

인터넷 기사로 광고 강요, 범죄다! 펜을 칼 삼아 협박하는 사회악 조절돼야



세상에 똑같은 사람은 없다. 누구나 다 자신만의 독특한 개성을 갖고 있다. 사람 숫자가 얼마 안 되는 모임은 서로가 서로를 배려하며 문제없이 잘 꾸려나가기만 사람 숫자가 많은 모임은 누군가 특이한 사람이 있어 기발한 발상으로 모임을 업그레이드시키기도 하고 또는 그 반대로 전체 분위기를 해쳐 모임을 약화시키기도 한다.

세상 이치가 비슷한 거 같다. 과일을 한두 개 골라 살 땐 다 낫갈 좋고 맛도 좋지만 박스 채 사면 그 중엔 못생긴 과일, 맛없는 과일뿐 아니라 상한 과일도 있고, 그 상한 과일은 옆에 있는 과일까지 상하게 할 수 있다. 다행히 그 상한 과일을 일찍 발견하여 제거하면 남은 과일들은 본래의 생김과 맛을 유지할 수 있다.

한정된 수요, 공급 과잉, 양질 서비스 제공 미흡

가장 대표적인 전문직종이라 할 수 있는 변호사업계를 살펴보자.

필자가 사법시험에 합격할 때인 1985년엔 합격인원이 300명이었기에 판검사로 안 가고 모두 다 변호사가 된다고 하더라도 연간 늘어나는 변호사 숫자는 300명을 넘을 수 없었지만 90년대 중반 이후부터는 연간 1,000명까지 늘었고, 지금은 로스쿨 출신 변호사 숫자까지 합하면 1년에 2,500여명 가량의 변호사가 새로 배출되고 있다. 3~40년 전에 비하면 10년 치 변호사 숫자가 1년 만에 늘어나고 있는 것이다. 옛날엔 '사법시험 합격했다, 변호사다' 하면 부러운 시선 내지 사회적인 지위를 인정해 주는 시선으로 바라보곤 했었지만 요즘은 '어 그래?' 정도인 듯하다.

변호사 숫자를 늘린 건 변호사 사무실의 문턱을 낮추어

모든 국민들이 법률서비스를 쉽게 받을 수 있도록 하기 위함이었을 텐데 문제는 '양질의 서비스'가 아닐 수도 있다는 점이다. 20여 년 동안 변호사 숫자는 거의 네 배가량 늘어났지만 법률시장 규모는 오히려 20년 전보다는 더 작아진 것 같다. 왜냐하면 우리나라의 사회, 경제, 문화 등 모든 측면에서 성숙되고 발전하여 민사든 형사든 예전에 비해 경찰이나 법원에까지 가는 사건들, 그 중 변호사의 도움이 필요한 사건들은 오히려 줄어들었다고 볼 수 있다. 예전엔 먹고 살기 힘들어 남의 물건 훔치는 사람들도 있었지만 지금은 배고파 저지르는 범죄는 그 숫자가 많지 않고, 예전엔 술 먹고 싸워 경찰서에 잡혀가는 사람들 많았지만 지금은 퇴근 후에는 운동이나 건전한 문화생활을 즐기고 주말에는 가족과 함께 여행가는 사람들이 많아져 싸울 시간도 없고 싸울 이유도 없어졌다.

변호사 숫자는 늘었는데 밥그릇 시장은 줄었기에 요즘은 한마디로 표현해 변호사 시장은 '완전히 죽었다'고 할 수 있다. 20년 전엔 그래도 변호사 명함 하나로 밥 먹는 데는 지장 없었는데 지금은 사무실 유지하는 자체가 어려운 변호사들도 적지 않다. 예전엔 Large 사이즈 피자 한 판을 10명의 변호사가 나눠 먹었었는데, 요즘은 Medium 사이즈로 줄어든 피자 한 판을 40명의 변호사가 나눠 먹으려니 배가 고플 수밖에 없다.

바로 이게 문제다. 변호사 숫자가 늘어 법원 앞 대로변 큰 건물 뿐 아니라 뒤쪽 골목의 작은 건물에도 이곳저곳 변호사 사무실이 들어서 누구든지 쉽게 변호사 사무실을 찾아 변호사와 상담할 수 있게 되었지만 예전에 비해 상대적으로 쉽게 변호사가 되었기에 과연 제대로 실력이 있는 변호사일

까 의문이 들 수 있고, 또 예전엔 변호사 명함 자체가 어느 정도는 알아주는 것이었기에 변호사 스스로 자기의 명예를 지키기 위해 실수를 안 하려 노력했지만 지금은 변호사가 잘못하더라도 잃어버릴 게 별로 없다고 생각하는 사람들도 있을 수 있을 것이다. 결국 변호사 숫자가 늘어 좋아진 점도 있지만 실제로는 국민들에게 양질의 법률서비스 제공이 아닌 불안한 서비스가 될 수도 있게 된 것이다.

언론시장의 사회악 일벌백계해야

눈을 돌려 언론시장을 살펴보자.

옛날엔 신문기자라 하면 “오우~”했었지만 요즘은 변호사 시세가 떨어진 것만큼이나 기자들의 명함도 예전만 못한 거 같다. 예전에 비해 신문사가 많이 늘어 심지어 이름을 처음 들어보는 곳들도 있다. 변호사들이 본인 스스로 사무실을 운영해서 먹고 살아야 하듯이 신문사도 국가에서 운영하는 게 아니기에 스스로 사무실 꾸리고 직원들 월급을 주기 위해 매출을 올려야 하는데, 그 매출 중 가장 중요한 게 광고 수입이다. 구독료 수입도 적지 않겠지만 구독료만으로는 신문사 꾸려나갈 수 있는 곳은 별로 없을 것이다.

일반적으로 신문사는 보도국과 광고국으로 크게 나뉘져 보도국 기자들은 뉴스를, 광고국 직원들은 광고 매출을 전담하는 것으로 알고 있었는데, 요즘은 보도국 기자와 광고국 직원들이 합동 작전을 펼치기도 하고, 경우에 따라서는 보도국 기자들이 광고국 직원의 역할을 함께 하는 경우도 있는 것 같다. 광고 매출이 안 오르면 신문사가 안 돌아가고, 신문사 경영 상태가 안 좋으면 기자 본인의 월급이 걱정 이기에 기자가 광고 매출까지 신경 써야 하는 곳도 있다고 한다. 신문사는 많이 늘었는데 광고시장은 그만큼 늘지 않아 각 신문사에 돌아가는 파이는 예전만 못하다보니 정상적인 광고 매출이 아닌 경우도 생길 수 있을 것 같다.

‘털어서 먼지 안 나는 곳은 없다’고 하듯이 어느 기업이든 털면 뭔가가 나올 것이다. 누군가가 속칭 ‘뽕치기’로 일주일 이고 한 달이고 뒤지면 뭔가는 나올 수 있을 것이다. 그 무엇인가가 국가와 사회에 악이 되는 것이라면 당연히 그걸

크게 보도해 사회악을 뿌리 뽑아야 할 것이다. 큰 신문사의 경우 얹히고 얹힌 인맥과 수억 원, 수십억 원의 광고와 맞물려 윤전기에 얹혀지기 직전 기사에서 빠지는 경우도 있을 수 있기에 큰 신문사가 못하는 것은 작은 신문사나 인터넷 신문에서 보도하여 국민의 알권리를 충족시키고 악을 제거해야 할 것이다.

그러나 한 달을 추적해 찾아 낸 것이 국민 누구에게도 불편을 주지 않고 손해를 끼치지 않는 사소한 행정적, 절차적 문제라거나, 또는 이미 옛날에 있었던 일로서 기억에서 지워진 것이거나, 또는 계속 뒤졌는데도 찾아낸 것은 없고 속칭 ‘카더라’ 수준인 것을 마치 확인된 팩트인양 ‘00기업 총수 알고 보니 혁!’이라는 머리 기사를 대문짝만하게 작성해서 인터넷 포털 이곳저곳에 뿌리는 것은 뉴스라기보다는 해당기업에게 창피를 주기 위한 것이고, 그 기사를 내리는 걸 조건으로 광고를 따내는 것은 결코 언론의 정도라고 할 수 없다.

미리부터 광고를 달라면서 안 주면 나쁜 기사를 쓰겠다고 하거나, 일단 엉터리 기사를 올려놓고 광고와 딜을 하는 건 범죄이다. 공갈죄에 해당되어 10년 이하의 징역형 또는 2,000만 원 이하의 벌금에 처해질 수 있다.

한때는 검찰에서 사이버언론 척결을 내세우고 많이 처벌했었지만 지금은 별로 없는 것 같다. 그러다보니 언론사의 악의적인 보도에 대해 기업들은 당할 수밖에 없다. 언론중재위원회에 제소하고, 명예훼손으로 고소하고 하는 정도가 고작일 텐데, 나중에 허위보도임이 밝혀지더라도 사람들이 잘 안 보는 그 신문에 정정보도 몇 줄 나가고, 명예훼손으로 고소된 건 벌금 몇 백만 원으로 끝나는 정도가 보통이다.

펜은 칼보다 강하다고 했다. 칼보다 더 강한 펜의 힘으로 사회악을 척결하는 것이 언론의 본분일 것이다. 그러나 극히 일부 신문의 기자들이 펜을 칼 삼아 기업을 협박하는 것은 그들 자체가 사회악이라는 점을 되새겨봐야 할 것이다. 아울러 그런 사회악으로부터 기업을 보호하기 위해 일벌백계로서 잘못된 언론사와 기자들에 대해 검찰의 큰 칼이 휘둘러져야 할 것이다. **K A A**