

만연한 표절, 인터넷 언론의 자화상



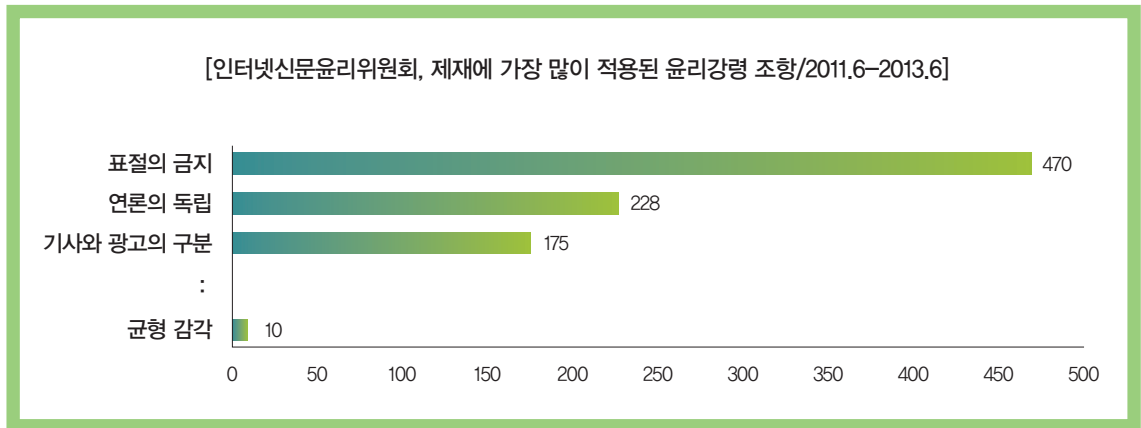
인터넷과 SNS를 통해 셀 수 없는 만큼의 기사가 생산 소비되고 있다. 비슷해 보이는 기사가 다양한 언론사 타이틀을 달고 동시에 게재된다. 뉴스 이용자들에게 어느 언론사의 기사인지는 그리 중요한 선택 요인이 되지 못한다. 몇 개의 기사를 읽다 보면 내용에 큰 차이가 없다. 간혹 다른 기사에서 읽은 듯한 문장이 또 나타나기도 한다. 베껴 쓴 의심이 들고 읽은 시간이 아깝다는 생각도 든다. 인터넷 언론은 불량품이란 선입견이 굳어진다. 기사는 표절에서도 자유롭냐는 비아냥도 나온다.

인터넷에서 뉴스를 이용하는 사람이라면 한번쯤 겪은 일일 것이다. 표절은 우리 언론의 현실이자 신뢰도 추락의 주요 원인 가운데 하나다. 최근 반론보도닷컴은 같은 내용의 기사가 같은 바이라인으로 여러 뉴스 사이트에 게재되고 있음을 확인했다(2014년 1월 29일자 참조). 제목이 일부 수정되고 내용 일부가 삭제됐을 뿐 바이라인까지 같은 기사가 복수의 매체에 나타난 것이다. 또 토씨 하나 틀리지 않은 내용을 바이라인만 다르게 내보낸 경우도 있었다.

인터넷신문심의위원회 기사심의 결과, 42.7% 표절 위반이 가장 많아

기사 표절의 사례는 이보다 훨씬 많다. 한국 인터넷신문심의위원회(2013년 6월 활동 종료)는 2011년 6월부터 2013년 6월까지 모두 1,101건에 대해 경고나 주의 조치를 내렸는데, 이 가운데 표절 조항 위반으로 적발된 건수가 470건(42.69%)으로 47개 항목 가운데 가장 많았다(이종혁, 2013). 구체적 위반 사례를 보면, 2012년 11월 2일자에 디지털조선일보에 데일리안의 '황상민 교수의 생식기 발언' 관련 기사의 일부를 삭제한 뒤 몇 단어를 고쳐 내보내 주의를 받았다. 같은 이슈에 대해 머니투데이도 뉴스1과 디지털조선일보의 기사를 거의 그대로 게재하고 자사 기자 이름으로 바이라인을 달아 제재 받았다. 신속성을 톡 요구받는 문화 분야 기사에서도 표절은 나타났다. 2011년 11월 30일자 세계닷컴(스포츠월드)과 OSEN의 '장혁의 코믹 연기'에 대한 기사는 앞서 보도된 뉴스엔 기사를 표절한 것으로 주의를 받았다. 세계닷컴은 뉴스엔 기사 본문을 그대로 게재했으며, OSEN은 제목과 본문을 약간 바꾸었을 뿐이었다.

한국신문윤리위원회의 규제 활동에서도 표절 적발 건수는 다른 조항에 비해 압도적으로 많다. 이 위원회의 2012년 전체 규제 건수 1,099건 가운데 타 언론사 보도 등의 표절 금지(신문윤리실천요강 8조 2항)와 출판물의 전재와



인용에서 통신기사의 출처 명시(8조 1항)에 대한 위반 건수는 각각 122건(11.10%)과 178건(16.20%)을 차지했다. 이 조항 위반 건수가 전체 신문윤리실천요강 조항 가운데 각각 4위와 3위로 많았다. 신문윤리실천요강 8조 2항은 “언론사와 기사는 타 언론사의 보도와 논평을 표절해서는 안 되며 출처를 명시하지 않고 실체적 내용을 인용해서는 안 된다”라고 명시하고 있다.

외국은 표절에 대해 관련자 징계하고, 독자에게 사과해

기사 표절은 외국의 우수 언론에서도 발생했다. 우리 언론과의 차이점은 표절에 대해 관련자를 징계하고 독자에게 사과하는 등 확실하게 책임지는 모습을 보인 점이다. 2011년 3월 미국 워싱턴포스트(Washington Post)의 새리 호르위츠(Sari Horwitz) 기자가 애리조나리퍼블릭(Arizona Republic)에 게재된 ‘하원의원 총격 사건 피고인’ 기사를 표절한 것으로 밝혀졌다. 문장 상당수가 똑같거나 부분 수정으로 거의 유사한 상태였다. 워싱턴포스트는 두 차례나 폴리처상을 수상한 해당 기자에게 3개월 정직 징계를 내렸다. 또 워싱턴포스트는 지면을 통해 다른 신문 내용은 적절하게 인용돼야 함을 명확히 하고, 애리조나리퍼블릭과 이 신문 독자들에게 사과했다. 2012년 6월 일본 지지통신(時事通信)에서는 워싱턴 지국의 한 기자가 교도통신(共同通信) 기사를 베껴 쓴 사실이 적발됐다. 내용은 일부 수정됐으나, 기사 송신지를 나타내는 ‘워싱턴 교도통신’이라는 바이라인 부분이 남겨진 채 배포됐다. 당시 지지통신의 나카타 사장이 책임지고 물러나며, 교도통신, 기사를 받은 언론사들, 독자들에게 사과했다.

뉴욕타임즈(New York Times)의 2003년 5월 블레이 기자 사건은 전세계 언론이 취재보도 윤리를 다시 생각하게 할 정도로 큰 충격을 줬다. 블레이 기자는 37건의 기사에서 현장에 가지 않고 본 것처럼 묘사하거나, 인터뷰하지 않고 인용 부분을 조작한 것으로 밝혀졌다. 현장 취재와 인터뷰에 공들인 다른 언론사 기사들을 베껴 재구성한 것이었다. 뉴욕타임즈는 자사 직원 20명과 외부 인사 2명으로 위원회를 구성해 이 사건을 규명하고 해당 기사를 해임했다. 이 뿐 아니라 뉴욕타임즈는 장문의 사과 기사를 싣고, 사건 전말을 7페이지에 걸쳐 상세하게 설명했다.

표절은 언론 윤리 측면에서 엄중하게 다뤄져야

이처럼 기사 표절은 언론 윤리 측면에서 엄중하게 다뤄져야 할 일이다. 표절은 실제 기사를 작성한 기자의 노력

과 기사에 대한 권리를 무시하는 행위이다. 표절이 근절되지 않으면 현장을 확인하고 관련 인물을 인터뷰하는 취재 ABC의 근간이 흔들릴 수도 있다. 무엇보다 기사가 작성 기자와 소속 언론사의 소중한 재산임을 잊지 말아야 한다.

기사에 대한 저작권 측면의 해석은 어떠한가? 우리나라 저작권법에 따르면, 저작물은 ‘인간의 사상 또는 감정을 표현한 창작물’로 정의되며, 이 저작물을 창작한 저작자의 권리를 보호하는 규정들이 마련돼 있다. 구체적으로 보호받는 저작물은 어문, 음악, 미술, 영상, 컴퓨터 프로그램 등의 형식으로 되어 있다. 또 원저작물을 번역·편곡·변형·각색한 2차적 저작물이나 편집저작물도 보호 대상이다. 하지만 ‘사실의 전달에 불과한 시사보도’는 보호받지 못하는 저작물(저작권법 7조)로 지정돼 있다. 이에 따르면 해설 기사와 칼럼을 제외하고 사실 전달을 목적으로 하는 스트레이트 기사는 저작권 보호를 받지 못하게 되는 것이다. 남형두(2013)는 저작물의 표현(expression)이 아닌 아이디어(idea)는 아무리 독창적이라 하더라도 저작권 보호 대상이 될 수 없다고 설명한다.

이와 같은 아이디어-표현 이분법은 창작 활동의 소재가 되는 아이디어가 공적 영역에 속하므로 독점을 인정하지 말고 누구나 활용할 수 있도록 하자는 취지를 가지고 있다. 스트레이트 기사의 내용이 공적 영역의 아이디어에 속한다고 보면 이에 대한 독점적 권리를 인정할 수 없게 되는 것이다. 더 나아가 아이디어-표현 통합의 원칙(Merger of idea/expression theory)은 표현이 아이디어에 통합되는 경우 표현의 보호도 인정받지 못하게 하고 있다(정인숙 등, 2012). 어떤 아이디어에 대한 표현 방식이 하나 밖에 없을 때 첫 사용자에게 독점권을 주지 않으려는 목적이다. 이에 따르면, 스트레이트 기사의 아이디어는 물론 역피라미드 등의 표현 방식도 법적 보호 대상에서 벗어난다.

해법은 표절과 저작권 침해 구분 적용하는 데에 있다. 남형두(2013)는 두 개념의 차이로 저작권 침해는 법적 문제이며, 표절은 윤리의 문제라고 한다. 기사의 새로운 내용을 베낀 행위에 대해 저작권 책임은 지우지 못하더라도 표절의 책임은 물릴 수 있다는 것이다. 또 친고죄인 저작권 침해는 피해자가 저작자에 국한되지만, 기사의 표절은 피해자가 상대 기자와 언론사를 넘어 해당 언론사의 독자까지 광범위하다. 저작권 침해는 피해자가 처벌을 요구하지 않으면 책임을 묻지 않지만, 표절은 피해자 의사와 상관없이 도리적 책임을 져야 하는 경우가 많다. 법은 윤리의 최소한이다. 윤리적 책임은 법적 책임보다 그 범위가 넓다. 기사 표절에 대해 심각하게 엄중하게 접근해야 하는 이유이다.

뉴스는 공짜라는 일반적 인식 개선되어야

기사 표절을 없애려면 어떤 노력이 필요할까? 무엇보다 뉴스는 공짜라는 일반적 인식이 개선되어야 한다. 최민재·문철수(2012)의 설문조사에 따르면, 응답자들은 뉴스가 사회적 공공재라고 생각하며(5.0 만점에 평균 4.1점), 뉴스는 무료로 이용할 수 있어야 한다는 인식을 보였다(4.2점). 다양한 콘텐츠 가운데 뉴스를 저작권 보호 대상으로 인정하는 정도도 매우 약했다. 저작권 보호 대상 인식 정도가 영화(4.1점), 음악(4.1점), 만화(4.0점), 사진(3.9점), 방송 프로그램(3.8점)에 이어 뉴스는 평균 3.2점으로 가장 낮았다. 뉴스에 투자되는 기자의 취재 보도 노력이 정당한 대가를 받도록 이용자의 인식 개선이 절실하다. 이를 바탕으로 언론계 종사자들의 표절에 대한 윤리 의식 강화가 뒤따라야 할 것이다.

제도적 차원에서의 뒷받침도 필요하다. 미국 연방거래위원회(FTC)의 ‘핫 뉴스 독트린(Hot News Doctrine)’은 첫 보도 기사가 인터넷에 먼저 유통되도록 일정 기간을 주고, 이 기간 동안 함부로 같은 내용이 배포되지 못하도록 하

는 조치이다. 뉴스의 1차 생산자에게 취재 내용을 먼저 전달할 주도권을 쥐 뉴스 복제와 확산을 예방하려는 목적이
다. 기사 표절에 대한 근본적 해결책은 아니지만, 표절로 인한 기자와 언론사의 피해를 최소화할 수 있다. 보다 직
접적인 제도적 해결책은 저작권 신탁 제도(collective management of copyright and related right)의 확충이다.
한국언론진흥재단의 뉴스코리아 사업이 이에 해당된다. 이 제도는 저작자들의 저작권을 법적 단체에 위탁해 공동
관리하는 것이다. 국내 음원, 영상, 작가 등 저작권 관련 분야에서 활용된다. 뉴스코리아 사업은 언론사들의 기사를
필요한 곳에 판매하고, 뉴스 이용 실태에 대한 모니터링과 불법 뉴스 이용 사례를 적발하는 역할을 한다. 이런 활동
은 기사 표절 방지에 효과적일 수 있다.

인터넷, SNS, 모바일 기기 등을 통한 기사의 소비와 유통이 끝없이 확산되고 있다. 신문과 방송뉴스 등 전통적
언론 매체의 영향력이 점점 감소하는 추세이다. 대신 다양한 인터넷 기반 언론 매체와 포털 및 정보 사이트들이 뉴
스 확산을 주도하고 있다. 인터넷 콘텐츠의 재생산과 전송 기술의 발달은 거의 0에 가까운 비용으로 뉴스의 복제와
확산이 더 많아지게 한다. 이와 같은 매체 환경은 뉴스 생산보다 유통에 더 관심을 가지게 한다. 새로운 뉴스에 대해
어느 매체가 어떤 비용을 들여 처음 보도했는지는 관심의 대상에서 멀어진 것이다. 대부분의 언론 매체가 뉴스 생산
보다 재생산을 통한 유통에 나서는 이유이다. 이런 가운데 꾸준히 발품을 팔고 비용을 들여 기사를 제작하는 기자와
언론사는 밀지는 장사를 하는 셈이다. 이와 같은 환경과 인식이 바뀌지 않는 한 언론 매체들의 경제적 위기는 극복
되기 어렵다. 악화(惡貨)가 양화(良貨)를 구축하는 일이 멈춰지지 않을 것이다. 이제 기사 표절의 문제는 우리 언론
의 위기 극복과 정상화 차원에서 심각하게 논의되어야 한다. **K A A**



• 참고문헌 •

- 남형두(2013). 기사 표절에 관대한 한국. 언론중재, 통권 127호, 24~31.
이종혁 (2013). 인터넷신문심의위원회 활동 성과와 발전 방향에 대한 연구. 한국신문윤리위원회.
정인숙·성재호·지성우 (2012). 해외 뉴스 저작권 관련 제도 및 판례 연구. 한국언론진흥재단.
최민재·문철수 (2012). 디지털 뉴스 콘텐츠 시장과 저작권. 한국언론진흥재단.