려운 경제적인 어려움이 있다고 보기는 어렵다. 따라서 이러한 답변은 윤리강령에 대한 현직 기자들의 인식을 엿볼 수 있는 부분이라 생각된다. 그러나 소규모 언론사 일수록 교육과 관련한 비용 문제가 큰 부담으로 여겨질 수 있어, 국가 기관의 지원 등 해결책을 고려해야 할 것이다.

그 외에 세 명의 기자가 제안한 교육 시스템은 개선책으로 모두 고려해볼 필요가 있는 대안이라 판단된다.

② 지역일간지

지역일간지 기자들은 언론윤리강령 교육 시스템에 대해 상반된 의견을 나타냈다. 교육이수여부에 따라 상벌을 주는 것은 적절치 않다고 답변한 기자가 있는 반면, 영상강의물을 주기적(격년)으로 수강하도록 하고, 미이수자는 승진에 패널티를 주는 등의 방법이 필요하다는 답변도 있었다.

언론윤리강령 교육 이수를 근거로 인센티브나 패널티를 주는 방식에 대해선 회의적입니다. 그런 보상이나 강제로 언론윤리가 나아질 거라고 생각하지 않기 때문입니다(기자 E).

교육 시스템이 없는 자체가 문제입니다. 20~30분 정도의 영상강의물을 제작하고 격년마다 수강토록 하는 방법이 어떨까 생각합니다. 미이수자에 대해서는 승진 대상자 제외 등의 패널티도 필요합니다(기자 F).

③ 경제일간지

경제일간지 기자들은 공통적으로 수습기간부터의 교육의 중요성을 언급하였다. 다만, 연차를 불문하고 지속적으로 교육을 받는 방법을 제안한 경우도 있었고, 수습기간 이후에는 1년 한번 총회에서 윤리강령 위반사례에 대한 토론의 시간을 갖는 것을 제안한 경우도 있었다.

교육이 진행된다면 형식에 치우치지 않고 모두가 진심으로 접할 수 있는 동기부여를 해줬으면 합니다. 의무적으로 교육에 참가하는 분위기가 아니라 모두가 문제의식을 갖고 긍정적인 생각을 갖고 함께할 수 있으면 좋겠습니다. 최소 일년에 한번 관련 전문가가 진행해야 할 것이고 입사하자마자부터 시작해 연차 불문 꾸준히 지속되는 게 맞다고 생각합니다. 교육 불참엔 어느 정도 패널티가 가해질 수 있다 생각합니다(기자 G).

교육 내용이나 시기에 대해선 수습기자 시절에 집중 교육을 하고 회사별 기자협회 총회 때 올 한해 윤리강령 위반 사례는 없었는지 토론하는 시간이 있다면 나름 의미가 있을 듯합니다(기자 H).

④ 뉴스통신사

뉴스통신사 소속의 기자는 현재 소속 언론사가 운영하고 있는 방식을 구체적으로 소개하였다. 정기적인 교육은 없으나 매일 발행하는 자체 평가 보고서에 윤리강령을 한 쪽지씩 소개하여 기자들에게 상기시키고 있으며, 언론윤리강령 교육은 연말에 온라인 교육 동영상을 시청해 이수하는 형태로 진행되고 있다고 하였다. 그러나 연차별 구분은 없고, 이수여부에 대한 상벌도 없다고 하였다. 그리고 케이스 스터디 보다는 회사가 보다 자주 윤리강령과 관련한 재교육을 실시하는 것이 효과적일 것으로 예상했다.

언론윤리강령 교육이 체계적으로, 정기적으로 이뤄지지는 않고 있습니다. 다만 회사에서는 기사 콘텐츠를 대상으로 매일 사내에 자체 평가 보고서를 내면서 언론윤리강령을 한 쪽지씩 소개하는 코너를 두고 있습니다. 기사 품질에 관한 보고서여서 적어도

취재 기자들에게는 주목도가 높은 편인데, 그걸 보면서 함께 소개되는 윤리강령 내용도 눈여겨보게 되는 효과가 있습니다. 대체로 대부분의 언론사에서 현장 기자들을 대상으로 한 언론윤리강령 실천은 '알아서 적절히 해주기'를 바라는 측면이 많이 있는 것 같습니다. 즉 문제 될 일은 만들지 말고, 문제가 생겼다면 신속히 잘 매듭짓는 게 바람직한 것으로 인식됩니다. 결국 '윤리강령 따로 실천 따로, 준수하도록 가끔 환기' 정도로 요약할 수 있겠습니다. 언론윤리강령 교육(언론윤리 관련 내용 포함)은 연말에 온라인을 통해 각자 일정 시간 동영상을 시청해 이수하는 형태로 이뤄졌습니다. 연차별 구분은 없습니다. 교육이수에 대한 인센티브는 없고, 미이수 패널티 역시 특별히 없습니다. 교육 시스템은 언론윤리강령을 다시 되짚어보는 '케이스 스터디'의 효과는 크지 않아 보입니다. 근본적으로 회사가 보다 자주 윤리강령과 관련한 재교육 기회를 마련하는 게 개선방안의 하나일 수 있겠다고 생각합니다(기자 I).

뉴스통신사 소속의 또 다른 기자는 주기적인 교육이 필요하며, 교육 담당 관리자가 고정되어 있어야 할 것이며, 교육이수여부에 대한 상벌제도도 당연히 있어야 할 것이라고 하였다.

일단 시스템이 생기는 것 자체가 필요하겠습니다. 현재처럼 입사 직후 의무적으로 한 번 배우는데 그칠 것이 아니라 주기적으로 교육이 이뤄졌으면 좋겠고, 또 이 교육을 담당할 데스크나 담당자가 고정되는 것도 좋겠습니다. 그리고 이렇게 체계화될 경우 당연히 교육을 받지 않으면 패널티가 있어야 한다고 생각합니다. 그렇지 않으면 요식행위가 될 가능성이 크니까요(기자 J).

⑤ 지상파방송사

지상파방송사 소속 기자들도 언론윤리강령 교육에 대하여 각기 다른 의견을 표명하였다. 기자(K)는 매년 1번씩이라도 사회변화와 강화된 윤리기준에 대하여 교육을 받아야 할 것이라고 하였다. 그러나 기자(L)은 수습기간의 교육은 유지해야 하지만 일선 기자들에게는 평소 윤리강령을 참고하라는 정도만으로 충분할 것이라고 답변하였다. 다만 보도인력을 이끄는 관리자나 데스크 업무를 맡은 차장과 부장에게는 별도의 교육이 필요할 수 있다고 보았다.

17년 넘게 보도본부에 재직하면서 언론윤리에 대해 교육을 받을 기회는 3번도 채 되지 않았던 것 같습니다. **사회변화나 강화된 윤리 기준을 반영한 교육이 적어도 1년에 한 번 정도는 이루어져야 할 것으로** 생각합니다(기자 K).

예문으로 들어주신 정도로 구체적으로 교육할 필요가 있을지는 의문입니다. 타사는 어떤지 모르겠지만, 일반적으로 윤리강령은 도덕률에 기반한 조항입니다. 작심하고 몰래 어기려고 하지 않는다면, 조직 내에서 몰래 어기기도 쉽지 않습니다. **입사자 교육은 윤리강령이란 것이 있으니 한 번 보고, 추후 업무 과정에서 문제가 발생하게 되면 당황하지 말고 이를 참고하라는 정도만 알려줘도 충분하다고 생각합니다.** 다만 차장과 부장의 데스킹이 이뤄지는 보도 분야의 특성상, 데스킹 업무를 처음 맡게 되는 차장과 부장에게는, 별도의 시간을 할애해 교육할 필요도 있을 것 같습니다. 또한 선거 방송이나 올림픽 등 한시적으로 특별히 편성되는 방송에서는 제작팀을 대상으로, 과거 사례 등 예시를 들어가며 교육할 필요가 있어 보입니다. 특히 단기간 편성된 인력을 이끌어야 하는 관리자와 중간 관리자의 경우, 주의 환기와 경보성으로 교육을 편성해도 좋을 것 같습니다(기자 L).

⑥ 지역방송사

본 연구에서 조사한 지역방송사 기자는 교육제도보다는 보도내용의 상시 모니터링을 강화하여 윤리강령 준수 여부를 점검하는 시스템을 제안하였다.

언론윤리강령을 놓고 심도 있게 다루거나 고려해본 적은 없습니다. 보도 내용을 비롯한 방송 콘텐츠에 대한 **상시 모니터링을 강화해서 사례별로 윤리강령 준수 여부를 점검했으면 하는 바람**입니다(기자 M).

⑦ 종합편성채널

종합편성채널 소속의 기자들은 일단 교육시스템을 마련하는 것이 우선이라고 답변했으며, 채용시 이외에도 재교육의 필요성이 있다고 말했다.

주먹구구식으로 진행되고 있기 때문에 **일단 체계적인 교육시스템을 만드는 것부터가**

필요해보입니다(기자 N).

일단 사내 윤리규범에 대한 교육은 신입이나 경력 기자 채용 절차 때를 제외하고 이뤄지지 않고 있어서, **재교육이 필요하다고 생각합니다**(기자 O).

⑧ 보도전문채널

본 연구에서 인터뷰한 보도전문채널 현직 기자도 현재 언론윤리강령 교육제도가 없기 때문에 새로 마련해야하며, 특히 데스크급 이상 언론인에 대한 교육이 더 필요하다고 보았다.

사내 언론윤리강령 교육시스템 자체가 존재하지 않으므로 모든 것을 새로 마련해야 합니다. 특히 신입 사원과 5~10년차 언론인, 데스크급 이상의 언론인에 대해서는 세부적으로 별도의 교육이 필요하다고 생각합니다. 특히 팩트 체크나 독립성 등과 관련해 데스크의 역할이 무엇인지를 상기시킬 필요가 있습니다(기자 P).

⑨ 인터넷신문

인터넷신문사 소속 언론인도 현재는 교육 시스템이 부재하기 교육과정이 마련되는 것이 급선무이며, 당장은 필요치 않을 수 있으나, 언론사 조직이 더 확장되면 교육시스템이 필요하다는 답변도 있었다.

사내 언론윤리강령 교육시스템이 존재하지 않습니다. 향후 교육 과정이 마련되는 게 급선무일 것 같습니다(기자 Q).

앞서 답변한 바와 같이, 저희 조직이 지금보다 더 커질 경우 따로 교육해야할 필요성도 있을 입니다(기자 R).

❖ 소결: 언론윤리강령 교육 시스템 개선 사항

- **효율성 높은 사례별 교육의 도입:** 단순히 윤리강령을 알려주는 데 그치지 않고

자세한 사례별 교육, 케이스 스터디 기반의 교육이 필요하다는 의견이 지배적으로 많았다. 실무적이고 구체적인 사례 위주의 교육이 기자들에게 보다 크게 도움이 될 것이라는 견해들이었다(기자 B, H, K, L, N, Q 외). 다만, 케이스 스터디는 효과가 크지 않을 것 같다는 반대 의견을 표명한 기자(I)도 있었으나, 사례별 교육이 필요하다는 의견이 압도적으로 많았다.

- **공감대 형성을 위한 토론식 교육의 도입:** 일방적인 강의식 교육보다는 토론식 교육이 필요하다는 의견들이 있었다. 문제가 있던 보도에 대해 토론을 하다보면 각자 겪었던 어려움을 얘기하면서 저널리즘의 본령을 곱씹어보고 해결방안을 찾아갈 수 있다는 것이다. 획일적인 주입식 교육 보다는 기자 구성원들이 문제가 된 특정 사안에 대하여 토론하고 논의하는 과정에서 공감대를 얻을 수 있는 교육 방식이 필요하다는 의견이며(기자 B), 통상의 교육이 지극히 수동적인 자세로 이뤄진다는 현실에 비춰 기존 방식으로 이뤄진다면 사실상 효과가 미미할 것이라고 생각한다는 견해(기자 E)를 피력하였다.
- **인센티브/패널티 제도 도입:** 본 조사에서 인터뷰한 기자들 가운데, 현재 언론윤리관련 교육 이수와 관련하여 인센티브 제도가 있다고 답변한 경우는 한 명도 없었다. 그러나 교육이수 여부에 준하여 인센티브 제도나 패널티 제도가 필요하다는 의견이 반대의견을 표명한 경우보다 상대적으로 더 많았다. 교육 불참에는 어느 정도 패널티가 가해질 수 있다거나(기자 G), 미이수자에 대해서는 승진 대상자 제외 등의 패널티도 필요하다는 의견(기자 F)들이 있었다.
- **부재한 교육시스템 구축 급선무:** 현재는 교육시스템이 전혀 존재하지 않아, 체계적인 수습기자교육과 정기적인 재교육을 위한 새로운 교육시스템을 구축하는 것이 급선무라는 답변이 상당수 있었다.
- **온라인 교육의 필요:** 바쁜 기자들을 위해 온라인으로 원하는 시간에 교육받을 수 있도록 시스템을 마련해주는 것이 필요하다는 의견들이 있었다. 온라인을 통한 윤리강령 교육과 관련해서는 다양한 아이디어들이 있었다. 온라인 교육

형태로 주기적으로 환기시키는 교육 방식이 필요하다는 의견(기자 F)이 있었으며, 언론사 내부에서 교육 과정이나 최소한의 학습 자료를 제공하거나, 언론학회 등의 학술 단체나 대학교에서 K-MOOC와 유사한 온라인 교육 소스를 제공하고 기자들이 이를 통해 교육을 이수하는 형식이 바람직할 것이라는 의견(기자 P)도 있었다. 또한 20~30분 정도의 영상강의물을 제작하고 격년마다 수강토록 하는 방법을 제안한 기자도 있었다(기자 F).

- **직급별/ 데스크 관리자 교육:** 직급별 언론윤리 교육이 필요하다는 의견이 많았다, 특히 차장과 부장의 데스크인이 이뤄지는 보도 분야의 특성상, 데스크 업무처음 맡은 관리자에게는 별도의 시간을 할애하여 언론윤리강령의 세부지침을 교육해야한다는 의견들이 있었다. 특히 팩트 체크나 독립성 등과 관련해 데스크의 역할이 무엇인지를 상기시킬 필요가 있기 때문이라는 것이다.
- **그 밖의 소수의견:** 체계적인 교육 시스템을 만들려면 비용의 문제로 여의치 않을 것이라는 소수의견(기자 A)이 있었다. 현재 언론사들은 교육에 투자할 정도로 여유롭지 않아 보이며, 직접 교육비용은 얼마 들어가지 않더라도 대체 인력 확보 등에 비용이 많이 들어갈 것이며, 교육을 위해 기자 연수를 보낸다면 대체 인력을 감당하기 위해 비용이 들어갈 것이라고 우려하였다. 언론윤리강령 교육시스템 도입을 하는 데 있어, 가장 먼저 비용문제를 언급한 기자(A)의 소속 언론사는 전국일간지 가운데 규모가 상당히 큰 언론사이기에 실질적으로 감당하기 어려운 경제적인 어려움이 있다고 보기는 어려울 수 있으나, 소규모 언론사 일수록 윤리강령 교육과 관련한 비용 문제를 고민할 수 있어, 국가기관의 지원 등 해결책이 마련되어야 할 것으로 보인다.

(3) 언론윤리강령 위반 시 조치 방식

이번에는 각 언론사에서 언론윤리강령을 위반한 기자에 대해 어떠한 조치를 취하고 있는지에 대해 질문하였다. 그리고 지금의 조치 제도에서 개선되어야 할 사항은 무엇이라고 생각하는지에 대해서도 답변을 들었다.

본 질문에 대한 언론인의 답변에서 발견된 특징적인 것은 평소에는 윤리강령

위반에 대한 조치에 대하여 잘 알지 못하다가, 본 조사를 계기로 해당 절차를 찾아본 경우가 많다는 것이다.

① 전국일간지

전국일간지 기자(A)는 소속 언론사의 윤리강령에 사내 윤리위원회에서 판단하도록 적혀있다고 답변하였다. 기자(B)는 윤리강령 위반을 한 경우 그 조치가 공개적으로 이루어지지 않는다는 것이 문제라고 지적했으며, 기자(C)는 윤리위원회 차원이 아닌, 인사위원회에서의 징계절차를 소개하였다. 이와 달리, 다른 언론사에 비해 언론윤리강령 규정과 공개 및 교육 시스템이 체계를 갖추고 있는 것으로 파악되는 언론사 기자(D)의 경우 윤리위원회에서 투명하게 처리하고 있다고 답변하였다.

사보(윤리강령)를 보면, 사내 윤리위원회에서 조치를 판단하도록 돼 있습니다. 윤리위원회에서 어떤 내용이 논의 되는지에 대해 제가 갖고 있는 정보는 없습니다(기자 A).

대형 사고가 아닌 이상 부서장의 재량에 따르고 있습니다. 큰 사고의 경우 경위서 작성 등의 문책을 합니다. 윤리강령 위반에 대한 조치가 공개된 절차로 진행되지 않아 자세한 과정을 알기 어렵습니다. 부서장이 책임지고 해명하고 재발 방지 노력을 하는 것을 공개적으로 보여야한다고 생각합니다(기자 B).

비위 행위나 언론윤리강령을 심각하게 위반한 기자에 대해서는 인사위원회에 회부합니다. 사측과 기자측 대표로 구성된 조사위원들이 진상 조사 후 보고서 작성하고 보고서는 노동조합의 승인을 받고 인사위원회에 제출합니다. 사규에 따라 징계절차 진행됩니다(기자 C).

윤리위원회에서 위반행위에 대해 윤리강령에 따라 투명하게 처리하고 있습니다. 또한 위반행위자 처분에 대한 이의 신청 절차도 있습니다(기자 D).

② 지역일간지

지역일간지 소속 기자는 언론윤리강령 위반이 사규를 어기는 수준일 때의 사례만을 소개하였다. 이를 볼 때 윤리강령의 위반이 경미할 경우에는 별다른 조치를 하지 않는 것을 알 수 있다. 이러한 현상은 또 다른 기자의 답변에서도 볼 수 있다.

언론윤리강령 위반이 사실상 사규를 어기는 것과 다름없는 사건들이 몇몇 있었습니다. 그럴 때마다 사규에 따라 인사위원회를 소집해 징계 절차를 밟은 것으로 알고 있습니다 (기자 E).

전체 케이스를 다 알진 못하지만 취재원과의 금전적 유착 문제 등 횡령 등의 문제로 퇴사조치 된 경우가 있었으며, 개인적인 감정으로 자차체장을 비난하는 기사를 과도하게 남발해 계약이 해지된 계약직 기자가 있었습니다(기자 F).

③ 경제일간지

경제일간지 기자들은 두 사람 모두 언론윤리강령 위반으로 징계를 받은 사례를 본 적이 없다고 하였으며, 징계의 원인도 윤리강령 위반인지 사규 위반인지 명확치 않다고 하였다.

잘 알고 있지 못합니다. 위반 행위가 발생한다면 사내 징계 절차에 따라 처분 받을 것을 예상합니다(기자 G).

위반 사례를 본 기억이 없고, 징계가 있었어도 명확히 윤리강령 위반에 따른 것인지 사규 위반인지 등이 공유되지 않습니다. 징계 대상자의 인권 문제를 생각하면 그럴 수도 있겠다는 생각이 듭니다(기자 H).

④ 뉴스통신사

뉴스통신사 기자(I)는 윤리강령에 저촉되는 행위로 인해 회사차원에서 조치 절차를 밟은 경우 자체가 흔하지 않은 일이라고 하였다. 이는 앞서 지역일간지

기자들의 답변에서 발견되었던 특징과 유사하게, 윤리강령의 중대한 위반일 경우에만 문제로 인식하고 징계 절차가 시작된다는 것으로 해석할 수 있다.

언론윤리강령을 위반한 기자에 대해서는 사실관계 확인 후 상응하는 조치가 이뤄집니다. 사규에 정해놓은 기준에 따라 일괄적으로 조치가 내려집니다. 다만 윤리강령에 저촉되는 행위가 적발되거나, 어떠한 계기로 불거져 회사 차원의 조사가 들어가게 되는 상황 자체가 흔하지는 않습니다. 이런 관계로 어떤 사안이 문제됐을 때 '개인의 일탈'로 간주하고 '이런 일이 있었구나!' 정도로 인식하는 이들이 많은 것 같습니다. (기자 I).

또한 기자(J)는 본 조사를 위해 확인한 소속 언론사의 징계 절차를 소개해주었다. 사안이 경한 경우에는 부서장 차원에서 주의 정도로 그치며, 사안이 중한 경우에는 고충처리인 조사를 통해 인사위원회를 소집하여 징계수위를 결정한다고 하였다. 그러나 이러한 절차가 평소 기자들에게 공유되고 있지 않다는 것이 문제라고 지적하며, 현직기자들이 잘 알 수 있도록 공개하는 것부터 개선되어야 한다고 피력하였다.

자체 윤리강령이 없어서 직접적으로 적용할 규정은 없지만 상식적인 수준에서 특정 기자가 기자윤리에 반하는 언행을 했다는 제보를 받거나 접했을 때 1. 일단 소속부서장이 사실관계를 파악. 사안이 크지 않다고 판단하면 부서장이 주의를 촉구하거나 구두로 경고 2. 가벼운 사안이 아니라고 판단되면 회사에 보고하고 필요한 경우 고충처리인에 조사를 의뢰 3. 고충처리인은 당사자와 현장 동석자 등 관계인들을 개별 면담 조사해 사실관계를 명확하게 하고 기자윤리에 저촉되는 부분이 있을 경우 회사 인사위원회에 회부 4. 회사는 절차에 따라 인사위원회를 소집, 위반사실에 대한 당사자의 소명을 듣고 징계처분 수위를 결정, 징계 내용 본인에게 통보하는 식으로 확인했습니다. 계속 비슷한 답변이지만, 이와 같은 과정 자체를 평가자들이 잘 알 수 있게끔 하는 것에서부터 개선이 시작돼야 한다고 봅니다(기자 J).

⑤ 지상파방송사

지상파방송사 소속 기자(K)는 윤리강령 위반 시 윤리위원회를 열어 조치를

취한다고 답변하였다. 다만, 언론윤리강령에 구체적 징계사항을 명시되어 있지 않다고 하였다.

우리 방송사는 현재 언론윤리강령을 홈페이지를 통해 공개하고 있으며 관련 위반 사실이 나오면 윤리위원회를 통해 '필요한 조치'를 취하고 있습니다. 다만, 그 구체적 사항에 대해서는 강령에서 별도로 정하고 있지는 않습니다(기자 K).

또 다른 지상파방송사 기자(L)는 윤리위원회가 아닌 인사위원회에서 사규에 따라 조치한다고 하여, 전술했던 지역일간지와 뉴스통신사의 경우처럼 윤리강령의 중대한 위반일 경우에만 조치가 취해지는 것으로 짐작할 수 있다.

인사위원회를 열어 사규에 따라 조치합니다. 다만 휴직 중일 경우 인사위원회를 열기 어려운 부분이 있는데, 그때도 인사위원회에 회부해서 조치하도록 조금 더 강경해질 필요가 있어 보입니다(기자 L).

⑥ 지역방송사

지역방송사 기자의 경우, 언론윤리강령 위반 시 징계 규정이 있는 것으로 알고 있으나, 실제 그 규정을 적용한 경우는 없다고 답했다.

과거 한나라당의 차떼기 사건 때 구성원 중에 금품을 받은 사례가 있었는데, 당사자에 대한 사과에 이어 자정 노력을 하겠다는 선에서 일단락된 걸로 알고 있습니다. 윤리강령에 대한 징계와 포상 규정은 있다고는 하지만 실제 조치가 이뤄진 경우는 없었던 것 같습니다(기자 M).

⑦ 종합편성채널

종합편성채널 소속 기자들도 언론윤리강령의 위반에 대해 윤리위원회가 아닌, 징계위원회의 사례와 인사위원회의 사례를 제시하였다. 그리고 징계위원회 회부의 기준이 객관적인 기준이 아닌, 자의적 판단인 것으로 보여 문제가 있다는 의견도 있었다.

징계위원회를 열어서 그때그때 조치를 취합니다. 하지만 징계위원회에 회부되는 사안이 때로는 자의적인 판단이나 윗사람의 선입견 등에 의해 좌우되는 경우도 있다는 생각이 듭니다. 징계위원회에 회부되는 사안에 대해서도 절차가 필요해보입니다(기자 N).

언론윤리강령을 위반한 기자에 대해서는 사내 규범에 준해 인사위원회를 개최하고 징계 등 조치가 취해집니다. 이외 상황은 알지 못합니다(기자 O).

⑧ 보도전문채널

보도전문채널 소속의 기자의 경우도 징계위원회를 열어 징계 결정을 내리는 것에 대해 소개하였다. 징계위원회 회부 사안으로 예시된 것을 보면, 언론의 품위를 떨어뜨리거나 사회적으로 큰 물의를 일으킨 오보를 냈거나 명백하게 공정성을 훼손하는 행위 등이다.

언론의 품위를 떨어뜨리거나 사회적으로 큰 물의를 일으킨 오보, 명백한 공정성 훼손 행위와 관련해서는 외부 기관의 권고가 있을 때 혹은 자체 판단하여 징계위원회를 개최하여 징계를 결정합니다(기자 P).

⑨ 인터넷신문

본 연구에서 조사한 인터넷신문사 소속의 기자는 윤리강령이 없기 때문에 윤리위원회가 아닌, 사내 취업규칙에 따라 징계를 한다고 답변하였다.

언론윤리강령은 존재하지 않지만, 사내 취업규칙에 따라 징계 등을 하고 있습니다(기자 Q).

아직까지 위반한 경우가 없어 말씀드리기가 어렵습니다만, 만약 위반 사례가 있다면 그 정도와 고의성에 따라서는 해고 같은 중징계도 가능하다고 생각합니다(기자 R).

❖ **소결: 언론윤리강령 위반 시 조치사항의 특징**

- **사규에 의한 인사위원회의 조치:** 인터뷰에 응한 기자들 중 많은 응답자가 소속 언론사에서 취재윤리에 어긋난 사안이 있었을 때, 언론윤리강령에 의한 윤리위원회가 아닌 사규에 의한 인사위원회의가 열리고, 징계 조치를 취했던 것으로 기억하고 있었다. 또한 윤리위원회가 소집되어 어떠한 결정을 내렸다고 답변을 한 경우는 많지 않았다. 이는 주로 중대한 윤리강령 위반일 경우에만 인사위원회를 개최하여 징계 결정을 내리고, 경미한 위반의 경우에는 윤리위원회가 소집되지 않으며, 별다른 징계 조치도 없이 지나가는 것으로 짐작할 수 있다.

(4) 반영할 만한 해외 또는 타언론사 윤리강령 운영 사례

언론윤리강령 개선과 관련하여, 마지막으로 해외나 타 언론사의 윤리강령 사례 중에 소속 언론사의 운영체계가 강령에 반영하면 좋을 사례가 있는지 질문하였다.

답변은 크게 해외와 국내 사례로 분류될 수 있는데, 첫째, 해외 사례로는 뉴욕타임스와 BBC, CNN이 거론되었다. 뉴욕타임스는 취재원에게 의도치 않게 받은 선물을 돌려주는 방법과 같이, 적용 대상이나 소재별로 상당히 디테일한 실천적 방법이 설명되어 있어, 이러한 사례별 구체성을 국내 윤리강령에도 반영하면 좋겠다는 의견이었다. 또한 영국 BBC 방송의 제작가이드라인은 언론 보도 원칙을 다양한 측면에서 반영할 수 있도록 내용을 구성해놓아 본받을 만하며, CNN은 고위직 친인척의 부도덕한 이슈를 덮기 위해 부적절하게 개입한 앵커를 해고한 사례를 언급하였다.

뉴욕타임스의 경우, 취재원에게 선물 등을 받는 경우 반드시 기록해야한다는 윤리강령이 있는 것으로 알고 있습니다. 그리고 의도치 않게 선물을 받게 되었을 때, 선물을 돌려주는 거절 절차(예를 들어, 편지쓰기) 등이 상세히 기록되어 있다고 합니다. 이처럼 매우 상세한 실천적 방법이 윤리강령이나 보도준칙에 마련되어야한다고 봅니다. 이러한 것이 없기에 현재 5만원 이하 선물은 당연한 것으로 받는 경우들이 있으며, 특히 기프트콘을 받는 경우가 있습니다. 케이스 별로 예의 있게 돌려주는 방법 등이 구체적으로 제시되어 있으면 좋겠습니다(기자 B).

미국 뉴욕타임스가 만든 핸드북인 <윤리적 저널리즘을 위한 뉴욕타임스 가이드라인>의 경우 우리 언론사들의 윤리강령이나 지침보다 더 구체적인 내용을 담고 있는 게 아닌가 생각합니다. 뉴스 제작과 관련한 부서별 가이드라인을 제시하고 있고, 적용 대상이나 소재별로 더 디테일한 설명이 들어있다고 여겨집니다. 뉴욕타임스와 일하는 프리랜서에 관한 내용도 있습니다. 우리 언론도 부서별, 기능별로 보다 더 구체화한 '맞춤형' 내용을 만들어나가면 좋지 않을까 하는 생각입니다. 제가 자세히 모르지만, 영국 BBC 방송의 제작 가이드라인<BBC Editorial Guidelines>은 언론 보도의 공정성·불편부당성, 사실성, 객관성, 정확성, 다양성, 균형성·중립성 등 다양한 측면에서 보도에 반영할 내용을 규정하는 것으로 알고 있습니다. 우리 언론이 '저널리즘 원칙'에 기반한 언론 보도가 상대적으로 부족하다는 지적을 많이 받고 있는데, BBC의 가이드라인도 참고가 되지 않을까 생각합니다(기자 I).

미국 CNN 키퍼 앵커인 크리스 쿠오모 퇴출 통보는 언론의 윤리강령에 경종을 울리는 사건이었습니다. 동생인 크리스 쿠오마가 친형인 앤드루 쿠오모 전 미 뉴욕주지사의 성추문 사태를 수습하기 위해 부적절한 개입을 했다는 의혹이 어느 정도 사실로 드러났기 때문입니다. CNN은 관련 사실을 확인하고 즉각적인 해고 조치를 취했습니다(기자 C).

둘째, 국내 사례로는 한겨레와 KBS가 언급되었다. 한겨레가 윤리강령 전문을 대외적으로 공개하고, 실천요강이 시대에 맞게 꾸준히 업데이트되어 공유되는 것에 부러움을 느꼈다는 의견이 있었으며, KBS 윤리강령에 명시되어 있는 구체적인 행동규범이 참고할 만하다고 보았다.

언젠가 한겨레에서 윤리강령 전문을 공개했을 때 부럽다는 생각을 했던 기억이 납니다. 특히 실천요강이 몇 년 단위로 계속해서 업데이트 되고 있다는 사실에서도 그랬고요. 사내에서 보다 빠른 기사, 정확한 기사에 대한 압박은 받을지언정 이런 이야기는 들어본 적이 없었으니까요. 일단 강령을 만드는 것부터 시작이겠지만, 한겨레처럼 꾸준히 업데이트 하고 상황을 공유하는 식으로 나아가야 한다고 생각합니다(기자 J).

KBS 윤리강령을 보면, 구체적인 선물 액수, 골프접대 받지 말아야 한다는 등 행동규범을 명확하게 적어뒀습니다. 참고할 만 해보입니다(기자 O).

❖ **소결: 언론윤리강령 개선에 반영할 사례**

- **좋은 사례로 거론된 국내외 사례의 특징:** 첫째, 실천적으로 적용 가능한 윤리강령의 구체성, 둘째 윤리강령의 대외 공개 및 공유와 시의성이라고 할 수 있다.

4) 기타 의견

마지막으로는 언론윤리강령과 관련하여 지금까지 답변한 내용 이외에, 하고 싶은 말이나 남기고 싶은 의견을 자유롭게 적도록 하였다. 답변을 정리하면, 다음과 같이 4가지 정도로 구분된다. 첫째는 ‘실천적 언론윤리강령’으로의 개선이다. 기자들이 활용하는 편집매뉴얼처럼 언론윤리강령도 매우 실용적이어야 한다는 것이다. 현장에서 항상 인식하고, 적용하고 또 변화하는 현실에 맞게 업데이트되어야 한다는 의견들이다.

언론윤리강령을 열심히 만들고, 개정한 후 내팽개치는 행태가 반복되지 않았으면 좋겠습니다. 언론윤리강령은 실천적이어야 합니다. 무겁고 딱딱하고 엄숙한 게 아니라, 매일 현장에서 적용하고 판단하고 고민하고 고쳐나가는 것이라고 생각합니다. 좋은 윤리강령이 있어도 그것을 적용하는 시스템 없이 모셔두기만 한다면 아무런 의미가 없습니다. 마치 편집매뉴얼처럼 세부적이고 상세한 설명이 있어야 할 것입니다. 그런 방향으로 인식 개선이 되었으면 좋겠습니다(기자 B).

법이든 강령이든 그 자체에 문제가 있는 게 아니라 이에 기반한 문제의식을 어떻게 수시로 인식하느냐가 중요하다 봅니다(기자 H).

윤리강령을 교육해야 하는가는 어려운 문제입니다. 질문지를 토대로 유추한다면, 윤리강령을 마치 법학의 개념으로 접근하는 것 같다는 생각이 드는데요 사회 생활을

하면서 법을 알면 좋지만 법을 외우고 다니지는 않듯, 윤리강령 또한 있다는 것과 대략 어느 내용인지만 알면 취재 및 제작 활동을 하며 큰 문제를 일으킬 것 같지는 않습니다. 문제가 생겼을 때 관련법을 찾아보듯 윤리강령 또한 필요할 때 찾아보고, 거기서 답을 얻을 수 있다면 1차적 목적은 달성한 것 같습니다. 법치 국가에 법이 개개인의 모든 활동을 통제하지 않듯, 윤리강령 또한 기자의 자유로운 취재와 제작을 시스템적으로 보장에 주는데 초점이 맞춰졌다고 생각합니다. 그렇기 때문에 내외부의 압력에 대한 대처 방안이 분야별로 구체적이고 세부적으로 적시돼 있고요(기자 L).

둘째는 언론윤리강령을 위반했을 경우, 제재할 규정을 마련해야한다는 것이다. 앞서 언론윤리강령 위반 시 제재조치에 대한 답변에서도 나타났듯이, 현재 언론사들은 기자가 언론윤리강령을 위반하는 경우, 매우 중대한 사안일 때에만 인사위원회나 징계위원회가 열리며 징계조치 절차를 밟는 경향성을 나타냈다. 이 같은 관례들이 쌓일수록 경미한 위반에 대해서는 무감각해질 수 있으며, 그 원인 중 하나는 언론윤리강령에 적절한 제재 규정이 없기 때문일 수 있다. 그리고 명확한 제재 규정은 언론의 신뢰도를 높이는 수단이 될 수도 있을 것이다.

전체 언론사 차원의 좀 더 강제력 있는 윤리규정 마련과, 이를 어겼을 경우 제재할 수 있는 규정이 있어야 일반 시민들의 언론에 대한 신뢰도를 제고할 수 있지 않을까 생각합니다(기자 F).

셋째는 언론윤리강령이 한국 언론의 신뢰회복을 위해 필요하다는 의견이다.

언론업 종사자로서 소위 ‘언론개혁’은 필요한 작업이라 생각합니다. 다만 언론의 자유가 무엇보다 침해받을 수 없는 중요한 가치라는 점을 고려해 외부에 의한, 강압적인 변화가 아니라 업계 종사자들 스스로의 문제의식에서 시작되는 변화가 필요하다 생각합니다. 국민들로부터 신뢰받는 한국 언론의 모습을 갖추기 위해서 윤리강령 마련, 준수 및 교육은 필요한 일이라 생각합니다(기자 G).

그런데 윤리강령을 준수하는 언론인들의 모습을 국민들에게 각인시켜 신뢰회복으로 이어가기 위해서는 우선적으로 모든 언론사가 자체적인 윤리강령을 마련하고 이를 모든 국민이 쉽게 접할 수 있도록 대외적으로 공개하는 것이 선행되어야 할 것이다.

넷째는 국내 언론환경의 구조적 문제로 인한 윤리강령 준수의 어려움이다. 한국 언론이 안고 있는 수익창출의 문제와 경쟁의 강화로 이해충돌의 상황을 과감히 배척하지 못하고 생존을 위해 윤리강령을 불가피 위반할 수밖에 없는 현실에서 윤리강령의 개정과 교육만으로 해결이 가능할지에 대한 회의적 의견들이 있었다.

한국 언론은 고질적인 정파성과 상업성을 갖고 있습니다. 여기에 최근 10년을 돌아보면 양극화된 정치 환경 속에 정파성은 더 격렬해지고, 산업으로서의 수익 구조가 악화되는 구조적 문제 속에 상업성은 더 심화되었습니다. 이런 구조적인 문제가 개선되지 않은 상태에서 개별 기자들에게 윤리강령을 지키라고 교육하는 접근법이 얼마나 실효성이 있을지 의문을 갖고 있습니다(기자 R).

몇 년 전까지만 해도 편집국 제작회의를 하면 설령 광고나 협찬 기사라고 할지라도 공개적으로 드러내지 못했습니다. 이젠 편집국 제작회의에서도 돈이 되는 기사는 강조해서 브리핑이 되는 현실입니다. 언론사도 회사인지라 생존의 중요성이 무엇보다 강조되는 상황이라서 그런 현실에 저항하기가 쉽지 않습니다. 개인의 일탈도 문제지만 수익을 강조하는 언론사 전체의 문화가 더 큰 문제라고 봅니다 (기자 E).

그러나 상기한 고질적인 수익구조의 문제와 인력부족의 문제 등으로 윤리강령 교육을 받을 시간을 내는 것조차 어려움이 있으나, 그렇기 때문에 더욱 현직 언론인들에게 윤리강령을 각인시키고 언론 본연의 역할을 요구하고 기대해야한다는 의견도 있었다.

입사부터 취재기자에 대한 재교육이 절실하지만 현실은 그리 녹록치 않다는 겁니다. 주5일제 도입, 금융위기를 거치면서 현업 부서 인력은 갈수록 주는 대신 업무는 늘고 이 때문에 매달 방송기자연합회나 한국기자협회 연수 프로그램 계획이 공지되지만 실제 참가하는 인원은 몇 안 되는 실정입니다. 언론사마다 윤리강령을 제정하고 있지만 대부분 선언적인 의미에 그치고 있습니다. 영국 언론인 양성 프로그램을 참고해서 신규 직원이나 경력직 채용 시기에 맞춰 언론윤리강령을 체계적으로 교육하고 이수하는 시스템을 도입하는 논의가 보다 활발하게 이뤄졌으면 합니다. 과도한 사익추구와 갈수록 다양해지는 이해충돌 방지를 위해 언론윤리강령이 어느 때보다 필요해 보입니다(기자 M).

3. 언론인의 윤리강령에 대한 심층 인터뷰 소결

1) 현직 언론인들의 언론윤리강령에 대한 인식

언론인의 윤리강령에 대한 인식조사 결과를 정리하면, 우선 현직 언론인들은 소속 언론사의 윤리강령에 대한 정보나 인식이 매우 부족한 것으로 나타났다. 언론윤리강령 운영방식은 대외적인 홈페이지 등에 게시된 사례보다는, 현직 기자 대상으로 사내 홈페이지(인트라넷)에서 열람할 수 있도록 게시되어 있는 경우가 더 많은 것으로 조사되었으며, 심지어 사내 홈페이지에도 게시되어 있지 않고 검색을 해야 사보형식이나 일반적 기사형식으로 찾아볼 수 있는 경우도 있었다. 특이한 것은 본 연구에서 조사한 인터넷신문사의 경우를 비추어 볼 때, 명목상의 윤리강령이 없더라도 취재원칙을 지켜야한다는 사내 분위기와 기자들 간에 공유된 인식이 취재윤리를 내면화하는 데 있어 더 중요하다는 것을 알 수 있었다.

또한 현직 기자들은 언론윤리강령의 필요성과 중요성에 대하여는 모두 동의하고 있었으며, 언론 본연의 역할을 하도록 하는 지침서이기에 중요하다고 인식하고 있었다. 언론윤리강령 가운데, 가장 중요하다고 여기는 조항은 기본적인 언론자유와 공정정보를 피력하였다. 그러나 기자라면 당연히 지켜야하는 기본적인 윤리강령조차 상업적인 이유로 조직적으로 위반하는 경우도 있으며, 공영방송을 제외한 민간 언론사의

경우 현실적으로 그 유혹을 이겨내기 어려울 것이라는 회의적인 입장도 있었다.

본 연구에서 인터뷰한 18명의 현직 기자들은 소속 언론사의 윤리강령을 누구나 쉽게 찾아보도록 대외적으로 공개하는 것에 대하여 80%에 가까운 14명이 찬성하였다. 공개를 찬성하는 이유는 기자들에게 윤리의식의 경각심을 보다 강하게 심어줄 수 있으며, 기자들이 언론의 기본원칙을 잊지 않게 하는 역할을 할 수 있을 것이고, 투명한 취재와 취재원 보호를 위해 필요하다고 보았다. 이와 달리 언론윤리강령 공개를 반대한 소수의 의견은 윤리강령이 공개된다면 외부 인사들의 공격의 빌미가 될 수 있으며, 윤리적인 언론이나 아니냐는 논란이 벌어질 경우 언론인 활동이 위축될 우려가 있다고 했다. 그러나 이러한 걱정은 언론윤리강령을 지키지 않았을 때를 상정한 우려로 보이기 때문에 이러한 이유로 공개를 거부한다면 오히려 역공격의 빌미가 될 것으로 보인다.

다음으로 단일한 형식의 윤리강령을 제정하는 것에 있어서는 18명 중 절반이 넘는 10명이 반대 입장을 나타냈고, 찬성하는 입장은 4명, 나머지 4명은 단일한 형식을 만들더라도 언론사 각각 개별 보완을 해야 한다는 입장을 표했다. 단일한 윤리강령을 반대하는 이유는 매체의 규모와 성격에 따라 다양한 관점과 강조점이 다를 수 있기 때문에 단일한 윤리규정은 혼란을 초래할 수 있다고 보았다. 반대로, 단일한 윤리강령을 찬성하는 입장은 언론사별 강령은 고무줄 강령이 될 우려가 있으며, 보편적으로 통용되는 단일 윤리강령이 ‘표준 지침화’하기에 좋을 수 있다고 보았다.

현직 언론인들의 언론윤리강령에 대한 인식을 보다 간략하게 요약한 내용은 아래의 <표 4-3>에 정리한 바와 같다.

[표 4-3] 현직 언론인들의 언론윤리강령에 대한 인식

구분	대상	윤리강령 제정·개정 과정 운영방식	윤리강령 중요성 인식	윤리강령 공개 찬(○) 반(X)	단일윤리 강령 찬(○) 반(X)
1	전국 일간지	A 윤리강령에 대한 사전지식 없음	공적인 자원을 사적으로 유용하면 안 된다는 규범이 중요	X	X
2		B 입사 후 윤리강령 본 적 없음	가장 기본적인 언론자유와 공정보도가 중요	○	X
3		C 사내 온라인 게시판에 게시	중요한 것은 ‘보도의 정확성과 공정성’	X	X

구분	대상	윤리강령 제정·개정 과정 운영방식	윤리강령 중요성 인식	윤리강령 공개 찬(○) 반(X)	단일윤리 강령 찬(○) 반(X)
4		D 사내 온라인 게시판과 언론사 홈페이지에 게시	사회적 약자와 소수를 위한 인권보호가 중요	○	X
5	지역 일간지	E 사내 온라인 게시판에 게시	언론의 존재 이유에 관한 근본적인 질문과 성찰	○	X
6		F 사내 온라인 게시판에 게시	편집윤리가 가장 중요함	○	X
7	경제 일간지	G 윤리강령에 대한 사전지식 없음	기자나 회사이익을 위해 사실관계를 정치적으로 접근하지 않는 것 중요	X	○
8		H 편집국 출입 엘리베이터에 동판으로 게시	특정 단체, 기업, 권력을 위해 편파적으로 보도하거나 확대 축소 누락하지 않는다는 조항이 중요	△ (자율)	X
9	뉴스통신사	I 사내 온라인 게시판에 게시	성역 없이 취재하고, 취재한 정보를 왜곡하지 않는다는 조항 중요	○	X
10		J 별도의 윤리강령 없음	갈등 차별 조장 금지'가 중요	○	○
11	지상파 방송사	K 사내 온라인 시스템에서 열람 가능	부도덕한 취재관행이 논란이 되기에 취재윤리가 가장 중요	○	△ (개별 보완)
12		L 내외부 온라인 게시판에 공개되어있음	변화된 사회에서 공감대를 얻을 수 있는 윤리강령이 되는 것이 중요	○	X
13	지역 방송사	M 사안이 있을 때 개정되고 사내 공지로 공유됨	언론의 공정성을 확보하기 위한 조항이 중요(협찬등의 문제)	○	○
14	종합편성채널	N 김영란법 이후 소책자를 배포함	반론권 확보 조항을 지키는 것 중요	○	△ (개별 보완)
15		O 일부 관계부서별로 공유	기자 신분을 이용하여 사적 이익을 추구하지 않아야 한다는 조항 중요	○	△ (개별 보완)
16	보도전문채널	P 사내 온라인 시스템에서 검색 가능	현실적인 셀프 체크 리스트 형식의 보도 준칙 필요	○	X
17	인터넷 신문사	Q 별도의 윤리강령 없음	정확성, 독립성, 투명성모두 중요	○	○
18		R 윤리강령은 없으나, 미션스테이트먼트를 공개하고 있음	기자의 취재윤리는 공직자의 직업윤리만큼이나 철저하게 지켜져야 함	○	△ (개별 보완)

2) 언론윤리강령 교육에 대한 인식

언론윤리강령에 대한 교육 시스템은 선배들에게 노하우를 전수받는 도제식 교육이 대부분의 언론사에서 일반화 되어 있는 것으로 나타났다. 인터뷰에 응한 18명의

현직 언론인은 모두 도제식으로 취재윤리에 대해 습득하였다고 답했다. 그러나 기자들은 스스로 도제식 교육에 대한 단점을 지적했는데, 일관성이 없으며, 일반화하기 어렵고, 특정 선배의 개인적 신념으로 윤리교육의 방향과 정도가 좌우될 가능성이 크며, 전통적인 과거 방식을 반복하여 시대적 변화에 둔감하다는 문제점을 제기하였다.

이에 반해, 사내의 공식적인 교육 시스템이 있다고 답한 기자는 3명에 불과했으며, 언론윤리강령 교육 경험이 있다고 답한 기자들 가운데에는 입사 후 수습과정에서의 교육을 언급한 경우가 많았다. 그리고 그 중에는 한국언론진흥재단에서의 교육 경험을 기억하고 있는 기자들이 적지 않았다. 이는 대다수 기자들이 입사할 당시에만(언론진흥재단 등을 통해) 취재윤리 교육을 받고 있으며, 수습기간이 지나면 현장에서 선배를 통해 혹은 스스로 취재윤리를 터득하고 있었다.

다음으로 언론윤리강령 교육 필요성에 대해서는 인터뷰에 응한 기자들 모두 언론윤리강령, 취재보도윤리에 대한 교육이 꼭 필요하다고 적극 공감하였다. 필요한 이유에 대해서는 언론 본연의 임무를 올바로 수행하기 위하여 언론윤리가 뒷받침되어야 하기 때문이라는 인식을 대부분 가지고 있었으며, 매체 환경이 급변하는 상황에서 과도한 사익 추구하고 이해충돌을 막고 언론에 대한 신뢰를 회복하기 위해 주기적인 윤리 교육 절실하다는 의견도 있었다.

현직 언론인들의 언론윤리강령 교육 현황 및 필요성 인식에 대한 보다 간략한 요약내용은 아래의 <표 4-4>와 같다.

[표 4-4] 언론사별 언론윤리강령 교육 시스템 및 교육 필요성에 대한 인식

구분		대상	언론사별 윤리강령 교육 시스템 유무	윤리강령 교육 필요성 인식
1	전국일간지	A	입사교육○ 공식교육X	법적대처방법 교육 필요
2		B	공식교육X	토론식 교육 필요
3		C	공식교육X	교육 필요
4		D	정기적 공식교육○	교육 필요
5	지역일간지	E	공식교육X	새로운 교육 방식 필요
6		F	입사교육○ 공식교육X	온라인 교육 필요
7	경제일간지	G	공식교육X	교육 필요
8		H	공식교육X	사례별 교육 필요

구분		대상	언론사별 윤리강령 교육 시스템 유무	윤리강령 교육 필요성 인식
9	뉴스통신사	I	(비정기적) 공식교육△	교육 필요
10		J	입사교육○ 공식교육X	강제적 교육 필요
11	지상파방송사	K	정기적 공식교육○	사례별 교육 필요
12		L	공식교육X	사례별 교육 필요
13	지역방송사	M	입사교육○ 공식교육X	교육 필요
14	종합편성채널	N	입사교육○ 공식교육X	교육 필요
15		O	공식교육X	교육 필요
16	보도전문채널	P	공식교육X	온라인 교육 필요
17	인터넷신문사	Q	공식교육X	사례별 교육 필요
18		R	공식교육X	교육 필요

3) 언론윤리강령 관련 개선에 대한 인식

마지막으로 언론윤리강령에 개선이 필요한 사항에 대해서는 우선 윤리강령의 세부지침이 필요하며, 무엇보다 구체적이고 세부적 사례가 제시되어 한다고 이구동성으로 주장하였다. 언론윤리강령이 현실적으로 효과를 발휘하기 위해서는 선언적인 조항의 개정보다는 현행 강령을 바탕으로라도 매우 구체적이며 세부적인 사례와 지침이 필요하다고 보았다.

또한 현재의 언론윤리강령은 대부분 전통적 언론 환경에서 마련되었기에 온라인 기술을 활용한 취재·보도의 내용과 방법, 영향 등을 둘러싼 언론윤리 문제를 다룰 필요가 있다는 의견이 많았다.

그리고 현직 기자들에게 언론윤리강령을 항상 인식시키기 위해서는, 코로나 감염 셀프 체크리스트처럼 언론윤리강령 관련 체크리스트를 활용하는 것이 효과적일 것이라는 의견이 지배적이었다.

이와 함께, 사내에서 운영하는 고충처리인, 저널리즘책임위원회 등 윤리강령을 평소에 실천할 수 있도록 돕기 위한 언론사별 지원체가 필요하다는 의견이 있었다. 다시 말해, 징계조치의 목적이 아니라, 평소에 취재윤리로 고민되는 사안이 생겼을 때 조언을 구할 수 있는 ‘상담자’로서의 고충처리인 제도나 위원회가 필요하다는 것이다.

4) 언론윤리강령 교육 시스템 개선에 대한 인식

현직 기자들은 윤리강령 지침에서 뿐만 아니라 교육 내용에 있어서도 단순히 윤리강령을 알려주는 데 그치지 않고, 자세한 사례별 교육과 케이스 스터디 기반의 교육이 필요하다고 강하게 피력하였다. 또한 효율적인 교육효과를 보기 위해서는 일방적인 강의식 교육보다는 공감대를 형성하는 토론식 교육이 필요하다는 의견이 있었다. 획일적인 주입식 교육보다는 기자 구성원들이 문제가 된 특정 사안에 대하여 토론하고 논의하는 과정에서 공감대를 얻을 수 있는 교육 방식이 필요하다는 것이다.

또한 체계적인 수습기자 교육과 정기적인 재교육을 위한 새로운 교육시스템을 구축하는 것이 급선무이며, 교육이수 여부에 준하여 인센티브 제도나 패널티 제도가 필요하다는 의견이 반대의견을 표명한 경우보다 상대적으로 더 많았다.

특히 바쁜 기자들을 위해 온라인으로 원하는 시간에 교육받을 수 있도록 시스템을 마련해주는 것이 필요하다는 의견들이 적지 않았다. K-MOOC와 유사한 온라인 교육을 제공하고 기자들이 교육을 이수하는 방안을 제안한 경우도 있었고, 20~30분 정도의 영상강의물을 제작하고 격년마다 수강토록 하는 방법을 제안한 기자도 있었다.

끝으로, 직급별 언론윤리 교육이 필요하다는 의견이 많았다. 특히 차장과 부장의 데스크킹이 이뤄지는 보도 분야의 특성상, 데스크킹 업무를 처음 맡은 관리자에게는 별도의 시간을 할애하여 언론윤리강령의 세부 지침을 교육해야한다는 의견들이 있었다.

5) 언론윤리강령 위반 시 조치사항

본 연구에서 조사한 결과, 국내 언론사는 대부분의 경우, 취재윤리에 어긋난 사안이 발생하면, 언론윤리강령에 의한 윤리위원회가 아닌 사규에 의한 인사위원회가 열리고, 징계 조치를 취하는 것으로 나타났다. 이와 함께 윤리위원회가 소집되어 어떤 수준의 결정이 있었다는 것을 기억하는 언론인은 거의 없었다. 윤리강령에 저촉되는 행위가 적발되어 회사 차원의 조사가 시작되거나, 실제 조치가 이루어진

경우는 거의 없었다는 답변이 가장 많았다. 또한 윤리강령을 위반한 경우라도 그 절차가 비공개되어 있는 것이 문제라는 지적도 있었다. 현직 언론인들의 답변을 유추해볼 때, 중대한 윤리강령 위반일 경우에만 인사위원회를 개최하여 징계 결정을 내리고, 경미한 위반의 경우에는 윤리위원회가 소집되지 않으며, 별다른 징계 조치도 없이 무마된다고 추측할 수 있다. 그런데 이 같은 관행은 기자들로 하여금 윤리강령 실천의 중요성을 인식하지 못하게 하는 효과를 줄 수 있을 것으로 예상된다.

아래 <표 4-5>는 현직 언론인들이 언론윤리강령에 대하여 제안한 구체적 개선사항들을 보여주고 있다.

[표 4-5] 현직 기자들의 언론윤리강령 개선사항에 대한 인식

구분	대상	윤리강령 개선 사항	윤리강령 교육 시스템 개선	윤리강령 위반 시 조치
1	전국 일간지	A 언론단체 모범 기준 마련	운영비용 문제 발생	윤리위원회에서 판단
2		B 실천적인 차원 중요	교육의 형태보다는 토론의 형태가 효과적일 것	경한 경우 부서장 재량/ 중한 경우 문책/ 비공개된 절차가 문제
3		C 현시대 저널리즘의 본령을 고민한 윤리강령 필요	신입, 경력 모두 정기적인 재교육 필요/ 온라인 수업 활용이 현실적임	인사위원회에 회부
4		D 현재 내부 시스템이 가동되고 있어, 시급한 개선 사항 없음	교육시스템이 있어 당장 개선 필요 없음	윤리위원회에서 윤리강령에 따라 투명하게 처리/ 이의신청 절차도 있음
5	지역 일간지	E 실천적으로 인지하도록 개선책 마련	강제적 교육 효과 없을 것	사규에 따라 인사위원회 소집하여 징계
6		F 매월 운영되는 시스템이 있으나, 언론윤리강령 위반 시 처벌 규정 미흡/ 편집인의 책무에 명확한 규정 필요	교육동영상 격년 수강/ 미이수자 패널티 필요	취재원과의 금전적 유착 문제 등 횡령 등의 문제로 퇴사
7	경제 일간지	G 온라인상의 자극적이고 무분별한 취재 행위 대응 매뉴얼 필요	입사 때부터 시작해 연차 불문 꾸준히 지속/ 교육 불참엔 패널티 필요	사내 징계 절차에 따라 처분 받을 것으로 예상
8		H 케이스 스터디 필요	수습기자대상 교육필요/ 회사별 기자협회 총회에서 토론식 케이스 스터디	위반 사례 기억 없음 / 징계가 윤리강령 위반인지 사규 위반인지 명확치 않음
9	뉴스 통신사	윤리강령 실천 장치 강화 필요 / 윤리강령 상담 고충처리인 제도 도입 필요/ 주기적으로 상담, 적용 사례 알림 필요/ 디지털·온라인 기술을 활용한 저널리즘 문제 대책 마련 필요	연말 온라인 동영상 교육 이수 제도가 있으나, 이수여부에 대한 상벌시스템은 없음/ 케이스 스터디보다 빈번한 윤리강령 재교육이 효과적 예상	윤리강령에 저촉되는 행위가 적발되어 회사 차원의 조사가 시작되는 경우 흔하지 않음

구분	대상	윤리강령 개선 사항	윤리강령 교육 시스템 개선	윤리강령 위반 시 조치
10		J 윤리강령 공유 및 학습 시스템 필요	주기적 교육 필요/ 고정적인 교육 담당자 필요/ 교육이수 상벌제도 찬성	윤리강령 위반시 징계절차가 기자들에게 공유되어 있지 않는 것이 문제
11	지상파 방송사	K 윤리강령의 개선보다는 언론 윤리에 대한 교육과정 강화와 언론윤리를 실무와 연관시키는 장치(체크리스트 등) 도입 필요	매년 1번이라도 사회변화와 강화된 윤리기준 교육 필요	윤리위원회를 통해 조치를 취함. 구체적 사항은 강령에 명시 안 되어 있음
12		L 윤리강령은 구체적, 실효적이어야 함. 보도와 시사 분야 문제 발생 시 적용 가능하도록 세부 지침 수정	데스킹 업무 맡은 차장과 부장, 보도인력을 이끄는 관리자 교육 필요	인사위원회를 열어 사규에 따라 조치
13	지역 방송사	M 윤리강령 실천 가능한 내부 시스템 구축과 운영/ 이해충돌 방지 규정 강화 필요	교육제도보다는 보도내용 상시 모니터링 강화로 윤리강령 준수 여부 점검	윤리강령에 대한 징계와 포상 규정은 있지만 실제 조치가 이뤄진 경우 없음
14	종합편성채널	N 인턴 수습 교육에서 언론윤리강령에 대해 이해가 높은 기자 선발이 중요/ 현장 경험 많은 선배들이 교육하고 고민을 공유하는 방식 필요	일단 체계적인 교육시스템을 만드는 것부터 필요	징계위원회의 회부 결정이 때로는 자의적인 판단이나 뒷사람의 선입견에 의해 좌우되는 경우가 있어 보여 우려됨
15		O 기자들에게 윤리강령을 준수하도록 해야 함	재교육 필요함	사내 규범에 준해 인사위원회 개최하고 징계 조치
16	보도전문채널	P 언론윤리강령 상시 공개필요/코로나19 감염 여부 체크리스트처럼 보도정보시스템을 열 때마다 팝업창으로 윤리강령 존재를 수시로 상기시킬 필요 있음	교육시스템 자체가 존재하지 않으므로 새로 마련해야 함	징계위원회 개최하여 징계 결정
17	인터넷 신문사	Q 윤리강령 개정에는 공정보도와 품위유지 등이 강조되면 좋을 것임	교육시스템 마련이 급선무	언론윤리강령이 없음/ 사내 취업규칙에 따라 징계
18		R 구체적인 윤리강령 제정 필요	소속 언론사 조직이 더 커질 경우 교육시스템 도입이 필요	만약 위반 사례가 있다면 정도와 고의성에 따라서 해고 같은 중징계도 가능

05 언론윤리에 대한 언론수용자 인식조사

1. 여론조사 참여자 특성

언론윤리에 대한 미디어 이용자의 인식을 살펴보기 위한 온라인 여론조사 참여자는 전체 1,107명이었다. 본 연구에서 조사된 인구사회학적 요인별 참여자 특성은 [표 5-1]과 같다. 설문조사자 비율은 행정안전부 주민등록별 인구통계 2022년 5월 통계자료에 있는 거주 지역, 성별, 연령을 기준으로 할당표집 되었다. 이들 세 요인 외 학력, 소득, 정치 성향에 대한 설문 참여자의 특성이 조사되었다. 나아가 뉴스 이용, 언론 및 언론윤리/언론윤리강령에 대한 인식 등이 추가로 측정되었다.

[표 5-1] 온라인 조사참여자 특성

	구분	빈도	%
성별	남성	560	50.6
	여성	547	49.4
연령(만)	19~29세	196	17.7
	30~39세	210	19.0
	40~49세	233	21.0
	50~59세	255	23.0
	60~69세	213	19.2
지역	서울	217	19.6
	부산	71	6.4
	대구	46	4.2
	인천	71	6.4
	광주	26	2.3
	대전	36	3.3
	울산	23	2.1
	경기도	304	27.5
	강원도	31	2.8

구분		빈도	%
	충청북도	33	3.0
	충청남도	39	3.5
	전라북도	32	2.9
	전라남도	38	3.4
	경상북도	48	4.3
	경상남도	72	6.5
	제주도	12	1.1
	세종	8	.7
학력	고등학교 졸업 이하	224	20.2
	대학교 재학	70	6.3
	대학교 졸업	701	63.3
	대학원재학 이상	112	10.1
소득	200만원 미만	229	20.7
	200 - 300만원 미만	294	26.6
	300 - 400만원 미만	214	19.3
	400 - 500만원 미만	153	13.8
	500 - 600만원 미만	88	7.9
	600만원 이상	129	11.7
계		1,107	100

조사참여자의 매체별 뉴스 이용 현황인 [표 5-2]에 따르면, 뉴스를 매일 이용하는 비율이 가장 높은 매체는 인터넷 포털인 것으로 나타났다. 다음으로 카카오톡과 같은 메신저 서비스, 지상파 방송, 유튜브와 같은 동영상 전문 사이트 등의 순이었다. 상대적으로 매일 뉴스 이용이 가장 적은 매체로는 팟캐스트(2%), 전국지(10.7%), 언론사 사이트나 앱(11.7%) 등으로 분석되었다.

[표 5-2] 조사참여자의 매체별 주간 뉴스 이용 현황

단위: 빈도(%)

구분	N	이용 않음	1주일 1-2일	1주일 3-4일	1주일 5-6일	매일 이용
전국지(조선, 중앙, 동아, 한겨레 등)	1107 (100)	578 (52.2)	226 (20.4)	120 (10.8)	64 (5.8)	119 (10.7)
지상파 방송 (KBS/MBC/SBS)	1107 (100)	98 (8.9)	246 (22.2)	228 (20.6)	148 (13.4)	387 (35.0)
보도전문채널(y뉴스, YTN)	1107 (100)	198 (17.9)	315 (28.5)	234 (21.1)	117 (10.6)	243 (22.0)
중편(JTBC, MBN, 채널A, TV조선)	1107 (100)	224 (20.2)	329 (29.7)	232 (21.0)	116 (10.5)	206 (18.6)
언론사의 사이트나 모바일 앱	1107 (100)	468 (42.3)	282 (25.5)	142 (12.8)	85 (7.7)	130 (11.7)

구분	N	이용 않음	1주일 1~2일	1주일 3~4일	1주일 5~6일	매일 이용
인터넷 포털(네이버, 다음, 구글 등)	1107 (100)	48 (4.3)	148 (13.4)	182 (16.4)	190 (17.2)	539 (48.7)
인터넷 커뮤니티/카페/블로그	1107 (100)	315 (28.5)	271 (24.5)	201 (18.2)	117 (10.6)	203 (18.3)
SNS(트위트, 카카오톡, 페이스북, 인스타그램 등)	1107 (100)	346 (31.3)	254 (22.9)	152 (13.7)	98 (8.9)	257 (23.2)
동영상 전문 사이트(유튜브 등)	1107 (100)	192 (17.3)	232 (21.0)	191 (17.3)	146 (13.2)	346 (31.3)
메신저 서비스(카카오톡, 페이스북 메신저 등)	1107 (100)	288 (26.0)	169 (15.3)	99 (8.9)	100 (9.0)	451 (40.7)
팟캐스트	1107 (100)	820 (74.1)	162 (14.6)	65 (5.9)	38 (3.4)	22 (2.0)

한편, 5점 척도로 측정된 정치적 성향(이념)의 경우, 평균값은 3.06(표준편차 = 0.92)으로 나타나 보통 수준인 것으로 나타났다. 언론윤리에 대한 인식 차이를 정치 성향에 따라 살펴보고자 2 이하는 보수로 그리고 4 이상은 진보로 변환하여 추가 분석에 활용하였다. 전체 설문 참가자 1,107명 중 보수로 분류된 사람은 222명이었고, 진보로 분류된 사람은 285명이었다.

정치 성향에 따른 뉴스 이용 매체와 뉴스 분야에 대한 차이가 있는지에 대한 독립표본 t검정 분석이 이뤄졌다. 전국지와 종편을 제외한 대다수 뉴스 이용 매체의 경우 정치 성향별 유의미한 차이는 없는 것으로 나타났다. 보수로 응답한 사람들이 진보보다 상대적으로 전국지와 종편을 통해 뉴스를 많이 이용하는 것으로 나타났다. 한편, 이용하는 뉴스 분야에 대해서는 정치적 성향에 따른 유의미한 차이는 없는 것으로 확인되었다.

[표 5-3] 정치 성향별 뉴스 이용에 대한 독립표본 검정 결과

구분	정치 성향	N	평균	표준편차	
전국지	보수	222	2.20	1.45	t=2.67, P<0.01
	진보	285	1.87	1.31	
종편	보수	222	3.11	1.43	t=4.01 p<0.001
	진보	285	2.60	1.41	

2. 언론과 언론윤리

1) 뉴스와 언론윤리에 대한 인식

뉴스 관련 설문 참여자의 인식에 대한 분석에 따르면, 조사대상자들은 전반적으로 한국 뉴스의 품질을 보통 수준 이하로 판단하는 것으로 나타났다([표 5-4] 참조). 뉴스에 대한 인식을 보면, ‘뉴스가 공정하다’에 대한 인식은 평균값 2.29(SD=.91), ‘뉴스는 전문적이다’는 평균값 2.70(SD=.93), ‘뉴스는 정확하다’는 평균값 2.55(SD=.93), ‘뉴스는 신뢰할 수 있다’는 평균값 2.48(SD=.93), ‘뉴스는 영향력 있다’는 평균값 3.40(SD=.95), ‘언론 활동은 자유롭다’는 3.03(SD=1.07)로 나타났다. 조사참가자들은 한국 언론의 뉴스 영향력에 대해서는 상대적으로 다소 높게 인식하는 반면, 뉴스의 품질에 대한 평가는 다소 낮은 것으로 나타났다. 특히, 공정성에 대한 문제를 가장 심각한 수준으로 인식하는 것을 보여주었다.

[표 5-4] 뉴스에 대한 인식

구분	빈도(%)					n	평균	표준 편차
	전혀동의 않함	동의하 지않음	보통	동의	매우 동의			
공정하다.	249 (22.5)	379 (34.2)	393 (35.5)	81 (7.3)	5 (0.5)	1107 (100)	2.29	.91
전문적이다.	141 (12.7)	256 (23.1)	509 (46.0)	193 (17.4)	8 (0.7)	1107 (100)	2.70	.93
정확하다.	163 (14.7)	342 (30.9)	445 (40.2)	147 (13.3)	10 (0.9)	1107 (100)	2.55	.93
신뢰할 수 있다.	188 (17.0)	343 (31.0)	447 (40.4)	117 (10.6)	12 (1.1)	1107 (100)	2.48	.93
영향력 있다.	55 (5.0)	109 (9.8)	370 (33.4)	482 (43.5)	91 (8.2)	1107 (100)	3.40	.95
자유롭다.	107 (9.7)	215 (19.4)	405 (36.6)	301 (27.2)	79 (7.1)	1107 (100)	3.03	1.07

한편, 한국 언론의 역할에 대한 인식을 보여주는 <표 5-5>에 의하면, 설문 참여자들은 언론의 역할에 대해서 다소 부정적인 인식을 하는 것으로 나타났다. 분석 항목들 가운데 ‘중요한 사회문제를 의제로 제시’하는 항목에 대해서는 보통

수준에 가깝게 인식하는 반면, ‘사회적 약자를 대변’하는 역할에 대해서는 상대적으로 더욱 부정적 인식을 가진 것으로 드러났다.

[표 5-5] 언론 역할에 대한 인식

구분	빈도(%)					n	평균	표준 편차
	전혀동 의안함	동의하 지않음	보통	동의	매우 동의			
정확한 정보 제공	121 (10.9)	287 (25.9)	490 (44.3)	199 (18.0)	10 (0.9)	1107 (100)	2.72	.91
다양한 의견 제시	133 (12.0)	290 (26.2)	446 (40.3)	227 (20.5)	11 (1.0)	1107 (100)	2.72	.95
현안 해결책 제시	188 (17.0)	395 (35.7)	424 (38.3)	93 (8.4)	7 (0.6)	1107 (100)	2.40	.89
주요 의제 제시	108 (9.8)	212 (19.2)	511 (46.2)	260 (23.5)	16 (1.4)	1107 (100)	2.88	.93
정부, 공인 비판 및 감시	206 (18.6)	324 (29.3)	385 (34.8)	176 (15.9)	16 (1.4)	1107 (100)	2.52	1.01
기업활동 비판 및 감시	154 (13.9)	320 (28.9)	435 (39.3)	179 (16.2)	19 (1.7)	1107 (100)	2.63	.97
사회적 약자 대변	259 (23.4)	377 (34.1)	368 (33.2)	95 (8.6)	8 (0.7)	1107 (100)	2.29	.94

미디어 이용자들이 언론윤리의 문제에 대한 인식을 뉴스 분야별로 살펴보았다 ([표 5-6] 참조). 5점 척도로 측정되었기에 ‘3=보통이다’ 이하의 점수는 언론윤리의 문제가 다소 있음을 의미하며, 3 이상의 점수는 언론윤리의 문제가 다소 없다는 인식을 의미한다. 본 연구에서 언론윤리의 문제가 있다고 인식하는 분야로는 ‘정치’, ‘사회’, ‘연예’, ‘경제’ 분야였다. 반면, ‘생활/문화’, ‘세계’, ‘IT/과학’, ‘스포츠’ 분야에 대해서는 ‘보통’ 이상의 평균값을 보여 언론윤리의 문제가 다소 없는 것으로 인식하는 것으로 드러났다.

설문 참여자들이 언론윤리 문제가 가장 크다고 인식한 분야는 ‘정치’였으며, 언론윤리 문제가 가장 적다고 인식한 분야는 ‘스포츠’인 것으로 나타났다. ‘정치’ 분야가 언론사의 이념 지향성에 따른 뉴스 생산 가능성이 상대적으로 크고 보도 내용도 갈등·대립 관련 뉴스가 상대적으로 많은 분야라는 점 그리고 ‘스포츠’ 분야가 ‘정치’와 비교하여 상대적으로 사실 기반의 정보전달이 많다는 점에서 분야별 언론윤리에 대한 뉴스 이용자의 인식 차이를 생각해 볼 수 있다. 하지만 정치 뉴스에

대한 언론윤리 문제에 대한 인식과 이념 성향(1=보수적, 5=진보적)에 대한 상관관계 분석은 이들 사이에 유의미한 부적 관계가 있음을 보여주었다($r = -.133$, $p < .001$). 보수적일수록 정치 뉴스에서 언론윤리 문제가 없다고 인식하는 반면, 진보적일수록 정치 뉴스의 언론윤리 문제가 있다고 인식하는 경향이 있었다. 이러한 결과는 이념 성향별 언론윤리 문제를 바라보는 시각차가 존재한다는 것을 시사한다.

[표 5-6] 뉴스 분야별 언론윤리 문제에 대한 인식

구분	빈도(%)					n	평균	표준 편차
	매우 문제있다	약간 문제있다	보통	거의 문제없다	전혀 문제없다			
정치	383 (34.6)	425 (38.4)	242 (21.9)	51 (4.6)	6 (0.5)	1107 (100)	1.98	.89
경제	98 (8.9)	312 (28.2)	534 (48.2)	147 (13.3)	16 (1.4)	1107 (100)	2.70	.86
사회	115 (10.4)	359 (32.4)	494 (44.6)	128 (11.6)	11 (1.0)	1107 (100)	2.60	.86
생활/문화	43 (3.9)	144 (13.0)	641 (57.9)	259 (23.4)	20 (1.8)	1107 (100)	3.06	.77
IT/과학	17 (1.5)	95 (8.6)	592 (53.5)	355 (32.1)	48 (4.3)	1107 (100)	3.29	.75
세계	39 (3.5)	171 (15.4)	601 (54.3)	266 (24.0)	30 (2.7)	1107 (100)	3.07	.80
스포츠	26 (2.3)	96 (8.7)	556 (50.2)	349 (31.5)	80 (7.2)	1107 (100)	3.33	.82
연예	146 (13.2)	332 (30.0)	471 (42.5)	139 (12.6)	19 (1.7)	1107 (100)	2.60	.93

언론윤리 문제에 대한 미디어 이용자의 인식을 매체별로 살펴보고자 인터넷, 인쇄매체, 방송 뉴스에 대한 분석이 이뤄졌다. 인터넷 뉴스는 추가적으로 온라인 영상 뉴스와 온라인 텍스트 뉴스로 세분화하여 조사되었다. 분석 결과인 [표 5-7]이 보여주듯, 기사유형별 언론윤리 문제에 대한 인식은 항목별 평균값이 3 이하로 나타났다. 특히, 언론윤리 문제에 대한 인식은 지면이나 방송 뉴스보다 인터넷 뉴스에 대하여 부정적인 것으로 나타났다. 인터넷 뉴스에서는 텍스트 뉴스보다 영상 뉴스에서 언론윤리 문제가 더 큰 것으로 인식되고 있었다. 또한, 타 매체에 비해 상대적으로 방송 뉴스가 언론윤리 관련 문제가 적다고 인식하는 것으로 드러났다. 방송뉴스에 대한 법적·제도적 규제와 통제가 상대적으로 크다는 점도 작용한 것으로 보인다.

[표 5-7] 매체별 언론윤리 문제에 대한 인식

구분	빈도(%)					n	평균	표준 편차
	매우 문제있다	약간 문제있다	보통	거의 문제없다	전혀 문제없다			
인터넷 뉴스	302 (27.3)	466 (42.1)	278 (25.1)	57 (5.1)	4 (0.4)	1107 (100)	2.09	.87
온라인 영상 뉴스 (유튜브 등)	367 (33.2)	422 (38.1)	266 (24.0)	47 (4.2)	5 (0.5)	1107 (100)	2.01	.88
온라인 텍스트 뉴스 (블로그, SNS 등)	301 (27.2)	443 (40.0)	309 (27.9)	47 (4.2)	7 (0.6)	1107 (100)	2.11	.88
지면 뉴스 (신문, 잡지)	149 (13.5)	333 (30.1)	493 (44.5)	127 (11.5)	5 (0.5)	1107 (100)	2.55	.88
방송 뉴스	78 (7.0)	253 (22.9)	553 (50.0)	208 (18.8)	15 (1.4)	1107 (100)	2.85	.85

언론윤리 문제에 대한 인식을 매체와 뉴스유형별로 살펴본 결과는 [표 5-8]과 같다. 전반적으로 ‘신문사/인터넷언론사/뉴스통신사’ 뉴스가 ‘방송사’의 뉴스와 비교하여 상대적으로 언론윤리 문제가 더 높은 것으로 인식되고 있었다. ‘신문사/인터넷언론사/뉴스통신사’ 뉴스 중에는 온라인용 기사(홈페이지/블로그/SNS 등)가 언론윤리에 더 문제가 큰 것으로 인식되었으며, ‘방송사’ 뉴스 중에는 ‘해설·논평’이 스트레이트나 리포터 기사보다 윤리적 문제가 상대적으로 큰 것으로 인식된 것으로 나타났다.

[표 5-8] 뉴스유형별 언론윤리 문제에 대한 인식

구분		빈도(%)					n	평균	표준 편차
		매우 문제 있다	약간 문제 있다	보통	거의 문제 없다	전혀 문제 없다			
신문사/인 터넷언론사 /뉴스통신사	스트레이트 기사/단신	139 (12.6)	314 (28.4)	536 (48.4)	111 (10.0)	7 (0.6)	1107 (100)	2.58	.86
	기획·해설 기사/리포터	89 (8.0)	279 (25.2)	573 (51.8)	156 (14.1)	10 (0.9)	1107 (100)	2.75	.83
	사설·칼럼·논평	171 (15.4)	329 (29.7)	437 (39.5)	157 (14.2)	13 (1.2)	1107 (100)	2.56	.95
	동영상	132 (11.9)	343 (31.0)	522 (47.2)	101 (9.1)	9 (0.8)	1107 (100)	2.56	.85

구분		빈도(%)					n	평균	표준 편차
		매우 문제 있다	약간 문제 있다	보통	거의 문제 없다	전혀 문제 없다			
	온라인 기사 (블로그/SNS 등)	236 (21.3)	403 (36.4)	399 (36.0)	67 (6.1)	2 (0.2)	1107 (100)	2.27	.87
	온라인 사진	166 (15.0)	396 (35.8)	465 (42.0)	78 (7.0)	2 (0.2)	1107 (100)	2.42	.83
방송사	스트레이트 기사/단신	70 (6.3)	221 (20.0)	592 (53.5)	213 (19.2)	11 (1.0)	1107 (100)	2.89	.82
	리포트 기사	62 (5.6)	240 (21.7)	580 (52.4)	213 (19.2)	12 (1.1)	1107 (100)	2.89	.81
	해설·논평	124 (11.2)	297 (26.8)	521 (47.1)	151 (13.6)	14 (1.3)	1107 (100)	2.67	.89

언론윤리 문제에 대한 인식, 위반시 제재 조치, 언론윤리를 위한 조문화된 언론윤리강령의 필요성, 언론윤리교육의 필요성에 대한 인식조사가 이뤄졌다. 조사 결과인 [표 5-9]가 보여주듯, 조사참여자들은 한국 언론사들이 언론윤리를 다소 준수하지 않는다는 인식을 가진 것으로 나타났다. 또한, 언론윤리를 위한 언론윤리강령의 필요성을 높게 인식하는 것으로 드러났다. 나아가 언론윤리 위반이 발생하는 경우 언론인과 해당 언론사에 대한 제재가 필요하다는 인식이 매우 높았으며, 기자들을 대상으로 한 언론윤리교육의 필요성도 강한 것으로 나타났다.

[표 5-9] 언론윤리와 언론윤리강령 관련 인식

구분	빈도(%)					n	평균	표준 편차
	전혀 동의 안함	동의하 지 않음	보통	동의	매우 동의			
언론윤리 위한 언론윤리강령 필요	11 (1.0)	40 (3.6)	174 (15.7)	572 (51.7)	310 (28.0)	1107 (100)	4.02	.82
한국 언론사들은 언론윤리 준수하는 편	155 (14.0)	324 (29.3)	467 (42.2)	150 (13.6)	11 (1.0)	1107 (100)	2.58	.92
언론윤리 위반시 해당 기자 제재 필요	9 (0.8)	30 (2.7)	186 (16.8)	440 (39.7)	442 (39.9)	1107 (100)	4.15	.85
언론윤리 위반시 해당 언론사 제재 필요	7 (0.6)	35 (3.2)	160 (14.5)	430 (38.8)	475 (42.9)	1107 (100)	4.20	.85
언론윤리 위한 기자 윤리교육 필요	13 (1.2)	38 (3.4)	139 (12.6)	407 (36.8)	510 (46.1)	1107 (100)	4.23	.88

나아가 언론윤리 수준을 전반적인 한국 언론윤리 수준, 개별 기자들의 언론윤리 수준, 언론사들의 언론윤리 수준으로 세분화하여 살펴보았다([표 5-10] 참조). 분석 결과는 설문 참여자들이 세 가지 영역 모두에서 언론윤리 수준이 다소 낮다고 인식하고 있음을 보여주었다. 언론수용자들이 인식하는 전반적인 한국 언론윤리 수준은 평균 2.42($SD=.94$), 기자들의 언론윤리 수준은 평균 2.21($SD=.95$), 언론사들의 언론윤리 수준은 평균 2.28($SD=.95$)를 보여주었다. 특히, 전반적 언론윤리 수준에 대한 인식과 비교하면 기자 개인이나 언론사의 언론윤리 수준을 상대적으로 가장 조금 더 낮게 인식하는 경향이 있었다. 이러한 경향은 위의 [표 5-9]가 보여주듯, 언론윤리 위반시 기자나 언론사에 대한 높은 제재 필요성과 기자를 대상으로 한 윤리교육의 강한 필요성으로 연결되는 것으로 보인다.

[표 5-10] 언론윤리 수준에 대한 인식

구분	빈도(%)					n	평균	표준 편차
	매우 낮다	다소 낮다	보통 이다	다소 높다	매우 높다			
전반적 언론윤리 수준	212 (19.2)	350 (31.6)	417 (37.7)	123 (11.1)	5 (1.5)	1107 (100)	2.42	.94
기자들의 언론윤리 수준	299 (27.0)	378 (34.1)	336 (30.4)	89 (8.0)	5 (0.5)	1107 (100)	2.21	.95
언론사들의 언론윤리 수준	265 (23.9)	373 (33.7)	366 (33.1)	95 (8.6)	8 (0.7)	1107 (100)	2.28	.95

언론윤리와 뉴스에 대한 인식 사이에 유의미한 관계가 있는지를 살펴보고자 이변량 상관관계 분석이 이뤄졌다. 분석결과는 두 변인 간 유의미한 정적 상관관계가 있음을 보여주었다. 측정된 세 가지 수준의 언론윤리에 대한 인식이 높을수록 뉴스에 대한 인식도 높거나, 언론윤리에 대한 인식이 낮을수록 뉴스에 대한 인식도 유의미하게 낮았다. 이러한 결과는 언론에 대한 미디어 이용자의 윤리적 판단이 뉴스에 대한 평가에 영향을 미칠 수 있음을 시사한다.

[표 5-11] 뉴스 인식과 언론윤리 수준에 대한 인식 간의 상관관계 분석 결과

뉴스 인식 윤리 인식	한국 언론윤리 수준	기자 언론윤리 수준	언론사 언론윤리 수준
공정하다.	.635**	.610**	.670**
전문적이다.	.579**	.553**	.577**
정확하다.	.608**	.592**	.616**
신뢰한다.	.626**	.605**	.646**
영향력 있다.	.204**	.167**	.193**
자유롭다.	.168**	.165**	.185**

**p<0.001; 뉴스 인식 '1=전혀 동의하지 않는다', '5=매우 동의한다'; 윤리 인식 '1=매우 낮다', '5=매우 높다'.

언론수용자들이 언론 활동을 어떻게 인식하는지가 언론윤리 수준에 대한 인식과 관계되는 정도를 살펴보고자 상관관계 분석이 이뤄졌다. 언론 역할에 대한 측정 항목들 모두에서 언론윤리 수준과 유의미한 정적 상관관계가 있는 것으로 밝혀졌다. 즉, 언론 역할을 긍정적으로 생각할수록 언론윤리 수준을 높게 인식하거나, 부정적으로 바라볼수록 언론윤리 수준을 낮게 인식하는 것을 보여주었다.

이러한 결과는 뉴스나 언론을 바라보는 언론수용자의 인식이 한국 언론의 윤리수준에 대한 인식과 유의미하게 관계되어 있음을 시사한다. 뉴스와 언론의 역할에 대한 긍정적인 생각이 윤리 수준을 바라보는 중요한 기능자가 될 수 있음을 의미한다.

[표 5-12] 언론 역할과 언론윤리 수준에 대한 인식 간의 상관관계 분석 결과

뉴스 인식 윤리 인식	한국 언론윤리 수준	기자 언론윤리 수준	언론사 언론윤리 수준
정확한 정보 제공	.615**	.561**	.585**
다양한 의견 제시	.572**	.577**	.591**
현안 관련 해결책 제시	.562**	.576**	.607**
주요 의제 제시	.527**	.497**	.517**
정부, 공인 비판/감시	.504**	.509**	.543**
기업활동 비판/감시	.467**	.468**	.507**
사회 약자 대변	.560**	.587**	.609**

**p<0.001; 언론 역할 인식 '1=전혀 동의하지 않는다', '5=매우 동의한다'; 언론윤리 인식 '1=매우 낮다', '5=매우 높다'.

인구사회학적 요인들 가운데 학력, 소득, 정치적 성향에 따른 언론윤리 수준에 대한 인식 차이가 존재하는지에 대한 상관관계 분석이 이뤄졌다. 보수적일수록 전반적인 언론윤리, 기자나 언론사의 언론윤리에 대해 긍정적으로 보는 경향이

있고, 진보적인 성향일수록 언론윤리에 대해 부정적 인식을 하는 경향이 있었다. 또한, 학력도 언론윤리에 대해 유의미한 부적 관계가 있었다. 고학력자일수록 한국 언론윤리 수준과 기자나 언론사들의 언론윤리 수준이 낮다고 인식하는 것으로 나타났다. 한편, 소득은 언론사의 언론윤리 수준에 대해서만 부적의 관계를 보여주었다.

[표 5-13] 개인 특성과 언론윤리 수준에 대한 인식 간의 상관관계 분석 결과

윤리 인식 뉴스 인식	한국 언론윤리 수준	기자 언론윤리 수준	언론사 언론윤리 수준
정치 성향	-.116***	-.122***	-.165***
학력	-.092**	-.128***	-.138***
소득	-.049	-.057	-.069*

***p<.001, **p<.01, *p<.05; 정치적 성향 '1=보수적', '5=진보적'; 윤리 인식 '1=매우 낮다', '5=매우 높다'.

2) 언론윤리를 위한 언론윤리강령에 대한 인식

뉴스 이용자들이 인식하는 취재·보도 활동에 필요한 언론윤리 항목을 살펴보고자 한국기자협회에서 제기한 10개의 언론윤리 항목들에 대한 순위별 측정이 이뤄졌다. 분석 결과인 [표 5-14]이 보여주듯, 뉴스 이용자들은 바람직한 언론활동을 위해 '공정정보도'가 가장 중요한 언론윤리 항목이라고 인식하는 것으로 나타났다. 다음 항목으로는 '올바른 정보사용', '갈등·차별 조장 금지' 항목이 바람직한 언론활동에 필요하다고 인식하고 있었다.

[표 5-14] 바람직한 언론 활동에 필요한 언론윤리 항목에 대한 인식

구분	1순위 빈도(%)	2순위 빈도(%)	3순위 빈도(%)
언론자유 수호	107(9.7)	101(9.1)	98(8.9)
공정정보도	637(57.5)	196(17.7)	103(9.3)
품위유지	12(1.1)	23(2.1)	23(2.1)
정당한 정보수집	73(6.6)	176(15.9)	109(9.8)
올바른 정보사용	122(11.0)	247(22.3)	222(20.1)
사생활 보호	33(3.0)	72(6.5)	94(8.5)
취재원 보호	14(1.3)	23(2.1)	39(3.5)
오보의 정정	24(2.2)	99(8.9)	170(15.4)
갈등·차별 조장 금지	76(6.9)	157(14.2)	220(19.9)
광고·판매 활동의 제한	9(0.8)	13(1.2)	29(2.6)
계	1,107(100%)	1,107(100%)	1,107(100%)

언론윤리 항목별 언론윤리 준수 정도에 대한 인식을 살펴보고자, 한국기자협회가 제시한 10가지 항목별 측정이 이뤄졌다. 분석 결과인 [표 5-15에 따르면, 가장 준수되지 않는다고 응답한 항목은 ‘오보의 정정’ (평균 2.31)과 ‘갈등·차별 조장 금지’ (평균 2.36)에 대한 것이었고, 상대적으로 잘 지켜지는 항목은 ‘언론자유 수호’ 활동인 것으로 나타났다.

[표 5-15] 한국 언론의 언론윤리 항목 준수에 대한 인식

구분	빈도(%)					n	평균	표준 편차
	전혀 지켜지 지않음	지켜지 지않음	보통	지켜지 고있음	매우잘 지켜짐			
언론자유 수호	61 (5.5)	222 (20.1)	559 (50.5)	225 (20.3)	40 (3.6)	1107 (100)	2.96	.88
공정보도	185 (16.7)	380 (34.3)	410 (37.0)	126 (11.4)	6 (0.5)	1107 (100)	2.45	.92
품위유지	156 (14.1)	361 (32.6)	484 (43.7)	94 (8.5)	12 (1.1)	1107 (100)	2.50	.88
정당한 정보수집	165 (14.9)	344 (31.1)	471 (42.5)	117 (10.6)	10 (0.9)	1107 (100)	2.51	.90
올바른 정보사용	150 (13.6)	352 (31.8)	450 (40.7)	147 (13.3)	8 (0.7)	1107 (100)	2.56	.91
사생활 보호	172 (15.5)	393 (35.5)	408 (36.9)	121 (10.9)	13 (1.2)	1107 (100)	2.47	.92
취재원 보호	89 (8.0)	322 (29.1)	499 (45.1)	176 (15.9)	21 (1.9)	1107 (100)	2.75	.88
오보의 정정	261 (23.6)	374 (33.8)	349 (31.5)	114 (10.3)	9 (0.8)	1107 (100)	2.31	.97
갈등·차별 조장금지	246 (22.2)	336 (30.4)	416 (37.6)	97 (8.8)	12 (1.1)	1107 (100)	2.36	.96
광고판매활동 제한	153 (13.8)	330 (29.8)	481 (43.5)	122 (11.0)	21 (1.9)	1107 (100)	2.57	.93

뉴스에 대한 사람들의 인식이 언론윤리강령 제정 필요성, 언론윤리를 위반했을 때 기자나 언론사 제재, 언론윤리교육 필요성과 유의미한 상관관계가 있는 것으로 확인되었다. 먼저 뉴스를 공정하고, 전문적이며, 정확하고, 신뢰할만하다고 판단할 수록 언론윤리강령 제정이 필요치 않다고 생각하거나 위반시 제재 및 언론윤리교육에 대한 인식이 줄어드는 것으로 드러났다. 또한, 뉴스의 영향력이 크고 언론 활동이 자유롭다고 인식할수록 언론윤리강령도 필요하고 해당 기자나 언론사에

대한 제재나 기자 대상 윤리교육도 필요하다고 인식하는 것으로 나타났다. 반대로 언론의 영향력이 적거나 언론 활동도 자유롭지 않다고 인식할수록 윤리강령이나 윤리교육의 필요성이나 제재에 대한 인식이 낮아지는 경향을 보여주었다. 따라서 뉴스 신뢰도와 같은 정보 품질에 문제가 있고 뉴스가 영향력을 가지며 많은 언론자유를 누린다고 판단할 경우, 윤리강령 제정도 필요하고 위반시 제재나 윤리교육도 필요하다는 인식이 강해지는 경향이 있음을 의미한다.

[표 5-16] 뉴스 인식과 윤리강령, 제재, 윤리교육 필요성에 대한 상관관계 분석 결과

뉴스 인식	언론윤리강령 필요성	위반 기자 제재	위반 언론사 제재	윤리교육 필요성
공정하다.	-.113***	-.261***	-.278***	-.203***
전문적이다.	-.024	-.196***	-.154***	-.132***
정확하다.	-.062*	-.199***	-.175***	-.147***
신뢰한다.	-.062*	-.245***	-.220***	-.152***
영향력 있다.	.212***	.117***	.152***	.137***
자유롭다.	.071*	.125***	.136***	.118***

*p<.05, **p<.01, ***p<.001; 뉴스 인식 '1=전혀 동의하지 않는다', '5=매우 동의한다'; 언론윤리강령 필요성, 위반 기자 제재, 위반 언론사 제재, 윤리교육 필요성 '1=전혀 동의하지 않는다', '5=매우 동의한다'.

언론수용자가 가진 언론 역할에 대한 인식이 언론윤리강령의 필요성, 위반시 기자나 언론사 제재, 언론윤리교육의 필요성과 어떠한 관계가 있는지를 살펴보고자 상관관계 분석이 이뤄졌다. 측정된 언론의 역할 관련 모든 항목에서 문제가 있다고 생각할수록 언론윤리를 위반한 기자나 언론사에 대한 규제를 높이고 윤리교육도 필요하다는 인식이 강한 것으로 나타났다. 반대로 언론의 역할이 잘 이뤄지고 있다고 판단할수록 기자나 언론사에 대한 제재를 반대하거나 윤리교육의 필요성도 인식하지 못하는 것으로 확인되었다. 반면, 언론윤리강령의 필요성과 관련해서는 현안에 대한 해결책 제시나 사회적 약자 대변과 관련된 항목이 유의미한 부적 관계가 있었다.

따라서 언론윤리 문제가 발생했을 때 가해지는 제재나 기자 대상 윤리교육과 같은 보다 적극적인 조치에 대한 인식은 언론 역할에 대한 언론수용자의 인식과 매우 밀접한 관계가 있음을 의미한다. 즉, 언론이 사회적 역할을 충실히 수행하지 못할 때 제재나 윤리교육이 이뤄져야 한다는 인식이 강함을 알 수 있다.

[표 5-17] 언론 역할과 윤리강령, 제재, 윤리교육 필요성 인식에 대한 상관관계 분석 결과

언론 역할 인식	언론윤리강령 필요성	위반 기자 제재	위반 언론사 제재	윤리교육 필요성
정확한 정보 제공	-.030	-.180***	-.166***	-.112***
다양한 의견 제시	.009	-.157***	-.135***	-.076**
현안 해결책 제시	-.089**	-.248***	-.242***	-.169***
주요 의제 제시	.003	-.115***	-.092**	-.065*
정부, 공인 비판/감시	-.029	-.164***	-.161***	-.121***
기업활동 비판/감시	-.030	-.145***	-.136***	-.114***
사회 약자 대변	-.115***	-.225***	-.235***	-.208***

*p<.05, **p<.01, ***p<.001; 언론 역할 인식 '1=전혀 동의하지 않는다', '5=매우 동의한다'; 언론윤리강령 필요성, 위반 기자 제재, 위반 언론사 제재, 윤리교육 필요성 '1=전혀 동의하지 않는다', '5=매우 동의한다'.

한편, 언론수용자들은 언론윤리 수준이 낮다고 인식할수록 언론윤리를 위한 윤리강령 제정 필요성을 높게 인식하는 것으로 나타났다. 또한, 윤리수준이 낮다고 인식할수록 언론윤리 위반시 해당 언론인이나 언론사를 제재해야 하고, 윤리교육도 필요하다고 인식하는 것으로 나타났다. 반대로 언론윤리 수준이 높다고 인식할수록 언론윤리강령 필요성, 해당 언론사나 기자에 대한 제재, 언론윤리교육의 필요성을 낮게 인식하는 경향을 보였다.

[표 5-18] 언론윤리 인식과 언론윤리강령, 제재, 윤리교육 필요성에 대한 상관관계 분석 결과

언론윤리	언론윤리강령 필요성	위반시 기자 제재	위반시 언론사 제재	윤리교육 필요성
전반적 윤리수준	-.133***	-.278***	-.268***	-.211***
기자 윤리수준	-.184***	-.362***	-.334***	-.289***
언론사 윤리수준	-.190***	-.329***	-.323***	-.261***

***p<.001, 윤리수준 '1=매우 낮다', '5=매우 높다'. 언론윤리강령 필요성, 위반 기자 제재, 위반 언론사 제재, 윤리교육 필요성 '1=전혀 동의하지 않는다', '5=매우 동의한다'.

언론 활동의 윤리적 가치들을 규정한 언론윤리강령의 필요성에 대한 인식을 5점 척도로 조사한 결과에 따르면 평균값은 4.02(SD=.82)를 보여주었다. 이는 조사참여자들이 윤리가치를 규정한 언론윤리강령 제정이 매우 필요하다고 인식함을 의미한다. 이러한 인식이 인구사회학적 요인에 따라 차이가 있는지를 살펴본 결과,

성별로는 유의미한 인식 차이가 없는 것으로 확인되었다(남성=4.03, 여성=4.01). 하지만 연령, 소득, 학력 등에 있어서는 유의미한 인식 차이가 발견되었다.

연령별 언론윤리를 위한 언론윤리강령의 필요성에 대한 인식 차이를 살펴보기 위한 분산분석이 이뤄졌다. 분석 결과인 [표 5-19]에 따르면, 언론윤리강령 필요성에 대한 인식은 연령별로 유의미한 차이가 확인되었다. 다중비교분석결과는 50대 이상의 사람들이 40대 이하보다 상대적으로 언론윤리강령의 필요성을 높게 인식하는 것으로 밝혀졌다. 언론윤리강령 필요성에 대한 연령별 평균값이 보여주듯, 분석된 모든 연령대의 사람들은 윤리강령이 필요하다고 인식하지만, 그 필요성에 대해서는 50대 이상의 응답자에게서 더욱 강한 것으로 확인되었다.

[표 5-19] 연령별 언론윤리강령 필요성에 대한 인식에 대한 분산분석 결과

구분	N	평균	표준편차	통계량
20-29세a	196	3.92	.81	df(4, 1102) F=3.487 p<0.01 (d=e)>(a=b=c)*
30-39세b	210	3.94	.92	
40-49세c	233	3.97	.83	
50-59세d	255	4.13	.77	
60-69세e	213	4.13	.74	

* 다중비교분석은 LSD로 수행되었음. 언론윤리강령 필요성 '1=전혀 동의하지 않는다', '5=매우 동의한다'.

소득에 따른 언론윤리강령의 필요성에 대한 인식 사이에도 일부 유의미한 차이가 발견되었다([표 5-20] 참조). 본 연구에서 월 소득이 600만 원 이상인 사람들은 월 소득이 200만 원 미만이나 200-300만 원인 사람들에 비하여 언론윤리강령의 필요성을 높게 인식하였다. 또한, 월 소득이 300-500만 원인 사람들도 200만 원 미만인 사람들에 비해 상대적으로 언론윤리강령의 필요성에 더 동의하는 것으로 나타났다.

[표 5-20] 소득별 언론윤리강령 필요성에 대한 인식에 대한 분산분석 결과

구분	N	평균	표준편차	통계량
200만원 미만 ^a	229	3.89	.81	df(5, 1101) F=2.936 p<0.05 (a=b)<f, a<(c=d)*
200-300만원 미만 ^b	294	3.97	.83	
300-400만원 미만 ^c	214	4.06	.85	
400-500만원 미만 ^d	153	4.09	.83	
500-600만원 미만 ^e	88	4.06	.88	
600만원 이상 ^f	129	4.20	.68	

* 다중비교분석은 LSD로 수행되었음. 1=전혀 동의하지 않는다', '5=매우 동의한다'.

학력이 높을수록 언론윤리강령에 대한 인식도 일부 높은 경향이 발견되었다. 다음 [표 5-21]에 따르면, 대학원 재학이나 졸업한 응답자는 ‘고졸’이나 ‘대제’보다 윤리강령에 대한 필요성을 유의미하게 높게 인식하였고, ‘대졸’이나 ‘대학원 재/졸’은 대학 재학생들보다 윤리강령의 필요성을 높게 인식하는 것으로 나타났다.

[표 5-21] 학력별 언론윤리강령 필요성에 대한 인식에 대한 분산분석 결과

구분	N	평균	표준편차	통계량
고졸 이하 ^a	224	3.93	.77	df(3, 1103) F=4.058 p<0.01 (a=b)<d, b<(c=d)*
대제 ^b	70	3.80	.77	
대졸 ^c	701	4.05	.83	
대학원재/졸 ^d	112	4.16	.82	

* 다중비교분석은 LSD로 수행되었음. 1=전혀 동의하지 않는다', '5=매우 동의한다'.

언론윤리 위반시 해당 기자나 언론사에 대한 제재 필요성에 대한 인식이 성, 연령, 소득, 학력별 차이에 따라 차이가 있는지를 확인하기 위한 분석이 이뤄졌다. 분석을 위해 통계 분석의 효율성과 변인의 분포 특성을 고려하여 기자에 대한 제재와 언론사에 대한 제재 변수를 하나의 ‘제재 필요성’ 변수로 변환 처리하였다.

먼저, 언론윤리 위반시 제재 필요성에 대한 인식 차이가 성별로 차이가 있는지에 대한 독립표본 t검정이 이뤄졌다. 분석 결과에 따르면, 제재 필요성에 대한 인식은 성별로 유의미한 차이가 있는 것으로 확인되었다. 위반시 제재 필요성은 남녀 모두에게서 높지만, 특히 남성(평균 4.25)은 여성(평균 4.10)보다 제재 필요성을 강하게 인식하는 것으로 나타났다. 즉, 언론윤리 위반이 발생했을 때 제재를 해야 한다는 인식이 여성보다 남성에게서 더 많다는 것을 시사한다.

[표 5-22] 성별 언론윤리 위반시 제재 필요성에 대한 독립표본 검정 결과

구분	성별	N	평균	표준편차	
제재 필요성	남성	560	4.25	.82	t=3.14, P<0.01
	여성	547	4.10	.79	

연령별 제재 필요성 인식에 대한 분산분석 결과는 이들 사이에 유의미한 관계가 있을 보여주었다. 분석 결과인 [표 5-23]이 보여주듯, 대체로 연령이 높을수록 언론윤리 문제가 발생했을 때 해당 기자나 언론사를 제재해야 한다는 생각이 많았다. 다중비교 분석 결과에 의하면, 50대의 인식이 20, 30대 보다 유의미하게 큰 것으로 확인되었다.

[표 5-23] 연령별 언론윤리 위반시 제재 필요성에 대한 인식에 대한 분산분석 결과

구분	N	평균	표준편차	통계량
20-29세a	196	4.10	.80	df(4, 1102) F=2.491 p<0.05 d>(a=b)*
30-39세b	210	4.10	.92	
40-49세c	233	4.15	.84	
50-59세d	255	4.29	.75	
60-69세e	213	4.23	.72	

다중비교분석은 LSD로 수행되었음. '1=전혀 동의하지 않는다', '5=매우 동의한다'.

소득별 제재 필요성 인식에 대한 통계적 분석은 이들 사이에 유의미한 관계가 있는 것으로 드러났다. 위의 연령과 유사하게 소득이 높을수록 제재 필요성에 대한 인식이 높게 나타났다. 특히, 상대적으로 낮은 소득 집단인 월 평균 소득 200-300만원 미만의 집단에서 제재 필요성에 대한 인식이 유의미하게 낮은 것으로 확인되었다.

[표 5-24] 소득별 언론윤리 위반시 제재 필요성에 대한 인식에 대한 분산분석 결과

구분	N	평균	표준편차	통계량
200만원 미만a	229	4.02	.85	df(5, 1101) F=3.734 p<0.01 (c=d=e=f)>a, f>b*
200-300만원 미만b	294	4.14	.80	
300-400만원 미만c	214	4.20	.86	
400-500만원 미만d	153	4.24	.73	
500-600만원 미만e	88	4.31	.72	
600만원 이상f	129	4.35	.76	

다중비교분석은 LSD로 수행되었음. 1=전혀 동의하지 않는다', '5=매우 동의한다'.

학력별 제재 필요성 인식에 대한 분산분석 결과인 <표 5-25>에 따르면, 학력이 높을수록 제재 필요성에 대한 인식도 높은 경향이 확인되었다. 특히, 집단간 차이에 대한 다중비교분석 결과에 따르면, 대졸 이상의 집단은 고졸 이하의 집단에 비하여 언론윤리 문제에 대한 제재 필요성에 대해 보다 엄격한 태도를 보여주었다. 즉, 윤리문제가 발생한다면 기자나 언론사에 대한 제재가 필요하다는 입장이었다.

[표 5-25] 학력별 언론윤리 위반시 제재 필요성에 대한 인식에 대한 분산분석 결과

구분	N	평균	표준편차	통계량
고졸 이하a	224	4.07	.83	df(3, 1103) F=2.579 p<0.05 (c=d)>a*
대재b	70	4.07	.81	
대졸c	701	4.21	.79	
대학원재/졸d	112	4.27	.88	

* 다중비교분석은 LSD로 수행되었음. 1=전혀 동의하지 않는다', '5=매우 동의한다'.

본 연구에서는 언론윤리를 위한 기자들에 대한 윤리교육의 필요성에 대한 인식도 조사되었다. 온라인 설문조사에 대한 분석결과는 평균값 4.23(SD=.88)로 나타나, 기자 윤리교육의 필요성을 강하게 인식하고 있었다. 언론윤리를 위한 윤리교육의 필요성에 대한 인식을 설문 참여자의 개인적 특성에 따라 차이가 있는지에 대한 통계 분석이 이뤄졌다. 분석 결과에 의하면, 연령과 소득 변인 외에 성별과 학력은 기자 윤리교육의 필요성에 대한 인식과 통계적으로 관계가 없는 것으로 확인되었다.

먼저, 연령별 기자 윤리교육 필요성에 대한 분산분석 결과는 나이가 많을수록 윤리교육 교육의 필요성이 높다는 것을 보여주었다. 특히, 기자 윤리교육 필요성에 대한 50-60대의 인식은 20-40대의 생각보다 통계적으로 유의미하게 큰 것으로 확인되었다.

[표 5-26] 연령별 기자 윤리교육 필요성에 대한 인식에 대한 분산분석 결과

구분	N	평균	표준편차	통계량
20-29세a	196	4.11	.95	df(4, 1102) F=3.383 p<0.01 (d=e)>(a=b=c)*
30-39세b	210	4.18	.97	
40-49세c	233	4.16	.94	
50-59세d	255	4.31	.83	
60-69세e	213	4.37	.67	

다중비교분석은 LSD로 수행되었음. '1=전혀 동의하지 않는다', '5=매우 동의한다'.

기자 윤리교육 필요성에 대한 인식에서도 소득별 유의미한 차이가 확인되었다. 특히 다중비교분석 결과에 의하면, 상대적으로 소득이 큰 사람들의 인식이 소득이 낮은 집단에 비하여 기자 윤리교육에 대한 필요성을 더 인식하는 경향이 있음을 보여주었다. 하지만 윤리교육 필요성에 대한 인식에서 학력별 차이는 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다.

[표 5-27] 소득별 기자 윤리교육 필요성에 대한 인식에 대한 분산분석 결과

구분	N	평균	표준편차	통계량
200만원 미만a	229	4.09	.96	df(5, 1101) F=2.399 p<0.05 (c=e=f)>a*
200-300만원 미만b	294	4.20	.88	
300-400만원 미만c	214	4.29	.93	
400-500만원 미만d	153	4.25	.80	
500-600만원 미만e	88	4.35	.77	
600만원 이상f	129	4.36	.79	

다중비교분석은 LSD로 수행되었음. 1=전혀 동의하지 않는다, '5=매우 동의한다'.

한편, 언론윤리 실천에 가장 중요한 주체를 순위별로 조사한 결과, 언론사가 중요하다는 인식이 1순위에서 가장 많았다(<표 5-28> 참조). 기자 개인적 차원보다 조직적 차원의 노력이 언론윤리 실천에 필요하다는 인식이 2배 정도 많았다. 비록 후속 연구가 필요하지만 기자는 조직 내 구성원이며, 조직 차원의 운영방식에 따라 언론윤리 실천도 이뤄질 수 있다는 인식을 가진 것으로 보인다. 1순위에서 기자와 언론사 다음으로 언론윤리 실천을 위한 시민의 중요성도 제기되었다. 이는

‘언론유관기관’보다도 높은 수치며, 언론 활동에 대한 시민의 관여와 참여가 언론윤리 개선에 도움이 된다는 뉴스 소비자의 인식을 보여주는 것이다. 한편, 1, 2순위에 서 언론윤리 실천을 위한 광고주의 역할에 대한 인식은 가장 낮게 나타났다. 상대적으로 광고주는 언론윤리 실천과 무관하다는 언론수용자들의 인식을 말해주고 있다.

[표 5-28] 언론윤리 실천에 중요한 순위별 주체

구분	1 순위		2 순위	
	빈도	%	빈도	%
기자	268	24.2	499	45.1
언론사	551	49.8	371	33.5
언론유관기관(한국기자협회, 한국신문윤리위원회 등)	119	10.7	161	14.5
시민	160	14.5	60	5.4
광고주	9	.8	16	1.4
계	1,107	100	1,107	100

3. 언론수용자 인식조사 소결

뉴스 소비자인 언론수용자들이 언론윤리의 문제를 어떻게 인식하고 있는지를 살펴보고자 전문 조사기관을 통해 온라인 설문조사를 수행하였다. 성, 연령, 지역을 고려한 편의할당표집을 통해 획득된 최종 1,107명에 대한 데이터가 본 연구에서 활용되었다. 분석을 통해 언론윤리에 대한 인식에 관여되는 인구사회학적 요인들을 살펴보고, 언론에 대한 인식이 언론윤리강령, 언론윤리를 위한 기자나 언론사에 대한 제재, 언론윤리교육에 대한 인식에 어떠한 영향을 미치는지를 조사하였다.

1) 언론윤리 인식과 개인 특성

언론윤리 수준에 대한 인식은 개인의 특정 인구사회학적 요인에 따라서 차이가 있는 것으로 확인되었다. 학력이나 소득이 높은 사람들은 낮은 사람들보다 언론윤리 수준이 낮다고 인식하는 것으로 나타났다. 반면, 학력이나 소득이 낮은 사람들은

언론윤리 수준을 긍정적으로 보는 경향이 발견되었다. 또한, 보수적일수록 언론윤리 수준을 긍정적으로 바라보고, 진보적일수록 언론윤리 수준이 낮다고 인식하는 부정적인 태도를 보여주었다.

언론윤리를 위한 윤리강령의 필요성에 대한 인식에서도 개인차 변인이 확인되었다. 언론윤리강령의 필요성에 더 많은 동의를 보인 집단은 나이가 적은 사람들보다 나이가 많은 사람들과 소득이 낮은 사람들보다 소득이 높은 사람들이었다. 또한, 학력이 낮은 사람들보다 높은 사람들이 윤리강령 제정 필요성을 더 느끼는 것으로 나타났다. 이는 언론윤리 위반한 기자나 언론사에 대한 제재에 대한 인식에서도 유사하게 나타났다. 소득, 나이, 학력 수준이 상대적으로 많거나 높은 사람들이 제재 필요성을 높게 인식하는 경향을 보여주었다. 기자에 대한 언론윤리 교육 필요성에 대한 인식은 소득과 나이에서만 유의미한 관계가 확인되었다. 즉, 학력은 윤리교육 필요성에 대한 유의미한 설명 변인이 아니었다. 하지만 나이나 소득이 상대적으로 많은 사람들이 언론윤리교육의 필요성을 높게 인식한 것으로 드러났다.

2) 언론 인식과 언론윤리강령의 관계

언론윤리 문제에 대한 인식은 뉴스 분야나 매체별로 차이가 있었다. 조사참여자들은 정치 뉴스와 온라인 영상뉴스의 언론윤리 문제가 가장 심각한 것으로 인식하였다. 언론윤리 수준에 대한 인식을 분석한 결과, 전반적으로 윤리 수준이 보통 이하라는 의견이 지배적이었고 언론윤리도 잘 준수되지 않는 것으로 인식되고 있었다. 따라서 언론윤리를 위한 언론윤리강령이 필요하며, 언론윤리 위반의 경우 해당 기자나 언론사에 대한 제재가 필요하다는 태도를 보여주었다. 나이가 언론윤리를 위해 기자를 대상으로 한 윤리교육이 필요하다는 의견도 높은 것으로 드러났다.

뉴스 품질, 언론 역할, 언론윤리 수준에 대한 인식은 언론윤리를 위한 언론윤리강령 제정의 필요성, 언론윤리를 위반한 기자나 언론사 제재에 대한 인식, 기자를 대상으로 한 윤리교육의 필요성을 설명하는 유의미한 변인들이었다. 이러한 결과는 언론의 신뢰 회복을 위해서는 언론의 기능과 역할이 얼마나 중요한지를 보여준다. 언론의 기능과 역할이 제대로 작동한다고 인식할수록 윤리강령, 제재, 윤리교육 등에 대한 필요성도 낮게 인식하는 경향이 있었기 때문이다.

한편, 한국기자협회의 언론윤리강령 항목을 중심으로 조사참여자들은 취재 및 보도에 필요한 항목의 중요성을 어떻게 판단하고 있는지를 살펴보았다. 분석 결과에 의하면 언론수용자들은 압도적으로 ‘공정정보도’ 이슈를 가장 중요한 언론윤리 항목 이라고 판단하는 것으로 나타났다. 뒤이어 ‘올바른 정보사용’, ‘갈등·차별 조장 금지’ 등이 바람직한 언론 활동에 필요한 윤리 덕목으로 인식되고 있었다. 따라서 향후 윤리강령을 보완 및 수정하는 작업에서는 공정성 확보를 위한 보다 체계적이고 구체적인 규정 마련이 이뤄져야 할 것이다. 특히, 디지털 환경 속에서 공정성을 확보 방안에 대한 논의도 지속되어야 할 것이다. 파편화된 뉴스 이용 환경에서 올바른 여론형성을 위한 언론의 책무가 과거 어느 때보다 중요해졌기 때문이다.

06 결론 및 함의

1. 언론윤리강령 실태조사 결과

언론사 언론윤리강령의 제정 및 실행은 국가의 직간접적 개입이 없다는 점에서 ‘자발적 자율규제’임과 동시에 언론사가 스스로 정한 기준과 절차에 의해 자신의 행위를 규제하고자 한다는 점에서 ‘개별적 자율규제’에 해당한다. 또한 자율규제의 수단으로 행동강령(code of conduct) 제정 방식을 채택한 것이다.

언론사들이 자체적인 언론윤리강령 제정을 통해 언론인으로서의 행동 기준과 지침을 이행해 가고자 한 것은, 미디어 시장의 급격한 변화에 대한 대응의 필요성과 언론의 자유 영역이라는 점에서 정부의 개입이 어렵고 현장의 전문성이 요구되는 영역에서의 효율적이고 유연한 수단의 채택으로 볼 수 있다. 그래서 진정한 의미의 자발적·개별적 자율규제 유형이다. 그리고 동시에 자발적 자율규제의 유형의 한계이자 단점으로 지적되는 규칙의 정당성이나 타당성 확보 문제·규제 내용의 중립성·강제절차의 미비 등으로 인한 실효성 약화 등의 문제점들이 그대로 병존하고 있다. 그럼에도 불구하고 언론의 자유가 갖는 헌법적 의미와 사회적 기능이 우선되어야 한다는 점에서, 자발적 자율규제의 유형은 유지되어야만 한다. 결국 실효성 있는 언론윤리강령의 실행은 여전히 언론사와 언론인 스스로의 인식과 자체적 제도화에 맡길 수밖에 없다.

본 연구는 자율규제의 적절성을 파악하고자 한국 언론윤리강령의 특성을 살펴보고 있다. 언론윤리강령의 내용뿐만 아니라 공개방식, 윤리강령 교육, 위반 시 제재 등과 같은 윤리강령 운영의 특성을 검토하고자 언론사들의 윤리강령에 대한 내용분석과 언론인을 대상으로 한 심층 인터뷰를 실시하였다. 나아가 보도에 대한 언론윤리

강령의 영향력에 대하여 언론인들은 어떻게 인식하고 있는지 그리고 언론수용자들이 인식하는 언론윤리 관련 이슈들도 조사하였다.

1) 국내 언론사의 언론윤리강령 실태

언론윤리강령 및 기타 준칙이나 시행세칙에 대한 분석은 언론시장 지배력이 있는 언론사와 한국기자협회의 협조로 확보된 언론사를 중심으로 실시하였다. 관련 규정들은 조사 대상 언론사로부터 수신하거나 홈페이지를 통해 연구자가 직접 다운로드하는 방법 등을 통해 수집되었다.

언론윤리강령은 전국적 차원에서는 신문윤리강령과 신문윤리실천요강, 인터넷신문윤리강령과 인터넷신문윤리강령 시행세칙, 언론윤리헌장이 제정되어 공표되어 있다. 인터넷신문윤리강령 및 시행세칙과 신문윤리강령 및 실천요강의 가장 큰 차이점은, 인터넷신문윤리강령 및 시행세칙이 각 항목에서 금지하고자 행위유형이나 판단기준에 대해 상대적으로 구체적인 내용으로 명시하고 있다는 점이다. 행동지침으로서의 규범적 의미를 감안한다면, 인터넷신문윤리강령 및 시행세칙의 규정 내용이 수범자의 실천에 더 실효성이 있는 규정 방식이라고 할 수 있다.

한편 전국의 언론인을 대상으로 한 협회 차원의 윤리강령과는 별도로 언론사별 윤리강령은 1988년 5월 한겨레신문사의 윤리강령을 필두로 하여 중앙지는 물론이고 지방지들까지 자체적인 윤리규정을 마련하고 있다. 다만 아직까지도 개별 언론사들은 자신들의 윤리규정을 내부 자료로 인식하여 미공개상태이거나 쉽게 찾을 수 없는 자료로 두고 있다. 인터넷신문사의 경우에도 홈페이지에 대한 공시는 잘 지켜지지 않고 있었다.

국내 언론사들의 윤리강령 규정의 형식은 유사성이 높아서 공통적인 부분이 많다. 언론사 자체적으로 제정하여 공포 및 시행하기도 하고, 한국신문협회의 신문윤리강령을 준용하고 구체적인 실천내용들만 언론사 자체적으로 마련해서 시행하기도 한다. 나아가, 실천요강에 해당되는 구체적 내용들을 윤리강령 본문에 포함하여 규정한 사례도 있었다. 언론사별 윤리규정들을 형식적인 면에서 본다면, 명칭이 통일적이지 않고 규정 위반 여부의 심사를 담당하는 기구의 존부도 달랐다. 내용적인 면에서 본다면, 구체적 진술에서 다소간 차이가 있는 것으로 확인되었다.

하지만, 언론의 자유 수호와 언론의 사회적 책임을 우선적으로 규정하고 취재보도 윤리·직업윤리·권리보호·피해구제 또는 피해 최소화·언론인으로서의 품위 유지의 순으로 규정하고 있다는 점에 공통적이었다.

한편, 개별 언론사간 규정 차이는 차별금지사유의 예시 내용, 사내 민주주의에 관한 규정, 정치적·종교적 중립이나 정치활동 금지 규정에 관한 것 등이 있었다. 그리고 몇 개의 언론사의 경우에만 윤리규정에 대한 주기적 교육실행 규정을 두기도 했고, 윤리위원회의 기능과 권한 등에 관하여 구체적인 근거 규정을 두기도 했으며, 해당 윤리규정의 개정 필요성에 관하여 규정하기도 했다.

기본적으로 언론윤리강령이 언론 현장의 기자들이나 언론사 구성원들의 행동강령이자 실천지침으로서의 기능과 역할을 수행해야 하는 것이라면, 현재의 우리 언론사들의 언론윤리강령 규정들은 형식이나 내용, 운영의 면에서 개선되어야 할 필요성이 크고, 반드시 개선되어야만 한다.

각 윤리강령 규정들의 형식면에는, 용어와 개념의 통일화가 필요했고 윤리강령의 실효성 확보를 위한 방안으로 심사 담당 기구의 설치와 운영에 관한 규정을 필수적으로 규정 내에 포함하여 규정해야만 한다. 내용면으로는 실천지침으로서의 성격을 갖는 윤리규정에 ‘언론의 자유 수호’나 ‘언론인의 사회적 책임’ 등과 같은 선언적인 가치들을 포함해야 할 것인지에 대한 검토가 필요하고, 언론현장에서 보도되는 자의 권리로써 보호해야 할 권리들은 시대변화를 수용해 가야 할 필요성이 있다는 점에서 변경이나 확대의 검토가 필요한 내용이라고 할 수 있으며, 언론인으로서의 품위유지와 자긍심에 관한 규정들의 경우에 추상적이고 불명확한 규정 내용들이 많아서 실행 가능성을 확보하는 데에 어려움이 있다는 점에서 개선적 검토가 필요하다. 또한 차별금지 규정을 둔 윤리규정의 경우에 차별금지사유가 적게 규정되고 있어서 차별성 인식이 상대적으로 보수적이고 폐쇄적이라는 평가가 내려질 수도 있을만한 상황이라고 보인다. 따라서 차별금지사유를 규정한 내용들을 다시 한번 검토하여 개정해야 할 필요성이 있다. 그리고 언론사별 행동강령으로서의 윤리규정의 수범자가 누구인지 주체의 범위를 명확하게 정의해야만 한다는 점에서 볼 때, 원칙적으로 기자들 외에 언론사 자체나 언론사의 모든 구성원들까지도 포함해야 하는 윤리규정 내용이 있는가에 대한 상세하고 구체적인 검토가 필요하다. 마지막으로 운영의 면에서, 규정 수범자인 언론인들에 대한 주기적인 교육실행이 필요하다는

점에서 이러한 교육에 관한 명시적 규정을 두어야 한다는 점, 실제 윤리위원회의 구성과 권한·기능 등 설치근거 규정 이외에 실제적인 운영과 관련된 세부적인 규정들이 없거나 외부에 공개되지 않고 있다는 점, 윤리규정의 개정작업이 필수적임에도 불구하고 개정의 횟수나 주기에 대해 규정하지 않고 있는 문제점이 있다.

2) 언론윤리강령 규정 및 운영에 대한 언론인 인식

언론윤리강령에 대한 언론인 인식을 살펴보고자 총 18명의 현직 언론인들에 대한 심층 인터뷰가 이뤄졌다. 인터뷰 대상자는 매체, 경력, 성별 등을 고려하여 선정되었다. 언론 활동에 영향을 미치는 언론윤리강령 규정에 대한 인식과 윤리교육 및 규정 위반 시 제재 등과 같은 윤리규정 운영에 대한 주제를 중심으로 조사되었다.

(1) 언론윤리강령 관련 언론인 인식

인터뷰에 참여한 언론인들의 경우, 언론윤리강령의 필요성과 중요성에 대하여는 모두 동의하는 것으로 나타났다. 언론윤리강령이 필요한 이유에 대해서는 다양한 관점을 피력하였는데, 뉴스 제작에 대한 신뢰를 담보하는 수단이라거나 저널리즘의 원칙과 책무를 지키기 위해서라거나 새롭게 출범한 언론사들에 대한 견제를 위해서도 필요하다는 입장이었다. 하지만 답변들을 통합하면 언론 본연의 역할을 하도록 하는 지침서이기에 중요하고 필요하다고 인식하는 것으로 정리된다.

하지만, 소속 언론사의 윤리강령 제정 및 개정에 대하여 평소에 알고 있는 경우는 드문 것으로 나타났다. 윤리강령의 구체적인 내용도 본 인터뷰의 질문을 받은 후 찾아본 경우가 대부분을 차지하였다. 그만큼 평소에는 언론윤리강령에 큰 관심을 두지 않고 취재를 해온 것으로 파악되었다.

언론윤리강령 가운데 가장 중요하다고 여기는 조항은 대다수 언론인들이 기본적인 언론자유와 공정보도를 피력하였다. 그 바탕에는 기자 개인의 이익추구나 권력, 언론사 내외부의 이해관계에 따른 개입과 간섭 없이, 정확하고 공정한 사실 보도를 하도록 윤리강령을 지키는 것이 가장 중요하다는 생각이 존재하고 있었다. 같은 맥락에서 투명성이 확보된다면 보도의 정확성과 독립성도 더욱 잘 지켜질 수 있을 것이라는 답변도 있었다. 그러나 대부분의 언론사들은 이윤을 추구해야 하는 구조적

인 한계로 잘 팔리는 기사를 선호하기 때문에 공정보도가 등한시 되는 현상을 근절하기 어려울 것으로 보는 시각도 있었다.

본 연구에서 인터뷰한 현직 기자들은 소속 언론사의 언론윤리강령을 누구나 쉽게 찾아보도록 대외적으로 공개하는 것에 대해, 18명 중 14명이 찬성하였다. 공개를 찬성하는 이유는 무엇보다 기자들에게 윤리의식의 경각심을 보다 강하게 심어줄 수 있으며, 기자들이 언론의 기본원칙을 잊지 않게 하는 역할을 할 수 있을 것이고, 투명한 취재와 취재원 보호를 위해 필요하다고 보았다. 또한 뉴스 이용자에게 언론의 신뢰감을 높일 뿐 아니라, 독자가 언론사를 평가 기준으로 윤리강령을 활용할 수 있기 때문이라고 보는 견해도 있었다. 그리고 언론사마다 각기 다른 윤리강령이 공개된다면 서로에게 긍정적인 영향을 줄 수도 있으며, 시민들에게 언론사가 윤리를 준수하고 있음을 알리는 효과도 있을 것으로 보았다.

그러나 현재 윤리강령을 공개하는 언론사에 비해 공개하지 않는 언론사가 더 많은 이유는 오히려 소수의 답변에서 찾을 수 있을 텐데, 법적 강제력도 없는 언론윤리를 공개하여, 오히려 빌미를 제공하여 외부에서 공격할 수 있는 근거를 줄 수 있다고 생각하는 우려가 있기에 선뜻 공개를 못하고 있는 것은 아닐까 판단된다. 하지만, 본 연구에서 나타난 대로 공개를 찬성하는 언론인들의 시각을 언론사들은 적극 반영함으로써, 뉴스 신뢰도 제고와 뉴스 소비자 만족도를 높이고 바람직한 언론 활동의 잣대로 삼을 수 있도록 노력해야 할 것이다.

(2) 윤리강령 교육에 대한 언론인 인식

본 조사의 인터뷰에 응한 18명의 현직 언론인은 모두 선배나 상사로부터 도제식으로 취재윤리를 학습했다는 답변을 하였다. 취재윤리도 취재방식과 마찬가지로 선후배 또는 동료와 현장에서 보고 듣고 얘기 나누며 습득하거나 스스로 터득한다고 하였다. 그러나 이러한 도제식 교육은 일관성이 없으며, 일반화하기 어렵고, 특정 선배의 개인적 신념으로 윤리교육의 방향과 정도가 좌우될 가능성이 크다. 또한 전통적인 방식을 그대로 반복하여 시대적 변화에 둔감하다 등의 단점이 있다.

조사 대상이 된 기자들은 모두 언론윤리강령, 취재보도윤리에 대한 교육이 반드시 필요하다고 답하였다. 그 이유는 언론 본연의 임무를 올바르게 수행하기 위하여 언론윤리가 뒷받침되어야 하기 때문이라는 인식에 대체적으로 공감하고

있었다. 특히 국가에서 시행하는 의무적 교육에 빗대어 산업 안전이나 성희롱 방지 등에 대한 온라인 교육은 국가에서 의무화하여 정기적으로 수료하도록 하지만, 정작 현업과 밀접한 언론 윤리에 관한 교육은 거의 없다는 사실은 이상한 일이라고 답한 경우도 있었다. 또한 미디어 환경의 변화로 언론윤리의 교육이 더 필요하다는 의견도 있었다. 매체 환경이 급변하는 상황에서 과도한 사익 추구와 이해충돌을 막고 언론에 대한 신뢰를 회복하기 위해 주기적인 윤리 교육 절실하며, 상당히 많은 수의 언론사들이 생겨났고 많은 기자들이 취재를 하기 때문에 윤리강령 교육이 더 필요하며, 미디어 환경의 급변화로 초상권 등 취재윤리가 갈수록 엄격해지고 있기에 적절한 맞춤형 교육이 더 요구된다고 보았다.

(3) 언론윤리강령 위반 시 필요한 조치

언론윤리강령을 위반한 경우, 제재 규정에 대한 필요성도 확인되었다. 현재 언론사들은 기자가 언론윤리강령을 위반하는 경우, 매우 중대한 사안일 때에만 인사위원회나 징계위원회가 열리며 징계조치 절차를 밟는 경향이 있다. 이러한 상황들이 지속될수록 경미한 위반을 소홀히 다룰 수 있기에 적절한 제재 규정이 필요해 보인다. 그리고 명확한 제재 규정은 대외적으로는 언론에 대한 시민의 신뢰도를 증대시키는 수단으로 작용하는 긍정적인 측면도 있을 것이다.

3) 언론수용자 인식

언론자유와 사회적 책임의 조화를 위해 대다수 언론사들은 자율규제 수단으로 언론윤리강령을 제정 및 운영하고 있다. 언론의 기능과 역할이 궁극적으로는 국민의 커뮤니케이션 권리와 맞닿아 있다는 점을 고려하면, 언론수용자들이 언론윤리 관행을 어떻게 이해하고 있는지를 파악하고 이를 언론윤리강령에 반영하려는 노력은 지극히 합리적 체계일 수 있다. 하지만 언론윤리나 윤리강령에 대한 체계적 연구는 학계나 언론 실무에서 소홀히 다뤄져 왔다. 본 연구의 언론수용자 인식조사 결과는 한국 언론윤리 수준과 언론윤리를 위한 윤리강령 필요성에 대한 시민 인식을 가늠해 볼 수 있는 탐색적 연구로 시도되었다. 언론수용자에 대한 온라인 조사를 수행함으로써, 언론윤리나 언론윤리강령에 대한 인식과 언론윤리강령 운영에 대한

여론을 살펴보았다.

언론수용자 조사 결과에 따르면, 시민들은 전반적으로 한국 언론의 윤리 수준을 낮게 평가하는 것으로 나타났다. 또한, 한국언론기자협회의 언론윤리강령 항목을 중심으로 조사한 언론윤리강령 준수 수준에서도 모두 보통 이하로 인식되고 있었다. 언론윤리 수준에 대한 인식은 뉴스 품질이나 언론의 사회적 역할에 대한 인식과 매우 관계있는 것으로 드러났다. 신뢰성, 공정성, 다양성 등과 같은 뉴스 품질이나 의제설정, 다양성 제공, 감시비판 기능 등과 같은 언론 역할에 대한 인식이 낮을수록 언론윤리 수준에 대하여 부정적인 태도를 보여주었다.

또한, 언론윤리에 대한 인식은 교육, 연령, 소득 등과도 유의미하게 관계된 것으로 드러났다. 분석 결과는 교육이나 소득 수준이 상대적으로 높고 나이가 많은 사람들이 언론윤리 수준을 낮게 평가하고 언론윤리를 위해 언론윤리강령이 필요하다고 인식하는 것을 보여주었다. 이는 언론윤리나 윤리강령에 대한 인식은 개인차 요인에 따라 상이할 수 있음을 시사한다. 향후 언론윤리강령에 대한 연구나 강령 개정을 위한 실무적 과정에서는 다양한 집단의 의견 수렴이 필수적임을 의미한다. 나아가 이들이 뉴스 품질이나 언론 역할을 어떻게 인식하고 있는가에 대한 후속 연구도 필요해 보인다. 이는 뉴스 신뢰 회복과 한국 언론윤리 향상을 위해서도 도움이 될 것으로 판단된다.

언론윤리강령 운영의 효율성을 증대시키기 위해서는 언론윤리 위반 시 대응체계나 규정 관련 교육이 중요해 보인다. 이에 대한 언론수용자의 인식을 살펴본 결과, 윤리 수준(전반적 윤리 수준, 기자 윤리 수준, 언론사 윤리 수준)에 대한 인식이 기자나 언론사에 대한 제재나 기자 대상 언론윤리교육의 필요성에 유의미한 효과를 가지는 것으로 나타났다. 윤리 수준을 부정적으로 인식할수록 언론윤리위반 관련 기자나 언론사를 규제해야 하고, 기자를 대상으로 한 언론윤리교육도 강화해야 한다는 태도를 보여주었다.

나아가 뉴스나 언론 역할에 대한 인식도 제재나 언론윤리교육에 대한 인식과 유의미한 관계가 있는 것으로 밝혀졌다. 정확성, 신뢰성 등과 같이 뉴스 품질에 문제가 있다고 인식할수록 그리고 권력에 대한 감시비판 등과 같은 언론의 사회적 역할이 부족하다고 생각할수록 언론윤리를 위반한 기자나 언론사에 대한 제재나 언론윤리 교육도 필요하다는 인식이 증대된 것으로 나타났다.

위의 결과들은 언론윤리 강화를 위한 기자나 언론사의 노력과 더불어 엄격하고도 효율적인 윤리강령의 운영 필요성을 시사한다. 나아가 바람직한 언론 활동과 뉴스 신뢰성 제고가 시민들의 언론윤리강령 인식과 연계되어 있음을 의미하고 있다.

2. 언론윤리강령 개선 및 강화 방안

언론윤리강령에 대한 내용분석, 언론인에 대한 심층 인터뷰, 언론수용자 인식조사를 바탕으로 윤리적 언론 활동을 위한 방안들을 살펴보았다. 윤리규정의 실효성을 위해 현재의 언론윤리강령이 보완되어야 할 내용과 운영체계를 중심으로 개진되었다.

1) 실효성을 위한 명확하고도 구체적인 윤리규정 정비

언론사의 언론윤리강령은 그 명칭 여하와 상관없이 언론 현장에서 실현되어야 할 행동 지침이기에 규정의 내용이 명확하고 구체적일 수 있도록 개선되어야 한다. 현직 언론인들은 선언적인 성격이 강한 언론윤리강령에 개선이 필요하다는 의견보다는 현재의 윤리강령을 바탕으로 현장에서 실용적으로 적용이 가능한 매우 구체적이며 세부적인 지침과 사례가 필요하다고 입을 모아 주장하였다. 현장에의 적용성이 없거나 적용하기 어려운 규정 내용이라면 실행 자체가 어려울 수 있다. 선언적인 윤리강령을 지키기 어려운 현실 상황을 고려하여, 구체적이고 시의성 있는 체크리스트 형식의 보도준칙을 마련해야 할 것이다. 또한, 언론조직이나 단체가 각 분야의 전문가나 전문단체와의 협업을 통해 사안별 보도준칙이나 가이드라인을 만드는 작업도 이뤄져야 할 것이다.

2) 언론윤리강령의 공개와 체크리스트 도입

언론윤리규정은 언론사 스스로가 자신들에게 주어진 사회적 공기로서의 공적 책임과 의무를 잘 이행하기 위해 정한 자신들의 규정이고, 저널리즘의 위기에서 자구책이자 개선책으로 강구한 자정 노력의 결과이다. 이러한 측면에서 언론사의

윤리규정이 언론사의 사규에 불과한 내부 자료로 인식되지 않아야 한다. 기자들은 소속 언론사의 윤리강령을 평소에 늘 인지할 수 있는 환경을 가져야 하며, 시민들은 언론사들의 공개된 선언을 확인함으로써 언론 실천의 원칙과 수행 과정을 파악할 수 있어야 한다. 이를 위해서는 언론윤리강령을 각 언론사의 홈페이지에 대외적으로 공개하고 언론사 간 공유할 수 있어야 할 것이다.

본 연구에서 인터뷰한 현직 기자들은 소속 언론사의 언론윤리강령을 대외적으로 공개하는 것에 대해 찬성하는 의견이 반대보다 훨씬 많았다. 그러나 국내에서 언론윤리강령을 공개하고 있는 언론사는 많지 않다. 미국기자협회는 아래의 [그림 6-1]과 같이 언론사들의 언론윤리강령을 모아서 주제별로 공개하고 있다.

진실과 정확성

Truth and accuracy

Accuracy always comes first. It's better to be late than wrong. Before pushing the button, think how you would withstand a challenge or a denial.

– Reuters Handbook of Journalism

We strive to be fair, accurate, responsible, independent and sensitive to the feelings of our readers. We respect individual rights to privacy. We strive for balance. If we represent a point of view, we want it to be the public interest.

– Asbury Park Press, New Jersey

Question continually the premise of the stories and adjust accordingly.

– Gannett Newspaper Division

Facts should be presented honestly, fully and fairly. This applies to news stories, columns, editorials, headlines, graphics, illustrations, captions, photographs, layouts and any other editorial component. Writers, editors, photographers and artists should always strive to inform readers accurately and represent situations fairly. We will not knowingly place any person in a false light, such as racial or ethnic stereotyping.

– The Arizona Republic, Phoenix

A fair-minded reader of Times news coverage should not be able to discern the private opinions of those who contributed to that coverage, or to infer that the organization is promoting any agenda. A crucial goal of our news and feature reporting – apart from editorials, columns, criticism, blog posts and other content that is expressly opinionated – is to be nonideological. This is a tall order. It requires us to recognize our own biases and stand apart from them, including in social settings and in our own statements made on social media. It also requires us to examine the ideological environment in which we work, given that the biases of our sources, our colleagues and our communities can distort our sense of objectivity.

- The Los Angeles Times

Minimizing harm

Reporters should use special care when interviewing people who don't regularly deal with the press. The rules that govern conversations with politicians and public relations people don't necessarily apply when you're interviewing a victim's neighbor or a parent angry about school boundaries. A reporter might not — should not — hesitate to embarrass a politician for uttering something truly brainless on the record. A plain, ordinary citizen in those circumstances can be granted some leeway and extra courtesy.

– Daily Press, Newport News, Virginia

Be certain that any contacts related to a death are handled with care and sensitivity. We seek the cause of death for news obituaries, but that information can be withheld if the family requests it and our editors approve. Discuss with your editor whether we should report suicides, which we would do normally only if it involves a public figure or public suicide.

– The Dallas Morning News

Those who are unaccustomed to dealing with the press deserve special consideration. You may need to tell them if they are being interviewed on the record, or when a conversation is being taped on the telephone.

– The Journal News, White Plains, New York

Dealing with minors (generally defined as anyone under the age of 18) always invokes legal issues. An interview of a minor about a sensitive subject requires a KUOW journalist to secure permission from the minor's parent or legal guardian... Examples of sensitive subjects include cheating, sexual activity, involvement in gangs or crime, difficult family relationships, probation violation, out-of-wedlock pregnancy or parenthood, victims' sexual abuse and similar topics that could have legal ramifications or lead to embarrassment. An interview of a minor in a special custodial situation, such as foster care, juvenile detention, or holding facilities for illegal immigrants, requires the consent of the person who has custody of the minor. Utah also requires the consent of both the custodian of the juvenile facility and the minor's parent.

출처: 미국기자협회 <https://www.spj.org/ethicscode-provisions.asp#5>

국내 언론사들의 언론윤리강령도 한국기자협회나 한국언론진흥재단 등을 통해 누구나 항목별로 쉽게 파악할 수 있다면, 본 연구에서 기자들이 윤리강령 공개가 필요한 이유로 언급했던 것처럼, 기자들이 준수할 언론의 기본원칙을 보다 강하게 각인시킬 수 있을 것이다.

또한 기자들이 사내 홈페이지에 로그인해서 들어갈 때마다 윤리강령이 팝업창으로 뜨거나 셀프 체크리스트를 작성하도록 하는 방법 등이 효과적일 것으로 생각된다. 나아가, 윤리규정을 제정한 언론사의 경우에는 한국기자협회나 한국언론진흥재단에 제출하여 함께 공식적으로 공개하는 방안도 하나의 대안일 수 있다.

3) 내부통제 시스템 도입 및 제도화

언론윤리강령의 실효성 확보를 위해 실행의 강제성 확보를 제도화하려는 노력도 필요하다. 윤리강령 위반 시 제재 수단 도입 등을 구체화해야 하며 직무 수행

언론인들에 대한 면책 규정도 마련해야 한다. 본 조사 결과에 따르면 현재 언론사들은 기자들이 언론윤리강령 위반에 해당하는 행위 시, 중대한 윤리강령 위반일 경우에만 인사위원회를 개최하여 징계 결정을 내리고, 경미한 위반의 경우에는 윤리위원회를 소집하지 않으며, 별다른 징계 조치도 없이 지나가는 것으로 나타났다. 이러한 솜방망이 대처는 기자들의 윤리강령 준수 의식을 약화시킬 가능성이 있다. 작은 실수라도 윤리위원회에서 문제점을 진단하고 재발 방지를 위한 적절한 조치나 절차가 이행되어야 기자들이 취재윤리에 대해 경각심을 가질 것으로 보인다.

그리고 윤리위원회 운영과 함께, 현직 기자들이 언론윤리와 관련하여 궁금한 점이 있거나 고민이 있을 때, 언제든지 상담을 받고 상의할 수 있는 고충처리인 제도의 운영도 필요할 것이다. 언론윤리의 위반으로 징계나 벌칙을 받는 상황에 이르기 이전에, 정확한 정보를 먼저 얻고 상담을 받을 수 있는 시스템이 운영된다면 사전 예방효과를 기대할 수 있을 것이다.

여기에 더하여 특히, 언론윤리강령의 실효성 확보를 위한 시스템 구축방안으로, 언론사들은 2000년대 이후 기업법제에서 계속적으로 논의되어 온 ‘내부통제 시스템’의 도입 및 제도화를 검토해 보아야 한다. 언론사가 언론취재 및 보도의 위험관리 체계를 구축함에 있어 언론윤리강령을 내부통제기준으로 제도화하는 방안을 검토해 볼 수 있다. 언론윤리강령을 언론사 자체의 ‘내부통제기준’으로 두고, 언론사와 언론인이 사회적 책임을 수행해야만 하는 과정에서의 위험을 관리하는 자체적 시스템으로 제도화하자는 방안이기 때문이다.

4) 언론윤리 교육 체계의 합리화

먼저, 현재의 도제식 교육의 단점을 보완할 수 있는 정기적인 교육 체계가 마련되어야 한다. 현직 기자들이 지적한 것처럼 현재 관습적으로 이어지고 있는 언론윤리강령의 도제식 교육은 일관성이 없으며 일반화하기 어렵고, 특정 선배의 개인적 신념으로 윤리교육의 방향과 정도가 좌우될 가능성이 크며, 전통적인 과거 방식을 반복하여 시대적 변화에 둔감하다는 문제가 있다. 그런데 언론윤리강령 교육을 받은 적이 있다고 답한 언론인들 가운데 언론진흥재단의 교육 경험을 언급한 기자들이 다수 있었다. 이는 기억에 각인될 만큼 효과가 있었다고 볼 수 있다.

따라서 현재의 도제식 교육의 단점을 보완하기 위하여, △언론진흥재단의 교육을 보다 더 적극적으로 활용하도록 제도를 마련할 필요가 있으며, 다수의 기자들이 제안한 것처럼 △언론윤리강령에 대한 정기적인 온라인 교육을 이수할 수 있도록 하고, △이를 승진 평가 등에 반영하여 인센티브를 주는 방법이 강구되어야 할 것이다.

둘째, 교육 내용과 방식을 개선함으로써 언론윤리 교육의 실용성을 강화해야 한다. 단순히 윤리강령을 알려주는 데 그치지 않고, 자세한 사례별 교육과 케이스 스터디 기반의 교육을 통해 학습효과를 제고할 필요가 있다. 특히, 윤리강령 교육 내용에 법적 문제에 대한 구체적 대처 방안들을 추가한다면 기자들은 교육의 실용성을 높게 인식할 수 있다. 나아가 일방적인 강의식 교육보다는 공감대를 형성하는 토론식 교육이 보다 효과적이었다는 기자의 견해도 고려해 보아야 한다. 획일적인 주입식 교육보다는 기자 구성원들이 문제가 된 특정 사안에 대해 토론하고 논의하는 과정에서 공감대를 얻을 수 있으며, 이를 통해 지금까지와 다른 교육의 효과를 얻을 가능성이 있기 때문이다.

셋째, 언론인별 맞춤형 교육도 고려되어야 한다. 수습기자에 집중된 현재의 언론윤리 교육을 연차와 직급별로 실시할 필요가 있다. 특히 차장과 부장의 데스크잉이 이뤄지는 보도 분야의 특성상, 데스크잉 업무를 맡은 관리자는 반드시 언론윤리강령의 세부지침을 교육받아야 하며, 팩트 체크나 독립성 등과 관련해 데스크의 역할이 무엇인지를 지속적으로 검토할 필요가 있다.

마지막으로 미디어 환경변화에 대응하는 윤리교육도 이뤄져야 한다. 최근 폭발적으로 증가한 인터넷매체나 온라인상의 자극적이고 무분별한 취재 행위에 대하여 새로운 매뉴얼이 윤리강령에 포함되어야 한다. 급변하는 언론 환경에서 온라인 기술을 활용한 취재·보도의 내용과 방법, 영향 등을 둘러싼 언론윤리 문제를 윤리강령 관련 교육에서 다루어야 할 것이다. 예를 들어, 미디어 환경의 변화로 초상권, 사생활 침해 등이 사회 전반적으로 예민한 문제로 인식되고 있다. 따라서 개정되는 언론윤리강령에는 디지털·온라인 기술을 활용하여 취재를 하는 경우 유의해야 할 사항, 온라인 보도의 경우 특히 유념해야 할 윤리규정의 구체적인 사례 및 가이드라인 등이 함께 포함되어야 할 것이다.

5) 언론윤리 관련 수용자 조사 반영

언론수용자 조사 결과는 향후 언론윤리를 증대시키기 위한 윤리강령 제·개정시 시민들의 관심과 우려를 반영할 수 있는 근거가 될 수 있다. 언론 활동이 언론수용자의 권익 신장과 무관하지 않음을 고려한다면, 뉴스 소비자의 의견을 언론윤리강령이나 운영에 반영함으로써 뉴스 만족도와 신뢰도 제고를 기대해 볼 수 있다.

본 연구 결과들은 바람직한 언론 활동과 뉴스 품질 개선을 중심으로 언론윤리강령이 보완되고 운영되어야 한다는 점을 통계적으로 시사하고 있다. 뉴스 품질과 언론 역할에 대한 불만은 언론윤리에 대한 시민들의 불만족과 연계되어 있고, 언론윤리 강화를 위한 언론인 제재나 언론인 윤리교육 강화와 같은 엄격한 운영 등에 대한 인식과도 관계된 것으로 나타났다. 따라서 뉴스 소비자인 언론수용자들의 인식을 언론사의 언론윤리강령 내용이나 운영에 반영하려는 노력이 필요해 보인다. 나아가 온라인 중심의 뉴스 생태계에서 언론수용자들의 인식을 점검하고 관련된 윤리적 이슈를 검토함으로써 디지털 시대에 적합한 언론윤리를 보완하고 강화하려는 체계적인 노력과 연구도 이뤄져야 할 것이다.

3. 언론윤리강령 연구개선 방향

언론보도에 대한 언론윤리강령의 중요성에도 불구하고, 그동안 윤리강령에 대한 분석이나 기자 및 시민에 대한 인식조사가 부족한 실정이었다. 이러한 측면에서 본 연구는 향후 관련 연구의 토대를 마련하기 위한 탐색적 시도라 할 수 있다. 향후 언론윤리 관련 연구에서 보완되거나 개선될 내용은 아래와 같다.

먼저, 한국 언론윤리강령에 대한 분석 결과의 대표성을 강화하기 위해서는 향후 연구대상이 되는 언론사를 확대하는 노력이 필요해 보인다. 이는 언론사뿐만 아니라 한국신문윤리위원회 등과 같은 언론 유관 단체들의 규정에 대한 분석까지 확대할 필요가 있다. 나아가 언론윤리규정의 실용성을 높일 방안도 모색되어야 한다. 언론윤리강령의 세부 지침이나 가이드라인에 어떠한 내용과 사례를 포함하는 것이 효과적인가에 대한 후속 연구도 이뤄져야 할 것이다. 또한, 윤리강령 진술

방식이나 구체적 사례의 실천 가능성도 검토되어야 할 것이다.

연구의 신뢰도를 높이고 바람직한 언론윤리강령을 도출하기 위해서는 국내외 언론사 간 비교연구 및 매체별 규정 특성에 대한 접근도 이뤄져야 할 것이다. 이를 통해 언론윤리 가치들과 글로벌 실천방식들을 확인하고 한국적 상황에 맞는 규범들을 합리적으로 도출하는 데 도움이 될 것이다. 상대적으로 디지털 관련 규정이 미비한 현 상황을 보완하고 개선하는데 효과적일 수 있다. 온라인 기술을 활용한 취재와 보도를 하는 경우, 취재윤리의 측면에서 어떤 문제가 발생할 가능성이 있는지를 파악하며 문제 발생을 방지하기 위한 지침과 상세한 방법을 윤리강령에 포함시키는 방안을 강구해야 한다. 특히, 디지털 미디어 환경에서 새롭게 주목받는 윤리적 가치에 대한 보완도 신속하게 이뤄져야 한다. 예를 들어, 파편화된 미디어 이용으로 인한 정보의 왜곡 가능성이 증대되면서 특정 집단과 개인에 대한 차별과 혐오 가능성도 증대되고 있다. 따라서 혐오와 차별에 대한 윤리 가치 제고를 위한 체계적 보완도 필요해 보인다.

언론윤리강령을 구체적으로 실천할 수 있는 관련 준칙과 시행령 마련을 위해서는 분야별 전문가와의 협업 노력도 요구된다. 교차 학문적 접근을 통해 관련 윤리적 이슈를 점검하고 언론 활동에 구체화하려는 작업이 이뤄져야 할 것이다. 예를 들어, 자살보도준칙³⁵⁾과 관련한 규정을 위해 교사나 심리학자, 의료인, 사법 관계자, 기자 등의 협업을 기대해 볼 수 있다.

나아가 언론윤리규정의 효율적 운영을 위해서 언론윤리 교육을 위한 프로그램을 어떻게 구성하고 운영해야 할지에 대한 논의도 구체화 되어야 할 것이다. 이를 위한 온·오프라인 교육의 효과성에 대한 실험연구도 시도해 볼 수 있다. 또한, 교육과 관련하여, 추후 연구에서는 언론윤리강령에 대한 기자들의 연차별 인식 차이에 대한 조사도 필요할 것으로 보인다. 뚜렷한 현상은 아니지만, 본 연구에서는 10년 이하 저연차 현직 기자의 경우 현재의 언론윤리강령 운영시스템과 교육에 대한 비판적 시각이 드러나 보였다. 이 현상이 개인적 차이에 의한 것인지, 저연차 기자들이 가지는 공통적 특징인지를 알아보고, 연차별로 언론윤리강령에 대한

35) 현재 '자살보도윤리강령'과 '자살보도권고기준3.0'이 마련되어 있다. '자살보도윤리강령'은 2004년 한국기자협회와 한국자살예방협회가 공동으로 제정하였다. 그리고 '자살보도권고기준3.0'은 2013년 제정된 후 2018년 개정되었으며 한국기자협회, 보건복지부, 한국생명존중희망재단이 공동으로 기준안 마련에 참여하였다.

인식의 차이를 알아보는 데에 초점을 맞춘 연구가 필요할 것이다. 언론윤리에 대한 인식에 있어 연차별로 차이가 발견된다면, 언론윤리 교육에 있어서도 그에 맞춰 차이를 두어야 효과를 극대화할 수 있기 때문이다.

향후, 윤리규정 위반 시 제재 방안에 대한 합리적 대안 도출도 시도되어야 한다. 언론윤리규정의 자율적 측면을 고려하여 언론사, 언론인, 언론수용자 모두가 납득할 수준의 대안 마련을 위한 공론화가 요구된다. 언론사가 언론윤리 교육이나 내부통제시스템을 적절히 운영하도록 지원하는 방안에 대한 논의도 필요하다. 예를 들어, 윤리교육과 내부통제시스템 운영 실적에 대한 평가를 통해 한국언론진흥재단의 공익광고 수주에 대한 인센티브로 동기부여를 할 수도 있다.

언론윤리 및 언론윤리강령에 대한 후속 수용자 연구를 통해서도 언론윤리 관련 심층구조를 밝히고 윤리적 언론 실천을 위한 토대를 구축하려는 노력은 지속되어야 할 것이다. 특히, 구체적 언론윤리 강령에 대한 조사를 통해 시민들이 바라보는 윤리강령 항목의 적절성을 검토하는 노력도 이뤄져야 할 것이다.

나아가 언론윤리강령 규정뿐만 아니라 효율적 내부 통제시스템을 갖추기 위한 조직 구성과 합리적 운용 방식에 관한 후속 연구도 필요해 보인다. 관리 주체와 업무분장 그리고 윤리강령의 실효성을 위한 언론윤리강령 심의 방법과 교육 등에 대한 구체적 논의가 필요해 보인다. 이러한 과정을 통해 언론 활동의 정당성을 확보하고 윤리적 실천을 통해 자정 노력을 강화함으로써 언론수용자의 권리 증진과 민주적 여론형성에 기여할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 구교태 (2021. 09). 윤리강령 명확히 세우고 뉴스 품질 개선해야. 『신문과 방송』, 42-45.
- 권형돈 (2004). 독일에서 기능적 기본권 이론의 전개, 『중앙법학』, 제6집 제1호
- 김경호 (2003). 미국의 언론윤리 제고를 위한 제도 및 기구에 관한 고찰, 『한국언론정보학회학술대회 발표자료』.
- 김균·이정훈 (2014). 『디지털 시대의 언론윤리 시스템 연구』. 한국언론진흥재단.
- 김병철·김정순·이현숙(2012). 『언론보도 및 광고 자율심의제도의 효과적 운영방안 연구』. 한국언론진흥재단.
- 김세은·심훈·박영흠 (2018). 『보도의 신뢰 하락 원인 분석과 책임 저널리즘을 통한 방송 보도의 신뢰성 확보 방안 연구』. 방송통신위원회.
- 김영옥 (2009). 언론 윤리 가치의 위계. 『미디어와 공연예술연구』, 4(1), 1-25.
- 김영일 (2007). 언론윤리 교육 강화해야. 『관훈저널』, 102, 11-14.
- 김위근 (2014). 포털 뉴스서비스와 온라인 저널리즘의 지형: 뉴스 유통의 구조변동 혹은 권력 변화. 『한국언론정보학보』, 66, 5-27.
- 김정민·황용석 (2021). 언론보도로 인한 손해배상청구 관련 시계열 데이터 분석: 2005~2019년 언론조정신청 및 언론관련 판결을 중심으로. 『미디어와 인격권』, 7(1), 67-104.
- 김지운(1993). 영국 PCC 자율규제 실패 판정, 무분별한 사생활 폭로로 실정법에 의한 통제 직면, 『신문과 방송』, 93/12 <http://download.kpf.or.kr/MediaPds/RHPTXHNKDYNLSVD.pdf>.
- 김창룡(1994). 『보도의 진실, 진실의 오보』. 서울: 나남.
- 김학희 (2010). 취재보도 과정의 윤리에 관한 투명성 고찰. 서강대학교 언론대학원 석사학위 논문.
- 남재일 (2006). 『한국 언론윤리의 현황과 과제』. 서울: 한국언론재단.
- 남재일 (2010). 직업이데올로기로서의 한국 언론윤리의 형성과정, 『한국언론정보학

- 보』, 통권 50호, 73~93.
- 류석창 (2011). 스위스, 독일의 언론현황과 피해구제제도, 언론중재, 31(4). URL:
http://www.pac.or.kr/_common/new_download_file.asp?menu=magazine_sub&sub_idx=5127
- 매일신문 (2008. 08. 02). [역사속의 오늘] 언론윤리위원회법안 국회통과, URL:
<http://news.imaeil.com/page/view/2008080208015953745?ismobile=true>.
- 문재완 (2006). 언론의 자율규제와 타율규제. 『언론과 법』, 5(2), 21-43.
- 박영흠 (2018). 한국 디지털 저널리즘의 사회적 형성: 디지털 뉴스의 상품화 과정에 대한 역사적 연구. 『언론과 사회』, 26(1), 135-181.
- 박용상 (2005). 신문법과 언론피해구제법에 관한 위헌소원 청구이유보충서.
- 배정근 (2020. 03. 11). 저널리즘 회복을 위한 노력들: 《언론윤리개정을 위한 연구》 언론의 정당성, 윤리규범에서 나온다, 『신문과 방송』, 43-47.
- 배정근 (2022. 01. 19). 왜 지금 언론 윤리인가, 한국기자협회, URL:
http://m.journalist.or.kr/m/m_article.html?no=50878.
- 서정우 (1981). 외국의 언론자율규제기구 -기능과 실태를 중심으로-. 『언론중재』 겨울호 URL:
http://www.pac.or.kr/kor/pages/?p=60&magazine=M01&cate=MA02&nPage=14&idx=490&sub_idx=3569&m=read&f=&s.
- 성낙인 (1998). 『언론정보법』. 서울: 나남.
- 송승현 (2019). 디지털 미디어와 의사표현의 자유, 조선대학교 『법학논총』, 제26집 제1호, 3-39.
- 신혜선·이영주 (2021). 오보 문제에 대한 기자 인식 : 심층 인터뷰를 중심으로. 『한국언론학보』, 65(4), 239-272.
- 심석태 (2020) 제작 완성도와 언론윤리를 저울로 단다면. 『언론중재』, 154, 110-115.
- 안민호·김선미·신명환 (2021). 『온라인 뉴스 유통구조 개선방안 연구』, 한국언론진흥재단.
- 언론중재위원회 (1986). 영국신문평의회소개. 『언론중재』, 가을호.
- 오현경 (2021). 언론인의 윤리적 가치관 유형에 따른 취재보도 원칙의 중요도 인식

- 및 수행도 비교. 『한국언론학보』, 65권 4호, 185-238.
- 육은희 (2020). 오보 속 사건의 윤리성과 정정보도의 책임 귀인이 인물과 매체에 대한 평가 변화에 미치는 영향. 『방송통신연구』, 32-64.
- 이승선·김선량·김정호·표시영 (2021). 『언론자율규제 현황 및 개선방안 연구』, 한국언론진흥재단.
- 이재진 (2013). 『미디어 윤리』, 서울: 커뮤니케이션북스.
- 이준웅 (2017). 디지털 뉴스 시대의 언론 윤리. 『커뮤니케이션이론』, 13(3), 86-128.
- 조소영 (2006a). 신문법상 편집권의 자유와 독립에 대한 헌법적 평가, 『법과사회』 제30호, 175-198.
- 조소영 (2006b). 신문의 자유의 헌법적 의미에 관한 소고, 『언론과법』 제5권 2호, 91-113.
- 조소영 (2021). 언론중재법 개정안의 입법과정과 내용상의 쟁점. 『언론과 법』, 20(3), 157-188.
- 최지향 (2022. 02). 허위 정보 생태계 속 보도 윤리 확립 필요. 『신문과 방송』, 28-32.
- 통합형 언론자율규제기구 위원회 (2021. 12). 『통합형 자율규제기구 설립안』.
- 표시영 (2021. 12.). 핵심 과제는 실효성 확보 포털 퇴출·과태료 등 강력한 제재 따라야. 『신문과 방송』, 78-81.
- 한국언론진흥재단 (2017). 『해외 언론 자율규제 현황 및 개선방안』
- 한국언론진흥재단 (2020). 『2020 언론수용자 조사』.
- 한국언론진흥재단 (2021). 『2021 언론수용자 조사』.
- 허 영 (2022). 『한국헌법론』. 서울: 박영사
- 황용석 (2003). 디지털 미디어 환경에서 방송저널리즘의 변화- 뉴스룸 조직과 기자 기능의 융합을 중심으로 -, 『방송연구』, 2003년 여름호, 7-32.
- 휘트니 필립스 (2018). (박상현 옮김) 『미디어는 어떻게 허위정보에 속았는가』. 한국언론진흥재단.
- Black, J. (2010). Who is a journalist? In C. Meyers (ed.), Journalism ethics: A Philosophical approach(pp. 103-116). Oxford University Press.

- Campbell, A. J. (1999). Self-regulation and the media. *Federal Communication Law Journal*, 51(3), 711-772.
- Clark, R. P. (2014). 바위 건너차기: 저널리즘에서 믿을 만한 증거 찾기. K. McBride & T. Rosenstiel (eds.). *The new ethics of journalism: Principles for the 21st century* (pp. 47-67). 임영호 옮김(2015). 한국언론진흥재단.
- Davenport, L. D., & Izard, R. S. (1985/1986). Restrictive policies of the mass media. *Journal of Mass Media Ethics*, 1(1), 4-9.
- Elliott, D., & Ozar, D. (2010). An explanation and a method for the ethics of journalism. In C. Meyers (ed.), *Journalism ethics: A Philosophical approach*(pp. 9-24). Oxford University Press.
- Kovach, B., & Rosentiel, T. (2021). *The elements of journalism*. 이재경 옮김. 한국언론진흥재단.
- Krueger, R. A. (1994). *Focus groups: A practical guide for applied research* (2nd ed.), CA: Sage.
- Morgan, D. L. (1988). *Focus groups as qualitative research*. CA: Sage.
- Patterson & Wilkins (1991) *Media Ethics : Issues and Cases*. 장하용 역 (2000). 동서학술서적.
- Puddephatt, A. (2011). The importance of self regulation of the media in upholding freedom of expression. UNESCO. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001916/191624e.pdf>.
- Saalberg, H. (1973). The canons of journalism: A 50-year perspective. *Journalism Quarterly*, 50(4), 731-734.
- Sanford, B. W. (1994). *Codes and Law*. GUILL, 43.
- Silverman, C. (2012). How the last U.S. news council hopes to survive. Poynter. URL: <https://www.poynter.org/2012/how-the-last-u-s-news-council-hopes-to-survive/177854>.
- Silverman, C. (2014). 정정보도와 윤리: 정직성을 통해 정확성 높이기. K. McBride & T. Rosenstiel (eds.). *The new ethics of journalism*:

- Principles for the 21st century (pp. 278-298). 임영호 옮김(2015). 한국 언론진흥재단.
- SPJ. (2014). SPJ Code of Ethics. URL: <https://www.spj.org/ethicscode.asp>.
- Stip, H. (1999). Convergence Now. *The International Journal on Media Management*, 1(1), 10-13.
- Ward, S. J. A. (2018). *Disrupting journalism ehtics: Radical change on the frontier of digital media*. Rondon: Routledge.
- Wilkins, L., & Coleman, R. (2005). *The moral media: How journalists reason about ethics*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

부록 1 언론사 윤리강령 현황 조사 및 자료 요청서

안녕하세요. 한국기자협회의 협조로 한국언론진흥재단의 ‘국내 언론사 윤리강령 제정 실태 및 보도에 미치는 영향 연구’를 수행하고 있습니다. 본 조사는 국내 언론사들의 윤리강령 제정 현황과 내용을 파악하기 위한 것입니다.

귀하의 귀중한 답변은 본 연구만을 위해 사용할 예정임을 밝힙니다. 언론 활동으로 바쁘시겠지만, 5월 20일(금요일)까지 회신해 주시면 고맙겠습니다. 국내 언론사 윤리강령 제정 실태에 관한 본 조사에 참여해 주심에 감사드립니다.

2022년 5월 9일

연구책임자: 계명대학교 언론영상학과 구교태 교수

공동연구원: 부산대학교 법학전문대학원 조소영 교수

공동연구원: 한양대학교 미디어커뮤니케이션학과 이영희 겸임교수

1. 귀 언론사는 제정된 윤리강령이 있습니까? ()

①있다.

②없다.

* 윤리강령이 없는 언론사만 2-3번 문항에 답변 부탁드립니다. 보도준칙이 있으시다면 설문지를 보내주실 때 함께 첨부해주시면 고맙겠습니다.

2. 귀 언론사는 윤리강령을 제정할 계획이 있습니까? ()

①있다. ②없다.

→ 윤리강령 제정 계획이 있다면, 계획 연도를 말씀해주시기 바랍니다.

()년

3. 귀 언론사는 언론 활동과 관련된 보도준칙을 가지고 있습니까? ()

①있다. ②없다.

→ 보도준칙이 없고 제정할 계획이 있다면 계획 연도를 알려주세요.

()년

10. 귀 언론사는 언론 활동을 위한 보도준칙을 가지고 있습니까? ()

①있다. → 해당 링크를 알려주시거나 이메일로 보내주시길 부탁드립니다.

링크 주소 ()

②없다. → 보도준칙이 없지만 제정 계획이 있다면 계획 연도를 알려주세요.

()년

-귀하의 성실한 답변에 감사드립니다.-

부록 2 언론인 심층 인터뷰 질문지

안녕하세요. 2022년 한국언론진흥재단 연구과제로 ‘국내 언론사 윤리강령 제정 실태 및 보도에 미치는 영향 연구’를 수행하고 있는 연구자입니다. 본 심층 인터뷰 질문은 상기한 연구의 일환으로 언론인들의 윤리강령에 대한 인식과 교육 현황 및 개선 방안에 대한 귀하의 의견을 구하기 위하여 작성되었습니다. 말씀해주신 의견은 연구보고서에 익명으로 인용될 것입니다.

바쁘신 가운데 국내 언론사 윤리강령 제정 실태 및 보도에 미치는 영향 연구를 위한 인터뷰에 응해 주셔서 감사드립니다.

2022년 6월

※ ‘언론윤리강령’은 언론사별로 ‘취재윤리강령’, ‘취재보도준칙’, ‘보도원칙’ 등 각기 다른 용어로 마련되어 있을 수 있습니다. 기사에서 운영 중인 보도 윤리와 관련한 규정이나 원칙을 ‘언론윤리강령’으로 생각하시고 답변해주시면 됩니다.

I. 언론윤리강령 인식에 대한 질문

1. 귀사의 언론윤리강령의 제정과 개정 과정 등 이력을 알고 계시다면 말씀을 부탁드립니다. 그리고 귀사의 언론윤리강령 운영 방식이나 공유 방식에 대해서도 말씀해 주시기 바랍니다. 알고 계시는 한도 안에서 자유롭게 답변해주시면 됩니다.

2. 귀하는 언론윤리강령이 어떠한 이유로 필요하며, 왜 중요하다고 생각하시는지요? 이와 함께, 현행 언론윤리강령에서 가장 중요한 조항은 무엇이라고 생각하시는지에 대해서도 말씀 부탁드립니다. (가장 잘 지켜지고 있는 조항이나 가장 안 지켜지고 있는 조항에 초점을 맞추어 말씀해주셔도 됩니다.)

3. 귀하는 귀사의 언론윤리강령이 홈페이지에 게시되는 것(누구나 쉽게 찾아볼 수 있는 것)에 대해 어떻게 생각하십니까? 찬성하거나 반대하신다면 그 이유에 대해 말씀 부탁드립니다. 그리고 언론사별 윤리강령이 더 효율적일지 아니면 단일화된 윤리강령이 더 효율적일지에 대한 의견도 말씀해주시면 감사하겠습니다.

II. 언론윤리강령 교육 경험에 대한 질문

1. 귀사의 언론윤리강령 관련 교육 시스템에 대하여 말씀해주시기 바랍니다. 예를 들어, 입사 후 어떤 방식으로 누구에게 교육을 받으셨는지, 교육기간은 어떠했는지, 재교육 절차는 있었는지, 교육이수에 대한 인센티브 제도는 있는지, 만약 교육을 받으신 경험이 없다면 그 이유는 무엇인지 등 가급적 자세히 말씀 부탁드립니다. (만약 선배나 상사에게 개별적으로 기자윤리에 대해 배우셨다면 그에 대한 말씀도 부탁드립니다.)

2. 귀하는 언론윤리강령에 대한 교육이 반드시 필요하다고 생각하십니까? 필요하거나 혹은 필요하지 않다고 생각하시는 이유에 대해 말씀 부탁드립니다.

III. 언론윤리강령 개선사항에 대한 질문

1. 현재 귀사의 언론윤리강령과 관련하여 개선되어야 할 사항은 무엇이라고 생각하십니까? 언론사 자체 혹은 기자협회 등에서 윤리강령을 잘 준수하도록 하기 위한 방안이나 조치에 대해 말씀해주시면 감사하겠습니다. 예를 들어, 언론사의 윤리강령 운영과 관련해서는 기자들의 윤리강령 공유방식, 윤리강령 준수를 위한 사내 위원회나 공청회 운영 등.. 그리고 윤리강령 내용과 관련해서는 구체성이나 실효성, 강제성 강화, 편집인의 책무 규정 등.. 실질적 개선이 필요한 사항에 대해 구체적으로 말씀해주시기 바랍니다. 또한 언론윤리강령이 개정된다면 가장 먼저 고려되어야 할 사항은 무엇이라고 생각하시는 지에 대해서도 말씀 부탁드립니다.

습니다.

2. 귀사의 언론윤리강령 교육 시스템에 개선되어야 할 부분은 무엇이라고 생각하십니까? 교육절차, 교육내용, 교육담당자, 교육(재교육) 시기와 간격, 연차별 구분 교육, 교육이수에 대한 인센티브(또는 미이수에 대한 패널티) 제도 등 생각나는 사항들을 자유롭게 적어주시면 됩니다.

3. 귀하의 언론사는 언론윤리강령을 위반한 기자에 대해 어떤 조치를 하고 있습니까? 기준에 따른 일괄적인 조치인지, 아니면 때에 따라 다른 경우가 있는지, 그리고 개선사항은 무엇이라고 생각하시는지 말씀 부탁드립니다.

4. 혹시 해외나 타 언론사의 사례 중에 귀사의 윤리강령 운영체계나 내용에 반영할 필요가 있다고 생각하시는 것이 있다면 말씀해주시기 바랍니다.

V. 기타 의견

언론윤리강령과 관련하여 그 외 하고 싶은 말씀이 있으면 남겨 주시기 바랍니다. 연구에 반영하도록 하겠습니다.

-긴 시간 동안 답변해주셔서 감사드립니다. -

부록 3 언론수용자 인식조사 설문지

안녕하십니까.

본 설문조사는 한국언론진흥재단의 지원을 받아 언론윤리에 대한 귀하의 생각을
알아보고자 실시되고 있습니다.

각 언론사에서는 바람직한 언론윤리 활동을 위해 언론윤리강령을 제정하고 있습니다. 문제가 되는 언론 활동을 언론사 자율적으로 규제함으로써 책임 있는 언론 활동을 수행하고자 제정하였습니다. 평소 한국 언론과 언론윤리에 대한 귀하의 생각을 자유롭게 밝혀주시면 고맙겠습니다.

귀하의 응답은 익명으로 처리되고 연구목적 위해서만 활용될 예정입니다.
의미 있는 연구결과를 위한 귀하의 성실한 답변을 부탁드립니다. 감사합니다.

2022년 6월 3일

Screening Questions

[PROG: Quota Check]

SQ1. 귀하의 **성별**은 무엇입니까? [1 개 선택]

- 1) 남성

[PROG: Quota Check]

SQ2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까? 출생년도를 기입해 주십시오

- 1) 만 19 세 미만 → 조사종료
- 2) 만 19 세 ~29 세
- 3) 만 30 세~39 세
- 4) 만 40 세~49 세
- 5) 만 50 세~59 세
- 6) 만 60 세~69 세
- 7) 만 70 세 이상 → 조사종료

[PROG: Quota Check]

SQ3. 귀하께서 현재 거주하고 계신 지역은 어디입니까? [1 개 선택]

- 1) 서울특별시
울산광역시, 경상남도
3) 대구광역시, 경상북도
2) 부산광역시,
4) 대전광역시,

충청북도, 충청남도

5) 광주광역시, 전라북도, 전라남도

7) 강원도

6) 인천광역시, 경기도

8) 제주도

본 설문

Q1. 최근 일주일 기준으로, 귀하의 매체별 뉴스 이용 정도를 표시해 주시기 바랍니다.

[행별 1개 선택]

지난 한 주 동안의 나의 뉴스 이용	전혀 이용 않음	일주 일에 1~2일	일주 일에 3~4일	일주 일에 5~6일	매일 이용 함
1) 전국지(조선, 중앙, 동안, 한겨레 등)	1	2	3	4	5
2) 지역지 (수도권 외 거주 지역에서 발행된 신문-지역 조사자 대상)	1	2	3	4	5
3) 지상파 방송 (KBS/MBC/SBS)	1	2	3	4	5
4) 지역 민영방송 (TBC, KNN, TJB, KBC, UBC, G1, JIBS-지역 조사자 대상)	1	2	3	4	5
5) 보도전문채널(y뉴스, YTN)	1	2	3	4	5
6) 종편(JTBC, MBN, 채널A, TV조선)	1	2	3	4	5
7) 언론사의 사이트나 모바일 앱	1	2	3	4	5
8) 인터넷 포털(네이버, 다음, 구글 등)	1	2	3	4	5
9) 인터넷 커뮤니티/카페/블로그	1	2	3	4	5
10) SNS(트위트, 페이스북, 카카오프로필, 인스타그램 등)	1	2	3	4	5
11) 동영상 전문 사이트(유튜브 등)	1	2	3	4	5
12) 메신저 서비스(카카오톡, 페이스북메신저 등)	1	2	3	4	5
13) 팟캐스트	1	2	3	4	5

Q2. 귀하께서는 최근 일주일 기준으로, 아래 분야의 뉴스를 얼마나 자주 이용하십니까?

[행별 1개 선택]

지난 주의 뉴스 이용 분야	전혀 이용 않음	일주일에 1~2일	일주일에 3~4일	일주일에 5~6일	매일 이용함
1) 정치	1	2	3	4	5
2) 경제	1	2	3	4	5
3) 사회	1	2	3	4	5
4) 생활/문화	1	2	3	4	5
5) IT/과학	1	2	3	4	5
6) 세계	1	2	3	4	5
7) 스포츠	1	2	3	4	5
8) 연예	1	2	3	4	5

Q3. 한국 언론사들의 뉴스와 언론 활동에 대한 귀하의 생각을 항목별로 표시해 주십시오. [행별 1개 선택]

	전혀 동의 하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의 한다
1) 한국 언론사들의 뉴스는 공정하다	1	2	3	4	5
2) 한국 언론사들의 뉴스는 전문적이다	1	2	3	4	5
3) 한국 언론사들의 뉴스는 정확하다	1	2	3	4	5
4) 한국 언론사들의 뉴스는 신뢰할 수 있다	1	2	3	4	5
5) 한국 언론사들의 뉴스는 영향력 있다	1	2	3	4	5
6) 한국 언론사들의 언론 활동은 자유롭다	1	2	3	4	5

Q4. 한국 언론의 역할에 대한 귀하의 생각을 항목별로 표시해 주십시오. [행별 1개 선택]

한국 언론은 ...	전혀 동의 하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의 한다
1) 사회 현안에 대한 정확한 정보를 제공하고 있다.	1	2	3	4	5
2) 사회 현안에 대한 다양한 의견을 제시하고 있다.	1	2	3	4	5
3) 사회 현안에 대한 해결책을 제시하고 있다.	1	2	3	4	5
4) 중요한 사회문제를 의제로 제시하고 있다.	1	2	3	4	5
5) 정부, 공인(국회의원, 고위공직자 등)에 대한 비판 및 감시활동을 하고 있다.	1	2	3	4	5
6) 기업활동에 대한 비판 및 감시활동을 하고 있다.	1	2	3	4	5
7) 사회적 약자를 대변하고 있다.	1	2	3	4	5

대다수 언론사에서는 언론윤리 준수를 위해 '언론윤리강령'을 제정하고 있습니다. 언론윤리강령에 포함된 언론윤리 내용으로는 '언론자유 수호', '공정정보도', '품위유지', '정당한 정보수집', '올바른 정보사용', '사생활 보호', '취재원 보호', '오보의 정정', '갈등·차별 조장 금지', '광고·판매 활동의 제한' 등이 있습니다.

Q1. 언론윤리에 대한 귀하의 생각을 항목별로 표시해 주십시오. [행별 1개 선택]

	매우 낮다	다소 낮다	보통이다	다소 높다	매우 높다
1) 전반적인 한국 언론윤리 수준	1	2	3	4	5
2) 개별 기자들의 언론윤리 수준	1	2	3	4	5
3) 언론사들의 언론윤리 수준	1	2	3	4	5

Q5. 언론윤리와 언론윤리강령에 대한 귀하의 생각을 항목별로 표시해 주십시오. [행별 1개 선택]

	전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다
1)언론윤리를 위해서는 언론사의 윤리강령이 필요하다.	1	2	3	4	5
2)한국 언론사들은 언론윤리를 준수하는 편이다.	1	2	3	4	5
3)언론윤리를 위반한 경우 해당 기자에 대한 제재가 필요하다.	1	2	3	4	5
4)언론윤리를 위반한 경우 해당 언론사에 대한 제재가 필요하다.	1	2	3	4	5
5)언론윤리를 위해서는 기자들에 대한 윤리교육이 필요하다.	1	2	3	4	5

Q1. 바람직한 언론활동을 위해 필요한 대표적인 언론윤리 항목들입니다. 아래 보기에서 귀하가 한국의 언론윤리에서 **가장 중요하다고 생각하는 항목의 번호**를 1위에서 3위까지 **순서대로** 표시해 주십시오 [모든 보기 순위형 3개 선택]

1순위_____, 2순위_____, 3순위_____

1)언론자유 수호, 2)공정보도, 3)품위유지, 4)정당한 정보수집, 5)올바른 정보사용, 6)사생활 보호, 7)취재원 보호, 8)오보의 정정, 9)갈등·차별 조장 금지, 10)광고·판매 활동의 제한

Q6. 언론윤리강령이 추구하는 아래 언론윤리 항목들이 한국 언론에서 얼마나 잘 지켜지고 있다고 생각하는지를 표시해 주십시오. [행별 1개 선택]

	전혀 지키 지 않고 있다	지켜 지고 있 다	보 통 이 다	지 켜 고 있 다.	매우 잘 지켜 지고 있다
1) 언론자유 수호 활동	1	2	3	4	5
2) 진실을 존중하여 정확한 정보만을 취사선택하며 객관성 유지	1	2	3	4	5
3) 기자 신분을 이용한 부당이익을 취하지 않거나 취재원의 사적 특혜나 편의를 거절하는 언론인의 품위유지	1	2	3	4	5
4) 정당한 방법으로 정보를 취득하고 기록과 자료를 조작하지 않음	1	2	3	4	5
5) 취재를 통해 취득한 정보를 보도 목적으로만 사용	1	2	3	4	5
6) 보도 대상의 사생활 보호	1	2	3	4	5
7) 취재원 보호	1	2	3	4	5
8) 오보(잘못된 보도)의 정정	1	2	3	4	5
9) 지역·계층·종교·성·집단 간 갈등·차별 조장 금지	1	2	3	4	5
10) 기자의 '광고판매 활동 제한'	1	2	3	4	5

Q7. 아래 항목들 중 언론윤리 실천에 가장 중요한 주체를 순위별로 표시해 주십시오.

1순위____, 2순위____

- 1)기자 2)언론사 3)언론유관기관(한국기자협회, 한국신문윤리위원회 등)
4)시민 5)광고주

Q8. 매체와 뉴스유형별 언론윤리 문제에 대한 귀하의 생각을 표시해 주십시오. [행별 1개 선택]

매 체	뉴스 유형	언론윤리 에 매우 문제 있다	언론윤리 에 약간 문제 있다	보통이다	언론윤리 에 거의 문제 없다	언론윤리 에 전혀 문제 없다
신문 / 인터넷언론 / 뉴스통신	1) 스트레이트 기사/단신	1	2	3	4	5
	2) 기획·해설 기사/리포트	1	2	3	4	5
	3) 사설·칼럼·논평	1	2	3	4	5
	4) 동영상	1	2	3	4	5
	5) 온라인용 기사(홈페이지/블로그/SNS 등)	1	2	3	4	5
	6) 온라인 사진	1	2	3	4	5

방송	1) 스트레이트 기사 /단신(앵커가 전달하는 기사)	1	2	3	4	5
	2) 리포트 기사(앵커와 기자가 전달하는 기사)	1	2	3	4	5
	3) 해설·논평	1	2	3	4	5

Q9. 언론윤리 문제에 대한 귀하의 생각을 뉴스 매체별로 표시해 주십시오. [행별 1개 선택]

유형	언론윤리에 매우 문제 있다	언론윤리에 약간 문제 있다	보통이다	언론윤리에 거의 문제 없다	언론윤리에 전혀 문제 없다
1)인터넷 뉴스	1	2	3	4	5
2)지면(신문, 잡지) 뉴스	1	2	3	4	5
3)방송 뉴스	1	2	3	4	5
4)온라인용 영상 뉴스(유튜브 등)	1	2	3	4	5
5)온라인용 텍스트 뉴스(블로그/SNS 등)	1	2	3	4	5

Q10. 언론윤리 문제에 대한 귀하의 생각을 뉴스 분야별로 표시해 주십시오. [행별 1개 선택]

분야	언론윤리에 매우 문제 있다	언론윤리에 약간 문제 있다	보통이다	언론윤리에 거의 문제 없다	언론윤리에 전혀 문제 없다
1)정치	1	2	3	4	5
2)경제	1	2	3	4	5
3)사회	1	2	3	4	5
4)생활/문화	1	2	3	4	5
5)IT/과학	1	2	3	4	5
6)세계	1	2	3	4	5
7)스포츠	1	2	3	4	5
8)연예	1	2	3	4	5

Demographics

DQ1. 귀하의 **최종학력**은 어떻게 되십니까? [1개 선택]

- 1) 고등학교 졸업 이하 2) 대학교 재학 중
3) 대학교 졸업 4) 대학원 재학/졸업 이상

DQ2. 귀하의 **월 평균 소득**은 얼마나 되십니까? 근로소득 및 임대소득, 보너스 등 모든 소득을 포함한 기준으로 응답해 주십시오. [1개 선택]

- 1) 200만원 미만 2) 200 ~ 300만원 미만
3) 300 ~ 400만원 미만 4) 400 ~ 500만원 미만
5) 500 ~ 600만원 미만 6) 600만원 이상

DQ3. 정치적 성향(이념)을 아래 5개 단계로 구분한다면, 귀하께서는 어떤 성향에 가장 가깝다고 생각하십니까? [1개 선택]

보수적	----	중도	----	진보적
1	2	3	4	5

- 감사합니다. -