

2009년도 언론중재위원회 이용만족도 조사

언론중재위원회는 지난 한 해 동안 언론중재위원회를 이용한 신청인, 피신청인, 상담이용자, 교육수강자 등을 대상으로 이용만족도 조사를 실시하였다.

조사는 (주)코리아리서치가 대행했으며, 조사개요 및 주요결과를 발췌, 수록한다. ... 편집자 주

I. 조사개요

1. 조사의 목적

• 본 조사는 2009년도 언론 조정(중재) 신청 사건 및 상담·교육서비스에 관한 언론중재위원회 이용만족도를 평가하여, 언론중재제도 개선 사항을 진단하고 위원회의 업무추진방향, 정책설정을 위한 기초 자료로 활용하는 데 목적이 있음

2. 조사 설계

조사 대상	• 조정(중재) 신청인 : 441명 • 조정(중재) 피신청인(언론인) : 377명 • 상담 이용자 : 1,063명 • 교육 수강자 : 974명 (일반인 418명, 언론인 556명) / (2009년 1월 ~ 2009년 9월까지 신청 또는 이용자임)
조사 응답자	• 조정(중재) 신청인 : 174명 (회신률 39.5%) • 조정(중재) 피신청인(언론인) : 110명 (회신률 29.2%) • 상담 이용자 : 546명 (회신률 51.4%) • 교육 수강자 : 974명 (일반인 418명, 언론인 556명)
조사 방법	• 조정(중재) 신청인 / 피신청인 : 구조화된 설문지를 이용한 우편 조사 • 상담 이용자 : 구조화된 설문지를 이용한 전화조사 • 교육 수강자 : 구조화된 설문지를 이용한 현장조사
조사 기간	• 2009년 10월 12일 ~ 11월 13일
주관 및 수행기관	• 언론중재위원회 / (주) 코리아리서치센터

II. 조사결과

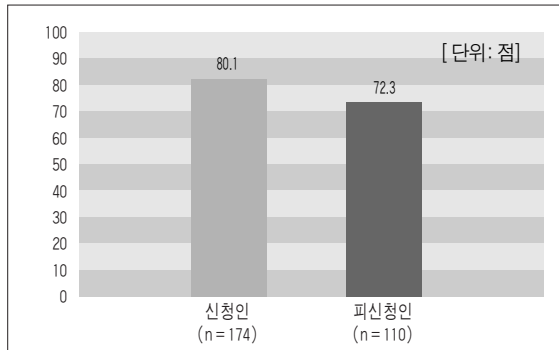
1. 조정(중재) 신청인/피신청인 이용만족도

• 신청인의 종합만족도는 80.1점, 피신청인의 종합만족도는 72.3점으로 피신청인에 비해 신청인의 종합만족도가 7.8점 높은 것으로 나타난.

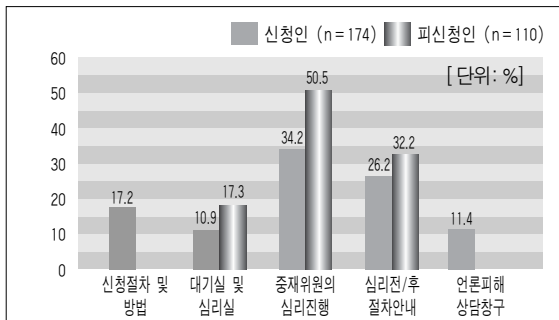
• 조정(중재) 종합만족도에 미치는 차원별 중요도를 살펴보면, 신청인 경우, 중재위원의 심리진행과 심리전/후 절차안내의 영향력이 가장 크며, 피신청인 경우, 중재위원의 심리진행 영향력이 가장 큰 것으로 나타난.

1) 조정(중재) 종합 만족도

〈 조정(중재) 종합만족도 〉



〈 조정(중재) 차원별 중요도(가중치) 〉

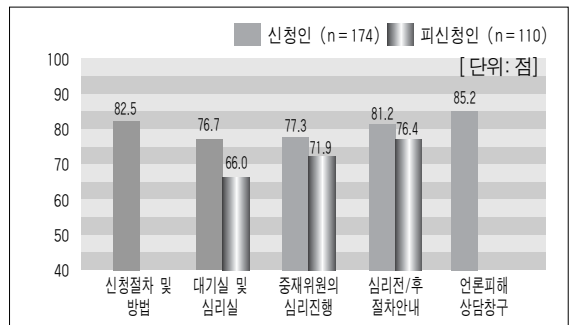


2) 차원별 만족도

• 조정(중재) 제반 차원별 만족도는 피신청인에 비해 신청인의 만족수준이 전반적으로 높은 편이며, 신청인 경우 언론피해 상담창구와 신청절차 및 방법에 대한 만족도가 높음. 조정(중재) 신청을 위해 처음 접하게 되는 상담창구와 신청절차 및 방법에 대한 만족 수준이 높다는 것은 언론중재위원회의 첫 인상이 긍정적으로 평가되고 있음을 알 수 있음.

• 피신청인의 차원별 만족도는 심리전/후 절차안내 > 중재위원의 심리진행 > 대기실 및 심리실 순으로 나타난.

〈 조정(중재) 차원별 만족도(가중치) 〉



3) 항목별 만족도

• 2008년 조사결과 대비 전반적 항목에 대해 신청인과 피신청인 모두 만족도가 향상되었으며, 특히 심리후 결과/향후 법적 절차의 자세한 설명에 대한 만족도의 향상 폭이 가장 큼.

• 신청인 경우, 간편한 신청절차(84.5점), 대기실 및 심리실의 청결함(85.3점), 조용함(84.5점), 접수사실 및 조정기일 통보(87.6점), 심리전 절차/심리과정의 자세한 안내(85.6점), 상담창구 이용시 상담원의 친절성(88.8점), 경청자세(86.9), 신속하고 적극적인 상담(87.7점)에 대한 만족이 높은 편임.

• 피신청인 경우, 대기실 및 심리실의 청결함(80.4점), 조용함(78.0점), 심리전/후 절차안내에 대한 만족수준이 높은 편임.

• 반면, 타 항목대비 중재위원의 심리진행에 관한 항목

만족도가 상대적으로 낮은 편으로 중재위원의 적극적인 심리진행과 공정성, 전문성보유, 의견경청을 위한 노력이 필요한 것으로 판단됨.

〈 조정(중재) 항목별 만족도 〉

(단위:점)

		신청인			피신청인		
		2008년	2009년	증감률	2008년	2009년	증감률
사 례 수		(206)	(174)		(103)	(110)	
신청절차 및 방법	간편한 신청절차	82.5	84.5	2.0	—	—	—
	신청서류 작성 용이	78.5	82.0	3.5	—	—	—
	간단한 구비서류	78.9	82.7	3.8	—	—	—
대기실 및 심리실	청결함	82.2	85.3	3.1	76.5	80.4	3.9
	소음 없이 조용함	80.5	84.5	4.0	75.1	78.0	2.9
	넉넉한 공간	71.2	75.1	3.9	63.2	66.9	3.7
	편의시설	71.8	74.4	2.6	63.2	67.3	4.1
	안내 팸플렛 비치	72.8	76.1	3.3	66.0	67.3	1.3
중재위원의 심리진행	적극적인 심리진행	75.9	79.2	3.3	77.0	77.4	0.4
	공정한 심리진행	75.9	78.3	2.4	73.9	75.0	1.1
	중재위원의 전문성	76.8	79.8	3.0	71.1	73.6	2.5
	당사자 의견경청	75.9	79.8	3.9	75.9	73.2	-2.7
심리전/후 절차안내	접수사실 및 조정기일 통보	86.5	87.6	1.1	80.0	80.9	0.9
	심리전 절차/심리과정의 자세한 안내	83.4	85.6	2.2	77.4	79.1	1.7
	심리 후 결과/향후 법적 절차 자세한 설명	76.4	83.3	6.9	73.1	78.7	5.6
	사건 종결 후 보도문 게재여부 안내	73.3	78.3	5.0	—	—	—
언론피해 상담창구	상담원의 친절성	86.6	88.8	2.2	—	—	—
	상담자의 경청자세	85.0	86.9	1.9	—	—	—
	신속한 상담	84.4	87.7	3.3	—	—	—
	전문적인 업무지식	82.6	84.8	2.2	—	—	—
	적극적인 상담	83.5	87.7	4.2	—	—	—
	문제해결에 도움	81.5	84.3	2.8	—	—	—

4) 언론중재위원회 인지 및 인지경로

• 언론중재위원회 기능과 역할에 대한 인지도를 조사한 결과, 조정(중재) 신청인의 93.7%는 인지하고 있으나 그 중 28.2%만이 정확히 알고 있으며, 6.3%

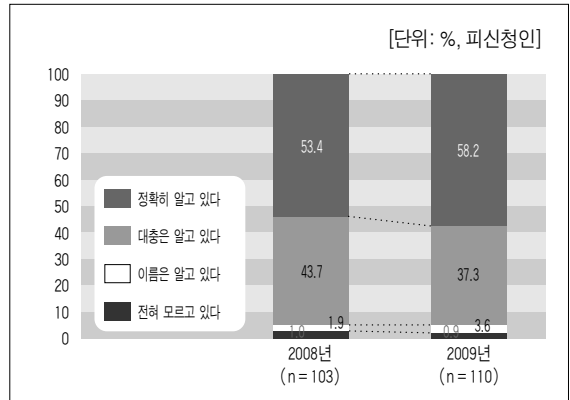
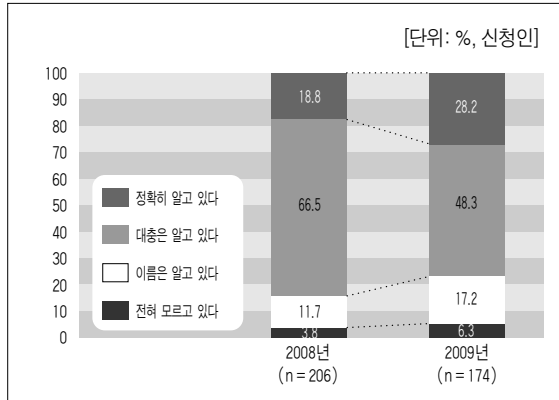
는 전혀 모르고 있음. 반면 피신청인의 95.5%가 인지하고 있으며, 그 중 58.2%는 정확히 알고 있음.

• 조사결과, 신청인의 언론중재위원회에 대한 인지도 향상 및 기능과 역할 홍보를 위한 노력이 필요할 것으로 판단됨.

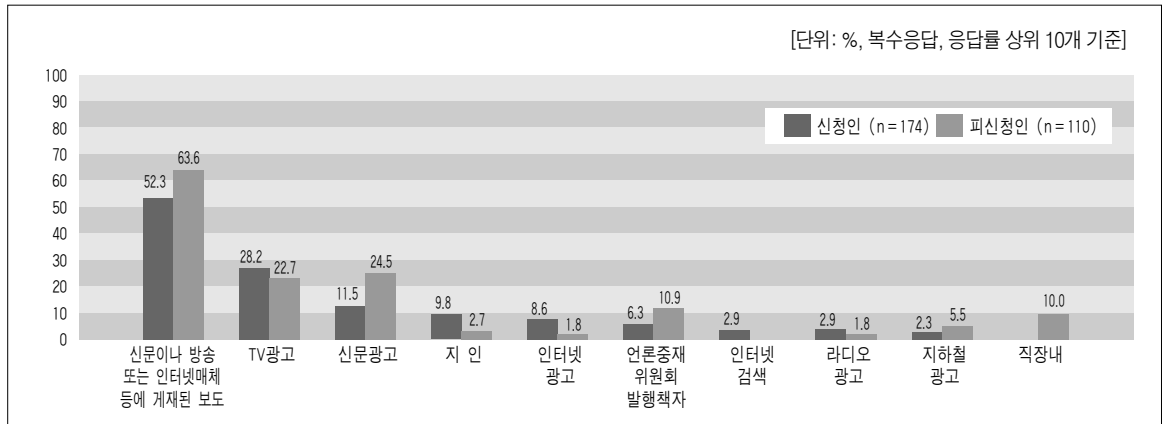
• 언론중재위원회 인지경로는 전반적으로 신문이나 방송, 인터넷매체 등에 게재된 보도를 통하여 주로 인지하고 있으며, 광고 중에서는 TV광고나 신문

광고를 통한 인지비율이 두드러짐. 향후 홍보활동을 위한 매체전략에 고려할 필요가 있음.

〈언론중재위원회 인지여부〉



〈언론중재위원회 인지경로〉



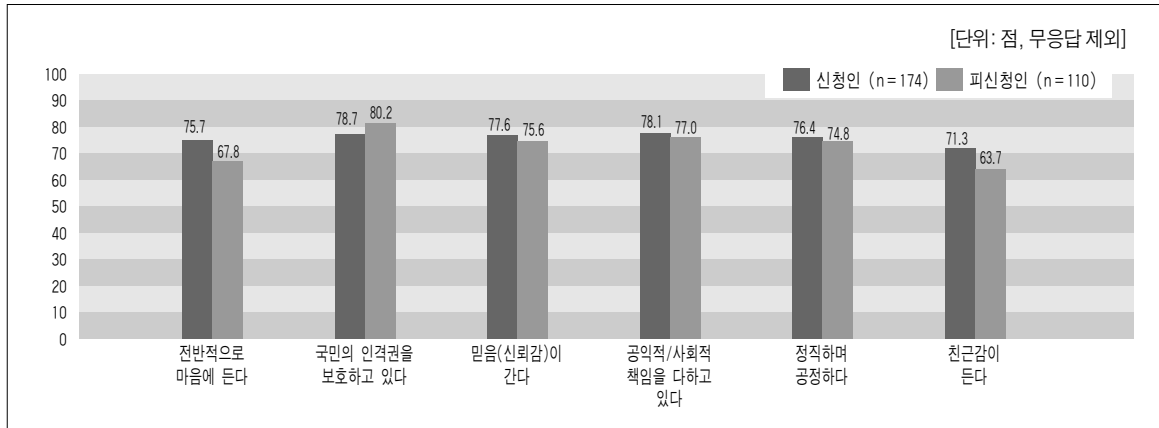
5) 언론중재위원회 이미지 평가

• 언론중재위원회의 전반적 이미지 평가는 신청인 75.7점, 피신청인 67.8점임. 기사사 대비 모든 항목에서 이미지가 긍정적으로 향상되었음.

• 전반적으로 언론중재위원회의 이미지가 개선되고 있으며, 국민의 인격권을 보호한다는 언론중재위

원회 역할에 대한 이미지가 잘 형성되어 있음. 또한 공공기관으로서 신뢰가 가고, 사회적 책임을 다하며, 정직/공정하다는 이미지 역시 형성되어 있는 반면, 언론중재위원회의 접근을 용이하게 돕는 친근감은 여전히 부족한 것으로 나타나, 친근한 이미지를 제공할 수 있는 노력이 필요할 것으로 판단됨.

〈언론중재위원회 이미지 평가〉

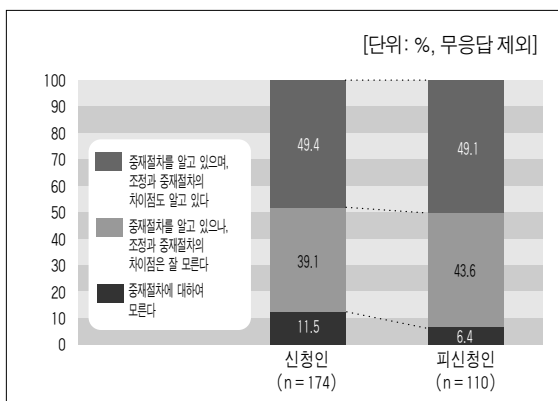


6) 중재절차 인지 여부

• 조정절차 이외 중재절차에 대한 인지수준을 파악한 결과, 중재절차를 알고 있다는 응답 비율이 신청인의 88.5%, 피신청인의 93.6%로 신청인에 비해 피신청인의 인지가 높은 것으로 나타남.

• 반면, 신청인의 49.4%, 피신청인의 49.1%만이 조정과 중재절차의 차이점을 잘 알고 있으며, 2008년 대비 전반적 인지수준이 약간 감소한 것으로 나타나, 중재절차에 대한 정확한 정보제공을 위한 노력이 지속적으로 필요할 것으로 판단됨.

〈중재절차 인지여부〉



7) 개정 언론중재법 인지도 및 인식

• 조정(중재) 신청인 및 피신청인을 대상으로 포털 사이트나 언론사닷컴 등에 실린 기사에 대해서도 정정이나 반론 혹은 손해배상을 구하는 조정(중재)신청이 가능해진 개정 언론중재법에 대한 인지도를 조사한 결과, 신청인의 71.8%, 피신청인의 95.5%가 이러한 개정내용을 알고 있다고 응답함으로써 특히, 피신청인의 인지수준은 상당히 높은 것으로 나타남.

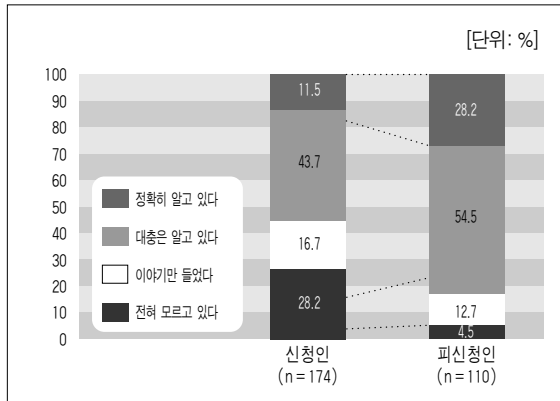
• 반면, 개정 언론중재법에 대해 정확히 알고 있다는 신청인은 11.5%, 피신청인은 28.2%로 인지도에 비해 인지수준은 낮은 편으로 나타나, 개정법에 대해 정확히 인지할 수 있도록 내용 전달을 위한 노력이 필요할 것으로 판단됨.

• 포털사이트나 언론사닷컴 등에 실린 기사에 대해서도 정정이나 반론 혹은 손해배상을 구하는 조정(중재)신청이 가능해진 개정 사항에 대해 신청인과 피신청인의 의견을 조사한 결과, 신청인의 94.2%, 피신청인의 87.2%는 인터넷 기사로 인한 피해를 구제하는 데 도움이 될 것이라고 응답하였으며, 전반적으로 개정 언론중재법이 언론으로 인한 피해구제에 도움이 된다고 평가함. 피신청인에 비해 신청인이 개정

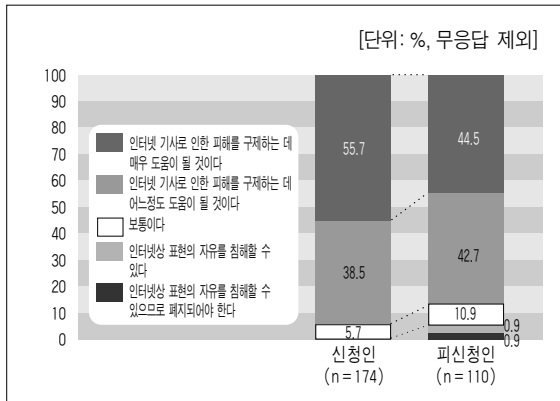
언론중재법을 더 긍정적으로 평가하는 경향이 있음.

• 피신청인의 경우, 인쇄 및 TV매체 종사자의 88.0% 이상이 개정 언론중재법을 긍정적으로 평가하는 반면, 인터넷 종사자 경우 69.2%만이 피해 구제에 도움된다고 평가하여 종사하고 있는 매체에 따른 의견 차이를 보임.

〈개정 언론중재법 인지도〉



〈개정 언론중재법에 대한 인식〉

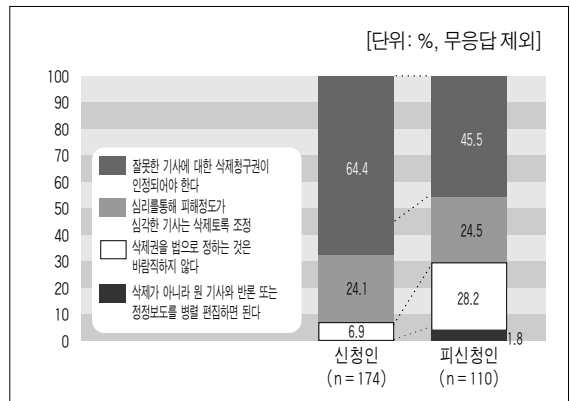


8) 인터넷매체의 기사 삭제 청구권에 대한 인식

• 인터넷매체의 기사 삭제 청구권에 대한 인식을 파악한 결과, 신청인의 88.5%, 피신청인의 70.0%가 잘못된 기사에 대한 삭제청구권이 인정되어야 하며 삭제청구권이 없더라도 피해정도가 심각한 기사는 심리를 통해 삭제토록 조정이 되어야 한다는 의견임.

• 반면, 신청인의 6.9%, 피신청인의 28.2%는 인터넷상 표현의 자유나 자율규제 기능도 있으므로 삭제권을 법으로 정하는 것은 바람직하지 않다는 의견으로 나타나 신청인에 비해 피신청인 경우 인터넷상 표현의 자유나 자율규제가 보장되어야 한다는 의견이 상대적으로 강함.

〈인터넷매체의 기사 삭제 청구권에 대한 인식〉



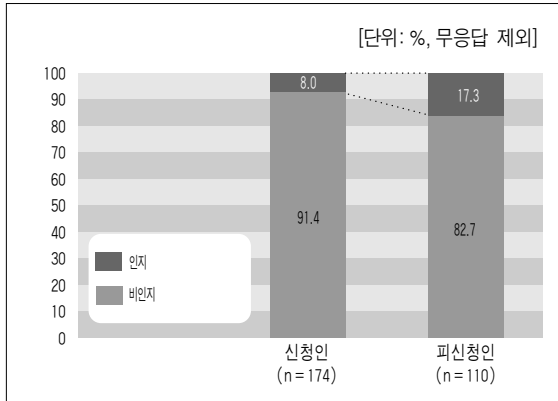
9) 인터넷매체 대상 심리 중 알림 문구 게재에 대한 인식

• 인터넷매체에 사건이 접수될 경우, 포털사이트 등으로 하여금 해당기사 제목 바로 밑에 기사 본문화자와 동일한 크기로 '본 기사에 관하여 언론중재위원회 심리가 진행 중임'이라는 문구를 게재해야 하는 것을 알고 있는지 조사한 결과, 신청인의 8.0%, 피신청인의 17.3%만이 인지하고 있는 것으로 나타남. 응답자 중 인터넷매체에 종사하고 있는 피신청인의 인지 수준이 다소 높음.

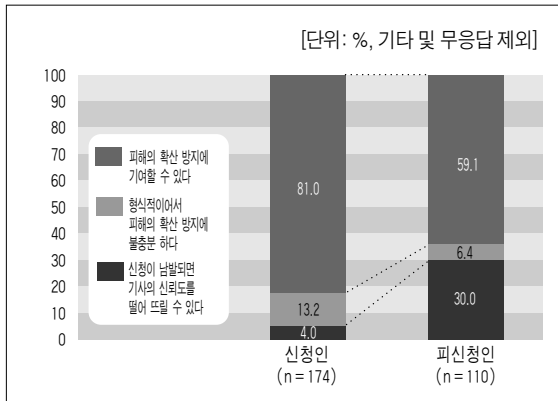
• 인터넷매체 대상 심리 진행 중임을 알리는 문구 게재에 대한 인식을 파악한 결과, 신청인의 81.0%, 피신청인의 59.1%는 알림문구 게재가 피해의 확산방지에 기여할 수 있다고 평가한 반면, 피신청인의 30.0%는 기사의 신뢰도를 떨어뜨릴 수 있

다고 평가하여 신청인과 피신청인간의 의견차를 보이고 있음.

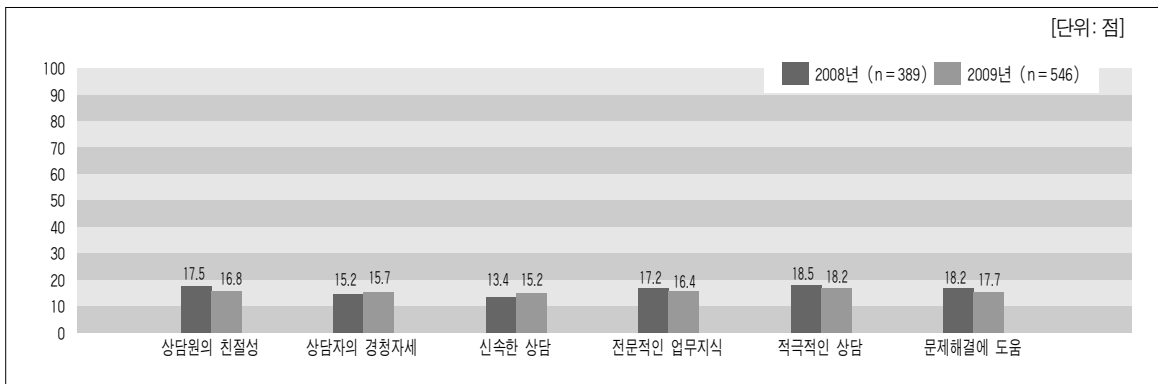
〈인터넷매체 대상 심리 중 알림 문구 게재 인지여부〉



〈알림문구 게재에 대한 인식〉



〈상담이용자 항목별 중요도 (가중치)〉



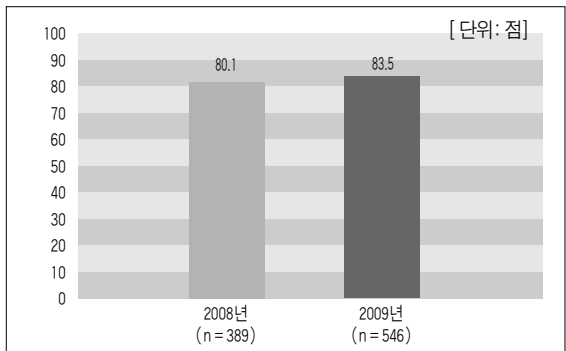
2. 상담이용자 이용만족도

• 상담이용자 종합만족도는 「상담원의 친절성, 「상담자의 경청자세, 「신속한 상담, 「전문적인 업무 지식, 「적극적인 상담, 「문제해결 도움」 총 6가지 각 항목이 전반적 만족도에 미치는 영향력을 고려해 가중치(중요도)를 부여하여 종합만족도를 산출한 결과, 83.5점으로 기 조사(81.7점) 대비 1.8점 향상하였음.

• 상담이용자 종합만족도에 미치는 항목별 중요도는 상담원의 적극적인 상담태도가 만족도에 미치는 영향이 가장 크나, 항목 간 중요도의 차이가 거의 없어, 전 항목이 종합만족도에 고르게 영향을 미치는 것으로 해석됨.

1) 상담이용자 종합 만족도

〈상담이용자 종합만족도〉



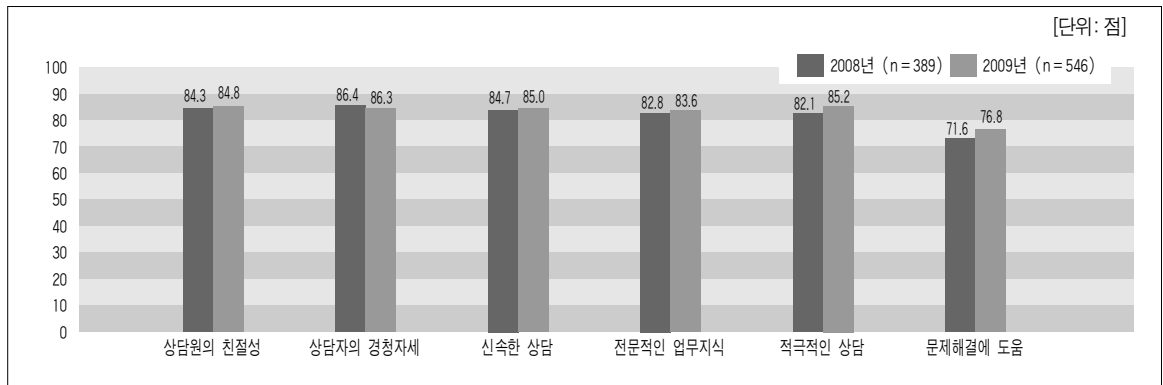
2) 항목별 만족도

• 상담이용자 상담창구에 대한 항목별 만족도를 살펴보면, 상담자의 경청자세(86.3점) > 적극적인 상담(85.2점) > 신속한 상담(85.0점) > 상담원의 친절성(84.8점) > 전문적인 업무지식(83.6점) > 문제해결에 도움(76.8점) 순으로 나타나, 경청자세, 적극성,

신속한 상담과 같은 상담자의 상담태도에 대한 만족이 높은 편임.

• 전반적으로 기조사 대비 만족도가 향상되었으며, 특히 문제해결에 도움이 되는지에 대한 만족도 향상 폭이 5.2점으로 가장 높은 수준이나, 이 항목은 중요도가 높은 것에 비해 만족도가 가장 낮은 결과를 보이고 있어 이 부분에 대한 개선책을 적극 모색해야 할 것임.

〈상담이용자 항목별 만족도〉



3) 언론중재위원회 상담창구 이용행태 및 이유

• 언론중재위원회에 상담하기 전, 다른 조치를 취하였는지에 대한 질문에 전체의 55.5%는 다른 조치 없이 바로 언론중재위원회에 상담을 신청한 것으로 나타났다으며, 35.3%는 해당 언론사에 연락하여 항의하거나 질의, 7.7%는 변호사에 의뢰, 2.2%는 언론관련 시민단체에 상담을 한 것으로 나타난.

• 다른 조치 없이 언론중재위원회에 바로 상담을 신청한 비율은 기조사(67.1%)대비 11.6%p 감소한 반면, 해당 언론사에 항의 및 질의를 하거나 변호사에 의뢰하는 경우가 약간 늘어남. 향후에는 언론피해 발생 시, 바로 언론중재위원회를 찾아 상담할 수 있도록 상담창구 인지 및 이용향상을 위한 노력이 요구됨.

• 다른 조치 없이 언론중재위원회 상담창구를 바로 이용한 이유로는 전체의 70.6%가 언론피해를 담당하는 주요기관으로 언론중재위원회를 인식하고 있으며, 17.2%는 주변 사람의 추천, 9.6%는 이미 언론중재위원회를 이용해본 경험이 있었기 때문으로 나타났다. 그 외 9.2%는 언론중재위원회 광고를 보고 언론중재위원회를 찾았다고 응답함.

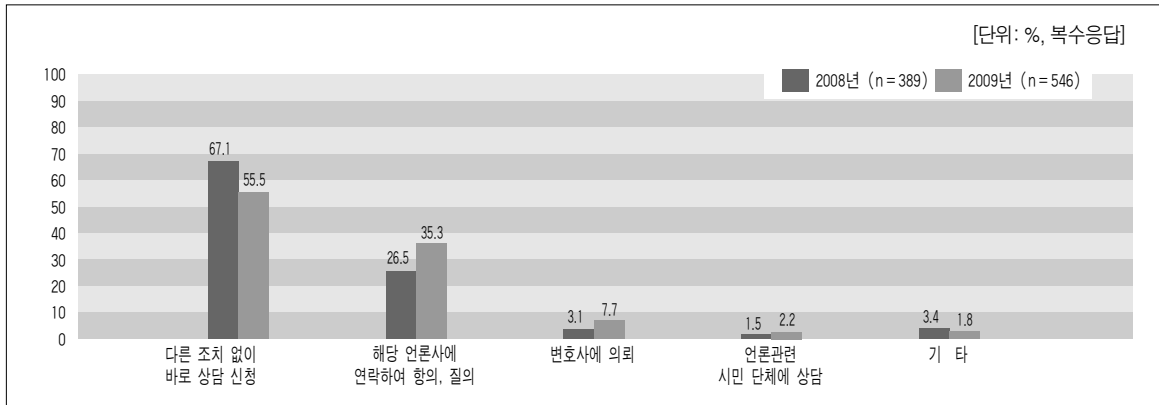
• 언론중재위원회를 언론피해 담당 주요기관으로 인지하여 언론중재위원회를 먼저 찾은 응답자 비율은 기조사(76.2%) 대비 5.6%p 감소한 반면, 이미 언론중재위원회를 이용해 보았거나, 광고를 보고 이용하게 되었다는 응답이 약간 증가 하였음.

• 다른 조치 후 언론중재위원회 상담창구를 이용한 이유로 해당 응답자의 48.1%는 '다른 상담을 통해 만족할 만한 결과를 얻지 못해서', 28.4%는 '다른 기

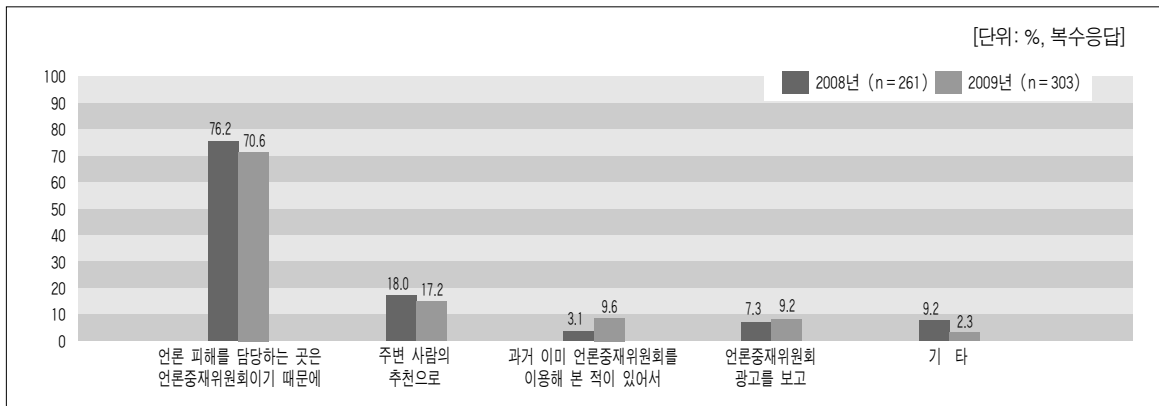
관보다 전문성 및 신뢰도가 높아서 다시 언론중재위원회
원회를 찾았다'고 응답함.

• 상담과 관련한 언론중재위원회의 전문성 및 신뢰
도에 대한 기대는 기초조사(7.0%) 대비 21.4%향상됨.

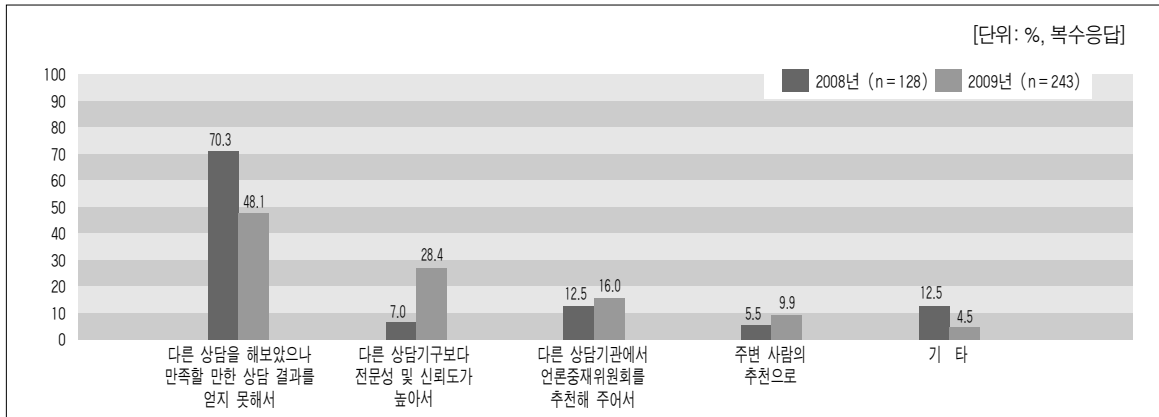
〈언론중재위원회 상담 전 조치 방법〉



〈언론중재위원회 상담창구 바로 이용한 이유〉



〈다른 조치 후 언론중재위원회 상담창구 이용한 이유〉

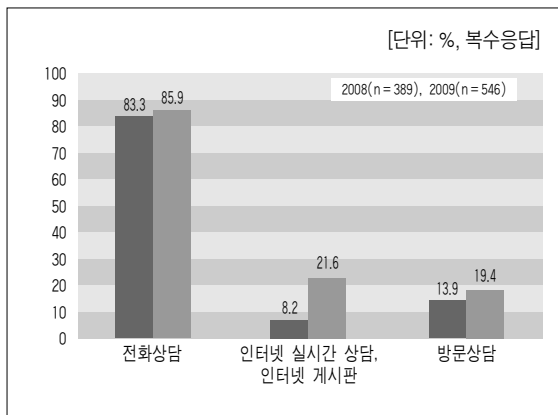


4) 언론중재위원회 상담방법

• 언론중재위원회 상담방법으로는 전체의 85.9%가 전화상담을 이용하였으며, 21.6%는 인터넷 실시간 상담이나 인터넷 게시판 등을 통해 상담, 19.4%는 방문상담을 한 것으로 나타남.

• 대부분이 전화상담을 이용하고 있으며, 기조사 대비 인터넷 상담이용률이 13.4%p 높아짐.

〈언론중재위원회 상담방법〉



5) 상담이용자의 개정 언론중재법 인지도 및 인식

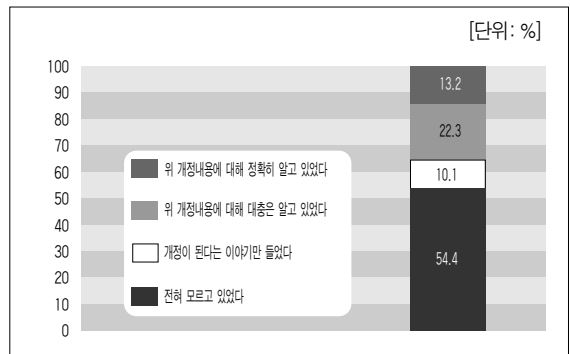
• 상담이용자를 대상으로 포털사이트나 언론사닷컴 등에 실린 기사에 대해서도 정정이나 반론 혹은 손해배상을 구하는 조정(중재)신청이 가능해진 언론중재법 개정 사항에 대한 인지도를 조사한 결과, 전체의 45.6%는 인지하고 있으며, 54.4%는 전혀 모르고 있는 것으로 나타남.

• 또한, 개정 사항에 대해 정확히 알고 있다는 응답자는 13.2%에 불과하며, 들어보았거나 대충알고 있다는 응답이 32.4%를 차지하고 있어 개정 언론중재법에 대한 정확한 정보전달이 필요할 것으로 판단됨.

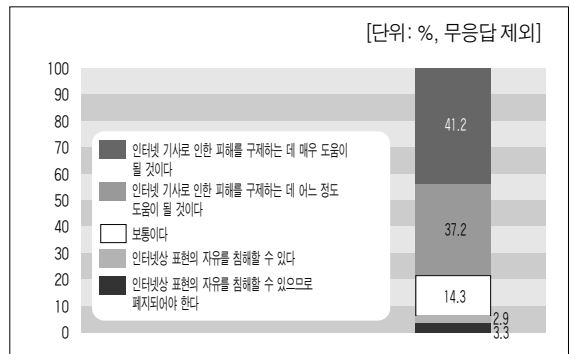
• 포털사이트나 언론사닷컴 등에 실린 기사에 대해서도 정정이나 반론 혹은 손해배상을 구하는 조정

(중재)신청이 가능해진 개정 언론중재법에 대해 상담이용자의 의견을 조사한 결과, 전체의 78.4%는 인터넷 기사로 인한 피해를 구제하는데 도움이 될 것이라고 응답하였으며, 6.2%는 인터넷상 표현의 자유를 침해한다고 응답하여, 전반적으로 개정 언론중재법이 언론으로 인한 피해구제에 도움이 된다고 평가함.

〈개정 언론중재법 인지도〉



〈개정 언론중재법에 대한 인식〉



3. 교육수강자 이용만족도

1) 교육수강자 종합만족도

• 교육수강자 종합만족도는 「주제 및 내용」, 「전문 지식에 대한 이해」, 「사건, 사례를 통한 이해」, 「시각 자료나 동영상 등을 통한 이해」, 「강사의 성의 및 매너」 총 5가지 각 항목이 전반적 만족도에 미치는 영향력

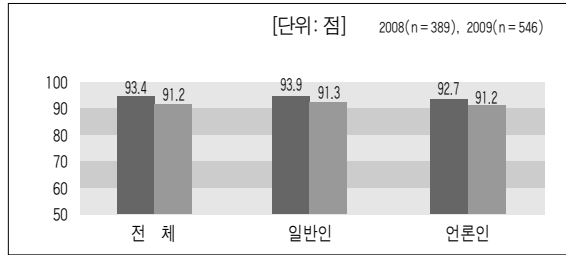
을 고려해 가중치(중요도)를 부여하여 종합만족도를 산출한 결과, 91.2점으로 기 조사(93.4점) 대비 2.2점의 감소를 보임.

- 일반인 91.3점, 언론인 91.2점으로 일반인과 언론인 간의 만족도 차이는 없는 것으로 나타남.

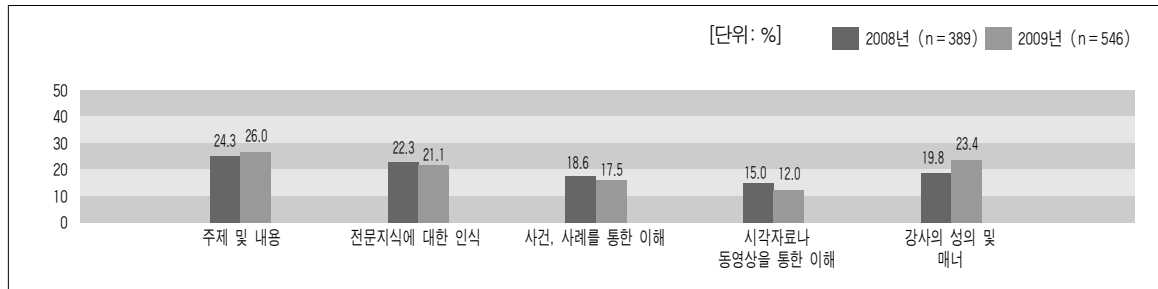
- 교육수강자 종합만족도에 미치는 항목별 중요도는 교육의 주제 및 내용, 강사의 성의 및 매너가 만족도에 미치는 영향이 클 뿐만 아니라, 기조사 대비 중요도가 지속적으로 향상되고 있으며, 시각자료나 동영상상을 통한 이해의 중요도는 다소 감소하였다는 결

과를 고려하여, 강의에 사용되는 시각자료의 질보다는 교육 내용 및 강사에 대한 만족 향상을 위한 노력이 중요할 것으로 판단됨.

〈 교육수강자 종합만족도 〉



〈 교육수강자 항목별 중요도(가중치) 〉



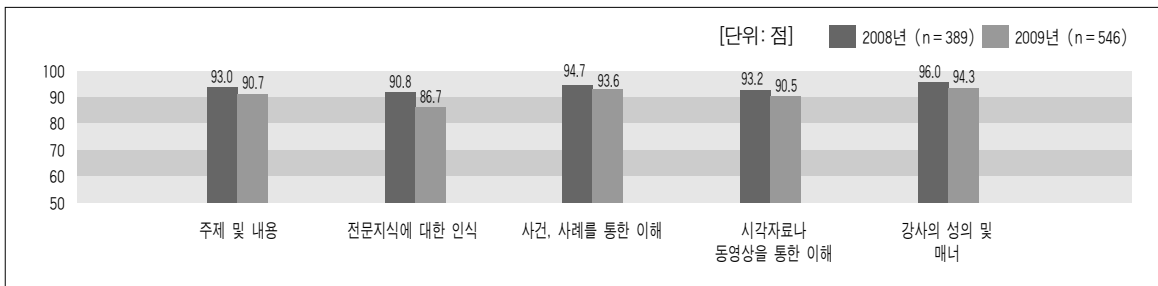
2) 항목별 만족도

- 교육수강자의 교육수강에 대한 항목별 만족도를 살펴보면, 강사의 성의 및 매너(94.3점) > 사건, 사례를 통한 이해(93.6점) > 주제 및 내용(90.7점) > 시각자료나 동영상상을 통한 이해(90.5점) > 전문 지식

에 대한 이해(86.7점) 순으로 나타남.

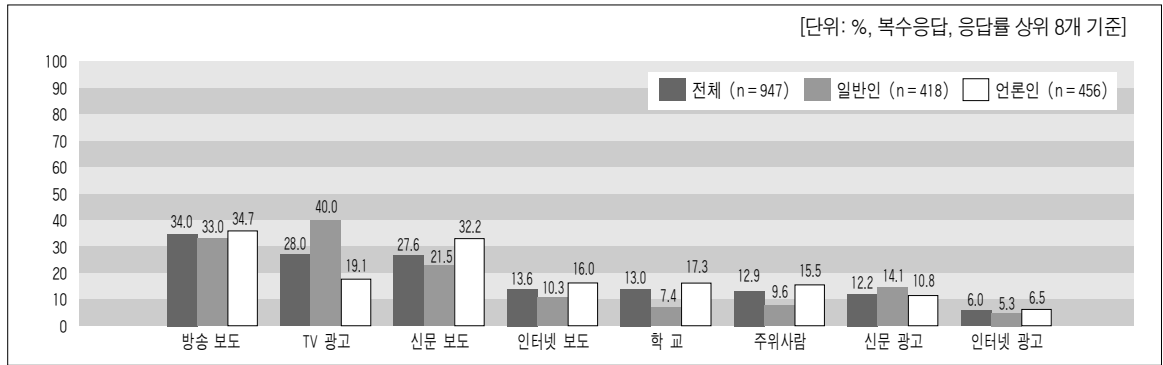
- 만족도 수준은 전반적으로 높은 편이나, 기조사 대비 약간 낮아졌음. 특히 전문 지식에 대한 이해 및 사건, 사례를 통한 이해 항목의 만족도 수준이 기조사 대비 낮게 나타나, 향후 교육프로그램의 향상을 위해서는 해당 항목의 만족도를 개선할 필요가 있다고 봄.

〈 교육수강자 항목별 만족도 〉

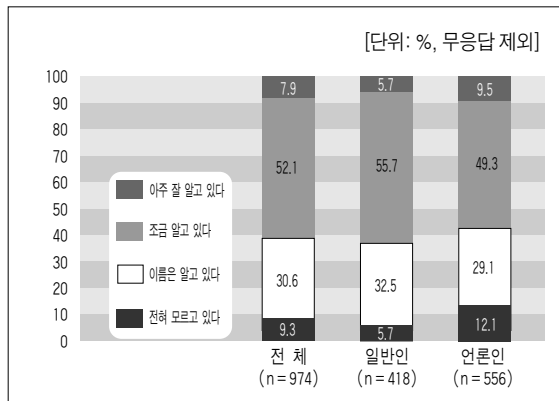


3) 교육수강자의 언론중재위원회 인지 및 인지경로

〈언론중재위원회 인지경로〉



〈언론중재위원회 인지여부〉



- 교육수강자를 대상으로 언론중재위원회 기능과 역할에 대한 인지도를 조사한 결과, 전체의 90.6%

는 인지하고 있으나, 그 중 7.9%만이 언론중재위원회를 아주 잘 알고 있다고 응답함. 이에 따라 인지 수준 향상 시키는 것에도 관심을 기울일 필요가 있다고 봄.

- 일반인의 93.9%, 언론인의 87.9%가 언론중재위원회를 인지하고 있으나, 일반인의 5.7%, 언론인의 9.5%만이 잘 알고 있는 수준임.

- 교육수강자들은 언론중재위원회를 전반적으로 방송보도, TV광고, 신문보도 등 TV매체나 보도를 통하여 주로 인지하고 있어 향후 광고홍보활동을 위한 매체전략에 고려할 필요가 있음.