

디지털 콘텐츠와 문화 수용

연구원 박 현 주*

디지털 콘텐츠는 복제가 용이하고 쉽게 전파되는 성질을 가지고 있다. 본 고에서는 디지털 콘텐츠에 대한 개념 정립 및 인터넷 확산으로 인하여 다양한 방식으로 유통되고 있는 디지털 콘텐츠들에 대해 살펴보았다. 또한 저작권과 정보공유에 대한 네티즌들의 인식에 대해 살펴봄으로써 인터넷의 발달로 인한 정보습득, 파일공유 문화가 네티즌들의 문화 수용에 어떠한 영향을 끼쳤는지 파악하였다.

목 차

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> I. 문제제기 II. 디지털 콘텐츠 <ul style="list-style-type: none"> 1. 디지털 콘텐츠의 개념 2. 디지털 콘텐츠의 특성 III. 인터넷 상에서의 공유문화 <ul style="list-style-type: none"> 1. 공유현황 2. 온라인 시장-오프라인 시장:
대체관계 or 보완관계 | <ul style="list-style-type: none"> IV. 저작권 <ul style="list-style-type: none"> 1. 저작권 개념 2. 저작권 신탁관리단체 현황 3. 저작권에 대한 인식 V. 결론 및 시사점 |
|--|--|

I. 문제제기

정보기술의 급격한 발전과 함께 인터넷의 확산은 디지털 콘텐츠들을 다양한 방식으로 유통되게 하였다. 영화, 음악 등 동영상은 스트리밍(streaming) 기술을 통해 인터넷에 재생되고, 음악이 MP3 파일로 인터넷으로 전달되고, 종이책으로만 볼 수 있었던 문자형태의 콘텐츠가 전자책(e-Book)의 형태로 인터넷을 통해 다운로드되고 있다. 기존의 TV 및 라디오의 거의 모든 콘텐츠 또한 인터넷을 통해 다시 볼 수 있다.

이러한 디지털 콘텐츠는 P2P(Peer to Peer) 기술을 통한 파일공유로 저작권 문제가 제기

연락처: * 디지털미래연구소 (02) 570-4307, hjpark@kisdi.re.kr

됨은 물론, 기존에 오프라인 미디어로 유통되는 거의 모든 콘텐츠가 인터넷을 통해 전달됨으로써 디지털 콘텐츠와 기존 오프라인 미디어 산업과 경쟁하게 되었다.

한국소프트웨어진흥원의 보고서(04-09)에 따르면 국내 디지털 콘텐츠 산업의 전체 매출 규모는 조사를 시작한 2001년도에 약 2조 7천억원을 기록한 이후 2004년 현재까지 연평균 34.5%의 높은 성장을 기록해 왔으며, 이를 금액으로 환산하면 연간 1조~1조 5천억원 규모에 이른다.¹⁾

이처럼 디지털 콘텐츠 산업이 성장할 수 있었던 요인은 크게 세 가지로 살펴볼 수 있다. 첫째, 상품의 검색과 거래가 인터넷 상에서 이루어지므로 오프라인보다 거래비용이 적게 든다는 점이다. 둘째, 네트워크의 광대역화를 들 수 있다. 유무선 망으로 유통되는 디지털 콘텐츠의 성장은 네트워크의 발전에 의해 가능해졌다. 셋째, 디지털 기술의 발전과 광대역 네트워크의 기반 위에 인터넷 콘텐츠의 수요증가로 인터넷 이용자에게 다양한 콘텐츠 서비스가 가능하게 되었다. 이와 같은 성장 요인과 함께 점차 다양해지는 인터페이스와 장소에 구애받지 않는 인터넷 환경이 도래하게 된다면 인터넷을 중심으로 한 IT기술의 발전은 물론, 콘텐츠 산업 전반에 미치는 영향도 커지게 될 것이다.

정보통신 기술의 발전은 인터넷에서 유통되는 콘텐츠의 대부분인 출판, 영상, 음반분야와 같은 문화산업 분야에서의 유통구조 혁신 및 유통 경로의 다변화를 가져왔다. 그러나 무료에만 길들여져 있는 인터넷 이용자와 파일공유가 활발하게 이루어질 수 있는 환경을 제공하고 있는 인터넷 파일공유 서비스업자, 온라인상에서도 기존의 독점적 저작권을 수호하고자 하는 저작권자 및 신탁업체, 온라인 수요의 폭발적 증가라는 현실을 여실히 반영하지 못하고 있는 법제도 등이 저작권 관련 분쟁의 주요 요인으로 제기되고 있다.

따라서 본 연구에서는 콘텐츠에 대한 개념을 정립하고, 기존의 사회질서와 인터넷으로 상징되는 테크놀로지의 충돌이라 할 수 있는 저작권과 정보공유에 대한 네티즌들의 인식에 대해 살펴보고자 한다. 또한 인터넷의 발달로 인한 정보습득, 파일공유 문화가 네티즌들의 문화수용에 어떠한 영향을 끼쳤는지 살펴보고자 한다.

1) 디지털 콘텐츠 전체 시장 규모(한국소프트웨어진흥원, 04-09)

(단위: 백만원)

구분	디지털 콘텐츠 매출액				성장률	
	2001년	2002년	2003년	2004년(잠정)	2001~2004	2003~2004
전체	2,667,381	3,913,829	5,467,043	6,484,757	34.5%	18.6%

II. 디지털 콘텐츠

1. 디지털 콘텐츠의 개념

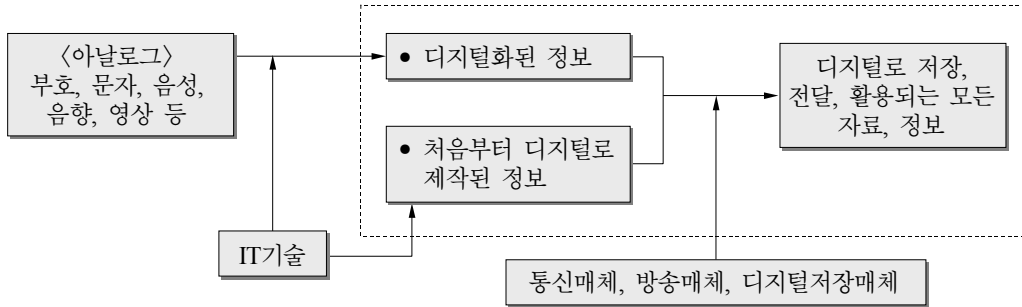
콘텐츠의 개념은 과거 아날로그 시대로부터 디지털 시대로 이행함에 따라 의미상 차이가 나타나게 되었다. 과거에는 콘텐츠가 문자와 음성정보만을 의미하였으나, 오늘날에는 정보교환의 필요성이 강조됨에 따라 점차 정보의 디지털화가 중요시되었다. 디지털화 된 교육, 음악, 영화, 게임 및 온라인상의 각종 정보들은 모두 콘텐츠의 범주에 속하게 되었다. 디지털 콘텐츠는 디지털화된 방법으로 제작, 유통, 소비될 수 있는 제품군을 의미한다. 최근에 각광받고 있는 MP3, MP4 음악, 동영상 파일, 이미지 파일, 전자서적 등이 그 구체적인 사례라고 할 수 있다.

이러한 디지털 콘텐츠에 대한 국내외 정의를 살펴보면, 먼저 미국의 통일컴퓨터정보 거래법(Uniform Computer Information Transaction Act: UCITA)에서는 디지털 콘텐츠 대신 “컴퓨터정보(computer information)”라는 용어를 사용하여, ‘컴퓨터 등을 이용하여 생성, 처리될 수 있는 전자적 형태의 정보와 정보재산권’으로서 개념 정의하여 컴퓨터 프로그램, 데이터베이스 등 광범위한 전자적 형태의 정보를 의미한다고 규정하고 있다.²⁾ OECD에서는 전통 Text, Data, 화상, 동영상 등을 디지털화하여 이용자들의 참여가능성 및 상호작용이 가능하도록 한 것으로 정의하고 있고, 유럽 IMO(Information Market Observatory)에서는 멀티미디어콘텐츠를 “소설, 그림, 사진, 비디오, 음악을 막론하고 멀티미디어 재화나 서비스의 근간을 이루는 지적재산을 말한다”라고 정의하고 있다. 일본의 디지털콘텐츠협회가 발간하는 연례백서에서, 디지털 콘텐츠는 문자 데이터나 이미지 데이터, 동화상 및 음성 데이터 등의 콘텐츠를 디지털화하여 종합적으로 취급하는 것으로 문자 그대로 디지털 방식으로 기록된 콘텐츠를 지칭한다(한국소프트웨어진흥원, 03-04).

한편 국내의 문화산업진흥기본법에는 “부호·문자·음성·음향 및 영상 등의 자료 또는 정보”로 정의되고 있으며(제2조 제3항), 온라인디지털콘텐츠산업발전법 제2조 1항에서 “부호·문자·음성·음향·이미지 또는 영상 등으로 표현된 자료 또는 정보로서 그 보존 및 이용에 있어서 효용을 높일 수 있도록 전자적 형태로 제작 또는 처리된 것”을 지칭하고 있다.

2) 미국 UCITA §102(a)(10).

(그림 1) 디지털 콘텐츠의 범주



자료: 정보통신부, “제1차 온라인디지털 콘텐츠산업발전기본계획(안)”, 2003

2. 디지털 콘텐츠의 특성

디지털 콘텐츠가 가지는 중요한 특성은 디지털 콘텐츠는 재화로서의 가치가 소멸되지 않은 상태로 수정과 복제가 가능하며 생산물의 재생산 비용이 매우 저렴하다는 점이다. 또한 기존의 매체를 통해 유통되던 콘텐츠들이 인터넷 등의 방대한 네트워크를 통해 유통되게 됨으로써 전통적인 방법보다 정보의 보급이 보다 광범위해지고 정보의 갱신 또한 보다 용이하다.

III. 인터넷 상에서의 공유문화

1. 공유현황

초고속 인터넷의 보편화는 유료 인터넷 콘텐츠 시장 규모의 급속한 성장을 가져왔다. 정보통신정책연구원의 ‘인터넷 미디어 이용실태 분석’ 보고서(04-05)에 따르면 2002년 말 유료 인터넷 콘텐츠 시장이 약 1조 5천 6백억원으로 2001년 대비 56% 성장하였다. 이와 더불어 P2P 기술의 발전은 디지털화된 영화, 음반, 도서 등의 불법적 유통의 급증을 불러왔다. 이와 같은 사실은 한국콘텐츠산업연합회가 2005년 1월 18~20일까지 10~39세의 인터넷 이용자 325명을 대상으로 실시한 ‘콘텐츠 불법복제 및 유통에 대한 네티즌 인식 조사’에서 잘 나타나고 있다. 이 조사에 따르면, 콘텐츠의 자유로운 인터넷 공유에 대한 생각에 대한 응답으로 가급적 허용해야 한다 71%, 무조건 허용해야 한다 13%, 막아야 한다 10%, 잘 모르겠다 6%로, 조사대상자의 84%가 콘텐츠의 인터넷 공유에 대해 긍정적인 평가를 내리고 있다. 가장 많이 사용하는 콘텐츠 공유 경로로는 P2P, 카페/동호회, 웹하드, 메신저 등³⁾이고, 공유 콘텐

3) 콘텐츠의 공유경로인 P2P와 웹하드의 경우 저작권 계약과는 직접적인 관련은 없으나, 저작권법

츠 종류로는 음악콘텐츠(mp3, 벨소리), 영상콘텐츠(영화 등), 게임(온라인, 모바일 등) 등으로 나타났다.

2. 온라인 시장 - 오프라인 시장: 대체관계 or 보완관계

IT 산업의 발전과 인터넷 속도의 증가는 오프라인 시장 규모의 축소와 이의 반대급부로 온라인 시장의 활성화를 가져왔다. 이는 구매자들이 오프라인보다 온라인 시장을 통해 보다 편리하게 구매할 수 있다는 점과, 온라인 지불·결제수단에 익숙해지고 있다는 점, 그리고 온라인 구매를 위한 보안장치들도 정교화되고 있어 거래의 안정성이 크게 증가되었기 때문에 가능한 것이었다(한국소프트웨어진흥원, 04-09).

〈표 1〉 국내 디지털 콘텐츠 산업의 유통 채널별 시장 규모 및 비중

(단위: 백만원)

구 분	오프라인	온라인		계
		유 선	무 선	
2003년	1,419,910	2,365,090	491,836	4,276,836
비중(%)	33.2%	55.3%	11.5%	100.0%
2004년	1,448,629	3,059,280	681,562	5,189,471
비중(%)	27.9%	59.0%	13.1%	100.0%
성장률	-2.0%	29.4%	38.6%	21.3%

자료: 한국소프트웨어진흥원(04-09)

이에 따른 오프라인 시장의 축소는 대표적 문화산업인 음반, 영화, 게임, 출판산업 등 각 문화산업의 성격에 따라 다양한 양상을 보이고 있다.

가. 음반산업

먼저 음반산업 관계자들은 오프라인 시장 축소가 무료 스트리밍 서비스와 무료 MP3 공유에 기인한다고 본다. 즉, 디지털음악이 무료라는 인식은 창작자들의 의욕을 떨어뜨리고 산업의 발전을 저해하므로 결과적으로 음반산업의 쇠퇴를 가져온다는 것이다.⁴⁾ 한국음악 산업협

이 복제·전송권을 강화하고, 사적복제 제한, 친고제 폐지 등으로 추가 강화될 경우 이용자들의 인터넷 활용도가 급격히 저하될 것으로 보인다.

4) Andrew Leyshon 외 4인의 연구(2005)에 따르면 P2P에 의한 불법 복제로 인해 음반산업이 쇠퇴하였다고 주장한다.

회가 조사한 보고서에 따르면 오프라인 음반시장은 2000년 4,104억원, 2001년 3,733억원, 2002년 2,861억원, 2003년 1,833억원, 2004년 1,338억원으로 시장규모가 계속 축소되고 있는 반면, 온라인 시장은 2003년 대비 8.9%의 성장을 가져왔다. 한국소프트웨어진흥원(04-09)에서 조사한 음악서비스 유형별 시장 규모를 살펴보면 스트리밍/다운로드 관련 업종의 2004년도 시장규모는 2003년에 비해 두 배를 넘어서는 큰 성장을 보인 것으로 조사되었다. 이는 싸이월드 등 개인 홈페이지나 블로그의 열풍으로 배경음악에 대한 수요가 늘어난 것이 이와 같은 큰 성장을 보인 것으로 추정된다. 이처럼 한국음악산업협회와 한국소프트웨어진흥원의 조사결과와는 오프라인 음반시장이 온라인 음반시장에 잠식되고 있다는 것을 보여주는 것으로 보완관계가 아닌 대체관계가 이루어지고 있음을 알 수 있다.

〈표 2〉 음악서비스 유형별 시장 규모

(단위: 백만원)

구 분	디지털 음악 매출액		성장률
	2003년	2004년	
벨소리/통화연결음	176,723	184,088	2.6%
스트리밍/다운로드	8,305	17,325	108.6%
총 계	185,028	201,413	8.9%

자료: 한국소프트웨어진흥원(2004)

소비자가 디지털음악을 선호하는 이유는 좋아하는 곡만 선택하여 이용할 수 있다는 점과 기존의 음반에 비해 부피가 작고 재생이 간편하다는 점, 원본과 복제본의 질적 차이가 극히 미미한 점과 반복청취로 인한 제품의 손상이 없다는 점, 음원 자체의 파일크기가 작아 다운로드에 걸리는 시간이 짧고, 복제가 용이하다는 점 등에 있다. 이와 같은 이유로 타 문화산업에 비해 음반산업이 디지털화에 따른 저작권 문제에 보다 민감하다고 볼 수 있다.

■ 사례: 음반산업⁵⁾ - 소리바다, 빅스뮤직 사건일지

소리바다	빅스뮤직
<p>* 2001. 1 한국음반산업협회, 저작권법 위반 혐의로 소송 제기</p> <p>* 2001. 8 소리바다 운영자 불구속 기소(서울지법)</p> <p>* 2002. 7. 11 소리바다 음반복제 등 금지 가처분 결정 및 소리바다검색에 사용되는 서버 3대 서비스 중지(수원지법)</p> <p>* 2002. 7. 31 소리바다 서비스 잠정중단</p> <p>* 2002. 8 한국음악저작권협회, 소리바다 상대 1억 3천여원 손해배상 청구소송</p> <p>* 2002. 8. 24 소리바다2 서비스 발표</p> <p>* 2003. 2. 14 신촌뮤직, 아세아레코드 등 11개 음반사, 소리바다 서버운영중지 가처분 최종 인가(수원지법)</p> <p>* 2003. 5. 15 소리바다 운영자에 저작권침해 방조 혐의에 대한 선고공판에서 공소기각 판결(서울지법)</p>	<p>* 2002. 7. 13 월드뮤직엔터테인먼트, 마이더스이엔티, 케이에스미디어, 우퍼엔터테인먼트, 뮤직팩토리 5개 음반사, 음반복제 및 배포금지 가처분 신청(수원지법)</p> <p>* 2003. 6. 27 가처분신청 수용(800여곡에 대해 서비스 중지명령)</p> <p>* 2003. 7. 2 한국음원제작자협회, 서비스중지에 대한 가처분 신청</p> <p>* 2003. 7. 3 소니뮤직코리아 등 5대 직배사와 SM엔터테인먼트 등 대형 음반사, 기획사 등 13개사⁶⁾, 5,054곡에 대해 음반복제 등 금지 가처분신청과 가압류 신청 신청</p> <p>* 2003. 7. 8 빅스뮤직대표 박성훈, 저작권법 위반 혐의로 사전 구속영장 청구(서울지법)</p> <p>* 2003. 7. 8 사전구속영장청구 기각(서울지법)</p> <p>* 2003. 7. 15 저작권법 위반혐의에 따른 빅스뮤직 대표 사전 구속영장 재청구(서울지법)</p>

5) 온라인 음악의 저작권을 둘러싸고 이견을 보여오던 저작권자(신탁단체)와 서비스 사업자들이 '05. 8. 24 상호 신뢰를 기반으로 5대 의무사항을 명기한 양해각서를 체결함에 따라 온라인에서의 저작권 보호와 안전한 서비스를 위한 기반이 마련되었다. 양해각서에 적시한 바에 따르면 ① 양해각서에 참여한 단체와 기업은 저작(인접)권 처리 및 사용요율 사전 협의 등에 대한 협상 대상으로 권리를 가지며, ② 음악저작물 관련 분쟁이 발생될 경우 상호 신뢰를 기반으로 운영회의에서 우선 협의하며, ③ 참여업체에게 음악저작물(스트리밍, 다운로드, BGM 등) 사용계약을 우선적으로 체결해 신속한 서비스가 가능하도록 한다. 또 ④ 저작권 침해 구제를 위해 저작권 단체 별도의 소명자료 없이 URL 등 침해 저작물의 위치를 통보할 경우 해당업체는 침해저작물 유통을 지체없이 중단하며, ⑤ 저작권단체의 침해정지 통보 등의 조치는 저작권보호센터와 연계하여 처리할 수 있다 등이다(디지털데일리, 2005. 8. 24).

6) 직배사(소니뮤직코리아, EMI코리아, 유니버설, BMG, 워너뮤직), 음반사(SM엔터테인먼트, 예당, 대영AV, YBM서울음반, 도레미), 일본음반사(Avex), 기획사(YG패밀리, JYP엔터테인먼트) 13개사.

소리바다	벅스뮤직
<p>* 2003. 10. 24 한국음악저작권협회, 음반복제 및 전송권 침해로 인한 손해배상 청구소송 승소판결(수원지법)</p> <p>* 2005. 1. 12 소리바다 운영자에 대한 저작권침해 혐의 무죄판결(서울중앙지법)</p> <p>* 2005. 1. 12 신촌뮤직 등 국내음반사 11곳, 복제권 방조 책임 인정으로 소리바다 서비스 중단 판결(서울고법)</p> <p>* 2005. 1. 25 한국음악저작권협회, 손해배상청구소송 항소심 일부승소판결(1,910여만원 배상)</p> <p>* 2005. 8. 30 한국음원제작자협회, 음반복제금지 가처분신청 승소판결(소리바다3 서비스 중지, 서울중앙지법)</p> <p>* 2005. 9. 8 검찰, 소리바다 운영자에 저작권법 위반(스트리밍서비스 제공) 기소</p> <p>* 2005. 9. 8 소리바다, 서울중앙지법에 음반복제금지 가처분 이의신청 제기</p> <p>* 2005. 9. 9 한국음원제작자협회, 저작권법 위반 형사 고소(서울중앙지법)</p> <p>* 2005. 9. 12 한국음원제작자협회, 소리바다 서비스 간접강제 신청</p>	<p>* 2003. 7. 16 사전구속영장 재청구 기각(서울지법)</p> <p>* 2003. 7. 18 저작인접권 침해혐의에 따른 벅스뮤직 대표 불구속 기소(서울지법)</p> <p>* 2003. 8. 4 가압류신청 수용(15억 6,000만원 가압류 결정 및 벅스뮤직의 인터넷 도메인 http://www.bugs.co.kr 등도 가압류)</p> <p>* 2003. 8. 15 SM엔터테인먼트 등 5개 음반기획사, 음반수록 음악 무단 복제 및 스트리밍방식 제공에 따른 저작인접권 침해 주장에 대한 손해배상 청구 소송</p> <p>* 2003. 9. 30 가처분신청 수용(최신음악 9,329곡에 대하여 음반으로부터 복제 금지)</p> <p>* 2004. 8. 30 한국음원제작자협회와 저작권침해소송 관련 조정심리 합의(음악업계 22억여원 배상)</p> <p>* 2004. 10 CJ미디어와 벅스 협상, 음반사들의 반대로 무산</p> <p>* 2005. 1. 27 벅스 박성훈 대표이사 저작권위반 징역 1년6월, 집행유예 2년 선고</p> <p>* 2005. 3. 6 벅스지분 60%와 경영권 음악업계에 넘기기로 협상</p>

한편 음반산업 관계자들의 주장과 달리 시민단체나 네티즌들은 무료 MP3 다운로드 서비스와 무료 스트리밍 서비스는 많은 사람에게 음악을 자유롭게 향유토록 함으로써 음반 홍보에 기여하는 바가 크며, 더 풍부한 음악생산으로 이어질 수 있다는 주장이다.⁷⁾ 즉, P2P 서비스 등으로 무료 음악을 쉽게 구할 수 있게 된 것이 오히려 구매 전 시험 사용을 통해 수요를 유발시켜 음반 구매를 활성화시킨다는 것이다.⁸⁾

7) 전자신문, “온라인 음악서비스 해법”, 2003. 2. 5

8) 한국문화콘텐츠진흥원이 2003년 4월 조사 발표한 ‘음악산업분야 소비자조사’ 보고서에서는 온라인 음악서비스 이용 후 음반구매 변화에 대해 변함없음 45.1%, 오히려 늘어남 6.9%, 약간 감소

나. 영화산업

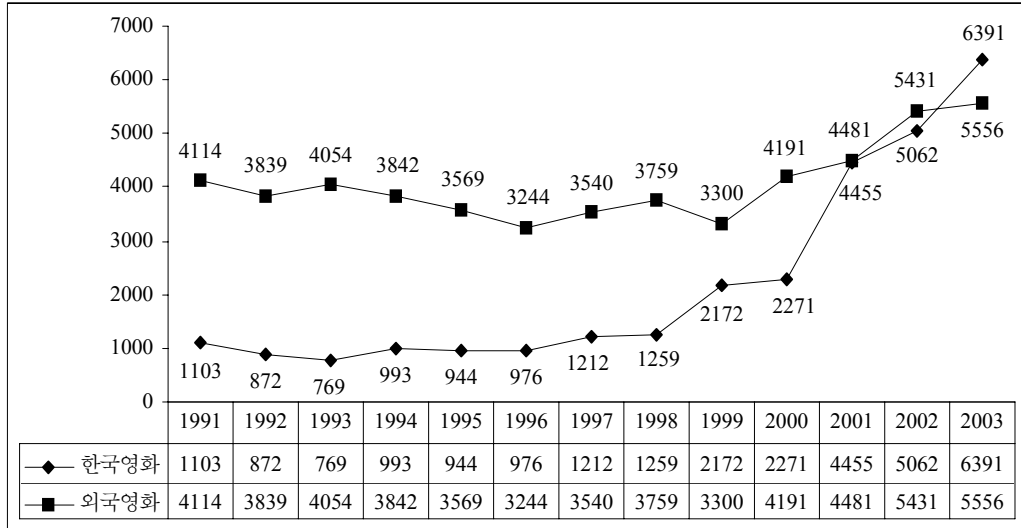
영화산업은 영화콘텐츠의 압축 및 스트리밍 등의 관련기술의 발전과 인터넷 속도의 증가로 인터넷 영화의 이용자가 증가추세에 있으며, 성인영화관 200여개를 포함하여 인터넷 영화관 사업체가 약 300여개로 추산되고 있다. 하지만 매출에서 차지하는 비율이나 인터넷 상에서 네티즌 이용 비율은 점차 극장에서 개봉된 영화의 비중이 증가하고 있다. 영화진흥위원회가 2004년 영화관객의 영화관람 행동 조사에 따르면 전체응답자 중 인터넷을 통한 영화 다운로드 경험이 38.3%로 나타났다.⁹⁾ 이중 인터넷에서 영화를 다운로드 받아 본 후 다시 극장에서 영화를 관람한 경험률은 22.4%, 극장에서 영화를 본 후 다시 다운로드를 받아 영화를 본 경험률은 47.9%이며, 극장 영화 관람 편수가 많을수록 경험률이 높게 나타났다. 이 결과로 미루어 볼 때 음반시장과 달리 온라인 영화시장이 오프라인과의 관계에서 보완재적인 성격을 갖는다고 볼 수 있다. 이는 [그림 2] 연도별 전국 관객 수의 증가 및 <표 3> 1인당 영화관람 회수에서도 확인해 볼 수 있다.

21.1%, 많이 감소 26.9%로 음반구매의 감소에 어느 정도 영향을 미친 것으로 나타나고 있으나 반대로 52%의 응답자가 구매변화에 부정적인 영향을 받지 않은 것으로 나타났다. 이는 음반구매의 감소가 단순히 무료 MP3 다운로드 서비스와 무료 스트리밍 서비스에만 기인하지 않음을 의미한다고 볼 수 있다. 실례로, Oberholzer & Strumpf(2004)의 연구에 따르면 파일 공유가 음반 판매에 미치는 영향은 통계적으로 거의 제로에 가깝다고 보았다. 대부분의 이용자들은 파일 공유가 없었을 경우에도 음반을 구매하지 않은 사람들로, 음반구매 감소는 불황으로 인한 소비위축과 DVD, 비디오게임 등 타 엔터테인먼트 부문과의 경쟁 등에 의한 것으로 판단했다. 이광훈, 유선실(2004)의 연구에서도 불법 MP3 파일의 다운로드 정도는 음반소비에 직접적인 영향을 주지 않으며, 유의성은 약하지만 오히려 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 보여주고 있다.

- 9) 영화진흥위원회의 영화 다운로드 경험률은 유·무료에 대한 구분이 없다. 현재 외국에서 먼저 개봉된 영화의 약 90%가 국내 개봉 전 Divx화 되어 유출되고 있고, 국내 영화 중 아시아 동시 개봉 영화 또한 개봉일에 맞춰 Cam으로 유출되고 있는 실정이다. 1편의 영화를 다운로드하는데 걸리는 시간은 10~20여분으로 현재 운영되는 대부분의 웹하드, P2P가 온라인서비스 제공업자가 판매하는 온라인상 화폐인 치트나 페킷 100~200(금액으로 환산시 50~100원)이면 원하는 영화 1편(700M)을 다운받을 수 있다. 웹하드의 경우 100G(영화 100편 이상 공유 가능) 혹은 1TB(영화 1,000편 이상 공유 가능)를 제공함으로써 웬만한 비디오 대여점의 보유영화 편수를 능가하는 실정(김의수, 2005. 1)으로, 불법 영상물에 대한 저작권 침해가 점점 심각해질 수 밖에 없음을 보여주는 사례이다. 그러나 이를 통한 영화정보 공유와 파일공유는 게이트키퍼에 의존했던 기존 영화정보 채널의 변화를 가져왔고, 문화적 접근성 또한 용이해졌다.

(그림 2) 연도별 전국 관객 수

(단위: 만명)



자료: 영화진흥위원회(2004)

<표 3> 연도별 1인당 영화관람 회수

연도	전국 관람객수	전국 인구수	1인당 관람회수	한국영화 1인당 관람회수	외국영화 1인당 관람회수
1998	50,170,654	46,429,817	1.08	0.27	0.81
1999	58,105,494	46,858,463	1.24	0.45	0.79
2000	61,690,213	47,274,543	1.30	0.46	0.84
2001	89,363,773	47,342,828	1.89	0.95	0.94
2002	105,137,723	47,639,618	2.21	1.07	1.14
2003	119,475,309	48,386,823	2.47	1.32	1.15

자료: 문화관광부(2004)

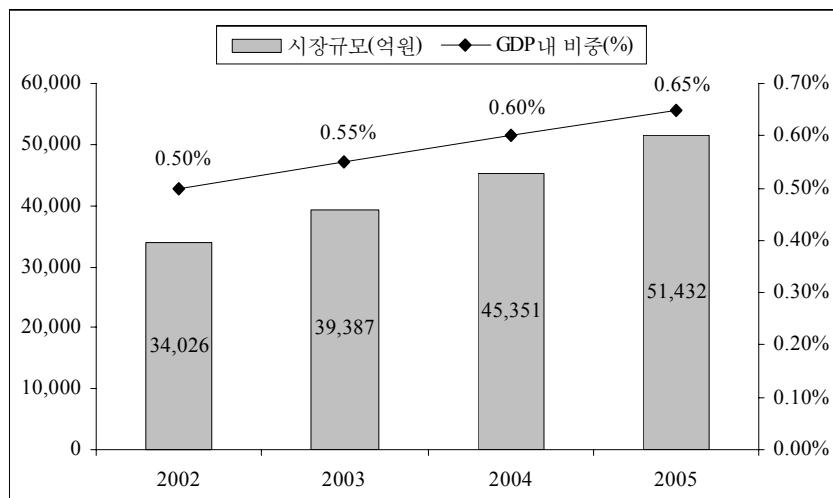
이는 영화의 경우 원본과 복제품 자체의 질적 차이가 음악에 비해 상대적으로 크고 영화관이라는 특수한 환경에 대한 선호가 크기 때문일 것이다. 뿐만 아니라 음악과 달리 반복적으로 향유하는 횟수가 많지 않음에도 기인한다고 볼 수 있다. 그러나 불법 복제된 영상물은 비디오 대여점 및 DVD판매 등의 오프라인 매출에 어느 정도 영향을 주고 있음을 부정하지 못한다.¹⁰⁾

10) 한국영상협회의 불법영상물로 인한 피해 현황을 살펴보면 극장관람객 감소가 11.4%, Video 및

다. 게임산업

게임산업은 인터넷의 도입으로 온라인게임과 모바일게임이라는 새로운 게임분야의 창출이 이루어졌고, 시장 규모도 점차 커지고 있는 추세이다. 한국소프트웨어진흥원의 보고서(04-09)에 따르면 국내 게임시장이 온라인·모바일 게임이 상승세인데 반해 오프라인 게임인 PC 패키지 게임과 아케이드 게임이 급격한 하락세를 보이는 것으로 나타났다. 이러한 온라인 게임의 독주는 초고속 통신망 시설을 갖춘 PC방이 크게 이바지하였다. 2002년부터 시작된 PC방의 고급화, 대형화 바람은 3D 게임을 무난히 시장에 안착시켰으며, 2003년에는 10MB급 이상의 초고속 통신망을 갖춘 PC방이 전체의 96%에 이를 만큼 고급화되어, P3급 이상의 고급 사양을 요구하는 게임도 개발할 수 있는 터전을 제공하였다(문화관광부, 2004). 또한 컬러폰의 대중화와 모바일 네트워크 시장의 확대는 모바일 게임의 매출 비중을 지속적으로 증가시키게 하였다.

(그림 3) 국내 게임시장 규모와 GDP 대비 비중의 추이와 전망



자료: 한국게임산업개발원·문화관광부, 2004 대한민국 게임백서

DVD 판매 매출액 감소 35%, 대여수입 35.7% 감소, 감상인원 44%가 감소된 것으로 나타났다. 이는 불법영상물의 발달로 비디오산업의 피해가 가장 심각함을 알 수 있다. 1990년대 말 비디오 시장 규모는 약 1조 2천억원대인데 반해, 2004년 현재 비디오 시장 규모는 약 7천억원으로 54% 가량 감소되었다.

〈표 4〉 게임업종 매출 규모

(단위: 백만원)

구 분	게임산업 매출액		성장률
	2003년	2004년	
아케이드 게임	331,029	395,720	19.5%
PC 게임	98,818	81,595	-17.4%
비디오 게임	167,385	195,444	16.8%
온라인 게임	797,802	1,232,569	54.5%
모바일 게임	101,109	165,480	63.7%
총 계	1,496,143	2,070,808	38.4%

자료: 한국소프트웨어진흥원, 04-09

이와 같이 큰 성장세를 보이고 있는 게임 산업도 불법 복제에 의한 피해사례¹¹⁾가 속출하고 있다.

■ 사례

	사건 개요
라그나로크 2004. 5. 14 서울중앙지법	게임개발회사 그라비티가 온라인게임 '라그나로크 온라인'의 프리서버 ¹²⁾ 를 운용했던 무료 씨 등 7명에 대해 제기한 약식기소 재판에서 전원에게 벌금형 선고 ☞ 불법 복제·전송으로 인한 프로그램 저작권 침해
뮤 2004. 6. 3	게임사 웹젠이 온라인게임 '뮤'의 불법 사설서버를 운영한 PC방 업주 등을 형사고소
시리얼 넘버 ¹³⁾ 무단계재 사건 2002. 6. 28 대법원	피해자 C사의 대표 장○○이 미국 H사로부터 1999년 11월 22일부터 2000년 12월 31일 간 국내 저작권을 양도받은 컴퓨터관리프로그램 'H***** -**'의 비밀번호(시리얼번호)를 1998년 4월부터 2000년 3월까지 피고 자신의 홈페이지에 무단 복제, 배포 ☞ 컴퓨터프로그램보호법 부칙 제2항, 구 컴퓨터프로그램보호법 (2000. 1. 28 법률 제6233호로 전문개정되기 전의 것) 제34조 제1항 제1호 적용하여 처단

11) 한국게임산업개발원·문화관광부의 “2004 대한민국 게임백서”에 따르면 국내 불법복제 피해 경험 사례가 25%로, 온라인게임 78.7%, 모바일 게임 97.7%, 아케이드 게임 80.0%, PC게임 23.1%의 경우 고발조치되어 검찰 조사가 이루어진 상태이다. 이 조사결과는 인터넷을 기반으로 하는 게임의 경우 불법 복제가 쉽사리 이루어지고 있음을 보여준다.

12) 프리서버란 정당한 권한 없이 타인의 게임 프로그램을 복제하여 다수의 네티즌이 이용할 수 있도록 온라인을 통해 무료 게임서비스를 제공하는 특정서버를 지칭한다.

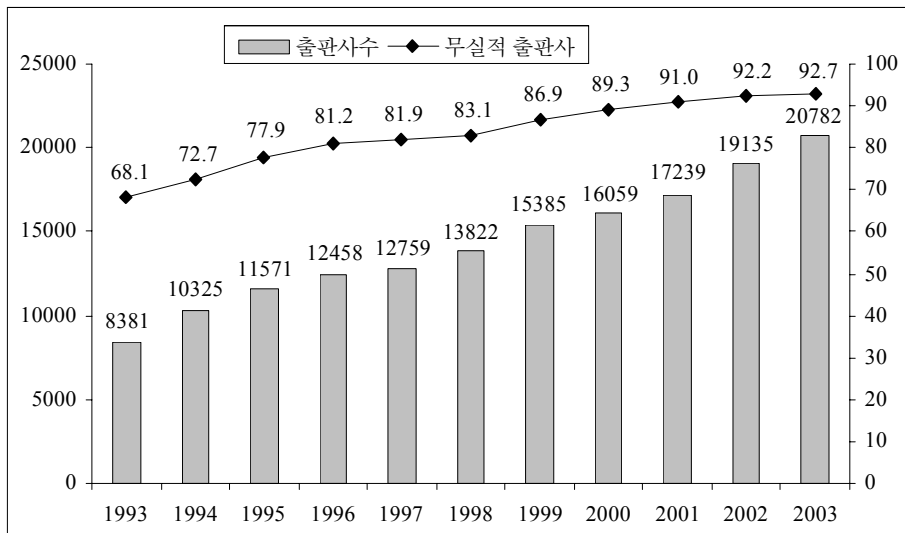
13) 게임 등 컴퓨터프로그램의 설치 또는 사용시 적법한 사용자임을 확인하기 위하여 사용자에게 일정한 일련번호를 부여하고 이 번호를 입력해야만 설치되거나 사용할 수 있도록 하는 것으로

게임산업이 불법 복제가 활발히 이루어지고 있는 이유는 음반산업의 성격과 어느 정도 유사성을 띠고 있다. 즉, 원본과 복제품 자체의 질적 차이가 없고, 다운로드 후 일회성으로 끝나지 않고 반복적으로 즐긴다는 점을 들 수 있다. 그러나 최근 게임 업체의 복제차단을 위한 인증번호 시스템¹⁴⁾과 복제차단 프로그램 등의 개발 등을 통해 이러한 문제에 대처하고 있다.

라. 출판산업

출판산업은 2003년 12월말 현재 신고된 국내 출판사가 2002년 19,135개사보다 8.6% 증가

(그림 4) 출판사 수 추이 및 무실적 출판사 비율



자료: 문화관광부, 2004 문화산업백서

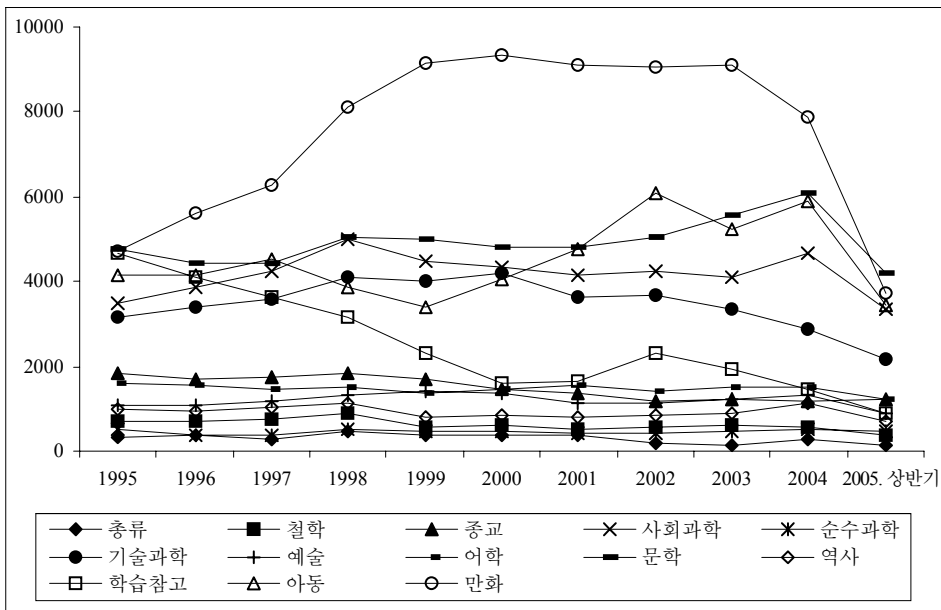
이때의 일련번호를 시리얼번호라고 한다. 그러나 현재 인터넷 상에서 P2P프로그램, 와레즈 사이트 등을 통해 컴퓨터프로그램과 시리얼번호 등이 공공연히 복제·배포·전송되고 있으며, 제한이 걸린 셰어웨어(shareware)는 합법적인 사이트에서 내려받기(download)를 하는 한편 이를 완전하게 사용하기 위해 시리얼번호나 시리얼번호 생성기 등을 따로 내려받아 제한없이 사용하고 있는 사례가 빈번하다.

- 14) 온라인 정품인증 방식은 제품 고유번호나 CD키 값은 최초 구매자가 설치한 이후에도 다른 사람이 같은 번호로 얼마든지 설치할 수 있는 것과 달리 구매자가 패키지 소프트웨어제품에 부여되는 고유번호를 온라인을 통해 소프트웨어업체 서버로부터 인증을 받으면, 이 번호로는 제품을 다시 설치할 수 없게 하는 방식이다.

한 20,782개사로 외형적 증가세를 보이고 있다. 그러나 이런 증가세와 달리 무실적 출판사 또한 매년 증가세를 보여 2003년에는 92.7%에 달한 것으로 집계됐다.¹⁵⁾

이와 같은 사실은 우리 출판산업이 지식정보사회를 뒷받침할 수 있는 핵심 인프라 사업으로서의 역할과 비전을 장기적으로 낙관하기 어려운 상황임을 보여준다. 세계 10대 출판대국이라 불리는 우리나라의 연간발행실적 출판사가 7.3% 밖에 안 되고, 번역도서 발행비중이 총 도서 발행총수에서 28.5%로 1994년 15%에서 2배 가까이 늘어났다. 대체로 출판선진국일수록 문학과 실용서를 중심으로 한 일반단행본과 전문서적이 균형 있게 성장하는 반면, 우리나라는 학습참고서, 아동, 만화 장르가 비대 성장한 특수한 시장구조를 형성하고 있다.

(그림 5) 연도별 신간 발행종수 추이



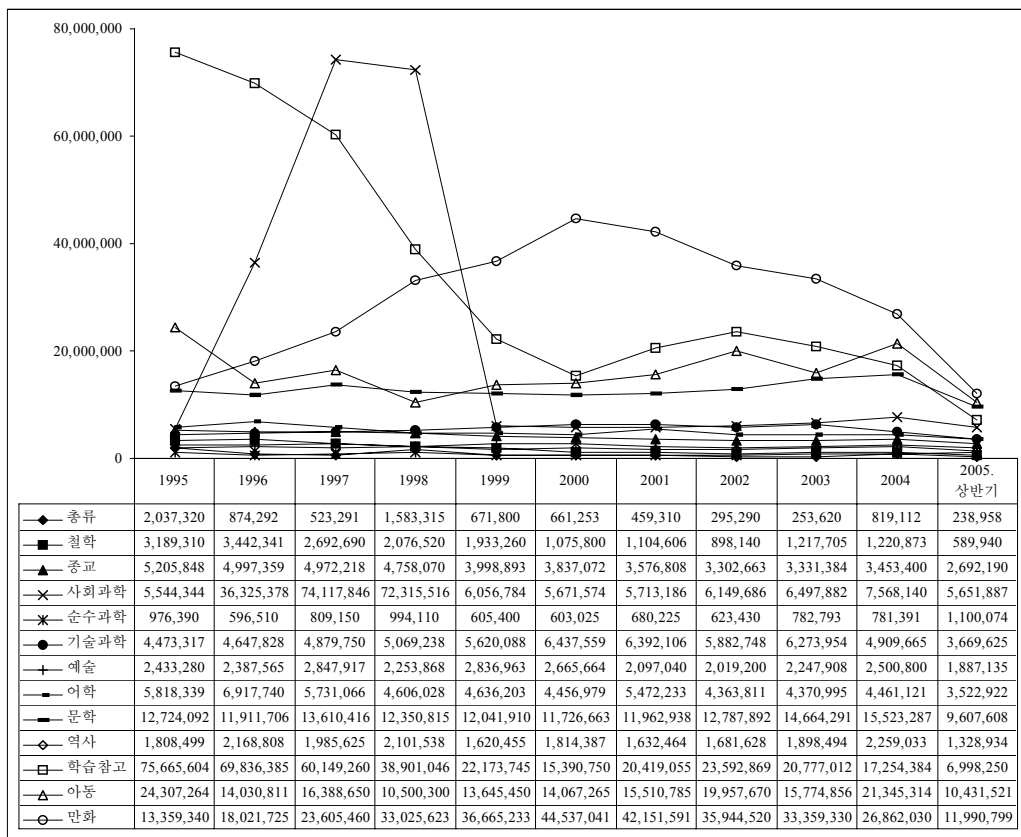
자료: 대한출판문화협회

한편 전자출판 업종 중 e-book 관련 업종의 2004년 시장 규모는 2003년도에 비해 11%의 성장률을 보였다. 이는 2003년도의 성장보다 둔화된 것으로 온라인 만화 부문의 시장규모가

15) 이 같은 현상은 출판사의 소유형태 및 경영구조가 대부분 소규모자본의 영세기업인데다 적은 인력만 갖고도 쉽게 출판사를 설립할 수 있다는 점 때문으로 다른 문화산업과 달리 온라인 시장인 전자출판 장르의 성장과는 거리가 있다.

감소한 데 기인한 것이다.¹⁶⁾ 이러한 성장세에도 불구하고 출판산업은 다른 문화산업과 달리 e-book이 ‘책’이라는 오프라인의 최종상품의 보완재이기는 하나 대체하지는 못할 것으로 보인다. 반복적으로 볼 수는 있으나 언제 어디서나 볼 수 있는 환경을 제공하지 못하는, 즉 편의성이 떨어지기 때문이다. 인터넷 서점의 매출 증가¹⁷⁾는 이에 대한 설명을 뒷받침한다고 할 수 있다.

[그림 6] 연도별 신간 발행부수 추이



자료: 대한출판문화협회

16) 한국소프트웨어진흥원의 2004년 조사연구(04-09)에 따르면 e-book의 2003년 매출액 3,582억원, 2004년 3,975억원이며, 온라인 만화의 경우 2003년 매출액 3,165억원, 2004년 2,823억원으로 조사되었다.

17) 2004 문화산업백서에 따르면 국내 인터넷 서점은 1997년 5억원에서 2003년 현재 2,870억원으로 매년 증가 추세에 있다.

영화가 같이 즐기는 환경에 큰 영향을 받는다면 책의 경우 직접 소유한다는 만족감에서 다른 여타 산업들과 선호도에 있어서 차이를 보인다고 할 수 있다. 이로 인해 저작권 문제에 있어서도 여타 문화산업이 인터넷에 의한 파일 공유로 오프라인 시장의 잠식을 가져온 것과 달리 출판산업의 경우 ‘책’이라는 최종상품을 불법 복제 -제본 등- 하였다는 데 차이가 있다.

IV. 저작권

1. 저작권 개념

저작권(著作權)이란 시, 소설, 음악, 미술, 영화, 연극, 컴퓨터프로그램 등과 같은 ‘저작물’에 대하여 창작자가 가지는 권리를 말한다. 우리나라에서 저작권 보호는 1908년 대한제국 당시 한국저작권령(칙령 제200호)에서 처음으로 도입되었으나, 일본 저작권법을 의용한 데 불과한 것으로 1957년 1월 28일 우리 고유의 저작권법을 제정하여 시행하게 됨으로써 이 칙령의 효력은 사라지게 되었다. 제정된 저작권법은 그 후 국내외의 저작권 환경 변화에 따른 몇 차례의 개정을 거쳐 오늘에 이르고 있다. 즉, 1986년의 전면개정과 TRIPs협정의 발효에 따라 동 협정 회원국으로서의 의무이행을 위한 개정(1995. 12. 6 공포, 법률 제5015호)¹⁸⁾ 등 크고 작은 몇 차례의 개정을 거쳐 디지털 시대의 효율적인 저작권 보호를 위하여 개정된 저작권법(2000. 1. 12 공포, 법률 제6134호)이 2000년 7월 1일부터 시행되고 있는 것이다.

2. 저작권 신탁관리단체 현황

현행 저작권법 제6장 제78조에는 “저작권신탁관리업을 하고자 하는 자는 대통령령이 정하는 바에 의하여 문화관광부장관의 허가를 받아야 하며”라고 명시하고 있다. 역시 저작권법 제1장 제2조에서는 저작권신탁관리업을 “저작재산권자·출판권자 또는 저작인접권자를 위하여 저작재산권·출판권·저작인접권 또는 그 이용권을 신탁받아 이를 지속적으로 관리하는 업을 말한다”고 정의하고 있다. 이는 개별적인 이해관계자가 직접적인 저작권리 행사를 할 경우는 해당되지 않지만 ‘권한’을 위임받아 특정단체가 권리행사를 나설 경우는 권리만을 위한 신탁이 필요하다는 것으로 현재 저작권을 관리하는 단체로 저작권을 신탁받아 관리하는 한국음악저작권협회, 한국문예학술저작권협회, 한국방송작가협회, 한국시나리오작가협회, 한

18) 1987년 10월 1일 이전에 공표된 외국인의 저작물이라도 당해 저작자가 1957년 1월 1일 이후에 사망하였거나 저작물이 공표되었다면 소급해서 보호해야 한다.

국복사전송권관리센터와 저작권집권을 신탁받아 관리하는 한국예술실연자단체연합회, 한국방송실연자협회, 한국음원제작자협회가 있다.

〈표 5〉 저작권 신탁관리단체 현황

(회계단위: 백만원)

구분	단체	관리분야	회원	신탁허가	신탁회계 (일반회계)	징수대상	비고
저작권	(사)한국음악저작권협회	음악저작물 (작곡·작사가, 음악출판사)	4,620명	1988. 2. 23	42,294 (9,036)	복제(음반, 노래 반주기), 공연(연주회, 노래방, 유희· 단란주점), 방송, 온라인전송 등	
	(사)한국문예 학술저작권 협회	어문, 연극, 영상, 미술, 사진	1,567명 52개 단체	1989. 3. 16	1,900 (378)	도서출판, 교과서 보상금 수령단체 (2003. 10. 15)	
	(사)한국방송 작가협회	방송시나리오	1,429명	1988. 9. 20	3,711 (539)	방송물의 재방송, 비디오 복제 등	
	(사)한국 시나리오 작가협회	영화시나리오	257명	2001. 9. 12	275 (75)	최초 영화제작, 비디오 판매, TV방송 등	
	(사)한국복사 전송권관리 센터	어문저작물의 복사, 전송	문예 학술 등 6개 단체	2000. 11. 14	300 (811)	공중용 복사기에 의한 복사, 도서관에서의 전송	도서관 보상금 수령단체 (2003. 10. 15)
저작권 인접권	(사)한국예술 실연자단체 연합회	음악실연자(가수 연주자 등)의 복제권, 실연방송권	13개 단체	2000. 11. 14	1,450 (479)	온라인 전송, 전화이용서비스, 음반의 방송(보상금)	방송보상금 수령단체 (1998. 10. 14)
	(사)한국방송 실연자협회	방송실연자(탤런트, 성우, 코미디언 등)의 복제권, 실연방송권	1,600명	2002. 2. 20	2,880 (230)	방송물의 재방송, 비디오 복제	
	(사)한국음원 제작자협회	음반제작자의 복제·배포권	104개사	2003. 3. 17	1,000 (350)	온라인 서비스, 전파이용 음반의 방송(보상금)서비스	방송 보상금 수령단체 (2001. 12. 27)

* 회계는 2003년 예산

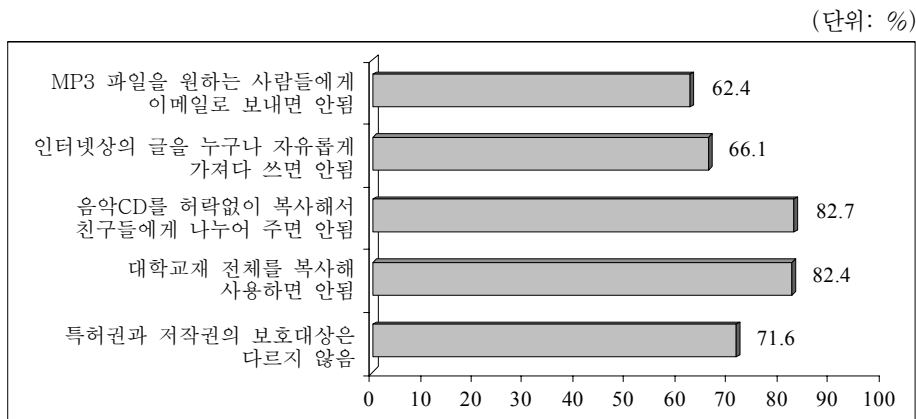
자료: 저작권심의조정위원회, 저작권 문화 2004년 4월호

3. 저작권에 대한 인식

콘텐츠의 디지털화는 인터넷을 통한 저작물의 이용을 극대화시킴과 더불어 저작물의 불법

이용이라는 부작용을 낳고 있다. 앞에서 다룬 각 문화산업별 온·오프라인 시장의 매출시장 규모의 추이와 성격은 이러한 사실을 반영한다고 할 수 있다. 저작권에 대한 국민들의 인식에 대해 저작권심의조정위원회가 조사¹⁹⁾한 바에 따르면, 대학교재나 음악CD의 무단 복제 이용에 대해서는 각각 82.4%와 82.7%가 해서는 안 되는 것으로 인식하고 있는 반면, 인터넷상의 글을 무단으로 가져다 쓰거나 MP3 파일을 공유하는 것에 대해 66.1%와 62.4%만이 해서는 안 되는 것으로 인식하는 것으로 나타났다. 이는 오프라인에서의 전통적 저작권 침해행위보다 온라인상의 저작물 침해행위에 대한 인식이 상대적으로 낮음을 보여준다.

(그림 7) 저작권 관련 이슈에 대한 인지도



자료: 저작권심의위원회, 저작권 문화 2004년 12월호

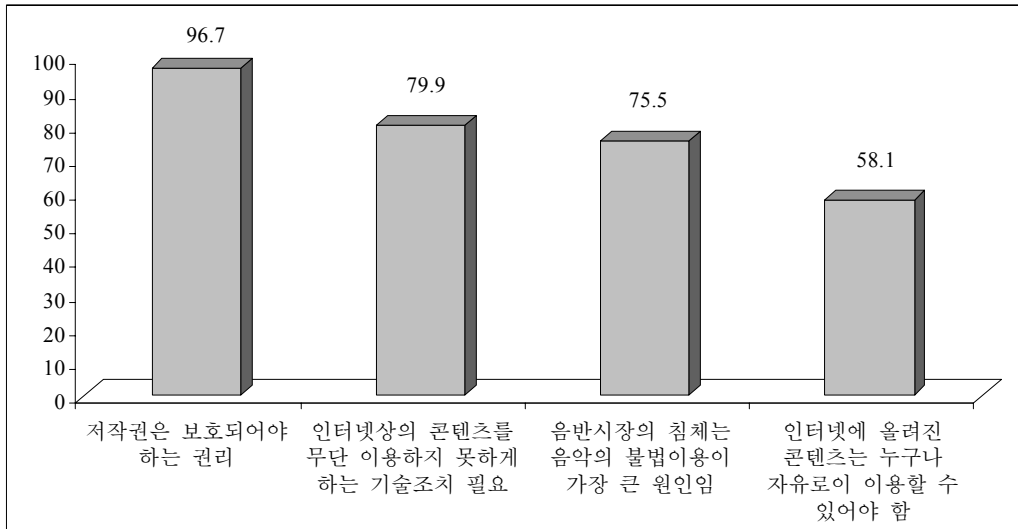
또한 응답자의 96.7%가 저작권은 보호되어야 하는 권리라고 생각하는데 반해 인터넷에 올려진 콘텐츠는 누구나 자유로이 이용할 수 있어야 한다는 설문에 58.1%가 동의하는 것으로 나타나 저작권 보호에 대한 의식과 실제 행위 간에 괴리가 있음을 알 수 있다.

인터넷을 통해 유례없는 문화의 접근성과 표현의 자유를 만끽하게 된 문화수용자들은 자신들이 원하는 것을 찾아 능동적으로 행동하면서 문화생산자이자 공급자인 프로슈머(Prosumer)로서 변신하고 있다.

19) 저작권심의조정위원회는 2004. 10. 20~11. 6 간 전국 6대도시 거주 만 13세 이상 55세 이하 남녀 713명을 대상으로 저작권에 대한 인식, 저작권 보호의식, 저작물 이용관련 의식 및 실태, 저작물 관련 정책 및 제도 등에 관하여 조사.

(그림 8) 저작권 보호 관련 이슈에 대한 긍정도

(단위: %)



자료: 저작권심의위원회, 저작권 문화 2004년 12월호

V. 결론 및 시사점

디지털 콘텐츠는 복제가 용이하고 쉽게 전파되는 성질을 갖고 있다. 이러한 특성으로 인해 이루어지고 있는 디지털 콘텐츠의 불법 복제 및 공유를 바라보는 시각이 좁지 못한 것은 당연한 것이다. 오프라인 음반시장은 해가 거듭될수록 그 규모가 축소되고 있는 실정이고 영화 산업의 경우 외국에서 먼저 개봉된 영화의 약 90%가 국내 개봉 전에 Divx화 되어 유출되고 있다. 게임산업도 오프라인 게임인 PC 패키지 게임과 아케이드 게임은 급격한 하락세와 더불어 전체 게임시장에서 불법복제 피해사례가 25%에 달하고 있다. 이러한 실질적인 피해는 각종 분쟁과 소송을 야기할 뿐만 아니라 온라인 유통시장의 확대에 걸림돌이 되고 있다. 그렇다면 P2P를 통한 파일 복제 및 공유는 디지털 콘텐츠 산업에 악영향만을 미치는가, 대답은 그럴 수도 또한 그렇지 않을 수도 있다는 것이다. 디지털 콘텐츠의 공유가 수요의 증가와 시장의 확대에 영향을 미친다는 연구결과도 나오고 있거니와 빈부격차로 인해 지식과 정보로부터 소외되는 계층의 증가를 억제하는 등 문화 향유의 대중화라는 순기능적 역할을 해 왔다는 주장 역시 고려해볼 만하다.

그렇다면 지속적인 기술개발과 더불어 저작물의 유통경로가 기존의 오프라인에서 온라인으로 바뀌고 있는 현 시점에서 저작자가 취해야 할 입장은 자신의 완전한 권리만을 보호받기

위함보다 이용자와의 상생이 필요하다. 즉 문화산업 관계자들은 이용자들의 디지털 콘텐츠 소장가치를 증대시키기 위한 노력으로 콘텐츠 질의 향상 및, 합리적인 가격을 형성하여야 할 것이고, 이용자 또한 디지털 콘텐츠가 상품이라는 인식 하에 복제물을 상품 구매 전 의사결정을 위한 샘플 그 이상의 의미를 부여해서는 안 될 것이다. 이러한 노력은 음악산업과 영화산업의 경우 완전한 상품과는 질적 차이가 있는 다양한 문화상품의 샘플 이용으로 산업 자체의 수요를 증대시킬 수 있을 것이다. 게임산업은 데모버전 사용과 베타테스트 등 구매 전 샘플을 서비스하는 현행 기조를 확대해 나가야 할 것이다.

온라인 시장이 활성화되기 위해서는 이용자들의 소비심리를 이끌어내야 한다. 무리한 법적용은 디지털 콘텐츠를 사용하는 이용자들의 유료 콘텐츠에 대한 거부감만을 불러일으키고, 이용자 집단간의 상호 연대까지도 불러올 수 있다. 따라서 위와 같은 상호 노력은 디지털 콘텐츠를 사용하는 이용자들의 유료콘텐츠에 대한 거부감을 불식시킬 뿐만 아니라 문화적 수용의 증대를 불러오리라 본다.

참 고 문 헌

- [1] 김의수, “인터넷 강국이 불법복제물 천국?”, 저작권문화, 2005. 1월호
- [2] 대한출판문화협회, “최근 10년간 분야별 발행부수 및 발행종수 추이”
- [3] 디지털데일리, “온라인 음악 저작권 분쟁 확 준다”, 2005. 8. 24
- [4] 디지털타임스, “소리바다, MP3 무료 음악파일 공유 금지”, 2005. 9. 1
- [5] 문화관광부, “2004년 영상정책자료”, 2004
- [6] _____, “2004년 문화산업백서”, 2004
- [7] 영화진흥위원회, “2004년 영화관객의 영화관람 행동 조사 결과 보고서”, 2004
- [8] _____, “한국영화연감”, 2004
- [9] 이광훈·유선실, “인터넷미디어 이용실태 분석”, 정보통신정책연구원 이슈리포트, 04-05, 2004
- [10] 저작권심의조정위원회, “저작권문화”, 2004. 12
- [11] 전자신문, “온라인 음악서비스 해법”, 2003. 2. 5
- [12] 정보통신부, “제1차 온라인디지털 콘텐츠산업발전기본계획(안)”, 2003
- [13] 한국게임산업개발원, 게임분쟁사례집, 2005
- [14] 한국게임산업개발원·문화관광부, “2004 대한민국 게임백서”, 2004
- [15] 한국문화콘텐츠진흥원, “음악산업 소비자조사”, 2003

- [16] 한국소프트웨어진흥원, “2004년 국내 디지털 콘텐츠산업 시장조사 보고서”, 2004
- [17] _____, “2003년 디지털 콘텐츠 해외시장조사 보고서”, 2003
- [18] 한국음악산업협회, “국내 음악산업 관련 통계”, 2004
- [19] Andrew Leyshon, Peter Webb, Shaun French, Nigel Thrift, and Louise Crewe, “On the reproduction of the musical economy after the Internet”, *Media, Culture & Society* Vol. 27(2): 177-209, 2005
- [20] Oberholzer, F. and K. Strumpf, “The Effect of File Sharing on Record Sales An Empirical Analysis”, Mimeo, 2004
- [21] UCITA §102(a)(10)