

외국논문

일본신문의 지면심사기구 현황

田村 進

일본신문협회 심사실장

이 글은 일본신문협회가 회원사를 대상으로 1993년 4월 1일 현재의 「지면심사기구현황」에 관한 앙케트조사를 실시한 내용으로 동 협회 田村 進 심사실장이 분석하여 「신문연구」(1993년 7월호)에 게재한 것을 번역한 것이다.....편집자 주

일본신문협회 심사실은 회원 신문사·통신사 116개사를 대상으로 1993년 4월 1일 현재의 「지면심사기구의 현황」에 관한 앙케트조사를 실시, 지난번보다 10개사가 많은 91개사로부터 회답을 받았다. 이 조사는 1961년 1월의 제1회 조사 이후 3~4년 간격으로 실시되고 있는 것으로 이번이 11회째이다. 지난번 조사에서는 심사기구의 설치사 수가 62개사에서 53개사로 대폭 감소하였으나 이번 조사에서는 54개사로 지난번 수준에 비해 큰 변화는 없었다. 반면 심사기구가 「사장」 직속으로 되어있는 회사가 많이 늘어나고 있었고, 심사의 중점항목 중 최근 「인권이나 지면의 품위 등에 대한 배려」에 큰 비중을 두고 있는 특징을 엿볼 수 있었다. 또 이번 조사에서는 심사기구의 주변사항으로 지난번과 마찬가지로 모니터제, 독자와의 창구, 서구신문들에서 볼 수 있는 옴부즈맨제도에 대한 의견을 묻는 것 외에 최근 많은 화제를 모으고 있는 외부 지식인에 의한 지면 비평란의 현황, 미디어보도 전문란이라든가 미디어보도 일만에 대한 감상 등도 처음으로 채택했다.

1. 심사기구의 책정

1. 설치사 수에 큰 변화 없어

이번 조사에서 회답을 보내온 91개사 중 심사기구가 있는 곳은 54개사. 1986년 조사에서는 최고로 62개사를 기록했으나 1989년의 지난번 조사에서는 53개사로 대폭 줄었으며 이번 회에서도 거의 같은 숫자를 나타내고 있다(표 1). 심사기구가 「있다」고 회답을 보내온 54개사에 대해 지난번 조사시의 상황을 보면 다음과 같이 나타나고 있는데 ①, ②의 회사 수는 지난번 조사와 거의 같다.

① 지난번 조사때도 「있다」고 회답-43사

② 지난번 조사때는 「없다」 또는 회답이 없었다-11사(간케이 도쿄, 스포니찌도쿄, 스포니찌오사카, 센노, 후쿠시마민보, 후쿠시마민우, 츠쿠바, 지바, 마이니치중부, 주니치훗쿠리쿠, 류구) 한편 심사기구가 「없다」고 회답한 37개사 중 지난번 조사 때

「있다」였으나 이번 조사에서 「없다」로 바뀌 것은 6 개사였다.(산케이오사카, 산요, 미노베 마이니치, 나가노, 니가다, 일간후쿠이)

(표 1) 심사기구 설치사의 추이

		제7회	제8회	제9회	제10회	제11회
심사기구	있다	57개사	54개사	62개사	53개사	54개사
	없다	11	24	21	28	37
회답사수		68	78	83	81	91

2. 명칭은 「지면심사」가 증가

심사기구의 명칭은 「지면심사」나 「기사심사」로 한 회사가 태반이었는데 54 개사 중 「지면심사」가 25 개사로 약간 늘었다. 반면 「기사심사」는 18 개사로 거의 변화가 없었다. 이 번 조사에서 처음으로 심사기구가 「있다」고 회답한 10 개사 중 7 개사가 「지면심사위원회」와 같이 「지면심사」를 붙이고 있었으나 「지면오류박멸위원회」(산케이도쿄)라든가 「정보전략실」(스포니찌도쿄) 등 종래와는 다른 타입의 명칭도 눈에 띄어 있다.

3. 「위원회제」가 주류

54 개사 중 기사심사부(실), 지면심사실과 같이 「부」, 「실」 등은 전체의 4 분의 1 인 14 개사인 반면 지면(기사) 심사위원회, 지면연구회와 같이 「위원회」나 「회」 등은 32 개사로 전체의 60%를 점하고 있다.(표 2) 지난번 조사와 비교해 위원회제의 비율이 약간 낮아지기는 했으나 위원회제가 주류를 이루고 있다는 데에는 변함이 없다.

(표 2) 심사기구 조직의 추이

	제7회	제8회	제9회	제10회	제11회
위원회제	27개사	31개사	40개사	34개사	32개사
부·실제	18	18	15	13	14
기타	12	5	7	6	8

4. 소속은 「사장」 직속이 증가해

54 개사의 심사기구의 소속을 살펴보면 지난번 조사에서 과반수를 점했던 「편집국장」 직속이 전체의 42%인 23 개로 감소한 반면 「사장」 직속은 지난번의 9 개사에서 15 개사로 대폭 늘어 전체의 16%에서 이번에는 27%로 나타났다.(표 3) 각 사별로 보면 육오(임원실-1 사장), 북일본(독립기관-1 사장), 부기일일(전무-1 사장) 등이 있으며 지난번 조사에서는 기입하지 않았던 류혼일일, 이번 조사에서 처음으로 회답한 산케이도쿄, 후쿠시마민보,

후쿠시마민우, 츠쿠바, 주니치훗쿠리쿠와 같은 상당수의 회사들이 「사장」으로 회답한 것이 영향을 주고 있다. 「임원·임원실」로 기입된 것 중에는 주필 2개사(마이니치도쿄, 시타노), 편집주간 3개사(공동, 복도민보, 위무)가 포함되어 있다.

(표 3) 심사기구 소속의 추이

	제7회	제8회	제9회	제10회	제11회
편 집 국 장	39개사	38개사	39개사	28개사	23개사
임원·임원실	12	13	14	12	9
사 장	6	2	7	9	15
기 타	0	1	2	4	7

5. 각 사의 구성인원 증가

54개사의 구성인원은 모두 463명. 회사 수에서는 거의 변화가 없으나 인원면에서는 지난번 조사 때의 437명에 비해 많이 늘어났다. 그 결과 회사당 평균인원도 전회의 8.3명에서 8.6명으로 약간 증가했다. 한편 구성인원 중 겸무자 수는 미미하긴 하지만 감소하여 구성인원 전체에 접하는 겸무자의 비율도 지난번 81.9%에서 74.1%로 낮아졌다(표 4). 심사기구의 구성인원을 인원수별의 분포로 보면 지난번 조사 때 증가가 눈에 띄게 두드러졌던 「10명 이상」이 약간 줄었으며 「2~5명」, 「6~9명」이 각각 늘어났다.

(표 4) 구성인원의 추이

(단위: 명)

	제7회	제8회	제9회	제10회	제11회
구성인원총수	382	309	446	437	463
겸 무 자 수	304	231	334	358	343
구 성 인 원 중 겸무자비율(%)	79.6	74.8	74.9	81.9	74.1
기구설치사수	57	54	62	53	54
1개사평균인원	6.7	5.7	7.2	8.3	8.6

※ 제11회에 겸무자수 불명이 1개사 있다.

6. 「겸무자뿐」의 운영은 많이 감소

각사의 심사기구가 「전임자뿐」 「겸무자뿐」 「전임자와 겸무자」의 어느 쪽으로 운영되고 있는가를 살펴보면 「겸무자뿐」이 많이 줄어든 반면 「전임자뿐」은 약간 늘었다(표 5).

(표 5) 운영형태의 추이

	제7회	제8회	제9회	제10회	제11회
전 임 자 만 으 로 운 영	8개사	16개사	10개사	10개사	13개사
검 무 자 만 으 로 운 영	26	22	31	27	22
전 임 자 와 검 무 자 로 운 영	21	16	21	16	18

※ 불명이 제7회때 2개사, 제11회때 1개사 있다.

II. 심사업무의 실태

1. 심사의 중점사항

심사를 함에 있어 특히 중점을 두고 있는 항목을 별표(표 6)의 10개 항목 가운데서 5개 항목을 고르도록 했다. 「기사내용의 정확도」나 「가치판단의 적부」는 종전과 마찬가지로 이번에도 최중점 항목으로 지적되었으나 「인권, 지면의 품위 등에 대한 배려」가 중점항목으로서의 순위를 높여 인권의식의 변화를 반영하면서 심사담당자의 큰 관심사가 되어 있음을 나타냈다. 또한 「다른 신문과의 기사게재의 지속, 내용 등의 비교」나 「기획기사의 적부」도 중점항목의 상위서열로 바뀌어 가고 있음이 주목되었다.

이와 함께 「현재 특히 유의하고 있는 점」에 대해 설문한 결과 15개사로부터 회답을 받았는데 반수가 넘는 8개사에서 인권문제를 들어 관심이 높음을 보여주었다. 또 「독자층의 시점을 어떻게 살릴 것인가. 그것은 섬세하고 빈틈없는 배려된 지면과도 통한다」(니케이), 「기사가 간결하고 알기 쉽게 쓰여지고 있는가. 독자의 의문이나 관심에 충분히 반응하고 있는가」(아사히와카), 「인권침해와 관련된 말이나 표현의 유무. 잘못된 표현 등의 추방」(주니치훗쿠리쿠), 「범죄보도에서의 인권문제. 경우가 다양하므로 편집국내에 범죄보도연구회를 설치, 논의를 심도있게 하고 있다」(경도)는 등의 회답도 있었다.

(표 6) 심사 중점의 추이

	제7회	제8회	제9회	제10회	제11회
기사내용의 정확도	1위 (57개사)	1위 (59개사)	1위 (59개사)	1위 (50개사)	1위 (47개사)
카치판단의 적부(취재·편집 양면에 대해)	2 (54)	2 (51)	2 (54)	2 (46)	2 (43)
인권·지면의 품위 등에 대한 배려	6 (34)	6 (37)	2 (54)	4 (37)	3 (40)
타지와외의 기사게재 지속(遲速)·내용비교	5 (36)	5 (40)	4 (44)	6 (34)	4 (37)
편집의 巧拙, 適不適(제목·레이아웃등)	3 (47)	3 (50)	6 (38)	3 (38)	5 (30)
글자, 용어, 숫자의 정확도	4 (43)	4 (41)	5 (42)	5 (35)	6 (29)
문장표현의 巧拙	7 (25)	7 (22)	7 (22)	7 (13)	7 (19)
기획기사의 적부	8 (17)	9 (11)	9 (12)	9 (5)	8 (10)
사진의 적부	9 (15)	8 (12)	8 (13)	8 (10)	9 (8)
언어의 선명도	10 (8)	10 (7)	10 (3)	10 (4)	10 (5)

2. 사전심사의 실시상황

심사기구를 갖고 있는 54개사 중 사전심사를 실시 하고 있는 곳이 11개사. 실시 단계는 「원고단계」에서부터가 3개사, 「교정쇄단계」 1개사, 「대장단계」 7개사였다. 지난번 조사 때와 비교하면대장단계에서의 심사가 감소된 것이 두드러지게 나타나고 있다.

(표 7) 심사결과 전달방법의 추이

	제7회	제8회	제9회	제10회	제11회
구 두 만 으 로 전 달	13개사	18개사	17개사	8개사	5개사
문 서 만 으 로 전 달	9	14	12	15	19
구 두 · 문 서 병 용	35	22	33	30	29
합 계	57	54	62	53	53

※ 제11회 때 불명이 1개사 있다.

3. 문화특집면의 심사

문화, 가정, 예능, 레저 등 문화특집면의 심사방법에 대해서는 40개사로부터 회답을 받았는데 「일반뉴스와 같다」 혹은 「일반뉴스에 준해서 한다」가 해반이었다. 구체적인 심사방법, 시점에 대해 기술한 예로서는 「개개의 면의 특성이 목적에 알맞게 발휘되고 있는지의 여부, 또 다른 면과의 연동성이 유지되고 있는지」(마이니치도쿄), 「문화 예능면 담당 1명(전임), 가정면 담당 1명(일부 지역판과 겸무). 심사회에서는 문화면, 예능면 각 주 2회, 가정면 주 1회 논평을 한다. 일일보고서에 연일 집필」(요미우리), 「기사심사

간사가 일괄심사」(육전), 「뉴스면 과의 중복은 없는지, 이론적으로 모순이 없는지」 등이 있었다

4. 광고심사상황

54 개사 중 광고를 「심사대상으로 하고 있다」는 10 개사(지난번 12 개사)와 (경우에 따라 하고있다)의 17 개사(지난번 18 개사)를 합쳐 전체의 반수인 27 개사(지난번 30 개사)가 어떤 형태로든 광고심사를 하고 있으나 지난번 조사 때에 비하면 근소하긴 하지만 감소하고 있다

5. 심사결과의 전달방법

심사결과를 어떠한 방법으로 전달하고 있는가. 구두, 문서, 구두 문서병용별로는 지난번조사 때와 동일하게 「구두와 문서의 병용」이 과반수를 넘는 29 개사였다(표 7).

「구두만으로」가 줄어든 반면 「문서 만으로」는 늘어났다. 또 「문서전달의 방법」을 발행형태별로 보면 (표 8)과 같은데 특히 일보의 증가가 두드러지고 있다.

(표 8) 발행형태별로 본 심사보의 추이

	제7회	제8회	제9회	제10회	제11회
일 보	10개사	11개사	10개사	11개사	17개사
주 보	14	15	22	11	13
순 보	8	9	6	5	3
월 보	9	4	5	11	11
기 타	10	6	9	12	9

6. 심사기구가 없는 회사의 심사방법

이번 조사에서 심사기구를 갖고 있지 않다고 회답한 37 개 사 중 「지면심사 업무를 어떻게 처리하고 있는가」라는 질문에 회답을 보내온 34 개사의 경우를 보면 「편집회의(주 1 회), 조석간회의(마이니치)와 같은 기존조직을 이용해서 처리」하는 회사와 「편집국장, 편집국 차장, 각 부장 등 편집국 간부가 수시로 심사」하는 회사로 대별되고 있다. 지난번 조사 때는 이것이 거의 동수로 나타났었으나 이번 조사에서는 기존조직을 이용하는 회사수가 다소 많은 것으로 나타났다.

「지면심사의 효과를 보다 효율화 하기 위해서는 어떻게 하는 것이 좋겠는가」라는 질문에 대해 20 개사로부터 회답을 받았는데 심사기구나 심사 전임자의 설치에 긍정적인 회사가 반수에 이르고 있다. 다만 「전문기관을 설치하고 싶으나 소수정예의 방침도 있고 해서 현재 검토 중」(일간스포츠 도쿄), (조직상 기사심사부가 있으나 인원을 배치하지 않고 있다. 가까운 장래에 새로운 조직도 포함해서 전임자를 두는 것을 검토하고자 한다)(신루) 등 인원확보의 어려움을 엿볼 수 있었다. 또한 「조직상의 심사위원회는 설치하지 않고있으나

실질적으로는 편집국에서 심사를 하고있기 때문에 현재로서는 조직화할 예정이 없다) (하북), 「전임자에 의한 심사는 (심사를 위한 심사)가 되기 쉽다. 현재로서는 지금과 같은 심사를 보다 충실히 하고자 한다」 (상모), 「문제가 생겼을 때 언제나 취재, 제작의 제 1 선으로부터 정확한 처리경과가 보고되어 그 의견이 반영되지않는다면 같은 일을 되풀이하게 될 뿐이다. 이러한 규칙이 제대로 되어있기만 하면 다음단계의 대응은 저절로 될 수 있다」 (미노베 마이니치), 「모든 기사에 대해 사전검열을 실시하는 일은 오류를 방지하기 위한 현실적인 방법으로 생각한다」 (데일리스포츠)는 회답도 있었다.

7. 지면심사의 효과

「지면심사의 효과를 어떻게 보고 있는가」라는 질문에 대해서는 심사기구를 갖고 있는 51 개사로부터 회답이 있었다. 「효과가 크다」 (山陰중앙)는 반응부터 「데스크의 의식개혁에 도움이 되고 있다」 (주니치훗쿠리쿠), 「부장 · 데스크단계에는 상당한 효과를 올리고 있다고 생각되나 그 아래단계에서 효과를 거두기란 쉽지 않다」 (高知), 「현장의 데스크가 어느 정도로 진지하게 받아들여 일선기자에게 전달하고 있는지, 문제는 이 점에 있다. 빠르지는 않지만 조금씩 효과가 나타나고 있다고 생각된다」 (류구), 「충분하게 만족할 수 있는 상황은 아니지만 효과는 있다」 (도쿄), 「그런대로 효과는 있다고 생각한다」 (東奥), 「반드시 즉흥적이라고는 생각되지 않는다. 그렇다고 해서 필요성마저 부정할 수는 없다」 (報知)는 회답까지 내용면에서 대폭 있었으나 대부분이 효과가 있다는 데 의견을 같이하고 있다.

한편 「그다지 성과가 있었다고는 생각하지 않는다」 (호카이도), 「기자가 심사에 대해 신경을 쓰고있다는 데에는 의심의 여지가 없다. 그러나 일상적인 업무에서 심사의 주문대로 따라주지 않는 경우가 많다」 (서일본), 「심사보가 직장내에서 회람되는 등 상당히 세밀하게 읽혀지고 있다. 오류의 지적에 대해서는 민감하게 반응하는 경우도 많으나 지적만의 심사기관으로 끝나고 있는 것이 현상」 (官崎일일)이라는 회답 등 현재의 심사업무의 실태에 대한 불만이나 어려움을 지적하는 회사도 몇몇 있었다.

이 밖에 「사후적인 지면심사이긴 하지만 지적된 사항에 대해서는 차후의 지면제작에 반영시키고 있다고 생각한다」 (아사히도쿄), 「뉴스 취재, 지면제작의 현장으로부터 한발짝 떨어져있는, 독자편에 가까운 곳으로부터의 문제제기나 비판이 편집국을 중심으로 한(현장)에 보다 나은 지면제작을 독촉하는 긴장감을 가져다 주고 있다」 (마이니치도쿄), 「회사의 입장에서 뉴스를 받아들이는 방식과 취급방식을 결정함에 있어 편집국내합의를 도출해내는 데 도움이 되고 있다」 (秋田傀), 「즉각적으로 반응이 있는 경우와 그렇지 않은 경우가 있는 데 한번 지적한 사례가 나왔을 경우(예를 들면 인권문제)등에 배려되는 등 장기적인 효과도 보고 있다」 (신호), (상당히 엄격한 심사를 하고 있기 때문에 반응이 크다. 기자의 긴장도도 상당히 높다) (大分합동)는 등의 회답도 있었다.

8. 지면심사를 보다 효과적으로 하기 위한 방법

심사의 효과를 높이기 위한 방법에 관해서는 54 개사 중 38 개사로부터 회답이 있었는데 전문적인 심사기관 · 전임자의 설치, 전임자의 인재육성과 복수화, 심사보의 충실한 발행, 심사하는 쪽과 심사받는 쪽의 신뢰관계 확립과 함께 반복적으로 문제 제기를 계속하는 것이 중요하다는 등의 의견이 나왔다. 몇 개의 의견을 소개해 보면 「경험과 식견이 풍부한 인재를 육성하는 일」(아사히도쿄), 「방법론의 문제보다는 심사의 질이 문제이다. 정곡을 찌른 지적은 살려야만 한다. 살릴 수 없을 때는 어필 · 설득력을 반성할 필요가 있다」(일경), 「사내외의(옴부즈맨제도)를 도입할 것」(산케이도쿄), 「직제를 통해 기자들에게 철저를 기한다」(신내천), 「최종적으로는 능력과 식견을 가진 사람들로 구성되는 전문적인 기사 심사기구의 설치가 필요하다고 생각한다. 부회에서의 철저한 토의도 중요하다」(북일본), 「오류의 지적만으로 끝나면 기자는 의욕을 잃는다. 때문에 장점을 적극적으로 치켜세우는 일에도 노력을 기울인다. 심사보에도 그때그때마다 생각나는 것들을 평가하는 코너를 만들고 있다」(산요), 「심사위원회에서 지적된 문제점이라든가 논의의 내용을 어떻게 하면 보다 많은 사원들의 공유로 하느냐는 것이 큰 과제이다. 이 점에서는 구두에 의한 전달뿐 아니라 전달수단은 다양할수록 좋다는 것을 통감」(시코쿠), 「형식적인 지적이 되지 않도록 부장, 데스크를 통해 기자들에게 철저하게 주입시키고 있다 심사위원이 체념하지 않고 몇 번이고 간에 되풀이해서 문제제기를 하는 수 밖에 없다」(서일본), 「우선 지면 심사위원 각자가 얼마 만큼 열심히 하느냐가 가장 중요하다」(류훈일일)는 것 등도 있었다.

Ⅲ. 심사기구 주변의 사항

1. 모니터제의 채용상황

전체 회답사 91 개사 중 사외 모니터제를 채용하고 있다고 회답한 회사가 25 개사로 지난번조사때의 28 개사에 비해 약간 감소했다. 모니터의 성격이나 인원, 기간, 보고의 취급에는 상당한층이 있었다. 이 조사의 제 1 회 이후의 모니터제 채용 회사수는 7 개사 정도, 17 개 사, 23 개 사, 18 개사, 13 개사, 20 개사, 21 개사, 26 개사, 28 개사, 28 개 사, 25 개 사.

2. 외부 유명인사에 의한 지면비평

「지면의 상설란으로 외부의 유명인사에 의한 자사지나 신문보도 일반에 관한 지면비평란(매스 미디어 전반에 걸친 비평한도 포함하여)등을 갖고 있는 곳은 전체회답사 91 개사 중 (표 9)에서 보는 바와 같이 24 개사였다. 게재빈 면 주 1 회(19 개사), 격주(1 개사), 월 2 회(3 개사), 월 1 회(2 개사)로 매주 1 회 게재하는 회사가 태반이다. 또 필자(유명인사)의 습자에는 상당한 층이 있었으나 대체적으로 4~5 명이었으며 위촉기간은 4 개월, 6 개월, 1 년 중에서 어느 하나층 채택하고 있는 회사가 많았다.

(표 9) 외부 유명인사에 의한 지면비평 일람

회 사 명	명 칭	게재빈도
朝日(東京)	나의 지면비평	주 1회
毎日(東京)	신문시평	주 1회
讀 賣	미디어시평	주 1회 ※ 부자료용 은 모 니 터 와 동일, 월 2회
東 京	나의 주문, 미디어 평론	주 1회 월 1회
産經(東京)	지면비평	주 1회
朝日(大阪)	나의 지면비평	주 1회
産經(大阪)	지면비평	주 1회
北 海 道	나의 신문평	월 1회
岩 手 日 報	신문을 읽고	월 1회
河 北	지면센서	월 2회
下 野	모니터로부터 一言	주 1회
神 奈 川	지면직언, 新口週評	주 1회
中 日	中日新聞을 읽고	주 1회
新 潟	일보를 읽고	주 1회
北 日 本	지면비평	주 1회
京 都	지면모니터 나의 의견	월 2회
神 戸	神戸新聞「나의 지 면비평」	주 1회
山 陰 中 央	지면비평	주 1회
愛 媛	매스컴 時評	주 1회
高 知	신문을 읽고	주 1회
西 日 本	신문에 나의 의견	주 1회 ※ 모니터와 중복
朝日(西部)	나의 지면비평	주 1회
南 日 本	南日本新聞을 읽고	격주
沖 塔 伊	지면비평	월 2회

3. 독자와의 창구

「기사나 지면에 대한 외부로부터의 문의, 불만, 비판 등을 처리하는 일을 주된 임무로 하고있는 조직이나 부서가 있는지」에 대한 질문에 대해 전체 회답사 91 개사 중 전문적인 조직이 있는 회사, 혹은 (「원고작성 부서에서 대응)이라고 답변한 것은 제외) 구체적인 조직명이나 부서명을 들어 회답한 회사는 (표 10)에서 보는 바와 같이 40 개사. 전문조직의 명칭으로는 「독자실」이 6 개사로 가장 많으며 그 다음은 「독자센터」, 「독자상담실」, 「독자응답실」, 「독자서비스실」 등의 순이었다. 기본적으로는 별도조직이며 심사기구와는 직접적인 관계가 없는 것이 대부분이었으나 일부 위원이 겸무하고 있다고 회답한 7 개사를 제외 하고는 정보교환 정도에 그치고 있다.

4. 미디어보도

최근 미디어 자신에 관한 뉴스가 지면에 빈번히 취급되어 「미디어보도」라는 새로운 보도분야가 정착해가고 있다고 하겠다. 미디어간의 상호비판이나 보도의 자기검증 등을 통해 취재 · 보도가 취해야 할 본연의 자세 등을 독자와 함께 생각해 보는 장으로서 관심과 기대가 높다고 생각되어 미디어보도 전문란의 현황과 미디어보도에 대해 각 사가 어떠한 생각을 갖고 있는지를 물어보았다. 회답회사 중 미디어보도 전문란을 갖고있는 곳은 다음의 8 개 사였다(괄호안은 게재란의 명칭과 게재빈도).

- ① 아사히도쿄 (미디어만, 주 5 회 화요일~토요일)
- ② 마이니치도쿄 (미디어면, 매일)
- ③ 요미우리 (석간 TV 돔 정보박스, 주 5 회 월요일~금요일)
- ④ 산케이도쿄 (미디어면, 매일)
- ⑤ 아사히오사카 (미디어의 주변, 주 3 회)
- ⑥ 산케이오사카 (미디어, 주 5 회 월요일~금요일)
- ⑦ 신대린 (석간지부르스, 매일)
- ⑧ 매일중부 (미디어면, 매일)

또한 상설란의 유무와 관계없이 최근의 「미디어보도」 일반에 관해 감상을 물어본 결과 91 개사중 48 개사로부터 회답이 있었다. 내용적으로는 그 유용성, 필요성은 인정하면서도 현실적으로는 어렵고 의문이 생긴다는 지적을 하는 회사가 상당수 있었다.

「많은 참고가 된다」(육전), 「긴장감을 갖게 하고 상호비판에 의한 향상을 위해서도 유효하다고 생각한다」(신일본해), 「미디어면의 설치 여부를 검토중」(총타이)이라는 회답에서부터 「실제로 손을 대게 된다면 테마, 취재의 범위 및 방법 등에서 많은 과제가 생긴다」(신궁), (미디어보도는 위험한 점도 있고 두 날을 가진 검이 되지 않을까. 신중함이 필요하다) (대분합동)는 등 회답의 폭이 넓었다.

그 밖의 몇 가지 회답을 소개하면 「미디어로서의 자기비판은 당연히 필요하나 과도하게 서로물고 늘어지는 경우 부작용도 우려된다 자기회사나 자사계열의 미디어에 대해 어디까지 쓸 수있을 것인지도 문제가 될 것이다」(마이니치도쿄) 「미디어난이 종래의 형식으로는 취급할 수 없었던 화제를 제공하여 수용자측의 이해를 깊게 한면은 있다. 그러나 상설란이 있기 때문에 무리를 해가면서 만든 기사, 자기 회사 또는 다른 회사의 속사정을 속속들이

파헤쳐 드러낼 필요가 있을까 하고 생각되는 경우도 가끔 눈에 띈다. 인권보도, 언론관련 소송, 불상사 등 문제에 따라서 사회면, 해설면, 특집면 등을 이용하면 상설란이없어도 대응할 수 있다」(요미우리), 「매스컴 관계자에게는 흥미롭겠지만 너무나 전문적이어서 일반독자로서는 알기 어려운 보도가 적지 않다」(산케이도쿄), 「상호비판은 전향적으로 평가한다. 외국의 사례가 참고가 된다 일반면에서 는 스트레이트로 취급할 수 없는 것도 깊이 파고 들어 할 수 있다」(조각오사카), 「정보제공자의 독단과 전횡을 막을 수 있는 효과를 기대할 수 있다. 또 미디어업계의 사정을 적극적으로 취급함으로써 독자의 신뢰를 높일 수 있다고 생각한다」(산케이오사카), 「미디어보도가 새로운 보도분야라는 사실은 안다. 그러나 일부 미디어보도를 보면 미디어 스스로를 변호하려 하는 것을 느낄 수 있다. 기사와 지면 자체로 끊임없이 자기검증을 해가야만 할 것이다」(추전각), 「지금까지는 동업 타사의 (잘못)을 비 교적 묵인해 주어 왔다는 느낌인데 이제 그런 시대는 아니라고 생각한다. 시시비비를 서로 보도해야만 할 것이며 좋은 경향이라고 생각한다」(후쿠시마민우), 「자기 회사를 되돌아본다는 의미에서도 필요하다고 생각된다」(정동), 「취재경과를 설명하는 만으로서는 색다른 데가 있다고 생각되나 스스로의 자세를 비판한다는 점에서는 두 날을 가진 창이라고 할 수 있다. 반성할 점이 있을 경우 스스로 피를 흘릴 각오가 없이는 만들 수 없는 지면이라고 생각한다」(미노베 마이니치), 「신문상호간의 비판이나 TV, 주간지의 심도 있는 비평은 사내에서의 체크에도 눈을 돌리게 하는 효과가 있다. 미디어보도의 충실은 종래의 보도나 발표기사에도 영향을 주어 지면 전체의 활성화와 개혁에도 도움이 되는 것 같다」(경도), 「미디어간의 상호비판은 그것이 건전하기만하면 매스컴의 자정작용이 될 것이므로 기대를 걸만하다. 그러나 최근의 보도에서 비난 · 중상적 경향을 보이고 있는 현실에 대해서는 유감스러운 생각이 든다」(중국), 「필요한 일이긴 하나 취급해야 할 테마와 그 판단에 일방적인 것이 있음을 느낄 경우가 있다」(山陰중앙)는 것 등이다.

(표 10) 독자와의 창구 일 램

회사명	창구명칭	회사명	창구명칭
朝日(東京)	독자홍보실	神奈川	독자응답(편집위원이 담당)
毎日(東京)	(東京)독자실, (大阪)조사실의실	信濃毎日	독자응답실
讀賣	신문감사위원회 독자상담	中日	독자응답실
日經	독자응답센터	讀賣(中部)	독자상담실
東京	독자응답실	朝日(名古屋)	독자정보실
産経(東京)	독자서비스실	毎日(中部)	조사상담과(편집센터내)
선데이스포츠	독자서비스실	北日本	독자센터 ※ 1993년 3월 발족
日刊工業	조사부	神戸	독자센터
朝日(大阪)	독자실	山陽	독자실
毎日(大阪)	독자상담실	中國	독자센터
讀賣(大阪)	정보조사부와 원고작성 부서에서 대응	愛媛	독자실
日經(大阪)	독자응답센터	高知	독자실
産経(大阪)	독자서비스실	朝日(西部)	독자정보실
大阪	독자실	讀賣(西部)	독자교류실
北海道	조사연구실 전문위원	佐賀	보도부데스크「광장」
河北	홍보국	長崎	자료부(자료부장이 대응), 사례별로 편집국 차장, 편집국장이 대응하는 경우도 있다.
福島民報	주로 편집국 기획관리부에서 처리	熊本日日	독자센터 ※ 1993년 3월 1일 발족
下野	독자자료실 독자담당	大分合同	독자심사실
上毛	독자센터	宮崎日日	독자상담실
南日本	독자상담실	沖塔イ	조직은 없다. 사회부가「여기는 사회부」에서 전화를 받고 있다.

5. 홍보담당

「미디어보도」의 활성화등과도 관련이 있는데 「주로 신문보도와 관련된 문제로 다른 언론기관으로부터 취재의 대상이 되었을 때 회사로서 홍보담당자와 같은 전임자를 두고 있는가, 혹은 담당자가 정해져 있는가」를 질문했다. 가급적 구체적인 직명을 얻어내기 위해 「최근의 일반적인 경우로」라는 주를 달아 질문했다. 다소간 구체적인 직명을 기술한 회사는 91개사 중 60개사로 이 가운데 대외적인 홍보 담당에게 명백히 「홍보」라는 이름을 붙인 곳이 10개사 있었다. 그밖에 「편집국장」이나 「편집국 차장」이라고 회답한 곳이 각각 10개사 이상 있었고 「보도부장」, 「총무국장」, 「총무부장」이 5개사 정도 있었다.

6. 신문음부즈맨제도

지난번 조사 때와 마찬가지로 구미의 「신문음부즈맨」제도에 대해 각사의 견해, 앞으로의 전망 그리고 회답자의 개인적 견해를 함께 질문했다. 91개사 중 47개사(지난번 조사 때는 56개사)로부터 회답이 왔는데 내용을 「긍정적」인 것과 (소극적·중간적)인 것으로 나누어 본 결과 「긍정적」회답이 지난번 조사 때와 거의 비슷하게 약 30%로 변화를 보이지 않았다. 다음에 회답의 일부를 소개한다.

(긍정적 의견)

「신문의 사회적 책임으로서 감사시스템은 필요하다」(훈노), 「매스컴에 대한 감시의 눈이 엄해짐에 따라 그만큼 책임도 무거워짐으로써 저널리즘 전체가 건전해질 수 있다는 점에서 환영하고 싶다」(북일본), 「바람직스러운 일이며 언젠가는 도입을 검토하지 않으면 안될 것이다」(류구), 「5~6 년전 이 제도의 도입을 검토한 바 있으나 우선 유명 인사들에 의한 지면심사란으로(매스컴 시평)을 상설했다. 앞으로는 이 제도를 도입하여 당면한 여러 문제들을 처리하는 것이 바람직한 방향이라고 본다), 「도입하는 방향으로 가고 있다고 생각한다」(상모), 「전향적으로 검토하여 가까운 장래에 실시하고자 한다」.

(소극적 · 중간적 의견)

「구미적인 것은 시기상조라고 생각한다. 우선 각 사가 충실한 사내체제를 확립하는 일이 선결과제이다」(마이니치도쿄), 「개인적 견해이지만 스웨덴의 제도는 훌륭하기는 하나 위기를 맞고 있는 것 같다. 판매경쟁이 격심한 일본에서는 공적인 옴부즈맨제도가 불가능하다고 생각한다」(下野), 「구미에서는 1 명 내지 소수의 옴부즈맨이 광범위한 권한을 갖는 형태가 많은 것 같은데 일본에서는 문제에 따라 법무실, 편집간부, 기사심사담당 등이 대응하고 있다. 이러한 조직적(합의적) 대응방식이 일본의 형편에 맞는 것이 아닐까」(요미우리), (옴부즈맨의 권한과 편집과의 관계에서 어려운 문제들이 있는데 이를 어떻게 조정할 것인가. 구체적으로 연구단계에 들어가지 않고 있는 실정이다) (신내천), 「개인적인 견해를 말한다면, 장차 신문옴부즈맨이 설치되어야 하겠으나 지금은 시기상조이다. 우선 정보공개제를 확립하여 알 권리를 불동의 위치에 올려놓지 않으면 안 된다. 행정이나 사법의 옴부즈맨 등과 동시에 발족하는 것도 좋다고 생각한다」(서일본), 「책임자가 있으면 도입을 검토해 볼 만한가치가 있으나 중처럼 책임자를 찾아볼 수 없는 것이 실정이 아닌가」(산케이도쿄), 「현 단계에서는 특별히 고려하고 있지 않다. 앞으로 검토해가야 할 문제이긴 하지만 지방의 1 개사만으로 어떠한 옴부즈맨을 위촉할 수 있을 것인지 문제이다. 사회적으로 '이 사람이면 공평할 것' 이라고 말 할 수 있는 인재를 구한다는 것은 어려운 일이다」(산양), 「우리 회사로서는 옴부즈맨이 적당하다고 생각하지 않고 있다. 그것을 대신할 수 있는 것으로 지면심의회 (5 명으로 구성된 사장의 자문기관으로 월 1 회 개최)를 두고 있다」(아사히오사카), 「장차는 필요할지 모르나 현 단계에서는 거기까지 생각하지 않고 있다. 독자실, 사외모니터, 지면심사 등에 의해 나름대로의 효과를 거두고 있다고 생각한다」(고지).