

유명 연예인으로 언론플레이, 갈수록 악랄해지는 블랙 '을'의 횡포

명예훼손 판결·공정위 심의 불구, 기업에 10억 요구



갑질 논란과 경제민주화에 대한 시류에 편승해 기업을 괴롭히며 한몫을 두둑히 챙기려는 블랙 '을'의 횡포가 갈수록 악랄한 수법으로 진화하고 있다.

최근 700여개의 가맹점을 보유한 치킨 프랜차이즈 멕시카나는 前 가맹점주 2명 및 기타 전문적인 시위 요원(前 답십리점 이홍목씨, 前 중곡점 주영철씨, 상가 세입자 협회 회장 권구백씨 등)들이 불공정 계약으로 피해를 입었다며 기업측에 거액의 금품을 요구하는 것은 물론, 회장 사택과 본사 앞에서 지속적인 1인 시위와 유인물 배포, 사람(차량) 진출입 차단 등 시위를 하며 업무 방해를 받고 있다. 또한 광고모델인 아이유의 소속사까지 찾아가 규탄 시위를 벌이며 언론의 관심을 유도하고 있다. 브릿지경제는 '멕시카나' '아이유' '이홍목' '로엔엔터테인먼트'를 연관 검색어로 등록해 아이유만 검색하면 관련 기사가 노출되고 있다. 또한 환경미디어는 前 답십리점에서 받은 사실 확인이 되지 않은 정체불명의 자극적인 닥사진을 인터넷에 올려 현 멕시카나 가맹점주에게 피해를



주고 있다.

전 멕시카나 답십리점주 이홍목씨는 보도요청자료에서 "멕시카나의 '갑질'로 피해를 봤다"며 본사에서 가맹계약 중도해지에 따른 잔여기간의 영업예상수의 등에 대한 손해배상 청구를 "마치 엄마 뱃속의 태아에게 주민세를 받겠다는 것"이라고 주장을 하고 있다.

이에 대해 멕시코나측은 “2012년 잊혀져 가는 1세대 브랜드의 한계를 넘어 변화된 소비자의 입맛에 부응하고자 임가공방식을 변경하였고 그 결과 가맹점당 평균판매수가 20% 이상 상승하였다”고 설명했다.

前 답십리점주 역시 새로운 가공방식으로 변경하여 판매가 크게 상승하였으며 심지어 임가공방식 변경 후 재계약을 진행하기도 하였다. 그러나 계약기간을 1년 남겨둔 상태에서 경쟁브랜드인 멕시칸으로 간판을 변경하여 영업을 하였을 뿐 아니라 멕시카나 가맹점 10여곳을 멕시칸으로 변경토록 회유하였다. 이에 멕시카나에서 계약 기간 미준수를 문제삼자 멕시카나치킨 ‘갑질’ 시민대책위 및 경제민주화를 위한 시민연대 등의 정체불명의 단체를 만들어 멕시카나로부터 큰 손실을 입었다고 주장하고 있는 것이다.

이에 대해 법원은 前 가맹점주들의 주장이 근거가 없다는 이유로 위약금 400만원 배상, 명예훼손과 모욕죄로 벌금 200만원 배상을 확정 판결했고, 공정거래위원회 역시 이들의 주장을 확인할 수 없다는 이유로 심의절차를 종료한 바 있다. 그럼에도 불구하고 이들은 언론을 악용해 막무가내식으로 금전적 피해보상을 요구하고 있다. 이들이 요구한 피해배상금은 무려 10억 원에 이른다. 악랄한 블랙 ‘을’의 전형적 횡포가 아닐 수 없다.

블랙 ‘을’의 횡포, 갈수록 진화

이들은 주로 자신들의 입장을 빠르게 확산시켜 기업을 꼼짝 못하게 할 수단으로 언론을 활용한다. 언론에 관련 정보를 제공하고 보도를 요청하면서 그런 사실을 기업에 통보하는 방식이다. 이런 과정에서 별 효력이 없을 시에는 공정거래위원회에 제소하고 위로금 차원의 금전적인 보상을 요구하기도 한다.

해당 기업의 관계자들에 의하면 정상적인 갑을관계를 소명할 기회도 없이 ‘을’을 괴롭히는 나쁜 기업으로 대중에게 인식돼 여론의 질타를 고스란히 당하고 있다고 전했다. 위장된 ‘을’은 사회적 동정을 믿고 갑집에 당했다며 경제적 이득을 얻기 위해 해당 기업에 상당 금액의 합의금을 요구한다. 결국 해당 업체는 그동안 쌓아온 명예와 신용이 훼손될 것을 염려해 울며 겨자 먹기로 손해를 감수하는 경우가 적지 않다고 한다.

한차례 갑을 논쟁에서 흥역을 치른 A백화점의 경우를 보면,

광고대행 하도급업체가 2005년부터 2011년까지 허위 재무제표 보고서를 제출해 용역비 7억 3,000만원을 부당하게 인상하는 등 불법부정 행위에 따라 계약 종료를 통보했다. 그러나 하도급업체는 마치 A백화점이 불공정행위를 해 51억원의 큰 피해를 입은 것처럼 허위사실을 언론에 유포하고 공정위에 제소했다. A백화점은 강경하게 대처해 이례적으로 긴급 기자회견을 열고 업체 대표를 사문서 위조 및 특정경제가중처벌법상 사기 혐의로 형사 고소하기도 했다.

B화장품사는 지난 2007년 한 지역의 영업팀장이 대리점주를 향해 폭언을 하고 대리점 포기를 강요한 내용이 담긴 녹취파일을 한 방송사에서 단독 보도하면서 사태가 일파만파 퍼졌다. 피해 대리점주협의회는 공정위에 제소하고 기업과의 피해보상 협의를 요구했다. 관련 보도는 일부 점포의 모든 피해가 본사의 황포인 양 몰아갔고, 한 국회의원의 인터뷰를 인용해 국내 중견기업을 줄지에 서민경제도 이해 못하는 기업으로 전락시켜버렸다. 여론의 못매를 맞은 기업은 갑을관계에 대한 도의적 책임을 인정하고 피해보상 협의에 임하면서 사태를 수습할 수밖에 없었다.

전례없던 우월적 지위, 또 다른 횡포로 변질

이렇듯 기업들은 합법적이고 공정한 절차에 의거해 계약을 이행함에도 불구하고 단지 약자인 ‘을’을 상대한다는 이유로 우월적인 지위를 남용한다는 갑의 명에에 갇히기 쉽다. 객관적인 사실이 밝혀지기 전에 기업의 이미지는 이미 실추되고 협박과 강요로 인한 경영 재원의 낭비로까지 이어지고 있다. 또한 형평성에 어긋난 취재에 대응해 진실을 밝히는 과정에서 여론의 역풍을 맞을 수 있는 위험부담도 있다.

이런 갑을 관계를 경험한 한 기업의 임원은 “현재의 시류를 악용하는 블랙 ‘을’로 인한 피해를 보지 않으려면 적극적인 소명을 준비하고 부당한 을의 횡포에 적당히 타협하기 보다는 당당히 맞서야 한다”며 “특히 ‘을’에 금전적인 보상을 하고 이를 적당히 모면하려는 모습을 보여서는 근본적인 문제 해결을 할 수 없을 것”이라고 말했다. 이제는 갑을 모두 도덕적 해이에 의한 부당한 거래나 횡포가 더 이상 통하지 않는다는 사실을 직시해야할 시점이다. **KA A**

이순임 기자 si0024@kaa.or.kr