

## 기업 간 광고전쟁과 언론사의 책임



흔히 기업 간 경쟁을 총성 없는 전쟁에 비유하곤 한다. 매출액 기준 3조가 넘는 것으로 추산되는 우리나라 소주 시장 역시 마찬가지다. 업계 부동의 1위를 차지하고 있는 H사(‘○이슬’ 제조사)는 50%를 넘나드는 시장점유율에도 불구하고 경쟁사인 L사(‘처음○○’ 제조사)와의 한판 전쟁을 불사했고 결국 승자로 이어졌다. 싸움의 발단은 ‘처음○○’이 출시된 10년 전으로 거슬러 올라간다.

2006년 당시 ‘처음○○’은 세계 최초로 알칼리수로 제조되었다며 소주 원료 중 대부분을 차지하는 물의 차별성을 내세웠다. 이에 질세라 H사는 ‘○이슬’이 인공 알칼리수가 아닌, 천연 대나무 숲 알칼리수로 제조되었다는 점을 강조하며 광고전을 펼쳤다. 한 치의 양보도 있을 수 없는 이 치열한 싸움에 뜻밖의 변수가 등장한다. 2007년 여름, K씨)에 의해 ‘처음○○’의 원료인 전기분해 환원수가 안전성이 검증되지 않아 유해할 수 있다는 주장이 제기된 것이다. ‘처음○○’ 출시 후 시장점유율이 줄곧 떨어지고 있던 H사로서는 호재가 아닐 수 없었고 K씨의 주장은 H사의 광고대행사를 통해 글과 동영상으로 제작되어 2008년 2월과 4월 사이 인터넷에 유포되었다. 이것이 H사와 L사 간에 벌어진 1차 광고전이다.

시간이 흘러 2012년이 되었다. 1차전의 시발점이 된 K씨가 다시 움직였고 한 방송사가 제보를 받아들여 그해 3월 5일 전기분해 환원수가 건강에 해로울 수 있고, 심하면 심장마비를 일으킬 수도 있다는 내용)으로 방송이 나갔다. 이 방송을 H사에서 놓칠 리 없었다. 그달 19일 H사 내에는 비상대책위원회가 꾸려졌고 방송을 영업에 어떻게 활용할 것인지 논의했다. 회의 결과는 지침으로 정리되어 영업팀 및 전국 영업지점에 조직적으로 하달되었다. 그 후 L사에 대한 부정적인 방송내용이 주류 도매상, 업주, 소비자 등에게 퍼져나갔음은 물론이다(2차 광고전).

2차 광고전 이후 L사는 H사와 더불어 해당 방송사에 대해서도 손해배상청구소송을 제기했고 승소했다. 2016년 1월 13일 서울중앙지방법원은 방송사와 H사의 행위가 공동불법행위에 해당한다며 공동으로 손해배상금 33억 원을 지급하도록 명했다(2013가합16690). 이러한 판결 결과는 원·피고 모두 항소를 제기하지 않아 그대로 확정되었다.

이 사안의 핵심은 방송사의 보도행위와 H사의 조직적 영업행위가

‘공동불법행위’인지 여부다. 하나라고 볼 수 있는 행위에 다수가 참여하거나 관여한 경우, 그로 인해서 발생한 손해에 대해서 참여자 혹은 관여자 전원이 공동으로 책임을 지게 하는 것은 타당하다. 문제는 어디까지가 하나의 행위 인지인데 법원은 “공동불법행위의 성립에는 공동불법행위자 상호 간 의사의 공동이나 공동의 인식이 필요하지 아니하고 객관적으로 각 행위에 관련 공동성이 있으면 된다”고 하여 다소 넓게 보고 있다. 그 결과, 방송사와 H사가 방송 제작이나 배포에 관해 서로 공모를 하거나 의견을 교환한 바 없었지만, 양사의 행위가 시간상으로 근접하고 하나의 손해를 발생시켰기 때문에 공동불법행위에 해당한다고 본 것이다.

이처럼 판례에서 채택하고 있는 공동불법행위 법리는 언론사로서 여간 부담이 아닐 수 없다. 특히, 이번 사안처럼 의견 대립이 첨예한 경우 언론보도는 더욱 신중해야 한다. 보도행위가 끝난 후 제삼자에 의해 기사가 악용될 수 있기 때문인데, 이런 경우 언론사 역시 원인제공자로서 공동불법행위책임을 질 수 있다. 이렇게 되면 언론사의 책임은 예측 가능한 범위를 넘어 확장될 여지가 많은 것이다. 개인적으로 취재 및 보도행위가 종료된 이후 제삼자에 의해 별도로 이루어진 불법행위에 대해서는 행위의 관련성이나 공동성을 인정하지 않는 것이 타당하지 않을까 생각한다.

하지만 더욱 근본적인 해결책은 저널리즘의 기본으로 돌아가 ‘진실 보도’를 지향하는 것이다. 사안의 성격상 특정 회사에 막대한 영업상 손실을 줄 수도 있는, 민감한 주제였다면 제보자의 주장 외에 추가적인 사실 확인을 위한 노력을 배가해야 했다. 앞질러진 물은 주워 담을 수 없듯 한 번 잘못 나간 기사는 언제고 또 다른 비수가 되어 누군가의 등을 찌를 수 있기 때문이다. 말과 글의 엄중함에 대해 다시 생각하는 계기가 되었다.

1) 이전에 K씨는 ‘처음○○’ 제조사에 사업을 제안했다가 거절당한 바 있다. 이후로 K씨는 ‘처음○○’ 관련 민원을 지속적으로 제기했고, 허위사실 유포 등을 이유로 형사처벌까지도 받았다.

2) 해당 방송은 허위였을 뿐만 아니라 K씨의 주장만을 토대로 한, 사실 확인 과정이 미흡한 보도였다. 법원은 방송 내용이 진실성 및 상당성 모두를 결여했다고 보았다.