

MP3 서비스로 살펴본 인터넷음악산업의 현황과 전망

유 선 실*

목 차

1. 들어가는 말
2. 디지털음악과 MP3
 - 가. MP3의 개념
 - 나. MP3의 영향
3. 최근 등장한 MP3 서비스와 음반업계의 대응
 - 가. MP3.com과 My.MP3.com 서비스
 - 나. Napster 서비스
4. 음반업계의 인터넷음악 대응
 - 가. SDMI의 결성과 기술적인 대응
 - 나. 디지털음악사업을 위한 전략적 제휴 및 합병
5. 전망 및 시사점

1. 들어가는 말

인터넷의 성장은 혁명적이라는 표현이 가능할 만큼 폭발적이고 전체 산업에 큰 영향을 끼치고 있다. 인터넷은 영화, 음악 등 엔터테인먼트산업에도 큰 영향을 미치고 있는데, 현재는 큰 전송량을 요구하는 영화산업보다는 음악산업에서 많은 변화가 일어나고 있다. 1999년 전세계 음악시장은 398억 달러로 이 중 온라인 CD 판매와 MP3와 같은 디지털음악 서비스 등 인터넷음악시장은 2%에 해당하는 약 8억 5천만 달러이다. Forrester Research에 의하면 인터넷음악시장은 2004년에 이르면 전체 음악시장의 9~10%에 해당하는 43억 달러로 증가할 것으로 전망되

*정보통신산업연구실 주임연구원 · TEL: 570-4333 · e-Mail: sunsil@sunnet.kisdi.re.kr

고 있다.¹⁾ 이 중 디지털음악은 현재는 대부분 무료로 다운로드되고 있지만, 유료화가 진행되고 인터넷 이용률이 높아질수록 성장 잠재력이 커진다. 디지털음악시장은 1999년에는 약 1백만 달러에 불과하지만, 2004년에는 세계 음악시장의 2~3%에 해당하는 약 10억달러 시장을 형성할 것으로 전망되고 있다. 이에 디지털음악과 관련된 소프트웨어 및 서비스 기업들이 매우 빠르게 증가하고 있고, 단순히 디지털음악 전송을 넘어서 다양한 서비스들이 등장하고 있다. 더구나 디지털 다운로드 음악 파일을 재생시키는 MP3 플레이어와 관련된 제조산업에 미치는 영향도 매우 크다.

그러나 시장의 성장률 보다 더욱 중요한 것은 인터넷음악이 현재 음악산업의 유통 및 제작 구조에 미치는 영향이 매우 크다는 점이다. 이에 음악산업계에서는 불법복제에 대한 우려, 기존 유통망과의 충돌, 음악제작에서의 영향력 감소 등의 이유로 디지털음악 성장에 대해 위기감을 나타내고 있다. 최근에 빈번한 MP3 서비스에 대한 음반업체들의 소송은 이 위기감의 표현이라고 할 수 있다. 가장 대표적인 소송은 휴대형 MP3 플레이어인 Rio를 생산한 Diamond Multimedia를 상대로 한 미국음반산업협회(RIAA: The Recording Industry Association of America)의 저작권 위반 소송이다. RIAA는 Rio가 음반 저작권을 침해할 우려가 크다면서 1998년 10월 LA 법원에 판매 금지 소송을 제기했다. 하지만 Diamond Multimedia는 “Rio로는 반복 복제가 불가능하고, 오디오 제품이 아닌 컴퓨터 주변기기로서 홈오디오 재생기기법(The Audio Home Recording Act)에 적용받지 않는다”고 주장했다. 결과는 Diamond Multimedia가 승소하였고 Rio는 본격적인 판매에 들어갔다.²⁾ 휴대형 MP3 플레이어가 본격적으로 판매됨에 따라 디지털음악 서비스도 본격적으로 이루어지고 있고, 이에 기존 음반사 및 유통업체들과 MP3 서비스 업체간의 갈등도 커지고 있다.

본 글은 인터넷음악 중에서도 MP3 디지털음악에 초점을 맞춰서, 관련 기업들의 최근 동향과 음반사들의 대응, 앞으로의 전망에 대해서 살펴보고 하겠다. 국내에서는 아직까지 기본적인 저작권 문제조차 해결되지 않은 상황에서 미국에서 벌어지고 있는 MP3 서비스의 동향을 이해하는 것은

1) Forrester Research (2000. 1.)

2) CNET (1999. 6. 15.)

국내 음악산업에 주는 시사점이 클 것으로 생각한다.

2. 디지털음악과 MP3

가. MP3의 개념

디지털음악 파일을 인터넷을 통해 배포하기 위한

전송방식에는 RealAudio로 대표되는 Streaming 방식과 Downloading 방식이 있다. Streaming 방식은 인터넷을 통해 실시간으로 음악을 듣게 해주기 때문에 라디오방송과 유사하다. 그러나 Streaming 방식에서는 음성과 달리 음악은 중간에 끊기는 현상이 자주 발생하며 음질도 매우 떨어진다. Streaming 방식은 고품질의 음악을 듣는데는 적합하지 않지만, 실시간으로 전송이 되기 때문에 완전한 음악을 듣기보다는 개괄적으로 듣기를 원하는 사용자에게는 유용하다. 반면 Downloading 방식은 파일 전체를 전송해 주므로 음악전송에 적합하고, 전송속도의 제한으로 인해 음질을 해치지 않는 범위내에서 압축한 파일을 전송하는 것이 더욱 효과적이다. 이러한 압축기술로 가장 보편적으로 사용되는 포맷이 바로 MP3 방식이다.

MP3(MPEG Audio Layer 3)는 MPEG(Moving Picture Experts Group)에서 규정하고 있는 압축된 디지털 오디오 파일의 일종이다. CD를 표준 디지털 음악 파일 포맷인 WAV 파일로 녹음하면 74분짜리에 약 740MB의 용량이 필요하다. 그러나 MP3는 아날로그의 음악을 디지털화하는 과정에서 인간이 듣는 가청 주파수 범위 너머의 소리나 전문가가 아니면 듣기 어려운 여운 등을 삭제함으로써 CD 데이터의 11배 정도로 압축이 가능하다. 이렇게 압축된 파일은 고품질을 유지하면서도 1분당 약 1MB 정도로 압축하여 일반적으로 음악 한곡당 4~5MB 파일로 저장할 수 있다.

음악산업계에서는 불법복제에 대한 우려, 기존 유통망과의 충돌, 음악제작에서의 영향력 감소 등의 이유로 디지털음악 성장에 대해 위기감을 나타내고 있다. 최근에 빈번한 MP3 서비스에 대한 음반업체들의 소송은 이 위기감의 표현이라고 할 수 있다.

나. MP3의 영향

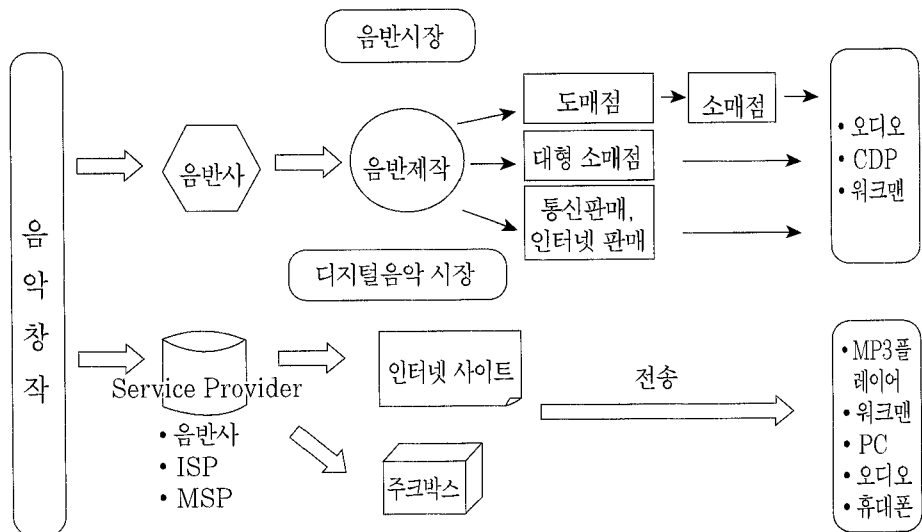
1) 유통구조의 변화

음악을 디지털화시켜 인터넷으로 유통시키게 되면 CD 제조비용과 유통 비용은 매우 낮아질 수 있다. 즉 서버에 디지털화된 음악을 저장함으로써 콤팩트 디스크 제작 및 포장 비용을 줄일 수 있고, 소매 및 도매 등 다단계의 유통구조를 넘어선 직접 판매로 유통비용을 낮출 수 있다. 그러나 이러한 비용감소의 요인보다도 더 중요한 변화는 음반 전체를 구입하지 않고 소비자의 선호에 맞춘 구매가 가능하다는 것이다. 현재는 CD 하나에 10곡 이상을 담아야 하기 때문에 완성도가 떨어지는 곡을 끼워 넣기도 하고, 소비자는 자신이 원하지 않는 곡도 들어야 하는 한다. 디지털 파일 형태로 음악 유통이 이루어지면 소비자는 구입단위가 음반이 아니라 한 곡의 음악이기 때문에 원하는 곡만을 구입할 수 있고 Music on Demand가 가능하다.

2) 다양한 장르의 음악 증가

디지털음악은 저렴한 제작, 유통비용의 감소 등으로 인해 소규모의 독립 음반사의 성장을 촉진시키고 다양한 장르의 음악을 향유할 수 있다. 지금

〈그림 1〉 음반유통과 디지털음악 유통 구조 비교



까지 음악산업은 아티스트가 특정 음반사에 소속되어 음반사가 배급 및 프로모션의 주도권을 갖고 있는 구조였다. 그러나 디지털음악이 활성화되면 콘텐츠를 생산하는 사람, 즉 아티스트가 홍보 및 유통까지 직접

관여할 수 있게 된다. 물론 이러한 주도권의 변화는 서서히 이루어지고 있지만, 어쨌든 음반사들의 아티스트에 대한 통제권은 많이 약해질 것으로 전망된다. 따라서 소비자들은 메이저 음반사들에 의해서 프로모션되는 음악뿐만 아니라 다양한 장르를 손쉽게 접근할 수 있는 기회가 커지게 된다.

3) 불법복제에 대한 우려 증가

디지털음악은 저비용 및 소비자의 선택의 다양성과 접근 용이성이라는 장점에도 불구하고, 불법복제 및 저작권침해의 위험성을 동시에 가지고 있다. 디지털음악의 복제는 아날로그보다 훨씬 더 용이하고 그 파급력이 크다. 아날로그에서는 복제를 여러 번 할수록 음질이 떨어지지만, 디지털에서는 일정한 품질을 계속 유지할 수 있다. 또한 MP3로 압축하면 음질은 거의 CD와 같으면서 용량은 10배 이상 압축되어 세계 구석구석까지 거미줄처럼 연결된 인터넷망을 통해 전송될 수 있다. 게다가 ADSL이나 케이블 모뎀이 보편화되면서 전송속도도 매우 빠르게 증가하고 있다. 즉 MP3로 압축하여 인터넷으로 신속, 저비용, 대량으로 복제 및 전달할 수 있게 되었다는 것을 의미한다.

불법복제를 방지할 수 있는 기술은 스크램블링 기술³⁾, 디지털 서명 기술⁴⁾, 워터마크 기술⁵⁾ 등이 있지만, 관련 업체간의 이해가 달라 아직은 표준화된

디지털음악은 저비용 및 소비자 선택의 다양성과 접근 용이성이라는 장점에도 불구하고, 불법복제 및 저작권침해의 위험성을 동시에 가지고 있다.

이에 세계 음반업계의 이익단체인 RIAA는 MP3와 관련된 새로운 서비스가 등장할 때마다 신속하게 법적인 대응을 취해왔다.

3) 스크램블링 기술은 비디오나 오디오를 뒤죽박죽 만들어버려 아무나 보고들을 수 없게 만드는 기술을 말한다. 대신 정당한 사용자들은 스크램블링을 풀어 정상적인 비디오나 오디오를 즐길 수 있다. 보통 스크램블링을 풀 때 암호화적인 키를 사용한다.

4) 원본 콘텐츠에 디지털 서명을 추가하여 원본이 훼손되었을 때 이를 알 수 있도록 하는 기술이다.

5) 음악이나 영상에 불법복제를 방지하기 위해 디지털 데이터에 숨기는 정보를 워터마크라고 부른다. 워터마크는 원음의 제공자가 누군지를 알려주는 중요한 단서로 불법복제를 알려주는 증거로 사용된다.

포맷은 등장하지 않고 있다.⁶⁾ 복제방지 기술의 미비로 음반사들은 그들의 음악을 디지털화하기를 꺼리고 있고, 이는 디지털음악시장 성장의 걸림돌로 작용하고 있다.

3. 최근 등장한 MP3 서비스와 음반업계의 대응

MP3와 같은 디지털 압축기술이 등장하고, 휴대형 MP3 플레이어가 본격적으로 판매되면서 다양한 MP3 서비스 업체가 등장했다. 음반업계가 MP3 음악의 불법복제를 방지하기 위해 기술적 조치를 마련하고 있는 동안 새롭고 창의적인 서비스가 계속 등장하여 음악산업에 변화를 일으키고 있다. 세계 음반업계의 이익단체인 RIAA는 MP3와 관련된 새로운 서비스가 등장할 때마다 신속하게 법적인 대응을 취해왔다. 음반업계는 최근 15~24세의 CD 구매가 감소한 것이 MP3 음악의 영향이라고 판단하고 MP3가 활성화되는 것을 위협요인으로 여기고 있는 것이다.

최근에 등장한 MP3 관련 서비스들은 저작권법 상의 논란을 일으키고 있는데⁷⁾ 이 중 새해 들어 RIAA로부터 소송을 당한 MP3.com의 MY.MP3.com과 Napster Inc.의 Napster에 대하여 살펴보도록 하겠다.

가. MP3.com과 My.MP3.com 서비스

MP3.com은 1998년부터 상용서비스를 시작한 인터넷음악 서비스 업체로서 1999년 7월 나스닥에 상장되었다. 2000년 2월 현재 약 56,300명의 아티스트의 346,000곡이 온라인상에 올려져 있고, 약 1,000만명의 회원이 가입하여 이들이 2월 한달 동안 다운로드한 파일수는 약 2,460만 곡으로

6) 김형중 (2000. 3.)

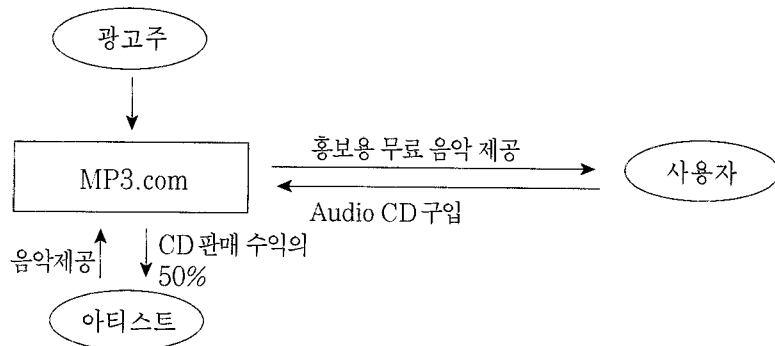
7) 미국은 디지털 환경에 대응하고 관련 산업체의 이해를 반영하기 위하여 저작권법을 모두 3차례 개정하였다. 1992년에 개정된 "The Audio Home Recording Act"는 가정에서 이루어지는 디지털 녹음에 상응하여 음악저작물의 저작권자들에게 보상금을 주는 것을 골자로 한다. 1995년에 개정된 "The Digital Performance Right in Sound Recording Act"는 음악저작물과 녹음물의 저작권자에게 디지털공연권을 부여하고, 이의 법정허락제도를 도입하였다. 세 번째로 1998년 개정된 "The Digital Millennium Copyright Act"는 디지털 저작물에 대한 권리관리정보와 기술적 보호조치에 관한 사항, 음악저작물의 디지털 전송에 있어서 인터넷서비스제공자(ISPs)의 책임범위 등을 규정하고 있다.

서 이 통계치는 매달 급격하게 증가하고 있다. MP3.com은 메이저 음반사에게 소속되어 있지 않으면서 인터넷을 통해 음악을 판매하고자 하는 아티스트의 음악을 MP3 파일로 무료로 공급하거나, 이들의 Audio CD 및 Digital Automatic Music(DAM)⁸⁾을 배급하고 있다. 아티스트와의 수익 분배는 기존의 음반사와 달리 계약금이라든가 전속금 등의 개념이 아니라 순수하게 CD 판매에 따라 수익을 반반씩 나누며, 계약은 아티스트가 원하면 언제든지 파기할 수 있다. 이런 구조는 기존의 음반사처럼 체계적인 프로모션이나 대대적인 광고 등은 지원되지 않는다는 단점이 있지만, 메이저 음반사에게 소속되지 않은 독립 아티스트가 자신의 음반을 세상에 알릴 수 있는 수단으로는 충분히 이용될 수 있다. 더 나아가 아티스트의 자유로운 활동을 보장해 줄 수 있는 방법으로도 선택될 수 있다.

1999년 MP3.com의 매출액은 2,190만 달러로서 CD 판매 수입과 광고비 등으로 수익을 얻고 있는데, 향후 MP3 음악이 활성화되면 MP3 음악의 유료 수입이나, 아티스트의 콘서트 수입 등을 통해 수익을 올릴 수 있을 것으로 예상된다.

MP3.com은 2000년 1월부터 My.MP3.com라는 새로운 서비스를 시작했다. My.MP3.com 서비스는 두 가지로 구성되어 있다. 우선 "Beam-It"이라는 이 회사에서 제공하는 소프트웨어를 설치하고 자신의 음악 CD를 CD

〈그림 2〉 MP3.com의 비즈니스 모델



8) DAM은 MP3 포맷과 Audio CD 포맷을 모두 지원하는 CD임

드라이브에 넣으면 Beam-It 소프트웨어가 자동으로 그 CD가 무슨 CD인지 검사하고, 정품임을 확인한 뒤 MP3파일을 사용자가 만들 필요 없이 자신들이 이미 만들어 서버에 저장해 놓은 같은 앨범에 수록되어 있는 곡들의 MP3 파일을 인터넷을 통해 제공한다. 또한 Instant Listening 서비스는 MP3.com과 제휴 음반 쇼핑물을 이용하여 CD를 구입하면 음반대금을 인터넷에서 결제한 바로 그 시점에 바로 My.MP3.com 사이트에 그 앨범이 등록되어 CD가 집으로 배달되기 전에 인터넷을 통해서 그 앨범을 들을 수 있다. 그러므로 My.MP3.com 서비스를 이용하면 굳이 CD를 가지고 있지 않아도 인터넷만 연결되면 개인화된 음악 목록을 선택해서 언제나, 어디서나 들을 수 있게 되는 것이다. 이 서비스는 현재까지는 무료로 운영되고 있으나 앞으로는 유료화 시킬 가능성이 높다.

지금까지 MP3.com은 상대적으로 알려져 있지 않은 독립 아티스트가 활동할 수 있는 기반을 마련해 왔다. 그러나 이런 모델로는 수익을 얻는데 한계가 있고, 실질적인 매출을 올릴 수 있는 전자상거래 부분은 매출의 20%에 불과하다. 더구나 이미 전자상거래부분은 Amazon.com, CDNow 등 대형 온라인 쇼핑업체가 선점하고 있는 상황이기 때문에 전자상거래에서 높은 수익을 얻기는 어렵다. 따라서 Beam-It 및 Instant Listening 서비스를 통해 메이저 음반사의 유명 아티스트들에게 영역을 넓힐 수 있는 발판을 마련할 수 있게 되었고, 온라인 CD 판매를 연결시켜 CD 판매 매출을 높일 수 있다. 이 서비스는 시작된지 36시간만에 10,000명 이상의 가입자가 약 440만 곡을 My.MP3.com 사이트에 등록한 것만 봐도 사용자에게는 매우 획기적인 서비스임에 틀림이 없다. 그러나 RIAA는 서비스가 시작된지 2주일도 안되 MP3.com을 지적재산권 침해로 1월 21일 뉴욕 지방법원에 고소했다.⁹⁾ 이에 맞서 MP3.com의 마이클 로버트슨(Michael Robertson) 대표이사는 2월 8일 RIAA와 힐러리 로슨(Hilary Rosen) 회장이 월스트리트의 투자자들과 시장분석가들에게 MP3.com에 대한 비방편지를 보냈다면 불공정 영업행위에 대해 맞고소했다.

RIAA가 제기한 고소 내용의 핵심은 MP3.com이 My.MP3.com 서비스

9) CNET (2000. 1. 21.)

를 회원들에게 제공하기 위하여 저작권 협약을 맺지 않은 45,000장의 앨범을 미리 MP3 파일로 만든 데이터베이스를 구축하였다는 것이다. 이에 대해 MP3.com은 사용자가 구매한 CD를 개인적으로 복제

My.MP3.com 서비스는 사용자가 자신의 CD에 있는 음악을 MP3로 만들 필요없이 인터넷을 통해 들을 수 있는 서비스로서, RIAA는 저작권 협약을 맺지 않은 음악파일 DB를 대량으로 구축해 놓은 것에 대해 MP3.com을 고소했다.

하는 것은 적법하며, My.MP3.com 서비스는 개인적인 사용을 위한 것이므로 미리 MP3 파일로 만든 것은 라이선스를 받을 필요가 없다고 주장하고 있다. 소비자들은 자기가 구입한 CD를 자기가 원하는 방법으로 들을 권리가 있으며, 테이프에 녹음해서 들든 MP3 파일로 저장해서 들든 소비자의 권리라는 것이다. 그리고 사용자들은 음악을 컴퓨터를 통해 스트리밍해서 들을 수 있을 뿐이고, 다운로드를 할 수는 없으며, 사용자들의 음반 목록은 패스워드에 의해서 보호된다고 반박하고 있다. 그러나 저작권 전문가들과 투자자들의 견해에 의하면, 이 서비스를 위해 저작권 협약을 맺지 않은 음악 파일 DB를 대량으로 구축해 놓은 것은 법적으로는 위법하다는 견해가 우세하다.¹⁰⁾ 또한 MP3.com이 인터넷상에 디지털 음악 데이터베이스를 구축한 것이 직접적인 금전적 대가가 이루어지지 않았다고 해서 상업적인 이유가 아니라고 설득하기는 어렵다. RIAA는 손해배상으로 앨범 한 장당 150,000 달러씩 68억 달러 이상을 청구함에 따라 만약 소송에서 졌을 때는 커다란 타격이 예상된다.

한편 Myplay.com에서도 이와 유사한 서비스를 제공하고 있는데, 여기서는 사용자들이 자신의 CD를 스스로 MP3 파일로 만들어서 서버에 업로드하도록 하고 있다. 또한 MP3.com과는 달리 RIAA와 저작권에 대해서 미리 협의함으로써 갈등의 소지를 제거하였고, MyPlay 사용자 음악 리스트에 곡이 등록되면 그 곡의 제작사와 저작권자에게 로열티를 지불하기로 하였다.

10) CNET (2000. 1. 28.)

나. Napster 서비스

1999년 등장한 Napster 서비스는 My.MP3.com 서비스보다 음악산업 전체에 더 큰 파장을 일으키고 있다. 19세의 노스웨스턴대학생 숀 패닝(Shawn Fanning)이 취미로 개발한 이 서비스는 회원이 자신의 MP3 파일 목록을 공개하도록 함으로써 인터넷상에 흩어져 있는 MP3 파일들을 검색해서 회원들끼리 서로 파일을 교환할 수 있게 하는 검색서비스다. 이 서비스가 발표되자마자 미국 대학가는 Napster 열풍으로 인해 네트워크가 다운되는 사태까지 일어나 대학들은 이 서비스의 사용을 금지시키기도 했다. Napster는 MP3 음악 검색의 Yahoo!와 같은 서비스로서 투자 유치를 받아 1999년 5월 Napster Inc.가 설립되었다. Napster는 향후 회원가입료나 음반판매 등으로 수익을 얻을 수 있을 것으로 예상하고 있다. 더 나아가 Napster 서비스를 통해 소비자들의 기호나 경향 등에 대한 막대한 데이터를 얻을 수 있기 때문에 음반사들의 마케팅 도구로 이용될 수도 있다.

그러나 음반업계 및 RIAA는 Napster 서비스가 복제의 규모를 엄청나게 증폭시킬 것을 우려해 저작권 침해 소송을 제기하고 서비스 중지를 요구했다. RIAA의 고발에 대해 Napster는 자신들의 서비스가 음악 자료를 보유하는 것이 아니라 음악 파일을 찾는 과정을 도울 뿐이며, 거래된 음악 파일들도 소비자가 개인적인 용도로 자신의 CD를 복제한 것이므로 저작권에 위배되는 것은 아니라고 주장한다. 현행 저작권법은 소비자가 개인적 용도로 자신의 CD를 복제할 수 있도록 허가하고 있으며, 실제로 많은 사람들이 처벌받지 않고 음악을 복제해 친구들에게 나누어주고 있다. Palo Alto의 저작권 전문가들은 Napster 서비스가 자신의 서버에 음악 파일을 저장하는 것은 아니므로 직접적으로 저작권을 침해한 것은 아니라고 한다.¹¹⁾ 하지만 Napster를 ISP로 분류할 경우에는 논란의 여지가 있다. 1998년 개정된 “The Digital Millennium Copyright Act”에 의하면 ISP는 저작물의 온라인 전송행위에 대해서는 면책의 대상이지만, 이 경우에도 전송하는 저작물이 저작권을 침해한 것일 경우 이를 알지 못해야 하고, 침해행위로부터 경제적 이득을 취하지 아니하였으며, 침해행위를 안 때에는 침해저작물의 제거, 시

11) The New York Times (2000. 3. 7.)

시스템의 접근 금지 등의 조치를 신속하게 취해야 한다. 또한 사용자들이 파일을 교환함에 있어서 금전적인 대가가 이루어진 것이 아니고 할 지라도 그 대가로 파일을 전송 받고, 또 완전히 자신의 컴퓨터에서 삭제한

Napster는 회원들끼리 MP3 파일들을 검색해서 서로 교환할 수 있게 하는 검색서비스로 RIAA는 Napster서비스가 복제의 규모를 엄청나게 증폭시킬 것을 우려해 소송을 제기했다.

후 전송하는 것이 아니라 복제를 하는 것이므로 이는 저작권 침해요인이 된다. 따라서 Napster의 기여적 또는 대리책임을 면하기는 어렵다.¹²⁾

음반업계에서는 많은 사람들이 프리웨어 MP3 변환 프로그램을 이용해 손쉽게 CD를 MP3 파일로 만들어서 교환한다면, 아티스트는 자신의 저작물에 대한 정당한 대가를 받지 못할 것이고 창작의 동기가 줄어들 것이라고 우려를 표한다. 반면에 Napster에서는 오히려 CD 판매를 촉진시킬 것이라고 주장한다. 즉 Napster 서비스가 라디오 방송처럼 한번도 들어본 적이 없는 아티스트의 음악을 들 수 있게 하는 경험을 제공함으로써 그 아티스트의 음악 전체가 들어 있는 CD를 구매할 가능성도 커진다는 것이다. 즉, 음악은 그 특성상 경험재로서의 특징을 지니고 있기 때문에 소비자들은 불확실성을 초래하는 예상피해를 줄이기 위해 가능한 그 상품에 대한 정보를 충분히 수집하려고 한다. 지금까지는 이러한 정보를 방송이나 음반 평 등을 통해서 얻었지만 이제는 직접 음악을 들어보고 구입할 수 있어 위험을 줄일 수 있고, 이것이 음반 판매에 긍정적인 영향을 끼칠 수 있다는 것이다. Napster는 현재 RIAA에 의해 저작권 침해 소송을 당한 상태이기 때문에 서비스의 지속을 장담할 수는 없지만, 이와 유사한 서비스는 계속 등장할 것으로 예상된다.¹³⁾

12) 미국 저작권법에 대한 자세한 내용은 정상기 (1999, 10, 26.) 참조.

13) 이미 MP3 재생 프로그램으로 유명한 Winamp를 개발한 Nullsoft에서 Napster와 유사한 Gnutella.com 서비스를 개발하였음(CNET, 2000, 3, 14.)

4. 음반업계의 인터넷음악 대응전략

세계 음악시장은 Seagram의 Universal Music, Sony Music Entertainment, Bertelsmann의 BMG, Warner Music, EMI¹⁴⁾ 등 5개 업체가 전체 음반시장의 80% 이상을 점유하고 있다. 지금까지 이들 메이저 음반사들은 MP3 음악이 불법복제를 확대시키고, 기존 음반시장의 제작 및 유통구조의 변화를 초래할 것을 우려해서 디지털음악에 대해 소극적인 대응을 했다. 그러나 한편으로는 MP3 음악을 통한 디지털유통이 지니는 비용절감효과 및 광고효과에 대해서 매력을 느끼는 것도 사실이다. 따라서 이들은 우선 복제방지 기술개발을 위한 연합을 결성하고, 디지털음악사업을 위한 전략적 제휴를 전개하고 있다.

가. SDMI의 결성과 기술적인 대응

미국음반산업협회(RIAA)는 MP3의 출현으로 불법복제가 크게 증가할 것에 대한 우려로 1998년 12월 SDMI(Secure Digital Music Initiative)를 결성하고 불법복제에 대처할 수 있는 기술적인 대비책을 마련하기 시작했다. MP3 파일에서 불법 복제가 더욱 중요한 이유는 아날로그와 달리 디지털은 대량 복제에도 음질이 손상되지 않는다는 것과, 압축기술로 인해 저장용량은 1/10로 줄고, 전송속도는 10배 빨라졌다는 점, 그리고 인터넷으로 통해 광범위하게 유포될 수 있다는 점 때문이다.

SDMI는 인터넷망에서 디지털 음악 유통에 필요한 공개기준을 마련하여 복제방지 기술 표준을 마련하기 위해 결성되었다. SDMI에는 5대 메이저 음반사를 비롯해서 RIAA, RIAJ(The Recording Industry Association of Japan) 등 음반산업계는 물론, AOL, AT&T, IBM, Microsoft, Matsushita, Toshiba, Diamond Multimedia 등 정보통신산업 전 부문의 기업들이 참여하여 120개 이상의 기업 및 단체가 가입되어 있다. SDMI는 기술표준을 마련하기 위해 약 4개월 동안 11차례의 회의를 개최한 결과 1999년 6월 휴대형 디지털음악 플레이어 규격 버전 1.0을 발표했다. 이 규격은 특정

14) Warner Music과 EMI는 2000년 1월 합병하였음

하드웨어나 소프트웨어 기술 및 음악포맷을 지정하지 않으면서 스크램블링 기술을 이용하여 해당 음악 파일의 저작권 침해 여부를 인식하는 장치를 기기에 장착하여 저작권을 침해하는 음악을 재생하지 못하도록

하고 있다. SDMI는 향후 플레이어 및 애플리케이션 개발업체들에게 "SDMI 호환" 인증을 부여할 방침이며 서로 다른 SDMI 호환 장치들이 상호작용 할 수 있도록 API를 개발할 계획이다.

그러나 발표된 SDMI 규격이 음반사들의 이익을 보호하기 위해 짧은 시간동안 모두에게 유익한 방향으로 개발되다 보니 어정정한 표준이 되었다는 지적이 크다. 현재 SDMI 규격을 준수하는 제품은 출시되지 않고 있고, 여전히 대부분의 MP3 서비스 업체들은 독립 음반사나 아티스트의 음악으로 운영되거나, 독자적인 복제방지 시스템을 적용하여 서비스하고 있다.

메이저 음반사들은 한편으로는 MP3 음악을 통한 디지털유통이 지니는 비용절감효과 및 광고효과에 대해서 매력을 느끼는 것도 사실이다. 따라서 이들은 우선 복제방지 기술개발을 위한 연합을 결성하고, 디지털음악사업을 위한 전략적 제휴를 전개하고 있다.

나. 디지털음악사업을 위한 전략적 제휴 및 합병

1) 전략적 제휴

메이저 음반사들의 디지털음악사업은 주로 음반사와 디지털 전송 및 불법복제방지 기술을 지닌 업체간의 제휴의 형태로 이루어지고 있다.

우선, Universal Music, Sony Music Entertainment, BMG, Warner Music, EMI 등 메이저 음반사들은 IBM의 전자적 음악 관리 시스템(EMMS: Electronic Music Management System)을 이용한 디지털 음악의 전자적 분배에 관한 프로젝트인 Madison Project를 추진하고 있다. 이 프로젝트는 고속데이터통신 사용자들에게 디지털 음악 파일을 안전하게 전송할 수 있는 계획이다. 그러나 일반 전화선보다 훨씬 용량이 큰 광대역 케이블 TV 모뎀을 기반으로 하는 Madison Project가 일반 가정에서도 실현되기 위해서는 아직 몇 년의 시간이 더 필요하다. 게다가 이 계획은 여전히 소비자들이 가정에서 CD를 구입해 음악을 저장해야 하기 때문에 결

국은 음반 CD를 사는 것과 다를 것이 없다는 비판을 받고 있다.

한편, Sony는 Microsoft의 Audio 4.0버전을 이용한 인터넷상에서의 음악 파일 전송 사업에 제휴했다. Sony는 콘텐츠를 제공하고 Microsoft는 이의 전송 및 불법복제로부터 보호할 제반 기술을 담당하는 형태로 제휴가 이루어졌다. Audio 4.0은 MP3와 비교되는 디지털 음악 파일 포맷으로서 정상적인 사용자에게 암호키를 부여하여 불법복제를 방지할 수 있도록 하였다.

또한 Universal Music과 BMG는 AT&T, Matsushita와 함께 인터넷을 통한 음악전송시스템 개발에 제휴하였다. 여기서는 AT&T의 디지털 음악 보안 분배 기술인 A2B 기술을 이용하여 불법복제를 방지하고, MP3 파일의 음질을 향상시킬 수 있는 전자적미디어분배망(EDM: Electronic Media Distribution)을 구축하기로 하였다.

2) AOL/Warner Music/EMI의 합병

Warner Music과 EMI가 AOL에 합병되면서 인터넷음악산업은 새로운 전기를 맞게 되었다. 합병과정은 AOL이 Time Warner와 합병을 발표한 직후 Time Warner의 계열회사인 Warner Music이 EMI를 합병하면서 이루어졌다. 합병 후 새로 설립될 Warner EMI Music은 AOL의 인터넷망을 이용하여 디지털음악 시장에서 막강한 영향력을 끼칠 수 있을 것으로 전망되고 있다.¹⁵⁾ 이미 AOL은 1999년 6월 MP3 재생 프로그램 Winamp로 유명한 Nullsoft와 인터넷 라디오 방송국의 선두업체인 Spinner를 합병하여 인터넷 음악 시장에 본격적으로 진출할 계획을 밝혔다. 한편 EMI는 Liquid Audio와 제휴하여 복제방지가 된 디지털 음악 제공 개발을 하고 있고, Musicmaker.com, Preview Systems 등 유명 인터넷 음악 서비스업체들과 라이선스 부여 등 제휴를 맺어왔다. 미국 음반산업에서 큰 영향력을 끼쳐온 EMI와 Warner Music이 인터넷음악사업을 추진할 것으로 전망되면서 그동안 저작권과 불법복제에 대한 우려로 디지털음악에 대해 공격적인 입장을 취했던 RIAA와 SDMI의 태도에도 변화가 있을 것으로 예상된다.

15) The New York Times (2000. 1. 18.)

5. 전망 및 시사점

디지털음악이 보편화되었을 때 음악산업에 긍정적인 영향을 줄 것인지 부정적인 영향을 줄 것인지에 대해서는 여전히 논란의 여지가 있다. 디지털음악은

소비자들에게 다양한 음악에의 손쉬운 접근을 보장하고, 개인화되고 자신의 취향에 맞는 음악 선택의 자유를 크게 할 수 있다. 반면, 불법복제로 인해 저작권이 제대로 보호되지 않을 경우 음악시장 전체에 악영향을 미칠 수 있다. 또한 디지털음악 시장의 성장을 저해하는 장애요인이 많다. 우선 인터넷 인프라 환경과 사용자 기반이 아직은 미비하고, MP3는 공짜라는 사용자들의 인식을 바꾸기도 쉽지 않으며, 또 불법복제를 방지하기 위한 기술적인 표준도 완성되지 않은 상태이다. 이러한 상황에서 현재는 새로운 아이디어를 가지고 MP3 음악 서비스시장에 진출한 벤처기업들 중심으로 디지털음악 시장이 주도되고 있다. 그러나 디지털음악이 본격적으로 성장하기 위해서는 풍부한 콘텐츠를 보유하고 있는 메이저 음반사들의 참여가 중요하다.

메이저 음반사들은 디지털음악의 영향에 대한 불확실성뿐만 아니라 전통적인 음반 유통과의 갈등, 그리고 그 과정에서의 수익분배구조를 완전히 뒤엎을 수 있다는 가능성 때문에 미온적인 자세를 견지하고 있다. 우선은 지역간 음반가격의 차이가 존재하고, 음반 유통구조와 디지털음악 유통구조가 갈등을 일으킬 가능성이 높기 때문에 디지털 유통구조로 전환하는데 어려움을 겪고 있다.¹⁶⁾ 그러나 무엇보다도 음반사들이 우려하는 것은 디지털 유통망으로 전환했을 때 지금까지 독점적 가격을 유지해 왔던 음반사업에서 적절한 마진을 유지할 수 있을 것인가 하는 점이다. 또한 장기적으로

디지털음악이 보편화 되었을 때 음악산업에 긍정적인 영향을 줄 것인지 부정적인 영향을 줄 것인지 대해서는 논란의 여지가 있다. 그러나 앞에서 살펴본 두 서비스의 예에서도 보듯이 앞으로 음악산업은 Music on Demand로 재편될 것으로 예상된다.

16) 미국음반판매상협회(National Association of Recording Merchandiser)는 지난 1월 Sony Music이 온라인 웹사이트를 통해 음반을 판매하면서 불공정행위와 가격차별을 했다고 소송을 제기했다.(CNET, 2000. 1. 31)이 소송은 온라인 유통과 오프라인 유통의 갈등이 이제 표면화 되었음을 보여주는 사례이다.

는 음반의 제작 및 분배망을 지배함으로써 얻을 수 있었던 지배력도 디지털음악이 활성화되면 약화될 것이기 때문이다.

하지만 최근에 증가하고 있는 인터넷 음악 서비스업체들에 대한 소송은 메이저 음반사들이 디지털 음악사업 구축을 위해 시간을 벌기 위한 전략으로도 해석될 수 있다. MP3.com이나 Napster 등과 같은 인터넷 회사들은 혁신적인 서비스로 인터넷 음악시장에서 강한 브랜드 이미지를 구축하고 있고, 사용자도 크게 증가하고 있는 상황이기 때문에 이를 견제할 필요가 있는 것이다.

앞에서 살펴본 소송들의 결과가 어떻게 나오건 인터넷의 영향으로 새로운 음악 배급 방식의 필요성에 대해서 업계와 소비자가 모두 공감하고 있다. 이 두 서비스는 앞으로 음악산업이 Music on Demand로 재편될 것으로 보여주는 예인 것이다. 그리고 이것이 이들 업체들이 소송의 위험을 감수하면서까지 이러한 서비스를 제공하는 이유가 된다. 선점과 네트워크 확산이 중요한 인터넷 비즈니스에서 MP3 시장을 선점하고 커뮤니티를 크게 해야만이 메이저 음반사들과 경쟁할 수 있는 기반을 마련할 수 있기 때문이다.

◀ 참고 문헌 ▶

- 김형중, "디지털 뮤직 비즈니스의 인프라, 불법복제방지기술," En@ble, 2000. 3.
- 배재광, "MP3 파일과 저작권-MP3 논쟁, 무엇이 문제인가," WebBusiness, 1999. 9.
- 정상기, "MP3와 저작권제도," 『디지털시대의 지적재산권』, 경희대학교 국제법무학술세미나 자료, 1999. 10. 26.
- "AOL Buys Spinner, Nullsoft for \$400 Million," CNET, 1999. 6. 1.
- "AOL's Nullsoft Creates Software for Swapping MP3s," CNET, 2000. 3. 14.
- "Can AOL Time Warner be Net Music Titan?," CNET, 2000. 1. 12.
- Dataquest, "Online Music: How to Convert Popularity into Dollars," 1999. 4.
- Dataquest, "The Changing Face of the Music Industry," 1999. 2.
- Dataquest, "MP3 : The Battle Rages On," 1999. 6.
- Forrester Research, "Digital Downloads Accelerate," 2000. 1.
- "Internet Strains the Ties of Record Companies and Stores," The New York Times, 2000. 2. 29.
- "MP3.com's Move to Copy CDs Stirs Debate," CNET, 2000. 1. 28.

- "MP3.com's New Features Get Mixed Reception," CNET, 2000. 1. 12.
- "Music Mergers Herald a Shift to the Internet," The New York Times, 2000. 1. 26.
- "Music Retailers Charge Sony with Unfair Competition," CNET, 2000. 1. 31.
- "Net Music Waits for It's Cue," CNET, 2000. 1. 4.
- "Online Music Gates a Lift in AOL Deal with Warner," The New York Times, 2000. 1. 18.
- "Powerful Music Software Has Industry Worried," The New York Times, 2000. 3. 7.
- "Recording Industry Sues Music Start-up, Cites Black Market," CNET, 1999. 12. 7.
- "RIAA sues MP3.com, Alleges Copyright Violations," CNET, 2000. 1. 21.
- "Six Months after IPO, What is MP3.com's Game Plan?," CNET, 1999. 12. 14.
- "Time Warner, EMI Team to Create Music Powerhouse," CNET, 2000. 1. 24.