

펜스케 미디어 vs. 구글,

구글의 검색 독점력과 AI 개요(AI Overviews) 기능을 둘러싼 소송

노명훈 살베 레지나 대학교 범죄학과 조교수

[소송 개요]

2025년 9월 12일, 펜스케 미디어 코퍼레이션(Penske Media Corporation, PMC)은 구글(Google LLC)을 상대로 반독점 소송을 제기했다. PMC는 구글이 일반 검색 시장에서의 독점력을 이용해 발행사¹⁾ 콘텐츠를 AI 개요(AI Overviews) 및 거대언어모델(Large Language Model, LLM) 학습용 자료로 무단 활용하고 이를 검색 결과 상단의 AI 개요 영역에 재게시함으로써, 이용자 트래픽을 발행사 사이트가 아닌 구글 내부로 끌어들이는다고 주장했다. PMC에 따르면 이러한 구조는 발행사가 원래 획득해야 할 트래픽, 광고 및 구독 수익을 잠식하고, 결과적으로는 양질의 콘텐츠 생산 기반 자체를 약화시켜 정보시장 생태계를 훼손하는 반경쟁 행위에 해당한다고 설명했다. 이에 PMC는 손해배상은 물론, 구글의 강제적 상호거래 및 콘텐츠 무단 재사용 금지를 명하는 법원의 조치를 요청했다.

한편 구글은 2025년 11월, 법원에 해당 소송의 기각을 요청했으며, 미국 IT·미디어 업계는 법원이 이를 어떻게 판단할지, 나아가 사건이 본격적인 증거개시 절차로 이어질지 주목하고 있다.

1. 「셔먼독점금지법(Sherman Act)」과 펜스케 미디어의 주장

2025년 9월 12일, PMC는 미국 컬럼비아 특별구 연방법원(District Court for the District of Columbia)에 구글을 상대로 한 반독점 소송을 제기했다. PMC는 구글이 사실

¹⁾ 이 글에서는 PMC를 비롯한 미디어 콘텐츠 기업을 '발행사(publisher)'로 표현한다.

상 독점적 지위에 가까운 시장 지배력을 악용하여 상호 거래의 균형을 무너뜨렸다면, 「서면독점금지법」 제1조와 제2조를 위반했다는 논지를 전개했다.

1) 「서면독점금지법」 제1조와 제2조

「서면독점금지법」 제1조는 주 간 또는 국경을 넘는 거래(interstate or international commerce)에서 ‘기업들 간의 계약, 결합, 또는 공모를 통해 상거래를 제한하는 모든 행위’를 위법으로 규정한다. 구체적으로는 여러 기업이 담합, 시장분할, 가격고정, 또는 판매량 제한과 같이 단체 간의 협력적 합의나 공모가 발생할 경우 제1조 위반으로 본다.

또한 「서면독점금지법」 제2조는 시장에서의 독점을 유지하거나, 독점을 시도하거나, 혹은 독점하기 위해 다른 자와 결합하거나 공모하는 행위를 중범죄로 간주한다. 다시 말해, 한 기업이 시장의 특정 분야에서 지배력을 갖고 이를 남용하거나, 다른 기업의 시장 진입을 배제하거나, 경쟁을 억압하는 등 독점적 지위를 확보하거나 유지하기 위해 고의적인 행동을 할 경우 위법이라고 판단한다. 단, 제품의 우수성이나 사업 능력, 우연한 역사적 배경 등으로 시장에서의 지배력을 얻게 된 경우에는 예외로 본다. 즉, 제2조가 문제삼는 것은 ‘의도적이고 반경쟁적인 독점’이다.

요컨대 「서면독점금지법」 제1조와 제2조는 시장 경쟁을 해치고 소비자와 시장에 불이익을 초래할 수 있는 기업 간 합의와 지배적 기업의 배타적 행위까지 포괄하여 규제함으로써 시장에서의 공정경쟁을 보호하려는 미국 반독점법의 핵심이라고 볼 수 있다.

2) 원고 PMC의 주장

PMC는 구글이 미국 일반 검색 시장(General Search Services)에서 약 90%에 이르는 압도적 점유율을 바탕으로 사실상 독점적 지위를 형성하였으며, 이러한 시장 지배력을 이용해 발행사에게 불리한 조건을 강요하고 있다고 주장했다. PMC에 따르면 구글 검색은 발행사 웹사이트로 유입되는 추천 트래픽(referral traffic)의 주요 통로이며, 이전까지는 발행사가 콘텐츠의 검색 색인(indexing)을 허용하는 조건으로 구글로부터 검색 추천 트래픽을 제공받는 상호교환적 거래 구조를 유지했다.

그러나 PMC는 최근 구글이 기존의 검색 색인 허용에 더해 ‘AI 개요’ 생성과 대규모 언어모델(LLM) 훈련 등 별도의 목적을 위한 콘텐츠 제공까지 무상으로 요구하고 있으며, 이에 동의하지 않을 경우 사실상 검색 노출을 차단하는 조치를 취한다고 밝혔다. PMC는 이러한 행위가 단순한 비즈니스 관행이 아닌, 구글이 시장 지배력을 이용해 발행사에게 사실상 선택권

없는 ‘강압적 거래 구조(coercive conditioning)’를 부과한 것이라고 평가하였다. 따라서 이는 구글이 「서면독점금지법」의 제2조가 금지하고 있는 독점 유지(unlawful monopolization) 및 독점 시도(attempted monopolization)에 해당한다고 주장했다.

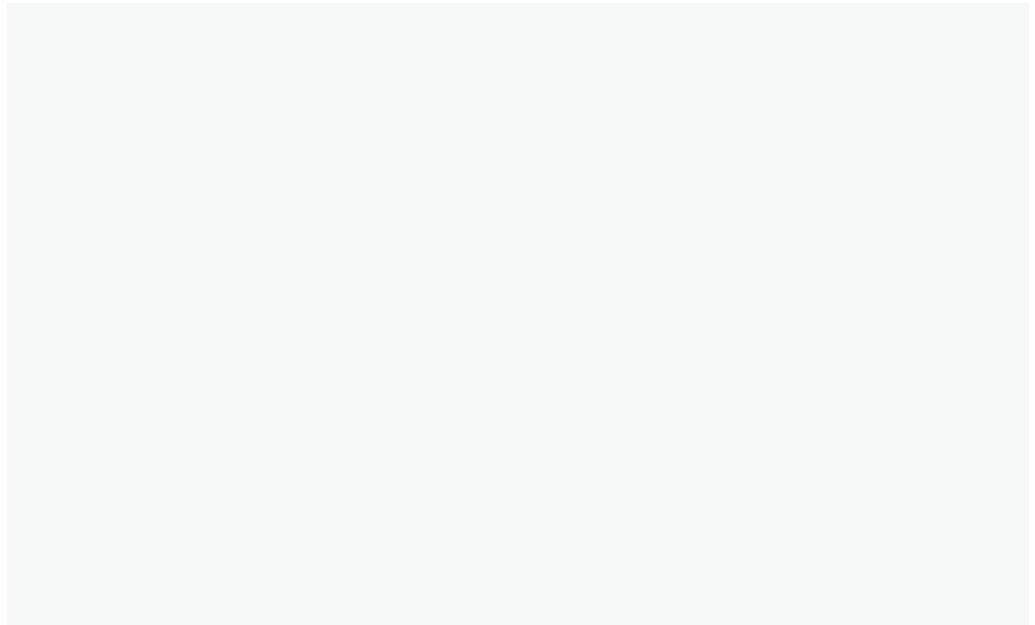
아울러 PMC는 구글이 검색 색인 허용과 콘텐츠 사용 권한의 허용을 결합한 일종의 ‘끼워 팔기(tying, 결합강제)’를 요구함으로써, 발행사 사이트로 연결되는 트래픽, 광고수익 및 제휴 수익이 급감하였으며, 나아가 양질의 콘텐츠를 생산하는 기반을 약화시키는 구조를 만들었다고 주장했다. 또한, 전술한 구글의 요구가 ‘경쟁을 제한’하거나, ‘발행사들 간 경쟁을 억제하는 반경쟁적 합의 또는 공모행위’라는 점에서 ‘거래의 제한 또는 공모’를 금지한 「서면독점금지법」 제1조의 위반에도 해당한다고 주장했다.

PMC는 위 주장을 증명하기 위해, ‘AI 개요’ 도입 이후 사이트 트래픽 감소를 분석한 내부 자료, PMC의 콘텐츠가 ‘AI 개요’에 인용 또는 요약된 구체적인 사례, 타 AI 기업과 발행사들 간 체결된 라이선싱 계약 등의 내용을 근거로 들었다. PMC는 이러한 근거들을 바탕으로 구글이 협상에 적극적으로 임하지 않았으며, 구글의 행위가 ‘제품의 우수성이나 사업 능력, 우연한 역사적 배경 등으로 시장에서의 지배력을 얻게 된 경우’가 아닌, 콘텐츠 발행사의 경제적 이익을 체계적으로 잠식하는 구조적인 병폐라는 점을 강조했다.

앞의 논의들을 통해 PMC는 법원에 구글이 부당한 강압적 조건과 배타적 행위에 대한 금지명령을 내려줄 것과 「서면독점금지법」 상 인정되는 3배 손해배상(treble damages, 배액 배상)을 포함한 금전적 손해배상, 그리고 배타적 라이선스 조건 강요 금지와 같은 구조적 시정 또는 향후 유사 행위 방지를 위해 법원이 감독해줄 것을 요청했다.

2. 피고 구글의 소송 기각 요청에 따른 향후 전망

2025년 11월, 구글은 법원에 본 소송사건에 대한 중국적 기각을 요청했다. 구글은 크게 세 가지 축으로 구성된 주장을 전개했다. 먼저 첫 번째는 PMC의 반독점법 위반 주장이 「서면독점금지법」 상 법적 요건을 충족하는 ‘구체적이고 법적 의미가 있는’ 주장에 해당하지 않는다고 반박했다. 구글은 언론 브리핑을 통해 PMC가 주장하는 ‘독점 시장’의 개념이 지나치게 광범위하고, PMC가 ‘구글이 검색엔진 시장에서의 지배력을 이용해 콘텐츠 사용에 동의하도록 강요’한다고 주장한 부분에 대해 거래를 거부한 것은 PMC측이며, 이러한 거부행위는 「서면독점금지법」 위반에 해당하지 않는다고 주장했다. 아울러 발행사들이 자발적으로 콘텐츠 크롤링을 허용하고 있고 언제든지 크롤링을 철회할 수 있는 옵트아웃(opt-out) 방식이므로 문제되지 않는다고도 덧붙였다. 또한, PMC 스스로 ‘다른 ai 기업들이 콘텐츠 라이선스 확보를 위해 경쟁하고 있다’는 사실을 인정하였으므로, 구글이 시장경쟁을 저해하거나 라이선싱 계약



을 막았다는 주장은 설득력이 없다고 지적했다. 다음으로 두 번째, 구글은 PMC가 주장하는 손해가 구글과 연관된 전체 시장이 아닌, 발행사(PMC)의 개별적인(사적인) 피해에 불과하여, 한정적인 성격을 갖는다고 주장하였으며 마지막으로 세 번째, 'AI 개요'의 도입이 사용자의 검색 경험을 향상시키기 위한 기술적 혁신에 해당하므로 오히려 시장의 경쟁을 촉진하는 성격을 띤다고 반박했다.

구글의 소송 기각 요청에 대해 법원이 취할 수 있는 선택지는 다음의 세 가지와 같다.

- 중국적 기각(dismissal with prejudice): 법원이 소장에 근본적인 결함이 있다고 판단할 경우, 사건은 지방법원 단계에서 종결되며 PMC는 항소만 제기할 수 있다.
- 보완 후 제소가 가능한 기각(dismissal without prejudice): 법원이 소장의 불충분성을 인정하되 보완 가능성이 있다고 판단할 경우 내릴 수 있는 결정으로, PMC는 소장 수정 허가(leave to amend)를 신청하여 청구 내용을 보완할 수 있다.
- 기각 신청에 대한 기각(denial of motion to dismiss): 이 경우 사건은 본안심리를 위한 증거개시(discovery) 단계로 진행되며, 구글이 감당해야 할 소송의 성격과 부담이 크게 증가한다.

만일 구글의 기각 신청이 받아들여지지 않아 사건이 증거개시(discovery) 단계로 진행되

면, PMC는 구글을 상대로 추가적인 내부 문건 제출을 요구할 가능성이 크다. 특히 구글의 검색 알고리즘과 주요 제품 설계 관련 문서, A/B 테스트 결과와 그에 따른 시장 영향 분석 자료, AI 개요 기능과 관련된 메트릭, 다른 발행사들과 주고받은 협상·커뮤니케이션 기록 등이 핵심적인 제출 요구 대상이 될 수 있다.

이러한 자료들은 구글의 행위에 대한 인과관계, 강압성(coercion), 반경쟁적 의도(intent), 또는 실질적 경쟁효과(competitive effects)를 갖는지 평가하는 핵심 증거로 기능할 것으로 전망된다. 또한 이 단계에서는 범위(scope), 비공개 특권(privilege), 보호명령(protective orders) 등 법원에서 이루어질 논의를 둘러싼 고도의 절차적 갈등이 발생하는 것이 일반적이다. 그래서 플랫폼 기업과 콘텐츠 기업 간 소송은 민감한 지표가 담긴 내부 문서 제출이 시작되고 정보 비대칭이 감소하는 시점에 합의로 귀결되는 경우가 많다. 따라서 본 사건 역시 증거개시 개시 전 또는 초기 단계에서 합의가 논의될 가능성이 상당하다. 그러나 구글의 시장 지위와 사건의 공공성(public interest)을 고려할 때, 장기 소송으로 이어질 가능성 역시 배제하기 어렵다.

3. 당사자들의 소송 전략에 대한 예상

PMC는 관련 상품 및 지리적 시장(미국 내 일반 검색 시장으로 한정될 가능성이 높음)을 특정하고, 구글이 해당 시장에서 독점적 지위를 보유하고 있음을 입증해야 한다. 예상컨대, 법원은 '시장'에 대한 정의를 매우 엄격히 검토할 것이다. PMC가 주장하는 구글의 높은 시장 점유율은 '구글의 시장 독점'이라는 사실을 입증하는 데 있어 설득력 높은 근거가 될 수 있지만, 그것이 곧 「서면독점금지법」의 위반을 판단할 결정적 요소가 된다고 보기는 어렵다. 「서면독점금지법」은 시장에서 뒤쳐진 한 쪽의 경쟁자를 보호하기 위함이 아니라 경쟁 과정 자체와 소비자 후생을 보호하는 데 목적이 있기 때문이다.

따라서 PMC는 단순한 정량적 실적 감소(예: 트래픽, 페이지 뷰 등)가 아닌, 경쟁 과정의 왜곡 또는 하위·상위 시장(예: 콘텐츠 라이선싱 시장 또는 AI 학습 데이터 투입 시장)의 봉쇄 효과를 주장해야 한다. PMC는 검색 인덱싱과 AI 학습용 콘텐츠 제공 등이 별개의 성격을 갖는 요소임을 주장하면서, 이러한 거래관행의 변경이 강압적이었다는 점을 개연성 있게 제시해야 한다. 이러한 강압적 또는 수용 여부를 선택할 수 없는(take-it-or-leave-it) 조건 부과의 입증에는 사실관계에 대한 심층적 검토가 수반된다. PMC는 구글의 조건 변경과 매출손실(정량적 측정이 가능한) 간 인과관계를 입증할 증거가 필요하다.

구글은 상품 통합(integration)과 친경쟁적 정당성(pro-competitive justification)을 근거로 반박할 가능성이 높다. 즉, 'AI 개요' 기능은 사용자 편익을 증진하는 검색 개선

(search improvement)이라는 주장이다. 설령 구글의 책임이 인정되더라도, 법원은 적절한 구제수단에 대해 신중히 검토할 것이다. 행태적 시정조치(behavioral remedies)나 금지명령(injunction relief), 또는 구조적 시정조치(structural remedies)가 디지털 시장에 적용된 사례는 드물고, 실제 적용을 위해 풀어야 할 문제도 많을 것으로 예상된다.

PMC는 청구의 주된 근거를 저작권 침해가 아닌 「서면독점금지법」 위반으로 선택했다. 해당 법이 시장의 구조와 강압성 등 시장 생태계의 규율에 관여하는 반면, 지식재산법은 복제나 공정 이용(fair use)과 같은 저작물 사용 문제를 규율한다. 물론 PMC가 입은 피해에 대해 법원이 지식재산법의 법리를 적용하는 것이 더 적절한지 고려할 수 있겠으나, 소송 제기 단계에서 PMC가 취하고 있는 전략은 저작권이 포괄하지 못하는 시장의 시스템 개선을 추구하는데 목적이 있는 것으로 보인다.

4. 이 사건의 파급효과에 대한 예측

먼저 본 사건의 원고인 PMC는 콘텐츠 기업, 구글은 생성형 AI 기술을 위시한 기술 기업으로 대우할 수 있을 것이다. 원고가 본안에서 승소할 가능성은 상대적으로 낮지만, 실제 승소가 이루어질 경우 그 영향력은 상당할 것으로 예상된다.

만약 원고인 PMC가 승소하거나 협상에 기반한 합의가 도출될 경우, 앞으로 콘텐츠 발행사들은 플랫폼과의 교섭 과정에서 라이선싱 권한의 보장과 협상력의 실질적 제고를 기대할 수 있다. 또 플랫폼 기업이 검색 및 AI 서비스를 설계하는 과정에서 일정한 법적 규제 또는 절차적 제한을 준수하게 함으로써, 여러가지 제도적 수단의 보조를 받을 수 있을 것이다. 구체적으로는 이용자의 명시적 동의(opt-in) 요구, 데이터·콘텐츠 사용에 대한 비용 지불(pay-for-use)과 같은 수익 공유 구조, 출처 표기 의무 강화, 그리고 클릭 유입을 보존하기 위한 UI·UX 조정 등으로 제도화될 가능성이 있다. 이러한 변화는 AI 기반 검색 결과 확대로 인해 감소한 트래픽과 그에 따른 수익 손실을 보전할 수 있는 구조적 여건으로 기능할 수 있을 것이다.

반대로 원고가 패소할 경우, 플랫폼은 콘텐츠 라이선스에 대한 제약 없이 생성형 AI 기능을 자유롭게 확장할 수 있는 폭넓은 재량을 얻게 된다. 이는 플랫폼 중심의 정보 유통 구조가 더욱 공고화되는 방향으로 작용할 수 있다. 플랫폼 기업들은 구글의 'AI 개요'와 같은 오픈이지 AI 기능을 더욱 고도화하고, 적용 범위를 확대하려고 할 것이다. 이에 따라 발행사들이 편집 콘텐츠를 시장에서 수익화할 수 있는 기회는 더욱 축소될 가능성이 높다. 이러한 전망이 현실이 된다면 뉴스 생태계의 지속 가능성 및 콘텐츠 생산 유인에 장기적 영향을 미칠 수 있다.

사건의 결과는 이용자의 정보 소비 구조에도 직접적 영향을 미칠 것으로 예상된다. 원고가 승소할 경우, AI가 제공하는 즉각적 응답 편의성, 원 출처에 접속함으로써 얻을 수 있는 정보의 다양성, 그리고 정보의 품질 간 정책적 균형점을 재조정하는 효과를 가질 수 있다. 또한 법제도적 기반 또는 시장 기반의 라이선싱 계약 체계가 도입될 경우, 일부 콘텐츠는 구독 등 유료 접근을 요구하는 반면, 그 외 콘텐츠는 이전과 동일하게 무료로 접근 가능한 혼합형 정보 생태계가 형성될 가능성이 있다. 반대로 원고가 패소할 경우 생성형 AI를 통한 정보의 습득 방식은 더욱 빠르게 확산되어 이용자가 원 출처의 정보를 접할 기회는 장기적인 측면에서 감소하고, 정보 생태계의 다양성이 약화될 위험성은 커질 것이다.

본 사건은 AI 기반 플랫폼의 등장이 야기한 시장 경쟁과 사회적 영향을 현행 「저작권법」이 규율할 수 있는지 평가하는 시금석적 사례로 기능할 것이다. 법원이 원고의 주장을 받아들이지 않을 경우, 정책결정자들은 AI 학습 데이터 이용 규범, 플랫폼의 공정성 의무, 뉴스·콘텐츠 재사용 보상 메커니즘과 관련한 입법·규제적 보완 필요성을 보다 강하게 인식하게 될 수 있다. 따라서 본 사건은 단일 기업 간 분쟁을 넘어, AI 시대의 정보 유통 구조와 데이터 거버넌스 패러다임을 재정립하는 정책적 논의를 촉발할 수 있는 사건으로 평가될 수 있다.

5. 결론

PMC의 소송은 플랫폼 기업과 발행사 간 콘텐츠 사용, 보상, 권력 역학의 중심에 있는 중요한 법적 분쟁이다. 이 사건은 단순한 저작권 문제가 아니라, 검색 시장에서의 플랫폼 기업의 독점력과 콘텐츠 기업이 영위하는 비즈니스 모델의 지속 가능성까지 포괄하는 반독점 이슈라고 할 수 있다. 향후 판결 및 협상의 결과는 뉴스미디어의 비즈니스 모델, AI 기능 설계, 법제도적 규범에 있어 매우 중대한 영향을 미칠 것이다. 향후 이 사건을 학문적·정책적으로 분석한다면, AI 시대 미디어 생태계의 경쟁 구조와 저널리즘의 지속 가능성에 대해 깊이 탐구할 수 있는 기회가 될 것으로 기대한다. 

참고 문헌

- Penske Media Corp. v. Google LLC, Complaint, No. 1:25-cv-03192, U.S. District Court for the District of Columbia, filed September 12, 2025. https://www.courthousenews.com/wp-content/uploads/2025/09/penske-rolling-stone-sues-google-ai-overviews.pdf?utm_source=
- Anthony Ha, (2025, September 15), Rolling Stone owner Penske Media sues Google over AI summaries, TechCrunch, <https://techcrunch.com/2025/09/14/rolling-stone-owner-penske-media-sues-google-over-ai-summaries>
- Josh Dickey, (2025, September 14), Penske Media sues Google for AI 'Overview' news story summaries without publishers' consent, TheWrap, <https://www.thewrap.com/penske-media-sues-google-ai-overview-news-story-summaries>
- Martin Peers, (2025, September 13) Penske Sues Google Over AI Overviews Impact on Traffic, Revenue, The Information, <https://www.theinformation.com/briefings/penske-sues-google-ai-overviews-impact-traffic-revenue/>
- Kerry Flynn, (2025, September 13), Penske Media sues Google over AI summaries, Axios, <https://www.axios.com/2025/09/14/penske-media-sues-google-ai>