

Strategy Salad

Insights

[위기관리 커뮤니케이션]
오프 더 레코드는 결국 시한 폭탄이다.

2011.07.06

Strategy
Salad

오프 더 레코드는 결국 시한 폭탄이다.



송동현
Strategy Salad 파트너 컨설턴트
<http://www.artistsong.net>

◀ S Y N ▶ 마쓰모토/일본 부흥담당상
"지금 한 말은 비보도 사항입니다. 알겠습니까? 여러분, 알았죠? 기사 쓰는 회사는 끝장입니다."

발언을 둘러싼 비난이 거세지면서 마쓰모토 씨는 취임 8일만인 오늘 사임했지만, 이 정도로 사태 수습이 어려울 만큼 여론이 들끓고 있습니다.

[2011년 7월 5일, MBC 뉴스데스크, "일본, 복구 피해 담당상 '망언 사임'..정권 위기" 뉴스 중 일부]

이번 사례는 오프 더 레코드의 사례 중 보기 힘든, 좀 극단적이고 무례한 사례이긴 합니다만 해당 인물의 철학과 언론관을 여실히 보여주고 있습니다.

오프 더 레코드 (off-the-record)는 보통 미디어와의 회견 전 특정 정보와 상황의 이해를 돕기 위해 사전에 오프 더 레코드를 요청하거나 약속을 하는 경우가 있고 미디어와의 커뮤니케이션 후 소위 뒷수습(?)을 위해 사후에 오프 더 레코드를 요청하는 경우가 있습니다.

일반적으로 전자의 경우에는 고급 정보들이 많고 후자의 경우는 말실수, 논쟁거리들이

많습니다. 또한 전자는 계획적이고 후자는 즉흥적인 경우들이 많습니다. (전자의 경우 아주 간혹 오프 더레코드의 내용이 오픈 되길 바라는 전략적 오프 더 레코드가 있을 수도 있습니다.)

이런 미디어와의 커뮤니케이션에서 종종 등장하는 오프 더 레코드는 사실 우리네 일상 생활에서도 아주 익숙합니다.

"이것 비밀인데... 있잖아..."
"꼭 너만 알고 있어야 해...절대 약속!..."
"사실...절대 말하면 안 되는 건데..."

라고 시작되는 이야기들은 거의 모두

"이거 친구가 말하지 말라고 했는데..."
"나만 들었던 비밀이니까 너 절대 말하면 안돼..."

라는 전자와 유사한 형태로 계속 확대 재생산되며 전파되기 마련입니다. 본인의 비밀이 이렇게 공개되거나 혹은 다른 사람의 비밀을 본인이 이렇게 전파한 경험은 모두 한두 번씩 있지 않나요?.....

기본적으로 기업과 조직이 미디어와의 커뮤니케이션에 있어 오프 더 레코드는 모두 적절하지 못하다라고 인식하는 것이 특히 그것이 위기 관리 커뮤니케이션에 도움이 된다는 것을 명심해야 합니다.

아침 신문과 뉴스를 보고 그 이야기를 보도한 언론을 탓하지 말고 그 이야기를 한 자신이 문제임을 인식해야 합니다.

결국 위기 관리 커뮤니케이션에서 가장 중요한 것 중 하나는 통제할 수 없는 미디어를 통제하려 하지 말고 통제할 수 있는 나의 입술과 나의 메시지를 통제해야 함일 것입니다.