

[연구자를 위한 언론홍보 길라잡이]

# 이렇게만 하면 100% 보도된다!





## 일러두기

- 이 자료는 재단의 지원으로 창출된 학술 및 R&D 우수성과를 효과적으로 확산하기 위해, 연구자들에게 언론홍보에 필요한 절차와 기초지식을 제공하고자 발간되었습니다.
- 올해에는 보도자료 작성을 중심으로 브리핑과 인터뷰 요령 등으로 구성하였습니다.
- 한국연구재단은 국가대표 연구지원관리 전문기관으로서, 학술 및 R&D의 체계적인 홍보를 위해, 연구자들에게 홍보 지원 자료를 지속적으로 제공할 계획입니다.
- 자료에 대해 궁금하신 내용이 있으시면, 한국연구재단 정책홍보팀(042-869-6116, grace\_292@nrf.re.kr)으로 언제든지 문의하시길 바랍니다.



# 목 차

<b>I. 추진배경</b> .....	<b>1</b>
<b>II. 보도자료 작성</b> .....	<b>3</b>
1. 보도자료란? .....	3
2. 보도자료의 종류 .....	3
3. 보도자료 준비 및 유의사항 .....	4
4. 보도자료 배포 방법 및 시기 .....	4
5. 보도자료의 구성 및 작성 시 유의사항 .....	5
6. 보도자료 작성 절차 .....	8
7. 보도자료 작성 매뉴얼 .....	15
<b>III. 브리핑 가이드</b> .....	<b>20</b>
1. 브리핑 자료 작성 .....	20
2. 브리핑 .....	21
<b>IV. 인터뷰 가이드</b> .....	<b>27</b>
1. 언론 인터뷰 .....	27
2. 신문매체와의 인터뷰 요령 .....	30
3. 방송매체와의 인터뷰 요령 .....	31
4. 전화 인터뷰 요령 .....	32



## I 추진배경

- ◇ 한국연구재단 지원 학술 및 R&D 우수성과 조기 발굴, 적시 배포·확산으로 홍보효과 극대화 도모
- ◇ 재단 사업을 지원 받는 연구자에게 적절한 홍보지침을 배포하여 국가 학술 및 R&D 지원사업의 체계적·효과적인 홍보 유도

### ☞ 연구성과 홍보절차



※ 위 절차에 따라 연구자(연구기관)는 보도자료 배포시점 기준 최소 10일전에 연구재단에 보도자료(초안)를 보내고, 연구재단은 7일 전에 교과부에 송부함

- 연구자 : 논문 게재일과 보도일이 동일할 수 있도록 **논문 게재일 10일 전까지** 연구재단에 보도자료 초안(교과부-연구재단 공동배포 예시 참조) 제출

※ 논문 게재시점에 맞춰 보도자료 초안을 제출하면, 홍보효과를 극대화할 수 없음

- 연구재단 : 연구기관(연구자)의 보도자료 내용 등을 검토한 후, 보도자료를 수정·보완하여 보도 7일전까지 교과부 담당부서에 제출
- 교과부(담당과) : 재단으로부터 접수된 보도자료 내용 검토 및 홍보 담당관실과의 업무 협의를 통해 홍보 방법 및 일정 확정
- 교과부(홍보담당관실) : 재단 정책홍보팀과의 최종 협의를 거쳐 보도 자료 배포 혹은 기자간담회 개최

## 기대효과

- 주요 연구성과에 대한 교육과학기술부-한국연구재단-주관연구기관-연구자 간의 체계적인 홍보 협력망 구축을 통해 국가 학술 및 연구개발 지원 사업 성과에 대한 국민 이해도 제고
- 주관연구기관-연구자 및 한국연구재단 간의 사전 협의를 통해 우수연구 성과의 체계적 관리와 홍보 효과 극대화
- 연구자에게 언론홍보지침서를 보급하여 국가 학술 및 연구개발 지원사업 성과 등을 효율적 홍보

## II | 보도자료 작성

### 1 | 보도자료란 ?

언론에 보도할 목적으로 작성한 문장형식의 자료로서, 궁극적으로 기사를 쓰는 기자에게 전달될 사실적이고 구체적인 자료, 취재 아이디어 또는 기사를 말한다. News Release, Press Release라고도 한다.

### 2 | 보도자료의 종류

종 류	성 격	작성 포인트
스트레이트 뉴스용	<ul style="list-style-type: none"> <li>사실(Fact) 위주의 시의성 있는 뉴스 전달</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>역삼각형 형식                             <ul style="list-style-type: none"> <li>뉴스핵심을 앞쪽으로 배치</li> </ul> </li> </ul>
기획·해설기사용	<ul style="list-style-type: none"> <li>뉴스 뒤의 뉴스를 캐내 정리</li> <li>뉴스배경을 설명하는 자료</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>정삼각형 형식</li> <li>기승전결 문장전개</li> </ul>
특집기사용 (feature)	<ul style="list-style-type: none"> <li>웃음과 눈물의 이야기로 사실보다 진한 감동을 주는 이야기</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>주인공 등장, 증언이나 체험이 핵심</li> <li>흥미 박진감 넘치는 사건 전개</li> </ul>
사진기사용 (Photo News)	<ul style="list-style-type: none"> <li>사진을 중심으로 뉴스 전달</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>간단 명료(6하 원칙)</li> <li>창의적·역동적 연출사진 효과적</li> </ul>

### 3 보도자료 준비 및 유의사항

- ▶ 보도자료는 제목, 전문(Lead), 본문의 세 부분으로 구성된다.
- ▶ 6하 원칙에 따라 A4용지 1~2장 정도로 핵심을 요약하되, 일반인들이 이해할 수 있는 용어와 표현으로, 독자의 입장에서 기사체로 작성한다.
- ▶ 기사자료에 대한 검증참고자료와 사진자료를 첨부한다.
- ▶ 반드시 기록되어야 할 사항 : 담당자의 전화번호와 이메일 등 연락처, 담당자의 신분, 희망게재일자(엠바고)

### 4 보도자료 배포 방법 및 시기

#### ▶ 배포방법

- 보도자료는 교육과학기술부 홍보담당관실이나 한국연구재단 정책홍보팀을 통해 일간지, 방송사, 전문지 기자 등 교과부 출입기자(1차관-교육□인문사회, 2차관-과학기술), 연구개발특구본부 출입기자 및 연구재단 전문기자 등에게 이메일 등을 통해 일괄적으로 배포된다.

#### ▶ 배포시기

- 매체별 마감일자 및 마감시간을 최우선적으로 고려해야 한다. 가급적 배포당일 오전 10시 이전에 전달하되, 늦어도 오후 2시까지 받을 수 있도록 배포한다.
- 긴급 혹은 특별한 사안이 있는 경우 보도자료를 배포하고, 이를 즉시 기자단에게 전화(또는 문자메시지 등)로 알린다.
- TV 등 방송매체의 경우, 주요 홍보사항이나 기획물에 대한 화면자료 확보 및 현지 취재를 위해 개별적으로 미리(최소 배포일 하루 전) 관련 내용과 엠바고 등을 알린다.

**일간지 편집 스케줄**

[조 간]

시 간	주요 스케줄	비 고
10:00 ~ 11:00	주요 편집 아이템 선정	편집회의(부장단 회의)
14:00	경제섹션 기사 마감	
14:00 ~ 17:00	주요기사 지면 확정, 기사 마감	가장 바쁜 시간(14:00~17:00)
17:30 ~ 18:00	게재 내용 점검	
18:00 ~ 18:30	출고	

[석 간]

시 간	주요 스케줄	비 고
07:00 ~ 07:30	주요 편집 아이템 선정	편집회의(부장단 회의)
08:00 ~ 10:00	기사 마감	사진자료 마감(10:00) 가장 바쁜 시간(08:00~10:00)
11:00 ~ 11:30	게재 내용 점검	
11:40 ~ 12:00	출고	

[방송사(TV)]

정해진 마감시간은 없으나 오후 2~4시경 편성회의를 거쳐 당일 뉴스를 반영한다.

**5 보도자료의 구성 및 작성 시 유의사항**

☞ 제목과 부제는 15자 이내로 짧으면서 매력적으로 뽑는다.

기자는 하루에 수십 개의 기관으로부터 배포된 수십 건의 보도자료를 받으므로, 제목과 부제만으로 기사화 여부를 결정한다. 핵심을 찌르는 요약된 언어로 정리하되, 시의성 있으면서 사람들의 이목을 끌 수 있는 단어들을 사용하여 명확히 작성한다. (예 : 식물과 미생물도 소셜 네트워킹

## II. 보도자료 작성

---

(Social Networking)한다)

### ▷ 보도자료는 그대로 기사화될 수 있도록 작성한다.

보도자료는 편집자나 취재기자들이 읽는 것이지만, 독자(일반인)를 대상으로 작성한다. 그리고 신문이나 잡지 등에서 필요할 경우, 그대로 활용할 수 있도록 기사 작성방법에 따라 작성한다. (예 : 태양빛으로 물을 분해해 청정 에너지원인 수소를 대량 생산할 수 있는 기술이 국내 연구진에 의해 개발되었다.)

### ▷ 추가문의에 응할 연구자의 연락처를 넣는다.

편집자 또는 기자가 추가정보를 요청하거나 의문이 있는 경우 답변할 수 있는 연구자와 연락처(휴대폰 번호 제외)를 명시한다. 기관명과 보도자료 제공일자도 기사문 상단에 표기하고 국제엠바고가 필요한 보도자료는 ‘○월 ○일(○) ○시 이후(국제엠바고)부터 보도’와 같이 정확한 일시를 넣는다.

### ▷ 전달할 내용의 핵심을 부각시켜야 한다.

기관과 연구자의 이미지를 높하려고 불필요한 수식을 넣지 말고 핵심만 부각한다. 특히 이번 보도자료 내용과 관련 없는 성과나 수상경력 등은 기재하지 않는다.

### ▷ 정확히 표현한다.

멋이나 기교를 부리지 말고 사실만을 간단명료하게 표현한다. 상당 부분의 오보나 왜곡, 과잉 보도는 정확하게 표현하지 않고 멋이나 기교를 부린 보도자료가 원인이 된다는 사실을 유념한다.

### ▷ 문장은 짧아야 한다.

여러 가지 사실을 한 문장에 다 넣으려고 하면 오히려 글의 요지가 산만해진다. 중요한 사실부터 되도록 한 문장으로 짧게 기술한다.

### ▶ 전문용어를 피한다.

연구자들이 특히 유념해야 할 부분이다. 너무 복잡하고 상세한 자료나 전문용어의 사용은 기자뿐만 아니라 독자들의 관심을 저하시키고, 뉴스의 관점을 흐리게 한다. 또한 기자의 이해부족으로 오보나 왜곡 보도가 발생할 수 있다. 만일 일반용어로 대체할 수 없는 전문용어가 있다면, 용어 해설을 덧붙인다. (예 : SOI : 절연막 위에 실리콘 단결정층이 있는 구조의 웨이퍼로서, 소자의 성능을 높일 수 있는 특징이 있지만, 보통 웨이퍼에 비해 10배 이상 비싸다.)

### ▶ 형용사나 부사 등 수식어를 뺀다.

수식어들도 명확한 포인트나 관점을 흐리게 해 자칫 엉뚱한 방향으로 왜곡되는 결과를 낳기도 한다. 기자는 몇 가지 사실만으로도 드라마틱하게 재구성할 수 있는 능력을 보유하고 있으므로, 현란한 형용사나 수식어를 사용하기보다는 기자가 정확히 이해하도록 하는데 노력한다.

### ▶ 보도될 수 있는 것만 보도자료로 만든다.

보도자료는 반드시 규명되었거나 개발되는 등 완결된 내용에 의거하여 작성한다. 추정이나 추측, 주관적인 내용이거나 잘 모르는 사항은 포함될 수 없다. 기자가 요청한다고 해서 아직 검토 중에 있는 계획이나 정책 및 성과를 제공할 경우 커다란 파장을 일으킬 수 있다.

### ▶ 무리하게 기사화 할 것을 요구하거나 기사의 크기를 묻지 않는다.

제공한 보도자료에 대해 반드시 기사화할 것을 요구하거나, 언제 어느 정도 크기로 게재되는지를 물어보는 것은 신뢰관계를 해칠 수 있다.

### ▶ 보도자료는 담당기자에게 곧바로 전달될 수 있도록 한다.

보도자료는 기자간담회가 없을 경우 담당기자 이메일(팩스)로 직접 송부한다.

▶ **최대한 같은 시간에 보도할 수 있도록 한다.**

특별한 기획기사, 기고 및 인터뷰가 아닌 보도자료는 같은 시간에 모든 언론매체가 동시에 접수할 수 있도록 한다. 경쟁관계에 있는 언론사들은 일단 타 언론사에 게재된 기사는 다시 쓰지 않는 경향이 강하다. 뉴스는 더욱 그렇다. 크게 다루어져야 할 뉴스가 한 언론사에 한 문장(문단)이라도 보도되면, 그보다 큰 다른 언론사의 후속 기사를 기대하기 힘들다. 이를 위해서는 연구자가 개별적으로 기자에게 연락하여 전달하기 보다는, 교과부-연구재단이 함께 배포할 수 있도록 조치한다.

▶ **사진이나 그래픽, 이미지를 활용하면 보도될 가능성이 더욱 커진다.**

신문의 경우 사진이나 그래픽, 도표, 이미지 등을 함께 제공하면 보도될 확률도 높아지고 기사 자체도 커진다. 사진은 인쇄에 적합한 품질(jpg파일, 100kb 이상)을 갖추어야 하고, 사진 설명을 덧붙인다.

**6** **보도자료 작성 절차**

기사는 크게 스트레이트(뉴스)기사와 기획기사(feature)로 구분된다. 연구지원 정책과 관련된 보도자료는 대부분 스트레이트 뉴스에, 연구성과와 관련된 보도자료는 스트레이트 기사 또는 기획기사에 활용될 수 있지만, 연구자들이 제공하는 보도자료는 대부분 스트레이트 기사에 속한다.

## 스트레이트(뉴스) 기사용 보도자료

스트레이트 기사는 새로운 사실, 변화, 정책, 현상, 통계 등 갖가지 뉴스를 있는 그대로 객관적으로 보도하는 기사를 말한다. 지면상에 보통 박스처리 되지 않고 제목과 부제 및 기사로만 구성된 것들이 여기에 속하며, 기사 작성에 일정한 틀이 있다. 6하 원칙(5W 1H)이 명확히 나타나야 하고, 주요 사항을 순서대로 작성하는 역피라미드형 구조를 갖추어야 한다.

### ☞ 정보의 수집

보도자료를 작성하기에 앞서 관련 정보를 수집해야 한다. 정보는 6하 원칙에 입각하여 수집하여 기재하면 되는데, 아래의 예와 같이 각 요소별로 구분하여 정보를 정리한다. 이렇게 정리하면 누락된 정보나 추가로 수집해야 할 정보를 보다 정확하게 파악할 수 있다. 특히 기관과 인물과 관련해서는 정보를 충분히 수집한다. 예컨대 인물의 경우 소속, 연령, 성별, 이름 등 기사에서 그 사람의 대표적인 모습을 표현해 줄 정보가 필요하다.

### ☞ 전문(Lead) 작성

#### ○ 뉴스가치가 잘 드러나도록 6하 원칙(5W 1H)을 잘 배열한다.

정보를 수집, 정리한 다음에는 전문(lead)을 작성한다. 전문을 작성할 때는 기사의 뉴스가치가 잘 드러나도록 5W 1H 중에서 가장 핵심적인 사항을 골라 1~2개의 문장으로 기술한다.

※ 5W 1H 전부를 전문에 반드시 포함시킬 필요는 없다.

#### ○ 스트레이트 기사의 전문은 1~2개 문장이면 충분하다.

전문엔 가급적 어려운 문장이나 용어를 피하고, 옆 사람에게 말하듯 핵심을 전달한다. 전문은 본문 내용의 요약이며, 전문만 읽어도 기사 전체를 파악할 수 있도록 한다. 또한 문체는 짧고 명확하며, 되도록 구어체로 작성하는 것이 효과적이다.

▷ 본문 작성

중요한 사실, 부가적 해설 및 흥미 있는 이야기를 서술하는 설명부분이다. 본문은 전문이 작성된 후, 그에 대한 설명과 세부적인 정보를 기술하는 것으로, 다음과 같은 원칙을 따라 작성한다.

- 가장 중요한 사실을 첫 문장에 놓되, 매 단락마다 토픽이 있어야 한다.
- 본문은 리드(전문)에 이어져 전체 내용을 다루는 부분이므로 구체적인 사실을 흐름에 따라 단락별로 제시해야 한다.
- '1문장 1주제' 원칙으로 문장의 앞뒤가 논리적으로 연결되어야 한다.
- 문장은 단문형태로 짧게 하며, 1문장은 40~50자가 적당하다.
- 리드에 표현된 것 중에서 중요하고 흥미로운 사실을 상세히 부연 설명하거나, 리드에 포함되지 못한 사실을 추가한다.
- 중요도순으로 내용을 배열한다.
- 약자를 사용할 경우 반드시 원어를 밝혀준다.
- 외국어는 우리말로 해석하여 쓰고, 원어를 괄호 안에 넣는다.
- 객관적인 사실만 기술한다.
- 직접인용을 할 경우, 상대가 한 말 그대로를 쓴다.
- 인명은 한글로 쓰되, 필요할 경우 괄호 안에 한자를 넣는다.
- 영문이름은 우리말을 먼저 쓰고 괄호 안에 영자로 표기한다.
- 사람이름, 단체명 다음에는 그 단체나 사람을 일반인들이 알 수 있도록 필요한 사항을 알려준다.

※ 보도자료 작성은 보도자료 예시(붙임 1, 2) 참조

**한국연구재단 보도자료 글자크기 기준**

- 제목은 18-24포인트 HY헤드라인M체로 진하게 한다.
- 부제목은 15-18포인트 궁서체로 한다.
- 본문은 15포인트 휴먼명조체로 하되, 강조하고 싶은 문구는 진하게 하고, 괄호는 13포인트로 한다.

<붙임 1. 교과부-연구재단 공동배포 보도자료 예시>

★ 1월 27일(목) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.

<b>보 도 자 료</b>	 <b>교육과학기술부</b> Ministry of Education, Science and Technology  <b>한국연구재단</b> National Research Foundation of Korea	 <b>G20 SEOUL SUMMIT 2010</b> 위기를 넘어 다 함께 성장
	교육과학기술부 홍보담당관실 ☎ 02-2100-6580 한국연구재단 정책홍보팀 ☎ 042-869-6116	

<자료문의> ☎ 02-2100-6831, 교과부 기초연구과장 한성환, 주무관 권상원  
 ☎ 042-879-8229, 한국생명공학연구원 류충민 박사

## 식물과 미생물이 소셜 네트워킹(Social Networking)한다

- 영국 '생태학지' 발표, "해충의 공격에 대해 유용한 미생물을 유인하는 식물의 자기방어시스템 규명" -

- 식물이 해충의 공격에 대항하여 자체 면역을 증진시키기 위해 뿌리 주위의 유용한 미생물을 유인하는 현상이 국내 연구진에 의해 규명되었다.
- 한국생명공학연구원 류충민 박사 연구팀이 진행한 이번 연구는 교육과학기술부(장관 이주호)와 한국연구재단(이사장 오세정)이 추진하는 '중견연구자 지원사업(핵심연구)' 및 '21세기 프론티어 연구개발사업(미생물유전체 활용 기술 개발)'의 지원을 받아 수행되었다.
- 이번 연구결과는 생태학분야에서 권위 있는 학술지인 99년 전통의 영국 '생태학지(Journal of Ecology)' 1월호에 게재되었는데(1월 17일), 우리나라 과학자가 주도한 연구성과가 이 학술지에 발표되기는 이번이 처음이다.  
 (논문명 : Whitefly infestation of pepper plants elicits defence responses against bacterial pathogens in leaves and roots and changes the below-ground microflora)

- 류충민 박사팀은 식물이 지상부에서 일어나는 해충의 공격을 지하부에 신호를 보내어 알리고, 면역을 증진하는 세균과 곰팡이를 뿌리주변의 지하에서 유인하여 밀도를 높임으로써 앞으로 발생할지 모르는 해충의 공격에 대비한다는 사실을 처음으로 밝혀냈다.
- 이번 연구는 국내에서 가장 많이 재배되는 발작물인 고추와 고추의 잎사귀에 서식하며 채액을 빨아먹어 고추의 성장을 방해하는 대표적인 해충인 ‘온실가루이’(whitefly)를 대상으로 진행되었다.
- 류 박사팀은 고추가 잎사귀에 있는 온실가루이의 공격을 받자, 전혀 다른 부위인 뿌리 주변의 유익한 미생물을 뿌리분비액에 포함된 유인 신호로 끌어들이어 자체 면역을 증진시킴으로써 향후 온실가루이가 고추를 효과적으로 공격하지 못하도록 한다는 사실을 확인하여 식물과 미생물 간에도 서로 긴밀한 대화를 한다는 사실을 규명하였다.
- 2009년에도 이 연구팀은 병원균에 감염된 식물이 주위의 동종 식물에게 냄새(휘발성물질)를 풍겨 병원균이 공격하고 있다는 경고 메시지를 보냄으로써 해당 병원균에 대한 주변 식물의 저항력을 현저히 증강시켰다는 점을 증명하여, 식물과 식물 간에 대화가 존재할 뿐만 아니라 이러한 대화는 우리가 생각하는 것보다 빈번히 이루어진다는 사실을 이미 발견한 바 있다.
- 류충민 박사는 “이번 연구는 식물이 식물뿐만 아니라 미생물과도 대화하여 해충을 퇴치하고 자체 면역력을 키운다는 사실을 증명한 것으로, 이러한 식물의 신호를 찾아냄으로써 방제가 힘든 해충을 농약 없이 퇴치하고 건강하게 작물을 재배할 수 있는 가능성을 제시하였다”고 연구의의를 밝혔다.

- 붙임 1. 연구개요  
2. 용어설명  
3. 연구자 이력사항

<붙임 2.연구재단 단독배포 보도자료 예시>

★ 4월 29일(금) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.

<b>보도자료</b> 2011. 4. 28(목)	
	정책홍보팀 ☎ 042-869-6116

<자료문의> ☎ 02-3460-5762~3, 아프리카/국제기구팀장 박정호

## 한국연구재단, 해외학위 조회 지원서비스 실시

- 시범사업으로 미국, 캐나다, 영국, 호주, 중국 등 8개국 학위 대상 -

- 한국연구재단(이사장 오세정)은 정부의 「해외학위 검증 강화 방안」의 일환으로, 오는 5월 2일(월)부터 ‘해외학위 조회 지원서비스’를 실시한다.
  - 이번 ‘해외학위 조회지원 서비스’는 해외학위 취득자의 급증으로 지속적으로 발생하는 해외학위에 대한 사회적 논란을 불식시키고 우수한 인력자원을 효율적으로 활용하기 위해 체계적·종합적인 해외학위 관리 시스템을 구축하고자 기획되었다.
- 이번 서비스 시행으로 해외학위(학사, 석사, 박사)에 대한 사실여부를 확인하고자 하는 정부, 대학 등 공공기관은 학위수여기관의 자격 여부와 학위 취득 사실을 공신력 있는 기관을 통해 확인할 수 있게 되었다.

○ 지금까지 한국연구재단은 '91년 1월부터 외국박사학위신고 업무를 수행해왔고, 한국대학교육협의회(대교협)는 2007년부터 해외학위조회 업무를 수행해왔으나 지난해 12월 업무를 중단하여, 현재 해외 학위에 대한 공신력 있는 관리가 절실히 필요한 상황이다.

○ 연구재단은 올해에는 시범사업으로 대교협에서 시행하던 영어권 7개국과 최근 학위 취득자 수가 급증하는 중국 등 8개국으로 한정하여 서비스하고, 2012년에는 유럽권, 2013년에는 중남미권 등 전세계로 서비스 대상을 전면 확대할 계획이다. 조회 수수료도 올해에는 기존의 대교협 수준으로 책정하여 운영하고, 2012년부터는 지원 의뢰 접수규모와 서비스 확대규모에 따라 현실화하는 방안도 함께 검토하고 있다.

\*) 영어권 7개국 : 미국, 캐나다, 영국, 아일랜드, 호주, 뉴질랜드, 남아공

○ 자세한 내용은 연구재단 홈페이지([www.nrf.re.kr](http://www.nrf.re.kr))에서 확인할 수 있다.

□ 오세정 이사장은 “한국연구재단이 해외학위관리 업무를 일원화하고 조회 지원서비스를 실시함에 따라, 해외학위에 대한 사회적 불신을 해소하고 우수한 인적자원을 효율적·체계적으로 관리하여 국가 발전에 기여할 수 있을 것으로 기대한다”고 밝혔다.

## 7 보도자료 작성 매뉴얼

### ☞ 보도자료 표기원칙

#### ○ 인명과 호칭

- 1) 우리나라 사람의 이름은 한글만 쓴다. 동명이인 등을 고려해 필요한 경우 괄호 안에 한자를 쓴다.
- 2) 직함은 소속기관과 함께 이름 뒤에 붙여 쓴다.  
예) 오세정 한국연구재단 이사장은, 오세정 이사장은
- 3) 이름과 직함이 동일한 보도자료에서 반복적으로 등장하는 경우, 처음에는 ‘김철수 ○○대 교수’로 기재하고, 이후부터는 ‘김철수 교수’ 또는 ‘김 교수’로 표기한다.
- 4) 두 명 이상의 이름을 나열할 때 직함이 동일한 경우, 맨 마지막 이름 뒤에 직함을 붙인다.  
예) 이○○, 문○○, 박○○ 교수를 비롯하여…

#### ○ 외국인명

- 1) 중국인과 일본인의 이름은 현지음을 외래어 표기법에 맞게 한글로 쓰고 괄호 안에 한자를 넣는다. 한자를 정확히 확인할 수 없는 경우 현지음만 쓴다.  
예) 간 나오토(菅直人) 일본 총리, 후진타오(胡錦濤) 중국 국가주석
- 2) 기타 외국인의 이름은 현지발음을 외래어 표기법에 맞게 한글로 적고 성과 이름을 띄어 쓴다.  
예) 버락 오바마 미국 대통령(○) → Barack Obama 미국 대통령(×)

#### ○ 지명

- 1) 장소를 나타내는 국내 지명은 광역시·도 → 시·군·구 → 동·읍·면·리 순으로 표기한다.  
예) 서울 강남구 삼성동 코엑스에서 개막된 이번 행사는 …

## II. 보도자료 작성

2) 시·도명은 줄여서 쓴다.

예) 서울특별시 → 서울, 대전광역시 → 대전

3) 중국과 일본 지명은 현지음을 외래어 표기법에 맞게 한글로 쓰고 괄호 안에 한자를 쓴다. (확인할 수 없는 경우 현지음 또는 한자 중 택일)

예) 베이징(北京) 주재 외교관들은 ..., 도쿄(東京)에서 열린 이번 학술대회는 ...

4) 기타 외국 지명은 현지음을 외래어 표기법에 맞게 한글로 적는다.

5) 비 한자권 국명이 한자어로 굳어진 경우에는 그에 따른다.

예) 미국, 독일, 인도, 호주 등

### ○ 기관·단체명

1) 기관이나 단체명은 처음에는 정식 명칭을 적고 약칭이 있으면 괄호 안에 넣되, 행정부처 등 관행화된 것은 별도로 기재하지 않는다. 두 번째 표기부터는 약칭으로 쓴다.

예) 한국대학교육협의회(대교협)는 2007년부터 ..., 대교협은 ...

교육과학기술부(교과부)는(×)

2) 기관이나 단체명에 대표자 이름을 써야 할 경우 괄호 안에 표기한다.

예) 한국연구재단(이사장 오세정)

3) 외국의 행정부처는 ‘부’, 부처의 장은 ‘장관’으로 표기한다. 단 한자권 지역은 그 나라에서 쓰는 정식명칭을 따른다.

예) 미국 국무부(국무장관), 일본 외무성(외상), 중국 외교부(외교부장)

4) 국제기구나 외국 단체의 경우 처음에는 한글 명칭과 괄호 안에 영문 약어를 쓴 다음 두 번째부터는 영문 약어만 표기한다.

예) 유럽연합(EU)은 ... 했다. EU는 ...

### ○ 숫자표기

1) 숫자는 다음 예와 같이 만단위로 표기한다. 그 이하는 풀어쓴다.

예) 1조 7689억 3000만원, 12억 5785만원

2) 날짜가 계속되는 경우 다음 예와 같이 표기한다.

예) 같은 달의 경우, 4월 11~20일, 달이 넘어갈 경우, 5월 28일~6월 3일

- 3) 수의 범위를 나타낼 때는 ~를 사용하고, 단위는 뒤에만 붙인다.  
예) 20~30%, 30~40명
- 4) 분기는 1분기, 4분기로 표기한다. 2/4분기, 3/4분기로 쓰지 않는다.
- 5) 기수와 서수는 다음과 같이 사용한다.  
예) 기수로만 표기 : 1차 2차 3차, 2배 3배 4배, 1단계 2단계 3단계  
예) 서수로만 표기 : 1주 2주 3주, 첫째 둘째 셋째, 일원화 이원화  
예) 기수, 서수 혼용 표기 : 한차례 2차례, 한 시간 2시간, 일류 2류, 이종 3종

○ 수대명사

- 1) 사람은 ‘명’으로 표기하나, 특별한 경우 ‘인’과 ‘사람’으로 쓴다.  
예) 20명 참석, 33인 중 한 사람
- 2) 고정된 시설물은 ‘기’로 표기한다.  
예) 원자로 3기, 부산항 타워크레인 7기

○ 계량단위

- 1) 영문 약자 표기를 원칙으로 한다.  
예) %,  $\mu$ l, ml, l, kl, cc, cm<sup>3</sup>, m<sup>3</sup>, nm,  $\mu$ m, mm, cm, km, cm<sup>2</sup>, m<sup>2</sup>,  $\mu$ g, kg, cal 등
- 2) 외국 화폐는 한글로 적고, 우리 돈으로 환산한 금액은 괄호 안에 넣는다.  
예) 5000만 달러(한화 542억 원), 불(弗)로 쓰지 않고 ‘달러’ 로 표기

○ 시간

- 1) 시간은 오전과 오후를 구분하여 표기하되, 정오에서 오후 1시까지 는 ‘낮’으로 표기한다.  
예) 오전 7시, 오후 5시, 오전 0시 20분, 낮 12시 40분 등
- 2) 시간이 불명확할 경우, ‘계’와 ‘무렵’ 등으로 표기하되, 한자어인 ‘경(頃)’은 사용하지 않는다.  
예) 오후 2시께, 오전 11시 무렵
- 3) 해(年)는 1999년까지는 ‘지난 98년’과 ‘99년 세입세출 예산’ 등 뒤 2자리만 표기하고, 2000년 이후부터는 4자리를 모두 쓴다. 연도의 반복으로 문맥에 혼란을 줄 경우, ‘올해’, ‘지난해’ 및 ‘내년’ 등으로 표기한다.

○ 문장부호 및 약물

- 1) 따옴표는 “ ”(큰따옴표)와 ‘ ’(작은따옴표)를 사용한다. 『』와 「」는 쓰지 않는다.
  - “ ”는 대화와 직접 따온 말 등에 쓴다.
  - ‘ ’는 따온 말 가운데 따온 말, 짧은 인용구, 강조하고 싶은 부분, 작품명, 표제나 제목, 성명서 등의 제목 등에 사용한다.  
예) ‘해외학위 조희지원 서비스’, ‘평강의 집(장애인 시설)’
- 2) 쉼표는 나열하는 말이나 단어 또는 문맥상 앞뒤 문장의 구별이 필요할 때 사용한다. 쉼표를 사용하지 않아도 내용이나 의미 전달이 충분할 경우 가급적 사용하지 않는다.
- 3) 가운뎃점(·)은 나열된 단어가 대등할 때, 한 문장에 쉼표가 들어가 있어 다시 쉼표를 쓰기가 어려울 때 사용한다. 날짜와 관련된 역사적 사건이나 행사명 등에서도 사용한다.  
예) 용 $\square$ 복합화, 산 $\square$ 학 $\square$ 연, 한 $\square$ 중 협력, 미국·영국·일본, 시·군·구
- 4) 인용문이 보도자료 중간에 있는 경우 큰따옴표 안에 마침표를 찍지 않는다.  
예) 강성호 교수는 “... 다하겠다”고 수상소감을 밝혔다.
- 5) 인용문이 독립적으로 쓰일 때는 큰따옴표 안에 마침표를 찍는다.  
예) “이번 경기는 반드시 이길 겁니다.”
- 6) 문장 속에서는  $\Delta$ 를 쓴다.  
예)  $\Delta$ 서울  $\Delta$ 부산  $\Delta$ 대전  $\Delta$ 광주  $\Delta$ 대구 등 5개 도시에서 동시에 개최한다.

○ 기타

- 1) 고유명사는 정확하고 통일되게 쓴다.
- 2) 법률이나 정책명, 전문 용어 등은 독자들의 가독성을 위해 띄어쓰기를 한다.  
예) 국가연구개발사업 → 국가 연구개발 사업
- 3) 보도자료는 한글 작성을 원칙으로 하되, 독자들의 이해를 돕기 위해 한자나 영어를 써야할 경우 괄호 안에 병기한다. 제목도 부득이한 경우를 제외하고 한글로 쓴다.  
예) 엘리베이터타고 우주까지, 중앙처리장치(CPU), 과학지식 나눔의 장(場)

- 4) 학교명은 독산초, 흥도초, 고려대, 등과 같이 뒤에 ‘학교’를 생략한다.  
 예) 연세대 이영욱 교수가, 대구대천초 이성호 교사가
- 5) 보도자료의 모든 사진, 이미지 등은 사진설명을 기재한다.

☞ 외래어 표기 준칙

- 외래어를 표기할 때 받침은 ㄱ, ㄴ, ㄹ, ㅁ, ㅂ, ㅅ, ㅇ만 쓴다.

예) 스타트업(startup) → 스타트업, 워크숍(workshop) → 워크숍

- 된소리(ㄱ, ㄷ, ㅃ, ㅆ, ㅉ)는 적지 않는다.

예) 센서(sensor) → 센서, 엑소(exo)-배위 → 엑소-배위

※ 다만, 다음은 예외로 한다.

1) 일본어에서 ㅆ와 중국어에서 ㅆ, ㅉ(쓰시마, 쓰촨성)

2) 이미 굳어져 바르게 표기하면 혼란을 줄 우려가 있는 경우(파친코 → 빠짱꼬)

- 이중모음은 사용하지 않는다.

예) 뉴우스(news) → 뉴스

- 영어에서 복수를 나타내는 s와 th는 ‘스’로 표기한다.

예) 타이거즈 → 타이거스, 드로인(throw-in) → 스로인

## Ⅲ 브리핑 가이드

### 1 브리핑 자료 작성

❖ **요점 중심으로 간단명료하게 작성한다.**

브리핑 내용은 연구성과를 최대한 알기 쉽게 설명해야 하므로, 객관적 사실을 6하 원칙에 입각하여 요점 중심으로 정리한다.

❖ **브리핑자료는 발표 직전까지 점검한다.**

브리핑 내용에 따라 파장이 클 수 있으므로 브리핑 직전까지 상황변화를 주시한다. 상황변화를 모르고 사실과 다른 브리핑을 하면, 발표내용에 대해 여론이 빗발칠 것이고 브리핑은 신뢰를 잃을 것이다.

❖ **발표자는 자료 작성에 깊이 관여한다.**

성공적인 브리핑을 위해서는 누구보다도 발표자가 내용에 대해 잘 알고 있어야 한다. 이를 위해 발표자는 발표문 작성에 주도적으로 참여한다.

❖ **발표문의 헤드라인은 하나만 쓴다.**

헤드라인에 따라 내용의 일관성과 분명한 메시지를 만든다.

❖ **간결하게 다듬는다(KISS : Keep It Short & Simple).**

발표문은 사실에 입각한 내용을 군더더기 없이 짧고 간결하게 작성한다. 상세한 내용은 첨부자료와 질의응답으로 대체할 수 있다.

❖ **브리핑 목적과 발표내용의 부합여부를 재검토한다.**

발표내용이 핵심보다 주변에 치우쳐 있지 않은지, 연구성과를 충분히 설명하고 있는지 등을 세심하게 검토한다.

☞ **수치·전문용어 등을 확인한다.**

고유명사와 각종 데이터·수치·전문용어 해설 등에 오류가 없도록 철저히 확인한다.

☞ **원고는 읽기 편하도록 작성한다.**

글자크기는 보기에 편하도록 15포인트 이상 큰 서체로 작성하고, 줄 간격은 160% 이상 보기 좋게 띄운다.

☞ **시청각자료는 브리핑을 살린다.**

사진이나 도표 등 시청각자료는 브리핑에 생명을 불어넣을 수 있고 분위기를 반전시킬 수 있다.

## 2 브리핑(Briefing)

☞ **참석 취재진들과 눈을 맞추며 일상적 대화체로 이야기한다.**

브리핑에 참석한 취재진들과 일일이 눈을 맞추고, 그들과 마주 앉아 대화를 나누는 기분으로 손짓을 적절히 활용한다. 준비한 발표문을 읽어 내리는 식의 발표는 취재진들을 감동시킬 수 없고, 지나친 움직임과 동작은 분위기를 산만하게 할 수 있다.

☞ **질문에 긴장하거나 질문자를 경계하지 않는다.**

질문을 받으면 긴장하거나 질문자를 경계하지 말고, 친밀하고 자신감 있게 질문자와 눈을 맞추며 질문 내용을 경청한다. 질문 내용이 명확하지 않으면 질문 내용을 반복하여 내용이 맞는지도 확인한다. 다만, 답변을 할 때에는 전체 참석자에게 시선을 주는 것이 좋다.

❖ 질문을 유도한다.

전달할 사항만을 일방적으로 발표하고 질문을 줄이면 오해를 불러일으키거나 잘못 전달할 수 있다. 이를 막기 위해선 발표 후 질문을 유도하여 잘못 전달될 가능성을 최소화하고 발표자의 입장을 충분히 설명하는 것이 좋다.

❖ 추가 자료를 요청할 경우 즉각 제공하고, 별도의 준비가 필요한 경우 자료 준비상황을 수시로 알려준다.

❖ “노코멘트” 라고 하지 않고, 답변할 수 없는 이유를 자세히 설명한다.

답변하기 어려운 질문을 받을 경우 그냥 “노코멘트”라고 하지 않는다. 코멘트를 할 수 없는 입장을 분명히 밝히지 않으면 뭔가 숨기고 있다는 인상을 줄 수 있다. “잘 모른다”는 식의 답변보다는 “확인하여 추후 답변 드리겠다”라고 하는 것이 신뢰를 줄 수 있다.

❖ 끌려 다니지 말고 끝까지 상황을 주도한다.

❖ 해당사안에 대한 발표는 짧게 하되 배경자료는 충분히 제공한다.

❖ 가능한 한 시청각 자료를 활용한다.

❖ 언론매체를 차별하지 않는다.

❖ 기자들의 반론에 말려들지 않는다.

❖ 특정 언론사의 독주를 막는다.

❖ 배경 및 참고자료를 미리 배포해 제한된 시간을 지킨다.

❖ 엉뚱하거나 사안과 무관한 질문은 정중히 차단한다.

- ▶ **기자가 사안을 잘 모른다고 해서 무시하거나 가르치려는 태도를 보이지 않는다.**

질문내용이 이상하거나 주제를 벗어나 명료하지 않다 해도 “내용을 제대로 이해하지 못했다”라는 식으로 질문자를 무시하거나 가르치려는 태도를 보이지 않는다.

#### ▶ 기타 브리핑 자세와 스킬

##### ○ 첫 인상이 중요하다.

프리젠테이션을 할 때 참석자들은 첫 2분 동안 발표자를 평가하고 판단한다. 좋은 첫인상을 줄 수 있도록 깔끔한 용모와 자세를 갖추고, 자연스럽게 분위기를 이끌 수 있도록 시작하는 말을 준비한다.

##### ○ 다양한 표정으로 이야기한다(No poker face).

표정 없는 브리핑은 관심을 끌지 못한다. 강조해야 할 부분에서는 표정도 함께 적당히 움직인다.

##### ○ 메모를 활용한다.

브리핑에 익숙하지 않은 사람들은 발표에 대한 두려움과 발표내용의 중요도 및 기자들 앞에서 발표한다는 중압감 등이 복합적으로 작용해 ‘일시적 기억 상실’에 빠질 수 있다. 주요 포인트별로 자신만의 메모카드를 만들어 활용하면 자연스럽게 극복할 수 있다.

##### ○ 어조에 변화를 준다.

내용에 따라 목소리의 톤과 속도에 변화를 주되, 바로 들리고 이해될 수 있도록 목소리에 힘을 주어 자신감을 보여 준다. 마이크를 사용하면 작은 것보다 큰 목소리가 낫다.

○ 상투어를 사용하지 않는다.

“브리핑에 익숙하지 않아서~”, “준비한 내용이 많지 않아서~”, “담당한지 얼마 되지 않아서~”, “아시다시피~” 와 같은 상투어는 삼간다. 이와 같은 상투어는 겸손함을 표현하기 보다는 준비가 미흡하다는 인상을 줄 수 있다.

○ 비공식적인 발언은 삼간다.

브리핑에서 이야기하는 것은 100% 공개되고 기사화될 수 있다는 점을 명심해야 한다. 발표자의 한 마디는 커다란 파장을 가져올 수 있고, 다시 주워 담을 수 없다. 사건이나 비(非)보도를 전제로 사전에 협의되지 않은 내용을 비공식적으로 발언하는 것은 또 다른 문제와 불필요한 논쟁을 불러올 수 있다.

○ 결론 부분에 핵심을 요약 반복한다.

브리핑에서 전달하고자 하는 중요한 내용을 2~3가지 포인트로 정리하여 결론 부분에서 다시 한 번 강조하여 분명히 각인하도록 한다.

○ 복장은 발표내용과 분위기에 맞게 갖춘다.

사고 수습과 대책 발표를 위한 현장 브리핑을 할 경우, 발표자의 복장은 양복보다는 현장복이 기자들에게 신뢰를 더 줄 수 있듯이 발표내용과 분위기에 적합한 복장을 고려한다. 일반적으로는 신뢰감을 주는 군청색 계열의 양복 착용이 무난하다.

○ 어깨는 자신감을 표현한다.

어깨를 약간 뒤로 젖히고 고개를 조금 위로 당긴 자세가 자신감 있게 보인다.

○ 기자재는 가능한 한 본인이 직접 조작한다.

빌 게이츠는 발표할 때 본인이 직접 컴퓨터를 작동한다. 이는 전문가다운 이미지를 강하게 줄 수 있고, 기자재 조작 담당자와의 문제발생도 피할 수 있다.

○ **기자가 질문할 때 중간에 가로막지 않는다.**

무시하는 것처럼 보일 수 있다. 너무 빨리 답변해 질문 자체를 막거나 잘못된 답변이 되지 않도록 질문은 끝까지 경청한다.

○ **간단명료하게 답변한다.**

답변은 길지 않게 요약한다. 답변이 길어지면 자칫 비공식적 발언이나 사건을 얘기할 수 있다.

○ **예상 질의와 답변을 충분히 준비한다.**

주제를 벗어난 일부 질문을 제외하고 예상 질문은 거의 100% 준비한다. 가능한 모든 질문사항을 꼼꼼하게 검토하고 실전처럼 답변을 준비한다.

○ **질문이 사실과 다를 경우 확실하게 정정한다.**

유도 질문이나 사실과 다른 내용의 질문이 있을 경우, 그냥 지나가지 말고 정확히 수정해야 오해나 왜곡을 방지할 수 있다.

○ **사후 브리핑 내용을 고지한다.**

브리핑이 종료되면 브리핑 자료를 출입기자에게 송부한다.

○ **추가 취재 요청 대응**

- 인터뷰 요청

브리핑 후 발표내용 관련 언론의 인터뷰 요청이 있을 경우, 특별한 사유가 없는 한 인터뷰를 실시한다.

- 추가 자료 요청

기본적으로 자료 제공은 브리핑 시 배포하는 자료로 충분하고, 브리핑과 관련하여 예상되는 요청내용은 질의응답으로 정리한다. 브리핑은 등록된 언론사 모두를 대상으로 하기 때문에 자료도 모두에게 똑같이 제공한다.

○ 잘못된 기사에 대한 대응

브리핑 내용과 다르게 기사가 잘못 보도된 경우, 담당기자와 해당 언론사에 기사가 잘못 보도되었음을 설명하고 정중하게 해명 기사를 요청한다.

## IV | 인터뷰 가이드

### 1 언론 인터뷰

#### ▶ 인터뷰는 무엇을 목적으로 하는가?

##### ○ 기자 입장

- 외면적으로는 관련 사실의 조사, 사실 근거자료 수집, 인용 가능한 진술의 수집, 배경설명의 보충 등 객관적 사실의 취재를 위해 실시한다.
- 내면적으로는 솔직하고 자유로운 대화를 통해 완화된 분위기 속에서 내면적 진실을 알고자 한다.

##### ○ 정보 제공자(interviewee) 입장

- 외면적으로는 특정한 정보를 제공하여 긍정적인 보도기사를 유도하고자 실시한다.
- 내면적으로는 흥미 유발, 좋은 유대관계 설정 등을 위해 실시한다.

#### ▶ 인터뷰의 특징

- 인터뷰는 기자가 주도한다.
- 기자는 일반 국민을 대신하여 질문하고, 정보 제공자는 기자를 통해 국민의 질문에 답변한다.
- 인터뷰는 일방적인 질의응답 형식이다. 이때 정보 제공자의 의견과 경험 및 지식이 중요하다.
- 구체적으로 비밀 보장을 요청하지 않는 한, 기자와의 대화중에 한 말은 전부 기사화될 수 있다.
- 인터뷰 파트너, 즉 기자와 정보 제공자는 적도 친구도 아니다.

▶ 정보 제공자를 위한 힌트

- 내용이 비판적이고 신랄할수록 기자들은 친근감과 우호적인 태도를 보이며 인터뷰에 임한다.
- 객관적이고 친절하녀 간단명료하게 답변한다.
- 질의에 응답할 수 없거나, 하고 싶지 않을 때는 그 이유를 밝힌다.
- 문제가 야기될 만한 파괴력이 있는 주제나 질문은 인터뷰 말미에 나타난다. 따라서 마지막 순간까지 하고자 했던 이야기만 한다는 입장을 견지한다.
- 지금까지 생각하지 않았던 관점과 견해를 수용하는 폭넓은 태도를 갖는다. 왜냐하면 기자들은 흔히 인터뷰 도중에 새로운 질의를 하거나 의문을 제기하고 앞뒤가 맞지 않는 답변이 나올 때 그것을 물고 늘어지면서 캐묻는 경향이 있기 때문이다.

▶ 단계별 확인사항 및 대응 요령

- 인터뷰 요청 시 접수사항
  - 요청 매체의 특성과 기본 편집방향
  - 취재기자 소속 및 연락처, 인터뷰 목적과 인터뷰 방법(방문/전화/서면)
  - 인터뷰대상, 일시, 기사 형태 및 기사 비중
  - 기사 게재(방영)일 및 사진촬영 여부
- 실시여부 결정
  - 매체나 프로그램의 특성과 요청사항, 대상자, 시급성 등을 고려하여 결정한다.
  - 가능한 한 빠른 시간 내에 의사를 결정하여 통보하고, 거절할 경우 타당한 해명을 하고 양해를 구한다.
  - 인터뷰를 대신할 수 있는 관련 자료 제공, 서면 인터뷰 방식 제안, 향후 인터뷰 가능 시점 통보 등의 대응을 하는 것이 바람직하다.

### ○ 인터뷰 전 준비사항

- 인터뷰 의제와 시간 및 장소 등을 결정한다.
- 인터뷰 대상자 선정 및 요청 내용과 인터뷰 요령에 대해 숙지한다.
- 예상 질문에 대해 답변자료를 충실히 준비하고, 특히 숫자나 고유명사 및 이미 발표된 내용과 모순되지 않는지 등을 확인한다.

### ▣ 인터뷰 요령

일단 인터뷰를 수락했다면 다음과 같은 사항에 유의하여 인터뷰를 진행한다.

- 기자가 제기하는 이슈나 문제점에 대해 정보 제공자의 입장을 효과적으로 정리하고, 예상 질문을 미리 상정하여 답변자료를 충분히 검토한다.
- 답변자료는 질문에 대한 답변도 중요하지만 전달하고자 하는 메시지가 더욱 중요하다. 기자와의 인터뷰는 기자의 질문에 대한 답변시간이라기 보다는 본인이 일반 국민에게 전달하고자 하는 메시지를 알릴 수 있는 좋은 기회이다.
- 답변은 간결하고 명확하게 결론부터 말하는 것이 좋다.
- 기자가 문제점을 지적하면 부인하지 말고, 그러한 문제를 사전에 인지하고 있으며 문제 해결을 위해 어떤 조치를 취하고 있고, 앞으로의 계획은 무엇인지를 알려주는 등 발전 지향적으로 답변한다.
- 사실이 아닌 경우에는 사실이 아님을 즉각적이고 명확하게 지적한다.
- 전문적인 용어는 피하고 알기 쉬운 용어로 표현하되, 의미를 정확히 전달한다.
- 솔직하게 답변한다. 기자에게 거짓말을 하는 것은 국민에게 거짓말하는 것과 같다.
- 잘 모르는 것을 아는 척하거나 과장하지 않는다.

- 질문 내용의 옳고 그름, 좋고 나쁨 등을 평가하지 않고 성실하게 답변하려고 애쓰는 모습을 보여준다.
- 오프 더 레코드(off the record)는 없다. 보도되길 원하지 않으면 절대로 이야기하지 않는다.
- 개인적인 의견이나 입장을 말하지 않는다. 개인적인 생각이나 의견, 태도들도 “정부 관계자에 의하면...” 등 익명으로 표현되어 마치 정부의 입장이나 의견 및 태도처럼 보도될 수 있다.
- 어떻게 보도할 것인지 물어보지 않는다. “관심을 가져줘 고맙다” 정도의 인사면 충분하다.
- 특정기자가 관심 있게 취재하고 있는 사항을 다른 기자에게 누설하지 않는다.

## 2 신문매체와의 인터뷰 요령

### ▶ 말하고자 하는 요점만 간략하게 설명한다.

질문의 핵심만 답변한다. 자세히 설명하려는 욕심이 앞서면 요점이 흐려질 수 있다. 장황하게 늘어놓지 않는다.

### ▶ 어떠한 상황에서도 흥분하지 않는다.

기자는 인터뷰 대상자의 입장이 아닌, 독자의 입장에서 기사 가치를 판단한다. 인터뷰 대상자가 싫어하는 질문을 하는 것도 이 같은 맥락이므로, 껄끄러운 질문을 받더라도 성심성의껏 답변하려고 노력한다.

### ▶ 시선을 다른 데로 돌리지 않는다.

인터뷰 중에 시선을 돌린다는 것은 자칫 기자가 무시당하고 있다거나 뭔가 감추려는 것이 있다는 오해할 수 있다.

### ▶ 순발력이 있어야 한다.

원치 않는 질문에 직면했을 때를 항상 염두에 둔다. 질문의 예봉을 피하며 우회적으로 설명하는 임기응변이 필요하다. 우물쭈물하거나 동문서답하면 만족할 만한 홍보를 기대할 수 없다. 재치 있는 대답은 분위기를 훨씬 부드럽게 하고 기자에게 호감을 줄 수 있다.

### ▶ 인터뷰 내용과 실제기사는 다를 수 있다.

상당수의 기사가 실제 인터뷰 내용과 다른 경우가 많다. 구술로 이루어진 인터뷰가 기사화되는 과정에서, 기사작성과정에서 기자의 주관에 따라 가감·첨삭되는 경우가 허다하다. 따라서 신문매체와의 인터뷰는 한 질문에 대해 답변한 후, 그 답변을 다시 한 번 정리하여 되짚어줄 필요가 있다. 오해의 소지가 있는 내용은 충분히 설명하여 원치 않는 오보나 부정확한 보도를 피한다.

## 3 방송매체와의 인터뷰 요령

- ▶ 먼저 해당 프로그램의 주시청자나 청취자가 누구인지 파악한다.
- ▶ 미리 프로그램을 보고 형식과 스타일을 익혀둔다.
- ▶ 실제 방송에 앞서 실시하는 ‘사전 인터뷰’를 통해 인터뷰 전개방향을 파악하고 전달하고 싶은 내용을 분명히 알린다.
- ▶ 최대 쟁점을 갖고 답변하되, 10초 이내로 간략하게 핵심 위주로 답변한다.
- ▶ 인터뷰 도중 기자나 진행자와 논쟁하지 않는다.
- ▶ 난처한 질문을 받았을 경우 우물쭈물하지 말고, “진행자(기자)는 어떻게 생각하십니까?” 등과 같이 역으로 물어 재치 있게 대처한다.
- ▶ 소리는 평상시 톤으로 품위 있는 어투를 구사하되 권위적으로 말하지 않는다.

- ▶ 마이크에 너무 가까이 대고 말하지 않는다.
- ▶ 진행자나 기자를 바라보되, 카메라를 쳐다보지 마라.
- ▶ TV 출연이나 방송 인터뷰에서의 말과 행동은 카메라와 마이크가 항상 작동되고 있다고 생각한다.
- ▶ 남성은 푸른색 셔츠가 TV에 적합하고, 여성은 강렬한 단색계통의 의상이 좋다. 파우더를 이용한 화장은 평소보다 약간 짙게 하고, 가급적 안경이 아닌 반사되지 않는 렌즈를 착용한다.
- ▶ 녹화 인터뷰의 경우, 본인의 발언이 불만족스럽거나 실수한 것으로 생각되면, 답변을 중지하고 다시 할 수 있도록 요청한다.

#### 4 전화인터뷰 요령

- ▶ 말할 내용을 사전에 정리하여 답변하되, 불확실하거나 추측성 답변은 하지 않는다.
- ▶ 답변은 간단명료하게 능동적으로 답변하고, 필요한 경우 인터뷰 내용을 녹음한다.
- ▶ 즉각적인 답변이 어려울 경우 양해를 구하고, 추후 확인한 후 정정 및 보충 답변한다.
- ▶ 언론사로부터 예상 질문을 사전에 입수한다.

연구자를 위한 언론홍보 길라잡이

**「이렇게만 하면 100% 보도된다!」**

■ 발행처 : 한국연구재단

대전광역시 유성구 가정로 201

■ 문의처 : 한국연구재단 경영관리본부 전략홍보실 정책홍보팀

(전화) 042-869-6116, (팩스) 042-861-8831

(이메일) grace292@nrf.re.kr