

공적 사과 교육의 내용 연구 - 사과에 대한 수용 반응을 중심으로

구영산 충남대학교, 국어교육과 조교수

- * 이 논문은 2017년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2017S1A5A8019766). 이 논문은 제129회 한국국어교육학회 학술발표대회(2017. 5. 20.)에서 발표한 것을 수정·보완한 것임.

- I. 서론
- II. 연구 방법
- III. 분석 결과
- IV. 논의
- V. 결론

I. 서론

1. 연구 목적 및 연구 문제

사과(apology)는 가족, 친구, 동료 등과의 사이에서 일상적으로 일어나는 언어 행위의 하나이다. 이에 대한 고찰 또한 많은 이론가들에 의해 이루어져 왔다(Holmes, 1989; Scher & Darley, 1997; Suszczynska, 1999; Robinson, 2004; Garcia, 2009). 이 사회가 보다 복잡해지고 그에 따른 이익 관계가 점점 첨예해지면서 사과라는 언어 행위가 사회적으로 주목받거나 문제시되는 일이 잦아졌다. 증가하는 사회단체 및 조직, 압력 집단, 국가 정부 등이 연루되어 우리 사회의 다양한 구성원들이 사과의 장면 또는 사과의 상황에 직간접적으로 참여하는 일이 하나의 현상으로 드러나고 있다.¹⁾

1) 근래에 있었던 일만을 예로 들어 보면, 가습기 살균제 파동과 관련된 해당 기업들의 사과, 비상 상황이 아니었음에도 불구하고 항공기를 돌린 일과 관련된 한 항공사의 사과, 일본 정부의 위안부 합의금과 관련된 피해 당사자에 대한 사과 여부 등의 사건이 그러하다.

사과 행위는 개인 간의 의사소통에서 뿐만 아니라 집단 간 또는 어느 한 쪽이 집단이거나 집단을 대표하는 구성원이 되는 의사소통의 맥락에서도 빈번하게 발생한다. 그리고 사안에 따라 이는 사회적, 대중적 관심과 주의를 끌기도 한다. 그 경우 해당 사과 행위는 공적인 성격을 띠게 되고 공적 사과 담화 내지는 공적 사과 텍스트로서 사회적 의사소통의 장(場)에 자리 잡게 된다.²⁾ 따라서 이 사회의 구성원은 본인의 의지나 의사와 상관없이 다양한 매체를 통해 여러 공적 사과 담화 및 텍스트에 노출되고 이를 자신의 일상 속에서 직간접적으로 체험하거나 경우에 따라 일정 부분 다루어야 하는 위치에 서게 된다. 그러므로 공적 사과 담화 및 텍스트를 생산하고 수용하며 그 것의 적절성 여부를 판단하는 능력은 이 사회에서 필요로 하는 중요한 언어 능력의 하나라고 할 수 있다.³⁾

한편, 국어과 교육과정 및 교과서에 나타난 ‘사과하기’ 교육 내용의 특징을 고찰한 연구에 따르면, 현재 초·중등 국어과 교육과정 및 교과서에서 공적 사과 담화 및 텍스트를 다루지 않는 것으로 나타났다(구영산, 2016). 이 논문에 의하면 사과하기의 교육 내용과 관련하여 사과 주체의 측면에서 개인 간 사과의 맥락만 등장할 뿐, 집단이나 집단의 구성원이 사과의 주체나 사과의 객체가 되는 의사소통의 맥락은 교육 내용으로 고려되고 있지 않는 상황이다.

그러나 앞서 언급한 바와 같이 사과는 일상 속에서 언제든지 일어날 수 있는 언어 행위일 뿐만 아니라, 시대 변화와 더불어 공적 사과 담화 및 텍스트를 매개로 한 소통이 점점 증가하면서 이를 다룰 수 있는 능력은 이 사회

-
- 2) 본 연구에서는 인적 변인의 측면에서 사과 상황에 연루되는 양측(‘사과 하는 이’ – ‘사과 받는 이’) 중 어느 한 쪽이 집단의 성격을 갖는 경우를 ‘공적 사과’로 보고자 한다.
 - 3) 개인 사이에서 이루어지는 사과와 달리 공적 사과는 구어의 형태와 문어의 형태를 모두 띠는 경우가 많다. 예컨대 공적 사과의 경우 사과 텍스트를 작성하고 이를 사과 담화의 형태로 읽어 말로 전달하는 사례가 많다. 이와 같은 의사소통 상황을 반영하여 본 연구에서는 ‘사과 담화 및 텍스트’라는 표현을 쓰고자 한다.

를 살아가는 데에 매우 긴요해졌다. 이에 본 연구는 공적 사과 담화 및 텍스트의 교육 내용 설계가 필요함을 연구 문제로 제안하고자 한다.

2. 연구사

‘사과’는 사전적인 의미에서 ‘자기의 잘못을 인정하고 용서를 빌’을 뜻 한다. 사과에 대한 연구는 사회학, 심리학, 언론학 및 커뮤니케이션 이론, 법학, 언어학, 교육학 등에서 연구의 초점을 조금씩 달리하며 광범위하게 행해졌다.

가장 먼저, 사회학적 관점에서 이루어진 연구로 사과와 화해에 관하여 상세히 기술한 타부치스(Tavuchis)를 들 수 있다. 그는 사과 담화 및 사과 텍스트가 갖추어야 할 기본 조건으로 애도(sorrow)의 표현을 언급하였으며, 이때의 애도는 후회, 반성, 참회, 수치심, 안타까움, 양심의 가책 등을 의미한다고 주장하였다. 사과에 대한 이와 같은 방식의 이해 안에서 타부치스는 사과가 갖추어야 할 두 가지 핵심 요소로 사과하는 마음으로서 갖는 미안함과 그 미안함의 표현을 제안하였다(Tavuchis, 1991: 36). 그에 따르면 반성에 대한 표현의 기본적인 형태는 두 부분으로 이루어진다. 피해자와 피해를 입한 자가 그것이다(Tavuchis, 1991: 46). 그러므로 사과 담화 및 사과 텍스트의 초점 또한 이 둘 사이의 상호작용에 있어야 하며, 타부치스는 이를 원초적 내지는 시원적 사회 범주(primordial social categories)로 부를 것을 제안하였다.

심리학적 입장에서 사과를 연구한 래저르(Lazare)는 사과가 실패로 돌아가는 국면에 주목하였다. 잘못 계획되어 실패한 사과(botched apology)는 가해자의 후회나 유감이 효율적으로 소통되는 데에 실패한 것일 뿐만 아니라, 피해자와 가해자 간의 관계를 경색시키고 양갈음을 불러일으키는 해를 초래할 수 있다(Lazare, 1995: 24). 심리학적인 관점에서 볼 때 사과가 실패하게 되는 이유는 예측 가능한데, 가장 일반적으로는 피해를 입힌 자가 갖

고 있는 자존심 때문인 것으로 설명된다. 가해자의 자존심은 자신이 행한 공격적인 행동과 사회적 규칙을 위반한 것에 대한 자신의 수치심 사이에서 하나의 벽으로 작용한다. 사과하기 위해서는 자신이 실수를 저질렀다는 사실을 인정해야 하나, 이러한 인정은 윤리적 가치와 같이 많은 이들이 스스로 지켜 냄으로써 갖게 되는 자기 긍지와 충돌하게 된다(Lazare, 1995: 29). 어느 누구도 그와 같은 충돌 상황에서 자신이 대중에게 노출되는 것을 원하지 않는다. 그로 인해 피해를 입힌 자는 자기중심적인 애매모호한 사과를하게 되고 이는 상대방과의 소통에서 거의 예외 없이 실패로 돌아간다(Jacoby, 1983).

언론학 및 커뮤니케이션 이론 연구자들 또한 어떻게 사과가 서로의 성공적인 의사소통을 이끌어 낼 수 있을지에 대해 고민하였다. 이들은 주로 기업, 사회단체, 기관, 정치인 등의 사과 담화 및 사과 텍스트를 분석하였는데, 한국에서 이루어진 대다수의 사과 관련 연구가 이에 해당한다. 유창조(2011), 민지선·최성락(2015), 장수진·박현순(2014) 등에서는 쿰즈(Coombs)의 위기 관리 이론을 참조하여 기업이 위기 상황에서 이를 해결하고 소비자와 신뢰 관계를 회복하기 위해 구사하는 수사적 위기 대응 전략의 하나로 사과를 다루었다(Coombs, 1999). 특히 김영욱·양정은(2012)은 특히 한국이라는 사회적 공간에서 통용되는 사과 전략이 있으며 그와 관련된 영향 요인을 분석하였다.

법학에 종사하는 이들의 관점에서 이루어진 사과 관련 연구는 사과 행위를 둘러싼 인적 변인을 중심으로 사안의 성격에 따른 상황적 변인을 고려하여 법정 안팎에서 이루어지는 사과 화행을 분석하였다(White, 2009; Taft, 2000; Thompson, 2000; Robbennolt, 2003). 특히 이들은 사과의 법적 효용과 법적 효력에 주의를 기울였다. 그 과정에서 사과가 피해자와의 분쟁 해결 및 관계 회복을 위해 법적으로 효용이 있는 반면, 사과 자체가 문제시되는 상황에 대한 책임을 인정하는 법적 효력을 갖게 되는 행위일 수 있음에 주목하였다. 연구자들은 원만한 갈등 해결을 위한 진심어린 사과와, 사과가 법에

저촉될 수 있는 가능성 사이에서 사과라는 언어 행위를 법률의 장에서 어떻게 다루어야 하는지를 세심히 논의하였다.

언어학, 언어 교육 연구자들은 여러 전문 영역과 일상생활의 맥락에서 등장하는 사과라는 사회적 행위에서 언어로서의 본연적인 속성에 주목하였다. 비교문화적 관점에서 한·중·일의 사과 화행을 분석한 박성희(2001), 공적 사과문 텍스트의 구조와 언어 표현의 특징을 분석한 김정선(2015), 국어과 교육과정 및 교과서의 사과하기 교육 내용의 특징을 조사한 후 그 결과를 기반으로 국어교육의 개선점을 제시한 구영산(2016) 등의 연구가 그러하다.

이상의 선행 연구 검토에서 논의된 바와 같이 사과는 여러 학문 분야에 걸쳐 다양한 관점에 따라 연구되어 왔다. 이는 사과라는 언어 행위가 어떠한 맥락에서도 출현 가능한 높은 빈도의 사회적 행위이며, 다른 언어 행위와 구별되는 고유한 속성을 기반으로 그것만의 사회적 기능이 존재함을 보여준다.

다만 사과 행위의 중요성에 비추어 볼 때 기존의 연구사에서 한 가지 아쉬운 점은, 사과라는 언어 행위가 피해자와 가해자, 사과하는 이와 사과 받는 이 사이의 상호작용을 전제로 함을 충분히 고려하지 못하였다는 사실이다.⁴⁾ 보다 구체적으로, 사과는 단지 사과를 통한 메시지의 단순 전달 여부보다 사과 받는 이의 사과 수용 여부가 더 중요한 의사소통 행위이다. 사과를 둘러싼 모든 의미 작용은 사과를 매개로 피해자가 상황을 이해하고 더 나아가 가해자를 용서할 수 있을 때 이상적으로 종결된다. 사과의 맥락에서 사과하는 이의 언어적 수사 전략뿐만 아니라 사과 받는 이의 반응 또한 성공적인 사과를 이끌어 내는 데에 고려해야 할 주요한 요소이다. 어떠한 의미에서는 사과의 수용이 온전히 이루어짐으로써 해당 의사소통이 완료되는 것으로 볼 수 있다는 점에서 사과 받는 이, 즉 피해자의 사과 수용 여부 및 사과 수용에 영향을 미치는 요인이 해당 의사소통의 특징을 보다 유의미하게 드러낸다.

4) 경우에 따라서는 사과 장면에 직간접적으로 참여하는 청중(audience) 또한 이 의사소통 과정에서 일정한 역할을 하게 된다.

그러한 점에서 본 연구는 ‘사과 수용 반응’에 주목하여 공적 사과 교육의 내용을 설계하고자 한다.⁵⁾ 사과라는 사회적 소통 행위가 논란이 되는 핵심에는 사과의 대상, 즉 사과의 객체가 사과 행위를 어떻게 수용하느냐의 문제가 있어 왔다. 그런 만큼 사과에 대한 선행 연구의 결과를 활용하되, 보다 경험적인 차원에서 사과에 대한 수용 반응 자료에 입각하여 어떠한 방식의 사과가 보다 적절한 것인지를 결론으로 도출하고자 한다.

본 연구의 목적은 사과 수용 반응에 입각하여 공적 사과 교육의 내용을 생성하는 데에 있다. 이에 다음과 같은 하위 연구 문제를 설정하고자 한다.

첫째, 공적 사과 담화 및 텍스트의 언어 구조는 어떻게 이루어지는가?

둘째, 공적 사과 담화 및 텍스트에 대해 사과 받는 이(또는 집단)와 청중(대중)은 어떻게 반응하며, 사과가 특정한 반응을 유발한 데에는 어떠한 영향 요인이 작용하는가?

셋째, 사과 수용 반응에 영향을 미치는 요인을 반영한 사과 교육의 내용(공적 사과 담화 및 텍스트의 표현 원리)은 어떻게 설계되어야 하는가?

II. 연구 방법

앞서 제시한 연구의 목적과 그에 따른 연구 문제에 입각하여 본 연구를 크게 세 단계로 나누어 진행하고자 한다. 각 단계별 연구 내용과 그에 적합한 연구 방법을 제시하면 다음과 같다.

5) 본고에서 ‘사과 수용 반응(acceptance responses to apologies)’이란 ‘사과라는 언어적 메시지에 대해 사과를 받아들이는 것과 관련하여 사과 받는 이가 보이는 모든 현상’을 지칭하고자 한다.

1. 공적 사과 담화 및 텍스트 사례 분석

1) 자료 선정

본 연구에서 다룰 공적 사과 담화 및 텍스트의 사례는 다음과 같은 기준에 입각하여 선정하였다. 첫째, 해당 사례가 공적 사과 담화 및 텍스트로 인식될 만큼 사회적 관심과 반향을 불러일으킨 것이어야 한다. 둘째, 해당 사과 담화 및 텍스트의 적절성 또는 진정성 여부에 대해 대중의 판단이 가능할 만큼 사과와 관련한 사안에 대해 정보의 습득이 용이한 경우를 선정한다. 셋째, 공적 사과의 사례에 입각하여 초·중·고 학생들을 대상으로 사과 교육의 내용을 설계하기에 그 내용과 형식이 적합할 필요가 있다.

위와 같은 사례 선정 기준에 따라 본 연구는 지금까지도 중요한 사회적 문제가 되고 있는 '가습기 살균제 사건'을 연구 대상으로 선정하였다. 그 중에서도 '가습기 살균제 사건'의 중심에 있는 O사의 사과 사례에 초점을 두고 연구를 진행하였다. 그 이유는 첫째, 가장 많은 피해자를 낸 만큼 O사의 사과는 다른 가습기 살균제 회사의 사례에 비해 훨씬 많은 이들에게 알려졌으며 관련 정보 또한 직간접적인 경로를 통해 더 많이 공유된 데에 있다. 그에 따라 본 연구의 목적에 부합하는 자료의 양과 질을 보다 안정적으로 확보하는 일이 가능하다. 둘째, O사의 사례는 한 차례에 걸친 단발성 사과가 아니라 관점에 따라 총 다섯 회에 걸친 연속된 사과라는 점에서 하나의 사안을 중심으로 이루어진 사과 행위의 스펙트럼을 다채롭게 볼 수 있다. 이는 공적 사과 담화 및 텍스트의 표현 원리를 도출하는 데에 보다 신빙성 있는 근거 자료가 된다. 셋째, '가습기 살균제 사건'의 경우 '가해자-피해자', '사과하는 이-사과 받는 이'의 양자 구도가 매우 분명하게 드러나고 시비(是非)를 가림에 혼선이 상대적으로 적다. 그에 따라 연구의 과정에서 사건 자체의 성격으로부터 영향을 덜 받으며 사과의 소통 자체에 집중할 수 있는 이점이 있다. 이는 본 사례가 교육 내용으로서 공적 사과 담화 및 텍스트의 표현 원리를 입론하는 데에 보다 적합한 자료가 될 수 있음을 의미한다.

2) 분석 방법

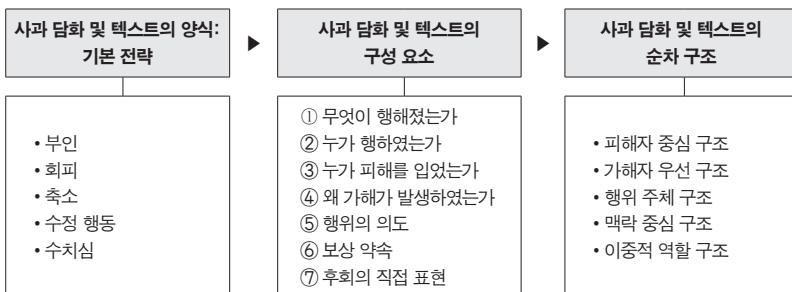
공적 사과 담화 및 텍스트의 언어적 속성을 베느와(Benoit)는 이미지 회복의 전략 차원에서 논의하였다. 그는 문헌 연구의 방법으로 사과 관련 이론 및 선행 연구를 검토한 뒤 사과 담화 및 텍스트의 이미지 회복 전략을 제시하였다. 이러한 전략을 사과 담화 및 텍스트의 양식(style)으로 칭하면 각각의 담화 및 텍스트는 그것에 담긴 전략의 성격에 따라 ‘부인(denial)’, ‘회피(evasion)’, ‘축소(reduction)’, ‘수정 행동(corrective action)’, ‘수치심(mortification)’과 같이 총 다섯 가지의 양식으로 나뉜다(Benoit, 1995: 95). 보다 구체적으로 ‘부인’은 가해자로 간주되는 이가 문제시되는 잘못된 행동을 오해하며 다른 이가 범한 일 또는 일어난 적이 없는 일이라고 주장할 때를 칭한다. ‘회피’는 가해자가 자신의 과실을 인정하나 그에 대해 책임지지 않으려 할 때를 말한다. ‘축소’는 가해자가 그들의 행위가 갖는 의미 내지는 중요성을 최소화하려고 할 때를 일컫는다. ‘수정 행동’은 가해자가 자신들의 행동에 대한 후회를 피해자를 위한 보상과 연결 지을 때를 의미한다. 마지막으로 ‘수치심’은 가해자들이 명백하게 수치감과 죄책감을 자백하고 대중으로부터 분명하게 용서를 구할 때를 말한다.

공적 사과 담화 및 텍스트의 기본 전략이 파악되면 보다 구체적인 세부 내용에 대해서 살펴볼 필요가 있다. 세룰로와 루아니(Cerulo & Ruane, 2014)는 사과 담화 및 텍스트의 구조를 알아보기 위해 우선적으로 사과에 포함된 다양한 구성 요소를 확인하였다. 그 결과 ① 무엇이 행해졌는가(act), ② 누가 행하였는가(offender), ③ 누가 피해를 입었는가(victim), ④ 왜 가해가 발생하였는가(context), ⑤ 행위의 의도(intent), ⑥ 수정 행동 또는 보상 약속(corrective action), ⑦ 후회의 직접 표현(remorse)이 구성 요소로 포함되어 있음을 알 수 있었다.

이 각각의 구성 요소들이 결합된 방식에 따라 다시 다섯 가지의 변별적인 순차 구조(sequential structure)가 있을 수 있다(Cerulo & Ruane, 2014: 131-132). ‘피해자 중심 구조(victim-driven)’, ‘가해자 우선 구조(offender-

driven)', '행위 주체 구조(action-ownership)', '맥락 중심 구조(context-driven)', '이중적 역할 구조(double casting)'가 그것이다. '피해자 중심 구조'는 담화 및 텍스트 정보의 측면에서 성이며 해당 정보는 희생자와 관련된 내용이 우선적으로 다루어진다. 그 다음으로 행위, 의도, 맥락, 수정 행동, 후회가 온다. '가해자 우선 구조'는 가해자가 우선적으로 다루어진다. 정보의 측면에서 내용이 밀집되어 있는데 이는 가해자의 성격, 감정, 의도를 정교화하는 과정에서 발생한다. 이러한 구조에서는 후회나 수정 행동의 약속을 언급하는 반면, 희생자에 대해서는 반드시 언급하지 않는다. 그 밖의 가해자, 행위 등과 관련된 부가 정보가 제시되는 것으로 끝맺는다. '행위 주체 구조'는 가해자와 행위를 연결하는 것으로 시작한다. 가해자의 성격에 무게 중심을 두기보다 가해자의 자기 견책(혹평, 처벌)에 주목한다. '맥락 중심 구조'는 우발적인 만일의 사태와 관련된 정보를 조회하는 것으로 시작한다. 우선적으로 상황을 제시하고 장면 해석, 행위의 의도와 관련된 정보를 제공한다. '이중적 역할 구조'는 가해자가 자신을 희생자인 동시에 죄인으로 간주한다. 잘못된 행동을 모호하게 해석한다.

이상의 논의에 입각하여 마련된 공적 사과 담화 및 텍스트의 분석 틀을 도식화하면 다음과 같은 형태를 갖는다.



〈그림 1〉 공적 사과 담화 및 텍스트 분석 틀

이후 사과 사례의 분석 과정에서 위의 분석 틀에 입각하여 사과 전략을 중심으로 공적 사과 담화 및 텍스트의 양식을 파악하고자 한다. 이를 기반으

로 사과 담화 및 텍스트의 구성 요소를 확인한 후, 이 요소들이 결합되는 방식의 차이에 입각하여 사과 사례의 순차 구조를 분석할 계획이다.

2. 공적 사과 담화 및 텍스트에 대한 사과 수용 반응 분석

1) 자료 선정

사례로 선정된 공적 사과 담화 및 텍스트에 대한 사과 수용 반응을 조사하기 위해 우선적으로 반응의 주체를 다각적으로 살펴볼 필요가 있다. 거의 모든 공적 사과의 소통 과정에는 당사자들의 이해 관계가 개입한다. 본 연구의 사례인 O사의 사과에 직접적으로 연관된 주체와 그렇지 않은 주체는 같은 사안에 대해 서로 다른 입장을 취할 수 있으며 사과에 대한 논리적, 감정적 반응에서 차이를 보일 수 있다. 따라서 직접 관련 주체인 O사의 가습기 살균제 피해자 및 그 가족과, 직접 당사자는 아니나 사과에 대해 보거나 들으면서 사과 소통 상황에 간접적으로 참여하는 이들 모두의 의견을 O사의 사과에 대한 사과 수용 반응으로 볼 필요가 있다.

이러한 맥락에서 우선, 직접적으로 관련되어 사과를 받은 경우에 해당되는 사과에 대한 반응을 살펴보자 한다. 공적 사과가 이루어지는 많은 경우에서 사안의 경중에 따라 손실 또는 피해를 입은 이들이 조직적으로 문제에 대응한다. ‘가습기 살균제 사건’의 경우 해당 집단이 인터넷 홈페이지를 중심으로 연대하고 소통한다는 점에서 이에 담긴 자료를 근거로 사과 수용 반응을 분석할 필요가 있다. 사과 수용 반응은 ‘가습기 살균제와 피해자가 죽모임’의 이름으로 이루어진 사과에 대한 입장 발표, 피해자의 자격으로 언론이나 인터넷 매체 등에 표명된 사과에 대한 이해나 의견 표현 등을 근거로 조사하고자 한다.⁶⁾

6) O사를 포함하여 여러 회사가 제조·판매한 가습기 살균제 사용으로 육체적·정신적 피해를 입은 사람들과 그 가족들은 ‘가습기 살균제와 피해자가 죽모임’을 중심으로 정보를 공유

다음으로, 해당 사안에 대해 직접적으로 관련되지는 않으나 보도의 목적, 사회적 문제의식의 차원에서 관심을 갖는 대중(청중)을 대상으로 사과에 대한 반응을 살펴보고자 한다. 이는 두 가지 경로를 통해 조사할 계획이다. 첫째는 검색 엔진을 활용하여 사과 사례에 대한 대중, 언론, 전문가들의 견해를 수렴하고자 한다.⁷⁾ 검색 엔진에 ‘옥시 사과’라는 검색어 입력을 통해 추출된 상위 50개의 기사를 우선적으로 살펴볼 것이다. 검색된 글의 제시 순서는 해당 검색어를 포함하는지 뿐만 아니라 작성 시간, 글의 질, 인기도 등의 정보를 토대로 계산되어 나온 결과이다. 그런 만큼 일반적으로 볼 때 상위에 노출된 글이 검색어와 연관성이 높음을 의미한다. 이는 O사의 사과와 관련하여 대중이 필요로 하는 정보를 더 많이 담고 있을 가능성 또한 높음을 뜻하며, 최근 보다 빈번하게 대중에게 노출된 만큼 대중의 반향을 일으켰을 확률 또한 예상할 수 있다. 사과 수용 반응의 자료 확보를 위해 도입할 두 번째 방법은 영향력 있는 주요 방송사와 일간지의 O사 관련 기사문을 검색하는 것이다. 이를 위해서는 아이서퍼(eyesurfer)를 활용하여 언론에서 O사의 사과를 기술, 분석, 해석한 내용을 일차적으로 정리하고자 한다.⁸⁾ 그를 바탕으로 사과 사례에 대한 다양한 주체의 평가와 반응을 분석하고자 한다. 그 과

하고 ‘가습기 살균제 사건’에 대한 그들의 입장을 정리한다. 그 과정에서 개설한 인터넷 카페(<http://cafe.daum.net/keepus>)는 그들의 온라인 모임 공간으로 중요한 역할을 하고 있다. 이 인터넷 카페는 일정한 절차를 거쳐 일반인에게도 공개된다. 이곳에서 ‘가습기 살균제 사건’과 관련하여 O사의 사과에 대한 살균제 피해자와 그 가족들의 다양한 목소리를 들을 수 있는데, 이는 모임의 공식 문건 외에도 개인이 작성한 짧은 글이나 그에 대한 담글 등을 통해 드러난다.

- 7) 검색 엔진은 구글과 네이버를 활용하고자 한다. 전자는 상대적으로 가장 방대한 자료를 추출할 수 있다는 점에서, 두 번째는 한국적 상황에 최적화되어 있다는 점에서 선택하였다.
- 8) 아이서퍼(www.eyesurfer.com)는 미디어 빅데이터를 기반으로 스크랩과 모니터링 서비스를 하는 곳으로 이를 통해 국내 500여 종의 온라인 및 오프라인 미디어를 통합적으로 검색할 수 있는 장점이 있다. 본 연구에서는 보다 영향력 있는 미디어를 우선 분석 대상으로 삼되, 유의미한 경우 다양한 언론 매체를 포함시킴으로써 사과에 대한 다양한 반응을 확보하고자 하였다.

정에서 해당 언론사 인터넷 홈페이지를 통해 자료를 확보할 수 있는 경우 문제시된 사과 사례를 포함하여 방송 내용이나 신문 기사에 대해 시청자나 독자가 평가한 내용을 포함함으로써 사과에 대한 대중의 반응을 폭넓게 관찰하고자 한다. 그밖에 사회 구성원 개개인이 문제시된 사과 사례에 대해 온·오프라인을 통해 자신의 의견을 개진한 에세이, 칼럼, 독자 투고, 블로그 글 등 또한 분석 대상으로 삼고자 한다.

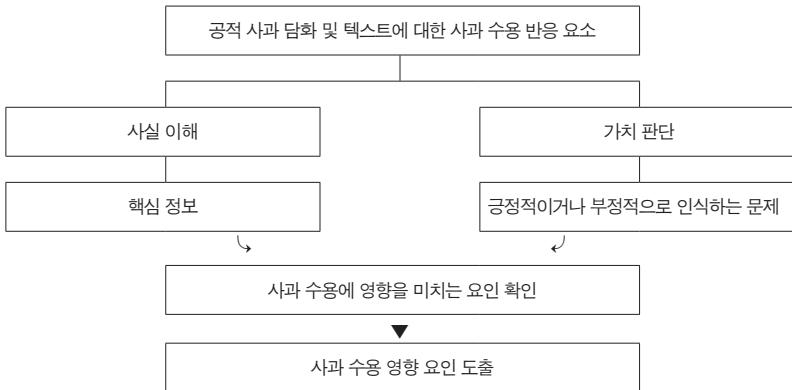
2) 분석 방법

사과 사례에 대한 사과 수용 반응 자료의 분석은 내용 분석(content analysis)의 방법으로 수행될 계획이다(Glaser & Strauss, 1967; Corbin & Strauss, 2007). 내용 분석은 텍스트나 비구조화된 커뮤니케이션 자료에 담긴 메시지의 특성, 의도, 구조 등을 체계적인 단위에 입각하여 분석하는 방법이다. 문제시된 사과 사례에 대한 반응을 특정의 상징, 명제 등으로 유목화한 뒤 이에 담긴 유의미한 내용을 분석, 해석함으로써 여러 자료에 걸쳐 나타나는 일관된 규칙과 관계를 도출한다.

본 연구에서는 사과 수용 반응을 분석하기 위해 다음과 같이 분석 범주를 설정하였다. 먼저 사과에 대한 반응을 ‘사실 이해’와 ‘가치 판단’으로 나누었다. ‘사실 이해’는 공적 사과 담화 및 텍스트에서 사과의 직간접적 수용자가 파악한 기본 정보를 의미한다. ‘가치 판단’은 사과에 담긴 기본 정보에 대해 긍정적이거나 부정적인 문제의식을 느끼고 평가한 내용을 말한다.

직간접적으로 관련된 사과 수용자가 사과 사례에서 파악한 핵심 내용과 이를 바탕으로 사과 사례에서 이들이 긍정적, 부정적으로 판단하는 부분의 분석 결과를 근거로 사과의 수용에서 무엇이 핵심적인 문제로 제기되는지를 파악하고자 한다. 그리고 각각의 문제가 사과를 수용하는 데에 어떠한 영향 요인으로 작용하는지를 분석하고자 한다.

이상의 논의를 기반으로 공적 사과 담화 및 텍스트에 대한 사과 수용 반응의 분석 틀을 도식화하면 다음과 같다.



〈그림 2〉 사과 수용 반응의 내용 분석(content analysis) 틀

위의 내용 분석 틀에 입각하여 사과에 대한 수용 반응의 양상을 분석하되, 본 연구의 대상인 O사의 사과 행위의 특성을 반영하고자 한다. O사의 사과 행위가 1회에 그치지 않고 연속하여 이루어졌다는 점에서 후속적으로 생산된 사과 담화 텍스트를 이전과 비교, 분석하여 제시할 필요가 있다.

3. 사과 수용 반응에 입각한 공적 사과 담화 및 텍스트의 교육 내용 설계

공적 사과 담화 및 텍스트의 분석과 사과 수용 반응의 분석 결과를 바탕으로 사과 교육의 내용을 설계하고자 한다. 이를 위해 공적 사과와 그에 대한 반응의 분석 결과에 따라 도출된 사과 수용 영향 요인이 사과 수용의 과정에서 어떠한 방식으로 작용하는지를 논의하고자 한다. 이는 사과 담화 및 텍스트의 소통 과정에서 ‘사과가 사과로서’ 수용되기 위해 사과 행위가 어떠한 요건을 충족해야 하는지를 밝히는 절차가 될 것이다. 그 결과를 사과 수용 영향 요인을 고려한 공적 사과 담화 및 텍스트의 표현 원리로 정립하여 본 연구의 결론이자 목적인 사과 수용을 고려한 공적 사과 교육의 교육 내용으로 제시하고자 한다.

III. 분석 결과

이 장에서는 본 연구의 사례인 O사의 ‘가습기 살균제 사건’에 대한 공적 사과 담화 및 텍스트와 그에 대한 피해자 및 피해자 가족, 대중, 언론 등의 사과 수용 반응을 분석하고자 한다. 본 사례에 대한 이해를 돋기 위해 우선 O사의 살균제 사건의 개요를 설명한 뒤, O사의 사과와 그에 대한 사과 수용 반응을 각 사과가 이루어진 순서에 따라 분석하고자 한다.

1. 공적 사과 담화 및 텍스트 사례의 개요와 특성

2001년 ‘옥시싹싹 NEW 가습기당번’이 시판된 이후 제품 판매가 450만 개에 이르자 여러 회사에서 가습기 살균제의 사업성을 판단하고 PB상품 (private brand products, 유통업계 자체 브랜드)을 출시하게 된다. 이후에 알려진 사실이지만 2002년 O사 가습기 살균제로 인한 최초 사망자가 발생 한다. 그러나 소위 ‘가습기 살균제 사건’이 일종의 현상으로 드러난 시기는 2011년 서울아산병원이 원인 미상 폐 손상 환자 발생의 가시적인 증가를 질병관리본부에 신고한 후 보건복지부의 역학 조사 결과가 발표되면서이다. 가습기 살균제가 폐 손상의 위험 요인이 될 수 있음이 공표되고 가습기 살균제 6종에 대한 수거 명령이 이뤄지면서 2012년 일부 피해자들이 O사 등 제조·판매사를 상대로 민사 소송을 제기하기에 이른다.

‘가습기 살균제 사건’이 사회적으로 주목을 받으면서 당시 살균제 사용으로 인한 피해자 추정 수치가 압도적으로 높게 나타난 제조·판매사인 O사가 본 사건의 중심에 서게 된다. 해당 제조·판매 회사를 상대로 피해자 단체의 형사 고발, 검찰 조사, 국회 환경노동위원회의 국정 감사 등이 전개되면서 ‘가습기 살균제 사건’은 한국 사회 전반에 걸친 문제로 인식되고 그 과정에서 O사는 다양한 주체로부터 공식적인 사과를 요구받게 된다.

위와 관련한 보다 상세한 내용을 표로 정리하여 제시하면 다음과 같다.

〈표 1〉 주요 사건 전개

| 일시 | 내용 |
|---------------|--|
| 2011. 4. 25. | 서울아산병원의 원인 미상 폐 손상 환자 발생에 대해 질병관리본부에 규명 요청 |
| 2011. 8. 31. | 보건복지부, 역학 조사 결과 발표 “가습기 살균제는 폐 손상 위험 요인” |
| 2011. 11. 11. | 보건복지부, 동물 실험 결과 폐섬유화 발견 후 가습기 살균제 6종 수거 명령 |
| 2011. 12. 12. | O사, 주식회사에서 유한회사로 전환 |
| 2012. 1. 17. | 일부 피해자 O사 등 제조·판매사 상대 첫 민사 소송 제기 |
| 2012. 8. 31. | 피해자 단체, O사 등 제조·판매사 1차 형사 고발 |
| 2013. 2. 28. | 검찰, 1차 형사 고발 사건 기소 중지 결정 |
| 2014. 3. 7. | 가습기 살균제 환경보건법 환경성 질환으로 결정(환경부) |
| 2014. 3. 11. | 가습기 살균제 피해 1차 조사 발표(보건복지부) |
| 2014. 4. 11. | 가습기 살균제 지원 기준 등에 관한 고시 발표(환경부) |
| 2014. 8. 26. | 2차 형사 고발 (2015. 9 경찰, 검찰에 가습기 살균제 제조업체 15곳 관계자 기소 의견 송치) (검찰, 가습기 살균제 제조 유통업체 압수 수색) |
| 2015. 11. 26. | 3차 형사 고발 |
| 2016. 1. 26. | 검찰, 가습기 살균제 특별수사팀 확대 (1월 공정거래위원회의 조사 자료 확보) |
| 2016. 4. 19. | 검찰, O사 인사 담당자 소환 |
| 2016. 4. 21. | O사, 이메일 사과문 배포 |
| 2016. 4. 25. | 검찰, O사 허위 광고 관련 마케팅 담당 직원 3명 소환 |
| 2016. 4. 26. | O사 신현우 전 대표 소환 |
| 2016. 4. 29. | 새누리당, 가습기 살균제 피해 보상 특별법 추진 |
| 2016. 5. 2. | O사 첫 공식 기자 회견 |
| 2017. 1. 6. | 가습기 살균제 사건 1심 판결 선고 |

O사는 2011년 판매 중지까지 10년 간 453만 개의 당사 제품 판매로 시장 점유율 80%를 보였다. 그리고 그 결과로 가습기 살균제의 최대 희생자를 내었다. 그런데 위의 표를 보면 2012년 1월 O사를 상대로 최초 민사 소송이 제기된 지 4년이 지난 후에야 회사 측의 첫 공식 사과가 이루어진다. 그 후 약 10일 뒤에 기자 회견을 열고 또다시 사과를 한다.

세부 정황에 대한 논의를 차치하고 ‘가습기 살균제 사건’의 큰 전개 흐름만을 감안하더라도 O사의 최초 사과 행위가 발생한 시점, 그로부터 일주일을 넘긴 시기에 또 다른 사과가 일어난 점 등은 해당 기업의 사과 행위가 복잡한 맥락 안에 있었음을 짐작하게 한다. 표면적으로 드러난 사건 정보만을 놓고 보더라도 사과 주체의 첫 번째 사과 시기, 짧은 기간 내 다시 이루어진 사과 행위 등은 해당 사과 행위를 이해하는 데에 보다 깊은 천착이 필요함을 깨닫게 한다.

2. 공적 사과와 사과 수용 반응

자사 제품의 안정성이 법적인 차원에서 문제시되기에 이르면서 O사는 피해자 및 피해자 가족, 일반 소비자를 대상으로 사과 및 사과성 행동을 한다. 다음은 그 시기와 내용을 간략히 정리한 표이다.⁹⁾

〈표 2〉 O사의 사과 및 유사 사과 행동

| 일시 | 내용 |
|-------------------------|--------------------------------|
| 1차: 2013. 11. 1. | ① 국회 환경노동위원회 국정감사 출석, 질의·응답 자료 |
| 2차: 2016. 4. 21. | ② 홍보 대행사를 통해 이메일 사과문을 기자단에 배포 |
| 3차: 2016. 5. 2. | ③ O사의 첫 공식 기자회견 |
| 4차: 2016. 5. 3. (현지 시각) | ④ O사 영국 본사 홈페이지에 사과문 게재 |
| 5차: 2016. 9. 21. | ⑤ O사 레킷벤키저그룹 글로벌 CEO 사과 |

다음에서는 위의 표에 제시된 사과 담화 및 텍스트의 양식(기본 전략), 구성 요소, 구조를 일차적으로 분석하고자 한다. 분석된 결과를 기반으로 각각의 사과 담화 및 텍스트에 대한 사과 수용 반응을 사과 수용자의 사실 이

9) 이 중 사과문이 영어로 된 경우가 있으나, 이는 언론 등을 통해 한국어로 번역되어 폭넓게 알려졌다. 그 경우 대중에게 널리 소개되고 읽혀진 점에서 사과문 번역본을 실질적인 분석 대상으로 삼았다. 그러나 분석 과정에서 영어 원문을 참조했음을 밝혀둔다.

해와 가치 판단으로 나누어 살펴보고자 한다.

1) 1차: 사과의 방식과 사과 수용 반응 양상

【사과】 국정감사의 질문 응답 과정에서 이루어진 유사 사과

2011년 보건복지부에 의해 O사의 가습기 살균제에 대한 수거 명령이 내려진 이후 약 2년 만에 ‘가습기 살균제 사건’에 대한 국정감사가 이루어진다. 그리고 그 자리에서 O사의 유사 사과(pseudo apology)가 샤시 쉐커라파카 옥시레킷벤키저 대표이사에 의해 아래와 같이 이루어진다.

질문에 대해서 답변을 드리기에 앞서서 이 자리를 빌려 저희의 제품을 사용함으로 인해서 이러한 불행을 겪었다고 생각을 하시는 모든 피해자분들과 가족분들에게 진심으로 안타깝고 송구하다는 말씀을 드리고 싶습니다. (...) 제가 알기로는 이 제품이 판매되던 당시에 저희는 이것이 안전하다고 진심으로 믿었습니다. (...) 오늘 제가 존경하는 위원 여러분 앞에 서 있습니다마는 지금 이 순간 현재 저는 진심으로 자사 제품이 해당 폐 손상을 초래한 것이 사실인지 그 여부를 알지 못합니다. 말씀하신 대로 지금 법률적인 절차가 진행 중입니다. (...) 저희는 절대로 소송이 이렇게 오래 진행되는 것을 바라지 않고 가능한 한 빨리 종결되기를 바라고 있습니다. (...) 저희는 인도적인 차원에서 회사 차원에서 50억 원에 달하는 기금을 출연하여서 지금 소송이 진행 중이고 그것이 끝나기 이전 일지라도 해당 일로 인해서 고통을 겪으신 모든 분들께 조금이나마 지원을 드리고자 합니다. (...) 만일 그 결과 저희에게 죄가 있는 것으로 판단이 되면 저희가 당연히 모든 합당한 조치를 취하도록 하겠습니다(국회사무처, 2013).

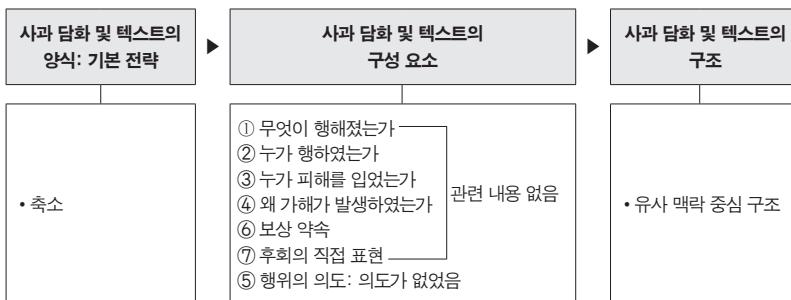
위의 사과성 발언에 담긴 기본 전략을 보면 O사는 판매 당시 제품이 안전하다고 알고 있었음을 분명히 함으로써 ‘가습기 살균제 사건’으로 일컬어지는 사고가 일어난 데에 의도성이 없었음을 강조한다. 또한 제품의 유해성을 인지한 상태였다면 제품 판매를 하지 않았을 것임을 못 박으며 회사의 과오를 축소하려는 의도를 내비친다. 법적인 책임과 관련하여 소송의 조속한

종결을 바라는 동시에 자발적으로 피해자 지원 기금을 조성할 의지를 보임으로써 O사는 이 사건과 관련하여 인도적으로도 최선을 다하고 있음을 암시하고자 한다.

위의 사과성 발언이 포함하는 내용 구성 요소를 보면 사과 담화 및 텍스트를 구성하는 요소 중 행위의 의도와 관련된 정보만이 제시되어 있다. 해당 사건에 대한 구체적인 정보는 포함시키지는 않은 반면, 사고와 관련하여 O사의 의도가 없었음을 밝히고 있다.

이러한 사과성 발언은 가해자 측인 O사가 주도적으로 이끌어간 것이 아니라 국정감사 질문에 대해 답하는 형식을 띠는 만큼 구조화된 사과 담화 또는 텍스트로 보기 힘들다. 위의 발언은 사안의 상황을 간략하게나마 제시한 후 행위의 의도와 관련된 정보를 제공하는 데에 치중한다는 점에서 유사 맥락 중심 구조로 이루어져 있다고 할 수 있다.

이상의 내용을 표로 간단히 정리하여 제시하면 다음과 같다.



〈그림 3〉 사과 담화 및 텍스트의 구조 ①

【사과 수용 반응】 무지(無知)의 주장에 대한 지적, 사과의 시기 언급, 과오의 인정 여부 불명료

2013년 11월 1일 대한민국 국회의 국정감사에 출석하여 이루어진 O사 대표의 유사 사과에 대해 그 자리에 있던 국회의원, '가습기살균제 피해자와 가족 모임' 등이 보인 반응은 사과의 내용과 형식 측면에서 많은 문제가 있

다는 지적이다. 본격적인 사과로 보기에는 사과의 형식이 국정감사장에서의 질문에 응하는 방식이라는 점에서 사과성 발언이 처음 이루어졌으나 이에 대해 큰 의미를 부여하지 않는다. 아래 인용된 두 국회의원의 발언 내용에서 보이는 것처럼 그 자리에 직접 참석하여 O사의 사과를 경청한 이들은 사과가 사과로 받아들여지지 않는 다양한 근거를 제시하였다.

저는 대단히 지금 답변에 대해서 유감스럽게 생각합니다. 몰랐기 때문에 모든 것이 용서되지는 않습니다. (...) 대형 로펌을 고용해서 재판하는 그 뒤에 숨어 가지고 '본인들은 어떠한 잘못도 없다' 이렇게 주장해 오고 있습니다. 그것은 정말 기업의 사회적인 책임이라는 측면에서 봤을 때 있을 수 없다고 생각합니다 (국회사무처, 2013).

홍영표 위원께서 이야기를 했지만 SK케미칼, 제조업체에서 이 사실을 알고 있고 검증까지 됐습니다. 그러면 이 물질을 거래할 때 MSDS를 여러분들이 교환해야 돼요. 안 하면 불법이에요. (...) 아까 사시 쉐커리파카 대표께서는 '우리가 받았는지 모른다' 이렇게 말씀하셨는데 그것은 굉장히 위험한 발언입니다. 교환을 안 하셨으면 불법이지요. 그리고 PHMG의 함유량을 결정할 때는 동물실험을 해야 합니다. 알고 계세요? 살균제의 효율성과 위험성을 평가해서 함유량을 결정해야 합니다. 그것 안 하셨으면 그것도 불법이지요. (...) 이 사건이 난 지가 3년이 됐고 많은 분들이 돌아가시고 고통을 받고 계신데 오늘 이 자리에 와서야 '개인적으로 송구스럽다' 이렇게 말씀하시는 것은 진정으로 사과하는 것으로 받아들이기는 매우 어렵다 이런 말씀을 우선 드립니다. (...) 무엇을 사과하시는지 정확하게 사과를 해 주시기 바랍니다. 두 분 다. (...) 아까 우리 제품 때문에 그런 사고가 났는지 확인할 수 없다 이렇게 말씀을 하셨는데 (...) 그것은 앞 뒤가 안 맞는 것이 정부의 독성평가를 인정하지 않으니까 소송을 하신 것이거든요. 그렇지요? 아까 질병관리본부의 독성평가를 말씀하셨는데 그것을 인정하지 않으니까 지금 소송을 하시는 것 아니에요?(국회사무처, 2013).

○사의 사과에 대해 “진정으로 사과하는 것으로 받아들이기는 매우 어렵다.”라는 반응을 보인 첫 번째 이유로, 제조 및 판매를 주도한 ○사가 ‘몰랐다’고 주장하며 자신들의 잘못을 인정하지 않고 있다는 점을 든다. 문제시된 제품과 관련하여 제품 생산 전에 위험 요소가 검증되었을 뿐만 아니라 제품 판매 후에는 본 제품과 호흡기 이상 사이의 관련성에 대한 평가 결과가 도출되었음에도 불구하고, 사고의 원인이 제품에 기인하는지의 여부는 불확실하다는 입장을 고수하는 것은 앞뒤가 안 맞는다는 것이다.

두 번째로 문제시된 부분은 위 사과의 시기 및 계기이다. 사건이 일어난 지 3년이 되어서야 처음으로, 더욱이 국정감사에 증인으로 출석해서야 송구함을 내비치는 일은 사과 시점의 측면에서 너무 늦었을 뿐만 아니라 자발적으로 행한 것으로 보기에도 무리가 있다고 판단한다. 이러한 사과 수용 반응은 국정 감사 자리에 있던 ‘가습기 살균제 피해자와 가족 모임’의 대표 벌언에서도 그대로 드러난다.¹⁰⁾

세 번째로 언급된 부분은 사과 내용의 불명료함이다. 위의 벌언을 설령 사과로 간주한다고 하더라도 무엇을 사과하는지가 정확히 드러나지 않음을 지적하였다. 특히 이 사건의 피해자를 “저희의 제품을 사용함으로 인해서 이러한 불행을 겪었다고 생각을 하시는 모든 피해자분들과 가족 분들”로 지칭함으로써 실제 피해자로 분류된 이들에 대한 책임 소재에 대해서 불명확한 입장을 보이고 있다. 이와 같은 ○사의 태도는 국정감사장에 나와서는 표면

10) 국정 감사에서 ‘가습기 살균제 피해자와 가족 모임’의 대표는 “혹시 본사에도 올 상반기에 갔었다가 2시간 이상 문전박대 당했었고요. 2년 반, 3년 동안 기업 관계자 만난 것 처음입니다. 국회에서도 만나줬고 정부에서도 저희들을 만나줬었습니다. 그렇게 만나기 어려운 분들을 오늘 처음 만났고요. 저희 피해자 모든 분들 인터넷으로 이 방송 보고 있고 여전히 분노하고 있습니다.”라고 언급한다(국회사무처, 2013). 이와 관련하여 실제로 가습기 살균제 피해자와 가족들의 인터넷 카페에서 “피해자 대하는 태도랑 의원님 대하는 태도가 그리 다른지. 나라님이라도 갔으면 그 자리에서 사죄하고 약속했겠네요. 하늘 무서운 줄 모르고 권력 무서운 줄만 아는 것들”이라는 반응을 확인할 수 있다(가습기 살균제 피해자와 가족모임, 2013).

적으로 유감을 표명하고 있으나, 다른 한편으로는 제품의 유해성 여부를 놓고 법적으로 다툼을 벌이고 있는 데서도 드러나는 것으로 간주된다. 실제로 위의 유사 사과 발언에 대해 환경 보건 시민 센터와 가습기살균제 피해자와 가족 모임은 성명서를 통해 O사가 잘못을 인정하지 않고 인도적 지원을 말하는 것이 이치에 맞지 않음을 규탄한다.¹¹⁾

2) 2차: 사과의 방식과 사과 수용 반응 양상

【사과】홍보 대행사를 통한 이메일 사과문 배포

앞서 사과의 성격을 갖는다고 볼 수도 있는 발언이 이루어지기도 했으나 O사의 공식적인 사과가 처음 이루어진 것은 전자 우편을 통해서이다. 2013년 국정감사 이후 해수로 3년 후인 2016년 4월 21일 오후 3시 20분경에 O사는 홍보 대행사를 통해 아래와 같은 전자 우편을 ‘가습기 살균제와 관련하여 말씀드립니다’라는 제목 아래 기자단에 보낸다.

혹시레킷벤키저는 가습기 살균제 사안과 관련하여 좀 더 일찍 소통하지 못하여 피해자 여러분과 그 가족 분들께 실망과 고통을 안겨드리게 된 점에 대해 진심 어린 사과의 말씀을 드립니다. 2013년 국회 국정감사에서 깊은 위로의 말씀을 드렸고, 그간 매우 어렵고 복잡한 사안의 진상을 파악하고 동시에 고통 받고 계신 모든 분들을 위한 해결 방법을 찾고자 노력해 왔습니다.

11) “수백 명을 죽고 다치게 한 사건을 일으킨 살인기업이 ‘인도적 지원’이라니 참으로 어처구니가 없고 기가 막힌다. (...중략...) 자사 제품을 사용하던 남녀노소의 소비자 100여 명이 죽고 수백 명이 폐질환에 걸린 사건에 대해 2년이 넘도록 일언반구 하지 않던 외국인 기업 혹시레킷벤키저의 외국인 대표가 나와 ‘피해를 당했다고 생각하는 분들’이라는 표현을 써가며 ‘50억 원 인도적 기금조성’이라는 카드를 꺼내 흔들며 대한민국 국회와 국민을 조롱한 것에 다름 아니다.”(환경보건시민센터와 가습기살균제 피해자와 가족 모임, 2013) 국정 감사에서의 발언 이후 가습기 살균제 피해자와 가족들의 인터넷 카페에서는 O사의 사과가 보인 진정성 여부를 놓고 “실인기업의 이미지 세탁을 위한 명목상 기금인 셈입니다. 피해자들은 이에 분노하고 있습니다.”라는 반응을 보였다(환경보건시민센터와 가습기살균제 피해자와 가족 모임, 2013).

저희는 오랜 동안 제품의 안전 관리 수칙을 준수해온 바 이와 같은 상황에 직면한 적이 없었습니다. 그러기에 본 건과 관련한 사회적 책임에 대해 깊이 통감하고 있으며, 피해자 분들께서 원하시는 부분을 잘 이해하고 경청하여 함께 해결하고자 노력했습니다. 그럼에도 불구하고, 피해자 분들의 고통과 아픔을 대신할 수 없다는 점을 통감하고 있으며, 가능한 빠른 시일 내에 본 사태를 해결하는 것이 저희가 할 의무라는 것을 잘 알고 있습니다.

그러하기에 저희들은 법원 절차에 성실하게 임하였고, 상당 부분의 사안들이 법원 조정절차를 통하여 합의에 이르러 종결되었음을 말씀 드립니다. 고통을 받으시는 분들에게는 적절하고 신속한 해결 방안이 됐으면 하는 마음입니다.

또한 2014년에 환경부 및 환경보전협회(KEPA)와의 협의를 통해 조건 없이 50억 원의 인도적 기금을 기탁하였습니다만, 이번에 위 기금에 추가로 50억 원을 더 출연하고자 합니다.

동시에 저희는 다른 기업들도 이번 사건의 해결을 위해 노력하기 시작한 것을 잘 인식하고 긍정적으로 받아들입니다. 저희들도 계속하여 모든 조사에 성실하게 임하고 협조하며, 가습기 살균제 관련 환자분들과 가족 분들을 지원하기 위한 모든 논의와 대화에 적극적으로 참여하겠습니다.

최근 가습기 살균제 사건 수사와 관련하여 제기된 여러 의혹에 대해 저희는 이를 매우 심각하게 생각하고 있으며, 저희의 회사 정책상 이러한 의혹 관련 행위들은 결코 용납되지 않는다는 점을 말씀 드리고자 합니다. 따라서 현재 진행 중인 모든 수사에 계속하여 최대한 협조하겠습니다.

이번 사태로 고통 받고 계시는 분들께 다시 한 번 위로의 말씀을 간곡히 드립니다. 저희는 앞으로 지속적인 사건 해결 노력을 통해 소비자들의 신뢰를 다시 얻을 수 있도록 최선을 다할 것임을 약속 드립니다.

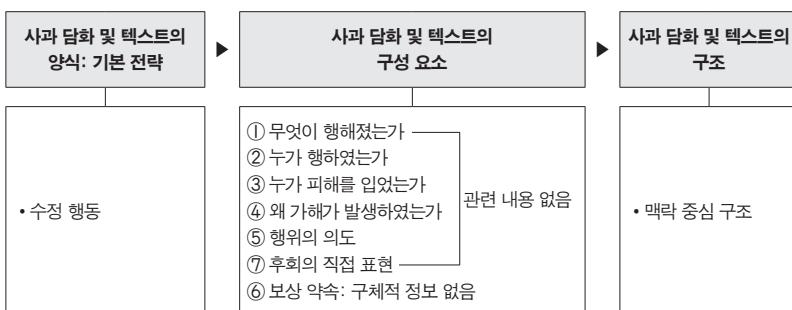
○사의 사과문이 국정감사에서 이루어진 이전 발언과 비교하여 달라진 점은 두 가지이다. 첫째는 ○사가 법원의 조정 절차에 임한 결과 합의에 이르러 대부분의 사안들이 종결되었음을 제시한 점이다. 둘째는 소비자의 신뢰를 다시 얻을 수 있도록 노력하겠음을 약속한 부분이다. 이러한 점에 비추어

볼 때 위 사과문은 사건이 해결되는 중이라는 전제 아래 향후 신뢰에 입각한 관계 회복의 의지를 보이는 것으로 읽힌다. 물론 구체적인 수정 행동에 대해서는 제시된 바가 없다.

사과 텍스트에 포함된 구성 요소를 보면 이전 국정감사에서의 발언과 마찬가지로 O사와 직결된 ‘가습기 살균제 사건’의 가해 행동, 가해자, 피해자, 가해 또는 피해 경위, 후회와 관련된 정보는 담겨 있지 않다. 그러나 이전과 달리 문제시된 사건과 관련하여 가해 행위의 의도를 이전 발언에서 만큼 강하게 부인하지 않았다는 점은 달라진 부분이라고 할 수 있다. 그럼에도 과거에 이와 같은 상황에 직면한 적이 없었음은 여전히 강조하고 있다.

사과문의 구조는 지난번과 비슷하게 본 사안과 관련하여 있었던 일이나 현재의 상황을 중심으로 이루어져 있다. 가해자, 피해자, 행위 등이 사과 텍스트의 근간을 이루지 않으며 그와 관련된 구체적인 정보도 거의 담겨 있지 않다.

이상의 내용을 표로 정리하여 제시하면 다음과 같다.



〈그림 4〉 사과 담화 및 텍스트의 구조 ②

【사과 수용 반응】 이메일을 통한 사과, 면대면 접촉 거부, 모호한 사과 표현, 사과 행위에 대한 성찰 부재
O사의 제품 사용으로 인해 피해를 입은 이들과 그 가족 및 환경보건시민센터는 O사의 이메일 사과문이 공개된 지 1시간 30분 만에 서울중앙지검

앞에서 기자 회견을 가졌다. ‘이건 사과가 아니다, 살인자는 처벌되어야 할 대상이다, 감옥에나 가라! 옥시의 사과는 받지 않겠다!’라는 아래와 같은 성명서를 통해 O사의 공식 사과를 거부한다는 입장을 밝힌다.

오늘 2016년 4월21일 오후3시 살인기업 옥시레킷벤키저(이하 옥시)가 소위 입장발표문이란 것을 내놨다. 이에 대한 우리의 입장을 밝힌다.

1. 이건 사과가 아니다. 사과문이 아니고 입장발표문이다.

2. “2013년 국정감사에서 깊은 위로의 말씀을 드렸고”

- 당시 옥시 외국인 사장은 자신들의 제품은 문제가 없다고 본다. 다만 이런 일이 생겨 유감이라고만 했다.

3. “해결 방법을 찾고자 노력해 왔다”

- 맞다. 옥시는 처음부터 대한민국 정부발표를 부인하면서 자신들에게 유리한 방향으로 조작된 연구를 대학연구진에게 의뢰했고 연구자들을 돈으로 매수했다.

- 판매 초기부터 소비자들의 건강피해 의견이 제기됐지만 무시했고, 급기야 검찰수사를 앞두고 모두 지웠다. 그게 옥시의 해결방법이었고 그렇게 노력했다.

4. “저희는 오랜 동안 제품의 안전 관리 수칙을 준수 해 온 바 이와 같은 상황에 직면한 적이 없었습니다.”

- 옥시의 입장은 지금도 ‘안전관리 수칙을 지켰다’는 것이다. 즉 대한민국 정부의 역학조사 결과와 동물실험조사결과 잘못되었다는 말을 하고 있다.

- 옥시가 말하는 “상황”인식은 ‘우리는 잘못이 없는데 왜들 이러는가’라는 것이다.

5. “피해자 분들께서 원하는 부분을 잘 이해하고 경청하여 함께 해결하고자 노력했습니다.”

- 피해자들과 환경단체가 그동안 361회 동안 일인시위를 통해 사과하고 피해대책을 내놓으라고 했는데 단 한번도 옥시는 나타나지도 않았었다. 수십 여 차례의 기자회견도 마찬가지였고 문전박대하며 만나주지도 않았다.

6. “상당부분의 사안들이 법원 조정절차를 통하여 합의에 이르러 종결되었음을 말씀드립니다. 신속한 해결 방안이 됐으면 하는 마음입니다.”
- 정부의 1-2차 조사에서 확인된 피해자만 530명이다. 사망자 146명중 옥시 사용자만 103명이다. 상당부분이라니?
- 752명의 피해자에 대한 정부의 3차 조사가 진행 중이다. 이중 70-80%가 옥시 피해자다. 상당부분이라니?
- 일부 민사소송을 제기한 피해자들의 합의가 있다. 그런데 합의 내용이 이렇다. 1) 피해를 인정해 합의하는 것이 아니다, 2) 가족단위 합의로 가족 중 특히 3-4단계의 다른 피해자가 있는 경우 보상대상에 포함하지 않는다, 3) 향후 민형사상의 문제를 제기하지 않는다, 4) 모든 내용은 비공개다.
- 액수는 별개로 치더라도 사과도 없고, 일방적인 합의가 옥시가 말하는 합의 요 종결인 것이다.
- 이런 방식으로 다른 피해자들도 해결하자는 말이냐?
7. “2014년에 50억 인도적 기금 기탁, 이번에 추가로 50억 더 출연 하겠다”
- 당신들의 친구, 환경부에 기탁한 거 아닌가?
- 살인기업 옥시가 인도적으로 돈을 더 내겠다?
- 당신들은 살인자다. 감옥에나 가라!
8. “다른 기업들의 해결 노력을 긍정적으로 받아들인다. 대화에 적극 참여하겠다”
- 금 다른 기업 평가하냐? 그럴 자격이나 있나
- 최소한 롯데마트와 같은 방식으로 사과를 했어야 하지 않나?
- 무슨 대화? 그렇게 회사 앞에서 일인시위하고 24시간 텐트 농성해도 한번도 나타나지 않던 옥시였다. 무슨 대화?
9. “검찰 수사를 매우 심각하게 생각, 회사 정책상 의혹 행위 용납되지 않는다, 수사에 협조하겠다”
- 당연히 심각하겠지, 회사 문을 닫아야 할 판이니까.
- 회사정책이 뭐냐? 감추고 지우고 조작하고 매수하고 부인하고 그런 행위는 우리가 용납하지 않는다.
- 수사에 협조하지 않으면 어쩔 건데? 감옥에나 가라.

이건 사과가 아니다.

살인자는 처벌되어야 할 대상이다, 감옥에나 가라!

혹시의 사과는 받지 않겠다!

가습기 살균제 피해자와 그 가족으로 이루어진 모임은 문제시된 제품에 대한 가장 직접적인 희생자라는 점에서 그들의 사과 수용 반응은 중요한 의미를 갖는다. 위에 인용된 성명서 내용을 보면 O사의 첫 번째 공식 사과에 대해 피해자 및 피해자 가족들과 환경보건시민센터는 매우 분명한 입장을 제시한다. 이것은 사과가 아니며, O사의 사과는 받지 않겠다는 점이 그것이다.

피해자와 그 가족들이 O사의 사과를 인정하지 않고 거부하는 입장을 보인 첫 번째 근거는 해당 사과문이 O사의 입장을 전달하는 '입장발표문'으로밖에 보이지 않는다는 점이다. 이와 같은 반응을 보인 이유는 무엇보다 사과의 형식이 면대면 상황에서 이루어지지 않았을 뿐만 아니라, 사과문을 사과 받는 위치에 있는 당사자가 아닌 언론 집단과 같은 불특정 다수에게 배포하는 형식을 취한 데에 있다.

이러한 정황은 사과를 거부하는 두 번째 근거와도 맞닿아 있다. 피해자측이 당시 시점에서 볼 때 총 361회의 일인 시위, 수십 여 차례의 기자 회견, 본사 방문을 시도했음에도 불구하고 O사는 한 번도 나타나거나 만나주지 않았다는 점이다. 피해자들은 이러한 태도가 대화를 통해 문제를 해결하려는 자세와 거리가 있으며 결과적으로 사과하는 이의 진심이 담겼다고 보기 힘듭니다.

세 번째 "상당 부분의 사안들이 법원 조정 절차를 통하여 합의에 이르러 종결되었음을 말씀드립니다."라고 사과문에는 쓰여 있다. 민사 소송을 통해 사측과 합의한 이들이 있으나, 피해 규모의 객관적 수치를 놓고 볼 때 이는 일부이며, 이를 '상당 부분'으로 치칭한 것은 현재의 문제 상황을 축소해 보이려는 의도로 읽힐 수 있다고 비판한다. 특히 피해자들은 그와 같은 합의 과정을 '사과도 없고, 일방적인 합의'로 규정한다. 모호한 표현으로 현실 또

는 사건의 본질을 호도하려는 사과문을 진정한 의미의 사과문으로 인정하지 않는 반응을 보인 것으로 볼 수 있다.

마지막으로 O사의 사과를 ‘가습기 살균제 사건’을 일으킨 또 다른 주체인 L사의 사과와 비교한다.¹²⁾ “최소한 롯데마트와 같은 방식으로 사과를 했어야 하지 않나.”라는 의견이 제시된 점에서 그러하다. 이 같은 사과 수용 반응은 아래에 인용된 L사의 사과가 당시의 상황에서 피해자들이 원하는 사과의 모습을 ‘최소한’의 수준으로라도 만족시켰다는 점에서 주목해 볼 만하다.

지난 2011년 8월 이후, 가습기 살균제의 문제점이 제기되고 피해자가 발생했다고 보도되는 사태의 와중에서, “공식적으로 명확한 조사결과가 나오지 않았다. 피해여부 확인이 어려웠다.” 등의 이유로 원인 규명과 사태 해결에 좀 더 적극적으로 나서지 못한 점 깊이 사과드립니다. (...) 제대로 된 대안을 찾지 못하고 너무 많은 시간이 지났습니다. 이 점에 대해서도 진심으로 사과의 말씀을 드립니다. 하지만 이제는 더 이상, 시간을 낭비면 안 된다는 마음으로 이 자리에 섰습니다. (...) 가습기 살균제 사태와 관련하여 그간 큰 고통과 슬픔을 겪어 오신 피해자 여러분과 그 가족 분들께 많이 늦었지만, 다시 한 번 진심으로 머리 숙여 사과의 말씀을 드립니다.¹³⁾

첫째, L사의 사과는 문제가 된 가습기 살균제를 제조·유통한 기업이 사과 담화 및 텍스트의 형식 안에서 처음으로 피해자를 위한 보상 방안을 제시한 점에서 주목을 끈다. 둘째, O사의 사과는 전자우편 배포 형식으로 이루어진 데 반해 L사의 사과는 대표이사가 기자회견장에 직접 나와 가습기 살균제 피해자들에게 공개적으로 사과하였다. 셋째, L사는 사과하는 데에 그치지 않고 사과 및 보상의 시기 자체가 늦었음을 분명하게 시인하고 이에 대해서

12) 본고에서는 편의상 롯데마트를 ‘L사’로 칭하고자 한다.

13) 롯데마트 보도자료(2016. 4. 18.) 일부 발췌. 한편 L사의 사과에 대한 비판 또한 있었다(김정우, 2016).

도 비교적 명료하게 사과한 점에서 O사의 사과와 차이가 있다. L사의 공적 사과에 대한 사과 수용자의 평가 또는 사과의 질적 차이에 대한 인식은 보다 적절하면서도 진정성 있는 사과가 무엇인지를 궁구하는 데에 주요한 근거를 제공한다.

3) 3차: 사과의 방식과 사과 수용 반응 양상

【사과】 피해자 없이 이루어진 첫 면대면 사과

O사의 전자우편 사과문 배포 이후 2주도 되지 않은 시점에서 또 다시 사과가 이루어진다. 이는 회사 측의 첫 공식 기자회견이기도 했다. 2016년 5월 2일 서울의 한 호텔에서 (유)옥시레킷벤키저 한국법인장 아타 샤프달 대표가 준비해 온 아래의 사과문을 기자들 앞에서 읽는 형식으로 사과 발언이 이루어졌다. O사는 이 자리에 유가족을 위한 지정석을 마련하지 않았다.

옥시레킷벤키저는 가습기 살균제로 인해 폐 손상 피해를 입으신 모든 피해자 분들과 그 가족 분들께 머리 숙여 가슴 깊이 사과 드립니다. 옥시레킷벤키저는 자사 제품이 가습기 살균제 사건과 관련된 점, 또한 신속히 적절한 대책을 내놓지 못한 점에 대한 책임을 통감합니다. (...) 당시는 잘못된 부분을 바로잡고 모든 분들의 믿음과 신뢰를 다시 얻을 수 있도록 최선을 다하겠습니다. 당시는 크나큰 고통을 겪으신 피해자 분들과 그 가족 분들에 대한 다음과 같은 포괄적인 보상방안을 마련하고자 합니다. 우선 1등급과 2등급 판정을 받으신 피해자 분들 가운데 저희 제품을 사용하신 분들을 대상으로 보상안을 마련하겠습니다. (...) 저희는 모든 피해자 분들을 위한 조속하고 공정한 보상안이 필요하다고 생각합니다. 이를 위해 독립적으로 운영되는 전문가 패널을 오는 7월까지 구성하겠습니다. 1등급과 2등급 판정을 받으신 분들 중 자사 제품을 사용하신 분들께 보상 계획과 지원 내용, 그리고 신청 방법 등에 대해 자세히 알려드리도록 최선을 다하겠습니다. (...) 오늘 이 자리를 빌어 저희는 당사와 관련해 최근 제기된 여러 의혹에 대한 입장을 말씀 드리고자 합니다. 저희는 이 모든 의혹들을 매우

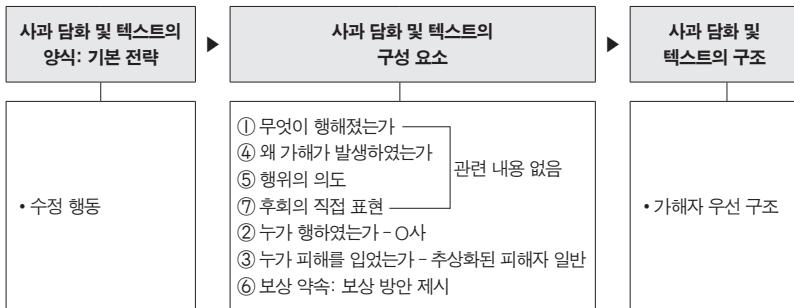
심각하게 받아들이고 있으며, 옥시레킷벤키저는 그 어떠한 잘못된 행위도 결코 용납하지 않는다는 점을 분명히 하고자 합니다. 당사에는 모든 임직원이 엄격히 준수하여야 할 기업 행동강령이 있습니다. 이에 검찰 수사에 적극 협조하는 한편, 회사 내부적으로도 사실여부를 파악하기 위한 자체 조사를 진행하고 있습니다. 만일 잘못된 행위가 확인된다면 즉각적이고 신속한 시정 조치를 취하겠습니다. (...) 옥시레킷벤키저 대표이사 아타 사프달

한국 법인장이 처음으로 직접 기자회견장에 나와 사과문을 낭독하였다. 이번 사과는 지난번 사과와 같은 양식을 보인다. 그런데 내용 측면에서 O사에 잘못이 있음을 추상적인 수준에서나마 언급하고 해당 부분을 개선할 것임을 시사한 점에서 이전보다 행동 수정의 의지를 보인다고 할 수 있다.

사과 담화 및 텍스트의 구성 요소를 보면 직전 사과에 비해 달라진 내용은 “(옥시레킷벤키저) 자사 제품이 가습기 살균제 사건과 관련된 점”을 밝히고 있다는 점이다. 누가 가해 행위를 하였는지에 대한 정보가 이번 사과에서 처음 등장하는 반면, 무엇이 행해졌으며 왜 가해자가 발생하였는지에 대한 정보는 여전히 누락되어 있다. 한편 좀 더 구체화된 보상 방안 또한 이번 사과에서 나타난다.

본 사과 담화 및 텍스트의 구조는 가해자 우선 구조를 보인다. 사과문 전체에 걸쳐 O사의 입장이 주도적으로 다루어지며 관련 정보 또한 이전에 비해 더 촘촘하게 제시된다. 더불어 O사는 임직원 대상의 기업 행동 강령에 따라 잘못된 행위를 용납하지 않음을 자사 보호 차원의 부가 정보로 제시한다.

이상의 내용은 다음과 같이 표로 정리될 수 있다.



〈그림 5〉 사과 담화 및 텍스트의 구조 ③

【사과 수용 반응】검찰 수사 면피용 사과, 언론을 위한 사과, 사과의 결정적

주체는 빠진 사과

사과문을 읽는 담화의 형태로 공식 사과가 이루어진 건 O사가 2001년에 문제의 살균제를 출시한 지 15년 만이다. 이에 대해 같은 날 가습기 살균제 피해자와 가족 모임 및 환경보건시민센터는 서울 중앙지검 앞에서 기자회견을 열고 결론적으로 옥시의 사과는 받지 않겠다는 뜻을 표명한다.¹⁴⁾

그들이 밝힌 사과 거부의 첫 번째 이유는 이번 사과가 ‘검찰 수사 면피용’이라는 점이다. 피해자 유가족에 따르면 지난 5년 간 O사는 사과 요구를 외면해 오다 검찰 수사가 진행되는 시점에 ‘기자 간담회 형식의 사과’를 내놓았다고 설명한다(최형훈, 2016). 지난 오랜 기간 동안 사과하기를 거부해 오다 검찰 수사가 임박하자 내놓은 사과에 대해서 피해자 유가족은 그 진정성을 의심하는 반응을 보인다.¹⁵⁾

둘째 사과 내용 또한 상대를 설득하기에 부족했다는 지적이 이루어진

-
- 14) 사과 거부 의사와 함께 O사 가습기 살균제의 피해자 및 그 가족과 이 사건을 중심으로 한 시민운동 단체는 영국 레킷벤키저 최고 경영자 라케쉬 카푸어 등 8명의 이사진에 대한 형사고발을 진행하였다.
- 15) 이번 사과와 관련하여 이루어진 다양한 보도에 대한 누리꾼들의 의견을 보면, “가족을 잊고 5년 간 고통 속에서 살았던 사람들에게 이제 와서 돈이 무슨 소용”, “검찰 수사가 시작되니 이제야 사과를 하는 게 분명하다.” 등을 확인할 수 있다(이승배, 2016).

다. 기자 회견 이후 O사에 대한 여론은 더 거세진 것으로 평가되는데, 그 주된 이유로 O사가 여전히 법적 책임을 명확히 인정하지 않고 있음이 언급된다(김예지, 2016). 사측은 “충분하고 완전한 보상안을 마련하느라 사과가 늦어졌다.”고 말하지만, 이 보상안 또한 피해자가 납득할 만한 해결 방안에 미치지 못할 뿐더러 보상에 앞서 이루어져야 할 O사의 잘못과 책임에 대한 명료한 인정이 빠져 있다는 점이 문제로 제기된다.¹⁶⁾

세 번째로 문제시된 된 것은 사과 담화의 자리에 사과의 일차적 대상인 피해자나 피해자의 가족이 초대받지 못했다는 점이다. 뉴스를 보고서야 O사의 사과 계획을 알게 된 피해자와 피해자의 가족은 이번 사과가 피해자가 아닌 언론에 사과한 것과 다름이 없다고 반응한다. 그러한 사과를 한 O사에 대해 피해자 측은 “그들은 상식이하입니다.”라고 평가한다(손수용, 2016; 유재형, 2016).

마지막으로 언론은 O사에서 이번 사과를 “영국 본사와는 관련이 없으며 한국지사에서 발표하는 것”이라고 선을 그었다는 점을 지적한다(김성은, 2016). 언론과 비슷한 맥락에서 정치권도 O사가 “본사 차원의 진상 규명과 피해 보상 대책도 없이” 사과하는 행위를 비판한다(박승주, 2016). 사과는 수행하나 그로 인한 이미지 손상은 차단하겠다는 사과 주체의 의지가, 피해자 입장에서는 양립 불가능한 것을 기업 이익을 위해 도모한다는 점에서 해당

16) 이상과 같이 피해자와 피해자 유가족들이 제시한 첫 번째, 두 번째 사과 거부 이유와 관련하여 각 정당의 대변인들 또한 유사한 의견을 내놓았다. 더불어민주당 대변인은 사과 당일 오후 서면 브리핑으로 “너무 빨리 사과하는데 잘못을 분명하게 인정하지 않아 진정성 있는 사과라고 보기 어렵다. (...) 옥시의 샤프달 대표는 기자회견에서도 무엇을 잘못했는지에 대해서는 분명하게 밝히지 않았다. 옥시는 사건이 발생한 뒤 회사의 잘못을 인정하지 않고 개별 소송으로 시간을 끌어 왔다. (...) 겸찰 수사가 급진전되고 국민이 불매 운동에 나서는 등 여론이 악화되자 뒤늦게 사과에 나선 것으로 볼 수밖에 없다. (...) 이러한 태도로 과연 옥시가 국민의 신뢰를 회복할 수 있을지 매우 의문스럽다.”는 입장을 제시하였다. 국민의당 대변인도 “부정적 여론에 밀려 5년이 지난 후에야 하는 사과임에도 어떤 잘못을 했는지, 누구에게 책임이 있는지조차 구체적으로 밝히지 않은 것에 대해 유감을 표명하지 않을 수 없다.”고 밝혔다(박승주, 2016).

사과가 문제적으로 인식된다.

4) 4차: 사과의 방식과 사과 수용 반응 양상

【사과】 경과 보고 성격의 유사 사과

한국 시간으로 2013년 5월 3일 O사의 영국 본사인 레킷벤키저가 한국에서 발표한 사과문과 관련하여 한 편의 사과문을 본사 홈페이지에 게재한다. 그 내용은 아래와 같다.

Oxy launched a Humidifier Sterilizer (HS) product in Korea in 1996. It was one of a number of manufacturers of HS products. In 2001 RB acquired Oxy RB. In 2011 the Korean Centre for Disease Control (KCDC) suggested a link between the HS product and lung injury at which point Oxy RB immediately and voluntarily withdrew the product from the market. Oxy RB have since participated in all investigations to fully understand the issue and bring resolution to the victims and their families. Oxy RB and RB have expressed our sincere apologies to all those victims of the HS tragedy in Korea and stated absolutely our determination to do the right thing for the victims and their families.

We have accepted full responsibility for the role that this product played in these health issues, including deaths, in Korea and while we acknowledge that we cannot repair the harm that has been done, we have stated our continuing intention to do whatever we can to provide full resolution to these cases.

We have announced today our intention to establish a Compensation Fund for those directly impacted, to be administered by independent experts, and a Humanitarian Fund for all others who believe they have been affected by the HS issue. RB continues to assist and support investigations into this issue.

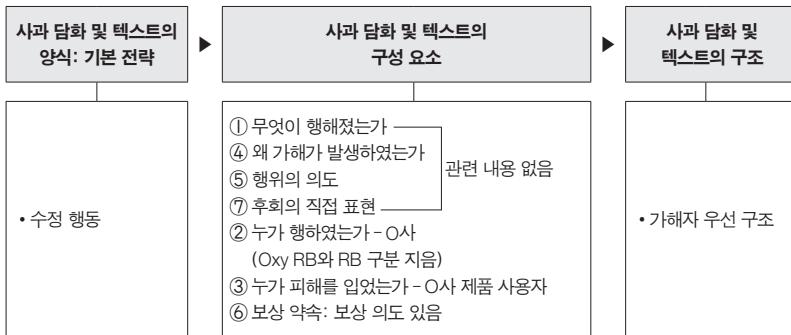
RB has made improvements to its safety teams and has introduced new processes which will signal any potential issue as soon as possible, so corrective action can be taken. We want to reassure consumers we have taken significant steps to ensure the safety of our products and to avoid any possibility of recurrence.

위의 글은 한국에서 발표한 사과문(2013.5.2.)과 하루 정도의 시간차를 두고 게시된 것이나 내용이나 형식면에서 이전 사과와 다소 차이가 있다. 본격적인 의미의 사과문이라기보다 Oxy RB와 RB가 피해자에게 사과했음을 알리는 데에 더 큰 목적이 있다. 회사 측의 안전 강화 및 절차 마련이 이루어 졌음을 새로운 내용으로 포함하며, 개선책이 제시된 현재 상황에서 소비자의 신뢰를 회복하기를 바란다는 취지를 담고 있다.

위에 인용된 유사 사과문은 글의 구성 요소 측면에서 한국의 '기습기 살균제 사건' 및 Oxy RB와 RB가 해당 사건에 어떻게 관여하는지를 구체적으로 제시하지 않는다. 주목할 점은 RB와 Oxy RB의 관계 및 문제시된 제품이 처음 제조된 때를 글머리에 제시함으로써 RB와 Oxy RB를 일정 부분 구분 짓는 동시에 제품 기획 및 최초 생산에 RB는 참여하지 않았음을 간접적으로 시사하는 부분이다.

RB 영국 본사 홈페이지에 게재된 위의 유사 사과문은 하루 차이의 직전 사과 담화 및 텍스트와 구성 요소의 측면에서 차이를 보이나, 사과 담화 및 텍스트의 양식(전략)과 구조에서는 거의 동일하다. 가해자의 행동, 감정 등을 우선적으로 기술하면서 향후 수정 행동의 이행을 약속하는 것으로 끝맺는다.

지금까지의 분석 내용을 표로 정리하여 제시하면 다음과 같다.



〈그림 6〉 사과 담화 및 텍스트의 구조 ④

【사과 수용 반응】 이미 사과했음을 전하려는 의도, 사과 주체의 서명 부재, 항의 방문 결정

O사의 사과 담화 발표 이후 O사의 본사격인 레킷벤키저에서는 자사의 홈페이지에 해당 사과 담화와 관련된 글을 게시한다. 그동안 가습기 살균제 사건과 관련하여 레킷벤키저는 한국의 옥시레킷벤키저와 일정 부분 거리를 두어 왔던 만큼 이번 게시 글에 많은 이들이 관심을 보였다.

먼저 언론은 해당 글이 전 날 한국의 옥시레킷벤키저 대표 이사인 올라시드 샤프달이 기자 회견에서 발표한 내용을 단순히 전달하는 성격을 가졌다고 판단한다. 즉 영국 본사가 한국 법인 대표의 사과문 발표를 영국민 등에게 알리는 데에 사과문의 주된 목적이 있는 것으로 이해된다(오로라, 2016; 이슬, 2016).

둘째, 사과에 대한 위의 반응과 관련하여 다음과 같은 보다 적극적인 의문 또한 제기되기도 한다.

[앵커] 지난번에 한국 지사장이 사과문을 발표한 내용에서 조금 진전되거나 추가된 내용 같은 것들이 있습니까? [기자]네, 그런데 불행하게도 지난 2일 발표 내용과 달라진 점 없이 거의 유사한 수준에 그쳤습니다. [앵커]아, 그래요. 이렇게 되니까 진정성에 대한 또 여러 얘기들이 나올 수밖에 없겠군요. 조금 더 적극적으로 좀 이런 부분들을 기업들이 대응을 했으면 좋겠는데 자꾸 좀 이렇게 피

해기려고만 하는 느낌마저 듭니다(이한라, 2016).

이번 사과문 게재는 영국 본사에서 이루어진 만큼 피해자를 포함한 많은 이들이 한국 지사에서 이루어진 것보다 진전된 내용을 기대하기도 하였다. 그러나 한국 지사의 사과를 알리는 수준에 그친 사과문으로 인해 영국 본사가 본 사안을 피해가려고 하는 듯한 인상을 받는다. 그리고 이는 사과 수용자로 하여금 사과 행위의 진정성에 대해서 다시 한번 생각하게 만든다.

셋째, 이번 사과문 게재에서 사과 수용자들은 사과의 주체가 누구인지에 대한 의문을 갖게 되었다. 한 언론은 “이 사과문에 별도의 서명 없이 ‘혹시 RB와 한국의 가습기 살균제’라는 제목을 달았다.”라는 표현으로, 사과문 작성에서 중요한 요건인 사과 주체의 명시가 제대로 이루어지지 않은 현상을 지적함으로써 심각하게는 본 게재 글이 진정한 의미의 사과문인지에 대해서 자문하는 반응을 보인다(이슬, 2016).

마지막으로, O사가 사과문을 발표하고 O사의 영국 본사가 O사의 사과문 발표 사실을 자사 홈페이지에 게재했음에도 불구하고, 피해자와 그 가족의 반응은 사과가 충분하지 않다는 것이다. 이는 O사와 O사의 영국 본사의 연이은 사과에도 불구하고 살균제 피해자와 환경 단체가 레킷벤키저 연례주주총회에 항의단을 파견하기로 결정한 데서 확인할 수 있다. 피해자와 그 가족은 레킷벤키저와 혹시레킷벤키저가 ‘가습기 살균제 사건’에 어떻게 연루되었는지를 주주들에게 알림으로써 레킷벤키저 측이 가장 신경 쓸 수밖에 없는 대상을 통해 가해자인 사과 주체로부터 기대되는 행동을 이끌어 내고자 한다. 회사의 위기 관리 또는 회사의 경영 이미지 회복 차원에서라도 본사가 사과와 피해 보상에 보다 적극적으로 임하게끔 만들려는 의지를 보인다.

5) 5차: 사과의 방식과 사과 수용 반응 양상

【사과】 최고 책임자에게 찾아가 받은 사과

한국 현지 시간으로 2016년 9월 21일에 레킷벤키저 그룹의 글로벌 최

고경영자가 가습기 살균제 피해자에게 사과하였다. 이 사과는 대한민국 국회 '가습기 살균제 사고 진상 규명과 피해 구제 및 재발 방지 대책 마련을 위한 국정조사 특별위원회' 위원들과 피해자 가족 7명이 레킷벤키저 본사에 방문하면서 이루어졌다. 최고경영자인 라케시 카푸어는 다음의 사과문을 면담 자리에서 읽는 방식으로 사과하였다.

저는 레킷벤키저 그룹의 글로벌 CEO로서, 옥시 레킷벤키저의 가습기 살균제 제품으로 인하여 대한민국 소비자들께 건강상의 고통과 사망에 이르는 피해가 발생한 것에 대하여 진심으로 사과를 드립니다. 그로 인해 많은 가정에 아픔과 씁쓸한 상처를 초래한 점을 인정하며 이에 깊은 위로의 말씀을 드립니다. 특히 영유아 피해자들과 부모님들께서 겪으신 이루 말할 수 없는 고통과 상실감에 대해 너무도 마음 아프게 생각합니다. 아울러, 옥시 레킷벤키저가 가습기 살균제 문제를 사전에 막지 못한 점에 대해서도 사과 드립니다.

저희 레킷벤키저는 한국에 있는 옥시 레킷벤키저와 함께 책임감을 가지고 피해자 분들에 대한 옥시 레킷벤키저의 배상을 지원하는데 최선을 다하겠습니다. 아울러, 저희 레킷벤키저는 가습기 살균제로 피해를 입으신 다른 분들을 위한 정부 주도의 지원책 마련에 있어 모든 이해관계자들과 함께 최선을 다해 노력하겠습니다.

저는 가습기 살균제 문제 해결에 앞장서고 계시는 대한민국 국회 가습기 살균제 특별위원회의 노고에 심심한 감사의 말씀을 전합니다. 또한, 피해자 분들을 지원하고, 모든 가습기 살균제 제조사와 원료 공급사, 정부 부처의 역할을 이해하기 위해 노력하시는 특위의 중요한 역할을 잘 이해하고 있습니다.

본 사안은 업계 전체에 이러한 불행한 사태가 다시는 발생하지 않도록 해야 한다는 중요한 교훈을 남겼습니다. 저는 이러한 비극의 재발을 막기 위해 옥시 레킷벤키저의 전 제품에 대한 적절한 안전성 검사 및 조치를 지원하고 기업의 사회적 책임을 충실히 이행할 것을 약속드립니다. 또한 진실을 규명하기 위한 대한민국 국회와 정부의 노력을 최선을 다해 지원할 것입니다.

다시 한번 피해자 분들과 그 가족 분들, 대한민국 국민들과 국민을 대표하는 의

원님들께 저희의 진심 어린 사과를 드립니다. 앞으로 한국 사회에서 다시 신뢰를 얻기 위해 최선을 다해 노력하겠습니다.

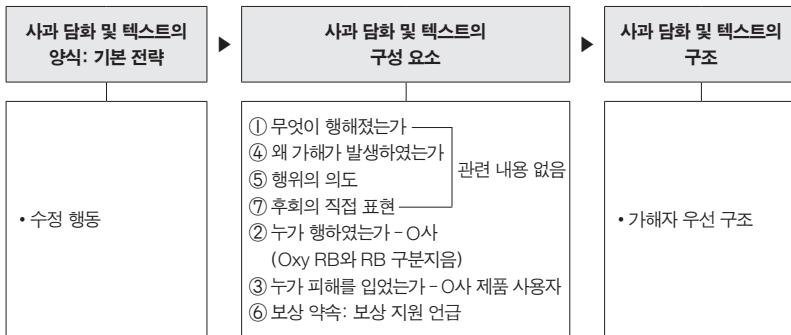
이 사과는 회사의 최고 책임자가 사과의 주체로서 ‘나(I)’를 상정한 후 ‘죄송하다 또는 사과한다(sorry or apologize)’라고 직접 표현한 점에서 이전 사과와 달라진 점이 있다. 그러나 사과 담화 및 텍스트의 양식 측면에서 수정 행동에 초점을 둔 전략은 이전과 비슷하다고 할 수 있다.

사과의 구성 요소를 세부적으로 살펴보면 제품 사용에 따른 불미스런 결과와 관련하여 구체적으로 무엇이, 왜, 어떠한 경위에서 행해졌는지에 대한 정보는 여전히 누락되어 있다. 이번 사과가 Oxy RB와 RB가 행한 마지막 사과라는 점에서 해당 정보가 끝까지 O사의 사과에 등장하지 않았다는 점은 주목을 요한다. 또한 RB는 ‘가습기 살균제 사건’을 미리 막았어야 할 주체로 Oxy RB를 따로 지칭함으로써 자신들은 이 사안의 직접적인 방지 책임은 없었음을 우회적으로 암시하고 있다.¹⁷⁾

사과의 구조를 보면 본 사과 담화 및 텍스트의 기본 전략과 호응되게끔 RB와 Oxy RB가 그동안 사건 해결을 위해 무엇을 했으며 앞으로 어떠한 조치를 취할 것인지를 중심으로 기술되어 있다. 이전 사과와 비교하여 달라진 부분은 회사의 입장을 중심으로 사과를 하되 본 사안과 관련하여 자신들의 감정을 부가 정보로 제시한 점이라고 할 수 있다.¹⁸⁾

이상의 논의 내용을 표로 정리하여 제시하면 다음과 같다.

-
- 17) 사과문 영어 원문 중 “I also apologize that Oxy RB was unable to prevent the HS issue from happening.” 참조
 - 18) 사과문 영어 원문 중 “I acknowledge the pain and the irreparable damage suffered by many families who have been affected by the HS issue and would like to offer my deepest sympathy. In particular, I am very sorry for the indescribable suffering and the loss that infant and child victims and their parents had to endure.” 참조



〈그림 7〉 사과 담화 및 텍스트의 구조 ⑤

【사과 수용 반응】무책임, 공개적으로 사과하기를 거부, 사과에 따른 보상 불명료 가습기 실균제 피해자 가족과 환경보건시민센터는 영국의 레킷벤키저 분사에 직접 방문하여 레킷벤키저 최고 경영자가 사과문을 읽는 방식으로 진행한 사과를 듣게 된다. 그러나 사과를 받기 위해 피해자가 가해자를 찾아가는 부자연스런 상황에서부터 이 사과의 문제적 소지가 예상되는 부분이다.

가장 먼저 언론은 사고 책임자의 깊은 반성이 빠져 있음을 지적한다. 사건 발생 직후부터 책임을 회피해 오다 대한민국 정부의 국회 청문회, 검찰 조사, UN 인권이사회 유해물질보고관의 권고 등이 이어지자 사고 감지 후 5년이 지난 시점에서 O사의 본사 격인 레킷벤키저의 사과를 듣게 된다. 그러나 그 사과에는 지난 시간 동안 자신들이 책임을 회피해 오며 진정성 있는 사과를 하지 않은 점에 대한 언급은 없었다(가습기실균제참사전국네트워크, 2016). 그에 따라 직간접적 사과 수용자들은 사고 발생뿐만 아니라 사고 발생 이후의 대응 측면에서도 가해자가 진실하지 않았다는 반응을 보인다.¹⁹⁾

19) 이와 관련하여 한 시민은 자신의 블로그에 “그렇게 무책임을 외치며, 뒤로는 협의를 시도 하던 표리부동의 대표주자 옥시도 지금 홈페이지에 들어가 보면 배상안 마련 및 피해자들을 위한 사과문으로 홈페이지를 가득 채워 놨다. (...) 살인을 저지르고 난 아니라며 피해자 가족에게 결백함을 주장하다가, 증거를 감추기에만 급급하다가 혐의가 밝혀지고 증거가 드러나기 시작하니까 그제야 미안하다며 사죄하는 꼴이다.”라는 사과에 대한 반응을 보였다(옴스, 2016).

둘째, 사과의 내용과 관련하여 이번 사과에도 살균제 사고의 책임에 대한 직접적이면서도 구체적인 언급은 담겨 있지 않다. 그런데 사과의 형식면에서도 부적절하다는 의견이 제기된다. 영국 사회나 언론에 공개적으로 하지 않고, 레킷벤키저에 방문한 이들에게만 사과문을 읽는 방식으로 사과한 점이 그리하다. 물론 그 과정에서 한국에 있는 한 피해자 어린이에게 화상 전화로 유감의 뜻을 표명하기도 한다. 그러나 사과의 전반적인 형식에서 영국 레킷벤키저는 본사 차원의 사과, 즉 ‘레킷벤키저의 사과’를 대중적으로 알리는 일에 소극적인 자세를 취한다. 직접 찾아온 소수의 사람들 앞에서만 준비된 사과문을 읽는 방식은 수백 명의 사상자를 낸 가해 기업으로서의 현 위치를 드러내지 않으려는 의도가 담겨 있는 것으로 해석된다. 이에 대해 기습기 살균제 피해자 모임 대표는 “앞으로는 진정성 있는 사과를 보여줘야 한다.”며 피해 대책 마련을 공개적인 방식으로 진행해야 함을 강조한다(조윤호, 2016).

마지막으로 이번 사과의 현장에 있었던 한 국회의원은 사과 요구 방문의 과정에서 진정한 사과의 한 가지 지향점을 제시한다. “진정한 사과는 책임 있는 후속 대책을 잘 마련해 피해자와 유가족들을 치유하는 것”이 그것인데, 사과 자체도 중요하지만 과오로 인해 피해가 발생했을 경우 그에 대한 배상이 수반되어야 사과의 의미가 진정성 있게 전달될 수 있다는 반응을 보인다.²⁰⁾

IV. 논의 및 결론

1. 사과의 수용에 대한 영향 요인

지금까지 공적 사과 담화 및 텍스트와 그에 대한 사과 수용 반응의 양상

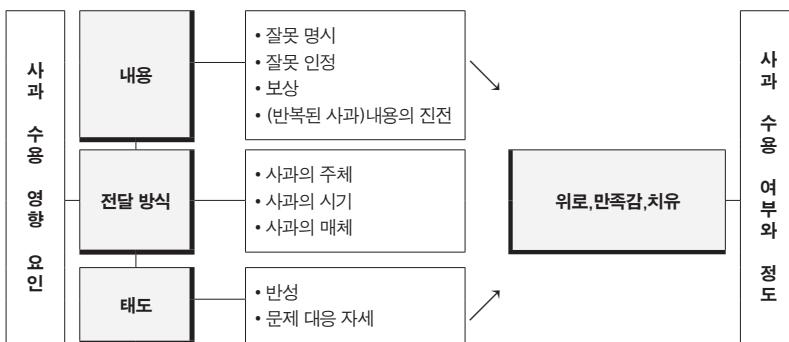
20) 국회 기습기 살균제 국정조사 특별위원회 우원식 위원장 발언 참조(이덕용, 2016)

을 분석한 결과 사과의 수용에 영향을 미치는 요인을 다음과 같이 발견할 수 있었다. 각 요인은 사과 담화 및 텍스트에 대한 직간접적 수용자의 사실 이해와 가치 판단에 입각하여 도출되었다.

사과 수용에 대한 영향 요인은 사과의 ‘내용’, ‘전달 방식’, ‘태도’가 상위 범주를 구성한다. 각각의 상위 요인은 다시 여러 하위 변인으로 구성된다.

사과의 수용에 영향을 주는 사과의 ‘내용’ 요인에는 잘못을 구체적으로 적시하는지의 여부, 자신의 잘못을 인정하는지의 여부, 피해에 대한 보상 계획이 포함되어 있는지의 여부, 2회 이상의 반복된 사과의 경우 내용에서 진전이 있는지의 여부가 중요한 변인으로서 영향력을 미치는 것으로 나타났다. ‘전달 방식’의 요인과 관련하여 사과를 하는 주체가 누구이며, 그 시기는 언제인지, 그리고 사과의 매체(면대면, 인터넷 매체의 활용, 언론이나 기자회견 등)로 무엇을 선택하는지가 사과 수용의 여부 및 수용의 정도에 영향을 미쳤다. ‘태도’ 요인에서는 사과의 주체가 불미스런 사안에 대해 깊은 반성을 하는지의 여부, 사건 발생 이후의 갈등 상황에서 문제를 대응하는 태도(적극적 대면, 소극적 대면, 회피, 면피 등)가 사과의 수용을 결정짓는 변인으로 작용하였다.

이상의 논의 내용을 표로 정리하여 제시하면 다음과 같다.



〈그림 7〉 사과 수용에 대한 영향 요인에 근거한 공적 사과 담화 및 텍스트의 소통 모델

2. 사과 수용을 고려한 공적 사과 담화 및 텍스트의 표현 원리

공적 사과의 소통 과정에서 각 요인과 변인들이 사과 수용에 영향을 미치는 양상을 보면 일정한 규칙 또는 예상 가능한 일관성을 찾을 수 있다. 사과는 다른 무엇보다 쌍방향 의사소통의 성격을 매우 강하게 띤다. 사과 행위는 사과 메시지 수용자가 그 의미를 이해하고 해석한 후 온전히 받아들일 때 본연의 역할을 다하게 된다. 사과를 받는 이, 사과 과정을 지켜보는 이 등이 사과를 사과로서 인정할 때 사과는 그 의미를 지닌다. 그러한 맥락에서 사과 수용에 영향을 미치는 요인은 단순히 사과 수용의 국면에만 한정되지 않으며, 사과 표현을 생산하는 입장에서 고려해야 할 중요한 의사소통의 요인이 된다. 즉, 온전히 수용되는 사과 표현을 생산하기 위해서는 사과 수용에 영향을 미치는 요인을 참조하고 각 요인이 공적 사과의 소통 과정에서 어떠한 방식으로 작용하는지를 파악하여 그에 적절한 방식으로 사과 담화 및 텍스트를 생산할 필요가 있다. 이를 공적 사과 담화 및 텍스트의 표현 원리로 칭한다면, 그 원리는 보다 진정성 있게 받아들여질 적절한 사과 표현의 방식을 말해 준다.

1) 내용

사과의 내용 측면에서 고려해야 할 첫 번째 요인은 잘못의 명시이다. 갈등을 일으킨 사안이 무엇이며, 그 사건의 가해자로서 사과하는 이는 어떠한 역할을 했으며, 이를 규범적, 법률적, 윤리적 측면에서 볼 경우 잘못한 부분이 무엇인지를 구체적으로 적시할 필요가 있다.

사과의 내용과 관련한 두 번째 요인은 잘못의 인정이다. 공적 사과가 이루어질 만큼 문제시된 거의 모든 사건은 복잡한 속성을 가지는 경우가 대부분이다. 이는 해당 사건에 직간접적으로 연루된 다양한 주체 간 관계가 단순하지 않으며, 서로의 입장과 이해 관계가 사회 제도 및 관습에 따라 첨예하게 갈릴 가능성 또한 큼을 의미한다. 그에 따라 사과를 도모하는 과정에서

사과 담화 및 텍스트의 생산자는 자신의 실수나 과오에 대해서 선명하고 명료하게 인정하기 어려운 부분이 발생할 수 있다. 그러나 과오에 대한 인정이 분명하게 이루어질 때 그 사과는 진정성 있는 사과로서 사과 수용자의 마음을 움직이게 된다.

세 번째 내용 요인은 보상과 관련된 내용이다. 불미스러운 일로 인해 피해, 희생 등이 발생하였을 경우 그에 대한 심리적, 금전적 보상이 이루어질 필요가 있다. 그러므로 사과 담화 및 텍스트 생산 과정에서 어떠한 보상 계획을 갖고 있으며 이를 어떻게 실천할지와 관련된 내용을 밝혀야 한다.

사과 내용과 연관된 마지막 영향 요인은 단발성 사과가 아닌 2회 이상 연속된 사과의 경우에 해당된다. 사과가 1회에 그치지 않고 연이어 이루어지는 경우는 그만큼 사안이 복잡하고 가해자와 피해자, 사과하는 이와 사과 받는 이 사이의 갈등이 심화되어 있음을 암시한다. 이 경우 후속으로 이루어진 사과는 이전 사과를 보완하는 의미에서 내용적으로 발전, 진전된 부분을 포함할 때 본연의 의미를 갖게 된다.

2) 전달 방식

사과의 전달 방식과 관련한 첫 번째 영향 요인은 사과 주체가 누구인지의 문제이다. 사과하는 이로서 공적 사과에 참여하는 주체는 2명 이상일 수 있다. 이때 그 중 누가 전면에 나서서 직접 사과하는지는 사과 받는 이에게 중요한 문제가 된다. 이 경우 문제시된 사안과 관련하여 최고 책임자의 위치에 있는 이가 직접 사과에 나설 때 사과 수용의 가능성은 보다 높아지는 경향이 있다.

두 번째 요인은 사과의 시기와 관련되어 있다. 사과가 단순히 말로 끝나는 것이 아니라, 특정의 메시지로 생산, 유통되는 순간 그것은 일정한 언어적 효력을 갖는다. 즉 사과하는 이는 가해자로서 일련의 책임을 안게 되고 책임의 성격에 따라 다양한 후속 절차를 실행해야 하는 위치에 놓인다. 그러므로 공적 사과의 맥락에서는 그와 같은 결정적인 계기를 가능한 한 미루거나 조

심스럽게 도모한다. 그런데 이처럼 이해 관계에 입각하여 사과의 득실을 계산하는 과정에서 사과의 시기가 늦어질수록 사과에 대한 수용 가능성은 낮아진다. 사과의 필요성이 강하게 요구되는 상황일수록 민첩하게 이루어지는 사과가 보다 진정성 있는 사과로 받아들여지게 된다.

전달 방식과 관련된 마지막 영향 요인은 사과의 매체(양식)이다. 이는 사과의 메시지를 매개하는 방법으로 무엇을 택하는지의 문제이다. 면대면 사과, 회사 홈페이지와 같은 인터넷을 활용한 사과, 언론을 통한 사과, 기자회견 방식의 사과 등처럼 과오에 대한 인정과 유감을 전달하는 방식은 다양하다. 사과의 수용 여부와 수용 정도는 일반적으로 사과하는 이와 사과 받는 이의 물리적 거리가 가까워질수록 사과 메시지를 보다 신빙성 있게 받아들이는 경향이 있다. 특히 사안이 심각할수록 면대면 사과가 이루어질 때 사과 수용자는 가해자의 사과를 보다 진정성 있게 인식한다.

3) 태도

사과 수용에 영향을 미치는 첫 번째 태도 요인은 반성이다. 반성의 대상은 두 수준으로 나뉠 수 있다. 하나는 문제시된 행동이고, 다른 하나는 문제시된 행동에 대한 사과이다. 전자와 관련하여, 사과 담화 및 텍스트를 통해 사과하는 이가 자신이 한 행동에 대해 깊은 뉘우침을 보일 경우 그 사과는 보다 설득력 있게 다가온다. 후자는 사과 메시지 생산자가 자신이 수행하는 사과에 대해 메타적으로 반성하는 일에 관련된다. 사과 담화 및 텍스트가 사과 받는 이를 만족시키지 못하거나 불성실하게 보일 경우 그 이유를 찾아 자신의 사과 행위를 수정하거나 그에 대해 반성하는 모습을 보임으로써 사과 수용자에게 보다 진정성 있게 다가갈 수 있다.

태도와 연관된 두 번째 영향 요인은 문제를 대하는 자세이다. 이는 불미스런 사건·사고의 발생에 직면하여 당면한 문제에 어떻게 대응하는지와 관련된다. 사과 과정에서 보이는 문제 해결 태도(적극적, 소극적, 회피, 면피 등)의 성격에 따라 사과 수용자는 해당 사과 담화 및 텍스트의 수용 정도와 그

진정성을 평가하게 된다.

V. 결론

이 연구는 한 공적 사과 사례에 대한 다양한 수용 반응을 분석함으로써 어떠한 방식의 사과가 사과의 수용 가능성을 높이며, 그러한 사과의 표현 원리는 무엇인지를 공적 사과 교육의 내용으로 제안하였다. 본 연구의 사과 사례가 총 5회에 걸쳐 순차적으로 이루어졌다는 점에서 공적 사과 행위의 다면적인 언어적 의사소통의 특성을 볼 수 있었다. 그럼에도 하나의 사과 사례를 중심으로 논의를 진행한 점은 일정한 한계를 수반한다. 이후 다른 공적 사과 사례의 분석을 통해 본 연구 결과의 타당성을 재검증함으로써 공적 사과 교육의 내용을 보완할 필요가 있다. 후속 연구의 자리에서 보다 보편타당한 공적 사과 교육의 내용 설계를 이어가고자 한다.

* 본 논문은 2017. 11. 20. 투고되었으며, 2017. 11. 21. 심사가 시작되어 2017. 12. 11. 심사가 종료되었음.

참고문헌

- 가습기살균제참사전국네트워크(2016. 9. 23.), 성명: 옥시 영국 본사 레킷벤키저의 사과문. 발표에 대한 가습기살균제참사전국네트워크의 입장, 지구의 벗 환경운동연합. 검색일자 2017. 2. 8. 사이트 주소 <http://kfem.or.kr/?p=167157>
- 가습기 살균제 피해자와 가족모임(2013. 11. 11.), 옥시래킷벤키저의 이미지 세탁용. 사회공헌 기금 조성 규탄, 가습기 살균제 피해자와 가족모임 인터넷 카페. 검색일자 2017. 4. 13. 사이트 주소 <http://cafe.daum.net/keepus/9TSe/131>
- 구영산(2016), 「국어과 교육과정과 교과서의 ‘사과하기’ 교육 내용의 특징과 개선 방향」, 『새국어교육』 109, 7-40, 한국국어교육학회.
- 국회사무처(2013. 11. 1.), 2013년도 국정감사 환경노동위원회의록. 검색일자 2017. 4. 13. 사이트 주소 <http://likms.assembly.go.kr/record/mhs-60-010.do#none>
- 김성은(2016. 5. 1.), 옥시 내일 기자회견...피해자 단체 “사과 안 받겠다”, 비즈니스워치. 검색일자 2017. 2. 8. 사이트 주소 <http://m.bizwatch.co.kr/?mod=mview&uid=22793>
- 김영옥·양정은(2012), 「한국인의 사과 지형: 지난 10년간 사과문의 조직 및 유형별 분석」, 『한국언론정보학보』 59, 180-210, 한국언론정보학회.
- 김예지(2016. 5. 4.), [카드뉴스] 옥시 사과문 ‘평행이론’, 오마이뉴스. 검색일자 2017. 2. 6. 사이트 주소 http://www.ohmynews.com/NWS_Web/View/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002206785
- 김정선(2015), 「공적 사과문 텍스트의 구조 분석」, 『텍스트언어학』 38, 27-63, 한국텍스트언어학회.
- 김정우(2016. 4. 21.), [기자의 눈] 롯데마트의 가습기살균제 ‘꼼수 사과’, 한국일보. 검색일자 2017. 12. 24. 사이트 주소 <http://www.hankookilbo.com/v/4c72cf88cfb4d55bb5c73323a613fb4>
- 민지선·최성락(2015), 「위기 유형별 위기 대응 커뮤니케이션 전략 실태 연구: 기업 사과문 분석을 중심으로」, 『한국콘텐츠학회논문지』 15(12), 471-482, 한국콘텐츠학회.
- 박성희(2001), 「公論으로서의 apologia의 수사학적 상황 비교 분석」, 『사회과학연구논총』 7, 215-234, 이화여자대학교 이화사회과학원.
- 박승주(2016. 5. 2.), 野, 옥시 사과에 “진정성 없어...국민 우롱 처사”, 뉴스1. 검색일자 2017. 2. 8. 사이트 주소 <http://news1.kr/articles/?2651735>
- 손수용(2016. 5. 2.), ‘옥시, 이러려고 5년 동안 침묵했나?...알맹이 없는 사과에 비난 여론↑’, HOOK. 검색일자 2017. 2. 8. 사이트 주소 <http://hooc.heraldcorp.com/view.php?ud=20160502001069>
- 오로라(2016. 5. 4.), 옥시 영국 본사, 홈페이지에 사과문 게재...“해결 위해 할 수 있는 모든 일하겠다”, 조선일보. 검색일자 2017. 2. 8. 사이트 주소 http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2016/05/04/2016050401362.html

- 옴스(2016. 8. 1.), 윤리경영(옥시, 코웨이, 폭스바겐 사례 중심)의 의미와 중요성에 대한 고찰, 개인 블로그. 검색일자 2017. 2. 8. 사이트 주소 <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=darddong&logNo=220776887520>
- 유재형(2016. 5. 2.), 피해자 원천 배제한 옥시의 가습기살균제 사과, *아이뉴스24*. 검색일자 2017. 2. 8. 사이트 주소 http://news.inews24.com/php/news_view.php?g_menu=050300&g_serial=955420
- 유창조(2011), 「기업 위기 상황에서 사과문 초점, 사과 의도성, 조절초점이 기업사과문에 대한 소비자 반응에 미치는 영향에 관한 연구」, *『마케팅관리연구』* 16(12), 29-51, 한국마케팅 관리학회.
- 이덕용(2016. 9. 22.), 옥시 카푸어 RB 회장, 본사 개입·책임 인정…공식 사과, *뷰티경제*. 검색일자 2017. 2. 8. 사이트 주소 <http://www.thebk.co.kr/news/articleView.html?idxno=181751>
- 이슬(2016. 5. 4.), 옥시 영국 본사, 홈페이지에 사과문 게재…피해자 영국 항의 방문, *뉴스한국*. 검색일자 2017. 2. 8. 사이트 주소 http://www.newshankuk.com/news/content.asp?news_idx=201605041301131002
- 이승배(2016. 5. 2.), 옥시의 사과에도 시민들의 분노는 쉽게 가라앉지 않고 있다, *포커스뉴스*. 검색일자 2017. 2. 6. 사이트 주소 <http://www.focus.kr/view.php?key=2016050200171609717>
- 이한라(2016. 5. 4.), 검찰 '옥시 보고서 조작 의혹' 서울대·호서대 압수수색…옥시 영국 본사 사과문 게재, *SBSCNBC*. 검색일자 2017. 4. 20. 사이트 주소 <http://sbscnbc.sbs.co.kr/read.jsp?pmArticleId=10000799586>
- 장수진·박현순(2014), 「기업 위기 유형에 따른 인지적·정서적 신뢰 위반, 사과 전략, 신뢰 회복 간의 관계 연구」, *『한국언론학보』* 58(2), 478-504, 한국언론학회.
- 조윤호(2016. 5. 7.), 옥시 영국 본사 회장, '가습기 살균제' 피해자·유족에 사과, *아시안경제*. 검색일자 2017. 2. 8. 사이트 주소 <http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2016050710320859736>
- 최형훈(2016. 5. 2.), 5년만에 사과한 옥시 “책임진다”…유가족 ‘면피용’ 격렬 항의, *청년일보*. 검색일자 2017. 2. 6. 사이트 주소 <http://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=4156892&memberNo=25584196&vType=VERTICAL>
- 환경보건시민센터와 가습기살균제 피해자와 가족 모임(2013. 11. 1.), [성명서] 살인기업이 인도적 지원이라니?, 환경보건시민센터. 검색일자 2017. 12. 24. 사이트 주소 http://eco-health.org/bbs/board.php?bo_table=sub02_02&wr_id=155
- Benoit, W. L. (1995), *Accounts, excuses, and apologies: A theory of image restoration strategies*. Albany: State University of New York Press.
- Cerulo, K. A., & Ruane, J. M. (2014), “Apologies of the rich and famous: cultural, cognitive, and social explanations of why we care and why we forgive,” *Social Psychology Quarterly Quarterly* 77(2), 123-149.

- Coombs, W. T. (1999), *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*. CA: Sage Publications.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2007), *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (3rd Ed.). CA: SAGE Publications.
- Garcia, C. (2009), "Apologizing in English: Politeness strategies used by native and non-native speakers," *Multilingua—Journal of Cross-Cultural and Interlanguage Communication* 8, 3-20.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967), *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine.
- Holmes, J. (1989), "Sex differences and apologies: One aspect of communicative competence," *Applied Linguistics* 10(2), 194-213.
- Jacoby, S. (1983), *Wild justice: The evolution of revenge*. Harper & Row.
- Lazare, A. (1995), "Go ahead, say you're sorry," *Psychology Today* 28(1), 40-78.
- Robbennolt, J. K. (2003), "Apologies and legal settlement: An empirical examination," *Michigan Law Review* 102(3), 460-516.
- Robinson, J. D. (2004), "The sequential organization of 'explicit' apologies in naturally occurring English," *Research on Language and Social Interaction* 37(3), 291-330.
- Scher, S. J. & Darley, J. M. (1997), "How effective are the things people say to apologize? Effects of the realization of the apology speech act," *Journal of Psycholinguistic Research* 26(1), 127-140.
- Suszczynska, M. (1999), "Apologizing in England, Polish and Hungarian: Different languages, different strategies," *Journal of Pragmatics* 31(8), 1053-1065.
- Taft, L. (2000), "Apology subverted: The commodification of apology," *The Yale Law Journal* 109(5), 1135-1160.
- Tavuchis, N. (1991), *Mea Culpa: A Sociology of apology and reconciliation*. California: Stanford University Press.
- Thompson, J. (2000), "The apology paradox," *The Philosophical Quarterly* 50(201), 470-475.
- White, B. T. (2009), "Saving face: The benefits of not saying I'm sorry," *Law and Contemporary Problems* 72(2), 261-270.

공적 사과 교육의 내용 연구 —사과에 대한 수용 반응을 중심으로

구영산

이 연구의 목적은 공적 사과 교육의 내용 초안을 개발하는 데에 있다. 사과라는 언어 행위는 사과의 대상인 사과 받는 이가 해당 사과 메시지를 받아들이는지의 여부에 따라 그 본연의 역할(기능) 수행 정도가 판단된다. 이에 본 연구에서는 한 유의미한 공적 사과의 사례를 중심으로 해당 사과가 소통되는 과정에서 사과의 수용 여부 및 정도에 영향을 미치는 요인을 밝히고 이를 기반으로 공적 사과 담화 및 텍스트의 소통 모델을 제시하였다. 사과는 수용됨으로써 언어 행위로서 그 본연의 의미를 갖게 된다는 점에서, 사과 수용 반응을 고려한 공적 사과 담화 및 텍스의 표현 원리를 공적 사과 교육의 내용으로 제시하였다.

핵심어 공적 사과, 공적 사과 교육, 사과 수용 반응, 사과 수용을 고려한 공적 사과 담화 및 텍스트의 표현 원리

ABSTRACT

Educational Contents of Public Apologies

—Focusing on Acceptance Responses to Apologies

Goo Youngsan

The purpose of this study is to establish the educational contents of public apologies. The language of the act of apology is judged according to whether or not the subject(s) accept(s) the apology. In this study, I focused on a case involving a series of public apologies and identified the factors that influence on the acceptance of apologies in communication process. In cases when an apology becomes meaningful as a linguistic act by being accepted, the principles of expressions of apologies that are accepted are presented as educational contents of public apologies.

KEYWORDS Public Apologies, Education of Public Apology, Acceptance Responses to Apologies, Principles of Expressions in Public Apology Discourse and Text