

정보홍수, 스스로 판단선택 어려움 가중 정보통신분야 소비자 보호대책 시급하다

소비생활의 변화

현대사회에 있어서 정보의 가치가 물적 자원에 비해 상대적으로 높아진 정보화 사회라고 하는 새로운 체제로 이행하면서 소비자들의 소비생활도 상당히 변화하고 있다.

소비자들은 쇼핑이나 레저활동 등의 소비생활에 있어서, 이전보다 훨씬 많은 정보를 원하는 시간에 신속하게 얻을 수 있게 되어 소비자 선택의 폭이 넓어지고 새로이 제공되는 홈쇼핑, 홈뱅킹, 홈예약 등을 이용하면 매장에 까지 방문하지 않고도 목적을 달성함으로써 시간과 방문을 대폭 절약할 수 있다.

또한 통신의 양방향성을 활용한다면, 소비자는 새로운 정보제공자의 입장에 설 수가 있게 된다. 소비생활정보나 각자의 생활체험을 교환하는 것이 가능하게 되어 생활에 도움을 줄 뿐 아니라 소비자 피해를 예방할 수 있고 정보교환을 통하여 의사소통이 활발하게 됨에 따라 소비자의 연대가 강화될 수 있다. 이러한 변화는 정보사회가 소비자에게 가져다 주는 편익이라고 하는 긍정적인 측면으로 볼 수 있다.

새로운 소비자문제의 발생과 원인

정보화 사회는 소비자에게 상기와 같은 생활편익을 가져다 주는 반면에 부정적인 측면으로 정보를 주축으로 하는 특성 때문에 야기되는 새로운 소비자문제를 가져다 주게되었다.

개인에 관한 여러가지 정보가 유통·교환됨에 따라 사생활이 공개되거나 침해 받을 수 있으며, 정보의 범람으로 유해한 정보나 허위·과장된 정보가 소비자의 판단을 흐리게 할 수도 있다.

그리고 홈뱅킹 등 각종 정보통신서비스가 소비자 들에게 이용되면서 이를 악용한 신종범죄가 잇달아 발생하는 등 정보이용과 관련한 새로운 소비자문제가 나타나고 있다.

정보사회의 소비자문제(Information Consumer Affairs)는 정보 사업자가 생산한 정보나 정보관련상품을 소비하는 과정에서 나타나 소비자의 불만이나 피해와 이에 대한 정보 사업자의 대응과정에서 파생되는 일체의 문제라고 정의할 수 있다.

이러한 소비자문제가 발생하는 원인으로 첫째, 정보가 과다하여 소비자에게 유해한 정보나 오도케하는 정보도 포함되어 있어 소비자 스스로의 판단과 선택을 흐리게 할 수 있다.

둘째, 필요로 하는 정보를 보유하고 있는 자와 그렇지 않은 자와의 사이에



신 동 구

한국소비자보호원 정보출판국장

정보격차가 벌어지고 있다. 사업자가 제공하는 정보 및 정보관련상품의 결합으로 인하여 소비자에게 불만이나 피해를 발생시키는 경우가 있다.

네째, 정보가 특정한 자에게 집중되고 있다. 특히 개인정보가 공공기관이나 민간기관(방대한 조직을 갖춘 금융기관 등)에 집중하는 경향이 있는데 이러한 기관이 개인정보를 수집하고 관리하는 과정에서 용도 외에 사용되거나 다른 곳으로 유출되면 소비자의 프라이버시 침해가 일어날 수 있다.

다섯째, 정보재산에 대한 보호가 미흡하다. 현재의 법체계·법질서는 눈에 보이는 유체물을 중심으로 되어 있으며 무형적 정보라는 재산을 보호하는 것에는 부적합하다. 물론 저작권이라는 형태로 보호되는 것도 있으나 미흡하다. 소비자의 권리 보호라는 측면에서도 법체계를 정비할 필요가 있다.

여섯째, 정보시스템이 취약하다. 정보사회를 떠받치는 시스템(네트워크)이 한번 사고를 일으키면 사회는 혼란한 예측불허의 사태를 맞을 수 있다.

소비자의 권리와 역할

소비자문제에 대해 소비자들은 그들의 권리를 인식하고 이를 능동적으로 행사하는 것이야말로 소비자피해를 줄일 수 있는 최선의 방책이며 소비자보호의 첩경이다.

소비자보호법상의 7가지 소비자 권리를 알아보면,

첫째, 사업자들로부터 제공받을 상품 및 서비스로 인한 생명·신체 및 재산상의 위해로부터 보호받을 권리를 가진다.(안전에 대한 권리)

둘째, 상품 및 서비스를 바로 선택함에 있어서 필요한 지식 및 정보를 제공받을 권리를 가진다.(정보를 제공받을 권리)

셋째, 상품 및 서비스를 사용 또는 이용함에 있어서 거래의 상대방, 구입장소, 가격, 거래조건 등을 자유로이 선택할 권리를 가진다.(선택할 권리)

넷째, 소비생활에 영향을 주는 국가 및 지방자치단체의 정책과 사업자의 사업활동 등에 대하여 의견을 반영시킬 권리를 가진다.(의견을 반영시킬 권리)

다섯째, 상품 및 서비스의 사용 또는 이용으로 인해 입은 피해에 대해서 신속하고 공정한 절차에 의해 적절한 보상을 받을 권리를 가진다.(피해보상을 받을 권리)

여섯째, 소비자문제를 스스로 해결하고 합리적인 소비생활을 영위하기 위하여 필요한 교육을 받을 권리를 가진다.(교육을 받을 권리)

일곱째, 경제적·사회적 지위향상과 권익보호를 위해 단체를 조직하고 이를 통해 활동할 수 있는 권리를 가진다.(단결권 및 단체행동권)

소비자들은 권리에 대한 인식과 함께 스스로의 안전과 권익을 향상시키기 위하여 필요한 지식을 습득하는 동시 자주적이고 성실한 행동을 함으로써 소비생활의 상과 합리화에 적극적인 역할을 다해야 한다.

따라서 정보화 사회에서 소비자는 정보화에 대한 막연한 기대를 갖는 일이 없이 새로이 제공되는 정보나 서비스에 대하여 그 편익과 한계, 문제점을 잘 파악하여 자주적이고 합리적인 소비생활에 활용해 나가는 것이 중요하다. ●

정보화사회에서
소비자는 정보화에 대한
막연한 기대보다는 새로
제공되는 정보나
서비스에 대해 그
편익과 한계, 문제점을
파악하여 활용해 나가는
것이 중요하다.