

현대차, '허위·비방' 법적 대응... 유튜브 채널 2곳 고소

오토포스트에 손해배상 청구 소송
허위사실에 따른 명예훼손 혐의
'저작권법 위반' 인싸케이 고소장
신차광고영상 비방목적 무단사용
SK 회장 '가세연' 상대 법적대응
PC부품업체, 갑질 유튜브 보이콧



서울 서초구 양재동 현대자동차그룹 본사 사옥.

유튜브, 페이스북, 인스타그램 등 다양한 SNS 채널을 통해 하루에도 수많은 정보가 공유되고 있다. 모래알만큼 많은 정보가 쏟아지는 정보 홍수의 시대에 살고 있는 것이다.

SNS는 우리에게 다양한 정보를 제공하는 등 순기능적인 역할을 하지만 반대로 허위정보나 거짓정보로 유명인은 물론 기업들의 부담으로 작용하기도 한다. 이에 최근 국내 기업들이 '허위사실 유포' 유튜브에 대한 강력한 대응에 나서고 있다.

8일 업계에 따르면 현대자동차는 자동차 전문 유튜브 채널 2곳에 허위 비방 영상을 게재했다며 법적 대응에 나섰다. 현대차는 지난 6일 유튜브 채널 '오토포스트'에 대해 허위사실에 따른 명

예훼손으로 서울중앙지방법원에 손해배상청구소송을 제기했으며 '인싸케이' 채널을 상대로는 지난달 30일 저작권법 위반 혐의에 대한 고소장을 서울서초경찰서에 접수했다.

두 유튜브 채널은 자동차 중심의 콘텐츠를 생성하는 채널로 주로 현대차, 제네시스 등에서 생산 및 판매하는 차종들을 중심으로 사실과 다른 악의적인

콘텐츠를 지속적으로 게재하고 있다는 설명이다.

'오토포스트'는 7월 30일 익명의 제보자 A씨를 현대차 내부 고발자로 소개한 뒤 현대차 생산 공장의 품질 불량과 부조리를 고발하는 통화 내용을 공개하는 방식으로 콘텐츠를 제작, 게시했다.

A씨는 영상에서 "현대차 울산공장에서 생산된 신차와 관련해 모든 부분을 다 검수하는 사람이었다"며 "신형 GV80 차량의 검수 과정에 문짝 가죽 부분의 하자를 발견하고 이를 현대차 생산 공장 직원들에게 알려줬는데 현대차 직원들은 승진을 위해 이를 묵살하고 해당 불량을 내가 냈다고 뒤집어 씌웠다"고 언급했다.

현대차는 오토포스트 편집장이 인터뷰 과정에서 A씨가 외부 협력업체에서 한시적으로 과격한 인력임을 인지하고 '현대차 생산 관련 근무를 하다가 하고 당한 내부고발자'라는 표현을 자막과 제목에 반복적으로 노출하는 등 악의적으로 비방하려는 의도를 드러낸 것으로 보고 있다.

현대차는 잘못된 정보와 자극적 표현의 영상들로 인해 고객들에게 부정적 영향과 논란을 주는 상황을 더 이상 방

치할 수 없다고 판단하고 법적 대응에 나섰다.

유튜브 채널들이 기존 고객은 물론 잠재 고객에게도 실제 없는 불안감을 조성해 피해를 입힐 수 있고, 또 특정 차종에 대해 허위 사실 유포로 해당 차량을 소유한 고객의 차량 가치 훼손을 막고 보유 스트레스를 완화하기 위한 차원이라는 설명이다.

또 현대차는 저작권법 위반 혐의로 '인싸케이' 채널에 대해 고소장을 접수했다. 현대차는 '인싸케이' 채널이 현대차의 신차 광고 및 홍보를 위해 제작한 영상 저작물을 사용 허가 없이 현대차를 단순 비방할 목적으로 무단 사용한 것으로 판단하고 있다.

현대차 관계자는 "앞으로도 확인되지 않은 정보로 고객에게 혼란을 줄 수 있는 콘텐츠에 대해 강력히 대응할 것"이라며 "고객의 다양한 목소리에 귀 기울이며 고객과의 소통을 최우선으로 할 것"이라고 말했다.

앞서 최태원 SK그룹 회장은 올해 초 '제3의 내연녀' 등의 발언을 한 유튜브 채널 가로세로연구소(이하 가세연)를 상대로 법정 대응에 나섰다. 법원은 가세연이 제시한 의혹들이 사실관계와 어긋

나고 명예훼손의 여지가 있다고 판단했다. 결국 가세연은 해당 동영상을 삭제해 추가적인 명예훼손은 발생하지 않았지만 최태원 회장의 명예는 실추됐다.

국내 PC 부품 업계도 구독자를 무기로 잘못된 정보와 막말로 브랜드와 소비자에게 피해를 준 유튜브의 갑질에 대응하기 위한 움직임을 보이고 있다. 최근 한 PC 업체가 수십만명의 구독자를 거느린 모 유명 하드웨어 유튜브를 보이콧했다.

PC 조립 판매업을 겸하고 있는 해당 유튜브에게 일체의 제품을 판매하지 않겠다는 것이다. 이 소식이 알려지면서 그동안 그의 안하무인 격인 행동을 경험했던 업체들이 잇달아 보이콧에 동참하고 있다.

세계 관계자는 "확인되지 않은 이슈에 대한 무분별한 영상 제작은 당사자뿐만 아니라 시청자에게도 피해를 끼친다"며 "다만 아직 허위사실을 유포하는 영상 공급자에 대한 직접적인 규제가 없어 문제다"고 지적했다. 이어 "유튜버들은 표현의 자유를 주장하지만 악의적인 편집이나 허위 정보를 영상에 담는 것은 강력하게 처벌해야 한다"고 말했다. /양성근 기자 ysw@metroseoul.co.kr



전국 기름값 안정세 유지

전국 기름값이 11주 연속으로 하락하며 안정세를 유지하고 있는 것으로 알려진 8일 서울의 한 주유소에서 시민들이 차량에 기름을 넣고 있다. /뉴스1

미성년자·취약계층 대상

보험사 과도한 구상금 청구 막는다

금융위, 소송 내부통제 강화방안

앞으로 보험회사들은 미성년자와 취약계층을 상대로 구상권 청구를 할 경우 내부 소송관리위원회의 심의를 받아야 한다.

지난 3월 교통사고로 고아가 된 초등학생을 대상으로 보험회사가 거액의 구상금을 청구해 논란을 빚었던 사례가 또 다시 발생하는 것을 막겠다는 취지다.

금융위원회는 8일 보험회사의 소비자 상대 소송 내부통제 강화 방안을 발표했다.

통상적으로 보험회사는 보험금 지급 사유가 발생하면 보험금을 먼저 지급하고, 책임소재 등을 가려 구상권을 청구한다. 예를 들면 교통사고 발생시 보험사가 사고수습을 위해 보험금을 미리

지급하고 추후 과실비율을 따져 비용을 청구하는 것.

다만 이 과정에서 구상금 지급 여력이 없는 미성년자나 취약계층에 대해서도 동일한 방식으로 구상권을 청구하는 것이 적절하냐는 지적이 제기됐다. 보험사 입장에서는 관행적으로 소송을 제기할 수 있지만 이 경우 지나치게 가혹할 수 있다는 판단에서다.

앞서 지난 3월 있었던 보험회사의 초등학생 대상 구상금 청구권이 대표적인 사례다. 보험회사는 무면허, 무보험이었던 A씨가 오토바이 사고로 숨지자 초등학생이던 아들에게 2691만원의 구상금을 청구했다.

이에 따라 금융위는 소송관리위원회의 사전심의대상을 ▲미성년자·취약계층 상대 구상소송 ▲소멸시효 경과 채권까지 확대한다. /나유리 기자 yul115@

1인 가구 600만... 예·적금 줄여 주식투자

KB금융, 2020 韓 1인가구 보고서

전체 가구 중 1인가구 비중 30.3%
5년간 매년 15만 가구씩 증가 예상
코로나19에 개인화 성향 더욱 심화
음주·대중 이용시설 방문 줄어들어

혼자 사는 1인 가구가 600만을 넘어섰다. 열 집 중 3곳은 1인 가구였으며, 가구가 아닌 인구 기준으로 100명 중 12명이 1인 가구로 살고 있다.

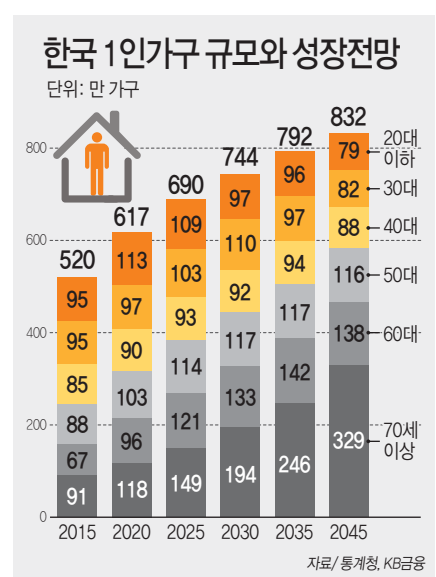
신종코로나바이러스감염증(코로나19)은 1인 가구에도 큰 영향을 미쳤다. 외부활동이 크게 줄면서 개인화 성향이 더욱 심화됐고, 생필품 온라인 구매가 급증했다. 낮은 이자에 예적금을 깨고 현금을 들고 있거나 주식투자를 새로 시작한 것으로 나타났다.

KB금융그룹은 8일 한국 1인가구의 생활을 종합적으로 분석한 '2020 한국 1인가구 보고서'를 발간했다. 이번 보고서는 2017년 이후 네 번째이다.

KB금융은 지난 8월 21일부터 약 3주간 서울 및 수도권과 광역시에 거주하는 만 25세~59세 1인가구 2000명을 대상으로 설문 조사를 실시했으며, 통계 데이터를 활용해 1인가구의 생활 전반에 대한 다각도의 분석을 담았다.

올해 1인 가구 수는 약 617만 가구다. 전체 가구에서 차지하는 비중이 30.3%로 가장 주된 가구유형이며, 국민 100명 중 12명이 1인 생활을 하고 있다.

KB금융 경영연구소 정인 선임연구위원은 "한국의 1인 가구는 향후 5년간 매년 약 15만 가구씩 증가하면서 인구 감소 시점 이후에도 전체 가구수 증가



를 이끌 것"이라며 "오는 2047년에는 전국 대부분의 지역에서 1인가구 비율이 30%를 넘을 것으로 전망된다"고 밝혔다.

연령대별로는 70세 이상 여성 1인가구가 가장 많았지만 최근 20년간의 1인가구 증가는 경제활동 연령대의 남성이 주도했다. 2010년대에는 남녀 모두 30~40대보다 20대 이하 1인가구의 증가가 두드러졌다.

직장·학교 등 비자발적 계기가 많았던 과거와는 달리 올해 조사에서는 자발적으로 1인 생활을 시작한 경우가 42.5%로 앞섰다. 1인 생활 지속의향도 44.1%로 전년 38%에 비해 상승했다.

1인가구의 결혼 의향은 낮아졌으며, 특히 30대 남성과 20대 여성의 하락폭이 컸다.

코로나19로 1인 가구의 개인화 성향은 더욱 심화됐다.

평일 중 바로 귀가하지 않는 경우가 작년 72.7%에서 올해는 51%로 크게 줄었고, 음주나 대중 이용시설 방문도 감

소했다. 절반이 넘는 56.5%가 코로나19 확산 이후로는 집 근처에서 시간과 돈을 쓴다고 답했다.

코로나19 확산 이후 소비가 감소한 1인 가구의 경우 식비, 여가쇼핑, 저축·투자 순으로 지출을 줄였다. 또 1인 가구들은 작년보다 혼자 밥을 먹는 경우가 늘었고, 총 끼니 중 30%를 대중매우고 있다.

1인 가구의 금융자산은 코로나19로 현금성 자산 수요 증가와 최근 높아진 투자에 대한 관심을 그대로 반영했다.

예·적금 비중은 작년 61.4%에서 47.4%로 크게 하락했다. 반면 투자 자산과 입출금·현금의 비중이 각각 27.3%, 25.4%로 높아졌다. 특히 젊은 연령층의 경우 주식 신규 투자 의향이 높았다.

현재 주식·펀드 보유자는 64.8%가 처음으로 투자에 나선 것이며, 절반 가량이 공모주와 해외주식에 관심이 있다고 답했다.

1인가구는 평균 62세에 은퇴할 것으로 예상했으며, 필요한 은퇴자금은 약 5억7000만원이다. 그러나 평균 22%를 준비하는데 그쳤으며, 준비자금이 전혀 없다는 응답자도 16%에 달했다.

KB금융 관계자는 "KB금융은 1인가구의 '행복한 삶과 금융생활'을 위해 1인가구 라이프스타일 맞춤형 상품 및 서비스 제공과 동시에 1인가구에 대한 지속적인 연구에 앞장서 나가겠다"고 말했다.

KB금융은 지난 2017년 국내 최초로 1인 가구의 생활 전반을 커버하는 맞춤형 상품 패키지인 KB 일코노미 상품 패키지를 출시한 바 있다. /안상미 기자 smahn1@