

홍보인이 선택한 가장 호감도 높은 매체는?



200대 기업 홍보 담당자들에게 가장 호감도 높은 매체로 종합일간지에서 동아일보, 조선일보, 중앙일보 등 3곳, 경제지는 매일경제, 서울경제, 한국경제 등 3곳, 인터넷신문에서는 비즈니스위치 1곳이 선정됐다.(매체명 가나다順)

홍보 담당자들은 '사전에 충실한 팩트 체크를 통해 퀄리티 높은 콘텐츠를 만들기 위해 노력하고, 잘못된 기사에 대해 긍정적으로 협의하며 반론권을 보장하는' 언론에 대해 호감을 갖는 것으로 조사됐다.

이외에도 '편집과 광고영업의 영역이 명확하게 구분'되어 있고, '의도적, 자극적 기사를 지양'하는 언론사에 대해 긍정적인 반응을 보였다.

또 일부 전문지에 대해서는 '기업과 소비자 모두의 입장을 고려한 기사를 쓴다'며 균형 잡힌 보도 자세를 높게 평가했다.

기타 홍보인들은 보도 자료를 단순 기사화 하는 대신, 추가 취재를 통해 깊이 있는 분석을 곁들인 스토리텔링 방식의 콘텐츠를 생산하는 언론에 대해서도 좋게 평가했다.

팩트 체크는 저널리즘의 기본

전체 설문 응답자 106명 중 50명이 '(홍보 업무상) 호감 가는 언론이 있다'고 답변한 이번 조사에서 부정적인 의견도 많았다.

유통업계 홍보 담당자는 "호감 가는 언론이 있나요?"라고 반문하면서 "미디어 환경이 악화되며 인력 유출은 잦은 반면, 좋은 인력 유입은 더딘 것 같다"고 덧붙였다.

홍보 담당자들은 '팩트 체크'가 호감 가는 언론의 기준 중 하나라는 것에 대해 인식을 같이 하는 것으로 나타났다.


모 기업 홍보 담당자는 "팩트 체크는 언론의 당연한 의무"라며 "사실 확인도 없이 선정적 기사를 남발하고, 베껴쓰기가 횡행하다보니 팩트 체크가 기준이 되

표 | 홍보 담당자에게 호감도가 높은 매체 (순서 : 가나다 順)

분류	종합일간지	경제지	인터넷 신문
매체명	동아일보 조선일보 중앙일보	매일경제 서울경제 한국경제	비즈니스위치

어버린 게 작금의 상황"이라는 반응을 보였다.

일부에서는 " 기사를 빌미로 광고 영업을 하는 사이버 언론 현황 조사도 필요하다"는 의견을 내놓기도 했다.

홍보인들은 이번 기회를 통해 많은 언론들이 좋은 콘텐츠 생산과 정도 경영을 통해 올바른 미디어 환경을 만들어 가는데 더욱 노력해 줄 것을 기대하는 모습이다.  성윤호 unos@kaa.or.kr

