

## 공적 사과문 텍스트의 구조 분석

김정선(한양대)

**Kim, Jungsun. 2015. Analysis of Structure in Public Apology Text. *Textlinguistics* 38.** This study analyzed the structure of public apology statement texts and explored their expression features. The structure of public apology texts consists largely of text title, addresser, sender and receiver, body, date & sender. Text titles are realized as the expressions to reveal directly that they are apology and those not to. Sender is a being responsible for the issue and receiver is an object of apology. The expression for sender and receiver was selected according to the intension of the sender. The body consists of apology content explanation, apology expression, problem solution suggestion and promise of recurrence prevention, and the expressional characteristic appearing in them was determined by the sincerity of sender.

〈Key Words〉 public apology, text title, text structure, sender, receiver, body

### 1. 머리말

본 연구의 목적은 공적 사과문 텍스트의 구조와 언어 표현의 특징을 살펴보는 데에 있다. 사회를 구성하는 개인 혹은 집단은 다양한 관계 속에서 여러 가지 상황에 놓이게 된다. 때로는 물질적, 정신적 피해를 입히기도 하고, 사

회적으로 위반이 되는 행위를 하기도 하는데, 이때 필요한 것이 사과이다. 특히 현대는 매체의 발달로 개인이나 집단의 잘못이 순식간에 퍼져 나가고 여론을 형성하며 또 하나의 파워를 형성할 수 있기 때문에 개인이나 집단의 입장에서 실수나 위반 등 잘못된 행위에 대한 ‘사과’를 하지 않고는 견디기 힘든 사회이다. 공적인 위치에 있는 경우는 더욱이 그러해서 ‘사과문’이라는 형식의 텍스트를 근래에는 자주 접하게 된다.

‘사과’에 대해서는 여러 학문 분야에서 접근이 이루어졌다. 먼저 사회학 분야에서는 기업, 정치인, 행정기관 등의 사과문을 대상으로 수사 전략, 위기 관리 전략을 분석하는 연구(Benoit 1995, Coombs 1998, 김영옥 2003, 최유정 2012), 문화 변수와 관련지어 한국의 사과 문화 특성을 고찰하는 연구(임태섭 1994, 박성희 2001) 등이 있다.<sup>1)</sup> 언어학 분야에서는 ‘사과’를 화행론적 측면에서 중점적으로 다루고 있다(김인규 2008, 손세모들 2012). 화행은 한 언어 사회의 문화를 익히는 데에 필요한 바탕이 되는 요소로 다른 문화적 배경을 가진 사람이 학습해야 하는 필수적 교육 내용이어서(전정미 2010), 관습화된 의사소통 방식인 사과 화행 전략은 외국어 교육 현장에서 활발히 연구가 이루어졌다.<sup>2)</sup>

사과의 ‘전략’과 ‘화행’을 분석한 앞선 논의들은 문장(발화)을 수행 단위로 보고 있다.<sup>3)</sup> 특히 언어학적 관점에서의 사과 화행에 대한 연구는 개인 간의 구어에 집중되어 있다. 사과의 수행 방식이 전달 매체에 따라 대화, 동영상, 대자보, 신문광고, 공문, 이메일 등 다양함에도 불구하고 언어학에서는 대화 이외의 수행 방식에는 큰 관심을 갖지 않았다. 매체의 다양화로 인해 사과 방식도 변하고 있는 시점에서 요즘 빈번하게 접하게 되는 사과문 텍스트를 본 연구에서는 분석하고자 한다. 개별 문장을 전략의 관점에서 파악하기보

1) 전략의 관점에서 연구하는 논의들은 사과문에 대한 선호도, 반응 등을 주요 주제로 하였다. 백진숙(2006), 조수영·이민우(2009) 참조.

2) 서경희(2000), 김인규(2008), 손세모들(2012) 등 참조.

3) 최유정(2012:39)에서는 사과문의 코딩 단위를 문장으로 하여 처리하였다.

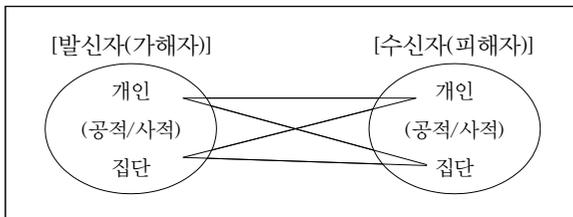
다는 하나의 구조를 지닌 텍스트로 보고 그 구조를 밝히고 이에 나타난 문장 연속체의 표현적 특징이 무엇인지를 살펴보고자 한다. 동일한 문장도 텍스트 내에서의 위치에 따라 수신자에게 전달되는 메시지가 다를 것이기 때문이다. 사과문 텍스트의 구조를 분석하기에 앞서 사과문 텍스트의 유형에 대해 정리하여 본 연구에서 다루는 사과문의 범위를 규정하고자 한다.

본 연구에서는 공적인 관계에서 발생하는 사과문 텍스트를 대상으로 분석한다. 분석 자료는 2013년 1월부터 2014년 12월까지의 자료 30개로, 자료의 수집은 포털사이트에서 '사과, 사과문'이라는 검색어를 입력하고 나온 결과 가운데 기업, 공공기관 등 공적 주체가 수행한 사과문을 추려 선정하였다.

## 2. 사과문 텍스트의 유형

사과문 텍스트의 유형은 여러 분류 기준에 의해 구분이 가능하다. 사과문 텍스트의 발신자와 수신자가 누구인지, 사과문 텍스트의 전달 매체가 무엇인지, 사과 내용이 무엇인지, 사과 횟수가 몇 번인지 등 여러 관점에서 설정할 수 있다.

먼저 사과문 텍스트의 발신자와 수신자는 주체가 지닌 성격에 따라 세분화된다. 개인인지 집단인지, 공공성을 지닌 주체인지 등에 따라 아래와 같이 유형화가 가능하다.



〈그림 1〉 사과문 텍스트 주체의 성격에 따른 유형

- ① 개인(공적)-개인(사적)
- ② 개인(공적)-개인(공적)
- ③ 개인(공적)-집단
- ④ 개인(사적)-개인(사적)
- ⑤ 개인(사적)-개인(공적)
- ⑥ 개인(사적)-집단
- ⑦ 집단-개인(공적)
- ⑧ 집단-개인(사적)
- ⑨ 집단-집단

①-⑥은 발신자가 개인이고, ⑦-⑨는 집단이다.<sup>4)</sup> 이 가운데 집단이 공적 개인에게 보낸 사과문의 예를 보이면 (1)과 같다.

(1) 0000 주식회사 초상권(퍼블리시티권 포함) 침해 공식사과문<sup>5)</sup>

수신: 0000 주식회사

1. 귀사의 무궁한 발전을 기원합니다.

2. 저희 XXXX는 2014년 4월 22일 우편등기로 발송 온 0000 주식회사의 연예인 초상권 침해 중단 요청에 대해 공식적인 사과 공문을 통해 사과의 뜻을 밝히고자 합니다.

3. 2012년 2월 1일 포스팅한 000의 웨딩 화보에서 000의 초상권(퍼블리시티권 포함)이 있는 사진을 올려 공식 사과문 올립니다.

4. 절대 고의적으로 영리 목적 사용이 아님을 밝히며 신속한 삭제 처리 및 공식 사과문을 공지하는 바입니다.

5. 본 블로그는 영리 목적 이외에 이웃 간의 친목을 위한 취지도 있으며 해당 포스팅도 이와 같은 목적이었기에 불손한 이득을 행사하고자 함이 없었음을 밝히는 바입니다.

---

4) 이들의 구체적인 사례를 들어 보면, ①은 연예인이나 정치인 등의 공인이 개인(팬, 일반인)에게 무례하게 행동한 경우, ②는 공인 사이의 말실수, ③은 공인이 특정 직업에 대한 비하 발언(모 정치인의 여자 아나운서에 대한 비하 발언), ④는 일반인 사이에서 일어나는 실수나 잘못, ⑤는 개인(팬)이 연예인에게 함부로 하거나 막말한 경우, ⑥은 개인(사적)이 공공장소에서 잘못된 경우(지하철 진상남녀) 등이 있다. ⑦의 예로는 집단이 공인에게 잘못된 경우(기업의 연예인 초상권 무단 사용), ⑧은 기업이나 공공 기관이 개인에게 명백한 피해를 준 경우, ⑨는 기업이나 공공 기관이 개인(일반인)을 대상으로 잘못된 경우 등이 있다.

5) 본 연구의 분석 자료는 온라인에 공개된 것이지만 자료를 제시할 때에 기관명, 인명은 익명으로 처리하고, 지명, 상품명 등은 필요에 따라 일부 노출한다.

6. 이에 XXXX는 귀사의 소중한 지적재산권 권리보호를 위해 초상권(퍼블리시티권 포함)을 절대 침해하지 않도록 노력하겠습니다.

2014년 4월 24일 XXXX

(1)은 기업이 연예인의 사진을 무단 사용하여 초상권 침해에 대한 사과문을 발송한 것으로, 발신자는 집단, 수신자는 개인(공적)이 된다.

사과문의 발신자와 수신자 특성은 사과 수행 방법에 영향을 미친다. 사과 수행 매체와 밀접한 관련이 있기 때문이다. 사과 수행 방법은 음성 언어와 문자 언어를 기본 매체로 하여, 개인(사적) 간의 면대면 상황에서는 음성 언어로 수행하게 되며, 개인(공적)이나 집단이 발신자와 수신자는 되는 경우에는 기자 회견, 인쇄매체(신문, 영상<sup>6)</sup>, 대자보, 홈페이지 공지, 이메일 발송, SNS 등 다양한 매체를 활용하여 형식화된 방법으로 수행하게 된다. (2)는 이메일, (3)은 홈페이지 공지를 통해 전달된 사과문이다.

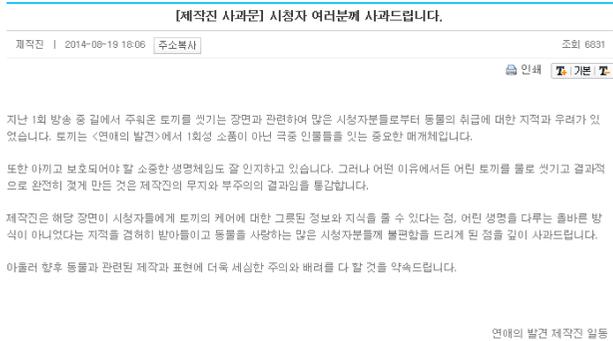
(2)

○ 【롯데카드】 고객님께 사과드립니다. | 관련문지급액  
④ 보낸사람 : 롯데카드 14.01.23 19:04 주스(주) | 수신인



6) 미국의 제트블루(Jet Blue Airways), 마텔(Mattel), 도미노피자(Domino's Pizza)는 불미스러운 사고가 생기자 CEO들이 직접 나서 동영상을 통해 대중에게 사과해 크게 효과를 보았다 (김호 · 정재승 2011: 60).

(3)



(2)는 기업이 발신자이며, 고객이 수신자가 되는 상황으로 이메일을 통해 사과를 수행하고 있으며, (3)은 방송국이 발신자이며, 시청자가 수신자가 되는 상황으로 방송국 홈페이지의 공지사항에 사과문을 게시하여 사과를 수행하고 있다.

사과 내용이 무엇인지는 사과를 유발한 행위의 종류에 따라 달라진다. 사회학이나 언론학에서는 이를 ‘위기’라 칭하며 위기 유형을 구분하고 있다. Coombs & Holladay(2004)가 SCCT이론에서 제시한 기업의 위기 유형은 ‘자연재해(Natural disasters), 제품훼손(Product tampering), 위반(transgression), 사고(accidents)’로 구분한다.<sup>7)</sup> 위기 유형화는 조직의 입장에서 보면 위기를 효율적으로 예방하고 준비할 수 있도록 하는 시도이다. (4)는 사고, (5)는 위반

7) Coombs & Holladay(2004)에서 구분한 위기의 유형을 요약하면 다음과 같다.

자연재해	사람의 의지로 통제할 수 없는 사건. 즉 기업이 사업과정에서 자연의 불가항력적인 힘 때문에 의도하지 않았지만 공중에게 피해를 주는 상황. 의도적이지 않고, 기업이 통제하기 어려운 상황.
제품훼손	기업 내부가 아닌 외부인으로 인해 일어난 제품의 훼손과 그로 인해 공중이 겪을 수 있는 위기의 한 종류. 조직에 약간의 책임이 존재함.
위반	기업의 법률적인 위반, 기업 내부 인재로 인한 리콜 등. 기업이 알면서도 잘못이나 위기 상황을 은폐한 경우. 위기의 책임은 기업에 있는 상황.
사고	조직이 의도하지 않았지만 기술적으로 문제가 있어 생기는 제품의 리콜 등을 포함. 나쁜 의도는 없었다 해도 서비스 및 제품 관리에 심각한 결함이 있는 경우로 기업의 관리 소홀 등의 책임이 있음.

의 예이다.

(4) 무엇보다 먼저 피해복구에 최선을 다하겠습니다.

전남 여수시 낙포동 원유 2부두에서 벌어진 싱가포르 국적의 우이산호 충돌 유류 유출 사고로 인해 국민 모두의 마음에 걱정과 우려를 끼쳐드린 점, 진심으로 사과드립니다.

피해주민에 대한 빠른 보상과 완벽한 방제작업 마무리로 피해지역 주민들이 이번 일의 상처를 잊고 다시 일어설 수 있도록 관계 기관과 협조하여 최선의 노력을 다하겠습니다.

특히 추운 날씨에도 아낌없이 땀을 흘려주시는 자원봉사자와 해경, 여수시 및 국군장병 등 관계 기관 여러분의 큰 도움도 잊지 않고 마음 깊이 새기고 있습니다.

아울러, 이러한 불의의 사고가 재발하지 않도록 관계 기관과 함께 총력을 기울이는 한편, 우리나라 석유수급에도 차질이 없도록 최선을 다하겠습니다.

0000 (주) 대표이사 000 임직원 일동

(5) 00식품 고객 여러분 심려를 끼쳐드려 사과 말씀 드립니다.

저희 00식품은 '시리얼 제품'관련 언론 보도로 그간 저희 제품을 애용해 주신 고객 여러분께 심려 끼쳐드린 점에 대해 깊이 사과드립니다.

식품의약품안전처에서는 14일 그래놀라 파파야 코코넛, 오레오 오즈, 그래놀라 크랜베리, 아몬드 후레이크 4개 품목의 특정 유통기한 제품에 대해 잠정 유통·판매 금지한다고 밝혔습니다.

이에 00식품은 해당 유통기한 제품뿐만 아니라 4개 품목 전체에 대하여 식약처의 조사결과가 발표될 때까지 유통·판매되지 않도록 즉시 조치하였습니다.

00식품은 진행 중인 관계 당국의 조사에 적극적으로 협조할 것이며, 고객여러분들께서 저희 제품을 안심하고 드실 수 있도록 식품 안전과 품질 관리에 만전을 기하겠습니다.

이번 일로 인하여 고객 여러분들께 우려를 끼쳐드린 점 다시 한 번 깊이 사과드립니다.

2014년 10월 16일 0000 임직원 일동

(4)는 유조선이 접안하는 과정에서 송유관을 들이받아 배관 안에 있던 기름이 바다로 흘러 들어간 ‘사고’에 대한 사과문이다. (5)는 생산하는 과정에서 자체 품질검사를 통해 대장균군을 확인하고도 곧바로 폐기하지 않고 오염 제품을 다른 제품들과 섞어 완제품을 만든 혐의가 포착돼 판매 중단 조치를 받았고, 이에 대해 발표한 사과문으로 ‘위반’에 대한 사과문이다.

사과는 대개 잘못에 대해 한 번 사과하는 것으로 끝나지만 여러 번 사과해야 하는 경우도 발생한다. 첫 사과가 효과를 얻지 못한 경우이다.

(6) 〈1차 사과문〉 (2014. 10. 28.)

부적절한 음원 사용에 대해 진심으로 사과드립니다.

‘비정상회담’ 제작진입니다.

10월27일 비정상회담 17회 방송 중 일일비정상 일본 대표의 등장 배경 음악으로 부적절한 음원이 사용된 점 진심으로 사과드립니다.

이는 음악 작업 중 세심히 확인하지 못한 제작진의 실수이며 향후 유사한 일이 발생하지 않도록 더욱더 주의를 기울이도록 하겠습니다.

부적절한 음원이 사용된 것에 대해 다시 한 번 시청자 여러분께 진심으로 사과드리며 좀 더 노력하는 ‘비정상회담’ 제작진이 되겠습니다.

(7) 〈2차 사과문〉 (2014. 10. 28.)

시청자 여러분께 진심으로 사과드립니다.

0000 ‘비정상회담’ 제작입니다.

(중략)

‘비정상회담’ 제작진은 우리와 함께 사는 세계 여러 나라 국민들에 대한 이해의 깊이를 더하고, 프로그램의 기획 의도를 실천하기 위해서라도 향후 보다 신중하게 제작에 임해야 한다는 점을 마음 깊이 느끼고 있습니다. 진심을 담아 사과 말씀을 드립니다.

(8) 〈3차 사과문〉 (2014. 10. 31.)

시청자 여러분께 진심으로 사과드립니다.

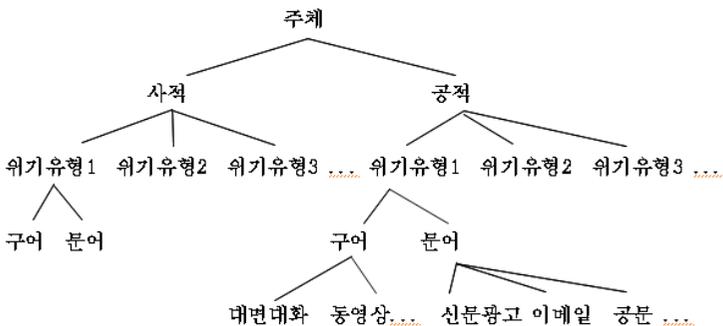
0000는 ‘비정상회담’1회(7월 7일 방송)와 17회(10월 27일 방송)에 일본

대표 등장시 기미가요를 사용해 국민 정서를 해치고, 또 시청자 여러분들을 불편하게 해드렸습니다. 깊이 반성하며 진심을 다해 사과드립니다.

0000는 금번 사태의 심각성을 인지하며 '비정상회담'의 책임 프로듀서 겸 연출자를 보직해임 및 경질하기로 했습니다. 기미가요를 배경음악으로 채택한 프리랜서 음악감독에 대해서도 해당 프로그램과 관련된 모든 업무 제약 파기 결정을 내렸습니다. (후략)

(6)-(8)은 부적절한 음원 사용에 대한 사과이다. 처음 발표한 (6)의 사과문이 시청자들은 충분하지 않다고 판단하여 재차 항의하는 사태가 이어지자 거듭 사과문을 발표하였다.

지금까지 사과문의 유형 구분을 위한 기준들을 살펴보았는데, 이들 기준 가운데 사과문 텍스트의 구조와 표현에 일차적으로 작용하는 요인은 사과의 주체라 판단된다. 사과 주체의 성격에 따라 사과 방법이 결정되기 때문이다. 또한 사과 내용 즉 위기 유형도 사과 방법, 사과 표현 등에 영향을 미칠 것으로 예상된다.<sup>8)</sup> 따라서 이들을 종합하여 사과 주체를 가장 상위의 기준으로 설정하고, 위기 유형(사과 유발 행위), 사과 방법 등을 계층적으로 설하여 사과문 텍스트의 유형을 도식으로 나타내 보면 다음과 같다.



〈그림 2〉 사과문 텍스트의 유형

8) 사과문 텍스트에 대한 유형학적 관점에서의 논의는 후고로 미룬다.

본 연구에서는 <그림 2>에서 제시한 사과문의 유형 중 사과문 텍스트의 발신자(가해자)가 공적 집단인 경우를 대상으로 분석한다.<sup>9)</sup>

### 3. 공적 사과문 텍스트의 구조와 언어 표현의 특징

#### 3.1. 전체 텍스트 구조

공적 사과문 텍스트는 텍스트 제목, 인사, 발신자, 수신자, 본문, 날짜 등으로 구성된다. 이들 중 제목과 본문은 모든 사과문에서 나타났으며, 그 밖의 요소들은 수의적으로 나타났다.<sup>10)</sup> (9ㄱ)은 모든 요소가 출현한 사과문 텍스트의 구조이고, (9ㄴ)은 제목과 본문만이 출현한 사과문 텍스트의 구조로 이들의 구체적인 예는 (10), (11)과 같다.

- (9) ㄱ. 제목+수신자+인사+발신자+본문+날짜&발신자
- ㄴ. 제목+본문

(10) 0000 개인정보 유출에 대한 안내 및 사과의 말씀  
 고객님 안녕하세요. 0000입니다.

저희 0000은 고객님의 소중한 개인정보를 안전하게 보호, 관리하고자 최선의 노력을 다해왔으나 이중 일부가 침해되는 사고가 발생하였습니다. 이유 여하를 불문하고 많은 분들께 심려를 끼쳐 드리게 된 점, 먼저 진심으로 사과 드립니다.

확인 결과, 유출되니 내용은 2010년 10월8일 이전 0000 홈페이지에서 온라인 회원으로 가입한 고객님의 개인정보(이름,주민등록번호,전화번호,이동전화번호,주소,이메일,홈페이지 아이디,비밀번호,가입일)입니다. 매장에서 회원으로 가입하신 고객님의 개인정보는 전혀 포함되지 않은

---

9) 개인(사적)-개인(사적)인 관계에서는 사과문 텍스트보다는 구어를 통한 사과 행위가 발생하게 된다.

10) ‘발신자, 수신자’라는 용어는 이정복(2002), 이은경(2003)의 연구에서 참고함.

것으로 확인됐습니다.

개인정보 유출 여부 및 항목은 아래의 개인정보유출확인'을 클릭하면 바로 확인하실 수 있습니다. 개인정보를 불법 수집한 용의자는 검거됐으며, 유출경로와 시기는 현재 경찰 조사 중입니다.

0000은 경찰의 수사에 적극 협력하면서 고객님의 발생할 수 있는 피해를 예방하고 유사 사례를 방지하기 위해 이 건을 최우선으로 모든 조치를 다 하고 있습니다. 아울러 당사는 유출 사실을 인지한 후 개인정보 유관기관 긴밀하게 협조, 대응하고 있습니다.

현재 0000은 고객님의 개인정보 보호를 위해 개인정보보호법과 정보통신망에서 제시한 모든 보안관련 사항을 엄격히 준수하고 있습니다. 2012년 고객님의 정보를 누구도 알아낼 수 없도록 모든 고객DB를 암호화했으며, 보관 중이던 모든 주민등록번호는 폐기하였습니다. 또한 GS인증, 국정원 검증 모듈 인증, FIPS 국제 인증을 획득한 보안 솔루션을 적용하는 등 철두철미한 관리체계를 구축하고 있습니다.

추가적인 문의 및 피해 신고는 0000 개인정보 전용 콜센터(080-012-7878-)1번입력)로 연락 주시면 성심을 다하여 처리하여 드리겠습니다.

다시는 그 어떤 불의의 사고도 발생하지 않도록 정보관리에 더욱 만전을 기하겠습니다.

0000을 믿고 사랑해 주시는 고객님의 다시 한 번 진심으로 사과드립니다.

2014년 4월 16일 0000 임직원 일동

#### (11) 00산 복숭아꽃 축제 취소 사과문

여객선(세월호) 침몰사고에 따라 국민적 애도에 동참하기 위해 이번 4월 20일에 열리는 00산 복숭아꽃축제가 취소되었음을 알립니다. 저희 원미구에서는 이번 축제가 취소 된 것에 대해 축제에 참여를 원하고 관심이 있던 분들에게 깊은 사과의 말씀 드립니다.

자료에서는 위의 두 경우 이외에 텍스트를 구성하는 요소들의 출현 양상은 (12)-(15)에 보는 바와 같이 다양하게 나타난다.

- (12) ㄱ. 제목+본문+날짜&발신자  
    ㄴ. 제목+본문+인사+발신자  
    ㄷ. 제목+본문+발신자
  
- (13) ㄱ. 제목+수신자+인사+본문+날짜&발신자  
    ㄴ. 제목+수신자+인사+발신자+본문  
    ㄷ. 제목+수신자+본문+날짜&발신자  
    ㄹ. 제목+수신자+인사+본문  
    ㅁ. 제목+수신자+본문
  
- (14) ㄱ. 제목+발신자+본문+발신자&날짜  
    ㄴ. 제목+발신자+본문+인사+발신자  
    ㄷ. 제목+발신자+본문
  
- (15) ㄱ. 제목+인사+발신자+본문+인사+날짜&발신자  
    ㄴ. 제목+인사+발신자+본문+인사  
    ㄷ. 제목+인사+본문+날짜&발신자

제목 다음에 본문이 바로 나타나는 (12)의 예들은 분석 자료 가운데 17개로 절반 정도를 차지하였고, 나머지는 (13)과 같이 수신자나, (14)와 같이 발신자를 밝히거나, (15)와 같이 인사를 한 후 본문을 제시하고 있다. 사과문 텍스트에서는 사과 내용 설명과 사과를 수행하는 본문이 가장 중요하기 때문인 것으로 보인다. 텍스트 말미에 나오는 날짜와 발신자는 편지의 보내는 날짜와 보내는 사람과 유사한 기능을 하는 것으로 판단되는데 자료에서는 7개의 사과문에서만 볼 수 있어 사과문 텍스트의 필수적인 요소로 보기는 어렵다.

이상과 같이 다양하게 실현되는 전체 구조 중에서 주요 요소로 파악되는 제목, 발신자와 수신자, 본문, 날짜&발신자를 하나하나 살펴보기로 한다.

### 3.2. 제목

사과문 텍스트에는 대체로 제목이 있고, 제목은 해당 텍스트의 기능을 알려주어 모든 사과문에 필수적으로 나타나는 요소이다. 제목에는 발신자의 사과문에 대한 여러 태도를 추론할 수 있는 표현들이 들어있다. 제목은 명사구형, 문장형으로 구분할 수 있는데, 자료에서는 명사구형이 17개, 문장형이 12개 나타난다.<sup>11)</sup> 먼저 명사구형 제목부터 살펴보면, 텍스트 제목에 ‘사과문’임을 직접적으로 드러내는 표현이 포함된 것과 그렇지 않은 것이 있다. 명사형으로 사과문임을 드러내는 제목에는 ‘사과문’이라는 정보 이외에 발신자나 수신자를 명기하여 사과와 주체나 대상이 누구인지를 분명히 드러내거나 사과 내용을 포함하기도 한다.

#### (16) ㄱ. ‘사과문’

- |                |                       |
|----------------|-----------------------|
| ㄴ. 발신자+‘사과문’   | 예) 00 유업 공식 사과문       |
| ㄷ. 수신자+‘사과문’   | 예) 00군민께 드리는 사과문      |
| ㄹ. 사과 내용+‘사과문’ | 예) 00산 복숭아꽃 축제 취소 사과문 |

(16ㄱ)과 같이 ‘사과문’이라는 텍스트 기능만을 보여주는 경우가 있고, 여기에 발신자를 표시하여 (16ㄴ)과 같이 제시하는 경우도 있다. 수신자를 제목에 드러내는 경우에는 (16ㄷ)과 같이 존칭의 조사를 사용하는 것이 특징이다. (16ㄹ)은 사과문을 작성하게 된 이유 즉 사과 내용을 제목에 직접적으로 드러내는 예이다. 또한 ‘사과문’이라는 표현과 함께 사과에 대한 태도를 추가하여 드러내기도 한다. (16ㄴ)과 같이 개인적 입장이 아닌 회사의 ‘공식’ 입장이라는 것을 분명히 드러내고자 ‘공식 사과문’이라고 제목을 작성하기도 한다.

한편, 문장형으로 표현할 때에는 문장 어미에 높임 표현이 실현된다. (17)에서 보는 바와 같이 ‘하십시오’체를 선택하여 사과문의 수신자에게 높임의 태도를 보인다. 문장형은 (18)에서와 같이 ‘고객님, 시청자 여러분, 00식품

11) 1개는 자료 수집 과정에서 누락되어 파악이 어려운 것이다.

고객 여러분'과 같이 사과문의 수신자를 드러낸다. 수신자를 제목에 드러낼 때에는 존칭의 조사 '께'와 높임의 어휘 '말씀', '드리다', 부사어 '머리 숙여', '진심으로' 등을 사용하여 정중한 사과 태도를 보여준다.

(17) 진심으로 사과드립니다

(18) ㄱ. 고객님의게 사과드립니다

ㄴ. 시청자 여러분께 진심으로 사과드립니다

ㄷ. 00식품 고객 여러분 심려를 끼쳐드려 사과 말씀드립니다

명사구형은 17개 중 수신자가 제목에 드러난 경우가 3개였으나, 문장형은 12개 중 7개에서 수신자가 제목에 드러나고 있어 차이를 보였는데, 이러한 차이는 문장 어미의 높임 표현이 지닌 기능과 관련한 것으로 보인다.

지금까지 사과문이 직접적으로 텍스트 제목에 드러난 경우를 살펴보았는데, 사과문임을 드러내되 '안내문'이라는 표현을 함께 드러내기도 한다.

(19) ㄱ. 개인정보 유출에 대한 안내 및 사과의 말씀

ㄴ. 00카드 고객 안내문(사과문)

(19ㄱ)은 '안내 및 사과', (19ㄴ)은 '안내문(사과문)'이라는 표현을 통해 사과를 두드러지지 않게 보이려는 의도가 있음을 추측할 수 있다. 물론 이들 사과문에 수신자가 이후 취해야 할 행동에 대한 정보가 안내되어 있어 '안내, 안내문, 알려드립니다'라는 표현을 사용할 수 있겠다. 그러나 정보 배치 측면에서 보면 '사과'와 '안내' 중 발신자에게 현저하거나 적극적인 요소를 우선적으로 배치한 결과이고 여기에서 사과를 수행하는 발신자의 태도를 엿볼 수 있다.<sup>12)</sup>

12) 이는 임지룡(2008)에서 설명한 어순과 맥을 같이 한다. 임지룡(2008:213)에서는 "인지의 출발점이 자아 중심적인 경향성을 반영한 것이다. ... 지각적으로 더 현저한 요소가 앞자

마지막으로 사과문임을 직접 드러내지 않는 경우가 있다. (20)은 명사구형의 예이고, (21)은 문장형의 예이다.

(20) ㄱ. 반려견 조사 관련 구청장 답변

ㄴ. [알려드립니다] 119호 0000 문의에 대해

ㄷ. 00항공 뉴욕발 인천행 항공기 승무원 하기 관련 입장 자료

(21) ㄱ. 무엇보다 피해 복구에 최선을 다하겠습니다

ㄴ. 서비스 정상화 안내드립니다

ㄷ. 000 매직팬터 '플레이그라운드' 행사에 참여해 주신 모든 분들께 진심으로 감사드립니다.

(20), (21)에 제시된 제목을 보면, (20ㄱ), (20ㄴ)은 사과문의 전달 형식이 이메일이나 게시판 문의 등이어서 이에 대한 답변에 해당하기 때문인 것으로 보이고, (20ㄷ), (21ㄷ)은 '사과문'임을 굳이 드러내지 않으려는 의도로 작성한 것으로 보인다.<sup>13)</sup> 반면에, (21ㄱ), (21ㄴ)은 문제 해결에 초점을 두고 텍스트 제목을 표현한 것으로 해석된다. 이러한 제목은 발신자의 태도가 사과 내용을 인정하고 있는지 등에 따른 것으로 보인다.

### 3.3. 발신자와 수신자

사과문 텍스트의 발신자는 문제에 대해 책임을 지닌 존재이고, 수신자는 피해를 입은 대상으로 사과문 텍스트의 제목, 본문 등을 통해 발신자와 수신자를 확인할 수 있다. 먼저 사과문의 발신자는 발신자의 회사명, 직책, 이름

리에 놓이며 덜 현저한 요소가 뒷자리에 놓이는데, 이것은 우리가 현저하거나 적극적인 요소에 우선적으로 주의를 집중하는 경향성을 반영한 것이다."라고 설명한 바 있다.

13) (27ㄷ) 사과문을 요구했던 피해자는 블로그에 해당 사과문을 게시하고 덧붙여 텍스트 제목에 대문자로 '죄송합니다'가 아니라 '감사드립니다'가 들어가 있는지 의문을 제기하였다.

등으로 드러날 수 있다.

(22) ㄱ. 00코리아입니다.

ㄴ. 지난 주말 아이폰6 시장 과열 관련 00텔레콤 입장입니다.

(23) ㄱ. ...군의회를 대표하는 의장으로서 ...

ㄴ. 0000 주식회사 대표이사입니다.

ㄷ. 00 블로그 담당자입니다.

(24) ㄱ. (주) 0000 대표이사 000입니다.

ㄴ. 저는 000도서를 출간하는 브랜드 '0000'를 책임지고 있는 000이라고 합니다.

공적 사과문에서의 발신자는 (22)의 회사명, (23)의 조직에서의 직위, (24)의 직위와 실명 등으로 분명하게 발신자를 표시하는 경우가 대부분이다. 명시적인 발신자 표시는 문제에 대한 책임 소재를 드러내 준다는 점에서 적극적인 사과 태도로 해석된다.

그러나 사과의 주체, 즉 발신자를 명시적으로 드러내지 않기도 한다. 사과의 수행 동사가 서술어로 나타나지만 주어가 생략된 채 사과문의 발신자를 내세우지 않는 것이다.

(25) 이번 고객정보 관련 사고로 고객님께 걱정을 끼쳐드려 대단히 죄송합니다.

(25)에서는 '죄송하다'의 서술어로 사과를 수행하는 문장에서 주어가 생략되어 발신자를 명시적으로 드러내지 않고 있다. (25)는 이메일로 발송된 사과문으로 발송자에 '00카드'라는 정보가 있지만 텍스트 제목인 '고객님께 사과드립니다'와 사과문의 첫 문장인 (25)에서 발신자인 주어가 생략되어 있다.

이때의 생략 현상은 특정 정보를 의도적으로 생략함으로써 회피의 기능을 수행하는 것으로 볼 수 있다.<sup>14)</sup> 즉 사과의 주체를 각인시킬 필요가 없기 때문에 의도적으로 생략한 것이다.

사과의 주체는 문제 원인과 깊은 관련이 있어 사과의 진정성을 보여주는 중요한 요소가 된다.<sup>15)</sup> 발신자는 문제의 원인이자 해결 방안의 주체이므로 이를 명확히 설정하는 것은 매우 중요하다. 발신자 표시는 문제에 대한 정확한 분석과 판단을 필요로 하며 이를 근거로 앞으로의 해결 방안 제시, 재발 방지 약속 등을 말할 수 있기 때문이다.

사과문의 수신자는 문제의 피해를 입은 개인 혹은 집단으로 피해자가 분명한 경우에는 수신자를 구체적으로 밝힌다.

- (26) ㄱ. 축제에 참여를 원하고 관심이 있던 분  
 ㄴ. 이번 고객 정보 관련 사고로 고객님께  
 ㄷ. 우선 00 시즌2를 예약구입하신 여러분들에게

(27) MIRIYA☆님이...

(26), (27)은 해당 문제로 인해 피해를 보는 대상자가 구체적인 경우이다. 특히 (27)은 수신자인 특정 개인에게 이메일로 사과문을 발송한 예이다.

수신자는 문제의 성격에 따라 범위가 달라지는데 앞서 살펴본 예들이 피해의 구체적인 대상이 정해져 있는 경우라면, 이와 달리 (28)은 피해자가 특정 집단으로 정해지지 않은 경우이다.

14) 박청희(2013:65-66)에서는 생략의 기능을 '경제성, 간명성, 결속성, 강조성, 회피성'으로 파악하였다.

15) 최근 사회적으로 이슈가 되었던 모 항공사 관련 사건에서도 문제를 일으킨 사람이 아닌 기업의 이름으로 사과문이 발표되어 더욱 논란이 된 바 있다. 관련기사 <http://sbscnbc.sbs.co.kr/read.jsp?pmArticleId=10000708728>

- (28) ㄱ. 국민 여러분께
- ㄴ. 존경하는 군민 여러분!
- ㄷ. 시청자 여러분께
- ㄹ. 많은 이용자들께 ...

주로 정치적인 사건이나 공공의 사건, 피해자가 다수인 경우에는 ‘국민, 군민, 시청자, 많은 이용자’ 등 대중이 수신자가 된다.

피해의 대상인 수신자를 표시하며 문제의 범위를 축소하기도 한다.

- (29) 00텔레콤은 지난 3월 20일 일부 고객 분들에게 발생한 서비스 장애로 인해 불편을 드린 점 진심으로 사과드립니다

(29)에서는 서비스 장애가 고객 중 ‘일부’에게 발생한 문제라고 설명하여 피해 범위를 한정하고 있다.

발신자는 잘못을 인정하고 수신자에게 용서를 구해야 하는 처지이기에 수신자와의 우호적인 관계를 강조하며 이를 언어 표현에 반영한다. 수신자가 발신자에게 우호적인 관계를 지니고 있다는 전제를 바탕으로 수신자를 표현하는 것이다.

- (30) ㄱ. 실망을 안겨드린 모든 분들께
- ㄴ. 000 제품을 사랑해 주시는 모든 분께

(30ㄱ)에서는 수신자가 평소 신뢰하고 있던 기업이었는데 해당 기업의 잘못으로 실망을 주었다는 표현을 사용하여 수신자와 발신자의 관계를 설정하고 있다. (30ㄴ)에서도 해당 기업의 제품을 구매한 사람들 ‘사랑해 주시는 분’이라 칭하며 호의적인 관계에 있다고 표현하고 있다. 수신자가 발신자에게 어떤 태도를 지니고 있는지 알 수 없음에도 이러한 전제를 사용하여 관계를 설정하고 있다.

### 3.4. 본문

사과문 텍스트의 본문은 크게 '사과 내용 설명, 사과 표현, 문제 해결 의지 표명, 재발 방지 약속' 등을 내용으로 한다. 자료에서는 이들 중 '사과 내용 설명'과 '사과 표현'은 모든 사과문에 필수적으로 나타났고, '문제 해결 의지 표명'과 '재발 방지 약속'은 수의적으로 나타났다. 본문에 이들 내용이 모두 출현할 경우의 제시 순서는 '사과 내용 설명, 사과 표현, 문제 해결 의지 표명, 재발 방지 약속' 순인 경우가 많으나 고정적인 순서로 보이지는 않는다.<sup>16)</sup> 그리고 이들 네 가지 내용 이외에 수신자에게 추가로 제공하는 여러 정보나 부탁, 책임 소재 등 기타 내용으로 분류할 수 있는 내용들도 존재한다.

#### (1) 사과 내용 설명

사과문의 사과 내용은 먼저 어떤 문제로 사과하게 되었는지를 기술하는 것으로, 이때 문제를 어떻게 보는지에 대한 인식이 반영되어 있다. 문제를 규정짓는 표현이나 정보량 등에서 이를 파악할 수 있다.

- (31) ㄱ. 000의 고유 색상 2색(브라운/아이보리)의 원단을 제작하면서, 섬유의 화학적 특성인 이염 현상(원단간의 색상 차로 인해 짙은 색상이 옅은 색상으로 전이되는 현상)이 생겨 일부 판매된 제품에서 외관상의 문제가 발생한 점, 소비자 분들께 머리 깊이 숙여 사과드립니다.
- ㄴ. 전남 여수시 낙포동 원유 2부두에서 벌어진 싱가포르 국적의 우이산호 충돌 유류 유출 사고로 인해 국민 모두의 마음에 격정과 우려를 끼쳐드린 점, 진심으로 사과드립니다.
- ㄷ. 우선 오렌지1호를 이용해 주시는 모든 고객님들께 깊은 감사를 드리며, 유통스케줄 조정 및 감속운행으로 인해 불편을 드리게

16) '사과 내용 설명'과 '사과 표현'을 기본으로 나머지 내용은 수의적이며 이들 내용 이외의 기타 내용들이 불규칙적인 순서로 출현하고 있었는데, 변인에 따른 결과인 것으로 예상된다. 이들에 대해서는 후고로 미루기로 한다.

된 점 진심으로 사과드립니다.

(32) 국민 생활에 즐거움과 위안을 드려야 할 프로 야구단의 일원으로 서 해서는 안 될 짓을 해서 심려를 끼쳐 드리고 걱정을 안겨 드린 데 대해 머리 숙여 깊이 사죄드립니다.

(31ㄱ)-(31ㄷ)은 ‘외관상의 문제, 유류 유출 사고, 운항 스케줄 조정 및 갑속 운항으로 인해 불편’ 등으로 문제를 표현하며 이에 대해 구체적으로 기술하고 있다. 문제에 대한 구체적인 설명은 잘못에 대한 정확한 파악을 토대로 하기 때문에 사과의 진정성을 높이는데 기여한다. 나아가 사과 내용을 설명하며 (32)에서와 같이 잘못에 대한 발신자 스스로의 반성적 태도를 포함하기도 한다.

한편, 위와 같이 구체적인 기술을 하지 않고 발신자 나름대로 문제를 규정하거나 문제를 부각시키지 않는 표현으로 대신하여 설명하기도 한다.

(33) ㄱ. 고객님의 개인정보 보호에 최우선으로 노력해 왔으나, 불의의 사고로 00교육의 회원정보가 유출된 사실을 확인하였으며, 이에 대하여 머리 숙여 진심으로 사과드립니다.

ㄴ. 승객 분들께 불편을 끼쳐드려 사과드립니다.

‘불의의 사고’, ‘불편’ 등의 표현은 발신자의 잘못이 의도치 않았음을 강조하거나 구체적인 설명이 빠진 채 포괄적으로 언급하는 것이다. 사과 내용에 대한 이러한 설명은 발신자 측에서 볼 때 공적 집단의 잘못을 드러내는 것이 꺼려지기 때문이지만 수신자에게는 진정할 사과로 다가오기 어려운 사례이다.

더 나아가 잘못에 대한 정보를 노출하지 않으려는 의도로 부정적 인상을 주는 표현을 쓰지 않는 예들도 있다.

(34) 저희 00식품은 '시리얼 제품' 관련 언론 보도로 그간 저희 제품을 애용해주신 고객 여러분께 심려 끼쳐드린 점에 대해 깊이 사과드립니다.

식품의약품안전처에서는 14일 그래놀라 파파야 코코넛, 오레오 오즈, 그래놀라 크랜베리 아몬드 후레이크 4개 품목의 특정 유통기한 제품에 대해 잠정 유통, 판매 금지한다고 밝혔습니다.

이에 00식품은 해당 유통기한 제품뿐만 아니라 4개 품목 전체에 대하여 식약처의 조사 결과가 발표될 때까지 유통, 판매되지 않도록 즉시 조치하였습니다.

(34)의 사과문을 통해서서는 기업이 어떤 잘못을 하였는지를 파악할 수 없다. 현재 벌어진 사태에 대해 '시리얼 제품 관련 언론 보도'라고 명명해 문제라는 인식이 들지 않도록 표현하였다. 해당 기업의 문제에 대한 배경 정보가 없는 상태에서 (34)의 사과문을 보면 오히려 '즉시, 대상의 확대' 등의 표현에서 기업이 문제 해결에 적극적으로 대처하는 인상을 주고 있지만, 정작 소비자에게 어떤 문제로 사과하는지에 대해서는 구체적 정보를 제공하고 있지 않다. (34)의 기업은 대장균군이 포함된 시리얼을 판매하여 식품의약품안전처로부터 유통, 판매금지 조치를 당하였다. 그러나 사과문에는 이를 '시리얼 제품 관련 언론보도', '특정 유통기한 제품'이라고 표현하여 기업에 대한 부정적 이미지를 환기시키는 표현을 드러내지 않고 있다.

발신자의 잘못을 드러내는 부담스러운 일인 사과는 공공의 대중에게 잘 알려진 기업이나 기관의 대표가 업무 수행에 문제가 있었다는 것을 의미하므로 사과 내용을 기술하며 잘못을 최소화시키는 표현을 사용하게 된다. 잘못이나 실수를 제시하기 전에 업무를 충실히 수행하고 있었다는 정보를 먼저 제시하는 것이다.

(35) ㄱ. 국민의 생명과 국가의 안위를 책임지는 정보기관으로서 임무를 완수하기 위해 각고의 노력을 다해 왔으나, 일부 직원들이 증거 위조로 기소되는 있을 수 없는 일이 벌어진 것에 대해 원장으로

서 참담하고, 책임을 통감하고 있습니다.

ㄴ. 지난 주말 아이폰6 시장 과열 관련 00텔레콤 입장입니다. ‘단말기 유통구조 개선법’ 시행 이후 00텔레콤은 법을 시장에 안착시키기 위해 노력했습니다. 하지만, 지난 주말 아이폰6 출시에 따른 사업자간 과열 경쟁 등으로 인해 시장의 혼란이 우려되는 상황이 벌어졌습니다.

이통신장 선도사업자로서 이러한 상황 변화에 충분히 대비하지 못하고, 일부 판매점 등에서 발생한 편법 영업으로 인해 결과적으로 많은 이용자들께 불편과 혼란을 끼친 점에 대해 죄송스럽게 생각합니다.

(35)의 예들은 모두 사과 내용을 설명하기에 앞서, ‘각고의 노력을 다해왔으나’, ‘시장에 안착시키기 위해 노력했습니다’와 같이 기관이나 위치에 맞게 충실히 노력하였음을 언급한 후 문제에 대해 기술하고 있다. 또한 (35ㄱ), (35ㄴ)에서는 ‘일부’라는 표현을 통해 문제를 축소시키고 있고, (35ㄴ)에서는 ‘판매점’의 책임임을 지적하여 본사와의 거리를 두는 태도를 보여주고 있다. 이러한 표현들은 문제에 대한 책임을 최소화하려는 의도가 숨어있는 것으로 해석된다.

문제를 설명하여 문제의 피해가 크지 않음을 부가적으로 설명하기도 한다. 이러한 설명도 기업 혹은 제품의 이미지 훼손을 최소화하려는 의도에서 출발한다.

(36) 원단의 이염 현상은 제품을 사용하시는데 미관상 약간의 불편함을 초래할 수는 있으나 원단 자체의 성능이나 강도에 영향을 미치는 것은 아닙니다. 또한 자체 조사 결과 현재까지 접수된 000 2룸들의 이염 현상은 판매량 대비 극소량으로 집계되고 있고, 제품 자체의 성능과 품질에는 아무런 문제가 없는 것으로 나타났습니다.

(36)에서는 문제를 기술하였지만 문제에 대해 인정을 먼저 한 후, 성과와

품질에는 문제가 없다고 설명하고 있다.

문제를 기술하며 자연스럽게 드러나게 되는 것이 문제 발생의 원인과 이에 대한 책임이다. 위의 예처럼 축소하기 표현이나 거리두기 표현으로 책임을 부각시키지 않기도 하지만, 아래 (37)과 같이 책임을 회피하는 표현을 사용하기도 한다.

(37) 최근 000 119호 OOOOS 코너에 게재된 XXX의 사진과 관련하여 팬 여러분의 문의가 많았습니다.

저희의 편집 방침에는 그 어떠한 의도나 악의도 담겨 있지 않았습니다. XXX와의 여러 차례 협업에서 만족스러운 결과물을 얻고, 그들의 애티튜드에 대한 훈훈함을 전했던 것 또한 000이었음을 굳이 강조할 필요가 있을지 모르겠습니다.

000이 의도한 바는 아니었지만, 이 모든 불필요한 논란과 오해가 000이 게재한 사진 한 장에서 비롯되었다는 점에 대해 깊은 안타까움과 미안한 마음을 전합니다.

(37)은 사과문이라는 텍스트 제목으로 공지된 글이지만 수신자들이 제기한 문제를 ‘불필요한 논란과 오해’로 받아들이며 ‘의도적’이지 않았다는 것을 강조하여 잘못에 대한 설명과 사과라기보다는 발신자의 입장만을 강변하고 있다. 수신자에 대한 이해가 부족하여 사과문으로서의 기능을 제대로 수행하기 어려운 글이다.<sup>17)</sup>

위와는 반대로, 책임을 인정하는 예도 분석 자료에서 볼 수 있다.

(38) 이번 사태의 원인은 연재 상태의 원고를 작가님께서 출판을 위해 수정, 보강해 주신 부분(2권 10화)을 저희가 제대로 반영하지 못해서 발생

17) 실제 이 사과문에 대해 수신자는 ‘사과문 같지도 않은 사과문?’이라는 반응을 보였다. 해당 사건은 ‘오해를 살 만한 사진이 아니라 ‘오해를 사게 한’ 사진이며, 실수를 했다면 진심으로 사과하고 만회하기 위해 실천해야 하는 것인데 이런 노력이 사과문에 전혀 보이지 않고, ‘불필요한 논란과 오해가 아니라 허위 사실을 유포한 것’이라 주장하고 있다.

한 것으로, 모든 책임은 전적으로 저희 '재미주의'에 있습니다. 모든 질책은 작가님이 아니라 저희 0000에게 해 주시기 바랍니다.

(38)에서 발신자는 문제의 원인이 출판사 측에 있다며 '모든 책임은 전적으로 저희 0000에 있습니다'라고 표현하며 책임을 인정하고 있다.

## (2) 사과 표현

사과 내용 설명과 함께 사과문에서 반드시 나타나는 것이 사과 표현이다. 사적인 개인 간의 사과에서는 명시적 사과 표현인 '사과하다'의 수행동사나 '미안하다, 죄송하다, 입이 열 개라도 할 말이 없다' 등의 관용 표현이 사용되는 것에 비해,<sup>18)</sup> 공적 집단의 사과문에서는 수행 동사 '사과하다'가 주로 사용된다. 본 연구의 분석 자료 30개 중 1개를 제외하고는 모두 '사과하다'류의 수행 동사가 나타난다. 다음은 그 예이다.

(39) ㄱ. 사과드립니다.

- ㄴ. 사과 말씀 드립니다./사과의 말씀을 드립니다.
- ㄷ. 사과의 뜻을 밝히고자 합니다./사과의 뜻을 전합니다.
- ㄹ. 사죄드립니다.

(40) ㄱ. 깊이 사과드립니다./깊은 사과의 말씀 드립니다.

- ㄴ. 깊이 반성하며 진심을 다해 사과드립니다.
- ㄷ. 머리 숙여 사과를 드립니다./머리 숙여 사과의 말씀을 드립니다.
- ㄹ. 진심으로 사과드립니다./진심으로 사과의 말씀부터 올립니다./진심으로 사과의 말씀을 드립니다./진심으로 사과의 말씀을 올립니다/진심을 담아 사과 말씀을 드립니다.
- ㅁ. 머리 깊이 숙여 사과드립니다./머리 숙여 깊이 사과드립니다./

---

18) 이혜용(2010: 152)에서는 사과 화행이 '수행적 표현, 감정 표현, 관용표현+사실 표현, 평가 표현+(관용 표현)' 등의 언어적 수행 형식으로 실현된다고 하였다.

머리 숙여 진심으로 사과드립니다./진심으로 고개 숙여 사과  
드립니다.

(41) ㄱ. 거듭 사과드립니다./다시 한 번 사과드립니다.

ㄴ. 다시 한번 진심으로 사과드립니다./다시 한번 깊이 사과드립니다.  
다시 한번 머리 숙여 사과드립니다.

(39)~(41)은 공적인 집단의 사과문이므로 높임법은 모두 ‘하십시오체’를 사용하고, ‘드리다, 올리다, 말씀’의 높임 표현 어휘를 사용한다. (39ㄷ)에서의 ‘사죄’라는 표현은 단순한 실수를 넘어서 법률에 위반되는 행위에 대한 용서를 빈다는 어감이 강한 표현이다.<sup>19)</sup> ‘사과하다’의 수행 동사는 (40)에 보는 바와 같이 다양한 수식어와 같이 사용되는데, 사과를 행위적 측면에서 관용적으로 표현한 ‘머리 숙여’와 심적 측면에서 표현한 ‘진심으로’가 주로 나타나며, 사과의 정도를 보여주는 ‘깊이’ 등이 쓰인다. 또한 강조의 의미로 이들 수식어가 둘 이상 결합하여 출현하기도 한다.<sup>20)</sup> 하나의 사과문 텍스트에 사과 표현은 한 번 이상 출현하기도 하는데, 이때는 (41)에서와 같이 ‘다시 한번, 거듭’ 등의 표현이 부가된다.

자료에서는 ‘죄송하다, 미안하다, 죄스럽다’ 등의 사과 표현도 볼 수 있다.

(42) ㄱ. 깊은 안타까움과 미안한 마음을 전합니다.

ㄴ. 죄송합니다./대단히 죄송합니다./정말 죄송합니다.

19) ‘사과하다’와 ‘사죄하다’의 사전적 의미는 각각 ‘자기의 잘못을 인정하고 용서를 빌다’와 ‘지은 죄나 잘못에 대하여 용서를 빌다’로 차이가 있다.

20) 미국을 중심으로 한 영어권에서 사과, 혹은 유감을 뜻하는 단어는 apologize(사과하다), regret(유감으로 생각하다), sorry(미안하다) 등으로, 정교하게 계산된 양과 질의 사과를 전달하는 각기 다른 단계의 말들이 사안에 맞게 선택되어 사용된다. 이 말들은 또다시 deeply(심심하게) 혹은 very(매우) 등 부사가 붙는 세부 단계로 구분되어 상황에 따라 적절히 구사된다. 이 단어를 중요한 잣대로 법적 책임의 문제로, apologize는 법적 책임과 재정적 보상을 수반하는 가장 강도 높은 단어이고, regret은 법적 책임을 수반하지 않는 사과, sorry는 그보다 미약한 단계의 사과를 뜻한다.

- ㄷ. 죄송스럽게 생각합니다./머리 숙여 죄송하단 양해말씀부터 드립니다.
- ㄹ. 더욱 죄스러운 마음을 금할 길이 없습니다.
- ㅁ. 제발 부탁드립니다, 제발 저를 용서해 주세요.

자료에서 ‘미안하다’는 (42)가 유일한데, ‘미안한 마음’이라는 관형어로 사용되었다. ‘미안하다’는 상대가 화자와 같거나 낮은 위치의 사람일 때 사용되는 데 반해, ‘죄송하다’는 상대가 화자보다 윗사람일 때 쓰여 ‘미안하다’보다는 무거운 느낌이 드는 표현이다. ‘죄송하다’가 (42ㄴ)에서는 ‘하십시요체’로 실현되고 있으며, (42ㄷ), (42ㄹ)에서는 부사어, 관형어로 사용되고 있다.<sup>21)</sup> (42ㅁ)에서와 같이 ‘용서해 주세요’라는 구어적 표현이 쓰이기도 한다.

눈여겨 볼만한 사과 표현 중의 하나는 아래 (43)에 제시한 ‘유감, 유감스럽다’이다.

- (43) ㄱ. 고객에게 혼란과 불편을 끼쳐드린 점에 대해 깊은 유감의 뜻을 표합니다.
- ㄴ. 심히 유감스럽게 생각합니다.

‘유감(遺憾)’은 사전에서 ‘마음에 차지 아니하여 섭섭하거나 불만스럽게 남아 있는 느낌’이라는 의미를 지닌 어휘로 사전적 의미로 볼 때는 사과의 의미를 담고 있다고 보기 어려운 표현이다.<sup>22)</sup> 본 연구에서 분석한 자료에서도 위의 경우에서만 ‘유감, 유감스럽다’는 표현으로 사과를 수행하고 있었다.

---

21) 이정복(2008: 185)에서는 지위 차이가 작거나 비슷할 때 ‘미안하다’가 주로 사용되는데, 잘 모르거나 심리적 거리가 먼 경우 ‘죄송하다’가 쓰이기도 한다고 지적하고 있다.

22) 국립국어원의 온라인 가나다(2012. 8. 6.)에서도 ‘유감을 표하다’의 ‘유감’을 현재 사전 뜻풀이대로 쓰고 있는지, 그 이상의 다른 뜻으로 쓰고 있는지는 단정하기 어려우며, 특정 기관에서 사용할 때는 그 기관에서 정한 방식에 따라 단어를 사용한다고 보았다.

### (3) 문제 해결 의지 표명

사과 내용을 기술하고 사과를 한 다음 단계는 문제 해결 방안을 제시하는 것이다. 문제를 개선하겠다는 의지 표명을 한 후 재발을 방지하겠다는 약속을 하는 것이다. 이때 문제를 해결하고자 하는 방안의 구체성이 중요하다. (44)는 구체적인 해결 방안을 제시하는 예이다.

(44) 이번 사건에 대한 사법당국의 조사결과에 따라 군의회에서는 해당 의원에 대해 조치 가능한 강력한 조치를 취할 것이며, 자정 노력을 통한 청렴한 의회로 군민들께서 부여해주신 의회의 막중한 책무를 다하기 위해 최선을 다하겠습니다.

특히 해당 돼지농장은 그동안 많은 민원제보가 있는 만큼 00군 집행부에게 주민들이 호소하는 악취 및 토양오염이 있는지에 대해 확실한 현지 조사 및 전문환경연구소 등에 조사 의뢰 할 것과 향후 민원이 발생하지 않도록 철저한 행정적 감시·감독을 하도록 강력히 요구하겠습니다.

또한 지방세 체납건에 대해 해당의원들에게 확인한바 억울한 사유 등도 있었지만 공인으로서 모범을 보여야 하는바 이유 여하를 막론하고 모두 조속히 해결토록 요구하였습니다.

구체적이지 않은 해결방안은 수신자에게 사과의 효력을 발휘하지 못한다.

(45) 행사 초반에 고객님들의 불편에 대해 대응이 미흡했던 부분에 대해 깊이 반성하고, 고객님들의 애정 어린 질책을 교훈 삼아 다음번에는 더 나은 모습으로 찾아뵙도록 더욱 많이 노력하겠습니다.

(45)는 ‘노력하겠습니다’라는 포괄적인 표현으로 문제 해결 의지를 보이고 있지만 어떤 노력을 어떻게 할지에 대해서는 언급하지 않아 의지를 보인 것으로 그치고 만 인상을 준다. 문제 해결 의지 표명에는 발신자의 행동 의지를 강하게 전달하기 위해 선어말 어미 ‘-겠.’이 주로 사용된다.

사과문에 제시하는 문제 해결 방안은 문제의 원인, 상황 등에 대한 발신자가 인식을 보여준다.

(46) 00원은 이번 일을 계기로 그동안의 수사 관행을 다시 한 번 점검하고 과거의 잘못된 관행을 완전히 뿌리 뽑아 다시는 이런 일이 반복되지 않도록 뼈를 깎는 개혁을 추진해 나갈 것입니다.

이를 위해, 시대 상황과 정보환경의 변화에 부응하지 못한 낡은 수사관행과 절차의 혁신을 위해 TF를 구성해서 강도 높은 쇄신책을 마련하겠습니다.

과학화된 수사 기법을 발전시키고, 강력한 구조조정을 통해 00원 본연의 업무인 대공 수사능력을 한층 더 강화하겠습니다.

또한 어떠한 경우에도 적법한 절차에 의한 엄격한 자기통제 시스템을 구축하여 국민의 신뢰를 회복하도록 최선의 노력을 다해 나가겠습니다.

(46)에서는 문제를 해결하기 위한 ‘개혁을 추진한다’고 발표하였으며 구체적으로 ‘과학화된 수사기법과 강력한 구조조정’을 실시하겠다고 하였다. 이러한 해결 방안에는 문제 원인을 ‘낡은 수사 기법’으로 파악하였음을 알 수 있다.

#### (4) 재발 방지 약속

해결 방안 제시와 함께 동일 문제가 발생하지 않도록 약속하는 표현도 사과문에서는 중요한 요소이다.

(47) 이와 함께 임직원들의 인성교육시스템을 재편하고 대리점과 관련한 영업환경 전반에 대해 면밀히 조사해 이번과 같은 사례가 결코 재발하지 않도록 엄중한 조치를 취하겠습니다.

(47)과 같이 구체적인 문제 해결 의지 표명과 함께 제시하는 재발 방지

약속은 발신자가 문제에 대한 책임있는 태도를 지니고 있음을 보여준다.

재발 방지 약속에 사용되는 표현은 아래 (48)-(50)의 형식이 관습적으로 사용되고 있다.

(48) ㄱ. 이번과 같은 사례가 결코 재발하지 않도록 엄중한 조치를 취하겠습니다.

ㄴ. 향후에는 절대 이러한 문제가 발생하지 않도록 엄중히 조치하겠습니다.

(49) ㄱ. 아울러 향후 동물과 관련된 제작과 표현에 더욱 세심한 주의와 배려를 다 할 것을 약속드립니다.

ㄴ. 앞으로는 좀 더 주의해서 게시글을 올릴 것을 약속드립니다.

ㄷ. 이번 일을 계기로 더 좋은 방송 콘텐츠 생산에 최선의 노력을 기울일 것이란 약속을 드립니다.

(50) ㄱ. 다시는 그 어떤 불의의 사고도 발생하지 않도록 정보관리에 더욱 만전을 기하겠습니다.

ㄴ. 고객여러분들께서 저희 제품을 안심하고 드실 수 있도록 식품 안전과 품질관리에 만전을 기하겠습니다.

(51) ㄱ. 앞으로 다시는 이런 일이 되풀이되지 않도록 000으로서 책임지겠습니다.

ㄴ. 다시는 이런 일이 발생되지 않고, 더욱 신뢰받는 000가 되도록 모든 노력을 다하겠습니다.

ㄷ. 향후 유사한 일이 발생하지 않도록 더욱더 주의를 기울이도록 하겠습니다.

ㄹ. 향후 동일 사례가 반복되지 않도록 하겠습니다.

(48)에서는 ‘엄중한 조치를 취하겠습니다’, (49)에서는 ‘약속(을) 드립니다’,

(50)에서는 ‘만전을 기하겠습니다’, (51)에서는 ‘책임지겠습니다, 노력을 다하

겠습니다, 주의를 기울이도록 하겠습니다’ 등이 빈번하게 사용되고 있다. 이들 표현에서는 ‘앞으로, 다시는, 향후’와 같은 부사로 미래의 행위에 대한 의지와 ‘재발, 이런 일, 이번과 같은 사례, 유사한 일, 동일 사례’ 등의 명사구 표현으로 현재 문제가 된 사건이 반복되지 않도록 함을 약속하고 있다.

위의 관습적인 표현 외에도 사자성어나 관용표현을 가지고 재발 방지 약속을 드러내기도 한다.

(52) ㄱ. 팬 여러분 그리고 야구인 여러분, 롯데 자이언츠는 이번 일을 계기로 환골탈태하겠습니다. 뼈를 깎는 각오로 반드시 팬 여러분과 야구인 여러분의 사랑 받는 구단으로 거듭나겠습니다. 지켜봐 주십시오.

ㄴ. 우리 이래도 괜찮을까? 하는 두려움도 있습니다. 하지만 외양간을 방치하고 서비스 근간인 우리 편의 신뢰를 잃는 것이 더 두렵습니다. 안심하고 카톡 쓰는 그날을 기약하며..

(52ㄱ)에서는 ‘환골탈태’하겠다는 의지로 ‘거듭나겠다’는 약속을 하고 있으며, (52ㄴ)에서는 ‘소 잃고 외양간 고치기’의 일부인 ‘외양간을 방치하고’라는 표현으로 ‘외양간을 방치하지 않고 문제를 해결해 신뢰를 잃지 않도록 하겠다’는 의지를 간접적으로 표현하고 있다. 앞서 문제 해결 의지를 드러내고 말미에 (52ㄴ)의 내용을 덧붙인 것이다. 기존의 사과문 형식에서 보면 매우 파격적이지만 IT기업이 가진 참신성을 무기로 공식적이며 딱딱한 느낌을 덜어낸 솔직한 심정을 드러내는 방식으로 재발 방지를 약속하고 있다.<sup>23)</sup>

### (5) 기타

사과문 텍스트에는 앞서 살펴본 본문을 구성하는 내용 이외에도 추가로

23) IT 기업의 경우 기존의 공식적 사과문 형식에서 벗어나 수신자와의 편안한 소통 형식을 취하는 경우도 있었다. 카카오 특

나타나는 내용들이 있다. 국가나 조직이 처해있는 상황·특수성, 개인적 경험 등 다양한 내용이 사과문에 포함되어 있다. 이러한 내용들은 사과문으로서의 기능을 강화시키기도 하지만 오히려 약화시키기도 한다. (53)은 정부기관의 사과문으로 현재의 국가적 환경에 대한 언급을 덧붙이고 있다.

(53) 000 00원장 ‘증거 조작’ 대국민 사과문<sup>24)</sup>

(전략)

존경하는 국민 여러분!

국가 안보는 국민들의 안위와 직결된 무엇과도 바꿀 수 없는 소중한 것입니다. 지금 한반도를 둘러싼 환경이 매우 엄중합니다. 북한의 미사일 발사와 NLL 도발, 4차 핵실험 위협이 이어지고 있고 다량의 무인기에 의해 우리 방공망이 뚫린 엄중한 시기에 국가 안보의 중추기관인 00원이 이렇게 흔들리게 되어 참으로 비통한 마음입니다.

국민 여러분의 질타와 비판을 겸허하게 받아들여 앞으로 국민이 신뢰하고 의지할 수 있는 최고의 정보기관으로 거듭날 것을 약속드립니다.

이 위중한 시기에 국정원이 환골탈태해서 새로운 기틀을 마련할 수 있도록 국민 여러분께서 기회를 주시길 간곡히 부탁드립니다.

(53)은 인용된 부분에 앞서 사과 내용 설명과 문제 해결 방안을 제시한 후 나오는 내용이다. 현재의 한반도 상황을 매우 엄중하고 위중하다고 규정하며 해당 기관이 국가 안보의 중추기관임을 암시적으로 전달하고 있다. 이러한 내용은 사과 내용과 직접적으로 관련은 없지만 사과 주체가 지닌 사회적 위치의 중요성을 지적하며 사과 내용을 받아들일도록 유도하고 있다.

또 다른 예로는 기업의 현재의 상태에 대한 소개, 개인적 의견 등으로 구성된 내용이 추가된 경우이다.

(54) 성장하는 아이들도 자라다 보면 실수도 많이 하고 실수를 하면서

24) 단락 구분은 연구자가 조정한 것임.

자신의 부족한 점도 깨달으며 더욱 성숙하고 성장하게 됩니다. 기업도 마찬가지라 생각됩니다.

00은 사회적 책임을 다하는 기업으로써 정직하고 성실하게 고객 분들에게 신뢰를 주는 믿음 있는 기업으로 더욱 성장하고자 매일 노력하고 있습니다.

지난 1년 반이라는 00의 성장을 MIRIYA☆님도 지켜보셨으니 00이 고객 분들을 위해 얼마나 노력하고 보완해 나가고 있는지 아실 수 있으실 것이라 생각합니다.

(55) 저도 현재 집에 유기견을 입양하여 8년째 같이 생활하고 있어서 000님의 그 심정을 누구보다 잘 알고 있습니다. 얼마나 비통하고 마음이 아프시겠습니까? 이제 그만 대박이를 좋은 곳으로 보내주시는 것이 어떻겠습니까?

요즘 올라오는 담당자를 질책하는 글을 읽다보면 마음이 너무나도 무겁습니다.

비단 우리 직원이기 때문이 아니라 반려견 업무 담당자도 누군가의 가족이고 사랑을 받는 사람이니 않겠습니까? 대박이를 사랑하는 마음으로 너그럽게 용서해 주시길 부탁드립니다.

그리고 이글을 읽는 모든 분들께도 부탁드립니다. 반려견 업무담당자는 공무원 생활을 시작하지 이제 갓 2년을 넘긴 젊은 직원입니다. 유기견주에게 대박이 사진을 찍어 전송해 주인이 대박이를 인수하도록 하였다지만 이 한 번의 실수로 인해 징계를 받고 많은 분들의 질책으로 평생 마음속에 상처를 안고 살아갈 것입니다.

이제 비난과 질책은 이만 접고 주민을 위해 봉사할 수 있는 공무원이 될 수 있도록 격려가 필요한 시기라 보여집니다.

(54)는 발신자인 해당 기업이 부족한 점이 많지만 ‘고객 분들을 위해 노력하고 보완해 나가고 있다’며 자화자찬을 늘어놓고 있다. (55)도 공무원의 잘못으로 반려견을 잃게 된 수신자에게 보내는 공적인 사과문임에도 문제를 일으킨 공무원의 입장을 대변하는 의견을 드러내고 있어 사과문으로서의 기

능을 약화시키고 있다. 또한 위로가 아닌 ‘이제 그만 대박이를 좋은 곳으로 보내주시는 것이 어떻겠습니까?’라는 강요로 느껴지는 표현까지 사용하고 있다. 더욱이 수신자의 문제 제기를 ‘비난과 질책’으로 인식하고 있어 적절치 못한 사과문이라 볼 수 있다.

### 3.5. 날짜&발신자

사과문을 마무리하며 날짜와 발신자를 분명하게 밝히는 경우가 있다. 분석 자료 가운데 절반가량에서 날짜와 발신자가 나타난다.

- (56) ㄱ. 2013년 12월 5일 00군의회의장 000
- ㄴ. 2014년 4월 16일 0000 임직원 일동
- ㄷ. 2014. 1. 20. 00카드 대표이사 000 드림
- ㄹ. 2014년 4월 12일 0000 임직원 일동 드림
- ㅁ. 2014년 8월 27일 (주) 0000 대표이사 000 배상

(57) 00유업 대표이사 배상 2013년 5월 4일

- (58) ㄱ. 00000 (주) 대표이사 000 임직원 일동
- ㄴ. 000 임직원 일동 배상

날짜와 발신자를 모두 적기도 하고, 날짜는 생략한 채 발신자만을 적기도 한다. 날짜와 발신자 순으로 나타나기도 하고, 발신자가 먼저 나타나기도 하여 순서가 일정하지 않다. 발신자의 이름 뒤에는 ‘배상, 올림, 드림’ 등을 써서 예의를 갖추는 모습을 보이고 있다.<sup>25)</sup>

25) 국립국어원(2011)의 <표준언어예절> 편지 서식에서는 편지 끝부분에 보내는 날짜를 쓰고 보내는 이의 이름을 쓴 뒤에 ‘배상, 상서, 배백’ 등을 쓴다. 높여야 할 개인에게 쓰는 편지의 서명란에는 정중히 예를 갖추는 것이 전통적인 예의이므로 ‘00 올림’과 ‘00 드림’으로 쓰는 것이 바람직하다.

지금까지 살펴본 공적 사과문 텍스트의 기본 구조를 도식화하면 <그림 3>과 같다.



<그림 3> 공적 사과문 텍스트의 기본 구조

#### 4. 맺음말

본 연구에서는 공적 사과문 텍스트의 구조를 분석하고 표현 특징을 살펴 보았다. 공적 사과문 텍스트의 구조는 크게 '텍스트 제목', '발신자와 수신자', '본문', '날짜&발신자'로 구성되었다. '텍스트 제목'은 사과문임을 직접적으로 드러내는 표현과 그렇지 않은 표현으로 실현되었으며, 명사구형과 문장형으로 구분되었다. 특히 문장형에서는 '-하십시오'체를 선택하여 사과문의 수신자에게 높임의 태도를 보였다. 다음으로, '발신자'는 문제에 대한 책임을 지닌 존재로, 명시적인 발신자 표시는 문제에 대한 책임 소재를 드러내 준다는 점에서 적극적인 사과 태도로 해석되었다. '수신자'는 사과를 받는 대상으로 문제의 성격에 따라 수신자의 범위가 달라진다. 수신자에 대한 표현 중에는 문제의 범위를 축소하기 위해 '일부' 등의 어휘를 사용하기도 하였다. 또한 발신자는 잘못을 인정하고 수신자에게 용서를 구해야 하는 처지이기에 수신

자와의 우호적인 관계를 강조하며 이를 언어 표현에 반영하기도 하였다. '본문'은 '사과 내용 설명', '사과 표현', '문제 해결 방안 제시', '재발 방지 약속'으로 구성되었으며 이들 중 '사과 내용 설명'과 '사과 표현'은 모든 사과문에 필수적으로 나타났고, '문제 해결 의지 표명'과 '재발 방지 약속'은 수의적으로 나타났다. '사과 내용 설명'에서는 문제를 규정짓는 표현이나 정보량 등에서 문제를 어떻게 보는지에 대한 인식을 파악할 수 있었다. '사과 표현'은 거의 모든 사과문에서 '사과하다'의 명시적 수행 동사가 '-하십시오'체로 실현되었다.

사과문 텍스트는 근래 들어 우리 사회에서 자주 접할 수 있는 텍스트이다. 사회적 관계에서 필요한 텍스트임에도 불구하고 사과문에 대한 국어학, 국어교육학에서의 관심은 적은 편이다. 본 연구 결과가 사과문 텍스트의 해석, 교육 등에 활용되기를 기대한다.

## 참고문헌

- 게리 채프먼·제니퍼 토머스/김태곤 옮김(2007), 5가지 사과의 언어, 생명의 말씀사.  
국립국어원(2011), 표준언어예절.  
김병홍(2014), “대통령 사과담화문의 언어 전략 분석,” *우리말연구* 38, 123-151.  
김영옥(2008), 위험, 위기 그리고 커뮤니케이션, 이화여자대학교출판부.  
김영옥(2011), “병합 100년, 일본은 사과했는가?,” *언론과 사회* 19-1, 75-113.  
김영옥·성현정·장유진(2014), “한국인의 위기 커뮤니케이션과 체면의 영향력,” *한국PR학회* 18-3, 155-184.  
김용운(1986), 일본인과 한국인의 의식 구조, 한길사.  
김인규(2008), “대학 사회에서의 한국어 사과 화행 연구,” *한국언어문화학* 5-1, 195-234.  
김호·정재승(2011), 쿨하게 사과하라, 어크로스.  
박성희(2001), “공문으로서의 사과문의 수사학적 상황 비교 분석,” *이화여대 사회과학 연구논총* 7, 215-236.  
박청희(2013), 현대국어의 생략 현상 연구, 고려대 박사학위논문.  
백진숙(2006), “기업 사과광고 메시지 유형에 대한 탐색적 연구 및 공중의 반응 분석,” *2006한국광고홍보학회 춘계학술대회*, 89-109.  
서경희(2000), “화행이론과 외국어교육,” *외국어교육연구* 14, 25-49.  
손세모들(2012), “한국어와 중국어의 사과 표현 대조 연구,” *국제어문* 55, 183-249.  
이성만(2005), “사과행위의 예에서 본 공손성의 제 양상,” *텍스트언어학* 18, 145-171.  
이은경(2003), “공지문 텍스트의 구조와 기능,” *텍스트언어학* 15, 225-253.  
이정복(2002), “전자편지 텍스트의 구조와 기능,” *텍스트언어학* 12, 93-118.  
이정복(2008), *한국어경어법, 힘과 거리의 미학, 소통*.  
이혜용(2010), *한국어 정표 화행 연구, 이화여대 박사학위논문*.  
임지룡(2008), “한국어 의미 연구의 방향,” *한글* 282, 195-234.  
임태섭(1994), “체면의 구조와 체면 욕구의 결정 요인에 대한 연구,” *한국언론학보* 32, 207-247.  
전정미(2006), “사과 행위의 표현 양상,” *담화와 인지* 13-3, 167-187.  
조국현(2007), “인터넷 ‘댓글’의 텍스트유형학적 연구,” *텍스트언어학* 23, 203-230.  
조수영·이민우(2009), “위기 유형에 따른 사과문 선호도 연구,” *홍보학 연구* 13-2, 99-132.

- 최유정(2012), 한국 공적사과문의 수사학적 특성 연구, 이화여대 석사학위논문.
- Benoit, W. L.(1995). *Account, excuse, and apologies: A theory of image restoration strategies*. Albany: State Univ. of New York Press.
- Coombs, W. T.(1998), An analytic framework for crisis situations: Better responses from a better understanding of th situation, *Journal of public relations research*, 10-3, 177-191.
- Coombs, W. T. & Holladay, S. J.(2004), Reasoned action in crisis communication: An attribution theory-based approach to crisis management, In D. P. Millar & R. L. Heath(eds.), *Responding to crisis : A rhetorical approach to crisis communication*(pp. 95-115), Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

국립국어원 홈페이지 <http://www.korean.go.kr>

〈핵심어〉 공적 사과문, 텍스트 구조, 텍스트 제목, 발신자, 수신자, 본문

김정선  
(133-791) 서울특별시 성동구 왕십리로 222  
한양대학교 사범대학 국어교육과  
전화번호: 02) 2220-1138  
전자우편: olivetree11@hanmail.net

투고논문접수일	2015년 05월 20일
논문심사일	2015년 05월 27일
게재확정일	2015년 06월 08일