

# 언론윤리와 이해충돌(conflict of interest)

- 개념 분석과 국내·외 윤리강령 검토를 중심으로 -\*

김민정\*\*

한국외국어대학교 미디어커뮤니케이션학부 교수

## ■ 국문초록

본 연구의 목적은 이해충돌의 개념을 언론윤리의 맥락에서 훑어보는 것이다. 국내·외 학술 논의에서 이해충돌이 어떻게 개념화되고 있는지, 개념의 핵심요소는 무엇인지 살핀 후, 국내·외 언론윤리강령의 이해충돌 관련 규정을 분석했다. 본 연구의 주요 결과는 다음과 같다. 첫째, 이해충돌의 본질은 공중과 언론(인) 간의 관계, 신뢰에 있으며 실질적 충돌이 발생하는 경우뿐만 아니라 이해충돌로 비치는 상황까지 포괄하여 이해해야 한다. 둘째, 이해충돌을 피하는 방식은 크게 특정 행위의 제한/금지외 특정 사항의 보고/공개로 나눌 수 있다. 셋째, 이해충돌에 처할 수 있는 주체는 기자 개인뿐만 아니라 언론사가 있으며, 국내 언론윤리강령은 언론인 단체도 포함하고 있다. 넷째, 언론(인)이 공익의 관점에서 취재, 보도하고 저널리즘 본연의 임무를 다하는 데 방해가 되는 사적 이해는 크게 경제적 이해와 정치사회적 이해로 나눌 수 있다. 본 연구에서 언론(인)의 이해충돌 유형을 크게 4가지로 나눠 국내·외 언론윤리강령을 비교해 본 결과, 국내 언론윤리강령의 이해충돌 관련 규정 대다수는 기자 개인의 경제적 이해 그리고 언론사의 경제적 이해로 인해 이해충돌이 발생하는 상황 관련 세부규정들이었다. 언론인의 이해충돌 관련 현행 법률인 자본시장법과 청탁금지법 역시 기자 개인의 경제적 이해관계로 인해 발

\* 이 연구는 2022학년도 한국외국어대학교 교내학술연구비의 지원에 의하여 이루어진 것임.

\*\* mkhufs@gmail.com

생하는 일련의 행위들을 제한/금지하는 내용인 점을 감안하면 국내의 언론윤리 관련 법/윤리 규정은 경제적 이익추구로 인해 발생하는 문제에 중점을 두고 이해충돌을 구체화하고 있다는 것을 알 수 있다. 이는 한국 언론의 정파성에 대한 비판이 끊임없이 제기되고 있다는 점을 감안하면 곱씹어 볼 필요가 있는 공백인데, 정치사회적 이해로 인해 발생하는 이해충돌에 관한 규정을 국내 언론윤리강령에 추가할 필요가 있다고 생각된다. 본 연구는 언론(인)의 이해충돌 개념을 관계와 신뢰에 방점을 두는 전문직/공공서비스 맥락에서 이해해야 하며 다양한 상황적 맥락에서 실질적 이해충돌 혹은 그렇게 비칠 수 있는 이해충돌 전반을 피하기 위한 노력을 기울이는 것이 중요하다고 결론 내린다.

주제어: 언론윤리, 이해충돌, 이해상충, 윤리강령

## 목 차

- I. 서론
- II. 이론적 논의
  - 1. 전문직 윤리로서의 이해충돌의 개념
  - 2. 언론(인)과 이해충돌
  - 3. 언론인의 이해충돌 관련 국내 현행 법률 규정
  - 4. 소결
- III. 언론윤리강령의 이해충돌 관련 규정 분석: 방법론
- IV. 언론윤리강령의 이해충돌 관련 규정 분석: 결과 및 논의
  - 1. 해외 언론윤리강령
  - 2. 국내 언론윤리강령
- V. 결론

## I. 서론

2023년 1월 초, 기자들이 대장동 개발 비리 의혹의 핵심에 있는 화천 대유 대주주 김만배 씨와 금전거래를 한 사실이 드러났다. 다시금 불거진 언론 윤리 위반 사례에 언론계는 충격에 휩싸였고 한국 언론의 신뢰도는 바닥을 모른 채 추락하는 형국이다. 민형배 의원은 언론인의 이해충돌을 방지하는 내용의 법률 개정안을 대표발의하기도 했다. 2022년 5월부터 시행된 「공직자의 이해충돌 방지법」(이하, 이해충돌방지법)은 공직자의 직무수행과 관련한 사적 이익 추구를 금하고 있는데, 이 법의 적용대상에서 제외되어 있는 언론인<sup>1)</sup> 역시 공직자와 마찬가지로 공정한 직무수행이 저해되거나 저해될 우려가 있는 이해충돌 상황을 방지하기 위한 제도적 장치 마련이 시급하다는 주장이다(송창한, 2023.1.19.). 그런데 언론의 이해충돌 상황은 직접적이기보다는 간접적인 경우가 많아 법적 규제보다는 윤리적인 판단과 도덕적 책임이 우선시된다는 주장도 있

1) 제출된 지 8년 만에 통과된 이해충돌방지법 적용대상에 언론인이 포함되어야 한다는 주장도 활발히 제기된 바 있으나, 언론인은 적용대상에서 제외되었다.

어왔다(정결진, 1999a).

언론의 공적 기능을 감안할 때 이해충돌 방지는 언론윤리에서도 중요한 주제이다. 공적 정보를 제공하는 언론의 역할, 언론의 신뢰도에 결정적인 영향을 주는 것이 이해충돌의 문제이기 때문이다(Lipworth et. al., 2012). 특히 공적 결정이 사적 이해에 오염됨이 없이 공정하게 이뤄져야 한다는 사회적 요구가 높아짐에 따라 이해충돌 방지는 최근 한국 사회에서 더욱 주목받고 있다(배정근, 2022.8.25.). 최근에 드러난 언론인들과 김만배 씨의 돈거래 사건들 때문에도 그 개념을 깊이 짚어볼 필요가 있다.

본 연구는 이해충돌의 개념을 언론윤리의 맥락에서 훑아보는 것을 그 목적으로 한다. 구체적으로, 본 연구는 이해충돌 개념의 핵심 구성요소를 살펴보고 다양한 이해충돌 상황을 체계적으로 분류할 수 있는 모형을 도출하고자 한다. 또한 이 모형에 근거해 국내·외 언론윤리강령의 이해충돌 관련 규정이 규율하는 행위의 세부내용을 분류함으로써 현행 윤리강령들에서 통용되고 있는 이해충돌 개념의 주요 내용이 무엇인지 파악하고 현재의 이해에 보충되어야 할 부분은 없을지 판단해 보고자 한다.

이를 위해 우선 제2장에서는 국내·외 학술 논의에서 이해충돌이 어떻게 개념화되고 있는지, 개념적 핵심요소는 무엇인지 살핀다. 제2장의 말미에는 언론의 이해충돌 유형을 체계적으로 분류하는데 사용할 수 있는 모형(분석틀)을 제시한다. 본 연구는 이 모형에 근거해 이해충돌의 개념과 범위가 국내·외 언론윤리 강령에서 어떻게 규정되어 있는지를 파악하는데, 제3장에서는 관련 규정을 검토하기 위해 사용한 방법론을 설명하고, 제4장에서는 국내·외 언론윤리강령의 이해충돌 관련 규정을 분석한 결과를 논의한다. 제5장에서는 본 연구의 주요 연구결과를 요약하고 시사점과 한계를 함께 제시한다.

## II. 이론적 논의

### 1. 전문직 윤리로서의 이해충돌의 개념

이해충돌은 법 윤리 분야에서 시작된 개념(Davis, 1982; Luebke, 1987)이며, 서구권에서 보다 발달한 개념이다(Tambini, 2013). 이해충돌이라는 용어는 광범위한 상황적 맥락에서 사용되는데, 철학자 뉘브케(Luebke, 1987)는 해당 용어의 용법을 사용 맥락에 따라 다음의 4가지로 분류했다: 사회학적(sociological) 맥락, 상업적(commercial) 맥락, 전문직/공공서비스(professional/public service) 맥락, 그리고 사법적(judicial) 맥락.

구체적으로 살펴보면, 사회학적 맥락에서의 이해충돌은 ‘두 개 이상의 행위자와 목표가 양립할 수 없는 상태’를 지칭하는 매우 광범위하고 가치중립적인 개념이다(Luebke, 1987). 상업적 맥락에서의 이해충돌은 ‘불충실(disloyalty)’을 핵심으로 하는데, 직원이 회사의 공금을 횡령해 자신의 주머니를 채운다든가 회사 물품을 사적으로 유용한다든가 회사 기밀 정보를 다른 업체에 팔아넘긴다든가 하는 것이 대표적이다(Luebke, 1987). 다음으로 전문직/공공서비스 맥락에서의 이해충돌은 어떤 사람이 개인 고객의 대리인으로 활동하든 또는 특정한 권한/책임을 지닌 공무원으로 활동하든 ‘신탁 관계(fiduciary relationship)’에 적용된다(Luebke, 1987). 마지막으로 사법적 맥락에서의 이해충돌은 법원이 법과 사법시스템에 대한 대중의 신뢰를 얻고 공정성과 청렴성을 유지하기 위해 이해충돌의 요소(개인 투자, 가족 관계 등)가 있는 변호사, 판사, 증인 등을 배제하는 것을 말한다(Luebke, 1987).

언론에서의 이해충돌은 이러한 4가지 맥락 중 셋째인 전문직/공공서비스 맥락에 해당한다. 전문직/공공서비스 맥락에서의 이해충돌 개념은 철학자 데이비스(Davis)의 개념정의를 통해 보다 자세히 살펴볼 수 있다. 데이비스는 1982년에 출간한 “이해충돌(Conflict of Interest)”이라는 제목의 논문에서 당시 법 윤리에서 통용되던 ‘이해충돌’의 개념정의를 비즈

니스 및 전문직 윤리 분야에 사용할 수 있도록 일반화하여 아래와 같이 제시했다(Davis, 1993).

‘이해충돌’은 어떤 사람이 a) 다른 사람을 위해 판단력을 발휘해야 하는 관계에 있고 b) 그 관계에서 적절한 판단력을 발휘하는 데 방해될 수 있는 이익/이해(interest)를 가진 경우에 존재한다(Davis, 1982, p. 21).

여기서 ‘판단’이란 기계적인 규칙 적용 이상의 지적인 활동을 요구하는 그 무언가를 의미하며, ‘이익/이해’란 해당 상황에서 유능한(competent) 판단을 저해할 수 있는 특별한 영향, 충성심, 기타 관심사항 등을 의미한다(Davis, 1993). 가상의 사례를 통해 이 개념 정의를 살펴보자. 고혈압 치료약을 처방해야 하는 의사가 가나다 제약회사의 주식 10만 주를 소유하고 있는 상황이라면 그 의사는 이해충돌 상황에 있는 것이다. 그 의사는 a) 환자를 위해 병증을 완화/치료하는 데 가장 적절한 약이 무엇인지 판단해야 하는 위치에 있는데, b) 가나다 제약회사의 대주주라는 자신의 경제적 이해가 환자의 이익만을 고려해야 하는 의사로서의 판단에 영향을 미칠 가능성이 있기 때문이다. 만약 그 의사가 가나다 제약회사의 고혈압 약을 처방할 경우, 설사 그 약이 환자의 증상을 완화/치료하는 데 가장 적합한 약이라 판단하여 처방했다 할지라도, 만약 해당 환자가 의사가 가나다 제약회사의 대주주라는 사실을 나중에 알게 된다면 의사의 판단이 최선의 판단이었는지 의심하게 될 것이고 이후 환자-의사 관계의 붕괴를 피하기는 어려울 것이다.

또한 이해충돌 개념에서의 ‘판단’이란 판단의 질(quality)이나 정확성(correctness)의 문제가 아니라 ‘신뢰(trust)’의 문제라는 점을 명심해야 한다(Luebke, 1987). 전문가가 제공하는 조언의 정확성에 관심이 있는 고객은 여러 전문가로부터 의견을 받아 판단하겠지만, 신뢰에 관심을 두는 고객이라면 평판과 약속(reputation and commitments)을 살펴볼 것이기

때문이다(Luebke, 1987). 가상의 사례에 대입하면, 이해충돌의 관점에서 바라볼 때 가나다 제약회사의 고혈압 약을 처방한 의사의 판단이 적절했는지의 여부는 처방된 약이 실제로 증상치료에 효과적인가의 여부가 아니라, 환자가 ‘나의 의사가 자기 자신에게 이익이 되기 때문이 아니라 나에게 이익이 되기 때문에 그러한 판단을 내렸다’고 믿을 수 있느냐의 문제가 된다. 이해충돌을 경합하는 역할의 충돌로만 봐서도 안 되고 경합하는 이해의 충돌로만 봐서도 안 되는 이유다(Davis, 1993). 이해충돌은 ‘관계’와 ‘신뢰’의 문제로 이해해야 한다.

이해충돌은 결국 관계와 신뢰의 문제라는 점에 주목하면, 실질적/실제의 이해충돌뿐만 아니라 잠재적 이해충돌 혹은 이해충돌로 비치는 것 역시 피해야 한다는 결론에 도달하게 된다. 앞선 가상의 사례에서 의사가 가나다 제약회사의 고혈압 약을 처방한 자신의 결정은 자신이 해당 제약회사의 대주주라는 것과는 무관하고 의사로서의 전문적 지식에 근거한 판단으로 환자의 이익만을 고려한 것이라고 아무리 주장한다고 한들, 판단의 순수성을 믿을 사람은 많지 않을 것이다. 평판, 약속, 신뢰, 그리고 관계의 문제인 이해충돌은 현재의 관계뿐만 아니라 미래의 관계와 신뢰를 훼손하게 된다.

한편, 알고서도 이해충돌 상황에 들어가는 경우가 아니라면 이해충돌의 상황에 놓인 것 자체가 잘못은 아니다(Luebke, 1987). 연락이 끊어졌던 외삼촌이 어느 날 갑자기 가나다 제약회사의 주식을 유산으로 남겨줄 수 있는 것처럼 현실에서 예기치 않게 이해충돌의 상황이 발생할 수 있기 때문이다. 하지만, 이해충돌을 해소하려는 노력 없이 그 상태에 머물러 있는 것은 잘못이다(Luebke, 1987). 이해충돌을 해소할 수 있는 가장 대표적인 방법은 이해충돌에 대해 투명하게 밝히고 당사자의 동의를 얻는 것이다(Luebke, 1987). 가령, 언론인의 경제적 이해충돌 상황은 강연료 액수를 공개하는 것으로 쉽게 해소가능하다(Lichtenberg, 1990).

결론적으로 뉘브케(Luebke, 1987)는 이해충돌은 ‘도덕적 유형(moral category)’으로 이해되어야 한다고 주장하는데, 이는 버나드 윌리엄스

(Bernard Williams)가 기술적(descriptive) 요소와 평가적(evaluative) 요소를 모두 지닌 ‘두꺼운 개념(thick concept)’<sup>2)</sup>이라 부른 것과 유사한 의미로, 이해충돌을 실질적인 행동을 유도하는 윤리적 기준으로 바라봐야 한다는 것이다. 따라서 “어떤 사람의 상황을 이해충돌로 분류한다는 것은 (i) 그 사람의 활동을 (스스로 혹은 외부에 의해서) 제한할 중요한 이유가 있으며 (ii) 그 사람의 재정적, 상업적, 정치적 또는 가족 관계를 부분적으로 공개할 이유가 있다는 것”을 의미한다(Luebke, 1987, p. 66). 달리 말해, 특정 행위를 금지하거나 특정 사항을 공개함으로써 이해충돌을 피할 수 있다.

## 2. 언론(인)과 이해충돌

뉴스는, 경제학자들의 용어를 빌리면 ‘신임 상품(credence good)’에 해당한다. 소비한 후에도 품질을 쉽게 확정할 수가 없기 때문에 ‘무엇인가를 사실이라고 믿는 신임’이 핵심인 상품이다(McManus, 1992). 따라서 언론에게 신뢰는 무엇보다도 바꿀 수 없는 기본 자산인데, 언론의 신뢰에 결정적인 영향을 주는 것이 바로 이해충돌의 문제이다(Lipworth et. al., 2012).

앞서 논의한 데이비스(Davis)의 개념정의를 적용해 보면, 언론인은 공중 일반에게 충성하는 관계에 있으므로 (Lipworth et. al., 2012) 공공의 이익을 위해 판단력을 발휘하여 취재, 보도, 논평해야 하는데 그러한 판단에 저널리즘적 가치판단 이외의 것들이 개입하게 되는 상황 전반을 언론의 이해충돌이라 규정할 수 있다.

저널리즘의 맥락에서 이해충돌의 사례를 논한 리히텐베르크(Lichtenberg, 1990)는 크게 두 가지 사례에 주목했다. 첫째는 정치적 이해관계로 인한

2) 가령 ‘빨강’은 기술적 개념이고 ‘나쁘다’는 평가적 개념인데, 이러한 두 가지 요소를 모두 가진 개념을 ‘두꺼운 개념’이라 부른다. 두꺼운 개념의 유형으로는 미덕 개념(예: 용기), 행동 개념(예: 살인), 인식론적 개념(예: 독단적), 미적 개념(예: 화려함) 등이 있다.

언론인의 이해충돌이다. 이는 기자를 ‘깨끗한 석판(Tabula Rasa)’으로 바라보는 관점에서 기인하는 것으로 기자는 모든 정치사회적 이해관계로부터 자유로워야 하고 객관적이고 공정한 자세, 열린 마음으로 취재와 보도를 해야 한다는 점에서 기자가 특정 정치적 성향을 띠는 것으로 보이는 행동을 해서는 안 된다는 것이다. 특히 여기에서는 이해충돌로 비치는 부적절한 상황을 피하는 것이 중요하다. 기자가 정치에 관여하는 것을 금지해야 하는 이유는 정치적 신념을 가진 기자가 자신의 신념에 의해 영향을 받아 편향된 보도를 할 가능성이 높다고 보기 때문이라기 보다는 독자와 시청자가 기자가 특정한 정치적 신념을 가지고 있다는 사실을 알게 됨으로써 편향된 판단을 할 가능성이 높기 때문이라는 것이다. 달리 말해, 특정 정치적 성향을 가진 기자가 자신이 정치성향과 무관하게 진실보도를 한다고 해도 사람들이 기자의 정치적 견해가 보도에 부정적 영향을 미쳤다고 믿는다면 이는 저널리즘의 신뢰성 훼손을 의미한다. 실제로 이해충돌의 결과가 발생하지 않았다고 해도 여전히 문제가 된다는 것이다.

리히텐베르크(Lichtenberg, 1990)가 주목한 두 번째 유형은 소위 돈이 갖는 막강한 영향력으로 인해 발생하는 이해충돌의 문제다. 가령 언론인이 특정 이익 집단으로부터 고액의 강연료를 받고 외부 강연을 하는 것이 이해충돌에 해당한다는 것인데, 이러한 예시를 통해 리히텐베르크가 강조하는바 역시 이해충돌을 ‘관계’의 문제로 바라보아야 한다는 관점과 일맥상통한다. 고액의 강연료를 받는 것이 이해충돌에 해당하는 이유는 언론인의 탐욕 때문이 아니라 전문 언론인으로서 수행해야 할 의무에 부적절한 영향을 미칠 가능성이 있는 ‘관계의 존재(the existence of a relationship)’ 때문이라는 것이다. 리히텐베르크(Lichtenberg, 1990)는 우리가 이해충돌에 취약한 이유는 우리의 악덕뿐만이 아니라 우리의 미덕 때문이라고 지적하면서, 가령 돈을 받고도 돈을 준 사람을 물어뜯는 기사를 쓰는 기자가 있다면 그의 ‘전문성’을 칭찬할 수는 있겠지만 인간성을 의심하게 될 것이라고 했다. 이 지적은 언론인이 사익을 탐욕스럽게

추구하는 상황에서만 이해충돌에 빠지게 되는 것이 아니라는 점을 상기시킨다. 작은 호의를 받아들인 후 인간관계가 형성되면 추후 이해충돌 상황, 즉 공공의 이익을 위해 판단력을 발휘해 취재, 보도해야 하는 의무를 적절히 수행할 수 없게 되는 상황에 처할 수 있게 되는 것이다.

상업적 이익 때문에 발생하는 이해충돌의 문제는 고액의 강연료 수수처럼 기자가 직접적인 상업적 이익을 얻는 문제에 국한되지 않는다. 가령, 립워스(Lipworth)와 동료들(2012)은 건강 관련 보도를 할 때 상업적 정보원이 제공한 정보에 대한 경계심을 가져야 한다면서 크게 두 가지 유형의 이해충돌 상황을 제시했다. 하나는 제약회사나 생명공학회사에서 기자에게 정보를 제공하는 경우다. 이때 정보 제공은 보도자료나 상품관련 정보를 제공하는 것뿐만 아니라 관련 분야 전문가를 연결해 주는 것까지 포함한다. 다른 하나는 기자를 ‘접대’하는 경우다. 건강을 주제로 하는 학회 등 관련 행사에 기자가 참가할 수 있도록 비용을 낸다던가, 기자에게 관련 분야 교육 기회를 제공하고 그 비용을 업계가 부담한다던가, 헬스 저널리즘 분야의 기자상을 기업이 후원한다던가, 유관분야 전문잡지에 기자가 글을 쓰도록 하고 원고료를 기업이 후원하는 형태 등 여러 유형의 접대에 유의해야 한다고 주장했다.

이러한 논의들이 기자 개인의 행동 측면에서 이해충돌의 개념에 주목하는 것이라면, 언론의 이해충돌 개념을 언론사 조직, 언론 기관의 이해충돌 개념을 포괄하는 것으로 확장하여 바라보아야 한다는 주장도 있다(주동황, 1999; 배정근, 2022.8.25.; Davis & Craft, 2000; Richards, 2004). 미디어 대기업(media conglomerate)의 성장이라는 상황을 고려할 때, 기관의 이해충돌(institutional conflict of interest)의 문제에 주목해야 하며(Davis & Craft, 2000), 이해충돌의 양상은 ‘공익에 복무하고자 하는 기자 개인의 역할’과 ‘상업적 이익을 추구하는 언론 기업/고용주’ 간의 내재적(inherent) 갈등에서 기인한다(Richards, 2004)는 것이다. 방송사가 프로그램을 통해 협찬을 받는 경우, 신문사가 광고성 기사를 써 광고수주를 하는 경우, 언론사가 이권에 개입하거나 회사의 이해관계가 걸린

사안에 대해 입김을 행사하는 경우 등을 이해충돌 맥락에서의 비리부패로 바라보는 것이다(주동황, 1999). 인터넷 언론사들이 상업적 이익에 골몰하여 이용자 클릭수를 노리는 기사를 다수 생산하고, 광고를 제공하는 기업/기관들에 우호적인 기사를 생산하거나, 기사에서 하이퍼링크 형식으로 연결되는 광고를 제공하는 방식 등은 온라인 저널리즘에서 나타나는 심각한 이해상충의 양상이라는 지적(이은택, 2006) 역시 기자 개인이 아니라 언론사 차원에서 이해충돌을 바라보는 접근법이다.

온라인 행동주의(activism)의 부상, 언론인들이 소셜네트워크(SNS)상에서 여러 주제에 관해 자신의 견해를 자유롭게 표출할 것이 기대되는 디지털 환경 등은 이해충돌 발생의 가능성을 높이고 있다(Laor, T. & Galily, Y., 2020). 자신의 가족이나 친지가 개입되어 있는 사건이나 각종 활동에 대한 취재보도를 하는 경우나 취재원과 상거래를 하는 경우 뿐만 아니라, 독자나 시청자들에게는 별로 중요하지도 않고 흥미도가 높지 않은 기사를 기자상을 받을 수 있다고 생각해 언론인 자신을 위해 취재하고 보도하는 경우도 이해상충의 사례라 보는 입장(정결진, 1999a)도 있다.

국내에서 언론(인)의 이해충돌 문제가 전문(학술)지를 통해 처음으로 논의된 것은 1999년으로 당시 중앙일보 경제부 차장이 미공개 정보를 이용해 주식거래를 하다가 구속되었고 KBS 제작본부 차장이 주식투자 클럽을 차려 조직적인 주가조작에 나선 사례, 동아일보 주필이 과거 경제 차장·부장 시절에 수도권 신도시 개발 예정지를 중심으로 토지를 여러 차례 사고 판 사실 등이 알려지면서 이러한 문제적 행위들을 언론윤리 관점에서 논한 것이었다(주동황, 1999; 정결진, 1999a; 정결진, 1999b). 이후 총선을 앞두고 언론인들의 정계 진출이 잇따르면서 권언유착의 문제가 함께 이해상충이 논의되기도 했다(장행훈, 2004). 모두 언론분야 전문지인 <관훈저널>과 <저널리즘 비평>을 통해 이뤄진 논의로 논평 성격이 강한데, 당시 사회적 관심을 불러온 사례들에서 출발해 해당 사례와 직접적으로 관련된 규정을 살피거나 해당 사례와 유사한 사례, 사회역사

적 맥락을 설명하고 있다.

최근 진행된 국내 언론윤리 규정 관련 학술 연구들(구교태·조소영·이영희, 2022; 조소영, 2022; 배정근·유승현·오현경, 2019)은 현행 언론윤리규정을 조사, 분석하거나 윤리강령 제정 실태와 보도에 미치는 영향을 탐구한 연구로 ‘이해충돌’의 개념이나 관련 규정에 중점을 두지는 않았다. 다만 조소영(2022)은 개별 언론사 윤리강령의 내용을 크게 5가지 유형으로 나눴는데, 그 중 하나인 ‘직업윤리’의 세부내용으로 i)이해충돌의 배제, ii)금품·향응·편의 거부 iii)취재정보의 공익적 활용을 포함시켰다.

### 3. 언론인의 이해충돌 관련 국내 현행 법률 규정

언론인의 이해충돌 관련 현행 법률을 간략히 살펴보면, 「자본시장과 금융투자업에 관한 법률」(이하, 자본시장법)과 「부정청탁 및 금품등 수수의 금지에 관한 법률」(이하, 청탁금지법)이 있다. 모두 언론인 개인의 행위를 규율하고 있다.

우선 자본시장법 제174조는 미공개 중요정보 이용행위를 금지하는데, 불특정 다수인이 알 수 있도록 공개되기 전의 중요한 정보를 업무 등과 관련하여 알게 된 자와 이들로부터 당해 정보를 받은 자는 당해 법인이 발행한 특정증권등의 매매, 기타 거래와 관련하여 그 정보를 이용하거나 타인에게 이용하게 해서는 안 된다고 규정하고 있다. 관련하여 「자본시장법 시행령」 제201조(정보의 공개 등)에 따르면 ‘미공개 정보’에 해당하지 않는 것은 「신문 등의 진흥에 관한 법률」에 따른 일반일간신문 또는 경제분야의 특수일간신문 중 전국을 보급지역으로 하는 둘 이상의 신문에 그 내용이 게재된 날의 다음 날 0시부터 6시간이(단, 전자간행물의 형태로 게재된 경우에는 게재된 때부터 6시간이) 경과된 정보’, 「방송법」에 의한 방송 중 전국에서 시청할 수 있는 지상파방송을 통하여 그 내용이 방송된 때로부터 6시간이 경과된 정보’, 「뉴스통신진흥에 관한 법률」에 따른 연합뉴스사를 통하여 그 내용이 제공된 때부터 6시간이 경

과된 정보' 등이다. 달리 말해 종합일간지, 경제일간지, 지상파방송, 연합 뉴스 등에서 보도하기 이전이거나 보도된 지 6시간이 지나지 않은 정보를 이용한 특정 증권거래는 자본시장법 제174조 위반에 해당한다. 전술한 중앙일보 경제부 차장 사례는 미공개 정보를 이용해 주식시세 차익을 챙긴 혐의로<sup>3)</sup> 언론인이 사법당국에 구속된 첫 사례였다(주동황, 1999). 또한, 금융감독원은 '내부자 거래금지'의 대상을 내부자, 준내부자, 정보수령자 등으로 나누고 있는데, 취재과정에서 내부 정보에 접근할 수 있는 기자는 정보수령자에 해당되고 따라서 회사 내부자와 마찬가지로 취득한 정보를 이용해 주식 투자를 할 수 없는 것으로 본다(주동황, 1999).

2016년 9월 28일부터 시행되고 있는 청탁금지법의 주요 내용은 부정청탁의 금지, 금품 등의 수수금지, 외부강의 등의 사례금 수수 제한 등이며, 뉴스 및 시사프로그램에 대해 긍정적 내용으로 보도해달라거나 부정적 내용을 제외해달라는 요청은 청탁금지법이 열거하고 있는 14가지 부정청탁 유형에 해당하지는 않는다는 해석이다(안재형, 2016). 언론 관련 대표 사례에 관한 관계부처 합동 TF의 유권해석 등을 참고하면, ① 문화·예술·체육 등 관련 분야 기자는 취재 목적으로 프레스티켓을 제공받아 공연을 관람하고 기사를 작성하는 것이 고유한 업무이므로, 주최자의 홍보정책에 따라 취재 목적으로 출입하는 기자에게 발급되는 프레스티켓은 사회상규에 따라 허용되고, ②공식적인 행사에서 주최자가 참석자에게 통상적인 범위에서 일률적으로 제공하는 금품 등은 예외사유에 해당하여 공식 행사를 취재하는 기자단이나 행사 관련 임직원에게 교통편의·식사 제공은 허용되며, ③경연을 통한 포상이라면 언론인이 보도, 프로그램에 대해 외부 단체로부터 수상을 하여 상장과 더불어 상금 등을 받는 경우와 ④공정하고 투명한 선발절차에 따른 대상자 선발이라면

3) 당시에 적용된 법률은 「증권거래법」이었다. 미공개 정보 이용행위를 금지하는 규정은 본래 증권거래법에 포함되어 있었는데, 증권거래법은 자본시장법으로 대체되면서 2007년 8월 3일 타법 폐지되었다.

사기업이 기금을 출연하여 운영하는 언론재단으로부터 기자가 해외연수 비용을 지원받는 경우도 ‘정당한 권원에 의해 제공되는 금품 등’에 해당한다고 보아 허용된다(안재형, 2016).

한편, 청탁금지법에 이해충돌 규정이 포함되어야 한다는 주장은 법 시행 이후에도 지속적으로 제기(이원상, 2020)되었으나, 이해충돌 규정을 담은 개별 법률인 이해충돌방지법이 제정되어 2022년 5월부터 시행 중에 있다. 한국방송공사(KBS)와 한국교육방송공사(EBS) 임직원을 제외한 언론인은 이 법의 적용대상이 아니다.<sup>4)</sup> 이해충돌방지법은 “이해충돌”을 “직무를 수행할 때에 자신의 사적 이해관계가 관련되어 공정하고 청렴한 직무수행이 저해되거나 저해될 우려가 있는 상황”으로 정의하고(제2조 4항)있으며, 공직자가 준수해야 할 행위기준을 크게 ‘신고·제출 의무’와 ‘제한·금지행위’로 나누고 각각 5가지 행위기준을 제시하고 있다.<sup>5)</sup>

#### 4. 소결

지금까지의 논의를 바탕으로 언론 직업윤리로서 이해충돌 개념의 핵심 내용을 요약하면 다음과 같다. 첫째, 이해충돌의 본질은 공중과 언론(인) 간의 관계, 신뢰에 있다. 뉘브케에 따르면 이해충돌이라는 용어는 4가지 맥락에서 사용되는데, 언론에서의 이해충돌은 ‘전문직/공공서비스 맥락’에서 이해할 수 있다. 언론(인)은 공중 일반에게 충성하는 일종의 ‘신탁 관계’에 있으며, 언론(인)은 오로지 공공의 이익을 위해 판단력을 발휘하여 취재, 보도, 논평해야 한다. 여기서 적절한 ‘판단’을 한다는 것

4) KBS와 EBS는 이해충돌방지법 적용대상인 ‘공공기관과 산하기관’에 포함된다(국민권익위원회, 2022).

5) 신고·제출 의무가 있는 5가지 행위는 ①사적이해관계자의 신고 및 회피·기피 신청 ② 공공기관 직무관련 부동산 보유·매수 신고 ③고위공직자의 민간 부문 업무 활동 내역 제출 및 공개 ④직무관련자와의 거래 신고 ⑤퇴직자 사적 접촉 신고이다. 제한·금지행위 5가지는 ①직무관련 외부활동 제한 ②가족 채용 제한 ③수의 계약 체결 제한 ④공공기관 물품 등의 사적 사용·수익 금지 ⑤직무상 비밀 등 이용 금지이다.

의 의미는 판단의 질이나 정확성 여부가 아니라 공중이 언론(인)이 내린 판단을 신뢰할 수 있는가 즉 언론(인)이 자신의 사적 이익에 방해받지 않고 신탁 관계에 있는 공중의 이익을 최우선으로 하여 판단을 내렸다고 믿을 수 있는가하는 신뢰의 문제이다.

둘째, 이해충돌은 실질적 충돌이 발생하는 경우뿐만 아니라 이해충돌로 비치는 상황까지 포괄한다. 이는 이해충돌의 본질이 관계와 신뢰에 있다는 점을 상기하면 당연한 논리적 귀결이라 하겠다. 전술한 사례에서 보듯, 가나다 제약회사의 고혈압 약을 처방한 의사가 아무리 전문성에 근거하여 해당 약을 처방했고 그 약이 실제로 환자의 병증을 완화/치료하는 데 도움이 된다고 해도, 해당 의사가 가나다 제약회사의 대주주라는 사실 자체, 즉 이해충돌의 가능성 혹은 이해충돌로 비치는 상황적 요인으로 인해 환자-의사간의 관계와 신뢰는, 실질적 이해충돌의 발생 여부와 무관하게, 무너질 것이기 때문이다.

셋째, 이해충돌을 피하는 방식은 크게 특정 행위의 제한/금지과 특정 사항의 보고/공개로 나눌 수 있다. 우선 이해충돌이 발생할 것이라 예상되는 경우 그러한 행위를 하지 않음으로써 이해충돌 상황에 빠지는 것을 피할 수 있다. 가령 언론인의 정치 참여 금지가 그러하다. 한편, 뤼브케의 지적처럼 현실에서 예기치 않게 이해충돌의 상황이 발생할 가능성이 상존하므로 이해충돌의 상황에 놓인 것 자체가 잘못은 아니다. 관련 사항을 투명하게 보고/공개하고 편집자/독자로부터 이해를 구하면 된다.

넷째, 이해충돌에 처할 수 있는 주체는 기자 개인뿐만 아니라 언론사(기관/조직) 차원으로 확대하여 이해할 수 있다. 초기의 이해충돌 관련 논의 특히 '전문직/공공서비스 맥락'에서 출발한 이해충돌의 개념 정의는 기자 개인을 주체로 둔 것이었다. 미디어 대기업의 성장이라는 환경적 요인과 상업적 이익을 추구해야만 존속할 수 있다는 언론기업/고용주의 본질적 속성 등이 보도에 미치는 영향을 고려할 때, 언론사(기관/조직) 역시 이해충돌에 처할 수 있는 주체로 파악하는 것이 필요하다.

다섯째, 언론(인)이 공익의 관점에서 취재, 보도하고 저널리즘 본연의

임무를 다하는 데 방해가 되는 사적 이해는 크게 경제적 이해와 정치사회적 이해로 나눌 수 있다. 두 가지 모두 보도에 미치는 영향, 저널리즘 원칙의 훼손, 언론의 신뢰도 하락이 궁극적인 폐해이지만, 경제적 이해로 인한 이해충돌은 언론(인)이 얻은 경제적 이익(예: 뇌물, 미공개 정보 활용 주식거래 차익) 자체를 법정에서 시시비비를 가릴 수 있는 객관적이고 명백한 증거를 통해 파악하는 것이 용이하다는 차이가 있다. 부당하게 취득한 경제적 이득을 자본시장법이나 청탁금지법과 같은 법률을 통해 규율할 수 있는 이유도 여기에 있다. 반면, 정치사회적 이해로 인해 발생하는 이해충돌은, 가령 기자가 특정 정당이나 대의를 지지한다는 사실이 취재/보도에 미친 영향을 구체적으로 측정하거나 객관적 자료를 통해 파악하는 것은 어렵지만, 기자를 ‘깨끗한 석판’에 비유하는 관점 즉 기자가 모든 정치사회적 이해관계로 자유로운 상태에서 객관적이고 공정하며 열린 마음으로 취재, 보도를 해야 한다는 원칙에 어긋나는 것으로 보일 수 있다는 점에서 유의해야 한다.

본 연구는 이해충돌 상황을 체계적으로 분류할 수 있는 분석틀을 마련하기 위해, 1)이해충돌에 처할 수 있는 주체를 세로축으로 하고 2)각 주체의 사적 이해의 유형을 가로축으로 하여 이해충돌의 유형을 4가지로 구분한 <그림 1>의 모형을 도출했다. 각 유형 내에서는 이해충돌을 피하는 방식에 따라 칸을 나눴고, 각 유형에 붙인 번호는 편의상 붙인 일련번호다.

<그림 1> 언론(인)과 이해충돌: 유형 분류

사적 이해의 주체	경제적 이해		정치사회적 이해	
	기자 개인	유형1 기자 개인-경제적 이해 충돌		유형2 기자 개인-정치사회적 이해 충돌
제한/금지		보고/공개	제한/금지	보고/공개
언론사	유형3 언론사-경제적 이해 충돌		유형4 언론사-정치사회적 이해 충돌	
	제한/금지	보고/공개	제한/금지	보고/공개

제2장에서 소개한 문헌의 이해충돌 사례들을 이 분류 모형에 따라 살펴보면, ‘기자 개인-경제적 이해 충돌’ 유형에 해당하는 사례로는 ①기자가 고액의 강연료를 받고 외부 강연을 하는 것(Lichtenberg, 1990), ②상업적 정보원이 제공한 정보를 활용하는 것(Lipworth et. al, 2012), ③자본시장법에서 금지하는 미공개 정보를 활용한 거래와 같이 기자가 취재 중에 획득한 정보를 이용해 주식투자를 하는 것, ④청탁금지법에서 금지하는 금품 수수금지 등이 있다. ‘기자 개인-정치사회적 이해 충돌’ 유형에 해당하는 사례로는 ①기자가 특정 정치적 성향을 띠는 것으로 보이는 행동을 하는 것(Lichtenberg, 1990), ②언론인이 소셜네트워크상에서 정치사회적 주제에 관해 자신의 견해를 표출하는 것(Laor, T. & Galily, Y., 2020) ③언론인의 정계진출(장행훈, 2004) 등이 있다. ‘언론사-경제적 이해 충돌’ 유형에 해당하는 사례로는 ①방송사가 협찬을 받고 프로그램을 제작하거나 신문사가 광고성 기사를 써 광고수주를 하는 것(주동황, 1999), ②인터넷 언론사들이 클릭수를 위한 기사를 생산하고 기사 속 하이퍼링크를 통해 광고를 제공하는 것(이은택, 2006) 등이 있다. 한편, 기자 개인 혹은 언론사에게 발생할 수 있는 이해충돌 사례로 언급된 것들 중에는 경제적 이해관계로 인한 것인지 혹은 정치사회적 이해관계로 인한 것인지에 대한 구분 없이 포괄적으로 서술된 것도 있다. 기자가 가족이나 친지가 개입되어 있는 사건이나 활동에 대해 취재보도를 하는 경우(정결진, 1999a)와 언론사가 회사의 이해관계가 걸린 사안에 대해 입김을 행사하는 경우(주동황, 1999)가 그러하다.

다음으로는 전술한 이해충돌 개념의 핵심 내용과 <그림 1>의 유형 분류를 바탕으로 하여 국내·외 윤리강령의 이해충돌 관련 규정을 검토한다. 이해충돌 관련 규정이 규율하는 행위의 세부내용을 각 유형별로 파악함으로써, 현행 언론윤리강령들에서 통용되고 있는 이해충돌 개념을 구성하는 핵심요소가 무엇인지 파악하고 현재의 이해에 보충되어야 할 부분은 없을 지 판단해 보고자 한다.

### Ⅲ. 언론윤리강령의 이해충돌 관련 규정 분석: 방법론

언론윤리 강령은 언론 관련 단체에서 제정한 규정과 개별 언론사들이 제정한 규정으로 크게 구분할 수 있다. 본 연구에서는 국내·외 윤리강령 검토를 위해 각 국가/지역의 대표적인 언론 관련 단체에서 제정한 규정을 분석대상으로 했다.

구체적인 분석대상 선정을 위해서는 디아스캄포(Díaz-Campo)와 세가도보이(Segado-Boj)의 연구(2015)에서 사용한 방법을 활용했다. 탐페레 대학(University of Tampere) 저널리즘 학과에서 운영하는 EthicNet<sup>6)</sup>과 레이놀즈 저널리즘 연구소(Donald W. Reynolds Journalism Institute)의 웹 사이트<sup>7)</sup>는 전 세계 윤리강령의 영어번역본을 제공하고 있다. 이 두 사이트에서 취합·제공하는 윤리강령을 기준으로 하여, 국제 언론인단체들이 제정한 언론윤리강령 2개와 7개 국가의 대표적인 언론 단체가 제정한 윤리강령들(독일 1개, 미국 1개, 영국 2개, 일본 3개, 캐나다 1개, 프랑스 4개, 호주 2개)의 영어번역본을 수집했다. 그런 다음 ‘conflict’, ‘interest’ 각각을 열쇳말로 검색해 각 언론윤리강령 본문에 ‘conflict’ 혹은 ‘interest’가 포함된 부분을 찾은 후, 해당 부분의 내용을 검토해 이해충돌 관련 규정이 포함되어 있는지 판단했다. 이 과정을 거쳐 이해충돌 규정을 포함하지 않은 윤리강령은 최종 분석대상에서 제외했다. 가령 프랑스의 경우 4개의 강령 중 이해충돌 관련 규정이 포함된 윤리강령은 1개뿐이었고 일본의 윤리강령 3개는 어느 것에도 이해충돌에 관한 명시적인 규정은 담겨있지 않았다.

국내 언론 관련 단체들이 제정한 규정과 준칙 등은 25여 개 정도가 있는데(배정근 등, 2019), 본 연구는 이 중 한국신문윤리위원회의 <신문윤리강령> 및 <신문윤리실천요강>, 한국기자협회의 <한국기자협회 윤리

6) 해당 URL은 다음과 같다: <https://research.tuni.fi/ethicnet/country/> 그리고 <https://research.tuni.fi/ethicnet/about/international-principles/>

7) 해당 URL은 다음과 같다: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes>

강령》 및 〈실천요강〉, 인터넷신문위원회의 〈기사심의 윤리강령〉 및 〈기사심의규정〉을 분석대상으로 삼았다.<sup>8)</sup> 이들을 분석대상으로 선정한 이유는 다음과 같다.

1957년에 제정된 〈신문윤리강령〉은 우리나라 최초의 언론윤리강령이고, 〈신문윤리강령〉에 바탕을 둔 〈신문윤리실천요강〉은 한국신문협회, 한국신문방송편집인협회, 한국기자협회가 공동으로 채택한 것이다. 그 역사성도 있지만 자체 윤리강령을 제정하지 않은 언론사의 경우 신문윤리강령 및 실천요강을 준용하는 경우가 많다. 전술한 레이놀즈 저널리즘 연구소(Donald W. Reynolds Journalism Institute)에서 한국의 대표적 윤리강령으로 소개한 2개의 윤리강령이기도 하다. 아울러 한국기자협회가 제정한 윤리강령 및 실천요강도 자체 윤리강령을 제정하지 않은 언론사가 준용하는 대표적인 윤리강령 및 실천요강이다. 인터넷신문의 경우에는 인터넷신문위원회의 윤리강령을 준수키로 서약하는 경우가 많다. 따라서 기자협회와 인터넷신문위원회의 윤리강령과 실천요강을 분석대상에 추가했다.

최종 분석대상에 포함된 국내·외 윤리강령은 〈표 1〉과 같다.

〈표 1〉 분석대상 국내·외 윤리강령

지역/국가	윤리강령 명칭
한국	신문윤리위원회의 〈신문윤리강령〉 및 〈실천요강〉 〈한국기자협회 윤리강령〉 및 〈실천요강〉 인터넷신문위원회의 〈기사심의 윤리강령〉 및 〈기사심의규정〉

8) 〈신문윤리강령〉과 〈신문윤리실천요강〉은 한국신문윤리위원회 사이트에 게재된 내용([http://www.ikpec.or.kr/sub/sub\\_0101.asp](http://www.ikpec.or.kr/sub/sub_0101.asp))을 기준으로 검토했고 이 중 실천요강은 2021년 4월 6일에 부분 개정된 내용이다. 〈한국기자협회 윤리강령〉 및 〈실천요강〉은 개정일자 등이 명시되어 있지 않은데, 한국기자협회 사이트([https://www.journalist.or.kr/news/section4.html?p\\_num=4](https://www.journalist.or.kr/news/section4.html?p_num=4))에 게재된 내용을 기준으로 했다. 기존 인터넷신문위원회 윤리강령은 2019년 12월 26일에 전면 개정되면서 ‘기사심의 윤리강령’과 ‘광고심의 윤리강령’으로 분리, 제정되었다. 윤리강령시행세칙은 각각의 ‘기사심의규정’과 ‘광고심의규정’으로 분리되었다. 본 연구는 인터넷신문위원회의 〈광고심의 윤리강령〉과 〈광고심의규정〉은 제외하고 〈기사심의 윤리강령〉 및 〈기사심의규정〉을 분석대상으로 삼았다.

지역/국가	윤리강령 명칭
국제	〈International Principles of Professional Ethics in Journalism〉*
독일	〈German Press Code〉
미국	〈SPJ(Society of Professional Journalists) Code of Ethics〉
영국	〈Editors' Code of Practice〉
캐나다	〈Canadian Association of Journalists Principles for Ethical Journalism〉, 〈Canadian Association of Journalists Ethics Guidelines〉
프랑스	〈Code of Ethics of Radio France Internationale〉
호주	〈Australian Journalists' Association Code of Ethics 1994〉(이하, 호주 A**)
	〈Australian Journalists Code of Ethics〉(이하, 호주B**)
<p>* 복수의 국제 언론인단체들(국제기자연맹, 라틴아메리카기자연맹, 아랍기자연맹, 아프리카기자연맹, 아세안기자연맹 등 포함)이 연합하여 제정한 강령이다.</p> <p>** 이후 본문 서술에서 2개의 윤리강령을 구분하기 위해 편의상 호주A, 호주B로 표기한다.</p>	

## IV. 언론윤리강령의 이해충돌 관련 규정 분석: 결과 및 논의

### 1. 해외 언론윤리강령

#### (1) 개요 및 특징

이해충돌 관련 규정이 포함되지 않은 언론 윤리 강령을 제외하고 최종분석대상에 포함된 해외윤리강령의 숫자는 총 9개였다. 이해충돌 관련 규정을 언급하는 방식은 크게 두 가지로 나뉘는데 캐나다와 같이 개별 항목 소제목(subheading)으로 ‘이해충돌(conflict of interest)’을 명시하고 관련 내용을 한 곳에 모아 서술한 경우도 있었고, 다른 경우들은 ‘이해충돌’이라는 소제목을 따로 마련하지는 않고 상위 항목(category)의 세부 내용에 이해충돌 관련 규정을 포함시키고 있었다.

이해충돌 관련 규정을 포함하고 있는 상위 항목은 다양했다. 우선 국제 언론인단체들이 연합하여 제정한 윤리강령(이하, 국제윤리강령)에서는 이해충돌을 ‘언론인의 직업적 청렴성(The journalist’s professional integrity)’의 세부요소로 보고 있는데 이는 ‘직업에 대한 존중(Respect for the profession)’에 이해충돌 규정을 포함시킨 프랑스의 접근법과 유사하다.

반면, 미국은 이해충돌을 ‘독립성 유지 원칙(Act Independently)’의 하부개념으로 보고 있다. 독일과 영국은 경제적 이해관계가 보도에 미치는 영향을 경계하는 맥락에서 이해충돌 관련 규정을 제시하고 있다. 독일의 언론윤리강령에서 이해충돌 관련 규정은 ‘광고와 편집콘텐츠의 분리(Separation of advertising and editorial content)’에 포함되어 있고, 영국의 언론윤리규정에서는 ‘금융/재무 저널리즘(Financial journalism)’ 항목 아래에 제시되어 있다.

한편, 캐나다의 경우 윤리강령 실천요강이라 볼 수 있는 <Canadian Association of Journalists Ethics Guidelines>에서는 이해충돌을 개별 항목으로 규정하고 다수의 규정을 서술하고 있는 동시에 몇 가지 다른 조항들은 ‘독립성’ 원칙에서 서술하고 있고, 기본 원칙을 천명한 윤리강령 자체라 볼 수 있는 <Canadian Association of Journalists Principals for Ethical Journalism>에서는 ‘정확성과 공정성 추구 원칙(We strive for accuracy and fairness)’의 일부로 ‘이해충돌을 공개한다’고 서술하고 있다. 호주의 경우 윤리강령(호주A, 호주B)에 포함된 내용을 항목별로 나눠서 구성하지 않고 각 윤리원칙에 대한 선언을 번호를 매겨 제시하고 있어 상위 항목으로 개념 분류가 불가능했다.

종합하면, 해외 윤리강령들에서 이해충돌의 개념은 직업적 청렴성, 독립성, 경제적 이해충돌 회피, 정확성, 공정성 등 다양한 개념들과 연관되는 것으로 서술되어 있었다. 이는 이해충돌이 언론의 신뢰도에 영향을 미치는 다양한 저널리즘 원칙과 밀접하게 관련되어 있음을 보여준다. 아울러 실재하는 이해충돌뿐만 아니라 이해충돌의 소지가 있는 것으로 보일 수 있는 경우까지 모두 포괄한다는 명시적 언급을 둔 언론윤리강령

은 미국과 호주(호주B)였다. 또한, ‘이해충돌을 공개한다’는 일반 규정을 포함한 국가는 미국, 호주(호주B), 캐나다였다.

## (2) 이해충돌 유형별 세부 규정

이해충돌 관련 규정이 규율하는 행위의 세부내용을 앞서 <그림 1>로 정리한 틀에 따라 유형별로 분류해 살펴본다. 충돌하는 사익이 경제적 이익인지 정치사회적 이익인지를 명시적으로 언급하지 않고 포괄적으로 서술한 경우 등은 4가지 유형 중 하나에 포함시킬 수 없어 유형별 논의에 앞서 여기서 언급한다.

먼저, 기자를 주체로 두고 있으나 사적 이익의 유형을 구체화하지 않거나 추상적 수준에서 대원칙을 서술한 대표적 예는 ‘기자 개인의 사적 이익을 증진시키기 위해 공공복지(general welfare)에 반하는 행동을 해서는 안 된다’고 서술한 국제윤리강령 규정과 ‘광고주, 기부자, 또는 기타 특별한 이해관계자에 대한 특혜를 거부하고 보도에 영향을 미치려는 내외부의 압력에 저항할 것’을 규정한 미국 규정 등이 있다. 호주<sup>9)</sup>와 캐나다<sup>10)</sup> 역시 유사한 내용의 포괄적 규정을 두고 있다. 언론사를 주체로 두고 있으나 이익의 유형을 구체화하지 않은 규정은 독일의 윤리강령에서 나타나는데 “언론사의 이익과 관련된 내용인 경우, 이를 명확히 식별

9) 호주의 윤리강령은 “개인적 이익을 위해 언론인의 직위를 부적절하게 이용하지 말라(Do not improperly use a journalistic position for personal gain)”(호주B), “직무수행에 있어 개인적 이해관계가 영향을 미치지 않도록 하라(Not to allow his personal interests to influence him in the discharge of his duties)”(호주A)고 규정하고 있다.

10) 기자를 주체로 둔 캐나다의 포괄적 규정은 다음과 같다: “우리는 진실을 보도함으로써 민주주의와 공공의 이익을 위해 봉사한다. 이는 때때로 광고주, 정부, 취재원 등 다양한 공공 및 사적 이해관계자의 바람과 상충될 수 있으며, 때로는 고용주에 대한 우리의 의무와도 상충될 수 있다.(We serve democracy and the public interest by reporting the truth. This sometimes conflicts with the wishes of various public and private interests, including advertisers, governments, news sources and, on occasion, with our duty and obligation to an employer.)”

할 수 있도록 해야 한다”와 “제3자의 사적 혹은 경제적 이익에 의해 편집 콘텐츠가 영향을 받아서는 안 된다”는 내용이다.

#### (가) 기자 개인-경제적 이해충돌

기자 개인-경제적 이해충돌 유형에 해당하는 규정들은 기자가 경제적 이익을 얻는 것을 제한/금지하는 규정과 경제적 이해관계가 있음을 밝히도록 하는 규정으로 나뉘어 살펴볼 수 있다. 먼저, 국제윤리강령은 언론인이 어떤 형태의 뇌물도 받아서는 안 된다고 규정하고 있다. 개별 국가의 윤리강령도 마찬가지다. ‘선물, 접대, 비용지불, 무료 여행, 특별대우 등을 거부해야 한다’는 대동소이한 규정이 미국, 프랑스, 독일, 호주(호주B), 캐나다의 윤리강령에 포함되어 있다. 캐나다의 경우 세세한 규정을 담고 있는데, “요청하지 않은 선물이 명목상 가치를 초과하는 경우 즉시 반환한다. 선물 반환이 현실적으로 불가능한 경우 적절한 자선단체나 기관에 기부한다”, “고가의 상품이나 서비스를 무료로 사용하거나 할인된 가격으로 제공받지 않는다”, “언론인의 지위를 이용해 일반 대중이 이용할 수 없는 상업적 거래를 통해 어떤 이익이나 혜택을 얻지 않는다”고 정하고 있다.

프랑스와 캐나다는 취재비용 지원이 예외적으로 허용되는 경우에 대한 세부규정도 가지고 있다. 프랑스의 윤리규정은, 무료여행이 허용되는 예외적인 경우는 ‘기자 직무 수행에 필요하고 그 사건/행사가 보도될 방식에 아무런 영향을 미치지 않을 경우’이며, ‘허용여부에 대해 반드시 사전 논의를 거쳐야 한다’고 정하고 있다. 캐나다의 윤리규정은 ‘영화 시사회 및 연극 공연의 경우 평론가에게 티켓을 제공하는 것이 일반적인 관행이므로 허용된다, 제품을 테스트하거나 평가하기 위해서 단기간 사용하는 것은 좁은 범위에서 허용된다, 요청하지 않았는데 리뷰용으로 보낸 책, 음악, 또는 식품은 일반적으로 허용된다’고 규정하고 있다. 또한, 캐나다의 규정 중에는 취재비용과 관련하여 전면 금지가 아니라 공개 의무를 서술한 조항도 있다. “다른 조직/단체가 사건/행사 취재비용을 지

불하는 경우 독자, 시청자 또는 청취자가 이를 고려할 수 있도록 이 사실을 알려야 한다”는 내용이다.

보수나 사례금에 대한 금지 규정을 둔 곳도 있다. 프랑스는 “행사에 참여하고 받는 보수나 행사의 성격 때문에 언론인의 이미지를 손상시킬 수 있는 경우 참여하지 말 것”이라고 정하고 있고, 캐나다는 “보도/논평의 대상인 그룹으로부터는 강연비를 받지 않는다”고 규정하고 있다. 만약 언론인을 부르는데 돈을 지불해야 한다면, 이는 기업이 내각 장관이나 총리에게 접근하기 위해 돈을 내는 것과 마찬가지로 특별히 보일 것이라는 것이 금지의 이유로 설명되어 있다. 단, 행사참여 패널 모두가 사례금(honorarium)을 받는다면 그 사례금은 (수령하여) 자선단체나 가치 있는 일에 기부할 수 있다고 정하고 있다.

기자가 경제적 이익을 얻는 것을 제한/금지하는 규정 중 상당수는 경제 및 금융시장 보도와 관련되어 있다. 독일과 영국의 규정이 대표적이다. 세부내용은 사적 목적으로의 정보 이용 금지, 관련 기사 작성 금지 등이다. 독일의 언론윤리강령은 “취재과정에서 얻은 정보는 저널리즘 목적으로만 사용해야 하고, 본인의 개인적 이익 또는 타인의 개인적 이익을 위해 사용해서는 안 된다”고 정하고 있고, 영국 역시 “불법이 아니라 할지라도, 일반 공개(기사 출고) 이전에 자신이 받은 정보를 자신의 이익을 위해 사용해서는 안 되고 남에게 전달해서도 안 된다”면서 미공개 정보의 활용을 금하고 있다. 아울러 “지난 2주간 보도했거나 향후 2주간 보도할 예정인 증권을 직접 또는 대리인을 통해 매수 또는 매도해서는 안 된다”(독일), “최근에 글을 썼거나 가까운 시일 내에 글을 쓸 예정인 주식 또는 증권을 직접 또는 지명인이나 대리인을 통해 매수 또는 매도해서는 안 된다”(영국)고 정하고 있다.

관련 기사 작성에 관한 규정을 살펴보면, 기사 작성 자체를 금지하는 규정도 있고 공개/보고 의무를 강조하는 규정도 있다. “언론인과 언론사는 증권 가격변동을 통해 자신, 가족 또는 기타 가까운 사람에게 이익을 줄 의도로 해당 증권이나 그 증권을 발행하는 기업에 대한 기사를 발간해

서는 안 된다”(독일), “재정적 이해관계가 있는 주제에 대해 보도하지 않는다”(캐나다)와 같은 규정은 관련 기사 작성 금지 규정이다. 공개/보고 의무를 강조하는 규정으로는 “재무 분석을 작성하거나 전달할 때 이해 충돌이 있다면 적절한 방식으로 밝혀야 한다”는 독일의 규정과 “자신 또는 가까운 가족이 상당한 재정적 이해관계가 있는 주식이나 증권에 대해 기사를 작성할 때”는 에디터나 경제에디터에게 해당 사실을 알리라고 정하고 있는 영국의 규정이 있다.

한편 기자가 경제적 이익의 수혜자가 아니라 취재 과정에서 경제적 이익을 타인에게 제공하는 경우를 금지하거나 이를 밝히도록 하는 규정을 둔 경우도 있었다. 미국은 ‘정보를 얻기 위해 돈을 지불하지 말라’면서 기자가 직접적으로 대가를 제공하는 것을 금지하고 있다. “인터뷰, 사진, 정보 또는 기사에 대해 직·간접적인 대가를 지불한 경우 이를 공개하도록 최선을 다하라”(호주B)는 규정처럼 공개 의무를 강조한 경우도 있다.

#### (나) 기자 개인-정치사회적 이해충돌

기자 개인-정치사회적 이해충돌 유형에 해당하는 규정 역시 다수 존재한다. 미국은 “청렴성(integrity)이나 불편부당성(impartiality)을 훼손하거나 신뢰성(credibility)을 손상시킬 수 있는 정치적 활동을 비롯한 여타 외부 활동을 피할 것”을 규정하고 있고, 프랑스는 “정부/지자체, 정당, 또는 특정 조직의 지도자들의 잘못(비도덕적이거나 불법적인 행동)을 묵인하거나 그러한 잘못에 공모할 가능성이 있는 관계를 발전시키지 않도록 하라”는 규정을 두고 있다.

가장 세부적인 규정을 두고 있는 곳은 캐나다이다. 전술한 것처럼 캐나다의 윤리강령은 ‘이해충돌’이라는 개별 소제목/섹션을 두고 있다는 특징이 있는데 이 소제목하에 규정되어 있는 내용의 다수는 정치, 사회적 활동과 관련된 것이다. 관련하여 캐나다의 윤리강령은 이러한 이해충돌 규정이 ‘언론사가 특정 이념과 대의(cause)를 지지하고 옹호하는 캐나

다의 전통'에서 기인한다고 설명하고 있다. 언론이 지지하는 특정 이념과 대의는 독자, 청취자 또는 시청자에게 투명하게 공개되어야 한다는 것이다. 또한, 언론인은 자신이 속한 언론이 지지하는 이념과 대의의 주창자(advocates) 역할을 하거나 주창자 역할을 하기 위해 고용되기도 하는데, 이 역시 투명하게 공개되어야 한다는 것이다.

이러한 배경맥락에서 도출된 캐나다 언론윤리강령 이해충돌 방지 세부규정의 내용을 살펴보면, 보고/공개가 아니라 제한/금지 규정이 대부분이다. 구체적으로, “공적 선출 기관이나 이익단체에 대해 공정하고 불편부당하게 논평할 수 있으려면 기자가 보도대상이 되는 그룹의 회원이 되어서는 안 된다”, “선출직 공직을 맡거나, 정치 캠페인 담당자로 일하거나, 정당이나 정치인을 위한 연설문을 작성해서는 안 된다”, “보도할 가능성이 있거나 편집 관련 판단을 내릴 수 있는 커뮤니티 조직에서 직책을 맡아서는 안 된다(기금 모금 또는 홍보업무, 그리고 공공 이슈에 대해 특정한 입장을 취하는 커뮤니티 조직 및 압력 단체에 적극적 참여 등 금지)”, “특정인이나 특정 단체에 취업을 요청했거나 지원한 경우 그 사람이나 단체에 대한 기사를 보도하지 않는다” 등 어떤 역할을 맡는 것이나 직접적·적극적 참여를 금하는 규정뿐만 아니라 “선거 보도를 할 가능성이 있는 경우 선거 캠페인에 재정적 후원을 해서는 안 된다”, “공정하고 불편부당한 언론인으로서의 역할과 상충되는 것처럼 보일 수 있는 시위에 참여하거나 청원에서 서명하지 않는다”처럼 소극적·간접적 참여 역시 금하고 있다. 흥미롭게도 “위법행위에 대한 사법부의 조사 및 기타 공식 조사에 참여하지 않는다”는 언뜻 보아서는 쉽게 이해되지 않는 규정도 포함하고 있는데, ‘사법부의 조사 등이 언론이 보도한 기사로 인해 촉발되는 경우가 많기 때문에 이러한 조사에 참여해서는 안 된다’고 설명하고 있다. 또한, “편집국과 칼럼니스트, 또는 논평자는 정치후보자나 정치적 대의를 지지해도 되지만 기자는 그래서는 안 된다”면서 기사를 작성하는 기자의 역할과 논평을 제공하는 언론사 전체, 칼럼니스트 등의 역할을 명확히 구분하고 있다.

## (다) 언론사-경제적 이해충돌

언론사-경제적 이해충돌 유형에 해당하는 규정은 언론사의 경제적 이해가 보도에 영향을 미쳐서는 안 된다는 포괄적 서술<sup>11)</sup>을 제외하면 보고/공개 규정이 주요 내용이다. ‘뉴스와 광고의 명확한 구분이 필요하다’는 점을 강조하는 내용은 미국과 독일의 윤리규정에 규정되어 있는데 미국의 윤리강령이 세부 규정을 가장 많이 담고 있다. ‘뉴스와 광고를 명확히 구분하고 둘 사이의 경계를 모호하게 만드는 혼합 콘텐츠를 피할 것’, ‘협찬을 받아 제작한 콘텐츠(sponsored content)인 경우 이를 눈에 잘 띄게 표시를 할 것’, ‘외부에서 제공된 정보에 대해서는 그것이 무료 제공이든 유료 제공이든 그 출처를 명시하라’ 등의 내용이다. 아울러 기자 개인-경제적 이해 충돌 유형에서 소개한 독일의 규정(“언론인과 언론사는 증권 가격변동을 통해 자신, 가족 또는 기타 가까운 사람에게 이익을 줄 의도로 해당 증권이나 그 증권을 발행하는 기업에 대한 기사를 발간해서는 안 된다”)은 기자 개인뿐만 아니라 언론사 역시 경제적 이해관계가 있는 경우 해당 증권 관련 보도를 해서는 안 된다고 정하고 있다.

## (라) 언론사-정치사회적 이해충돌

전술한 “언론사의 이익과 관련된 내용인 경우, 이를 명확히 식별할 수 있도록 해야 한다”는 포괄적 규정 이외에는 언론사-정치사회적 이해충돌 유형에 해당하는 구체적 규정은 찾기 어려웠다. 캐나다처럼 언론사가 특정 이념과 대의를 지지하고 옹호하는 전통이 있는 국가인 경우, 언론사 사설과 논평을 통해 특정 입장을 지지하는 것이 자연스러운 것이기

11) 가령 프랑스는 “간접적으로라도 광고주의 업무와 유사한 일을 하지 않는다(Not doing anything that resembles, even indirectly, the job of an advertiser)”고 규정하고 있고, 호주(호주B)는 “광고 또는 기타 상업적 고려가 정확성, 공정성 또는 독립성을 훼손하는 것을 허용해서는 안 된다(Do not allow advertising or other commercial considerations to undermine accuracy, fairness or independence)”고 규정하고 있다.

때문에 언론사-정치사회적 이해충돌 유형으로 분류할 규정이 존재하지 않으리라 유추할 수 있다. 또한, 분석대상이 된 해외윤리강령들이 언론인 단체들이 제정한 것이 다수이다 보니 언론사 차원, 기관 차원의 이해충돌 관련 규정에 방점을 찍지 않은 것일 수도 있겠다. 이는 개별 언론사 차원의 윤리강령 분석을 통해 추가로 검토해야 할 부분이다.

## 2. 국내 언론윤리강령

### (1) 개요 및 특징

국내윤리강령 중 본 연구의 분석대상에 포함된 강령은 <신문윤리강령> 및 <신문윤리실천요강>, <한국기자협회 윤리강령> 및 <한국기자협회 실천요강>, 인터넷신문위원회의 <기사심의 윤리강령> 및 <기사심의 규정>이다. 이 중 ‘이해충돌’ 혹은 ‘이해상충’이라는 표현이 직접적으로 사용된 경우는 인터넷신문위원회의 강령과 심의규정이 유일하다. <기사심의 윤리강령> 제6조(이해의 상충)는 “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”고 선언하고 있다. 관련하여 세부 내용을 담고 있는 <기사심의규정> 제3절(이해상충)은 3개의 조와 각 조별 세부항목으로 구성되어 있는데, 제3절에 포함된 조항은 ‘언론인의 이해상충’(15조), ‘부당계제 및 전송 금지’(16조), 그리고 ‘기사와 광고의 분리’(17조)이다.

다른 윤리강령들은 ‘이해충돌(상충)’이라는 용어를 사용하고 있지는 않지만 앞서 해외 윤리강령이 그랬던 것처럼 이해충돌 관련 규정으로 분류될 수 있는 다양한 규정들을 포함하고 있었다. <신문윤리실천요강>은 제1조(언론의 자유, 책임, 독립), 제3조(보도준칙), 제14조(정보의 부당이용금지), 제15조(언론인의 품위)에 이해충돌 관련 규정이 포함되어 있다.

총 10개 항목으로 구성된 <한국기자협회 윤리강령>은 4개 항목(3. 품위 유지, 4. 정당한 정보수집, 5. 올바른 정보사용, 10. 광고·판매활동의 제한)에 이해충돌 관련 규정이, 3개 분야로 나뉘 서술되어 있는 <한국기자협회 실천요강>에서는 ‘2. 취재 및 보도’ 분야와 ‘3. 품위유지’ 분야에 관련 규정이 포함되어 있다.

요약하면 국내윤리강령 역시 해외 윤리강령처럼 이해충돌의 개념을 다양한 맥락에서 규정하고 있다는 것을 알 수 있다. 다만 ‘이해충돌을 공개한다’는 포괄적인 원칙의 서술이나 ‘실재하는 이해충돌뿐만 아니라 이해충돌의 소지가 있는 것으로 보일 수 있는 경우까지 모두 포괄한다’는 명시적 언급은 국내 윤리강령에서는 찾을 수 없었다.

## (2) 이해충돌 유형별 세부 규정

국내윤리강령의 이해충돌 관련 규정들 역시 <그림 1>의 틀에 따라 유형별로 분류해 살펴본다. 국내 규정에서도 4가지 유형 중 하나에 포함시킬 수 없는 포괄적 서술 규정이 발견되었는데, “(언론인은) 정권, 정당 및 정파 등의 정치권력이 언론에 가하는 부당한 압력과 청탁을 거부해야 한다”(〈신문윤리실천요강〉, 1조 1항), “(언론인은) 단체, 종파 등 사회 세력이나 기업 등 경제 세력의 부당한 압력, 또는 금전적 유혹이나 청탁을 거부해야 한다”(〈신문윤리실천요강〉, 1조 2항), 언론인은 “...이기적인 동기로 보도기사를 고르거나 작성해서는 안 된다”(〈신문윤리실천요강〉, 3조 1항), 언론인은 “사내·외의 부당한 요구에 따라 기사를 없애거나 기사의 크기·배치 등을 바꿔서는 안 된다”(〈신문윤리실천요강〉, 10조 2항), “본인 또는 취재원의 개인적인 목적에 영합하는 취재 보도활동을 해서는 안 된다”(〈한국기자협회 실천요강〉, 2조 3항), “인터넷신문의 구성원은 본인 또는 친인척의 정치적, 경제적, 사회적 이해관계가 취재 및 보도 행위에 영향을 끼치지 않도록 한다”(인터넷신문위원회 <기사심의규정〉 제15조 3항) 등과 같이 기자 개인을 주체로 두고 있지만 매우 포괄

적인 선언의 형태를 띠거나 충돌하는 이익의 구체적 유형을 명시하지 않은 규정들과 함께, “사설은 소속 언론사의 정론적 입장을 대변해야 하며, 특히 언론사의 상업적 이익이나 특정 정당·단체·종파의 이권을 대변해서는 안 된다”(〈신문윤리실천요강〉, 9조 1항)처럼 언론사를 주체로 두고 있지만 충돌하는 이익을 포괄적으로 서술한 규정이 있다.

한편 국내 윤리강령 규정 중에는 기자나 언론사가 아니라 ‘언론인 단체’를 이해충돌에 처할 수 있는 주체로 상정한 규정도 있다. “공동취재나 친목 또는 직업적 공동이익을 위한 목적 이외에 단체를 구성하거나 활동해서는 안 되며, 취재원에 집단적 영향력을 행사해서도 안 된다”(〈신문윤리실천요강〉, 15조 1항)와 “회원은 출입처의 기자단 및 기자실이 취재활동의 편의 이외의 집단 또는 개인의 이익을 취할 목적으로 운영되지 않도록 한다”(〈한국기자협회 실천요강〉, 3조 3항)는 규정이 그러한 내용이다. 인터넷신문위원회 〈기사심의규정〉 제15조(언론인의 이해상충) 3항(부당한 영향력 행사 금지) 후문도 “또한 출입처와 기업 등 취재원에 대해 부당한 영향력을 행사하지 않으며, 이를 목적으로 한 단체를 결성하거나 활동하지 않는다”고 정하고 있다. 이러한 규정이 상정하는 이해충돌 상황은 이론적 논의와 해외윤리강령에서는 찾을 수 없었던 내용이라는 점이 주목할 만하다.

#### (가) 기자 개인-경제적 이해충돌

기자 개인-경제적 이해충돌 유형에 해당하는 해외윤리강령의 세부내용은 ①기자가 뇌물, 선물, 접대, 비용지불, 무료 여행, 특별 대우 등의 형태로 경제적 이익을 취하는 것을 제한/금지하는 규정; ②보수나 사례금에 대한 제한/금지 규정; ③경제 및 금융시장 관련 뉴스 취재과정에서 취득한 정보를 사적 목적으로 이용하는 것을 제한/금지하는 규정; ④이해충돌 여지가 있는 경우 경제 및 금융시장 관련 기사 작성을 제한/금지하거나 관련 보고 의무를 명시한 규정; 그리고 ⑤기자가 취재과정에서 경제적 이익을 타인에게 제공하는 것을 금지하거나 이를 밝히도록 하는

규정 등 다섯 가지로 요약된다.

국내 윤리강령들은 해외윤리강령들처럼 구체적인 수준은 아니지만 이러한 다섯 가지에 해당하는 내용을 모두 담고 있다. 우선 ①과 ②에 해당하는 규정으로는 “(언론인은) 취재·보도·평론·편집과 관련하여 이해 당사자로부터 금품, 향응 등 유무형의 경제적 이익을 취해서는 안 되며, 이를 요구해서도 안 된다”(〈신문윤리실천요강〉, 15조 1항(금품수수 및 향응, 청탁 금지)), “우리는 취재 보도의 과정에서 기자의 신분을 이용해 부당이득을 취하지 않으며, 취재원으로부터 제공되는 사적인 특혜나 편의를 거절한다”(〈한국기자협회 윤리강령〉, 항목 3.(품위유지)), “회원은 취재원으로부터 제공되는 일체의 금품, 특혜, 향응을 받아서는 안 되며, 무료여행, 접대골프도 이에 해당한다”(〈한국기자협회 실천요강〉, 3조 1항), “인터넷신문의 구성원은 취재 및 보도와 관련해 금품 또는 향응을 요구하거나 받아들이지 않는다”(〈기사심의규정〉 15조 5항(금품 수수 및 향응 요구 금지)) 등이 있다. 포괄적 수준에서 ‘금품, 향응, 특혜’ 등을 언급한다는 것이 특징이며 ‘무료여행, 접대골프’처럼 예시가 제시된 경우도 있지만 해외 규정처럼 취재관련 비용에 대한 언급이나 예외규정, 외부활동 사례비에 대한 언급은 포함되어 있지 않다.

다음으로 ③과 ④에 관련된 규정들은 〈신문윤리실천요강〉 14조의 1항(소유 주식 등에 관한 보도 제한)<sup>12)</sup>과 2항(주식·부동산 등의 부당 거래 금지)<sup>13)</sup>, 인터넷신문위원회 〈기사심의규정〉 15조의 1항(사적이익 추구 금지)<sup>14)</sup>과 2항(주식 등 거래의 제한)<sup>15)</sup>처럼 경제보도와 경제적 이익에 국한하여 서술한 경우도 있지만, 보다 폭넓은 범위에서 ‘올바른 정보사

12) “언론인 본인, 친인척 또는 이해 관계자가 소유한 주식·전자화폐 등의 거래에 영향을 미칠 수 있는 보도를 해서는 안 된다.”

13) “취재 및 기타 언론활동에서 얻은 정보를 주식·부동산 거래 또는 사사로운 이익을 위해 이용해서는 안 된다.”

14) “인터넷신문과 그 구성원은 취재과정에서 알게 된 정보를 이용해 금전적 이익을 얻거나 손실을 회피하는 행위를 하지 않는다.”

15) “인터넷신문의 구성원은 주식 및 증권과 관련된 보도업무를 다루는 동안 주식 및 증권의 거래행위에 직간접적으로 관여하지 않는다.”

용’(“우리는 취재활동 중에 취득한 정보를 보도의 목적에만 사용한다”(〈한국기자협회 윤리강령〉, 항목 5), “회원은 취재 보도과정에서 취득한 정보를 개인이나 특정 집단의 이익추구에 사용하지 않는다”(〈한국기자협회 실천요강〉, 3조 5항) 및 ‘정보의 부당 이용금지’(“언론인은 취재과정 등에서 얻은 정보를 본인, 친인척 및 이해 관계자의 이익을 위해 사용하거나 다른 개인이나 기관에 넘겨서는 안 된다”(〈신문윤리실천요강〉, 14조)처럼 폭넓게 서술한 경우도 있다.

⑤와 관련하여 흥미로운 점은 국내 윤리강령 규정은 기자가 취재과정에서 경제적 이익을 타인에게 제공하는 것을 금지하는 것을 포함해 여타 비윤리적 방법(예; 위계, 강압 등)으로 정보를 취득하는 것을 금지하는 포괄적 방식으로 서술하고 있다는 점이다. 구체적인 사례는 “금전을 제공하는 등 비윤리적 방법으로 취재하거나 자료를 취득해서는 안 된다”(〈신문윤리실천요강〉, 2조 6항), “우리는 취재과정에서 항상 정당한 방법으로 정보를 취득하며...”(〈한국기자협회 윤리강령〉, 항목 4(정당한 정보수집)), “회원은 정보를 취득함에 있어서 위계(僞計)나 강압적인 방법을 쓰지 않는다”(〈한국기자협회 실천요강〉, 2조 5항) 등의 내용이다. 언론인들이 취재과정에서 타인에게 경제적 이익을 제공함으로써 발생할 수 있는 이해충돌에 관심을 둔 해외 규정과 달리, 국내 규정들은 기자의 비윤리적 취재관행 전반에 대한 문제의식을 반영하고 있는 것으로 해석된다.

마지막으로 국내 윤리강령 규정에는 언론인에게 광고·판매 관련 활동을 금지하는 규정들이 빠짐없이 포함되어 있는데, 언론사가 언론인에게 영업 활동을 요구해서도 안되고 언론인이 영업활동을 해서도 안 된다는 내용으로 해외 윤리강령에서는 찾아볼 수 없었던 내용이다. 구체적으로 살펴보면, “언론사는 언론인에게 취재·편집 등에 영향을 미칠 수 있는 부당한 광고·판매 등의 영업행위를 요구해서는 안 되며, 언론인도 그런 요구를 받아들여서는 안 된다”(〈신문윤리실천요강〉, 15조 3항(광고·판매 등 영업행위 금지), “우리는 소속회사의 판매 및 광고문제와 관련, 기자

로서의 품위를 손상하는 일체의 행동을 하지 않는다”(〈한국기자협회 윤리강령〉, 항목 10(광고·판매활동의 제한)), “회원은 소속회사의 출판물 강매 및 광고 강요행위를 하지 않으며, 이를 취재보도와 연계하지 않는다”(〈한국기자협회 실천요강〉, 3조 6항), “인터넷신문은 보도업무에 종사하는 구성원에게 부당한 영업을 요구하지 않고, 구성원도 그러한 요구를 받아들이지 않는다”(〈기사심의규정〉, 15조 4항), “인터넷신문과 그 구성원은 언론사 또는 언론인의 지위를 부당하게 이용하여 광고나 협찬을 강요해서는 안 된다”(〈인터넷신문 윤리강령〉, 15조 6항)는 규정 등이다. 이러한 규정들은 언론사의 경제적 이해를 위해 언론인에게 부당한 행위를 강요하는 것을 언론인이 거부해야 한다는 내용이므로 ‘언론사-경제적 이해 충돌 유형’과 동전의 양면을 이룬다고 할 수 있다. 관련하여 언론인에게 기사와 광고를 구분하여 편집할 것을 규정하고 있는 〈신문윤리실천요강〉 10조 7항(기사와 광고의 구분)<sup>16)</sup>도 해외에서는 언론사가 경제적 이해로 인한 이해충돌을 피하기 위해 지켜야할 사항으로만 규정된 내용이다.

#### (나) 기자 개인-정치사회적 이해충돌

본 연구의 분석대상에 포함된 국내 언론윤리강령 중에는 기자 개인-정치사회적 이해충돌 유형에 속하는 규정, 즉 기자 개인의 정치사회적 이해관계로 인해 저널리즘 신뢰가 훼손될 수 있는 경우를 언급하고 이를 제한/금지하거나 공개토록 한 구체적 규정은 없었다. 다만, 국내 언론윤리강령에는 앞서 제4장 제2절 (2)의 서두에서 언급한 것과 같은 선언적이고 포괄적인 규정이 존재한다. 해외윤리강령에서 미국, 프랑스, 캐나다가 기자 개인-정치사회적 이해충돌 금지 규정을 두고 있고 특히 캐나다가 매우 구체적인 규정들을 두고 있는 것과 대조된다.

16) “언론인은...독자들이 기사와 광고를 명확하게 구분할 수 있도록 편집해야 한다. 광고를 기사와 같은 지면이나 공간에 배치할 때는 독자가 명백하게 광고로 인식할 수 있도록 표시해야 한다.”

## (다) 언론사-경제적 이해충돌

앞서 기자 개인-경제적 이해충돌 유형에서 살펴 본 것처럼 국내 윤리강령 규정에는 언론인에게 광고·판매 관련 활동을 금지하는 규정들이 빠짐없이 포함되어 있는데, 이러한 규정들 중에는 언론사가 언론인에게 영업 활동을 요구해서는 안 된다는 내용 역시 포함하고 있는 규정들이 있다. 구체적으로는 <신문윤리실천요강> 15조 3항, 인터넷신문위원회의 <기사심의규정> 15조 4항과 6항이다.

특히 인터넷신문위원회의 <기사심의규정>에는 언론사의 경제적 이해관계로 인해 이해충돌이 발생하는 다양한 상황들과 관련해, 제한/금지 혹은 보고/공개 관련 규정을 두고 있다. 우선, 제한/금지 행위는 크게 광고 목적의 보도를 금하는 규정<sup>17)</sup>과 기사 부당게재 및 전송 금지 규정<sup>18)</sup>이 있다. 이 중 부당한 재전송 금지는 <신문윤리실천요강> 10조 9항<sup>19)</sup>에도 명시되어 있다. 기사의 부당게재와 부당한 재전송을 금지하는 이러한 규정들은 클릭수나 검색횟수를 기반으로 상업적 이익을 추구하는 한국의 온라인 저널리즘 양상을 반영하고 있는 것으로 판단된다.

아울러 보고/공개 관련 규정들도 있다. 인터넷신문위원회 <기사심의규정> 17조 1항(기사와 광고의 구분)은 “이용자들이 기사와 광고를 명확하

17) “특정 상품이나 서비스 등을 일방적으로 홍보해 소비자의 선택을 유도하기 위한 보도를 하지 않는다”(인터넷신문위원회 <기사심의규정> 17조 2항).

18) 제16조(부당게재 및 전송 금지) 1항은 ‘기사의 조회수를 늘리기 위해 부당한 게재 행위를 해서는 안된다’고 정하고 있고, 2항은 ‘기사의 조회수를 늘리기 위해 인터넷뉴스서비스사업자를 대상으로 부당한 전송행위를 해서는 안 된다’고 정하고 있다. 구체적으로 1항에서 금지하는 부당한 게재행위는 “1. 기사의 제목과 본문에 특정 키워드를 과도하게 포함하는 행위, 2. 기사의 전체 내용과 밀접한 연관이 없는 특정 키워드를 포함하는 행위, 3. 과거 기사를 그대로 또는 일부만 수정하여 보도하는 행위” 중 하나에 해당하는 경우이고, 2항에서 금지한 ‘부당한 전송행위’는 “1. 사진, 제목, 본문, 색선 등 모든 사항을 동일하게 중복 전송하는 행위, 2. 동일기사를 제목이나 색선만을 변경하여 중복 전송하는 행위, 3. 기사 내 사진이나 캡션을 일부만 수정해 중복 전송하는 행위, 4. 기사 본문의 어미, 접속사 등을 수정한 유사기사를 중복 전송하는 행위” 중 하나에 해당하는 경우이다.

19) “부당한 목적으로 제목과 기사의 일부를 바꾸는 등의 방법으로 같거나 비슷한 기사를 반복적으로 게재해서는 안 된다.”

게 구분할 수 있도록 해야 한다. 광고를 기사와 같은 공간에 배치할 때는 이용자가 기사로 오인하지 않도록 명확한 광고 표시를 해야 한다”고 정하고 있다. 동조 3항(협찬명시)에서는 “네이티브광고, 브랜드드콘텐츠, 협찬기사 등 경제적 보상 또는 후원을 받아 작성한 기사나 콘텐츠는 일반보도 기사와 명백히 구별되도록 표시해야 한다”고 규정하고 있다.

#### (라) 언론사-정치사회적 이해충돌

국내 언론윤리 강령 역시 본 연구가 분석대상으로 삼은 해외 언론윤리 강령에서 그러했던 것처럼 언론사-정치사회적 이해충돌 유형에 해당하는 구체적인 규정은 없었다. 다만, <신문윤리실천요강> 9조 1항은 “사실은 소속 언론사의 정론적 입장을 대변해야 하며, 특히 언론사의 상업적 이익이나 특정 정당·단체·종파의 이권을 대변해서는 안 된다”는 포괄 규정을 두고 있는데, 이때 ‘특정 정당·단체·종파의 이권’은 통상적인 의미의 ‘정치사회적 신념이나 대의’와는 구분되는 부정적 맥락에서 사용된 것으로 이해할 수 있다. 동조 2항에서 “사실 등 평론은 실정법을 위반하지 않는 한 특정 정당 또는 특정인에 대한 지지 또는 반대 등 정치적 입장을 자유롭게 표현할 수 있다”고 정하고 있기 때문이다. 이 조항은 캐나다의 사례와 마찬가지로 언론사가 사실 등 평론을 통해 정치적 입장을 표현하는 것은 이해충돌이 발생하는 상황으로 보고 있지 않다.

## V. 결론

이해충돌의 개념을 언론윤리의 맥락에서 훑아보는 것을 그 목적으로 한 본 연구는 국내·외 학술 논의에서 이해충돌 개념의 핵심요소와 특징을 살핀 후, 이해충돌의 유형을 4가지로 분류한 모형(<그림 1> 참조)을 도출했다. 이 분석 모형에 따라 국내·외 언론윤리강령의 이해충돌 관련 규정을 검토했는데, 그 결과를 종합하여 요약하면 <표 2>와 같다.

〈표 2〉 이해충돌 유형별 국내·외 윤리강령 요약

기자 개인- 경제적 이해 충돌 유형 관련 규정	해외	①기자가 뇌물, 선물, 접대, 비용지불, 무료 여행, 특별 대우 등의 형태로 경제적 이익을 취하는 것을 제한/금지, ②보수나 사례금 수령 제한/금지, ③경제 및 금융시장 관련 뉴스 취재과정에서 취득한 정보를 사적 목적으로 이용하는 것을 제한/금지, ④이해충돌 여지가 있는 경우 경제 및 금융시장 관련 기사 작성을 제한/금지하거나 관련 보고/공개 의무를 명시, ⑤취재정보를 얻기 위해 경제적 이익을 제공하는 것을 금지하거나 이를 밝히도록 하는 규정 등
	국내	해외윤리강령들에서 규정한 것처럼 구체적인 수준은 아니지만 해외윤리강령들에서 나타나는 위의 다섯 가지 내용 모두가 규정되어 있음. 다만 ⑤와 관련해 국내 규정은 여타 비윤리적 방법(예: 위계, 강압 등)으로 정보를 취득하는 것 역시 금지하고 있는 특징이 있음. 또한 언론인이 소속 회사의 출판물 강매 및 광고, 협찬 강요행위를 해서는 안 된다는 규정이 추가로 발견됨
기자 개인- 정치사회적 이해 충돌 유형 관련 규정	해외	포괄적 서술로 ①정치적 활동을 비롯한 여타 외부활동 금지 ②정부/지자체, 정당, 또는 특정 조직의 지도자들의 잘못을 묵인하거나 그러한 잘못에 공모할 가능성이 있는 관계 형성 금지 등이 있음. 구체적 규정으로는 캐나다의 윤리강령에 명시된 것들로 ①보도 대상인 단체/조직의 회원으로 가입 금지, ②선출직 공직을 맡거나, 정치 캠페인 담당자로 일하거나, 정당/정치인을 위한 연설문을 작성하는 등의 행위 금지, ③커뮤니티 조직의 기금 모금이나 홍보업무 등 직접적 참여 금지, ④선거 캠페인 재정 후원, 시위 참여, 청원 서명 등 금지, ⑤사법부의 조사 등 공적 조사에 참여 금지 등의 규정이 있음
	국내	해외윤리강령들에서 나타나는 것과 유사한 내용은 없음. 다만, 선언적이고 포괄적인 서술(“정권, 정당 및 정파 등의 정치권력이 언론에 가하는 부당한 압력과 청탁을 거부해야 한다”, “단체, 종파 등 사회세력이나 기업 등 경제 세력의 부당한 압력, 또는 금전적 유혹이나 청탁을 거부해야 한다”, “본인 또는 친인척의 정치적, 경제적, 사회적 이해관계가 취재 및 보도 행위에 영향을 끼치지 않도록 한다” 등)은 존재함
언론사-경제적 이해 충돌 유형 관련 규정	해외	포괄적 서술로 언론사의 경제적 이해가 보도에 영향을 미쳐서는 안 된다는 규정이 있음. 구체적 규정은 ①뉴스와 광고의 명확한 구분 원칙에 따른 세부 규정으로 (i)뉴스와

	<p>광고 사이의 경계가 모호한 콘텐츠 제시 금지, (ii)협찬 콘텐츠를 투명하게 눈에 띄는 방식으로 공개, (iii)외부에서 제공한 정보인 경우 무료 제공이든 유료 제공이든 출처를 명시 등이 있음. 또 다른 종류의 구체적 규정으로는 ②언론사가 증권 가격 변동을 통해 이익을 얻을 목적으로 해당 기업에 대한 기사를 발간하는 것을 금지하는 규정이 있음</p>
	<p>국내                  ①기사와 광고의 명확한 구분 및 명확한 광고 표시, ② 경제적 보상/후원을 받아 작성한 기사/콘텐츠에 협찬 명시                  ③광고 목적의 보도 금지 ④조회수를 늘리기 위한 기사 부당개제 및 부당 재전송 금지 ⑤소속 기자에게 광고·판매 관련 활동을 요구해서는 안 된다는 금지 규정 등</p>
<p><b>언론사-정치사회적 이해 충돌 유형 관련 규정</b></p>	<p>해외                  “언론사의 이익과 관련된 내용인 경우, 이를 명확히 식별할 수 있도록 해야 한다”는 포괄적 서술 이외에 구체적 규정은 없음</p>
	<p>국내                  “사실은 소속 언론사의 정론적 입장을 대변해야 하며, 특히 언론사의 상업적 이익이나 특정 정당 단체 종파의 이익을 대변해서는 안된다”는 포괄적 서술 이외에 구체적 규정은 없음</p>

본 연구의 시사점을 종합하면 다음과 같다. 첫째, 언론 직업윤리에서 이해충돌은 ‘전문직/공공서비스 맥락에서의 이해충돌의 개념’으로 이해하는 것이 타당하고, 이러한 이해의 핵심은 이해충돌은 ‘관계와 신뢰’의 문제라는 점이다. 언론(인)이 처하게 되는 다양한 이해충돌의 상황을 공익과 사익의 경합으로만 바라보거나 이해충돌을 사사로운 이익을 추구하는 욕심, 인간의 악덕함에서 발생하는 것으로 납작하게 이해해서는 안 된다. 언론(인)이 이해충돌을 피한다는 것은 공중의 입장에서 공중의 이익을 최우선시하여 판단 즉 취재/보도해야 하는 언론(인)이 저널리즘 가치에 입각하여 적절한 판단력을 발휘하는 데 방해될 수 있는 모든 활동과 인간관계에 유의해야 한다는 포괄적 윤리기준으로 이해해야 한다. 언론인이 특정 기업으로부터 고액의 강연료를 받는 것, 언론인이 특정 정치인과 가깝게 지내는 것 등이 이해충돌에 해당하는 이유는 언론인의 욕심이나 직접적으로 눈에 보이는 사적 이익 때문이 아니라, 이러한 행동들로 인해 전문 언론인으로서 수행해야 할 의무에 부적절한 영향을

미칠 가능성이 있는 관계로 발전하거나 그러한 관계에 있는 것으로 독자/시청자에게 비취질 수 있기 때문이다. 이는 중국적으로 공중과 언론(인) 간의 관계, 신뢰에 바탕을 둔 관계에 치명적인 손상을 가져온다는 점을 이해하는 것이 필요하다.

‘이해충돌은 관계와 신뢰의 문제라는 점을 이해하는 것이 중요하다’는 본 연구의 제언은 현장 언론인들에게 매우 추상적으로 들릴 것이다. 언론윤리 규정이 너무 모호하고 추상적이어서 현실에 적용할 때 확실한 준거로 활용하기 어렵다는 고충을 토로하는 언론인이 많다는 점(배정근 등, 2019)을 감안하면 더욱 그럴 가능성이 높다. 하지만 이해충돌의 개념에 대한 정확한 이해가 부재한 상태에서는 아무리 구체적이고 세부적인 규정이 마련된다고 해도 기계적이고 형식적인 적용을 낳을 뿐이다. 또한, 수많은 이해충돌 관련 규정을 만들어 제시한다고 해도 현실에서 발생하고 있고 또 발생할 수 있는 여러 이해충돌 상황을 모두 포괄하는 것은 불가능하다. 따라서 언론사와 언론인들은 언론윤리 관련 교육과 논의를 진행함에 있어 실제 취재/보도 현장에서 일어나는 다양한 사례들을 이해충돌 관점에서 어떻게 이해할 수 있을지를 토론해야 한다. 각 취재/보도사례에 존재하는 혹은 잠재되어 있는 사적 이해가 무엇인지 파악하고 만약 일반 공중/독자/시청자가 해당 사적 이해에 대해 알게 된다면 언론(인)이 공공의 이익을 최우선으로 하는 판단을 내릴 것이라 신뢰할 수 있을지 여부를 끊임없이 질문하고 고민해야 한다.

둘째, 국내·외 언론윤리강령에서 이해충돌 관련 규정들은 다양한 상위 가치 개념들에 걸쳐, 즉 하나의 공통요소를 발견하기 어려운 여러 유형의 상황에 걸쳐 제시되어 있다. 이는 이해충돌이 비트겐슈타인이 〈철학적 탐구〉에서 제시한 ‘가족 유사성(family resemblance)’에 해당하는 개념임을 보여준다. 비트겐슈타인은 ‘놀이’라는 개념으로 여러 가지 활동을 묶을 수 있지만 모든 놀이 활동에 공통적인 요소는 존재하지 않으며 놀이 활동들 간에는 가족들이 공유하는 것과 같은 유사성<sup>20)</sup>이 존재한다고 했다. 이해충돌로 간주되는 여러 상황들 역시 단일한 공통 속성을 지니

고 있기보다는 서로 닮아있다. 이처럼 복합적인 이해충돌의 개념을 앞선 논의와 연계하여 이해하면, 촘촘한 세부 행동지침도 필요하지만 이해충돌 개념의 핵심을 ‘관계’의 문제로 이해함으로써 다양한 상황적 맥락에서 이해충돌(실질적 이해충돌 혹은 그렇게 비춰질 수 있는 이해충돌)을 피하기 위한 노력을 기울이는 것이 무엇보다 중요하다는 것을 알 수 있다.

셋째, 국내 언론윤리강령의 이해충돌 관련 규정 대다수는 경제적 이해관계로 인해 발생하는 유형에 속하는 규정들이었다. 국내 언론윤리강령에서는 충돌하는 이해의 종류를 포괄적으로 서술한 규정, 그리고 ‘정치 권력으로부터 자유’와 ‘사회·경제 세력으로부터의 독립’처럼 정치사회세력이 언론에 가하는 부당한 압력과 청탁을 거부해야 한다는 내용의 규정이 있을 뿐, 절대 다수의 규정은 기자 개인의 그리고 언론사의 경제적 이해관계로 인해 발생하는 이해충돌에 관한 것이었다. 국내 세부규정들이 ‘경제적 이해관계’에만 초점을 두고 있는 것은 해외 언론윤리강령이 기자 개인의 정치사회적 이해로 인해 발생할 수 있는 이해충돌에 대해 규정하고 있는 것과 대비된다.<sup>21)</sup>

20) 가령, 엄마는 A, B의 속성을 딸은 B, C의 속성을 아빠는 C, D의 속성을 가졌을 때 세 사람 사이에 공통적으로 존재하는 단일 속성은 없지만 셋은 서로 닮아있다.

21) 국내 언론윤리강령 규정의 절대 다수가 경제적 이해관계로 인해 발생하는 이해충돌 유형에 관한 내용인 환경적, 구조적 이유를 유추해 보자면 다음과 같다. 국내 언론윤리강령에서 언론의 자유 특히 정치세력으로부터의 독립은 매우 중요한 핵심가치로 다루어지고 있다. 배정근 등의 연구(2019)에 따르면 국내의 언론윤리 규정들은 언론의 자유를 제1원칙으로 제시하는 경우가 많지만 해외에서는 언론의 자유를 윤리규정에 포함시키는 대신 취재의 투명성과 언론의 책무성을 주요 원칙으로 강조한다는 차이가 있다. 국내에서는 권위주의 정권의 언론탄압에 대항하는 방편으로 언론의 자유를 제1원칙으로 내세운 언론윤리강령이 마련되었고, 이후 개정용을 거치면서도 그러한 기초가 유지되고 있는 것이라 볼 수 있다. 그런데 정치세력의 부당한 압력, 탄압으로부터의 독립이라는 차원에 방점을 두고 언론윤리규정을 개념화하다 보니, 해외 언론윤리규정에서 고민하고 있는 것처럼 기자 개인의 정치사회적 신념과 관련한 외부활동이 야기시킬 수 있는 이해충돌의 상황에 대한 문제의식은 국내에서 충분히 발전되지 못한 듯하다. 이는 한국 사회에서 소위 ‘폴리너리스트’로 지칭되는 언론인들의 정계 진출이 빈번하고, 언론(인)이 자발적으로 정치세력과 결탁해 편향된 보도를 한다는 대중의 의구심이 팽배한 작금의

아울러 언론인의 이해충돌 관련 국내 현행 법률인 자본시장법과 청탁 금지법은 기자 개인의 경제적 이해관계로 인해 발생하는 일련의 행위들을 제한/금지하는 내용이다. 결국 국내는 법 규정과 언론윤리 규정 모두 경제적 이익 추구로 인해 발생하는 이해충돌 문제에 중점을 두고 있다. 이는 한국 언론의 정파성에 대한 비판이 끊임없이 제기되고 있다는 점을 감안하면 곱씹어 볼 필요가 있는 공백이다.

정치사회적 이해로 인해 발생하는 이해충돌의 상황을 법으로 규율하는 것은 쉽지 않을 뿐만 아니라 바람직하지도 않을 것이다. 앞서 〈그림 1〉의 모형에서 설명한 바와 같이 경제적 이해충돌의 경우 기사가 획득한 경제적 이익 자체도 금지의 대상이며 경제적 이익의 존재 유무는 법정에서 객관적 증거를 통해 파악하는 것이 상대적으로 용이하다. 반면, 정치사회적 이해로 인해 발생한 이해충돌, 가령 한국 사회의 구조적 성차별 문제 해결을 위해 여성단체 회원으로 활동하며 회비를 납부해 온 기사가 해당 여성단체 관련 보도를 할 때 발생할 수 있는 이해충돌의 문제를 과연 법으로 처벌하는 것이 타당한가라는 의문이 발생할 수 있고, 또한 정치사회적 이해관계가 불공정한 보도로 이어졌는지를 판단하는 데 필요한 객관적 자료를 얻기도 매우 어려울 것이다.

정치사회적 이해로 인해 발생하는 이해충돌 유형은 법으로 규율하는 것이 적절치 않을 뿐만 아니라 집행이 어려운 영역이므로 더욱 언론윤리를 통해 언론(인)의 정치사회적 이해충돌과 언론의 신뢰 훼손을 최소화할 필요가 있다. 공중/독자/시청자가 해당 사실을 인지했을 때 기자의 저널리즘적 가치 판단을 더 이상 신뢰할 수 없다고 결론 짓게 되는 경우가 있기 때문이다. 리히텐베르크(Lichtenberg)는 기사가 정치에 관여하는 것을 금지해야 하는 이유는 정치적 신념을 가진 기사가 자신의 신념에 의해 영향을 받아 편향된 보도를 할 가능성이 높기 때문이라기보다

---

상황을 고려하면 매우 아이러니하다. 언론(인)은 ‘정치세력으로부터의 독립’을 주장하면서 한편으로는 스스로가 원치 않는 형태의 정치적 압력은 거부하고 다른 한편으로는 자신이 원하는 형태의 정치적 ‘결탁’에 대해서는 충분한 문제의식을 보여주지 못하는 것이라 비판받을 수 있다.

는 독자와 시청자가 기자가 특정한 정치적 신념을 가지고 있다는 사실을 알게 됨으로써 편향된 판단을 할 가능성이 높기 때문이라고 설명했다. 언론인이 소셜네트워크상에서 정치사회적 주제에 관해 자신의 견해를 표출하는 것이 요구되는 디지털 환경 역시 언론인의 정치사회적 이해충돌 상황에 대한 세부적인 윤리 규정이 마련되어야 할 또 다른 이유이다.

마지막으로 본 연구의 한계를 짚는다. 우선, 대표적인 언론 유관 단체가 제정한 윤리강령만을 분석대상으로 삼았다는 점을 꼽을 수 있다. 가령, 이 연구에서 ‘영국의 윤리강령’이라고 지칭한 윤리강령은, EthicNet과 레이놀즈 저널리즘 연구소 웹 사이트에서 제공하고 있는 영국 대표 언론 단체의 윤리강령이므로 영국이라는 국가 전체의 접근 방식을 정확히 보여준다거나 혹은 영국의 개별 언론사(예:BBC)가 이해충돌 규정을 분류하고 있는 체계와 일치한다고 말하기는 어렵다. 또한, 독일이나 프랑스의 경우 원어로 작성된 윤리규정이 아니라 영어번역본을 참고했으므로 번역에서 발생하는 뉘앙스 차이가 있을 수 있다. 아울러 개별 언론사의 윤리강령을 분석했다라면 이번 분석에서 발견하지 못한 내용들, 가령 언론사-정치사회적 이해 충돌 유형에 해당하는 세부규정 등을 발견할 수도 있을 것이다. 이는 후속 연구 과제로 남기고자 한다.

## ■ 참고 문헌

- 구교태·조소영·이영희 (2022). <국내 언론사 윤리강령 제정 실태 및 보도에 미치는 영향 연구> (지정연구 2022-05). 서울: 한국언론진흥재단.
- 국민권익위원회 (2022). <이해충돌방지법 유권해석 사례집>. 서울: 국민권익위원회.
- 문철수 (2020). 조국 법무부 장관 재임기간 언론의 보도 분석: 중앙 일간지 사설을 중심으로. <한국소통학보>, 19(1), 281-327.
- 배정근·유승현·오현경 (2019). <언론윤리규정 개선을 위한 연구>. 서울: 한국언론진흥재단.
- 비트겐슈타인/이영철 역 (1969/1994). <철학적 탐구>. 서울: 서광사
- 안재형 (2016). [법-청탁금지법] 청탁금지법의 주요 내용과 사례 연구. <방송문화>, 2016(12), 208-225.
- 이원상 (2020). 현행 청탁금지법의 평가와 개선점 고찰. <법학논총>, 33(2), 111-143.
- 이은택 (2006). 온라인 저널리즘의 윤리적 이슈에 대한 연구: 기존의 저널리즘 윤리와 관련하여. <커뮤니케이션 이론>, 2(2), 74-103.
- 장행훈 (2004). 언론인의 정계진출, 왜 문제인가? <관훈저널>, 45(1), 132-140.
- 정결진 (1999a). 언론인의 윤리의식과 이해상충. <관훈저널>, 1999.9, 200-209.
- 정결진 (1999b). 언론인의 윤리의식과 이해상충. <저널리즘 비평>, 1999.9, 86-89.
- 조소영 (2022). 개별 언론사 윤리강령 현황 분석과 개선방안 검토. <언론과 법>, 21(3), 49-92.
- 주동황 (1999). 언론인 주식투자와 언론윤리. <관훈저널>, 1999.9, 210-219.
- 김형준 (2020.1.28). [리걸인사이트] 청탁금지법, 누가 받으면 위반인가. <연합인포맥스>, URL: <https://news.einfomax.co.kr/news/articleView.html?idxno=4067523>
- 미디어오늘(2000.1.13.). 언론사 주식투자 무엇이 문제인가. URL: <http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=12894>
- 배정근 (2022.8.25.). ‘대통령님, 파이팅’과 이해충돌 방지. <언론윤리TALK>, 15, URL: [http://m.journalist.or.kr/m/m\\_article.html?no=52074](http://m.journalist.or.kr/m/m_article.html?no=52074)
- 송창한 (2023.1.19.). 김남배 돈거래 파문에 ‘언론인 이해충돌방지법’ 발의 돼. <미디어스>, URL: <https://www.mediaus.co.kr/news/articleView.h>

tml?idxno=303384

- Davis, C. & Craft, S. (2000). New Media Synergy: Emergence of Institutional Conflicts of Interest. *Journal of Mass Media Ethics* 15(4), 219-231.
- Davis, M. (1982). Conflict of Interest. *Business & Professional Ethics Journal* 1, 17-27.
- Davis, M. (1993). Conflict of Interest Revisited. *Business & Professional Ethics Journal* 12(4), 21-41.
- Díaz-Campo, J. & Segado-Boj, F. (2015). Journalism ethics in a digital environment: How journalistic codes of ethics have been adapted to the Internet and ICTs in countries around the world. *Telematics and Informatics* 32, 735-744.
- Ki, E-J., Choi, H-L., & Lee, J. (2012). Does Ethics Statement of a Public Relations Firm Make a Difference? Yes it Does!! *Journal of Business Ethics* 105(2), 267-276.
- Laor, T. & Galily, Y. (2020). Offline VS online: Attitude and behavior of journalists in social media era. *Technology in Society* 61, 101239.
- Lichtenberg, J. (1990). Truth, Neutrality, and Conflict of Interest. *Business & Professional Ethics Journal* 9(1/2), 65-78.
- Lipworth, W., Kerridge, I., Sweet, M., Jordens, C., Bonfiglioli, C. & Forsyth, R. (2012). Widening the debate about conflict of interest: addressing relationships between journalists and the pharmaceutical industry. *Journal of Medical Ethics* 38(8), 492-495.
- Luebke, N. R. (1987). Conflict Of Interest as a Moral Category. *Business & Professional Ethics Journal* 6(1), 66-81.
- McManus, J. (1992). Serving the Public and Serving the Market: A Conflict of Interest? *Journal of Mass Media Ethics* 7(4), 196-208.
- Richards, I. (2004). Stakeholders Versus Shareholders: Journalism, Business, and Ethics. *Journal of Mass Media Ethics* 19(2), 119-129.
- Tambini, D. (2013). Financial Journalism, Conflicts of Interest and Ethics: A Case Study of Hong Kong. *Journal of Mass Media Ethics* 28(1), 15-29.

## ■ ABSTRACT

---

### Journalism ethics and conflict of interest

#### - A conceptual analysis and a review of national and international codes of ethics -

Minjeong Kim

Ph.D., Professor, Division of Media and Communication,  
Hankuk University of Foreign Studies

This study aims to examine the concept of conflict of interest in the context of journalism ethics by determining how conflicts of interest are conceptualized in national and international academic discussions and what the key elements of the concept are and analyzing the conflict of interest provisions in national and international journalism codes. The main findings of this study are as follows. First, the essence of conflicts of interest lies in the relationship and trust between the public and the media, which should be understood during actual conflicts or situations appearing as conflicts of interest. Second, ways to avoid conflicts of interest are either limiting or prohibiting certain actions or reporting or disclosing certain matters. Third, media outlets, aside from individual journalists are subject to conflicts of interest. In addition, Korean code of journalism ethics states the associations of journalists may be subject to conflicts of interests. Fourth and last, private interests that interfere with journalists' ability to investigate and report from the public interest perspective and fulfill their journalistic duties can be broadly divided into economic and sociopolitical interests. In this study, national and international codes of journalistic ethics were compared by

classifying the types of conflicts of interest of journalists into four categories and found that most of the conflict of interest regulations in national codes of journalistic ethics are detailed regulations related to the economic interests of individual journalists and situations where conflicts of interest arise because of the economic interests of media organizations. Considering that the current laws on journalists' conflicts of interest—the “Financial Investment Services and Capital Markets Act” and the “Improper Solicitation and Graft Act”—also restrict or prohibit a range of behaviors arising from a journalist's economic interests, it can be seen that both Korean code of journalism ethics and Korean laws focus on issues arising from the pursuit of economic interests and specify conflicts of interest, a gap that needs to be addressed given the constant criticism of the partisanship of the Korean media. In addition, consideration should be given to adding detailed regulations on the types of conflicts of interest arising from political and social interests to the Korean media ethics regulations. Thus, the concept of conflict of interest in journalism should be understood in a professional or public service context that focuses on relationships and trust. Efforts should be made to avoid actual or perceived conflicts of interest in various situational contexts.

Keywords: Media Ethics, Conflict of Interest, Code of Ethics

[ 논문투고일 2023. 3. 5.    논문수정일 2023. 4. 3.    게재확정일 2023. 4. 5. ]