

## 언론윤리 실천 규범의 현황과 제언

구교태(계명대 언론영상학과 교수)

외적 규제의 경우, 권력의 간섭 가능성뿐만 아니라 혁신을 저해하고 준수비용(compliance cost)과 지대추구(rent seeking) 현상을 초래할 수 있다(Berg, 2014.3.18.). 이에 언론사들은 자유와 사회적 책임을 조화롭게 하고자 언론윤리강령 제·개정 등의 노력을 기울여 왔다. 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). 자율규제의 문제는 비경쟁적 행위, 규제포획(regulatory capture)<sup>1)</sup>, 불투명하거나 무책임한 처리와 관계되어 있다(Finkelstein & Tiffen, 2015). 언론인들과 사주들이 자율규제를 방패로 소극적인 모습을 보이면서 공중의 관심을 외면할 수 있다. 결국 자율규제 필요성에 대한 언론인들의 공유된 인식과 효율적 실천 체계가 존재하는가가 평가되어야 한다.

비윤리적, 불법적 언론 활동에 대처하기 위하여 2021년 징벌적 손해배상을 포함한 언론중재법 개정 노력은 언론계의 반발을 불러왔다. 법률을 통한 규제가 언론 활동을 위축시킬 수 있다는 소위 위축효과(chilling effect)가 주요 명분이었다. 또한, 지난 4월 언론현업인단체가 발족한 사회적 논의기구 ‘표현의자유와사회적책임위원회’는 6개월간의 논의를 토대로 언론중재법 개정안에 대한 반대의견을 피력하였다. 개정안이 언론자유와 국민 알권리를 침해한다는 주장이었다.

최근 한국의 언론자유 지수는 여러 지표를 통해 상대적으로 긍정적인 평가를 받고 있다.<sup>2)</sup> 언론의 자유는 언론 경영인으로부터의 독립도 포함하며, 공중의 권리와 사회적 책임과 더불어 논의되는 영역이다. 시민 권익과 민주주의 발전의 토대가 되는 국민의 알권리는 어떠한가? 건전한 정보 공간인가를 묻지 않을 수 없다. 포털로 재편된 뉴스 유통 시장에서 조회 수를 양산하려는 다양한 노력으로 저급한 취향의 기사들(low taste contents)을 양산하고, 출입처의 홍보비 수주 실적을 언론인 역량 평가의 잣대로 삼고, 자본과 권력에 대한 감시·비판보다 기득권층과의 상호호혜적 관계가 우선시되는 현상들이 우리가 마주한 정보환경은 아니라고 말할 수 있을까. 혼탁한 정보 공간으로 인해 언론의 공적 기능에 대한 시민의 불신과 뉴스 회피 현상은 우려할 수준이다. <디지털 뉴스리포트 2021> 조사 결과는 한국의 뉴스 신뢰도가 46개

1) 규제기관이 규제대상의 이해관계에 구속되거나 규제대상을 우선하는 결정을 함으로써 야기되는 규제실패 현상.  
2) 2022년 세계언론자유 지수에 따르면, 한국은 분석된 180개 나라 중 미국 다음으로 43위(72.11)였다. 노르웨이가 92.65점으로 1위, 덴마크(90.27)와 스웨덴(88.83)가 뒤를 이었다. 참고로, 2021년 영국 이커노미스트 인텔리전스 유닛(Economist Intelligence Unit)의 민주주의 지수에 관한 보고서는 한국을 10점 만점에 8.16으로 평가(16위)하면서 완전한 민주주의(full democracy) 국가로 분류하고 있다. 완전한 민주국가는 기본적 정치적 자유와 시민 자유가 존중받으며, 민주주의 발전에 도움이 되는 정치문화를 가지고 있음을 시사한다.

조사대상국 가운데 하위권인 38위였음을 보여주었다.

발표 논문에 따르면, 바람직한 언론 활동을 위한 언론윤리 실천의 규범을 마련하고 운영하는 언론사들의 구체적인 노력이 미흡한 수준이었다. 추상적이며 비체계적이었다. 언론윤리강령 필요성과 실천에 대한 언론인들의 인식이 미흡한 것은 윤리교육<sup>3)</sup> 시스템 미비와도 연계되어 있다.

윤리강령 위반 시 조치사항의 경우, 시민을 위한 언론의 영향력을 고려하여 효과적 대응 중심의 조치에 더 집중하였으면 한다. 제재를 후순위로 중장기적 차원에서 판단하였으면 한다. 언론사 내부의 윤리 관련 조직의 업무가 시급한 부분은 취재 및 보도 내용을 보완하고 수정하여 제대로 알리는 데 있다. 이를 위한 언론윤리 강령을 담당하는 조직이나 업무분장을 구체적으로 마련해야 할 것이다. 또한, 이들 조직은 윤리강령 보완 및 개선 업무 외에도 관련 상담 및 자문 관련 역할도 수행해야 한다.

자율규제를 위한 조직이나 구성에 대한 논의도 필요해 보인다. 독자나 시청자의 지적을 중심으로 자율규제하는 방법과 조직 내부에서 조직한 시청자나 독자 등을 중심으로 자율규제를 실현하는 방법이 있다. 언론사 구성원에게 그 역할을 맡기는 방법은 자율규제 체계의 안정적 운영이라는 장점이 있다. 하지만 독자의 시각으로 보도내용을 감시하는 접근법은 국민의 언론에 대한 접근권과 반론권을 확대할 기회를 제공한다는 측면에서 긍정적으로 평가될 수 있다. 사안별 혼합적인 구성도 방안이 될 수 있다.

언론윤리를 개혁하기 위한 노력은 언론윤리를 언론인들의 배타적 영역으로 바라보는 내적 접근과 뉴스 미디어에 대한 외적 요구로 양분될 수 있지만, 내외적인 특성을 통합한 공적 저널리즘 윤리(public journalism ethics)에 대한 접근도 있다. 미디어 윤리적 실천들은 공중이 뉴스 미디어에 대한 공중의 기대를 반영하는 방식으로 이뤄져야 한다(Ward, 2005). 즉, 공중이 핵심적인 윤리적 이슈로 간주하는 것을 이해할 필요가 있다.

언론윤리 실천과 관련된 구체적 사례들을 공유하는 차원에서 언론사별 또는 언론유관 조직이나 기관 등의 연구 활동 결과물을 공유하는 것도 필요해 보인다. 취재 및 보도 윤리 관련 사례집(온·오프라인 활용)의 정기적 발간을 통해 온·오프라인 언론윤리교육을 보완할 수 있다.

나아가 전문 학술지 발행도 고려할 필요가 있다. 미국의 경우 언론윤리강령에 대한 연구들이 활발히 이뤄지면서 1985년 『Journal of Mass Media Ethics』가 처음 발행되었다. 비록 늦었지만, 언론윤리 관련 학술 활동들이 축적되어야 할 것이다. 언론윤리에 대한 비교연구뿐만 아니라 언론윤리 관련 보편적 국제 원칙들에 대한 논의도 필요해 보인다.

윤리강령 정비에 대한 노력과 더불어 이를 지원하기 위한 언론사의 체계적 접근도 요구된다. 예를 들어, 언론사는 하이퍼링크를 통한 다양한 의견 접수를 통해 정정이나 반론 관련 정보를 적극적으로 수렴하기 위한 체계를 갖출 수 있다. 또한 오보 정정에 대한 워싱턴포스트의 가이드라인<sup>4)</sup>과 같이 무엇이 잘못 보도되었는지, 무엇이 정정된

3) 최근 교육자들은 법정 의무교육(아동학대 예방교육, 청탁금지법 및 교직원 행동강령, 인권성평등교육 등)과 의무교육(보안교육, 갑질 근절 교육 및 성인지 교육, 직장 내 괴롭힘 예방 교육 등), 법정교육(긴급복지 신고 의무자 교육, 장애인 인식 개선 및 직장 내 장애인 인식 개선) 등을 온라인으로 수강하고 있다. 언론사에서도 전문직 역할을 고려하여 언론윤리 교육을 의무교육으로 하는 것도 방안일 수 있다.

내용인지, 그리고 무엇이 최초 기사였는지를 제공하여 독자의 정보 판단을 도와야 한다.

언론사 윤리강령 내용을 비교분석한 내용을 보면 종편, 민방, 보도전문채널에 비하여 공영방송인 KBS, MBC의 경우 ‘권리 보호’, ‘피해구제 및 최소화’, ‘언론인의 품위유지’ 관련 내용이 없는 것으로 나타났다. 나아가 ‘언론의 자유수호’ 관련 내용도 없는 것으로 제시되었다. 이는 정부에 맞는 대표 선임 문제가 논란인 점을 고려하면 최소한 언론의 자유수호를 윤리강령에 구체화하는 선언적 노력이 필요해 보인다.

나아가 현 규정의 적절성에 대한 논의도 필요해 보인다. 아래는 KBS의 윤리강령과 해설 일부이다. 전반적으로 구체적인 설명이 제시되었다는 점은 긍정적으로 보이나 직무관련자로부터 3만원 이하의 식사와 향응을 정당화하는 내용이 타당한지에 대한 윤리적 검토가 필요해 보인다. 아래 13조항은 해외 언론사의 진술방식과 유사하며, 이러한 구체적인 실천 방향이 향후 진술되어야 할 것이다.

⑫ KBS인은 직무관련자로부터 3만원 이상의 식사와 향응 등의 대접을 받지 않는다.

해설) 직무 관련자로부터의 향응에 대한 엄격하고 구체적인 규정이다. 공무원 윤리 규정을 준용한 규정이지만 공무원 사회에서조차도 비현실적이라고 지적 받고 있는 3만원을 적용한 것은 공영방송 KBS인은 공무원보다도 더욱 엄격함을 유지할 필요가 있다는 판단 때문이다.

⑬ KBS인은 직무관련자로부터 선물이나 금품 등을 받지 않으며, 불가피하게 받은 경우 되돌려 보내기 어려울 때에는 회사에 보고한 후 윤리위원회의 결정에 따른다. 다만, 3만원 이하의 선의의 선물은 예외로 할 수 있다.

해설) KBS인은 3만원 이상의 선물이나 축하 난, 축하 화환 등을 받지 않겠다는 선언이다. 불가피하게 받아 되돌려 보내기 어려울 경우에는 회사에 보고하도록 규정해 궁극적으로는 외부로부터의 선물을 사양하겠다는 것이다. 반송이 어려운 물품은 폐기 또는 사회복지시설에 기부토록 하고, 3만원 이상의 축하 화분이나 난 등을 되돌려 보내기 어려울 경우 회사가 화원에 모아서 공동 관리. 활용한다.

언론수용자 인식조사에 따르면, 언론의 사회적 기능과 역할이나 언론에 대한 신뢰도는 언론윤리 수준에 대한 인식과 정적인 상관관계를 보여주었다. 즉, 언론 기능이나 신뢰도가 낮은 사람들은 한국의 언론윤리 수준을 부정적으로 판단하거나, 언론의 역할과 신뢰도를 높게 평가할수록 언론윤리 수준을 긍정적으로 평가하는 경향을 보여주었다. 언론윤리를 부정적으로 보는 사람들일수록 언론윤리를 위반한 기자나 언론사에 대한 제재를 강력히 원하고 윤리교육 강화에 대한 필요성도 강하게 주장한 것으로 나타났다. 따라서 윤리적 언론 활동에 대한 노력은 언론에 대한 공중의 신뢰도 제고와 언론의 사회적 기능 회복에 긍정적으로 작용할 것으로 보인다. 나아가 공익 혹은 개인적 법익을 침해할 소지가 있는 내용에 대한 자율규제 노력은 외부 규제에 대한 목소리를 효과적으로 억제할 수 있는 수단일 수 있다.

4) 정정은 명확하고, 간결하며, 직접적이어야 한다. 정정은 최초의 기사를 읽지 않은 사람들도 이해할 만한 수준으로 작성되어 무엇이 잘못되었는지 그리고 어떻게 정정되었는지를 충분히 알 수 있도록 하여야 한다.

<참고문헌>

- Berg, C. (2014.3.18.), FoFA Fearmongering a Blow to Deregulation, The Drum (online), Available in <http://www.abc.net.au/news/2014-03-18/berg-fofa-fearmongering-a-blow-to-deregulation/5327570>.
- Campbell, A. J. (1999). Self-regulation and the media. Federal Communication Law Journal, 51(3), 711-772.
- Finkelstein, R. & Tiffen, R. (2015). When does press self-regulation work? Melbourne University Law Review, 38(3), 944-967.
- Ward, S. J. A. (2005). Journalism ethics from the public's point of view. Journalism Studies, 6(3), 315-330.

## 언론윤리강령과 취재보도준칙의 현실과 미래

권태호(한겨레신문 저널리즘책임부장)

### ● 한겨레신문 윤리강령 및 취재보도준칙 구성

	대상	내용	세부 강령 및 준칙(제정 연도)	조직
윤리강령	전 직원	언론윤리 일반	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 윤리강령(1988)</li> <li>· 윤리강령 실천요강</li> <li>· 소셜미디어 준칙(2017)</li> </ul>	윤리위원회 (각 국실 대표 등 10명, 위원장은 논설실장)
취재보도준칙	기자	취재, 기사작성 관련 저널리즘 원칙	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 취재보도준칙(2007 제정, 2020 확대개편)</li> <li>· 범죄수사 및 재판 취재 보도 시행세칙(2020)</li> <li>· 감염병 보도준칙(2020)</li> <li>· 젠더 보도 가이드라인(2021)</li> </ul>	저널리즘책임부위원회 (내부 4명 + 외부 교수 3명, 위원장은 외부 교수)

※ 기타 : 상위조직으로 인사위원회(전 직원의 포상, 징계 등 결정)가 있음. 위원장은 편집인

### 1. 한겨레신문사 윤리강령과 보도준칙 제정

각 언론사들은 개별적으로 윤리강령과 취재보도준칙을 각각 제정해 운용하고 있다. 한겨레신문의 경우, 1988년 5월 창간 당시 ‘윤리강령’을 만들어 이를 공표했다. A4 용지 2장 분량의 선언적 약속 성격이 강했다. 모두 13항으로 이뤄진 윤리강령의 내용은 언론자유 수호, 사실과 진실보도, 반론권 보장, 오보 정정, 취재원 보호, 언론인 품위, 사내 민주주의 등 매우 기본적인 항목들이다. 대개 한 두 문장의 추상적인 강한 다짐으로 이뤄졌으나, 당시 정치·사회 분위기를 반영하듯 비장하기도 하다. 몇 가지 항목을 보면,

‘우리는 스스로의 판단에 따라 신문을 만들며 정치권력을 비롯한 외부로부터의 어떤 간섭도 배격한다’,

‘우리는 불의와 부정에 대한 비판자로서 봉사하며 정치권력 등에 의한 인권침해를 파헤친다’,

‘우리는 잘못 보도한 것이 확인되었을 때 이를 인정하고 바로 잡는다’ 등이다.

지금 보면 매우 투박하지만 한겨레신문 창간 주역들의 굳은 결의와 진정성이 느껴진다.

이후 선언적 의미의 윤리강령을 구체화한 ‘윤리강령 실천요강’을 만들었다. 실천요강 항목은 언론자유 수호, 금품, 보도 및 논평자료, 취재비용과 여행, 정보활동 금지, 외부활동, 부정청탁 금지 등 좀 더 구체적인 내용이 포함돼 있다. 그러나 이 역시 일어날 수 있는 상황을 모두 담을 수는 없다.

한겨레신문 초기의 윤리강령이 주로 언론인의 도덕적 윤리기준에 초점을 맞춘 반면, 2007년 새롭게 만든 취재보도준칙은 보도의 정확성, 불편부당, 투명성 등 취재와 기사 작성 등에 대한 내용을 담았다. 애초 취재보도준칙은 보도, 기사작성과 관련한 10여 개항의 지침을 담은 반면, 2020년 확대개편한 취재보도준칙은 전문과 7장으로 구성돼 A4 20장 분량에 이르며, 구체성을 띄기 위해 노력했다. 또 ‘범죄수사 및 재판 취재보도 시행세칙’, ‘감염병 보도준칙’, ‘젠더 보도 가이드라인’ 등 주요한 취재 보도 관련 기준이 필요할 때마다 세칙안을 계속 만들어 나가고 있다. 저널리즘책임무실과 저널리즘책임위원회는 이 취재보도준칙을 한겨레신문사 기자들이 잘 지키고 있는지 주목하고, 독려하고, 지원하는 조직이다.

## 2. 각 언론사 윤리강령과 취재보도준칙

많은 언론사들이 개별적으로 윤리강령과 취재보도준칙을 제정, 운용하고 있다. 대체로 한겨레신문사와 마찬가지로, 윤리강령 위주로 운용하다 최근 몇 년 사이 추상적 성격이 강한 윤리강령 외에 보다 구체적인 취재보도준칙을 제정하고, 시대변화에 맞춰 계속 개정해 나가고 있다. 몇 가지 예를 들면, KBS 방송제작 가이드라인(1998), SBS 방송 가이드라인(1998), 조선일보 윤리규범 가이드라인(2017), 한국일보 취재보도준칙 등이다.

또 각 사가 만든 취재보도준칙을 잘 지키도록 하기 위한 관련 조직도 잇따라 만들고 있다. 2020년 한겨레신문사가 저널리즘책임무실을 설립한 것을 시작으로, 이후 연합뉴스의 콘텐츠책임무실, KBS의 저널리즘책임무실 등이 잇따라 설립됐다.

## 3. 윤리강령과 취재보도준칙의 문제점

### 1) 강령 및 준칙 자체

#### ① 명확성 부족

법 규정이 일어날 수 있는 모든 경우의 수를 미리 예측해 문서화하는 것은 불가능하다. 따라서 과거에 비해 많이 개선되긴 했으나 여전히 언론사의 윤리강령 또는 취재보도준칙은 모호하거나 추상적인 문장으로 끝날 때가 많다. 규정이 모든 사안을 다 담을 수 없는 태생적 한계 때문이기도 하지만, 한편으로는 구체성을 너무 질게 할 경우 스스로 옳무가 되는 상황을 우려했기 때문은 아닌가 하는 생각이 들기도 한다.

예를 들어, 대개 한국 언론사의 취재보도준칙은 ‘기사에 익명 취재원 인용을 가급적 삼간다’는 수준에 그칠 때가 많으나, 오늘 발제문을 보면 <워싱턴포스트>의 취재보도준칙에는 ‘기사에 2명 이상의 익명 취재원을 담지 않는다’고 되어있다고 한다. 이처럼 명확성과 구체성을 계속 다듬어 나가는 것이 윤리강령 및 취재보도준칙의 숙제라고 본다.

#### ② 강제성 미비

많은 언론사의 윤리강령이나 취재보도준칙에는 ‘이러이러한 일을 하지 않는다’고 하는 규정돼 있으나, 그 규정을 어겼을 경우 어떠한 처벌이나 징계를 받는다는 점이

대개 명시돼 있지 않다. 2가지 이유가 있다고 본다. 하나는 겉으로는 같은 징계 위반이라 하더라도, 매우 다양한 환경과 정황 등이 존재하기 때문이다. 이에 따라 징계수위에 대한 판단이 매우 달라질 수 있다. 따라서 대부분 언론사는 윤리강령이나 취재보도준칙에 징계 여부에 대한 언급을 잘 하지 않는다. 대개 ‘인사위원회에 회부한다’는 정도로 기술된다. 이후 실제 징계는 회사 최고위 의사결정기구인 ‘인사위원회’에서 결정하는 형식을 취하게 된다. 윤리강령에 처벌 규정을 구체화하지 않는 또 다른 이유는, 이 윤리강령의 기준이 상당히 높아 이를 기계적으로 적용하기 시작하면, 매우 많은 구성원들이 해당될 수 있기 때문은 아닌가 하는 생각도 든다.

### ③ 현실성 고민

취재보도준칙의 경우, 일선 기자와 데스크들이 현실성 문제를 지적하기도 한다. 대개 익명 취재원을 쓸 수밖에 없고, 속보 처리로 인해 기사의 완결성이 떨어질 수밖에 없는 등의 한국적 취재 환경을 거론한다. 이는 윤리강령 및 취재보도준칙을 운용하는 각 언론사들의 간부들의 고민이기도 하다. 그렇다고, 윤리강령이나 취재보도준칙을 ‘지킬 수 있는 수준’으로 하향조정할 수도 없다.

결국 준칙만 만들고 운용은 크게 신경 쓰지 않는 ‘사문화’의 과정을 밟느냐, 아니면 비록 지금은 온전히 지키지 못하지만 준칙을 지키기 위해 애쓰는 ‘일체화’로 나아가느냐는 기로에 서 있다고 본다. 이 과정에서 비현실적이거나 시의성이 떨어지는 규정은 공론화 과정을 통해 계속 개정해 나가야 하며, 또 준칙 전반이 아니더라도 반드시 지키겠다는 필수항목 몇 가지를 뽑은 ‘체크리스트’ 등을 만들어 나갈 필요도 있다고 본다. KBS는 최근 ‘보도표기 체크리스트’를 만들었는데, 이런 세부 실천안 등을 추가로 만들어 나가는 것이 준칙 실천에 도움이 되리라 본다.

## 2) 운용 미비

### ① 교육 부족

대개 윤리강령이나 취재보도준칙은 입사 때 자료로 받거나, 1시간 정도 내부 강의를 듣는 수준에 그치는 경우가 많다. 한겨레는 집배신 초기화면에 윤리강령, 취재보도준칙 등의 항목을 배치해 놓고, 사내 게시판에도 한 칸을 만들고, ‘취재보도준칙’ 디지털판(노트)을 만들어 각 기자들의 노트북에 심어놓은 ‘한겨레 취재보도준칙’ 아이콘을 클릭하면 볼 수 있도록 했다. 접근권을 강화한 것이다. 그러나 실제로 일선기자들이 이 취재보도준칙을 얼마나 숙지하고, 참고하는지는 정확히 알기 힘들다. 앞으로는 처음 입사하는 기자 외에, 기존 기자들의 재교육, 그리고 무엇보다 취재보도준칙을 현장에서 독려하고 강제할 데스크들에 대한 교육이 한겨레뿐 아니라 모든 언론사에서 절실하다고 본다.

### ② 외부 공개 미흡

많은 언론사들이 윤리강령이나 취재보도준칙을 외부에 공개하고 있다. 그러나 이를 대외비로 하는 회사도 적지 않다. 그러나 이는 대부분 관성에 따른 것으로 본다.

윤리강령이나 취재보도준칙에 엄청난 비밀이 숨겨져 있지도 않고, 대개 예측 가능한 것들이고, 또 대개 비슷한 내용들이다. 다만 이를 각 언론사들이 얼마나 제대로 지켜나가고 있는지가 관건일 뿐이다.

각 언론사들은 자신들의 윤리강령이나 취재보도준칙을 외부에 공개해 서로 비교하며 참고도 할 수 있도록 하면서 한국 언론 전반의 발전을 이뤄나가도록 하는 편이 낫다고 본다. 아울러 이러한 공개는 스스로 제정한 윤리강령과 취재보도준칙을 지키려는 의지를 강화시키는 데에도 긍정적으로 작용할 것이라고 생각한다.

#### 4. 윤리강령과 취재보도준칙의 긍정적 효과

각 언론사들의 윤리강령과 취재보도준칙 제정 및 확대개편 움직임이 하나의 트렌드나 외부 과시용 또는 홍보효과로 그치는 게 아닌가 하는 의구심이 들 때가 가끔 있다. 또 각 언론사들의 윤리강령과 취재보도준칙은 아직 그 자체로 미흡하고, 운용 면에서도 부족한 점이 많다. 하지만 윤리강령과 취재보도준칙을 제정하는 것 자체가 중요하다고 본다. 이 과정에서 각 언론사 내부에서 많은 논의가 따를 것이고, 이를 통해 스스로를 다시 한 번 반성하고 돌아보는 계기가 될 수 있다. 아울러 만들어진 강령과 준칙은 비록 부족하더라도, 어떻게든 지키려는 노력이 수반하게 된다. 이를 통해 한국 언론이 조금씩이나마 나아질 수 있다.

실제로 최근 한국 언론의 보도를 보면, 비록 정치적 분야에서의 편파성 시비를 지적받을 때가 많지만, 레거시미디어의 경우 인권보호와 선정적 보도를 지양하기 위해 의식적으로 노력하고 있음을 알 수 있다. 또 성범죄 보도, 성차별적 보도, 2차 가해를 피하려는 보도에도 많은 언론사들이 큰 신경을 쓰고 있다. 이는 그동안 시민들의 숭한 지적 때문이기도 하겠지만, 윤리강령과 취재보도준칙 등도 이런 경향에 어느 정도 영향을 미쳤으리라 본다. 다만, 아직까지 정파적 균형 분야에서는 미흡하나, 이 역시 공정성과 사실의 균형성을 따지는 취재보도준칙을 계속 의식하다 보면, 앞으로는 나아지리라는 희망을 갖고 싶다.

아울러 최근 입사하는 젊은 기자들의 윤리적 도덕성은 어떤 점에서는 이전 세대보다 더 낮고 언론윤리에도 더 민감하다. 혐오와 차별에 대한 감수성이 높고, 커뮤니티 등에서의 동료 간 상호평가에도 익숙하다. 또 모든 게 공개되는 사회인데다, 거친 댓글 공격 때문에 행동 하나에도 많이 삼가고 조심스러워 하는 경향이 짙어졌다. 이런 점을 긍정적으로 활용하고, 윤리강령과 취재보도준칙을 잘 선용한다면, 더 나은 언론을 우리 사회가 접할 수 있으리라고 본다.



## 언론윤리강령, 현장에서는 이렇게 하고 있습니다

민수미(쿠키뉴스 기자)

뉴스가 신뢰받지 못한다는 현실이 절실히 와 닿는 곳이 현장입니다. 시민에게 의견을 묻고 듣는 짧은 시간에도 의심이 묻은 눈초리와 이야기가 오갑니다. 언론을 믿지 않아서 인터뷰하고 싶지 않다는 말을 면전에 하는 경우도 있습니다. 언론인을 향한 냉소적인 평가에는 여러 이유가 있겠지만, 이 위기를 극복하기 위해 무던히 노력해야 한다는 점에서는 모든 언론인이 같은 생각을 하고 있을 것입니다.

쿠키뉴스도 마찬가지입니다. 차안대를 쓴 말처럼 언론사와 기자가 그저 앞만 보고 질주할 수밖에 없는 오늘의 언론 환경에서 어떻게 하면 신뢰를 주는 뉴스를 만들까 고민했습니다. 기자들의 윤리 의식을 높이기 위한 사내교육이 있습니다. 그것과 동시에 독자에게 직관적으로 메시지를 전달해야 한다고 생각했습니다. 그래서 만든 것이 ‘데스크 실명제’였습니다.

기사를 취재한 기자만이 아니라 이를 지휘하고 최종 점검한 데스크의 서명을 함께 실는 방법입니다. 데스크 실명제를 적용한 기사에는 <OOO기자가 쿠키뉴스 윤리강령, 보도준칙에 따라 작성하고 OOO데스크가 확인했습니다.>라는 문구가 하단에 들어갑니다. 진정성을 더하기 위해 서명은 친필로 작성했습니다. 현재는 신중한 취재와 책임이 요구되는 기획 기사와 단독 기사에 적용하고 있습니다. 이를 통해 양질의 기사를 독자에게 전달하기 위해 최소 두 명 이상이 고심했다는 것을 보여주려고 했습니다. 내부적으로는 기자 못지않게 데스크들이 기사에 책임감을 느껴야 한다는 의미도 있습니다.

지난해 12월에 데스크 실명제를 도입한 후 지금까지 좋은 반응을 얻었습니다. ‘새롭다’, ‘앞서 나간 좋은 시도다’ 등의 평가가 외부에서 있었고 언론학회에서도 쿠키뉴스의 데스크 실명제를 한국언론의 대표적인 윤리적 책임 사례로 인용하기도 했습니다. 그중 가장 의미 있는 것은 독자들이 ‘언론이 노력하고 있구나’라는 인상을 받았다는 겁니다. 도입 이후 현장에서 취재원들에게 호평 받았다는 기자들의 피드백이 많았습니다.

부수적인 긍정 효과도 있었습니다. 데스크들은 조금 더 꼼꼼하게 기사를 체크하기 시작했습니다. 기자들은 엄격한 기준을 가지고 취재, 작성 등에 신경을 쓰게 됐다고 말했습니다. 특히 오롯이 혼자 기사를 책임지는 느낌을 받았던 일선 기자들이 심적 부담을 내려놓았다는 의견이 고무적이었습니다.

이 밖에도 쿠키뉴스는 기존에 있던 윤리강령, 편집규약을 개정해 취재보도 가이드북을 지난해 새롭게 만들었습니다. 표기 원칙이나 기사 작성법과 함께 다양한 취재 상황에 필요한 지침과 유의점을 명시해 현장에서 활용할 수 있도록 했습니다. △사건 △자살 △성폭력 △재난 △전쟁과 테러 상황의 보도 준칙은 기자협회 등에

서 만든 기존 취재보도 가이드라인을 취재 현장에 적용할 실질적인 방안으로 바꾸기 위해 노력했습니다. 이를 취재원 보호와 취재기자의 안전, 원활하고 윤리적인 취재보도가 되도록 보완했습니다. 또 차별 금지 항목을 추가해 사회 갈등 조장 가능성을 최소화했습니다.

사회 흐름에 맞춰 새롭게 추가한 항목 중 소셜미디어 준칙에서는 SNS 인용 보도나 기자의 개인 SNS 계정 운영 기준을 제시했습니다. 디지털 저널리즘 부문에서는 온라인에 특화된 기사 작성과 효과적인 사진 영상 활용, 편집 방법 등을 정리했습니다. 그리고 이를 현장에서 수월하게 적용할 수 있도록 체크리스트를 만들어 기자들의 편의를 높였습니다. 온라인 매체 특성을 살려서 취재보도 가이드북을 클라우드 노트앱을 이용해 제작했습니다. 쿠키뉴스 기자 외에도 누구나 접속해 볼 수 있고, 의견을 덧붙일 수도 있습니다.

물론 취재보도 가이드북을 새롭게 만들고 뉴스에 적용하면서 느꼈던 한계도 분명히 존재했습니다. 속보나 단신의 경우 예민한 사안이라 하더라도 시간 압박 탓에 기자들이 윤리강령을 참고하는 비율이 크게 떨어졌습니다. 모든 딜레마에 맞춰 준칙을 만들 수 없기 때문에 기자 개인의 윤리 판단에 기댈 수밖에 없고, 개인차가 크게 난다는 것도 고민이 되었습니다. 사회나 독자 인식 변화를 언론사 윤리강령이 기민하게 따라갈 수 없는 점, 윤리강령이 학문처럼 느껴져 기자 업무 적용에 활용도가 낮다는 평 역시 앞으로 풀어가야 할 숙제입니다.

언론을 향한 높은 불신을 해소하기엔 아직 갈 길이 멍니다. 터진 독을 맨손으로 막고 있다는 기분을 일선에 있는 많은 기자가 느낄 것입니다. 하지만 지금 이 시간에도 신뢰 회복을 위해 고민하는 언론인들이 있습니다. 할 수 있는 노력을 계속 찾고 시도한다면 우리의 진심이 독자에게 닿을 것이라 생각합니다.

## 언론윤리강령에 대한 평가와 실효성 제고 방안

윤여진(언론인권센터 상임이사)

### ○ 언론사 윤리강령 운영에 대한 평가

- 16개 언론사뿐 아니라 인터넷 언론사의 윤리강령에 대한 실태조사 및 연구가 필요한 시점임.
- 기자협회 및 신문윤리위원회 등 기자윤리강령을 마련하고 있으나, 개별 언론사가 추구하는 가치철학이나 방향 등이 구현되는 언론사별 윤리강령이 마련되어야 한다고 판단됨.
- 언론사별 윤리규범 및 강령에 따른 세칙이 16개 언론사 중 9개만 제정되어있고, 이를 담당할 위원회를 갖춘 곳이 11곳에 머물러 있어 실천의지가 높지 않다고 판단됨.
- 언론강령의 내용적 측면에서도 ‘언론자유수호’를 가정 먼저 규정하고 있다는 것은 1980년대 언론자유를 외치던 시대적 소명에 머물러 있다고 보여짐. 직업윤리, 취재윤리, 언론보도로 인한 피해최소화 등 현 시대가 요구하는 구체적인 내용을 포함하여 개정될 필요가 있음.
- 명예훼손 및 취재원의 인격권 보장과 관련 언론중재위 제소 및 언론소송에 대한 대응 뿐 아니라 개별 언론사 차원에서 매년 반론권 요구 및 보장, 오보 및 정정보도에 대해 자체적 통계를 통해 기자들에게 공유할 필요가 있음.
- 규정의 수범자에 대해서도 언론윤리강령이 언론인 뿐 아니라 언론사의 임직원을 대상으로 한 윤리강령으로 개정될 필요가 있음.
- 한편 신문윤리강령에 비해 인터넷신문윤리강령의 내용이 더 구체적이라는 것은 의미있는 분석이라고 보여짐.

### ○ 국내 언론윤리강령에 대한 언론인 심층인터뷰에 대한 소견

- 소속 언론사의 철학이나 가치를 담은 윤리강령에 대해 해당 언론사 기자들의 정보와 관심이 부족한 것은 해당 언론사의 직무교육의 문제로 보여짐.
- 인터넷 신문사의 경우 윤리강령이 아닌 공유하고 있는 광범위한 고유의 이념이 있다는

- 것은 대단히 추상적인 것으로 구체적 상황에서 어떤 형태로 발현될지 알 수 없음.
- 윤리규정 준수를 위한 언론사 내에 시스템(윤리위원회운영규정 등)이 만들어져야 하고 구성원들에게 공유되어야 함.
  - 언론인들에게 직업윤리 또는 취재윤리를 포함한 윤리적 상황의 발생은 언론인 개개인의 명예와 관련된 것으로 받아들여져야 함. 그만큼 언론인들의 사회적 역할에 대해 중요하고 자존감 높은 직업임을 인식하도록 해야 함.

#### ○ 언론윤리강령이 자율규제로 실효성 있게 운영되기 위한 제언

- 언론의 신뢰를 높이기 위해서는 개별 언론사의 윤리강령준수 여부를 독자들에게 적극적으로 알리는 것이 필요함. 윤리강령 공시 뿐 아니라 운영에 대해서 대내 외적인 홍보가 필요함.기자협회, 언론재단 홈페이지에 윤리규정을 제정한 언론사를 공개하는 것도 의미있다고 보여짐.
- 기자협회, 인터넷신문협회 등이 제정한 언론윤리헌장이 기본적인 언론윤리로 뿌리내릴 수 있도록 하기 위해서는 상황별 케이스에 대한 교육 및 토론이 이루어져야 함. 또한 개별 언론사가 집중하고 있는 가치철학을 구현하도록 하고 이를 독자들이 알 수 있도록 해야 함.
- 특히 달라진 미디어환경에 맞는 다양한 의제발굴 및 교육시스템을 마련하도록 해야 할 것임.

## 언론윤리 실현을 위한 노력과 실천방안

임주현(KBS 기자)

### ■ 언론윤리강령 인식 제고를 위한 KBS의 노력

- KBS는 공영방송인만큼 내·외부로부터 보다 엄격한 언론윤리를 요구받고 있음
- 때문에 KBS 윤리강령 인식제고를 위한 다양한 시도가 진행 중. 우선 KBS 홈페이지에 편성규약, 방송강령, 방송제작 가이드라인과 함께 윤리강령을 공개해 누구나 찾아볼 수 있게 함
- 입사자들에 대해선 KBS 윤리강령 의무 교육 실시
- 특정 사안 발생 시 내부 게시판에 관련 보도준칙·윤리강령을 지속적으로 공유해 경각심 제고. 가령 선거 기간에 선거보도준칙, 재난 상황엔 재난보도준칙을 공지하는 식
- 각 부서에 ‘KBS 방송제작 가이드라인’ 책자(300여 쪽 분량, 언론윤리와 구체적인 지침이 통합된 내용)를 비치해 필요할 때 바로 찾아볼 수 있게 함

### ■ 정기적 교육은 없어...기자 재량에 맡긴 언론윤리의식

- 입사 때를 제외하고는 언론윤리에 대한 별도의 정기 교육 프로그램은 없음
- 기자 개개인의 관심 정도에 따라 인식차이 발생
- 바빠 돌아가는 뉴스 현장에서 언론윤리에 대한 경각심 흐려지거나 적당히 타협하는 경우도 생겨. 타성에 젖어 매너리즘에 빠지기도
- 언론윤리는 알아서 챙기는 것이라거나 실무 과정에서 자연스레 체득하기 때문에 꼭 교육이 필요한 건 아니라는 시선도 존재
- 개개인의 노력만으로 언론윤리에 대한 경각심을 유지하는 건 현실적 한계가 있다고 보임

### ■ 사회변화 속도 못 따라가는 언론윤리의식

- 사회 변화에 따라 언론인의 가치판단과 윤리강령 또한 진화할 필요가 있음
- 하루가 다르게 높아지는 시민의식, 이념보다 실용을 중시하는 사회, 정보과잉·탈진실의 시대 언론에 새롭게 요구되는 역할, 투명성과 취재윤리가 강조되는 분위기 등 전 방향적인 사회변화에 언론이 효과적으로 대처하고 있는지 돌아봐야
- 최근 몇 년간 여러 언론사에서 윤리강령과 보도준칙을 재정비했거나 하고 있지만 가시적인 성과로 이어지려면 더 많은 시간이 필요
- 언론인 등 전문가들이 수시로 소통하고 의견을 모아 주기적으로 윤리강령과 보도준칙 개정 여부 살피는 것도 방법

## ■ 선언적 내용 넘어 실천 이끌어낼 방안 모색해야

- 현행 언론윤리강령이나 보도준칙은 선언적 의미에 그치는 측면이 있음
- 언론윤리를 실천하게 하는 강제 규정과 윤리에 어긋나는 행위를 제재할만한 수단이 사실상 없는 상황. 때문에 선언적 내용 넘어 실천을 유도하는 방안 모색해야
- 다만, 다양한 언론사의 현실을 고려하지 않고 일률적으로 적용되는 강제적 규정이나 제재 수단은 바람직하지 않아
- ‘채찍’ 뿐 아니라 실효성 있는 ‘당근책’을 함께 제시해야 실천 이끌어내는 데 도움
- 경영진·데스크에 대한 언론윤리 강화 교육도 필요. 의사결정권자의 인식이 실무에 지대한 영향을 미치기 때문
- 윤리강령 실천은 언론사의 부실한 수익모델과도 연결된 문제. 무조건적인 이행 촉구만으로는 문제 해결 어려워. 근본적으로 차세대 수익모델 개발과 포털에 집중된 뉴스 유통 구조개선 등에 대한 대안이 종합적으로 마련돼야 함