



2022 저작권 보호 이슈 전망 보고서

2022 Survey Report of
Copyright Protection Issues

| 2022. 1



한국저작권보호원
KOREA COPYRIGHT PROTECTION AGENCY



Contents

I. 조사개요	1
II. 요약문	9
III. 저작권 보호 10대 이슈	21
1. 메타버스에서의 저작권 문제	23
정원준 [한국법제연구원 부연구위원]	
2. NFT 거래와 저작권 문제	31
김현경 [서울과학기술대학교 IT정책전문대학원 교수]	
3. OTT 서비스의 기술적 이해와 저작권 이슈	41
김종원 [상명대학교 지능IOT융합전공 교수]	
4. 해외에서의 K-콘텐츠 불법 유통	51
김현숙 [한국음악콘텐츠협회 정책법률연구소 소장]	
5. 인공지능 창작물의 저작권 보호 이슈	61
이대희 [고려대학교 법학전문대학원 교수]	
6. 1인 미디어와 저작권 문제	69
문진구 [법무법인 세종 변호사]	
7. SNS상의 저작권 침해	81
최기성 [법무법인 KHL 변호사]	
8. 빅데이터와 저작권 제한	91
김기정 [법무법인 린 변호사], 이재구 [법무법인 린 변호사]	
9. VR(가상현실)·AR(증강현실) 등 실감형 콘텐츠 저작권 보호	101
김병일 [한양대학교 법학전문대학원 교수]	
10. 저작권료 정산의 공정성과 투명성	109
양훈지 [(주)청담러닝 변호사]	

조사개요

1. 조사개요

가. 조사배경 및 목적

- 본 조사는 차년도 저작권 보호 주요 이슈를 선정하여, 급속도로 변화하는 저작권 환경 변화를 예측하고 저작권 관련 사업 및 정책 추진에 필요한 기초자료를 제공하고자 한다.

나. 조사설계

구분	세부 내용
조사 대상	법률, 기술, 콘텐츠 분야의 산·학·연 전문가
조사 방법	구조화된 설문지에 의한 온라인 조사
조사 내용	주요 저작권 보호 이슈 선정 및 선정 이유
조사 기간	2021년 12월 08일 ~ 12월 16일 (8일간)

다. 조사내용(이슈)

- 2021년 국내 동향 조사 및 2022년 주요 키워드 중 1차 자문회의를 거쳐 선정된 주요 이슈는 다음과 같다.

연번	이슈 내용
1	메타버스에서의 저작권 문제(음악, 캐릭터, 안무 등)
2	NFT 거래와 저작권 문제
3	OTT 서비스와 저작권(음원사용료, 영화저작권료, 자막, 계정 공유 등)
4	VR(가상현실)·AR(증강현실) 등 실감형 콘텐츠 저작권 보호
5	빅데이터와 저작권 면책
6	웹콘텐츠(웹툰, 웹소설) 저작권 침해
7	저작권료 정산의 공정성과 투명성
8	해외에서의 K-콘텐츠 불법 유통
9	인공지능(AI) 창작물의 저작권 보호 이슈
10	저작권 거래 플랫폼(음악(뮤직카우), 그림(테사) 등)
11	SNS(카카오톡, 인스타그램, 페이스북 등)상의 저작권 침해
12	1인 미디어(유튜브, 아프리카TV, 트위치 등)와 저작권 문제
13	퍼블리시티권(초상등재산권)의 보호 이슈
14	온라인 교육 저작권 문제
15	온라인 공연 저작권 문제

라. 조사절차

항목	내용	수행기관
키워드 발굴	· 2021년 국내 동향 조사 및 2022년 주요 키워드 발굴	보호원
자문위원회 구성	· 저작권법, 기술, 콘텐츠 등 관련 자문위원 4인 구성	보호원
1차 자문회의	· 2022년도 저작권 보호 이슈 논의 · 논의된 이슈를 바탕으로 설문지 내용 구성	보호원 조사기관
조사양식 설계	· 전문가 배포용 설문 양식 구성 및 온라인 개발	조사기관
온라인 조사	· 조사를 위한 산학연 전문가 리스트 추출 · 전문가 리스트를 대상으로 조사 실시	보호원 조사기관
결과분석	· 응답자 현황 및 이슈별 순위/빈도 산출 · 순위 선정 이유 정리	조사기관
2차 자문회의	· 자문위원별 설문 결과 의견수렴 · 수렴된 의견 바탕으로 총 10개 이슈 선정	보호원
보고서 작성 및 발간	· 이슈별 보고서 집필 위원 구성 및 원고 의뢰 보고서 발간 · 보고서 취합 및 편집, 인쇄	보호원 조사기관

마. 자문위원 현황

연번	소속	직위	성명
1	(주)디알엠인사이드	대표	강호갑
2	강원대학교 법학전문대학원	교수	정진근
3	경기대학교 지식재산학전공	교수	정태호
4	(주)청담러닝	변호사	양훈지

바. 보고서 집필 위원 현황

연번	이슈	소속	직위	성명
1	메타버스에서의 저작권 문제	한국법제연구원	부연구위원	정원준
2	NFT 거래와 저작권 문제	서울과학기술대학교 IT정책전문대학원	교수	김현경
3	OTT 서비스의 기술적 이해와 저작권 이슈	상명대학교 지능IOT융합전공	교수	김종원
4	해외에서의 K-콘텐츠 불법 유통	한국음악콘텐츠협회	소장	김현숙
5	인공지능(AI) 창작물의 저작권 보호 이슈	고려대학교 법학전문대학원	교수	이대희
6	1인 미디어와 저작권 문제	법무법인 세종	변호사	문진구
7	SNS 상의 저작권 침해	법무법인 KHL	변호사	최기성
8	빅데이터와 저작권 제한	법무법인 린	변호사	김기정 이재구
9	VR·AR 등 실감형 콘텐츠 저작권 보호	한양대학교 법학전문대학원	교수	김병일
10	저작권료 정산의 공정성과 투명성	(주)청담러닝	변호사	양훈지

2. 조사결과

가. 조사참여 현황

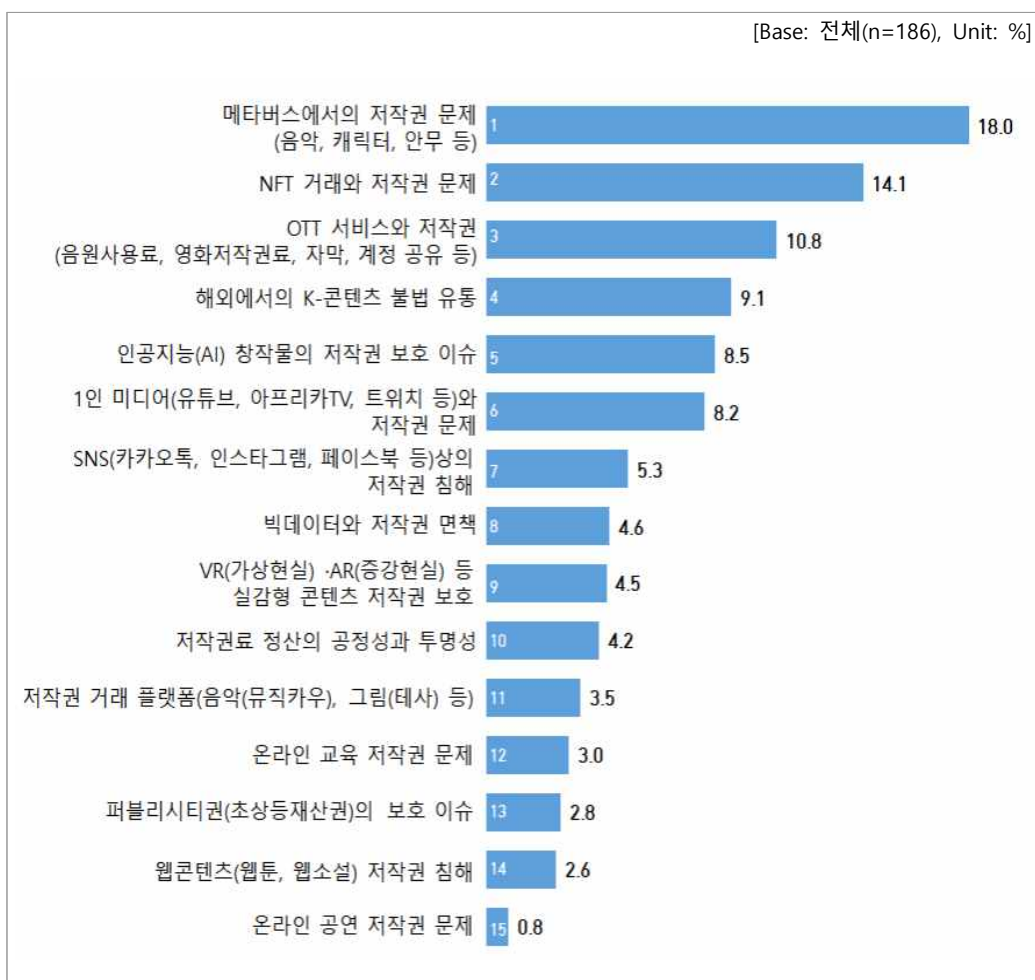
- 조사에는 총 186명이 참여했으며, 분야별 비중은 학계 40.3%, 공공부문 23.7%, 산업계 22.0%, 법조계 11.8%였다.

소속 분야	사례수	%
전체	186	100.0
학계	75	40.3
공공부문	44	23.7
산업계	41	22.0
법조계	22	11.8
기타	4	2.2

나. 2022년 저작권 보호 이슈 전망조사 결과

- 2022년 저작권 보호 10대 이슈 전망 순위를 산출하기 위해 평가결과에 1순위(3점), 2순위(2점), 3순위(1점)를 가중하여 산출하였다.
- 그 결과, '메타버스에서의 저작권 문제'가 18.0%로 가장 높은 순위를 나타냈으며, 그 외의 순위는 다음과 같다.

◆ 2022년 저작권 보호 이슈 전망 순위



다. 저작권 보호 이슈 전망 전년 순위 비교

- 2021년에는 '비대면 환경에서의 저작권 문제'와 'OTT의 저작권료 지급 문제'가 주요 이슈였으나, 2022년에는 '메타버스의 저작권 문제'와 'NFT 거래와 저작권 문제'가 신규 주요 이슈로 나타났다.

연번	2022년 이슈 전망	2021년 이슈 전망
1	메타버스에서의 저작권 문제(18.0%) (신규)	비대면 환경에서의 저작권 문제(13.8%)
2	NFT 거래와 저작권 문제(14.1%) (신규)	OTT의 저작권료 지급 문제(10.6%)
3	OTT 서비스와 저작권(10.8%) (▼1위)	1인 미디어 방송 저작권 문제(10.2%)
4	해외에서의 K-콘텐츠 불법 유통(9.1%) (▲3위)	저작권법 전면 개정(10.1%)
5	인공지능(AI) 창작물의 저작권 보호 이슈(8.5%) (-)	AI 창작물의 저작권 보호 여부(9.2%)
6	1인 미디어와 저작권 문제(8.2%) (▼3위)	SNS에서의 불법저작물 유통(8.3%)
7	SNS상의 저작권 침해(5.3%) (▼1위)	해외에서의 한류 콘텐츠 불법 유통(7.8%)
8	빅데이터와 저작권 면책(4.6%) (-)	빅데이터 및 AI 학습 데이터 분석에 대한 저작권 면책(6.6%)
9	VR(가상현실)·AR(증강현실) 등 실감형 콘텐츠 저작권 보호(4.5%) (▲1위)	디지털 저작권 보호 기술의 개발·활용(4.1%)
10	저작권료 정산의 공정성과 투명성(4.2%) (신규)	실감콘텐츠의 저작권 문제(3.5%)
기타	저작권 거래 플랫폼, 웹콘텐츠 등 5개 분야	해외의 방송 포맷 도용, 불법링크사이트 등 12개 분야

요약문

1위. 메타버스에서의 저작권 문제 (신규)

- 메타버스는 코로나19의 장기화와 디지털 기술의 발전으로 차세대 핵심 사업으로 급부상하였고, 메타버스에서의 저작권 문제가 2022년 저작권 보호 이슈 1위로 선정
 - 메타버스 공간은 VR, AR, 5G 등 고도화된 ICT 기술이 접목된 새로운 창작 공간이라 할 수 있으며 이용자의 창의성과 자율성이 메타버스 플랫폼에서 가장 중요
- 메타버스에서의 저작권 관련 쟁점은 현실의 지식재산을 가상세계로 구현할 경우의 권리 침해 가능성과 메타버스 창작물에 대한 저작권 보호 가능성 여부
- (메타버스 공연 저작권) 메타버스 공간에서의 공연, 실연행위가 현실 세계의 공연과 관련된 권리 침해로 인정되는지 불확실
 - 우리나라 저작권법은 예술적 관람물을 실연을 통해 전달하는 것을 전제로 하고 있어 아바타를 통한 공연이 실연에 해당하는지 모호
 - 메타버스의 공연을 공연권, 방송권, 공중송신권 중 어떤 권리로 보호할 것인지 또는 메타버스에서의 복제가 실연자로서의 권리를 침해하지 않는지 등의 쟁점 논의가 필요
- (현실 세계와 배경저작물) 현실 세계의 옥내 공간이나 건축물 등을 메타버스에 유사하게 구현할 때, 저작권 침해 인정 여부를 검토할 필요가 있음
- (메타버스 창작물 저작권) 아바타, 게임 등의 메타버스 내 생성물에 대한 저작권 인정 여부가 불분명한 상황
 - 창작 틀에서 기존 아이템을 조합한 아바타는 저작권이 인정되기 어려워 보이며, 플랫폼들은 창작 과정에서의 침해행위에 대해 책임을 지지 않는다는 점을 명시
- (메타버스 사업자의 OSP 책임) 메타버스 창작물에 대한 저작권 인정 문제는 메타버스 서비스 제공자의 책임 문제와도 연관이 될 수 있음
 - 메타버스 공간에서의 이용자는 창작자로서 자율성을 보장받는 것이 핵심 가치이므로, 면책의 범주를 완화할 필요성이 있는지 판단 필요
 - * 저작권법 제102조에서 OSP 책임 면책 사유를 규정하고 있지만, 향후 다양한 플랫폼에서 OSP 책임 문제가 발생할 수 있음
- 메타버스는 공연, NFT 아트 등 종합 문화·예술 공간으로 성장하고 있는 상황으로, 이에 적합한 새로운 법리 등을 개발하여 저작권 관련 쟁점 해결을 위한 노력이 필요
- 2022년에 한국저작권보호원은 음악 권리자단체 등과 협력하여 메타버스 내 한류 저작물 이용실태를 분석하기 위한 기획 모니터링을 추진할 계획

2위. NFT 거래와 저작권 문제 (신규)

- 글로벌 콘텐츠 시장에 새로운 변화를 가져온 NFT 시장에서의 저작권 문제가 2022년 저작권 보호 신규 이슈로 떠오르며 2위 차지
- NFT 시장은 2018년 대비 약 8.5배 성장, 2021년 NFT 플랫폼 가상자산 거래액은 총 269억 달러
 - * BTS 굿즈, 월드와이드웹 소스코드, 디지털 아트 등 다양한 영역에서 NFT 거래 발생
- NFT 플랫폼에서의 디지털 아트 거래환경은 권리처리에 있어 불확실성 내포
 - NFT화하는 민팅(minting) 과정에서의 적법성 문제와 불명확한 계약 내용에 따른 불확실성 발생
- 저작권 보호 측면에서의 NFT 이슈
 - (NFT의 합법성) NFT 생성 시 해당 콘텐츠의 적절한 저작권자로부터 이용 허락을 받았는지, 공정이용에 해당되는지 등 여부
 - (NFT의 저작물성) 데이터 단위값으로 이루어진 해쉬인 NFT 자체를 저작물로 볼 수 있는가에 대한 이슈 발생
 - (NFT 플랫폼의 책임) 권원 없는 NFT 거래를 막기 위한 플랫폼의 역할 및 NFT 콘텐츠에 대한 권리자 확인 및 검증 절차 논의 필요
 - (디지털 권리소진) NFT 거래에서 구매자에게 부여되는 권리 및 독점적 소유권의 인정 범위
 - * 일반적인 디지털 콘텐츠 거래(이용허락)와는 달리 NFT는 재판매 가능
- NFT에 대해 일반 재산 거래 법리를 제한적으로 적용할 수 있는지 검토 필요
 - NFT 거래는 저작권 전체를 양도하는 방식이 아닌 라이선스 중심으로 이루어짐
 - NFT는 해당 디지털 콘텐츠에 유일성을 부여하여 사적 재산으로 거래 될 수 있는 가능성을 가지고 있음
 - * 하드카피 책 매매처럼 NFT 또한 거래 시 완전히 처분권이 이전될 수 있도록 일반 재산의 거래 방식을 제한적으로 적용
- NFT 플랫폼 라이선스 조항에 대한 소비자 보호 차원의 검토 필요
 - NFT 이용자와 소비자를 위해 거래 실제에 관한 명확한 고지, NFT 콘텐츠에 대한 검증 및 진본성 확인 보증 필요
- 한국저작권보호원은 NFT 플랫폼 등에서의 합법 거래를 유도하기 위해 '저작권 안심(Copyright OK) 지정 제도' 개선 연구를 추진할 예정

3위. OTT 서비스와 저작권 (▼1위)

- 넷플릭스, 디즈니 플러스, TVing 등 OTT 활용 급증에 따라 OTT 서비스에서의 다양한 저작권 이슈들이 등장하면서 2021년에 이어 2022년에도 상위 이슈로 선정
- OTT 서비스는 전통적인 콘텐츠의 관리자 또는 유통사업자 역할을 하는 케이블, 지상파 및 위성방송 플랫폼과는 달리 인터넷을 통해 시청자에게 콘텐츠를 직접 제공
 - IPTV는 VOD 서비스 제공과 양방향 네트워크 이용 등 전용 셋톱박스과 네트워크를 보유한 통신사만이 IPTV 서비스를 제공한다는 측면에서 전통적 TV 방송과 구분
 - IPTV와 달리 OTT 서비스는 자체 네트워크 없이 인터넷을 통해 서비스 제공
 - * OTT는 네트워크 품질이 보장되지 않으므로, 콘텐츠를 캐싱하는 CDN, 전송품질을 가변적으로 조절하는 ABR, VBR 스트리밍 기술 활용
- OTT 사업자를 방송사업자로 볼 수 있는가에 따라 저작권료 산정 기준이 달라질 수 있으므로 이에 대한 이슈 존재
 - 기술적 측면에서 비교 시 OTT는 IPTV와 유사하며, OTT 서비스가 실시간 방송프로그램을 제공하지 않지만 기술적으로는 제공 가능
- 사업영역에서의 구분이 불명확하다는 측면에서 IPTV와 OTT를 동일한 규제 대상으로 묶을 것인지에 대한 논란이 계속될 것으로 예상

	전통 방송	IPTV	OTT
전송 매체	전파, 케이블	전용 인터넷 네트워크	공용 인터넷 네트워크
서비스 전달	라이브	라이브, VOD	VOD(라이브가능)
서비스 범위	로컬	로컬	글로벌
수신방식	공중이 동시에 수신	공중이 동시에 수신 및 개별적으로 선택한 시간과 장소에서 접근	개별적으로 선택한 시간과 장소에서 접근 (공중이 동시에 수신 가능)
수신장치	TV	셋톱	네트워크 연결 장치

- 한편, 한국저작권보호원은 OTT에서 서비스되는 저작물의 보호를 위해 신규 출시 콘텐츠에 대한 사전 모니터링을 강화하고 긴급 심의 절차 운영 등 신속히 대응하기 위해 노력

4위. 해외에서의 K-콘텐츠 불법 유통 (▲1위)

- 해외에서의 K-콘텐츠 불법 유통 문제는 2020년 8위, 2021년 7위를 거쳐 2022년 4위로 지난 3년간 꾸준히 상위 이슈로 선정됨
- 케이팝 그룹 'BTS', 드라마 '오징어 게임', 영화 '기생충', 게임 '배틀그라운드' 등 K-콘텐츠의 확산세가 지속
 - 이에 따라, K-콘텐츠의 인기에 무임 승차한 불법복제 및 유통이 전 세계적으로 증가하고 있는 상황
- 저작권 보호 이슈 및 쟁점
 - (방송콘텐츠) 불법 셋톱박스(ISD)를 통한 침해가 전 세계적으로 이슈가 되고 있으며 해외 교민 등을 대상으로 확산
 - (웹툰) 해외에 서버를 둔 불법 웹툰 사이트가 증가 추세이며 다양한 언어로 무단 번역되어 업로드되는 등 침해가 심각
 - (K-pop) 불법 무료 음악 앱 유통*, 로블록스 등 메타버스 플랫폼에서의 침해**, 언택트 공연 영상 침해 등 발생
 - * 한국저작권보호원은 불법 무료 음악 앱 유통 현황을 모니터링하고, 한국음악콘텐츠협회 및 주요 권리자 단체와 협업하여 불법 무료 음악 앱 260여개 삭제
 - ** 메타버스 플랫폼에서 이용자가 새로운 콘텐츠를 개발하는 과정에서 저작권 보호를 받는 그래픽, 디자인, 코드 등을 활용함. 새로운 콘텐츠는 2차적 저작물로 원저작물의 저작권을 침해하는 것으로 해석 가능
- 개인, 단일 기업 등이 법적으로 대응하는 것은 한계가 있으므로, 국가적 차원에서 지원 강화 필요
 - * 한국저작권보호원에서는 2021년부터 해외 저작권 보호 이용권 지원사업을 운영하여, 개인이나 중소기업을 대상으로 저작권 보호 컨설팅, 침해 모니터링 및 대응을 지원
- 국가별 제도과 상황에 따라 단속 영역과 합법 전환 영역에서의 전략적 대응이 필요
 - 일회성 소비 경향이 높은 영상, 웹툰 콘텐츠는 삭제, 차단 등 신속한 대응 필요
 - 반복적 소비 경향이 높은 음악 콘텐츠는 권리자가 공정한 보상을 받아 합법적 영역으로 전환될 수 있도록 사용자와 권리자 간 협상 유도
- K-콘텐츠는 저작권뿐만 아니라 지식재산권 전반적으로 다뤄질 수 있도록 논의 필요
- 한국저작권보호원은 해외에서의 K-콘텐츠 침해현황 파악을 위한 실태조사를 새롭게 추진할 예정이며, 해외사무소 침해대응 인력을 증원하고 글로벌 세미나를 개최하는 등 국제 교류를 활성화하기 위해 노력
 - 이밖에도, 한류 콘텐츠 제작·유통 업체의 저작권 보호기술 도입을 지원하고, 해외 진출 기업 및 개인 저작권자의 피해 구제를 위한 '해외 저작권 보호 이용권 운영' 사업을 운영하는 등 지원을 확대할 계획

5위. 인공지능(AI) 창작물의 저작권 보호 이슈 (-)

- 인공지능 창작물의 저작권 보호 이슈는 2021년과 동일하게 5위로 선정됨
- 인공지능(AI) 창작물의 보호에 관한 쟁점은 AI 창작물을 저작물로 인정할 것인가, 인정한다면 누구를 저작자로 할 것인가의 여부
 - AI 창작물은 저작권법상 저작물이 될 수 없으나, 영국 등 몇몇 국가에서 프로그래머의 저작자 지위를 인정하는 등 저작권으로 보호하려는 입장도 존재
 - 인공지능 창작물의 저작물성은 법적 보호 여부와 관련되며, 저작권 이외의 제도에 의해 보호하는 것도 가능
 - * AI 창작물을 보호하지 않는다면 인간의 저작물로 속여서 보호받으려 할 수 있으며, 보호한다면 창작 분야에서 인간과 AI 간 경쟁이 심화될 수 있는 상황
- 인공지능 창작에 데이터 제공자, AI 모델·알고리즘 설계자, SW 개발자, 이용자 등 여러 주체가 관여될 수 있으나, AI 창작물이 인간에 의한 사상이나 감정을 표현한 것인지는 모호
 - AI 자체의 저작자 고려 여부는 문화 발전을 도모하기 위한 저작권 정책 목표와도 관련될 수 있는 부분
- 인간이 저작권자가 된다면 권리능력이 없는 AI로부터 저작권을 양도받을 수 없기 때문에 저작권을 갖게 되는 근거가 불분명
- 한편, AI가 저작권자가 되는 것은 법인격 인정에 의해 권리 능력을 갖는 것을 전제로 하므로 저작권법뿐만 아니라 법률, 윤리 전반과 책임 부담 등 다양한 문제 발생 가능
- AI 창작물의 보호 정도는 인간 저작물보다 낮아야 하고 일정 요건을 충족한 경우로 한정해야 한다는 것이 보편적 견해
 - 인간의 저작물에 비해 배타적 권리가 낮고, 저작권 침해에 대한 예외·제한의 범위가 광범위해야 할 필요가 있다는 시각
- 인공지능 창작물의 저작물성과 저작자 결정에 관한 문제는 국제적인 논의와 입법의 추이를 계속 지켜볼 필요가 있음

6위. 1인 미디어와 저작권 문제 (▼3위)

- '1인 미디어와 저작권 문제'는 2021년 3위를 차지한 이슈. 2022년에는 6위를 차지하였지만, 여전히 1인 미디어와 저작권 문제에 대한 중요성이 부각
- '1인 미디어'는 넓게는 개인이 직접 콘텐츠를 생산하여 유통하는 것 또는 그 생산 및 유통의 시스템으로 정의
 - * 대표적 1인 미디어로 유튜브, 인스타그램, 아프리카TV, 트위치, 틱톡 등이 해당
 - ** '1인 미디어'의 주체는 '창작자'와 '플랫폼', 그리고 1인 창작자의 기획사라고 할 수 있는 'MCN(Multi Channel Network)'이 있음
- 1인 미디어 창작의 소재 선택과 이용에서 저작권 보호 이슈 및 쟁점 발생
 - (저작물의 이용허락) 저작물 이용과정에서는 저작권자의 이용허락이 원칙이나 1인 미디어 창작자에게는 쉽지 않은 상황으로, 이러한 문제를 해결하기 위해 플랫폼에서 중계권, 이용권 확보 등에 투자
 - (저작권재산권의 제한, 공정이용) 저작권법 제35조의 5 '저작물의 공정한 이용'^{*}은 1인 미디어 창작 등 저작물 이용 형태가 다양해진 점을 고려하여 도입됨

◆ 1인 미디어 창작자 공정이용 관련 고려할 점

- ① 이용하려는 저작물의 목적 및 성격과 만들 저작물의 목적 및 성격 객관적 비교
- ② 공정이용에 해당할 가능성이 있을지라도 저작권자에게 이용 허락 요청
- ③ 이용하려는 저작물에서 필요한 부분, 다른 저작물로 대체 가능성 등 검토
- ④ 이용하려는 저작물의 현재 유통시장 및 향후 진입 시장 등 검토

- 1인 미디어 창작과 더불어 1인 미디어 콘텐츠 이용의 법적 문제에 대한 관심 증가
 - 유튜브 채널 '에그박사', 웹툰 원작의 영화·드라마 등 1인 미디어 콘텐츠를 기반으로 새로운 저작물을 제작하는 경우 증가
 - 저작권 관련 지식이나 경험이 부족한 1인 미디어 창작자에게 험값에 저작권재산권을 양도하거나 2차적 저작물 작성을 허락하는 등의 문제 발생 가능
 - 1인 미디어 저작물이 다른 1인 미디어 창작의 소재가 되는 경우(영화, 드라마 등 리액션 영상) 저작권법적으로는 2차적 저작물 작성이 연쇄적으로 일어난다고 볼 수 있음
- 1인 미디어 콘텐츠가 유통되는 OSP에 대한 복제, 전송 중단 요구가 중요
 - 행위자를 특정하기 어려운 해외 플랫폼에서의 대응 방안 모색 필요
 - OSP 책임 제한 조항에 따른 면책 등 플랫폼의 저작권 침해 책임 여부 검토 필요
- 한국저작권보호원은 저작권 침해 피해구제지원단을 새롭게 운영하여 1인 창작자 등을 대상으로 저작권 보호 및 자력구제를 위한 무료 상담·컨설팅 및 교육을 제공할 계획

7위. SNS상의 저작권 침해 (▼1위)

- 'SNS상의 저작권 침해'는 지난 3년간 꾸준히 저작권 보호 이슈로 선정됨
- 2021년에는 클럽하우스(Clubhouse)를 필두로 한 음성기반 SNS와 틱톡(tiktok)과 같은 숏폼 비디오 SNS가 큰 인기를 끌었음
- SNS에서의 저작권 보호 주요 이슈 및 쟁점
 - (공유 기능의 저작권 문제) 트위터의 리트윗, 페이스북의 공유 등 타인의 SNS 글, 이미지, 비디오 등을 그대로 게시하는 공유 기능은 저작권자의 허락 없는 저작물 공유를 유도할 수 있음
 - * 미국, 이미지가 서버에 저장되는지 여부를 기준(서버 테스트)으로 저작권 침해 여부를 판단하기도 함
 - ** 독일, 핀터레스트의 리핀 기능으로 사진을 공유한 사안을 저작권 침해로 인정
 - (SNS를 통한 불법 저작물 유통) SNS에 불법 저작물의 링크를 게시한 경우 또한 불법링크사이트의 공중송신권 침해와 유사한 것으로 볼 수 있음
 - * 최근 대법원 2021. 9. 9. 선고 2017도19025 전원합의체 판결에서 링크행위자에게 저작권 침해 방조의 책임을 인정하는 판결의 변경이 있었음
 - (SNS 프로필 사진) 이용자 계정의 성격과 개성을 드러내는 프로필 사진에서 타인의 저작물 또는 유명인의 사진을 사용하는 경우
 - * 타인의 저작물 사용 시에는 동일성유지권, 유명인 사진 사용은 퍼블리시티권이 문제가 될 수 있음
 - (음성기반 SNS) 음성기반 SNS에 참여한 유명인의 목소리가 유포되거나 저작권자의 허락 없이 음악 재생, 책 낭독을 한 경우
 - * 퍼블리시티권, 공중송신권 등의 침해 문제나 저작인접권자와 관련한 보상 문제 발생 가능
 - (SNS 저작물 이용과 제한) SNS 순기능인 표현의 자유나 저작물의 공정한 이용에도 저작권 책임을 부담하는 것은 부당할 수 있으므로, 저작권 침해 소지가 있는 경우라 하더라도 저작권의 제한 규정의 적용 여부 검토 필요
 - * SNS에서의 저작물 인용이 저작권법 제28조, 제35조의 3, 제35조의 5 등에서 규정하는 부분에 해당되는지 검토 필요
- SNS 특성상 저작권 침해자를 특정하기 어렵거나 저작권 침해 입증이 곤란한 경우가 많아 저작권법 개정안 등 향후 입법 추이에 주목할 필요가 있음
- 한국저작권보호원은 권리자 보호 요청 저작물에 대해 페이스북 등에서의 침해를 모니터링하고 결과를 전달하여 해당 게시물이 삭제될 수 있도록 지원하고 있으며, SNS에서의 침해에 대한 기획조사를 통한 정보 제공을 확대할 예정

8위. 빅데이터와 저작권 면책 (-)

- 빅데이터에 대한 논의는 데이터마이닝, 딥러닝과 같은 기술 개발로 새로운 국면 맞이
 - * 정부의 공공데이터 개방, 딥러닝 기술 발전을 위한 저작권법 예외 조항 도입 시도 등이 이루어짐
- 데이터마이닝을 위해 저작물인 데이터를 다량 수집·이용하는 행위를 공정이용으로 해석하는 판례 증가
 - 구글이 도서 검색 서비스 제공을 위해 도서 전체의 복제물을 이용한 사례 등
 - * 도서에 관한 정보를 제공할 목적이므로 변형적 이용에 해당하며 현실적, 잠재적 수요를 대체하지 않으므로 공정이용에 해당한다는 입장
- 데이터베이스의 법적 보호 방안을 마련하기 위한 논의 지속
 - 딥러닝 기술이 각광을 받으며 데이터베이스제작자와 그 데이터베이스를 사용하려는 자의 분쟁이 늘어날 것으로 예상
 - 데이터베이스권은 창작적 표현을 전제로 하지 않으므로 데이터베이스 보호는 데이터의 체계적 배열구성과 이에 의한 데이터의 개별적 접근·검색 가능성이 중심
 - 데이터마이닝, 딥러닝 기반의 데이터 수집은 데이터베이스 침해에 해당하지 않는 경우가 많을 것으로 예상
 - * 데이터마이닝, 딥러닝에서는 데이터베이스의 개별적 접근·검색이라는 핵심 요소를 제외하고 데이터만을 복제하기 때문에 저작권법 제93조 제1, 2항에서 정하는 데이터베이스의 상당한 부분의 복제에 해당하지 않을 것이라는 해석론
- 데이터의 자유로운 이용을 위한 해외의 입법 동향 주목 필요
 - (EU) 텍스트 및 데이터마이닝을 위한 예외·제한 규정 도입 의무 부과
 - (일본) 정보분석을 위한 저작물 이용 규정 도입, 새로운 지식·정보를 창출하여 저작물 이용 촉진에 기여하는 자에게는 저작물의 경미한 이용 규정 도입
- 2021년 발의된 저작권법 전부 개정안*은 자동화된 정보분석 과정을 위한 저작물 이용과 관련하여 저작재산권 제한 규정을 명시화
 - * 제43조(정보분석을 위한 복제·전송) ① 컴퓨터를 이용한 자동화 분석 기술을 통해 다수의 저작물을 포함한 대량의 정보를 분석(규칙, 구조, 경향, 상관관계 등의 정보를 추출하는 것)하여 추가적인 정보 또는 가치를 생성하기 위한 것으로 저작물에 표현된 사상이나 감정을 향유하지 아니하는 경우에는 필요한 한도 안에서 저작물을 복제·전송할 수 있다. 다만, 해당 저작물에 적법하게 접근할 수 있는 경우에 한정한다.
- 저작권뿐만 아니라 데이터베이스권을 고려하여 데이터베이스의 접근·검색을 위한 배열·구성 중심으로 권리 제한 요건 신설 검토 필요

9위. VR·AR 등 실감형 콘텐츠 저작권 보호 (▲1위)

- 메타버스를 접목한 새로운 형태의 플랫폼 등장으로 VR(가상현실)·AR(증강현실) 등 실감형 콘텐츠에 대한 저작권 보호 이슈 증가
- 가상·증강현실 기술을 활용하여 디지털 공간에서 발생하는 문제를 기존 법리로 해결하는 것은 용이하지 않은 상황으로, 가상·증강현실 서비스를 활성화를 위해 2차적 저작물 작성의 자유를 폭넓게 인정해야 한다는 시각 증가
 - 가상·증강현실 구현을 위해서는 저작물의 복제와 2차적 저작물 작성이 이루어질 수 밖에 없는 상황
 - 2차적 저작물에 대한 저작권은 2차적 저작물의 저작자가 '창작적으로 기여한 부분'에 한하여 발생하고 복제된 부분에 대해서는 어떠한 권리가 없음을 명확히 하는 법리 형성이 필요하다는 입장
- 가상·증강현실 이슈에 있어 '전시권'과 '파노라마 자유*'가 저작권법과 직접적으로 관련
 - * 파노라마 자유(freedom of panorama): 가상·증강현실 구현 과정에서 이용되는 배경 정보의 저작물성과 배경 정보를 자유롭게 이용할 수 있는 범위
- (전시권) 저작권법 제 19조에서 저작자는 저작물 원본과 복제물을 전시할 권리를 가지지만, 전시에 관해서는 별도로 정의하지 않음
 - 필름, 영상 등 다른 장치에 의한 간접전시는 전시개념에 포함되지 않기 때문에 실감형 콘텐츠 기술과 디지털 저작물의 발전을 고려하여 간접전시를 전시에 포섭할지에 대한 검토 필요
- (파노라마의 자유) 파노라마의 자유 인정 여부는 나라마다 다르며, 우리나라는 저작권법 제35조 2항*에서 파노라마의 자유에 대해 규정한 것으로 해석할 수 있음
 - 실감형 콘텐츠 산업 발전을 위해 파노라마 자유에 관한 규정을 유연하게 해석할 수 있는지 혹은 법 개정 가능성에 대한 검토 필요
- (부수적 복제) 저작권법 제35조의 3은 VR·AR에서 의도치 않게 발생할 수 있는 저작권 침해에 관한 면책 조항을 규정하여 관련 산업 발전 토대를 마련한 점에서 긍정적임

10위. 저작권료 정산의 공정성과 투명성 (신규)

- 최근 음원사재기 등 이슈로 저작권료 정산의 공정성과 투명성이 신규 이슈로 선정
- 음원 사재기*(다운로드 서비스 사재기와 스트리밍 서비스 사재기)라는 판매량 왜곡 행위 증가로 현행 저작권료 정산 방식에 대한 변화가 필요하다는 주장이 제기된 상황
 - * 「음악산업 진흥에 관한 법률」 제26조는 음반·음악영상물 관련업자들이 제작·수입 또는 유통하는 음반 등의 판매량을 올릴 목적으로 해당 음반 등을 부당하게 구입하거나 관련된 자로 하여금 부당하게 구입하게 하는 행위를 금지
 - 현행 저작권료 징수 규정은 문화체육관광부「음원 전송 사용료 징수 규정」에 따라 비례배분방식 사용
 - 현행 저작권료 정산 방식은 재생 횟수가 많은 저작권자 저작권료 쓸림 현상, 사재기, 재생수가 적은 음원 손해 현상 등의 문제가 발생할 가능성이 존재
- 새로운 대안으로 네이버 음악 플랫폼 바이브는 이용자별 정산 방식* 적용을 확대
 - 음원 차트 조작 문제나 음원 사재기 문제를 일부 해소 가능
 - * 이용자별 정산 방식을 활용하면 이용자가 낸 요금에 이용자가 실제로 들은 음악의 저작권자에게 전달되므로, 비주류 음악과 인디 뮤지션들의 정당한 수익을 보장하고 나아가 팬덤 총공 방지 등으로 이어질 수 있음

◆ 비례배분방식과 이용자별 정산 방식 비교

비례 배분 방식 (현행)	- 곡당 단가 = 개별 음원 서비스 이용자 지출 총 금액 / 총 재생수 - 저작권료 = 곡당 단가 * 특정 음원 재생 수
이용자별 정산 방식(대안)	- 곡당 단가 = 개인 이용자 지출 금액 / 개인 월별 재생수 - 저작권료 = 곡당 단가 * 개인의 특정 음원 재생 수

- 음악 산업 경쟁력 확보와 다양한 창작 환경 조성을 위해 이용자별 정산 방식을 포함하여 현행 음원 사용료 징수 개정 필요성 대두
 - 이용자와 이해관계자들과의 조율을 통해 새로운 정산 방식 도입에 관하여 협의 검토
 - 공정성 의무와 투명성 의무를 반영한 영국의 저작권법 개정안 등 해외 사례를 참고하여 공정한 보상과 공정한 음악 생태계 환경 조성을 위해 협력

저작권 보호 10대 이슈

1. 메타버스에서의 저작권 문제
2. NFT 거래와 저작권 문제
3. OTT 서비스와 저작권
4. 해외에서의 K-콘텐츠 불법 유통
5. 인공지능 창작물의 저작권 보호 이슈
6. 1인 미디어와 저작권 문제
7. SNS상의 저작권 침해
8. 빅데이터와 저작권 면책
9. VR(가상현실)·AR(증강현실) 등 실감형 콘텐츠 저작권 보호
10. 저작권료 정산의 공정성과 투명성

1

메타버스에서의 저작권 문제

정원준 [한국법제연구원 부연구위원]

1. 메타버스의 부상과 저작권 문제의 대두
2. 현실세계의 저작물 구현과 저작권 침해 이슈
 - 가. 메타버스 공연에서의 저작권 문제
 - 나. 현실세계와 배경저작물 문제
3. 메타버스 공간에서의 창작행위와 저작권 이슈
 - 가. 메타버스 창작물에 관한 저작권 문제
 - 나. 메타버스 사업자의 OSP 책임 문제
4. 결론



1. 메타버스의 부상과 저작권 문제의 대두

지난 2021년 한 해 동안 전 세계적으로 메타버스에 대한 관심과 기대가 뜨거웠다. “메타버스 시대가 다가온다(The Metaverse is coming)”고 언급한 NVIDIA CEO 젠슨 황의 발언이 현실화되고 있다고 해도 과언이 아닌 것이다. 미국의 소셜미디어 기업인 페이스북은 5년 후 메타버스 기업으로 인식되길 원한다며 아예 회사명까지 ‘Meta’로 변경하였고, 국내의 경우 포털사업자인 네이버는 가상 환경에서 실시간 소통이 가능한 기술을 보유한 픽셀리티게임즈 등 2021년도 스타트업 총 투자액의 24%를 메타버스 플랫폼과 관련된 회사에 집중 투자하였을 정도다.

1992년 Neal Stephenson의 소설 ‘Snow Crash’에서 처음 등장한 메타버스 공간과 비교하면, 현재의 메타버스 공간은 가상기술(VR), 증강기술(AR), 3D 그래픽과 5G 네트워크 등 고도화된 ICT 기반 기술의 접목을 통해 현실세계의 물리적·기능적 제약을 극복할 수 있는 새로운 창작 공간으로 거듭나고 있는 중이다. 또한 메타버스 플랫폼 서비스의 이용자는 이제 더 이상 콘텐츠를 소비하는 위치에만 머물러 있지 않고, 메타버스 공간을 구성하는 핵심 주체로서 다양한 동시적 상호 작용의 중심 역할을 수행하고 있다. 이에 따라 메타버스 공간에서 이용자가 얼마나 창의적이고 자유로운 활동을 영위할 수 있는지 혹은 문화적인 상상력에 기반한 새로운 창작 활동이 가능한지에 따라 메타버스 플랫폼 서비스의 성공 여부가 좌우된다고 할 것이다.

가령 로블록스와 마인크래프트 같은 샌드박스 장르의 게임의 경우 이용자에게 높은 자유도를 부여함으로써 이용자 개인이 스스로 콘텐츠를 제작·개발할 수 있도록 하는 데 초점을 두고 있다. 게임을 직접 제작하거나 아바타 혹은 건물과 같은 완성된 객체를 창조해내고 이를 직접 유통·소비하기까지 한다. 특히 로블록스는 ‘루아(Lua)’라는 상대적으로 쉬운 컴퓨팅 언어를 사용하여, 비록 다른 상용화된 엔진에 비하여 그래픽 수준이 떨어질지라도 쉽고 간단히 게임을 제작할 수 있는 환경을 제공하는 데 우선순위를 두고 있음을 파악해볼 수 있다.

이처럼 메타버스 공간에서 이용자가 새로운 창작의 주체로서 이른바 ‘프로슈

머(prosumer)'의 지위를 갖게 됨에 따라 저작권법상의 여러 문제들이 제기되고 있다. 이에 관한 쟁점은 이하에서와같이 크게 두 가지로 나누어 볼 수 있다.

2. 현실세계의 저작물 구현과 저작권 침해 이슈

먼저 현실의 저작물을 가상세계로 옮겨 재현·구현하고자 할 때 저작권 침해 여부가 문제된다.

가. 메타버스 공연에서의 저작권 문제

메타버스 공간에서 공연을 할 때에도 저작권 쟁점이 제기된다. 예를 들어 슈팅게임을 제공하는 게임사인 '포트나이트'는 가상공간 내에서 영화나 뮤직비디오를 감상하거나 콘서트 등의 공연을 즐길 수 있는 'Party Royal'을 서비스 중인데, 이때 메타버스 공간에서 이루어지는 공연행위나 실연행위가 이루어질 때 현실 세계에서와 다른 공연과 관련된 제반의 권리 침해가 인정되는지가 불확실한 측면이 있다.

우리 저작권법은 "다양한 예술적 관람물(음악·무용·연극·연예·국악·곡예 등)을 실연을 통해 대중에게 관람하도록 하는 행위"로 정의하여 실연을 통해 전달하는 것을 전제로 하고 있는데, 뮤지션들이 모션 인식 센서를 부착한 채로 실시간으로 진행되는 메타버스 공연을 하는 경우, 이용자들은 아바타의 공연을 관람하는 것이므로 이 법에 따른 공연에 해당하는지가 모호하다. 특히 특정 가수의 안무나 음악 등을 본인이 직접 실연하는 경우에는 별다른 법적 문제가 발생하지 않겠지만, 이를 이용자들이 공개적으로 실연할 경우에는 저작권 침해 문제가 불거질 소지가 있다.

또한 메타버스 공간에서 공연행위가 이루어지는 경우 이를 기획·제작하는 공연제작사나 음악저작자 및 실연자 등의 다수의 이해관계자들 간의 수익 배분의 문제가 발생할 것이므로 권리 관계에 있어서 다양한 경우의 수를 감안하여 법률상의 쟁점을 검토할 필요가 있다. 메타버스 내에서의 공연을 공연권, 방송권,

공중송신권 중 어떠한 권리로 볼 것인지, 디지털 음성 송신권만 인정되는 현행 법상 영상과 관련한 권리와 보상의무를 입법적으로 관철시킬 필요성이 있을지, 그리고 실연자의 권리로서 복제권 침해는 실제 실연을 복제하는 경우에만 미치므로 메타버스 공간에서의 복제는 실연자로서의 권리를 침해하지 않을 가능성 등 여러 쟁점들이 논의되어야 할 것이다.

나. 현실세계와 배경저작물 문제

또 다른 문제로는 현실세계의 저작물을 활용하여 가상공간의 배경을 구성하고자 할 때 저작권 침해가 인정되는지 여부이다. 즉, 음악저작물, 미술저작물 혹은 응용저작물을 가상공간에 배치하고자 할 때 권한 없는 저작권 이용행위가 문제 될 수 있다. 이와 관련하여 참고할 만한 우리 판례로 골프존 사건(대법원 2020. 3. 26. 선고 2016다276467)에서는 골프코스의 저작권을 인정하면서 현실의 건축물을 가상공간에 구현한 것임에도 불구하고 복제권 침해 사실을 인정한 바 있어 추후 현실세계의 옥내 공간이나 건축물 등을 그대로 혹은 유사하게 구현하고자 할 때 저작권 침해 여부를 면밀히 살펴볼 필요가 있다.

3. 메타버스 공간에서의 창작행위와 저작권 이슈

다음으로는 메타버스 내에서 생성되는 창작물에 저작권을 부여할 수 있을지 혹은 그러한 창작물에 대하여 현실 세계의 저작권 침해를 인정할 수 있을지가 문제된다.

가. 메타버스 창작물에 관한 저작권 문제

메타버스 공간에서 제작하는 가상 아이템이 저작물성을 갖는지는 해당 플랫폼 내에서 어떠한 방식의 창작 툴과 기능을 제공하는지에 따라 그 구체적인 판단이 달라질 것으로 보인다. 물론 메타버스 내의 캐릭터도 인간의 사상과 감정을 시각화하여 표현한 것이므로 독창성이 인정되면 저작권이 발생한다.

그러나 가령 아바타의 아이템이나 가상공간을 제작할 수 있는 기능을 통해 새로운 창작을 하는 경우 주어진 창작 틀에 의존하여 제작되는 생성물의 경우 저작권 인정이 어려울 것이나, 별도의 창작성을 발휘할 수 있도록 이용자에게 자율적인 환경을 제공하는 서비스의 경우에는 저작권을 인정하는 것이 가능할 것이다. 예를 들어 얼굴, 헤어스타일, 피부색 등을 조합한 아바타가 전적으로 이용자의 창작성으로부터 기인하는 것인지 혹은 플랫폼 사업자가 제공하는 기능을 통해 구현되는 작품으로서 플랫폼 사업자에게 저작권이 인정될 수 있을지가 문제된다.

다만 현재 서비스 중인 다수의 플랫폼을 토대로 할 때 저작권이 인정될 만한 특정 캐릭터는 없다고 보여지며, 오히려 게임물을 제작할 수 있는 엔진과 창작 틀을 제공하는 플랫폼의 경우에는 대체로 창작성이 인정될 것으로 판단된다. 또한 대부분의 플랫폼 사업자들은 이용약관을 통해 이러한 생성물에 대해서는 이용자가 권리를 가지며, 그에 따라 이러한 창작행위의 과정에서 발생할 수 있는 침해행위에 대하여도 책임을 지지 않는다는 점을 명시하고 있다.

나. 메타버스 사업자의 OSP 책임 문제

상술한 바와 같은 창작물에 대한 저작권 인정 문제는 메타버스 서비스 제공자의 플랫폼으로서의 책임 문제와도 연관된다. 우리 저작권법 제102조는 온라인 서비스제공자(OSP, Online Service Provider)의 책임을 면책하는 사유로서 “내용의 수정 없이 저작물 등을 송신하거나 경로를 지정하거나 연결을 제공하는 행위 또는 그 과정에서 저작물 등을 그 송신을 위하여 합리적으로 필요한 기간 내에서 자동적·중개적·일시적으로 저장하는 행위”, “서비스이용자의 요청에 따라 송신된 저작물 등을 후속 이용자들이 효율적으로 접근하거나 수신할 수 있게 할 목적으로 그 저작물 등을 자동적·중개적·일시적으로 저장하는 행위”, “복제·전송자의 요청에 따라 저작물 등을 온라인서비스제공자의 컴퓨터에 저장하는 행위 또는 정보검색 도구를 통하여 이용자에게 정보통신망상 저작물 등의 위치를 알 수 있게 하거나 연결하는 행위”, “기타 기술적으로 불가능한 경우”를 규정하고 있다. 그러나 메타버스 공간에서의 이용자는 단순 소비자가 아니라 일종의

창작자로서 자율성을 부여받는 것이 핵심적으로 추구하는 가치이기 때문에 면책의 범주를 보다 완화해야 할 필요성이 있다.

이러한 문제가 제기된 대표적인 사례로 전미음악출판협회(NMPA, National Music Publishers Association)는 로블록스를 상대로 이용자들이 권한 없는 음악 저작물을 업로드하는 데 있어서 적절한 필터링 조치를 취하지 않고 방치하고 있다는 이유로 OSP 책임 위반을 주장하는 2억 달러 규모의 저작권 침해 소송을 제기한 바 있다. 물론 본 사안에서 양 당사자들은 결국 라이선스 계약 체결 등을 통해 협업하는 방향으로 법률 분쟁을 원만히 합의하였지만, 향후 다양한 플랫폼 서비스에서 OSP 책임을 둘러싼 분쟁은 지속될 가능성이 크다.

4. 결론

현재 메타버스는 콘서트나 뮤지컬 등 공연행위뿐만 아니라 NFT 아트를 생성·유통하거나 캐릭터 및 해당 제반의 부속품 등을 비롯한 다양한 아이템을 창출해내는 종합적인 문화·예술 공간으로서의 영역을 점진적으로 확장해 나가고 있는 실정이다. 이 과정에서 전망 높은 시장의 선점을 위해 우수 기업들의 다양한 전략적 시도와 투자가 이루어지고 있다. 메타버스로 일컬어지는 가상공간이 문화적 활동을 향유할 수 있는 자유 창작 공간으로서 기대가치를 충족하기 위해서는 앞서 본 저작권과 관련된 쟁점의 문제 해결도 반드시 필요할 것이다. 그렇지 못할 경우 저작권을 둘러싼 침해 분쟁이 난립하거나 권리자 간 이익 분배의 문제로 혼란이 빚어질 우려가 있다. 이로 인해 법률적 리스크를 우려하는 플랫폼 서비스 제공자가 자유로운 창작 기능을 제공하는 것을 꺼려하게 된다면 메타버스의 시장 확대에 있어서 큰 장애가 아닐 수 없다. 따라서 그동안 온라인 공간에서 적용해왔던 기존의 법리에서 나아가 메타버스 공간에 적합한 새로운 법리를 개발하는 데 힘을 쏟아야 할 것이다. 입법적 측면에서 퍼블리시티권 개념의 정립이나 영상송신에 관한 명시적 권리 확보, 메타버스 공간에서 적용 가능한 면책 사유 개발 등 미완된 부분을 보완하고 해석론적 차원에서 새로운 적용 논거를 확보할 필요가 있으며, 정책적 차원에서는 정부가 오픈아웃 시스템이

나 포괄적 라이선스 도입 등을 통해 전반적인 이용허락 시스템을 개선하고, 저작권 문제가 없는 여러 재료 콘텐츠를 제공함으로써 원활한 생태계 구축에 기여할 수 있도록 적극 지원할 필요가 있다.

2 NFT 거래와 저작권 문제

김현경 [서울과학기술대학교 IT정책전문대학원 교수]

1. 서론
 - 가. NFT의 개념과 특성
 - 나. NFT 거래 시장의 확산과 저작권
2. 저작권 보호 이슈 및 쟁점
 - 가. NFT 콘텐츠 생성의 합법성
 - 나. NFT 자체의 저작물 해당성
 - 다. NFT 유통 플랫폼 책임
 - 라. 디지털 권리소진
3. 결론
 - 가. NFT에 대한 일반 재산 거래 법리의 제한적 적용 가능성 검토
 - 나. NFT 거래사이트의 이용자 혼란 방지를 위한 법적 조치



1. 서론

가. NFT의 개념과 특성

NFT는 블록체인에서 확인할 수 있는 고유한 ID를 가진 디지털 파일이다.¹ NFT는 디지털 자산에 연결된 디지털화되고 인증된 토큰이며 일반적으로 이더리움(Ethereum)이라는 블록체인에 기록된다. 이더리움은 지불에 사용할 수 있는 암호화폐이자 거래를 용이하게 하는 블록체인 응용 프로그램이다. 다만 블록체인에 기반한 대표적 암호화폐로 알려진 비트코인과는 달리 NFT는 상호 교환이 불가능하다. 비트코인은 완전히 상호 교환 가능하여 지불에 유용할 수 있기 때문에 '대체 가능'하다고 볼 수 있다. 예를 들어, 내가 누군가에게 5만 원을 빌렸다면 1만 원 지폐 5장이나 5만 원 지폐(각각 고유한 일련번호를 가지고 있더라도) 어느 방식으로 지불해도 상관없다. 이러한 대체 가능성에 있어서 비트코인도 다른 화폐와 동일하다. 그러나 NFT는 각각 고유하므로 '대체 불가능'하다. 이러한 '대체 불가능성'으로 인해 '원본'을 증명하는 기능을 수행할 수 있다. NFT는 예술 작품 등에 일대일 '원본'을 나타낼 수 있으며, 또한 제한된 시리즈에서 고정된 수의 복제본 중 하나를 나타낼 수도 있다. 또한, NFT는 추적 가능하며, 각 NFT에 고유한 일련번호 또는 복제할 수 없는 '지문'('해시'라고도 함)이 포함되어 있기 때문에 복제가 불가능하다. NFT 소유자는 해시를 사용하여 NFT가 링크된 콘텐츠에 대하여 일정한 권리가 있음을 확인할 수 있다.

나. NFT 거래 시장의 확산과 저작권

지난 2018년 4,000만 달러에 불과했던 NFT시장은 2020년 3억 4,000만 달러 시장이 됐다. 약 2년 사이 8.5배 성장한 셈이다.² 2021년에는 NFT 플랫폼에서 가상자산을 통해 총 269억 달러가 거래된 것으로 나타났다, 한화로 약 31조 6,317억 원에 달한다.³ 최근 방탄소년단(BTS)의 굿즈(Goods)를 NFT로 제작하여

1 Creating a Smart Contract and Minting An NFT의 text image, Formulating a smart contract and minting an NFT (schoenherr.eu), <https://www.schoenherr.eu/content/formulating-a-smart-contract-and-minting-an-nft/> (2021.7.22. 최종확인).

2 https://mobile.newsis.com/view.html?ar_id=NISX20210604_0001465420 2022.1.3. 최종확인

3 <http://www.aitimes.com/news/articleView.html?idxno=141861> 2022.1.3. 최종확인

판매할 계획이 발표되기도 하였다. NFT의 거래대상이 되는 것은 대중적 유명세, 인지도, 희소성이 있는 것들 모두가 가능하다. 팀 버너스리(Tim Berners-Lee)는 1989년에 자신이 작성한 최초의 월드와이드웹의 소스코드를 런던 소더비(Sotheby's)에 경매로 내놓았고 540만 달러에 팔렸다. 특히 지금까지 NFT판매의 상당 부분은 게임이다. 최근에는 패션 브랜드도 NFT 진출을 시도하고 있다. 그러나 NFT가 특히 열광 받을 영역은 누가 뭐라 해도 디지털 아트다. '갤러리'라는 높은 문턱을 거치지 않고 작품을 판매할 수 있기 때문에 창작자들에게는 더욱 매력적인 플랫폼이다. 2021년 6월 영국의 12세 소년은 혼자 '이상한 고래들(Weird Whales)' NFT 컬렉션을 만들어 성공적으로 판매하였다.⁴ 국내에서도 2021년 11월 업비트(UPbit)의 드롭스(drops)를 통해 진행된 NFT 경매에서 다양한 작가들의 작품이 거래되었다.⁵

그러나 디지털 아트의 경우 NFT의 생성 및 거래와 관련된 저작권 문제를 해결해야 적법한 이용이 가능함에도 불구하고 NFT 플랫폼에 기반한 디지털 아트의 거래환경은 여전히 권리처리에 있어서 불확실성을 내포하고 있다. 디지털 아트가 NFT 플랫폼에서 거래되기 위해서는 콘텐츠(저작물), 이더리움·질리콰(zilliqa)와 같은 가상자산(일명 '코인'이라 불린다), 그리고 가상자산을 저장하거나 이를 거래에 이용할 수 있는 지갑(일명 '코인지갑'이라 불린다)⁶이 필요하다. 콘텐츠를 이더리움 블록체인을 거쳐서 NFT화 시키는 것을 민팅(minting)이라고 하는데, 이때 가스(gas)라는 수수료가 필요하며, 이 수수료는 코인으로 지불된다. 이러한 민팅 과정에서 저작물의 적법한 이용이 문제 된다. 또한, 이러한 과정을 거쳐 NFT 콘텐츠를 판매하고자 하는 자는 마켓 플레이스에 해당 NFT 콘텐츠를 업로드하게 되는데, 대부분의 경우 NFT의 메타데이터가 포함된 이 링크에는 예술작품의 제목, 설명 그리고 그 예술작품이 저장된 링크, 라이선스 계약 내용 등이 포함된다.⁷ 여기서 계약내용이 NFT 콘텐츠에 대한 저작권을 완전히 양도하는 형태일 수 있고, 또는 일정한 이용권만 설정하는 라이선스 형태일 수

4 <https://opensea.io/collection/weirdwhales> 2022.1.3. 최종확인

5 <https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2021/11/1090995/> 2022.1.3. 최종확인

6 대표적인 가상자산 지갑 사이트로 metamask, Trezor One 등이 있다.

7 Formulating a smart contract and minting an NFT (schoenherr.eu)

<https://www.schoenherr.eu/content/formulating-a-smart-contract-and-minting-an-nft/> (2021.7.22. 최종확인).

있다.⁸ 대부분의 경우 NFT에 적용되는 법적 환경은 소유권에 기한 처분권능의 이전이 아닌 라이선스다. 그러나 NFT 콘텐츠는 기존의 디지털 콘텐츠와는 달리 '대체 불가능', '원본증명' 등을 통해 디지털 콘텐츠를 사적 재산과 유사하게 다룰 수 있는 속성을 부과한다. 이러한 속성을 이용해 NFT 거래는 '소유'를 표방하고 있으나 실제 법적 취급은 라이선스로 이루어지고 있다.⁹ 즉, 시장과 규범의 괴리다. 이러한 괴리는 결국 소비자 혹은 최종 이용자에게 불측의 손해를 야기할 수 있다. 따라서 이하에서는 이러한 거래의 불확실성의 원인이 될 수 있는 저작권 쟁점에 대하여 검토한다.

2. 저작권 보호 이슈 및 쟁점¹⁰

가. NFT 콘텐츠 생성의 합법성

NFT를 생성하려면 일반적으로 해당 콘텐츠의 저작권자로부터 허락을 받아야 한다. 즉 NFT 생성 시, 저작권이 있는 저작물을 사용하기 위해서는 저작권자로부터 라이선스 또는 허가를 받아야 한다. 음악가가 다른 사람의 음악을 샘플링하거나 리믹스하여 자신의 음악으로 판매하려면 허가가 필요한 것처럼, NFT 생성·제작자는 NFT에 포함하여 판매에 제공하고자 하는 콘텐츠 저작권자의 허락이 필요하다. 이러한 배타적 권리에 대한 허락 없는 이용은 공정 이용과 같은 저작재산권 제한에 해당되지 않는 한 저작권 침해로 인정될 수 있다. 따라서 누군가 특정 콘텐츠에 대한 NFT 생성 및 유통을 고려하고 있다면, 일반적으로 NFT에 업로드하려는 콘텐츠를 판매 등 유통에 제공할 법적 권리가 있는지 확인해야 한다. 밈(meme)¹¹의 NFT 생성 및 마케팅에 있어서도 밈이 생성되는데 있어서 저작권으로 보호되는 제3자의 사진을 허락 없이 소재로 이용한 경우, 해당

8 Tokenized copyrights: Linking an NFT to a copyright licence (schoenherr.eu)을 참고로 재구성, <https://www.schoenherr.eu/content/tokenized-copyrights-linking-an-nft-to-a-copyright-licence/> (2021.7.22. 최종확인).

9 최근 음악저작권 거래 플랫폼으로 홍보되고 있는 “뮤직카우(<https://www.musicow.com/about/guide>)”의 경우도 실제 거래의 대상이 되는 것은 ‘저작권’이 아니라 저작권료의 수익에 참여할 수 있는 ‘저작권료 참여 청구권’이다.

10 본 내용은 본인이 앞서 등재한 논문(김현경, NFT콘텐츠 거래의 법적 쟁점에 대한 고찰, 성균관법학 제33권 제3호, 2021.9)의 내용을 압축 및 수정, 보완한 것이다.

11 인터넷상 유행하는 짤, 사진 등을 의미하는 단어이다.

밈의 합법성이 문제 될 수 있다. 밈에 사용된 사진이 공정이용에 해당되지 않는 한 사진저작권의 침해를 구성할 수 있다.

나. NFT 자체의 저작물 해당성

NFT를 생성하는 소프트웨어 자체에 저작권이 있을 수 있다. 특히 다른 소프트웨어와 같이 프로그램으로서 스마트 계약¹²은 저작권으로 보호될 수 있다. 콘텐츠 권리자가 직접 NFT를 생성하는 것이 아니므로, 콘텐츠의 저작권자는 NFT 생성 소프트웨어에 대한 권리자는 아니다. 현재 NFT 제공자는 제3자(NFT플랫폼 일수도 있고 아닐 수도 있음)와 서비스 약관에 의하여 NFT 생성 소프트웨어를 이용하는 라이선스를 통해 서비스를 이용하고 있다.

NFT를 형성하는 데이터셋(data set) 자체를 저작물로 인정할 수 있는가, 즉 데이터 단위값으로 이루어진 해시인 NFT 자체를 저작물로 볼 수 있는가에 대하여는 회의적이다. 대부분의 경우 NFT는 저작물에 대한 링크를 위한 해시에 해당하며, 전력소비와 거래비용의 문제로 NFT 자체에 저작권이 있는 콘텐츠가 완전히 합체되어 있는 경우는 드물다. 그렇다면 데이터셋 자체가 인간의 사상 또는 감정이 표현된 창작물이어야 하는데, 자동화된 알고리즘에 의해 표현되는 데이터가 '인간의 사상 또는 감정'이라고 볼 수 있을지 의문이며, 창작성에 대한 검토도 필요하다. 한편 NFT 자체가 2차적 저작물이라고 볼 수 있는가에 대하여도 역시 부정적이다. 2차적 저작물은 원저작물의 수정 또는 각색을 기반으로 한 저작물이다. 2차적 저작물의 생성은 원저작권자의 독점적인 권리이나 자동화된 암호화 키는 원저작물에 의거했다고 보기 어려우며 2차적 저작물을 구성하기에 충분한 새로운 창작성을 가지고 있다고 보기 어렵다. 따라서 링크된 저작물과 별개로 NFT 자체는 저작권의 대상이라고 보기 어렵다.

12 스마트 계약은 1994년 Nick Szabo에 의해 처음 소개된 개념이다. Nick Szabo는 스마트 계약을 “계약에 필요한 요소들을 코드화하여 스스로 실행되게 하는 전산화된 거래 프로토콜”이라 정의하였으며, 이를 통하여 신뢰할 수 있는 제3자의 필요성과 혹 발생할 수 있는 사고의 가능성을 최소화할 수 있다고 제안하였다. Nick Szabo, "The Idea of Smart Contracts," 1997, <http://www.fon.hum.uva.nl/rob/Courses/InformationInSpeech/CDROM/Literature/LOTwinterschool2006/szabo.best.vwh.net/idea.html>, (2021.7.26 최종확인). 여기서 스마트 계약은 법적 의미의 계약이라기 보다는 블록체인에서 실행되는 프로그램을 의미한다고 볼 수 있다.

다. NFT 유통 플랫폼 책임

일부 플랫폼에서 무권리자에 의한 혹은 작품에 대한 정당한 권원 없이 해당 작품에 NFT를 생성해서 거래의 대상이 되도록 한다면, 많은 예술가 혹은 저작권자들이 자신의 작품에 대한 권리침해를 제기할 수 있다. 즉 NFT 콘텐츠의 정당한 권리자는 허락 없이 NFT에 링크된 저작물을 호스팅하는 사이트와 이러한 NFT의 판매를 홍보하는 마켓플레이스에 저작권법에 근거하여 게시 중단 통지(takedown notices)를 보낼 수 있다. 이러한 요청에 의하여 콘텐츠가 게재중지되거나 관련된 복제물들이 삭제된다면, NFT에 대한 링크가 끊어질 수 있으며, NFT는 더이상 존재하지 않는 복제본의 소유권에 대한 증명을 나타내게 된다.

따라서 NFT콘텐츠에 대한 정당한 권리자인지를 확인하고 검증하기 위한 절차나 방법이 논의될 필요가 있다. 그렇지 않으면 NFT 거래 플랫폼은 창작물 혹은 저작물에 대한 주된 권리침해 사이트로 전락할 수 있다.

라. 디지털 권리소진

최초판매의 원칙(권리소진의 원칙)이란, 최초의 합법적 판매 등에 제공된 복제물에 대하여는 배포권이 소진되어 이후 해당 복제물의 계속된 유통을 자유로이 할 수 있음을 의미한다. 서적 구매자가 저작권자의 허락 없이 중고 서점 등에 책을 자유로이 재판매하거나 빌려주는 것을 가능하게 한다. 그러나 이러한 권리소진 혹은 최초판매의 원칙은 물리적 매체에 의한 이전 시 '배포권'을 소진시키는 형태로 구현된다. 사이버공간에서 디지털 자산은 '전송'형태로 이루어지며, 온라인 복제를 전제로 하는 전송권을 소진시키는 것은 아니다. 그럼에도 불구하고 NFT의 주요 가치는 그것을 재판매할 수 있는 능력이다. 따라서 NFT 콘텐츠 형태의 전자책과 일반적인 합법적 이용 즉, 접근이 허락된 전자책의 주요 차이점은, NFT가 표상하는 바가 비독점적인 접근이용권이 아니라 특정 법적 복제물에 대한 독점적 소유권과 유사하다는 것이다. 이는 NFT의 대체 불가능성에서 비롯된다. 따라서 현행법상 온라인상에서 디지털 콘텐츠의 이전에 대해서는 최초 판매의 원칙이 적용되지 않으므로 NFT 구매자의 구매의도와 실제 거래에서 약정된 이용허락 간에는 괴리가 있을 수 있다.

3. 결론

가. NFT에 대한 일반 재산 거래 법리의 제한적 적용 가능성 검토

실제 NFT 거래에 적용되는 법리가 저작권에 기반한 라이선스 중심으로 이루어지고 있으며, 저작재산권 전체를 양도하는 방식의 NFT 거래는 현실적으로 거의 이루어지지 않고 있다. 특히 크라우드 펀딩을 위해 보호받는 저작물을 NFT 콘텐츠 형태로 만드는 경우, 마치 소유권의 이전과 같은 거래를 표방하고 있어도, 제한된 기간과 이용방식에 비추어 볼 때 거래의 본질은 라이선스라고 볼 수 있다.

NFT는 디지털 콘텐츠의 저렴한 무한복제를 제한하고 해당 콘텐츠에 '유일성'을 부여함으로써 디지털 콘텐츠가 라이선스의 한계를 벗어나 사적 재산으로 거래될 수 있는 가능성을 제시하고 있다. NFT 콘텐츠의 경우 비배타적 속성을 '배타적' 취급이 가능하도록 작동시킨다는 점에서 유체물에 준하는 매매 법리의 적용 가능성에 대한 검토가 필요하다. 하드카피 책의 유통이 제한적 라이선스가 아니라 매매 등 완전한 처분권의 이전이 이루어지는 것과 마찬가지로, NFT의 고유하고 대체할 수 없는 속성 역시 실제 하드카피 책을 취급하는 방식과 유사한 방식으로 적용될 여지를 부여한다. 현실적으로 NFT 콘텐츠의 거래가 이러한 사적 재산의 거래를 표방하고 있으며, 구매자의 의도 또한 그러하다. 그러나 디지털 세계 즉, 가상공간에서 아이템 등 콘텐츠를 구매한(또는 구매하였다고 생각하는) 사람들은 그들이 완전히 비용을 지불하였음에도 불구하고 구매한 아이템을 이용함에 있어서도 라이선스에 의한 이용조건을 따라야 한다.¹³ NFT 제공자와 발행인은 이러한 이용조건을 실행시키고 NFT 구매자의 소유권을 제한하기 위한 조치를 최종 사용자 라이선스 계약 또는 NFT 스마트 계약에 숨겨놓는다. 즉, 구매 의도와는 달리 실제 적용되는 법리는 라이선스에 기반한 제한적 이용약관정으므로 거래 의도와 실제 거래 결과가 일치하지 않는 혼란이 잠재되어

13 Gabe Gurwin, Don't Delete Facebook Or You'll Lose All Oculus Games for Good, Gamespot, https://www.gamespot.com/articles/dont-delete-facebook-or-youll-lose-all-oculus-games-for-good/1100-6483716/?utm_source=reddit.com ("You're required to link a Facebook account when using the Oculus Quest 2 headset, and if your Facebook account isn't in good standing, you will not be able to use the Quest 2 at all."). (2021.8.25. 최종확인).

있다. 따라서 NFT 거래에 대하여는 일반 재산의 거래 법리를 제한적으로 적용할 필요에 대한 검토가 이루어져야 할 것이다.

나. NFT 거래사이트의 이용자 혼란 방지를 위한 법적 조치

NFT 플랫폼이 제시하는 각종 라이선스 조항에 대한 소비자 보호 차원의 검토가 필요하다. 실제로, 이해할 수 없을 정도로 오류가 많으며, 이용자가 접근할 수 없는 낯선 법적 환경(케이맨 제도 혹은 에스토니아 법)에서 스스로의 권리를 옹호해야 하는 경우도 존재한다.¹⁴ 일례로 액시 인피니티(Axie infinity)¹⁵ 라이선스 약관에 의하면 구매자들이 프리미엄 가격에 액시를 구매하도록 유도하면서도(마치 구매자가 소유자가 되는 듯한 외관을 제공하면서), 결국 이들에게 소유권에 유사한 최종적 지배관리권을 제공하는 것은 아니다. 소비자에게 거래의 실제와 불일치하는 외관을 제공하면서 이를 기반으로 거래를 성사시키고 있는 것이다.

통상 화가가 갤러리에서 유화를 판매할 것을 제안하고 갤러리가 직접 작품을 구매자에게 건네면 구매 대상이 무엇인지 의심할 여지가 없다. 예를 들어 경매에서 원본 유화를 온라인으로 구매하는 경우에도 인쇄된 또는 온라인 경매 카탈로그에 있는 작품에 대한 일반적인 그림 및 설명을 통해 무엇이 판매되고 있는지 명확하게 알 수 있다. 그러나 NFT 콘텐츠가 판매되는 경우 구매자는 이러한 것들을 명확히 인지할 수 없다. 즉, '구매자는 자신이 무엇을 구매하고 있는지 정확히 알고 있는가'에 대한 문제가 발생하며 구매자는 해당 작품을 가지고 있지 않을 수도 있다. 어떤 사람들은 NFT를 예술작품과 동일하다고 생각할 수 있다. 그러나 NFT에는 디지털 형태로 어딘가에서 다운로드할 수 있는 링크만 포함되어 있을 뿐 실제 복제본에 해당되는 고해상도 파일이나 인쇄물을 받지 못할 수도 있으며 이러한 것들을 이용할 수 있는 라이선스가 불분명할 수도 있

14 Terms of Use: Intellectual Property Rights, AXIE INFINITY. <https://axieinfinity.com/terms> (2021.8.17. 최종확인). (“[N]o Content or Marks may be copied, reproduced, aggregated, republished, uploaded, posted, publicly displayed, encoded, translated, transmitted, distributed, sold, licensed, or otherwise exploited for any commercial purpose whatsoever, without our express prior written permission.”)

15 액시 인피니티는 누구나 숙련된 게임 플레이와 생태계 기여를 통해 토큰을 얻을 수 있는 포켓몬에서 영감을 받은 게임이다. 플레이어는 애완동물(Axies)을 위해 전투, 수집, 육성 및 지상 왕국을 건설할 수 있다. 현재 플레이어는 마켓 플레이스의 다른 플레이어로부터 액시스를 구입하는 것으로 게임을 시작할 수 있다.

다. 따라서 이러한 상황을 이용하여 오해의 소지가 있는 광고에 대한 위험이 존재하며 이러한 오해는 단지 필요한 설명의 생략으로 인한 것일 수도 있다.

소비자에게 거래의 중요한 맥락과 실재를 명확히 고지하고, NFT에 연결된 콘텐츠의 검증과 진본성 확인을 보증하는 등 기존의 소프트웨어 라이선스 중심의 거래 관행에서 고려되지 못하였던, NFT 이용자 혹은 소비자에 대한 기본적 권리의 확보가 필요하다.

3

OTT 서비스의 기술적 이해와 저작권 이슈

김종원 [상명대학교 지능IoT융합전공 교수]

1. TV 방송과 IPTV
 - 가. 방송과 전송
 - 나. IPTV의 기술적 특징
2. OTT 서비스
 - 가. OTT 서비스의 정의
 - 나. OTT의 기술적 특징
3. OTT 서비스와 저작권 이슈



삼국지에 등장하는 오나라의 장수 여몽은 무술을 닦는 데만 힘쓰다가 오나라 군주 손권의 권면으로 학문을 닦기 시작하였다. 평소 여몽을 낮춰보던 노숙이 주유의 사망 이후 도둑이 되어 여몽을 방문하면서 그의 뛰어난 재력에 탄복할 때 여몽은 「“선비는 모름지기 여러 날을 떨어져 있다가 만나면 눈을 비비고 다시 봐야 할 정도가 되어야 하지 않겠습니까.”(蒙曰, 士別三日, 卽更刮目相待.)」라고 답변한다. 여기서 유래된 괄목상대(刮目相對)는 하루가 다르게 바뀌어있는 상태를 나타낼 때 사용된다. 오늘날 디지털 사회에서 가장 괄목상대라 할 수 있는 분야는 컴퓨터와 네트워크 기술이라 할 수 있다.

컴퓨터의 성능향상과 네트워크 전송 속도의 증가로 최근 20여 년간의 변화는 그 이전의 기술이 가져온 어떠한 변화보다 혁명적이라고 할 수 있다. 90년대 중반 인텔의 80386 CPU 기반 컴퓨터가 등장하면서 초보적 수준의 멀티미디어를 다룰 수 있는 시대가 열리고, 014XX로 시작하는 전화 모뎀 통신(PC통신)에서 ADSL(Asymmetric Digital Subscriber Line)이나 VDSL(Very high-speed rate Digital Subscriber Line)과 같은 기술이 등장하여 초고속 정보통신망 시대로 바뀌면서 디지털 콘텐츠 시대의 개막을 알리게 되었다. 특히 대용량 데이터로 구성된 동영상 서비스를 자유자재로 처리할 수 있는 시대를 가져오는데 컴퓨터와 네트워크의 역할을 빼놓고는 이야기할 수 없을 것이다.

오늘날 동영상 서비스라고 하면 OTT(Over The Top) 서비스가 가장 먼저 떠오를 것이다. 넷플릭스를 필두로 디즈니 플러스, 애플 TV 등 해외 OTT뿐 아니라 WAAVE, TVing, 쿠팡 플레이 등 토종 OTT까지 춘추전국시대를 방불케 하고 있다. 글로벌 공급망과 최다 가입자를 보유하고 있는 넷플릭스는 90년대 중반 DVD(Digital Versatile Disk) 대여 서비스를 시작으로 디지털 시대의 파도타기에 성공하고 단순 플랫폼 기업에서 콘텐츠 제작의 큰손으로까지 성장하며 OTT 시장의 대표로써 변방 콘텐츠의 글로벌 진출 기회가 되고 있다. 우리나라도 2021년 '오징어 게임'이 넷플릭스를 통해 개봉되면서 전 세계 시청자들을 사로잡고 시청률 1위를 차지하는 등, 한류 영상 콘텐츠의 글로벌 진출 교두보 역할을 해내고 있다.

그러나 글로벌 OTT 플랫폼을 통한 한류 영상 콘텐츠의 성공과는 별개로 OTT 서비스에서의 다양한 저작권 이슈들이 등장하면서 영상 콘텐츠 가치사슬에 균열이 발생하는 모습을 볼 수 있다. 본 고에서는 방송을 포함한 전통적 동영상 서비스와 OTT 서비스의 기술적 측면을 비교·분석하여 저작권 이슈를 근원적으로 검토해보고자 한다.

1. TV 방송과 IPTV

가. 방송과 전송

우리나라 방송법¹ 제2조에는 「"방송"이라 함은 방송프로그램을 기획·편성 또는 제작하여 이를 공중(개별계약에 의한 수신자를 포함하며, 이하 "시청자"라 한다)에게 전기통신설비에 의하여 송신하는 것」이라고 정의하면서 텔레비전방송, 라디오방송, 데이터방송, 이동멀티미디어방송으로 구분하고 있다. 저작권법² 제2조에서는 「"방송"은 공중송신 중 공중이 동시에 수신하게 할 목적으로 음·영상 또는 음과 영상 등을 송신하는 것을 말한다.»라고 정의하고 있다. 저작권법에서는 "공중이 동시에 수신하게 할 목적"이라는 구체적인 방식을 명시하고 있으며, 이러한 내용은 새로이 등장하는 동영상 서비스를 구분하는 하나의 기준으로 사용되고 있는 것으로 보인다. 방송과 함께 논란이 되는 전송에 대해서도 저작권법 제2조는 「"전송"은 공중송신 중 공중의 구성원이 개별적으로 선택한 시간과 장소에서 접근할 수 있도록 저작물 등을 이용에 제공하는 것을 말하며, 그에 따라 이루어지는 송신을 포함한다.»라고 정의한다.

방송과 전송을 손쉽게 구분하던 시절과 달리 IPTV(Internet Protocol TV)와 같은 새로운 방송 통신 융합 서비스의 등장은 공중송신이라는 용어로 방송과 전송을 통합하여 제시하였지만, 새로운 서비스가 등장할 때마다 저작권 산업계에서는 여전히 방송과 전송에 따른 논란이 사그라지지 않고 있다.

1 방송법, 법률 제18648호 일부개정 2021. 12. 28.

2 저작권법, 법률 제17588호 일부개정 2020. 12. 8.

나. IPTV의 기술적 특징

IPTV는 IP 네트워크상으로 TV 콘텐츠를 전송하는 것이다.³ 전통적인 TV 방송인 지상파와 위성, 케이블 송신과 구별되는 것이며, 다운로드 서비스와 달리 방송 콘텐츠를 연속적인 스트림으로 제공하는 것으로 사용자는 TV 채널이나 서비스를 즉각적으로 이용할 수 있다. 국제통신연합(International Telecommunication Union, ITU)의 IPTV 포커스 그룹(ITU-T FG IPTV)에서는 "IPTV는 필요한 수준의 서비스 품질과 경험, 보안, 상호작용성 및 신뢰성을 제공하기 위해 관리되는 IP 기반 네트워크를 통해 전달되는 텔레비전/비디오/오디오/텍스트/그래픽/데이터와 같은 멀티미디어 서비스"⁴로 정의하고 있다.

IPTV라는 용어는 1995년 퍼셉트 소프트웨어사에서 DVD 품질의 영상을 전송할 수 있는 기술을 개발하면서 IPTV라는 이름을 사용하였으며, 이 회사는 1998년 미국 네트워크 장비 회사인 Cisco 시스템즈에 인수되었다. 2000년대 들어서면서 자체 네트워크를 보유하고 있는 통신사가 네트워크 가입자에 대한 lock-in 효과를 노리는 부가 서비스로 시작하여 2000년 중반부터는 상용서비스로 자리잡기 시작하였다.

IPTV 서비스는 방송 채널 서비스 이외에 VOD 서비스도 함께 제공하고 있으면서 양방향 네트워크를 이용하고 있으므로 공중에 대한 송신과 구성원이 개별적으로 선택한 시간과 장소에서 접근이 가능한 서비스이다. 우리나라에서도 KT와 SK브로드밴드, LG U+가 IPTV 사업자로 활동하고 있으며, IPTV에서 라이브 방송을 전송하기 위해서는 네트워크의 품질이 보장되어야 하고 채널당 하나의 스트림을 라우터라는 네트워크 중계장치가 처리할 수 있어야 하므로 전용 네트워크를 보유한 통신사만이 IPTV를 서비스하고 있다. 특히, 가입자에게만 서비스가 제공될 수 있도록 처리하기 위해서 전용 셋톱박스를 설치하고 있다. 그림⁵은 IPTV에서 라이브 방송을 제공하는 전달 체계를 보여주고 있으며, IPTV 서비스의

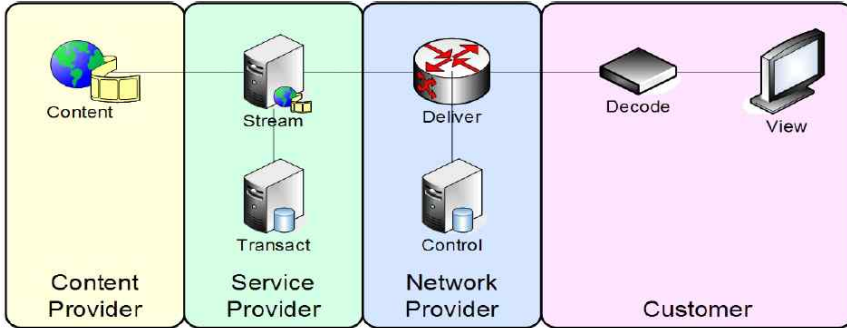
3 Internet Protocol television, https://en.wikipedia.org/wiki/Internet_Protocol_television

4 "IPTV Standardization on Track Say Industry Experts". ITU-T Newslog. 27 October 2006. <https://web.archive.org/web/20110916031736/http://www.itu.int/ITU-T/newslog/IPTV+Standardization+On+Track+Say+Industry+Experts.aspx> Archived from the original on 16 September 2011. Retrieved 5 January 2022.

5 Simon T Jones, IPTV Delivery Architecture, ITU-T IPTV Global Technical Workshop, October 2006.

특징으로는 셋톱박스를 사용하는 것과 네트워크를 보유한 통신사에 의해서 서비스되는 것을 들 수 있다.

◆ IPTV 개념과 역할



2. OTT 서비스

2021년 '오징어 게임'의 글로벌 성공과 함께 주목받은 넷플릭스는 글로벌 OTT 서비스의 대표주자이다. 디즈니플러스나 애플TV의 연이은 시장 진출과 더불어 국내에서는 WAAVE, TVing, 쿠팡플레이 등이 OTT 서비스를 제공하고 있으나 글로벌 플랫폼의 시장 장악력을 따라가기에는 역부족으로 보인다. '오징어 게임'의 성공이 스토리텔링의 힘인지 또는 플랫폼의 힘인지 논란이 있지만, 결과적으로는 스토리텔링과 플랫폼의 힘이 시너지를 발휘한 효과라고 할 수 있다. 동영상 콘텐츠 서비스에서 OTT 플랫폼의 영향력이 급속도로 증가하는 시점에서 OTT 서비스의 정의와 기술적 특징을 살펴보자.

가. OTT 서비스의 정의

캐나다 방송 통신위원회(CRTC: Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission)는 "케이블이나 위성과 같은 전송 전용시설이나 네트워크와 독립적으로 프로그래밍(서비스)에 대한 인터넷 접속이 OTT 서비스를 정의하는 특징"⁶이라고 설명하고 있다. 미국 연방통신위원회(FCC: Federal Communications Commission)는

⁶ Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, "Results of the fact-finding exercise on the over-the-top programming services", Oct. 2011, <https://crtc.gc.ca/eng/publications/reports/rp1110.htm#ftn2> Retrieved 5 January 2022.

OTT 서비스를 다중채널 비디오 프로그래밍 유통사업자(MVPDs: Multi-channel Video Programming Distributors)와 온라인 비디오 유통사업자(OVDs: Online Video Distributors)로 구분하고 있으며⁷, OVD는 제3자가 제공하는 인터넷이나 기타 IP 기반 전송 경로를 통해 비디오 프로그래밍을 제공하는 모든 사업자로 정의한다. 이러한 OVD의 범주에는 MVPD 가입 가정에 제공되는 MVPD의 온라인 비디오 프로그래밍 서비스는 포함하지 않는다. 일반적으로 인터넷 서비스 제공자는 IP 패킷 내용을 알 수도 있지만, 단순히 IP 패킷을 전송하기만 할 뿐으로 콘텐츠의 보기 기능, 저작권 및 기타 재배포에 대한 책임을 지지 않으며 제어할 수도 없다.

결국, OTT 서비스란 인터넷을 통해 시청자에게 콘텐츠를 직접 제공하는 서비스이며, 전통적인 콘텐츠의 관리자 또는 유통사업자 역할을 하는 케이블, 지상파 및 위성 방송 플랫폼을 우회하는 서비스이다.

나. OTT의 기술적 특징

IPTV와 달리 OTT 서비스는 자체 네트워크를 보유하지 않고 인터넷 서비스 사업자가 제공하는 네트워크를 통하여 자신들의 서비스를 제공하며, 사용자는 자신이 가입한 인터넷 서비스 사업자를 통하여 OTT 서비스에 접속함으로써 스트리밍 서비스를 이용할 수 있다. IPTV의 시작 당시에는 인터넷 전송망의 품질이 보장되지 않았으므로 대용량 동영상 콘텐츠의 안정적이고 품질이 보장되는 서비스를 위해서는 전용망이 필요하였으나, 지속적인 인터넷 전송망의 품질 향상과 스트리밍 기술(콘텐츠 압축 기술)의 발전으로 전용망이 아니더라도 고품질의 대용량 동영상 콘텐츠 서비스가 안정적으로 제공할 수 있게 되어 OTT 서비스의 성공을 불러왔다.

현재 대부분의 OTT 플랫폼이 제공하고 있는 서비스는 IPTV의 VOD 서비스와는 기술적으로 큰 차이가 없다. 유일한 차별화는 IPTV에서는 여러 채널의 라이브 방송이 제공되고 있는 것이지만 유튜브나 기타 동영상 플랫폼에서도 라이브

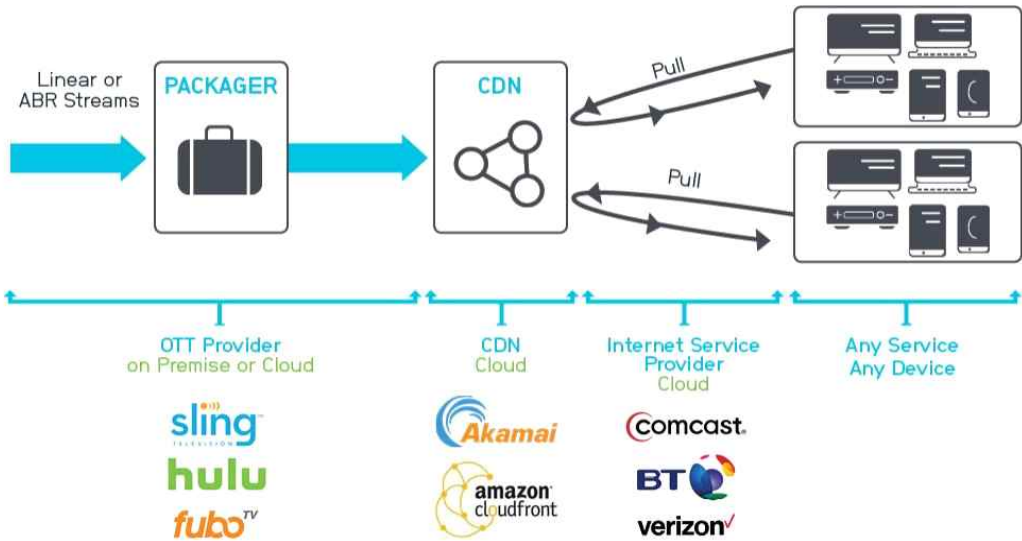
⁷ FCC (6 May 2016). Annual Assessment of the Status of Competition in the Market for the Delivery of Video Programming [Seventeenth Report; MB Docket No. 15-158; DA 16-510]

방송을 진행하고 있으므로 OTT 플랫폼에서 라이브 방송을 서비스하는 데는 기술적으로는 어떠한 hurdles도 존재하지 않는다. 아래 그림⁸은 OTT 플랫폼에서의 라이브 방송 전송 환경을 보여주고 있다.

네트워크의 품질이 보장되는 IPTV는 스트리밍 대역폭이 일정해도 서비스 품질에 영향을 받지 않지만, OTT의 경우에는 네트워크 품질이 보장되지 않으므로 이를 해결하기 위해 콘텐츠를 캐싱하는 CDN(Content Delivery Network)이나 전송품질을 네트워크 상태에 따라서 가변적으로 조절하는 ABR(Adaptive Bit Rate) 또는 VBR(Variable Bit Rate) 스트리밍 기술을 활용한다.

◆ OTT의 라이브 방송 전송 환경

Live OTT Delivery Environment



8 <https://www.telestream.net/video/solutions/what-is-ott.htm>

3. OTT 서비스와 저작권 이슈

OTT 서비스의 성공 이면에는 다양한 저작권 이슈가 얽혀있다. 최근 OTT와 함께 논란이 되는 대표적인 저작권 이슈는 OTT 사업자를 방송사업자로 볼 수 있는가에서부터 시작된다. OTT 사업자의 지위가 방송사업자에 해당하는지에 따라서 OTT 서비스 내에서 사용되는 다양한 콘텐츠의 저작권료 산정 기준이 달라지므로 가장 첨예하게 이해관계가 부딪치고 있다.

그렇다면 OTT 사업자는 방송사업자인가 아닌가에 대해서 정책적으로 결정해야 하는 사항을 배제하고 기술적인 측면에서만 비교함으로써 판단 근거를 알아보고자 한다. 앞서 방송법이나 저작권법에서 살펴본 것과 같이 방송 통신 융합 추세에 따라서 방송과 전송을 이분법적으로 양단하기는 어렵다. 특히 IPTV와 같은 서비스는 방송과 전송의 성격을 함께 가지고 있으므로 전통적인 방송과 IPTV, OTT로 구분하여 기술적 측면을 정리해보면 아래의 표와 같다.

◆ 전통적 방송과 IPTV, OTT 비교표

	전통적 방송 (지상파, 위성, 케이블)	IPTV	OTT
전송매체	전파, 케이블	전용 인터넷 네트워크	공용 인터넷 네트워크
서비스 전달	라이브	라이브, VOD	VOD(라이브 ⁹ 가능)
서비스 범위	로컬	로컬	글로벌
수신방식	공중이 동시에 수신	공중이 동시에 수신 및 개별적으로 선택한 시간과 장소에서 접근	개별적으로 선택한 시간과 장소에서 접근(공중이 동시에 수신 가능 ¹⁰)
수신장치	TV	셋톱	네트워크 연결 장치

우리나라에서는 IPTV에 대해서 인터넷 멀티미디어 방송 사업법¹¹ 제2조 1은 「“인터넷 멀티미디어 방송”이란 광대역통합정보통신망등(자가 소유 또는 임차 여부를 불문하고,...중략...실시간 방송프로그램을 포함하여 데이터·영상·음성·음향

9 OTT도 기술적으로 라이브 방송이 가능하지만, 현재는 대부분 VOD 서비스에 치중한다.

10 OTT도 기술적으로 공중이 동시에 수신할 수 있지만, 현재는 개별적으로 선택한 시간과 장소에서 접근한다.

11 인터넷 멀티미디어 방송 사업법(약칭 인터넷 방송법), 법률 제17799호 일부개정 2020. 12. 29.

및 전자상거래 등의 콘텐츠를 복합적으로 제공하는 방송을 말한다。」라고 정의하고 있다. 문자적 해석에 따라 달라질 수 있겠지만 OTT가 실시간 방송프로그램을 포함하지 않는 것을 제외한다면 IPTV와 유사할 수 있다. OTT 서비스가 실시간 방송프로그램을 제공하지 않지만, 기술적으로는 언제든지 포함할 수 있다.

다만, OTT에서의 저작권 이슈는 수신방식과 서비스의 범위를 바라보는 시각의 차이에서 발생한다. OTT는 소비자가 개별적으로 선택한 시간과 장소에서 저작물에 접근하는 수신의 쌍방향성을 특징으로 하며, IPTV를 포함한 방송은 공중이 동시에 수신하는 일방향성을 특징으로 한다. 이러한 차이를 반영하여 대체로 전송보다 방송의 저작권사용료율이 낮게 설정되고 있다.

OTT의 저작권 이슈는 사업영역에 대한 정확한 구분이 안 된 것에서 출발하고 있으나 그 배경은 징수하는 저작권료와 직접적 연관이 있다. 사업영역이나 서비스 대상이 IPTV와 상당 부분 중복되는 OTT가 하나의 사업자 영역으로 묶인다면 IPTV와 동일한 규제대상이 되므로 복잡한 셈법을 전략적으로 고려해야 할 것이다.

4

해외에서의 K-콘텐츠 불법 유통

김현숙 [한국음악콘텐츠협회 정책법률연구소 소장]

1. 서론
2. 이슈 및 쟁점사항
 - 가. 방송 콘텐츠 불법 유통
 - 나. 웹툰 불법 유통
 - 다. 케이팝 지식재산권 침해
3. 결론
 - 가. 국가적 차원의 저작권 보호 체계 강화
 - 나. 단속 영역과 합법 전환 영역의 구분 필요
 - 다. 국가별 제도와 상황에 맞는 맞춤형 보호 전략 수립
 - 라. 콘텐츠 지식재산권으로 확대된 보호 방안 마련



1. 서론

한국저작권보호원이 매년 조사하는 저작권 보호 10대 이슈에서 해외에서의 한류 콘텐츠 불법 유통' 이슈는 2020년 8위, 2021년 7위를 거쳐 2022년에 4위로 조사되었다. 이는 한류 콘텐츠의 불법 유통이 중요한 문제임을 인지하고 있음에도 불구하고 여전히 명확한 해결점을 찾지 못하고 있다는 반증이기도 하다.

콘텐츠 관련 경상수지는 한류의 인기에 힘입어 2014년 흑자로 전환된 이후 꾸준히 증가하고 있다. 한국콘텐츠진흥원은 2020년 한국의 콘텐츠 산업 수출액이 전년 대비 6.4% 증가한 108억 달러에 이른다고 발표하였고,¹ 한국은행은 2021년 상반기 우리나라 저작권 무역수지 흑자가 역대 최고치를 기록했다고 밝힌 바 있다.²

K-콘텐츠는 케이팝을 필두로 한국 영화, 드라마, 웹툰까지 그 영역을 넓히고 있다. 현대경제연구원 발표 자료에 의하면 BTS의 경제효과는 연평균 5조 5,600억 원에 달하고,³ 블랙핑크, 몬스터엑스, NCT 등 케이팝 그룹이 전 세계적인 인기를 얻고 있다는 것은 이미 널리 알려져 있다. 영상물 분야에서도 '오징어 게임'을 전 세계 1억 4,200만 가구가 시청하여 넷플릭스 역대 최고 기록을 달성했고,⁴ 영화 '기생충'과 '미나리'의 각종 해외 영화제 수상도 한국 영화의 위상을 확인시켜 주었다. 게임 분야에서도 온라인 게임 '배틀그라운드'가 전 세계적인 인기를 끌면서 출시 4일 만에 2,000만 건 내려받기를 기록하면서 165개국 인기 게임 1위로 올라섰고,⁵ 제작사인 크래프톤의 기업가치는 24조 원 수준으로 뛰어 올랐다.

이처럼 K-콘텐츠가 확산세를 보이는 만큼 인기에 무임승차한 불법복제 및 유통 역시 전 세계적으로 증가하고 있다.

1 한국콘텐츠진흥원, 2020년 하반기 및 연간 콘텐츠산업 동향분석보고서.

2 매일경제, “상반기 지체권 무역흑자 역대 최대 8.5억달러”, 2021. 9. 24일자.

3 현대경제연구원, “방탄소년단(BTS)의 경제적 효과”, 현안과 과제, 18-15호, 2018년.

4 중앙선데이, “‘오징어 게임’ 지구촌 1억4200만 가구 흥러, 대중문화사 새로 썼다”, 2021. 10. 30일자.

5 매일경제, “배틀그라운드: 뉴스테이트”, 165개국 인기 게임 1위”, 2021. 11. 15일자.

2. 이슈 및 쟁점사항

해외에 유통되는 K-콘텐츠는 분야와 유형이 다양하다. 드라마 등 방송 콘텐츠, 영화, 웹툰, 음악 등 전 분야 콘텐츠를 망라한다. 유통의 형태도 기기를 이용하거나 링크를 사용하거나 직접 업로드 되는 등 여러 가지 유형이다. 하지만 결국 해외에서의 콘텐츠 유통은 인터넷 환경으로 귀결된다.

가. 방송 콘텐츠 불법 유통

방송 콘텐츠의 불법 유통은 국내 뿐만 아니라 전 세계적으로 이슈가 되고 있는 침해 유형이다. 해외 교민이 국내 방송물을 시청하고 싶어 한다는 수요를 예상한 서비스이다. 과거 교민들은 웹하드 등을 통해 방송물을 다운로드하여 시청하였으나, 이제는 불법 방송물 중계 서비스를 제공하는 사업자를 통해 번거로운 과정 없이 쉽게 국내 방송물을 시청할 수 있다. 반대로 해외 방송물을 국내 이용자들이 보는 것도 가능하다.

◆ 셋톱박스로 볼 수 있는 방송 목록



불법 방송물 중계 서비스를 지원하는 기기(셋톱박스)는 국내외 온라인 쇼핑몰에서 어렵지 않게 구입할 수 있고, 사용법도 그리 어렵지 않다. 이 서비스를 이용하면 국내 모든 방송물과 영화까지도 서비스를 받을 수 있게 되는데, 이러한 형태의 불법 유통이 증가하면 합법적인 VOD 서비스 및 OTT 서비스에도 부정적인 영향을 미치게 되며, 궁극적으로는 국내 영상제작자가 피해를 보게 된다.

나. 웹툰 불법 유통

웹툰 불법 유통 사이트 트래픽은 2020년 약 366억뷰로, 2017년에 비해 약 3.5배 증가하였다⁶. 웹툰 불법복제의 주요 유형으로는 한국어 웹툰 불법복제 사이트, 외국어 망가 불법복제 사이트, 외국어 웹툰 전문 불법복제 사이트 등이 있다. 특히, 해외에 서버를 둔 불법 웹툰 사이트에는 네이버웹툰, 다음웹툰, 레진코믹스 등 공식 플랫폼에 연재 중인 웹툰들이 불법 복제되어 등록되고, 여기에는 유료 웹툰이 포함되어 있기도 하다. 정식 플랫폼에 등록된 후 빠르면 30분내에 노출되는 경우도 발생하고 있으며, 현지어로 무단 번역되어 업로드되기도 한다.

한 웹툰작가는 "한 대형 해외 불법 웹툰 사이트에 올라갔던 작품을 내린 이후 두 달 만에 매출이 2.5배가 오르더라. 비슷한 조치를 취한 다른 작가들도 전부 2배 이상 매출이 뛰었다⁷"라고 해외 불법 유통 사이트에서의 피해 사례를 언급하였다. 웹툰 플랫폼 차원에서도 모니터링과 경고장 송부 등을 통해 대응하고 있지만, 현실적인 어려움이 존재하는 상황이다.

다. 케이팝 지식재산권 침해

음악의 침해 형태로 불법 무료음악 앱 유통과 로블록스 등 새로운 서비스 플랫폼의 침해, 언택트 공연 영상의 침해 등을 볼 수 있다.

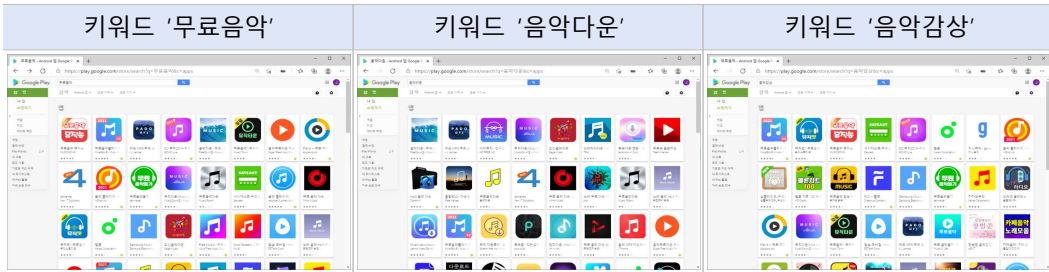
불법 무료음악 앱 사례를 보면, 음악을 무료 다운로드하거나 스트리밍으로 제공하는 모바일 앱이 구글 플레이스토어, 애플 앱스토어 등에서 배포되고 있다. 이러한 앱은 마치 일반적인 서비스처럼 유통되고 있으며, 포털사이트와 앱스토어에서 쉽게 검색하여 찾을 수 있다. 이 서비스들은 주로 유튜브 API를 이용하거나 유튜브 링크를 불러오는 방식으로 음악을 제공한다. 이 앱을 이용하면 음악을 스트리밍으로 이용하는 것은 물론 다운로드도 할 수 있다. 서비스 제공자의 수익모델은 무료로 앱을 제공하는 대신 앱에 광고를 넣어 광고 수익을 올리거나, 광고를 제거한 버전을 유료로 판매하는 것 등이다. 그러나 서비스 제공자인 앱 개발자는 합법적인 음악서비스 사업자와 달리 권리자에게 음악을 이용한

6 한국콘텐츠진흥원, 2021 웹툰 사업체 실태조사 보고서.

7 아이뉴스24, "[불법복제 악몽] ② "외국인 못잡자나!"...韓 웹툰·웹소설 작가 '절규', 2021. 9. 10일자.

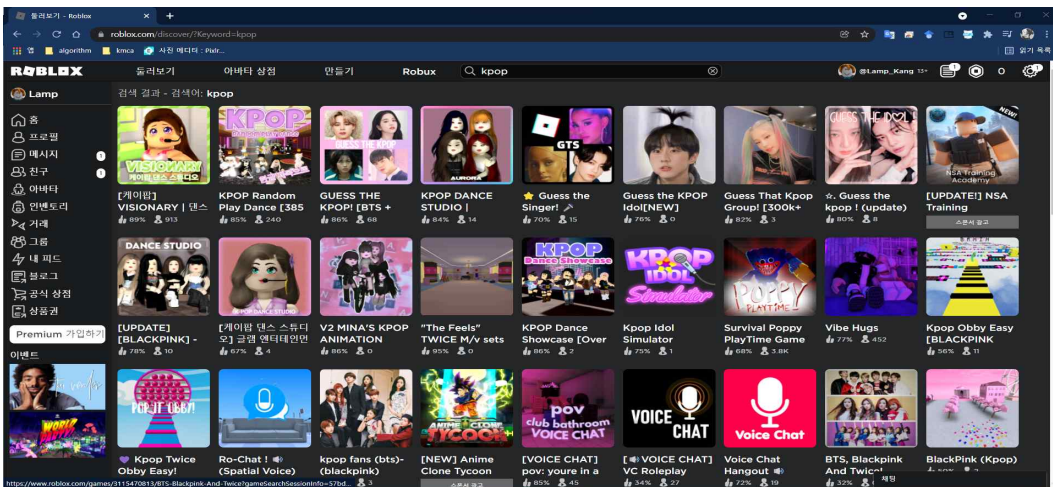
것에 대한 사용료를 지불하지 않는다. 음악 콘텐츠 자체가 복제되어 유통되는 것은 아니지만, 앱과 링크의 방식으로 허락받지 않은 형태로 음악 콘텐츠가 유통되는 형태라고 할 수 있다.

◆ 구글 플레이스토어의 키워드별 검색 결과



또한 로블록스와 같은 메타버스 플랫폼에서의 침해도 이슈가 될 수 있다. 로블록스는 메타버스 환경을 대중화한 대표적인 서비스로 알려져 있는데, 이 서비스에서 '케이팝' 등으로 검색하면 케이팝이 재생되는 게임방(혹은 체험)을 쉽게 찾을 수 있으며, 이곳에서는 케이팝 음악이 재생되는 것은 물론 해당 곡의 안무, 케이팝 가수들의 로고, 사진 등이 무단으로 복제되어 사용되고 있어 저작권, 상표권, 디자인권 등 전방위적인 침해가 발생하고 있다.

◆ 로블록스에서 케이팝 검색 결과 화면



3. 결론

가. 국가적 차원의 저작권 보호 체계 강화

한류 콘텐츠가 해외 시장에 지속적으로 확대되기 위해서는 국가적 차원의 저작권 보호 체계를 강화할 필요가 있다. 콘텐츠로 인해 한국 문화의 위상이 높아지고 이로 인해 발생하는 직·간접적인 국가적 이익을 고려하면, 콘텐츠의 저작권 이슈는 단순하게 사적인 재산적 권리 영역으로 치부할 수 있는 것이 아니다.

해외로 수출되는 콘텐츠의 침해가 발생하면 개인 혹은 단일 기업인 저작권자가 해당 국가에서 법적으로 대응하는 것은 쉽지 않다. 형사적으로는 해외에서 해당 국가 공권력의 도움을 받아서 단속을 한다는 것이 현실적으로 어렵고, 민사적으로도 증거를 채증하고 변호사를 선임하여 법적으로 대응하는 것은 큰 비용과 오랜 기간이 소요되므로 개별 권리자 입장에서는 효율적이지 못한 경우가 많다.

따라서 국가적 차원에서 해당 국가와 협력하고 공조할 수 있도록 시스템을 마련하고, 지속적인 모니터링과 시정 요구 등을 통해 당국의 협조가 이어질 수 있도록 환경 조성에 힘을 기울여야 한다. 해외에서 침해가 발생하면 서버가 해외에 있기 때문에 우리나라의 수사 권한이 미치지 못한다는 한계는 있으나, 시간이 걸리더라도 사례를 축적하는 것이 필요하다.

콘텐츠 업계의 지원을 위해서는 개인이나 중소기업의 침해 대응을 지원하는 방안도 필요하다. 한류 콘텐츠 저작권 보호 전담기관인 한국저작권보호원의 해외 저작권 소송비용 지원 등 해외 진출 저작권 기업을 대상으로 한 지원사업을 강화하여 해외에서의 보호 기반 확충하는 것도 대응 방안이 될 것이다.

나. 단속 영역과 합법 전환 영역의 구분 필요

영상, 웹툰 등 영상·애니메이션 콘텐츠는 일회성으로 소비되는 경향이 높다는 특성상 한번 유출되면 피해를 회복하기 어렵다. 따라서 이러한 콘텐츠는 불법 복제물이 유출되지 않도록 사전에 예방하는 것이 필요하고, 한번 유출되었다면

확산을 막기 위해 최대한 빠르게 삭제하거나 접근을 막는 등 신속한 대응이 무엇보다 중요하다. 또한 콘텐츠 자체의 유출도 있으나 링크를 이용하여 유통되는 사례들이 다양한 형태로 나타나고 있으므로, 악의적으로 제공되는 링크 서비스에 대한 적절한 대응도 필요하다.

이에 비해 음악 등 반복적으로 소비되는 콘텐츠는 무조건 삭제하고 차단하는 것보다 권리가 공정한 보상을 받아 합법적 영역으로 전화될 수 있도록 사용자와 권리자 간 협상을 유도하고 지원하는 것이 합리적이다. 특히 음악 콘텐츠는 최종사용자(end-user)의 불법 유통이 음원서비스의 발전과 스트리밍 서비스의 확대 등으로 인해 타 콘텐츠 시장에 비하여 큰 문제가 되지 않고 있으므로, 타 분야 플랫폼에서 불법으로 재생되거나 영상 등에 무단으로 사용되는 등 직접사용자와 유통사 간의 관계에서 접근하는 것이 효율적일 수 있다.

다. 국가별 제도와 상황에 맞는 맞춤형 보호 전략 수립

콘텐츠 침해에 대한 대응은 국가별 제도와 상황에 따라 유연하게 대응해야 한다. 콘텐츠 수출 전과 수출 후 유의할 사항과 대응 방안, 침해가 발생했을 때 어떤 결과를 원하는지에 따라 상황별 대응 방안이 달라질 것이다.

예를 들어, 중국에서 저작권 보호를 받기 위해 국내 기업이 콘텐츠를 수출하기 전 '저작권 인증'과 '저작권 등록' 제도를 활용하도록 사전에 안내할 필요가 있고, 미등록으로 인해 저작권 침해에 대응하지 못하여 불이익을 받거나 혹은 선점당하여 거꾸로 소송에 휘말리는 일이 없도록 홍보하는 것이 예방 차원에서 도움이 될 수 있다. 그리고 불법 유통되는 콘텐츠를 발견한 경우는 한국저작권보호원에 요청하여 중국 당국에 불법 콘텐츠 삭제와 차단을 요청하는 등 실질적인 대응 방안을 안내하는 것도 필요하다.

라. 콘텐츠 지식재산권으로 확대된 보호 방안 마련

K-콘텐츠는 저작권에 국한되지 않고 상표, 디자인 등 포괄적인 지식재산권 침해 문제로 발생하는 사례가 증가하고 있다. 음악의 경우 케이팝 지식재산권은

가장 기본적이라고 할 수 있는 음원의 저작권 문제를 넘어, 아이돌 그룹의 상표의 침해와 상품(Goods)에 사용된 디자인권의 침해 및 퍼블리시티권 침해까지 폭넓게 나타난다. '오징어 게임' 사례에서도 영상저작물의 침해에 그치는 것이 아니라 영상물의 로고와 의상의 컨셉 등이 전 세계적으로 확산되어 사용된 바가 있다. 그러므로 저작권의 문제만으로 국한하여 대응할 것이 아니라 지식재산권 전반적인 문제로 다뤄질 수 있도록 불법 콘텐츠 침해 대응의 컨트롤 타워를 마련하고, 부처별로 흩어져 있는 해외 사업장을 통합하여 각 국가에 대한 대응도 함께 추진할 수 있도록 해야 한다.

5

인공지능 창작물의 저작권 보호 이슈

이대희 [고려대학교 법학전문대학원 교수]

1. 서론
2. 저작자 및 저작권
 - 가. 저작물
 - 나. 저작자
 - 다. 저작권
3. 저작권에 의한 보호
4. 결론



1. 서론

인공지능(AI)과 관련되는 저작권 쟁점은 대체로 2가지로 나누어 볼 수 있는데, 첫째, 인공지능을 훈련시키기 위한 데이터가 저작권에 의하여 보호되는 경우, 인공지능을 발전시키고 권리자를 보호하기 위한 쟁점이다. 이에 대해서는 최근 발의된 저작권법 전부 개정안(도종환 의원 대표 발의, 의안번호 7440, 2021.1.15.)이 컴퓨터를 이용한 자동화 분석기술을 통해 다수의 저작물을 포함한 대량의 정보를 분석(규칙, 구조, 경향, 상관관계 등의 정보를 추출하는 것)하여 추가적인 정보 또는 가치를 생성하기 위한 것으로 저작물에 표현된 사상이나 감정을 향유하지 않는 경우에는 필요한 한도 내에서 저작물을 복제·전송할 수 있도록 함으로써(안 §43) 돌파구를 마련하고 있다. 둘째, 인공지능이 창작한 저작물의 보호에 관한 쟁점이다. 이 쟁점은 인공지능 창작물이 저작물이 되는가, 저작물이라면 저작자는 누구인가, 저작권으로 보호한다면 어떻게, 얼마만큼 보호하고, 인공지능 창작물에 대한 침해는 어떻게 할 것인가 등의 문제를 포함한다.

현재의 인공지능은 '약한 형태의 것(weak AI)'이지만, 인공지능이 활용되는 우리 일상생활의 분야는 점점 확대되고 있으며, '강한 형태의 인공지능(strong AI)'도 2030년대 중반에 실현될 것으로 예측되고 있다.¹ 인공지능 창작물의 저작권 보호에 관한 문제는 강한 인공지능에 관한 것으로서, 사람이 인공지능을 이용하거나 인공지능의 도움을 받아 창작한 저작물은 사실상 현재의 저작권법에 의하여 동일하게 규율할 수 있다. 그러나 강한 인공지능 모델에 의하여 창작된 저작물을 어떻게 할 것인가는 저작권 제도의 근간을 흔들 수 있는 문제이다.

저작권 제도는 인간의 창의성에 바탕하여 창의성이 표현된 것을 존중하고 보상하고, 창의성을 표현하도록 장려하는 제도이다. 인공지능 창작물의 보호에 관한 문제는 이러한 저작권 제도의 핵심과 관계되는 것으로서, 만약 AI 저작물을 저작권으로 보호하지 않는다면 저작권은 기계보다는 인간이 창작한 것을 장려하고 선호하는 것이 된다. 만약 AI 창작물을 저작권으로 보호하지 않는다면 저

1 인공지능은 ①특정 과제를 수행하도록 디자인·훈련된 약한 인공지능(weak AI, specialized(narrow) intelligence, ANI)과 ②익숙하지 않은 과제가 주어지는 경우에도 해결책을 충분히 찾을 수 있을 정도의 지능을 지는 강한 인공지능(strong AI, artificial general intelligence, AGI)으로 분류된다.

작권 제도는 기계와 인간의 창작성을 동일하게 평가하고 인공지능에 의하여 훨씬 더 많이 창작되는 저작물을 이용하고자 하는 소비자를 우선시하는 제도가 된다.²

인공지능 창작물에 대해서는 보호할 것인가 여부, 보호한다면 현재의 저작권법 체제로 보호하는가, 아니면 저작권과는 별도의(sui generis) 제도에 의하여 보호할 것인가, 보호할 경우 어떠한 기준으로 보호할 것인가 등 다양한 쟁점이 존재한다.

2. 저작자 및 저작권

가. 저작물

인공지능 창작물의 저작자·저작물성 결정에 관한 쟁점은 과연 인공지능 창작물을 저작물로 인정할 것인가, 인정한다면 누구를 저작자로 할 것인가 여부이다. 이에 대해서는 대체로 ①저작물성 부인하거나, ②저작물성 인정, ③저작인접권에 의한 보호, ④독립된(sui generis) 보호 등으로 분류할 수 있다. 인공지능 창작물에 대하여 저작물성을 인정하거나 인공지능을 저작자로 인정하더라도 편집저작물 내지 공동저작물이 된다면, 창작물은 공유이지만 창작물의 배포에 대해서는 일종의 저작인접권을 부여하여야 한다는 등 매우 다양한 의견이 제시된다.

인공지능 창작물은 저작권법상 저작물이 될 수 없다. 저작권법은 저작물을 인간의 사상 또는 감정을 표현한 창작물로 정의하고, 저작자는 저작물을 창작한 자로 정의하고 있다(저§2). 법원도 저작물을 문학·학술 또는 예술과 같은 문화의 영역에서 '사람'의 정신적 노력에 의하여 얻어진 아이디어나 사상 또는 감정의 창작적 표현물로 정의하고 있다.³ 따라서 한국의 저작권법에 의하면 인공지능 창작물은 저작물이 될 수 없다. 동물(침팬지)의 저작자 지위를 부인한 미국법원⁴

² WIPO Secretariat, The WIPO Conversation on Intellectual Property and Artificial Intelligence (Second Session, Nov. 4, 2020).

³ 예컨대 대법원 1999. 10. 22 선고 98도112 판결.

과 저작물이 인간에 의하여 창작될 것을 요구하는 미국 저작권사무국(Copyright Office)의 매뉴얼(Compendium)을 고려하면, 미국도 인공지능에 의한 저작물에 대한 저작물성을 인정할 수 없다.⁵⁶

영국, 인도, 뉴질랜드, 아일랜드, 홍콩, 남아프리카공화국 등 몇몇 국가에서 프로그래머에게 저작자의 지위를 인정하는 입장으로, 이러한 입장은 인공지능 창작 저작물에 대하여 저작권으로 보호할 가능성을 인정하는 것이라 할 수 있다. 영국의 CDPA(Copyright, Designs and Patents Act)는 컴퓨터로 작성된 어문 저작물 등의 경우, 저작물 창작을 위하여 필요한 조정(arrangement)을 한 자, 주로 프로그래머(programmer)를 저작자로 하고 있고($\S 9$),⁷ 저작자로서 인간을 요구하는 것에 대한 예외로서, 창작이 기계에 의하여 이루어지는 것을 인정하고 있다($\S 178$).⁸ 이러한 입장은 저작자가 모두 인간이어야 한다는 요건에 대한 예외로서, 창의적인 불꽃(creative spark)이 기계에 의하여 이루어지더라도, 저작물을 작성할 수 있는 프로그램을 제작한 자를 저작자로 인정하는 것이다.

인공지능 저작물이 저작물이 되는지에 대한 여부는 법적 보호 여부와 관계된다. 인공지능 저작물을 저작권이 아니라 저작권 이외의 제도에 의하여 보호하는 것도 가능하다. 어떠한 제도에 의하는가에 관계없이, 인공지능 저작물을 보호하지 않는다면, 인공지능 저작물은 마치 인간이 창작한 저작물이라고 속여서 보호 받고자 할 것이다. 그렇다고 인공지능 저작물을 현재의 저작권으로 보호한다면, 인간이 인공지능과 경쟁할 수 있는 저작물을 창작하기는 어려워질 것이다.

4 Naruto라는 이름이 붙여진 침팬지가 사진사의 가방에서 카메라를 꺼내 자신을 찍은 사진에 대하여 미국 법원은 저작물성을 부인하였다. *Naruto v. Slater*, No. 16-15469 (9th Cir. 2018).

5 미국 저작권국의 매뉴얼은 저작물이 인간에 의하여 창작된 경우에 그 저작물을 등록해 준다면, 저작권법은 '마음에 존재하는 창의적 힘(creative powers of the mind)'에 바탕하는 '지적 노동의 산물(fruits of intellectual labor)'을 보호한다는 것, 저작권법은 '저작자의 독창적인 지적 창안(original intellectual conceptions of the author)'에 한정한다고 규정하고 있고($\S 306$), 인간 저작자의 창의적인 입력이나 관여없이 무작위 또는 자동적으로 작동하는 기계나 기계적인 과정에 의하여 생산되는 저작물은 등록해주시 않는다는 것($\S 313.2$), 자연, 동물, 식물에 의하여 생산되거나 신성하거나 초자연적인 존재에 의하여 창작된 것으로 여겨지는 저작물은 등록해주시 않는다는 것 등을 규정하고 있다($\S 313.2$).

6 유럽사법재판소(CJEU)는 유럽연합의 2001년 저작권지침이 "독창적인(original) 대상이 저작자 자신의 지적 창작(intellectual creation)인 의미에서의 대상에 대해서만 적용된다"고 판시하였는데[Case C-5/08, *Infopaq Int'l A/S v. Danske Dagblades Forening* (19 July 2009) ECR I-6569], 이러한 입장에 의하더라도 인공지능 저작물에 대해서는 저작물성은 부인된다.

7 $\S 9$ (3) 컴퓨터로 작성된(computer-generated) 어문, 드라마, 음악, 예술저작물의 경우, 저작자는 저작물 창작을 위하여 필요한 조정을 한 자에게 귀속된다.

8 $\S 178$... 저작물과 관련하여 "컴퓨터로 작성된(computer-generated)"은 저작물이 인간 저작자가 없는 상황에서 컴퓨터에 의하여 작성되었다는 것을 의미한다.

나. 저작자

인공지능 창작물의 저작자로는 사람과 AI 자체를 고려할 수 있다. 저작물을 창의성이나 지적인 창작을 요구하는 정신적인 과정에 의한 것이라고 한다면, AI 저작자는 고려하기 어렵다. 그러나 아이디어를 생성하는 것이 가능하다고 알려져 있는 신경정신망(ANN)에 의한 인공지능을 고려하면 이러한 전제를 고집하기 어려워질 수 있다.

인공지능이 저작물을 창작하기 위해서는 데이터를 수집·저장하고 AI 알고리즘을 개발하는 등의 역할을 하는 데이터 제공자, AI 모델·알고리즘 설계자, 소프트웨어 개발자, AI 모델 이용자 등 여러 주체가 관여한다. 이들이 공동저작자가 될 수도 있고, 창작된 저작물이 업무상 저작물의 요건을 충족하였다면 업무상 저작물이 될 수도 있다. 인공지능에 의한 저작물 창작은 단순히 컴퓨터프로그램을 구동하여 데이터베이스를 활용하는 것에 의하여 이루어지는 것을 의미하는 것은 아니다. 컴퓨터 알고리즘에 의하여 일정한 지능을 획득해 가게 되고 이러한 지능에 의하여 저작물이 창작된다. 컴퓨터 알고리즘 및 데이터베이스를 인간이 제작했다고 하더라도 인공지능에 의한 저작물이 과연 인간에 의한 사상이나 감정을 표현한 것인지는 모호할 수밖에 없다.

인공지능 창작물에 대해서는 업무상저작물에 비유하여 인공지능의 소유자가 저작자가 되는 것을 고려할 수 있다. 그러나 인공지능이 소유자와 고용계약을 맺을 수 있는 종업원이 될 수 없으므로 업무상저작물의 논리가 적용되기 어렵다.

AI 자체도 저작자로 고려할 수 있는데, AI 자체가 될 수 있는가, 또는 저작자가 되어야 하는가 문제는 저작권 정책목표(copyright policy)와 관련된다. 저작자에게 배타적인 권리를 부여하여 저작물 창작을 위한 인센티브를 제공하고, 저작물 창작에 의하여 사회에는 그만큼 저작물이 공급되어 제2, 3의 창작이 이루어짐으로써 사회적으로 문화향상을 발전을 이룩하는 것이 저작권 제도가 추구하는 정책목표이다. AI 저작자 지위 인정 여부가 저작권 정책목표에 어떻게 영향을 미칠 것인가 여부는 현재로서는 확정하기 어렵다고 할 수 있다.

다. 저작권

만약 AI의 저작자 지위를 인정한다면 저작권자를 누구로 할 것인가에 대한 문제가 발생한다. AI가 저작권자가 되거나, 인간을 저작권자로 하는 방법이 있을 수 있다. 인간을 저작권자로 하는 경우, 사람이 어떠한 근거로 저작권을 가지게 되는지 역시 문제가 된다. 인간이 권리능력이 인정되지 않는 AI로부터 저작권을 양도받는 것은 불가능하다. 원물인 AI를 소유하는 인간이 과실을 취득하는 것을 고려할 수도 있지만, AI 창작물을 AI의 과실이라고 할 수 있는가에 대한 문제가 발생한다.

AI가 저작권자가 되기 위해서는 법인격 인정에 의하여 권리(책임)능력을 가질 것을 전제로 한다. 법인격 인정 여부는 정책적인 문제로서 단순히 저작권 영역에서만 결정될 문제가 아니라 법률 전반, 그리고 사회·윤리적인 사항까지 고려할 필요성이 있는 쟁점이다. 또한 AI에게 권리능력을 인정하는 경우 책임은 어떻게 부담시킬 것인지 문제 될 수밖에 없다. 책임이 수반되지 않는 권리는 존재할 수 없다. 예컨대 AI에게 저작권을 인정하는 경우 이용 허락을 어떻게 할 것인지, 저작권이 침해되었을 경우 소송을 제기하는 것은 어떻게 할 것인지 문제가 발생한다.

3. 저작권에 의한 보호

인공지능 창작물을 저작권으로 보호하더라도 그 보호의 정도는 인간의 창작물보다 낮아야 된다는 것이 일치된 견해인 것으로 보인다.

첫째, 인공지능 저작물에 대해서는 등록 등 일정한 방식요건을 충족한 경우에 한정하여 보호하는 것을 고려할 수 있다.⁹ 그러나 이러한 등록요건을 이행하기 위해서는 인간의 창작물과 AI 창작물을 구별하는 것이 전제되어야 하는데, 이러한 구별이 매우 어렵다는 것이 문제이다. 인간이 인공지능 창작물을 마치 자신이 창작한 것처럼 하여 아무런 행동을 하지 않아도 저작권으로 보호되므로, 인

9 손승우, 인공지능 창작물의 저작권 보호, 정보법학 제20권 제3호 (2017) 102.

공지능 창작물을 굳이 등록하고자 하지 않을 것이다. 또한, 등록을 할 경우 방식 심사가 아니라 실체심사까지 함께 이루어져야 할 것이다.

둘째, 인공지능 창작물은 인간의 창작물에 비하여 배타적인 권리의 정도가 낮고, 저작권 침해에 대한 예외·제한의 범위가 보다 광범위하여야 할 것이다. 예컨대 저작권 존속기간을 인간 창작물이나 업무상 저작물보다 단기간으로 하거나, 저작권 예외·제한의 범위를 확대하여 배타적인 권리의 강도를 낮추는 것을 고려할 수 있을 것이다.

셋째, 저작권 침해의 기준에 있어서 인공지능 창작물에 대해서는 현재의 실질적 유사성(substantial similarity)보다 훨씬 더 높은 기준에 의하여 침해가 인정되어야 할 것이다. 왜냐하면 유사한 학습자료에 의하여 훈련받은 인공지능은 유사한 저작물을 창작할 가능성이 매우 높을 것이다. 저작물을 창작한 주체는 인공지능이므로 의거와 같은 주관적 요건은 요구되지 않을 것이다.

4. 결론

인공지능 창작물의 보호 쟁점은 저작권 정책목표 뿐만 아니라 저작권법을 비롯한 여러 법률, 그리고 윤리 등 여러 사회규범과도 관계되는 것으로서 간단하게 해결하기 어려운 문제이다. 현재의 저작권법에 의하면 강한 인공지능(strong AI)에 의한 창작물의 창작자로서 인간이 아닌 AI 자체를 인정할 수 없다. 인간의 능력을 초월하는 수준의 인공지능(강한 인공지능, strong AI)이 만든 창작물을 현행 저작권법의 잣대로 저작자를 결정하거나 보호를 논의하는 것 자체가 무의미할 것이고, 현행 저작권법상의 판단기준이 아니라 새로운 법원리가 요구된다고 할 수 있다. 인공지능 창작물의 저작물성이나 저작자 결정 등에 대한 문제는 한국에 국한한 문제가 아니므로 당분간 이에 대한 국제적인 논의나 입법의 추이를 지켜본 후 입법하는 것이 타당할 것으로 보인다.

6 1인 미디어와 저작권 문제

문진구 [법무법인 세종 변호사]

1. 1인 미디어 시대
2. 창작 소재의 선택과 이용
 - 가. 저작물의 이용허락
 - 나. 저작재산권의 제한 – 공정이용
3. 1인 미디어 저작물의 이용
4. 저작권 침해에 대한 대응



1. 1인 미디어 시대

1인 미디어의 시대라고 해도 과언이 아닐 정도로 1인 미디어는 급성장하고 있다. 1인 미디어가 무엇인지 명확하게 정의하기는 쉽지 않은데, 가장 넓게는 '개인이 직접 콘텐츠를 생산하여 유통하는 것 또는 그 생산 및 유통의 시스템'이라고 정의할 수 있을 것이다. 대표적인 1인 미디어 플랫폼에는 유튜브, 아프리카 TV, 트위치, 인스타그램, 틱톡 등이 있다.¹

1인 미디어에 있어 가장 기본이 되는 두 주체는 1인 미디어 창작자와 플랫폼이다. 그런데 '1인 미디어'라고 해서 말 그대로 한 사람이 창작의 전 과정을 수행하는 경우만 있는 것은 아니다. 여러 사람이 창작에 관여하는 경우가 점차 늘어나고 있는데, 특히 많은 유튜브 채널은 일정한 규모를 갖춘 제작사, 방송사, 언론사와 유사하게 운영되고 있다. 1인 미디어는 한 사람이 스마트폰으로 촬영, 편집 등을 하여 창작하는 경우부터 법인을 설립하고 여러 사람의 협업을 통해 창작하는 경우까지 그 형태가 매우 다양하다.

한편, 1인 미디어 분야에서 창작자와 플랫폼 외의 주요한 주체로 멀티 채널 네트워크(Multi Channel Network; MCN)가 있다. MCN은 간단히 말해 1인 미디어 창작자의 기획사라고 할 수 있는데, 1인 미디어 창작자의 창작활동, 홍보활동 등을 지원하고, 1인 미디어 창작자의 수익 일부를 수수료로 받는다.² 대표적인 MCN으로는 샌드박스네트워크, 다이아TV, 트레저헌터 등이 있다.

1인 미디어가 등장한 후 초창기에는 1인 미디어 창작자가 창작의 소재를 선택하고 이용하는 과정에서 발생하는 저작권 침해 등의 문제가 주된 논의의 대상이었다. 그러나 1인 미디어가 성장하고 그 형태도 다양해지면서 1인 미디어 콘텐츠의 이용과 그 이용과정에서 발생하는 저작권 침해 등의 문제 또한 중요한 논의의 대상이 되고 있다.

1 V라이브의 경우 스타만이 방송을 할 수 있다는 점에서 다른 플랫폼과는 성격이 다르지만 넓게는 1인 미디어 플랫폼이라고 할 수 있다.

2 참고로, 1인 미디어 창작자가 MCN에 소속되어 있다고 하더라도 창작된 저작물이 MCN의 업무상 저작물이 되는 경우는 거의 없을 것이다.

2. 창작 소재의 선택과 이용

가. 저작물의 이용허락

1인 미디어는 트렌드를 반영하고 트렌드의 변화에 발빠르게 반응하는 것이 생명이다. 그러므로 1인 미디어 창작자는 트렌드를 상징하는 이미지, 음악, 영상, 글 등의 기존 콘텐츠를 적극적으로 활용하기를 원한다. 1인 미디어 콘텐츠의 창작에 있어 저작권의 보호를 받는 저작물을 무단으로 이용하지 않는 것은 과거나 지금이나 매우 중요하지만, 1인 미디어 산업이 성장하고 1인 미디어 콘텐츠의 가치가 상승하면서 그 중요성은 더욱 커지고 있다.

창작의 소재 중에는 아이디어, 컨셉, 사실 등과 같이 저작물이 아닌 것도 있고,³ 저작물이더라도 보호기간이 경과한 저작물이나(저작권법 제39조 내지 제44조), 보호를 받지 못하는 저작물도 있다(저작권법 제7조). 1인 미디어 창작자는 이러한 소재들을 자유롭게 이용할 수 있다.

저작물을 이용하려면 원칙적으로 저작권자의 이용허락이 있어야 한다(저작권법 제46조). 저작권자를 찾아서 협상을 거쳐 이용허락을 받는 것이 기본적인 방식이지만 시간과 비용 등을 고려할 때 1인 미디어 창작자가 이러한 방식을 택하는 것은 쉬운 일이 아니다. 1인 미디어 창작자에게는 CCL(Creative Common License) 등 사전에 이용이 허락된 저작물을 이용하는 것이 하나의 좋은 대안이 될 수 있다.

1인 미디어 플랫폼 입장에서는 양질의 콘텐츠가 지속적으로 창작되는 시스템을 마련하는 것이 무엇보다도 중요한데, 양질의 콘텐츠가 창작되기 위해서는 창작자가 기존의 저작물을 쉽게 이용할 수 있어야 한다. 아프리카TV가 한국프로야구나 프랑스 축구 리그양의 중계권을 획득하는 것, 유튜브가 음악저작물의 저작권자, 저작인접권자로부터 이용권을 확보하는 것은 모두 1인 미디어 창작자가 기존의 저작물을 쉽게 이용할 수 있도록 하기 위한 플랫폼의 투자라고 할 수

³ 예를 들어, 다른 사람이 개발하여 공개한 레시피를 이용해 요리 콘텐츠를 만들었다고 하더라도 저작권 침해는 성립하지 않는다. 다만, 경우에 따라서는 부정경쟁행위가 성립할 수도 있고, 전문가로서의 양심에 반한다는 등의 비판도 받을 수 있다.

있다.

나. 저작재산권의 제한 - 공정이용

창작자에게 저작권이라는 독점적인 권리를 부여하는 것은 창작활동을 유인하기 위해서다. 그런데 독점적인 권리를 예외 없이 보장하면 저작물의 이용이나 다른 창작자의 창작활동이 과도하게 제한될 수 있다. 저작권 제도는 궁극적으로 문화의 발전에 이바지하기 위한 것인데, 오히려 문화 발전을 저해할 우려가 있는 것이다. 이러한 이유로 저작권법은 제23조에서 제35조의 4, 제101조의 3에서 제101조의 5까지 일정한 경우에 저작재산권을 제한하는, 다시 말해 저작권자로부터 이용허락을 받지 않아도 저작물을 사용할 수 있는 예외 조항을 두고 있다. 1인 미디어와 관련해서는 '공표된 저작물의 인용'(저작권법 제28조), '부수적 복제'(저작권법 제35조의 3)가 가장 관련이 깊다.

그런데 사회의 변화 속도가 빨라지고, 그에 따라 저작물의 이용 형태도 매우 다양해지면서 저작재산권의 제한 사유를 개별적으로 열거한 조항만으로는 충분하지 않다는 지적이 나오게 되었다. 1인 미디어의 등장도 새롭게 출현한 저작물의 이용 형태라고 볼 수 있다. 포괄적인 저작재산권 제한 조항인 저작권법 제35조의 5 '저작물의 공정한 이용'은 이러한 배경 아래 도입되었다.

저작권법 제35조의 5는 '저작물의 통상적인 이용 방법과 충돌하지 아니하고 저작자의 정당한 이익을 부당하게 해치지 아니하는 경우에 저작물을 이용할 수 있다'라고 규정하고, 이를 판단할 때 고려하여야 할 요소로서 ①이용의 목적 및 성격, ②저작물의 종류 및 용도, ③이용된 부분이 저작물 전체에서 차지하는 비중과 그 중요성, ④저작물의 이용이 그 저작물의 현재 시장 또는 가치나 잠재적인 시장 또는 가치에 미치는 영향을 들고 있다.⁴ 공정이용인지 여부는 네 가지 요소를 종합적으로 고려하여 판단을 한다. 어느 한 요소에서 불리하다고 곧바로 공정이용이 부정되지 않고, 어느 한 요소에서 유리하다고 곧바로 공정이용이 인정되지도 않는다.

4 저작권법 제35조의 5는 미국 저작권법 제107조 'Fair Use'와 매우 유사한 조항이다.

1인 미디어 창작자의 입장에서 공정이용과 관련하여 아래의 사항을 고려할 필요가 있다.

첫째, 이용하려는 저작물의 목적 및 성격이 이용하여 만들 저작물의 목적 및 성격 비교하여 서로 다른 것인지, 다르다면 얼마나 다른지를 객관적으로 판단해 보는 것이다.

둘째, 공정이용에 해당할 가능성이 있다고 판단하더라도 저작권자에게 이용허락을 요청하는 것은 여전히 의미가 있다는 점이다. 이용의 대가에 관하여 합의가 이루어져 이용허락을 얻는다면 분쟁의 위험 없이 저작물을 이용할 수 있다. 설령 저작권자의 거부 등으로 이용허락에 관한 합의가 되지 않더라도 저작권자에게 이용허락을 요청한 사실이 공정이용 인정에 있어 반드시 불리하게 작용하지는 않는다.

셋째, 이용하려는 저작물의 어느 부분이 필요한 것인지 살펴볼 필요가 있다. 창작하고 있는 저작물에 반드시 필요하지 않은 부분이 포함되어 있는 것은 아닌지, 저작권 침해의 위험이 없는 다른 저작물로 대체할 수 있는 부분은 없는지 등을 따져보는 것이 필요하다.

넷째, 이용하려는 저작물이 현재 유통되고 있는 시장을 파악할 필요가 있다. 아울러 이용하려는 저작물의 저작권자가 향후 어느 시장이 진입하려고 하는지를 살펴보는 것도 필요하다. 현재 시장 및 잠재적 시장이 아닌 시장을 찾는다면 공정이용 인정에 유리하게 작용할 것이다.

첫 번째 고려요소인 '이용의 목적 및 성격'과 관련해서는 대표적인 사례를 통해 좀 더 살펴볼 필요가 있다. 'Oh, Pretty Woman'은 리처드 기어와 줄리아 로버츠 주연의 영화 '귀여운 여인'의 주제곡으로 잘 알려져 있다. 이 곡은 Roy Orbison과 William Dees가 작곡, 작사한 곡인데, 그 저작재산권은 Acuff-rose Music이라는 음반사가 보유하고 있었다. 그런데 2 LIVE CREW라는 힙합 그룹이 이 곡의 가사 등을 변형한 랩 버전 곡을 만들기로 계획하고 음반사에 곡에 대한 이용 허락을 구했지만, 가사가 맘에 들지 않았던 음반사는 이를 거절하였다. 그

러나 이러한 거절에도 불구하고 2 LIVE CREW는 계획대로 랩 버전 곡을 만들어 음반을 발매하였다. 그러자 음반사는 2 LIVE CREW를 상대로 저작권 침해 소송을 제기하였다.

미국 연방 대법원은 공정이용 항변을 받아들여 저작권 침해를 부정하였다. 미국 연방 대법원은 '이용의 목적 및 성격'과 관련하여 그 이용이 단순히 이용된 저작물을 대체하는 것이 아니라 다른 목적이거나 다른 성격으로 이용된 저작물을 변경하였는지, 즉 '변형적 이용'인지가 중요하다고 판단하면서, 단순히 상업적 성격을 가지는지, 비상업적 성격을 가지는지는 절대적인 고려요소가 아니라고 보았다.⁵

우리나라에서 1인 미디어와 저작재산권 제한이 문제된 사례는 손담비의 '미쳤어' 사건이다. 어느 블로거가 5살 딸이 춤을 추며 손담비의 '미쳤어' 노래를 부르는 영상을 촬영하여 자신의 네이버 블로그에 게재하였다. 그런데 한국음악저작권협회가 네이버 측에 복제, 전송의 중단 요구를 하였고, 네이버는 임시조치 후 이를 블로거에게 통지하였다. 통지를 받은 블로거는 네이버에 이의를 하였지만, 네이버는 정당한 이용권한을 증명하지 못하였다는 이유로 영상의 재게재를 거부하였다. 이에 블로거가 한국음악저작권협회를 상대로 저작권 침해 부존재 확인 청구를 하였다.

이 사건 당시에는 공정이용 조항이 신설되기 전이었던 관계로 저작권법 제28조의 '공표된 저작물의 인용'에 해당하는지가 주된 쟁점이 되었고, 서울고등법원은 '공표된 저작물의 인용'에 해당한다고 보아 저작권 침해를 부정하여 블로거의 손을 들어주었다. 결론의 타당성과는 별론으로 이 사건에서의 저작물 이용행위가 '인용'에 해당한다고 볼 수 있는지에 대해서는 논란이 있었다. 공정이용 조항이 도입된 지금 시점에 유사한 사건이 발생한다면 공정이용에 해당하는지가 주된 쟁점이 될 것이다. 서울고등법원 판결을 보면, 해당 영상이 '미쳤어'가 주는 감흥을 그대로 전달한다거나 '미쳤어'에 대한 시장의 수요를 대체한다거나 또는 '미쳤어'의 가치를 훼손한다고 보기 어렵다는 판단을 하였는데, 이는 공정이용 판단의 네 가지 고려 요소 중 첫 번째, 네 번째 요소와 관련이 있다.⁶

5 Campbell v. Acuff-Rose music, Inc., 510 U.S. 569 (1994)

6 서울고등법원 2010. 10. 11. 선고 2010나35260 판결.

3. 1인 미디어 저작물의 이용

1인 미디어 출현 이후 지금까지는 주로 1인 미디어 창작자가 기존의 저작물을 이용하는 부분의 법적 문제에 관하여 논의가 이루어졌다. 그런데 1인 미디어 산업이 급성장하고 1인 미디어 콘텐츠의 수준이 상승하면서 1인 미디어 콘텐츠를 이용하는 부분의 법적 문제에 대한 관심도 높아지고 있다.

방송 등에 1인 미디어 콘텐츠를 '자료화면'으로 인용하는 경우는 쉽게 찾을 수 있다. 최근 유튜브 채널 '삼프로TV'(구독자 184만 명)의 대선 특집 '삼프로가 묻고 정책이 답하다'가 크게 화제가 되었고, 여러 방송 등에서 해당 유튜브 영상의 클립을 이용하였다.

1인 미디어 콘텐츠를 케이블TV에서 방송하거나 OTT에서 전송하는 경우도 종종 있다. 유튜브 채널 '에그박사'(구독자 43.3만 명)의 콘텐츠는 어린이 채널 '니켈로디언(nickelodeon)'에서 방송되고 있고, 최근 넷플릭스에서도 서비스가 시작되었다.

1인 미디어 콘텐츠를 기초로 새로운 저작물을 제작하는 경우도 점차 늘어나고 있다. 소설을 영화로 만들거나, 웹툰을 드라마로 만드는 것과 마찬가지로 1인 미디어 콘텐츠가 원작이 되어 다양한 장르와 형태의 콘텐츠로 재탄생하는 원소스 멀티 유즈(One Source Multi Use)가 확산되고 있는 것이다. 팟캐스트 '김생민의 영수증'이 KBS의 '국민영수증' 프로그램으로 제작된 것, 앞서 언급한 '에그박사' 콘텐츠가 만화책 시리즈로 출간된 것 등이 그 사례이다.

1인 미디어 창작자의 수익은 통상 1인 미디어 소비자로부터 발생하는 수익(대표적으로, 아프리카TV의 '별풍선'), 플랫폼 안에서의 광고 수익(대표적으로, 유튜브의 '애드센스'), 플랫폼 밖에서의 광고 수익(대표적으로, 협찬 광고) 등으로 나뉘는데, 이들 수익과는 다른 새로운 수익의 기회가 열렸다고 볼 수 있다.

1인 미디어 창작자가 이러한 새로운 수익의 기회를 실현하려면 저작물을 이용하고자 하는 자와 계약을 맺어야 한다.⁷ 1인 미디어 창작자는 저작권재산권의 전

7 물론 '공정이용' 등의 저작권재산권 제한 사유에 해당하여 이용허락 없이도 1인 미디어 콘텐츠를 사용할 수 있는 경우도 있을 것이다.

부 또는 일부를 양도할 수도 있고(저작권법 제45조), 저작물의 이용을 허락할 수도 있다(저작권법 제46조). 양도 또는 이용허락 계약에 있어서 1인 미디어 저작물이라고 하여 다른 저작물과 특별히 다른 부분은 없다. 다만, 1인 미디어 창작자는 계약 상대방에 비하여 상대적으로 저작권 관련 지식이나 경험이 부족하고, 충분한 법적 조력을 받기 여의치 않을 수 있어 자칫 불공정한 계약을 맺을 위험이 있다. 특히, 헐값에 저작재산권을 양도한다거나, 이용허락을 하면서 모든 2차적 저작물의 작성을 허락한다거나 하는 등의 문제가 발생할 수 있다.

한편, 1인 미디어 저작물이 다른 1인 미디어의 창작의 소재가 되는 경우도 무척 많은데, 이러한 이용 방식은 1인 미디어의 주된 성장 동력이기도 하다. 리액션 영상을 예를 들어보자. 리액션 영상은 1인 미디어 분야에서 하나의 영역으로 확실히 자리를 잡은 장르이다. 뮤직비디오, 영화, 드라마 등이 리액션의 대상이 되는데, 리액션의 형태는 매우 다양하다. 탄성, 놀람 등의 즉각적인 반응을 보여주는 영상도 있고, 창작자의 전문적인 지식(예를 들어, 클래식 뮤지션, 댄서, 보컬 트레이너, 뮤직비디오 프로듀서)을 기초로 한 분석 및 평가를 하는 영상도 있다.

그리고 이러한 리액션 영상을 모아 새로운 리액션 영상을 만들기도 하는데, 그 형태 역시 매우 다양하다. 화면을 여러 개로 분할하여 동일한 콘텐츠에 대한 여러 리액셔너들의 리액션을 동시에 보여주는 영상도 있고, 콘텐츠의 특정 부분에 대한 리액션 영상만 모아서 보여주는 영상도 있다. 또한, 외국어로 된 리액션 영상을 국어로 번역하여 자막을 입히고, 리액션 자체에 대한 문화적 의미를 분석하는 영상도 있다. 이러한 리액션 영상의 편집 영상은 대상 콘텐츠 뿐만 아니라 리액션 영상도 창작의 소재로 이용하는 것인데, 저작권법적으로 2차적 저작물 작성이 연쇄적으로 일어난다고 볼 수 있다.

그러므로 대상 콘텐츠의 저작권자와 리액션 영상의 창작자 사이에서만 아니라 리액션 영상의 편집 영상 창작자와 이들 두 당사자 사이에서도 저작물의 이용허락을 둘러싼 법적 문제가 발생할 가능성이 있다. 리액션 영상의 창작자가 리액션 영상의 편집 영상 창작자를 상대로 저작권 침해를 주장할 수 있고, '공정

이용' 등의 저작권재산권 제한 사유가 인정되지 않는 한 저작권 침해가 성립한다.

4. 저작권 침해에 대한 대응

1인 미디어 창작자가 타인의 저작권을 침해하는 경우도 있고, 타인이 1인 미디어 창작자의 저작권을 침해하는 경우도 있다. 저작권 침해가 성립하기 위해서는 의거 관계와 실질적 유사성이 인정되어야 한다. 그리고 저작권 침해에 대한 법적인 대응 수단으로 온라인 서비스 제공자에 대한 복제, 전송의 중단 요구(저작권법 제103조), 침해의 정지 청구(저작권법 제123조), 손해배상청구(저작권법 제125조 내지 제126조), 형사고소(저작권법 제136조 내지 제140조)가 있다. 저작권 침해의 성립 요건이나 저작권 침해에 대한 법적 대응 수단은 1인 미디어 콘텐츠라고 하여 특별히 달라질 것은 없다.

다만, 1인 미디어 콘텐츠가 온라인 서비스 제공자의 플랫폼에서 유통되고, 그 저작권을 침해하는 행위도, 많은 경우 온라인 서비스 제공자의 플랫폼에서 발생하기 때문에 온라인 서비스 제공자에 대한 복제·전송의 중단 요구가 다른 콘텐츠와 비교할 때 상대적으로 중요하다.

유튜브와 같은 해외 플랫폼에서 저작권 침해가 발생한 경우 그 행위자를 특정하기 어렵다. 민사소송에서 사실조회신청을 하거나 형사사건에서 압수수색 영장이 발부되더라도 해외 플랫폼은 거의 대부분 신원을 알려주지 않는다. 해외 플랫폼에서의 저작권 침해에 대응할 때는 이러한 점을 유의할 필요가 있다.

한편, 온라인 서비스 제공자는 자체적인 저작권 보호 정책을 운영하기도 한다. 예를 들어, 유튜브는 저작권 위반 경고를 받으면 수익 창출에 있어 불이익을 주고, 그 경고가 반복되면 새로운 채널 생성 금지, 영상 삭제, 계정과 그 계정에 연동된 채널의 해지 등의 제재를 가한다. 플랫폼의 이러한 조치는 1인 미디어 창작자에게 치명적일 수 있기 때문에 법적 대응 수단 못지않게 효과적이라고 할 수 있다.⁸

⁸ 참고로, 유튜브는 영상 중 저작권 침해 부분만 간단히 편집할 수 있는 툴도 제공하고 있다.

플랫폼이 저작권 침해의 책임을 지는지도 문제 된다. 온라인 서비스 제공자는 이른바 'Safe Harbor' 조항이라고 불리는 온라인 서비스 제공자의 책임 제한 조항에 따라 면책된다(저작권법 제102조). 비아콤과 유튜브 사건에서 미국 법원은 저작권을 침해하는 영상의 존재를 일반적으로 인식하였다는 이유만으로는 유튜브에게 책임을 물을 수 없다고 판단한 바 있다.⁹

⁹ *Viacom Int'l, Inc. v. YouTube, Inc.*, 676 F.3d 19 (2d Cir. 2012).

7 SNS상의 저작권 침해

최기성 [법무법인 KHL 변호사]

1. 서론
2. SNS상 저작권 보호 이슈 및 쟁점
 - 가. 공유 기능의 저작권 문제
 - 나. SNS를 통한 불법 저작물 유통과 저작권 문제
 - 다. SNS의 프로필 사진과 저작권 문제
 - 라. 음성 기반 SNS와 저작권 문제
 - 마. SNS상 저작물의 이용과 저작권 제한
3. 결론



1. 서론

SNS(Social Networking Service)는 비슷한 개인 또는 직업적 내용, 흥미, 행위, 배경 또는 실생활의 연결을 공유하는 사람들 사이의 사회적 네트워크나 관계를 형성하기 위해 사용하는 온라인 플랫폼을 가리킨다. 개념 정의에 따라 온라인상 제공되는 많은 서비스가 SNS에 해당할 수 있고, 실제 SNS의 기능을 포함하는 경우도 많다.¹ 2021년에는 클럽하우스(clubhouse)를 필두로 한 음성 기반 SNS와 틱톡(tiktok) 등 숏폼 비디오 SNS가 인기를 모았다. 한편 페이스북 facebook이 메타버스로의 전환을 선언하는 등 새로운 변화의 움직임도 보인다.²

2. SNS상 저작권 보호 이슈 및 쟁점

가. 공유 기능의 저작권 문제

SNS의 주요 기능 중 하나로 타인이 SNS에 게시한 글, 이미지, 비디오 등을 자신의 계정에 그대로 또는 코멘트 등을 붙여 게시하는 공유 기능(트위터의 리트윗, 페이스북의 공유 기능)이 있다. 공유 기능을 통해 저작권자는 SNS상 자신의 저작물을 손쉽게 알릴 수 있어 유용한 한편, 제3자가 저작권자의 허락 없이 저작물을 공유하는 것을 용이하게 하는 측면도 있다.³ 이러한 기능은 인터넷상 자료와 자료 사이를 연결하는 링크 중 어떤 서버에 있는 콘텐츠를 링크를 제공하는 웹페이지에 특정한 위치·크기로 원래 웹페이지의 일부처럼 표시하는 인라인 링크(inline link) 또는 임베디드 링크(embedded link)를 활용한다. 따라서 저작권법상 링크에 대한 규율이 문제가 되는데, 최근 주목을 모은 우리나라의 전원 합의체 판결은 '나. SNS를 통한 불법 저작물 유통과 저작권 문제' 항목에서 살펴보기로 하고, 이하에서는 SNS의 공유 기능에 관한 각국의 최근 판례들을 소개한다.

1 넓게 보면 유튜브 등 1인 미디어 서비스나, 카카오톡이나 라인 등 모바일 메신저 서비스도 SNS에 포함될 수 있다.

2 최지은, 음성기반 SNS·숏폼·메타버스까지... 2021년 소셜미디어에선 무슨 일이 벌어졌나?, 브랜드브리프, 2021 <<http://www.brandbrief.co.kr/news/articleView.html?idxno=4930>>.

3 물론 SNS 서비스 제공자는 이용자들에게 약관을 통해 타인의 저작권을 침해하는 콘텐츠 게시를 금지하고 있다.

먼저 미국에서는 기존에 어느 정도 정착된 것으로 여겨진 서버 테스트(Server test)의 적용에 의문을 제기하는 판례들이 등장하였다. 서버 테스트는 Perfect 10 사건에서 유래하여, 구글 검색엔진을 통한 이미지 검색을 통해 저작권의 보호를 받는 사진의 저작권 침해가 되는지 문제가 된 사안에서 이미지가 서버에 저장되는지 여부를 기준으로 저작권 침해 여부를 판단하는 것이었다.⁴ 그런데 최근 SNS 관련 사건들에서 서버 테스트를 적용한 사례와 적용하지 않은 사례가 나란히 등장하였다.

서버 테스트를 적용하여 저작권 침해를 부정한 사례로 Hunley v. Instagram, LLC 사건⁵이 있었다. 원고들은 피고 인스타그램을 상대로 저작권 침해를 주장하면서 인스타그램의 임베딩 툴 기능이 제3자로 하여금 인스타그램 계정에 저작물인 사진·비디오를 전시하게 함으로써 간접 침해의 책임(secondarily liable)을 부담한다고 주장하였다.⁶ 하지만 법원은 서버 테스트를 적용하여 이 사건에서 제3자는 이미지나 비디오를 저장하는 것이 아니므로 전시권 침해의 책임을 부담하지 않는다고 판단하고, 간접 침해의 책임도 부정하였다.

서버 테스트는 저작권자의 입장에서 직접 침해의 범위를 넓게 볼 수 있어 선호되었지만, 학계나 일부 하급심 판례에서는 반대하는 입장이 있었다.⁷ 최근 Nicklen v. Sinclair Broad. Grp., Inc. 사건⁸은 원고가 인스타그램 및 페이스북 계정에 포스트한 비디오를 피고가 허락 없이 온라인 기사에 임베딩한 사안으로, 피고의 행위가 '전시(display)'에 해당하는지 여부가 쟁점이 되었다. 이 사건에 대해 법원은 서버 테스트는 복제권과 별도로 전시권을 규정한 저작권법의 문언

4 Perfect 10 v. Google, Inc., 416 F.Supp.2d 828 (C.D. Cal. 2006). 이 사건에서 법원은 ①썸네일 이미지는 서버에 저장되므로 직접 침해를 인정하고, ②인라인 링크에 의한 전체 이미지는 서버에 저장되지 않고 구글은 단지 연결하는 HTML 명령어를 제공하는데 불과하다는 이유로 직접 침해를 인정하지 아니하였다.

5 Hunley v. Instagram, LLC, No. 21-CV-03778-CRB, 2021 WL 4243385 (N.D. Cal. Sept. 17, 2021).

6 다만, 이 사건에서 원고가 인스타그램이 직접 전시권을 침해했다고 주장한 것은 아니었다.

7 학계의 비판적인 입장은 Jie Lian, *Twitters Beware: The Display and Performance Rights*, 21 Yale J. L. & Tech. 227, 247 n.121 (2019) 참고; 대표적인 하급심 사례로 Goldman v. Breitbart News Network, LLC, 302 F. Supp. 3d 585 (S.D.N.Y. 2018). 이 사건은 스냅챗(Snapchat)에 원고가 저작권을 갖는 사진이 업로드된 이후 여러 경로로 퍼져나가 트위터에도 여러 차례 업로드 되었는데, 피고는 온라인 뉴스 또는 블로그 사이트로 트위터에 게시된 사진을 임베딩 한 사안이다. 이 사건에서 서버 테스트의 적용을 부정하면서 이미지의 물리적 위치나 소유에 따라 저작물을 '전시'하였는지 여부를 결정할만한 근거는 저작권법의 법문이나 연혁 및 연방대법원의 선례에 비추어 존재하지 않는 것으로 보였다. 이 사건의 평석으로는 김경숙, "임베디드 링크는 저작물 이용행위인가?", 계간 저작권, 제31권 제2호, 2018 참고.

8 Nicklen v. Sinclair Broad. Grp., Inc., No. 20-CV-10300 (JSR), 2021 WL 3239510(S.D.N.Y. July 30, 2021).

과 연혁에 반하고, 서버 테스트는 검색엔진 및 이미지가 사용자에게 의해 링크를 클릭했을 때 보이는 경우에 한정되는 등을 이유로 서버 테스트를 적용하지 않았다.

유럽연합에서는 링크의 제공 행위가 일정한 경우 저작권지침 제3조⁹의 공중에 이용을 가능하게 할 권리의 침해에 해당할 수 있다는 입장이다.¹⁰ 최근 독일 함부르크 지방법원에서는 핀터레스트(Pinterest)의 리핀(re-pin) 기능으로 저작물인 사진을 공유한 사안에서 저작권 침해를 인정하였다. 법원은 리핀 기능이 이용자들에게 이미지를 보는 것을 가능하게 하므로 공중에 이용 가능하게 한 점이 인정되고, 피고의 행위는 모든 핀터레스트 이용자들에게 이미지에 접근 가능하게 하였으며 저작권자의 허락이 없었으므로 새로운 공중에 해당하는 것으로 보았다.¹¹

일본에서는 종래 링크를 제공하는 행위의 저작재산권 침해를 인정하지 않는 점에서 우리나라와 유사한 입장에 있었다. 그런데, 최근 최고재판소 「리트윗」 사건¹²에서 저작인격권 중 하나인 성명표시권 침해를 인정하여 화제를 모았다. 이 사건은 원고가 촬영한 사진을 자신이 운영하는 웹사이트에 게시하였는데, A가 이 사진을 원고의 허락 없이 자신의 트위터 계정에 업로드한 후 다른 사람들이 자신의 계정에 리트윗한 사안으로, 리트윗된 계정에서는 원래 이미지의 상하단이 잘려 원래 사진에 표시된 성명 표시 부분이 보이지 않았다.¹³ 링크에 저작재산권 침해가 인정되기 어려운 상황에서 저작인격권 침해의 주장을 받아들인

9 Directive 2001/29/EC Article 3(Right of communication to the public of works and right of making available to the public other subject-matter).

10 유럽연합 사법재판소(CJEU)의 주요 사례로, ①Svensson 사건에서는 ‘공중’을 ‘새로운 공중(new public)’, 즉 저작권자들이 최초로 송신을 허락할 때 염두에 두지 않은 공중에 제공되어야 하는 것으로 해석하여 제한적으로 저작권지침 제3조의 권리 침해 가능성을 인정하였다(C-466/12, Nils Svensson and Others v Retriever Sverige AB, 2014). ②GS Media 사건에서는 웹사이트에 저작권자의 동의 없이 링크를 포스팅하여 다른 웹사이트에서 자유롭게 사용할 수 있도록 하는 경우는 저작권지침 제3조의 ‘공중에 전달’ 개념에 제외된다고 해석할 수 없다고 보고, 영리를 추구함이 없이 동의가 없었다는 사실을 알지 못하였거나 합리적으로 알 수 없었던 자에 의해 링크가 제공되는 경우 ‘공중에 전달’에 포함되지 않는 것으로 보았다. 반면 영리를 추구할 목적이 있다면 저작권자의 동의 없이 링크가 제공되었다는 점을 알았거나 합리적으로 알 수 있었다고 추정된다고 보았다(C-160/15, GS Media BV v. Sanoma Media Netherlands BV, 2016). ③VG Bild-Kunst v. Stiftung Preußischer Kulturbesitz 사건에서는 인라인 링크의 적법성이 직접 쟁점이 된 것은 아니지만, 효과적인 기술적 조치를 우회하여 링크를 설정하면 저작권자가 예측하지 못한 ‘새로운 공중’ 개념에 해당한다고 판단하였다(C-392/19, VG Bild-Kunst. v. Stiftung Preußischer Kulturbesitz, 2021).

11 LG Hamburg, 12.11.2020, 310 O 352/20. 저작권자가 자신의 저작물인 건축물 사진을 해당 빌딩에 사용할 라이선스를 부여하였지만 SNS에 사용할 라이선스는 부여하지 않았는데, 부동산 회사의 핀터레스트 페이지에 홍보 목적으로 사용되고 있다는 사실을 확인하고 저작권 침해를 주장한 사안이었다.

12 最高裁判所 令和2年7月21日 平成30年(受)第1412号.

사건으로 우리 저작권법에도 참고가 될 수 있다. 물론 저작권 침해를 인정함으로써 저작물의 이용이 저해될 수 있는 점에 주의할 필요가 있다.

나. SNS를 통한 불법 저작물 유통과 저작권 문제

불법링크 사이트를 통한 저작물의 유통 문제의 심각성이 널리 인식되고 있다. 그런데, 어떤 SNS 계정에 위법하게 업로드된 저작물들의 링크를 게시하는 경우에도 불법링크 사이트와 유사한 것으로 볼 수 있다. 불법링크 사이트에 대한 입법적 대응을 주목할 필요가 있다.

이미 일본에서 2020. 6. 5. 저작권법 개정에서 이른바 리치사이트 대책으로 침해 콘텐츠의 링크를 제공하는 행위와 리치사이트의 운영·리치어플리케이션의 제공 행위를 규율하게 되었다.¹⁴ 우리나라도 이와 유사한 입법적 대응의 시도가 있다. 저작권법 제124조(침해로 보는 행위)에 영리를 목적으로 저작권 등을 침해하는 복제물임을 알면서 그 복제물로의 연결정보를 제공하는 것을 주된 목적으로 하는 인터넷 사이트를 운영하는 행위 및 그 인터넷 사이트 등을 통해 연결정보를 제공하는 행위를 침해로 간주하는 규정을 두려는 것이다.¹⁵

위 개정안은 불법링크 사이트의 심각성에도 불구하고 링크에 대한 저작권 침해 책임을 묻기 어렵다는 점에서 입법의 필요성을 찾고 있다. 우리나라는 링크 행위에 공중송신권 침해는 성립하지 않는다는 판례가 확립되어 있고, 또 대법원은 공중송신권 침해의 방조에도 해당하지 않는다는 입장이었다.

13 일본 저작권법 제19조 제1항의 성명표시권은 원작품의 복제물이 ‘공중에의 제공 또는 제시’되었을 것을 전제로 하는데, 리트윗을 한 자는 저작권 침해가 될 수 있는 저작물의 이용이 없으므로 ‘공중에의 제공 또는 제시’를 하지 않았다는 주장이 있었다. 하지만 최고재판소는 저작물의 이용 여부에 관계없이 일본 저작권법 제19조 제1항이 적용될 수 있다고 판단하였다. 또 일본 저작권법 제19조 제2항은 그 저작물에 대해 이미 저작자가 표시한 바에 따라 저작자명을 표시할 수 있다고 규정하는데, 리트윗된 포스트를 열람하는 이용자들이 표시되는 이미지를 클릭하면 원래 이미지를 볼 수 있어 원고의 성명 표시 부분이 보이기 때문에 ‘이미 표시한 바에 따라 저작자명이 표시’된 경우라는 주장이 있었다. 최고재판소는 리트윗 행위에 의해 이미지가 잘리는 표시가 현실적으로 발생하였고, 리트윗을 한 자는 저작자의 성명을 표시하지 않았으며, 클릭하면 원래 이미지를 볼 수 있더라도 실제 클릭을 하지 않으면 성명 표시를 볼 수 없고 통상적인 이용자들이 클릭을 한다는 사정도 인정되지 않는다고 보았다.

14 일본 저작권법에서 상정하는 리치사이트는 공중을 침해 콘텐츠에 특히 유도하는 것으로 인정되는 경우나 주로 공중에 의해 침해 콘텐츠의 이용에 사용되는 것으로 인정되는 경우를 말한다. 또 웹사이트의 집합물인 웹사이트 뿐 아니라 집합물의 일부를 구성하는 복수의 홈페이지로 인정된 규모에 이르는 경우도 포함되기 때문에 특정 SNS 계정에 침해 콘텐츠의 링크만이 게시된 경우도 포함될 수 있다(文化庁, 著作権法及びプログラムの著作物に係る登録の特例に関する法律の一部を改正する法律(説明資料), 11頁 <https://www.bunka.go.jp/seisaku/chosakuken/hokaisei/r02_hokaisei/pdf/92359601_02.pdf>).

15 문화체육관광부 저작권국 저작권정책과 보도자료, 「저작권법」 전부개정안, 창작자·이용자 의견 수렴, 2020; 도종환의원 대표발의, “저작권법전부개정법률안”, 2107440, 2021. 1. 15. [계류중].

그런데 최근 대법원 2021. 9. 9. 선고 2017도19025 전원합의체 판결에서 “저작권 침해물 링크 사이트에서 침해 게시물에 연결되는 링크를 제공하는 경우 등과 같이, 링크 행위자가 정법이 공중송신권을 침해한다는 사실을 충분히 인식 하면서 그러한 침해 게시물 등에 연결되는 링크를 인터넷 사이트에 영리적·계속적으로 게시하는 등으로 공중의 구성원이 개별적으로 선택한 시간과 장소에서 침해 게시물에 쉽게 접근할 수 있도록 하는 정도의 링크 행위를 한 경우에는 침해 게시물을 공중의 이용에 제공하는 정법의 범죄를 용이하게 하므로 공중송신권 침해의 방조범이 성립한다.”고 하여 저작권 침해 방조의 책임을 인정하는 판결의 변경이 있었다.¹⁶ 전원합의체 판결에 따라서 개정의 필요성에 대한 평가도 달라질 수 있어 향후 추이를 지켜볼 필요가 있다.

다. SNS의 프로필 사진과 저작권 문제

SNS에서 자신의 프로필을 나타낼 때 나타내는 이미지나 동영상은 이용자 계정의 성격과 개성을 드러내는 수단으로 활용되고 있다. 그런데 이러한 프로필 사진에 타인의 저작물을 사용하는 경우나 유명인의 사진 등을 사용하는 경우에는 저작권법상 문제가 제기될 수 있다.

먼저 타인의 저작물을 사용하는 경우 ‘가. 공유 기능의 저작권 문제’ 항목의 논의를 참고할 수 있다. 최근 일본 하급심 사안에서는 트위터에 저작물인 사각형 사진들이 성명불상자의 계정에 프로필로 사용되면 원형으로 표시되는데, 저작권 인격권 중 하나인 동일성유지권 침해를 인정한 사례가 있다.¹⁷

다음으로 유명인의 사진 등을 사용하는 경우에는 초상권이나 퍼블리시티권이 문제가 될 수 있다.¹⁸ 특히 최근 추진되고 있는 저작권법 개정안에서 초상등재

16 한편 대법원은 “행위자가 링크 대상이 침해 게시물 등이라는 점을 명확하게 인식하지 못한 경우에는 방조가 성립하지 않고, 침해 게시물 등에 연결되는 링크를 영리적·계속적으로 제공한 정도에 이르지 않은 경우 등과 같이 방조범의 고의 또는 링크 행위와 정법의 범죄 실현 사이의 인과관계가 부정될 수 있거나 법질서 전체의 관점에서 살펴볼 때 사회적 상당성을 갖추었다고 볼 수 있는 경우에는 공중송신권 침해에 대한 방조가 성립하지 않을 수 있다.”고 판시하여 방조를 손쉽게 인정하는 것이 표현의 자유를 증진하는 링크를 위축시키는 것을 경계하고 있다.

17 知的財産高等裁判所 令和3年5月31日 令和2年(ネ)10010号. 일본 「리트윗」 사건(각주 12)의 원심에서도 트위터에 사진을 게시할 때 위아래가 잘린 사안에 동일성유지권 침해를 인정하였다.

18 예를 들어 SNS 이용자가 팬으로서 유명인의 사진 등을 프로필로 사용하는 경우 특별히 문제가 되지 않는 것이지만, 유명인을 사칭하는 경우 등 문제가 발생할 때에는 초상권이나 퍼블리시티권을 기초로 사용 중지를 구하는 경우도 생각할 수 있을 것이다.

산권이라는 명칭으로 퍼블리시티권을 도입하려는 움직임으로 입법에 따라 저작권법상 문제로 다루어질 여지가 있다.¹⁹ 다만, 부정경쟁방지법 2021. 12. 7. 개정으로 퍼블리시티권에 유사한 경제적 가치의 침해 행위가 부정경쟁행위로 추가되었다.²⁰ 따라서 저작권법 개정이 이루어질 수 있을지 불분명하고, 만약 개정이 이루어지더라도 부정경쟁방지법과의 관계가 향후 문제가 될 수 있다.

라. 음성 기반 SNS와 저작권 문제

2020년 초 출시된 음성 기반 SNS인 클럽하우스(clubhouse)는 유명인의 참여, 초대권을 기반으로 한 폐쇄적 운영 등이 화제를 모았다. 이후 트위터의 스페이스(spaces), 카카오톡(mm) 등 다양한 음성 기반 SNS가 출시되어 인기를 모으고 있다.

유명인의 참여는 음성 기반 SNS의 인기 원인 중 하나인데, 기본적으로 이용자들의 대화 녹음은 금지되지만, 만약 유명인의 목소리(음성)가 유포될 경우 앞서 살펴본 퍼블리시티권 침해의 문제가 발생할 수 있다.

또한, 음성 기반 SNS에서 저작권자의 허락 없이 음악을 재생하거나 책을 낭독하는 등의 이용 형태는 공중송신권²¹ 등 저작권 침해의 문제나 실연자나 음반제작자와 같은 저작인접권자와 관련한 보상 문제가 발생할 수 있다. 음악 재생에 관하여는 SNS 서비스 제공자가 저작권신탁관리업자와의 협약 체결 등을 통해 저작권 침해 우려를 해소하는 방안을 생각할 수 있다.

마. SNS상 저작물의 이용과 저작권 제한

일단 저작권 침해 등의 책임을 부담할 수 있는 경우라도 저작권의 제한 규정이 적용될 수 있는지 여부 역시 검토될 필요가 있다. SNS의 순기능인 표현의 자

19 주 15 참고.

20 법률 제18548호, 2022. 4. 20. 시행 예정이다. 제2조 제1호 타목에 “국내에 널리 인식되고 경제적 가치를 가지는 타인의 성명, 초상, 음성, 서명 등 그 타인을 식별할 수 있는 표지를 공정한 상거래 관행이나 경쟁질서에 반하는 방법으로 자신의 영업을 위하여 무단으로 사용함으로써 타인의 경제적 이익을 침해하는 행위”를 부정경쟁행위로 신설하였다.

21 저작권법 제2조 제11호의 디지털음성송신, 즉 ‘공중송신 중 공중으로 하여금 동시에 수신하게 할 목적으로 공중의 구성원의 요청에 의하여 개시되는 디지털 방식의 음의 송신’에 해당할 수 있다. 원래 디지털음성송신은 저작권법 2006년 개정 때 이른바 웹캐스팅을 염두에 두고 도입된 것이다.

유나 저작물의 공정한 이용에 합당한 이용 형태까지 저작권 책임을 부담하게 하는 것은 부당할 수 있기 때문이다.

예를 들어, SNS상에서 비평 등을 위해 책의 일부를 낭독하는 경우 등의 경우에는 저작권법 제28조의 공표된 저작물의 인용에 해당하는지 검토가 필요한 경우나 저작재산권자의 이익을 부당하게 해치지 않는 한 SNS에 게시하는 콘텐츠 중 타인의 저작물이 부수적으로 포함되는 경우에는 제35조의 3의 부수적 복제 등의 검토가 필요한 경우가 있을 것이다. 또한 일반적으로는 제35조의 5에 규정하는 저작물의 공정한 이용에 해당하는지 여부도 문제가 될 수 있다.²²

3. 결론

새로운 형태의 SNS의 등장이나 새로운 기능이 추가되는 등 기술과 SNS 이용 형태의 변화에 따라 발생하는 저작권 침해 문제에 대한 이슈 및 쟁점도 달라질 수 있다. 결론에 같음하여 저작권자가 SNS상에서 일어나는 저작권 침해에 대해 대응할 때 발생할 수 있는 여러 쟁점 중 몇 가지 점을 간략히 소개한다.

첫째, 저작권 침해자를 특정하기 어려운 문제가 있다. 저작권자는 온라인 서비스 제공자에게 침해 사실을 소명하여 복제·전송을 중단시킬 것을 요구할 수 있다(저작권법 제103조). 그런데 저작권자가 계정의 소유자에 대해 민사상 소제기나 형사상 고소 등을 하고자 할 때 SNS에 따라 이메일만으로도 가입이 가능한 등 성명, 주소 등의 정보를 알기 어려운 경우가 많다. 이때 저작권자는 문화체육관광부 장관에게 온라인 서비스 제공자로 하여금 정보 제공을 명하도록 청구할 수 있도록 규정하고 있다(동법 제103조의 3).²³

둘째, 저작권 침해의 입증이 곤란한 문제가 있다. 저작권자는 SNS상 저작권

22 다만, 공정이용(fair use)의 항변은 구체적 사실관계에 기반을 두어 판단되는 점에서 결과를 예측하기 어렵다는 불명확성 때문에 일정한 한계가 있다는 지적으로 Lian, *supra* note 7, at 261-263 참고.

23 일본에서는 「특정 전기통신역무 제공자의 손해배상책임의 제한 및 발신자 정보의 개시에 관한 법률」 제4조 제1항에 따라 권리의 침해가 명백하거나 손해배상청구권 행사를 위해 필요한 경우 등 발신자 정보의 개시를 받을 정당한 이유가 있는 경우 발신자 정보의 개시청구를 할 수 있는데, 저작권 관련한 사건이 증가하는 추세에 있다고 한다(谷川和幸, 発信者情報開示請求と支分権主義, 福岡大學法學論叢 63卷 4号, 2019, 841頁). 우리나라에서도 연간 8,000여 건의 정보제공 청구를 처리하고 있다고 한다(박성호, '저작권 침해자' 특정의 어려움, 법조신문, 2020. 10. 12.).

침해에 대해 민사상 금지청구(저작권법 제124조) 뿐 아니라 손해배상을 청구할 수도 있다(동법 제125조). 기본적으로 침해를 주장하는 저작권자에게 입증책임이 있다. 그런데 최근 인기를 모으고 있는 휘발성 SNS와 같이 침해의 증거를 확보하기 어려운 경우가 발견된다. 휘발성 SNS는 스냅챗이나 인스타그램의 스토리 기능 등 콘텐츠가 일정 기간이 지나면 자동으로 삭제되는 기능을 말한다.

셋째, 저작권법상 권리구제 체계의 변화를 모색하고 있는 저작권법 개정안 등 향후 입법의 움직임에 주목할 필요가 있다. 개정안은 경미한 침해에 대한 형사 제재의 제외 및 조정전치주의 도입과 민사구제에 있어 3배 배상 제도를 도입하는 것 등을 내용으로 한다.²⁴

²⁴ 주 15 참고.

8

빅데이터와 저작권 제한

김기정 [법무법인 린 변호사], 이재구 [법무법인 린 변호사]

1. 서론
2. 공정이용 조항(저작권법 제35조의 5)의 해석·적용
3. 데이터베이스권 관련 규정들의 해석·적용
 - 가. 데이터베이스권 관련 규정의 도입
 - 나. 데이터베이스권의 핵심 요소 접근·검색을 위한 배열·구성
 - 다. 데이터베이스의 복제
4. 데이터의 자유로운 이용을 위한 입법 동향
 - 가. 유럽의 입법 동향
 - 나. 일본의 입법 동향
 - 다. 저작권법 전부 개정안
(의안번호 2107440, 도종환 의원 대표발의)
5. 결론



1. 서론

빅데이터 자체는 새로운 개념이 아니라, 이전부터 존재했으나 그 방대함 때문에 어떻게 다루어야 할지 몰랐던 것이 기술의 발달에 따라 재조명된 것이라 볼 수 있다.¹ 빅데이터는 전통적인 데이터 개념에 비하여 데이터의 양(volume)이 많고, 데이터의 생성 속도(velocity)가 빠르며, 데이터 유형의 종류(variety)가 다양하다는 특징을 가진다.² 데이터베이스란 체계적으로 저장·관리하는 데이터의 집합으로, 빅데이터도 데이터베이스로 관리될 수 있다.³

데이터마이닝은 대규모로 저장된 데이터 안에서 체계적이고 자동적으로 통계적 규칙이나 패턴을 분석하여 가치 있는 정보를 추출하는 과정이라고 할 수 있다.⁴ 이 역시 정보 처리 기술의 발달에 힘입어 기존의 개념이 새롭게 정의된 경우라고 볼 수 있다. 인공지능 기법의 하나인 딥러닝도 일견 무질서해 보이는 다량의 데이터로부터 일정한 패턴을 추출해 낸다는 점에서 넓은 의미의 데이터마이닝이라 할 수도 있을 것이다.

데이터마이닝이나 딥러닝과 같은 기술이 개발되고 활용되면서, 빅데이터에 대한 논의는 새로운 국면을 맞이하였다. 기업뿐만 아니라 정부에서도 공공데이터를 전면 개방하고 빅데이터의 보호 및 활용 촉진을 최우선 과제로 삼고 있다.⁵ 한편 딥러닝 기술이 인류에게 새로운 세상을 가져다줄 기술로 각광을 받으면서 기계 학습을 위해 다량의 데이터가 필요해지자, 이를 위하여 저작권법에 예외 조항을 도입하려는 시도도 이루어지고 있다. 따라서 본고에서는 이러한 맥락에서 빅데이터와 관련하여 저작권법상 주목할 만한 규정들의 해석론을 살펴보고, 데이터의 자유로운 이용을 확대하고자 하는 최근의 입법 동향에 대해 논하고자 한다.

1 이정미, 빅데이터의 이해와 도서관 정보서비스에의 활용, 한국비블리아학회지, 24(4), 2013, 57면.

2 McAfee, A. and E. Brynjolfsson, 2012. Big Data: The Management Revolution." Harvard Business Review, 90(10): 60-66.

3 빅데이터는 체계성이 없을 수도 있다는 점에서 저작권법 제2조 제23호에서 정의하는 데이터베이스에 해당하는지에 대해 논란이 있을 수 있다. 이는 사안마다 개별적으로 판단하여야 할 것이나, 저작권법상 데이터베이스의 정의가 상당히 포괄적이므로 대부분의 경우 이에 해당할 것으로 생각된다.

4 위키백과, 데이터 마이닝, https://ko.wikipedia.org/wiki/데이터_마이닝.

5 과학기술정보통신부, IT 강국을 넘어 AI강국으로! 범정부 역량을 결집하여 AI시대 미래 비전과 전략을 담은 'AI국가전략' 발표, 2019. 12. 17.자 보도자료.

2. 공정이용 조항(저작권법 제35조의 5)의 해석·적용

빅데이터의 맥락에서 주목할 만한 사례로는 단연 미국 연방 제2항소법원의 Authors Guild v. Google 사건을 들 수 있다.⁶ 위 판결은 구글이 도서 검색 서비스를 제공하기 위하여 도서 전체의 복제물을 이용함에도 불구하고, 종래에는 불가능했던 방식으로 도서에 관한 정보를 제공할 뿐 표현적 대체재를 제공하는 것이 아니기 때문에 변형적 이용(transformative use)에 해당하고, 또한 도서에 대한 현실적 또는 잠재적 수요를 대체하지 않는다는 이유로, 구글의 도서 검색 서비스가 공정이용(fair use)에 해당하고, 따라서 저작권 침해에 해당하지 않는다고 보았다.

이는 데이터마이닝을 위한 다량의 저작물 이용에 관하여 시사하는 바가 크다. 물론 사안마다 별개로 파악하여야 하겠으나, 데이터마이닝은 그 개념상 개개의 데이터 자체를 제공하는 데에 목적이 있는 것이 아니라 다량의 데이터에서 규칙과 패턴을 찾아내는 것이기 때문이다. 위 판결은 저작물에 대한 저작권법상의 보호가 '표현'을 중심으로 한다는 점과도 일맥상통한다.

공정이용에 관한 우리 저작권법 제35조의 5는 한미 자유무역협정을 이행하기 위해 도입된 것이고, 조항의 문언 역시 미국 연방 저작권법의 공정이용 조항과 거의 동일하며, 그밖에 우리 저작권법상 다르게 해석할 만한 뚜렷한 이유를 찾기 어렵다. 물론 사안마다 개별적으로 살펴보아야 하겠으나, 데이터마이닝을 위해 저작물인 데이터를 다량으로 수집·이용하는 행위에 관하여 분쟁이 발생한다면, 공정이용 항변이 받아들여질 가능성이 상당히 높아 보인다.

⁶ Authors Guild v. Google, Inc., 804 F.3d 202 (2d Cir. 2015).

3. 데이터베이스권 관련 규정들의 해석·적용

가. 데이터베이스권 관련 규정의 도입

미국 연방대법원의 1991년 Feist 판결⁷을 계기로 데이터베이스의 법적 보호방안을 마련하기 위한 논의가 지속되어 왔다.⁸ Feist 판결은 저작권이 인정되기 위해서는 최소한의 창작성이 있는 표현이 존재해야 한다고 하여, 소위 '이마의 땀(sweat of brow)'은 저작권법의 보호 대상이 아님을 명확히 하였다고 볼 수 있다. 그러나 데이터베이스의 제작에 드는 투자와 노력을 보호할 필요성이 꾸준히 제기되었고, 우리나라에서도 2003년 개정 저작권법에 데이터베이스 제작자에 대한 보호 규정이 신설되기에 이르렀다.

당시에는 '빅데이터'라는 용어가 생기기도 전이었다. 그 이후로도 데이터베이스권 관련 규정은 실제 분쟁에서 적용된 사례가 극히 드물다. 그러나 딥러닝 기술이 각광을 받으면서 앞으로 데이터베이스 제작자와 그 데이터를 이용하려는 자 사이의 분쟁이 늘어날 것으로 보인다.

나. 데이터베이스권의 핵심 요소 접근·검색을 위한 배열·구성

데이터베이스권은 저작권과 달리 창작적 표현을 전제로 하지 않는다. 데이터베이스권이 부여되는 이유는, 데이터베이스 제작자가 상당한 투자를 통하여 다량의 데이터를 수집하고 체계화하여 이용자가 손쉽게 데이터에 접근하거나 검색을 통해 원하는 데이터를 찾을 수 있는 형태로 제공한 것에 대한 반대급부의 성격을 가진다고 볼 수 있다.⁹ 즉, 저작물에 대한 보호가 '창작적 표현'을 중심으로 한다면, 데이터베이스에 대한 보호는 '데이터의 체계적 배열·구성과 이에 의한 데이터의 개별적 접근·검색 가능성'을 중심으로 한다고 할 수 있다.

다. 데이터베이스의 복제

7 Feist Publications v. Rural Telephone Service Co., 499 U.S. 340 (1991). Feist사가 제작한 전화번호부 기재의 일부를 Rural사가 Feist사의 동의 없이 이용하여 저작권 침해 여부가 문제되었던 사건으로, Feist사의 전화번호부는 비록 그 작성에 투입된 노력이 상당하더라도 독창적 방식으로 선택, 조정, 배열되지 않아 저작물성이 인정되지 않았다.

8 정원준 외 4명, 2020년 데이터 지식재산권 보호방안 연구, 한국법제연구원, 특허청, 2020.

9 저작권법 제2조 제19호, 제20호 참조.

데이터베이스권 관련 규정의 해석론을 살펴보면, '데이터베이스 제작에 대한 투자의 보호'에 무게가 많이 실려 있는 것으로 보인다. 예컨대 데이터베이스로부터 이를 구성하는 개개의 데이터만을 복제한 경우에도 그 양이 상당하거나 반복적·체계적으로 복제하였다면 저작권법 제93조 제1, 2항에서 정하는 바 데이터베이스의 상당한 부분의 복제에 해당한다고 보는 해석론이 있다.¹⁰

그러나 이러한 해석론은 지나치게 입법 취지에 중점을 두고 지나치게 권리범위를 확장한다는 문제가 있다. 저작권법상 데이터베이스란 '소재의 개별적 접근·검색을 위한 배열 또는 구성'을 핵심 요소로 하므로, 데이터베이스의 상당한 부분의 복제가 성립되기 위해서는 복제물에 위 핵심 요소가 부분적으로나마 포함되어 있어야 한다고 해석함이 타당하다. 이러한 해석은 저작물의 복제 여부를 판단함에 있어 창작적 표현에 해당하는 것만을 비교하여 실질적 유사성을 판단해야 한다는 확립된 법리와도 일맥상통한다.¹¹

이러한 해석에 의하면, 데이터마이닝을 하거나 딥러닝 기반의 기계학습에 사용하기 위해 데이터를 수집하는 행위는 데이터베이스권의 침해에 해당하지 않는 경우가 상당히 많을 것이다. 데이터마이닝이나 딥러닝에서는 데이터가 원래 생성·저장된 맥락과는 다른 의도로 데이터를 사용하기 때문에, 원래의 데이터베이스가 제공하는 소재의 접근·검색을 제외하고 데이터만을 복제하는 경우가 많기 때문이다.¹²

10 예컨대 이해완, 저작권법(제4판), 박영사, 2019, 1016쪽; 오승중, 저작권법(제5판), 박영사, 2020, 1068쪽.

11 김기정·송석현, 딥러닝과 데이터마이닝에 있어서의 데이터베이스권의 범위와 제한에 관한 고찰, 정보법학 제25권 제2호(2021), 198쪽 이하.

12 예컨대 영화에 관한 각종 정보를 제공하는 IMDB(<https://www.imdb.com>)에서, 관람객들의 한 줄 평만을 모아서 그 평이 호평인지 악평인지를 레이블링한 다음, 이를 어떤 문장에 드러난 평가가 긍정적인지 부정적인지를 판별하는 프로그램을 생각할 수 있다. 이를 위해서, 인공지능 프로그램에서 널리 쓰이는 케라스(Keras) 라이브러리에는 IMDB의 영화평 50,000 건을 모아놓은 데이터셋이 포함되어 있다(<https://keras.io/api/datasets/imdb/>). 이 데이터셋에서는 원래의 IMDB 서비스를 이용할 때와 같이 영화 제목으로 검색하여 관련 정보를 보거나 배우 이름으로 검색하여 그의 필모그래피를 살펴보는 일은 불가능하다. 따라서 IMDB의 영화평 문장만을 복제하는 것은 IMDB에서 제공하는 데이터베이스의 상당한 부분의 복제가 아니라고 해석할 수 있다. 김기정·송석현, 위의 논문, 194쪽 이하 참조.

4. 데이터의 자유로운 이용을 위한 입법 동향

가. 유럽의 입법 동향

데이터마이닝을 위해 저작물 및 데이터베이스를 대량으로 처리해야 할 필요성이 생기자, 해외 각국에서는 이를 위해 저작권의 제한 규정을 두는 법 개정 움직임이 있어 왔다. 그런데 유럽에서는 유럽위원회의 1996. 3. 11.자 데이터베이스 지침(Directive 96/9/EC)이 저작재산권 제한 규정을 둘 수 있는 사유를 한정적으로 열거하고 있었던 탓에, 그 적용 대상이나 요건이 비영리 연구목적 등으로 한정되어 있었다.¹³ 2019. 4. 17.자 디지털 단일시장 지침(Directive (EU) 2019/790)은 이를 개정하여, 회원국들에게 텍스트 및 데이터마이닝을 위한 예외 내지 제한 규정을 도입해야 할 의무를 부과하고 있으므로, 보다 적극적으로 예외를 도입하는 법 개정 시도가 있을 것으로 예상된다.

나. 일본의 입법 동향

일본 저작권법은 2018년 개정을 통하여, 저작물에 표현된 사상 또는 감정을 스스로 향수하거나 타인에게 향수하게 하는 것을 목적으로 하지 않는 경우, 정보 분석을 위하여 저작물을 이용할 수 있다는 규정을 도입하였다(일본 저작권법 제30조의4 제2호). 또한 정보처리에 의해 새로운 지식·정보를 창출함으로써 저작물 이용 촉진에 기여하는 자로서 시행령의 기준을 충족하는 자는 저작물의 경미한 이용을 할 수 있다는 규정을 도입하였다(일본 저작권법 제47조의5 제1항 제2호). 다만 데이터베이스에 대해서는 별도의 권리 제한 규정을 두지 않고 있다.¹⁴

다. 저작권법 전부 개정안(의안번호 2107440, 도종환 의원 대표발의)

2021. 1. 15. 도종환 의원의 대표발의로 발의된 저작권법 전부개정법률안(의안번호 2107440) 제43조(이하 '법률안'이라고 한다)은 아래와 같은 권리 제한 규

13 안효질, “빅데이터 활용과 인공지능 개발을 위한 Text and Data Mining”, 법률신문, 2018. 12. 24.자(<https://bit.ly/35ImQ7P>).

14 신현철, “제4차 산업혁명시대의 일본 저작권법 개정과 시사점 ‘유연성 있는 권리 제한 규정’ 을 중심으로”, 법학논총 제26집 제3호, 조선대학교 법학연구원, 2019. 12., 7쪽 참조.

정을 두고 있다.

제43조(정보분석을 위한 복제·전송) ① 컴퓨터를 이용한 자동화 분석 기술을 통해 다수의 저작물을 포함한 대량의 정보를 분석(규칙, 구조, 경향, 상관관계 등의 정보를 추출하는 것)하여 추가적인 정보 또는 가치를 생성하기 위한 것으로 저작물에 표현된 사상이나 감정을 향유하지 아니하는 경우에는 필요한 한도 안에서 저작물을 복제·전송할 수 있다. 다만, 해당 저작물에 적법하게 접근할 수 있는 경우에 한정한다.

위 개정안의 조항은, 빅데이터 등 대량의 정보를 활용할 필요성이 높아진 가운데 기존의 ‘공정이용’ 조항만으로 저작권 침해 여부가 불분명한 문제를 해결하고, 컴퓨터를 이용한 자동화된 정보분석 과정을 위한 저작물 이용에 있어 저작재산권이 제한되는 규정을 명시화하여 관련 산업계의 저작권 침해에 대한 예측 가능성을 높이고 저작권자와의 권익과 균형을 꾀하기 위함이라고 한다. 앞서 설명한 바와 같이 데이터마이닝을 위한 저작물이나 데이터베이스 이용은 공정이용에 해당할 가능성이 높지만, 공정이용 규정은 그 모호함으로 인하여 한계가 있는 바,¹⁵ 위 개정안은 권리제한의 요건을 보다 명확히 하고자 했다는 점에서는 긍정적이라 생각한다. 또한 비영리 목적에 한정하지 않은 점은 공정이용에 관한 저작권법 제35조의 5의 개정 이력¹⁶에 부합하고 보다 유연한 적용을 꾀할 수 있다는 점에서 바람직해 보인다.

다만 데이터베이스권에 대해서는 아무런 규정을 두지 않고 있다는 점에서 문제가 있다. 위 개정안의 조항은 데이터베이스권에 대해서도 준용되는데, 데이터베이스는 애초에 창작적 표현을 대상으로 하지 않으므로, 향유의 대상이 무엇인지 의문이 생긴다. 개정 목적을 보다 충실히 실현하기 위해서는, 저작물의 창작적 표현에 대응되는 데이터베이스의 ‘접근·검색을 위한 배열·구성’을 중심으로 권리제한 요건을 규정할 필요가 있다.

15 이일호, 우리 저작권법상 공정이용 규정의 실효성에 대한 소고, 정보법학 제25권 제1호(2021), 49쪽; 김용주, 텍스트 및 데이터마이닝을 위한 저작권법 개정 방향, 부산대학교 법학연구소, 법학연구 제61권 제2호(2020), 22쪽 참조.

16 저작권법의 공정이용 규정은 원래 영리성 또는 비영리성 등 이용의 목적 및 성격을 고려할 요소의 하나로 들고 있었으나, 2016. 3. 22.자 개정(법률 제14083호)에 의하여 영리성 또는 비영리성 등 부분을 삭제하였다.

5. 결론

빅데이터를 이용한 기술이 발전함에 따라 저작권자의 이익과 저작물의 자유로운 이용 사이의 긴장이 고조되고 있다. 이러한 국면에서 분쟁이 발생한다면, 그동안 별로 활약이 없었던 공정이용 규정이 더 주목을 받을 것으로 보인다. 또한 빅데이터라는 개념이 생기기도 전에 저작권법에 도입되었던 데이터베이스 관련 규정의 해석론 역시 '소재의 접근·검색을 위한 배열·구성'을 중심으로 재조명될 필요가 있다.

기존 법률의 한계를 극복하기 위해 각국에서 법 개정이 이루어지고 있으나, 우리 법에서는 이미 공정이용 규정을 통해 상당한 유연성을 확보하고 있으므로 상대적으로 새로운 권리 제한 규정을 도입할 필요성이 낮다고 볼 수 있다. 그렇더라도 여전히 법적 안정성 제고의 측면에서 권리 제한 규정을 신설하는 것은 의미가 있다. 다만 저작권뿐만 아니라 데이터베이스권도 충분히 고려하여야만 입법 목적을 달성할 수 있을 것이다.

9

VR(가상현실)·AR(증강현실) 등 실감형 콘텐츠 저작권 보호

김병일 [한양대학교 법학전문대학원 교수]

1. 가상·증강현실 등 실감형 콘텐츠와 저작권법 쟁점
2. 가상·증강현실 등 실감형 콘텐츠 서비스와 복제권 등
3. 가상·증강현실 등 실감형 콘텐츠 서비스와 전시권 등
4. 저작권제한 규정의 정비 - 저작권법 제35조 제2항 (파노라마의 자유) 등



1. 가상·증강현실 등 실감형 콘텐츠와 저작권법 쟁점

디지털 전환이 가속화되면서 다양한 산업계에서 확장가상세계(메타버스; metaverse)를 접목시킨 새로운 형태의 플랫폼이 등장하고 있다. 5G 환경, VR(가상현실)·AR(증강현실) 콘텐츠의 급증, VR(가상현실) 기기 보급이 일반화되면서, VR·AR 등 실감형 콘텐츠 저작권 보호 이슈들이 활발하게 제기되고 있다.¹ 가상현실(Virtual Reality)은 컴퓨터 기술을 이용하여 사람의 오감을 자극함으로써 가상의 환경과 경험 등을 현실에서 실제 느끼는 것처럼 체험하도록 제공하는 것을 말하고, 증강현실(Augmented Reality)이란 현실세계에 컴퓨터 등을 사용하여 정보를 부가 제시하는 기술 및 정보를 부가 제시한 환경 그 자체를 말한다.² 가상현실과 증강현실의 기능적 차이점이 존재하지만, 법리적으로 가상현실과 증강현실을 구분할 실익은 크게 존재하지 않는다. 다만, 가상·증강현실 기술을 이용하여 디지털 공간에서 발생하는 문제들을 기존 법리로 해결하는 것은 용이하지 않다. 예컨대, 현실 세계의 건축저작물을 가상공간에서 구현하는 경우와 같이 건축저작물의 실감형 콘텐츠를 제공하는 경우 기존 법리에 따라 저작권 침해로 볼 것인지의 여부가 그 대표적인 사례이다.³

2. 가상·증강현실 등 실감형 콘텐츠 서비스와 복제권 등

기술적으로 가상현실과 증강현실은 2차원 데이터를 이용하여 3차원 데이터로 재창작 된다는 점에서 동일한 성격이 있다.⁴ 따라서 가상·증강현실 서비스를 구현하기 위해서는 저작물의 복제와 2차적 저작물 작성이 이루어질 수밖에 없다.

1 실감형 콘텐츠 저작권법 보호에 관한 논의로는, 이상미, “증강현실(Augmented Reality)에서의 지적재산권”, 연세 글로벌 비즈니스 법학연구, 2016, 81면; 정진근, “가상현실과 증강현실의 저작권법 관련 쟁점에 관한 연구”, 강원법학 제55권, 2018.4, 135면 이하; 박인회, “가상현실/증강현실과 관련된 저작권법적 문제”, 법학연구 제59권 제3호, 부산대학교 법학연구소 2018, 7면 이하. 현실세계에 존재하는 다양한 사물/환경이 가상세계에 그대로 재현되면서 해당 사물이나 환경의 저작물성에 대해서는, 이철남, “메타버스의 저작권 쟁점에 관한 연구”, 경영법률 31권4호, 2021, 469-472면 등 참조.

2 최근에는 가상현실과 증강현실의 경계를 나누지 않고, 현실과 가상의 정보를 융합해 진화된 가상 세계를 만드는 기술로 가상현실의 몰입감과 증강현실의 현실감이 융합된 환경에서 상호작용하는 혼합현실(Mixed Reality)로 발전하고 있고, 최근에는 이러한 개념들이 연계된 현실에 해당하는 확장현실(Extended Reality, XR)로 발전하고 있다. 양병석, 임영모, 조태훈, 가상현실/증강현실 기술발전 방향과 시사점, SPRi Issue Report(2016-14호), 소프트웨어정책연구소, 2017, 6-7면.

3 김병일, “5G 보편화에 따른 가상·증강 현실 관련 저작권 이슈”, 문화·미디어·엔터테인먼트법 제15권 제1호, 2021, 5면.

4 정진근, 앞의 글, 148-149면.

2차원 스크린 데이터를 3차원으로 시각화하여 사용자 인터페이스에 적절하게 배치되도록 변형하거나, 배경 속에 포함된 타인의 저작물 또는 그 저작물 자체를 배경으로 이용하거나, 그리고 캐릭터 및 영상의 배경이 되는 도시의 건축물, 예술품이 타인의 저작물과 동일하거나 실질적으로 유사한 경우에 복제권 또는 2차적 저작물 작성권 침해가 문제 될 수 있다.⁵

다만, 2차원 데이터를 3차원으로 변경하는 행위는 썸네일 이미지를 이용하여 타인의 저작물을 복제하는 행위와 마찬가지로 변형적 이용으로서 공정이용으로 해석될 여지가 있고, 영리성, 이용의 목적과 성격, 각 저작물의 종류와 용도, 관련 시장에 미치는 영향 등 여러 요소들에 따라 공정이용에 해당되어 면책될 가능성이 존재한다.⁶ 이 문제는 기존의 법리와 판례를 통해 해석론으로 해결할 수 있고, 가상현실이나 증강현실에서 발생하는 특별한 문제는 아니다.⁷ 또한 디지털 사회의 발전, 가상·증강현실 기술의 발전·상용화에 따라 창작을 활성화 또는 관련 서비스 활성화를 위해 변형적 창작(2차적 저작물 작성)의 자유를 넓게 인정할 필요가 있다. 2차적 저작물에 대한 저작권은 2차적 저작물의 저작자가 '창작적으로 기여한 부분'에 한하여 발생하고 복제된 부분에 대해서는 어떠한 권리가 없음을 명확히 하는 법리 형성이 필요하다.⁸

가상·증강현실 서비스 과정에서 발생하는 필수적이고 항구적인 복제행위에 대해서는 저작권법 제16조의 복제권이 미치게 된다. 다만, 동법 제35조의 2(저작물 이용과정에서의 일시적 복제) 적용 가능성이 존재하는 복제행위에 대해서는 면책된다.⁹ 동법 제35조의 2에서 말하는 '원활하고 효율적인 정보처리를 위하여 필요하다고 인정되는 범위'에는 일시적 복제가 저작물의 이용 등에 불가피하게 수반되는 경우와 안정성이나 효율성을 높이기 위해 이루어지는 경우도 포함되지만, 일시적 복제 자체가 독립한 경제적 가치를 가지는 경우는 제외된다.¹⁰ '원

5 김병일, 앞의 글, 6면.

6 박인회, 앞의 글, 367-368면.

7 김병일, 앞의 글, 12면.

8 김원오(연구책임; 김병일), 미래 저작권 환경에 적합한 저작권법 개정을 위한 연구 II, 저작권정책연구 2017-16, 한국저작권위원회, 2017, 252면.

9 김병일, 앞의 글, 10면.

10 대법원 2017. 11. 23. 선고 2015다1017·1024·1031·1048 판결; 2018. 11.15. 선고 2016다20916 판결. 저작권법 제35조의 2는 '독립한 경제적 가치가 없을 것'을 하나의 요건으로 제시하고 있지는 않지만, 일시적 복제가 독립된 경제적 가치를 가지는 경우를 제외하고는 광범위하게 저작권재산권 제한사유에 해당하는 것으로 해석을 하여야 할 것이다. 이해완, 저작권법(제4판), 박영사, 2019, 808면.

활하고 효율적인 정보처리를 위하여 필요한 범위'를 넘어서 일시적 복제가 유상 거래의 핵심적 대상이 되는 경우에는 법 제35조의2의 요건을 갖추지 못한 것으로 보아야 할 것이다.¹¹ 따라서 저작물을 광고에 편입하여 수익 창출을 가능하게 하는 행위가 가상·증강현실 서비스에서 이루어지는 경우에 저작권법 제35조의 2에 의하여 면책될 수는 없을 것이다.¹²

증강현실은 가상현실의 빅데이터를 수집·처리해 전시할 뿐 아니라 사용자 일상에 관한 데이터를 수집함으로써 데이터베이스를 축적하는데, 이와 같이 생성된 데이터베이스 보호 가능성도 문제가 된다. 가상·증강현실을 구현하기 위하여 추출한 데이터에 저작물이 포함되어 있는 경우 추출된 데이터가 증강현실 시스템의 내부 데이터베이스에 일시적 또는 영구적으로 저장된 후 증강현실 기기에 게시되는 과정에서 복제권, 전송권 침해가 발생할 수 있기 때문이다.¹³

3. 가상·증강현실 등 실감형 콘텐츠 서비스와 전시권 등

저작권 제도와 가상·증강현실의 기술 변화가 가장 직접 관련된 사안은 전시권과 가상·증강현실 구현 과정에서 이용되는 배경 정보의 저작물성과 배경 정보를 자유롭게 이용할 수 있는 범위 즉, 파노라마 자유(freedom of panorama)라 할 수 있다.¹⁴

저작권법 제19조는 저작자는 미술저작물 등의 원본이나 그 복제물을 전시할 권리를 가진다고 규정하면서도 전시에 관하여는 별도의 정의 규정을 두고 있지 않다. 미술저작물 등의 원본이나 그 복제물을 일반 공중에게 직접적으로 보여주는 직접전시와는 달리, 필름, 슬라이드, 텔레비전 영상, 또는 그 밖의 다른 장치

11 이해완, 앞의 책, 808-809면.

12 박인회, 앞의 글, 367면; 김병일, 앞의 글, 11면.

13 김병일, 앞의 글, 14-15면.

14 정상조 외 3인, 기술 환경 변화에 대응하기 위한 저작권 이슈 연구, 저작권정책연구 2017-11, 2017, 106면. 사진촬영이나 녹화 등의 과정에서 의도치 않게 저작물이 포함되는 경우는 드물지 않다. 저작물의 부수적 이용에 대한 면책 규정 제35조의 3(부수적 복제 등)을 통하여 적극 대응하는 방법을 고려해 볼 수 있을 것이다. 또한 대법원 2014.8.26. 선고 2012도10786 판결은 새로운 창작과정에서 원저작물이 간접적 부수적으로 이용된 사례에 대하여 본격적인 논의를 시작한 바 있고, 나아가 저작권법 제28조의 인용이나 제35조의 5 공정이용과 같은 저작재산권제한 사유로서 접근하는 방법 외에, 실질적 유사성의 차원에서 접근하여 부수적으로 이용되어 그 양적·질적 비중이나 중요성이 경미한 정도에 그치는 것이 아니라 새로운 저작물에서 원저작물의 창작적인 표현형식이 그대로 느껴진다면 실질적으로 유사하게 복제된 것으로 볼 수 있다는 기준을 제시하였다.

나 공정에 의하여 보여주는 간접전시와 인터넷전시는 일반적으로 전시개념에 포섭되지 않는 것으로 보고 있다.¹⁵ 그러나 디지털 저작물이 일반화되고 있는 상황을 고려하면, 간접전시를 전시개념 속에 포섭되어야 할 것이다.¹⁶ 또한 미디어아트나 다양한 디지털 기술을 융합한 미술저작물은 유형물의 형태로 직접적으로 보여주거나 하나의 영상을 단편적으로 보여주는데 그치지 않고 장치를 통하여 영상이 연속적으로 재현되는 경우가 많은데, 이 경우 공연과 전시를 명확히 구분하는 것은 매우 곤란하다. 따라서 기술의 발전과 디지털 저작물의 일상화를 고려할 때 전시의 개념 속에 간접전시가 입법적으로 포섭시킬 필요가 있다.¹⁷ 다만, 인터넷 또는 가상공간에서 나타나고 있는 인터넷 전시¹⁸에 대해서는 현행 저작권법이 인터넷을 통한 저작물의 공중 전달은 모두 전송으로 보고 있으므로 전시개념에 포섭할 필요는 없을 것이다.¹⁹

15 대법원 2010.3.11. 선고 2009다4343 판결.

16 이상정, 展示와 관련된 저작권법상의 쟁점에 관한 일고, 『IT와 법연구』, 제6집, 경북대학교 IT와 법 연구소(2012), 43-44면; 정상조 외 3인, 앞의 연구보고서, 149면.

17 정상조 외 3인, 앞의 연구보고서, 149면.

18 판례도 인터넷 전시라는 개념을 인정한 사례가 있다(“피고가 자신의 웹사이트에 원고들이 저작권을 가지는 사진을 원고들의 허락 없이 작은 크기로 축소하여 게시한 부분에 대해서는, 원고들의 복제권 및 전시권을 침해한 것”(서울중앙지법 2006.7.21. 선고 2004가합76058 판결); “복제권, 전송권 및 전시권을 침해하였다고 하기 위해서는 피고가 원래의 사진 이미지 또는 적어도 이를 상세보기 이미지 크기로 축소, 변환한 이미지를 자신이 직접 관리하는 서버 등의 유형물에 저장하고 있었다는 점을 원고가 입증하여야”(대법원 2010.3.11. 선고 2009다4343 판결))

19 이상정, 앞의 글, 42-46면; 윤태식, 저작권법 제2판, 박영사, 2021. 267면.

4. 저작권제한 규정의 정비-저작권법 제35조제 2항(파노라마의 자유) 등

파노라마의 자유란 공공장소에 항시 전시되는 건축물이나 미술저작물 등을 사진, 동영상 등으로 복제하여 이용할 수 있는 자유를 말한다. 이 자유의 인정여부는 각 국가마다 상이하다. 즉, 공중에게 항시 전시된 저작물에만 적용되는지의 여부, 특정 저작물 또는 모든 저작물에 대해서 적용되는지의 여부에 대해서 각국은 다양한 접근 방법을 취하고 있다. 우리 저작권법 제35조 제2항이 파노라마의 자유에 대해 규정한 것으로 이해되고 있는데, ①개방된 장소일 것, ②항시 전시되고 있을 것, ③판매의 목적에 해당하지 않는 등 단서에서 정한 각 호에 해당하지 않을 것이란 기준을 설정하고 있다.

특히, 메타버스 환경에서의 VR(가상현실)·AR(증강현실) 관련 실감형 콘텐츠 산업 발전과 이에 따른 저작권 보호 및 제한 규정의 조화로운 모색이 필요할 것이다. 우선 가상·증강현실의 구현에 있어서 파노라마의 자유가 절절하게 보장되기 위해서는 파노라마의 자유에 관한 규정을 유연하게 해석하거나 불가능한 경우에는 법 개정을 검토하여야 할 것이다. 우선, 개방된 장소에 옥내공간을 포함하여 불특정 다수가 왕래할 수 있는 공간으로 해석 또는 개정하여야 한다. 또한 '항시 전시'의 판단 자체가 어려운 일이고, 이용자의 위치정보를 토대로 서비스가 제공되는 증강현실은 이 조건을 충족시키기 어려울 것으로 생각되므로, '개방된 장소에 항시 전시'를 '공중에게 개방된 장소에 전시'하는 것으로 개정할 필요가 있다. 불특정 다수가 출입하거나 왕래하는 장소에서의 전시가 저작권법 제35조 제2항의 적용이 가능하도록 파노라마의 자유를 확대함으로써, 가상·증강현실의 등장과 같은 새로운 기술 환경의 변화에 맞는 법제도 개선이 필요하다. 또한 현행 저작권법은 파노라마 자유가 적용되는 대상 저작물을 미술저작물, 건축 저작물, 사진 저작물로 제한하고 있는데, 다른 저작물에도 확대할 필요가 있다. 가령 VR을 구현하는 과정에서 입력되는 정보에 개방된 장소에서 벌어지는 운동 경기나 안무, 무용 또는 가수의 실연이나 방송이 포함되는 경우와 시비(詩碑)나 노래비에 새겨져 있는 시나 노래의 가사 등과 같은 어문저작물이나 음악저작물은 공개된 장소에 항시 전시되더라도 그 이용이 제한될 수밖에 없다.²⁰ 다만, 파

²⁰ 정상조 외 3인, 앞의 보고서, 99-100면.

노라마의 자유가 적용되는 저작물의 범위를 미술·건축·사진 저작물 외의 모든 저작물로 확대할 경우 저작권자의 정당한 이익을 침해할 우려가 존재하므로 세심한 접근이 요망된다.

또한 VR(가상현실)·AR(증강현실) 등의 산업 발전에 장애요인을 제거한다는 명목하에 2019. 11. 26. 자 일부 개정된 저작권법(법률 제16600호)은 제35조의 3을 신설하여, 부수적 복제 등에 관한 사항을 규율하고 있다.²¹ 저작물의 부수적 이용은 사진 촬영이나 녹화 등의 과정에서 주된 대상물이 아닌 저작물이 우연히 포함되는 경우를 말한다.²² 여기서 '부수적' 이라함은 주된 대상을 촬영하는 과정에서 의도치 않게 또는 양적·질적으로 일부만 타인의 저작물이 포함되고 그 타인의 저작물이 전체 촬영물 속에서 어떠한 중요성도 없는 것을 의미하지만, 그 이용된 타인의 저작물의 종류와 용도, 이용의 목적과 성격 등에 비추어 저작권자의 이익을 부당하게 해치는 경우에는 면책되지 아니한다. 디지털 기기의 발달은 누구나 쉽게 사진 촬영, 녹음 또는 녹화를 가능하게 한다. 이때 촬영한 사진의 피사체 배후에 저작권이 문제될 수 있는 그림이나 도안 등이 찍히거나, 녹음 또는 녹화 내용에 거리에서 들리는 음악이 의도치 않게 삽입되는 때, 이러한 경우에 형식적으로 저작권법을 적용하게 되면 사진 촬영, 녹음, 녹화의 행위는 저작물의 복제행위가 되고, 이를 전송하게 되면 공중송신행위가 되어 저작권 침해가 될 수 있다.²³ 이러한 유형의 이용형태는 AR·VR 서비스 이용 과정에서도 발생할 수 있다.²⁴ 물론, '부수적으로'의 해당 여부에 대한 법리가 아직 형성되지는 않고 있지만, 법제35조의 3는 가상·증강 현실 기술이 발전함에 따른 기기 활용과정에서 부수적으로 다른 저작물이 포함된 경우 이에 대한 저작권 침해를 면책하여 관련 산업 발전의 토대를 마련한 점에서 상당한 의의가 있다고 생각한다.²⁵

21 김경숙, 저작물의 부수적 이용'에 관한 신설 조항의 검토, 『IT와 법연구』 제20집, 경북대학교 IT와 법연구소(2020), 16면 이하.

22 김창권, "시각적 저작물의 복제와 실질적 유사성의 인정기준 및 공표된 저작물의 인용(2014. 8. 26. 선고 2012도10786 판결: 공2014하, 1944)", 대법원판례해설 102호, 2015, 227면 이하.

23 김경숙(연구책임; 김병일), 미래 저작권 환경에 적합한 저작권법 개정을 위한 연구 II, 저작권정책연구 2017-16, 한국저작권위원회, 2017, 125-126면.

24 김경숙(연구책임; 김병일), 앞의 연구보고서, 126면.

25 김병일, 앞의 글, 19-21면.

10 저작권료 정산의 공정성과 투명성

양훈지 [(주)청담러닝 변호사]

1. 서론
2. 이슈 및 쟁점사항
 - 가. 일반적인 저작권료 정산 방식
 - 나. 현행 음원 저작권료 정산 방식
 - 다. 새로운 대안으로서 이용자별 정산 방식
 - 라. 참고: 관련 기사
3. 결론



1. 서론

올해는 음원사재기, 팬덤 중심의 음악 소비가 확산하면서 판매량 왜곡 행위 등 정당한 저작권료 배분 이슈가 저작권 관련 업계에서 뜨거웠던 한해였다.

‘음원 사재기’란¹ 브로커에게 일정 금액의 돈을 지불한 뒤, 특정 가수의 특정 음원을 동시에 여러 기기와 계정을 이용해 의도적으로 재생하여 음원 순위나 실시간 스트리밍 순위 등을 조작하는 행위를 뜻한다. 「음악산업 진흥에 관한 법률」 제26조는 음반·음악영상물 관련 업자 등이 제작·수입 또는 유통하는 음반 등의 판매량을 올릴 목적으로 해당 음반 등을 부당하게 구입하거나 관련된 자로 하여금 부당하게 구입하게 하는 행위를 금지하고 있다. 그러나 음원 사재기는 대형 음원 사이트의 인기 차트 순위가 소비자의 음원 소비에 직접적인 영향을 끼친다는 점에 기반해 횡행하고 있는 것으로 알려져 있다.

음원 사재기는 다운로드 서비스에 대한 사재기와 스트리밍 서비스에 대한 사재기로 나뉘는데, 이는 타인의 아이디를 불법으로 도용해 음원 스트리밍이나 다운로드를 급격하게 늘리면서 음원 순위를 끌어올리는 것이다. 이 중 스트리밍의 경우 음원 파일을 스마트폰이나 컴퓨터를 통해 실시간으로 재생하는 것으로, 스트리밍 서비스에 대한 사재기는 수백 대 이상의 휴대폰을 동시에 돌리는 방식으로 진행된다.

이와 같은 판매량 왜곡 행위가 만연해지고, 음원 사재기 논란이 다시 불거지면서 현행 저작권료 정산 방식에 근본적 변화가 필요하다는 주장이 거세진다. 이러한 판매량 왜곡, 음원 사재기 결과 창작자에게 정당한 저작권료 배분이 이루어지지 못한다는 문제의식에서다.

현재 문화체육관광부에서 사용하고 있는 저작권료 징수 규정에는 각 음악 저작권 관련 협회가 가지고 있는 비율에 따라 저작권료를 정산하고 금액을 지급하고 있는데, 크게는 곡당 재생에 따른 저작권료 또는 매출액에 따른 저작권료를 지급하는 형식이다. 따라서 재생 횟수가 많은 곡에 이용자가 낸 저작권료가 집중되는 현행 정산 방식은 사재기를 부추길 소지가 있다. 또한 이러한 방식은

1 이하 출처 : [네이버 지식백과] 음원 사재기 (시사상식사전, pmg 지식엔진연구소).

이용자가 내는 비용이 자신이 듣는 음원 중심으로 배분되지 않기 때문에 불공정한 저작권료 정산 및 배분의 문제가 발생할 수 있다.

2. 이슈 및 쟁점 사항

가. 일반적인 저작권료 정산 방식

(1) 개별정산 방식

모든 저작물에 대한 이용내역에 따라 사전에 책정된 사용료에 따라 징수한 후 해당 권리자에게 분배하는 방식이다. 예를 들어 저작권법 제25조의 수업목적보상금을 산정하면서 음악 1곡당 42원으로 책정 및 징수하는 것이 개별정산이다. 그런데 개별정산은 엄청나게 많은 저작물이 존재하고, 저작물이 다양하고 지속적으로 이용되는 경우에는 비현실적이다.

(2) 포괄정산 방식

저작권자와 이용자가 일정한 기간동안 이루어진 이용에 대하여 한꺼번에 사용료를 지급하기로 합의하는 것이다. 예를 들어 저작권법 제25조의 수업목적보상금을 산정하면서 학생 1인당 연간 기준금액으로 책정 및 징수하거나, '매출액의 일정 비율'을 기준으로 하여 일정 기간에 걸친 저작권 사용료로 책정하는 것도 포괄정산의 예이다.

나. 현행 음원 저작권료 정산 방식

국내 음원 사업자는 저작권 정산과 분배 시 문화체육관광부 「음원 전송 사용료 징수 규정」을 기반으로 한 '비례배분 방식'을 사용한다. 비례배분 방식이란 곡당 단가에 특정 음원 재생 수를 곱해 각 저작권자에게 배분하는 방식이다.

즉, 개별 음원 서비스마다 이용자가 지출한 총금액을 전체 이용자 총 재생수로 나눈 뒤 1곡 재생당 저작권료, 일명 곡당 단가를 산정하는데, 이에 따르면 한 서비스 내 모든 곡당 단가는 동일해진다.

이러한 비례배분 방식의 문제점으로는 첫째, 재생 횟수가 많은 저작권자에게만 음원 저작권료가 쏠리는 현상이 발생하게 된다는 점이다. 이로 인해 이용자가 듣지도 않은 음원에 서비스 이용료가 지불될 가능성이 크고, 이용자의 요금은 같은데도 인기가 많은 음원에 저작권료가 더 많이 돌아가게 된다.

둘째, 창작자 또는 기획사, 가수는 음원 차트의 상위권에 오래 머물수록 수익이 커지기 때문에 사재기를 부추길 수 있다. 즉, 비례배분 방식은 음원 전송 사용료 지급 시 전체 음원 재생수에서 각 음원의 재생 횟수가 차지하는 비중을 계산해 음원 사용료를 정산하기 때문에, 음원 차트 상위권에 들기 위한 경쟁이 일어나며, 사재기를 하더라도 상위권에 오래 머물면 원금회수가 가능하기 때문에 사재기를 부추길 수 있게 된다.

셋째, 재생 수가 많지 않은 음원의 창작자 또는 가수는 자신이 만든 음원이 저평가받게 될 뿐만 아니라 사재기를 통해 낮아진 곡당 단가의 결과물로 훨씬 더 적은 저작권료를 받게 되어 손해를 볼 수밖에 없다. 넷째, 인기를 얻지 못한 음원들은 상대적으로 낮은 단가가 책정되기 때문에 과도한 마케팅이나 스트리밍 어뷰징이 발생할 수 있고, 부익부 빈익빈 현상이 격화된다.

다. 새로운 대안으로서 이용자별 정산 방식

저작권 사용료는 저작물이 실제로 이용된 바에 따라 징수하고 이를 해당 저작권자에게 분배하는 것이 가장 이상적이다. 또한 창작자와 제작자에게 음원의 저작권 사용료는 노력의 결과물이며 왜곡되지 않은 정당한 분배가 필요하다.

이에 현행 비례배분 방식의 대안으로 '이용자별 정산방식'이 대두되고 있다. '이용자별 정산방식'은 개인 이용자 지출 금액을 해당 개인 월별 재생수로 나눠 1곡당 단가를 산정하고, 이 곡당 단가에 해당 개인이 특정 음원을 재생한 횟수를 곱해 저작권료를 최종 확정하는 형태이다. 즉, 비례배분 방식이 전체 매출액을 총 재생수로 나누는 반면, '이용자별 정산방식'은 이용자가 재생한 곡의 저작권자에게 저작권료가 오롯이 지급되는 방식이다.

이러한 '이용자별 정산방식'은 음원 차트 조작 문제나 음원 사재기 등의 문제

를 일부 해소할 수 있을 것으로 보인다. 차트의 상위권에 오르기 위한 음원 사재기 논란은 디지털 음원 시장이 커지면서 계속 제기되어 오던 문제였고, 특히, 국내 음원사이트의 비례 배분 방식은 음원 순위가 수익 배분에 많은 영향을 끼친다.

이에 일부 음원 플랫폼은 실시간 차트를 폐지하기도 했다. 플로(FLO)는 차트 조작 방지를 위해 1시간 단위의 실시간 차트를 폐지했다. 대신 24시간 동안 누적되는 차트에 비정상적인 청취자 아이디를 감지해내는 기술을 적용해 '플로 차트'로 개편했다. 바이브도 실시간 음원 차트를 없앴다.

라. 참고: 관련 기사²

네이버가 국내 음원시장 저작권료 배분 방식을 '이용자별 정산'으로 바꾸는 데 힘을 싣고 있다. 이용자가 낸 이용료를 이용자가 들은 음악의 아티스트에게 배분하는 구조라서 합리적이라는 평가를 받는다. 하지만 전체 재생 수에 따른 배분에 익숙한 기존 업체들이 변화를 선택할지가 관건이다.

네이버와 한국음악레이블산업협회(음레협)는 최근 '이용자별 정산' 방식의 확대에 힘을 모으기로 업무협약을 맺었다고 15일 밝혔다.

네이버의 음악 서비스 바이브가 지난해 5월 최초로 도입한 이용자별 정산은 이용자가 실제 들은 곡의 저작자와 실연자, 음반제작사에게 음원 사용료를 주는 방식이다. 내가 월 이용료로 1만 원을 내고, 한 달에 1,000곡(중복 포함)을 들었다면 한 곡당 10원씩 돌아가는 구조다. 바이브는 궁극적으로 이용자별 정산을 지향하지만, 현재 과도기로 아티스트에게 이용자별 정산과 기존 방식인 '비례 배분제' 중 선택할 수 있게 하고 있다.

현재 바이브를 제외한 음악 플랫폼들이 채택하고 있는 비례 배분제는 매월 전체 재생 수에서 특정 음원이 차지하는 비중에 따라 저작권료를 나눈다. 내가 얼마나 들었는지와 상관없이 전체 이용자들의 수치에 따라 배분되는 것이다. 차트 상위권에 올라간 곡에 저작권료가 쏠리면서 '팬덤 총공'(팬들이 집중적으로 응

² 경향신문 조미담 기자 2021.12.15.

원하는 아티스트의 음악을 듣는 것), '음원 사재기'를 유발한다는 지적을 받고 있다.

반면 이용자별 정산은 팬덤이 강하지 않은 아티스트들도 안정적으로 저작권료를 배분받을 수 있다. 네이버는 이용자별 정산에 대해 "창작자들이 더 많은 이용자와 연결되고, 다양한 장르의 아티스트들에게 팬들의 응원을 직접적으로 전달할 수 있다"고 설명했다. 네이버는 이용자별 정산을 알리기 위해 오는 16~17일 열리는 서울뮤직포럼을 스트리밍서비스 '네이버 NOW.'에서 생중계한다.

3. 결론

저작권료 정산 및 분배의 편중 문제가 심화될 경우 장기적으로 음악 산업 경쟁력을 떨어뜨리고 다양한 창작 환경에 부정적 영향을 미칠 것이다. '이용자별 정산 방식'은 이용자가 낸 요금을 이용자가 실제로 들은 음악의 저작권자에게 전달되는 것을 골자로 하기 때문에 플랫폼의 재생 규모와 무관하게 음악을 들은 이용자 규모에 집중할 수 있어 비주류 음악이나 인디 뮤지션들의 수익이 보다 정당해질 수 있는 장점이 있고, 정산금 편취형의 '총공'도 방지할 수 있는 효과가 있다고 본다. 따라서 이용자별 정산을 포함하여 현행 음원 사용료 징수 규정의 개정이 필요하다.

현재 문화체육관광부의 징수 규정이 반드시 비례배분 방식을 의무로 두는 것은 아니다. 그러나 새로운 정산 방식에 대한 조건에 대해 음원과 관련된 권리 단체나 유통사, 정부기관 등과의 허가 및 협의는 필수적이다. 저작권료의 정산 문제에 대해 시장의 논리에 맡긴다면 부익부 빈익빈이 심화될 것이고, 창작 환경을 저하시키는 등의 부작용이 속출할 것으로 생각된다. 이에 정부의 개입은 필요하나, 이 경우 정부가 새로운 정산 방식에 대해 이용자들은 물론 수많은 이해관계자들에게 어떻게 설명하고 조율할지가 관건이다.

참고로 영국의 경우 2021년 6월 16일 계약 관계에서 음악을 이용한 행위에

대한 충분하고 공정한 보상을 받을 수 있도록 하는 공정한 음악생태계 조성을 위한 저작권법 개정안이 발의되었다.³ 주요 내용으로는 실연자를 위한 권리로서 첫째, 공정한 보상을 받을 권리(Section 191G), 둘째, 모든 수익 또는 혜택 등을 포함한 이해 가능하고 관련된 최신의 완전한 정보를 제공받을 수 있는 투명성 의무(Section 191N), 셋째, 권리를 부당하게 이용하거나 차후의 모든 수익과 비교했을 때 불균등하게 낮은 보상이 이루어지도록 한 계약에 개입한 사람으로부터 추가적이고 합리적인 보상을 청구할 수 있는 계약 조정(Section 191O) 등이 있다. 또한 작곡가 및 작사가를 위한 권리로서 첫째, 음악 저작물 혹은 음악 저작물을 동반하거나 음악과 함께 노래되고 말해지는 어문 저작물의 저자는 모든 수익 또는 혜택 등을 포함한 이해 가능하고 관련된 최신의 완전한 정보를 제공받을 수 있는 투명성 의무(Section 93D), 둘째, 위에서 살핀 바와 같이 권리를 부당하게 이용하거나 혹은 모든 차후의 수익과 비교하였을 때 불균등하게 낮은 보상이 이루어지도록 하는 계약에 개입한 사람으로부터 추가적이고 합리적인 보상을 청구할 권리인 계약 조정(Section 93E) 등이 있다. 그리고 실연자, 작곡가 및 작사가가 Section 93D, 93E, 191GA, 191N 및 191O에 따른 정보 전달의 명령이나 혹은 지급될 수 있는 보상의 결정은 위 조항들에 따라 자격이 있는 자들에 의해 저작권 재판소에서 이루어지도록 하는 공정한 보상, 투명성 및 계약 조정에 관한 신청 조항(Section 142A) 등이 있다.

뿐만 아니라 WPPT 또한 EU 저작물 대여권 및 대출권 지침과 같이 실연자와 음반제작자에게까지 적절한 보상금의 분배의 의무를 명시하고 있다.

음악 창작자와 제작자에게 음원의 저작권 사용료는 노력의 결과물이며 왜곡되지 않은 정당한 분배가 필요하다. 비단 음악뿐만 아니라 저작물 전체에 대해 저작권료 정산의 공정성과 투명성은 매우 중요한 문제이다. 또한 다양한 저작물의 이용 방식에 발맞추어 공정하고 투명한 저작권료 정산 방식을 구축해 내는 것은 우리 모두의 숙제이다. 이를 위해서는 시장의 순기능에 맡기는 것뿐만 아니라 저작권법 개정 등을 포함한 정부의 개입이 필요하다고 본다.

3 이하 출처 : <https://bills.parliament.uk/bills/2901>.



2022 저작권 보호 이슈 전망 보고서

2022 Survey Report of
Copyright Protection Issues

발행일	2022년 1월
발행인	박주환
발행처	한국저작권보호원
기획·제작	한국저작권보호원 온라인보호부
주소 및 연락처	(03925) 서울시 마포구 월드컵북로 400, 4·9·10층 Tel. 1588-0190 Fax. 02-3153-2779 www.kcopa.or.kr
조사·편집·인쇄	(주)엠브레인퍼블릭
담당 및 문의	총괄 온라인보호부 이용일 부장(02-3153-2411) 담당 온라인보호부 문예은 주임(02-3153-2416)



한국저작권보호원에서 발행한 <2022 저작권 보호 이슈 전망 보고서> 저작물은 공공누리 이용허락유형 중 제3유형으로, 출처 표시 후 상업적, 비상업적 이용이 가능합니다. 그러나, 변형 등 2차적 저작물 작성은 금합니다.



한국저작권보호원
KOREA COPYRIGHT PROTECTION AGENCY

03925 서울특별시 마포구 월드컵북로 400 (상암동 1602) 서울산업진흥원 4·9·10층
Tel 1588-0190 Fax 02-3153-2779 www.kcopa.or.kr