



기식으로 돌아가는 것은 안타까운 마음아져 들게 한다. 아무리 좋은 결론을 도출하더라도 원인과 결과에 대한 분석이 틀리면 보도의 설득력은 크게 떨어지게 마련이다. 또한 논리적으로 타당하지 않은 분석은 불필요한 비난까지 초래한다. 사실관계를 경제원리에 따라 분명히 밝히는 것이 기본을 이뤄야하며, 그러한 내용 위에서 검증과 대책을 내놓는 것이 요구된다.

셋째, 스스로 공영방송사의 프로그램이라고 자부하면서도 피해자를 만들면서까지 무리한 결론을 도출하는 것은 잘못된 일이다. 자신들이 원하는 세상을 위해서는 피해자가 나와도 좋다는 것인지 의아한 일이다. 경제현상을 제작진의 가치관으로 재단하고, 옳고 그름을 사법부를 대신하여 판결하는 듯한 계몽주의적 태도는 소비자 이익이라는 관점을 크게 벗어난다.

다른 분야의 권력을 감시하겠다고 하면서 방송 권력이 만들어내는 폭력과 피해는 보지 못하고 있음은 아이러니다. 방송 권력 앞에서 힘없이 무너지는 사람들과 기업들은 하소연 한번 못하고 사라져가고 있다. 그 비용은 막대하고 누구도 보상에 주지 않는다. 잘못된 방송이 유발하는 사회적 비용은 크지만, 쉽게

잊혀지고 소송을 통해 배상받기도 힘들다. 방송이 만들어내는 정보는 그 사실 여부를 떠나서 스캔들화하는 속성을 갖는다. 따라서 그 내용은 신중하고 조심스럽게 꼼꼼히 검증한 후에 방송되는 것이 바람직하다.

다양한 분야에서 먼저 정보가 공개되고 소비자에게 제공되는 구조를 만드는 노력이 우선이며, 그 이후에 방송이 선정적 태도에서 벗어나 객관적인 검사결과에 바탕을 두고 보도하여야 한다. 시사프로그램이 먼저 터뜨리고 사후적으로 자세히 조사하는 것은 선후가 틀린 일이다. 특히 자신들의 가치관을 일방적으로 주입하려 하거나 시민을 가르치려는 안하무인(眼下無人)식 보도 자세는 소비자를 위한 것이 아니라 소비자 전체에게 피해를 가져다 줄 수 있다. 사회개혁에 앞서 스스로 먼저 소비자에게 고개를 숙이는 겸허한 자세가 필요하다.

#### 시장원리를 이해하고 보도해야

소비자고발 프로그램이 소비자 집단의 이익을 증진시키는 것을 목적으로 하지만, 소비자를 위한다는 명분만으로 소비자의 이익을 향상시킬 수는 없다. 올바른 방법론을 선택해야 바람직한 결과를 얻을 수 있다. 명분만 앞

세우기보다는 시장경제원리에 충실하게 논리를 전개해야 한다. 문제가 있다는 식으로 무의미한 논쟁을 일으켜 상처 입히기를 일삼는 것은 오히려 소비자에게 피해를 가져다 줄 수 있기 때문이다.

소비자를 위한다면 가장 흔하게 저지르는 실수는 생산자를 근거 없이 몰아세우고 적대시하는 일이다. 여기서서는 정치적 이유에서 기업을 공격하는 반기업 운동을 제외하고 생각해 보자. 기업에 대한 반감이나 적대적 정서는 경제를 제로섬 게임으로 착각하는 태서 연유한다. 소비자를 위한 일은 그만큼 생산자의 이익을 줄일 것이라는 식이다. 하지만 시장경제의 거래는 일방의 피해나 손해를 바탕으로 해서 이루어지지 않는다. 본질적으로 윈윈(Win-Win)의 결과를 가져오는 것이 라서, 소비자가 만족을 얻은 만큼 기업도 이익을 얻는다. 이런 시장거래에서 생산자의 행위는 제3자가 쉽게 이해하기 어려울 때가 많다. 한부로 공급자의 행동을 교정하려하다가 오히려 소비자의 이익을 침해하기 십상이다. 즉 소비자의 이익이 중요한 만큼 생산자의 이익도 중요함을 인정할 때, 시장경제는 더 큰 파이를 창출해 내는 신비한 시스템인 것이다.

그래서 수요자나 공급자의 행동을 비난하는 일은 대부분 잘못된 경우가 많다. 즉 상대방의 재산을 뺏거나 파괴하지 않는 한 한부로 비난할 일이 아니다. 자기 생각과 다르다고 해서 시장의 거래를 평가절하 하는 것은 경제현상의 기본을 이해 못한 소치인 셈이다.

소비자 이익을 위한 일은 소비자와 생산자의 상호 이익을 극대화하는 노력에 의해 달성된다. 어느 일방의 이익만을 추구해서는 얻기 어렵다. 이 원칙에서 벗어나면 소비자의

이익은 오히려 침해될 수 있다. 소비자만 이익을 얻는 일은 예초에 불가능하다. 손해를 본 생산자는 사업을 유지할 수 없고, 결국 생산자는 줄어들게 된다. 생산자가 이익을 얻으면서 생산을 유지하고, 새로운 생산자가 또 참여하기 위한 경쟁을 할 때, 소비자는 선택의 폭이 넓어지고 더 풍요로운 소비를 할 수 있다.

예를 들어, 가격을 무조건 싸게 하면 좋다는 생각이나 기업이 폭리를 취하고 있다는 사고는 합리적이지 못하다. 현실세계에서 적절한 이윤이란 예초에 존재하지 않는다. 적자를 계속 내면 기업은 생존할 수 없고, 흑자 기업이라도 상품의 특성, 시장의 규모, 생산 기술, 경쟁상태 등에 따라 이윤의 크기가 변할 수밖에 없다.

또 완벽한 제품을 만들어야 한다는 식의 사고는 위험하다. 프로그램이 채택하는 안전기준을 보면, 저극히 자의적이다. 그때그때 편리한 잣대를 가져다 쓴다. 생산물 안전기준이 국내기준에 부합하면 해외의 특정 국가의 기준을 가져다 문제가 있다고 지적하고, 그것도 없으면 그냥 해로운 것 아니냐며 다다익선(多多益善)식의 비경제적 태도를 보인다. 안전도를 무조건 높이라는 주장은 탁상공론식의 발상처럼 무모하다. 시장의 선택 행위를 무시하고, 소비자의 비용부담을 고려하지 못하는 비현실적 처방이다.

그 사회의 소비자가 용인하는 안전도의 기준이 있으며, 그 기준은 경제성장과 함께 높아지는 특성을 갖는다. 명분론을 앞세워 안전도가 높으면 무조건 좋다는 식의 태도는 소비자가 부담할 가격을 높이고, 그 상품에 대한 투자를 줄여 소비자 피해를 유발할 수 있다.