

송동현의 CRISIS CONSULTANT



Chapter 5. PR INSIGHT I

2024년 주요 위기 유형과 위기 관리 인사이트

항상 한 해를 되돌아보면 다사다난(多事多難) 하다. 2024년도 예외가 아니다. 안타까운 사건 사고도 많았으며 기쁘고 즐거운 소식도 많았다. 위기관리 측면에서 2024년을 되돌아보면 크게 5가지 흐름이 보인다. 기존의 이슈들이 복합적으로 나타나기도 했고 새로운 유형의 위기가 발생하기도 했다. 기업 내부 갈등에서부터 신기술로 인한 이슈까지, 다양한 분야에서 기업들은 위기관리의 중요성을 다시 한번 깨닫고 있다. 주요 위기 유형과 그에 따른 인사이트를 살펴본다.

글 | 송동현 | 명글스푼 대표 | dhsong@minglespoon.com

1. 기업 내부 갈등 표출

수면 하에서 묵혀있던 기업 내부 갈등이 제보 혹은 고발 형태로 이슈화되고 언론과 온라인을 통해 확산됐다. 강자와 약자 구도가 형성되면서 강자 입장에 서게 된 기업이나 개인에게 상대적 비난이 컸다.

스타 셰프 사업가 백종원의 외식 프랜차이즈 브랜드로 뜨거운 관심 속에 11월 6일 코스피 시장에 상장했던 더본코리아는 '연돈볼카츠' 가맹점주 갈등으로 인해 큰 곤혹을 치렀다. 가맹점주와 본사 간의 수익 및 운영 문제로 인해 발생한 갈등이 공론화되면서 주목을 받게 되었고, 결과적으로 브랜드 이미지에도 타격을 입었다. 동물 훈련사 겸 방송인 강형욱의 보듬컴퍼니 갑질 논란도 사내 메신저, CCTV를 통한 직원 감시, 폭언 등의 문제가 전직 직원들을 통해 제기된 사례다. 위기관리 과정에서 초기 대응의 어려움과 해명 과정 논란으로 이슈는 재차 확대되었고 정보통신망법 위반 혐의로 고소당한 건은 아직까지 결과가 나오지 않아 위기가 장기화되고 있다.

최근 기업 내부 구성원들과의 갈등의 핵심은 내부 갈등의 조기 발견과 예방적 관리를 위해 구성원들의 목소리를 적극적으로 듣는 시스템과 문화를 구축하는 것이라 강조한다. 이를 통해 내부 갈등이 외부로 확대 재생산되지 않도록 해야 한다.

구성원들의 불만이 내부에서 제기되고 공유되는 조직은 내부에서 불만이 전혀 표출되지 않는 조직보다 훨씬 건강한 조직이다. 내부에서 불만이 소화되지 않고 막으면 다변화된 미디어 환경 속에서 필연적으로 풍선 효과가 일어난다. 이제 기업 내부 구성원과 결과 중심의 소통에서 과정 중심의 소통으로 방향성 전환을 모색해야 한다.

2. 다양성에 대한 인식과 이해

올 초, 다변화 시대를 맞아 2024년 중요한 위기관리 커뮤니케이션 화두는 다양성(diversity)이라 강조했다. 특히 인종, 젠더, 지역, 연령 차이에 대한 다양한 사회적 변화와 요구를 반영하지 못하고 차별과 비하 논란

을 일으키는 기업 커뮤니케이션은 최근 큰 위기가 되고 있다.

4년 만에 공개한 신차를 홍보하기 위해 제작한 르노 코리아의 유튜브 영상에서 발생한 'ㄱ자' 손가락 남성 혐오 이슈는 최근 현대 자동차로 이어지며 여전히 논란이 계속되고 있다. 유튜브 채널 코미디 분야에서 압도적 1위를 지켜오던 피식대학은 경북 영양군 지역 비하 이슈로 당시 구독자 수 수십만 명이 줄고 주간 조회수도 1,000만 회 가량 급감했다. 구독자가 1,000만 명대인 유튜브 쓰양 채널도 필리핀 결혼이주여성을 흉내내는 코미디언과 함께 찍은 먹방 영상을 지난 2월 올렸다가 필리핀과 동남아시아 비하 논란이 일며 여론의 못매를 맞았다.

이러한 사례들은 다양한 문화와 지역, 계층을 존중하지 않는 커뮤니케이션이 얼마나 빠르게 부정적인 반응을 일으킬 수 있는지 보여줬다. 또한 앞으로 기업과 유명인의 커뮤니케이션은 다양한 사회적·문화적 맥락에 대한 민감성이 향상되어야 한다는 교훈을 준다.

다양한 계층과 문화적 차이를 존중하는 언어와 표현을 사용하는 프로세스가 필요하며, 이를 위해 기업 커뮤니케이션 실무자와 구성원들을 대상으로 한 정기적인 교육과 감수성을 높이는 훈련도 필요하다.

3. 안전

안전은 매년 기업 위기관리 측면에서 중요한 화두이자 철저하게 관리되어야 할 필수 요소다. 하지만 올해도 안타까운 안전사고는 여전히 이어졌다. 특히 중대재해 처벌법이 시행되면서 기업에 안전 책임이 더욱 강조되고 있지만 일부 현장에선 여전히 안전한 기업 환경 조성보다 법적 대응 준비에 더 방점을 둔다.

2월 경기 안성 스타필드 실내 번지점프 시설에서 발생한 이용객 추락 사망 사고는 놀이 시설 안전 관리의 문제를 부각시켰고 벤츠 전기차에서 발생한 폭발 사고는 전기차에 대한 기술적 안전성 문제와 함께 소비자들이 느끼는 불안감을 크게 증폭시켰다.

기업의 제품이나 서비스의 안전 문제가 발생하면 기업

은 곧바로 부정적인 평가를 받을 뿐 아니라 법적 책임 문제도 수반된다. 무엇보다도 소중한 인명 피해는 일어나선 안된다. 안전 이슈는 단순히 리콜이나 보상으로만 해결되지 않고 기업에 대한 신뢰도 하락을 필연적으로 초래한다. 당연한 이야기여서 강조할 필요가 없을 정도로 안전성은 제품 및 서비스 개발 단계부터 철저히 고려되어야 하고 안전 문제에 신속하게 대응할 수 있는 체계와 함께 사후 관리는 언제나 중요하다.

4. 기업의 사회문제 해결 동참 요구

NGO 단체들이 기업들에게 사회적 책임을 요구하는 목소리는 매년 커지고 있다. 지난 5월 새끼동물의 피규어와 함께 성별과 개월수가 적혀 있는 등 핏습의 모습이 재현된 완구가 다이소에서 판매되는 것을 확인한 동물자유연대는 '생명을 돈으로 쉽게 사고 팔 수 있다'는 잘못된 인식을 아이들이 갖게 될 것을 우려해 다이소 측에 문제를 제기했다. 이에 다이소는 즉각적으로 추가생산없는 제품단종을 결정했다.

또한 8월에는 동물자유연대가 파리바게뜨에 케이지프리(동물 복지형) 달걀 사용을 요구했고 파리바게뜨는 앞으로 동물자유연대와 지속적으로 소통하며 내부에서도 논의 절차를 거치는 등 케이지프리 전환에 대해 검토해보겠다는 입장을 밝혔다.

이는 소비자와 시민단체의 요구에 응답하는 기업의 모습을 보여주는 올 한해 대표적 사례다. 이러한 과정과 행동은 앞으로 단순한 사회적 요구로 끝나는 것이 아니라, 기업이 얼마나 적극적으로 환경 문제와 사회적 책임을 실천하는지를 평가받는 중요한 지표가 될 수 밖에 없다.

5. 새로운 기술이 가져오는 새로운 형태의 위기

AI와 같은 신기술의 등장으로 2024년에는 이전에 없었던 형태의 이슈도 발생했다. 미국 레코드산업협회(RIAA)가 소니뮤직과 유니버설뮤직, 워너뮤직을 대표해 생성형 AI 음악 프로그램 제작을 하고 있는 AI 스타트업 수노(Suno)와 오디오(Udio)를 상대로 손해배상 청

구 소송을 한 사례는 국내에서도 AI가 생성한 콘텐츠에 대한 명확한 법적 지위와 보호 장치 마련 요구로 이어졌다.

또한 애플이 인간을 대체할 수 있는 AI의 가능성을 광고에 활용해, 이에 따른 윤리적 문제와 AI의 미래 역할에 대한 논란도 발생했다. 딥페이크 기술은 성범죄에 악용되는 사례가 증가하면서 심각한 사회문제로 떠올랐다. 장난이나 실수가 아닌 강력한 디지털 성범죄로, 이에 대한 처벌을 강화하는 다양한 법안들이 논의되고 있다.

AI와 같은 신기술의 발전은 새로운 형태의 법적 및 윤리적 문제를 야기하고 있다. 기술의 발전은 새로운 기회를 제공하지만 동시에 예상치 못한 위험도 수반한다. 기업이 신기술을 도입할 때에는 신기술이 미치는 사회적 영향을 고려해 기술의 윤리적 측면과 법적 규제를 철저히 검토해야 한다. 신기술에 대한 보여주는 혁신이 아닌 '책임 있는 혁신'을 추구해야 한다.

2024년의 위기 유형들은 기업들이 보다 다양한 방면에서 준비되어 있어야 함을 여실히 보여준다. 내부적으로는 조직 문화와 커뮤니케이션을 강화하고, 외부적으로는 사회적 책임과 윤리적 기준을 준수해야 한다. 위기관리의 핵심은 위기가 일어나지 않게 하는 '철저한 예방'과 일어났을 때 피해를 최소화하는 '신속한 대응'이다.

다가오는 2025년에도 변화하는 환경 속에서 지속 가능한 성장을 위해 위기관리 전략을 재정비해 보자.



필자 | 송동현

송동현 대표는 2013년 국내 최초로 온라인·소셜 이슈 관리 컨설팅사인 밉글스푼(minglespoon)을 설립한 이후 대표 컨설턴트로서 디지털 이슈 및 위기관리 커뮤니케이션 서비스 전반을 리드하고 있다.