



호주, 뉴스콘텐츠 사용료 부과 규정의 의미와 시사점

김현경 | 서울과학기술대 IT정책전문대학원 부교수

1. 들어가며
2. 호주 뉴스미디어 협상법의 추진내용과 법적의미
 - 1) 추진경과 및 주요내용
 - 2) 법적의미 : 유럽과 차이를 중심으로
3. 시사점

1. 들어가며

2021년 2월 25일, 호주 하원에서 뉴스콘텐츠에 대한 사용료를 부과할 수 있는 '뉴스 미디어와 디지털플랫폼 의무 협상법(News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code, 이하 "뉴스미디어 협상법"이라 한다)'이 통과되었다.

이러한 입법이 추진된 배경은 첫째, 광고에 기반한 언론사 수익구조의 악화다. 광고가 구글·페이스북을 비롯한 미국의 디지털 플랫폼기업으로 쏠리면서 호주의 미디어기업들은 수익구조에서 난항을 겪게 되었고, 뉴스콘텐츠가 공정하게 보상받음으로써 저널리즘의 공익적 가치를 구현해야 한다는 움직임이 일어나게 되었다. 둘째, 뉴스콘텐츠 사용료 부과에 대한 국제적 움직임이다. 유럽연합 이사회는 2019년 6월부터 발효되는 '유럽연합 디지털 단일시장에서의 저작권 지침(European Union Directive on Copyright in the Digital Single Market. 2019/790)'을 통해 언론사에 저작인접권을 부여하는 '온라인 이용과 관련한 언론출판물의 보호' 조항을 신설하였다(지침 제15

조). 그간 독일¹⁾ 스페인²⁾ 등 개별 국가를 중심으로 입법이 추진되었으나, 별 실효를 거두지 못하자, EU 단일시장 차원에서 통일된 법적 보호를 마련한 것이다. 이러한 지침을 국내법에 적용해 프랑스는 2019년 10월, 유럽국가 중 최초로 뉴스콘텐츠에 대한 저작권접권법을 마련하였고³⁾ 추후 EU회원국들은 지침 발효일로부터 2년이 되는 2021년 6월 7일까지 각자 국내법 개정을 완료해야 한다.

호주의 이번 입법조치는 캐나다나 다른 유럽국가들이 법안을 마련하고 있는 상황에서 선례가 될 수 있다는 측면에서 매우 중요하다. 따라서 이하에서는 호주의 뉴스콘텐츠 사용료 부과 규정의 의미와 시사점에 대하여 살펴본다.

2. 호주 뉴스미디어 협상법의 추진내용과 법적의미

1) 추진경과 및 주요내용

2020년 7월 31일 공표된 초기 법안은 강력한 중재규정을 두고 있었다. 디지털 플랫폼이 호주 언론사와 협상하도록 요구할 뿐 아니라 각 당사자(호주 언론사 및 거대 플랫폼)가 3개월 안에 합의에 이르지 못하면 호주 뉴스미디어 산업에서 활용되는 최저 산업 표준에 따라 강제조정⁴⁾에 들어 가게 된다. 또한 디지털 플랫폼이 이를 준수하지 않을 경우, 건당 최대 1,000만 호주 달러(약 85억 원) 혹은 관련 뉴스 기업의 총매출 10%에 해당하는 벌금을 부과할 것을 규정하고 있었다. 이러한 중재과정보다 더 참여한 사항은 플랫폼기업은 사전에 뉴스콘텐츠에 영향을 미치는 알고리즘의 변경사항을 언론사에게 고지하여야 하고 독자에 대한 데이터도 제공하여야 한다는 것이다.⁴⁾ 또한 사용료 지불을 요구할 수 있는 뉴스콘텐츠를 “중요한 뉴스(Core News)”로 한정하며, 디지털 플랫폼의 뉴스콘텐츠에 대한 차별적 거래를 금지하고 해당 플랫폼 사업자가 이를 어길 시 천만 달러(한화 약 87억 원)의 벌금을 부과하도록 규정하였다.

그러나 이러한 초안은 구글과 페이스북의 강력한 반대에 직면하게 되었다. 구글은 이러한 법이

1) 독일은 2013년 8월 ‘인접저작권법(Ancillary Copyright Law)’이 발효되어 검색엔진이 자신의 사이트에 언론사의 뉴스, 기사 등을 일부 이용하는 경우 저작권료를 보상하도록 규정하였다.

2) 스페인도 독일의 영향을 받아 2014년 10월 28일 저작권법 개정을 통해 ‘스니펫세’를 도입하였다.(스페인 개정 저작권법 제32조 제2항). 스니펫(snippet)은 사전적으로 적은 양의 정보 혹은 정보의 일부를 의미한다.

3) ‘뉴스통신사 및 언론출판사를 위한 저작권접권 신설을 위한 2019년 7월 24일 법(이하, 저작권접권법, LOI n° 2019-775 du 24 juillet 2019 tendant à créer un droit voisin au profit des agences de presse et des éditeurs de presse)

4) Furgal, U.(2020.09.15.). Making Google and Facebook pay? Comparing the EU press publishers’ right and Australian Draft Media Bargaining Code, Create(<https://www.create.ac.uk/blog/2020/09/15/making-google-and-facebook-pay-comparing-the-eu-press-publishers-right-and-australian-draft-media-bargaining-code/> 2021.4.13.최종확인)

시행되면 호주에서 검색엔진을 중단하겠다고 언급하였으며, 페이스북은 실제 호주의 뉴스 기사를 공유하지 못하도록 차단하기도 하였다. 결국 중재 조항이 완화된 최종수정안이 통과되게 되었다. 최종수정안에 의하면 언론사와 디지털플랫폼 사업자가 합의를 이루지 못한 경우 당사자는 각자의 제안내용을 독립된 중재기관에 제출할 수 있으며 중재기관이 합의를 위한 하나의 제안을 선택할 수 있도록 중재절차가 완화되었다. 또한 차별적 거래와 관련하여서도 최종안에서는 디지털 플랫폼 사업자가 언론사와 상업적 계약 협상 시 발생할 수 있는 차별적 사용료 지불협상에는 벌금을 적용하지 못하도록 수정되었다. 특히 이 법의 적용여부를 결정하기 전에 호주정부가 “해당 디지털 플랫폼이 뉴스 미디어 회사와 상업적 계약 등을 통해 호주 뉴스 산업의 지속 가능성에 상당한 기여”를 했는지 여부를 고려하도록 함으로써 실질적으로 구글과 페이스북에 자율적 협상기회를 마련해 주었다.

2) 법적의미 : 유럽과 차이를 중심으로

호주와 유럽은 뉴스콘텐츠에 대한 사용료 지불이라는 동일한 목적을 추구하지만 이러한 목적을 달성하는 방식에는 차이가 있다. 유럽은 저작권접권이라는 권리에 기반하고 있으나, 호주는 경쟁법적 관점에서 규율하고 있다고 볼 수 있다. 즉 유럽은 언론사에게 저작권접권이라는 권리를 인정하고 이러한 권리에 기반하여 플랫폼은 언론사로부터 뉴스콘텐츠에 대한 이용허락을 받아야 한다. 그러나 호주는 당사자 간 협상력의 불균형을 보완하기 위해 협상과정의 규율에 초점을 맞추고 있다. 당사자간 합의가 불발되었을 경우 중재절차에 참여하는 등 당사자가 합의에 이르기 위해 취해야 하는 공식적인 절차를 규정하고 있으며, 사용료 산정에 고려해야 할 사항들도 규정하고 있다. 즉 호주 입법의 초점은 거대 디지털 플랫폼 기업과 언론사가 힘의 불균형 속에서 정상적 협상이 이루어지지 못하고 있음을 전제로 이러한 협상력의 불균형을 해결하고자 하는 경쟁법적 관점이 중심이라고 볼 수 있다. 그러나 ACCC(Australian Competition and Consumer Commission)가 스스로 밝히고 있듯이 이러한 협상의 법적 기초가 무엇인지 불명확하다. 디지털 플랫폼에 의해 사용되는 뉴스콘텐츠의 헤드라인, 스니펫, 사진은 현행법에 의할 때 저작권 침해라고 볼 수 없다. 또한 링크 역시 호주 판례에 의할 경우 공중송신에 해당되지 않는다. 유럽 지침 역시 이러한 법적 기초를 완전히 해결하지 못한 채, ‘저작권접권’이라는 또 하나의 규제를 신설한 것이다. 특히 유럽은 호주와는 달리 저작권접권 부여라는 법적 기초를 제공하는 데 초점을 맞추고 있을 뿐 실제 언론사와 플랫폼 간의 협상 절차에 대하여는 침묵하고 있다.

한편 캐나다의 상원의원 클로드 카리냥(Claude Carignan)은 지난 2월 17일, 디지털 플랫폼에 뉴스콘텐츠 사용료를 부과하는 저작권법 개정안을 제출한 바 있다.⁵⁾ 그러나 이 법안에 대하여는

저작권법에 기초하여 접근하는 것은 한계가 있으며, 호주처럼 '불공정한 시장의 개선' 측면에서 언론사의 협상력을 강화하는 것이 더 현실적이라는 비판도 있다.⁶⁾

또한 다른 유럽국가들과 비교해 볼 때 이미 지침을 적용하여 저작권접권을 실행하고 있는 프랑스의 경우, 프랑스 언론사는 개별적으로 또는 집중관리단체를 통해서 디지털 플랫폼과 협상을 진행하게 된다. 플랫폼은 뉴스콘텐츠의 이용으로부터 직간접적으로 발생한 수익에 기초하여 사용료를 지불받게 된다. 특히 언론사의 투자와 플랫폼 서비스에서 뉴스콘텐츠가 차지하는 중요성 등을 고려한다.

3. 시사점

민주주의는 언론의 자유를 토대로 발전하는 것이며, 언론의 자유는 올바른 정보가 존재할 때 가능한 것이다. 성실하고 질 높은 우수한 뉴스콘텐츠의 생성은 언론의 자유와 국민참여 민주주의의 기본이 된다. 그러나 우수한 뉴스콘텐츠의 제작에는 시간과 비용이 요구된다. 뉴스콘텐츠 제작에 기울인 노력이 존중되지 않는다면 뉴스콘텐츠 제작에 대한 인적·물적 투자가 감소하고, 이는 곧 뉴스콘텐츠의 질적 저하를 초래하게 된다. 결국 언론의 자유를 훼손하고 정보의 왜곡 또는 불균형을 초래하여 궁극적으로 민주주의의 후퇴로 이어지게 된다.

뉴스콘텐츠의 디지털 플랫폼에 의한 집중적 유통은 비단 미국의 거대 디지털 플랫폼의 지배력이 강세인 호주, 유럽에만 국한된 문제는 아니다, 국내 역시 뉴스콘텐츠 디지털 유통의 상당수가 네이버와 다음 같은 디지털 플랫폼을 통해 이뤄지고 있다. 그러나 국내 디지털 뉴스콘텐츠 유통 시장이 유럽과 다른 점은 네이버와 다음은 뉴스콘텐츠를 이용하기 전에 언론사와 뉴스콘텐츠 이용계약을 맺고 있다는 점이다. 뉴스제휴평가위원회⁷⁾ 심사를 통과한 언론사는 네이버·다음과 개별적 계약을 통해 뉴스콘텐츠 제휴나 검색 제휴 계약을 체결한다. 이처럼 국내 디지털플랫폼의 경우 인링크 방식 제공으로 계약에 의한 뉴스콘텐츠 사용료를 지불하고 있으므로 무단 사용에 대한 논쟁의 여지는 없는 것으로 볼 수 있으나⁸⁾ 아웃링크 방식으로 뉴스콘텐츠를 제공하는 '구글'과 같은 해외

5) Proulx, B(2021.02.18.). Un projet de loi fédéral propose un «droit à la rémunération» des médias, Le Devoir, (<https://www.ledevoir.com/culture/medias/595404/face-aux-geants-du-web-un-droit-a-la-re-muneration-des-medias-propose> 2021.4.13.최종확인)

6) 진민정, 디지털 플랫폼 뉴스사용료를 둘러싼 글로벌 규제 쟁점과 현황II, Media정책리포트, 2021년 2호, 16쪽

7) 뉴스제휴평가위원회는 국내에서 뉴스 콘텐츠 유통의 90% 가까운 점유율을 기록하는 네이버와 다음을 통해 뉴스 콘텐츠를 유통하고 싶어 하는 언론사가 급증하는 상황에서, 두 포털 사업자가 포털에 뉴스 콘텐츠를 제공할 수 있는 언론사를 결정하는 절차와 내용은 공개되지 않아 디지털 뉴스 콘텐츠 시장의 왜곡과 이로 인한 정치적 사회적으로 여론의 편향성을 야기한다는 언론계와 정치권의 비판이 거세게 제기되면서 2015년 10월 설립된 기구이다. 언론 유관단체 및 이용자 단체, 학계 및 전문가 단체 등 15개 단체에서 각각 2명씩 추천한 30명으로 구성된다.

8) 그러나 국내에서 네이버와 다음이 뉴스콘텐츠를 사용하기 위한 사전계약을 체결하는 것은 뉴스콘텐츠의 공정한 이용과 적당한 대가 지급을 위한 계약이라기보다는 네이버와 다음에 입점을 희망하는 수많은 언론사들을 숫자적으로

기업의 경우는 예외다. 국내에서도 구글·페이스북 등 해외 디지털 플랫폼의 뉴스콘텐츠에 대한 영향력이 커지고 있다. 따라서 저작권접권에 기초한 유럽 방식과 불공정 경쟁에 기반한 호주 방식 등 해외 입법에 대한 면밀한 검토를 통해 우리 실정에 가장 부합한 제도의 모색이 필요하다고 할 것이다.

참고자료

<https://www.cnn.com/2021/02/25/australia-passes-its-news-media-bargaining-code.html>

<https://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20210225010015777>

<http://www.hani.co.kr/arti/international/globaleconomy/983512.html>

Furgal, U.(2020.09.15.). Making Google and Facebook pay? Comparing the EU press publishers' right and Australian Draft Media Bargaining Code, Create(<https://www.create.ac.uk/blog/2020/09/15/making-google-and-facebook-pay-comparing-the-eu-press-publishers-right-and-australian-draft-media-bargaining-code/> 2021.4.13.최종확인)

Proulx, B(2021.02.18.). Un projet de loi fédéral propose un «droit à la rémunération» des médias, Le Devoir, (<https://www.ledevoir.com/culture/medias/595404/face-aux-geants-du-web-un-droit-a-la-remuneration-des-medias-propose> 2021.4.13.최종확인)

진민정, 디지털 플랫폼 뉴스사용료를 둘러싼 글로벌 규제 쟁점과 현황II, Media정책리포트, 2021년 2호

제어하기 위한 방안이라는 비판도 있다. 이구순, 언론사의 저작권접권 인정 필요성에 대한 연구, 서울과학기술대학교 IT정책전문대학원 석사학위논문, 2020.2, 50쪽