

오 홍 명 (MBC "밭아오는 우리마을" M.C)

작년 9월 某 TV의 포도송이 실험 보도

어항속의 금붕어가 포도송이에 묻어 있는 농약때문에 죽은 것으로 보도되었으나 결국 포도송이에 하얗게 묻어 있는 가루는 농약이 아니고 효모였으며 이 효모가 어항속에서 발효되면서 산소를 흡수해 금붕어가 질식사해 죽은 것으로 밝혀졌다. 그러나 이 보도로 포도값은 폭락사태를 맞았으니 그 피해는 누구에게 보상 받아야 하나?

매스컴의 위력

연초부터 「미국산 쇠고기와 양담배, 포도주 등 농산물 수입을 개방하라」는 이른바 수입 개방 압력과 이에따른 정부의 협상 노력에 대한 결과가 어떻게 될 것인가?에 대해 많은 사람이 관심을 갖고 있다. 농민들의 거센 반발과 데모등 실행행사도 만만치 않고 농민단체와 경제계, 학

계, 언론계 등에서도 여론이 분분한 실정이다. 그렇지만 대다수의 국민들은 이에 대해 초연한 입장이었고 일부 소비자의 입장에서는 싸다면, 그리고 필요하다면, 당연히 농산물의 수입을 개방하는 것이 좋지 않느냐 하는 농민의 입장과는 반대되는 의견조차 나오고 있다.

소비성향, 여론에 많이 좌우돼

그러나 느닷 없이 양담배 제조 과정에서 인체에 해로운 살충제를 쓴다는 사실이 미국의 한 신문에 게재 되었고 이 기사가 국내 신문, 방송을 통해 보도됨으로써 양담배에 대한 선호도가 크게 떨어져서 830만갑(300만 달러어치)에 이르렀던 양담배 소비량이 줄어 들게 되었고 「미국산이면 무조건 좋다」는 일부 그릇된 생각들도 고쳐지게 되었다. 가상이지만, 만일 양담배처럼 「미국산 최고기에 인체에 해로운 물질이 함유되어 있다든가, 미국산 포도주가 유해 물질에 오염되어 있다」는 보도가 또 나온다면 이들 품목에 대한 수입개방이 이뤄진다고 해도 국내 관련 농가에 큰 영향을 미치는 않지 않겠는가 하는 생각을 해 본다. 그리고 일본의 교묘한 수입억제 정책과 일본국민의 외국산 물품의 소비 억제 심리가 과연 이런 것이구나 하는 생각도 해 본다.

보상받을 수 없는 誤報被害

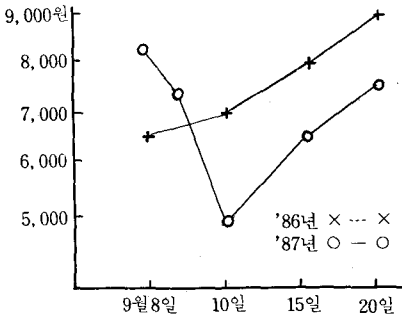
지금도 기억에 생생하지만 작년 9월 8일자 모 방송국 저녁 뉴스에 불과 1분 30초 정도의 잘못된 방송으로 큰 파문을 일으켰던 사례, 즉 포도사건이 생

각난다. 즉 「금붕어가 살아있는 어항 속에 포도 한 송이를 넣고 하루가 지난 다음 살펴 보니 금붕어가 죽었다」는 내용을 TV 화면을 통해 방영하면서 금붕어가 죽은 원인은 포도송이에 농약이 오염되었기 때문이라고 잘못 단정되었던 사건이 있었다.

이 사건은 생산농민의 강력한 항의로 금붕어사망 원인에 대한 분석이 다시 이루어져서 결국 포도송이에 하얗게 묻어있는 가루가 농약이 아니고 효모이며, 이 효모가 물속에서 발효되면서 어항 물속에 녹아 있는 산소를 빼앗았기 때문에 금붕어가 질식사해서 죽었다는 사실이 밝혀지면서 정정 방송과 함께 소비자들에게 잘못 알려졌던 사실을 바로 잡을 수가 있었다. 그렇지만 쏟아진 물을 다시 담을 수 없듯이 이미 잘못 방송된 내용에, 방송되기 전 가락동 농산물 도매시장에서 캠벨어리 10kg 상품(上品) 한 상자에 8,500원을 호가했었던 포도 시세가, 방송 직후인 10일에는 5,000원으로 폭락했으며, 15일에는 6,500원으로 크게 내림세를 보였고, 20일 이후 단경기에 가서야 7,500원 수준으로 겨우 회복세를 보였었다. 소비량도 급격히 줄어 가락

동 도매시장내 농협공판장 입하량을 보면, 9월 5일에 10M/T, 6일에 9.5M/T, 7일에 10.8M/T이 각각 상장되어 경락됐으나, 10일에는 8.5M/T이 입하되어 겨우 6M/T만 경락되었고, 15일에는 4.5M/T, 20일에는 2.8M/T으로 격감되었다.

아무일 없던 재작년인, 1986년 같은 시기의 시세와 대비해 보면, 겨우 1분 30초의 짧은 시간으로 잘못 방출한 결과로도 포도재배 농가들의 손해가 얼마나 충격적으로 컸는지 짐작할수 있을 것이다.



〈표 1〉 방송 전후의 포도시세

(캠벨어리 10kg 상자당 상품기준 가락동 농산물도매시장 경락시세)

이러한 사례는 얼마든지 찾아볼수가 있다. 덜익은 수박에 빨간 물감을 들인 물을 주입해서

익은 수박으로 둔갑시켜 팔고 있다는 헛소문이 느닷없이 나돌면서 수박 소비량이 크게 줄어들고 가격이 폭락했던 일도 있었고, 1985년 4월에는 비닐하우스에서 생산된 딸기에 농약을 다량 살포함으로써 농약오염도가 크다는 모 대학교수의 단편적인 논문의 일부분이 어느 신문에 게재되자 딸기 소비자가 크게 줄어들어 딸기 생산농가들이 폐농하는 사태마저 빚어졌었다.

또한 1986년 여름 보건업무를 취급하는 모부처에서 「비부리오」라고 하는 미생물로 인해 사람이 사망 했다는 일방적인 발표가 있자 피조개, 활선어등 생선회 소비가 갑자기 끊겨서 어민들을 궁지에 몰아넣은 일까지도 있었다. 이밖에도 우유에 물을 탄다, 풋고추와 오이에 농약을 많이 쓰기 때문에 생식용으로 적당하지 않다, 등등 잘못된 인식되는 많은 문제점에 부딪치고 있다.

환경·식품오염에 관한 관심

사회학자들은 현대를「피.알(P R; Public - Relation)시대」라고 규정하고 있다. 날이갈수록 사회가 복잡해지고 또분야별로 전문화되며 개개인 마다 독특한 개

성이 뚜렷해질 뿐만 아니라, 급격하게 발달되고 변화되는 정보에 접해야 하기 때문에 피·알 활동을 통해서 상호간의 다른 의견들을 조절, 화합시키고 전체 사회를 균형있게 발전시켜야 한다는 것이다. 특히 대량으로 생산하고 (Mass - Production), 대량으로 판매하고 (Mass - Selling), 많이 소비하며 (Mass - Consumption), 보도와 홍보 등 정보의 홍수 속에 파묻히고 (Mass - Communication), 향락과 여가를 크게 즐기는 (Mass - Leisure) 「5 - Mass」 시대에 와 있기 때문에 매스컴의 위력이 더욱 커지고 있다.

한편 급격한 도시화와 공업화로 인해 공기가 탁해지고 물이 오염되고 있으며, 쓰레기와 각종 오염물질로 우리의 생활환경이 크게 더럽혀지고 있을 뿐만 아니라, 식품가공에 따른 첨가물의 혼입, 농산물의 안정적인 다수확을 위한 농약과 화학비료 사용등으로 식품오염의 가능성이 높아지고 있다.

검토와 분석 뒤 따르는 보도필요

이에 따라 사회의 거울이요, 공기(公器)라고 할수 있는 매스컴의 관심도, 자연히 매스컴의

고객인 국민의 관심과 일치되게 마련이어서, 환경공해와 식품오염에 대한 매스컴의 관심이 높아지고 민감하게 움직이고 있다. 또한 매스컴이 취급하는 공해와 오염에 관한 정보는 기사로 국민 대중에게 크게 증폭되어, 그 위력이 거의 절대적으로 강하게 폭발되는 이른바, 「소비자의 공포」로 나타나고 있다. 기사로 취급되는 그 정보 자체가 정확하게 표현되어 옳바른 것인지, 또는 잘못 표현되어 그릇된 것인지조차도 판별할 수 있는 시간적 여유 없이, 그리고 별다른 검토와 분석, 여과(濾過)도 없이 그대로 취급되어 보도되기 때문에 문제가 되기도 한다.

부정적 시각의 증폭이 보도속성

이런 관점에서, 농약 공해에 대한 소비자들의 공포가 크면 클수록 매스컴의 농약에 대한 관심은 높아지고, 특히 농약의 부작용인 농약중독에 대해 민감해지며, 긍정적이기 보다는 부정적인 측면에서 기사를 쉽게 다루려는 경향이 있는데, 이런 현상은 앞으로 더욱 강하게 나타날 것으로 전망된다. 이것이 곧 매스컴의 속성이라는 점을 농약업계는 물론 관계기관 종사자나

학제인사, 농민 모두가 새롭게 인식해야 할 시점에 와있다고 생각한다.

매스컴과 농민의 수용태세

매스컴중에서도 가장 위력을 발휘하는 매체가 전파를 이용한 방송매체로, 라디오와 TV를 그 특성에 비추어 잘 활용해야 할 것이다. 최근 방송은 VCR이 개발됨으로써 부가적인 효과까지 거두고 있을 뿐 아니라, 첨단 과학기술의 발달로 방송의 단점인 비기록성(非記錄性)을 보완하는 「팩시밀리 시스템」이 개발·도입되면서 「TV 신문」시대가 곧 올 것으로 기대되고 있다.

방송의 특성은 다음과 같이 요약될 수 있다.

첫째, 짧은시간 동안 대량의 정보를 대중에게 일시에 전달할 수 있고(廣播性과 迅速性), 둘째, 글을 모르거나 지적 수준이 낮은 사람, 어린 아이 등에게도 손쉽게 정보를 전달할 수 있으며(教養的 壓迫除去性), 셋째, 눈으로 보고 귀로 들으며 함께 즐길 수 있는 오락적 효과가 가장 크며(娛樂性, 親近性), 넷째, 일정한 전파의 주파수(周波數)와 채널 때문에 방송의 허가 등 정부의 강력한 통제로 공익성이

강하고 값싼 비용만으로도 피·알 효과를 거둘 수가 있다(公益性, 經濟性). 이 밖에도 호소력이 강하고 일상생활에 가장 밀접하게 파고들 수 있으며(日常普遍性, 大衆性), 예술적인 반면 선동적이고 현실을 떠나 환상적인 상상력을 발휘토록 하는 특성까지도 갖추고 있는 것이 방송이다. 방송은 이와같이 다른 매스컴이 도저히 따를 수 없는 장점이 많이 있지만, 기록되지 않고 일방적으로 전달하는 획일성(劃一性) 등의 단점도 갖고 있다.

방송매체 이용효과 매우 좋아

그렇다면 우리 농민들의 수용태세는 어떤가? 농촌지역의 특성인 교통·통신이 불편한 궁벽한 여건(輿地與件)과 여기 저기 넓게 펼쳐져 있는 이른바 산재현상(散在現象), 쉽게 움직이지 않고 충동적으로 선동되지 않는 보수적인 폐쇄성(閉鎖性)이 곧 도시민과 다른 농민들의 특성이라고 할 수 있는데, 이런 특성을 감안해 볼 때, 농민이 방송을 통해 받아들이는 정보수용태세(情報受容態勢)는 매우 특이한 현상을 보이고 있다. 필자가 현지 조사를 통해 얻은 결과를 요약하면 다음과 같다.

① 방송매체에 대한 신뢰도가 도시인 보다 높았고, ② 직접 보여주는 확신 때문에 방송을 통해 전달되는 정보를 긍정적으로 받아들이고 있으며, ③ 새로운 정보나 기술에 도시인보다 민감했고, ④ 신문, 잡지 등 다른 매체가 도시보다 적기 때문에 주로 방송 매체가 농민의 정보원(情報源)이 되고 있다.

한편 농민의 정보수용 과정을 보면, 매체로 관심(關心: Attention) → 느낌(感知: Perception) → 이해(理解: Comprehension) → 학습(學習: Learning) → 태도 변화(態度變化: Attituae change) → 행동(行動: Over behavior) 등

6단계로 나타나고 있는데, 이 중에서 방송을 통해 얻어지는 정보수용은 관심, 느낌, 이해의 초기 3단계가 아주 강하고, 학습단계도 큰 효과가 있는 것으로 분석되고 있다.

따라서 농약의 실체와 농약사용 효과 그리고 정확한 농약 안전사용법 등을 농민에게 바르게 알려주기 위해서는, 방송매체를 중점활용하고 인쇄물과 현지 연찬회 등을 복합적으로 활용하는 것이 효과적일 것으로 판단된다.

일반국민·소비자에 대한 홍보

지금까지는 농약공해가 문제될 때마다, 이에 따른 해명 및 농약사용의 불가피성 등을 홍보해 왔으나 이제부터는 이를 과감히 개선해서 좀더 조직적이고 계획적인 홍보활동을 펼쳐야 할 것이다.

매스컴과의 이해방안강구

우선 신문, 방송 등 매스컴에 종사하는 언론인과 이에 관련된 인사들을 폭넓게 접촉하여, 농약에 대한 편견을 지양함은 물론 올바르게 판단하고 보도할 수 있도록 이해시켜야 한다. 또한 이들 언론인들이 가지고 있는 농약에 관한 문제 의식과 농약공해를 줄일 수 있는 의견도 적극 수렴하여 농약 개발과 보급·사용에 반영하는 것이 바람직하다고 생각한다. 이를 위해 관계기관이나 단체에서는 이들 언론인들을 자문위원 등으로 위촉하여, 항상 의견을 교환하고 자문을 받으며 농약공해에 대한 과대기사가 자료가 발표되거나 부정적인 측면에서의 조사연구가 이뤄지더라도 이를 그대로 전재(全載)하여 오보되는 일이 없도록 미리 예방대책을 세워야 한다.

소비자 의문증 해소위해노력

특히 지식인 층을 중심으로 한 여론형성층 (Opinion - Leader) 의 농약에 대한 오해와 과잉 피해망상증을 불식시키기 위해서는 지금 소비자들이 느끼고 있는 잘못 알려진 사항들이 무엇이 있는지 - 예전데, ①포도송이 표면에 묻어있는 흰가루가 농약인가? 아니면 효모인가? ②생식용으로 소비되는 채소, 과실류의 표피에 묻은 농약의 잔류독성이 얼마나 되는지? ③세계보건기구 및 선진국이 허용하고 있는 잔류농약의 허용 기준치와 우리의 실정은 어떤지 - 이러한 상식적이면서도 소비자들이 궁금하게 생각하는 문제점들을 도출하여 자세하게 답변을 해주는 「문답풀이집」을 발간, 배포하는 것도 효과적일 것으로 생각한다.

이해기관과의 협의체 구성

또한 현재 농약업체나 농약개발연구진이 개발보급하는 신종 농약의 경우에는, 이를 최소한 1년에 한번씩 모아 전시하고 농약의 특성 및 인체에 대한 특성, 정확한 사용방법 등을 설명하는

모임을 갖는다든지, 현안 문제점을 놓고 농약제조업체나 학계, 보건연구계, 대학교수, 언론계, 소비자단체 등이 총망라된 세미나를 열어 상호의견을 허심탄회하게 나누고, 지금까지 항상 대립관계에 있던 농림수산 부문과 보건식품 부문이 상호협력할 수 있는 상설 협의기구도 발족시킬 필요성이 있다.

특히 방송 매체에 더욱 유의하여 KBS, MBC 등 양대방송사의 경제, 과학, 보사 담당 기자와 보도 기획특집기자나 TV카메라팀등 보도기자는 물론, 교양프로, 생활정보 프로 등을 기획 제작하는 관계프로듀서와 전원이나 농어촌 대상 드라마제작진에 이르기 까지 폭넓은 홍보, 섭외 활동이 이루어져야 할 것이다.

여기에 발맞추어, 농약연구소는 물론 농약업체의 조사 연구팀도 대폭 그 기능을 강화시켜 홍보에 필요한 각종 연구자료의 제공과 함께 사실과 다른 농약 독성에 대한 과대 조사 결과가 발표되거나 보도될 때 이를 바르게 정정할 수 있는 조사연구기능도 갖추어야 할 것이다.