구율화
접수상담팀장 / 변호사

속칭俗稱의 명明과 암暗

놀이공원에서 놀이기구를 타던 11세 어린이가 갑자기 20미터 아래로 추락해 숨지는 불행한 사고가 발생했다. 각종 언론에서는 사고 소식과 함께 놀이기구의 안전장치에 문제점은 없었는지, 사고 원인을 규명해야 한다는 기사를 앞 다투어 보도했다.

문제의 놀이기구는 양편의 지주대 사이에 와이어를 설치하고 작은 쇠바퀴를 와이어에 걸어 빠른 속도로 반대편으로 이동하는 하강 레포츠시설이었다. 하지만 보도의 지면, 공간이 한정되어 있어 이 모든 설명을 구구절절 쓸 수는 없다 보니, 대다수의 언론이 세간에서 흔히 그 놀이시설을 일컫는 속칭 '짚○○'이라는 용어를 사용해 사고 소식을 보도했다.

하지만 그 놀이시설의 정확한 공식 명칭은 '짚○○'도 아닐뿐더러 '짚○○'은 사고가 난 하강 레포츠 시설을 주로 생산, 설치하는 '짚○○코리아'라는 특정회사의 상표 이름이었다. 2009년에 '짚○○코리아'가 국내에서 처음으로 하강레포츠 시설을 제작·설치하였고, 그 후에도 각종 놀이공원에 하강레포츠 시설을 주로 설치하다보니, 마치 이 회사가 생산한 상표이자 고유명칭인 '짚○○'이 하강레포츠 시설의 보통명사처럼 굳어진 것이다.

보통명사가 되어버린 고유명사의 예는 여러 가지가 있다. 흔히 트렌치코트의 대명사처럼 쓰이고 있는 버버리(속칭 바바리)가 그러하고 일본식 청주의 상표 마사무네(正宗)가 일제시대 우리나라에 유입되면서 청주를 뜻하는 보통명사로 굳어진 것도 비슷한 경우이다. 미국 3M의 상표인 스카치테이프가 셀로판 접착테이프를 일컫는 보통명사가 되어버리는 등 유사한 사례는 수도 없이 많다.

물론 자신들이 만든 상표가 보통명사로 오해받는다는 것은 그만큼 업계에서 유명하다는 뜻도 되니 좋을 수도 있다. 아마도 사고가 나기 전에는 홍보효과도 톡톡히 누렸으리라. 하지만 부정적인 기사가 보도되고 나니 상황은 180도 달라졌다. 회사의 이름을 검색하면 온통 불행한 사고와 연관 지어 보도되고 있으니, 가만히 있으면 졸지에 사건의 주된 원인을 업체가 제공한 것처럼 몰릴 지경이었다.

위원회의 접수상담팀을 찾은 업체의 임원은 매우 당황한 표정으로 저간의 사정을 설명했다. 처음에는 황당했지만 시간이 조금씩 지나니 두려움이 엄습하더란다. 과거 통조림에서 포르말린이 나왔다는 잘못된 보도로 인해 많은 통조림 업체들이 피해를 본 사례를 비롯해, 보도로 인해 기업이 막대한 피해를 본 최악의 경우가 떠올라 밤잠을 이루지 못할 정도라며 한탄했다. "한방에 훅 간다"는 말이 결코 우스갯소리가 아니라는 사실이 실감이 났다니 그간의 마음고생이 얼마나 심했을지 알 것 같았다.

문제는 언론사의 태도였다. 업체에서 언론사에 일일이 전화하여 보도가 잘못되었으니 시설의 이름을 수정해 달라고 요청하였으나, 보도의 오류는 인정하되 언론사가 잘못한 것은 없으니 수정해줄 수 없다는 반응을 보였단다. 어쨌든 세간에서 그 놀이시설을 그런 이름으로 부르는 것은 사실이고, 하필 그 명칭이 어느 회사, 또는 상표의 이름이었다고 한들 언론사가 책임질 이유는 없다는 입장이었다.

하지만 정정보도 청구권은 보도자체가 진실에 부합하지 않을 때 보도를 진실하게 고치는 것이지 언론사의 고의, 과실을 따져 책임을 묻는 것이 아니다. 세간에서 부르는 속칭 '짚○○'이 특정 회사의 상표임을 알지 못했던 것은 언론사의 잘못이 아니지만, 어쨌든 그 보도가 진실에 부합하지 않다면 당사자로서는 보도 내용의 정정을 청구할 수 있는 것이다.

이렇게 설명하자, 업체는 상담을 마치자마자 정정보도를 신청했다. 다행히 조정신청사실을 통보받은 언론사들은 모두 보도를 수정했다. 이제 더 이상 사고와 관련한 뉴스에 '짚○○'이라는 명칭은 나오지 않는다. 아마도 업체 측에서는 업계에서 유명하여 "속칭"으로 불리는 것이 꼭 좋은 것만은 아닐 수도 있다는 것을 알았을 것이고, 언론사들은 보통명사처럼 불리는 명칭이더라도 고유명사인 경우도 있음을 깨달은 계기가 되었을 것이다.