

언론 사람

인터뷰

유애리 아나운서

미디어트렌드

브랜드 저널리즘

옛 그림과 차 한잔

세상일 뒤로 하고 첫 梅花
보러가세

2017
Vol.201

3

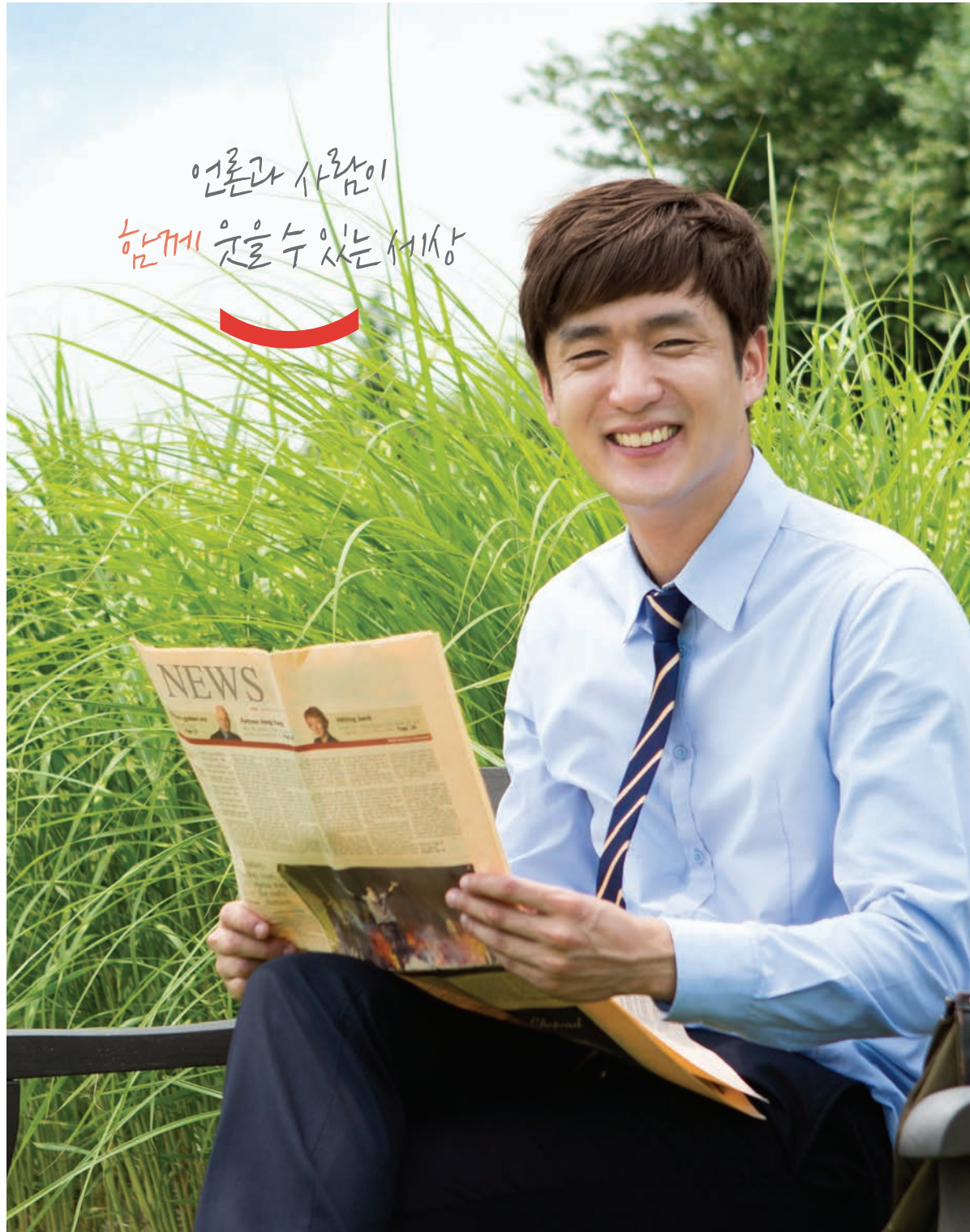




사진 강의를 10년 넘게 하면서 많은 질문을 받았다. 가장 잦은 것은 “어떤 카메라가 더 좋아요?”이지만 “사진 찍으려면 어디로 가는 것이 좋아요?”도 왕왕 나온다. 첫 번째 질문은 예산에 맞춰 안내해드린다. 물론 특정 브랜드를 권하진 않는다. 후자는 날씨를 따져본다. 해가 나고 춥지 않다면 서울어린이대공원을 권하고 비가 올 수도 있고 춥다면 국립중앙박물관을 권한다. 이곳은 전천후 촬영이 가능한 장소다. 삼각대와 플래시는 안 된다. “동물원에 가면” 뭐든 뭐든 있듯이 박물관에 가면 유물이 천지다. 관람객들이 끓이지 않는다. 선과 도형과 문양이 아름다우니 박물관 구조 자체가 하나의 볼거리다. 스토리텔링의 3요소가 모두 있다는 뜻이다. 그리고 운이 좋다면 선녀를 만날 수도 있다. 토끼 귀 모양의 선녀머리가 선명하다. 용케 옷을 되찾아 하늘로 돌아가는 모양이다. 나무꾼은 어쩌라고. 초겨울 오후 4시였다.

CONTENTS

2017 March Vol.201

홈페이지 www.pac.or.kr

언론중재 Eye-Net people.pac.or.kr

 pacblog.kr

 facebook.com/pacnews

 twitter.com/pac_news

발행인 박용상

편집인 권우동

발행일 2017년 3월 1일

등록 2016년 9월 23일 서울중, 라00646

발행처 언론중재위원회

서울 중구 세종대로 124 프레스센터

빌딩 15층

T 02-397-3114 F 02-397-3069

구독신청 홍보팀 T 02-397-3082~4

편집·디자인 (주)계문사 T 02-725-5216

※ 본지는 '방송통신위원회 방송통신발전기금'을
지원받아 제작한 것입니다.

※ 저작권법에 따라 본지 기사의 무단 복제와
전재 및 상업적 이용을 금합니다.

02 클로즈업

04 인터뷰

유애리 아나운서

06 미디어트렌드

브랜드 저널리즘: 디지털 세상의 중심에서 콘텐츠를 외치다

07 심리학브런치

가장 좋은 스트레스 관리법은 없다

08 연중노트

그가 이 논쟁을 멈추지 못하는 이유

10 세상읽기

당신의 가방을 내게 보여다오 그러면 당신이 누구인지 말해주겠소

11 언론법 이모저모

너는 누구냐? '기사형 광고'

12 영화 속 설득이야기

고정관념의 함정

13 옛 그림과 차 한잔

세상일 뒤로 하고 첫 梅花 보러가세

14 위원동정 / 위원회 뉴스

15 웹툰

언론중재위원회는 이런 일을 하고 있습니다.



상담

잘못된 언론보도로 인해
피해를 입은 경우,
조정·중재신청과 법적
절차를 포함한 종합적
피해구제 방안을 무료로
안내하고 있습니다.



조정중재

언론보도로 인한 피해자가
정정·반론·추후보도 또는
손해배상을 청구할 경우
조정·중재를 통해
분쟁이 원만히 해결될 수
있도록 도와드립니다.



시정권고

언론보도로 인한
개인적, 사회적, 국가적
법익 침해사실을 심의하여
필요한 경우 언론사에
시정을 권고합니다.



선거기사심의

공직선거법에 따라
선거가 실시될 때마다
선거기사심의위원회를
설치하여 선거기사의 공정성
여부를 심의합니다.



교육

언론피해구제 및
예방교육을 실시하고,
분쟁해결 전문연수 과정과
청소년 언론중재스쿨을
운영하고 있습니다.



균형 잡힌 방송의 맛, 절제와 신중함

유애리 아나운서

1981 KBS 8기 공채 아나운서
2009 제36회 한국방송대상 아나운서상 수상
2010 문화포장 수상
2014. 6 ~ 2015. 4 KBS 제주방송총국장
2015. 4 ~ 2016. 5 KBS 편성본부 아나운서실장

66

경쟁이 사회를 발전시킨다고 믿는 세상에서 사람들은 ‘스타’가 되기를 원한다. 그러나 묵묵히 자기 위치에서 최선을 다하는 ‘전문가’들이 있기에 세상이 유지되고 있는 것은 아닐까. 오는 3월 31일 위원회 창립 36주년을 맞아 역시 36년 경력의 현역 아나운서를 만났다. 1981년 KBS에 입사한 유애리 아나운서는 현역으로 활동 중인 최장수 아나운서 중 한 명이다. 아나운서를 ‘팩트 전달자’이자 ‘음성언어 전문가’로 정의한 유 아나운서에게서 언론의 정도에 관한 이야기를 들어보았다.

99

Q | 36년 동안 아나운서로 활동하고 계십니다. 방송 환경의 변화를 체감하고 계실텐데요, 가장 큰 변화는 어떤 점인가요?

A | 예전에는 아나운서들의 선호도 1순위 프로그램이 FM라디오 클래식 방송과 뉴스였다면 지금은 대중의 주목을 많이 받는 예능 프로그램과 뉴스예요.

표현도 훨씬 자유로워졌죠. 개인적인 감정은 최대한 절제하고 공정성과 균형성 유지에 힘을 쏟았어요. 간혹 청취자 게시판에 진행자가 너무 맛있다고 양비론적인 것 아니냐 하는 비판이 올라왔을 정도예요. 청취자 입장에서 답답하게 느껴졌을만 해요. 하지만 저는 진

행자가 개인적인 의견을 표출하면 프로그램의 생명력이 없어진다고 생각합니다.

방송은 ‘밥’과도 같아요. 사람들은 하루 세 끼 밥을 먹듯 방송을 보거든요. 사실과 의견이 뒤섞이면 청취자는 혼란스러울 수 있어요. 공정한 정보를 전달하는 것이 애청자들에 대한 예의라고 생각합니다. 그런 의미에서 요즘 방송은 융합한 것 같아요. 사실과 의견의 구분이 모호한 위태로운 분위기를 조장하고 즐기죠. 그만큼 언론중재위원회에 갈 준비가 되어있다는 뜻이겠죠?(웃음) 이미 자각적인 것에 길들어 버렸지만 정도를 걷는, 균형 잡힌 방송이 필요하다고 생각합니다. 진행자는 팩트를 전

달하고 판단은 시청자의 몫이죠.

Q | 방송으로 접하는 아나운서의 모습은 언제나 안정적이고 완벽해서 비현실적인 감마저 있습니다.

A | 방송이 끝나면 ‘이 질문을 했어야 하는데’, ‘이 멘트는 양보했어야 하는데’, ‘게스트를 더 잘 리드했어야 하는데’ 등 아쉬움이 많이 남아요. 방송이 잘 안 풀린 날은 속상해서 집에 들어가기도 싫을 정도죠. 제작진, 동료 진행자, 출연자와 완벽하게 합이 맞아야 좋은 결과물이 완성되기 때문에 세심하게 신경 쓸 부분이 많은 직업입니다.

동료나 프리랜서 아나운서와의 경쟁도 큰 스트레스죠. 빨리 프로그램을 내 것으로 만들고 잘 정착해야 한다는 생각으로 하루하루를 보냈던 것 같아요. 화면 속에서는 흐트러짐이 없지만 화면 밖에서 노심초사하는 모습이 마치 '백조' 같다고 할까요.(웃음)

Q | 여성 아나운서로서 어려움도 많았을 것 같습니다. 어떻게 극복하셨나요?

A | 육아문제로 위기가 오기도 했고, 조직생활을 하면서 경험할 수 있는 모든 일을 겪었어요. 산전수전, 공중전을 겪으니 오기가 생기더라고요. 버티면 끝이 보이겠지 했죠. 끝나갈 무렵이 되니 보직을 맡기도 하고 기회가 오긴 오더라고요. 또 지금 생각해도 참 잘했다 싶은 일도 있어요. 1994년 여자 아나운서로서는 전무후무한 노조전임자를 맡았을 당시, 직장 내 어린이집을 만들었어요. 물론, 지난한 설득 과정이 필요했죠. 전업주부 가정의 남자 직원들의 반대가 특히 심했거든요. 그렇게 설립된 어린이집은 아직도 잘 운영되고 있으며 대가자가 많을 정도로 경쟁이 치열하다고 하더라고요.

Q | 2009년 KBS 1라디오 <집중인터뷰>를 진행할 당시, 한국방송대상 아나운서상을 수상하셨습니다. 특별한 인터뷰 기법이나 커뮤니케이션 노하우가 있는지 궁금합니다.

A | 저는 게스트의 말문을 띄우기 위해 엉뚱한 질문부터 합니다. 변두리에서 핵심으로, 쉬운 이슈에서 어려운 이슈로 옮겨가면서 질문하죠. 그리고 무엇보다 상대방의 말을 잘 듣는 것이 중요합니다. 말을 많이하기보다는 잘 듣는 것이 좋은 인터뷰의 비결이라 생각합니다.

Q | 아나운서계의 대선배로서 후배들이 꼭 지켜주었으면 하는 가치가 있다면, 무엇일까요.

A | 아나운서라면 누구나 음성언어 분야의 전문가가 되어야 합니다. 1927년 경성방송을 시작으로 축적된 선배 아나운서들의 음성 커

뮤니케이션 노하우가 1988년도에 표준어 규정으로 완성되었어요. 간혹 표준어 사용을 불편해하고 '왜 내 고향 말이 변방 취급을 받아야 하느냐'하는 분들도 계신데 표준어는 인공어예요. 수도 서울을 중심으로 한국어의 공통분모를 찾은 거죠. 서울

방언도 표준어가 아닙니다. 아나운서는 방송을 통해 우리말의 기본과 중심을 찾아가고 또 보존해야 할 중요한 의무가 있어요. 입사 직후부터 선배들과 방송을 모니터하면서 틀린 호흡과 강조점을 짚어보고, 말의 고저·장단을 하나씩 따져가며 훈련했어요. 그런 과정을 거쳐야만 자연스러운 표준어 구사가 가능해 집니다.

Q | 오래 전이지만 신청인으로 위원회에 오신 적이 있습니다. 어떤 사연으로 오게 되셨는지 또한 언론조정중재제도를 직접 경험해본 소감이 궁금합니다.

A | 아무리 언론사 직원이라도 겪어봐야 그 역을 알겠더라고요. 1980년 언론통폐합으로 CBS, 동아방송, 동양방송 그리고 KBS까지 4개의 방송국을 합쳐 아나운서가 120명에 달했어요. 그래서 그 해에는 아나운서를 뽑지 않을 거라는 생각에 국정원, 당시 안기부의 아나운서로 입사했죠. 그런데 얼마 지나지 않아 KBS 채용공고가 난 거예요. 지상파 방송에 욕심이 났던 저는 KBS에 지원했고, 합격 통보를 받았어요. 그런데 사표 처리가 지연되면서 두 달간의 집체연수를 참석하지 못한 거죠. 우여곡절 끝에 공채 과정을 거쳤지만 특채로 입사한 모양새가 된 것이죠. 2005년 한 언론사에서 이러한 과정을 두고 의혹을 제기했어요. 기사를 보니 동사 사용이 재밌더라고요. 의혹을 제기하는 사람들의 말은 '밝히다', 제가 하는 모든 말은 '주장하다'로 표현됐더라고요. '주



장하다'와 '밝히다'는 천지차이잖아요?

법을 전공한 회사 동료의 조언으로 언론중재위원회에 조정을 신청했어요. 제가 일일이 대응하는 것은 불가능했을텐데, 도움을 줄 곳이 있다는 사실에 감사했죠. 입사 당시의 모든 기록이 회사에 남아 있어 충분히 의혹에 대해 해명할 수 있었고, 좋은 결과까지 얻어서 너무 다행이었어요. 잘못된 내용을 바로잡지 못했다면 아직까지 낙인이 따라다녔을 거예요. 이 일을 겪고 난 뒤부터는 더욱 신중한 태도로 방송에 임하게 되었어요. 작가의 대본을 그대로 읽기보다는 꼼꼼한 자료조사과정을 거쳐 제 스스로 확신이 생겨야 입이 떨어지더라고요.

Q | 곧 정년퇴직을 앞두고 계신데, 향후 계획이 궁금합니다.

A | 대한민국에서 36년 월급쟁이 했으니 환원해야죠. 음성언어와 관련해 대학원 강의와 특강도 하고 있는데 제가 가지고 있는 것을 전하고 싶습니다. 무엇보다 퇴직 전까지 '책 1000권 읽기'를 목표로 하고 있어요. 3년 전부터 해왔는데, 작년에는 330권, 거의 매일 한 권씩 책을 읽었어요. 장르는 가리지 않고 읽어요. 어느 책이든 저자의 역작이잖아요? 배울 점이 반드시 있습니다. 현재 900권 정도 읽었으니 남은 100권을 위해 열심히 달려가야죠. 1000권을 채우면 어떤 세상이 열릴지 몹시 궁금합니다.

브랜드 저널리즘:

디지털 세상의 중심에서
콘텐츠를 외치다

“레드불은 어쩌다 에너지 드링크를 판매하게 된 미디어회사다
(Red Bull is a media company that happens to sell energy drinks).”

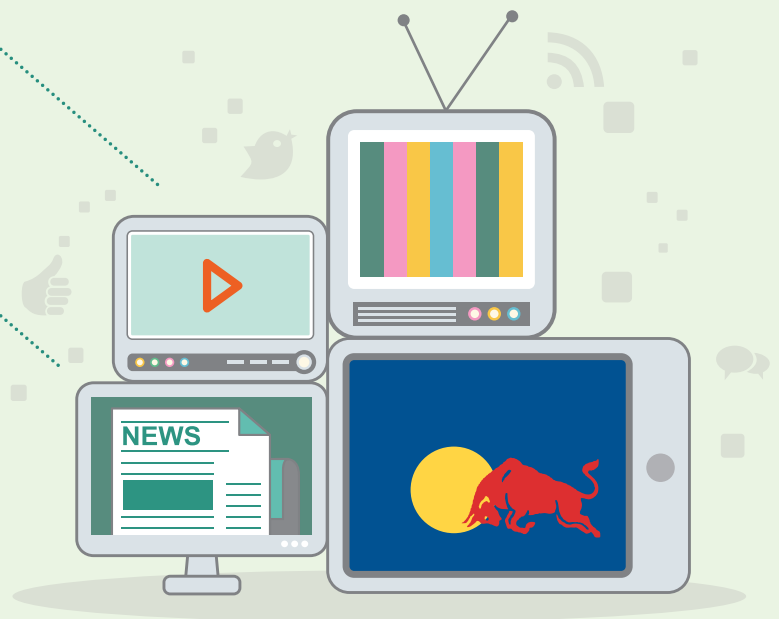
레드불의 창업자 디트리히 마테시츠 회장이 했던 말이다. 약간의 농이 섞인 발언이지만, 레드불은 실제 지난 2007년 자회사인 레드불 미디어하우스(RBMH)를 설립하고 마케팅 예산의 3분의 2 이상을 콘텐츠 제작 및 관리에 투자하고 있다. 이 회사가 만든 사이트인 레드불TV는 익스트림 스포츠를 다루는 전문 채널로 자리 잡았다. 에너지 드링크 하면 떠오르는 활동적인 스포츠들을 자신들의 콘텐츠에 녹여 내면서 레드불은 ‘브랜드 저널리즘’의 대표 사례 격이 됐다.

브랜드 저널리즘은 맥도날드의 글로벌 마케팅 총괄을 역임한 래리 라이트가 2004년 처음 사용했던 말로 기업 브랜드 스스로가 미디어가 되는 걸 골자로 한다. 독자들이 믿고 좋아할만한 브랜드 콘텐츠를 생산하고, 기업이 보유한 미디어를 중심으로 배포·확산하는 것이 핵심 개념이다. 자화자찬식 홈페이지나 자사 제품과 서비스에 대한 설명을 지루하게 늘어놓는 방식은 지양된다.

콘텐츠 신뢰도는 독자와 장기적 관계 구축을 위해 꼭 확보돼야 하는 요소다. 때문에 기존 언론이 뉴스를 생산하는 방식을 기업 콘텐츠 제작에도 적용시켜야 한다는 목소리가 나온다. 객관성과 사실성을 담보로 하기 위해서다. 실제 기자들을 채용해 운영하는 사례도 빈번하다.

브랜드 저널리즘이 등장할 수 있었던 배경에는 미디어 지형 변화가 자리한다. 전통미디어가 주도권을 잃은 데다, 소셜네트워크서비스의 등장으로 브랜드가 중간 전달자 역할을 하는 기존 미디어를 건너뛰고, 대신 그들 스스로 자신의 미디어를 구축하는 게 가능해졌기 때문이다.

2000년대 중반부터 북미 디지털 커뮤니케이션 업계에서 널리 회자되기 시작한 이 개념은 이제 국내로도 토양을 확대하고 있다. 삼성전자는 일찍부터 자사 블로그를 ‘삼성전자 뉴스룸’으로 바꾸고 보다 브랜드 저널리즘을 위한 선도적 모양새를 갖췄는가 하면, SK그룹은 지난해 4월 기존 기업 블로그를 ‘미디어SK’로 바꿨다. CJ그룹도 자사 홈페이지를 ‘크리에이티브 저널’로 변경해 운영 중이고, 신세계도



룹은 홈페이지를 없애고 ‘SSG블로그’로 통합해 여러 콘텐츠를 실어 나르고 있다.

연이은 시도에도 불구하고, 국내 브랜드 저널리즘은 아직 도입 단계에 있는 것이 현실이다. 하드웨어 격인 시스템은 갖췄지만, 콘텐츠 전략은 부재하다는 평가가 지배적이다. 글로벌 기업과 비교 시 투입되는 예산도 미약한 수준이다.

그럼에도 주요 기업들의 변화 움직임은 주목할 만하다. 일례로 현대자동차그룹은 지난 2015년부터 ‘소셜 편집국’을 꾸려 운영하더니, 최근에는 텍스트·이미지 중심의 디지털 매거진인 ‘HMG 저널’과 영상 중심 채널인 ‘HMG TV’를 새로 오픈했다. 디지털에서 서로 다른 방식으로 소비되는 콘텐츠 특성을 반영해 채널 자체를 콘텐츠 유형별로 이원화한 시도다.

현대카드도 지난해 3월부터 자체 미디어 ‘채널 현대카드’를 운영하고 있다. 텍스트 없이 오로지 영상 콘텐츠로만 구성된 것이 특징이다. 취향을 주제로 배틀 토론을 펼치고, 유명 뮤지션이 나와 보이는 라디오를 진행하는 모습은 얼핏 현대카드와 직접적 관련은 없어 보이지만, 이런 일련의 콘텐츠에 자사만의 문화적 감성과 독특성을 담아낸다는 전략이다.

기업에서 만든 콘텐츠라면 색안경부터 끼고 보는 현실과 디지털 시대 범람하는 콘텐츠 속에서 사람들의 선택을 받는 길은 쉽지 않지만, 당분간 도전은 이어질 듯하다. 광고가 아닌 유용한 정보, 취향을 저격하는 콘텐츠로 쌓은 신뢰와 호감은 오래도록 향기를 남기기 때문이다.

가장 좋은 스트레스 관리법은 없다



힐링 열풍이 불면서 스트레스를 푸는데 무엇이 좋다, 우울증 예방에 무엇이 좋다는 얘기가 많이 나옵니다. 소셜네트워크서비스나 방송에서 어떻게 하라는 이야기를 들으면 똑같이 해볼까 하는 생각이 들기도 하고요. 예전보다 마음 건강에 많은 사람들이 관심을 갖게 되었는데 점에서는 참 좋습니다. 그러나 스트레스를 관리하기 위해 해야 하는 일이 너무 많아서 스트레스를 받는다는 이야기가 나올 정도로 스트레스 관리법 홍수의 시대에 살고 있는지도 모릅니다. 내 기질과 상황에 따라서 스트레스 관리 방법은 다를 수 있는데 남들처럼 하다가 더 힘들어질 수도 있습니다.

누구에게나 좋은 스트레스 해소법이 있다면 그건 '운동'입니다. 수많은 연구에서 이것이 있습니다. 아이부터 어르신까지, 지금 건강한 사람이나 병을 앓고 있는 사람이나 상관없이 말이죠. 근육을 만들거나 살을 빼려면 꾸준히 해야 하지만, 스트레스를 해소하기 위해서라면 단 한번이라도 효과를 볼 수 있다고 하니 얼마나 좋습니까.

사실 운동이라는 것은 다양한 활동을 합친 단어입니다. 논문을 봐도 걷기, 달리기, 자전거 타기, 수영, 요가, 헬스, 춤 등 여러 가지 운동에 따라 좋아지는 부분이 각기 다릅니다. 운동을 해도 기분이 전혀 나아지지 않는다는 분들은 지금 하고 있는 운동이 안 맞아서 그럴 수 있으니 종류를 바꿔 볼 필요가 있습니다. 실

내/실외, 무산소/유산소, 경쟁/비경쟁 등에 따라 다를 수 있습니다. 저 같은 경우 운동 결심이 돌아나 헬스 1년 치를 등록했다 후회했습니다. 아무리 추위도 야외에서 걷거나 자전거 타기 등을 해야 스트레스가 풀리더군요. 제가 좋았으니 하라고 말씀드리는 것이 아닙니다. 저와 반대로 바깥 운동은 싫고 헬스장이 삶의 낙인 분도 있습니다. 할 때 너무 재미없다면 꾸준히 하기 어려울 수 있으니, 조금 해볼 기회를 가지세요. 처음부터 과도한 비용을 투자하지 않는 게 좋습니다. 등산을 해볼 결심이라면 낮은 산부터 가보고 등산화부터 서서히 구매해야지 처음부터 등산복을 짝 다 구매한다면 들인 비용 때문에 다른 것을 쉽게 도전하기 어렵겠죠.

스트레스를 푸는데 있어 내향성이나 외향성과 같은 내 기질에 맞는 방법이 중요합니다. 내향적인 사람은 혼자 있을 때 에너지를 충전하고, 반대로 외향적인 사람은 다른 사람들과 어울려 지내는 시간으로 활력을 얻습니다. 외향적인 사람은 며칠 연속으로 힘든 일을 하고 나서 몸이 완전히 지친 상태라도 좋아하는 사람들과의 모임에 나가는 게 좋을 가능성이 높습니다. 반면, 내향적인 사람은 혼자만의 시간이 꼭 필요하므로 굉장히 활동적인 취미라도 혼자 하는 것이 더 스트레스 해소에 도움이 됩니다. 우울하다고 무조건 사람을 많이 만나야 하는 것은 아닙니다. 오히려 사람을 만나서

더 기운이 없어지는 경우는 되도록 혼자 활동하는 시간을 가지라고 합니다. 물론 몸이 아플 때가 아니라 마음이 아플 때 누워서 가만히 기다리는 시간은 누구에게나 좋지는 않습니다.

직업과 관련 없는 스트레스 관리도 중요합니다. 저 같은 정신과의사에게는 심리 관련 서적을 읽는 것은 공부나 다름없기 때문에, 스트레스를 받을 때 그런 책을 절대 읽지 않습니다. 인간의 심리 묘사가 탁월하다는 극찬이 있는 영화도 마찬가지로 읽습니다. 요리사이신 분이 친구가 맛있는 것을 사준다고 길래 유명한 맛집에 갔다가 오히려 비교를 하며 스트레스를 받기도 했고, 음악 전공자는 음악을 들으면서 거기에 대한 생각을 하기에 스트레스를 풀기 어렵습니다. 밥벌이와 상관없는 분야로 스트레스를 푸는 게 좋습니다. 내가 일하는 분야와 연결이 되어 있다 보면, 막상 스트레스 풀다고 뭔가 열심히 하고 비용과 시간을 투자했는데 사실상 논다고 믿었던 시간에 일을 한 꼴이 됩니다. 정말 지금 쉬고 있는 것이 맞는지 확인할 필요가 있습니다.

남들이 아무리 좋다고 해도 내가 해봐서 아니면 아닌 것입니다. 나에게 제일 효과적인 방법을 찾기 위해 여러 가지를 해 보고 실제 해봤을 때의 느낌을 기록하고 비교하는 것도 도움이 됩니다. 가장 귀한 정보는 현재의 말도 아니고 다른 사람들의 추천도 아닌 나의 경험입니다.

그가 이 논쟁을 멈추지 못하는 이유

"당시 나는 모 대학 법학과 학생이었다. 과제 때문에 B대 교수를 만나 이동하던 중 갑자기 학생들에 의해 끌려갔고, 그들은 나에게 프락치임을 자백하라고 강요했다. 그런데 언론사는 이를 두고 'B대 프락치 사건'으로 명명해 사실을 왜곡하고, 나의 명예를 훼손하고 있다. 'B대 민간인 고문·조작·왜곡·명예훼손·인권유린 사건'으로 불러 달라"

해당 용어의 정정을 요구하며 1994년부터 2006년까지 30건 이상의 조정을 신청해 온 A씨의 주장이다.

보도에 언급된 'B대 프락치 사건'은 1983년으로 거슬러 올라간다. 1983년 12월 정부가 '학원자율화 조치'를 발표하면서 학생운동으로 수감되었던 학생들은 학교로 돌아왔고 전두환 정권은 학내의 경찰들도 철수시키기로 했다. 하지만 경찰들의 옷만 사복으로 바뀌었을 뿐, 정부 감찰요원의 투입방식은 더욱 은밀해졌는데, 이 감찰요원을 부르는 명칭이 바로 '프락치'¹⁾였다. B대의 학생들은 이 프락치들을 잡으려고 혈안이 되어있었는데, 1984년 9월 사건이 발생했다. 프락치로 오인 받은 4명이 학생들에 의해 연행돼 조사를 받는 과정에서 폭행과 고문을 당한 것이다. 이후 사건에 가담한 B대 학생들은 수사기관에 체포되거나 구속 후, 징역 판결을 받았다.

A씨가 조정을 신청한 보도는 사실 위 사건에 대한 내용이 아니었다. 당시 B대 운동권 핵심간부였던 사람 중 한 명이 세미나를 개최한다고 보도하며 문제된 용어를 언급한 것이다. A씨는 'B대 프락치 사건'이라는 용어 사용만으로도 자신의 명예가 훼손되었다고 주장했다.

반면 언론사 측은 "'B대 프락치 사건'은 우리가 지어낸 말도 아닙니다. 포털에 치면 줄줄이 검색되는 관용적 명칭인데, 이를 정정하고 손해배상까지 하라고요?"라며 해당 용어 사용만으로 신청인의 명예가 훼손되었다는 것이 지나친 비약이라는 반응이었다.

언론보도로 인한 명예훼손이 성립되려면 '당사자'의 '사회적 평가가 저하'될 만한 '구체적 사실의 적시'가 필요한데, 해당 용어의 사용만으로 A씨에 대한 명예훼손이 성립하는지 여부는 중재부의 판단이

1) 러시아 말 fraktsiya가 그 어원으로 정당이 대중단체 내부에 조직하는 당원조직. 넓게는 밀정, 첩자와 같은 뜻으로 쓰임



필요한 부분이었다.

몇 해 전, '중복'이란 호칭이 명예훼손에 해당되는가에 대한 논란이 있었다. 특정 정당의 당대표 부부를 '중복'이라고 표현한 정치평론가에게 명예훼손으로 인한 배상책임을 인정한 판결이 그것이다. 판시에 의하면 "중복이란 부정적·치명적인 의미를 갖는 용어"로 "중복으로 지목될 경우 반사회 세력으로 몰리고 사회적 명성·평판이 크게 손상되기 때문에 명예훼손이 된다"는 견해였다.

그렇다면 해당 사건에서 'B대 프락치 사건'이라는 용어의 사용이 사실 적시인지, 단순 의견·평가인지 구별하고, 의견 내지 평가에 해당한다면 일반적으로 허용되는 비판의 도를 넘은 심히 모욕적·경멸적인 인신공격에 해당하는지 여부에 대한 검토가 필요했다.

심리 당일, 정정보도와 손해배상을 주장하던 A씨는 중재부의 신청 취지 확인 과정에서 반론보도만 청구하기로 했고, 언론사도 A씨의 주장을 받아들임으로써 사건은 원만하게 합의되었다.

예상보다 원만하고 신속히 합의된 사건이지만 해당 표현이 명예훼손에 해당하는지 여부에 대한 충분한 논의가 선행되지 못해 아쉽다. 그러나 담당 조사관으로서 부정적 가치판단이나 의견의 표현은 그러한 비난을 위한 최소한의 사실적 근거가 필요하고, 개인에 대한 인신공격이 될 수 있는 문구는 '통상적 용어'나 '관용적 문구'라 하더라도 신중을 기해야 할 것이라는 생각이 들었다. 비록 합의서 내용에는 포함되지 못했지만 언론사는 앞으로 해당 용어의 사용에 있어 주의를 기울이겠다는 호뜻한 답변을 해주었다.



당신의 가방을 내게 보여다오, 그러면 당신이 누구인지 말해주겠소!

얼마 전부터 내겐 새로운 습관이 생겼으니 그것은 가방을 유심히 관찰하는 것이다. 중재위원이 되면서 심리에 참석하기 위해 온 사람들의 얼굴보다 그들의 손에 들고 있는 가방을 먼저 보게 된다. 남녀가 다르고 직업이 상이한 만큼 손에 들고 있는 가방의 모양과 디자인이 제각각이다. 변호사들은 중후한 서류 가방을 휴대하고 있고, 기자들은 가벼운 컴퓨터가 들어있는 백팩, 젊은 세대들은 발랄한 예코백, 그리고 여성들은 핸드백이 주류다. 물론 성공하거나 부유한 사람들의 손에서는 종종 에르메스, 샤넬 같은 명품 핸드백이 보이지만, 내가 관심을 갖는 것은 상표가 아니다. 여행 세계 챔피언이라는 독일인들의 말이 내 심정이다. “당신의 가방을 내게 보여 다오. 그러면 나는 당신이 누구인지, 어떤 사람인지 말해주겠소!”

이 말은 이탈리아 사람들이 “당신이 먹는 음식을 내게 보여 다오. 그러면 나는 당신이 누구인지, 어떤 사람인지 말해주겠소!”를 패러디한 것인데, 이탈리아 사람들의 삶에 음식이 차지하는 비중이 절대적이듯 독일인들에게 가방은 특별한 의미를 지닌다. 어쩌면 그것은 민족의 이동을 했던 DNA가 아직도 핏속에 남아있기 때문인지 모른다. 케네디 전 미국 대통령과 염문설에 휩싸였던 독일의 전설적 배우 겸 가수 마를렌느 디트리히는 생전에 ‘나는 베를린에 가방을 하나 두고 왔다네’라는 유명한 노래를 남겼다. 이 노래에서 가방은 단순히 물건을 넣고 다니는 감정이 없는 도구가 아니었다. 추억과 사랑, 아쉬움과 그리움을 담은 무형의 메타포라고 할 수 있다. 그래서 두고 온 그 가방을 찾으려 간다는 핑계를 대고 베를린이라는 운명의 도시를 찾지 않으면 안 되게 만든다는 뜻이었다. 한국의 소설가 배수아 역시 가방과 관련해 비슷한 심정을 말한 적이 있었다. “일생 동안 여행 자체는 한 번도 나를 매혹시키지 못했다. 내 가슴을 뛰게 한 것은 내가 항상 여행가방 속에 넣어두고 갔던 어떤 종류의 감정이었다.”

어쩌면 가방은 남들에게 공개되지 않은 은밀한 모습을 가장 가까운 자리에서 지켜보았고, 그러하기에 주인의 이야기를 가장 잘 알고 있으리라. 가방은 그런 점에서 비밀스런 스토리텔링 상자라고도 할 수 있다.

나이가 바뀌고 직업이 달라짐에 따라 손에 든 가방도 달라진다. 나 역시 초년병 기자 때와 특파원 시절의 가방이 바뀌었다가 CEO 시절에는 출장 때를 제외하고는 웬만해서는 손에 가방을 드는 일이 없었다. 그러다가 대학에서 학생들을 가르치고 공공기관 강연을 하게 되면서 손에 다시 가방을 들게 되었다. 어떤 이들에게 가방은 자기 정체성의 표시이고 자신을 설명하는 디자인이겠지만, 내게 더 중요한 것은 그 안에 들어가는 내용물이다. 지금 내 가방 안에는 강의자료, 생수병, 필기 도구, 휴대전화 충전기, 명함, 그리고 가끔은 간단한 샌드위치 같은 것들이 들어있지만, 옛날 학창시절 나의 가방 안에는 밤새 써놓고도 미처 보내지 못한 뜨거운 편지가 있었고, 직장 생활할 때의 가방 안에는 ‘사직서’라는 글씨가 선명한 봉투가 들어 있었다. 가방은 그러한 나의 나약한 모습도 지켜보았을 것이다.

이제 봄이다. 계절이 바뀌면 가방도 바뀌고, 그 안에 들어있는 것도 바뀐다. 겨울 동안 무거운 것들을 비워내고 새로운 것으로 채워 넣을 때다. 지난 몇 년 사이 나는 아는 것에 비해 너무도 많이 떠들어낸 것 같다. 배운(learned) 사람이 아니라 배우는(learning) 사람으로 다시 돌아가고 싶다. 그러기 위해서는 가방 안에 건강 보조제만 챙겨 넣을 것이 아니라 새로운 것을 넣어 다닐 일이다. 어찌 보면 가방 안에 무엇을 넣어 갖고 다니느냐에 따라 콘텐츠가 달라지고, 더 나아가 향후 10년의 인생이 달라질 테니까. 무기력한 삶에 신선한 꿈을 원한다면 무엇보다 지금 당장 가방 속을 비울 일이다.



너는 누구냐? '기사형 광고'

기사와 광고는 한국과 일본이다. 이 무슨 뚱딴지같은 소리인가. 쉽게 말해, 가깝고도 먼 사이라는 뜻이다. 정보를 담고 있다는 점에서, 또 언론이 다룬다는 점에서 이 둘은 가까운 사이임이 분명하다. 그런데 좀 더 자세히 들여다보면 기사와 광고는 여러 가지 면에서 다르며 또 달라야 한다.

먼저, 진술의 주체라는 측면에서 기사와 광고는 다르다. 기사는 원칙적으로 그것을 게재한 언론사의 진술이다. 기사에서 다른 사람의 발언을 인용해서 보도할 수 있다. 그래도 역시 언론사의 말이다. 편집권한을 가지고 있는 언론사가 그 발언을 게재하기로 선택했기 때문이다. 이에 반해, 광고는 언론사 아닌, 광고주의 말이다. 언론사는 그저 돈을 받고 자신의 지면 혹은 방송시간의 일부를 광고주에게 내주었을 뿐이다.

다음으로, 사실 확인 의무의 존부다. 이것은 누구의 말인지와 밀접한 관련이 있다. 말이란 본래 말한 사람이 책임을 져야 하는 것이다. 기사는 언론사에, 광고는 광고주에 그 진위 여부를 확인할 의무가 주어진다.

대가의 지불 여부도 기사와 광고를 구분하는 중요한 지표다. 같은 지면에 실렸어도 광고는 돈이 될 수 있지만 기사는 돈이 될 수 없다. 끝으로, 사람들은 기사를 광고보다 더 신뢰한다. 관련 연구에 따르면, 같은 내용이라도 기사 형식으로 실렸을 때가 광고 형식으로 실렸을 때보다 내용적 신뢰도가 높은 것으로 나타났다.

기사와 광고 사이의 거리감은 법 규정에서 더욱 도드라진다. 신문법은 신문 편집인과 포털뉴스 기사배열책임자에게 독자들이 기사와 광고를 혼동하지 않도록 명확하게 구분해서 편집할 의무를 부과하고 있다(제6조 제3항). 언론중재위원회 시정권고 심의기준도 마찬가지다(제20조). 특수한 분야이기는 하지만, 의료법 역시 기사 형태로 표현되는 광고를 금지하고 있다(제56조 제2항 제8호).

이처럼 구분선이 선명한 기사와 광고지만 현실에서는 그렇지 못하

다. '기사형 광고'가 대표적인 예다. 명칭에서 알 수 있듯, 기사형 광고에서 기사와 광고는 혼재되어 나타난다. 때로는 기사 형식을 띤 광고로, 때로는 광고성 기사로 나타나는데 이 중에서 특히 문제가 되는 것은 '광고성 기사'다. 독자들이 평범한 기사로 착각할 가능성이 높다. 엄히 구분되어야 할 기사와 광고가 뒤섞였다는 점에서 기사형 광고가 규제를 피하기는 어렵다. 문제는 어떻게 규제할 것이냐다.

현재 기사형 광고에 대해 고려되고 있는 규제의 방향은 두 가닥으로 잡힌다. 먼저, '광고'로 보고 접근하는 것이다. 언론중재위원회 시정권고나 포털뉴스의 제휴 언론사 평가방식이 여기에 해당한다. 이미 보도된 것처럼 앞으로 포털과 제휴를 맺은 언론사들은 기사형 광고를 '뉴스'로 분류하여 송출하면 안 된다. 이러한 방침의 전제는 기사형 광고는 광고지 기사가 아니라는 것이다. 이렇게 되면 당장 언론사가 받을 수 있는 금전이 줄어든다는 점에서 효과적인 규제 방안이 될 것이다. 두 번째 방안은 '기사'로 보는 것이다. 기사로 본다는 것은 언론사가 사실 확인 의무까지 떠안아야 한다는 뜻이다. 기사형 광고의 내용이 허위이거나 문제되었을 때 언론사는 일반 기사와 유사한 법적인 책임을 져야 한다. 실제 법원은 기사형 광고가 문제되었던 사건에서 "신문사로서는 광고가 기사와 유사할수록 기사의 조사·확인 의무에 가까워지는 주의의무를 부담할 것"이라는 이유로 해당 언론사에 손해배상책임의 일부를 부과했다.¹⁾

기사형 광고를 기사로 볼 것인가, 광고로 볼 것인가. 쉽게 단정할 수 없는 문제다. 다만, 한 가지 분명한 것은 그것을 무엇이라 규정하든지간에 언론사는 거기에 상응한 책임을 져야 한다는 사실이다.

1) 서울고등법원 2015. 2. 6. 선고 2014나2000602 판결, 서울중앙지방법원 2012. 10. 10. 선고 2011가합127350 판결

고정관념의 함정

영화 <컨택트>(원제: Arrival)가 보여주는 ‘편견’ 내려놓기

지난 1월 개봉한 SF영화 <컨택트>는 언어학자 뱅크스 박사가 외계인 헵타포즈와 교감하는 모습을 보여줍니다. 우리는 이 영화를 통해 대화하는 당사자들 사이에 꼭 지켜야 할 ‘소통의 대원칙’을 발견할 수 있지요.

뱅크스 박사 대령님, 이 단어들 전부 마작의 패가 아닌가요? 세상에... 저들(중국)이... 헵타포즈와 얘기하려고 ‘게임’을 이용하는 거 같은데...

군인 대령 그래서?

뱅크스 박사 가령 영어 대신 체스를 그들에게 가르친다... 대화는 전부 게임이 될 테고 생각은 상대 의중에 따라 나타나죠. 승리 아니면 패배. 문제가 보이세요?

군인 대령 (심각하게) 음...

뱅크스 박사 “가진 게 망치뿐이면...”

군인 대령 “모든 게 못으로 보인다”

‘연장이라고는 망치밖에 없는 사람은 모든 문제에서 못을 본다.’

의사소통학자 파울 바츨라빅의 유명한 경구를 이 영화에서 만나게 되다니 놀랍습니다. 사람들은 각자 자신이 가지고 있는 어떤 틀, 다시 말해 자신의 편견으로 세상을 판단하는 방식에 익숙하다는 뜻이지요.

영화에서 뱅크스 박사를 제외한 다른 인간들은 ‘외계인’을 ‘해를 끼치는 존재’라고 생각하고 경계를 늦추지 않습니다. 중국의 생 장군은 그런 ‘편견’을 가진 대표적인 인물로 인간의 언어를 가지고 외계인에게 일방적인 최후통첩을 하기도 합니다. 그런데 우리가 상대방과 진정한 소통을 하고 싶다면, 우선 ‘상대에 대한 편견’을 버려야 합니다. 예를 들어 내가 설득해야 하는 사람이 일본인이라고 해서 그들 전부가 간접적인 화법을 좋아하는 것은 아닙니다. 혹은 저처럼 목소리가 큰 여자라고 해서 전부 성격이 드센 것도 아닙니다. 그럼에도 사람들은 한 두 마디 대화 끝에 ‘당신 같은 부류는 잘 알지’라며 착각에 쉽게 빠지곤 하지요.

또 하나는 ‘처해진 상황에 대한 편견’을 버려야 합니다. 영화에서 폭탄을 터트린 어느 미군처럼 상황을 ‘우리 편 대 너희 편’이라고 틀지어 버리면 상대를 설득하고 문제를 해결하는 일이 어려워지지요. 서로가 더



좋은 방법이 있을 것이라고 믿고 문제를 풀어간다면 의외로 상대를 설득하기가 용이해집니다. 상투적인 표현이긴 합니다만, 진심은 통하니까요.

군인 대령 뱅크스 박사, 다음 단어로 넘어가죠.

뱅크스 박사 (방제복과 안전장치를 벗으며) 외계인들이 나를 봐야죠. 그들이 나를 봐야 해요. (외계인들 가까이 가서) 이게 제대로 된 자기소개지.

뱅크스 박사는 외계인에 대한 편견도, 벌어지고 있는 상황에 대한 편견도 모두 내려놓고 그들에게 다가갑니다. 그리고 그들이 지구에 온 목적을 알기 위해 최선을 다하지요. 그녀의 노력이 성공했는지는 영화로 직접 확인하시죠.

과거 쿠바 미사일 위기 당시, 미국 케네디 대통령의 동생 로버트 케네디는 미국과 소련이 상호 설득해야 하는 상황에서 동료들에게 이렇게 말한 바 있습니다. “소련 측이 우리보다 더 호전적이라는 편견을 가져서는 안 됩니다. 그들도 전쟁을 하고 싶지 않을 것이고 우리 역시 마찬가지죠.” 그렇게 인류는 제3차 세계대전을 피할 수 있었습니다. 상대와 상황에 대한 편견을 버리고 접근하는 것이 왜 중요한 일인지 아시겠지요?

언제나 자기가 정해놓은 가설에 스스로 의문을 품어보시죠. 내가 가지고 있던 생각이, 혹은 어떤 틀이 틀릴 수도 있다는 성찰. 그것은 상대의 말을 오해 없이 잘 듣기 위한 출발점이고, 보다 폭넓은 문제 해결 방법을 찾을 수 있는 시작이 될 것입니다. 다시 한 번 강조하지만, 상대의 목소리가 크다고 해서 처음부터 ‘저 인간 호락호락하지 않겠는데’라고 단정한 후 접근하실 필요는 없습니다.

세상일 뒤로 하고, 첫 梅花 보러가세



심사정 <파교심매> 1766,
비단에 수묵담채, 115.0x50.5cm, 국립중앙박물관



심사정 <파교심매> 부분(당나귀 탄 선비)

아직 추위가 남아있는 늦겨울인가 봅니다. 높은 산등성이는 물론이고 나 못가지마다 잔설이 쌓여 있으니 말이지요. 화폭 아래에 당나귀를 탄 선비가 보이는군요. 쌀쌀한 날씨에 맞춰 도포를 덧입고, 산속의 개울을 막 넘으려 하네요. 선비를 따르는 시동은 긴 막대에 보파리와 거문고까지 끼고 뒤를 따릅니다. 이 선비, 분명 어딘가로 길을 재촉하는 게 틀림없습니다. 도대체 어디로 가고 있는 걸까요?

화폭 전체를 아주 멋들어지게 구성한 그림은 아늑하면서도, 적막한 겨울산의 서늘함이 느껴집니다. 궁금한 이야깃거리가 담겨있기도 하고요.

이처럼 ‘당나귀 탄 선비’가 등장하는 그림을 가리켜 ‘기려도(騎驢圖)’라고 합니다. ‘기려’장면은 중국, 일본 그림에도 자주 등장합니다. 물론 흥미로운 사의(辭意), 즉 스토리도 품고 있지요.

선비가 말(馬)이 아닌 당나귀를 타고 간다는 것은 두가지로 해석할 수 있습니다. 하나는 말을 장만하지 못할 정도로 빈한한 선비라는 뜻입니다. 또 당나귀를 탄다는 것은 어딘가로 급히 가는 게 아니라, 속세를 떠나 세상을 한가롭게 소요(逍遙)한다는 의미이기도 합니다. 두보의 시에 당나귀가 곧잘 나오는 것도 그 때문이지요.

‘당나귀를 탄 선비가 다리를 넘는다’는 설정은 당나라 때 시인 맹호연(孟浩然, 689-740)이 첫 매화를 찾아 파교(長安에 있던 다리)를 건너, 설산으로 찾아들었다는 ‘파교탐매(灞橋探梅)’라는 고사에서 유래합니다.

벼슬길에 못 오른 맹호연은 산천을 유람하며 200여편에 달하는 명시를 남겼습니다. 그의 롤모델은 도연명이었죠. 도연명처럼 은둔생활을 하며 자연의 정취를 노래한 맹호연의 시와 ‘은일(隱逸)정신’은 후대 선비들과 묵객들에 의해 끝없이 패러디됐는데요, 조선후기 화가 심사정(1709~69)도 그 중 하나입니다.

사대부 출신 화가 현재 심사정은 1766년 불세출의 걸작 <파교심매도> (사진)를 그림니다. 이 그림 또한 나귀를 탄 선비가 등장하니 ‘기려도’의 일종이지요. 현재가 그림 상단에 ‘파교심매(灞橋尋梅)’라고 정확히 명기한 걸 보면 화가 또한 맹호연의 은일정신을 흠모한 것임에 틀림없습니다.

나를 읊아매는 집착을 버리고, 세상이라는 바다를 주유하는 선비의 풍류를 현재는 빼어난 솜씨로 형상화한 것이지요. 실제로 그 또한 맹호연처럼 출세길과는 인연이 없던 사람입니다. 명문가 출신으로 스무살 때 검제 문하에서 재능을 인정받았으나 조부(심익창)가 영조 독살미수사건의 배후인물로 지목되면서 집안이 풍비박산났더랬죠. 결국 출세길은 막히고,



함윤덕 <기려도> 조선중기, 견예 담채,
15.6cm x 19.2cm, 국립중앙박물관



전기 <매화초옥도>, 19세기, 종이에 수묵담채, 국립중앙박물관

외롭게 화업을 익히며 직업화가의 길을 걸었습니다. 오늘날 심사정은 '중국의 남종화를 조선의 미감으로 승화시킨 작가'로 칭송받고 있지만 당시 그 자신은 맹호연의 막막한 처지에 스스로를 대입시키며 한 획 한 획 그려나가지 않았을까 싶습니다.

심사정의 '과교심매'는 '매화 찾아 나선 선비'란 고전적 설정을 견지하면서도 도식화된 틀에서 벗어나 보다 서정적입니다. 시동의 집에 거문고가 매달려 있고, 나귀에 올라탄 선비도 당당한 모습입니다. 낭만까지 살짝 느껴집니다.

기존 '기려도' 속 선비들이 잔뜩 웅크린채 초췌한 것과 사뭇 다릅니다. 김명국의 <기려도>를 보면 선비도, 선비를 태운 나귀도 한껏 고개를 수구리고 있지요. 함윤덕이 그린 <기려도>(사진) 또한 선비의 차림이 몹시 남루하고, 나귀는 땅 속으로 꺼질 듯 웅크린 자세입니다. 반면에 심사정의 그림 속 선비와 당나귀는 한결 여유롭습니다.

그렇다면 매화가 뭐길래 이렇게 추위까지 무릅쓰고 찾아나선 걸까요?

엄동설한을 이겨내고 봄을 가장 먼저 알리는 매화는 모습은 가냘프지만 강인함의 상징이지요. 줄기를 보면 알 수 있지요. 그 강인함은 마음의 근본을 잘 다스려야 한다는 유교사상과 맥을 같이 하기에 선인들은 사군자 중 매화를 으뜸으로 쳤습니다. 군자가 지녀야 할 품성으로 삼으며 매화를 흠모했지요. 조선시대에는 빙등조빈연(氷燈照賓宴)이라 하여 겨울밤 얼음덩이의 속을 비워 촛불을 넣고, 달처럼 비추며 매화를 감상하기도 했습니다. 당연히 시가 빠지지 않았고요. 대단한 지극정성입니다.

매화는 설중개화(雪中開花), 곧 절개를 표현하는 사의(寫意)성과 향으로 대표되는 탐미성을 내포하고 있지요. 조선 후기 고암 전기(1825~54)의 <매화초옥도>(사진)를 보면 매화가 눈처럼 흐드러지게 핀 날, 친구를 찾아가는 여정이 더없이 탐미적입니다. 자연에 은거하며 매화를 아내로, 학을 아들 삼아 살았다는 북송대 문인 임포(林逋)의 고사를 형상화한 그림인데요, 오늘날 임포처럼 살 수가 없겠지만 매화가 피면 잠시 세상일 잊고 그윽한 꽃향기에 취해봄이 어떨런지요.



COMMISSIONERS >>> 위원동정



중재부장 사퇴

법관 인사 및 일신상의 사유로 인해 중재위원 직을 사퇴한 중재부장 명단은 아래와 같다.

중재부	성명	사퇴일자	사퇴사유
대구중재부	임상기	2017. 2. 8.	법관인사
서울제3중재부	박인식	2017. 2. 19.	법관인사
서울제7중재부	김성수	2017. 2. 19.	일신상의 사유
경기중재부	이근수	2017. 2. 19.	법관인사
제주중재부	변민선	2017. 2. 19.	법관인사

자성우 위원 <제6회 국회를 빛낸 바른 언어상 시상식> 참석

자성우 중재위원(서울제1중재부, 성균관대 법학전문대학원 교수)이 회장으로 재임 중인 한국정치커뮤니케이션학회가 2월 16일(목) 국회의원회관 제1회의실에서 <제6회 국회를 빛낸 바른 언어상 시상식>을 개최했다. 2010년부터 시작된 위 시상식은 국회의원들에게 올바른 언어 사용을 장려함으로써 정치권에서 바른 언어를 사용하는 문화를 확산시키고자 하는 취지로 꾸준히 개최되고 있다. 대상에 박정 의원, 으뜸상에 정인화 의원, 우원식 의원, 바른 언어상에 진선미 의원, 이재정 의원, 박재호 의원, 손금주 의원, 김해영 의원, 심상정 의원이, 특별상에 자상욱 의원이 각각 선정됐다.

NEWS >>> 위원회 뉴스



신규직원(변호사) 채용

성명	근무부서	임용일자
문윤정	심리본부 접수상담팀	2017. 2. 6.

2017년 제1차 예비법조인연수 실시

2월 6일부터 17일까지 2주간 전국의 법학전문대학원생 27명을 대상으로 실시한 예비법조인연수가 성공적으로 마무리되었다. 연수에 참가한 법학전문대학원생들은 언론법제 전반에 대한 이해도를 높이고 조정·중재 실무 등 현장 감각과 실무 능력을 갖추는 데 도움이 되는 교육을 이수했다. 연수 마지막 날인 17일에는 '음성권 침해 및 공인보도 기준'을 주제로 모의토론과 명예훼손 관련 조정사례를 바탕으로 모의조정을 진행하였다.

<제1기 언론중재위원회 SNS 기자단> 발대식

홍보팀은 2월 24일 <제1기 언론중재위원회 SNS 기자단> 발대식을 열었다. 선발된 기자는 전국의 대학생 총 10명이며, 3월부터 오는 6월까지 4개월 동안 위원회 '공감블로그'와 페이스북을 통해 위원회의 기능과 역할을 널리 알릴 예정이다. 이날 발대식에서는 기자단 위촉식과 콘텐츠 작성 교육 등 향후 활동계획에 대해 공유하는 시간을 가졌다.



2017년 재·보궐 선거기사심의위원회 발족

오는 4월 12일 치러지는 2017년 재·보궐선거 관련 선거기사심의위원회 회가 출범했다. 위원회는 2017년 2월 12일 제1차 회의를 개최하여 고승우 심의위원장(민주언론시민연합 이사장)과 윤원구 부위원장(전 중앙선거방송토론위원회 상임위원)을 선출하고, 최근 개정된 「공직선거법」의 제재조치 관련 조항을 반영하여 「선거기사심의기준 등에 관한 규정」을 개정했다. 2017년 재·보궐 선거기사심의위원회는 2월 11일부터 5월 12일까지 운영되며 신문, 잡지 등 정기간행물과 뉴스통신에 게재되는 재·보궐선거 관련 기사의 공정성, 형평성, 객관성 등을 심의할 예정이다.



2017년 재·보궐선거 선거기사심의위원회 위원

▲ 고승우 민주언론시민연합 이사장(위원장) ▲ 윤원구 (전)중앙선거방송토론위원회 상임위원(부위원장) ▲ 이양호 고려대 평화와 민주주의연구소 연구교수 ▲ 김화성 (전)동아일보 부국장 ▲ 한희원 동국대 법과대학장, 법무대학원장 ▲ 김당 (전)오마이뉴스 편집주간 ▲ 박철규 명지대 초빙교수 ▲ 강신업 대한변호사협회 공보이사 ▲ 이은주 서강대 언론문화연구소 책임연구원

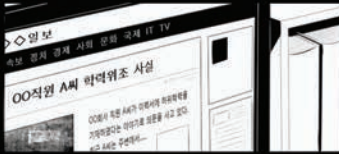
제1회 웹툰 공모전 수상작



오해와 손

글/그림 안영진

제 이름이 적힌 허위기사가 올라왔습니다.



많은 악플이 달렸으며
적당 보는 주위 시선들도 함께했죠.

.....

어릴 적
비슷한 경험을 겪은 적이 있었습니다.



그 학교 앞에 한남
있던 고양이도...



제가 했던 일은
갑자기 죽어있는 고양이를 붙여 주었던 것이었고

소문은 오해였습니다.



동물을 학대한 적이 없었던 것처럼



학박을 위조한 사실이 없음에도
소문과 악담이 무서웠습니다.

브라우머 탓에 무엇도 할 용기가 나지 않았습니다.



그러나 고개를 돌려 조금 둘러보니



위대한 제 손을 잡아 줄 사람들이
가까이에 있었습니다.



저는 '헌존중재위원회'의 도움을 받아
소문의 기회와 용기를 얻고 문제를 해결할 수 있었습니다.

국민과 언론을 이어주는 그들이 옆에 있습니다.



국민과 언론을 이어주는 다리

언론중재위원회가 함께합니다.



언론중재위원회는 잘못된 언론보도로 인한 피해를
정정보도, 반론보도, 추후보도, 손해배상을 통해
회복할 수 있도록 도와드립니다.

신문, 방송, 인터넷신문은 물론 포털뉴스까지
언론분쟁을 비용 없이, 신속 · 간편하게 해결할 수 있습니다.