

일본 신문지면심사기구와 활동

이 글은 일본신문협회가 발행하는 <신문연구> 1997년 8월호에 게재된 “신문지면으로부터” 제목의 특집 기사인데, 제 I편은 전문을 제 II, III, IV편은 발췌하여 한동원 중재위원(전 한국언론연구원장)이 번역한 것이다 편집자 주

1. 변화하는 사내 지면심사기구·활동

-조사를 통해 본 4반세기의 추이-

南部哲郎(일본신문협회 심사실장)

인쇄된 지면과 기사내용을 꼼꼼히 읽고 체크하는 심사담당자, 보다 나은 지면제작을 목표로 착실한 노력이 계속되고 있다. 신문사의 지면심사현황과 과제는 어떠한 것인지. 사내심사의 활동에 변화는 있는 것일까. 신문협회 심사실은 회원신문사와 통신사를 대상으로 '지면심사 기구의 현황'에 관해 1961년 1월에 제 1회 앙케이트 조사를 실시한 이래 2년 또는 4년의 간격으로 같은 내용의 조사를 계속해 왔다. 지난 5월 제 12회 조사결과가 정리된 것을 계기로, 71년의 제 5회부터 최근까지 26년간의 심사기구의 추이를 되돌아 본다. (표 1·2 참조)

1. 심사기구는 대형화, 겸무부원은 증가

이번 조사에서 심사기구가 '있다'고 응답한 언론사는 56개사. 심사기구의 설치 수는 조사 연도별로 응답사가 일정하지 않기 때문에 단순하게 증감비교를 할 수는 없으나 제 9회 조사 당시 가장 많은 62개사를 기록한 후 제 10회 조사에서는 대폭 감소했다.

이번 12회에서는 최근 3회의 조사 중 가장 많았으며 신설 계획을 언급한 회답도 2개사나 있어 설치 수는 상향추이를 보여주고 있다. 한편 9개사가 지난번 조사 후 종래의 심사기구를 쇠신했거나 충실하게 강화했다고 응답했다.

심사기구의 명칭은 지면심사위원회, 기사심사부 등과 같이 '지면심사' 또는 '기사심사'로 한 회사가 태반이었으나 제 9회 이후 '지면심사'가 '기사심사'를 상회하고 있다. 심사기구를 조직면에서 보면 지면(기사)심사위원회, 지면 연구회 등의 위원회제와 기사심사부(실), 지면심사실 등의 부·실제로 나누어진다.

부·실제는 영속성이 강하고 전임자가 배치되고 있는 것이 전제되고 위원회제는 겸임자로 구성되어 있는 경우가 많으나 심사기구의 조직은 제 8회 조사 이후 위원회제로 한층 강화되고 있는 것 같다. 이번 조사에서는 위원회제를 채용하고 있는 회사가 전체의 70%를 넘어서고 있는 것으로 나타났다.

심사기구의 소속은 '편집국장'으로 하고 있는 회사가 주류를 이루고 있다. 제 9회 이후 사장·임원·주필 등 편집국장 보다는 상위직으로 소속이 이행하는 경향이 있었으나 이번 조사에서는 '사장', '임원·임원실'은 그대로인데 반해 '편집국장'은 지난번 조사보다 8개사가 늘어 과반수를 넘는 31개사로 나타났다. 사장직속에서는 심사의 독립성을 유지하는 자세가 보였으며

편집국장 소속의 경우에는 지면제작에 직접적인 효과가 기대된다. 사내에서의 위치는 각 회사마다 판단이 갈려진다.

이번 조사에서 심사기구가 있는 56개사의 구성인원은 과거 어느 때보다 가장 많은 481명으로 나타났으며 지난번 조사 때에 비해 18명이 늘었다. 제 5 회 때에 비해 116 명이 증가했으며 비율 면에서는 31.8% 증가이다. 기구설치 수에서는 1 개사가 줄었기 때문에 비약적인 인원증가라고 생각하기 쉬우나 1 개사의 인원은 6 명 내지 8 명 정도의 규모로 큰 변화가 없다. 이를 편집관계전체와 비교해 본다. 제 5 회 조사가 실시된 1971 년 1 월 당시의 편집관계 종업원 수는 78개사에 16,951 명, 1 개사 평균 217.3명이다. 제 11 회 조사가 실시된 1993 년 4 월 당시(97 년 4 월의 조사결과는 미발표)에는 94개사에 26,301 명, 1 개사 평균 279.8명으로 편집관계의 인원은 22 년간 55% 증가했으나 심사 담당자 총수는 27%의 증가에 그치고 있다(신문협회 경영부 조사). 심사 담당자 수는 "양 보다는 질"이라는 실태를 입증하는 것 같다. 심사기구의 인원을 인원수 별 분포로 보면 '6 명~9 명', '10 명 이상'의 응답자 수가 높아져 심사기구가 대형화하는 경향을 보이고 있다.

심사기구가 있는 회사의 구성인원 신장은 '겸무'의 증가에 따른 것이다. 심사기구에 소속된 담당자는 심사 전임의 경우와 타 부문에 본업을 갖고 있으면서 심사를 겸무하는 경우가 있는데 그 편성을 '전임', '겸무', '전임과 겸무'로 나누어 보면 이번 조사에서는 '전임'이 4 개사가 준 반면 '겸무'가 9 개사로 늘었다. 또한 '겸무'와 '전임과 겸무'의 합계가 84%를 차지하여 심사기구가 있는 56 개사 가운데 과반수의 회사가 '겸무'로 운용되고 있다. '전임'이 한 사람이라고 밝힌 회사는 4 개사로 적은 편이다. 더욱이 56 개사의 전임자 총계는 지난해보다 26 명이 적은 94 명이였다.

기사·지면의 질에 심사의 역점이 옮겨져 본 조사에서는 제 5 회 조사 이후 심사를 함에 있어 특히 중점을 두고 있는 항목으로 표 2 에 내세운 10 항목 중에서 5 항목을 골랐다. 제 12 회에서도 중점 항목의 상위 1, 2 위는 '기사내용의 정확도', '가치판단의 적부'가 차지했다. 모두가 보도의 근간과 관련되는 본질적인 항목이라는 점에서 매회 중시되어 온 항목이다. '인권, 지면의 품위 등에 대한배려'도 제 9 회 이후 계속 상위를 차지했다.

'글자와 용어'는 각 사의 방침이 현장에서 준수되어 교열단계에서 매듭이 지어지면 심사가 관여하지 않아도 될 문제이기 때문인지 상대적으로 그 순위가 하위로 밀리고 있다. 심사업무에서 '현재 특히 유의하고 있는 점'에 대해서도 질문을 했는데 많은 회사가 인권문제에 대한 배려를 들었으며 '일반독자의 입장에서 쓰고 있는지, 공정하게 쓰고 공정하게 취급하고 있는지', '독자가 알기 쉽게 쓰는 방법, 독자가 이해하기 쉽도록 쓰는 방법' 등에도 유의하고 있다는 응답이 두드러졌다. 또 '지역에서 생활하고 있는 사람들에게 친절하고 유익한 보도인지', '지역의 관점에 입각하고 있는지의 여부' 등도 유의할 점으로 지적되었다. 응답에서 볼 수 있는 것처럼 심사의 역점이 기사나 지면의 질을 묻는 방향으로 전환된 것은 독자의 날카로운 눈을 강하게 의식하게 된 결과가 아닐까.

2. 심사결과의 전달은 구두와 문서를 병용

심사결과는 정례 부장회의 등에서 구두로 전달되고 동시에 심사보고서에도 게재되는 경우가 많다. 이번 조사에서는 '구두만으로 전달'이 4 개사에 불과했으며 '문서만으로 전달'이 16 개사, '구두와 문서의 병용'이 전체의 60%를 넘는 35 개사로 나타났다. 문서전달의 형태를 보면 '주보'의 증가가 현저하다. '일보', '주보', '주 2 회보'의 합계가 전체의 60%를 차지하고 있는데 이는 심사보고서의 신선도가 중시되고 있다는 반증으로 생각된다. 심사보고서의 체제는 B5 판이 가장 많으나 최근에는 A4 판이 늘어가고 있다. 쪽수는 6 쪽 이하가 태반이며 배포범위는 지국을 포함한 편집국 각부라는 응답이 가장 많다. '심사보고서의 내용을 재미있게'라는 지적도 나왔다.

지면심사는 본지에 게재된 기사를 독자의 눈으로 심사하는 것만으로 되는 것인가, 아니면 취재과정이나 배경까지도 조사할 필요가 있는 것인가 - 지난 5 월말 도쿄에서 개최된 제 37 회 지면심사전국간담회에서는 이 같은 심사의 방법을 둘러싼 논의가 있었다. 취재과정은 독자와는 관계가 없는 사항이므로 완성된 '상품'만을 가지고 판단하면 된다는 의견이 있었는데 취재의 경과를 알게 됨으로써 판단이 달라질 수도 있으므로 일괄적으로 단언할 수 없다는 의견도 나왔다. 출고부문의 반론은 부장회의 의사록에 수록한다는 회사도 있어 "반론권"을 인정하는 노력은 필요하다는 주장도 있었다. 심사는 독자의 눈으로 하지 않으면 안 된다는 대원칙은 유지되나 심사보고서가 사내에 배포되는 이상 현실적인 대응이 고려되는 경우도 있는 것 같다.

심사담당자가 지면·기사심사 이외의 업무를 행하고 있는 사례를 보면 가장 많았던 것이 '독자상담(응답)', 다음으로 '표창기사의 선고', '모니터, 지면비평집필자 관련업무', '오보·정정 관련 업무'의 순이었다.

심사기구가 없는 경우 심사업무는 어떻게 처리되고 있을까. 기사 검토회나 편집회의, 데스크모임·부장모임과 같은 기존의 조직을 이용하여 처리하고 있다는 회사와 부장, 국데스크, 국장 등 편집 간부가 그 역할을 담당한다는 회사로 대별할 수 있다. 제 11 회 조사에서는 기존 조직을 이용한다는 회사수가 약간 많은 정도였으나 이번 조사에서는 기존 조직의 이용이 전체의 70%로 높게 나타났다.

3. 효과상승은 현장과의 의사소통으로

심사담당자는 지면심사의 효과를 어떻게 보고 있을까. 이번 조사의 응답을 보면 지면심사의 실태에 대한 다양한 견해와 함께 심사결과의 언론현장에의 철저한 주지 등의 과제가 부각되었으며 그 밖에 심사의 효과를 올리기 위한 방책도 모색되고 있음을 알 수 있다. 우선 지면심사의 효과를 측정하는 것으로는 '지면의 질의 향상', '지적 내용의 지면에의 반영'을 위시하여 '사내논의와의 연결', '심사보고서가 읽혀지고 있다'는 것 등이 예시되어 '효과있음'이라는 응답이 눈에 띈다. 그러나 그 효과는 현저하게 나타나는 것이 아니므로 '계속하는 것이 중요'하다는 의견도 있다. 또 심사하는 측과 심사를 받는 측간에 가로놓인 '함부로 말하고 예사로 듣는 경향', '일선기자나 편집기자에게 침투되지 않는 괴로움'도 해소해야만 할 과제로 부각되었다.

지면심사의 효과를 한층 더 끌어올릴 방법은 과연 어떤 것일까. 심사의 효과를 높일 수법은 극복하지 않으면 안될 과제와 정반대의 관계에 있다. 그래서 지적된 점을 일선기자에게 철저히 주지시키기 위해서는 '현장과의 솔직한 의견교환', '심사 받는 측과의 쌍방간의 의사소통' 등의

필요가 있다는 점이 강조되었으며 '심사보고서의 열독 촉진'도 과제의 하나로 지적되었다. 또한 '좋은 기사', '좋은 사진', '좋은 편집'을 선발하여 기자의 의욕향상을 노린다는 응답도 있었다.

이 조사에서는 '심사기구의 주변사항'에 대해서도 응답을 듣고 있다. '사외 모니터'를 채용하고 있는 회사는 표 1 에서와 같이 제 6 회 조사 이후 응답회사의 약 30%를 점하고 있다. 제 12 회 조사에서는 전화보다 6 개 회사가 많은 31 개 회사가 사외 모니터를 채용하고 있으나 그 가운데 8 개 회사는 심사기구를 갖고 있지 않은 회사이다. 모니터의 성격이나 인원수, 기간, 보고취급방식에는 상당한 차이를 보이고 있다.

제 11 회, 제 12 회 조사에서는 '기사나 지면에 대한 외부로부터의 문의, 불만, 비판 등의 처리를 주 임무로 하는 조직이나 섹션'의 유무 등을 물었다. 전문조직이 있는 회사, 구체적인 조직이나 섹션이름을 들어 응답한 회사는 47 개 회사(지난 회 조사 때는 40 개사)였다. 지면심사와의 관계에서는 기본적으로 별개조직이며 직접적인 관계는 없다는 응답이 많았으나 독자로부터의 소리를 지면심사 담당자에게 연결시키고 있다는 응답 외에 지면심사회의에 담당자가 출석한다는 응답이 10 개 회사, 쌍방의 업무를 겸무하고 있다는 응답이 9 개 회사였다.

〈표 1〉 지면심사기구의 조사결과 일람

조 사 회 수	제5회	제6회	제7회	제8회	제9회	제10회	제11회	제12회	
조 사 연 차	1971	1975	1978	1982	1986	1989	1993	1997	
응 답 회 사 수	69	64	68	78	83	81	91	93	
심사기구의 유무	있 다	57	53	57	54	62	53	54	56
	없 다	12	11	11	24	21	28	37	37
심사기구의 명칭	'지면심사'	18	10	14	24	32	22	25	24
	'기사심사'	26	25	22	26	19	19	18	15
	기 타	13	18	21	4	11	12	11	17
심사기구의 조직	위원회제	28	29	27	31	40	34	32	40
	부·실제	24	18	18	18	15	13	14	13
	기 타	5	6	12	5	7	6	8	3
심사기구의 소속	편집국장	37	36	39	38	39	28	23	31
	임원·임원실	12	9	12	13	14	12	9	9
	사 장	5	6	6	2	7	9	15	15
	기 타	3	2	0	1	2	4	7	1
심사기구의 구성인원 (명)	총 수 (1사평균)	365 (6.4)	335 (6.3)	382 (6.7)	309 (5.7)	446 (7.2)	437 (8.3)	463 (8.6)	481 (8.6)
	전 임 자 (1사평균)	101 (1.8)	90 (1.7)	78 (1.4)	78 (1.4)	112 (1.8)	79 (1.5)	120 (2.2)	94 (1.7)
	겸 무 자 (1사평균)	264 (4.8)	245 (4.6)	304 (5.3)	231 (4.3)	334 (5.4)	358 (6.8)	343 (6.4)	387 (6.9)
구성인원의 분포	1명	9	8	7	14	10	8	9	8
	2~5명	24	23	22	19	21	14	17	14
	6~9명	15	10	11	11	16	7	10	11
	10명이상	9	11	15	10	14	21	18	23
심사기구의 운용형태	전임자만으로	18	14	8	16	10	10	13	9
	겸무자만으로	23	23	26	22	31	27	22	31
	전임과 겸무	16	15	21	16	21	16	18	16
심사결과외 전달	구 두 로	12	17	13	18	17	8	5	4
	문 서 로	13	11	9	14	12	15	19	16
	양자병용	32	25	32	22	33	30	29	35

조 사 회 수	제5회	제6회	제7회	제8회	제9회	제10회	제11회	제12회	
조 사 연 차	1971	1975	1978	1982	1986	1989	1993	1997	
응 답 회 사 수	69	64	68	78	83	81	91	93	
문서전달의 형태	일 보	10	8	10	11	10	11	17	14
	주 보	17	18	14	15	22	11	13	19
	순 보	0	2	8	9	6	5	3	7
	월 보	6	6	9	4	5	11	11	8
	기 타	15	8	10	6	9	12	9	6
사전심사 실시회사	27	14	19	19	18	19	11	12	
광고심사 실시회사	45	38	34	30	39	30	27	34	
모니터 제도 채용회사	13	20	21	26	28	28	25	31	

(註) 숫자는 '심사기구의 구성인원' 이외는 모두 회사수.

'심사기구 운용형태' 결과는 제6, 11회에 각 1개회사, 제7회에 2개회사가 무응답이었으며, '구성인원의 분포' 결과는 제6, 9회에 각 1개회사, 제7회에 2개회사, 제10회에 3개회사가 무응답이었다.

또 '심사결과의 전달'은 제11, 12회에 각 1개회사가 무응답이었다.

〈표 2〉 지면심사의 중점항목

조 사 횟 수	제5회	제6회	제7회	제8회	제9회	제10회	제11회	제12회
조 사 연 차	1971	1975	1978	1982	1986	1989	1993	1997
응 답 회 사 수	69	64	68	78	83	81	91	93
기사내용의 정확도	1위 (54사)	1위 (59사)	1위 (57사)	1위 (59사)	1위 (59사)	1위 (50사)	1위 (47사)	1위 (54사)
가치판단의 적부 (취재·편집양면에 대하여)	2 (53)	2 (55)	2 (54)	2 (51)	2 (54)	2 (46)	2 (43)	2 (50)
인권, 지면의 품위 등에 대한 배려	6 (36)	6 (34)	6 (34)	6 (37)	2 (54)	4 (37)	3 (40)	3 (44)
편집의 잘하고 못함, 격함 여부 (제목, 레이아웃 등)	3 (48)	3 (43)	3 (47)	3 (50)	6 (38)	3 (38)	5 (30)	4 (40)
타지와 비교하여 기사가 늦었 는지, 빨랐는지, 내용의 비교	5 (40)	4 (41)	5 (36)	5 (40)	4 (44)	6 (34)	4 (37)	5 (33)
문자, 용어, 숫자의 정확성	4 (43)	5 (36)	4 (43)	4 (41)	5 (42)	5 (35)	6 (29)	6 (27)
문장표현의 잘됨, 못됨	7 (25)	7 (22)	7 (25)	7 (22)	7 (22)	7 (13)	7 (19)	7 (13)
사진의 적부 (주로 도안에 대하여)	8 (21)	9 (11)	9 (15)	8 (12)	8 (13)	8 (10)	9 (8)	8 (10)
기획기사의 적부	9 (15)	8 (12)	8 (17)	9 (11)	9 (12)	9 (5)	8 (10)	9 (3)
인쇄의 선명도	10 (11)	10 (4)	10 (8)	10 (7)	10 (3)	10 (4)	10 (5)	9 (1)

(註) 괄호안은 중점항목이라고 지적한 회사수. 제12회는 55개회사의 응답을 집계.

(주) 숫자는 '심사기구의 구성인원' 이외는 모두 회사수.

'심사기구 운용형태' 결과는 제 6, 11 회에 각 1 개회사, 제 7 회에 2 개회사가 무응답이었으며, '구성인원의 분포' 결과는 제 6, 9 회에 각 1 개회사, 제 7 회에 2 개회사, 제 10 회에 3 개회사가 무응답이었다.

또 '심사결과의 전달'은 제 11, 12 회에 각 1 개회사가 무응답이었다.

(주) 괄호 안은 중점항목이라고 지적한 회사수. 제 12 회는 55 개회사의 응답을 집계.

II. 앞으로의 지면제작에 한층 중요한 역할

西井哲郎 (아사히신문 동경본사 기사심사부장)

기사심사부원의 아침은 빠르다. 이른 새벽에 일어나면 커피잔을 한 손에 들고 TV 뉴스를 결눈으로 보면서 조간신문을 읽기 시작한다. 만원통근전철 속에서도 신문을 읽고 회사에 도착해서도 오로지 신문읽기를 계속한다. 타지와 비교검토하고 과거의 지면과 조회하면서 면밀하게 지면을 점검해 간다.

석간조판까지 읽은 후 오후부터는 부내회의를 갖고 의견을 교환한다. 그 결과를 보고서로 정리하여 사내에 배포했다. 우수한 기사는 평가해 주고 문제 있는 기사는 비판하는 내용인데 이 보고서를 근거로 오후의 편집국 부장회의에서 지면논의가 이루어진다.

기사심사부의 일은 이 밖에도 정정, 사죄의 처리나 편집결정, 용어의 검토, 편집국보의 작성 등이 있다. 그러나 주된 업무는 매일 매일의 지면점검이다. 도쿄 본사에는 현재 6 명의 심사부원이 있고 오사카, 세이부, 나고야의 각 본사에도 규모는 작으나 담당부문이 있다.

신문의 점검기능을 생각할 때 독자로부터의 불만처리나 지면의 사전점검 등도 중요하나 이런 것들은 기사심사부와는 별도의 부문에서 담당하고 있다.

1. 독자의 관점에서 점검

아사히신문의 기사심사부는 75 년 전인 1922 년에 창설되면서 10 월 21 일자 지면에 『기사심사부의창설 일본에 있어서의 최초의 시도』라는 제목으로 큰 사고를 게재했다. 그 사고에 의하면 미국의 월드지가 이미 9 년 전에 심사부서를 창설, 미국각지의 신문사들이 이를 뒤따랐다고 하는데 아사히의 기사심사부 설치도 미국의 예를 따른 것이다.

기사심사부의 역할은 창설 당시와 현재와는 차이를 보이고 있다. 당초에는 독자의 불만을 받은 다음의 심사였으나 현재는 자주적인 지면심사가 주요임무로 되어있다. 독자로부터의 불만이나 지적, 의견은 홍보실이 창구가 되어 각부와 연계를 취하면서 대응하고 있다. 독자의 지적을 기다릴 것 없이 문제가 있는 기사나 지면은 스스로 개선해 나가지 않으면 안 된다. 그렇게 하려면 사내에 문제점을 지적해 낼 부문이 필요하다. 기사심사부가 매일 매일의 지면 점검을 하게 된 것은 바로 이러한 이유 때문이었다고 생각된다.

이상과 같은 경위나 심사의 역할을 생각하면 심사에 있어서는 우선 무엇보다도 '독자의 관점'에서 점검하는 일이 대전제가 되지 않으면 안 된다. 독자에게 있어서는 지면에 나온 것이 전부이다. 취재나 편집상의 경위는 신문사측의 사정에 지나지 않는다. 보통의 독자가 의문스럽게 생각할 만한 기사나 지면이 있으면 엄격하게 지적할 필요가 있다.

그러나 '독자의 관점' 이라고 한마디로 말하고는 있지만 그것이 어떤 것인지를 생각해 보면 그 해답은 어렵다. 심사부원은 어디까지나 신문사의 일원이다. 일반독자와는 다르며 한계가 있게 마련이다. 이 한계를 극복하기 위해서는 독자의 생각을 가급적 흡수하여 심사에 반영시키는 일이 필요하다.

2. 무엇을 심사할 것인가

그러면 실제의 심사에서는 무엇을 기준으로 하면 될까. 신문협회의 앙케트 조사에 의하면 '기사내용의 정확도', '가치판단의 적부', '인권, 지면의 품위 등에 대한 배려', '타지와 비교',

'제목과 레이아웃', '표기법과 용어', '문장', '사진' 등이 중요항목으로 지적되고 있다. 이들 항목을 각각의 신문의 입장에서 적부의 판단을 하게 될 것인데 여기에서는 몇 가지 주요사항을 요약하여 일상적인 심사에서 신경을 쓰고 있는 점을 서술해보기로 한다.

〈알기 쉽게 쓰기〉

현재의 신문에 요청되는 중요한 요소의 하나는 '알기 쉽게 쓰기'가 아닐까. 아무리 중요한 내용이라 해도 기사가 어려워서는 독자에게 전달되지 않는다. 데이터부족, 표현부족, 지나치게 전문적인 난해한 문장 등 결함기사는 적지 않다. 독자에게 무엇을 전달하려고 하는 것인지 알 수 없는 기사도 있다. '알기 쉽게 쓰기'는 반드시 개별적인 기사에 대해서 만이 아니다. 해설이나 배경 등이 충분히 쓰여져 있는가가 더욱 중요한 사항이다. 독자가 무엇을 알고 싶어하는지, 어떠한 기사가 부족한지 항상 주문을 해가는 일이 필요하다.

〈취급의 타당성〉

'오늘의 톱기사는 이쪽으로 와야 하는 것이 아닐까', '이 기사는 지나치게 작게 취급되었다(또는 지나치게 크게...)'. 지면을 보고 아무래도 판단이 다르지 않느냐고 생각되는 사례도 가끔 있다. 가치판단이라는 것은 상대적인 것이지만 다른 판단이 있을 수 있는 것은 아닌지 논의를 제기하는 일은 중요하다.

〈정확성〉

'정확성'은 심사의 중요한 항목이다. 그러나 정확한 것인지 아닌지에 관한 심사는 어려운 일이다. 용어의 구사나 상식적인 잘못, 기사의 앞뒤가 맞지 않는 내용이나 타지와 데이터 차이 등은 발견할 수 있으나 취재과정에서의 잘못을 발견하는 일은 거의 불가능하다. 근본적으로는 취재·편집단계에서 엄격한 확인작업을 하는 수 밖에 없다. 정정의 원인이나 경위를 분석, 제시하여 주의를 환기시키는 방법이 가장 효과적이라고 생각한다.

〈공정성〉

'공정성'도 심사에서 역점을 두고 있는 점의 하나이다. 이것은 지면으로 판단할 수 있는 경우가 많다. 최근에는 특히 찬반이 갈리는 문제, 혹은 찬반을 단정하기 어려운 문제가 늘고 있다. 일방적인 입장에서만 쓰고 있는 것은 아닌지 끊임없이 검증을 해야 한다. 물론 신문은 비판정신을 잊어서는 안되며 특히 권력에 대한 날카로운 눈이 필요하다.

부정은 비판하고 옳은 것은 당당하게 주장해야 한다. 그러나 그런 만큼 보통의 독자가 반발을 느낄 수 있는 기사여서는 안 된다. 비판 받는 쪽의 주장을 충분히 듣고 있는지, 일방적인 데이터만으로 편하게 쓰고 있는 것은 아닌지 신경을 써야 할 점이다.

〈인권배려와 사실규명〉

사건보도를 둘러싼 문제는 항상 논쟁의 대상이 된다. "보도피해"라는 말이 사용될 정도로 비판도 높아가고 있다. 인권에 대한 배려는 보도기관이 최대한 존중하지 않으면 안될 점이다.

이전에 비하면 특히 신문의 경우 많이 개선되었다고 생각되나 그럼에도 마쯔모도 살인사건, 도쿄전력 OL 살인, 고베의 초등학생살인의 경우와 같이 문제는 항상 일어나고 있다.

사건과 관련이 없는 것을 과도하게 보도하고 있지 않을지, 이름이나 사진의 게재에 배려가 있었는지 등의 점은 심사의 중요항목이다. 공익성과 인권배려의 균형을 어떻게 유지할 것인지. 양쪽 측면에서 살피지 않으면 안 된다.

3. 어떻게 유용하게 이용할 것인가

다음으로 이러한 심사결과를 어떻게 침투시켜 어떻게 지면제작에 유용하게 이용할 것인가를 생각해 보고자 한다. 어느 회사도 심사보(일보·주보·월보)가 주요 전달수단일 것이다. 아사히신문의 경우 사내에 배포되는 일보는 편집국을 중심으로 각부의 부장·데스크 등이 본 다음 매일의 부장회의에서 지적 사항에 대한 의견을 교환한다. 지적된 내용이 타당하다고 받아들여지기도 하고 해당부에서 반론을 제기, 논란이 벌어지기도 한다.

심사결과가 부장회의의 논의에 연동되는 방식은 신문제작에 심사결과를 유용하게 이용한다는 의미에서는 효과적이라고 생각한다. 그러나 부장회의는 지면에 대해 면밀하게 검증할 시간이 없다. 따라서 세부적인 지적은 각부의 데스크나 부원에게 가급적 읽히도록 하는 것이 중요하다.

기사심사는 사후심사이다. 이에 대해 사전체크가 더 중요하지 않겠느냐는 의견이 최근에 와서 강하게 대두되고 있다. 이러한 관점에서 아사히신문은 89년에 지면위원회제도를 만들었다. 지면위원회는 편집국장실에 소속된 업무담당자로서 그날 그날의 당번편집장(편집국 차장이 교대로 담당)을 보좌하여 인쇄 전에 사전에 기사를 점검, 문제가 있다고 생각되는 점을 편집장을 통하거나 혹은 직접 각부의 데스크에게 지적하고 있다. 97년 봄부터는 지방판 지면위원회라는 제도를 신설, 지방판에 대해서도 사전 체크하고 있다.

이러한 사전체크제도는 지면의 질을 향상시킨다는 점에서 효과를 거두고 있음이 확실하다. 앞으로의 지면제작을 생각할 경우 지금까지의 지면에 대한 반성이 불가결하다. 만일 검증이 없다면 똑같은 잘못을 되풀이할 뿐이다.

4. 타부문과의 연계를 긴밀하게

기사심사는 신경을 쓰는 일이다. 리포트의 지적이 과녁을 빗나가는 것뿐이라면 편집국내의 반발을 살 뿐이다. 칭찬할 것은 칭찬하고 비판할 것은 확실하게 비판해야 하며 때로는 문제제기를 하는 일도 필요하다 적은 수의 부원에 의한 심사에는 한계가 있다. 보다 질 높은 지면심사를 하기 위해서는 체제를 충실화할 필요가 있다. 심사부문에 인원을 할애하는 일은 현실적으로 어려운 일이지만 가급적 다양한 부서에서 심사담당자를 모으는 것이 바람직하다.

지면체크의 네트워크를 강화한다는 의미에서 지면위원회나 편집국장실, 홍보실, 교열부, 용어간사 등과의 연계도 더욱 밀접하게 할 필요가 있다고 생각한다. 독자의 의견을 반영하는 체제 등도 연구과제이며, 현재는 중단하고 있으나, 사외필자에 의한 지면비평란 등도 하나의 방법이 될 수 있을 것이다.

일상적으로 지면을 점검하고 있는 부문이 사내에 있다는 것은 그 나름대로의 긴장감을 편집국에 가져다 주고 있다고 생각되며 심사부문의 존재의의가 그런 점에도 있다고 말할 수 있을 것이다.

Ⅲ. 신뢰있는 보도의 보조역으로서

柏木勇一 (요미우리신문 신문감사위원장)

1. 항상 들려오는 독자의 소리

오전 10 시, 독자상담계의 전화가 일제히 울려댄다. "상세한 내용을 알고 싶는데 연락처를 알려줄 수 있습니까"

"이 기사 말인데 좀 이상하지 않습니까", "그래, 그래, 그러한 주장을 기다리고 있었어요", "더 엄하게 쓰지 않으면 추궁이 너무 가볍게 됩니다" - 대충 이러한 질문이나 의견이며 담당자는 이에 대응하고 있다. 기사에 대한 불만, 꾸중도 빈번하게 걸려오지만 가장 많은 것은 기사내용에 대한 문의이다. 예를 들면 의료나 복지관계의 기사에서는 아무리 알기 쉽고 친절하게 써도 관계자나 당사자는 더 상세하게 알고 싶어한다. 지나치게 전문적이어서 담당자가 설명할 수 없는 경우에는 허용되는 범위 내에서 독자와 취재현장의 중간역할을 할 때도 있다.

이와 같이 요미우리신문의 <신문감사위원회>는 명칭은 엄격해 보이나 기사심사부문과 독자상담이라는 두 가지 업무를 함께 담당하고 있다. 이번의 신문협회 조사결과를 보면 본사와 같은 조직형태를 갖고 있는 신문사는 적었다(응답 56 개 회사 중 7 개 회사). 이러한 면에서는 보기 드문 형태로 말할 수 있으나 지면심사기구로서는 "좋은 형태"라고 자부하고 있다. 조직면에서도 편집부와 떨어져 완전하게 독자의 관점에서 지면을 평가하고 의견을 말할 수 있는 형태로 되어 있다.

감사위원회의 인원은 현재(97년 7월 1일) 27명. 이 가운데 10명이 독자상담 담당이며 기사심사담당은 본판과 지역판으로 나누어지고 있다. 대부분이 편집기자출신이며 다른 부서와의 겸무자는 없다. 인원수가 많은 데 대해 다른 신문사의 관계자들은 모두 크게 놀라고 있다. 다른 신문의 경우 기사심사부문만이라는 이유도 있기는 하지만 10명 미만이 압도적으로 많다. 10명 이상의 전국지에서도, 예를 들면 마이니치신문사는 18명중 겸무자가 12명, 일본경제신문사는 10명중 9명이 겸무자로 되어 있다(신문협회 조사).

<요미우리신문 백년사>에 의하면 1938년 4월 당시의 조사부에서 독립하여 '기사심사부'가 탄생했다. 발행부수가 1백만부를 넘어서려는 시기였다. 1년 후인 39년 7월 심사위원회로 바뀌었으며 초대위원장은 편집국장이 겸임했다. 이때의 구성은 8명. 다른 신문과의 비교연구 등을 발표하는 방식으로 일요일을 제외하고 매일 사장, 주필, 관계부장, 논설위원까지 참석하여 심사회를 열었다.

시사에는 "사장이 매일 빠짐없이 참석하여 문제가 있으면 그 자리에서 조치를 취했다"고 적혀있다. 기사심사회는 편집방침 심의기관이라는 기능도 갖고 있었다. 1953년에는 신문감사위원회로 명칭이 바뀌었다.

〈신문감사위원회규정〉에 의하면 위원회는 '기사심사부'와 '독자상담부'로 구성되어 있다. 초기의 독자상담업무는 전화교환계가 독자의 희망을 듣고, 담당부인지, 독자상담인지를 판단하여 연결하다 보니 독자에 대한 응대가 돌림식으로 되어 큰 혼란을 일으켰다고 한다.

독자상담 담당이 직접 전화를 받는 현재의 방식으로 된 것은 1984년 1월. 상담기록을 보면 직접 응답방식의 변경만으로 상담건수가 50% 증가하여 하루 90건이나 되었다고 한다. 현재의 상담건수는 하루 평균 1백건에서 1백 10건으로 의외로 많은 수이다(현재의 숫자는 기사에 관한 상담건수로 판매, 광고에 관한 문의나 불만은 각각 다른 부서에서 담당하고 있다)

2. '사내 옴부즈맨'으로 자리 매김

신문협회조사에서, 기사심사부문의 사내에서의 소속을 보면 56개 회사 중 가장 많은 것이 편집국장 또는 보도부장 산하로 모두 32개 회사. 요미우리신문사와 같이 사장(사장실 포함) 직속은 16개 회사뿐.

지면심사부문을 각각의 회사가 어떻게 판단하느냐에 따라 소속형태가 달라진다.

이러한 조직상의 자리매김과 지금까지 기술해온 것을 합쳐 보면 요미우리신문 감사위원회의 특질로서는 다음과 같은 3가지 점을 들 수 있을 것 같다.

① 지면심사부문과 독자상담부문을 갖추고 있다. ② 사장직속으로 편집국과는 완전히 분리되어 있다. ③ 전원이 전임으로 다른 직무를 겸무하고 있는 위원이 없다.

이러한 조직형태로부터 다음과 같은 기능상의 두 가지 특질을 들 수 있다.

① 독자와의 연결을 깊게 하면서 기사의 균형성, 정확성을 여러 가지 각도에서 판단할 수가 있다. ② 편집부와 선을 긋고 다른 일체의 직무로부터도 독립하여 있으므로 공정한 입장에서 심사할 수 있다.

이러한 기본이념 아래 매일 매일의 지면심사는 현장의 노고를 배려하면서도 '독자의 관점에서 심사는 엄격하게'를 모토로 하고 있다. 특종을 했느냐 뺏겼느냐의 지적, 기사가 정확한가 공평한가는 물론 인권상의 문제는 없는지, 올바른 일본어의 문장으로 되어 있는지 등을 기준으로 심사하고 있다(업무내용은 주 참조).

신문사 안에 있으면서 독자의 관점에서 지면을 심사한다. - 이것은 '신문옴부즈맨'의 역할과 일치한다. 요미우리신문의 지면심사부문은 사내옴부즈맨으로 자리매김되어 이것이 큰 특질로 되어있다. 일본에서는 유일하게 〈뉴스·옴부즈맨협회〉에 가맹하고 있는 것도 이러한 특질을 더욱 더 충실하게 하기 위한 것이기도 하다.

신문협회조사에서 '지면심사를 보다 효과적으로 하기 위한 방법'이라는 설문에 대한 응답을 보았다. 42개 회사가 응답을 했는데 '현장과의 의견교환', '심사 받는 쪽과의 쌍방향의 의사소통', '심사보고의 열독촉진', '담당인원의 증강' 등으로 나타났다.

지면은 신문사가 만들고 있는 "상품"이다. 자동차나 가전제품 등에 대해 생산자가 '품질관리'에 신경을 쓰고 있는 것처럼 신문사에 대해서도 같은 말을 할 수 있다.

3. 질을 높이는 기본은 비평

신문의 질을 높이기 위한 기본적인 방법은 (미디어 전반에 공통) 비평 이외에는 아무 것도 없다. 되풀이 하지만 ①독자로부터의 지적을 수용할 기구를 강화한다. ②비평인을 외부에도 위탁한다. ③신문사 내의 비평, 다시 말하면 심사조직을 충실화한다 - 는 3 가지가 가장 주요한 요지가 될 것이다.

요미우리신문 지면심사의 업무 (주)

△ 기사심사회의

본판지면에 대해 토요일, 휴일, 휴간일, 익일을 제외하고 매일 오후 3 시 반부터 회의를 열어 편집국 차장, 편집부장, 취재부 데스크 등에게 지면의 강평을 보고하고 있다. 철저한 심사와 누락을 방지하기 위해 회의 전에 감사위원 전원의 모임을 갖는다.

△ 기사심사일보의 발행

기사심사회의에서의 본판의 강평과 지역판의 심사평을 정리한 다음 다시 정치만화평이나 독자상담이 받은 전화에서 주요한 것을 더해 주 2 회 발행. B5 판형으로 약 5 백부를 발행, 사내간부, 편집국내 모든 부서, 국내외 지국이나 통신부에 배부하고 있다.

일보에는 통상적인 심사평 외에 ①대사건이나 대형선거보도의 검증결과를 종합하여 특집으로 묶는 '테마평', 사회활동으로 참가하고 있는 '매스컴윤리간담회', 신문협회의 '지면심사간담회'의 보고 등도 있다. 또 매호, 독자상담에 보내온 의견에서 주요한 것을 골라 소개하고 있다.

심사평에 대한 편집각부의 반론코너도 있으나 솔직이 말해서 별로 활용되지 못하고 있다.

△ 사외 모니터

정치, 경제, 국제, 사회, 국어, 생활 등 각 부문의 전문가 7 명에게 지면의 모니터를 위촉하여 월 2 회 지면에 대한 비평이나 주문을 기고 받아 심사일보에 게재하고 있다. 사내관계자만이 대상이기 때문에 구체적이고 전문적인 내용으로 되어있다. 독자를 대상으로 한 사외모니터의 의견은 '미디어시평'으로 주 1 회 게재하고 있다.

△ 특상심사

특종이나 우수한 보도에 대해 주어지는 특상은 편집국장이 사장에게 상신하도록 되어있으나 특상의 대상이 되는지의 여부, 특상의 순위판단은 감사위원회가 담당하고 있다.

IV. 지역주의로 일관 시행착오를 거듭하면서

小川芳宏 (태본일일신문 지면심사위원장)

1. 종합적인 견지에서 심사하는 체제

지면심사를 하는 목적은 단순·명쾌하다. 신뢰할 수 있는 양질의 지면을 독자에게 제공하는데 있다. 이에 대해서는 어느 신문사도 이견이 없다고 생각한다. 그러나 매일 마감시간에 쫓기면서

단시간 내에 만들어내야만 하는 신문에서는 실수가 없는 완벽한 지면을 제작한다는 것은 어려운 기술인지도 모른다. 최근에는 초상권이나 인권문제에 대한 배려도 큰 과제로 되어있다. 한번 부주의한 기사, 잘못된 기사가 나가게 되면 독자와의 사이에서 유지해 왔던 신뢰관계는 일거에 무너지고 만다.

일본신문협회가 97년 4월에 실시한 '지면심사기구인 현황'에 대한 앙케트 조사에 의하면 심사기구의 설치사는 응답을 보내온 93개사 가운데 56개사로 나타났다. 약 60%의 회사가 어떠한 형태로든 심사기구를 갖고 있었으며 지면심사에 기대를 갖고 중요시하고 있는 회사가 많다는 것을 알 수 있다.

덧붙여 말하면 심사의 중점 항목은 ①기사내용의 정확도 ②가치판단의 적부 ③인권, 지면의 품위 등에 대한 배려-가 각사가 공통적으로 중요시 하는 '베스트 3'으로 되어 있다고 생각된다.

태본일일신문사의 지면심사의 역사는 오래다. 1955년에 시작되었다. 매일 오후 4시부터 관계임원과 편집국의 부장들이 사장실에 모여 사장 면전에서 그날의 지면심사를 했다. 사론의 통일을 위해 논설위원장이 심사위원장을 맡아 지면의 구석구석까지 검토하여 기사나 제목의 좋고 나쁨 외에도 잘못된 것에 대해서는 엄한 지탄을 가했다. 당시의 편집부장은 매일 식은 땀에 젖어 있었다고 한다. 이 당시의 전통을 이어받아 지면심사위원회는 사장직속기관으로 있게 되었다.

심사위원회의 사무국은 편집국의 독자센터에 속한다. 담당자는 지면심사 외에 모니터통신의 대응, NIE의 사무국, 그밖에 <하이! 여기는 편집국> (전화에 의한 독자의 소리의 난)의 수집정리 등 몇 가지의 업무를 겸무하고 있다. 독자와의 접점에서 생생한 소리를 들을 수 있다는 것은 큰 강점이다.

위원회는 위원장 외에 10명의 위원으로 구성된다. 편집관계에서 정보개발담당, 편집국차장, 편집본부장, 논설위원 등과 경리, 광고, 판매, 제작의 각 국장, 국차장, 그리고 사무국의 담당자 등으로 각국을 대표하는 정예멤버로 짜여진다.

각 위원으로부터 제출된 심사일보 1주일분을 사무국에서 수록하여 매주 금요일에 열리는 지면심사위원회에서 토의한다. 매회마다 편집지면에 대해 열띤 의견이 교환된다. 지적된 사항에 관해 각국에서 변명하기도 하나 대체로 협력적이다. 예를 들면 광고나 사업의 사고에 대해서도 편집지면의 일부라는 관점에서 잘못에 대한 지적은 말할 것도 없고 그 품위에 대해서까지도 엄격한 심사가 행해진다. 경우에 따라서는 광고국을 대표하는 심사위원에게 광고주 측에 대한 지도를 권고할 때도 있다. 또한 편집지면의 개선에 관해 현장단계에서 개선하기 어려운 문제에 대해서는 임원회에 지면심사주보를 보고하여 개선을 권고한 사례도 있다.

2. '안면이 많은 사회'의 인권배려

지방지의 경우 지면에 게재된 인물과 독자가 서로 아는 사이이거나 연고관계가 있는 때가 적지 않다. '안면이 많은 사회'이기 때문에 사건, 사고뿐 아니라 의료, 복지, 교육 등 모든 면에서 더 한층 인권, 프라이버시에 대한 배려가 요청된다. 때로는 익명 처리가 지나치다는 지적도 있는데 어쩔 수 없다고 생각된다.

지면심사위원회에서도 의견이 갈리는 것은 가벼운 범죄보도의 경우에 많다. 음주운전에서의 체포나 약물의 단순사용은 이제 지면에 게재되지 않는 경우가 대부분이다. 그런데 관계자가

특정직함을 갖고 있을 때나 상습자인 때에는 출고된다. 심사위원회에서는 이에 대한 공평여부를 둘러싸고 큰 논란을 벌이게 된다.

이러한 때에 한해서 독자로부터 게재기준을 따지는 문의가 들어온다. 이때 설명할 수 있는 판단기준을 출고부에 요청하게 되고 때로는 출고부와 심사위원회 간에 의견의 대립이 일어난다. 그러나 위원회로서는 논의의 근본이 되는 것은 독자와 같은 관점의 게재된 지면뿐이라는 점을 강조한다.

학교현장에서의 체벌이나 괴롭힘(이지메)에 관해 본지는 학교명을 밝히지 않는 것을 원칙으로 하고 있다. 일반적인 폭행, 상해와 같이 가해자의 이름을 밝히지 않는다. 이런 경우 피해자의 가족, 친척으로부터 '가해자를 비호한다'는 항의를 받은 때도 있다. 다른 신문이나 TV 뉴스에서 학교명이 밝혀지는 경우도 있으나 교육적 배려를 우선하기 때문에 '하는 수 없다'고 설득하고 있다.

사진 한 장을 갖고도 초상권문제가 발생하는 시대가 되었다. 레저, 쇼핑, 축제 등 불특정 다수인이 나오는 사진을 게재할 때에는 특히 주의가 필요하다. 불쾌한 표현, 차별적 표현, 부적절한 표현도 최근에는 데스크가 주의를 함으로써 지면에 그대로 나가게 되는 일이 없어졌으나 완전히 없애기 위해서는 사내교육이 필수적이다.