

경제관계보도의 공정성

최낙동

겨양신문 논설위원

보도가 공정성을 잃을 때 정부의 정책방향도 오도될 수 있으며 다면적 관제에 있는 경제활동 주체중 특정계층을 편드는 것이 된다. 경제논리가 특정계층의 이익을 정당화한다는 주장은 다소간 극단적인 면이 없지 않으나, 어떤 이론이든 결과적으로 특정계층을 보호하거나 다른 계층의 손해를 촉발하게 되어 있는 것은 사실이다. 경제이론에 입각한 경제정책도 예외는 아니다. 공정성은 어느 편에 가담하지 않고 중립적이고 객관적인 일방에서 사리판단을 할 때 이루어지는 것이다. 중립적이고 객관적인 일장에 서려면 적어도 경제현실에 대한 정확하고도 냉철한 인식이 있어야 하며, 우리 경제가 지향해야 할 방향에 대한 통찰력이 있어야 한다.

I

공정하다는 것은 공평하고 올바르다는 말이다. 공정이라는 말의 함축이 그러하다고 할 때 엄밀한 의미에 있어 경제관계보도는 완전히 공정할 수는 없다는 역설도 성립될 수 있다. 왜냐하면 경제논리 자체가 특정계층의 이익을 대변 한다는 어느 경제학자의 말을 인용하지 않더라도 경제논리에 입각한 모든 경제정책은 각 계층간의 이해관계를 달리하고 있기 때문이다. 대부분의 경제정책은 한쪽 계층에게는 이익이 돌아가기 때문에 관성을 하지만, 다른 계층에게는 손실이 오기 때문에 반대를 하는 것이다. 그러므로 경제관계보도는 객관적인 입장에서 양쪽의 견해를 꼭 같이 보도하는 것이 공정하다고도 할 수 있다. 물론 그렇게 하는 것이 공정할 경우도 있을 것이다. 그러나 단기적으로 보아 한쪽 계층에 유리한 정책이 장기적인 관점에서 반드시 이익일 수는 없으며, 다른 계층의 입장에서 볼 때도 그러한 경우는 있다. 문제는 계층마다 다른 이해관계를 어떻게 조정하여 전체 국민에게 유익한 것이 되게 하느냐에 달려 있다. 설사 특정계층에 손실이 있더라도 전체국민에게 유익하여 우리나라 발전에 공헌하는 정책이면 찬성을 하는 것이 공정한 보도의 자세일 것이다. 그러나 무엇이 전체국민에게 유인하며 발전지향적인가를 판별하는 기준을 정립하는 것은 매우 어려운 일이다. 그러한 기준을 설정하는 것은 학간의 영역에 속하는 문제일 수 있다. 따라서 지금으로서는 경제기사의 보도에 대한 공정성 문제는 우리가 통상적으로 인식하고 있는 상식 선에서 말할 수밖에 없다. 상식적인 인식이라는 것은 어느 계층을 편들지 않는 것, 감정적인 보도를 피하는 것, 올바른 정책의 수립을 위해 논의를 활성화시키는 것, 경제인식에 대한 국민의 의식수준을 함양하는 것 등이 포함될 듯 싶다. 물론 논의의 활성화나 경제인식에 대한 국민의식수준의 함양 등은 공정한 보도와는 직접적으로는 무관하다. 그러나 고도의 공정성을 유지하기 위해선 그러한 보도자세는 필요한 것이 현실이기도 하다. 어쨌든 경제관계보도가 특정계층이나 개인의 편을 들으로써 그들의 손익에 중대한 영향을 미친다는 것은 공정성면에서 볼 때 타기해야 할 일이 다. 또 감정적인

보도를 함으로써 특정 개인이나 계층이 손익에 막대한 영향을 준다는 것도 마찬가지로 지양해야 할 일이다. 한편으로 경제정책의 입안 과정에서 활발히 논의되어야 할 분야가 그러하지 못하다면 경제정책이 비현실적이거나 특정계층의 이익을 합리화하는 경우도 있을 수 있다. 그럴 경우 신문의 정책논의를 활발히 유도하여 보다 현실적이고도 합리적인 정책수립에 공헌할 수 있는 것이다. 말하자면 그것이 신문의 여론수렴 과정이기도 할 것이다. 반대로 정부의 정책이 올바른데도 국민들이 당장의 이익에 배치되는 고통을 참지 못하겠다는 이유만으로 정책을 따르지 않을 때는 신문은 국민들의 의식을 계도하는 기능도 해야 할 것이다. 이러한 기능들을 수행하기 위해선, 우선 신문이 무엇이 진정으로 발전지향적이며 전체에게 유익한지에 대한 판단 안목이 정립되어야 할 것이다.

II

경제활동은 어떤 의미에서 보면 제로섬 게임이다. 어느 계층의 이익은 다른 계층의 손해로 귀결되는 연계관계를 맺고 있는 것이다. 물가문제를 놓고 보자. 물가등귀는 자산소득자에게 이득이며, 화폐소득자에게는 손실이다. 수입개방도 양면성이다. 개방을 하면 소비자들에게는 값싸고 질 좋은 상품구입의 기회를 제공하는 것이지만, 같은 종류의 제품을 만드는 생산업자의 입장에서 보면 치명적인 타격이 된다.

금리는 저축자에게 높을수록 좋고, 기업들에게는 낮을수록 좋다. 수출업자들은 환율이 오르는 것(원화의 대외가치 절하)을 원하지만, 환율이 오르면 물가가 올라 수출업자를 제외한 사람들에게 손실을 가져다 준다. 임금도 마찬가지로 이해 대립관계에 있다. 경제정책은 관련자들의 이해상반관계를 갖고 있는 것이다.

이러한 현상은 경제정책이나 정책변수가 어느 방향에서 정립되느냐 하는 이전의 문제이다. 정부기능은 총체적인 국가목표나 미래지향점을 향해 정책이나 경제기획 및 정책변수를 조정해 나간다. 그러한 시각에서 관련정책, 변수, 계획을 조정하는 것이 정부의 기능이자 역할이다. 정부라고 해서 만능은 아니다. 자칫 잘못하면 정부의 기능이 자원배분을 왜곡하고, 경제의 흐름을 왜곡시킬 가능성이 있는 것이다. 자원의 배분이 왜곡되고, 경제의 효율성이 낮아진다는 것은, 우리가 바라 마지않는 발전의 지체 요인이라 특정계층에 심각한 손실을 가져다 주는 일이다. 여기서 언론매체가 개입할 여지가 생긴다. 정부의 정책이 제대로 가도록 견제작용을 하는 것은 언론이 맡은 책무중의 하나이다. 현실에 비추어 정책변수가 어느 수준이어야 한다는 당위성이 있는데도 정부의 판단이 그러하지 못할 때 언론매체는 건전한 입장에서 훈고 할 수 있는 것이다. 언론매체의 경제관계기사에서 공정성이 요청되는 것은 이런 정에서 볼 때 당연하다. 보도가 공정성을 잃을 때 정부의 정책방향도 오도될 수 있으며 다면적 관계에 있는 경제활동 주체 중 특정계층을 편드는 것이 된다. 경제논리가 특정계층의 이익을 정당화한다는 주장은 다소간 극단적인 면이 없지 않으나, 어떤 이론이든 결과적으로 특정 계층을 보호하거나 다른 계층의 손해를 촉발하게 되어 있는 것은 사실이다. 경제이론에 입각한 경제정책도 예외는 아니다. 공정성은 어느 편에 가담하지 않고 중립적이고 객관적인 입장에서 사리판단을 할 때 이루어지는 것이다. 중립적이고 객관적인 입장에 서려면 적어도 경제현실에 대한 정확하고도 냉철한 인식이

있어야 하며, 우리 경제가 지향해야 할 방향에 대한 통찰력이 있어야 한다. 정책당국자도 그래야겠지만 경제관계 보도자들도 마찬가지다. 이러한 인식을 전제로 오늘날 경제기사보도가 공정성에 충실했는지를 살펴 볼 때 여러 가지로 생각할 점이 많다.

통화문제를 놓고 보자. 통화는 물가조정의 기본 변수이다. 물가를 안정시키려면 통화는 긴축적이어야 한다. 국제경쟁유지와 사회형평의 유지를 위해 물가를 안정시켜야 한다는 것이 기본명제라면 보도는 통화건축에 대해 긍정적이어야 할 것이다. 그러나 작금의 보도는 그러하지 못하다. 한 때는 방만한 통화공급을 질타하다가, 며칠이 못가서 자금사정이 나빠져 기업이 도산할 지경이라고 업살을 한다. 어느 것이 보도하는 사람의 기본입장인지를 분간하기 어렵다. 긴축은 기업에게는 송충이 보다 더 질겁을 할만한 존재이다. 긴축이 수행되면 물건이 안 팔릴 뿐 아니라, 기업의 자금난을 가중시키는 것이기 때문이다. 기업의 입장으로 보면 자금이 흥청망청 돌고, 물건이 잘 팔리며, 물가도 적당히 오르는 것이 좋다. 물가가 오른다는 것은 개별가격의 변동을 종합적으로 볼 때, 오름세에 있다는 말과 같다. 만약에 개별적인 물건값이 꼭 같은 비율로 오르고,임금이나 서비스료 등 모든 가격이 꼭 같은 비율로 오를 때는 하등 문제될 것이 없다. 모든 물건값이 꼭 같은 비율로 오르고, 임금은 그와 같은 비율로 오른다면 손해보는 사람도 없고 이익을 보는 사람도 없다는 말이다. 그러나 물가라는 것은 일률적인 비율로 오르지 않는다. 어떤 품목은 많이 오르고 어떤 품목은 덜 오르거나, 오르지 않는 것이 상례이다. 그렇게 될 경우 상대적으로 많이 오르는 품목을 생산하는 기업은 덕을 보고, 그러하지 못하는 기업은 손해를 본다.

특정계층이나 개인의 부는 다른 계층이나 개인의 손실로 귀착되기 때문이다. 물가는 계층간의 손익에 차등적인 배분을 할뿐 아니라 임금 및 이자소득자를 빈곤하게 만든다. 돈 가치가 떨어져 물가가 오른 것만큼, 임금이나 이자율이 상승하지 않으면 화폐 소득자들은 빈곤해 질 수 밖에 없는 것이다. 물가는 또 경제의 경쟁력을 떨어뜨려 성장잠재력을 잠식하는 요인이다. 상대적으로 상승이 미흡한 가격이 인상하려는 추세를 보일 것은 당연하므로 그것은 물가상승의 악순환 요인으로 작동하게 될 것이다. 이러한 인식을 전제로 한다면 기업들의 이익에 합치되는 방향으로 통화 및 자금관계 보도를 하는 것은 이해할 수 없는 것이다. 긴축정책수행으로 기업이 자금사정을 호소하고 도산을 한다고 아우성을 치더라도 자체적인 경쟁력의 강화와 긴축을 완화하라고 주장할 수는 없는 일이다. 다만 청소에도 은행에서 푸대접을 받으며 긴축아래에서는 더욱 소외당하는 중소기업이나 서민들에 대해 무차별적으로 자금지원을 봉쇄하는 일에 대해선 관심을 가져야 할 것이고 한정된 자금이 대기업 이나 재벌위주로 배분되는 것에도 관심을 가져야 할 것이다. 리 장 사건과 7.3 조치 발표이후 총통화는 한때 연율 30%를 초과했다. 사채시장이 붕괴되어 급전을 구할 수 없는 처지였으므로, 통화의 팽창은 불가피한 측면이 없지 않았다. 그러나 금융시장이 정상화된 지금 시점에서 물가를 안정시키려면 통화 긴축은 피할 수 없다. 그러나 일부 보도는 긴축때문에 자금난이 가중된다는 견해이다. 이는 기업이나 재산소득자를 위한 것이지, 전체이익이나 발전적인 입장에 합치되는 보도는 아니다.

현대사회는 복잡화하고 다기화하는 것을 특징으로 하고 있다. 다양한 사회에서의 개인은 자기 전문분야에 관해서만 관심을 가질 수 밖에 없고 자기 전문분야라고 해서 모든 정보에 점할 수 있는 것은 아니다. 개개인들은 보도라는 창문을 통해 자기가 속한 생활의 장 이외의 것을 볼 수 있으며 자기 생활장의 속속들이의 정보를 접하게 된다. 그러므로 신문이 다양한 사회의 정보를 제공하는 일은 대단히 중요한 것이다. 하지만 다양화하고 전문화된 사회의 정보를 제공함에 있어 유의해야 할 점이 있다. 첫째는 수많은 양의 정보를 선별하는 일이며, 특정계층이나 개인에게 편중되지 않는 정보를 제공하는 일이다. 복잡하고 다양한 사회가 쏟아놓는 정보량은 날이 갈수록 많아진다. 그러나 제한된 지면에 모든 정보를 모두 소개하기란 불가능하다. 뉴스의 선별이 필요한 것이다. 정보의 선별작업이야말로 보도관계자가 뉴스를 재창조하는 작업이다. 뉴스를 창조한다는 의식이 없이, 정보의 경중에 관계없이 무작정 보도한다면 그거야말로 정보의 혼란이지, 정보적 제공은 아닐 것이다. 보도관계자의 정보의 재창조는 결국 보도관계자의 자질과 관계되는 문제이다. 정보의 경중과 그것의 파급효과를 면밀히 분석할 수 있는 능력이 필요하다는 말이다. 뉴스의 재창조에 속하는 정보의 선별에 있어빠지기 쉬운 함정이 곧 특정계층이나 개인의 손익에 편중되는 현상이다. 대체로 보면 경제관계 기사들은 친재벌적이다. 재벌총수의 일거수 일투족이 관심의 대상이 아닌 것은 아니나, 국민 경제상으로 보도되면 유익한 정보를 배제한 채 그것을 보도하는 자세는 옳지 못하다. 상품소개에 있어서도 그렇다. 획기적인 상품의 생산이나 공장의 건설보도는 전체에게도 유익한 보도이기는 하나, 그와 비슷하거나 그보다 유익한 보도를 생략한 채, 그것들만을 돋보이게 하는 보도자세에는 문제가 있다고 보지 않을 수 없다. 경제의 효율성을 따진다면 자본의 집중, 기업의 결합은 불가피하다. 그러나 고르게 잘사는 문제도 그것에 못하지 않는 중요한 명제이다. 따라서 보도 관계자들은 효율의 중요성도 인식해야겠지만 균형의 중요성도 인식하지 않으면 안 된다. 만약에 이들 문제에 대한 명확한 인식이 없거나 부지불식중에 재벌이나 대기업 위주로 보도가 된다면 이는 균형문제를 언론 스스로가 외면하는 일이 될 것이다. 재벌이나 대기업은 언론매체를 빼고는 판매촉진을 하거나 이미지를 조작하기 어렵다. 재벌이나 대기업의 두뇌들은 그 점을 누구보다 잘 알기 때문에 신문이나 방송매체를 활용하려고 한다. 만약에 전혀 객관적인 인식이 없이 재벌이나 대기업의 기획조정실에서 나온 아이디어를 그대로 활자화하거나 영상화 한다면 그것이야말로 언론매체가 재벌이나 대기업이 의도하는 대로 움직이는 꼴이 되는 셈이다. 여기서 문제가 되는 것이 언론의 태도이다. 이 문제에 대해 어느 학자는 흥미있는 지적을 하고 있다.

「미디어가 관심을 쏟는 대상이나 가치는 정상적이고, 평범하며, 익숙한 것이 아니라, 기묘하고, 유별나며, 새롭고, 부정적인 것이다. 그래서 정치인들이 미디어의 관심을 끌려면 외모가 카메라를 잘 받게 생겼거나, 생각이 어딘가 진보적인 듯한 냄새를 풍겨야 한다.」 그는 미디어의 그러한 취향이 사회를 불안하게 하며 분열시키는 원인이 된다고 말한다. 미디어가 명성을 만들어낸다는 말인데 그것도 미디어의 취향대로 명성을 만들어 낸다는 것이다. 비만 명성뿐 아니라 미디어는 돈도, 여론도 만들어 낸다. 마치 도깨비방망이와 같다고나 할까? 오늘날 모든 부는 정보로부터 나오며 판매촉진에 의해 이루어진다. 신문이 거대기업의 부를 축적하는 일에 공헌을 하는 측면이 농후하지 않은지 반성해 볼 일이다.

신문의 그러한 측면으로 해서 오늘날 신문은 거대한 기업을 옹호하며, 정보를 누설하고, 신문재판을 일삼으며, 외설을 퍼뜨리고, 명예훼손을 하게 된다는 비판을 받는 것이다. 더군다나 거대기업 등은 자기네들의 이익과 결부하여 관계와 언론을 대상으로 로비활동을 벌일 때가 많다. 중화학공업의 투자가 한창일 때 그들은 외국 합작처와 연합하여 발전설비 4원화, 자동차산업의 3원화 정책에 대해 로비를 해왔다. 오늘날 중화학공업의 투자가 난맥상을 보이고 있는 것은 투자 당시부터 원천적인 문제를 안고 있었기 때문이다. 우리나라 입장으로 보아 발전설비를 4원화 하거나 자동차공업을 3원화하는 자체가 무리였다. 그러나 기업들은 자기네들의 이익만 앞세웠고 특히 외국 기업들의 대한진출 욕구와 야합하여 로비를 벌였지만 그것의 부당성이나 비효율성에 대한 올바른 여론이 형성되지 못했었다. 물론 중화학 투자에 대한 비판은 당시로서는 제약을 받았다는 요인이 없었던 것은 아니다. 주한미군의 철수가 논의되고 있을 때여서 자주국방의 당위성이 강조되었고, 박 대통령의 중화학공업 투자에 관한 집념이 너무 강했던 것이다. 그러나 당위성의 입장에서 보면 그러면 그럴수록 신문은 중화학 투자의 효율성이나 외국 합작처와 국내기업의 유착관계에 대한 올바른 견해를 밝히거나, 적어도 논의의 분위기는 조성했어야 되지 않았을까 하는 아쉬움이 남는 것이다. 지금까지 도입된 외자에 대해서도 마찬가지이다. 기업들은 소요외자뿐 아니라 그것에다가 보다 많은 금액을 측정하며 낭비를 하는 구석도 없지 않았으며, 사업 자체가 반드시 효율적이었는지에 대해서도 의문이 많다. 그러한 의문은 관변측에서 규명하지 못했으며, 언론에서도 규명하지 못했다. 오늘날 외채 압박은 근원적으로는 외자의존성장 때문이지만 부분적으로는 관료와 언론에 책임이 있다는 점을 부인할 수는 없을 것이다. 관료와 언론은 진실로 정보에 대해서는 중립적일 필요가 있다. 관료와 언론이 정보에 대해 중립적이지 못하면 경제질서의 혼란은 말할 것도 없고, 관료와 언론의 부패는 막을 길이 없다. 오늘날 부는 정보에 의해 결정된다고 보아도 좋을 정도로 정보는 대단히 유효하다. 만약 정보에 1차적으로 접할 수 있는 관료와 언론이 그것을 기화로 치부하기로 든다면 그것이야말로 불행한 일일 것이다. 도시계획의 구획선을 누구보다 먼저 알고, 그 근방의 땅을 매점한다면 개발이익을 앞서서 획득할 수 있게 된다. 주가조작이나 자본시장정책을 남보다 먼저 알고 그것에 대처하는 경우도 마찬가지일 것이다. 금리나 외환을 조작에서도 정보를 미리 알고 투자를 할 수도 있을 것이다. 물론, 관료와 언론이 그렇게 하는 것은 형식적으로 생각할 수 없는 일이지만, 작금 증시에 떠다니는 루머가 현실화하여 루머를 예사롭게 여길 수 없다는 말이 퍼지고 있다. 그러한 현상은 정책을 다루는 원천에서 정보가 새어 나왔거나 접근되어 있는 주변으로부터 정보가 흘러나왔다는 것을 의미한다. 따라서 필자의 생각으로는 정책정보관리에 대한 것을 통제화 할 필요가 있다고 본다. 증시의 예를 보면 증시에 투자를 많이 한 관료와 정보 접근자들은 그들이 보유한 주식에 좋은 영향을 주는 방향으로 정책이 수립되기를 바랄 것이다. 의식적이든 무의식적 이든 정책을 수립하는 자나 그것을 보도하는 자들이 자본시장정책수립에 개입하는 것은 바람직스러운 일이 못 된다. 그러한 환경아래선 정보관계 보도가 공정성을 유지한다고 볼 수 없다. 따라서 필자의 생각으로는, 정책수립자라 보도 관련자들은 주식 투자에 대해 참가하는 윤리의식이 확립되어 있어야 한다고 본다. 감정이 개입된 보도가 공정할 수 없다는 것은 두 말할 나위도 없다. 우리는 보도에 있어 감정이 개입된 사례를 독립기념관 모금운동 과정에서 볼 수 있었다.

모금운동이 한창일 때 어떤 신문은 S 주택이 중동에서 거액의 벌과금을 물었다고 보도했고, D사가 비업무용 부동산처분에 소극적이라는 보도를 했다. 또 어떤 신문은 N개발이 인도네시아에서 벌이는 공사가 허황하다는 보도를 했다. 중동에서 벌과금을 물었다는 S건설은 증시에서 주가가 폭락했다. 건설부가 나서서 그런 일이 없다고 해명하자 잠잠해졌다. 사태가 공교로운 것은 S건설의 벌과금, D사의 비업무용처분 소극성을 주장한 바로 며칠 전에 해당 기업들은 독립성금을, 보도 언론기관과는 경쟁관제에 있는 신문에 갖다 주었다는 사실이다. 이는 당시 신문 스크랩을 보면 확연히 알 수 있다. 한편으로 N사의 인도네시아 건설부실화를 보도한 것은 그와 정반대의 경우였다. 해당 신문들은 기사의 내용이 독립성금과는 전혀 관계없이 보도된 것이라 말할 수 있을 것이며, 또 사실이 그러할지도 모른다. 그러나 당하는 기업들은 신문사의 구구한 사정은 알 리가 없을 것이며 단순히 독립기념관 성금을 경쟁사에 내었다는 사실만으로 신문이 감정적인 보도를 했다고 생각할 것은 뻔할 일이다. 보도의 진실성 여부가 그만두고라고 신문이 기업으로부터 그러한 오해를 받는 자체가 신문의 공신력을 위해 불행한 일이 아닐 수 없다. 성금이라는 것에 대한 인식도 분명히 할 필요가 있다고 본다. 성금은 성금을 내는 사람의 성의를 금전으로 환산한 것이다. 성금의 본질은 성의와 자율에 있다. 신문이 성금을 모금하면서 보도를 미끼로 삼는다면 성금의 본질을 훼손하게 되는 것이다. 성금은 또 금액이 많다고 해서 성의가 많은 것으로 판단할 수는 없다. 특히 기업들이 내는 성금은 개인이 가처분소득에서 내는 성금과 본질적으로 다르다. 기업이 정부나 지방자치단체에 내는 성금은 세법상 손비로 취급된다. 가령 어떤 기업이 1억원의 성금을 내면 그것은 손비로 취급되어 법인세(세율 32~38%)와 방위세, 주민세 등을 내지 않게 된다. 법인세, 주민세, 방위세를 합친 세율은 성금의 약 50%를 차지한다. 따라서 실사 기업이 1억원의 성금을 내어도 실제로 기업이 부담하는 돈은 5천만원이며, 나머지 5천만원은 세금으로 들어온 것이 성금으로 유입된다는 말과 같다. 이러한 인식을 전제로 하고 본다면 성금의 절대액만으로 해당기업의 이미지를 좋게 만드는 것은 문제가 있는 것이다. 성금이 온전한 성금이 되려면 가처분소득에서 지출되어야 하는 것이다. 이런 점에서 본다면 처지와 형편에 따라 최대한 성금을 내는 기업이 비록 절대액수는 적을지 몰라도 존중을 받아야 하는 것이다. 대기 업이나 재벌들의 이익과 소비자들의 이익은 현재의 우리 형편으로 보면 상충되기 마련이다. 그러나 소비자들의 권익에 대해 신문이 어느 정도 배려하느냐에 대해선 의문이다. 몇몇 신문이 소비자보호운동 차원에서 보도에 임하고있는 것은 바람직한 일이다. 지금 시장의 형편으로는 공정거래위원회 제도가 있음에도 불구하고 생산자들의 우월적인 지위는 여전하다. 소비자들은 불량상품을 구입해도 보상받을 길이 없으며, 실질과 내용이 다른 광고를 보고 상품을 구입해도 어느 누구도 책임질 사람이 없는 형편이다. 따라서 신문이 소비자들의 영위적인 지위를 보강해주는 것은 당연한 일이다. 소비자고발 창구를 만들어 소비자보호에 전향적으로 대응할 만한 것이다. 앞서 지적한 여러 문제를 요약하면 언론과 기업간의 바람직하고도 생산적인 관계의 정립이 필요하다는 말이다. 언론과 기업의 야합은 비단 우리나라에만 한정된 것은 아니다. 이런 것이 생성된 원천에서부터 언론과 기업의 유착관계를 파악해 볼 수 있다. 원래 PR이란 것은 기업의 부당한 경제활동을 폭로하는 언론매체에 대항하기 위한 수단으로 만들어진 것이다. 정당한 PR 같으면 좋으나 PR에는 다분히 홍보술수가 포함되기 마련이다.

PR 이 나쁜 여론에 대한 방패막이거나 의사행사적인 내용을 포함하고 있다는데 문제가 있다. 비근한 예를 들어보자. 아이젠하워 대통령이 67 회 탄신을 맞았을 때, 빌 카터슨이라는 PR 인은 67 년 묵은 코냑 몇 병을 아이젠하워 대통령에게 선물로 바치겠다고 제의했다. 그 코냑은 1 만 달러의 보험에 들었다고 워싱턴 데일리 뉴스지는 사진을 찍어 보도했다. 이 코냑은 특수 목제로 된 병에 넣어 백악관 경비병에 의해 접수되었다. 이 보도는 미국 전역의 화제 거리였다. 그 결과 프랑스의 코냑 판매고는 51 년의 15 만상자에서 57 년엔 40 만 상자로 약 3 배 늘었다. 이러한 의사행사를 내용으로 하는 PR 은 기업의 PR 과 언론매체가 부지불식중에 만들어낸 연출로서 언론의 기업유착을 드러낸 사례인 것이다. 언론이 기업에 대해 경사보도를 하는 일은 이뿐 아니라 보도의 의도적인 탈락, 차별적인 선택, 호의적인 삽입, 편집노선에 친근한 기사를 키우고, 그것에 반하는 기사를 사장하는 보도자세에서도 나타나는 것이다. 더군다나 기업과 보도관련자간에 금품이 수수되면 언론과 기업의 유착관계는 한결 하기 어려운 것이다. 신문이 기업 PR 의 함정에 빠지지 않는 길은 기업 PR 의 의사 조작성을 판별하고 그것을 수용하는 체제를 마련하는 일이다. 기업의 입장에서 보면, 광고가 경성판매행위인데 비해 PR 은 연성판매행위이다. 두 가지가 다 판매촉진 행위이나, 경우에 따라선 PR 에 의한 음성적인 효과가 기업의 마케팅을 촉진하는 유리한 방법일 수 있는 것이다. 기업정보가 보도를 통해 공중에게 전달되면 그것은 회사와 창업자는 명성을 얻게 되며, 그 간접적인 결과로서 그 회사의 제품이나 서비스의 판매활동은 촉진된다. 그러한 판매촉진 활동은 단지 광고의 형태를 취하지 않는다는 의미에서 공짜 광고라 할 만한 것이다. 이렇게 본다면 언론매체는 기업의 기획 두뇌들이 만들어내는 홍보활동을 선별하는 안목이 있어야 함은 재론의 여지가 없는 것이다. 신문매체가 재벌이나 기업에 예속되거나 결합되어 있을 때 신문편집이 기업 옹호위주로 수립될 수 밖에 없을 것이다. 미국의 인터내셔널 텔레폰 앤드 테라그라프(I.T.T)가 AP 통신과 결합을 못하도록 한 미국의 경우는 우리에게 시사하는 점이 많은 것이다.

IV

경제기사의 중립적인 보도해 도의 중요성이 이렇게 절실한 문제지만 그것의 방법론 개발에 미흡한 것이 현실이기도 하다. 우리는 여러 경로를 통해 이 문제에 대한 해결 방안이 모색되어야 할 것이다. 경제관계보도에 있어 우리가 주목해야 할 또 다른 문제는 무엇이 진정한 여론인가에 관심을 갖는 일이다. 보도기관이 편견을 가지고 여론을 조작하거나 오도하는 일은 별개의 것으로 치더라도 진정으로 무엇이 여론이냐를 꼬집어 내는 것은 실제로 어려운 작업의 하나이다. 여론이 형성되려면 각계각층이 참여하는 활발한 논의와 토론이 전제가 되어야 한다. 경제정책수립에 있어 신문은 토론의 장이 되어야 할 것이다. 그러나 작금의 신문은 이 기능을 제대로 수행하고 있는지에 대해 생각해 보아야 할 것이다. 비근한 예로 금리의 적정선 여부에 대해 뒷공론이나 비공식적인 논란은 많아도 공개토론이나 협의를 거친 일은 없다. 정책당국이 주장하는 대로 금리의 긍정적인 효과에 대한 논리만이 눈에 띄일 뿐,그것의 부정적인 측면이나 반대 논리는 사장되어있는 실정이다. 비단, 금리뿐 아니라 저배당, 고임금에 대한 반대 논리도 눈에 띄이지 않는다. 반대 논리가 활발히 개진되고 그 논리에 대한 제약성이나 한계성을 분명히 해주는 것은

저임금, 저배당, 저금리에 대한 국민의 설득을 얻기 위해서도 필요한 것이다. 정책당국자의 의도에 반대되는 논리를 사장시키는 것은 결국 반대 논리를 가진 사람들의 음성적인 활동을 조장하는 것이 되는 것이며, 그들에 동조하는 사람들의 불만을 누적시키는 일이다. 따라서 해당정책에 대한 충분한 토론을 거쳐 정책의 정당성을 굳건히 하고 국민합의를 얻도록 신문은 토론이나 논의의 장이 되도록 기능해야 하는 것이다. 경제활동에 있어선 경제논리가 지배하는 것이 원칙이나, 국민의식에 의해 막대한 영향을 받는 것은 피할 수 있다. 이런 점에서 지금의 신문이 인플레이의 예상 심리를 배제하는 일에 앞장서는 것은 당연히 긍정적으로 평가해야 할 것이다. 신문의 계도 기능이 중요하다는 것은 바로 이점 때문일 것이다. 신문이 잘못하다가는 인플레이의 예상심리를 부채질하며, 국민의식 조성에 부정적으로 작용할 소지는 많을 것이다. 경제관계보도가 소비 조장적이거나 국민의식개선에 역기능적이라면 곤란하다는 말이다. 신문이 물가안정을 위해 국민이 참아야 한다는 것을 강조하고, 부동산투기에 대해 준엄한 비판을 한 것은 이런 점에서 볼 때 바람직하다고 보지않을 수 없다.