

# 선진국 공보시스템 현황

- 일본, 독일, 영국, 미국사례 중심 -

국정홍보처

# 선진국 공보시스템 현황

- 일본, 독일, 영국, 미국사례 중심 -

국정홍보처

## 책자를 내면서...

참여정부는 출범이후 언론과 새로운 관계를 형성하기 위해 여러 가지 노력을 기울이고 있습니다. 그 가운데 가지적인 조치 중 하나가 바로 개방형 기자실의 도입과 브리핑제 실시입니다.

이는 새로운 언론환경의 변화 속에서 정부와 언론의 관계를 재정립하고 국민들에게 정부의 정책 수립과 집행과정을 소상히 알려줌으로써 국정투명성을 높이고 국민과 함께 하는 개혁을 추진하겠다는 참여정부의 의지에 따른 것입니다.

그러나 브리핑제는 우리에게 낯선 제도여서 그 본격적인 시행에 앞서 선진국을 벤치마킹 하는 것이 반드시 필요하다는 판단에 따라 정순균 국정홍보처 차장등이 지난 5월14일부터 25일까지 일본, 독일, 영국, 미국 등 선진 4개국 12개 기관을 방문, 브리핑 현장과 운영상태를 살펴보았습니다.

이번 해외 방문결과 브리핑제도 실시와 공무원들의 사무공간 보호는 선진국들의 일반적인 추세라는 것을 재삼 확인했습니다. 또 그들은 수요자인 기자들에게 보다 충실한 내용의 정보를 제공하기 위해 브리핑 전에 반드시 부처간 조정회의를 갖는 등 철저한 준비를 하고 있었습니다.

이 책에 소개된 내용들은 새로운 브리핑제를 준비하는 각 부처 공무원은 물론 새로운 취재시스템에 효율적으로 대처해야할 언론에게도 도움이 되고 참고할 만한 가치가 있다고 생각합니다.

부디 이 소책자가 브리핑제를 준비하는 공무원들과 새로운 취재시스템에 적응해야할 언론인들에게 작은 보탬이 되기 바라며 자료취합에 협조해 주신 외국 관계자 여러분께 감사드립니다.

2003년 7월

국정홍보처

# 목 차

I. 총 평 / 1

II. 각국 사례 비교 / 3

III. 국가별 공보시스템 / 9

1. 일본 / 9

2. 독일 / 16

3. 영국 / 23

4. 미국 / 35

부 록 / 45

## I. 총 평

일본, 독일, 영국, 미국 등 선진 4개국 12개 기관을 직접 방문하여 브리핑 실태를 조사해 본 결과, 그들 국가는 국정 정보 제공방식으로 브리핑 제도를 실시하고 있었으며, 기자들의 사무실 방문취재는 대부분 제한하고 있었다.

브리핑룸은 독일 연방기자회견장(195석), 일본 총리실(131석)을 제외하고 대부분 60~80석의 중·소 규모로 외형보다는 실무를 중시하는 형태이다. 그러나 취재편의와 브리핑의 실효성 제고를 위해 모니터 시스템을 갖추고 있고, 마이크, 음향장비, TV취재대 등 각종 시설을 완벽히 구비하고 있다.

방문국들은 모두 브리핑 안전 및 발언 수위 등을 결정하고 기자들의 질문에 대한 답변 방향을 논의하는 사전 준비회의를 통해 브리핑을 철저히 준비하며, 이와 별도로 각 부처간 홍보 조정회의를 통해 정부 정책과 정보제공의 일관성 및 객관성을 유지하려 노력하고 있다.

취재시스템 면에서는 대부분 공보관실을 경유하는 사전약속을 통해 취재하는 것이 관행화 되어 있으며, 특별한 경우 외에 기자들은 대부분 업무공간 방문보다는 전화 등을 통한 취재를 선호한다.

오보, 왜곡보도 등 문제보도에 대해 대부분의 나라에서는 1차적으로 해당기자에게 설명하거나 브리핑시 설명함으로써 언론 스스로 시정토록 하고 있고 이런 자율시정이 안될 경우 2차적인 법적 수단을 활용하고 있다.

## II. 각국 사례 비교

### 1. 브리핑 제도

대부분의 나라들은 국정정보 제공의 주요 수단으로 총리실(내각제), 백악관(대통령제) 등 핵심기관에서 정례브리핑을 실시하고 있고, 각 부처는 현안이 있는 경우에 수시로 브리핑을 실시하고 있다. 정례 브리핑 이외에도 대변인, 실무 국장 등에 의한 배경설명회가 수시로 실시되는 등 언론의 이해를 구하는 노력이 진행되고 있다.

브리핑 내용이 인터넷, TV생중계, 보도자료 등 다양한 형식으로 언론에 제공되고 있어 브리핑에 참석하지 않아도 각종 정보에 쉽게 접근할 수 있기 때문에 브리핑에 참석하는 기자는 20-30명 정도로 비교적 적은 편이다. 단, 총리, 장관 등 최고 정책책임자가 브리핑할 때는 많은 기자들이 관심을 가지고 참석한다.

공간 면에서는 일본 총리실(131석), 독일 연방기자회견장(195석) 등 일부를 제외하고는 60~80석의 중·소 규모에 영상 보도자료를 위한 대형스크린, 음향시설 등 각종 장비를 실용적으로 배치하여 형식보다는 실질적 운영을 중시하고 있다.

- 1) 일본 : 총리실(131석, 카메라 20석), 외무성(80석)
- 2) 독일 : 연방기자회견장(195석, 공보처장 주 3회 정례브리핑 실시), 노동경제부(60석, 회의장 겸용),
- 3) 영국 : 총리실(월1회 총리브리핑시 접견실 이용), 의회(20석), 외신기자협회(80석)
- 4) 미국 : 백악관(60석), 국무부(53석), 국방부(80석)

## 2. 사전 조정회의

선진국 브리핑제도의 중요한 특징중의 하나이며 우리가 본받아야 할 것이 이 사전 조정회의이다. 정부발표의 혼선을 방지하고 정부정책 및 입장에 대한 기자들의 질문에 일관성 있게 답해야 할 필요성 때문에 각 나라들은 모두 브리핑 전에 철저한 사전 조정회의를 한다.

이를 통해 브리핑 의제를 선정하고 중요한 사안에 대해 각 부처와 의견을 조율하여 정책의 일관성을 유지하고 있다. 또한 별도로 홍보조정회의를 통해 매일 매일의 이슈를 점검하여 정부 정책에 대한 홍보방향을 결정하고 정책과 정보의 일관성을 확보한다.

- 1) 일본 : 각 성·청에서 파견되어 온 관방장관(공보수석) 소속 4명의 비서관이 매일 각 성·청과 협의하여 발표사항에 대해 의견을 조율한다. 여기서 조율되지 않은 사항 등은 총리에게 보고, 조율을 거치고 브리핑시 참고자료로 활용한다.
- 2) 독일 : 공보처 차장 주제로 뉴스분석국장, 홍보국장, 행사·서비스국장, 상황실장 등 10여명이 참석하는 처내 상황회의(오전 8시 30분)를 통해 그날의 이슈를 점검하고 예상 문제점 등을 사전에 파악한다. 또한 오전 10시에는 공보처 홍보상황실장 주제로 각 부처 대변인들과 동시 전화회의를 통해 예상 질의에 대한 답변과 의견을 조율하고 답변자를 결정한다. 이 회의는 공보처장이 직접 브리핑하는 월·수·금요일 이외의 날에도 계속된다. 이 과정에서 언론이 제기할 수 있는 모든 이슈를 사전에 파악하고 답변자와 답변 수위 등도 조정하게 된다.
- 3) 영국 : 총리실 공보수석이 오전 8시30분에 정책회의(policy & presentation meeting)를 통해 모든 사안에 대한 의견 조율 및 특별이슈에 대한 발표자(주로 장관) 선정까지 결정한다. 참석자는

총리실 정책팀장, 총리실 전략커뮤니케이션 팀장, 각료실 특보, 공보 자문관중 1인, 원내총무, 재무장관, 외무장관, 부총리, 노동당 관계자 등이다.

- 4) 미국 : 백악관 공보실이 주요 사안 있을 시(비정기적이지만 거의 매일 이루어짐) 각 부처 대변인과 브리핑 안전에 대해 의견을 조정하고 발언 수위 등을 협의한다. 국무부, 국방부 등도 브리핑 사안에 대해 백악관과 사전 협의를 거쳐 발표내용과 방향을 조율한다.

### 3. 사무실 방문 취재

일부 국가를 제외하고 대부분 언론인들이 부처 사무실을 방문해 취재하는 것은 엄격하게 제한되어 있고, 방문지도 사전약속이 필수적이다.

- 1) 일본 : 국장급이상 간부 사무실에 한해서 사전약속이 있는 경우에만 방문이 가능하다. 실무국장 등이 하루 2~3차례 배경설명회 등을 하기 때문에 실제로 수요는 많지 않은 편이다. 일본에도 우리나라의 출입기자제와 비슷한 기자클럽이 있는데 여기에 가입하지 못한 기자들은 국·과장의 집 근처에서 출·퇴근하는 사람을 대상으로 취재하는 것이 관행으로 자리잡혀 있다.
- 2) 독일 : 개인 프라이버시를 중시하는 유럽사회의 전통 때문인지 언론인들이 사무실을 방문하는 것이 불가능하다. 언론인들은 보통 점심, 저녁 시간을 이용 취재하거나 공보 관계자들의 휴대전화가 24시간 개방되어 있기 때문에 이것을 이용한 취재가 보편화되어 있다. 또한 언론인이 공무원을 면담코자할 때는 반드시 공보관실을 거쳐도록 돼있다.



- 3) 영국 : 공보관실 통해 접견실 등에서 취재가 가능하지만 언론인들은 주로 전화로 취재하려는 경향이 강하다. 내각제라서 각 부처의 장관들이 국회의원이기 때문에 대부분 의회에서 그들을 만날 수 있어 굳이 부처 사무실을 방문할 실익이 없는 것도 한 이유이다. 언론과 정부는 항상 창조적 긴장관계(creative tension)가 되도록 서로 노력하고 있다.
- 4) 미국 : 대부분 사무실 방문은 제한되며, 개별 취재시 사전 약속이 필수적이다. 약속은 취재 희망인사와 직접 하는 경우도 있고 공보관실을 통하여 하는 경우도 있다. 물론 당사자와 평소 면식이 있거나 알려진 인사는 공보관실을 경유치 않고 거의 직접 취재 약속을 한다. 국무부의 경우 브리핑룸이 있는 2층 이하는 자유롭게 통행이 가능하지만 3층 이상의 사무공간은 민원인들 처럼 반드시 국무부 직원이 대동해야만 출입할 수 있도록 돼 있다. 국방부의 경우는 95%의 공간을 출입기자들이 방문할 수 있다고는 하나 실제로는 사전 약속 없을 시 공무원들이 취재를 거부하기 때문에 취재를 위해서는 사전 약속이 관행화 되어 있다.

#### 4. 문제보도 대응

문제보도 발생시 대부분의 국가들에서는 1차적으로 기사를 작성한 해당 기자에게 정확히 내용을 설명하고 수정을 요구하거나 브리핑을 통해 해명하기도 한다. 이런 자율시정이 안될 경우 우리 나라와 비슷한 언론중재를 통하거나 법적인 구제장치(정정보도 요구권)를 통해 대응한다.

- 1) 일본 : 언론은 기본적으로 사실확인에 충실하다. 언론사는 보도와 관

련하여 이의 제기를 받을 경우 잘못된 보도로 판명되면 반드시 해명 기사나 사과 기사를 게재하는 전통이 수립돼 있다. 오보에 대해 규제를 가하는 직접적인 법률은 없으나 오보로 인한 피해시 구제 장치로 형법(외설, 명예, 신용훼손)과 민법(명예훼손)이 존재한다.

- 2) 독일 : 1차적으로 해당 기자와 접촉, 정정 기사를 게재토록 설득한다. 설득이 불가능한 경우 언론법에 규정된 대로 「언론위원회」를 거쳐 해당 언론사에 반론권을 청구한다. 이것이 받아들여지지 않았을 경우 소송을 통한 방법이 있다.
- 3) 영국 : 언론분석 자료를 토대로 언론관계자 회의를 거쳐 언론의 오보 여부를 확인하고 대응방안을 논의한다. 정부차원의 대응이 결정되면 언론중재위(PCC, BSC)에 제소하고 중재가 성립되지 않으면 법적 소송을 제기한다.
- 4) 미국 : 1차적으로 해당기자에게 정정을 요구하고, 사안과 매체의 영향력에 따라 언론사에 직접 편지를 통해 정정을 요구한다. 또한 대변인 브리핑시 공개적으로 지적하거나 공식논평, 보도 자료를 통해서 사실을 밝히고 수정을 요구한다. 만약 이런 노력들이 성공적으로 해결되지 않는다면 법적 소송도 가능하다. 미국은 언론중재기구가 없으며 사안 발생시 언론사 편집장이 직접 중재를 할 수 있다.

## III. 국가별 공보시스템

### 일본

#### 1. 공보행정 조직

- 일본은 우리 나라의 국정홍보처와 같은 공보행정 총괄 조직이 없으며, 국내홍보는 주로 내각관방의 내각광보실과 내각부의 정부홍보실에서, 해외홍보는 외무성의 외무보도관과 국제교류부가 관장한다.
- 내각관방 장관은 총리의 최 측근으로 공보와 관련, 우리 나라의 정부대변인(국정홍보처장), 청와대 대변인, 국무총리 공보수석의 역할을 수행한다.
- 각 성·청의 경우 공보관실이 별도로 없고 우리 나라의 기획관리실격인 대신관방(청의 경우는 장관관방)에서 공보관실의 기능을 겸하고 있다.
- 각 성·청의 공보담당 실무부서는 대부분 대신관방 산하의 총무과이며, 성·청에 따라 광보과 또는 공보실을 별도로 운영하는 경우도 있고 총무과장 아래 공보실장(부과장격)을 두는 경우도 있다.

##### 1) 내각관방과 내각광보실

가. 내각관방 : 내각관방은 각료회의 정리, 각료회의에 상정할 중요한 사항에 관한 종합조정, 기타 행정 각성·청 시책의 통일성 유지를 위한 종합조정 업무, 내각의 중요정책에 관

한 정보수집, 조사사무 등을 관장한다.

나. 내각광보실의 주요 업무

- 내각 중요정책의 기본방침 관련 기획, 입안, 종합조정 사무 중 홍보에 관한 사항
- 국무회의 관련 중요사항의 기획, 입안, 종합조정에 관한 사무중 홍보에 관한 사항
- 행정 작성·청 시책의 통일성을 피하기 위해 필요한 기획, 입안, 종합조정 사무중 홍보에 관한 사항
- 내각광보관은 대개 선임국장급으로 보함(인원 22명)

2) 내각부와 대신관방 정부홍보실

가. 내각부 : 경제·재정정책 등 국가경영의 기본에 관한 중요과제, 남녀 공동참여사회 형성의 촉진 등 국민생활과 깊이 관련된 중요과제의 기획 입안 및 종합 조정업무를 관장한다.

나. 대신관방 정부홍보실 : 내각기능 강화관점에서 “총리부”를 개칭, 기능을 강화(2001.1)했으며, 내각관방을 지원하여 내각의 중요정책에 관한 기획입안 및 종합 조정업무를 수행한다.(인원 30명)

3) 해외홍보(외무성 외무보도관)

- 인원 : 72명
- 주요기능
  - 해외광보과 : 25명
    - 재외공관 홍보활동 지원·총괄
    - 홍보환경 조사(여론조사)
    - 인사교류 사업

- 홍보자료제작
- 국제방송을 이용한 정보제공 사업
- 인터넷 정보제공 사업
- 교과서에 관한 일본 관련 기술 시정
- 국제보도관실 : 7명
  - 외신대책, 편의 제공
  - 외국기자 초청 관련 사업
- 국내홍보과 : 14명
  - 외교정책 국내 홍보 총괄
- 보도과 : 24명
  - 총리, 외무장관 해외방문시 국내언론 취재 지원
  - 국민 방일 및 국제회의시 국내언론 취재 조정 등

## 2. 브리핑 제도

### 1) 정부대변인(내각관방 장관) 통합브리핑

- 월요일에서 금요일까지 매일 2회(11:00, 16:00), 총리 관저 기자회견장(131석)을 이용한다.
- 브리핑시 총리실 출입기자단(448명, 대부분 내신, 일부 외신) 중 대개 30~40명이 참석한다.
- 형식은 현안설명 및 질의응답 방식으로 진행되며 발표할 현안사항이 없을시 곧바로 질의응답으로 진행되기도 한다.
- \* 총리 월 1회 직접 브리핑 실시(NHK 생중계)
  - 매일 1회 인터뷰 기회 제공(10분, 총리관저)

2) 총리관저 외신 대상 브리핑(내각부 광보관)

- 1998년 시작, 주 3회 - 월·수(영어), 금(일어)
- 내각 광보실에서 직접 안전 선정

3) 외무성 브리핑

- 장관(화, 금), 차관(월, 목), 외무보도관(수)이 교대 실시
- 80석 규모, 등록기자 400여명중 20-30명 참석
- 배경설명 : 매일 실·국장외 집무실에서 실시, 외신 참여 불가

4) 사전 준비회의

가. 내각관방

- 각 성·청과 내각관방 간에 통합 브리핑 여부를 협의, 안전을 결정한다.
- 관방장관 소속 4명의 비서관(각성·청에서 파견)이 각 성·청으로부터 정보를 수집하고 의견을 조율한 후 예상문제를 만들고 비서관들이 사전에 관방장관에게 현황을 설명한다.
- 성·청간 의견 조율이 되지 않은 사항도 총리보고에 포함, 브리핑시 참고토록 한다.

나. 외무성

- 브리핑 전에 예상되는 문제들에 대해서 홍보담당과장들이 각과의 의견을 취합 장·차관에게 사전에 설명한다.
- 브리핑 준비는 보도과, 사회는 보도과장이 담당한다.

### 3. 언론 취재관행 및 기자클럽

#### 1) 언론취재 관행

##### 가. 사전약속 여부

- 전화 취재시는 기본적으로 사전 약속이 필요없으나, 인터뷰 등에서 상대방의 시간을 어느 정도 확보하는 것이 필요할 경우에는 반드시 사전 신청해야 한다.
- 사전약속 없는 임의 취재는 불가능하며 사전약속시 직접 당사자에게 또는 보도과를 경유 신청할 수 있다.
- \* 기자클럽 비가입사는 보도과 경유 취재신청이 일반적

##### 나. 사무실 방문취재 여부

- 기자클럽 가입기자가 성내 각과를 방문할 시는 사전약속이 필수적이다. 또한 근무시간 중은 될 수 있는 한 사무실을 방문하지 않도록 기자단에게 요청한다.
- \* 사전 약속이 거절당하였을 경우 복도 등에서 질문
- \* 클럽에 가입되어 있지 않는 기자의 경우 자택근처에서 출퇴근시 취재하거나, 전화를 통한 취재가 관행화

#### 2) 기자클럽

##### 가. 운 영

- 우리 나라의 출입기자단 제도와 비슷한 「기자클럽」이 있는데 이는 1890년경에 설립되었다.
- 각 성·청별로 기자클럽이 구성되어 있으며, 클럽 가입회원

에 한해 기자실을 이용한다.

- 나가타(永田)클럽 또는 간테이(官邸)클럽(총리실)
- 가스미(霞) 클럽(외무성)/ 財政연구회(경제산업성)
- 통산기자클럽(통산성)/ 문부과학기자회(문부성) 등
- 기자클럽은 회비(월 500엔 내외)로 운영되며, 취재원으로부터 특별한 형태의 편의를 제공받지 않는다. 신규가입을 원할시 각 성·청과 기자클럽이 협의해 결정한다.
  - \* 1997년 신문협회의 결정으로 회원가입 문호 대폭 개방
- 비회원에 대한 취재·보도활동을 방해하지 않으며, 공공기관이 차별적으로 정보를 제공하지 않도록 촉구한다.
- 총리관저 기자실("간테이클럽")
  - 가입회원 : 101사 448명, 상주는 170여명
- 외무성 기자실("가스미 클럽")
  - 가입회원 : 59사 400명(상주 20사 70명/사별 1~7명)
  - 회 비 : 전화, FAX, 복사비 등 소요비용 각사에서 부담
  - 운용형태 : 기자회견, 기사송고, 취재 등
  - 개별취재 : 간부들 대상으로 예약 취재 가능하나, 대부분 정례 브리핑 활용

## 나. 구 성

- 신문협회의 가입사로 한정하지 않고 외국 언론사도 상주·비상주·옵서버·가맹 등의 형태로 참여 가능하다.
- 2대 통신, 5대 전국신문, 3대 권역신문, 6대 방송은 대부분의 기자클럽에 가입돼 있으며, 기타 부처별 전문언론기관 등으로 구성돼 있다.
  - \* 현재까지 잡지, 프리랜서 등은 기자클럽 참여 불가



다. 조정기능

- ① 보도협정 : 출입기자 전원의 합의에 따라 가맹사 책임자의 승인을 얻어 시행한다. 상호 보도조정이 가능한 범위는 유괴사건 등 인명·인권보호, 기사화에 상당한 시간을 요하는 발표사항, 대량의 명부·데이터 분석 등의 경우에 국한한다. 또 엠바고를 포함하여 한 언론사라도 반대하면 보도협정은 성립되지 않는다.
- ② 기자회견 : 공공기관에서의 기자회견은 원칙적으로 기자클럽 주최로 하되, 비회원의 참석요청이 있는 경우에는 클럽총회에서 허용여부를 결정한다.
- ③ 분쟁처리 : 보도협정 위반여부 등은 클럽총회에서 결정하며 자율적 처리가 불가능하거나 피처분자가 불복하는 경우에는 가입사의 편집간부로 구성된 특별위원회에서 처리한다.

4. 문제보도 대응

1) 주관 부서

- 정부차원의 문제보도담당 주관부처는 없다.
  - 언론의 문제보도로 피해를 받은 기관의 이의 제기가 있을 경우 각사가 자율적으로 해명기사나 사과문을 게재한다.

2) 근거 법률

- 문제보도에 대해 규제를 가하는 직접적인 법률은 없으나 개인이 피해를 입었을 경우 적용 가능한 법률은 있다.
  - 형법 제 230조 (외설, 명예, 신용훼손, 1909년 법률 45호)

- 민법 제 709조, 710조, 723조 (명예훼손, 1896년 법률 89호)

3) 대응 절차 : 별도로 정해진 절차는 없다. 개인차원에서의 소송제기는 형법, 민법에 따라 제기 가능하나 대부분은 언론사의 사과문 게재 등으로 종료된다.

4) 언론중재 여부 및 중재현황 : 독립된 언론중재기관 없으며 각 언론사 관련 부서가 담당한다.

## 독 일

### 1. 공보행정조직

#### 1) 연방공보처

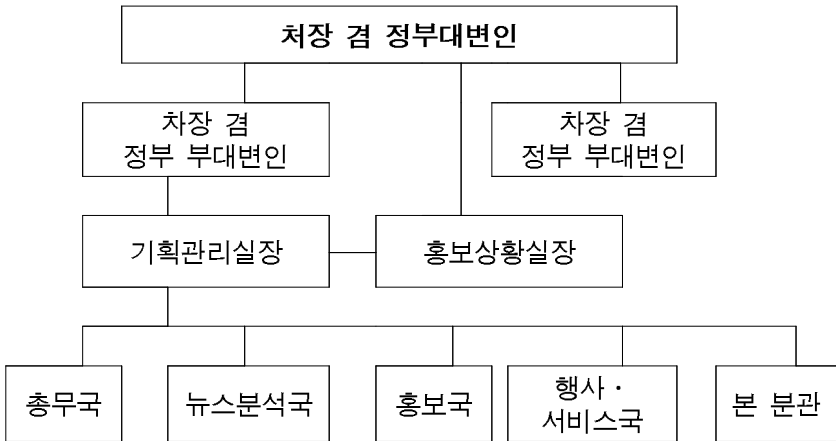
##### 가. 연 혁

- 독일은 국정홍보를 총괄하는 연방 공보처가 있다.(1949.9.16일 총리실 직속기구로 발족)
- 2000.10.16일 독일공보처 조직개혁
  - 2002.9.22일 총선에서 고전 끝에 재선에 성공한 슈뢰더(Gerhard Schröder) 총리는 대국민 서비스 개선을 위한 대대적 정부조직 개편 단행
  - 공보처의 경우 국내홍보강화 차원에서 해외홍보기능(해외홍보국)을 외무성으로 이관시키고 1개국(행사서비스국)을 신설하고, 관료적이고 비탄력적이던 공보조직을 국민과 언론을 위해 봉사하는 서비스 기관으로 개편

나. 기 능

- 언론대상 정부 정책 홍보(연방기자회견에서 연방정부 대변)
- 공보처와 연방 각 부처간의 홍보업무 조정
- 연방정부의 정책적 결정을 보조하기 위한 여론 조사 및 분석
- 연방대통령, 연방정부, 연방의회 대상 국내외 뉴스 서비스

다. 조직 및 인력



- 공보처장 겸 정부대변인(1명), 공보차장 겸 부대변인(2명) 이하 4국 1담당관 7부국장 35과 1감사실
- 총 560명(베를린 본청 380명, 분관 180명)

라. 주요업무

- 뉴스분석국
  - 국내외 언론 뉴스정보를 분석, 대통령, 연방정부 및 연방 의회에 제공
  - 뉴스센터 및 전산자료실 운영

- 홍보국
  - 대통령실, 총리실, 정부 14개 부처 홍보업무 조정
  - 대언론 국내 홍보 및 대국민 홍보업무 수행
- 행사·서비스국
  - 이벤트 및 대형전시회 개최/ 여론조사
  - 방문객 대상 정부홍보/ 홍보자료 제작
- 홍보상황실
  - 언론인들의 실무 접촉창구인 '홍보조정관' 관할
  - 연방정부 홈페이지 관리
  - 연방기자회견 준비를 위한 부처간 협의
  - 언론취재지원 및 취재증 발급
- 본(Bonn)분관: 독일연방정부 베를린이전이후 본(Bonn)에 잔류한 부처간의 홍보업무 조정

## 2. 브리핑 제도

### 1) 연방공보처

- 연방 공보처(차)장이 주 3회(월,수,금), 연방기자협회에서 정례브리핑을 실시하며 공보처장 브리핑시 각 부처 대변인이 배석한다.
  - 대변인들은 자기부처에 관한 질문시 대답
  - \* 사전 준비회의시 철저한 의견조율
- 브리핑시 공보처 등록 780여명(외신포함)의 기자중 평균 30-40명이 참석하며 연방기자협회 간사가 각 부처 대변인들과 같이 연단에 앉아 사회를 보며 질문자를 선정한다.

## 2) 노동경제부

- 장관이 주로 브리핑하며 정례브리핑이 아닌 사안이 있을 경우 수시브리핑을 실시한다.
- 긴급현안이나 중요한 사항, 그리고 많은 기자들의 참석이 필요한 경우는 연방기자협회 회견장을 이용한다.

## 3) 사전 준비회의

### 가. 연방공보처

- 상황회의(오전 8시 30분)
  - 공보처 차장(주재), 뉴스분석국장, 홍보국장, 행사·서비스국장, 상황실장 등 10명이 참석한다.
  - 미디어 분석 자료를 토대로 그날의 이슈를 점검하고 예상 문제점 등을 사전에 파악하며, 답변내용, 답변수위, 답변자 등을 선정한다.
- 전화회의(오전 10시)
  - 홍보상황실장 주재로 각 부처 대변인들과 동시 전화회의를 통해 예상질의 답변에 대한 의견을 조율하고 답변자 등을 최종적으로 결정한다.
  - 이 과정에서 언론이 제기할 수 있는 모든 문제들을 예상하고 답변자와 답변 수위 등도 조정한다.

### 나. 노동경제부

- 연방 공보처 전화회의시 각 부처 대변인들과 중요현안에 대해 의견을 교환한다.
- 전화회의시 예상 질의에 대한 타부처 의견을 청취하여, 자체 브리핑이나 연방 공보처 브리핑시 답변자료로 활용한다.

※ 참고 : 독일 연방기자협회(사단법인)

(가) 개황

- 내·외신 기자들의 모임인 연방기자협회 명의로 정부대변인 및 각부처 대변인을 초청 기자회견 개최
- 기자회견 : 정례 기자회견(연방공보처장이 매주 3회 실시)과 수시 기자회견으로 구분
  - ※ 공개여부에 따라 공개기자회견, 비공개 회견, 비밀회견으로 구분

(나) 조직

- 임원 : 회장(1) 및 이사(7), 총회에서 매년초 회원이 직접 선출(임기 1년)
- 회원 : 독일언론사 기자 및 외국특파원(현재 930명 등록)
- 재정 : 회비(언론사 소속 월30유로, 자유기고가 월 20유로)
- 시설 : 195석
  - 연방기자협회에서 연방기자회견장과 사무실2개를 임차하고, 나머지는 연방기자협회 회원에게 임대
  - 총 150개 언론사 입주중(이중 40개는 외국언론사)
  - 약 700명의 언론인들이 언론회관에서 근무중

(다) 연방총리와 연방기자회견

- 연방총리는 매년 3-4회 연방기자협회에서 기자회견
  - 신년기자회견
  - 하계휴가직전 상반기 연방정부 실적 및 하반기 국정운영 방향제시
  - 특수한 국가정책 방향에 관한 현안 발생시

### 3. 언론 취재관행

#### 1) 사전약속 여부

- 점심, 저녁 시간을 이용 취재할 경우 반드시 사전약속이 필수적이다.
- 공보 관계자들의 휴대전화가 24시간 개방되어 있기 때문에 이것을 이용한 취재가 보편화되어 있다.
- 공무원을 면담코자할 때는 반드시 공보관실을 경유해 신청하여야 한다.

#### 2) 사무실 방문취재 여부

- 원칙적으로 언론인들의 사무실 방문은 금지되어 있다.

### 4. 문제보도 대응

#### 1) 주관 부서

- 전 부처 차원의 문제보도 대응 주관 부서는 없으며, 개별 부처 “공보담당관실”에서 담당한다.
- 다만, 독일 공보처는 독일 신문, 방송, 잡지 등 거의 모든 매체의 보도 내용을 모니터링 하면서 연방 정부의 시책이나 정책과 어긋나는 보도나 문제보도로 예상되는 경우 해당 부처에 연락을 취한다.

## 2) 근거 법률

- 연방 차원의 “언론법”은 없으나, 각 주별로 “언론법 (Pressegesetz)”이 있으며, “반론권 요구” 조항이 규정돼 있다. 물론 명예훼손에 의한 반론권도 보장된다.
- 독일 언론위원회가 제정한 독일언론윤리규정 16조에 반론권 보장 조항이 있다.

## 3) 대응 절차

- 문제보도가 발생한 경우 1차적으로 해당기자와 접촉, 정정기사를 게재토록 설득한다.
- 설득이 불가능할 경우 언론법 제 10조에 규정된 대로 <언론위원회>를 거쳐 해당 언론사에 반론권을 청구한다.

## 4) 언론중재 여부 및 중재 현황

- 독일 본에 있는 “독일언론위원회(Deutscher Presserat)”에 중재 신청을 하는데 중재 신청시 구체적으로 어떤 보도가 어떤 측면에서 언론윤리규정에 위배되는지를 신청서식에 서술한다.
- 언론위원회가 해당언론사에 반론권을 요구하더라도 언론사가 수용 안할 수도 있는데 이 경우 언론위원회는 반론게재를 강제할 수단은 없고 경고장만 계속 발송한다.
- 따라서 위 반론권 청구가 좌절될 경우 당사자가 소송을 제기하기도 한다. 그러나 실제로 판공서나 고위 공무원의 경우 이 같은 법적 절차가 오히려 대중의 주목을 끌기 때문에 가급적이면 피하려는 것이 현실이다.
- 정치인과 관련된 문제보도의 경우 대부분 반론권이나 정정



보도와 같은 방법보다는 독자투고와 같은 형태로 대응하는 것이 관례이며, 언론위원회에 계류된 사안은 개인이나 기업체와 관련된 사안이 대부분이다.

**영 국**

1. 공보행정조직

- 영국의 공보조직은 공보, PR, 간행물 발간 등 기능별로 분산돼 있다. 언론홍보는 내각사무처(cabinet office)내 2개 부서(Communication Group, Government Information & Communication Service), 정부광고는 COI(Center of Information & Communications), 간행물 제작은 HMSO(Her Majesty's Stationary Office)에서 각각 담당한다.
- 해외홍보는 영국문화원(British Council)에서 담당한다.

1) 총리 공보수석 겸 언론특별보좌관실

- 토니 블레어 총리는 집권 후 바로 비서실장 (Jonathan Powell)과 공보수석(Alastair Campbell)을 임명함으로써 공보의 중요성 강조했다.
- 공보 수석인 Campbell은 거의 모든 총리 일정에 제한 없이 배석할 수 있으며 주요 현안에 대한 공보 대책을 수립한다. 특히, 총리와 각료와의 단독 집견, 야당 당수 단독 집견에도 배석한다.

- 2001년까지 총리실 조직표상 공보수석의 서열은 낮았으나 2002년 Campbell이 지나친 여론조작(SPIN)을 했다는 비난을 받아 대변인 겸 공보수석 직책 대신 커뮤니케이션과 전략 책임자 자리를 만들어 취임하면서 조직표상 비서실장 다음 서열을 차지하고 있다.
- 총리 공보수석 겸 언론특별 보좌관 아래 ▲총리 대변인, ▲전략홍보팀, ▲조사 및 정보팀, ▲대민 홍보팀을 두고 있으며 공보인력은 공보 보좌관(3명), 대변인(2명), 각 부처 담당 공보담당관(8명), 풀구성 담당관(1명), 브리핑 담당관(2명), 웹 마스터, 뉴스에디터, 미디어 지원 담당관, 프로젝트 매니저 등 총 26명으로 구성되어 있다.

가. 총리 대변인 : 공식 대변인은 2명이며, 브리핑 실시 및 언론인 접촉관리가 주 임무이다.

#### 나. 전략홍보기획단(Strategic Communications Unit)

- 구성 : 공보 전문직(2명), 수상 특보(2명), 관료와 지원요원(2명)
- 기능
  - 장기적 홍보 전략 수립 집행
  - 정부 정책의 발표 시기 조정
  - 총리 연설 및 기고 지원
  - 부처 담당 공보관 지정 운영
- 특징 : 공보조정회의를 신설하여 정부발표에 대해 강력한 중앙 조정권한을 행사한다. 그 동안 정부정책에 대한 각 부처간 조정이 부족하였고, 부처의 산발적 보도자료 배포의 홍수 속에 정부의 종합적 홍보전략이 부족했다는 판단 아래

강력한 조정을 목적으로 주요 공보회의를 신설했다.

- \* 총리실에서 매일 오전 8시 30분에 하는 policy & presentation meeting 준비

#### 다. 대민홍보팀(Corporate Communications Division)

- 인터넷 홍보를 포함한 직접적인 대민 홍보 총괄

#### 라. 조사 및 정보팀(Research and Information Unit)

- 1년 365일, 24시간 사실중심의 정보 및 브리핑 자료 보고

### 2) 내각 사무처

#### 가. 종합기획실(Communication Group)

- 정책 수립과정에서 홍보 문제에 대한 자문 및 조언
- 효과를 극대화하기 위한 최선의 홍보 전략
- 홍보 수단 관리

#### 나. 종합홍보실(GICS)

- 독립적으로 정부 전체 공보관련 공무원의 종합적 채용 및 교육
  - 전체 공보관련 공무원의 종합적 수급계획에 따라 각 부처 및 전체 정부조직에서 필요한 공보인력의 채용과 교육 책임
- 홍보 경험 및 사례 교류 촉진
- 언론 모니터 및 공급
  - ※ 부총리 관할의 내각사무처(Cabinet Office) 소속이지만 실제로는 총리실 공보수석 비서관의 업무보좌 성격이 강함.

### 3) COI

#### 가. 개요

- 전쟁시 선전활동을 담당하였던 공보처(Ministry of Information)의 후신으로 설립(1946년)
- 1984. 4월 독립기관화
- 1990. 4월 책임운영기관
- 2000. 7월 명칭개칭 : Central Office of Information and Communications
- \* 동 기관을 일반 광고회사와 같은 agency로 보는 경우가 많아 종래의 COI에 communications이라는 단어를 추가

#### 나. 구 조

- 본부는 6개 팀으로 구성 운영
  - Marketing and Communications
  - Publications and Digital Media
  - Broadcasting and Events Group
  - Client Services
  - Finance and Corporate Resources
  - Human Resources
- 지방조직 : 8개처에 지방사무실 운영

#### 다. 성 격

- 정부 부처로부터 광고 수주를 받아 광고기획 기능을 수행하고 있으며, 업무와 관련된 사항을 내각사무처에 보고할 의무가 있다.
- 인원 : 370명

다. 주요 활동

- 홍보 업무 대행
    - 비정부기관의 홍보업무 일부 대행(총수입액의 약 10%정도)
    - 자체적으로 홍보가 필요한 분야를 발굴, 해당기관에 제시하고 광고 수주
    - 홍보기획을 하는 PD만 있고 실제 제작시설은 없으며 매체별로 광고제작 회사에 발주
    - 영국사회가 다인종 사회로 변화됨에 따라 정부의 행정서비스에 대한 다언어 번역 서비스 및 홍보전략 자문업무 수행 (Ethnic Advisory Service)
  - 후원업체 중개역할
    - 민간업체의 정부정책 관련 사업에 대한 후원  
(예, 정유회사로부터 정부의 홍보업무에 대한 후원 신청을 받을 경우 정유회사가 운영하는 주유소를 활용, 도로교통 안전관련 정부기관 홍보물 배포 등)
    - 정부기관의 민간 활동 후원  
(예, 국방부는 우수한 체력을 가진 직업군인의 충원이 요구되는 부서이므로 국방부로 하여금 체육관련 각종 대회에 후원할 수 있도록 연계)
  - 정부기관 및 조직 홍보 상품 개발지원
    - 뱃지, 넥타이, 스카프, 모자 등 기관 홍보상품 개발 관련 기획 및 자문 역할
- \* COI는 수년간 영국 광고시장에서 제1의 광고주

## 2. 브리핑 제도

### 1) 총리 브리핑

- 관저 접견실을 이용해 월1회 정례브리핑을 실시하며, 현안이 있을 경우 수시로 실시한다.
- 대상 : 영국 주요 언론사(신문, 방송)가 참여하며, 외신은 20 명이 배정된다.
  - 사진기자 풀 구성 : AP, AFP, PA, Reuters 중 1개사
  - \* PA(Press Association) : 영국 국내 통신사
  - \* 외신의 경우 매월 구성을 달리하며 브리핑 내용이 특정 국가와 관련 있을 경우 특파원에게 우선권 부여
- 방식 : 모두 On the record로 하며 사안에 따라 TV 생중계를 하기도 한다.
- 총리 개별 인터뷰 가능 여부
  - 총리에 대한 개별 취재 및 인터뷰는 허용하지만, 개별 언론사를 상대로 한 직접 인터뷰는 사실상 거의 전무한 편이다.
- 개별 인터뷰 절차
  - 영국 언론 : 공보수석이 결정
  - 외국 언론 : 특파원 또는 각국 대사관을 통해 접수
    - 거의 대부분 인터뷰 요청 거절
    - 한국 언론의 경우 토니 블레어 직접 면담 인터뷰 사례 없음 (단, 중앙일보의 경우 서면 인터뷰 실시)

### 2) 총리 대변인의 브리핑

#### 가. 오전 브리핑

- 일시 : 월~목요일(매일 오전 10:30~11:30 사이)
- \* 금요일은 의회에서 실시

- 장소 : 외신기자협회 브리핑룸(80석)
- 대상 : 영국 주요언론 및 외신기자협회 회원(700명)
  - 외국과의 관련사항들을 고려 오전브리핑에 외신기자들을 포함(2002년 10월)
- 방법 : 주로 질의응답 형식이 많으며, TV 포함 카메라 촬영은 허용하지 않는다.
  - 필요에 따라서 관계장관이 총리 공식대변인(PMOS)의 발표가 끝난 뒤 다른 사안을 가지고 발표하는 경우도 있다.

#### 나. 오후 브리핑(회기중)

- 일시 : 월~금요일 매일 오후 4시경
- 장소 : 의회 브리핑룸(20석)
- 대상 : 의회 출입기자(등록기자 200여명)중 lobby journalist(70명)만 참가 가능
  - 주로 국내정치 상황에 대한 내용 브리핑
  - \* 의회출입기자가 lobby journalist와 gallery journalist로 구분돼 있는데 후자는 브리핑 참석 불가

#### 3) 사전 조정회의

- 노동당 집권후 공보수석을 맡았던 Alastair Campbell은 모든 정부의 발표는 강력한 중앙조정을 거쳐야 하고 총리실이 그 중심에서 일해야 한다고 주장하였다. 이를 위해 각 부처 공보관계자와 총리 공보실의 원활한 의사소통과 전략수립을 강조하고 총리 공보실에 전략홍보기획단을 신설했다.
- 영국 홍보정책의 특징은 사후홍보 보다는 사전 홍보계획 수립에

있으며 주요정책 발표 전 정책결정과정의 문제점 검토 등을 통한 기획·예방 홍보에 치중한다는 점이다.

○ 총리실 조정회의

- 총리실의 전략홍보기획단 주관으로 Policy and Presentation 미팅(매일 오전 8시30분)을 통해 현안에 대한 의견을 조율한다.
  - 총리실 정책팀장, 총리실 전략커뮤니케이션 팀장, 각료실 특보, 공보 자문관중 1인, 원내총무, 재무, 외무, 부총리, 노동당관계자
- 주요 공보담당자회의(매주 수요일, 비서실장 참석)
  - 정부의 발표내용과 발표시기 조정, 정부 정책의 일관성 유지위한 메시지 조율
- 총리실 공보팀과 GICS모임(매주 목요일)
  - 주말과 다음주 이벤트와 예상기사 점검



### 총리 공보실 Daniel Pruce 공보비서관의 하루

- 06:00 분석국 미디어 모니터 담당자로부터 보도내용 요약분 수령
- 08:30 Policy & Presentation meeting 참석(공보수석 주재)
  - 총리실에서 각 부처 언론담당자와 의견교환
  - 특별이슈에 대해 어떤 장관이 언론에 설명할 것인지 등도 결정
- 11:00 외신기자협회 브리핑 참석
  - 최근에 외신기자들에게도 개방(2002.10)
  - 2명의 총리 대변인이 하루씩 교대로 실시
  - TV 등 카메라 촬영은 불허
- 14:00 오전 브리핑한 내용 라디오, TV 모니터, 요약, 회람 (총리실 공보담당자)
- 15:45 의회 브리핑 참석
  - 출입기자중 lobby journalist에게만 개방
  - 국내 정치 사항 등에 대한 Q&A
- 17:00 초저녁 뉴스 모니터, 어떤 장관이 TV에 나갈 것인가 하는 문제를 포함 다음날 브리핑 준비
- 18:30 야간 근무자(1명), 야간근무 시작
- 23:00 초판 뉴스 검토
  - 정확하지 않은 것은 당직자나 관계자에게 연락, 직접 해당 언론인과 통화하도록 지시

### 3. 언론 취재관행

#### 1) 사전약속 여부

- 개별 취재시 공보관실을 통한 사전예약이 반드시 필요하며, 사전 예약 없는 임의취재는 허용되지 않는다.
- ※ 장관의 경우, 예외적으로 개인적 친분이 있거나 이전에 인터뷰 한 적이 있는 기자가 직접 인터뷰 요청을 해 올 경우 직접 하기도 함. 그러나 이 경우에도 취재와 관련된 사항은 공보관실에서 처리

#### 2) 사무실 방문취재 여부

- 기자가 기사작성을 위해 관련 부처에 자료를 요구할 경우 반드시 공보관실을 경유해야 한다. 당사자에 대한 개별적 취재요청이 있을 경우에도 공보관실을 경유해야 한다.
- 공보관실을 통해 사전 예약을 할 경우 접견실 등에서 취재가 허용된다. 취재대상자가 주로 간부들이нде 집무실 또는 접견실을 이용한다.
- \* 의원내각제라서 장관을 의회에서 만날수 있기 때문에 부처 사무실 방문 수요는 많지 않은 편

#### 3) 총리실 수행기자단 운영 현황

- 총리 공보실은 국내외를 막론하고 수행취재는 언론사로부터 공개신청을 받아 주로 의회 및 총리실 출입기자 위주로 선발한다. 기타 매체는 적극적이고 성실한 수행의사를 표명할 경우 선별하여 포함시킨다.
- 수행취재에 따른 경비일체는 전적으로 언론사가 부담한다.

- 규모 : 특파원이 없는 나라를 방문할 경우 최고 30~40명 정도 신청하는 경우가 있으나 미국과 유럽을 방문할 경우 각 언론사의 특파원이 주요 도시에 상주하고 있고 특별기 항공료와 호텔 숙박비가 비싸기 때문에 수행취재 신청을 하지 않는 경우가 많다.
- 구성비율 : 펜기자 위주로 구성하되, ENG 2대, 사진기자 1명이 포함된다.
- 동행방법 : 특별한 사유가 없는 한 수행기자단 일행은 통상 총리전용기에 함께 탑승한다.

#### 4) 출입기자실 제도 없음

- 부처 출입기자제가 없으며, 총리실은 외신기자협회와 의회 브리핑룸을, 각 부처는 자체 브리핑룸을 설치 활용한다.
- 장관이나 고위직의 브리핑 없이 보도자료만 있는 경우, 팩스 또는 e-mail로 자료를 송부한다.

### 4. 문제보도 대응

#### 1) 주관 부서

- 총리실 : 공보비서실(Prime Minister's Press Office)
- 내각사무처 : 공보관실(Press Office)

#### 2) 근거 법률

- 신문매체에 대한 문제보도 대응 : 자율 규정
- 방송에 대한 문제보도 대응 : 방송법(1996년)

### 3) 대응 절차

- 분석국(Media Monitoring Unit)이 언론분석자료 (보통 4~5페이지)를 공보수석, 공보관 등 정부의 언론 관련 담당자 집으로 오전 6시까지 팩스 송부한다.
- 정부 언론 관계자 회의 개최(오전 8시30분) : 분석국 자료를 기초로 총리실 공보수석, 전략홍보기획단(Strategic Communications Unit) 단장, 내각사무처 특보, 자문관, 원내총무, 재무장관, 외무장관, 부총리, 노동당 관계자 등이 참석, 대응 방안을 논의한다.
- 정부차원의 대응방향이 결정되면 언론중제위에 제소하고, 중재가 되지 않을 경우 법적 소송에 의한다.

### 4) 언론중재 여부 및 중재 현황

- 언론중제위 현황
  - PCC (Press Complaints Commission) : 신문 등 인쇄매체 관련 언론 중재
  - BSC (Broadcasting Standards Commission) : 방송 관련 언론중재
- 2002년도 PCC 언론중재 현황
  - 총 2,630건(이중 약 90%가 중재됨)

미 국

1. 공보행정조직

1) 백악관 공보 조직

- 미국에서 홍보는 백악관과 각 부처대변인실에서 담당한다.
- 백악관의 공보기능은 대변인실, 공보실, 대통령의 대중 이미지 전략을 보좌하는 특별 보좌관실이 담당한다.
- 대변인은 대통령과 직접적 상하관계 외에 비서실장의 지휘와 공보실장과 횡적 협조관계를 가진다.
  - 대변인실은 대외 발표 창구이며, 간부, 보좌관 등 11명이 근무
- 공보실장(Communications Counselor)은 우리나라의 대통령 홍보수석 비서관으로 행정부 전체의 홍보기능을 총괄 지휘하며 비서실장의 지휘하에 대변인과 대통령의 대중 이미지 담당 특별 보좌관과 횡적 협조관계를 가진다.
- 공보실은 3개국으로 구성 : 언론국(Media Affairs), 연설문 작성국(Speech Writing), 해외 홍보국(Global Communications)
  - 언론국은 국내언론과 상주외신에 대한 보도지원(News Service), 정부내 언론 관계업무 조정기능을 수행한다. 간부·보좌관 등 10명이 근무한다.
  - 연설문 작성국은 대통령, 부통령, 대통령 부인 연설문 작성을 담당하며, 경제·외교전담 연설문 담당관이 있고, 자료실을 운영한다. 공식직책은 12명이다.
  - 해외홍보국은 정부의 대외홍보를 총괄하며, 9.11 테러사건 이후 강화되고 있다. 공개된 간부 직책은 3명이다.
- ‘특별보좌관’은 대통령의 대중 이미지 전략을 담당하며, 공보실장과 협조관계를 가진다.

2) 국무부 공보조직(공보담당차관실)

가. 공보조직

- 공보담당 차관(대변인 겸함) 밑에 10개 부서 배치
- 선임 차관보가 부대변인 기능 수행
  - 언론 관계 및 외교사 발간 등 2개부서 관장
- 3명의 차관보와 3명의 비서관이 8개 부서 관장

나. 기능 및 인원

- 부처내 위상
  - 국무부 공보담당차관이 홍보업무 관장
  - 차관보급이 부대변인 업무 수행
- 주요 기능
  - 국무부 대외발표 등 대 언론 업무 수행
  - 연방정부내 및 지방정부와의 대외정책 조율
  - 지방언론 및 외신업무 지원
  - 국내외 영상음반, 홍보자료 등 제작 지원
- 부서별 세부 기능

부 서 별	기 능
Press Relations Office	국무장관의 대외 활동시 대 언론업무, 국무부 대외 발표 자료의 언론 제공 및 취재문의 응답
Regional Media and Press Outreach Office	워싱턴 DC 일원에 사무실을 갖지 않는 미국내 지방언론 지원(국무부의 대외 발표자료 송부, 국무부 직원과의 회견 주선 등)
Foreign Press Center	워싱턴 DC, 뉴욕, LA에 설치하고 있으며, 미국내 주재 외신지원 업무
Broadcasting Services	국내외 영상·음반 홍보자료 제작·제공

부 서 별	기 능
Electronic Information Office	국무부 웹사이트 운영, 대외 발표자료, 외국관련 정보, 미국의 대외정책 정보 등 국무부의 대국민 전자정보 서비스 담당
Public Liaison	국무부내, 연방정부 부처간, 연방과 지방정부간 미국의 대외정책에 대한 대외 발표 내용 조정
Office of the Historian	미국의 대외정책에 대한 역사적 기록물 준비·제작 업무
Intergovernmental Affairs	주·County·시정부에 대한 국제관계 업무지원
Strategic Communication and Planning	국무장관의 대국민 외교정책 홍보업무 담당
USAID Press Office	USAID의 공보업무 담당

○ 인원 : 110명

## 2. 브리핑 제도

### 1) 백악관

○ 브리핑룸 규모

- 외형상 백악관 브리핑룸은 협소(60석)하고 낮은 편이다. 이에 비해 국무부(53석), 국방부(80석)는 상대적으로 최신 시설을 구비하고 있다.
- 브리핑룸의 경우 의자만 있으며, 기자실의 경우 각사가 독자적으로 시설을 설치 사용하고 있다.

- 뉴스 브리핑 횟수
  - 정례 브리핑은 매일 12:00경에 개최하며, 늦을 때는 오후 2시에도 개최한다.
- 뉴스 브리핑 담당자 : 대변인
  - 다만, 브리핑 내용 구성, 홍보방향에 대한 기획과 조정, 기자단과의 비공식 간담회, 특별한 사안이 있을 경우 안보보좌관 등 수석비서관들과 출입기자들과의 접촉기회(설명 등) 주선 등 전반적 홍보전략은 공보실장이 주도 한다.
- 개방형 기자실 운영
  - 백악관 기자단 구성은 개방형(신청하면 발급)이며, 거의 모든 주요 언론사는 백악관에 출입기자를 두고 있다.
  - 매회 브리핑 참석 기자수는 40~50명이며, 이중 외신기자는 10명 내외이다.
- 출입기자들의 상주 여부
  - 백악관 출입기자단 구성은 브리핑실에 개별 사무실을 임차하여 근무하는 백악관 출입 상주기와 출입 기자증을 가지고 브리핑에만 참석하는 기자로 구성돼 있다.
  - 백악관에 사무실을 갖고 있는 언론사는 대부분 생중계를 필요로 하는 TV사이다.
- 기자실 운영경비 부담
  - 기자실 운영경비 문제는 상주 기자(사무실 임차 언론사)의 경우에 해당하며, 모든 경비는 자기 부담이 원칙이다.
- 기자단 가입 요건과 절차
  - 편집국장 또는 News Editor 명의의 백악관 출입기자 확인서한을 첨부, 대변인실에 신청하며 '신원조회' 확인절차 후 가입한다.
  - 외신기자의 경우 일정기간 동안(6개월) 매주 3회 이상 백악관 브리핑 참석 실적이 있는 경우 백악관 출입기자증을 받



급 받는다.(그전에는 매회 브리핑 참석을 신청해야 함)

## 2) 국무부

### 가. 정례브리핑 : 매일 정오경

- 대변인이 브리핑을 실시하며, 사안에 따라 다르나 주로 30-40 명의 기자들이 브리핑에 참가한다.(53석)
- 언론의 질문이 끝날 때까지 진행(1시간 정도)되며 CCTV 를 통해서 국무부 사무실에서 시청이 가능하다.
- 브리핑 내용을 인터넷에 등재 한다.
- 정례 브리핑 외에 특별한 이슈가 있을 경우 특별 브리핑 을 실시한다.

### 나. 출입증 발급 관리

- 언론사의 비중, 국무부에 매일 출입할 필요성, 기자의 체재 기간 및 전문성, 수용능력 등을 고려 발급한다.(약 500명)
- 브리핑 룸, 기자실, 구내식당, 이발소, 우체국, 은행 등의 출입이 가능한 통상 2년 기한의 출입증을 발급한다.(기자실 있는 2층 이하만 자유출입 가능, 3층 이상의 경우 반드시 직원 대동해야 출입 가능)
- 출입제한 약속 어길시 출입증을 회수 당할 수도 있다.  
※ 백악관 약 1,600명, 국방부 약 400명 출입증 소지

### 다. 기자실

- 브리핑 룸과 별도로 마련되어 있는 기자실(Press Room)에는 TV 중계장비, 사진·라디오용 스튜디오, 일반 기사 작성대 등이 구비돼 있다.

- 기자실은 장소가 협소해 기존 언론사가 철수하거나 기존 언론사 철수시 대신 지정해서 제공받는 경우 이외에는 신규 진입이 불가능하다.

### 3) 국방부

#### 가. 정례브리핑 : 주 2회 정도

- 대변인이 브리핑을 실시하며, 사안에 따라 다르나 주로 20-60 명의 기자들이 브리핑에 참가한다.(80석)
- 언론의 질문이 끝날 때까지 진행(1시간 정도)되며, 브리핑 내용은 인터넷에 등재된다.
- 정례 브리핑 외에 특별한 이슈가 있을 경우 특별 브리핑을 실시한다.

#### 나. 출입증 발급 관리

- 언론사의 비중, 국방부 출입 필요성 등 고려 발급한다.(약 400명)
- 출입증 있는 기자는 국방부 건물의 95%에 해당하는 비 보안구역을 자유롭게 출입할 수 있다. 그러나 취재는 반드시 사전약속 있어야 가능하다.
- \* 이는 국민들에게 국방부가 투명하고 공정하게 업무를 추진하고 있다는 것을 보여주려는 목적

#### 다. 기자실(Press Room)

- 일부 언론사만 상주하고 있다. 출입증이 있으면 브리핑시 언제든지 참여할 수 있기 때문에 상주 공간이 적은 것에 대한 불만은 적은 편이다.

#### 4) 사전준비 회의

##### 가. 백악관

- 대변인실과 공보실은 그 전날 언론보도를 분석한 결과를 기초로 공보실장 주관으로 대변인과 협의하여 뉴스 브리핑 내용을 결정한다. 브리핑은 대변인이 하지만 사전준비는 공보실장 주관하에 공보실과 대변인실이 같이 준비한다.
- 공보실장이 예상 질의를 작성하고 직원들이 각 관련 부처와 협의, 의견을 조정하고 답변수위 등을 논의한 후 답변자료를 작성한다.
- 뉴스 브리핑 내용을 최종 확정하기 전 오전 9시45분 경 대변인 또는 공보실장이 주요 언론사 출입기자들과 비공식 간담회를 갖고 국민과 언론의 주된 관심사항을 점검한다.
- 중요사안의 경우 해당 부처에 지침도 주고, 각 부처의 의견문의(각 부처 뉴스 브리핑 내용 관련)가 있을 경우 협의한다. 공식적으로 정례적 회의를 하지는 않으나 거의 매일 사안별로 유선 협의한다.

##### 나. 국무부

- 백악관, 국방부 등과 매일 전화미팅(conference call)을 통해 브리핑 의제에 대한 부처간 이견을 조정한다.

##### 다. 국방부

- 전화미팅 전(오전 8시15분)에 국방부 내에서 회의를 거쳐 브리핑 안건 등을 협의한다.
- 매일 오전 9시30분 공보과장이 백악관과 전화미팅을 통해 브리핑 의제에 대한 의견을 교환한다.

- 오전 10시에 각군 관계자들과 회의를 통해 서로 정보를 교환하고 브리핑 의제를 결정한다.

### 3. 언론 취재관행

#### 1) 사전약속 여부

- 개별 취재시 사전 약속이 필수적이다. 약속은 취재 희망인사와 직접하는 경우도 있고 공보관실을 통하여 하는 경우도 있다. 당사자간 평소 면식이 있거나 알려진 인사인 경우는 공보관실을 경유치 않고 직접 취재약속을 한다.

#### 2) 사무실 방문 취재 여부

- 취재 장소는 당사자간 약속으로 정한다. 사안에 따라 사무실을 방문하기도 하나 극히 예외적인 경우에 한하며 대개는 접견실 등 제3의 장소에서 취재가 이루어 진다.

#### 3) 사후 보고 여부

- 사안에 따라 다르다. 경미하거나 일상적인 사안의 경우 통상적으로 사전·사후 보고를 하지 않는다. 그러나 특별히 중요하다고 판단되는 사안에 대해서는 상관에게 보고(또는 협의하는 형식)한다.

#### 4) 대통령 비서실내 개별 취재

- 비서실(사무실) 출입취재는 불가능하며, 기사내용 확인을 위한

전화통화는 가능하다.

- 비서실 간부에 대한 개별면담 취재는 공보실을 통해 하게 되며, 모든 부처의 경우에도 취재는 공보실의 별도 협조가 필수적이다.

#### 5) 대통령 출장시 동행 취재

- 자발적 신청에 의해 수행하며, 별도의 선발방법은 없으나, 국내 pool 취재의 경우 기자단 자체 협의하에 취재단을 구성한다. 경비는 각자가 부담한다.
- 외신의 경우는 해당국 이슈가 수반한 경우 백악관에서 해당국 언론상황을 감안 주요 언론사를 중심으로 자의적으로 선발, 해당 언론사의 동의하에 pool 취재진으로 참여하는 방법을 택한다.

### 4. 문제보도 대응

#### 1) 주관 부서

- 문제보도 대응을 단독으로 주관하는 부서는 없다.
- 문제보도 대응은 관련자나 관련단체에서 직접 다루며, 전형적으로 정부나 기타 단체내 공보부서 (public affairs department)에서 다룬다.

#### 2) 근거 법률

- 美 수정 헌법 제1조에 의해 언론은 모든 사람에게 옳다고 여

겨지지 않더라도 각 언론사는 각자의 시각과 견해를 나타낼 수 있을 정도로 언론의 자유가 폭 넓게 보장돼 있다.

- 따라서 기사가 문제보도라는 것을 증명하는 것은 그리 쉽지 않은 상황인데 특히 간단하고 명백한 실수에서부터 개인에 대한 노골적인 비하까지 정도 차이가 매우 넓기 때문이다.

### 3) 대응 절차

- 언론의 기사가 잘못된 보도라고 여겨질 경우 공보부서에서 기사의 작성자(기자, 편집장 등)에게 편지를 보내 정정을 요청한다.
- 문제보도라고 언론사가 인정한 경우 사과의 글이 담긴 공식적 기사 취소나 언론사의 견해에 대한 설명을 담은 답변을 받을 수 있다. 만약 성공적으로 해결되지 않는다면 소송을 제기하기도 한다.

### 4) 언론 중재 여부

- 언론사를 대신해 편집장이 직접 나서 양측 문제 해결을 위해 중재할 수 있으며, 별도의 언론 중재기관은 없다.

# 부 록

(사진자료)

일본(총리 브리핑실)



(전면)



(후면)



일본(외무성 브리핑실)



(전면)



(측면)

독일(연방기자협회 브리핑실)



(전면)



(후면)

독일(노동경제부 브리핑실)



(회의실겸 브리핑실)



(간이 브리핑실)

독일(공보처 브리핑실)



(전면)



(전화회의 장비)

영국(의회 브리핑실)



(전면)



(기자실 자료실)

미국(국무부 브리핑실)



(전면)



(후면)

미국(국방부 부리핑실)



(전면)



(후면)

미국(IMF 브리핑실)



(전면)



(측면)



## 〈참고〉 자료 제공에 협조해 주신 분들

국 가	이 름	직 책
일 본	곤도(近藤)	수상실 내각광보관
	다카시마(高島)	외무성 보도관
독 일	Dr. Thomas Steg	연방공보처 차장 겸 정부부대변인
	Mr. Werner Kolhoff	연방공보처 상황실장
	Dr. Jaime Sperberg	연방공보처 외빈담당관
	Ms. Sabine Mass	노동경제부 홍보과장
영 국	Mr. Daniel Puce	총리실 공보비서관
	Mr. Greg Hurst	의회출입기자단 간사(The Times)
미 국	Mr. Jay DeFrank	국방부 언론과장
	Ms. Julie Reside	국무부 공보과장