

# 프랑스의 언론사 저작인접권법을 둘러싼 논란

진민정 한국언론진흥재단 선임연구위원

2019년 7월 23일, 하원이 '뉴스통신사 및 언론출판사를 위한 저작인접권 신설을 위한 법안'을 81 대1로 채택하면서 프랑스는 최초로 유럽 저작권 지침을 국내법에 적용한 나라가 됐다. 지난한 논의 과정을 거쳐 통과된 이 법안은 2019년 3월 말 유럽의회에서 통과된 유럽 저작권 지침의 일부를 반영하고 있다. 그러나 아직까지도 구글을 위시한 거대 플랫폼들은 뉴스 사용료 지불에 미온적인 입장이다. 이 법의 실효성에 대한 의문이 지속적으로 제기되고 있는 이유다. 하여 이 글에서는 유럽 저작권 지침 및 프랑스 저작인접권의 주요 내용 및 비판, 구글의 대응, 이에 맞선 프랑스 언론의 연대 등 이 법을 둘러싼 주요 논란을 정리하고자 한다.

## 프랑스의 언론을 위한 저작인접권 도입 배경

프랑스는 구글을 비롯한 거대플랫폼들에 대한 반감이 상당히 큰 나라다. 'GAFA(구글, 애플, 페이스북, 아마존)'라 불리는 이들이 디지털 시장을 잠식하고 있기 때문이다. 프랑스 언론사들은 GAFA가 프랑스에서 온라인 광고 수익의 80%를 독식하고, 그 수익의 원천이 되는 뉴스콘텐츠를 무료로 이용하면서 이를 공급하는 언론사에는 재분배하지 않는다고 주장한다. 게다가 르몽드, 르피가로 등 소수의 몇몇 매체들을 제외하고 대다수 언론사들의 유료 독자 규모는 초라한 수준이

다. 디지털 플랫폼들이 뉴스기사의 일부 혹은 전문을 무료로 제공하는 시대에 굳이 값을 지불해 가면서 뉴스를 구독할 필요가 없는 것이다.

‘뉴스통신사 및 언론출판사를 위한 저작권인접권 신설을 위한 법안’<sup>1)</sup>을 발의한 사회당의 다비드 아술린 상원 의원에 따르면, “프랑스인 10명 중 1명만이 뉴스를 보기 위해 돈을 지불한다. 2016년 프랑스의 디지털 광고 시장의 수익은 35억 유로로 추정되는데 이중 24억 유로가 구글과 페이스북, 이 두 거대 플랫폼에게 돌아갔다. 언론사들의 몫은 프랑스 시장에서 뉴스 콘텐츠로 인해 발생한 총 수익의 13%도 안 되는 실정(Assouline, 2020,01,20)”이라고 한다. 사정이 이렇다보니 프랑스에서 GAFA는 디지털 시대 언론 재정위기의 주범으로 인식되고 있다. 그러나 무엇보다 큰 문제는 이것이 민주주의에 위협이 될 수 있다는 것이다.

이로 인해 구글처럼 뉴스 콘텐츠를 이용해 수익을 얻는 플랫폼들에게 뉴스 사용료를 받을 수 있도록 언론사에 대해서도 저작권인접권을 부여해야 한다는 주장이 오래 전부터 제기되었다. 그러나 독일이나 스페인의 사례에서 보듯, 개별 국가 차원에서 저작권인접권을 도입하는 조치는 효력을 발휘하기 힘들다는 인식이 크다보니 이러한 주장은 무력화되고 말았다. 그러다 유럽연합의 저작권 지침이 채택되면서 프랑스 역시 언론사를 위한 저작권인접권 신설 논의가 급물살을 타게 됐다. 유럽연합의 새로운 저작권 지침이 2019년 6월 7일부터 시행됨에 따라 회원국들은 2년 이내에 새로운 저작권 지침에 부합하게 국내법을 마련해야 하는 상황에 이르렀기 때문이다.

## 유럽 개정 저작권 지침 제5조의 주요 내용

2019년 4월 15일, 유럽연합 이사회는 마침내 ‘디지털 단일시장에서의 저작권에 관한 지침(Directive on Copyright in the Digital Single Market)’을 통과시켰다. 이 지침은 2016년 9월 14일 유럽연합 위원회가 그 원안을 발표한 이후 2019년 3월 26일에 유럽연합 의회의 승인을 거쳐 2년 6개월 만에 최종 결정된 것이다. 이처럼 긴 시간이 걸렸던 것은 이해당사자들 간의 갈등이 첨예하게 대립했기 때문이다.

먼저, 플랫폼 사업자들은 전례 없는 전방위적 로비활동을 통해 이 지침의 통과를 막으려고 했다. 이 지침이 이들의 경제적 이익뿐 아니라 유럽연합 외부 국가의 정책에까지 영향을 미칠 수 있기 때문이다(이원, 2019). 아울러 인터넷의 자유를 옹호하는 시민단체나 소비자 단체에서도 이 지침이 자유롭게 정보에 접근할 수 있는 사용자의 권리를 앗아가고, 인터넷 공간을 축소하고, 표현의 자유를 제한할 것이라고 주장했다. 또한 이로 인해 발생할 수 있는 정보 왜곡과 불균형 문제를 지적했다(Schon, 2019).

1) Proposition de loi tendant à créer un droit voisin au profit des agences de presse et des éditeurs de presse

반면, 찬성의 목소리도 만만치 않았다. 특히 유럽의 많은 언론사들, 사진작가나 예술가들이 그런 사례에 해당한다. 이들은 이 지침이 언론인이나 예술가에게는 생사가 달린 문제라며 이를 통해 거대 플랫폼에 게시되는 저작물을 통해 발생한 수익의 공정한 분배가 이루어져야 한다고 주장했다(Kervasdoué & Tellier, 2019,03,27).

개정된 유럽연합 지침은 이처럼 이제껏 보호받지 못했던 저작물 권리자의 권리를 강화하고, 플랫폼의 수익이 권리자에게 공평하게 분배되도록 함으로써 창작자에게 제대로 된 보상을 통해 더 나은 창작활동을 할 수 있도록 하는 것을 목표로 하고 있다.

유럽 저작권 지침 중 언론출판사의 저작권접권과 관련된 조항은 제15조 '온라인 이용과 관련한 언론출판물 보호'이다. 이 조항은 검색 엔진이나 소셜미디어와 같은 디지털 플랫폼이 뉴스 기사를 이용하는 경우, 언론출판사로 하여금 보상을 받을 수 있게 함으로써 뉴스 기사의 이용과 관련한 언론출판사의 권리를 규정하기 위해 새롭게 도입됐다. 제15조에 따르면 회원국은 자국 내에 설립된 언론 출판물 발행자에게 저작권 지침 제2조에 규정된 복제권(reproduction right) 및 제3조 2항에 규정된 유선 또는 무선으로 공중이 개인적으로 선택한 시간 및 장소에서 저작물에 접근하는 것을 승낙하거나 금지할 배타적인 권리를 인정해야 한다(이원, 2019).

플랫폼의 뉴스 이용으로 인해 발생한 수익의 배분에 대한 규정도 포함되어 있다. 제15조 5항에 따르면 언론출판물에 포함되어 있는 저작물의 저작자는 정보사회서비스 제공자의 언론출판물 이용으로 인해 발생한 수익에서 적절한 분배를 받아야 한다(박희영, 2019). 물론 예외적인 경우가 존재한다. 제15조 1항에 따르면, 뉴스 기사의 사적 혹은 비상업적 이용에 대해서는 언론출판사가 배타적인 권리를 주장할 수 없다. 하이퍼링크, 기사 중 단편적인 단어 또는 매우 짧은 구절의 발췌 역시 적용되지 않는다. 아울러 제15조 4항은 언론의 저작권접권의 보호 기간을 뉴스콘텐츠가 발행된 이듬해 1월 1일부터 2년 후까지로 명시하고 있다.

## 프랑스 뉴스 저작권접권 신설 과정과 주요 내용

유럽 저작권 지침 개정과 별도로 프랑스에서는 오래 전부터 언론을 위한 저작권접권 도입을 시도해왔다. 이미 2012년 9월 프랑스 언론사들이 정부에 독일과 같은 디지털 뉴스에 대한 저작권접권법을 제정해줄 것을 요청한 바 있다. 이들은 구글의 하이퍼링크를 막을 수는 없지만 최소한 링크로 얻어진 수익을 동등하게 나눠가질 수 있도록 법안을 마련해줄 것을 요청했다. 이로 인해 같은 해 10월 오렐리 필리페티 문화부 장관은 구글과 같은 검색엔진에 뉴스 사용료를 부과하도록 저작권접권법과 같은 새로운 법안을 입법화할 것을 제안한 바 있다. 그리고 그 과정에서 구글이 온라인 콘텐츠 사용으로 부당이득을 취하는 것에 대한 사용료의 의미로 '구글세' 관련 논의가 활발하게 이루어지기도 했다. 즉, 언론 기사로 검색엔진들이 벌어들이는 광고 수익뿐만 아니라 클릭에



따라 발생하는 수익에 대해서도 과세할 수 있으며, 이를 위반하는 경우 30만 유로의 벌금을 부과하는 법안을 제안한 것이다. 그러나 이에 대해 구글이 뉴스 검색에서 프랑스 언론사의 기사를 제외할 수도 있다는 극단적인 반응을 보이자, 프랑스 정부는 구글세와 저작권접권 도입을 포기하고, 구글 기금을 조성해 언론사를 지원하는 방향으로 자세를 바꿨다(정용국 외, 2016).

또한 2018년에도 ‘온라인 언론출판사를 위한 저작권접권 신설에 관한 법안’<sup>2)</sup>이 민주운동당 의원인 파트릭 미놀라에 의해 하원에 제출된 바 있으나, 같은 해 5월 17일 폐기되었다. 당시 프랑스 하원은 그 이유를 이러한 저작권접권 신설은 불가피하나, 이에 관한 유럽연합 차원의 공동 의견이 표명된 바 없어 아직은 시기상조라 설명했다(Rees, 2018,05,14). 그러다 2019년 7월 사회당 다비드 아술린 상원 의원이 제출한 유사한 내용의 법안이 상대적으로 빠른 시일 안에 채택됐는데, 이는 이미 유럽 차원의 논의가 진전된 것과 연관성이 있어 보인다.

전술한 바와 같이, 프랑스는 저작권 지침 제15조의 이행을 위해 ‘뉴스통신사 및 언론출판사를 위한 저작권접권 신설을 위한 2019년 7월 24일 법(이하, 저작권접권법)’<sup>3)</sup>을 신설했다. 시행일은 공포 3개월 후, 즉 2019년 10월 24일이다. 신설된 저작권접권법은 언론출판사의 정의, 언론출판사를 위한 저작권접권의 범위 및 보호 기간, 저작권접권자의 권리 등을 규정하고 있다. 이를 위해 기존 지적재산권의 일부를 개정하고, 뉴스통신사와 언론출판사의 권리를 다른 챕터(제2권 8장)를 신설했다. 여기에는 새로운 조항(218-1조~218-5조)이 포함되었다.

2) Proposition de loi visant à créer un droit voisin au profit des éditeurs de services de presse en ligne

3) 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



먼저, 저작권법 제122조는 ‘언론출판사(éditeur de presse)’를 ‘온라인 뉴스 출판 또는 서비스를 제공하는 자인인 또는 법인’으로 규정하고 있다. 뉴스 통신사 및 언론출판사가 촬영한 사진 및 비디오 역시 언론출판물로 간주되므로 동법에 포함된다.

저작권법 제1조는 기존 지적재산권법의 저작권법 관련 조항에 언론출판물을 포함시키고 있다.<sup>4)</sup> 또한 제2조는 저작권법의 예외를 규정하고 있다. 이에 따르면 유럽 지침과 같이 하이퍼링크, 단편적인 단어의 사용 또는 뉴스 기사의 매우 짧은 발췌는 이 저작권법의 효과에 영향을 줄 수 없다. 이 조항은 “매우 짧은 발췌”에 대해 뉴스 기사 전문을 읽는 것을 대체할 수 없는 정도를 의미한다고 규정하고 있다. 제3조는 저작권법 보호 기간에 관한 조항으로, 이에 따르면 언론출판사의 저작권은 유럽 저작권 지침과 동일하게 해당 뉴스 기사의 최초 발행일 후 1월 1일부터 2년 동안 인정된다.

프랑스의 저작권법은 유럽의 저작권지침을 거의 따르고 있으나 몇몇 부분을 수정했다. 일례로 프랑스 법률은 뉴스 사용료를 지불해야 하는 대상을 “온라인 공공 커뮤니케이션 서비스”라고 명시하고 있다. 즉, 검색 엔진, 소셜 네트워크 및 주요 플랫폼이 그 대상이다.

언론 출판물 사용료에 대한 설명도 추가되었다. 동법 제4조는 저작권 제218-4조를 삽입해 온라인 공공 커뮤니케이션 서비스가 언론출판물을 이용한 경우, 이에 대한 사용료 산정에는 “통신사 및 언론출판사의 인적, 물적 그리고 재정적 투자”뿐 아니라 “정치 및 일반 정보에 대한 기여”도 고려되어야 한다고 규정하고 있다.

4) 예를 들어, 제1조는 지적재산권법 제122-5조의 “실연, 음반, 비디오그램 또는 프로그램의 복제 및 공중송신”을 “실연, 음반, 비디오그램, 프로그램 또는 언론출판물의 복제 및 공중송신”으로 수정했다.

또한 동 조항에 의거, 온라인 공공 커뮤니케이션 서비스는 언론 출판물 발행자에게 해당 뉴스 기사를 이용함으로써 직접 및 간접적으로 얻은 수익 모두에 기반하여 산출한 사용료를 지급해야 한다. 아울러 뉴스 기사의 원저작자는 뉴스 기사의 이용으로 인한 수익을 회사 차원 또는 산업계 차원에서 저널리스트들과 언론사 사이에 체결된 계약에 따라 ‘적절하고 공정하게’ 분배받을 권한을 가진다. 만약 이 법의 공포일로부터 6개월 내에 당사자들이 수익 분배에 관한 합의에 이르지 못하는 경우에는 정부 대표, 언론사 대표, 기자 대표 등으로 위원회를 구성하여 협의하도록 한다. 제218-4조는 또한 언론출판사 및 뉴스통신사에게 온라인 공공 커뮤니케이션 서비스 제공자가 뉴스 기사의 이용과 관련된 모든 정보와 사용료에 대한 투명한 평가를 위해 요구되는 모든 자료를 제공해야 한다고 규정하고 있다. 이는 유럽 저작권지침 제19조를 따른 조항이기도 하다.<sup>5)</sup>

## 프랑스 저작권접권법에 대한 비판

그러나 새로운 저작권접권법에 대한 비판도 존재한다. 이 비판은 크게 세 가지로 분류할 수 있다. 첫째, 이 법의 실효성에 대한 문제제기다. 언론을 위한 저작권접권법의 실효성은 독일이나 스페인 사례를 통해 알 수 있듯이 늘 논란의 대상이었다. 구글이나 페이스북이 언론사 뉴스를 노출시키지 않겠다고 결정해버리면 달리 방법이 없기 때문이다. 낭트대 법학교수 오드리 르브와는 유럽 지침과 마찬가지로 이 법의 그 어떤 조항도 언론출판사에 대한 구글의 보상 의무를 강제하지 않는다고 주장한다(Lebois, 2019). 그녀에 따르면 이 법은 실제로 하이퍼링크와 짧은 발췌에 대해 언론출판사의 배타적 권리에서 벗어날 수 있도록 했다. 특히 이 법률에는 검색 엔진에서 웹 사이트로 이동하면서 발생한 트래픽이 수익성이 있다고 여겨지는 경우, 무료 라이선스를 부여하고 저작권접권을 포기하는 것을 막을 수 있는 조항은 없다. 따라서 이 법률은 계약자유의 원칙을 우선시 하면서 언론 출판사들에게 구글이 보상할 의무를 부과하지 않는다는 것이다.

둘째, 언론의 저작권접권이 차별적으로 적용될 가능성에 대한 우려다. 사실, 프랑스의 소규모 언론사들은 이 법의 도입을 반대해왔다. 구글, 페이스북과 같은 거대 플랫폼과의 뉴스 사용료협상에서 자신들이 배제될 가능성이 크기 때문이다. 실제로 종합일간지, 지역일간지, 지역주간지 등이 주축이 되어 만든 프랑스의 종합신문사 연합(Alliance de la presse d'information générale, 이하 APIG)<sup>6)</sup>과 같은 대규모 언론단체나 대표적인 뉴스통신사인 AFP는 저작권접권 신설을 적극적으로 옹호해왔지만, 또 다른 그룹, 특히 미디어파트, 아레 쉬르 이마

5) 유럽 저작권 지침 제19조는 “회원국은 저작자 및 실연자가 최소한 1년에 한 번 저작물 등의 이용과 그로부터 발생한 수익에 대한 광범위한 정보를 제공받을 수 있게 보장해야 한다”고 규정하고 있다.

6) 거대 플랫폼을 상대로 언론사가 한 목소리를 낼 수 있도록 2018년 전국일간지 언론노조, 지역일간지 언론노조, 지역주간지 언론노조 등 세 개의 언론노조가 연합하여 만든 조직.



쥬 등 주요 온라인 유료매체가 참여하고 있는 온라인 독립 언론 노조(Syndicat de la Presse Indépendante d'Information en Ligne, SPIIL)는 이번 협상이 대규모 언론사에게 유리하게 될 것을 우려해 반대 의사를 표명했다. SPIIL은 또한 이러한 저작권접권으로 인해 구글에 대한 의존도가 더욱 높아질 것을 우려했다(SPIIL, 2019,10,01). 이 외에, 자본 사정이 열악한 소규모 언론사들 중에는 차라리 무료라도 구글 검색에 노출되는 편이 낫다는 입장도 존재한다.

셋째, 저작권접권 적용의 기준이 불확실하다는 비판이다. 대표적으로 '매우 짧은 발췌'의 개념을 어떻게 이해되어야 하는지에 대해서는 아직 논란이 분분하다. 법학자인 필립 무롱은 이 개념에 관한 프랑스 법률의 설명은 정량적인 것이 아니기 때문에 훨씬 위험할 수 있다고 주장한다(Mouron, 2019). 실제로, 뉴스기사 내용은 몇 개의 단어 또는 제목을 반복함으로써 쉽게 요약될 수 있어, 독자는 굳이 전문을 읽지 않더라도 내용 짐작이 가능하다. 무롱은 유럽 저작권 지침과 프랑스 저작권접권법의 동기 중 하나가 검색 엔진과 같은 온라인 커뮤니케이션 서비스에 의한 스톱퍼트 혹은 헤드라인의 사용으로 인해 독자가 뉴스를 구독하지 않고, 이로 인해 언론사가 희생하는 가치의 손실을 보상하는 것으로 구성되었기에 이 개념에 대한 프랑스 법의 규정은 더욱 문제가 된다고 우려한다.

## 저작인접권에 대한 구글의 대응

프랑스의 저작인접권법이 시행되기도 전에 구글은 뉴스사용료를 지불할 의사가 없음을 밝혔다. 2019년 9월 25일, 구글은 프랑스 사용자들이 저작인접권법 시행일인 10월 24일부터는 검색 엔진과 구글뉴스에서 썸네일 사진과 기사의 앞 문장 일부가 함께 노출되는 방식을 버리고, 언론사가 명시적으로 요청하지 않는 한 기사제목과 링크(URL 주소)만 볼 수 있게 될 것이라고 발표했다 (Carasco, 2019,09,26).

구글뉴스의 부사장 리차드 킹그라스는 “우리는 기사발체물 이용에 대한 비용을 지불할 의사가 없다”면서 “우리는 아웃링크를 통해 언론사 사이트에서 기사를 보게 함으로써 이미 언론에 많은 가치를 부여하고 있다고 생각한다”고 주장했다. 보다 구체적으로 그는 구글이 뉴스사용료를 지불할 필요가 없다는 논리를 다음과 같은 주장을 통해 펼치고 있다.

- ① 구글은 뉴스 정보에 투자하고 있다: 구글 검색 시 유용한 정보가 담긴 웹 페이지가 수천, 때로는 수백만 개가 표시된다. 뉴스를 검색하는 경우, 제안된 검색 결과는 기존의 언론사 웹 사이트 혹은 새로운 인터넷 언론사, 지역 뉴스 사이트 또는 건강, 음식 혹은 패션을 전문으로 하는 소규모 언론사 사이트로 안내할 수 있다. 우리의 임무는 그것들을 정렬해 가장 관련성이 높은 정보를 제공하는 것이다.
- ② 언론에 콘텐츠 사용료를 지불하면 인터넷 사용자의 신뢰를 상실하는 결과를 가져올 수 있다: 우리는 인터넷에서 정보를 찾고 접근하는 방식을 변화시켰지만 인터넷 사용자의 신뢰를 유지하기 위해서는 상업적 계약이 아니라 관련성에 따라 검색 결과가 결정되어야 한다. 그렇기 때문에 우리는 검색엔진에 결과를 포함시키는 것에 대한 보상을 받지 않으며, 반대로 인터넷 사용자가 링크를 클릭할 때 게시자에게 비용을 지불하지 않는다.
- ③ 우리는 저널리즘을 웹상에 노출함으로써 지원한다 : 유럽만 해도 한 달간 구글을 통해 뉴스사이트로 이동하는 건수는 80억 건 이상이고, 클릭 수는 초당 3,000건 이상이다. 따라서 언론사는 새로운 잠재 고객을 유치하고 광고 및 구독을 통해 매출을 높일 수 있다. 그러나 언론 산업은 서구 사회 민주주의를 위해 필수적이기에 우리는 양질의 정보를 위한 언론의 지속 가능한 미래를 보장하기 위해 우리의 역할을 수행하기로 결정했다. 이를 위해 전 세계 언론 출판사 및 언론인의 가치를 창출하기 위해 미디어 부문과 긴밀히 협력하고 있다.

하지만 프랑스 정치권과 미디어업계에선 구글이 언론사에 사용료를 주지 않으려고 뉴스 노출 방식을 바꾸는 것은 부당하다는 비판이 일고 있다. 다비드 아술린 상원의원은 구글의 방침에 대해 “무책임한 전쟁 선언”이라면서 “공익과 미디어, 문화에 대한 존중을 보여줘야 할 인터넷계 거물에게 기대되는 윤리와 신뢰성에 정면으로 반하는 일이다. 구글은 막대한 수익을 전문적인 정보의 생산을 지원하는데 지불해야 한다”고 지적했다. 프랑크 리에스테르 문화부 장관은 즉각적으로 “구글의 선언은 받아들일 수 없으며, 유럽 다른 국가의 문화부 장관들과 공통의 해법을 찾을 것”이라 말했다(Piquard, 2019,09,25).

유럽 차원의 비판도 이어졌다. 유럽 신문발행인협회(ENPA)는 프랑스 언론에 지지를 보낸다면 서 “구글은 초법적인 존재가 아니다. 유럽 언론사들은 구글이 유럽 법률을 존중할 것을 요구한다. 그렇지 않으면, 자유롭고 독립적인 양질의 언론은 더 이상 유럽에서 찾을 수 없게 될 것이다”라고 구글의 태도 변화를 요구했다. 까를로 페로네 유럽 신문발행인협회 회장 또한 “그것은 도저히 인정할 수 없는 강제적인 결정으로 여타 다른 국가에서 경험했던 상황, 즉 언론이 미국 거대 플랫폼에게 무료로 콘텐츠를 제공하거나 혹은 검색 엔진에 의해 엄청난 보복을 당할 수밖에 없는 상황을 반복하는 행위다”라고 일갈했다(Carasco, 2019,09,26).

## 프랑스 언론, 공동으로 구글에 맞서

이러한 구글에 맞서 다비드 아술린은 구글의 결정을 확정적인 것으로 판단하지 말 것을 제안했다. 언론사와 협상에 들어가기 위해 구글이 취하는 야만적인 태도일 뿐이라는 것이다. 그는 기사의 제목과 링크만 제공하는 경우, 검색 엔진이 잃을 것이 많다고 주장했다. 그러므로 언론사들이 공통된 자세를 유지해야하며 트래픽을 많이 발생시킬 수 있는 기사발체를 무료로 제공해서는 안 된다는 것이다. 그는 또한 “프랑스 법률의 정신을 우회하고 무시함으로써 구글은 유럽과 6억 명 이상의 인터넷 사용자에게 도전하고 있다. 우리는 유럽 수준에서 두려워하지 않을 힘, 싸워나갈 힘이 있다. 그리고 구글에게 시민의 의무-인터넷에서 양질의 정보에 접근하도록 하는 것-를 다 할 것을 요구할 수 있다”라며, “힘이 많다는 것은 그만큼 더 나은 세상을 만들어야 할 의무가 있다는 것이다”라고 덧붙였다(Carasco, 2019,09,26).

APIG는 이 결정을 편집자들을 분열시키려는 시도이며, 동시에 “규칙을 존중하지 않고 지배적 지위를 남용하려는 구글의 의지”를 보여주는 새로운 증거로 보았다. 305개의 전국 및 지역 종합신문사를 대표하는 이 조직은 “플랫폼 및 주요 디지털 행위자들과 실질적인 가치 공유를 실현하기 위해 모든 힘을 합쳐 연대적으로 대응하고, 가능한 모든 방안들을 강구할 것”이라고 밝혔다.

11월 15일부터 11월 22일까지 일주일 동안 구글에 대해 3건의 고발장이 접수됐다. APIG를 필두로 SEPM(Syndicat des éditeurs de la presse magazine, 시사매거진 출판사 노조), AFP



도 합류했다. 이 세 기관은 구글이 채택한 방식이 저작권접권을 우회하기 위한 것이라며 항의했다. 검색 엔진이 기사 발췌문의 무료 검색에 대해 언론사들에게 사용료 지불을 거부하게 되면 이로 인해 전체 기사가 평가 절하되면서 사이트 방문자가 줄게 되고, 이는 뉴스사이트의 생존을 위태롭게 만들 수 있다는 것이 이들의 주장이다. 그러므로 구글의 행동은 거대 플랫폼의 지위 남용에 해당한다는 것이다(Gangloff, 2019,11,22).

### 구글과 저작권접권, 새로운 국면?


이러한 프랑스 언론사들의 완강한 태도 덕분일까? 3월 초, 구글은 돌연 프랑스 언론사들에게 뉴스 콘텐츠 사용료를 지불하겠다는 입장을 밝히고 협상에 돌입했다. 이는 지금까지 검색 결과에 뉴스 콘텐츠를 게시하고 이를 통해 얻게 된 수익을 돌려주지 않고 독식한다고 비난을 받아온 거대 플랫폼에게는 태세전환에 해당한다. 구글뉴스 부사장인 리차드 킹그라스는 보도자료에서 “우리는 사람들이 양질의 저널리즘을 찾도록 돕고 싶다. 좋은 정보를 접하는 것은 민주주의에 아주 중요하고 지속 가능한 미디어 세계를 지원하는 데에도 도움이 될 것”이라며 “이것은 우리에게 아주 중요한 문제다. 그래서 우리는 파트너와 논의해 언론사들과의 협력을 확대할 새로운 방안을 찾고 있다”고 밝혔다(AFP, 2020,02,17).



그러나 구글의 새로운 제안은 또다시 논란을 낳고 있다. 르몽드에 따르면 구글은 언론사별로 매년 10만~1백만 달러의 사용료 지불을 언급했다. 물론 협상은 이제 시작 단계이기에 어떤 결과를 도출할지 알 수 없다. 다만, 구글이 몇몇 특정 언론사들과의 계약을 통해 또 다시 저작권접권법을 우회하려는 게 아니냐는 우려의 목소리가 높다. 르피가로 그룹의 CEO인 마크 뢰으에는 구글의 제안에 대해, “이는 우리가 몇 년 동안 요구해 왔던 뉴스 콘텐츠 사용료 지불에 대한 구글의 첫 번째 제스처다. 그러나 그것은 집단적이지도, 투명하지도 않으며 따라서 명확히 차별적이다”라고 비판했다. 이번 구글의 제안은 오래 전부터 구글과의 협상이 소수 주요 언론 중심으로 이루어질 것이라는 우려를 현실화하고 있다는 것이다. 또한 르몽드 이사회 회장인 루이 드레뤼스는 “우리는 구글의 제안이 법적 테두리 안에서 이루어지기를 희망한다. 먼저, 종합정보를 제공하는 모든 언론사를 위한 단체 협약이 필요하다”고 말했다. 레제코-르파리지앵 그룹의 CEO로 APIG의 저작권접권 실무 그룹을 이끌고 있는 피에르 루에뜨는 “우리는 모든 종합정보를 다루는 신문사를 위한, 나아가 각 언론 브랜드별 독자층에 따라 분명히 차별화될 수 있는, 진정으로 보편적인 제안을 기다리고 있다”고 덧붙였다.<sup>7)</sup>

이에 따라 프랑스 경쟁위원회(Autorité de la concurrence)<sup>8)</sup>가 구글이 언론출판사와 협상을 통해 뉴스저작물 사용에 대한 ‘공정하고 균형 잡힌 제안’을 공식화하도록 보호 조치를 취할 것으로 예상된다. 프랑스 경쟁위원회는 구글이 언론사를 상대로 우월적 지위를 남용했다는 사실을 배

제할 수 없다는 입장이다. 구글이 최근 프랑스의 주요 매체와 뉴스사용료를 지불하겠다고 협상에 나섰다 하더라도, 협상의 대상에 들어가지 않은 언론사들이 상당수이기에 이는 뉴스에 대한 저작권접권법을 피하기 위한 꼼수로 여겨진다는 것이다(Chartier, 2020,03,03).

앞으로 구글이 어떤 방식으로 협상에 임하게 될지, 또한 언론사를 대상으로 ‘적절하고 공정한’ 뉴스 사용료의 분배가 이루어질지, 나아가 그것이 재정적 위기로부터 언론을 구원할 수 있을지는 미지수다. 그러나 최소한 프랑스의 사례는 과거와는 달리 어떤 방식으로든 디지털 거대 플랫폼의 뉴스사용료 지불이 실현될 것이라는 기대를 높이고 있다. 이는 이번 뉴스 저작권접권이 개별 국가가 아닌 유럽 차원에서 이루어지고 있고, 아울러 프랑스와 유럽의 언론사들이 서로 연대해 공동으로 대응하고 있기 때문이다. 

- 
- 7) 페이스북 또한 APIG와 협상 중이다. 페이스북은 2019년에 이미 유럽저작권 지침을 예측하고 뉴스 콘텐츠에 대한 보상을 제공함으로써 보다 집단적인 접근 방식을 취하고 있다고 주장한다. 이는 일부 언론사들이 환영하는 방식이기도 하다. 페이스북은 “우리는 미국에서 출시한 뉴스탭과 같은 유사한 방식으로 프랑스에서의 해법을 고민하고 있지만 구체적인 방법은 모든 언론사들과 함께 찾아야 한다”고 말했다.
- 8) 시장의 작동 방식을 연구하고 반경쟁 행위에 대응하기 위해 마련된 프랑스의 독립 행정기관.