

해외실무연수 보고서

기획혁신팀 최 승 민

I. 들어가는 말

최근 인터넷 기술의 발달로 인해 언론 환경은 급속한 변화를 경험하고 있다. 인터넷 포털은 뉴스 서비스를 제공함으로써 그 위상과 역할에 대한 사회적 논쟁을 불러 일으켰고, 포털의 뉴스서비스에 대한 법적 규제에 대한 논의도 활발하게 일어나고 있다. 또한 언론중재법의 시행으로 언론의 자유와 사회적 책임에 대한 목소리도 높아지고 있으며, 언론중재위원회에 대한 기대도 높아지고 있는 상황이다.

이번 해외실무연수는 미국 명예훼손법의 특징에 대해 살펴보고, 명예훼손 소송의 판례 경향들을 알아보고자 했다. 또한 인터넷과 관련한 판례를 살펴보고, 인터넷에 대한 미 법원의 해석을 파악해보고자 했다. 그리고 미국에서 시행되고 있는 음부즈맨 제도를 면밀히 검토해봄으로써, 우리나라에 도

입된 음부즈맨 제도 정착에 도움이 되고자 했으며, 미국 언론윤리의 문제점 등에 대해 알아보았다.

이 보고서는 해외실무연수 기간 동안 직접 만났던 언론관계 종사자들과 변호사 그리고 언론법제 및 언론학 관련 교수들의 대담 내용을 요약 정리한 것이다.

II. 미국의 법과 판례

1. 미국 명예훼손법의 주요 특징들

미국은 언론의 자유를 명예훼손보다 우위에 두고 있는데, 그 근거가 수정헌법 제1조이다. 이러한 전통은 영국이 sedition과 libel을 수단으로 반정부적 출판물을 통제하려했던 미국 독립 이전의 식민지 시절(New England)에서 유래했다.

미국의 명예훼손법의 주요 특징들을 살펴보면 다음과 같다. 먼저

미국의 명예훼손은 기본적으로 민법(civil law)으로 처리한다. 몇 개의 주에서는 형법으로 취급하지만 명예훼손으로 인해 구금되는 경우는 거의 없으며, 명예훼손 소송은 금전적 보상으로 마무리된다.

미국의 명예훼손은 일반적으로 각 주의 대법원이 최종 판결한다. 미국 연방법에는 명예훼손 조항이 없으며, 각각의 50개주는 약간 상이한 명예훼손 조항을 가지고 있다. 미국 연방 대법원에서 명예훼손을 판결하는 경우는 출판물의 연고지와 명예훼손 소송 원고의 연고지가 다를 때이다. 예를 들어 뉴욕주에서 출판되는 뉴욕타임즈를 상대로 캘리포니아주 거주자가 소송을 할 경우, 연방대법원까지 가기도 한다. 명예훼손 소송의 약 75%는 각 주의 대법원에서 판결이 이뤄지며, 나머지 25% 정도를 연방대법원에서 판결한다.

정부나 공공기관은 명예훼손 소송의 원고가 될 수 없다. 예를 들

어 공공기관인 주립대학은 명예훼손 소송의 원고가 될 수 없지만 사립대학은 가능하다. 그래서 공공기관이 명예훼손에 관한 소송을 진행할 때는 보통 그 기관의 수장이 개인자격으로 소송을 한다.

미국에서는 죽은 사람에 대한 명예훼손 소송이 불가능하다. 명예는 특정 개인의 것이고 가족에게 양도불가능한 것이라는 반(反) 귀족주의 전통에서 비롯된 것으로 보인다.

명예훼손 소송의 피고는 방송매체보다 신문매체가 훨씬 많으며, 원고는 대체로 법인(corporation), 경제인, 연예인 그리고 법정 소송이 진행 중인 피고나 원고들이다.

미국에서는 명백한 허위정보 유포만이 명예훼손 소송의 대상이 된다. 한국에서는 사실을 유포하더라도 명예훼손 소송을 할 수 있지만, 미국은 그렇지 않다. 따라서 명예훼손 소송의 피고(언론사)는 유포된 정보가 사실이라는 것만 입증하면 승소할 수 있다.

미국에서는 또한 의견 발표에 대해 특권이 보장되고 있다. 다시 말하면 사실 여부가 아닌 단순한 의견 발표에 대해서는 명예훼손 대상이 될 수 없다. 이는 '의견에는 참과 거짓이 있을 수 없다'(there

is no such thing as a false idea)고 표현의 자유를 보장한 수정헌법 제1조의 정신에서 유래한다. 따라서 "A는 B와 같이 잠을 잤다"는 명예훼손 소송이 될 수 있지만, "A는 편력이 심하다"는 명예훼손 대상이 되지 않는다.

미국에서 공인(public figure)이 재판에서 승소하기는 대단히 어렵다. 일반인은 명예훼손을 제기했을 때, 사실이 아님을 입증하는 것으로 충분하지만, 정치인이나 연예인 같은 공인의 경우 피고가 사실이 아님을 알고도 고의적인 악의(actual malice)를 가지고 사실 관계를 파악하지 않고 무모하게(reckless disregard) 허위를 유포했다는 것을 추가로 증명해야 하기 때문이다.

2. 미국의 판례 동향

2005년 한 해 동안 미국에서는 14건의 언론 관련 소송이 있었고, 그 중 언론사가 패소한 건수는 7건이었으며, 평균 손해배상액은 369,000 달러였다.

1980년 이래 언론사를 상대로 제기한 소송 사건들의 통계를 유지하고 있는 MLRC가 발표한 자료에 따르면, 1980년 이래로

2005년까지 총 531건의 판결을 분석한 결과, 언론사가 승소한 사건은 214건으로 40.3%를 차지했다. 원고에 대한 손해배상 평균액은 290만 달러였다.

좀 더 자세히 살펴보면, 항소심에서 언론이 승소한 경우는 51.4%였고, 101건(18.7%)만이 원고가 요구한 손해배상액 전액을 받았다. 원고가 승소해 받은 손해배상의 평균액은 290만 달러였는데, 최종심에서는 평균액이 140만 달러로 줄었다. 그러나 중앙값을 비교하면 손해배상 평균액은 27만 8천 달러였는데, 최종심에서 9만 5백 달러로 줄어들었다.

몇 가지 주목할 만한 판결의 경향이 보였는데, 첫 번째로 매년 상당한 정도로 소송의 줄어들고 있다는 것이다. 1980년대에는 매년 27건 정도였던 언론 관련 소송이 1990년대에는 18.8건으로, 최근 10년 동안은 평균 13.8건으로 줄어들고 있음을 알 수 있다.

두 번째는 언론사의 승소가 많아지고 있다는 것이다. 언론의 승소율은 1980년대에는 36.3%에 불과했는데, 1990년대에는 40.2%로, 최근 10년 동안에는 53.8%로 증가했다. 반면, 손해배상액의 규모는 점점 커졌다. 1980년대에는 21.8%

만이 손해배상액이 1백 만 달러를 넘었으나, 1990년대에는 30.0%, 최근 10년 동안에는 37.8%를 차지하고 있다.

한편 손해배상액의 규모는 커지는 반면, 징벌적 손해배상은 크게 감소했음을 알 수 있었다. 1980년대에 징벌적 손해배상은 61%를 차지했으나, 1990년도에는 51.2%, 지난 10년간은 전체 손해배상액 판결 중 73%만이 징벌적 손해배상 판결이었다.

언론사를 상대로 한 소송의 87.6%는 명예훼손에 관련한 소송이었고, 잘못된 보도로 인한 소송이 9.1%, 사생활 침해가 5.7% 등이었다. 공직자나 공적 인물이 제기한 소송은 247건으로 51.8%였으며, 공인이 사인에 비해 언론사를 상대로 승소한 비율이 다소 낮은 것으로 나타났다.

언론 매체별로 살펴보면, 인쇄매체가 전체 소송 중 68.6%를 차지했다. 1980년대에는 인쇄매체의 승소율이 34.6%였으나, 1990년대에는

37.5%, 최근 10년에는 44.2%로 점차 높아지고 있다. 인쇄매체에 대한 소송은 전체 언론 소송의 감소 추세와 비교해 볼 때 더 많이 줄어들고 있다.

인터넷 콘텐츠와 관련된 소송은 2건이 있었다. 그 중 한 건은 3백 7십 만 달러를 손해배상액수로 지불해야했다.

3. 인터넷과 명예훼손

인터넷이 등장하면서 명예훼손과 관련한 여러 문제가 발생하고 있다. 첫 번째는 재판 관할권 문제다. 인터넷은 잠정적으로 전 세계 모든 지역에서 볼 수 있으므로 국제적·국내적으로 재판관할권 문제가 복잡하다. 두 번째는 소송 당사자 문제이다. Internet Service Provider(ISP)나 뉴스 포털사이트가 등장하면서 소송 주체가 복잡해졌다.

미국의 경우 재판관할권과 관련해 뉴스가 읽혀지는 지역이 아니

라 publication 지역의 법원에서 관할하는 경향이 있으며, 소송 당사자와 관련해서는 primary publication에만 명예훼손을 적용하고 있다.

인터넷 명예훼손 소송 당사자와 관련해 가장 중요한 개념적 문제는 당사자를 distributor로 볼 것인가 아니면 publisher로 볼 것인가이다. distributor는 내용을 전달하는 인프라 부분만 제공하고 제3자가 커뮤니케이션하는 내용에는 관여하지 않는다고 정의된다. 전통적인 distributor는 전화회사·서점·도서관·극장 등이고, 전통적인 publisher는 신문사·방송사·출판사·영화사 등이다.

1996년에 제정된 Communication Decency Act(통신품위법)¹⁾에 따라 Internet Service Provider(ISP)를 distributor로 규정하며, 포털도 이에 준하여 판결했다. 현재 미국의 대표적인 ISP는 Comcast, American Online, Verizon 등이 있으며, 대표적인 포털은 Yahoo, Google,

1) Communication Decency Act of 1996 :

Telecommunication Act of 1996의 일부분으로 인터넷 관련 규정을 담고 있다. 1995년 의회에서 최초 발의될 때는 인터넷에서 obscene하고 indecent한 내용을 제한할 수 있다고 되어있었으나, 'indecent' 개념이 모호하여 수정헌법 1조를 침해할 소지가 있다는 대법원 판결이 나오면서 'indecent'라는 말이 삭제되었다. 그러면서 인터넷과 관련된 새로운 조항이 추가되었는데, 그것이 ISP를 publisher가 아닌 distributor로 규정한 203조 (Section 230)이다.

"No provider or user of an interactive computer service shall be treated as the publisher or speaker of any information provided by another information content provider".

MSN 등이 있다.

인터넷과 관련한 명예훼손의 몇 가지 소송 사례는 다음과 같다.

American Online사를 상대로 한 소송에서 재판부는 통신품위법 203조 규정에 따라 ISP 및 포털은 명예훼손 소송에서 거의 절대적으로 자유로운 위치를 보장받는다 고 판시했다. 이 판결은 어느 성인이 11살짜리 소년과 성적인 행위를 담은 장면을 비디오에 녹화해 AOL 채팅룸을 통해 판매한 사건으로, 이 소년의 부모는 AOL이 이 성인이 채팅룸을 이용한다는 사실을 알고 있었으나 이를 제지하지 않았기 때문에 음란물의 배포 및 판매를 금지한다는 플로리다주 법을 위배한 책임이 있다고 주장했다. 하지만 재판부는 AOL에게 책임을 묻는 것은 AOL을 전통적인 publisher로 보는 것인데, 통신품위법은 AOL과 같은 ISP를 publisher로 보는 것을 금지하고 있기 때문에 원고의 주장은 이유 없다며 기각했다.

또 다른 판례는 할리우드와 워싱턴 정가에 대한 가십 칼럼인 Drudge Report를 AOL에서 매달 3천 달러의 계약을 맺고 연재하던 중, Sidney Blumenthal이라는 워싱턴 정계 인사가 아내를 학대한

전력이 있다는 내용을 담은 칼럼이 문제가 돼 명예훼손 소송에 연루된 사건이다. 원고인 Blumenthal은 AOL이 계약을 맺고 칼럼을 연재했고, 그 칼럼의 게재 여부에 대한 통제권(reserved right)을 소유하고 있기 때문에 AOL에게 법적 책임이 있다고 주장했다. 재판부는 AOL이 칼럼을 게재할 권한을 소유한 것은 사실이지만, 제3자가 만든 내용을 일반 사람들에게 전달한 ISP에게는 명예훼손이 성립하지 않는다는 통신품위법에 따라 소송을 기각했다.

마지막으로 어느 여성의 헤어질 남자친구가 그녀의 누드사진과 더불어 자세한 인적사항 및 연락처를 야후 웹사이트에 게재하자, 이 여성이 야후에 연락하여 그 웹사이트를 폐쇄할 것을 요구했지만 이를 야후 측에서 거절하여 야후를 상대로 소송을 제기한 사건이다. 이 사건에서 법원은 제3자가 만든 내용에 대한 책임을 묻는 것은 ISP를 publisher로 취급하는 것인데 이는 통신품위법 203조에 위배된다는 이유로 원고 패소 판결을 내렸다.

4. 미국에서 표현의 자유와 사생활 침해

민주주의 사회에서 표현의 자유를 보장하기 위해서는 다음 네 가지 전제가 필요하다.

첫째, 표현의 자유는 개개인의 자아실현을 위한 수단으로써 필수불가결한 것이다. 인간의 궁극적인 목적은 인간으로써 자신의 개성과 잠재력을 실현시키는 것이고 이러한 실현을 위해 정신은 반드시 자유로워야 한다. 신념이나 의견 또는 의견을 억압하는 것은 인간 존엄성에 대한 모욕이다. 사회 구성원으로서의 인간은 자신에게 영향을 미치는 결정을 공유해야 할 권리가 있다.

두 번째, 표현의 자유는 진실을 추구하고 지식을 개발하기 위한 과정으로서 필요하다. 지식과 진실을 추구하려는 개개인은 모든 질문과 대안, 반대의견 그리고 충분히 다른 의견들을 들어야만 한다. 받아들여진 의견이 충분히 사실이라고 받아들여질지라도 토론은 열려있어야 한다. 광범위하게 사실이라고 알려진 것들도 나중에 틀린 것으로 판명나기도 하기 때문이다. 반대로 아무리 잘못된 정보나 유해한 의견이라도 똑같이 열린 마음으로 접근해야 한다. 비록 전체로는 틀렸을 지라도 부분적으로는 사실일 수도 있기 때문

이다.

세 번째, 표현의 자유는 사회의 모든 구성원들에 의해 결정되는 사안에 대해 참여를 제공하기 때문에 필수 불가결하다. 이것은 특별히 정치적인 결정에 있어서 중요하다. 정부의 권력은 국민의 동의로부터 나온다는 독립선언서의 명제도 있듯이, 개인의 판단을 하기 위해서 뿐만 아니라 공통의 판단을 하는데도 전적인 표현의 자유를 가져야 한다. 이 원칙은 정치적인 영역을 넘어서, 문화, 종교, 학문, 예술, 과학 그리고 모든 인류의 학문과 지식을 형성하는 데도 적용된다.

네 번째, 표현의 자유는 융통성 있고 안정적인 사회를 구성하는데 필요한 수단이다. 사람들이 결정 과정에서 참여했다면 자신의 의견과 다를지라도 결정을 수용할 준비가 되어있기 때문에 공개된 토론은 좀 더 강력한 사회통합을 이루는데 도움이 된다. 그럼으로 표현의 자유는 사회를 파괴하지 않고 사회가 진일보하는데 필요한 갈등 속에서 튼튼한 하부구조를 형성한다. 표현의 자유는 안정과 변화 간의 균형을 유지하는데 필요한 메커니즘이다.

헌법에서 전제로 한 4개의 기본 조항은 미국 문화에서 특별하게

존재한다. 첫 번째와 두 번째 조항은 개인의 역할을 보장하는 내용이고, 세 번째와 네 번째는 커뮤니티의 가치를 보다 보장하고 중요시하고 있다. 개인이 모여서 이루는 커뮤니티는 접근할 수 있는 액세스 권이 중요하다. 이 권리는 언론도 포함된다.

1890년대에 개발된 사생활 침해에 대한 개념은 4가지 범주가 있다. 첫 번째는 intrusion(침범)으로 사적 공간과 생활을 침범 받지 않을 권리다. 주로 물질적인 범주로 파파라치 등에 의해 침해받고 있고, 기술의 발전으로 초기의 개념과는 다르게 변화되고 있다. 두 번째는 사적인 일의 공개(public disclosure of embarrassing facts)이다. 본인이 원하지 않는 정보를 공개하는 경우로, 주로 스포츠 영웅이나 전쟁영웅에 대한 잘못된 보도로 인해 문제가 발생하는 경우가 많다. 세 번째는 공중의 오인(false light privacy)이다. 개인의 이름과 과거의 전력들을 보도한 것으로, 개인과 관련된 공적인 기록을 보도할 경우 소송에 걸릴 위험이 크다. 마지막으로 도용(appropriation, with the related "right of publicity")이다. 초상이나 성명 등 자신의 동일성의 상징을 상업적으로 이용당하지 않을 권리로

퍼블리시티권과 관련이 있다.

Ⅲ. 미국의 신문 윤리와 옴부즈맨 제도

1. 미국의 옴부즈맨 제도의 도입

옴부즈맨 제도는 역사적으로 1809년 스웨덴에서 시작된 행정 감시 제도에서 비롯되었다. 언론 옴부즈맨 제도의 효시는 1916년 스웨덴에서 신문의 자율구제를 위해 '스웨덴 신문평의회'가 설립된 것에서 비롯되었다. 원래 행정 분야에서 시작되었던 옴부즈맨 제도는 미국에서는 public editor라는 이름으로 들어왔다.

1960년대 미국의 신문에 대해 불신과 비난이 높아지기 시작했는데, 이 당시 미국의 언론사들은 자신들이 국민들보다 더 똑똑하다고 생각해 오만하게 행동했기 때문이다. 예를 들어 1면에 보도된 오보를 바로 잡는다면서 28면에 게재하는 식이었다. 특히 정치적 편견을 가지고 있는 언론사들이 50년대와 60년대를 거쳐 정치적 입장을 적극적으로 표현했고, 부유한 이들이 대다수의 언론사를 소유하고 있었기 때문에 언론사는 공화당을 지지했다. 또한 민주주의적

가치에 소홀하고, 뉴스의 내용이 센세이셔널리즘으로 변질되어 갔다.

이러한 상황에서 몇몇 뜻있는 신문들과 언론인들이 잘못을 시인하고, 독자들에게 대한 신뢰를 되찾기 위해 노력을 해왔다. 이 때 처음으로 미국에서 신문 옴부즈맨 제도의 도입을 주장한 사람이 워싱턴 포스트지의 편집장이었던 Ben Bagdikian이었다. 그는 신문이 공중의 신뢰를 잃고 위기에 처해있다면 옴부즈맨 제도가 독자의 신문에 대한 불신과 비난을 피할 수 있는 방법이라고 피력하고, “어떤 용감한 소유주가 언젠가는 미국 신문의 궁극적 목적인 공중의 이익을 위해서 대변하고 진력할 수 있는 옴부즈맨을 그 신문 이사진의 한 사람으로 둘 것”이라고 말했다.

그로부터 몇 달 뒤 뉴욕타임즈의 A.H. Raskin 기자는 옴부즈맨에 관한 구체적인 기사를 제시했는데, 뉴욕타임즈에서는 Raskin 기자의 제안을 받아들이지 않았고, 오히려 Louisville Courier Journal에서 미국 최초의 옴부즈맨을 임명했다. 두 번째로 옴부즈맨 제도를 채택한 곳은 워싱턴포스트지였다.

옴부즈맨 제도를 처음으로 도입

한 Louisville Courier Journal는 자사에서 40여 년 동안 기자 생활을 했던 John Herchenroeder를 옴부즈맨으로 임명했다. 그는 신문에 대한 불평을 청취하고, 보도내용의 잘잘못을 밝히는 조사를 하고, 잘못된 점이 있으면 이를 바로 잡는 정정보도 또는 사과문을 작성하는 일을 담당했다.

2. 미국 옴부즈맨 제도의 현황

미국은 현재 40여 개 신문사에서 옴부즈맨을 두고 있다. 미국에 1,400여 개의 신문사가 있는 것에 비하면 옴부즈맨 제도의 도입율은 매우 낮은 편이다. 현재 옴부즈맨을 두고 있는 유력한 신문사는 뉴욕타임즈, 시카고 트리뷴, 워싱턴타임즈, 로스앤젤레스 타임스 등이다.

많은 신문사들이 옴부즈맨을 두지 않는 이유는 신문사들의 규모가 영세하기 때문이다. 옴부즈맨을 고용하려면 많은 비용이 소모가 된다. 옴부즈맨을 위한 독립된 사무실을 두어야 하고, 언론의 경력이 많은 이들을 옴부즈맨으로 고용해야 하기 때문에 임금비용도 많이 필요하기 때문이다.

모든 옴부즈맨이 동일한 일을 하

고 있는 것은 아니지만, 대부분의 옴부즈맨은 다음과 같은 역할을 수행한다.

옴부즈맨은 뉴스나 칼럼 그리고 사진 등이 정확하고 공정한지 모니터링 하며, 뉴스에 대한 불평이나 불만을 조사하고 응대한다. 대부분의 옴부즈맨은 한 주에 한 번씩 칼럼을 쓰고 있다. 칼럼에서는 기사의 잘못된 내용과 어떻게 뉴스가 만들어지고, 어떠한 실수가 있었는지에 대해 작성을 한다. 이 칼럼은 독자들이 저널리즘을 이해하게 하는 데 있어 중요한 역할을 한다.

또한 옴부즈맨의 중요한 역할은 독자들과 기자들을 연결해주는 교역역이다. 독자들이 관심 있어 하는 내용을 기자들에게 전달해줘 기자들이 이에 대한 심층 취재를 할 수 있도록 도와주며, 기자들이 엄격한 취재 기준과 윤리 기준을 지키며 취재에 임하도록 도와준다.

옴부즈맨이 하는 일 중에 중요한 일 중의 하나는 잘못된 기사를 바로 잡는 것이다. 대부분의 옴부즈맨은 정정보도를 내는 권한을 가지고 있다. 대부분의 언론사는 정정보도를 원보도문과 같은 페이지에 게재하도록 하고 있다.

옴부즈맨 제도의 도입 이후 신문

사들의 분위기는 많이 변화되었다. 옴부즈맨 제도 도입 이후 편집국 내의 분위기가 매우 긴장되어 있다. 편집국 내 긴장된 분위기는 기자들이 공정하고 진실한 기사를 작성하는데 도움이 된다. 옴부즈맨의 의견은 절대적이다. 따라서 옴부즈맨과 기자 간에 이견이 있다고 하더라도 기자들은 논쟁을 하지 않는다. 옴부즈맨은 독자들을 위해 존재한다.

옴부즈맨 제도의 도입 필요성에 대해 ONO(Organization of News Ombudsmen)는 다음과 같이 말하고 있다. “옴부즈맨은 뉴스의 질, 정확성 및 균형성을 높이고, 독자들에게 좀 더 신뢰할 수 있는 정보들을 제공함으로써 신뢰도를 높이고, 공공의 관심사에 대한 뉴스의 전문성을 확보하고, 개별적인 불만을 처리할 수 있는 채널을 만듦으로써 편집인의 시간을 줄여주고, 불평 제기자가 제기할 수 있는 소송 문제를 해결할 수 있기 때문에 옴부즈맨 제도를 도입해야 한다”.

3. 미국 언론윤리의 문제점

최근 20년 동안 미디어 환경이 많이 바뀌고 있다. 많은 잡지들과 뉴미디어들이 생겨났지만, 미디어

시스템에 대한 법적인 제도가 뒷받침되고 있지 않다. 그래서 언론은 상업적인 성향이 더 강해졌다. 그럼으로써 언론의 윤리적 문제가 많이 발생했다.

미국 언론의 몇 가지 윤리적 문제에 대해 살펴보면 다음과 같다.

첫 번째, 사생활 침해이다. 일부 정치인들이나 유명한 연예인들의 사생활을 언론이 침해하고 있다. 하지만 사생활 침해에 대한 법적 인 경계가 명확하지 않아 항상 문제가 되고 있다.

두 번째, 언론사의 소유구조의 변화다. 지난 25년 동안 미디어간 병합이 많이 이뤄졌다. NBC는 GE가 소유하고 있고, 디즈니는 ABC TV를 소유하고 있다. ABC는 디즈니 테마파크에 대해 우호적인 보도만을 하게 된다. 이렇듯 언론사의 ‘오너쉽’이 변화함으로써 언론이 공적인 기능을 수행하기 어렵게 되었다.

세 번째, 공공의 이익에 대한 정의 문제다. 민주주의 사회에서 언론은 많은 시민들이 관심 있어 하는 공공의 관심사를 보도한다. 하지만 연방정부는 테러리즘을 이유로 들어 일반 시민의 계좌와 이메일까지 검사하고, 전화 내용을 도청하는 등 국민의 사생활을 감시하고 있다. 이를 뉴욕타임즈와 워

싱턴포스트지가 폭로했다. 이에 대해 정부는 국제 테러리즘을 막기 위함이라고 주장하고 있지만, 언론은 국민의 알권리 차원이라며 대응하고 있다. 현재 이와 관련해 정부와 언론이 갈등을 빚고 있고 심지어 정부가 언론에 대해 협박하고 언론을 상대로 소송을 하려고 하고 있다. 공공의 이익이 무엇인지에 대한 언론의 진지한 고민이 필요한 시기다.

네 번째, 정보통신과 관련한 기술의 발전으로 등장한 블로거 문제다. 블로거는 수정헌법에 의해 보호받는 저널리스트다. 온라인을 통해 칼럼을 쓰면 기존 언론과 마찬가지로 수정헌법의 보호를 받는다. 하지만 이 부분에 대해서는 좀 더 고민을 해봐야 할 것이다.

다섯 번째, 인터넷의 등장으로 인한 표절문제다. 언론사가 웹사이트를 가지고 운영하면서, 신속하게 새로운 뉴스를 만들어 내야 하는 경쟁적인 상황에서 좋은 뉴스와 나쁜 뉴스를 걸러내야 하는 필터링이 거의 이뤄지고 있지 않다. 따라서 보도의 정확성과 보도윤리에 대한 문제가 빈번히 발생한다. 표절은 요즘 미국 저널리즘의 중요한 문제다. 기사를 다른 소스에서 가져와서 마치 자기 기사인 것처럼 작성하고 있다.

마지막으로 전통적인 문제로 취재원에게 돈을 지급하는 경우다. 몇 가지 사례가 최근에 있었다. 어느 기자가 취재원에게 1천 달러를 쥐서 사회적으로 문제가 된 적이 있었다. 취재원에게 돈을 주고 정보를 사는 순간 진실은 밝혀지기 어렵게 된다. 왜냐하면 취재원은 돈이 되는 정보를 만들어 낼 수 있기 때문이다.

IV. 맺음말

미국에서 언론의 자유 문제는 새로운 환경에 따라 변화를 모색하고 있다. 9.11 테러로 인해 국가가

개인의 사생활을 침해하고, 언론의 취재 활동을 제한하고 있다. 언론은 국민의 알권리와 국가적 안위라는 상충적 이해관계에서 혼란을 겪고 있고 있다. 또한 인터넷 기술의 발달로 인해 언론의 기능과 역할에 대해 논란이 있고, 블로거의 출현은 일인 미디어 시대를 열어가고 있다.

언론의 위상과 역할이 변화를 요구하고 있는 시점 탓인지 연수 기간 동안 만난 언론학 및 법학 교수 그리고 변호사들은 언론중재제도에 대해 많은 관심을 표명했다. 언론으로 인해 발생하는 다양한 분쟁들을 소송이 아닌 조정절차로 마무리 지을 수 있다는 점에 대해

매우 긍정적인 태도를 보였다. 반면, 언론인들은 외부 기관에서 불만을 처리하는 것에 부담을 느끼고 있었고, 오히려 움부즈맨을 통한 분쟁의 일괄 해결을 적극 검토하고 있었다.

이번 해외실무연수는 미국의 명예훼손 소송 경향, 인터넷으로 인한 명예훼손과 움부즈맨 제도에 대해 알아보았다. 하지만 연수기간이 충분하지 않아 심도 있는 연구나 관찰, 실무에 대한 연수가 이뤄지기 어려웠다. 최소한 6개월 정도의 시간적 여유를 두고 한 두 가지 주제에 초점을 맞춰 연수가 이뤄지면 더 효율적이고 심도 있는 연수가 될 것이라 보인다. □