

방송통신분쟁 ISSUE REPORT



CONTENT

통권 18호 2010. 10

UK	오피콤의 지역 미디어 교차소유제한 완화 방침	5
USA	버라이즌과 구글의 망중립성 정책 제안과 관련 쟁점	15
FRANCE	PC이용 TV수신에 대한 수신료 논쟁	25
CANADA	저작권법 개정안 C-32를 둘러싼 논쟁	31
GERMANY	유튜브와 GEMA의 음원 저작권 분쟁	40
CHINA	통신 사업자의 개인정보 노출에 따른 분쟁	46



오프콤의 지역 미디어 교차소유제한 완화 방침

박성우

영국의 방송통신 규제기관인 오프콤(Ofcom)은 8월 초 지역 단위에서의 미디어 간 교차소유에 대한 제한 조항을 대폭 완화 혹은 폐지할 계획이라고 발표했다. 이를 통해 앞으로 한 개인이나 언론사가 동일 지역에 있는 신문사, TV, 라디오 방송국 등 지역 언론사들을 교차소유하는 것이 가능해질 전망이다. 이 계획으로 지역 언론의 뉴스 어젠다(local news agenda)들이 유사한 목소리로 집중될 수 있고 지역 저널리즘이 후퇴할 수 있다고 우려하는 시각도 있다. 그렇지만 오프콤 측은 영국 방송 시장에서 압도적 위상을 차지하고 있는 공영방송 BBC를 상업방송과 연계해서 잘 활용하고 기존의 방송국들 이외에 새롭고 역량 있는 지역 단위 미디어 제작사들을 육성, 발전시키려는 현 정부의 미디어 관련 계획이 원활히 실행된다면 여론의 다양성과 다원성(diversity and plurality) 유지라는 측면에서 별 문제가 없다는 입장이다.

오프콤은 지난 노동당 정부 당시 ‘지역 단위 미디어 간 교차소유제한 규정안(local cross-media ownership rules)’에 대한 재검토를 의뢰받아 2009년 11월 ‘규제 완화(liberalisation)’라는 기본 입장을 밝힌 바 있다. 당시에는 지역 미디어시장에서

미디어미래연구소 영국 통신원(런던대 골드스미스 칼리지 박사과정)

50% 이상의 점유율을 차지하는 신문사, 라디오 방송국, 그리고 ITV 지역방송 라이선스를 동시에 소유하는 것만 제한한다는 내용으로, 기존의 규제를 부분적으로 완화하는 정도의 기본 입장을 밝혔다. 하지만 지난 5월 총선 결과 보수당 중심 연립정부로의 정권 교체 후 규제 완화의 폭과 범위가 한층 더 강화되고 있는 것이 최근 들어 두드러진다. 특히 새 정부의 문화미디어스포츠부(Department of Culture, Media and Sport, 이하 DCMS) 장관으로 취임한 제레미 헌트(Jeremy Hunt)는 지역 언론사들의 미디어 교차소유제한 규정을 대폭 완화 혹은 철폐하는 정책과 이를 통해 BBC 수신료 문제, 지역 미디어의 상업화 정책들을 결부시키려는 신정부의 미디어 정책 로드맵을 지속적으로 제시하고 있다.

오프콤에서도 2009년 11월, 당시 노동당 정부 시절에는 신문사들의 미디어 소유제한 규정 완화 정책은 지역 언론, 특히 지역 뉴스 어젠다들의 소수 독점을 야기할 수 있다며 부정적 견해를 비쳐온 것을 감안하면 새 정부의 출범과 맞물려 나타나는 이러한 변화의 의미를 여러 측면에서 다르게 접근해볼 수 있다. 실제로 오프콤은 2010년 8월 10일자 발표문(제안서)에서 9개월 전과는 상당히 다른 견해를 보인다. 내용을 보면 '지역사회의 뉴스, 의견들의 제한된 다원성(limited plurality)은 지역사회의 토론과 신뢰성을 제약할 수 있으므로 이를 훼손하지 않도록 충분한 협의가 필요하다'고 여전히 강조하면서도, 지금은 여러 면에서 볼 때 지역 미디어의 독점을 충분히 막을 수 있고 동시에 여론 다양성을 충분히 보장할 수 있는 시기라고 자신하며 규제 철폐 계획의 근거를 제시한다.

그 내용으로는 첫째, 지역 TV 방송국들의 새로운 육성과 성장을 기대하는 정부의 계획들이 지역 수준의 정보와 여론 다양성에 긍정적 기여를 할 만한 충분한 잠재력이 있다는 것이고, 둘째, 설령 지역 미디어가 특정 회사에 집중되더라도 BBC가 지금처럼 계속 잘 유지된다는 가정하에 BBC 방송이 영국 내 모든 곳에서 로컬 방송도 같이 하기 때문에 기본적으로 최소 둘 이상의 지역 뉴스 제공자가 항상 존재할 수 있다는 자신감이다. 하지만 대표적 지역 언론들의 견해는 이와는 상당히 다르다. 예를 들어 트리니티 미러(Trinity Mirror) 사의 대표인 슬리 베일리(Sly Bailey)는 일간지 <가

디언>(Guardian)과 한 인터뷰에서 '이러한 오프콤의 판단 근거와 실행 계획은 비현실적'이라며 이를 통해 결국 기존의 미디어 재벌들에게 새로운 지역 미디어 시장을 추가로 쉽게 제공하는 결과를 초래할 것이라고 주장한다. 트리니티 미러는 과거 노동당 정부 시절 추진되다가 현재는 새 정부에 의해 폐기된 계획인 'ITV 지역방송 서비스를 대체하는 새로운 지역방송사 연합체(Independently Financed News Consortiums, 이하 IFNC)'의 한 구성원이었다. 현재 새 정부는 공영방송적인 성격의 독립 방송 연합체인 IFNC 계획을 백지화하는 대신 81개에 달하는 지역 기반 상업 미디어 그룹의 설립 계획을 추진하고 있다. 슬로 베일리의 인터뷰에 따르면 원안대로 IFNC가 BBC와 더불어 지역 뉴스를 담당하는 것이 훨씬 효율적이라고 보는데 그 이유는 너무 높은 사업 비용과 적은 수입은 지역 단위의 비즈니스 모델로는 부적합하다는 것이다. 즉 지역 미디어의 상업화는 근본적으로 쉽지 않다는 견해이며 상당 부분 공공적 개념으로 접근해야만 한다는 것이다.

이러한 지역언론의 상업화와 이에 의해 발생할 수 있는 부정적 현상에 대해 오프콤은 발표문에서 '안전장치(safeguard)'를 다각도로 마련하고 있다고 설명하며 "규정의 철폐 여부는 결국 정부와 의회에서 판단할 문제지만 현재의 규정은 앞으로 지역 언론사들을 더욱 힘들게 할 것이 분명하며 합병이 현시점에서는 좋은 해결책이다"라고 한다. 그리고 만약 현재의 규제 제도가 없어지더라도 실제 지역 미디어 기업 간 합병이 일어나고 우려하는 부정적 위험이 발생할 가능성은 아주 적다고 예상하는데 이는 현 시점에서 지역언론이 합병의 형태로 얻을 수 있는 이익 또한 아주 적다는 인식에서 기인한 것이다. 그런 점에서 오프콤이나 정부는 이번 규제안의 철폐 계획은 그 자체의 의미와 함께 사실은 이후 이어지게 될 다른 거시적 조치들의 가교 역할을 스스로 인정하고 있는 셈이다.

Ofcom 경과 및 이슈

2009년 11월 오프콤이 DCMS에 보고한 미디어 소유 규제안에 대한 검토와 개선 제

안 내용을 살펴보면 지역 미디어 간 교차소유제한 조항의 부분적 완화가 핵심이었다. 이 안을 근거로 하여 향후에 규제될 유일한 사항은 한 지역에서 한 명의 사람/사업자가 동시에 하나의 지역 아날로그 라디오 라이선스, 적어도 50% 이상의 잠재 고객을 가지는 채널 3의 지역방송 라이선스, 그리고 지역 시장점유율 50% 이상인 하나 이상의 지역 신문사를 동시에 소유하지 못하게 하는 것이었다. 하지만 이후 DCMS는 오픈마켓에 규제를 더욱 완화하도록 재차 요구했고, 오픈마켓은 2009년 11월 이후의 여러 변동 사항, 특히 두 가지 주요 고려 사항을 감안하여 규제를 더욱 완화하여 결국 철폐하는 방향으로 다시 수정하게 된다.

두 가지 주요 고려 사항을 살펴보면, 무엇보다도 지역 신문사들의 재정 악화가 우선 요인이다. 특히 2008년과 2009년의 글로벌 경제 위기 속에서 지역 신문사들은 수입이 급격히 감소하기 시작했는데, 이는 거시적 경제 위기 속에서 달라진 미디어 경쟁, 즉 인터넷이라는 새로운 매체의 급속한 성장, 그리고 TV와 라디오에 밀려 전체 광고 시장에서도 수입이 크게 감소한 것이 주된 원인이다. 2010년에는 전반적으로 광고 시장에서 회복세의 징후가 보이지만 그렇다고 지역 신문사들의 수익구조가 쉽게 바뀔 것으로 보이지 않는다. 둘째, 지역 미디어에 대한 정부의 방침이 최근 들어 급격히 변화되었다는 점이다. 정부는 이전의 전국 단위, 글로벌 단위의 미디어 우선 정책을 통해 BBC를 글로벌 콘텐츠 공급자로 키워냈고 성공적인 공영방송 시스템과 방송 포맷 산업 등 글로벌 콘텐츠 제작 역량을 갖추었지만 상대적으로 지역 미디어의 영역이 급속히 사라지게 되었다. 그래서 '로컬리즘'의 기치하에서, 지역방송이 아주 활발한 미국과 달리 상대적으로 열악한 국내 지역 TV 방송을 중심으로 하여 지역 미디어와 인터넷 등을 결합하기 위한 인프라 구축에 많은 관심을 집중하게 된다. 이는 뉴스와 정보의 다양성과 다원성 확보에 긍정적 영향을 끼치고자 하는 목적과 더불어 글로벌 미디어시장에서의 경쟁력 향상을 위한 내부 발전 동력을 더욱 다양화하려는 의도가 분명해 보인다.

이러한 일련의 과정에서 살펴볼 수 있는 이슈는 결국 지역에서 TV 라이선스, 상업 라디오 채널과 핵심 신문사들을 결합하는 지역 미디어의 통합이 지역 뉴스 어젠다에 독

점적, 부정적 영향을 어느 정도 미칠 것인지에 있다. 그리고 다원성 문제에서 핵심은 BBC와 상업 미디어의 관계로 보인다. BBC의 서비스(지역 기반의 TV, 라디오 방송과 인터넷)만 있으면 지역의 다른 미디어들이 통합되더라도 기본적으로 지역 뉴스의 두 가지 견해가 항상 담보되는 것인가? 그럴 정도로 BBC는 항상 정치권력에서 독립적일 수 있는가? 또한, 공정경쟁 정책(competition policy)과 관련해서 경쟁위원회(Competition Commission)와 같은 경쟁 관련 당국에서 지역 미디어 간의 결합을 법적으로 막을 수 있고 동시에 공익의 문제가 대두될 경우에는 상무 관련 부처에서도 지역 미디어의 합병을 막을 수 있는 등 정부 내외 부처 간 중복된 역할과 권한의 문제에서 생길 수 있는 마찰은 어떻게 할 것인가? 이런 점을 오픈마켓에서는 오히려 국민들을 위한 다양한 '안전장치'로 여기는 점도 눈여겨보아야 할 것이다.

결국 지역언론의 독점 위험에 대한 대비와 규제 완화를 위한 논의가 균형을 맞추는 과정이 필요해 보인다. 규제 완화를 촉구하는 근거는 세 가지다. 앞에서 잠시 언급했듯이 현재 지역 미디어들은 심각한 경영 압박을 받고 있으므로 규제를 완화하는 것만이 이러한 어려움을 타개할 수 있는 해결책으로 보는 입장이 있다. 그리고 두 번째는 변화하는 미디어 환경이다. 영국에선 현재 단지 5% 정도의 미디어 이용자들이 인터넷을 지역 뉴스의 주요 제공자로 인식하고 있지만 앞으로 인터넷 등 다른 매체를 통해 더 다양한 뉴스를 접하게 될 것으로 본다. 즉 비전통적 방식의 대안적 형태로 다원성의 문제는 해결될 것이므로 전통적 방식의 규제는 불필요하다는 견해인데, 이는 뉴미디어 컨버전스 시대에 비교적 발달한 영국 독립 미디어 산업계의 역할을 긍정적으로 보는 데서 기인한다. 마지막으로 역시 앞에서 언급한 대로 BBC와 상업적 미디어의 원활한 결합으로도 정부의 계획대로 다원성의 틀을 유지하고 또한 글로벌 시장에서의 미디어 경쟁력을 더욱 확대할 수 있다는 점이다. 오픈마켓은 현실적으로 지금 시점에서 지역 미디어 업체들이 교차 통합에 대한 관심이 아주 적다고 판단하고 있는데 이는 향후 관련 제도 개선과 관련해서 추이를 더 지켜보아야 할 것이라 여겨진다. 더불어 오픈마켓은 정부의 요구대로 지역 미디어 간 결합의 문제뿐 아니라 지역 신규 미디어의 진입 장벽에 대한 규제 완화도 검토 중이라고 한다.

보수당이 지역 미디어 개혁을 추진하는 배경에는 이전부터 준비해온 정책대로 지역 신문사들이 ITV에 지역 뉴스를 제공하도록 하려는 의도가 있다. 그리고 이는 보수당이 줄곧 주장해온 톱 슬라이스(Top Slice) 방식에 대한 수신료 정책의 일환으로 기존 정부의 방송 수신료 정책을 바꾸려는 의도와 부합된다. 2009년 노동당 정부 당시 발표된 국가 미디어 전략인 ‘디지털 브리튼(Digital Britain)’에서 제안되었던 내용을 보면 2013년부터 연간 1억3천만 파운드의 수신료 재원을 지역 TV 뉴스를 제공하는 독립 연합체(IFNC)에 지불한다는 계획이 있었다. 지역언론에 대한 공적인 보조 계획으로 결국 이것을 바꾸려는 것이다. 이와 대조적으로 보수당은 미국과 캐나다에서 공공의 재원 투입 없이도 성공적으로 운영 중인 지역 TV 방송국들의 사례를 참조했다. 보수당의 계획에 따르면 80여 개의 지역 TV 방송국을 설립하여 그동안 지역 신문사와 라디오로 갔던 지역 광고와 상업 서비스를 통해 수익을 얻는다는 계획이다. 그리고 그런 지역 미디어는 TV, 라디오, 인쇄매체 그리고 인터넷을 아우르는 다양한 미디어 플랫폼을 이용하고 사업 주체는 결국 신문사가 되도록 한다는 것이다. 특히 작은 지역, 시장에서는 ‘지역 미디어 독점’ 현상이 야기될 수 있다는 점은 인지하지만 이는 다원성, 다양성과는 무관하며 또한 이것이 지역 광고시장을 위축시키지는 않을 것이라고 보수당에서는 판단한다. 특히 정부는 영국 지역방송의 가장 성공적 예로 진보적 성향의 <가디언> 미디어 그룹이 맨체스터 지역에서 운영 중인 채널엠(Channel M)을 들고 있다. 비록 이에 대해서도 다양한 의견이 존재하지만 제레미 헌트 장관이 일간지 가디언과 한 인터뷰에 의하면 ‘이것이 디지털 브리튼에서 제대로 놓치고 있는 핵심 부분’이라고 강조하며 ‘정부가 지역에 새로운 비즈니스 모델을 제시하는 것이 장기적 관점에서 볼 때 올바른 지역언론을 육성하는 것’이라고 본다. 결국 공적자금의 투자를 최대한 배제하고 상업적 비즈니스 모델을 기반으로 시장질서에 맞게 지역언론을 육성하려는 것이 현 보수당 연립정부의 입장이며 이를 통해 수신료 사용 문제 역시 자신들의 의도대로 끌고 가려는 것이다. 이렇게 되면 수신료 재정에서 지역 미디어 육성에 들어갈 공적자금은 대부분 없어지게 되며 그 여윳돈은 브로드밴드망 확충과 지역 미디어의 상업화에 들어갈 것으로 보인다.

Ofcom 정부(DCMS)의 입장과 향후 전망

정부, 즉 DCMS의 입장은 이번 계획이 미래의 지역 미디어 시장을 활성화하는 적절한 조치라는 것으로 요약된다. 사실 5월의 총선 시기부터 보수당에서는 미디어 간 교차소유 금지 제도를 없앨 것이라는 공약을 발표했으므로 이번 조치는 그 연장선상에서 파악된다. 제레미 헌트 장관은 공식 연설을 통해 “정부는 지역의 문화, 경제, 정치적 정체성(identity)을 고양시키는 큰 장점을 가진 로컬리즘에 대한 확고한 믿음을 가지고 있다”고 강조한다. 그는 이번 지역 미디어 간 교차소유 규제 완화 정책을 통해 지역 미디어 업계가 더 많은 이익과 성공을 거두는 새로운 로컬리즘의 시대가 오길 기대한다고 말했다. 제레미 헌트 장관은 2010년 여름 영국 투자은행의 대표(Head of UK Investment Banking at Lazard)인 니콜라스 쇼트(Nicholas Shott)를 지역 TV 방송국들의 상업적 평가를 위한 위원회의 책임자로 임명해 평가를 진행했고 이를 기반으로 이번에 발표된 지역 미디어 정책을 마련했다. 헌트 장관의 발표문을 보면 글로벌 콘텐츠를 보유한 영국이 상대적으로 열세인(세계 33위인 초고속 브로드밴드 비율) 인터넷 인프라 구축에 IFNC에 투입하기로 한 엄청난 재원을 집중하고 더불어 세계 방송시장에서 확고한 지배력을 구축한 BBC를 기반으로 뛰어난 독립 방송 미디어 제작 역량을 결합해 상대적으로 전무 상태에 가까운 지역 기반 상업 TV 방송 미디어를 육성하고자 함을 알 수 있다. 공영방송에 지나치게 치중하고 글로벌 콘텐츠에 집중되어 있는 영국 방송 미디어 산업을 더욱 확대시킬 방안을 지역 미디어 육성에서 찾고 그 동력을 시장에서 잘 경쟁하는 상업적이고 독립적인 미디어 제작 역량에서 구하려는 것이 정부의 실행 계획임을 알 수 있는 대목이다. 오프콤의 이번 제안 내용은 사실 DCMS 장관인 제레미 헌트의 ‘향후 3년과 그 이후 활동에 대한 청사진(Blueprint for Activity over the Next Three Years and Beyond)’이라는 DCMS의 구조적 개혁 플랜의 한 부분에서 나온 것이다. 그리고 그 플랜은 2012년에 맞추어 정부에서 계획 중인 통신법(Communication Bill), 수신료(licence fee), 지역 TV 라이선스 제도의 개정과 같은 미디어 관련법의 대폭 수정을

염두에 둔 것으로 보인다. 그러므로 전체적인 향후 계획을 함께 살펴보는 것이 필요하다. 새로운 지역 TV 방송국들을 위한 라이선스 작업은 2012년 여름까지 진행될 예정이며 이를 위한 제안서는 2011년 1월에 발표되며 같은 해 4월에 최종 결정이 내려질 것이라고 한다. 이를 통해 10~20개의 지역 TV 방송국들이 연립정부의 5년 임기의 마지막 무렵 즈음에 우선 허가될 것으로 보인다.

영국의 연립정부는 이번의 지역 미디어 교차소유에 대한 개정을 2010년 11월까지 마무리하는 것을 시작으로 2012년 하반기까지 통신법 개정 작업을 마무리한다는 계획을 세웠다. 미디어와 테크놀로지에 대한 개혁적인 미래 구상 작업을 진행 중인 현 정부의 계획은 지역 TV 방송국들에 대한 라이선싱 작업을 시작으로 하여 2012년 여름까지 진행될 것이며, 2012년 4월까지 BBC의 수신료 문제에 대한 새로운 협상과 결정이 이루어질 것이라고 한다. 그 이후에 통신법에 대한 개정 작업에 착수할 것으로 보이는데 의회에 제출하는 임시 법안(Draft Legislation)은 2012년 11월까지 준비되고 최종적으로 2015년까지 법안을 확정할 예정이다.

주무 부서인 DCMS에 따르면 2012년 1월까지 TV수신료의 일정 부분을 지방의 브로드밴드망 확충에 사용할 것인지 결정될 것이라 하는데 이번 지방 미디어 간 교차소유제가 폐지되면 이 재원은 원래 IFNC를 위해서 책정된 기금에서 마련하게 될 전망이다. 그리고 2012년 여름까지 많게는 80개에 달하는 지역 TV 방송사들에 대한 인허가 작업을 시작하게 된다. 정부와 보수당의 계획에 따르면 지역 미디어 회사들이 TV, 인쇄 및 온라인 콘텐츠 모두를 현재 ITV의 지역 뉴스를 대체하여 내보내게 될 것이라고 한다. DCMS는 현 의회의 임기가 끝나는 2015년까지는 20여 개의 지역 방송사들이 라이선스를 획득할 것이며 이들은 교차 미디어 소유제로 인해 이전보다 더 강력한 지역 미디어 그룹으로 발전할 것으로 기대한다고 한다. 또한 새 시대의 멀티미디어 콘텐츠의 제공을 담당할 합병 사업자들을 위해 정부는 올 11월까지 관련 규제를 대폭 완화할 것이라고 한다. BBC 수신료 검토와 관련해서도 BBC의 모든 재무 상황을 올해 말까지 감사청(National Audit Office)에 공개하도록 요청할 계획이다.

Ofcom 시사점

정리해보면 현재 지역에서 50% 이상의 시장점유율을 가진 신문사는 그 지역의 아날로그 라디오 방송과 채널3 TV 방송을 소유하지는 못하지만 이 규제는 새로운 '초우량 지역 TV 방송(ultra-local TV stations)'을 만들려는 정부의 계획에 의해 전면 폐지되는 형국이다. 오프콤에서도 지역 신문사들의 경영난이라고 하는 실제적 명분과 미디어 업계의 경쟁력 강화라는 당위적 명분하에서 규제 철폐 계획에 힘을 실어주고 있다. 경영난으로 발생하는 고용 문제 등의 현실적 어려움 속에서 지역 대중에 대한 여론 독과점, 지배력, 지역 저널리즘에 대한 고민이 상대적으로 묻히는 것처럼 보이는 측면도 분명히 있다.

더불어 이러한 시장원리 적용과 규제 철폐 과정을 통해 결국 방송통신 규제기관으로서 오프콤의 권한 또한 점차 축소되는 방향으로 갈 것으로 예상된다. 과연 81개 지역 방송사들의 성공은 가능할 것인가, 아니면 미국식 상업방송의 대형 네트워크 몇 개로 시장을 다시 재편하려는 또 다른 가능성에 주목하는 것인가 하는 다양한 전망이 있다. 즉 위기 가운데서 또 다른 형태의 새로운 독점 가능성이 잉태되는 것은 아닌가 하는 우려다. 그 속에서 결국 ITV 지역 뉴스는 PSB(Public Service Broadcasting)의 가치를 포기하고 지역방송부터 상업화, 시장경쟁 우선의 길로 들게 하는 정책이 가져올 수 있는 경제적, 사회적 의미는 곧 지역 저널리즘의 상업화라는 화두이며, 한국의 미디어시장과 지역 저널리즘의 유사성에 비추어 볼 때 앞으로 더욱 유심히 지켜볼 가치가 있어 보인다.

● 참고 문헌 ●

DCMS(2010. 6. 8). 'Measures to Boost Local Media.'

Guardian(2009. 7. 15). Mark Sweney: Regional Newspaper Firms Could Make Local TV News, Say Tories.

Guardian(2010. 6. 9). Mark Sweney: Sly Bailey Attacks Government Plan to Reform Local Media Ownership Rules.

Guardian(2010. 7. 15). Mark Sweney: Local media ownership rules to go by November.

Ofcom(2009. 11. 17) 'Report to the Secretary of State(Culture, Media and Sport) on the MediaOwnership Rules.'

Ofcom(2010. 8. 9) 'Response to the Secretary of State(Culture, Olympic, Media and Sport): Local Media- cross Media Ownership Rules.'



버라이즌과 구글의 망중립성 정책 제안과 관련 쟁점

조대곤

2009년부터 미국 연방통신위원회(Federal Communications Commission, 이하 FCC)가 의욕적으로 추진해온 망중립성 정책은 지난 2010년 4월 미 항소 법원이 망중립성을 위반한 컴캐스트(Comcast)에 대한 FCC의 제재가 부당하다며 컴캐스트의 손을 들어주면서 큰 위기를 맞았다. 그러다 FCC가 브로드밴드를 비규제 영역인 '정보서비스'에서 규제 영역인 '통신서비스'로 분류하려는 새로운 브로드밴드 규제안을 지난 5월 초 내놓으며 새로운 전기가 마련되는 듯하다가 다시 의회의 반대에 부딪히며 이에 대한 논쟁은 잠잠해지는 듯했다. 그러나 지난 8월 9일 미국 통신업계와 인터넷 업계를 대표하는 버라이즌(Verizon)과 구글(Google)이 망중립성(Open Internet)을 위한 공동 정책 제안 성명을 발표하며 망중립성을 둘러싼 논란은 다시 불을 지피기 시작했다.

비록 양사의 합의 내용은 법적 효력을 지니고 있지는 않지만, 지난 1년 넘게 미국 주요 언론에서 지속적으로 망중립성 관련 보도를 이어온 데다 인터넷은 이미 미국 국민들의 일상생활 깊숙이 자리 잡고 있기 때문에 망중립성 논쟁은 더 이상 업계 관계자

미디어미래연구소 미국 통신원(카네기멜론대학교 박사과정)

만의 문제는 아닌 듯하다. 또한 미국 IT산업을 대표하는 버라이즌과 구글이 함께 정책을 제안하며 이 사안은 미국 내에서 큰 이슈가 되었고 발표 한 달이 지난 9월 초, FCC가 이 공동 정책 제안에 대한 시장의 의견을 공식적으로 구하고 나서며 또 한 차례 격론이 오갈 것으로 예상된다. 이 글에서는 이번 양 사 발표의 주요 내용, 쟁점과 반응 등을 살펴보고자 한다.

S 정책 제안의 배경과 과정

기본적으로 망중립성 논쟁에서 통신사업자는 네트워크의 효율성 제고를 위해 콘텐츠 속성과 정보 전달의 긴급성, 네트워크 과부하 가능성 등에 따라 트래픽에 차별을 두는 것이 불가피하다고 주장하는데, 특히 무선 네트워크에 망중립성 원칙이 우선과 동일하게 적용되는 것에 크게 반발해왔다. 반면, 콘텐츠를 제공하는 인터넷 사업자는 통신사의 차등적인 네트워크 정책이 인터넷 콘텐츠 산업의 혁신과 인터넷 비즈니스의 성장을 가로막을 것이라며 망중립성 원칙이 우선과 무선을 막론하고 확립되는 것을 지지하고 있다. FCC 역시 예외 없는 망중립성 원칙의 법제화를 위해 노력해왔다.

통신과 인터넷, 양 업계를 대표하는 버라이즌과 구글이 사업자 차원에서 갈등과 분쟁 해결을 위해 머리를 맞대고 협상을 벌이기 시작한 것은 2009년으로 거슬러 올라간다. 이는 규제당국 차원에서 정책 마련이 쉽지 않자, 업계를 대표하는 사업자 간 협상을 통해 주요 쟁점에 대한 합의를 이끌어내고자 FCC가 양 사의 협상을 중용했다는 소문도 있다. 이러한 노력의 첫 결과물로 버라이즌과 구글은 2009년 10월 '망중립성 원칙에 관한 공동성명'을 발표했다. 이 성명에서 이들은 FCC가 천명한 망중립성 원칙에 기본적으로 동의하며 우선 인터넷의 망중립성 원칙에 대한 지지를 밝혔으나, 논란의 중심인 무선 영역까지 망중립성 원칙이 적용되는 것에는 반대 입장을 표명했다. 그리고 2010년 1월, 이들은 양 사가 합의한 원칙을 담은 서한을 공식적으로 FCC에 제출했다. 당시 서한에 담긴 주요 내용은 다음과 같다.

- ① 양 사는 인터넷 관련 정책이 개방성과 투명성, 균형 있는 지적재산권 관리, 자유로운 콘텐츠와 서비스 개발 및 기술 발전을 장려하는 방향으로 마련되어야 한다고 생각한다.
- ② 양 사는 인터넷의 눈부신 성장이 시장 참여자의 자율적 책임을 기반으로 해왔다고 믿으며, 정부 규제는 사용자의 권익과 공정한 경쟁 환경을 해치는 경우에만 최소한으로 적용되어야 한다고 생각한다.
- ③ 양 사는 FCC가 제안한 유선 브로드밴드에 대한 기본적인 망중립성과 투명성 원칙 등에 동의하지만 의회와 법원의 관할 아래 있는 지적재산권 관련 문제에 FCC가 중재 역할을 하는 것은 반대한다.
- ④ 양 사는 규제기관의 정책과 방침은 중대한 문제나 분쟁이 생겼을 경우에만 적용되어야 한다는 데 동의한다.
- ⑤ 양 사는 유선 환경에서 적용되는 망중립성 정책이 무선에 적용되는 것에 반대하며, 반드시 무선통신 환경과 기술에 대한 철저한 조사와 기술적 문제들에 대한 검토가 선행되어야 한다고 생각한다.

곧이어 3월 말, 양 사 CEO는 공동으로 <월스트리트저널>에 인터넷 산업이 자율적인 생태계에서 시장 주도로 발전해왔다는 사실을 강조하며, FCC가 통신과 인터넷 업계 전반에 규제를 강화하려는 움직임에 대해 반대 의사를 담은 칼럼을 게재하기도 했다. 그리고 이들은 지난 약 5개월간 다양한 토론과 협의를 통해 균형 있는 정책 프레임워크를 마련하기 위한 작업을 진행했고 이번 발표에 이르렀다고 설명했다.

S 공동 정책 제안의 내용

버라이즌과 구글이 이번에 제안한 주요 내용을 요약하면 다음과 같다.

- ① **고객 보호**: 합법적 콘텐츠의 송수신과 다른 사용자에게 피해를 주지 않는 한 네트워크의 자유로운 이용을 보장한다.

- ② **비차별 원칙(망중립성 원칙)**: 유선 인터넷 환경에서 합법적 콘텐츠의 송수신과 서비스 이용에는 차별을 두지 않는다. 브로드밴드 제공 사업자가 불법적인 콘텐츠 송수신이나 다른 사용자들에게 피해를 주는 트래픽을 추정하여 이 콘텐츠의 전송 속도를 차등화하는 것은 기본적으로 이 원칙에 위배된다.
- ③ **투명성**: 브로드밴드 제공 사업자는 자사가 제공하는 서비스 내용과 약관에 대해 고객들에게 확실하고 명료하게 전달해야 한다.
- ④ **네트워크 관리**: 브로드밴드 제공 사업자는 네트워크 혼잡 감소, 보안 강화, 불법적 네트워크 접속 행위 차단, 네트워크 품질 유지 등을 위해 합리적인 네트워크 관리를 수행할 수 있다.
- ⑤ **추가적인 온라인 서비스 제공**: 브로드밴드 제공 사업자는 기본적인 인터넷 제공과는 확실히 구분되고 차별되는 추가적인 온라인 서비스 제공이 가능하며 이 서비스 트래픽은 망중립성 원칙에서 제외된다. FCC는 연간보고서를 통해 이들 서비스가 기본적인 인터넷 서비스에 부정적인 영향을 주는지 감시하고 고객 보호에 지장을 주는 경우 시정 명령을 할 수 있다.
- ⑥ **무선 브로드밴드**: 유선과는 다른 무선의 기술적, 운영적 특성과 아직 성장 단계에 있다는 점을 감안했을 때, 유선의 망중립성 원칙을 무선 환경에는 적용하지 않는다. 다만, 앞서 제시한 ‘투명성’ 원칙은 현 시점에서는 적용한다. 의회감사기구(Government Accountability Office)는 해마다 무선 인터넷 서비스의 현황과 발전 상황을 파악하고 보고한다.
- ⑦ **사례별 법률 집행**: FCC는 고객 보호와 망중립성 원칙 준수를 위해 사례별로 상황에 따라 판결과 권고를 하며, 명문화된 법률 사항은 두지 않는다. 분쟁 당사자들은 규제기관에 의한 것이 아닌 자율적이고 시장에서 통용되는 원칙에 따라 분쟁 해결에 노력하고 FCC는 합리적으로 분쟁이 해결될 수 있도록 지도, 감독하는 역할을 담당한다. 그렇지만 특정 사업자가 중대하게 고객 보호 원칙과 망중립성 원칙을 위반했다고 판단될 때에 FCC는 200만 달러까지 벌금을 부과할 수 있다.
- ⑧ **규제 권한**: FCC는 인터넷 서비스 제공에 관한 독점적 감독 권한을 보유하고 있지만 소

프트웨어나 콘텐츠, 서비스 등에 관해서는 감독 권한을 갖지 않는다.

- ⑨ **미국 국민을 위한 인터넷 서비스**: 연방 보편적 서비스 기금(Federal Universal Service Fund)의 보조하에 인터넷 미제공 지역 투자와 저소득 계층 및 장애인을 위한 인터넷 접속 환경 조성을 장려한다.

⑤ 주요 쟁점과 비난 여론 조성

양사의 발표가 나오자마자 인터넷상의 주요 토론 게시판과 트위터와 같은 소셜 네트워크 사이트에서는 이번 발표에 대한 의견이 거침없이 올라왔다. 양사의 주장에 찬성하는 내용보다는 우려와 비난의 목소리가 훨씬 컸던 것이 사실이다. 우선 양사의 합의 내용이 그대로 정책에 반영된다면 인터넷에서는 계층과 차별이 발생할 것이며 일부 대형 사업자가 지배하는 세상이 될 것이라는 우려의 목소리가 곳곳에서 터져나왔다. 망중립성 정책과 관련해 가장 저명한 학자 중 한 명으로 꼽히는 컬럼비아대학교 로스쿨의 팀 우(Tim Wu) 교수는 <뉴욕타임스>가 마련한 토론 자리에서 양사 정책 제안에 강력한 반대 의사를 표명했다. 그는 “가장 큰 위험은 인터넷상에서 경쟁의 기준이 바뀌는 것이다”라고 지적하며 “앞으로 시장의 이익은 가장 좋은 서비스를 제공하는 콘텐츠 사업자가 아닌 AT&T, 버라이즌, 컴캐스트와 가장 거래를 잘하는 사업자에게 돌아갈 가능성이 커졌다”고 비판했다. 그는 또한 “1995년에 인터넷이 이렇게 두 계층으로 분리되어 시작되었다면 반즈앤노블(Barnes and Nobel)이 아마존(Amazon)을 가볍게 물리쳤을 것이며, 마이크로소프트(Microsoft)의 검색은 구글을 무력하게 만들었을 것이며, 스카이프(Skype)와 같은 서비스는 시작도 못했을 것이다”라고 언급하며, “결국 우리 모두 패자가 되는 길”이라며 비난의 강도를 높였다.

이번 발표에서 양사는 기존의 주장대로 유선에서는 망중립성이 유지돼야 하지만 무선 인터넷에서의 망중립성은 반대하고 있다. 이는 기본적으로 양사가 구글의 스마트폰 운영 체제인 안드로이드(Android) 플랫폼의 성공적인 정착과 성공을 위해 연

합 전선을 펼치고 있기 때문이라는 분석이 지배적이다. 2010년 3월 콤스코어(ComScore)의 조사에 따르면 버라이즌의 미국 이동통신 시장점유율은 31.1%로 1위 자리를 확고히 유지하고 있으며 검색시장에서 독보적인 선두 자리에 올라 있는 구글의 스마트폰 시장 운영 체제 안드로이드의 점유율은 2009년 10월 2.8%에서 2010년 1월 7.1%로 가파른 상승세를 보이고 있다. 구글은 현재 블랙베리의 제조사인 리서치 인모션(43%), 애플(25.1%), 마이크로소프트(15.7%)의 뒤를 달리고 있다.

한편, 이번 구글과 버라이즌의 공동 정책 제안 내용은 같은 입장에 있는 미국 2위 통신사업자 AT&T와 애플의 지지를 받고 있는 것으로 알려졌다. 일부 비평가들은 무선 인터넷을 제외한 이번 양사의 망중립성 제안이 버라이즌과 같은 대형 통신업체에게 상당히 유리할 것으로 분석했다. 가령, 무선에서 망중립성이 허용되지 않으면 버라이즌이 스카이프와 같은 인터넷 전화를 차단함으로써, 주 매출원인 이동통신 요금 수익을 유지할 수 있을 것이라고 보고 이들의 제안을 비난했다.

또 다른 우려는 고객들이 원하지 않는 서비스들이 무선 인터넷 상에서 우선순위와 특권을 확보해 제공되는 경우도 발생할 수 있다는 것이다. 특히 구글과 버라이즌이 안드로이드 운영 체제를 기반으로 자신들이 제공하는 핵심 서비스 보호를 위해 경쟁 관계에 있는 특정 서비스를 차단할 수도 있는데, 이는 마치 과거 PC통신처럼 '닫힌 정원(Walled Garden)' 시대로 회귀하는 결과를 낳게 될 것이라고 주장하는 사람들도 있다. 한편, 시장 분쟁 해결을 정부가 아닌 시장 자율적인 조정에 맡기자는 부분 역시 논쟁이 되고 있다. 이 경우 아무래도 시장에서 권력과 주도권을 갖고 있는 대형 사업자에게 유리한 방향으로 분쟁이 해결될 가능성이 크기 때문이다.

마지막으로 작년까지만 해도 아마존, 페이스북(Facebook)과 같은 인터넷 서비스 업체들과 연합 전선을 구축하여 무선에도 유선과 같이 망중립성 원칙을 보장해줄 것을 주장해온 구글이 기존의 입장과는 다른 제안에 동의하고 이번 발표를 한 데 대해 많은 사람이 놀라움을 표하기도 했다. 하지만 칼럼니스트 마이크 잉그램(Mike Ingram)은 "이러한 놀라움은 구글이 악마가 되지 않겠다(Don't be evil)고 얘기하는 것을 믿는 사람들에게나 해당하는 것"이라며, 결국 구글도 여느 회사와 마찬가지로

로 영리 추구를 목적으로 이번 결정을 내렸을 것이라고 분석했다. 향후 결과에 관계 없이 이번 공동 제안은 구글을 좋아하고 신뢰를 보내온 사람들에게 큰 실망감을 안긴 것은 분명해 보인다. 이미 온라인상에서 많은 미국인들은 구글이 버라이즌과의 연합 관계를 청산하고 원래 자리로 돌아와줄 것을 요구하고 있다. 시민단체 '무브온(MoveOn)'의 저스틴 루빈(Justin Ruben) 책임자는 "구글은 언제나 다른 기업들과는 다른 정체성을 보여줬는데, 이번 정책 제안과 같이 인터넷의 자유를 침해하려는 모습은 대중이 기대하는 모습과 완전히 상반된 것"이라고 비난하며 구글이 이윤 추구에만 급급한 다른 대기업의 모습을 그대로 보여주고 있는 것에 강한 실망감을 표시했다.

양사 발표가 있고 난 후, 구글과 함께 미국의 대표 인터넷 서비스 업체인 페이스북 역시 양사의 제안을 비난하고 나섰다. 페이스북의 대변인 앤드류 노예스(Andrew Noyes)는 "페이스북은 유선과 무선 모든 네트워크에 망중립성 도입을 지지한다"고 밝히며 "회사의 크기나 부의 정도를 막론하고 모든 사람과 기업에게 동등하게 기회가 보장되어야 하며 시장의 활발한 경쟁을 위해서는 콘텐츠와 서비스에 있어 고객이 궁극적인 통제권을 보유해야 한다"고 주장했다.

그러나 이번 양사 정책 제안이 향후 망중립성 정책과 FCC의 역할과 책임에 관한 논의를 위해 중요한 기초를 놓았다는 데 의의를 두는 사람들도 있다. 기술정책연구소(Technology Policy Institute)의 회장 토머스 레너드(Thomas Lenard)는 "이번 양사의 제안은 혼자 힘으로 정책 수립에 어려움을 겪으며 교착상태에 빠진 FCC를 구할 수 있는 건설적인 의견"이라며 제안 자체에 의미를 두기도 했다.

FCC의 대응

양사 발표가 있기 며칠 전 줄리어스 제나초스키(Julius Genachowski) 의장은 구글과 버라이즌에서 어떠한 정책 제안이 나오더라도 이것이 향후 FCC 정책 수립에는 아무런 영향을 주지 못할 것이라고 전제한 후, 망중립성 정책 마련을 위한 FCC의 정책

목표는 확고하다는 기존 입장을 재확인한 바 있지만 현재의 상황은 그때와 달라 보이는 것이 사실이다.

양사 발표 직후 FCC는 공식적인 대응을 자제하는 모습을 보였고, 망중립성을 강력히 지지하는 마이클 콕스(Michael Coppins) 위원만이 짧은 논평을 내놓았다. 그는 “일부 관계자들은 이번 구글과 버라이즌의 발표가 향후 관련 논의를 진행시키는 데 기여할 것이라고 말하지만 이는 앞으로 예상되는 많은 문제 상황들 중 하나일 뿐이다”라고 전제한 후, 대형 사업자들의 이익보다는 소비자의 이익이 우선되어야 하며 이를 위해 망중립성 원칙은 하루 빨리 보장되어야 한다고 주장한 바 있다.

그리고 발표가 있는 지 약 3주가 지난 9월 1일, FCC는 양사가 제안한 내용 중 구체적으로 진술되지 않고 모호한 두 가지 이슈에 대한 업계와 관계자들의 의견을 한 달 동안 공개 수렴하겠다는 공지를 발표했다. FCC가 밝힌 첫째 이슈는 브로드밴드 사업자가 제공한다는 부가서비스인데, 이 서비스들이 공정한 경쟁 환경과 망중립성 원칙에 부정적 영향을 주지 않는지 확인이 필요하다고 밝혔다. 더 중요한 이슈는 앞서 언급한 바와 같이 무선 인터넷에 망중립성을 적용할 것인지 여부다. FCC는 혁신과 경쟁 촉진, 표현의 자유를 보장하며 무선 인터넷에 언제, 어떻게, 어느 정도 선에서 망중립성을 적용할 것인지 결정하는 것이 중요한 문제라고 지적하며 유선과 무선에 모두 망중립성을 적용하겠다는 당초의 강력한 입장에서 한발 물러선 모습을 보였다.

이에 이동통신 사업자를 대표하는 미국이동통신산업협회(Cellular Telecommunications Industries Association)의 스티브 라젠트(Steve Lagent) 회장은 “FCC가 무선의 특성과 상황을 인정해준 것을 적극 환영한다”고 밝히며 향후 무선 인터넷에 망중립성 원칙이 불필요함을 적극 설명하겠다고 나섰다. 반면, 시민단체인 ‘자유언론연합(Free Press)’은 FCC가 계속 결정을 미루고 있다고 비난하며 시간이 갈수록 소비자들은 보호받지 못하는 환경에 계속 방치될 뿐이라며 FCC의 빠른 대응과 의사 결정을 촉구했다.

결론

2008년 미국 대선 캠페인에서 버락 오바마 현 대통령은 자신이 강력한 망중립성 원칙 지지자라고 밝히고 페이스북, 마이스페이스(MySpace), 구글도 만약 누구에게나 기회가 주어지는 동등한 시장 환경이 아니었다면 지금과 같은 성공을 거두지 못했을 것이라고 강조하며 자신의 임기 중에 망중립성 정책을 확고히 정착시키겠다고 공언한 바 있다. 그렇지만 과거 정권과 마찬가지로 대형 사업자들의 로비와 권력 앞에 오바마 대통령이 추진 중인 망중립성의 법제화는 힘을 잃고 있는 것으로 보인다.

이번 구글과 버라이즌의 공동 정책 제안은 업계의 대표 사업자끼리 협상을 통해 쟁점에 대한 합의를 이끌어내고 이를 규제당국에 건의하는 과정이었다는 점에서 눈길을 끈다. 그렇지만 중소 규모 콘텐츠 사업자들의 피해가 우려되는 상황에서 이들의 주장이 상당 부분 그대로 인정받고 실제로 FCC의 정책이 된다면 표면적으로는 유선 인터넷의 망중립성이 실현된 것으로 보일지라도 일부 전문가들의 지적과 인터넷 사용자들의 우려대로 현실적으로는 상당한 문제가 야기될 것으로 보인다. 특히, 스마트폰과 태플릿 PC 같은 무선 통신기기가 빠른 속도로 유선 인터넷의 역할을 대체하고 또 유선과 무선의 경계가 점차 무의미해지는 시점에서 유선과 무선을 명확히 구분하여 원칙을 달리하는 것에 대해서도 많은 의문이 제기될 수 있다.

미국에서의 치열한 망중립성 논쟁의 결론은 비단 미국만의 문제가 아니라, 한국을 포함한 여러 국가의 망중립성 관련 정책 수립과 여론의 향방, 미래 인터넷의 발전 등에 지대한 영향을 미치는 만큼, 2010년 남은 기간 동안 미국에서 망중립성과 관련해 어떠한 방식으로 논의가 진행되고 갈등과 분쟁을 해결하여 결론을 도출하는지 관심 있게 지켜볼 필요가 있다.

● 참고 문헌 ●

AlterNet(2010. 8. 20). Verizon & Google Want to Kill the Open Internet - Media Mogul Confirms Their Bad Intentions.

Daily Finance(2010. 9. 8). Google, Verizon and the FCC: Inside the War Over the Internet's Future.

Electronista.com(2010. 8. 5). FCC Chair: neutrality Would Trump Any Google/Verizon pact.

Electronista.com (2010. 8. 5). FCC Rebuffs Google/Verizon Deal, Values Open Internet more.

FCC(2010). Website(<http://www.fcc.gov>).

Google Public Policy Blog(2010) Website(<http://googlepublicpolicy.blogspot.com>).

The Huffington Post(2010. 8. 11). The Google/Verizon Walled Garden Plan: No Substantive Impact on Net Neutrality.

The Huffington Post (2010.8.5) Google-Verizon Deal: The End of the Internet as We Know It.

The Huffington Post (2010.8.11) Facebook Criticizes Verizon-Google Plan for 'Open Internet'

The New York Times (2010.8.9) Web Plan from Google and Verizon Is Criticized.

The Wall Street Journal (2010.3.30) Unleashing American Broadband.

Webpronews.com (2010.8.10) Google/Verizon 'Open Internet' Proposal Draws Mixed Reviews.

WSWS.org (2010.8.20) Google-Verizon Deal undermines Push for an Open Internet.

ZDNet (2010.9.1) FCC Seeks Comment on Two Key Elements of Google-Verizon Net neutrality Proposal.



PC이용 TV수신에 대한 수신료 논쟁

최현아

PC이용 TV수신에 대한 수신료 부과에 관한 법 개정안 제안

프랑스 상원의 카트린 모랭 데자이유리(Catherin Morin-Desailly)와 클로드 벨로(Claude Belot) 의원은 지난 6월 컴퓨터에 대해서도 TV 수신료를 부과해야 한다는 내용의 보고서를 정부에 제안했다. 텔레비전 수신기가 아닌 다른 기구를 통해서 텔레비전을 시청하는 가구에도 오디오비주얼법에 따라 수신료를 부과해야 한다는 것이다. 이들이 제출한 보고서에 따르면 컴퓨터를 통한 TV 수신료를 부과할 경우 이를 통해 거두는 금액은 공영방송 투자에서 중요한 재원이 될 것이라고 전망했다.

현재 법은 TV 시청용 컴퓨터를 가지고 있는 경우, TV를 보유하는 조건에서만 수신료를 부과하고 있다. 또 두 의원은 별장과 같은 이차 주거지에 TV 시청을 위한 기기 가 구비된 경우에 대해서도 TV 수신료를 부과해야 한다고 주장하고 있다. 현재 이차 주거지의 TV 시청을 위한 기계 설비율은 96%에 해당하며 이를 통해 거두어 들일 수 있는 공영방송을 위한 세금은 매년 2억 유로에 달한다고 한다.

미디어미래연구소 프랑스 통신원(파리1대학 박사과정)

이들의 TV 수신료 확대 적용 주장 배경에는 프랑스의 TV 수신료가 이웃 국가에 비해 낮다는 점도 작용한다. 독일은 매년 215유로를 내야 하고, 매달 라디오 및 컴퓨터와 관련된 수신료로 5.76유로를 내고 있다.

PC를 통한 TV수신에 대한 수신료 부과 주장의 배경

프랑스 정치권에서 PC를 이용한 TV 시청에 관해 수신료를 부과하자는 주장은 새로운 것이 아니다. 이미 2008년에도 카트린 모랭 데자이유를 비롯한 상원의원 일부가 정부에 컴퓨터를 통한 TV 시청에도 수신료를 부과해야 한다고 주장했다. 당시 이는 받아들여지지 않았지만, 다시 제기된 것이다. 그 이유는 최근 캐치업 TV(Catch up TV)¹가 활성화되고 있기 때문이다.

얼마전 인터넷 서비스 제공 업체인 프리(Free)에서 프리박스 TV 리플레이(Freebox TV Replay)²를 실시한다고 밝혔다. 며칠 뒤 프랑스 텔레비전(France Television)에서도 플뤼즈(Pluzz)³라는 캐치업 TV 서비스를 실시한다고 발표했다. 현재 공영방송사, 민영방송, 케이블, 위성 등 방송사 및 통신업체에서 캐치업 TV 서비스를 본격적으로 실시하면서 컴퓨터를 통한 텔레비전 수신료 문제가 새롭게 제기된 것이다.

캐치업 TV를 통해 시청할 수 있는 프로그램들은 이미 텔레비전에서 방영된 것들이다. 이 서비스는 텔레비전뿐만 아니라 컴퓨터, 모바일을 통해서도 제공되며 캐치업 서비스를 통한 텔레비전 재시청은 최근 들어 급격하게 늘어나고 있다. 이런 경향은

¹ 캐치업 TV는 놓친 프로그램을 재시청할 수 있는 '다시보기' 서비스다.

² 인터넷 통신업체인 프리박스는 모든 채널의 프로그램을 방영된 후 재시청할 수 있는 캐치업 TV 서비스를 지난 6월부터 실시했다. 공중파 프로그램과 케이블 채널을 프리 가입자에 한해 무료로 재시청할 수 있다. 현재 프리 캐치업 TV를 통해서 시청할 수 있는 채널 수는 33개다.

³ 프랑스 공영방송국인 프랑스 텔레비전은 자사 채널인 프랑스2, 프랑스3, 프랑스4 등의 프로그램을 방영한 후 인터넷을 통해 무료로 재시청할 수 있는 'Pluzz' 서비스를 최근에 실시하기 시작했다. 시청 가능한 프로그램은 뉴스, 픽션, 매거진 등이다. 방송된 프로그램을 주제별로 나누어 제공하는데 프랑스 텔레비전은 타 방송사에 비해 이 서비스 실시가 늦은 편이다.

특히 젊은 층에서 두드러지는데 15세 이상의 청소년 및 젊은 층의 20.6%가 매일 18분 정도 이 서비스를 이용한다고 한다. 앞으로도 컴퓨터로 TV 프로그램을 재시청하는 일은 계속 늘어날 것이므로 이에 대한 적절한 조치가 필요하다는 의견이다.

한편 이 같은 주장의 이면에는 공영방송의 재정 적자에 따른 대책이라는 점도 있다. 2009년 프랑스 공영방송법이 개정됨에 따라 공영방송사의 광고방송이 금지되었고, 이로 인해 TV 방송국은 계속 적자 상태를 벗어나지 못하고 있다. 이런 상황에서 컴퓨터에 대한 TV 수신료 부과로 공영방송의 재정 적자에 도움을 줄 수 있을 것으로 기대하고 있다.

프랑스의 TV 수신료 시스템과 PC에 대한 TV 수신료 부과 시도

프랑스의 TV 수신료는 공영방송사인 프랑스 텔레비전(프랑스2, 프랑스3, 프랑스5 등)의 재정 자금으로 활용되고 있다. 2007년 공영방송사 수익의 74%(20억 유로)가 수신료에서 충당될 만큼 재정 운영에서 중요한 부분을 차지한다. 프랑스의 수신료는 2009년까지 118유로였다가 2010년부터 121유로로 인상되었다.

수신료 납부 방식은 2005년부터 주민세에 포함하는 형태를 띠고 있다. 주민세 납부 시 TV 보유 사실을 신고하면 자동적으로 수신료를 내야 한다. 프랑스 수신료 세금 규정에 의하면 TV를 시청할 수 있는 텔레비전 수신기 또는 그와 유사한 기기에 대해서 수신료를 부과한다고 밝히고 있다. 이에 따라 텔레비전을 비롯해 모니터, 비디오, DVD, 블루레이, 비디오 프로젝터 등이 있을 경우 TV 수신료를 의무적으로 납부해야 한다.

2008년 11월부터 멀티미디어 PC도 수신료를 부과하자는 주장이 제기됐다. 이 주장을 담은 개정안이 제안되었는데 PC와 인터넷 가입은 TV 수신 기기로 분류돼야 하고 이에 따라 수신료를 납부해야 한다는 내용이다.

이 주장이 나오기 전까지 각 가정에서 컴퓨터로 TV를 시청하는 경우 수신료 부과 대상에서 제외되었다. 그런데 개정안이 제안되면서 국회에서 이 문제를 다루었다. 이 과정에서 나온 내용을 보면 '2005년 재정 관련 법 41조에 따라 TV 수신료는 텔레비전이나 TV 수신이 가능한 유사한 기기를 통해서 텔레비전 프로그램을 시청할 경우 부과된다.

이에 따라 인터넷을 통해 TV 프로그램을 시청하는 주민세 납부자에게는 TV 수신료의무를 부과할 수 없다'고 결론 내렸다. 2008년 11월 20일 디오니스 뒤 세주르(Dionis Du Sejour) 의원은 인터넷 가입자에 한해 TV 수신료를 부과해야 한다는 104개정안을 국회에 제안했다. 디 세주르 의원은 개정안에서 PC에 관한 TV 수신료를 부과할 경우 현재 TV를 보유하지 않고 있다고 신고한 가정을 중심으로 5천만 유로를 확보할 수 있어 정부 예산이 늘어날 것이라고 지적했다. 그는 컴퓨터를 통해 TV 프로그램을 시청하고 있으면서 수신료를 납부하지 않는 것은 비정상적이라고 주장했다. 단 최신 기종의 컴퓨터에 한해서 적용해야 한다고 지적했다. 이 제안은 국회에서 결국 부결되었다.

한편 일각에선 2009년 10월 12일 세금과 관련된 1605조는 TV 시청과 관련된 유사한 기기에 대한 개념이 불투명하다는 지적이 나오고 있다. TV 시청 기기에 대한 정확한 규정이 없다는 것이다. 또 주민세에서도 TV 수신료 부과에 필요한 조항으로 TV 보유 여부만 체크하라고 할 뿐 컴퓨터에 관해서는 어떠한 해당 조항도 없다는 지적이다.

PC에 대한 TV 수신료 부과의 문제점

컴퓨터를 이용한 TV 시청에 수신료를 부과할 경우 나타날 수 있는 문제점도 제기되었다. 그렇다면 휴대전화, 사무실의 컴퓨터, 넷북 등에 대해서도 수신료를 부과해야 하는가? 즉 TV 수신료 부과 범위를 어떻게 정할 것인지의 문제에 봉착하게 된다. 게다가 컴퓨터를 통해 TV를 시청하지 않는 사람도 있는데 이를 구분할 방법이 없다는 것이다. 또 컴퓨터에서 TV 시청 여부가 나타나지 않기 때문에 이에 수신료를 부과할 수 없다는 지적도 나왔다. 이를 두고 만일 개정안이 논리적이라면 이를 실행하는 데 기술적이고 법적인 문제가 나타나지 않아야 한다는 비판도 제기되었다.

프랑스 정부의 입장

정치권에서 컴퓨터를 통한 TV 수신료 수신안이 제기되면서 이 개정안에 대한 정부의 검토가 이어졌다. 상원의원들이 지속적으로 수신료 관련 개선안을 제안하자 정부는 이 문제를 다시 다루었다. 그러나 정부는 TV 수신료를 부과할 수 있는 기기 리스트에 컴퓨터를 포함시키지 않았다. 이 같은 결정과 관련해 정부는 그동안 여러 조사를 통해서 대다수 프랑스인이 컴퓨터를 통해 TV를 시청하지 않는다는 점을 그 이유로 들었다. 게다가 2010년 4월 재정부의 조사 자료에 의하면 컴퓨터는 텔레비전을 보완하는 두 번째 스크린으로 사용되고 있다는 것이다. 그러나 앞으로 가정에서의 TV 시청 행태를 지속적으로 관찰하면서 컴퓨터를 통한 TV 시청으로 수신료 납부가 감소될 경우 이 문제에 대해 본격적으로 재검토할 것이라고 한다.

시사점

오늘날 컴퓨터는 e메일, 정보 수집뿐만 아니라 가정에서 영화, 뮤직비디오, TV 프로그램 등을 시청하는 멀티미디어 기기로 활용되고 있다. 특히 컴퓨터를 통해 TV 프로그램을 시청하는 경향이 늘어나고 있는데 이는 필연적으로 TV 수신료 납부 문제와

프랑스의 캐치업 TV 시청 현황

현재까지 프랑스인의 대다수는 텔레비전 수신기를 통해 TV를 시청하는 것으로 나타났다. 한 조사에 따르면 프랑스인 가운데 1,500만 명은 본방송 시간에 놓친 프로그램을 DVD나 VHS 등을 통해 녹화해서 본다고 한다. 프랑스에서 캐치업 TV 서비스는 2008년 오랑주가 캐치업 TV 서비스를 개시하면서 시작되었는데 현재까지 통신업체, 공중파, 케이블 채널 등에서 캐치업 TV 서비스를 유료 및 무료로 실시하고 있다. 현재 캐치업 TV 서비스 사용 인구는 1,100만 명 정도다. 지난 1년 동안 이 서비스를 사용한 사람 중 70만 명은 15세 전후의 청소년인 것으로 나타났다. 이들이 캐치업 TV 서비스를 가장 활발하게 사용하고 있다. 한편 프랑스인의 텔레비전 시청 성향을 살펴보면, 비연속적인 방식으로 프로그램을 선택해서 시청한다고 한다. 그런 만큼 캐치업 TV 서비스는 앞으로 더욱 각광받을 것으로 예상된다.

연관될 수밖에 없다. 컴퓨터가 텔레비전의 역할을 대체하는 경향이 있긴 하지만 여전히 텔레비전 수신기로 TV를 시청하는 사람이 다수를 차지한다. 그런 점에서 컴퓨터를 통한 TV 시청에 따른 수신료 부과는 조심스러울 수밖에 없다. 게다가 TV 프로그램의 일부만을 컴퓨터로 시청하는 상황에서 이에 대해 수신료를 부과하기는 쉽지 않다. 하지만 캐치업 TV 등의 등장으로 TV 프로그램 시청 경향이 급격히 변화하는 상황에서 이 문제는 앞으로 지속적으로 조사, 검토해야 할 사안이다.

● 참고 문헌 ●

Jean Marc Morandini(2008. 11. 26.) Les Ordinateurs Soumis à la Redevance TV from <http://www.jeanmarcmorandini.com/article-21119-les-ordinateurs-soumis-a-la-redevance-tv-amendement.html>

Le monde(2009. 12. 31). Ce qui va Changer en 2010 from http://www.lemonde.fr/societe/article_interactif/2009/12/31/ce-qui-va-changer-en-2010_1286192_3224.html

Le monde(2010. 07. 05). Redevance : les Ordinateurs, des Téléviseurs Comme les Autres? form http://www.lemonde.fr/technologies/article/2010/07/05/redevance-les-ordinateurs-des-televiseurs-comme-les-autres_1383281_651865.html

Numerama(2010. 07. 08). Pas de Redevance TV Sur les Ordinateurs... Pour le Moment from <http://www.numerama.com/magazine/16194-pas-de-redevance-tv-sur-les-ordinateurs-pour-le-moment.html>

Znet(2010. 07. 05). L'idée d'Appliquer la Redevance TV Aux ordinateurs Refait surface from <http://www.zdnet.fr/actualites/l-idee-d-appliquer-la-redevance-tv-aux-ordinateurs-refait-surface-39752936.htm>



저작권법 개정안 C-32를 둘러싼 논쟁

김상현

지난 6월 2일 캐나다 연방산업부(Industry Canada)가 저작권법 개정안 'C-32(Bill C-32)'를 의회에 제출했다. 그간 거센 반발을 샀던 C-32의 이전 개정안인 'C-60(Bill(-60))'이나 'C-61(Bill(-61))'보다는 다소 전향적인 내용을 담은 것으로 평가된다. 특히 디지털 미디어의 백업(back-up)과 온라인 매시업(mash-up)¹을, 그것이 패러디나 풍자, 그리고 더 중요하게는 교육을 목적으로 한 비상업적 변형의 경우 '공정한 이용(fair use)'으로 간주해 합법적이라고 인정한 점이 주목된다. '시간 변환'(time shifting, 라이브 방송 중 일시 정지 후 정지 위치부터 다시 볼 수 있는 기능), '형식 변환(format shifting, 예컨대 CD나 DVD 콘텐츠를 아이팟에서 감상하기 위해 mp3나 mp4 포맷으로 바꾸는 것)'도 어느 정도 허용했다.(단, 본래 제품에 그러한 변환을 막기 위한 디지털 잠금장치(digital lock)가 내장된 경우에는 허용되지 않는다).

미디어미래연구소 캐나다 통신원(캐나다 앨버타 주 교육부 정보 프라이버시 매니저)

¹ 웹상에서 웹서비스 업체들이 제공하는 다양한 정보(콘텐츠)와 서비스를 혼합하여 새로운 서비스를 개발하는 것. 서로 다른 웹사이트의 콘텐츠를 조합하여 새로운 차원의 콘텐츠와 서비스를 창출하는 것을 가리킨다.

이처럼 C-61에 비해 전향적이고 기술 중립적이라는 긍정적인 평가에도 불구하고, 새 법안은 디지털 저작권 관리(Digital Rights Management)에 관한 한 여전히 미국의 '디지털 밀레니엄 저작권법(Digital Millennium Copyright Act, 이하 DMCA)'을 따라 지나치게 경직된 규제 조항을 적용하고 있다는 비판을 받고 있다.

C-32의 내용에 대해 디지털 콘텐츠를 직접 생산하거나 수입하는 기업 측은 대체로 환영하는 분위기다. 그간 무역 제재까지 거론하며 캐나다의 저작권법 개정 압력을 넣어온 미국의 로비 그룹, 특히 미국영화협회(Motion Picture Association of America, MPAA)와 미국음반산업협회(Recording Industry Association of America, RIAA)는 개정안에 호의적인 반응을 보이고 있다.

그에 반해 디지털 콘텐츠를 적극 사용하는 연구자, 대학교수, 초·중·고교 교사들은 새 개정안에 부정적이다. 여러 소비자 단체와 도서관 관계자들은, "개정안의 세목이 일반에 아직 널리 알려지지 않아서 그렇지, 콘텐츠의 형식을 변환하는 데 대한 여러 제한 조항을 안다면 청소년, 대학생 층의 반발도 클 것"이라고 주장한다. 이들이 야말로 CD나 DVD를 아이팟이나 아이폰으로 즐기기 위해, 혹은 유튜브(Youtube)에 올리기 위해 일상적으로 복제하거나 변환하는 세대이기 때문이다.

이 글에서는 C-32에서 가장 쟁점이 되는 조항은 무엇인지, 그리고 그 함의와 향후 개정, 보완 전망은 어떤지 살핀다.

C-32 경과

캐나다의 저작권법이 처음 나온 것은 1921년 '캐나다의 저작권법(Copyright Act of Canada)'이 통과되면서부터다. 이후 1988년과 1997년에 큰 폭의 개정을 거쳤다. 저작권법에 대한 모든 권한은 주정부가 아닌 연방정부에 속한다.

현행 저작권법의 대폭 개정 노력은 2005년 6월 연방정부가 법안 C-60을 내놓으면서 본격화했으나 같은 해 11월에 무효화했다. 연방 정부는 2008년 여름 C-60과 비슷한 내용으로 법안 C-61 저작권법 개정안을 다시 내놓았으나 미국의 DMCA를 지

나치게 따르면서 캐나다의 이익을 등한시했다는 비난에 직면했다. 게다가 이해 9월 집권당인 보수당이 선거를 치르기로 하면서 C-61 또한 '없던 일'이 됐다.

그러나 저작권법 개정은 불가피했다. 저작권법의 적용을 받는 미디어 환경이 전례 없이 크게 변화하고 있을 뿐 아니라, 세계 제일의 콘텐츠 생산국이고, 따라서 그에 대한 보호와 수익성 확보에 지대한 관심을 가진 미국의 압력을 더 이상 견딜 수 없게 됐기 때문이다. 그 때문에 연방정부는 지난 6월 2일 저작권법 개정안 C-32를 제출했다. 현행 저작권법에 대한 세 번째 개정 시도다.

C-32 저작권법 개정안 C-32의 주요 쟁점

연방 산업부는 개정안 C-32가 콘텐츠를 생산하는 자(creator)와 이를 소비하는 자(소비자 혹은 이용자) 간의 균형을 잘 유지하고 있다고 주장한다. 저작권법을 세 번 위배할 경우, 예컨대 DVD나 CD를 불법 복제하다 세 번 적발되었을 경우 자동으로 수감되는 이른바 '삼진아웃제(Three Strikes and You're Out)'를 도입하지 않고, '인지와 고지(Notice and Notice)' 제도를 택한 것은 소비자의 권익을 고려한 것이라는 주장이다. '인지와 고지'는 말 그대로 인터넷 서비스 업체가 어떤 소비자/이용자의 디지털 저작권 침해 사실을 '인지'했을 경우, 그 사실을 '고지'하게 한 규칙이다. 백업 카피의 제작을 허용한 것, 비상업적 목적인 한 저작권이 걸린 여러 콘텐츠를 다양하게 편집, 혼용할 수 있게 한 이른바 '유튜브 조항' 등도 산업부의 그러한 '균형' 주장에 무게를 실어준다.

1. 디지털 잠금장치(Digital Lock)

그러나 그러한 유연성의 뒤에는 심각한 전제 조건이 붙어 있다. 새로운 개정안의 근본적 원칙은 해당 미디어에 '디지털 잠금장치'가 걸려 있을 경우 그것이 전자책이든 영화나 음악이든, 혹은 어떤 전자적 장치든 그 요구 사항—곧 복제나 변환을 금지한다는 요구—이 거의 모든 권리에 우선한다는 것으로, 이는 과거 개정안과 마찬가지로

다. 오타와대학의 마이클 가이스트(Michael Geist) 교수는 “디지털 잠금장치 조항 이야말로 디지털 잠금장치 조항 저작권 개정법안 C-32에서 가장 핵심적인 문제”라고 지적한다.

그에 따르면 두 재산권(property rights)이 싸울 때, 다시 말해 지적 재산권 (intellectual property rights) 소유자의 권리와, 유형이든 무형이든 그 콘텐츠를 구매한 소비자의 권리가 상충할 때, 디지털 잠금장치 때문에 전자가 언제나 이길 수밖에 없다. 이는 정부가 일정한 역할을 수행하게끔 규정된 비즈니스 모델에 시장 논리가 개입한다는 뜻이다. 현재 연구나 개인적인 학습, 뉴스 보도, 비평 및 리뷰 등의 목적으로 인정되는 ‘공정 이용권(fair dealing rights)’과, 새 법안에서 인정한 권리들(패러디, 풍자, 교육, 시간 변환, 형식 변환, 백업 카피 등)이, 저작권 소유자가 그들의 콘텐츠나 장치에 디지털 잠금장치를 걸어버리는 한 모두 무효화하고 만다는 뜻이기도 하다. 그뿐이 아니다.

디지털 잠금장치는 공정 이용의 경우에만 국한되지 않고 다른 조항에서도 반복되고 확장된다. 도서관 이용 조항은 디지털 복제본이 5일 안에 자동 파괴되게끔 만들어야 한다고 요구하며, 원격 교육 조항은 해당 코스가 종료된 뒤 30일 뒤에 디지털 교재가 더 이상 이용될 수 없도록 자동 파괴되어야 한다고 명시하고 있다.

마이클 가이스트 교수는 저작권법 개정안에 대한 활발한 논의를 유도하고, 개정안이 어느 한 편의 이익에만 더 부합하는 방향으로 개악되는 것을 막겠다는 취지로 ‘저작권에 대해 발언하자’(Speak Out on Copyright)’라는 계몽 및 캠페인 사이트(<http://copyright.michaelgeist.ca/>)를 열었다.

가이스트 교수의 설명에 따르면, 지난 6월 2일 제1 독회(first reading, 의안이 처음으로 의회에 제출되는 때의 독회)를 가진 개정안 C-32는 크게 세 갈래로 나뉜다. 각 각특정 부문에 적용되는 규칙(sector-specific rules), 타협적 조항(compromise provisions), 비타협적인 디지털 잠금장치 조항(no compromise digital lock provisions)이다.

2. 적용 부문이 특정된 규칙들

개정안 C-32는 단일 선거구나 이익 단체의 우려를 반영한 조항을 많이 담고 있다. 그중 몇 가지 사례를 들면 다음과 같다.

- ‘공연자의 권리’ 조항 신설. ‘캐나다 영화, 텔레비전, 라디오 예술가 연맹(Alliance of Canadian Cinema, Television, and Radio Artists, ACTRA)’이 요구한 것. 세계 지적재산권기구(WIPO)의 인터넷 조약을 시행하는 데 필요하기도 하다.
- ‘사진가의 권리’ 조항 신설. 사진가 단체들에서 오랫동안 주장해온 것.
- 신규 예외 조항. 스마트폰의 일종인 블랙베리의 제조업체인 리서치 인 모션(Research in Motion, RIM)을 비롯한 기업들이 건의한 것으로, 기술적 처리 과정에서 발생하는 임시 복제본을 둘러싼 잠재적 저작권 문제를 다룬 조항이다.
- 신규 ‘빗토렌트(BitTorrent)’ 조항. 저작권법 위반임을 알면서도 인터넷을 통해 P2P(peer-to-peer) 서비스를 제공하는 경우에 적용된다. P2P 파일 전송 프로토콜의 이름이자 그를 이용하는 응용 소프트웨어의 이름이기도 한 빗토렌트는 파일을 인터넷상에 분산 저장해놓고 다중 접속을 통해 여러 곳에서 동시에 파일을 가져오게 하므로 그 전송 속도가 빠르다. 주로 용량이 큰 비디오 파일이나 영화, 드라마 파일을 주고받는 데 활용된다.
- 디지털 배급을 허용한 신규 도서관 조항. 하지만 디지털 잠금장치가 된 콘텐츠에는 적용되지 않으며, 배급일로부터 5일 안에 자동 파괴되도록 해야 한다는 규제 조항이 따른다.
- 원격 교육을 통한 강의 예외 조항 신설(팟캐스트 Podcast 포함). 그러나 이 조항 또한 디지털 잠금장치가 된 콘텐츠나 장치에는 적용되지 않고, 원격 강의 코스가 끝난 뒤 30일 이내에 저작권이 걸린 콘텐츠를 삭제하도록 요구하고 있다.
- 유튜브 리믹스(혹은 매시업) 예외 조항 신설. 개별 이용자가 비상업적 목적으로 저작권이 있는 여러 콘텐츠의 일부를 가져다 편집, 혼합하는 것이 허용된다.
- 기술 중립적인 형식과 시간 변환 조항 신설. 그에 따라 TV 쇼나 드라마를 녹화했

다가 다른 시간대에 보거나(시간 변환), CD를 아이팟용 포맷으로 바꾸는(형식 변환) 것이 허용된다. 하지만 디지털 잠금장치가 된 경우는 해당되지 않는다.

- 신규 ‘백업 카피’ 조항. 구입한 음악 CD나 영화 DVD의 백업 카피가 용인되지만 그 제품들에 디지털 잠금장치가 된 경우는 해당되지 않는다.

3. 타협 조항들

일반 소비자는 물론 수많은 기업, 기관, 직업군의 이익이 걸린 저작권법을, 모든 이들의 구미에 맞춰 개정하기란 결코 쉬운 일이 아니다. 타협 조항은 그에 대한 한 대처 방안의 하나다. 여기에 해당하는 주요 사례는 ‘공정 이용 (fair dealing)’, ‘중개자의 법적 책임(intermediary liability)’, 그리고 ‘법에 명시된 피해 배상금(statutory damages)’이다.

공정 이용. 비상업적 목적이 인정된 상태에서, ‘공정 이용’임을 인정해주는 경우는 다음 몇 가지다. 창작자라면 패러디와 풍자를 목적으로 한 것. 교육 목적상의 예외. 이용자들이 개인적 관심사로 만든 이른바 ‘이용자가 만든 콘텐츠(UGC)’. 유연성 면에서 여전히 아쉬움이 많다는 평이지만 그럼에도 C-32는 2년 전에 나왔다 고사한 C-61보다 공정 이용에 관한 조항에서 한 발 앞선 것으로 평가된다.

중개자의 법적 책임. 삼진아웃제를 도입할지도 모른다는 세간의 우려와 추측을 깨고, 산업부는 이번에도 그보다 한 단계 더 온건한 ‘인지와 고지(Notice and Notice)’ 시스템을 인터넷 서비스 제공업자 (Internet Service Providers, 이하 ISP)에 적용하기로 했다. 이 시스템은 ISP들에게 비용 부담을 안기지만 저작권 침해 줄이는 데 매우 효과적인 것으로 드러났다. 이는 또한 미국의 저작권법이 채택한 ‘인지와 폐쇄 (Notice and Takedown)’ 접근법이나, 세 번 적발된 뒤에는 인터넷 이용 자체를 막아버리는 ‘삼진아웃제’보다 훨씬 더 균형 잡힌 대안으로 여겨진다.

법적 배상금. 여러 단체들은 현행 법적 피해 배상 시스템을 바꿔야 한다고 주장한다. 현행 시스템은 대규모 무단복제(counterfeiting) 범죄를 비상업적 의도의 복제와 똑같은 방식으로 잘못 다루고 있다는 지적이다. 새로운 규칙은 비상업적 목적의 무단복제에

대한 범칙금을 100~5,000달러 선으로 낮췄다. 물론 적은 금액은 아니지만 현행 벌금 최고액인 2만0,000 달러보다는 훨씬 더 낮은 수준이다. 물론 여기에는 상업적 의도와 비상업적 의도를 어떻게 구분할 것인가의 문제가 남아 있다.

4. 비타협 조항들

저작권법 개정안에서 타협의 여지가 없는 한 분야 중 하나는 ‘디지털 잠금장치’ 조항이다. 이를 우선 조항으로 내세운 것은 미국의 저작권법 DMCA의 선택이다. 그 영향권 안에 머물 수밖에 없는 캐나다의 저작권법 개정안이 이 조항을 전면으로 내세운 것은 따라서 당연해 보이기도 한다. 문제는 캐나다의 디지털 잠금장치 조항이 미국의 그것보다 도리어 더 악성이라는 비판이 나온다는 점이다. 예외 조항도 더 적고, 규정을 바꾸기도 훨씬 더 어렵다는 것이다.

C-32의 디지털 잠금장치 조항은 미국의 그것과 사실상 대동소이하다. 콘텐츠나 장치에 걸린 디지털 잠금장치를 우회하거나 해제할 수 있는 소프트웨어의 배포나 마케팅은 불법이다. 현재 개정안과 2년 전의 C-61 개정안 간의 가장 큰 차이는 이번에 휴대전화(cell phone)의 해제(unlocking)를 예외 사항으로 포함시켰다는 점이다.

C-32 저작권법 개정안 C-32의 의미와 전망

C-32에서 가장 집중적인 비판을 받는 대목은 디지털 잠금장치다. 캐나다인들의 이익을 고려하기보다 미국의 디지털 저작권법과 상호 조율하는 데 더 초점을 맞췄다는 지적이다. 마이클 가이스트 교수는 “캐나다 정부가 미국의 압력을 이기지 못하고 미국 저작권법의 여러 조항을 고스란히 반영한 규정들을 다시 들고 나왔다”라고 하며 “그중에서도 디지털 잠금장치 조항은 그것이 작동할 경우, 비교적 유연하다고 여겨져 온 여러 예외 조항을 사실상 무효화하기 때문에 특히 심각한 독소 조항이다”라고 비난한다. 법안은 이제 막 1차 독회를 마친 상태다. 현재 여러 시민단체들에선 페이스북이나 트위터 같은 소셜 미디어(Social Media)를 통해 반대 서명을 받는 것은 물론, 회원들의

해당 지역 국회의원들에게 항의 편지 보내기 운동을 통해 C-32의 여러 제한 조항에 대한 개정을 꾀하고 있다. 법안이 실제 법으로 발효되기 위해서는 2차, 3차 독회를 거쳐 형식적이긴 하지만 ‘여왕의 재가(Royal Assent)’를 받아야 하기 때문에, 그 때까지 개정 압력을 행사할 시간이 충분하다는 판단에서다. 그렇게 독회를 거치는 동안 여러 이익단체와 조직, 개인들이 다양한 찬반 양론은 물론 대안을 제시할 수 있고, 그것이 일정한 수준 이상의 지지나 압력으로 작용하면 법안 수정도 가능하다.

C-32가 어떤 양상으로 변모하거나 현행 개정안대로 유지될지, 아니면 미국의 추가적인 압력에 의해 도리어 더욱 엄격한 법으로 강화될지, 그도 아니면 C-60이나 C-61처럼 또다시 고사(枯死)의 운명을 맞을지 주목된다.

● 참고 문헌 ●

A Detailed Look at Bill C-32 – Canada’s Copyright Reform Bill (Part 1)(2010. 6. 3). In ZeroPaid.com. Retrieved September 12 from <http://j.mp/b0pNeK>

Balanced Copyright (2010. 7. 29). In Industry Canada. Retrieved September 12, 2010 from <http://www.ic.gc.ca/eic/site/crp-prda.nsf/eng/home>

Bill C-32, Canada’s Awful New Copyright legislation(2010. 6. 8). In CBC Spark Talks to Bill Nowak. Retrieved September 11 from <http://www.sffaudio.com/?p=20737>

Bill C-32: An Act to amend the Copyright Act.(2010. 6. 2). In Parliament of Canada Bills. House of Commons of Canada. Retrieved September 10, 2010 from <http://j.mp/aKJKEj>

Bill C-32(2010. 8. 30). In Michael Geist Blog. Retrieved September 10, 2010 from

<http://www.michaelgeist.ca/tags/c-32>

Bill C-32: Dissecting Canada’s New Copyright Bill(2010. 6. 8). In Youtube. Retrieved September 11, 2010 from http://www.youtube.com/watch?v=sGkhDgt_8z0

Bill C-32 Frequently Asked Question(2010. 6. 24). In Digital Copyright Canada. Retrieved September 12, 2010 from <http://www.digital-copyright.ca/billc32/faq>

Protecting the Public Interest in the Digital World: The views of the Canadian Library Association/Association Canadienne des Bibliothèques on Bill C-32, An Act to Amend the Copyright Act(2010. 7. 29). In Canadian Library Association. Retrieved September 12, 2010 from <http://j.mp/cPp6pL>

Speak Out on Copyright(2010. 8. 24). In Speak Out on Copyright. Retrieved September 11, 2010 from <http://copyright.michaelgeist.ca/>



유튜브와 GEMA의 음원 분쟁

성경숙

8월 말 독일저작권협회이하(GEMA)가 7개의 다른 음원 협회들¹과 함께 유튜브를 상대로 제기한 음원 관련 소송이 함부르크 법원에서 기각되었다. 하지만 소송을 제기한 음원 협회 측이 다시 소송을 제기할 움직임을 보여 저작권자들과 인터넷 업자 사이의 논쟁은 쉽게 사그라지지 않을 듯하다.

GEMA와 유튜브

GEMA는 독일에서 약 6만 명 이상의 회원, 그리고 전 세계의 100만 명의 저작권자를 보유한 저작권을 보호하고 대변하는 단체로 독일 국내뿐만 아니라 세계적으로도 대표적인 음원 저작권협회 중의 하나다. GEMA와 함께 소송에 동참한 7개의 국제적인 저작권 협회들은 세계적으로 통용되는 음원 중 약 60% 이상의 음원에 대한 저작권을

미디어미래연구소 독일 통신원(요하네스 구텐베르크 대학교 박사과정)

¹ AKM, 오스트리아(Österreich) www.akm.at / ASCAP, 미국(USA) www.ascap.com
BMI, 미국(USA) www.bmi.com / GEMA, 독일(Deutschland) www.gema.de
SABAM, 벨기에(Belgien) www.sabam.be / SACEM, 프랑스(Frankreich) www.sacem.fr
SIAE, 이탈리아(Italien) www.siae.it / SUISA, 스위스(Schweiz) www.suisa.ch

보유하고 있다.

지난 2009년 4월부터 GEMA는 음원 사용에 대한 새로운 저작권 법령에 따라 유튜브와 협상을 진행해왔으나 별다른 성과를 내지 못했다. GEMA는 유튜브가 인터넷에서 서비스하는 각종 비디오를 지금까지와는 달리 건당 이용요금을 부담시키고자 했다. 소비자가 해당 음원을 클릭할 때마다 1~12센트 정도의 서비스 요금을 부과하고자 했으나, 유튜브는 이러한 계획에 대해 유럽의 다른 저작권 협회들도 부분적으로만 부과하고 있을 뿐이라면서 받아들일 수 없다는 태도를 보였다. 이에 대해 GEMA는 자신들의 요구를 관철시키고자 올 7월 일시적인 서비스 제한을 감행한 바 있는데, 당시에 독일 소비자들에게 제한적으로 서비스되거나, 삭제한 비디오만 해도 600여 개였다. 실질적으로 함부르크에 제기한 소송 문건과 함께 제기된 서비스 제한 목록 리스트에는 75개의 곡명이 줄어든 채였다. GEMA의 주장에 따르면 유튜브는 이러한 비디오들을 불법으로 서비스했고 결론적으로는 이 음원들을 두고 두 업체 간에 계약한 협정서가 전혀 없다고 주장했다. 하지만 최종적으로 2010년 5월 유튜브 측과의 협상이 결렬되면서 GEMA는 7개의 다른 음원 저작권 협회와 함께 소송을 준비하기에 이르렀다. 이들 단체는 집단으로 연합하여 2009년 4월 초부터 독일 유튜브 사이트에 저작권법을 위반하고 불법으로 올라와 있던 약 600개의 비디오 포털과 75개의 뮤직비디오에 대해 삭제와 부분적인 서비스 제한을 요구했다. 유튜브는 이러한 제안에 대해 지금까지 지지부진한 반응을 보여왔고, 별 진전을 보이지 않자 해당 저작권 협회 측은 좀 더 신속하고 공정하게 문제를 해결하기 위해 소송을 제기하기에 이르렀다.

그러나 해당 소송을 담당한 함부르크 재판부는 2010년 5월 GEMA가 유튜브가 비디오 방식으로 서비스하고 있는 뮤직비디오에 대해 법적 소송을 제기한 것에 대해 기각 판결을 내렸다. 법원은 판결과 함께 “GEMA 측은 소송을 제기하기 훨씬 전부터 저작권 위배가 의심되는 75편의 뮤직비디오들이 유튜브에서 서비스되고 있다는 사실을 이미 알고 있었다. 그렇기 때문에 이 뮤직비디오들은 법원의 최종 판결이 있기 전에는 법으로 서비스를 제한할 이유가 전혀 없다”고 밝혔다.

인터넷에서 음원을 제공하는 업자들과 저작권 협회(Verwertungsgesellschaft) 사이의 논쟁은 더 이상 새로운 것이 없을 만큼 수년 전부터 빈번하게 이어져왔다. 실제로 2009년도 음원 이용과 관련한 법령이 새로 개편되어 적용된 지 불과 1년 남짓 되었으나 지난 5월에는 해당 소송들이 무더기로 기각되어 과연 저작권자를 보호하고자 하는 법안인지에 대한 비난의 목소리에 힘이 실리고 있는 실정이다. 이러한 이유로 함부르크 연방주법원의 판결에 시장의 관심이 모아졌다. 만약 소송을 제기한 GEMA와 저작권 협회들이 승소한다면 앞으로 저작권을 위배한 비디오들뿐만 아니라 이를 온라인상에 서비스한 인터넷업체까지도 독일에서는 법적으로 제재할 수 있는 좋은 사례를 마련하는 것이기 때문이다.

법원의 기각 판결, 무엇을 남겼나?

GEMA 측은 일단 판결 결과를 홈페이지에 올리면서 신속한 움직임을 보였다. 다른 7개의 음원 제작사들과 공동으로 제기한 음원 금지 요구가 일단 기각된 것에 대해 “해당 음원의 삭제에 대한 권한은 사실 소송을 제기한 저작권사에 있다”라는 기각 이유를 인용하면서 앞으로 진행될 제2차 법정 공방에서 이 같은 사실이 새로운 판결을 결정하는 데 중요한 요인으로 적용될 것이라는 점을 분명히 했다.

유튜브로서는 이러한 판결은 사실 단순한 승소 이외에도 큰 의미가 있다. 물론 2심이 남아 있다고 하지만 일단 기각 명령이 내려진 현재 상황도 유튜브 측에서는 그리 심란해할 필요를 느끼지 못하는 듯하다. 저작권을 위배한 음원을 올렸다는 정황 자체가 불충분한데다가 전체 음원의 60%를 보유하고 있는 단체들이 패소한 사실은 사실 앞으로 열릴 2심에서도 유튜브에 상당히 유리하게 작용할지도 모르기 때문이다. 하지만 우려의 목소리도 있다. 비록 패소했다고는 하나 이 소송으로 인해 재판부에도 GEMA가 원칙적으로 저작권에 대한 법적인 제재권이 있다는 사실을 각인시킨 계기가 되었기 때문이다. GEMA의 대변인인 베티나 뮐러(Bettina Müller)는 2심에서는 이러한 점이 긍정적으로 재판부에 받아들여질 것으로 예상하고 있다.

누가 저작권 보호를 받는 비디오를 삭제하는 권리를 행사할 수 있는지, 그리고 누가 관련된 책임을 져야 하는지 하는 문제에 대해서는 아직 모호하다. 이에 대해 구글 측은 다운로드한 비디오의 내용을 이용하는 자가 책임을 져야 한다는 입장을 취하고 있다. 그리고 그 가운데 저작권의 보호를 받는 자료의 경우에는 유튜브에 의해서 법적 권리 행사권을 가지고 있는 사람의 요구에 따라 삭제되어야 한다고 주장한다. GEMA는 그러나 이와는 달리 유튜브가 저작권 보호를 받는 자료의 다운로드를 애초부터 금지해야 한다는 입장을 고수하고 있어 이 둘 사이의 의견 조율은 좀 더 시간이 걸릴 듯하다.

영화사들과 유튜브, 'Broadcast Yourself'를 앞세운 새로운 사업 계획

최근 구글을 상대로 개인 정보 보호에 대한 우려의 목소리가 높다. 독일의 일간지 <디 차이트>Die Zeit는 지난 8월 27일 구글 사의 개인정보 최고책임자인 페터 플라이셔(Peter Fleischer)의 인터뷰 기사를 실었다. 기사는 구글 사가 소비자들의 개인정보를 기업의 이익 등을 목적으로 사용할 수 있다는 소비자들의 우려에 대해 언급했다. 이에 대해 플라이셔는 “고객 등록을 마치고 난 후에는 고객 정보 보호 차원에서 일정 기간이 지난 후 모두 없앤다”고 하면서, 덧붙여 이러한 일련의 과정을 거치는 데 시간이 걸리는 이유는 “인터넷 사업자는 더 나은 서비스를 제공하기 위해 고객의 정보를 적극적으로 활용하는 것과 소비자가 자신들의 개인정보를 삭제하기를 바라는 것이 두 가지 점에 동일한 무게를 두어야 한다”고 어려움을 토로했다.

구글의 개인정보를 둘러싼 뜨거운 논쟁과 관련 업계의 비판에도 구글 사의 자회사인 유튜브는 최근 ‘인터넷 극장’을 새롭게 표방하며 사업을 확장하고 있다. 사실 지난 수년간 영화산업계는 자신들의 예술 행위를 상업적인 목적으로만 바라보는 인터넷 사업자들을 적으로 여겨왔다. 하지만 이러한 미묘한 입장 차이를 보이는 사업에 유튜

브가 과감하게 뛰어 들었다. 조만간 할리우드 영화를 사용료를 내고 온라인으로 볼 수 있게 될지도 모른다.

유튜브는 ‘Broadcast yourself’를 표방하면서 비디오산업 분야에 박차를 가하고 있다. 수많은 비디오를 온라인상에 올려두고 볼 수 있게 하는 플랫폼에서 지금까지는 누구나 방송을 전송하는 입장인 동시에, 해당 정보를 퍼뜨리는 역할까지 도맡아 왔지만 궁극적으로 금전적인 이익을 도모하는 일은 아니었다. 하지만 구글은 아주 전통적인 방식으로 새로운 사업 계획을 도모하고 있다. 지금까지 사용자들은 비디오를 무료로 제공하고 이 비디오에 속해 있거나 내용에 포함되어 방송을 탄 광고주에게서 대한 수익을 챙겨왔다. 하지만 구글은 지금까지 광고로 벌어들인 수익뿐만 아니라 추가적으로 발생한 수입에 대해서도 전혀 공개하지 않고 있다. 경제지 <포브스>는 구글이 이러한 방식으로 거둬들인 광고 수익료만 해도 2008년에 2억 달러, 2009년에는 무려 3억5,000달러에 달할 것으로 추정했다. 구글은 해당 비디오를 분당 단위로 24시간 다운로드할 수 있다는 사실만 공개했다.

구글은 지금까지 광고로 거둬들인 수익에 만족하지 않고, 즉 일반 이용자들이 자료를 올리고 사용하는 비디오 포털을 뛰어넘어 할리우드 영화를 통한 사업 확장 계획을 세우고 있다. 구글 측은 이 새로운 사업을 통해 막대한 수익을 올릴 수 있을 것으로 기대하고 있어 저작권 협회와의 새로운 마찰을 예고하고 있다. <파이낸셜 타임스>의 보고에 따르면 올해부터 최신 영화 한 편을 5달러에 다운로드할 수 있게 될지도 모른다고 한다. 현재 미국에서 극장에서 영화 한 편을 보는 비용이 13달러임을 감안하면 극장에서 일회성으로 보는 것보다 훨씬 저렴하게 영화 한 편을 개인 소유로 할 수 있다는 점은 가격경쟁력 면에서 소비자로서는 뿌리치기 힘든 유혹이 아닐 수 없다.

구체적인 사업 시작 시점에 대해서 <파이낸셜 타임스>는 아직 언급하고 있지 않다. 업계에서는 아직까지 할리우드 스튜디오 측과 협상이 마무리되지 않은 것으로 추측하고 있는데 이미 작년에 영화 대여업자들이 이 사업에 동참했다는 첫 번째 기사가 흘러나온 만큼 구글이 이 사업을 실시할 것이라는 점은 암묵적인 기정사실이 된 지 오래다. 이 사업이 실제로 실행된다면 극장주가 아닌 대여업자들이 구글과 경쟁하기

때문에 이들이 동참했다는 사실은 이러한 확신에 힘을 실어주는 대목이다.

하지만 영화계에서도 시름이 깊다. 만약 이들이 제작한 영화가 온라인상에서 일반 소비자들에게 서비스된다면 이들은 자신들이 지금까지 유지해오던 중요한 사업의 일부분을 잃게 될 것이 불 보듯 뻔하기 때문이다. 이직 이 사업이 구체적으로 실행되기 전이긴 하지만 간헐적으로 인터넷에서 ‘넷플릭스(Netflix)’ 등의 스트리밍 서비스를 통해 영화를 볼 수 있었고, 그 결과 DVD 판매는 지속적으로 감소하여 영화 제작사들은 새로운 수입원을 찾아야 하는 상황에 놓였다.

유튜브, 아마존을 비롯한 애플 ‘아이튠즈(iTunes)’와 같은 비디오 매체를 인터넷에서 제공하는 업체의 입장에서 볼 때 사실 이러한 변화는 이미 상당히 늦은 것일 수도 있다. 하지만 아무런 대책 없이 이런 변화를 맞는다면 영화산업 역시 음악업계처럼 상당한 혼란에 빠질지도 모른다. 제작 편수의 감소, 끊임없는 저작권 논란 등이 이어질 것은 너무나 자명하다. 앞서 언급한 GEMA와 유튜브 간의 법적 공방은 어쩌면 정말 시작에 불과한지도 모른다.

● 참고 문헌 ●

GEMA Website <http://www.zeit.de/digital/internet/2010-08/youtube-hollywood-stream>

GEMA Website <http://www.zeit.de/2010/35/Interview-Fleischer>

GEMA Website http://www.gema.de/presse/pressemitteilungen/pressemitteilung/?tx_ttnews%5Btt_news%5D=931&tx_ttnews%5BbackPid%5D=76&cHash=2c239de8f1



통신 사업자의 개인정보 노출에 따른 분쟁

이재민

최근 중국의 통신산업이 확대되고 가입자가 늘어나면서 관련 분쟁도 확대되고 있다. 특히 이동통신 가입자의 개인정보가 노출되는 사례가 속출하고 있어 업계 내외의 우려를 자아내고 있다. 이 글에서는 이에 대한 이해를 돕기 위하여 중국의 이동통신 가입자 및 사업자의 개황을 간단히 소개하고, 실제 사례를 통해 문제를 들여다보고자 한다.

중국 이동통신 가입자 및 사업자 개황

가입자 현황

공업정보화부(工業信息化部)의 최신 통계에 따르면, 올해 5월까지 중국 전국의 유무선 전화 가입자 수는 모두 11억 명을 넘어선 것으로 나타났다. 그 중 유선전화 가입자는 3억600만 명으로 감소하고 이동전화 가입자는 1억2,600만 명이 증가하여 총 7억9,600만 명에 달했다. 올 4월 현재, 중국 통신업계의 주력 사업 매출 중 이동통신 매출 비중은 68%를 넘어섰으며 유선통신 사업은 더욱 위축되는 양상을 보였다. 전

미디어미래연구소 중국 통신원(GN Consulting & Translation 이사)

반적으로 볼 때, 이동전화가 유선전화를 대체하는 추세는 갈수록 뚜렷해지고 있으며 기존의 음성 시장은 이미 포화 상태에 이르렀고 이동전화 보급률은 인구 대비 50%를 훨씬 넘어선 상황이다. 따라서 향후 이동통신업의 발전을 위해서는 새로운 돌파구와 변혁이 요구되고 있다.

사업자 현황

중국은 2008년 말 정부 주도의 대대적 개혁을 통해 통신사업자 구조가 조정되었으며, 이를 통해 기존의 통신사업자가 3개로 압축되었다. 세 통신사 모두 휴대폰, 인터넷, 유선전화, 샤오링통(小靈通, PHS)을 모두 포함한 업무를 진행하고 있어 그야말로 완벽한 하모니를 이루고 있는 셈이다.

① 차이나모바일(中國移動, China Mobile)

경영 기반이 가장 건실한 통신사업자로서, 기존 사업자 중 가장 경영이 어려웠던 차이나레일콤(中國鐵通, China Railcom)을 인수했다. 이와 더불어 중국 자체 표준인 TD-SCDMA 사업을 책임지게 되었다. 이들은 가장 우수한 최고의 GSM(2G) 네트워크를 보유하고 있으며, 4억 명이 넘는 가입자를 기반으로 Gotone(全球通), M-ZONE(動感地帶), EasyOwn(神州行) 3대 유명 브랜드를 가지고 있다.

② 차이나유니콤(中國聯通, China Unicom)

3대 통신사 중 지금까지 자금 기반이 가장 취약한 사업자로서, 상대적으로 경쟁력을 가지고 있던 차이나넷콤(中國網通, China Netcom)을 인수하고 비교적 안정적인 WCDMA를 채택했다. GSM과 CDMA망을 모두 관리해야 한다는 부담을 가지고 있으나, 장기적 전망은 양호한 것으로 분석되고 있다.

③ 차이나텔레콤(中國電信, China Telecom)

기존의 유선통신 사업에만 종사하던 차이나텔레콤은 경영 기반이 양호한 것으로 평

가받아왔으며, 차이나유니콤의 CDMA2000 사업을 인수했다. 비록 현재 경영하고 있는 유선전화와 샤오링통(PHS)이 시장에서 퇴출될 가능성이 있지만, 광대역 네트워크 분야에서는 여전히 1위를 차지하고 있다. 할당된 CDMA의 안정성 등은 차이나유니콤의 것보다는 많이 뒤떨어져 있다.

정부의 합병 작업은 서비스 품질 개선을 목적으로 한 것이었으며, 향후 이를 통한 산업 집약 효과가 나타날 것이라는 기대도 상승하고 있다. 그러나 경쟁자의 수가 압축된 상황에서 통신사업자들의 준법 의식 부족 등으로 인한 분쟁이 사라지지 않고 있으며, 이는 중국 국민들의 분노와 각종 범죄 행위를 유발하고 있다.

분쟁 사례

차이나모바일

지린(吉林) 성 창춘(长春) 시에 거주하는 한 고객은 2010년 4월 16일 13604306748이라는 번호를 가진 차이나모바일 SIM카드를 구입했고, 판매 담당 직원을 통해서 이튿날 전화가 개통된다고 통보받았다. 하지만 사용한 지 얼마 되지 않은 5월 4일, 이 번호가 요금 미납으로 사용이 정지되었음을 알게 됐다. 차이나모바일 영업점에 조회해본 결과 이 번호는 4월 18일자로 '행복가정'이라는 유료 서비스에 가입된 상태였다. 그러나 그는 이 서비스에 가입한 적이 없었다. 하루 뒤인 5월 5일 고객 서비스 센터인 10086번에 전화를 걸어 신고했으며, 해당 서비스 가입 취소와 휴대폰 요금 보상, 또한 사용 피해에 대한 배상을 요구했다. 그러자 직원은 이에 대한 답변을 피한 채 잠시 후 책임자가 전화를 할 것이라고만 말했다.

이후 전화를 걸어온 것은 한 남성으로, 서비스 대표 전화가 아닌 휴대폰 번호 136****1535로 전화한 남성이었으며, 그는 자신이 차이나모바일 고객 매니저라면서 취조하는 듯한 어투로 SIM카드를 어디서, 얼마를 주고 샀는지 물었다. 이러한 질문이 서비스 가입 문제와 무관하다고 생각한 고객은 전화를 끊었고, 그 후 또 다른 번호인 133****4646번의 남성이 전화를 걸어 어떤 인물의 이름을 거론하며, 그를 아는지,

13604306748 번호에 대해 신고를 했는지 등을 물었다. 그 후 또 다른 차이나모바일 번호와 모르는 번호로 전화를 걸어 차이나모바일 고객지원팀 직원이라고 하면서 그가 산 카드는 회사 직원용 카드라고 말하고, 모든 책임은 카드를 판매한 직원과 판매용이 아닌 카드를 구입한 고객에게 있다고 주장했다.

이러한 처사에 분노한 고객은 자신이 카드를 구입한 제팡다루(解放大路) 영업점에 조회해보았고, 그 결과 문제의 SIM카드는 4월 17일 오전 10시에 통신사에 가입되었으며, 그날 오후 3시에 구이구다제(硅谷大街)에서 소유권 명의가 변경되어 더 이상 회사 직원용 카드가 아닌 상태임이 밝혀졌다. 사실상 이 고객은 번호 구입 당시 이미 소유권 명의 변경 업무에 관해 문의했으며, 영업점 직원은 통신사 서비스에 가입한 후 3개월이 지나지 않으면 소유권 변경 업무를 진행할 수 없으며, 이 기간이 지나 소유권을 변경할 때에는 SIM카드와 본인의 신분증을 가지고 영업점에 직접 가서 처리해야 한다고 알려주었다.

그러나 카드는 계속 고객이 소유하고 있었으므로 통신사에 가입된 날 오후 소유권 명의 변경이 일어났다는 것은 규정에 어긋나는 것이었다. 게다가 이 고객은 자신이 가입하지도 않은 서비스 때문에 통화 정지까지 당하게 된 것이다. 하지만 업체에서는 자신들의 업무상 실수를 인정하지 않고 소비자를 기만했으며, 소비자들이 업무에 대해 속지하지 못하는 점을 이용했다.

그 후 고객은 서비스 콜센터의 10086번에 다시 전화를 걸어 이를 신고했으나, 그들은 시간을 끌면서 서로 책임을 미루었고 문제 해결에 나서려는 책임자도 없었다. 5월 9일이 되어서야 창춘 차이나모바일 가오신(高新) 영업점에 문의해본 결과 GX0001번 반장이 상세한 기록을 하면서 책임자한테 보고하겠다고 하면서 5월 11일 어떠한 결과가 나오더라도 꼭 고객에게 연락이 갈 것이라고 말했다. 그러나 아직까지도 해결에 나서지는 사람이 없으며, 보상은 물론이고, 공식적인 사과조차 받지 못한 상황이다. 분노한 고객은 소송을 고려했으나, 그러기에는 지나치게 가벼운 사안이라 여겨 회사 측에 계속 연락을 취하고 있다. 더불어 인터넷을 통해 자신이 당한 부당한 처우를 토로하고 있다.

차이나유니콤

사례 1)

6월 9일 중국경제망(中國經濟網)의 보도에 따르면 베이징 동팡헝터(東方亨特) 상무 조사센터 법인 대표 장룽하오(張榮浩) 등 14명은 불법으로 대출금 추심, 혼인 조사 등의 활동을 벌여왔으며, 빚을 독촉하는 과정에서 사기 갈취는 물론 불법으로 국민의 개인정보를 제공, 판매, 획득한 혐의로 이날 차오양 구(朝陽區) 법원에서 재판을 받았다. 그들은 불법경영죄, 사기갈취죄, 불법개인정보취득죄, 불법개인정보누설죄, 불법개인정보판매죄 등 5 가지 죄명으로 고소당했다.

이러한 불법행위를 한 사람은 차이나유니콤 직원인 28세의 장닝(張寧)이었다. 그는 체포되기 전 차이나모바일 베이징 지사 고객센터서비스센터 이좡(亦莊) 지역 사무소를 책임지고 있었다. 2008년 초부터 같은 해 10월 체포되기 전까지 장닝은 실업자인 린타오(林濤)를 도와 100여 개 휴대폰 번호의 고객 비밀번호를 변경하고, 수십 명에 달하는 휴대폰 주인의 정보를 누설했다. 린타오는 이 정보들을 팔아넘겼고 여러 차례의 전매를 거쳐 결국에는 사설탐정을 고용한 사람의 수중으로 이 정보가 들어가게 되었다.

장닝의 진술에 따르면 그는 기존 비밀번호를 몰라도 내부 시스템을 통해 가입자의 휴대폰 비밀번호를 변경할 수 있고, 변경 후 기존 비밀번호는 바로 무효가 되었다. 린타오의 요구대로 장닝은 비밀번호를 모두 6개의 '0'으로 새로 수정하여 임의로 휴대폰 주인의 통화 기록을 조회할 수 있도록 했다.

불법 업체인 동팡헝터는 또 다른 차이나유니콤 직원인 28세의 우샤오천(吳曉晨)과도 거래했다. 이 직원은 체포되기 전 차이나넷컴 베이징 3구 지사 광안문(廣安門) 지국의 비즈니스 고객 마케팅팀 대표직을 맡고 있었다. 동팡헝터의 말에 따르면, 우샤오천은 아는 이를 통해 자신들에게 접근해왔으며, 처음부터 주동적으로 '유상 서비스'를 제공할 의향이 있음을 밝혔다고 한다. 결국 동팡헝터는 우샤오천한테 매달 2,000위안의 비용을 월급처럼 지급하며 내부 시스템에서 유선전화 주인의 개인정보와 전화 명세서를 조회해 오도록 했다.

이후 이러한 거래를 통해 금전을 만지게 된 우샤오천은 스스로 컨설팅 회사를 설립한

후 동팡헝터 대표인 장룽하오의 형 장룽타오(張榮濤)와 사업을 벌일 생각을 품었다. 그는 건당 100위안의 가격으로 장룽타오에게 차이나유니콤의 통화 기록을 팔아넘기고, 반대로 장룽타오가 확보해 온 차이나모바일 가입자의 통화 기록을 건당 800~1,000위안의 가격으로 사들이고, 여기에 50~100위안의 이윤을 붙여 다른 '수요자'들에게 다시 되팔았다.

역시 차이나유니콤의 직원인 40세 탕나위(唐納宇)는 체포되기 전 차이나유니콤 베이징지사 네트워크 운영관리부 감독센터 주임이었다. 그는 평소 알고 지내던 지인 루저신(盧哲新)과 범죄를 저질렀다. 2008년 6월에서 8월 사이에 탕나위는 회사의 내부 시스템을 이용하여 잇달아 100여 개의 차이나유니콤 가입자의 통화 기록을 루저신에게 제공하고, 그 대가로 총 2만여 위안의 돈을 챙겼다. 차이나유니콤의 직무 기술서에 따르면, 탕나위가 맡고 있던 관리 시스템은 휴대폰 위치 추적을 할 수 있었다. 그는 자신이 맡고 있는 특별 통신 기술 지원(휴대폰 위치 추적 같은 사법기관의 중요한 안건을 도울 때 사용되는 기술적 지원을 말함) 특권을 남용하여 사적으로 루저신을 도와 휴대폰 주인의 위치를 확보해 넘겨주었다.

사례 2)

또 다른 사례는 개인정보 누설로 가정이 위기에 처하게 된 사안이다.

2010년 1월 15일 차이나유니콤 직원은 사적인 친분을 내세우며 휴대폰 가입자의 문자메시지 내용을 타인에게 누설했다. 이로 인해 한 가정이 위기에 처하게 되었고 이 휴대폰의 가입자는 개인적 비밀이 누설되면서 자신의 생명을 포기하려는 행동까지 벌였다. 그 후 이 가입자는 고객지원팀에 전화를 걸어 직원들이 직업 도덕을 지키고 가입자의 프라이버시를 보호해줄 것을 요구했다. 또한, 직원들이 직업 윤리를 지키고 직무를 이용하여 타인의 가정을 해치는 일이 없도록 직원들에게 엄중히 경고할 것을 차이나유니콤 측에 요구했다.

그러나 유사한 사건은 또 다시 발생했다. 2010년 8월 5일 한 직원이 휴대폰 문자메시지 내용을 누설하면서 가정불화가 생겨 재차 개인의 생명이 위협을 받는 일이 발생했다.

이 직원은 문자메시지 내용을 누설하는 것이 불법이라는 사실을 인지하고, 자신을 보호하기 위해 정보 청구자에게 프린트를 하지 말도록 하고 대신 손으로 베껴 쓰게 했다. 프린트를 하면 컴퓨터에 기록이 남기 때문이다. 하지만 추후에 이러한 사실이 밝혀지게 되었고, 면직 조치되었다. 그러나 사건의 피해자인 가입자는 보상을 받지 못했고, 이에 격분하여 베이징 시 법원에 기소한 상태다.

차이나텔레콤

중국 직할시의 하나인 충칭 시 베이베이 구(北碚區) 통싱(同興) 지역 주민 덩(鄧) 씨는 차이나텔레콤 가입자가 다른 통신사의 IP전화를 사용하는 상황에서, 차이나텔레콤이 IP전화를 방문판매하는 행위를 개인의 프라이버시 침해로 여기고 이와 관련하여 기소를 고려하고 있다.

2010년 7월 29일 오전 9시, 차이자진 덩타제의 덩 씨는 IP전화카드를 방문판매하는 차이나텔레콤 통싱 영업부 직원 런(任) 모 씨의 방문을 받았다. 런 씨는 가입자의 전화 기록을 통해 가입자가 17951 IP카드를 사용하고 시외전화 통화 시간이 비교적 길다는 사실을 알게 되어 차이나텔레콤의 17901카드를 방문판매하러 왔다고 밝혔다. 상대방이 자신의 통화 기록을 알고 있다는 사실에 매우 화가 난 덩 씨는 “감독관리원도 아니면서 무슨 권리로 고객이 사용하는 IP전화 기록을 조회하는 것인가?”라고 말하며 상대방에게 해명을 요구했다. 그 후 덩 씨가 차이나텔레콤 고객센터에 전화를 걸어 이러한 사실을 말하자 담당 직원은 “아무도 가입자의 통화 기록을 조회할 수 없다. 만일 가입자의 통화 자료를 얻었다면 틀림없이 불법 경로를 통해서였을 것이다”라고 답변했다.

하지만 카드를 판매하려 했던 차이나텔레콤 영업부 직원 런 씨는 “IP카드 판매에는 직원별로 할당량이 정해져 있으며, 이러한 임무를 달성하기 위해서 회사 측에서는 가입자 관련 자료, 즉 이름, 주소, 연락처, 타 통신사 IP전화 통화 시간 등을 제공한다고 밝혔다. 결국 수많은 차이나텔레콤 충칭 지사 직원들이 이 자료를 바탕으로 IP카드를 방문판매하고 있다는 것이었다.

사건이 확대되자, 차이나텔레콤 통싱 영업관리부 쉬빈(徐斌) 주임은 판매원이 얻은 가입자 정보는 자신이 알려준 것이라고 털어놓았다. 그러나 타 통신사의 IP전화 사용 내역과 통화 시간만 알 수 있을 뿐 기타 상세한 기록은 알 수 없으며, 그 누구도 가입자의 통화 기록을 조회할 권리는 없다고 주장했다. 이 사실이 언론에 보도되면서, 가입자가 차이나텔레콤 전화에서 타 통신사 IP카드를 사용한 사실을 어떻게 알아낸 것인지 기자가 물었으나, 그는 회사 내부의 사업 기밀이므로 알려줄 수 없다며 답변을 회피하고 있다.

결론

최근 들어 빈발하는 개인정보의 부당한 처리는 중국에서도 심각한 문제로 부각되고 있다. 이는 개인의 합법적 권익을 침해할 뿐만 아니라, 고객의 신뢰를 잃어 정보가 실제와 부합되지 않게 되어 정보와 정보 처리가 원래의 가치를 잃어버리게 되기 때문이다.

최근 몇 년간 중국 정부는 정보화 법률 체계 구축에 관심을 기울여왔으나, 세부화된 명확한 법 규정은 아직 도출되지 않았다. 2006년 발표된 ‘2006~2020년 국가 정보화 발전 전략’에서 거시적인 방향을 제시하고 “정보화 법제 건설을 가속화하고, 관련 법률 법규의 제정, 수정, 폐지 간의 관계를 타당하게 처리하고, 정보 기초 시설, 전자상거래, 전자정부, 정보 안전, 정부 정보 공개, 개인정보 보호 등에 관한 법률 법규를 제정 및 완비하여 정보화 발전을 위한 좋은 법제 환경을 창출한다”고 하고 있으나 정책 방향의 구체화를 위해서는 앞으로 일정 시간이 필요할 것으로 예상된다.

이제껏 기술한 여러 사례는 대부분 통신사업자의 일선 담당 직원들이 도덕적 문제를 일으킴으로써 발생한 사건이다. 금전적인 피해를 입었을 경우 소비자들이 적극적으로 대응하는 반면, 정보의 누출은 쉽게 지나치거나 법적 분쟁까지 이어지지 않다 보니 중국 사회에 만연한 통신 개인정보 문제가 해결되지 않는 측면도 있다. 이러한 사례를 통해 우리의 통신 질서를 다시 한 번 되돌아보고, 관련 법규의 합리성과 세밀함을 점검해야 할 것이다.

● 참고 문헌 ●

手机用户数近8亿 数据业务成发展主流(2010. 7. 13). http://tech.ifeng.com/digi/mobile/detail_2010_07/12/1758252_0.shtml

李明(2010.5.18).北京国话及手机用户数均居全国首位, <http://tech.hexun.com/2010-05-18/123730540.html>

‘话说移动’——运营商的那些事儿(2009.05.18). <http://blog.qq.com/qzone/81549839/1242628954.htm>

公民个人信息何以屡遭恶意泄露? (2008. 8. 27). <新华网> http://news.a.com.cn/Infos/news_74389.html

梁梦晚(2010.6.8). 北京移动联通员工私售个人信息改百余客服密码 <中国经济网(北京)> <http://news.163.com/10/0608/16/68LTVJQ1000146BD.html>

投诉中国网通泄露客户私人信息(2009. 12. 17). <315热线网> http://www.315rx.com/CompTs_Html/58220R20091221X15.html

联通员工私自泄露用户的短信内容引发家庭悲剧—震惊! 2010. 8. 5. <http://bbs.city.tianya.cn/tianyacity/Content/41/1/919319.shtml>

投诉中国移动长春公司泄露个人信息(2009. 5. 12). <315热线网> http://www.315rx.com/CompTs_Html/5891R20090601X12.html

과일호 색인

권호	내용	국가
[창간호] 통권1호 2008. 9	[서문]디지털 융합 시대 방송통신 부문의 분쟁과 분쟁 해결시스템	한국
	네트워크 중립성을 둘러싼 통신사업자, 콘텐츠/애플리케이션 사업자, 이용자 간의 분쟁	미국/일본
	FCC, 컴캐스트의 P2P 제한 조치 중지 결정	미국
	일, 보상금 문제로 대립하는 디지털 저작권 문제	일본
	캐나다의 뉴스 배급사 캐네디언 프레스, 언론재벌 캔웨스트와 전쟁 중	캐나다
	구글(Google)과 비아콤(Viacom)의 충돌	미국
통권2호 2008. 10	반독점법 실시에 따른 중국 통신시장의 변화	중국
	이동전화 조기해약 위약금 분쟁 집단소송	미국
	PC수신료 판결 동향 및 전망	독일
	정보통신법 제정을 둘러싼 분쟁	일본
	온라인 맞춤형 광고 서비스 분쟁	영국
	인터넷 라디오업계와 음반업계의 저작권 분쟁	미국
통권3호 2008. 11	공영방송의 온라인 사업 관련 갈등	독일
	공영방송 개혁 추진에 따른 갈등	프랑스
	ITV의 공공성 관련 분쟁	영국
	전기통신사업 분쟁처리위원회의 조직 및 기능	일본
	보편적 서비스 제도 개선 및 발전 방향	영국
	캐나다의 망 중립성 분쟁	캐나다
통권4호 2008. 12	온라인 비밀수색 허용 논란	독일
	인터넷 검열과 온라인 표현의 자유	미국
	중국 전신법 제정과정 분석과 향후 전망	중국
	EU 의회 및 영국 오프콤의 소비자정책 개선 동향	영국
	MVNO와 MNO 간의 접속협정에 관한 재정(裁定)	일본
	프랑스 디지털 2012 계획과 찬반 논의	프랑스
통권5호 2009. 4	주문형서비스 시장에 대한 주도권 논쟁	영국
	중국의 인터넷폭력 대응 논의와 전망	중국
	아이폰 이용료 분쟁을 통해 본 캐나다 무선통신 시장의 위기	캐나다
	광대역 촉진 계획과 DPI 문제를 둘러싼 논란	미국
	CMMB vs. TD, 중국 모바일TV 패권 다툼	중국
통권6호 2009. 5	공영방송 편집의 자유 논란: 편집의 자유 대 기대권	일본
	BBC의 인도적 캠페인 방송 거부 갈등	영국
	온라인상의 개인 사생활 정보 침해에 대한 논란	미국
	유럽연합의 모바일 로밍 요금 인하 규정을 둘러싼 논란	독일
	중국 온라인 콘텐츠 저작권 분쟁	중국
	IPTV 통합 오픈 플랫폼 캔버스 프로젝트 출시 논란	영국

권호	내용	국가
통권7호 2009. 6	FCC, 유선전화 번호이동 기간 하루로 단축	미국
	오프콤, ADR 통해 통신서비스에 대한 소비자 불만 처리 분쟁 중재	영국
	저작권 관리를 둘러싼 공정거래위원회와 JASRAC의 갈등	일본
	인터넷의 창작 보호와 상영 활성화에 관한 하도피법을 둘러싼 논쟁	프랑스
	버라이즌 vs. FCC, 기존 가입자 유치를 위한 영업행위에 대한 논의	미국
	공중파와 케이블의 수신료 도입 논쟁	캐나다
통권8호 2009. 7	미국의 방송통신 분쟁 해결 제도 현황	미국
	CRTC와 CBSC: 캐나다 방송분쟁 및 갈등을 해소하는 두 축	캐나다
	프랑스의 신규 이동통신사 진입을 둘러싼 갈등	프랑스
	디지털 영국을 설계하는 <디지털 브리튼> 최종보고서 발표 이후 불거진 갈등과 논의	영국
	위성방송사업자(BSkyB)의 스포츠 중계권 독점과 프리미엄(Setanta) 채널의 파산	영국
	Barnes vs. Yahoo, 판례를 통해서 본 인터넷 사업자의 책임한계 분쟁	미국
통권9호 2009. 8	프로그램 위탁거래의 현황과 관행 개선 정책	일본
	케이블 사업자의 의무재송신을 둘러싼 케이블비전과 FCC의 분쟁	미국
	프랑스텔레콤의 시장지배적 지위 남용 사례 및 규제	프랑스
	오프콤, 유료방송시장의 부분적 규제안 발표로 스카이와 갈등 심화	영국
	FCC, 휴대폰 독점거래 조사 착수	미국
	방송통신 분쟁과 위반사항 처리기관 및 과정	중국
통권10호 2009. 9	구글보이스를 둘러싼 사업자 간 갈등과 FCC의 개입	미국
	아동보호 기술시스템 확대로 규제강화 논란 중재	영국
	정보통신법안 논쟁과 민주당 정부의 정책	일본
	청소년 인터넷 보호규제 강화를 둘러싼 논쟁	독일
	소비자의 통신 불만 해소를 위한 중재기구 CCTS의 현황과 전망	캐나다
	인터넷 서비스 속도 논란: 차세대 망 구축비용 부담과 사용실태 공개	영국
통권11호 2009. 10	수신료를 둘러싼 NHK와 납부 거부자의 분쟁: 수신료 소송의 판결내용과 과제	일본
	BBC를 둘러싼 사회적 논쟁 확대: 사업영역 확대와 수신료 문제	영국
	페이스북 OPC의 갈등을 통해 본 프라이버시 보호 정책의 쟁점과 전망	캐나다
	미 이동통신산업, 혁신, 경쟁, 요금 관행에 대한 논란	미국
	프랑스의 통신과 방송규제기구의 통합을 둘러싼 논의와 갈등	프랑스
	중국 최초의 IPTV 저장권 분쟁이 TV산업에 미치는 영향에 관한 고찰	중국
[특집호] 통권12 2009. 11	한국의 방송통신 분쟁조정제도 및 사례	한국
	일본 전기통신사업분쟁처리위원회의 역할	일본
	호주의 방송통신 분쟁조정제도 및 사례	호주
	종합토론: 방송통신 분쟁조정제도의 발전방안	종합

권호	내용	국가
통권13호 2009. 12	끊이지 않는 망중립성 논쟁: 망중립성 강화 방침과 이동통신업계의 반발	미국
	스포츠 중계권 제도 변경: 지상파방송의 공공서비스 책무와 유료방송의 차별화 전략 논란	영국
	FCC의 이동통신서비스 부문 관련 질의서와 향후 주요 분쟁 이슈 점검	미국
	TV 수신료 징수안을 둘러싼 TV 방송국 대 케이블 및 위성통신 사업자 간의 갈등	캐나다
	콘텐츠의 독점 상영권을 둘러싼 오랑주와 카날 플뤼스의 분쟁	프랑스
	중국 동영상사이트의 불법방송 분쟁과 현황	중국
	무선인터넷 종량제 도입은 가능한가	미국
통권14호 2010. 6	3G 네트워크 포화와 망 중립성 논쟁	프랑스
	FCC의 방송사 주파수 회수 추진에 따른 갈등	미국
	영상물 자료 저작권 관련 분쟁	독일
	저작권 침해 UCC 운영자에 배상 판결	일본
	오프콤, 스카이TV의 유료방송 시장독점 제재	영국
	미국 구글사 스트리트뷰의 사생활 침해 분쟁	미국
통권15호 2010. 7	FCC의 새로운 브로드밴드 규제안 공개와 이에 따른 분쟁	미국
	프랑스텔레콤과 프리의 광케이블 설치 방식 분쟁	프랑스
	NTT 재편을 둘러싼 통신사업자의 경쟁과 갈등	일본
	공정거래청(OFT)의 IPTV 플랫폼 캔버스 승인 논란	영국
	개인정보 보호 및 전자문서(PIPEDA) 개정안 논란	캐나다
	애플(Apple), 반독점 및 불공정거래 관련 조사 직면	미국
통권16호 2010. 8	NHK의 시청자에 대한 수신료 징수 소송	일본
	2010 남아공 월드컵 중계권 논쟁	독일
	TV 콘텐츠의 인터넷 전송을 둘러싼 방송사와 인터넷 사업자 간 갈등	영국
	모바일 콘텐츠 다운로드 사용료 관련 분쟁	프랑스
	지역 지상파방송사와 유료 방송사 간 재전송 대가 분쟁	캐나다
	오프콤 상호접속료 인하 발표에 따른 논란	영국
통권17호 2010. 9	NTT도코모와 생활문화센터의 MVNO 상호접속 분쟁	일본
	모비우스와 레위니옹 뉴메리크의 상호접속료 분쟁	프랑스
	컴캐스트의 NBC 합병 관련 분쟁	미국
	디지털 조세 방안에 대한 이해관계	미국
	인터넷 서비스 제공자(ISP)의 정체성 논쟁	캐나다