생산자가 기가 막혀

대표적인 프로그램인 MBC의 '불만제로'는 그 타이틀부터 상식을 벗어난다. 모든 소비자의 불만을 제로로 만드는 것은 구호로는 그럴듯해 보이지만, 경제적으로 합리성을 결여한다. 누가 그 비용을 부담할지에 대한 고려가 생략되어 있다. 오히려 무수한 편견과 오해를 만들어 내면서 불만을 키우는 프로그램이라는 오명을 얻고 있다.'가능성에 주목한다'는 식의 의도적 부풀리기 보도,'정체불명','가짜'라는 수사적 표현이 가져오는 불신감은 크다.

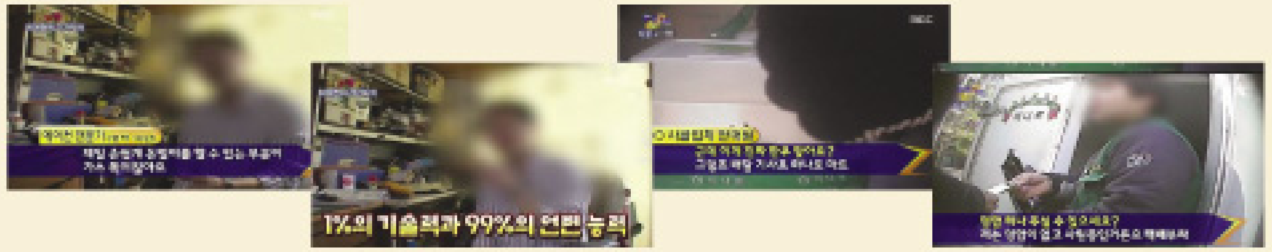
불만제로의 게시판에 올라온 글은 인상적이다. 고일랑[sarime2]님은"나는 오늘도 자장면을 먹지 못하고, 식당에서 고추가루를 사용하지 못하며, 차에 기름을 넣을 때 의심하게 된다. 간장게장 10키로짜리는 간장이 몇 키로나 될까 의심하며 사야 되고, 식당이나 주변의 정수기에서 물을 먹을 때 과연 저 안은 청소를 할까 의심하며 찜찜하게 먹는다.

오늘도 나의 먹거리는 된장에 두부, 김치, 계란 등 몇 가지 안된다. 그러면서도 두부의 응고제가 해롭지 않을까, 중국산 고추가루가 들어간 김치 아닌가 의심하며 식사를 한다."면서 불만제로는 모든 소비자들의 불만을 듣게 될 것이라고 말했다.

한 번 잘못된 보도가 나가면 관련기업의 매출은 뚝 떨어지게 마련이고, 사실 여부와 관계없이 다시 만회할 길은 없다. 탤런트 김영애씨가 운영한 참토원의 황토팩에 대한 KBS '소비자고발'의 중금속 검출 보도 논란은 사회적으로도 큰 충격을 주었다. 김영애씨는 2년여의 소송 속에서 개인의 명성, 가정, 그리고 기업 모두 큰 상처를 입었다.

대기업이라고 해서 피해가 작거나 대응방법이 나은 것은 아니다. 오히려 매출 규모가 큰 만큼 타격도 크다. 브랜드가 받는 타격은 심각해서 오랜 기간 축적한 자산가치가 일시에 무너지기도 한다. 과거 라면업계 1위였던 삼양라면이 우지 파동을 겪으면서 무너진 것은 대표적인 예다. 먹어도 무해하다는 판정을 뒤늦게 받았지만 이미 멀어진 소비자의 손길을 다시 되돌리는 데에는 엄청난 비용과 시간과 인력이 소모되었다.

기업에게 브랜드는 큰 의미를 갖는다. 브랜드는 일종의 정보로, 브랜드 가치는 시장이 결정한다. 소비자의 욕구를 잘 만족시키는 브랜드만이 가치를 가질 수 있고 시장에서 오래 지속될 수 있다. 같은 품질의 제품이라고 해도 브랜드가 다르면 가격 설정도 다른 것은 당연하다. 5월 20일 방송된 '소비자고발'의 생수관련 보도는 기업의 세계를 이해하지 못하고 단순 논리로 접근하는 한계를 보였다. '같은 회사에서 비슷한 수준의 생수를 왜 다른 상표를 붙여 다른 가격에 판매하느냐'라며



업체를 비양심적인 회사로 몰아가는 장면은 방송의 목적이 무엇인지를 의심케 한다.

5월 13일에 방송된 '불만제로'의 '어린이 놀이터가 불안하다'는 보도가 얼마나 피상적인지를 잘 보여준다. 놀이터가 어린이의 건강을 위해서는 어떻게 만들어져야 하는지, 국제적으로 어떤 변화가 일어났는지, 그러기 위해서는 얼마나 비용을 써야하는지 등 심층적 보도는 없이 그저 더럽다며 혐오감을 자극하고 심지어 큰 병을 얻을 수 있다며 겁을 주는 수준에 머물고 있다.

소비자가 기가 막혀

5월 20일에 방영된 '불만제로'의 '무료 청소의 유혹'편을 시청한 정현덕[krttie]님은 '2% 부족한 느낌'이라며,"제품이 250만원이란 고가에 판매되고 있는 이유가 무엇인지가 빠진 듯 합니다."라고 꼬집었고, 이혜진[terjun]님은"이미 구매한 사람들은 바보입니까? 방송을 보고 난 후 이미 구매한 사람은 속아서 산 멍청이 밖에 안되는 느낌입니다. ... 청소기를 비교할 거면 분량을 더 할애해서 정확히 어떤 기능이 차이가 나는 것인지, 청소기에 대한 시험 결과에 대해서도 여러 항목을 비교하여 차이점을 알려주셔야 하지, 단순히 고가 청소기가 일반 청소기랑 차이가 없다는 식의 방송의도에 짜맞춘 것 같은 결과만 방영하면 저 같이 구매결정한 사람은 바보가 되는 것 아닙니까?"라며, 보도내용의 선정성을 지적했다. 5월 27일 방송된 '불만제로'의 '에어컨'편에 대해 김진희[sandjh]님은"방송에 힘이란 게 무섭다는 건 알았지만 내가 당해보니 더 절실하게 다가오네요. 방영되었던 시리즈들의 내용들도 모두 이런 식이였나 의심이 가기 시작했습니다. 검증하는 것처럼 보이는 내용이 사실은 편파적인 것은 아니였나 의심이 가기 시작했습니다."라고 게시판에 글을 남겼다. 허영석[ooozmn]님도 'MBC 불만제로 고발합니다'라며,"이번 불만제로의 무책임한 에어컨 기사의 방송을 보면서 언론이 무섭긴 무섭구나 하는 걸 다시 한번 일깨워 주셨네요."라며 경각심을 높였다. 정훈조[zzz4009]님은"방송을 굉장히 오해를 많이 가게 만들어주신 덕분에 소비자는 불신이라는 벽으로 우리에게 거리를 두게 돼셨고, 받으실 수 있는 서비스 자체를 거부하시게 되었고, 수백만원이나 하는 에어컨 사시고 배란다는 볼품 없어지고..... 소비자가 덕분에 피해를 보게 되었습니다. 과연 누구를 위한 방송입니까."라고 지적했다.

소비자를 위한 방송을 지향한다면, 소비자고발 프로그램은 카메라고발 수준에 머물러서는 곤란하다. 작은 문제를 부풀리고 소재 만들기에 급급해 끼워 맞추기식의 보도는 지나친 희화화로 소비자와 생산자 모두에게 폐해를 가져다준다는 사실을 명심해야 한다. 진정 소비자의 이익을 위한 방송으로 거듭나길 기대해 본다. KAA