

국가 경제를 위협하는 디지털 위기 불감증[†] : 디지털 패권 경쟁 속 한국

한국인터넷기업협회 디지털경제연구원

요약

- 최근 미국, 중국, 유럽 등을 중심으로 디지털 패권 경쟁이 본격화되고 있으며, 플랫폼 기업을 중심으로 기업과 국가가 밀접하게 의존하는 이른바 ‘플랫폼 국가 자본주의’ 양상이 나타남
- 우리나라 경제에 직접적인 영향을 주는 국가들이 본격적으로 디지털 패권 경쟁을 시작한다면 국내 디지털 경제가 위협에 빠질 수 있음에도, 우리나라는 국내 현실은 물론 대외적 환경도 고려하지 않은 채 국내 플랫폼을 대상으로 하는 관련 규제법안들이 국회 문전성시를 이루고 있음
- 더욱이 최근 국내 플랫폼 시장에서 국내 기업들과 해외 기업들의 점유율 변화가 빠르게 진행되고 있어 현재와 같은 상황에서 자국 플랫폼을 지킬 수 있을지 우려됨
- 디지털 영역에서의 국제 정세가 갈등이 더욱 증폭되는 양상으로의 변화할 것으로 예측되는 가운데, 거시적 위험을 예민하게 인지하며 경쟁력 있는 자국 플랫폼을 지키고 플랫폼 중견 국가로서 패권 경쟁에 대응할 논리를 찾아야 할 때임

[†] 본 내용은 2023년 8월 16일 진행된 제86회 굿인터넷클럽 공개간담회 “글로벌 디지털 패권 경쟁, 대한민국은 없다!”의 발제 내용을 토대로 작성되었습니다.

시작하며

- 최근 디지털 분야의 세계 동향은 단순히 경제적 측면을 넘어 외교·안보 및 국가 전략의 문제로 변화하고 있으며, 미국, 유럽, 중국 등을 중심으로 글로벌 디지털 패권 경쟁이 본격화되고 있는 상황
 - 메타는 신규 소셜네트워킹서비스인 '스레드(Threads)'를 EU지역을 제외하고 출시하였으며, 이는 5월 시행된 EU의 디지털시장법(Digital Market Act, 이하 DMA)의 영향인 것으로 해석됨
 - 미국은 지난 8월 9일 중국의 첨단기술분야에 대한 자국 자본의 투자를 전면 통제하는 '대중(對中) 투자 제한 행정명령'을 발표하였으며, 유럽과 영국도 미국의 행보를 주목하고 있음
- 그러나 우리나라는 글로벌 패권 경쟁 상황에서의 국내 전략에 대한 고려보다는 해외 규제를 벤치마킹을 통해 자국 플랫폼에 대한 지배력 강화에 더 초점을 둠
- 글로벌 디지털 패권 경쟁이 가시화되면서 우리나라가 처한 상황과, 그에 따른 대응법에 대해 논의할 필요가 있음

디지털 패권 경쟁 양상

- 디지털 분야 패권 경쟁은 더 좋은 품질을 만드는 기술경쟁에서, 네트워크를 중심으로 표준을 선점하는 표준경쟁, 그리고 현재 서비스와 콘텐츠를 중심으로 하는 매력경쟁으로 변화(김상배, 2022)
 - 기술경쟁의 초기에는 값싼 물건을 내놓는 제품경쟁에서 조금 더 돈이 들어도 좋은 물건을 만드는 하드웨어 중심의 기술경쟁이 중요했으나, 기술이 점차 고도화되며 서비스나 콘텐츠와 같은 소프트웨어에서의 매력경쟁이 점차 중요해짐
 - 과거에는 특정 자원(resource)를 바탕으로 패권 경쟁 양상이 나타났지만, 플랫폼 중심으로 디지털 경제가 변화하면서 '내 주위에 많은 편을 모아 형성되는 사회적 관계'를 조율하는 방식으로 패권 경쟁 양상이 변화
- 전통 패권 경쟁의 경우 갈등의 축이 비교적 단순했으나, 최근 디지털 기술을 중심으로 벌어지는 패권 경쟁은 갈등의 구도가 복잡적임(이승주, 2022)
 - 과거 패권 경쟁의 갈등 축은 미국과 유럽으로 대표되는 선진국 대 선진국의 구도였으나 디지털 기술이 부상하며 개도국들의 관심이 높아지며 선진국 대 개도국 간 갈등 구조가 추가됨
 - 또한 세계 경제에서 중국이 빠르게 부상하며 디지털 분야에서의 미·중 패권 경쟁이 치열해지고 있으며, 구도는 향후 세계질서의 향방을 결정짓는 중요한 요소가 될 것
 - 과거엔 비동맹국 간의 경쟁이 주를 이루었지만, 최근 일어나고 있는 디지털 패권 경쟁은 동맹지역인 국가들 사이에서도 패권 경쟁이 일어나고 있음

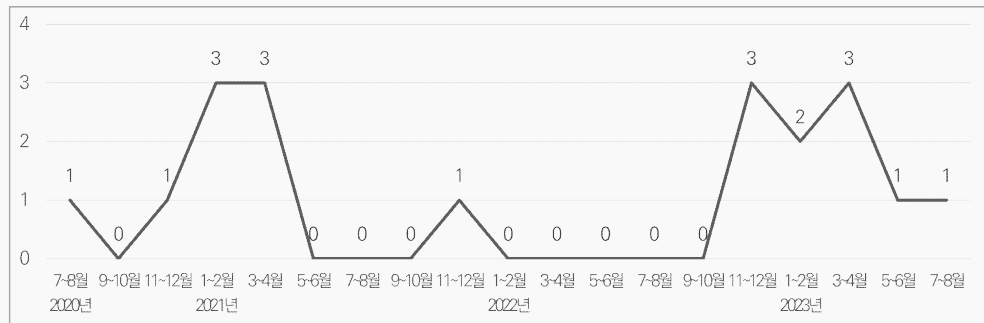
- 더욱이 최근 글로벌 디지털 패권 경쟁은, 플랫폼 기업을 중심으로 기업과 국가가 밀접하게 의존하는 이른바 ‘플랫폼 국가 자본주의’ 양상이 나타남(김상배, 2022; 김준연 외, 2021)
 - 글로벌 플랫폼 지형도를 보면, 자체 플랫폼을 갖는 극소수 국가를 제외하고는 미국이 시장을 장악하고 있음
 - 미국 자체 시장의 80% 이상을 미국 토종 플랫폼이 장악하고 있는 상황에서 미국 내에서도 자국 플랫폼을 규제해야 한다는 움직임이 있었지만, 중국 플랫폼 기업들의 성장으로 미·중 기술 패권에 대한 패권유지론으로 정부의 정책 방향 선회
 - 반면 자국 플랫폼이 없는 유럽은 시장 대부분이 미국과 중국 플랫폼이 장악하고 있어, 미국과 중국 플랫폼을 견제하기 위한 법률을 제정

한국의 디지털 경제 위기 불감증

- 미국과 유럽, 중국 등 우리나라 경제에 직접적이고 광범위하게 영향을 주는 국가들이 본격적으로 디지털 패권 경쟁을 시작할 경우, 국내 디지털 경제는 필연적으로 위기에 봉착하게 됨
 - 각국이 자신들에게 유리한 상황 만들기 위한 대외 전략으로 다양한 방법으로 압박을 가하게 되면 한국은 난처한 상황에 놓일 수 있으며(김상배, 2022), 이미 최근의 여러 사례에서 주요국의 패권 경쟁이 우리나라에 영향을 미치고 있음
 - ① 미국이 2019년 화웨이 제재를 발효한 이후 우방국인 한국 또한 동참을 요구받았으며, 당시 화웨이가 국내 LTE 장비의 약 30%, 국내 백본망의 20~25% 정도를 차지하고 있었던 상황(이재홍, 2021)
 - ② 중국은 2020년 8월 베이징에서 열린 디지털 거버넌스 심포지엄에서 데이터 안보에 대한 위협에 맞서 각국이 참여하는 글로벌 규칙을 만들어야 한다고 강조하며 ‘글로벌 데이터 안보 이니셔티브’를 발표하였고(한국일보, 2020), 한국의 동참을 우회적으로 압박한 적이 있음(김상배, 2022)
 - ③ 미국의 빅테크로부터 EU 플랫폼 시장을 보호하는 목적으로 알려졌던 DMA의 적용 대상 기업에 플랫폼 산업을 주력으로 하지 않는 우리나라의 삼성전자도 포함됨(한국인터넷기업협회, 2023)
- EU는 미국의 빅테크를 충분히 압박할만한 시장 규모를 가진 만큼, DMA와 같은 규제를 통해 자국 이익을 우선하고 자국 산업을 보호하는 전략을 취함
 - 자국 플랫폼 시장을 미국 사업자들에게 내어주었음에도 디지털 플랫폼 분야에서 유럽의 행보가 주목받는 것은, 거대한 시장 규모를 무기 삼아 해외 사업자의 비즈니스에 대한 규제 집행력을 어느 정도 확보할 수 있었기 때문(김상배, 2022)
 - 2023년 1월 유럽의 인터넷 사용자는 약 7.6억 명으로 전 세계에서 14.7%를 차지하고 있으며, 미국과 한국이 차지하는 비중이 각각 6.0%, 1.0%라는 점을 감안하면 유럽의 시장성은 미국 기업을 충분히 압박할 수 있는 수준임(Data Reportal, 2023)

- 그러나 우리나라는 유럽이나 중국과는 전혀 다른 시장 환경을 갖고 있음에도 국내 현실은 물론 대외적 환경에 대한 고려 없이, 국내 플랫폼을 대상으로 하는 규제법안들이 국회 문전성시를 이루는 상황
 - 국내 플랫폼 기업 규모나 시장 규모 모두 미국, 중국, 유럽 등과 확연한 격차*를 보이는 상황임에도, 국내에서는 2021년 하반기부터 크게 논의되지 않던 온라인 플랫폼 규제 법안이 작년 말을 기점으로 다시 국회에 쏟아지고 있음(그림 1)
 - * 구글·아마존·메타·애플·마이크로소프트(MS)의 2021년 합산 매출은 1조 3,792억 달러(약 1,825조 원) 규모이며, 국내 검색, 게임, 온라인쇼핑, 금융 등 각 분야를 대표하는 국내 7개 주요 기업의 매출을 합쳐도 미국 빅테크의 2.9%에 불과(서울경제, 2023)
 - 특히 글로벌 플랫폼 패권 경쟁에 직면한 최근 제안된 규제안에서도 플랫폼 산업의 경쟁력을 고려하기보다는 단순히 DMA의 틀을 모방하여 국내 주요 플랫폼을 규제하는 형태*에 그침
 - * 국내 규제 방향에 대해 미국 전략국제문제연구소(CSIS)는 국내 및 해외 시장에서의 기업 경쟁력을 저해할 것이라 보았으며, 국내 기업 뿐 아니라 미국 기업들에도 악영향을 주면서 중국 기업들에 시장점유율을 내줄 것이라는 우려를 표명함(세계일보, 2023)

그림 1 | 최근 3년간 온라인 플랫폼 규제 법안 발의 동향



*출처: 국회 의안정보시스템(<http://likms.assembly.go.kr/bill/main.do>)

시사점: 중견 플랫폼 국가, 한국은 유지할 수 있을까?

- 한국은 경쟁력 있는 자국 플랫폼을 가진 몇 안되는 국가임에도 정치적 논리 속에서 부정적 인식이 지배적이나, 영향력 있는 자국 플랫폼이 가진 장점을 간과해서는 안됨
 - 플랫폼은 운영 주체가 있지만, 운영을 위해 참여하는 제3자(third party)가 있고, 제3자가 제공하는 서비스 및 제품들을 플랫폼 운영자에 의해 효과적으로 사용자에게 ‘전달’되는 구조를 가지고 있음
 - 따라서 플랫폼은 ‘기업’이라기 보다는 기업들, 그리고 이용자들이 모여 있는 ‘생태계’로 개념화하는 것이 바람직하고, 이러한 이유로 과거의 산업구조에서의 ‘기업’ 개념으로 플랫폼을 보며 독점 논의를 하는 것이 적합하지 않음
 - 지난 3, 4년간 코로나 확산의 위기 상황에서 자국 플랫폼은 자발적으로 마스크 구입 정보, 병원 정보, 접종 확인 등의 무료 서비스를 제공하여 위기 상황을 효과적으로 대응할 수 있게 하였고, ‘연결’과 ‘전달’이라는 플랫폼의 특성에 더불어 자국 플랫폼이었기에 가능한 일이었음

- 그러나 최근 국내 플랫폼 시장에서 국내 기업들과 해외 기업들의 점유율이 빠르게 변화하고 있어 자국 플랫폼을 지킬 수 있을지 우려되는 상황
 - 국내 모바일 빅데이터 플랫폼 기업 아이지에이웍스가 6월 발표한 모바일인덱스 집계에 따르면, 카카오톡은 월간 실사용자 수(MAU)에서 1위를 차지했지만, 2위인 유튜브와의 격차가 50만명에 불과한 것으로 나타났으며, 올 하반기 유튜브에 1위 자리를 내줄 가능성이 큰 것으로 전망됨(미디어어스, 2023)
 - 검색엔진 시장에서도 네이버의 점유율은 올해 1월 64.5%였으나 4개월 연속 하락하고 있으며, 2위인 구글의 점유율은 올해 2월 30%를 돌파한 이후 지속적으로 상승하고 있음*

* BizSpring Inc.의 인터넷 트렌드(<http://www.internettrend.co.kr/>)에서 제공한 국내 검색엔진 점유율 자료 참고(검색일: 2023년 8월 25일)

- 디지털 영역에서의 국제 정세는 앞으로 갈등이 더욱 증폭될 것으로 예측되는 가운데, 우리나라는 글로벌 위험을 기민하게 인지하며 자국 플랫폼을 지키고 플랫폼 중전국가로서 패권 경쟁에 대응할 논리를 찾아야 함
 - 우리나라는 디지털 패권 국가를 꿈꾸고 있지만, 국제 정세와 국내 시장을 제대로 이해하지 못하고 부적절하게 대응한다면 디지털 패전국이 될 수도 있음
 - 한국은 과거부터 국제정치적 측면에서 매우 어려운 지정학적 위치에 있고, 경제적으로도 무역의존도가 매우 높은 상황이므로 미국이나 중국, 유럽과 같은 폐쇄적인 국익 추구 모델보다는 열린 국익을 추구할 필요가 있음
 - 플랫폼 경쟁의 틈새가 크지 않을 때는 양다리 전략이 통할 수 있지만, 플랫폼 경쟁이 격화되는 상황에서 그 틈새가 점차 벌어진다면 새로운 접근법이 필요함
 - 유럽 사례를 보더라도, 글로벌 디지털 패권 경쟁에서 한국이 자국 플랫폼을 보유하고 있다는 사실은 매우 중요한 자산이므로 자국 플랫폼이 해외 빅테크와 경쟁할 수 있도록 국가적 차원의 지원이 필요함
 - 또한 우리 기업들이 일정 수준 이상으로 성장할 수 있도록 긴 호흡을 갖고 다른 국가들과 함께 이익을 추구할 수 있는 바탕을 만들어야 함

참고문헌

- 김상배 (2022). 미중 디지털 패권 경쟁. 한울
- 김준연·박강민·신원규 (2021). 국제통상환경의 변화와 디지털기술 패권 경쟁. 소프트웨어정책연구소 연구보고서 2019-001
- 미디어스 (2023). 구글 점유율 확대에 네이버·카카오 1위 뺏길 위기. 2023.06.08. 일자,
<http://www.mediaus.co.kr/news/articleView.html?idxno=305226>
- 서울경제 (2023). GNI 이어...플랫폼산업도 대만에 밀릴판. 2023.03.12.일자,
<https://www.seaily.com/NewsView/29MZZ9XOAM/GC0112>
- 세계일보 (2023). 美 썬크랭크 “中 공룡기업 키우는 유럽 DMA 규제, 왜 한국이 따라하나”. 2023.06.22.일자,
<https://segye.com/newsView/20230622522192>
- 이승주·전재성·김상배·유인태·김연규·김용신 (2022). 패권의 미래. 21세기북스
- 이재홍(2021). ‘화웨이 상황’과 한국의 대응. 서울대학교 아시아연구소 미-중관계 프로그램 워크숍 자료집.
- 한국인터넷기업협회 (2023). DMA, 새로운 시장을 향한 정치적인 규제의 시작. 이슈페이퍼 23-7호.
- 한국일보(2020). 中“글로벌 IT 새판 짜자”... 美 봉쇄에 반격. 2020.09.09.일자,
<https://www.hankookilbo.com/News/Read/A2020090811290000394>
- DATAREPORTAL (2023). Digital 2023: Global Overview Report.
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> (검색일: 2023.08.28.)