

한국광고주협회 산하 홍보위원회는 지난 4월23일(수) 롯데호텔에서 모임을 가졌다. 이 날 회의에서는 MBC 구본홍 경영본부장이 '방송 보도의 특성과 활용방법'을 주제로 초청 발표를 했다. 발표 요지를 정리하면 다음과 같다.

'방송보도의 특성과 활용방법'

구본홍 | MBC 경영본부장

뉴스 소재 선택의 기준

뉴스는 사실 보도 외에 감동이라는 요소가 중요하다. 그리고 시청자들도 점점 짜증나는 뉴스보다는 감동을 주고 즐거운 뉴스를 선호하는 경향이 두드러지고 있다.

뉴스 소재 선택의 기준은 주로 시청자가 관심을 가진만한 사항과 시청자의 알권리를 충족시키는 것이 된다. 시청자가 관심을 가지는 사항 중 가장 대표적인 것이 바로 신용카드와 관련된 것이다. 카드사의 마케팅과 맞물려 신용카드가 대중화되면서 카드 관련 사기나 관련 뉴스, 정보 등은 시청자들이 자신에게도 일어날 수 있는 일로 인식해 많은 관심을 가진다. 또한 부동산이나 자동차 관련 소식에 대한 관심도 매우 높다. 시청자들은 유명 인사의 동정에 대해 매우 궁금해 한다. 그런데 연예인의 경우는 좋은 일어든 나쁜 일어든 모두 관심을 갖지만 정치인이나 행정관료의 경우 주로 나쁜 소식에 주로 관심을 갖는다. 정치인에 대해 긍정적인 보도를 하면 속된 말로 '잘 보이려는 것'으로 생각하는 경향이 있기 때문에 그들에 대해서는 부정적인 보도가 많이 비중을 차지하게 된다. 또 시청자들은 감동 구조에 주목한다. 평이한 사건 보다는 선악 혹은 반대입장을 가진 양측의 구분이 분명한 감동 구조의 뉴스 보도에 더 집중하고 관심을 가지는 경향이 있다. 동시에 '영향력' 또한 중요한 선택 기준이다. 이는 시청자들이 자신에게 얼마나 영향을 미치는 가를 뜻한다. 언제나 톱 뉴스가 될 수 있는 것이 바로 날씨에 관한 보도이다. 특히 금요일 저녁 날씨 보도의 분당 시청률은 매우 높아 20%를 넘는다. 방송보도는 그림만 가지고도 뉴스를 구성할 수 있다는 점이 인쇄매체와 다르다. 위의 여러 기준을 가지고 기자들이 출입처등 다방면으로 취재를 다니지만 여기서 빼놓을 수 없이 중요한 것이 바로 제보이다. 대부분의 비리, 폭로 기사는 제보에서 출발하는 경우가 많다.

출입기자의 중요성

MBC의 경우 출입기자에게 위에서 특별한 지시를 내리지 않

는다. 지시를 받으면 명령을 받았다고 생각하기 때문에 설사 편향은 뉴스 거리가 있어도 지시는 거의 내리지 않는다. 그렇기 때문에 기업의 입장에서 보면 출입 기자가 매우 중요하다. 오보를 바로 잡거나 기업의 입장을 충분히 설명해야 할 필요가 있을 경우 출입 기자를 접촉하는 것이 치우치지 않은 객관적인 보도를 위한 가장 중요한 요소이다. 외부에서는 기자를 접촉하면 좋지 않은 시각으로 바라보는 경우가 많은데 그건 옛날 이야기이다. 기자와 기업 홍보 담당자가 좋은 관계를 유지하는 일은 기업에게 유리한 보도를 내보내기 위한 것이 아니라 사실 정보가 뒷받침 된 뉴스를 생산하고 만일 잘못된 보도가 나갔을 경우 그 피해를 최소화 하기 위해 중요하고 당연한 것이다.

사실과 다른 보도가 나갈 땐 바로 정정 요구

뉴스 보도의 특성상 시간에 쫓기는 일이다 보니 오보의 가능성은 늘 있다. 정부 기관에 대한 보도는 브리핑 자료나 보도 자료를 통해 사실 여부를 확인하는 것이 상대적으로 쉽다. 하지만 기업의 경우는 확인되지 않은 보도로 인해 피해를 입는 경우가 적지 않았다는 것을 잘 알고 있다. 국민의 알권리를 보장하는 것 만큼이나 사실을 보도하고 그에 대해 책임지는 것이 언론의 의무임을 잘 알고 있다. 만에 하나 사실과 다른 내용의 보도가 나가는 경우 바로 출입기자를 통해 문제 제기를 하고 해결해 나가도록 해야 한다. 방송뿐만 아니라 기자들은 늘 시간에 쫓기기 때문에 데스크에서 기자들이 취재한 내용의 사실 여부를 100% 다 확인할 수 없다. 하지만 언론 보도 하나가 기업 하나를 망하게 할 수 있다는 것을 잘 알고 있다. 그러기에 취재 기자들로 하여금 사실 여부 확인을 늘 강조하고 있지만 그래도 잘못된 보도가 나가는 경우 정정 보도등을 통해 기업 등이 억울한 피해를 입지 않도록 최선을 다하고 있다.■

정리 : 성운호