

(토론)

## 충남의 사회적경제 활성화를 위한 언론의 역할

대전일보

차장 윤 평 호

충남의 사회적경제 활성화 방안을 모색하는 귀중한 자리에 함께할 수 있는 기회를 주신 충청남도의회 교육위원회와 김종문 도의원님께 감사의 말씀 드립니다. 고맙습니다. 이인우 소장님의 주제 발제는 잘 보았습니다. 발제문 가운데 이제까지 사회적경제 정책이 사회적경제 자체의 생태계에 주목하고 사회적경제 생태계가 지역단위 비즈니스 시스템에 결합됨으로써 이루게 되는 지역단위 사회적경제 종합생태계에 대한 인식이 미흡했다는 부분은 예비사회적기업과 고용노동부 사회적기업 등이 밀집한 천안, 아산의 경제 담당기자로 현장을 취재하며 평소 느꼈던 부분과 크게 다르지 않아 공감이 되었습니다. 이것을 타개하는 방편으로 발제자가 제안한 광역단위 사회적경제 생태계와 지역네트워크의 수평적 협의회나 동종 및 이종 협의회 등 네트워크의 네트워크를 통한 사회적경제 외연 확대가 필요하다는 제안은 그래서 더 때에 맞는다고 판단합니다.

주최측에서 오늘 저를 토론자로 선정한 이유는 주제 발제문에 대한 논평도 있겠지만 무엇보다도 언론 입장에서 충남의 사회적 경제 활성화를 위한 이야기를 해달라는 주문 같아 부족하지만 이것을 중심으로 몇 가지 말씀 드리겠습니다.

우선 언론과 사회적경제는 태생부터 닮았다고 말씀 드리고 싶습니다. 사회적경제가 사회적문제 해결을 소명에 두고 있듯 언론 역시도 사회적문제 해결을 위한 진단과 대안 모색을 주요 기능으로 삼고 있습니다. 특히 충남의 일선 15개 시·군 뿐만이 아니라 도를 위시한 광역까지 포괄한다는 점에서 지방언론과 광역 단위 사회적경제는 범위까지도 중첩이 됩니다. 닮은 점이 많아서일까요. 제가 몸담고 있는 대전일보도 지난해 사회적경제 스토리를 연재하며 충남의 사회적기업들과 그곳에서 일하시는 분들, 제품 등을 매주 한 차례씩 시리즈로 소개한 바 있습니다. 오늘 토론회 진행을 이끌고 계신 이윤기 충남사회경제네트워크 이사장님과 토론자로 함께한 박찬무 충남세종사회적기업협의회 회장은 대전일보의 올해 상·하반기 칼럼진으로 매달 좋은 글을 주시고도 계십니다.

이런 시도와 접근은 비단 대전일보 뿐만은 아니라고 생각합니다. 다른 지방 언론사들도 우리사회 의미 있는 흐름을 형성하고 있는 사회적경제 영역에 관심 갖고 기사 등을 꾸준히 생산하고 있습니다.

아쉽다면 지방이나 지역이든 언론에서 사회적경제를 다루는 방식이 주로 기업이나 제품 소개 등 표피적인 측면에 치우쳐 있다는 것입니다. 사회적경제 기본법 제정 등 사회적경제 활성화를 위한 정책 의제들을 연속적으로 보도하기 보다 일회성, 단발성 보도에 그치는 경우가 적지 않습니다. 충남만 해도 시·군에 따라 사회적경제 활성화의 수준이나 직면한 조건 등이 저마다 다르고 이로 인한 격차나 불균형 문제가 발생하지만 이를 진지하고 깊이 있게 다룬 보도는 그동안 적지 않았나 싶습니다. 사회적경제 활성화를 위한 애정과 고민에 바탕한 완성도 높은 기사가 많아져야 사회적경제를 둘러싼 우리사회 일부 진영의 악의적인 편향과 왜곡도 조금은 고쳐질 수 있다고 생각합니다.

이를 위해서는 언론뿐만이 아니라 사회적기업, 마을기업, 협동조합 등 사회적경제의 주요 구성원들의 인식과 태도도 달라져야 합니다. 사회적경제의 구성원들 전체가 그런 것은 아니지만 일부는 착한경제, 착한기업이라는 프레임에 안주하며 기업 문제를 지적하는 취재나 보도를 적대적으로 대하기도 합니다. 아쉬울 때는 사회적경제의 ‘사회’에 방점을 찍고 지지를 호소하면서 어떤 부분에서는 기업이라는 속성을 앞세워 언론의 접근 자체를 차단하거나 회피피하는 경향도 있습니다. 또한 사회적경제 활성화라는 담대한 목표 실현을 위해 언론도 가급적 지엽적인 문제는 모른척해야 한다는 분위기도 있습니다. 애써 짚을 막 틈우고 있는 데 휩방하지 말라는 것이죠. 저마다 일리는 있지만 그다지 합당하지는 않은 것 같습니다.

기본법 제정으로 사회적경제가 한 단계 더 도약하기 위해서는 지원뿐만 아니라 책임과 의무도 가져야 합니다. 이 과정에서 언론의 단순한 흠집 내기, 꼬투리잡기 식의 보도는 분명 사라져야 하지만 엄정한 검증과 문제제기, 비판 보도에는 취재 단계부터 사회적경제 구성원들도 열린 자세와 사고로 임해야 합니다. 언론 보도가 당장은 아플지 모르지만 더 큰 문제를 막는 예방주사일수도 있습니다. 여기에는 광역단위 사회적경제 활성화의 정책과 집행에서 핵심 권한을 지닌 지방정부 역시 마찬가지입니다. 사실 지원사업의 실효성과 중복성, 부풀려진 성과, 도덕적 해이, 지원기관의 권력화 등 사회적경제와 관련해 정밀한 검증이 필요한 문제는 우리 주변에 산재해 있습니다. 검증과 비판에 취약한 사회적경제는 훗날 사회적‘괴물’을 낳을 수도 있습니다. 이런 미래는 물론 아무도 바라지 않겠지요.

그리고 사회적경제 영역 또한 언론을 주민이나 소비자들과 손쉽게 소통하고

사회적경제의 관심을 확산하는 창구이자 채널로 적극 활용해야 합니다. 대기업들이 막대한 경비로 언론을 홍보수단으로 활용한다면 사회적경제 영역은 가치와 의미 중심으로 비용을 덜 들이고도 언론을 통해 사회적경제를 알리고 확산할 수 있습니다.

이를 위해서는 사회적경제의 주체들도 언론에 대한 이해를 높여야 합니다. 신문의 경우 각 언론사의 지면운영 등을 알고 담당기자들과도 일상적인 유대를 가져야 합니다. 보도자료 한 장을 내더라도 본인들이 알리고 싶은 것이 아니라 뉴스가 되고 채택이 될 만한 것들을 제공해야 합니다. 이런 점에서 충남 사회적경제지원센터 등이 지난 1일부터 9월 한달간 운영하는 ‘사회적경제 홍보아카데미’는 좋은 시도라고 생각합니다. 이런 시도들이 쌓여 언론과 사회적경제 모두 활성화의 토대가 튼튼히 구축됐으면 좋겠습니다.