



■ 3개 언론사 교육섹션의 3~8월 홍보성 기사 분석보도(2017.09.27.)

3개 언론사 교육섹션 홍보성 기사 27.4%

- 조선일보가 32.5%로 제일 심각... 2015년에 비해 6.5%p 감소

- ▲ 사교육걱정없는세상은 조선일보, 중앙일보, 동아일보 3개 언론사 교육섹션의 2017년 6개월(3-8월)의 교육섹션 기사(총 248개)를 분석함.
- ▲ 사교육 홍보성 기사의 비율은 2015년 동일기간에 비해 6.5%p 감소한 27.4%(68건). 조선일보가 31.0%(45건)으로 가장 높았으며, 중앙일보 25.4%(17건), 동아일보 16.7%(6건) 순이었음.
- ▲ 홍보성 기사가 가장 많은 시기는 신학기는 3월(46.9%)이었으며, 여름방학이 시작하는 7월(32.5%)과 중간고사 기간인 5월(31.8%) 순으로 많았음. 이 시기의 사교육 홍보성 기사는 학부모의 불안 키워 사교육을 조장하는 요인으로 작용함.
- ▲ 홍보 대상은 사교육업체 홍보가 69.1%(47건)로 가장 많았음. 국제·외국학교 홍보가 26.5%(18건), 언론사 교육법인 주최 프로그램 홍보가 4.4%(3건)임.
- ▲ 와이즈만, YBM, 교원그룹 등 5회 이상 기사화된 사교육 업체가 존재했으며, 국제학교인 세인트존스베리아카데미(제주)는 무려 9건의 홍보성 기사가 존재함.
- ▲ 홍보성 기사의 근절을 위해 △언론사 및 기자의 윤리의식 제고 및 자정노력 강화, △위반 시 과태료 부과 법 조항 부활이 필요함.
- ▲ 우리 단체는 한국광고자율심의기구 등 홍보성 기사 관련 언론모니터링 기관에 지속적으로 심의 요청을 균형 잡힌 교육 정보가 제공되도록 감시를 계속할 예정임.

사교육걱정없는세상(이하 '사교육걱정')은 2014년 6월부터 2015년 11월까지 4개 언론사(조선일보, 중앙일보, 동아일보, 한겨레)의 교육섹션의 홍보성 기사를 분석하는 조사 사업을 진행했었습

니다. 이를 통해 공정한 보도로 국민의 알권리를 수호해야 할 언론사가 공신력을 바탕으로 무분별하고 왜곡된 사교육정보를 제공하거나 교육관련 자회사 상품을 홍보하는 등, 사교육 유발을 부추기는 실태를 사회적으로 환기시켰습니다. 사교육걱정은 내부 사정으로 잠시 중단되었던 홍보성 기사 분석을 2017년 3월부터 재개하였습니다.

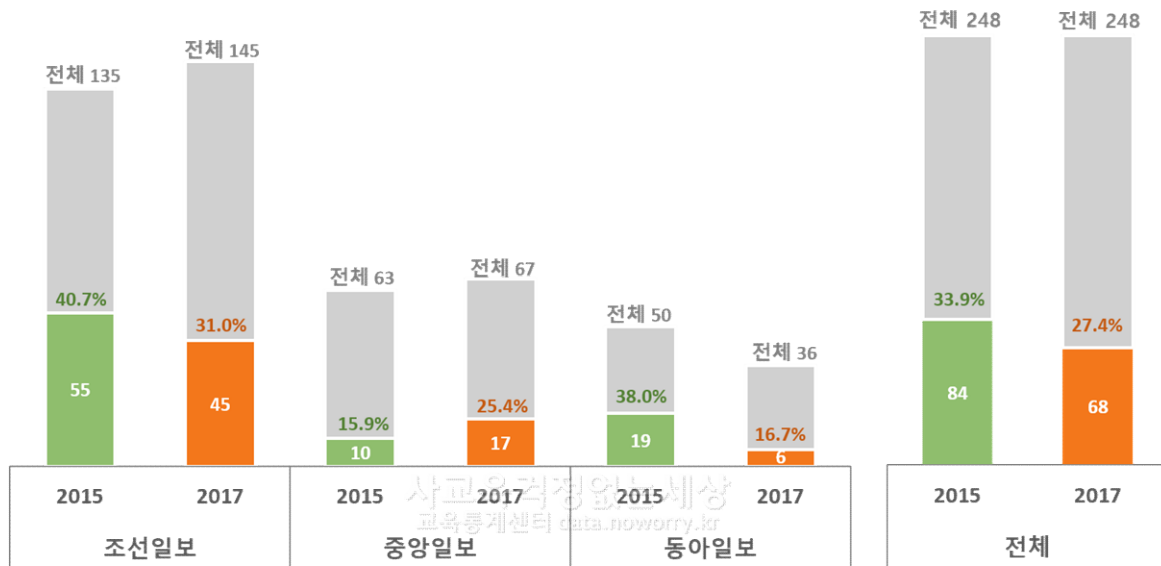
이번 조사에서 분석한 언론사의 교육섹션지는 조선일보의 '맛있는 공부(현 에듀조선)', 중앙일보의 '열려라 공부', 동아일보 '에듀플러스'입니다. 분석 대상 기사는 조선일보 145건, 중앙일보 67건, 동아일보 36건, 총 248건이었습니다. 2014년부터 2015년 조사 당시 분석 대상이었던 한겨레의 '함께하는 교육'은 이번엔 제외했습니다. 2015년 조사에서 1년 동안 단 한 건의 홍보성 기사도 발견되지 않았기 때문에 이 문제에 대해서는 해당 언론사의 자정 능력이 충분히 발휘되고 있다고 판단했기 때문입니다.

홍보성 기사 판정은 아래에 제시된 한국광고자율심의기구와 한국신문윤리위원회의 홍보성 기사 판정 기준을 적용했습니다. 해당 분야에서 3년 이상의 연구 경력을 갖춘 연구원 3인이 분석에 참여하였고 만장일치가 된 경우를 홍보성 기사로 최종 판정하였습니다.

- 기자 명을 밝히는 등 형식적으로 기사 요건을 갖춘 기사 중 취재기사라고 보기 어려울 정도로 특정 광고주나 상품에 대한 홍보가 포함되어 독자로 하여금 오인케 할 우려가 있는 기사 (업체 전화번호, 홈페이지주소, 이메일주소, 계좌번호, QR코드 등 포함)
- 여러 매체에 유사한 내용이 게재된 경우나 동일한 매체에 연속적으로 중복 게재된 경우 또는 유료광고와 함께 게재된 기사
- 특정 상품을 홍보하는 내용을 다루면서 뉴스, 탐방, 인터뷰, 칼럼 등의 용어를 사용한 기사
- 기자 명이 없는 기사 일지라도 제목이나 헤드라인에 광고하고자 하는 기업명, 상품명 등의 명시되지 않아 독자가 명료하게 광고로 인식할 수 없는 경우
- 단, 객관적 선정 기준을 제시하는 경우와 독자에게 뉴스성 있는 정보를 제공하기 위한 단신기사 (한 단락 이내)는 홍보성 기사로 판정하지 않음.

■ 사교육 홍보성 기사의 비율은 2015년 동일기간에 비해 6.5%p 감소한 27.4%(68건). 조선일보가 31.0%(45건)으로 가장 높았으며, 중앙일보 25.4%(17건), 동아일보 16.7%(6건) 순이었음.

3-8월 홍보성 기사 현황 (단위: 건)



2017년 3월부터 8월까지 교육섹션의 248건 기사 중 사교육 관련 홍보성 기사는 총 68건이었습니다. 이는 2015년 동일기간과 비교하면 기사 개수로는 16건, 비율로는 6.5%p 감소한 수치입니다. 가장 많은 홍보성 기사가 발견된 언론사는 조선일보의 ‘맛있는 공부(현 에듀조선)’로 145건 기사 중 45건(31.0%)이었습니다. 이 역시 2015년 동일기간의 135건 기사 중 55건(40.7%)에 비해 감소했습니다. 동아일보는 전체 교육섹션 기사 36건 중 6건(16.7%)이 홍보성 기사였고 2015년 동일기간 19건(38.0%)에 비해 감소했습니다. 반면 중앙일보는 67건 중 17건(25.4%)가 홍보성 기사였으며 2015년 동일기간의 10건(15.9%)에 비해 증가했습니다. 홍보성 기사의 감소세는 다소 긍정적이라 하겠으나 여전히 27.4%의 기사가 홍보성 기사라는 것을 볼 때 이를 간과해서는 안 되는 상황입니다. 즉 해당 언론사의 독자가 교육섹션지를 읽었다면 4분의 1이 넘는 사교육기관 및 언론사의 교육 상품 광고나 다름없는 기사를 접해 사교육 상품 정보를 공신력 있는 교육 정보로 수용하게 되는 것입니다.

■ 홍보성 기사가 가장 많은 시기는 신학기는 3월(46.9%)이었으며, 여름방학이 시작하는 7월(32.5%)과 중간고사 기간인 5월(31.8%) 순으로 많았음. 이 시기의 사교육 홍보성 기사는 학부모의 불안 키워 사교육을 조장하는 요인으로 작용함.

월별 분석 결과 홍보성 기사 비율이 가장 높은 달은 3월로 46.9%(49건 중 23건)였습니다. 다음으

로는 7월 32.5%(40건 중 13건), 5월 31.8%(44건 중 14건) 순이었습니다. 이러한 양상은 신학기에 사교육 광고가 집중되는 것과 방학을 맞이하는 시기, 중간고사가 시작되는 시기 등이 원인인 것으로 판단됩니다. 특히 학교생활 및 교육과정의 변화가 생기는 신학기과 가정에서 보내는 시간이 많아져 학습 공백이 생길 수 있다고 여겨지는 방학은 학생과 학부모의 교육정보에 대한 관심이 증폭되는 시기입니다. 이때 홍보성 기사가 많아지는 것은 학부모 독자로 하여금 학습에 대한 불안을 부추겨 사교육을 조장하게 됩니다.

[표1] 3개 언론사 3-8월 교육 섹션 기사와 홍보성 기사 수

단위: 건

| 시기 | 조선일보 | | 중앙일보 | | 동아일보 | | 전체 | | |
|----|------|--------|------|--------|------|--------|----|--------|-------|
| | 전체 | 홍보성 기사 | 전체 | 홍보성 기사 | 전체 | 홍보성 기사 | 전체 | 홍보성 기사 | 비율(%) |
| 3월 | 35 | 19 | 13 | 4 | 1 | 0 | 49 | 23 | 46.9 |
| 4월 | 19 | 2 | 12 | 4 | 12 | 1 | 43 | 7 | 16.3 |
| 5월 | 21 | 7 | 13 | 4 | 10 | 3 | 44 | 14 | 31.8 |
| 6월 | 22 | 5 | 10 | 1 | 10 | 1 | 42 | 7 | 16.7 |
| 7월 | 25 | 8 | 12 | 4 | 3 | 1 | 40 | 13 | 32.5 |
| 8월 | 23 | 4 | 7 | 0 | 0 | 0 | 30 | 4 | 13.3 |

실제로 조선일보의 3월 7일자 홍보성 기사인 ‘유치부 초등부 등 생애 첫 학습 위한 맞춤형 교육’은 이러한 불안을 조장합니다. 이 기사의 특정 부분은 취학 전 혹은 초등 1~2학년을 시작하는 학부모들에게 독해력, 논리력, 수학적 사고력을 조기에 기르는 것이 자녀의 인생을 위해 필요하다는 판단을 유도할 수 있습니다. 이로 인해 학부모는 해당 업체의 교구를 구매하거나 해당 업체와 가맹을 맺은 공부방에 보내는 것을 검토하게 되고 사교육 업체를 통한 한글 선행학습으로 이어지게 되는 것입니다. 실제로 해당 업체와 가맹을 맺은 공부방은 5~6살 학생을 대상으로 한글과 수학 선행학습을 진행하고 있었습니다. 즉 언론을 통해 유통된 기사가 결과적으로 공교육 정상화와 역행하는 선행학습을 조장하는 꼴이라 하겠습니다. 따라서 이렇게 왜곡된 교육 정보를 제공하고 사교육을 조장하는 홍보성 기사에 대한 관리감독이 반드시 필요합니다.

[그림2] 신학기 학부모 불안을 키우는 홍보성 기사와 해당 업체 가맹 공부방의 홍보 내용

(좌: 조선일보 2017.03.07. 우: 아소비 가맹 공부방 홍보내용)

유치부·초등부 등 생애 첫 학습 위한 맞춤형 교육

박시연 아소비교육 대표

"가방·나비·모자'로 시작하지 않는 한글 교재가 있다. 두 글자로 구성된 단어로 한글을 익혔다가 나중에 낱글자를 배울 때 혼란스러워하는 아이가 없다는 장에 착안했다. 예전과 '도자극'은 한글자를 익힌 아이들은 '도' '자'를 떼어 놓는 단계에서 두 낱글자의 상관관계를 이해하기 어려웠다. 이 교재는 유아기 이해할 수 있는 최소 단위인 낱글자 학습으로 한글 자를 익힐 때 그 글자들을 떼어 또 다른 단어를 만드는 식으로 공부하므로 차근차근 재미를 느낀다. 그렇다고 '가·나·다'로 배우는 건 아니다. 자음(ㄱ·ㄷ)은 다르지만 모음(ㅏ)이 모두 같아 학습 효율이 떨어지기 때문이다. '아' '오' '비' 등 자음과 모음이 다른 낱글자를 먼저 익히도록 한다.



하대 이상 원비모 판본은 1년이다. 이밖에 초등 1~2학년 교과 학습에 맞춰 '국어'·'논리·수학'의 사고력을 키워주는 독해·논리·논술·언어능력 향상 프로그램과 창의·융합적 능력 및 뇌 발달 프로그램도 개발했다. 박 대표는 "교육은 백년지대계(百年計)라고 하는 말이 있듯 교사는 아이의 긴 인생을 고려해야 한다"고 강조했다. "아소비교육은 행복한 교육을 추구합니다. 아이 성장에 맞춘 체계적인 교육, 건강한 교육, 하나를 봐도 제대로 익히는 바른 교육을 통해 행복한 미래를 꿈꾸도록

아소비교육은 아소비교육 철학에 부합하는 교육자에게만 가맹을 허락한다. 본사가 진행하는 체계 교육을 거쳐야 가맹점을 운영할 수 있다. 일반적인 프랜차이즈와 다른 점이다. 아소비교육은 집에서 운영 가능하며 유아부터 초등 저학년 중심이므로 원장의 비용 및 교육 부담이 적다. 월요일부터 목요일까지 주휴 요일에 운영하며 인테리어 및 기기 구매 비용을 추가하지 않고도 창업 가능하다. 수수료 높은 다른 프랜차이즈와 달리 1인당 교재 비용만 본사에 지급한다. "아소비교육은 소자본 투자에, 손주익도 높은 편입니다. 교육 현장에서 애쓰는 선생님이나 노련한 만큼 대가를 얻을 수 있어야 책임감을 갖고 아이를 맡게 됩니다. 작업 만족도가 높아 행복한 교육 전문가가 될 수 있죠."

박 대표는 향후 전국의 소외 아동 교육 상담센터를 만들고 싶다고 했다. "아소비교육은 아이들에게 질 좋은 교육을 제공하려고 시작한 일이며, 우리 사회에서 소외된 아이들에게도 수준 높은 교육을 받도록 하고 싶습니다. 이들의 모든 아이가 행복한 환경에서 놀이하듯 공부할 수 있는 길을 만들어 주는 것이 제 사명이라고 생각합니다."

아소비한글이라는 이 교재는 유아소비교육의 지향점을 단적으로 보여준다. 아소비교육은 유치부와 초등 1~2학년을 대상으로 하는 공부방 프랜차이즈다. 아소비교육을 이끄는 박시연(사진) 대표는 대학에서 아동학을, 대학원에서 유아 교육을 각각 전공한 교육학 박사이다. 그는 지난 2000년 시중에 판매되는 수많은 유아 교재를 광범위 살펴다 경야 놀랐다. 발달 단계에 맞춘 교재가 거의 없었다. 그는 뜻을 같이한 이교재를 직접 만들 어보겠다고 나섰다. "아이들이 즐겁게 공부하며 배운다는 가치를 긍정적으로 인식하도록 하는 데 초점을 뒀습니다. 그래서 아이가 향후 자기주도학습을 하는 힘을 기를 수 있도록 아이들에게 '유기'를 치열히(育) 좋은 교육을 제공하고자 싶은 마음을 담아 공부방 사업을 전개했습니다."

**5~9세 아이들 대상 공부방
작년 이어 교육기업대상 수상
창의력 키우는 철교 교재 인기**

작년 5~9세 아이들이 학습 능력을 자연스럽게 길어올릴 수 있도록 수준별 맞춤형 프로그램 교재를 개발했다. 아소비한글은 2016년 특허를 취득했다. 아이들이 즐거운 학습을 경험하도록 하는 교수법은 학부모의 입소문을 타고 해마다 50%P 이상 성장했다. 2016년에 이어 2017년에도 대한민국 교육기업대상을 받았다. 전국 아소비공부방은 600여 개에 달한다.

아소비교육은 "배움은 끝처럼 달아오른다"는 교육이념 아래 생애 첫 학습을 시

예비유치원생 예비초등학생을 앞둔 부모님이라면
아이의 학습 필수 정보들!

**예비유치·초등
완벽준비하기**

공부잘하고 행복하게 공부하는 아이로 자라길 원한다면
공부의 첫 걸음인 한글을 잘 떼야 합니다.
너름어 아이의 수준에 맞는 학습을 해야 합니다.
그렇다면 어떻게 잘 한글을 떼 수 있고 내 아이의 수준을 알 수 있을까요?
그 방법을 제시합니다!

유치·초등 전문 공부방
대구남산동교육원
교육상담 010-5692-5774

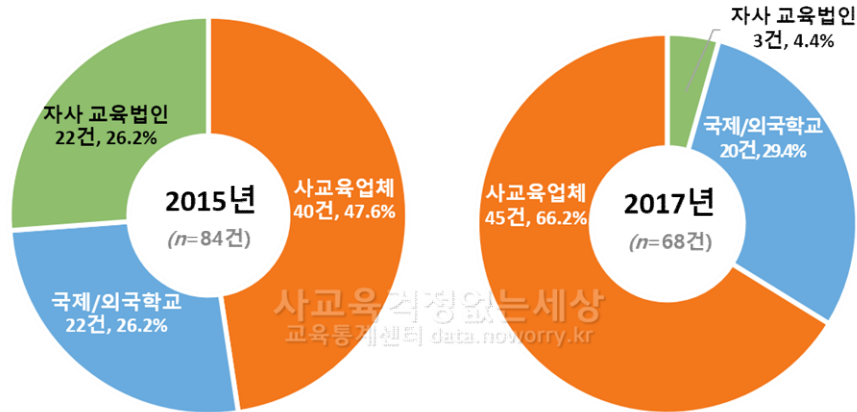
■ 홍보 대상은 사교육업체 홍보가 66.2%(45건)로 가장 많았음. 국제·외국학교 홍보가 29.4%(20건), 언론사 교육법인 주취 프로그램 홍보가 4.4%(3건)임.

홍보성 기사의 홍보 대상은 66.2%(45건)가 사교육업체 및 상품으로 확인됐습니다. 그 외에 국제·외국학교 소개가 29.4%(20건)였으며, 해당 언론사 교육법인 상품 홍보도 4.4%(3건)였습니다. 2015년 동월 조사 결과와 비교했을 때 사교육업체 관련 기사는 비율이 47.6%에서 66.2%로 증가했으며, 국제·외국학교 관련 기사는 26.2%에서 29.4%로 비슷한 수준입니다. 자사교육법인 홍보 기사는 26.2%에서 4.4%로 21.8%p 감소한 것을 확인할 수 있었습니다.

[그림3] 2015년과 2017년의 3개 언론사 홍보성 기사 홍보 대상별 비율 비교

홍보성 기사 홍보 대상별 비율

(분석 대상: 조선일보, 중앙일보, 동아일보 3~8월 교육섹션 홍보성 기사)



자사 교육법인 홍보성 기사가 감소한 것은 긍정적인 변화로 판단됩니다. 그러나 여전히 조선일보는 자사 교육법인 프로그램인 ‘맛있는 유학’의 유학프로그램과 ‘조선에듀 유학’의 미국, 영국, 필리핀 캠프 홍보성 기사를 싣고 있었습니다. 또한 중앙일보 역시 자사 교육법인 프로그램인 중앙일보 플러스의 캠프 홍보 기사를 싣고 있었습니다. 특히 조선일보는 자사 교육법인의 여름방학 유학 및 해외캠프를 소개하는 5월 22일자 기사의 초반부를 ‘자녀교육에 관심있는 많은 학부모는 벌써 해외캠프를 알아보느라 분주하다’라고 서술하면서 학부모의 불안 심리와 조급증을 유도하고 있었습니다. 하지만 통계청이 실시한 ‘2016년 초·중·고 사교육비 조사 결과’를 보면 초·중·고생의 어학연수 참여율은 0.5%에 불과합니다. 따라서 해당 기사는 자녀교육에 관심있는 다수의 학부모에 비해 정보가 늦었다는 신호를 독자에게 전달하면서 고액의 해외캠프 참여를 독려하는 역할을 하게 되는 것입니다. 이러한 단기 해외캠프에 대해 영어교육 전문가들은 효과성이 미미하며 고비용이므로 교육 양극화를 야기한다고 평가하고 있습니다. 그런데 사회적 책무성을 다해야 할 언론사가 자사의 교육법인이 운영하는 해외캠프를 홍보한다는 것은 명백한 영리 활동으로 간주되는 바 이에 대한 개선책이 시급히 마련되어야 할 것입니다.

[그림4] 맛있는 유학 프로그램 홍보성 기사(조선일보 2017.05.29.)

다국적 문화 체험하고, 맞춤형 영어 수업으로 실력 ‘쑥쑥’

여름방학 美·英·필리핀 캠프

여름방학이 다가오면서 자녀교육에 관심 많은 학부모는 벌써 해외 캠프를 알아 보느라 분주하다. 해외 캠프의 주목적은 영어 실력 향상이지만, 최근에는 문화 체험이나 학습 동기 부여 등 다양한 교육 효과를 제공하는 캠프도 있다. 올여름 조선예듀 유학이 준비한 미국·영국·필리핀 캠프를 소개한다.



조선예듀 유학 여름방학 캠프 설명회 일정

| 일시 | 지역 | 장소 |
|------------------|----|---------------------------------------|
| 5월 30일(화) 오전 11시 | 서울 | 강남구 역삼동 708-33 피라다이스벤처타워 12층 (선릉역) |
| | 부산 | 해운대구 우동 1470번지 에이스하이테크21 810호 (센텀시티역) |
| 5월 31일(수) 오전 11시 | 서울 | 양천구 목동동로 293 현대41타워 1307호 |
| 6월 1일(목) 오전 11시 | 대구 | 수성구 범어동 563-1 대구그랜드호텔 파인홀 |
| 6월 2일(금) 오전 11시 | 세종 | 한누리대로 253 에스빌딩 8층 토즈 |

● 대상: 초 3~중 3 ● 신청·문의: 1588-0598 www.uhakchosun.com(신청순 마감)

먼저 미국 하버드 디지털미디어아카데미(DMA) 캠프는 최고의 선진 교육 시스템을 자랑하는 미국 동부 보스턴 일대에서 열린다. 하버드대 DMA 캠프와 명문 사립 학교인 BB&N 학교의 서버 캠프에 참가한다. 참가자는 하버드대 캠퍼스에서 재학생과 함께 ▲컴퓨터 프로그래밍 ▲영화 제작 ▲로봇직 ▲3D 디자인 등 세계 최고 수준의 기술을 공부한다. 아이비리그 투어를 하면서 재학생의 멘토링 강의도 듣는다. 원어민 강사가 진행하는 ESL 영어 수업도 받는다. 지난해 여름 하버드 DMA 캠프에 참가한 이송이(중 1)양은 "MIT에서 '환경·조건이 좋지 않더라도 노력하고 현재에 충실하라'고 말씀하셨던 박사님이 기억에 남는다"고 했다. 캠프 후 뉴욕과 워싱턴 D.C 등 동부 일대를 여행한다. 오는 7월 23일부터 8월 11일까지 3주 일정으로 진행된다.

영국 디스커버리 캠프는 전 세계의 청소년이 참가하는 다국적 문화체험 프로그램이다. 참가자는 영국 사립 보딩스쿨에서 프랑스, 독일, 스페인, 일본, 중국 등 다양한 국가 출신 친구들과 함께 프로그램

에 참여한다. 청소년 외교관으로서 진정한 글로벌 문화교류를 할 기회다. 자연스럽게 영어에 노출되며, 매일 4시간씩 수준별 영어 수업을 듣는다. 토론, 팀 프로젝트 등 체험형 수업이 이뤄져 흥미롭게 영어를 공부할 수 있다. 오후에는 수영, 골프, 사격, 클라이밍 등 다양한 액티비티 프로그램을 즐긴다. 리버풀, 맨체스터, 런던 등으로 필드트립을 떠난다. 7월 23일부터 2주간 캠프에 참가하고, 1주일간 프랑스와 독일 등 4개국 무어를 한다.

필리핀 영어 몰입 과정은 영어 실력 향상에 초점을 둔 안전한 캠프다. 10여 년간 3000여 명의 학생이 참가하며 무사고를 기록 중이다. 필리핀 최고 부촌으로 꼽히

는 알라방 지역 내 지역 기숙사에서 생활한다. 학생 수준별로 1대1 맞춤형 수업을 제공한다. 미국인 교사가 발음·역량 교정 수업을 진행하며, 원어민 교사와 24시간 함께 지낸다. 기초가 부족한 학생부터 중상급 실력을 갖춘 학생까지 모두 실력을 향상할 수 있다. 매일 한국 수학 수업도 진행한다. 지난해 여름방학에 4주 과정을 마친 오재민(초 6)양은 "한 달만에 영어 실력이 부족 늘었다"며 "한국에서 학원 다닐 때처럼 단정하지 않고, 수업에 집중할 수 있어서 좋았다"고 했다. 필리핀 영어 몰입 과정은 4·8·11주 과정 가운데 선택 가능하다. 과정에 따라 6~7월에 출국한다. 빅이석 조선예듀 기자

■ 와이즈만, YBM, 교원그룹 등 5회 이상 기사화된 사교육 업체가 존재했으며, 국제학교인 세인트존스베리아카데미(제주)는 무려 9건의 홍보성 기사가 존재함.

68건의 홍보성 기사 중 2회 이상 홍보된 업체는 9개였습니다. 가장 많이 확인된 사교육업체는 (주)창의와 탐구(와이즈만)로 조선일보와 중앙일보에서 각각 5건, 6건씩 총 11건이었습니다. 홍보 내용은 코딩, 학습방법, 세계대회 준비, 와이즈만 주최 전국대회 홍보 등 (주)창의와 탐구(와이즈만)에서 진행하는 프로그램들이었고 두 언론사 모두에서 동일한 내용을 다른 날짜에 홍보하고 있었습니다. 이외에도 YBM 영어(5건), 교원그룹(5건), 세브에듀(2건), 한우리독서논술(2건)에 대한 홍보성 기사가 확인되었습니다.

국제학교인 세인트존스베리아카데미제주(SJA 제주)는 총 9건의 홍보성 기사가 3개 언론사 전부에서 확인되었습니다. 조선일보는 3월부터 7월까지 매월 1번씩, 동아일보는 4월부터 7월까지 매월 1번씩, 중앙일보는 5월에 홍보성 기사가 확인되었으며 기사 형태도 스트레이트 기사부터 방문기, 칼럼 등 다양한 형태로 작성되었습니다. 이외에도 EF 국제사립학교(6건), 노스런던컬리지

에잇스쿨 제주(NLCS Jeju, 2건), 주한영국문화원(2건)에 대한 홍보성 기사가 확인되었습니다.

이와 같이 2회 이상 그리고 여러 개의 언론사에서 서로 다른 날짜에 기획기사로 다루어졌으며, 유료 광고와 함께 게재되었다면 홍보의 일환으로 기사가 작성되었을 가능성이 매우 큽니다. 이 경우 언론사와 해당 업체 및 학교 간 이해관계에 의해 과장된 내용이나 왜곡된 내용이 존재할 수도 있으므로 학생과 학부모는 기사 내용에 대한 사실 관계를 확인하는 등 각별한 주의를 기울여야 할 것입니다.

[표2] 3개 언론사 3-8월 홍보성 기사 홍보업체

단위: 건

| 분류 | 업체명/학교명 | 조선 | 중앙 | 동아 | 합계 |
|---------|---------------------------|----|----|----|----|
| 사교육업체 | 와이즈만(창의와 탐구) | 5 | 6 | - | 11 |
| | YBM 영어 | 2 | 3 | - | 5 |
| | 교원그룹(구문) | 3 | 2 | - | 5 |
| | 세븐에듀 | 2 | - | - | 2 |
| | 한우리 독서토론포럼 | - | 2 | - | 2 |
| 국제/외국학교 | 세인트존스베리아카데미제주(SJA 제주) | 5 | 1 | 3 | 9 |
| | EF 국제사립학교 | 6 | - | - | 6 |
| | 노스런던컬리지에잇스쿨 제주(NLCS Jeju) | - | - | 2 | 2 |
| | 주한영국문화원 | 2 | - | - | 2 |

* 동일 업체의 홍보성 기사가 2회 이상인 경우

■ **홍보성 기사의 근절을 위해 △언론사 및 기자의 윤리의식 재고 및 자정노력 강화, △위반 시 과태료 부과 및 조항 부활 등이 필요함.**

확인된 68건의 홍보성 기사는 대부분 내부기자가 작성한 기사였습니다(65건). 공정하고 사실을 기반으로 한 보도로 사회적 책무를 다해야 할 기자와 언론사가 사교육 업체와의 이해관계가 있거나 자사 교육법인의 상품을 기사화해 영리활동을 뒷받침하는 모양새라면 이것은 분명 언론의 책무성을 저버린 행동으로 간주됩니다. 그리고 이러한 행동은 마땅히 규제할 장치가 있어야 하지만 별다른 관리감독 없이 버젓이 신문 지면에 나오는 현실입니다.

이 같은 상황을 개선하기 위해서는 언론사의 각성과 자정노력이 강력히 요구됩니다. 2015년에 비해 홍보성 기사 비율이 개선된 것이 확인된 것으로 보이지만 여전히 30% 가까운 기사가 홍보성 기사입니다. 특히 31.1%가 홍보성 기사인 조선일보는 각성과 자정이 요구됩니다. 언론사와 기자의 자정노력 이외에 법률적인 규제도 필요합니다. ‘잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률’

제 6장 33조에서는 위반 시에 과태료를 매기는 조항이 있는 실정인데, 신문에는 이 같은 조항이 존재하지 않습니다. 신문 등의 자유와 기능 보장에 관한 법률(구 신문법)이 신문 등의 진흥에 관한 법률(현 신문법)로 개정되면서 구 신문법 43조 과태료 조항이 삭제되었기 때문입니다. 이 같은 이유로 한국신문윤리위원회와 한국광고자율심의기구에서 기사형광고, 홍보성 기사 등 객관적 정보 제공이 아니라 홍보를 목적으로 한 기사에 대한 감시가 유명무실한 상태입니다.

사교육걱정은 언론사와 언론인이 사회적으로 큰 문제가 되는 사교육을 부추기고 학생과 학부모의 불안을 자극하는 홍보성 기사 작성을 중단하고 바른 교육 정보를 제공할 수 있도록 지속적인 감시를 할 예정입니다. 더불어 한국신문윤리위원회와 한국광고자율심의기구에 지속적으로 심의 요청을 통해 문제 개선을 위해 노력할 것입니다.

■ 우리의 요구

1. 언론사와 언론인은 사회적으로 문제가 되는 사교육을 부추기고 학생과 학부모의 불안을 자극하는 홍보성 기사 작성을 중단해야 할 것입니다.
2. 문재인 정부와 20대 국회는 2011년 신문법 개정으로 삭제된 홍보성 기사에 대한 과태료 처벌 조항을 부활시켜 홍보성 기사로 인해 왜곡된 정보가 국민에게 유통되는 문제에 대해 조치를 취해 주실 것을 촉구합니다.
3. 사교육걱정은 지속적인 홍보성 기사 모니터링을 통해 언론사들의 시정을 요구하고, 관련 법 개정을 위해 힘쓸 것입니다. 회원 및 시민 여러분의 많은 관심 바랍니다.

2017. 9. 27. 사교육걱정없는세상
(공동대표 송인수 윤지희)

※ 담당 : 정책대안연구소 선임연구원 문은옥(02-797-4044, 내선번호 501)
정책 2국장 구분창((02-797-4044, 내선번호 511)