



한국도 구글, 페이스북에 뉴스 사용료를 받을 수 있을까

김유석 오픈루트 디지털가치실장



01

인터넷 뉴스 생태계와 ‘공짜 뉴스’

인터넷 뉴스 유통의 중심에는 포털 사이트가 있다. 한국언론진흥재단이 발표한 ‘2020 언론수용자 조사’에서 응답자의 75.8%는 포털에서 인터넷 뉴스를 이용하는 것으로 나타났다. 온라인 동영상 플랫폼을 통한 뉴스 이용도 2~3년 사이에 크게 늘었다. 온라인 동영상 플랫폼 이용자의 98.6%는 유튜브를 이용하고 있다. SNS를 통해 뉴스/시사정보를 얻는 비율도 2019년 0.6%에서 2020년 0.9%로 소폭 증가했다.

반면, 인터넷 뉴스 사이트에 직접 접속하는 경우는 1.3%에 불과하다. 포털 사이트 같은 플랫폼을 통하지 않으면, 인터넷 뉴스 생산자들이 이용자에게 접근하기 어려운 상황이다. 이는 인터넷 뉴스를 생산하는 것보다 플랫폼을 통한 유통이 더욱 중요해졌다는 것을 의미한다. 이로 인해 언론사의 중요한 재원인 광고 역시 포털 사이트로 집중되면서 플랫폼에 대한 의존도는 더욱 높아지고 있다.

신문, 인터넷신문, 뉴스통신, 방송 및 잡지 등의 기사를 인터넷을 통하여 계속적으로 제공하거나 매개하는 전자간행물을 ‘인터넷뉴스서비스’라고 한다. 이는 2009년 신문 등의 진흥에 관한 법률(이하 ‘신문법’이라 한다)을 개정하면서 추가된 개념이며, 네이버, 다음카카오 등 인터넷 포털 사이트가 대표적인 인터넷뉴스서비스사업자다.

인터넷뉴스서비스사업자는 신문법 제9조 제1항에 따라 지방자치단체에 인터넷뉴스서비스사업자로 등록해야 하며, 신문법 제10조에 따라 기사배열 기본방침과 책임자를 공개해야 하며, 뉴스 편집 및 제목·내용 수정 등에 관한 의무가 부여된다.¹⁾ 다만, 동법 시행령 제7조의 제3호는 언론 기사를 제공하는 특정 구역이나 별도 화면 없이, 검색 결과나 이용자 경향 분석을 토대로 기사를 배열해 아웃링크로 매개하는 경우 인터넷뉴스서비스사업자 등록 의무를 제외하는 예외 규정을 두고 있다.²⁾ 현재 네이버, 다음카카오 등 국내 인터넷 포털은 물론, MSN의 한국법인인 MSN코리아 등이 인터넷뉴스서비스사업자로 등록한 반면, 구글과 페이스북의 경우 등록되어 있지 않다.

인터넷 뉴스 유통은 다른 미디어 산업과 마찬가지로 양면시장의 형태를 나타내고 있다. 인터넷뉴스서비스를 제공하는 포털 등 플랫폼은 뉴스 콘텐츠를 이용해 이용자들의 주목과 관심을 모아서 광고주에게 제공한다. 뉴스를 제공하는 언론사들에는 뉴스 사용료나 광고 수익 배분 등의 형태로 대가를 지불한다. 이용자들은 뉴스 콘텐츠 이용료를 직접 지불하는 대신 뉴스와 함께 광고를 시청하게 된다.

1) 신문법 제10조(인터넷뉴스서비스사업자의 준수사항) ① 인터넷뉴스서비스사업자는 기사배열의 기본방침이 독자의 이익에 충실하도록 노력하여야 하며, 그 기본방침과 기사배열의 책임자를 대통령령으로 정하는 바에 따라 공개하여야 한다.

② 인터넷뉴스서비스사업자는 독자적으로 생산하지 아니한 기사의 제목·내용 등을 수정하려는 경우 해당 기사를 공급한 자의 동의를 받아야 한다.

③ 인터넷뉴스서비스사업자는 제공 또는 매개하는 기사와 독자가 생산한 의견 등을 혼동되지 아니하도록 대통령령으로 정하는 바에 따라 구분하여 표시하여야 한다.

④ 인터넷뉴스서비스사업자는 제공 또는 매개하는 기사의 제목·내용 등의 변경이 발생하여 이를 재전송받은 경우 인터넷뉴스서비스사업자의 인터넷홈페이지에 재전송받은 기사로 즉시 대체하여야 한다.

2) 신문법 시행령 제7조(등록 제외대상 신문·인터넷신문·인터넷뉴스서비스) 법 제9조제1항 단서에서 “대통령령으로 정하는 경우”란 다음 각 호의 경우를 말한다.

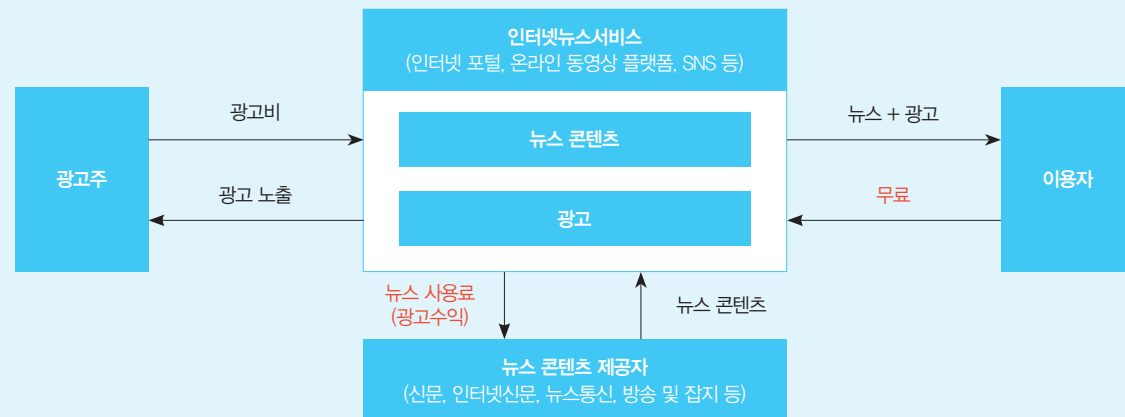
3. 인터넷뉴스서비스 중 특정 구역이나 별도 화면에서 직접 언론의 기사를 제공하거나 매개하지 아니하면서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 경우

가. 검색서비스(인터넷에서 특정 정보를 찾아주는 프로그램이나 서비스를 말한다)를 통하여 언론의 기사를 제공하거나 매개하는 경우

나. 이용자의 선택에 따라 자동적으로 언론의 기사가 선택되거나 배열되도록 하여 이용자마다 개별적으로 언론의 기사를 제공하거나 매개하는 경우

[그림 1] 인터넷 뉴스 유통구조

출처 : 김유석 (2021). 한국판 구글 법안 도입 필요성과 주요 내용



포털의 인터넷 뉴스 제공 형태는 포털에서 직접 제공하는 인링크 방식과, 언론사 사이트로 매개하는 아웃링크 방식으로 구분할 수 있다. 어떤 형태든지 언론사들은 포털을 통하지 않고는 이용자에 접근하기 어렵다는 점에서, 뉴스 사용료 협상에서 상대적 열위에 있게 된다. 무엇보다도 이용자들은 인터넷 뉴스가 유통되는 양면시장의 특성으로 인해 인터넷 뉴스를 무료로 이용하게 되면서 ‘인터넷 뉴스는 공짜’라고 인식하고 있다는 것이다. 과거 언론사들이 유료구독 모델을 몇 차례 시도했지만, 유력 언론사들도 성공하지 못했다.

한국언론진흥재단이 디지털 뉴스 유료화 방안을 모색하기 위해 2019년 실시한 이용자 조사 결과, 응답자의 절반 이상(52.5%)은 광고와 함께 무료로 뉴스를 보는 것을 선호하는 것으로 나타났다. 광고 없이 유료로 이용하는 것을 선호한다는 응답은 7.8%에 불과했다. 이는 음악/음원콘텐츠는 광고 없이 유료로 이용하는 것을 광고와 함께 무료로 이용하는 것보다 19.2%나 더 많이 선호하는 것과 대비된다. 이처럼 뉴스/정보/지식콘텐츠는 유료 이용에 대한 거부감이 크기 때문에, 인터넷 뉴스는 자체적인 유료 구독모델보다 플랫폼의 양면시장에 편입될 수밖에 없는 것이다.

02

● 해외의 뉴스 사용료 법안

해외에서는 플랫폼에 대해 뉴스 사용료 지불을 의무화하는 추세다. 대표적으로 호주에서는 2021년 초 구글, 페이스북 등에 뉴스 사용료 협상을 의무화하고, 이 협상이 실패하면 구속력 있는 조정 절차를 진행하는 내용의 뉴스미디어 협상법(News Media Bargaining Code)을 제정했다. 이 법의 목적은 경쟁법적 관점에서 플랫폼과 언론사 간의 뉴스 사용료에 대한 협상력 차이를 조정하기 위한 것이다. 2020년 7월 발표된 법안에는 디지털 플랫폼이 중재 결과를 준수하지 않으면 최대 1,000만 호주달러 또는 뉴스 관련 매출의 10%에 이르는 벌금을 부과할 수 있는 규정도 포함되었다. 또한, 뉴스 콘텐츠 노출 관련 알고리즘을 변경할 때는 사전에 언론사에 알리고, 이용자 데이터도 제공하도록 했다.

이에 대해 플랫폼 사업자들은 즉각적으로 반발했다. 페이스북은 호주에서 뉴스 서비스를 일시 차단해 공유도 할 수 없도록 했으며, 구글은 호주에서 검색 서비스를 중단하겠다는 계획을 발표했다.

그러나 얼마 후 페이스북은 뉴스 표시 여부에 대한 결정권을 페이스북이 유지하는 등 뉴스미디어 협상법 일부 수정을 조건으로 뉴스 서비스 재개에 합의했다. 특히 페이스북은 협상 조건이 우호적이지 않다고 판단되면 호주 내에서 뉴스를 제공하지 않을 수 있는 권한을 갖게 되었다.

구글은 뉴스코퍼레이션, 세븐웨스트미디어 등 호주의 유력 언론사들과 뉴스 사용료 계약을 체결했다. 구글의 ‘뉴스 쇼케이스’ 서비스에 뉴스 콘텐츠를 제공하는 것에 대한 대가를 지불하는 방식이다.

EU에서도 디지털 서비스법(Digital Service Act)과 디지털 시장법(Digital Market Act)을 통해 뉴스 사용료 지불 의무화를 추진하고 있다. 유럽은 2019년 6월 시행된 EU 디지털 단일시장 저작권 지침(European Union Directive on Copyright in the Digital Single Market)을 근거로 하는 저작권접권 관점에서 뉴스 콘텐츠 사용료 문제를 접근하고 있다. 지침 제15조의 온라인 이용 관련 언론출판물 보호 조항에서 언론사에 저작권접권을 부여하고 있기 때문이다. 프랑스의 경우 이 지침에 따라 2019년 10월, 뉴스 콘텐츠의 저작권접권에 대한 법적 근거를 마련했다. 프랑스의 언론사들은 개별 또는 집중관리단체를 통해 뉴스 콘텐츠 이용에 따른 직·간접적인 수익을 기준으로 사용료를 받는다. 다른 EU 회원국들도 2021년 6월까지

지 이 지침에 따라 뉴스 콘텐츠의 저작권접권에 관한 국내법을 개정해야 한다.

EU의 디지털 관련 법안은 강력한 제재 조치를 포함하고 있다는 것이 특징이다. EU는 디지털 관련 법안을 위반할 경우 매출의 10% 벌금 또는 강제 기업분할까지 고려하고 있기 때문이다. 또한, 인구 4억 5천만 명의 EU에서 구글이 뉴스 사용료를 지불하는 대신 서비스 중단을 택하기는 어려울 것으로 전망된다. 다만, 뉴스 사용료 산정기준에 대해서는 아직 논란이 있는 상황이다.

이처럼 전 세계적으로 뉴스 사용료 지급을 의무화하는 움직임이 확산되면서, 디지털 플랫폼과 언론사 간의 뉴스 사용료 계약으로 이어지는 추세다. 프랑스는 2019년부터 구글에 뉴스 사용료 지불을 요구한 결과, 2021년 구글과 3년간 7,600만 달러 규모의 뉴스 사용료 지불 계약을 합의했다. 영국에서도 2021년부터 주요 언론사에 연간 수백만 파운드를 지불하는 다년 계약을 체결했다.

03

● 구글, 페이스북과 네이버, 카카오의 뉴스 사용료 지급

이 같은 흐름 속에서 구글의 행보를 살펴볼 필요가 있다. 구글은 2020년 10월부터 ‘뉴스 쇼케이스’ 서비스를 시작했다. 독일, 브라질에서 시작해 영국, 프랑스, 캐나다, 아르헨티나, 그리고 호주까지 7개국 500여 개 언론사와 뉴스 사용료 계약을 체결했다. 뉴스 쇼케이스는 제휴를 맺은 언론사가 기사 편집과 배열을 담당하는 형태로, 네이버 뉴스스탠드와 유사하다고 볼 수 있다.

주목할 것은 검색 결과에 뜨는 언론 기사에 사용료를 지불하는 대신, 별도의 뉴스 앱인 쇼케이스를 제공하면서, 각국의 일부 유력 언론사들만을 대상으로 선별적인 계약을 체결했다는 것이다. 호주에서는 나인엔터테인먼트와 세븐웨스트미디어에 각각 3년간 3,000만 호주달러(약 260억원)를 지급한다는 계약을 체결했다. 또한, 미국 월스트리트저널, 마켓워치, 영국 더선, 더타임스, 호주뉴스닷컴, 스카이뉴스 등을 소유한 뉴스코퍼레이션과 3년간 뉴스 사용료 계약을 체결했다.

국내에는 아직 구글의 뉴스 쇼케이스 서비스가 제공되지 않고 있으며, 이에 따라 뉴스 사용료 협상도 이뤄지지 않고 있다.

구글과 페이스북은 한국에 등록된 인터넷뉴스서비스사업자가 아니라, 신문법에 명시된 의무를 지지 않는다. 구글은 2019년 신문법상 뉴스사업자 법인 소재지가 해

외라는 이유로 서울시에서 등록을 반려했다. 페이스북은 뉴스 서비스가 주요 사업이 아니기 때문에, 뉴스사업자 등록을 검토하지 않는다는 입장이다. 이용자들이 직접 언론사 뉴스를 링크하거나, 언론사 계정에서 직접 제공하는 뉴스 위주라는 것이다.

아직 뉴스 사용료 지불에 대한 규정도 마련되어 있지 않다. 현행 신문법에는 인터넷뉴스서비스에 언론사 뉴스 사용에 대한 대가 지급 규정이 미비하다. 또한, 현행 저작권법상 '사실의 전달에 불과한 시사보도'는 저작물로 보호받지 못하는데, 그 기준이 모호하다는 지적에 따라 저작권의 보호를 받을 수 있는 시사보도 개념과 범위를 명시할 필요가 있다.

구글은 아웃링크 방식의 단순 검색 결과를 제공하는 서비스에 대해서는 뉴스 사용료를 낼 수 없다는 입장이다. 그러나 별도의 구글 뉴스 페이지와 앱을 통해 자체 알고리즘에 따라 뉴스를 배열하여 서비스하고 있다는 점에서 논쟁의 여지가 있다.

페이스북은 위에서 언급한대로 뉴스 서비스가 주요 사업이 아니라는 이유로 뉴스사업자 등록을 검토하지 않고 있다. 이용자들이 뉴스 링크를 공유하거나 언론사 계정을 통한 자체 공유가 대부분이라는 것이다. 다만, 국내에서와 달리 미국, 영국에서는 언론사가 뉴스를 자체 편집할 수 있는 ‘뉴스탭’ 기능을 제공하고 있고, 이를 확대할 계획이라는 점에서 향후 페이스북의 정책 변화를 주목할 필요가 있다.

국내 인터넷 포털은 뉴스 사용료 대신 광고수익 배분(Revenue sharing) 모델을 도입하는 추세다. 네이버는 2020년 4월부터 전재료 방식의 뉴스 사용료를 폐지하고, 광고수익 배분 모델을 도입했다. 외부전문가를 통해 광고수익 배분 기준을 마련하고, 콘텐츠 제휴사에 광고수익을 분배하는 방식이다. 네이버의 광고수익 배분 기준은 순방문자수와 조회수를 각 20%, 재방문자수, 소비 기사수, 누적 구독자수, 순증가 구독자수를 각 15%씩 반영한다. 이를 기준으로 콘텐츠 제휴사(CP)는 포털에 뉴스를 제공하는 대가로 RS 방식의 수익을 배분받게 된다. 네이버는 3년간 언론사가 지급받는 광고수익이 기존 전재료보다 낮으면 차액을 보전하겠다고 발표했다. 다만, 뉴스스탠드나 아웃링크 방식의 검색 제휴사에게는 별도의 사용료를 지불하지 않는다.

아울러, 국내에서는 포털을 중심으로 뉴스 콘텐츠 유료구독 모델이 시도되고 있다. 네이버는 2021년 5월, 유료구독 플랫폼인 ‘프리미엄콘텐츠’ 베타서비스를 오픈했다. 창작자들이 월 2,900원~19,990원의 구독료를 받고 콘텐츠를 판매할 수 있는 ‘스마트스토어’ 형태로, CP와 네이버가 구독수익을 각각 7:3 비율로 나눈다. 조선일보, 중앙일보, 한겨레, 경향신문, 매경닷컴 등 주요 언론사와 계열사가 참여하고 있다.

기존에 언론사들이 자체적으로 추진했지만 성공하지 못했던 유료구독 모델이 플랫폼 중심으로 다시 등장했다는 점에서 귀추가 주목된다. 언론사 입장에서는 프리미

업 뉴스 콘텐츠 생산과 서비스 관리를 위한 추가적인 인력 투입에 대한 부담에도 불구하고, 실제 결제로 이어질 가능성에 대해 반신반의하는 분위기다.

04

● 신문법 및 저작권법 일부개정안 검토 및 제언

인터넷 뉴스가 제값을 받기 위해서는, 일정 규모 이상의 뉴스 제공 플랫폼에 대해 인터넷뉴스서비스사업자 등록을 의무화하는 방안을 검토할 필요가 있다. 여기에는 국내에서 사업을 영위하거나 영향을 미치는 국외사업자도 포함된다.

또한, 인터넷뉴스서비스사업자에 대해 뉴스 사용료 지급 규정을 마련하고, 저작물로 보호받을 수 있는 시사보도 개념과 범위를 명시할 필요가 있다. 사실의 전달에 불과한 시사보도에 대한 기준이 모호하기 때문이다.

이 같은 배경에 따라 국민의힘 김영식 의원은 2021년 4월, 신문 등의 진흥에 관한 법률(이하 ‘신문법’)과 저작권법 일부개정안을 발의했다. 이는 국내외 플랫폼을 막론하고 인터넷뉴스서비스를 제공하면서도 인터넷뉴스서비스사업자의 의무에서 배제되거나 뉴스 사용 대가를 지급하지 않아 발생하는 분쟁을 해소하기 위한 것이다.

신문법 일부개정안의 주요내용은 다음과 같다.

첫째, 제2조 제5호에서 ‘매개’ 개념에 특정 검색어로 검색된 결과 또는 이용자의 이용 경향을 분석한 결과로서 기사를 배열하여 매개하는 것을 포함해 인터넷뉴스서비스의 개념을 확장하는 것이다.

둘째, 제2조 제6호에서 인터넷뉴스서비스사업자 개념에 제5호에 따른 전자간행물을 경영하는 자로서, 전기통신사업법 제22조의7에 따른 일정 규모 이상의 부가통신사업자³⁾ 중 기사를 제공하거나 매개하는 사업자도 포함하도록 한다.

셋째, 국외에서 이뤄진 행위라도 국내 시장 또는 독자에게 영향을 미치는 경우 해당 법령을 적용할 수 있도록 제2조의2(국외행위에 대한 적용)를 신설한다.

넷째, 인터넷뉴스서비스사업자에게 기사 제공 또는 매개에 대한 지급 의무를 부여하는 제10조의2(대가의 지급) 조항을 신설한다.

마지막으로 인터넷뉴스서비스 대가 지급 관련 분쟁조정위원회를 설치하고, 분쟁의 조정, 위원의 제적/기피/회피, 자료 요청, 조정의 효력, 거부 및 중지 등에 관한 조항을 신설한다.

다음으로, 저작권법 일부개정안은 취재 활동을 통해 작성된 기사/보도로서 시행령으로 정하는 시사보도는 저작물로 인정하도록 제7조 제5호 단서 조항을 신설하는 내용이다. 현재, 저작물로 보호받지 못하는 ‘사실의 전달에 불과한 시사보도’의 기준을 명확히 하기 위한 것이다.

[표 1] 신문법 및 저작권법 일부개정안(김영식 의원 대표 발의 주요내용)

출처: 김유석 (2021). 한국판 구글법안 도입 필요성과 주요 내용

구분	주요내용	조항
신문법		
매개 개념	특정 검색어로 검색된 결과 또는 이용자의 이용 경향을 분석한 결과로 기사를 배열하여 매개하는 것을 포함	제2조 제5호
인터넷뉴스서비스 사업자 개념	전기통신사업법 제22조의7에 따른 일정 규모 이상의 부가통신사업자 중 기사를 제공하거나 매개하는 사업자도 포함	제2조 제6호
국외행위에 대한 적용	국외에서 이루어진 행위라도 국내시장 또는 독자에게 영향을 미치는 경우 이 법을 적용	제2조의2 (국외행위에 대한 적용) 신설
대가의 지급	인터넷뉴스서비스사업자는 기사를 제공 또는 매개하는 자에게 기사의 제공 또는 매개에 대한 대가를 지급	제10조의2 (대가의 지급) 신설
분쟁조정위원회 설치	분쟁조정위원회, 분쟁의 조정, 위원의 제척, 기피 및 회피, 자료요청 등, 조정의 효력, 조정의 거부 및 중지	제38조의2부터 제38조의7까지 신설 (제38조의2→ 제38조의8 제38조의3→제38조의9)
저작권법		
사실의 전달에 불과한 시사보도 개념의 보완	사실의 전달에 불과한 시사보도는 저작물로 보호받지 못하지만, 취재 활동을 통하여 작성된 기사·보도로서 대통령령으로 정하는 시사보도는 저작물로 인정	저작권법 제7조 제5호 단서 신설

이상 두 가지 개정 법률안을 살펴보면, 몇 가지 제안을 덧붙이고자 한다.

우선, 인터넷 뉴스 사용료 이슈는 결국 플랫폼과 콘텐츠 간 거래 대가의 문제로 귀결된다. 따라서 합리적으로 뉴스 사용 대가를 조율할 수 있도록, 협상력 차이를 최소화할 수 있는 공정한 제도적 장치 마련이 필요하다. 플랫폼과 콘텐츠 간 상호 기여도에 대한 대가 산정 원칙과 기준이 합리적이고, 투명하고, 공정하게 마련될 필요

3) 전기통신사업법 시행령 제30조의8(부가통신사업자의 서비스 안정성 확보 등을 위한 조치 등) ① 법 제22조의7에서 “대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 부가통신사업자”란 다음 각 호의 기준에 모두 해당하는 부가통신사업자를 말한다.

1. 전년도 말 기준 직전 3개월간의 하루 평균 국내 이용자 수가 100만명 이상일 것

2. 전년도 말 기준 직전 3개월간의 하루 평균 국내 트래픽 발생량이 국내 기간통신사업자가 인터넷 서비스(무선 인터넷 서비스를 포함한다)를 제공하는 정보통신망에서 전년도 말 기준 직전 3개월간의 하루 평균 소통되는 전체 국내 트래픽 발생량의 100분의 1 이상일 것



가 있다. 이는 비단 구글만을 대상으로 하는 것이 아니라, 인터넷뉴스서비스를 제공하는 포털 사이트 전반에 해당하는 내용이다. EU에서도 합리적인 뉴스 사용료 산정 기준에 대한 논의가 여전히 진행 중이다.

또한, 앞서 살펴본 것처럼 인터넷뉴스서비스사업자에 대해 뉴스 사용료 지급을 법제화하는 것은 세계적 추세다. 그러나 서비스 중단이나 블랙아웃 같은 극단적 대립은 피해야 할 것이다. 독일과 프랑스는 뉴스 링크와 짧은 발췌문, 단편적인 뉴스에는 뉴스 사용료를 면제하는 등 유연한 대응으로 합의에 성공했다. 반면, 스페인의 경우 일찌감치 뉴스 저작권료 법안이 통과되었지만, 강력한 규제에 대한 반발로 구글 뉴스에서 모든 스페인 언론사를 제외하자 트래픽 감소를 감당하지 못한 언론사들이 포기했다는 점을 참고할 필요가 있다.

마지막으로 몇 가지 후속 입법이 필요할 것으로 보인다. 개정안은 검색 결과나 이용자 경향 분석 결과로 기사를 배열해 제공하거나 매개하는 경우도 인터넷뉴스서비스로 규정하고 있다. 그런데, 현행 신문법 시행령 제7조 제3호는 언론 기사를 제공하는 특정 구역이나 별도 화면이 없다면, 이들을 인터넷뉴스서비스사업자 등록 대상에서 제외하고 있다. 모든 인터넷뉴스서비스사업자에게 뉴스 사용료를 부과할 것이라면, 해당 조항의 삭제 등 조치가 필요해 보인다. 다만, 정책적 판단으로, 별도 구역이나 화면이 없으면서 검색 결과나 이용자 경향 분석결과로 기사를 배열해 제공하거나

매개하는 경우 뉴스 사용료 부과 대상에서 제외한다면, 해당 조항을 유지해도 무방할 것이다.

또한, 저작권법 개정안에서 취재 활동을 통해 작성된 기사/보도로써 저작물로 인정될 수 있는 시사보도를 대통령령으로 정하도록 했기 때문에, 시행령 개정 작업도 바로 이어져야 할 것이다.

지금까지 플랫폼 사업자에게 뉴스 사용료 지불 의무를 법제화하는 글로벌 트렌드와 국내 법령 개정 필요성, 그리고 신문법, 저작권법 개정안 내용을 정리했다. 이 법안을 통해 한국에서도 뉴스 저작권 개념이 명시되고, 플랫폼과 언론사 간의 합리적인 뉴스 사용료 협상의 장이 마련될 것으로 기대한다. 🌐

참고 문헌

- 1) 김유석 (2021). 〈한국판 구글 법안 도입 필요성과 주요 내용〉. 뉴스 사용료 부과 법안(저작권법, 신문법) 공청회. 김영식 의원실.
- 2) 김현경 (2021). 호주, 뉴스콘텐츠 사용료 부과 규정의 의미와 시사점. 〈해외 저작권 보호 동향〉. 한국저작권보호원.
- 3) 양정애, 최지향 (2019). 〈이용자 분석을 통한 디지털 뉴스 유료화 방안〉. 한국언론진흥재단.
- 4) 이지영 (2021). 세계 최초 뉴스미디어협상법 통과, 구글·페이스북에 뉴스 사용료 받을 수 있게 돼. 〈신문과 방송〉, 2021년 4월호.
- 5) 한국언론진흥재단 (2020). 〈2020 언론수용자 조사〉.