

# 4

## 보도자료 작성 방법

### □ 일반적인 주의사항

#### ① 보도자료에는 추가 문기에 응할 홍보담당자의 연락처를 넣습니다.

편집자 또는 기자가 추가정보를 요청하거나 의문이 있는 경우 연락할 수 있도록 담당자와 연락처를 명시한다. 기관명과 보도자료 제공일자도 기사문 상단에 표기하고 엠바고(Embargo)가 걸린 보도자료의 경우 '10월 10일 오전 10시 이후 보도'와 같이 해제 날짜와 시간을 넣습니다.

#### ② 전달할 내용의 핵심을 부각시켜야 합니다.

부처의 이미지를 높이려고 불필요한 수식을 넣지 말고 핵심만 부각시키는 것이 오히려 더 강한 전달효과를 줄 수 있습니다.

- (×) 노사화합을 위해 노력해온 노사정위원회는 올해 임금협상에서 노사가 대화를 통해 임금문제를 원만히 타결지었다.
- (○) 노사정위원회가 올해 임금협상을 타결했다.

#### ③ 정확히 표현합니다.

멋이나 기교를 부리지 말고 사실만을 간단명료하게 표현합니다. 상당 부분의 오보나 왜곡, 과잉 보도 등은 정확하게 표현하지 않고 멋이나 기교를 부린 보도자료가 원인이 되기도 합니다.

(×) 이날 행사에는 많은 시민들이 삼삼오오 짝을지어 참가해 한 마음으로 단합된 의지를 보여주었다.

(○) 이날 행사에는 5천 여 시민들이 참가해 성황을 이루었다.

첫번째 문장은 이날 “정책 홍보 행사에 시민 대거 동원”이라는 식의 인상을 줄 수 있습니다. 정확한 숫자와 사실적인 표현만으로도 기자는 누가 참가했고, 행사 분위기나 규모가 어떠한지 충분히 알 수 있습니다.

#### ④ 문장은 짧아야 합니다.

여러 가지 사실을 한 문장에 다 넣으려고 하다가 오히려 산만하게 됩니다. 중요한 사실부터 되도록 한 문장으로 짧게 기술합니다.

(×) 건교부가 추진하는 이번 사업은 총예산 3천억원 규모에 도로 3개 노선과 시설관리 센터를 짓는 공사로, 오는 98년부터 2005년까지 총 3단계로 건설되는데, 1단계는 1998~2000년이며 2단계는 2000~2002년, 3단계는 2002~2005년 등이고 각 단계 별 사업비는 각 5백억, 1천억, 1천5백억원으로 책정되었다.

(○) 건교부의 이번 사업은 오는 98년부터 2005년까지 3단계로 진행된다. 총예산은 3천억원으로 1단계 5백억원, 2단계 1천억원, 3단계 1천5백억원이 투입된다. 공사는 도로 3개 노선과 시설관리센터 건설 등이 포함되어 있다.

#### ⑤ 전문용어를 피해야 합니다.

너무 복잡하고 상세한 자료나 전문용어의 사용은 기자의 관심을 저하시키고, 뉴스의 관점을 흐리게 합니다. 또 담당 기자의 이해부족으로 인한 오보나 왜곡 보도가 발생할 수 있습니다.

#### ⑥ 형용사나 부사 등 수식어를 빼는 것이 좋습니다.

수식어들 또한 명확한 포인트나 관점을 흐리게 해 자칫 엉뚱한 방향으로 왜곡되는 결과를 낳기도 합니다. 기자는 몇 가지 사실만으로도 드라마틱하게 재구성할 수 있는 능력을 갖고 있으므로, 현란한 형용사나 수식어의 사용보다는 기자의 명확한 이해와 관점 설정을 위해 노력해야 합니다.

## ⑦ 보도 가능한 것만 내보내야 합니다.

보도자료는 반드시 완결되었거나 예측가능한 내용을 갖고 작성해야 합니다. 추정이나 추측, 잘 모르는 사항은 결코 담지 말아야 하며, 보도되어도 괜찮은지를 다시 한번 검토해 보아야 합니다. 기자가 요청한다고 해서 아직 검토 중에 있는 계획이나 정책을 제공할 경우 커다란 파문을 유발할 수 있습니다.

## ⑧ 무리하게 기사화할 것을 요구하거나 기사의 크기를 묻지 마십시오.

제공한 보도자료에 대해 기사화 할 것을 요구하거나, 언제 얼마만한 크기로 쓸 것인지를 물어보는 것은 홍보담당자와 기자의 신뢰관계를 해치는 일이 될 수 있습니다.

## ⑨ 보도자료 배포는 가능한 한 담당기자에게 곧바로 전달될 수 있는 방법을 이용합니다.

보도자료 배포는 브리핑이 없을 경우 주로 이메일이나 팩시밀리를 사용하되, 담당기자에게 바로 전달될 수 있는 번호를 확인해서 보내주거나 인편으로 전달합니다.

## ⑩ 되도록 한 날 한시에 각 매체가 보도할 수 있도록 만들어야 합니다.

특별한 기획기사나, 기고, 인터뷰 등이 아닌 경우의 보도자료는 한 날 한 시에 모든 언론매체가 접할 수 있도록 해야 합니다. 늘 경쟁 관계에 있는 언론사들은 일단 타사에 게재된 기사는 다시 쓰지 않는 경향이 있습니다. 뉴스는 더욱 그렇습니다. 크게 다루어져야 할 뉴스가 한 언론사에 1단으로라도 처리되면 그 보다 큰 후속기사를 기대하기 힘듭니다. 이를 위해서는 조건은 늦어도 오후 3시까지, 석간은 오전 8시까지 해당기자에게 전달될 수 있도록 해야 합니다.

**① 특별한 경우가 아닌 한 기사게재 날짜를 일방적으로 정해주어선 안됩니다.**

엠바고(Embargo : 사전보도제한요청)와 같은 특별한 경우를 제외하고는 기사 게재 날짜를 일방적으로 요구하거나 정해주는 것은 기자의 감정을 유발할 수 있습니다. 언론 매체간의 경쟁이 심화되면서 사전 보도 제한요청이 크게 바뀌고 있습니다.

**② 사진이나 그래픽 자료·영상보도 자료를 제공하면 보도될 가능성이 더욱 커집니다.**

신문 매체의 경우 사진이나 그래픽, 도표 등을 함께 제공해 주면 보도될 가능성이 더욱 커지고 기사 자체도 커집니다. 사진은 인쇄에 적합한 품질을 갖추고 있어야 하며, 사진 설명을 함께 덧붙여야 합니다.

## 보도자료 작성 요령

기사는 보통 스트레이트(뉴스) 기사와 기획성 기사(feature)로 크게 둘로 나누어집니다. 정책관련 보도자료는 대부분 스트레이트 뉴스 생산에 도움이 되는 형식을 취하고 있습니다.

### □ 스트레이트(뉴스)기사용 보도자료

스트레이트기사는 새로운 사실, 변화, 정책, 현상, 통계 등 갖가지 뉴스를 있는 그대로 보도하는 기사를 말합니다. 지면상에 보통 박스처리 되지 않고 제목과 부제, 그리고 기사로만 구성된 것들이 여기에 속하며, 기사작성에 일정한 틀이 있습니다. 5W1H 원칙이 명확하게 나타나야 하며 중요사항 순서대로 본문이 작성되는 역피라미드형 구조를 갖추어야 합니다.

### ① 정보의 수집

보도자료 작성에 앞서 정보를 수집하는 방법도 미리 쓰고자 하는 보도자료 틀에 맞추어 수집합니다. 정보수집을 보도자료에 맞추는 것은 불필요한 정보를 줄이고 필요한 정보를 놓치지 않기 위함입니다.

예) 누가 (Who) : 정보통신부는

무엇을 (What) : 이동통신 서비스 휴대폰 이용료 인하 - 1백 원에서 70원으로

언제 (When) : 10월 부터

어떻게 (How) : 장비개선 및 회선 증설로

어디에 (Where) : 국내전역

왜 (Why) : 이용자들의 통신 요금 부담을 줄이기 위해

배경정보 : 기존에 이용하던 통신 서비스 업체들이 이용하던 △△△설비를 @@@설비로 교체, 용량이 늘고 대역범위 넓어 졌음. 폭증하는 통신수요에 대응하고 시민들의 요금인하 요구가 꾸준히 제기 되었기 때문임. 지금 까지 통신 장애가 빈번하던 지역에서의 문제점도 해소될 전망임  
(\*이외에도 필요한 정보를 배경정보에서 충분히 다루어 주는 것이 좋습니다)

## ② 보도자료 작성-전문

제목을 그대로 기사제목으로 쓸 수 있게 작성합니다. 전문은 흔히 리드(lead)라고 불리는데 전체기사의 가장 핵심적인 내용을 1~2문장으로 씁니다. 신문이나 방송뉴스의 첫 멘트를 보면 짧고도 명료하게 내용의 핵심을 꺼내는 것을 볼 수 있습니다.

전문엔 어려운 문장이나 용어를 되도록 피하고 옆 사람에게 말하듯 핵심을 전하면 됩니다. 전문은 본문내용의 요약이며, 전문만 읽어도 기사의 전체 내용을 파악할 수 있어야 합니다. 또한 문체는 짧고 명확하며 가능한 구어체로 작성하는 것이 좋습니다.

예를 들어, 휴대폰 이용료를 10월부터 낮춘다고 할 경우, 홍보담당자는 기사의 첫머리에 요금을 낮추게 하기 위해서 회사가 벌인 각고의 노력을 먼저 넣고 싶을 것입니다. “그 동안 장비개선을 위해 꾸준히 노력해온 결과 오는 10월부터...”라든가 “가입자의 오랜 희망이었던 휴대폰요금...” 등이 그것입니다. 그러나 다음날 신문을 보면 그러한 노력은 물거품이 되고 맙니다.

예) 오는 10월 부터 휴대폰 이용료가 인하된다.

정부는 20일 휴대용 전화기의 이용료를 현재 통화 당 1백원에서 70원으로 30% 인하하도록 관련규정을 개정했다고 발표했다.

신문이나 방송의 관심은 독자이자 시청자인 국민입니다. 당연히 국민들의 입장에서 요금인하라는 사실이 그 어떤 정보보다 우선시 됩니다. 이렇듯 전문은 짧고 명료하게 전체 내용을 축약시켜 쓰는 것을 기본으로 합니다.

다음은 스트레이트 기사에 사용할 수 있는 전문의 예입니다.

위성 방송 사업자로 A사 확정

예1) 이동통신 사업자로 A사가 확정됐다.

정보통신부는 6일 위성 방송 사업자로 A사가 최종 선정됐다고 발표했다.

정보통신부에 따르면...

예2) 그 동안 난항을 겪어왔던 위성방송 사업자로 A사가 최종 선정됐다.

정보통신부는...

예3) A사가 위성방송 사업자로 최종 선정됐다.

### ③ 보도자료 작성-본문

중요한 사실, 부가적 사실, 흥미 있는 이야기 등의 설명 부분입니다. 본문은 전문이 작성된 후 그에 대한 설명과 세부적인 정보를 기술하는 것으로 다음과 같은 원칙을 따라 작성합니다.

- 가장 중요한 사실을 첫문장에 놓되, 매 단락마다 토픽이 있어야 합니다.
- 한 문단에 두개의 주제를 넣지 않습니다.
- 문단연결이 자연스럽게 되도록 합니다.
- 문장은 간단 명료한 단문 형태로 작성합니다.
- 생생하게 그림을 보듯 현장감 있게 작성합니다.
- 사실대로 정확하게 객관적으로 작성합니다.
- 직접 인용한 말은 그대로 씁니다.(예 : 관련부처 장관의 멘트)
- 인명은 한글로 쓰되 괄호에 한자를 넣습니다
- 영문 이름은 우리말을 먼저 쓰고 괄호 안에 영자로 표기합니다.
- 맨 뒷문장부터 한 문장씩 없애도 전체구조가 흔들리지 않는 구조여야 합니다.

### ④ 보도자료 작성-배경정보

보도자료의 부족부분을 메울 수 있도록 제공하는 정보로서 특히 장기계획(고속철, 신행정수도, 발전소 등)의 배경을 밝히는 데 유용합니다. 배경정보에는 다음과 같은 내용들이 포함되어야 보다 소구력 있는 자료가 됩니다.

- 연차보고서 등 정책결정 배경, 사실자료
- 외국의 사례 및 통계 등 정책수립 참고자료
- 과거 관련 기사문
- 인물 약력, 보도 가치가 있는 사진(내용설명, 촬영장소, 날짜, 촬영자 및 보관자 명시)
- 기타 필요한 자료나 정보 제공

## □ 기획성 기사 Feature

기획기사용 보도자료는 일반 뉴스이외에 해설이나 설명, 소개, 뒷얘기 등 뉴스거리가 될 수 있는 내용을 전달하는 방식으로 최근 각 신문 등의 증면 경쟁으로 그 범위와 형식이 무척 다양해졌습니다. 기획기사의 특징을 보면 다음과 같습니다.

- 특정 단발성 사건과 연관될 필요가 없습니다.
- 형식이 자유롭습니다.
- 문체는 내용에 따라 적절히 고릅니다.
- 주제는 가벼운 것, 심각한 것, 예측, 탐사, 동향 무엇이든 가능합니다.
- 홍보를 위해 전략적으로 활용할 필요가 있습니다.

〈유형〉

흥미기사 : 인물, 동호회, 미담 등 갖가지 읽을거리를 제공합니다.

설명기사 : 휘발유 고르는 법, 인터넷 बैं킹, 카드 포인트 사용 등 생활, 문화, 취미, 교양 모든 영역에 일반인들에게 필요한 정보를 제공해 줍니다.

배경정보 : 기사가 기사를 쓸 때 참고할 만한 각종 자료를 제공해 줍니다. 통계, 사진, 그림, 도표, 신문 보도 클리핑, 관련사안 등 필요한 정보를 제공합니다.

## □ 프레스 킷 Press Kit

주요 정책과 관련한 대언론 홍보의 경우 많은 양의 자료를 필요로 합니다. 관련 실적과 앞으로의 계획을 전반적으로 홍보, 언론에 전체적인 그림을 보여줄 필요가 있습니다.

그와 관련해 개별 자료들이 일관성 없이 배부될 경우 산만하고 또 홍보의 취지를 극대화할 수 없기 때문에 대언론 홍보자료를 다음과 같이 일목요연하게 묶어 프레스 킷(Press Kit) 형태로 배부하는 것이 효과적입니다.

표지 : 무엇에 관한 자료인지를 명시합니다.

목차 : 제공기사문

기타정보

관련 홍보물

관련 기획기사, 기타 관련 기사

인물 약력, 사진, 비디오, 오디오자료

특히 프레스킷은 관련 정부 기관의 언론 홍보 역량과 수준을 가늠하게 하는 ‘언론 홍보의 얼굴’ 과도 같은 것이므로 해당 자료의 충실성은 물론 표지디자인이나 인쇄, 사진의 질 등 세세한 부분까지 신경을 써야 합니다.