

지난 93년, 필자가 처음으로 IT 분야 홍보 업무에 뛰어들었을 때 접했던 한 사람이 기억난다. 그는 기자직을 버리고 현재 IT 업체분야에서 활동을 하고 있다. 그가 기자였을 때 취재에 응한 횟수가 수십 번은 됐지만 기실 그의 얼굴은 한두 번 정도 보았기 때문에 그의 모습은 가물거릴 정도다.

그 기자의 취재는 주로 전화와 팩스로 이뤄졌다. 전화와 팩스로 한계를 느껴 회사에 직접 찾아와 해당 분야 책임자를 만나면 안되겠냐고 묻기라도 하면 “바빠서 찾아가기 힘들어요. 자료만 주세요”라고 대답하기 일쑤였다. 결국 그 사람은 3-4년 후 기자가 적성에 맞지 않다며 기자직을 버리고 IT 업계로 떠났다.

또 다른 한 사람이 있다. 당시 한 일간지 편집장으로 일하고 있던 그 사람이 기자 시절 필자가 근무했던 회사에서 견학을 왔던 기억이 있다. 견학을 마친 사영팀장이 교재를 질레 질레 흔들며 나왔다. “기자이기 때문에? 배경 기술에 대한 이해가 부족할 것으로 생각하고 견학을 안했는데 정말 혼났네. 쥘 그렇게 많이 물어봐. 내가 요하러 한두 배짜리 내리긴 기자네”라고 말하더라. 그 당시 그 기자는 이미 자신의 취재 영역에 대한 업계 동향과 해박한 지식에 대해서는 대한민국에서 따라 올 기자가 없었으며, 웬만한 인제대 학생이 물어봐도 대답할 수 있는 수준이었다. 견학을 마친 후 그 사람은 사표를 안팎으로 얻고 있었다.

이런 사람들도 PR 업계에 들어 있는 시간이 적다는 것이다. 그는 PR 업계에 들어오며 팩스, 전화, 이메일 등 다양한 커뮤니케이션 도구를 접하게 되는데 담당자를 만나서 직접 얘기를 들어야 했다며 밤 10시가 넘었는데도 꼭 회사로 찾아오곤 했다. 그렇기에 그 사람이 쓰는 기사는 항상 신뢰를 받았고, 기업체 사람들의 학습 자료나 사업기획 자료로 인기가 그만이였다.

## 현장에 있는, 공부하는 기자가 그리워

최보기 / 탐피알 대표(pr4you@toppr.co.kr)

두 사람의 예를 간단히 들었지만 필자의 소견으로는 ‘현장에 있는, 공부하는 기자’ 이 두 가지가 올바른 기자상의 핵심이 아닌가 싶다. 팩스가 전자메일로 바뀌고, 휴대전화가 일반화가 되어 사무실 안에서 취재가 너무나 간편해진 요즘이라 더욱 그렇다.

처음 PR 업계에 발을 내딛었을 때 필자의 고침은 “기자라는 사람들과는 절대로 不可近 不可原 해야 한다”고 강조했다. 난 당연히 그래야 되는 줄 알고 기자와 너무 친해지지 않으려 노력했다. 그러나 기자라는 직업도 사람이 하는 일이고, PR도 사람이 하는 일이었다. 겉으로 들어낼 수는 없었지만 시간이 갈수록 기자들에 대한 나름대로의 好不好가 갈리는 건 어쩔 수 없는 인지상정이었고, 인간적인 교분의 정도 트이기 시작했다.

분명한 것은, 정감이 느껴지는 부류의 기자라 해서 결코 필자가 원하는 기사를 많이, 잘 써줬던 사람이라는 기억이 별로 없다는 점이다. 오히려 필자의 부당하거나 무리한 요구에 대해서는 냉정한 거절과 비판을 가할 줄 아는 자존심을 갖고 있으며, 뒤집어서 필자의 냉정한 거절이나 비판도 예의를 갖춰 받아들일 줄 아는 합리적인 사람이었다.

여기서 ‘예의’가 갑자기 튀어나온 이유는 날마다 기자들과 접하다 보면 기사화 유무, 내용, 크기 같은 것은 차치하고 무엇보다도 ‘기자의 무례’가 가장 직접적으로 피부를 꿰뚫는 스트레스의 요인이기 때문이다. 즉, 취재원에게 반말을 해야 할 지 존대말을 해야 할 지 항상 헛갈리는 기자, PR인의 본의 아닌 실수를 이해하기보다는 기자로서의 특권(?)을 내세워 몰아 붙이는 냉혈한, 상대방이 자신을 우습게 여기지 않는 지 항상 의심하는 자세를 취함으로써 대화를 편하게 나눌 수 없게 하는 기자, 인터뷰나 취재를 위한 시간 약속을 자반 뒤집듯, 습관적으로 번복하는 기자, 기타 등등이 아닌 PR인의 인격과 입장을 존중해 주는 그런 덕이 있는 기자를 결국 필자도 존중하게 됐고, 그런 와중에서 교분의 정이 쌓였던 것이다.

흐르는 세월 속에 변하지 않는 것이 없겠지만 그래도 변하지 말아야 할 ‘기자의 영원한 소양’으로 필자는 ‘현장, 학습, 자존심, 예의’ 이 네 가지를 기꺼이 상정하고 싶다. **ICRA**