

# 미디어오늘, 일요서울에 ‘유령기자’ ‘표절기사’ 의혹 제기

## 일요서울은 독자 사과문 발표 후 삭제

최근 한 시사주간지의 ‘유령기자’와 ‘표절기사’가 논란이 되고 있다.

지난 4월 19일 미디어오늘은 <제보를 거부한 기자, 그는 ‘유령기자’였다>라는 제목 하에 시사주간지 일요서울에 올라온 기자이름 중 6명이 실존하지 않는 ‘유령기자’라는 의혹을 제기했다. 이어 4월 23일에는 일요서울 소속 정치부 기자가 기사 다수를 표절한 의혹이 있다고 보도했다.

당시 미디어오늘은 일요서울이 최소 4명의 허구 기사를 만들어 가짜 이메일 계정을 기사에 첨부해 기사를 출고했다고 주장하며 유령기자에 대한 의혹을 제기했다.

지난 4월 23일에는 <일요서울 사내이사의 도 넘은 ‘기사표절’>이라는 제목과 함께 “일요서울 소속 정치부 기자가 기사 다수를 표절한 의혹이 나왔다. 다른 언론사가 취재한 내용을 토씨하나 안 다르게 베끼거나 다른 매체 기자가 쓴 분석기사 내용을 ‘정치권의 한 관계자’가 한 말처럼 베끼기도 했다”고 지적했다.

이에 대해 4월 23일 일요서울은 홈페이지에 ‘독자 여러분께 사과드립니다’는 제목의 사과문을 내고 “최근 본사의 존재하지 않는 필명 이메일 의혹이 미디어오늘에 의해 제기됐습니다. 일요서울은 자체 조사 결과 이 같은 지적에 타당성이 있다고 판단했습니다.

제기됐다”며 “일요서울은 자체 조사 결과 이 같은 지적에 타당성이 있다고 판단했다”고 전했다. 이어 “아울러 그동안 관행처럼 내려오던 통신 계약 매체 기사를 짜깁기하지 않도록 엄중 조치했다”고 덧붙였다.

미디어오늘이 제기한 유령기자 와 표절의혹에 대해 사실관계를 인정하는 뉘앙스의 입장문을 발표한 것. 현재 이 글은 사라진 상태다.

사실 다른 매체의 기사를 짜깁기해서 악의적 기사를 작성하는 ‘과거기사 재탕 기사’나 ‘표절기사’는 이미 수차례 지적된 바 있는 오래된 언론 폐해중 하나다. 실제로 많은 기업 홍보담당자들은 “여러 매체들이 다른 매체에서 제기한 의혹성 기사를 사실 확인 없이 그대로 베껴서 보도하고 있다. 심지어는 한 기자가 같은 기사를 여러 매체를 통해 보도하기도 한다”며 문제를 제기하고 있다.

유령기자에 대한 의혹 제기도 이번이 처음은 아니다. 이미 기업 홍보담당자들 사이에서는 유령기자의 존재에 대해 어느 정도 인지하고 있었다. 반론닷컴 사이버신고센터를 통해 유령기자 의혹을 제기했던 한 기업 홍보담당자는 당시 “팩트와 다른 내용이 있어 해당기자와 이야기를 하고 싶다면 여러 차례 연락을 취했음에도 불구하고 ‘자리에 없다’ ‘연락처를 알려줄 수 없다’는 답변과 함께 대화를 거절했다”고 전하며 “실제로 그 기자가 존재하는 지조차 의문”이라고 말한 바 있다.

한편, 미디어오늘은 네이버와 콘텐츠 제휴나 스탠드 제휴를 맺기 위해 포털 뉴스제휴평가위원회에서 좋은 평가를 받기 위한 유인이 있다고 분석하며, “유령기자를 만들어내는 ‘꼼수’가 이번에 적발된 것인데 심사규정이 바뀌지 않는 한 이런 언론사는 더 나올 수 있는 구조”라고 전했다. **KAA** 유재형 yoojh1999@kaa.or.kr



▲ 4월 23일에 올라온 일요서울 사과문, 일요서울 홈페이지 갈무리

# ‘금융소비자뉴스’의 선정적 보도행태에 기업 불만 고조

대우건설, 올해도 산재사망 1위 ‘오명’... ○○ 사장 “안전이 핵심” 은 헛구호?  
 “이마트, 1년새 주가 반토막”... ○○○, ○○○후계자 자격 있나?  
 ○○○ 현대해상 회장은 대단한 ‘애처가(?)’...범 현대가 동원, 처가기업 먹여살려  
 ○○○ 농심 회장, 영업이익 8% 감소에도 연봉은 20억 ‘꿀꺽’  
 KT ○○○, 뭐가 구려 정기주총 철통보안 속 ‘속전속결’  
 공정위, 현장조사... ○○○, 사익편취 편법승계 ‘타깃’?  
 “SKT 돈에 환장했나 5G요금제 개비쌌”... 시민단체 SK텔레콤 집중포화  
 LS는 ‘족벌경영’ 철옹성... ‘사추위’에 총수일가·우호적 인물 대거 포진

최근 인터넷신문 금융소비자뉴스(대표 정종석)의 보도 행태에 대한 기업들의 불만이 높아지고 있다.

우선 제목부터가 ‘처가기업’, ‘제왕’, ‘꿀꺽’, ‘족벌경영’, ‘○○부마’ 등 과도한 표현들로 전형적인 홍보실 압박행태를 보이고 있다는 지적이다. 최근 인터넷신문위원회(이하 인신위)가 ‘선정적이고 과장된 표현’으로 ‘주의’ 처분을 내린 일부 매체들의 기사 제목과 매우 유사하다.

기업 CEO의 커다란 사진과 함께 사회 이슈와 엮은 부정적 기업기사나 데이터 왜곡기사 등은 미디어오늘에서 지적한 ‘광고·협찬을 부르는 기사(미디어오늘 2015.1.23자 기사 참조)’라는 점에서 기업들의 주의가 필요하다.

한 기업 홍보담당자는 금융소비자뉴스의 기사는 제목 뿐 아니라 내용 면에서도 문제가 많다고 전한다. 다른 매체에서 의혹을 제기했던 기사를 재탕해 올리거나, 일부 팩트를 바탕으로 왜곡과 과장을 반복하며 교묘하게 기사를 쓰고 있다는 것이다. “CEO 실명을 거론하며 자극적인 제목으로 기사를 올리고 있는데, 이것이 우리 쪽에서 먼저 광고나 협찬을 가지고 대응해도도록 유도하는 것은 아닌지 의구심이 든다”고 말했다.

실제로 금융소비자뉴스의 기사들을 살펴보면 ▲회사 해명에도 불구하고 그룹 계열사 일감몰아주기라며 무리하

게 해석하는 보도 ▲사실 확인 없이 특정기업이 법·규정을 악용하고 있다는 기사 ▲실적부진을 CEO의 사익편취로 몰아가는 글 등이 눈에 띄었다.

한 증권기업 홍보임원에 따르면 “타 매체에 올라온 기존의 기사가 팩트에 어긋나 내려간 상태임에도 불구하고, 이를 재탕해 보도하는 경우도 있다”며 “잘못된 내용을 바로잡고자 연락을 취해도 기자가 자리에 없으며 피하기도 하고, 잘못된 내용이라고 해명하자 화를 내 난감했던 경험도 있다”고 전했다.

한편 이와 같은 왜곡·선정적 보도 경향에 대해 입장을 물은 결과, 금융소비자뉴스 관계자는 “다른 매체들은 부드럽게 기사를 뽑느냐, 우리도 부드럽게 쓴 기사가 있는데 왜 자극적 기사만 가지고 문제를 제기하느냐”고 반문했다.

이어 반론닷컴의 지적에 대해 “국가적으로 사찰권리라도 있는 기관인가. 검찰청인가. 매우 고압적이다”는 반응과 함께 “(금융소비자뉴스는)전문 언론종사자로서 언론의 표현의 자유가 있다”며 대수롭지 않다는 입장을 보였다.

현재 이러한 금융소비자뉴스의 무리한 행태 및 보도에 대해 적지 않은 기업이 인신위 기사심의를 요청하고, 언론중재위원회에 제소를 준비 중인 것으로 알려지고 있다.

KA A

이수지 susie@kaa.or.kr