

# 명예훼손과 언론의 대응

권혁남(전북대 신방과 교수)

## 1. 머리말

언론의 책임 문제를 빼놓고 언론의 자유를 논할 수 없다. 언론의 자유와 책임은 동전의 앞뒷면이요, 음과 양의 관계라 할 수 있다. 17세기 영국의 J. Milton의 Areopagitica에서 시작된 자유주의 언론철학은 무책임하고 선정적인 언론의 대명사인 황색저널리즘(Yellow Journalism)을 탄생시킨다. 일명 열쇠구멍 저널리즘(Keyhole Journalism)이라고도 불리는 황색저널리즘은 개인의 명예훼손, 사생활 침해 등 너무나 많은 문제를 일으키자 20세기 들어 언론계 내부와 사회의 지식인들이 중심이 되어 언론의 보다 책임 있는 역할을 부르짖게 되었다. 이를 계기로 1940년대에 사회책임주의 언론철학이 탄생하게 된다.

사회책임주의는 자유주의 언론철학에 대한 철저한 반성에서 출발한다. 그 중심 철학은 언론에게 무한한 자유를 부여하게 된다면 언론은 마치 고삐 풀린 망아지가 되어 결과적으로 국민과 사회에 해를 끼치게 되기 때문에 언론에게 자유를 주되 거기에 상응하는 책임을 동시에 묻자는 것이다. 말하자면 고삐 풀린 망아지가 제 길을 가지 않을 때는 고삐를 채우자는 것이다. 따라서 자유주의 언론철학과 사회책임주의 언론철학이 모두 언론의 자유를 인정하고 있지만 그 자유의 개념과 내용은 다르다. 자유주의 언론철학의 자유는 소극적 자유(free from)이고, 사회책임주의 언론철학의 자유는 적극적 자유(free for)이다. 사회책임주의 언론철학의 자유의 개념은 적극적인 책임을 전제로 하는 것이다.

어쨌거나 사회적으로 막강한 권한과 책임을 갖고 있는 언론은 민주주의를 위해 적어도 다음과 같은 3가지의 기본적인 역할이 요구된다. 첫째는 시민 토론광장(civic forum) 역할로서 미디어가 공공 문제에 대한 다원적 토론을 활성화시켜야 한다. 둘째는 파수견(watchdog) 역할로서 미디어가 권력 남용을 감시해야 한다. 셋째는 동원 주관자(mobilizing agent) 역할로서 공중들의 정치, 사회참여를 촉진시켜야

한다.

언론이 이러한 역할을 수행하다 보면 예기치 못한 역기능을 낳게 된다. 특히 “나쁜 뉴스는 좋은 뉴스다”(bad news is good news)는 언론의 전통적인 상업주의적 관념에 사로잡히다 보면 많은 부작용을 일으킬 수밖에 없다.

언론은 기본적으로 진리 추구를 위해 노력해야 하며, 진리를 추구해 나가기 위해서는 언론 스스로가 자유를 지키려고 애를 씀과 동시에 자율적인 책임을 져야 한다. 진리 추구, 언론 자유 그리고 자율적 책임 등이 바로 언론이 준수해야 할 가치로서 언론 윤리의 기본이라고 할 수 있다. 사회 현실(객관적 현실)과 생산된 뉴스(상징적 현실) 사이에는 복잡한 사회적 관계들이 존재하고 있기 때문에 이들 간의 일치란 불가능하다. 현실적으로 언론 보도에 있어서는 언어상의 한계, 보도 제작 관행, 언론인의 특성, 기술적 요인 그리고 보도를 둘러싼 정치 경제적 요인들이 상호 작용하면서 영향을 미치고 있다.

생산된 뉴스와 실제 현실 사이의 괴리가 바로 오보이다. 물론 실제와 완전히 같은 뉴스를 생산한다는 것은 불가능하기 때문에 어쩌면 언론활동에서 오보는 피할 수 없는 부산물이라 할 수도 있다. 그러나 그렇다고 해서 오보를 인정할 수도 없고, 언론과 언론인 역시 오보로 인해 발생하는 문제로부터 결코 자유로울 수 없다. 특히나 오보로 인해 특정 개인이나 집단이 피해를 보게 된다면 결코 이를 용인할 수 없는 것이다. 언론보도로 인한 피해의 대부분은 명예훼손과 관련된 것들이다. 예를 들어 지난해 한 해 동안 언론중재위원회에 접수된 511건의 중재신청사건 중 무려 493건(96.5%)이 명예훼손이고, 신용훼손은 10건(2.0%), 기타 8건(1.6%)이다. (언론중재위원회, 2003).

언론보도로 인한 피해를 입은 당사자들은 과거와는 달리 적극적으로 자신의 손상된 인격권을 되찾으려는 경향이 강화되고 있다. 보도에 명예훼손의 소지가 있으면 어김없이 소송을 제기한다. 언론중재위원회의 중재를 거치지 않고 소송을 내는 경우도 많으며, 때로는 권력자와 권력기관이 ‘위축효과’(chilling effect)를 노리거나 ‘겁주기 전략’(intimidation policy)차원에서 소송을 남발하는 경우도 있다. 일반 시민들의 의식도 많이 바뀌었다. 예를 들어 연출망 의식이 강하고 행동이 비교적 소극적인 것으로 평가되는 전라북도민들의 의식도 많이 달라졌다. 지난 2002년에 전북은 경기, 광주중재부에 이어 지방에서 3번째로 많은 언론중재 신청건수(25건) 1)를 기록하였다.

본고에서는 언론보도로 인한 명예훼손의 실상과 이를 해결하기 위한 반론보도 청구권과 언론중재, 그리고 언론계의 예방책 및 대응에 대해 살펴보기로 하겠다.

1) 언론사별로 보면 전북일보 8건, 새전북신문 5건, 전라일보 4건, 전북중앙 2건, 전북도민일보 1건, 전주MBC 3건, 남원신문과 시사전북이 각 1건이다.