

신규 저작권 침해유형 및 이슈

- 유튜브 국내 음악 저작권 도용 이슈 -

온라인보호부 | 김찬솔 과장

2021. 8.



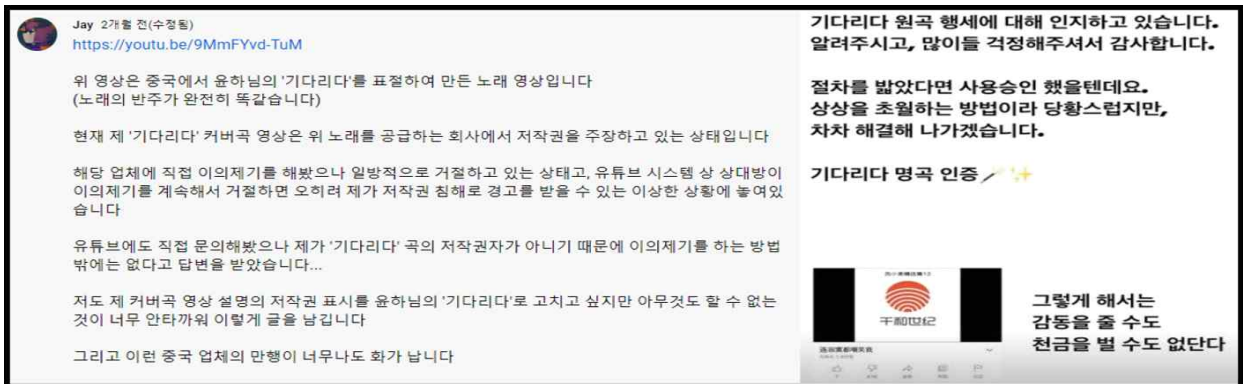
유튜브 국내 음악 저작권 도용 이슈



가. 중국 유튜브 국내 음악 저작권 도용

세계 최대 동영상 공유 사이트인 유튜브에서 중국 음반사가 국내 음원의 저작권을 무단으로 도용하는 일이 잇따라 발생하자 유튜브의 저작권 보호 조치가 미약하다는 지적이 제기되고 있다. 중국 음반사의 저작권 도용으로 원저작자에게 돌아가야 할 저작권 수익이 오히려 저작권을 도용한 중국 음반사로 흘러가는 상황이 발생하였고 이에 피해를 본 가수의 팬은 유튜브의 자체적인 저작권 보호 조치가 미약하여 발생한 일이라며 커뮤니티를 통해 불만을 나타냈다. 저작권 도용 피해를 본 국내 가수와 소속사 역시 당혹스럽다는 반응을 내비쳤다. 이번 저작권 도용 문제는 중국 음반사가 국내 음원의 저작권자 허락 없이 유튜브 콘텐츠(Content) ID에 저작권자 정보를 허위로 등록하여 저작권 수익)을 가로챈 것으로 그동안 그 누구도 관심을 두고 있지 않다가 유튜버로 활동 중인 포토네2)가 처음으로 자신의 유튜브 채널 커뮤니티에 가수 윤하의 '기다리다'라는 곡이 중국 음반사의 심각한 저작권 침해를 받고 있음을 공론화시키면서 그 내막이 드러났다. 가수 윤하는 해당 사건에 대하여 '상상을 초월하는 방법이라 당황스럽지만, 차차 해결해 나가겠다'는 입장을 SNS에 밝혔고 이를 접한 네티즌들은 국내 가수의 또 다른 저작권 도용 피해 사실을 알리며 언론을 통해 보도되었다.

◆◆◆ [그림] 유튜버 포토네의 커뮤니티 게시글(왼쪽), 윤하의 SNS 글(오른쪽)3)



중국 음반사가 도용한 음악은 이승철이 부른 '서쪽하늘'과 아이유의 '아침눈물', 지오디(god)의 '길', 토이의 '좋은사람' 등으로 확인되었고, 해당 곡의 유튜브 게시물을 확인한 결과 영화 청연의 오리지널사운드트랙(OST)인 이승철의 '서쪽하늘'은 가수가 '샤오미미'(小蜜蜜)로 노래 제목은 '쉐후이 전시'(學會珍惜)로, 저작권사는 '베이징첸허스지'(北京千和世紀文化傳播有限公司)를 대리하는 '빌리브 뮤직'(Believe Music) 및 음악 권리 단체 3곳으로 표기된 것을 확인하였다. 이외에도 한국 노래를 원곡인 것처럼 등록한 음반사는 이웨이 뮤직(EWway Music), 엔조이 뮤직(Enjoy Music) 등 확인되었으며 음원의 MR(Music Recorded)만 똑같이 하고 원곡과 다르게 멜로디를 입혀 교묘하게 곡을 바꿔 등록한 예도 확인되었다.

- 1) 유튜브 수익 구조는 구독자 1,000명, 시청 시간은 12개월 동안 4,000시간을 넘는 조건을 맞추고 광고를 넣을 수 있는 승인을 받으면 시청자가 광고를 시청할 경우 구글 40%, 크리에이터 60%를 받는 구조이다.
- 2) 아프리카TV에서 개인방송을 시작하여 현재 트위치에서 활동 중인 스트리머이며, 처음으로 윤하의 기다리다라는 곡의 중국 표절 사건을 공론화 한 인물이다.
- 3) [출처] 포토네 유튜브 채널(<https://www.youtube.com/channel/UCu2GllkdvpcMliE9giwIFfw/community>), 가수 윤하 인스타그램

◆◆◆ [그림] 유튜브 국내 음악 저작권 도용 게시물



중국 음반사가 유튜브에 국내 음원의 저작권자 정보를 허락 없이 허위로 등록할 수 있었던 배경이 무엇인지 왜 이러한 일이 그동안 알려지지 않았는지 살펴본 결과, 중국 음반사는 유튜브의 저작권 보호 시스템인 ‘콘텐츠 ID’의 허점을 노리고 그동안 여러 차례 국내 음악을 허위로 등록하여 광고 수익을 가로챈 것으로 확인되었다. 유튜브 콘텐츠 ID에 콘텐츠를 등록할 때 해당 콘텐츠의 저작권자가 아니더라도 콘텐츠의 소유자임을 뒷받침할 수 있는 관련 자료를 유튜브에 제출하면 등록 심사를 통과할 수 있는데 중국 음반사는 이러한 콘텐츠 ID 등록 시스템 절차의 허점을 노리고 저작권이 한국 가수와 회사에 있음에도 국내 음악을 마치 자신들이 저작권자인 것처럼 콘텐츠 ID에 허위로 등록하여 저작권을 도용한 것이다.

나. 유튜브 콘텐츠 ID란

유튜브에는 전 세계 수많은 유튜버들이 직접 제작한 UCC(User Created Content)를 올리고 있으며 개인 소유의 동영상을 올리는 것 외에 노래나 영화, 방송 등 다른 사람 소유의 동영상을 자신에 채널에 올리기도 한다. 유튜브에 올라오는 콘텐츠 분량은 1분당 400시간 이상이며, 하루 최소 57만 6,000시간이라는 어마한 분량이 업로드 되고 있다.⁴⁾ 그렇다면 콘텐츠를 제작한 사람은 어떤 방법으로 유튜브에서 자신의 콘텐츠가 사용되었는지 확인할 수 있고 이를 관리할 수 있을까? 유튜브는 거의 모든 콘텐츠 소유권 주장이 콘텐츠 ID를 통해 이루어진다.

콘텐츠 ID란, 법으로 규정되는 게시 중단 조치와 달리 자신이 소유한 콘텐츠 자료를 유튜브 데이터베이스에 등록하여 소유권을 주장할 수 있는 저작권 관리 시스템이다. 콘텐츠 ID 시스템을 사용하기 위해서는 특정 기준을 충족하여야 하는데 원본자료의 상당 부분에 권리를 가져야 하며 이를 입증할 수 있는 서류와 시청각 참조 파일(음악과 비디오 등)을 유튜브에 제공할 수 있어야 한다. 또한, 유튜브 파트너 신청을 받은 후부터 지속해서 콘텐츠를 생산했는지, 광고 수익에 필요한 권리를 가졌는지, 저작권을 침해하지 않았는지 검증하여야 한다. 다른 사람 소유의 콘텐츠를 무단으로 사용할 경우 콘텐츠 ID를 이용할 수 없고 그 책임은 당사자가 전부 지도록 규정하고 있다. 이러한 기준을 거쳐 콘텐츠가 등록되면 콘텐츠 ID 데이터베이스가 제출한 참조 파일을 지문 파일로 만들어 데이터베이스에 보관하게 되며 보관된 지문 파일을 통해 유튜브에 일치하는 동영상이 업로드 되었는지 모니터링하며 오디오가 일치하는지, 비디오가 일치하는지 부분적으로 일치하는지를 확인하게 된다. 동영상의 화질이나 음질이 좋지 않더라도 데이터 일치를 확인할 수 있으며 내 소유의 콘텐츠 사용

4) 미국 TV 시청률 조사업체 ‘닐슨’ 발표자료(2017. 07.)

이 확인된 경우 콘텐츠 ID 등록 시 설정한 옵션에 따라 이를 처리하게 된다. 이 옵션 기능을 통해 콘텐츠 소유자는 다른 사람이 자신의 콘텐츠를 사용한 경우 자동으로 대응할 수 있게 되는 것이다. 이처럼 유튜브는 콘텐츠 ID 시스템을 통해 권리와 수익을 보장하여 소유자가 양질의 콘텐츠를 제작 하도록 독려하며 이를 시청하는 이용자들이 콘텐츠를 시청하는 대가로 광고 수익을 얻게 한다는 것이 콘텐츠 ID 시스템의 목적이라 볼 수 있다.

▣ 콘텐츠 ID 등록 사용자 설정 옵션

- ▶ 게시 허용 : 내 콘텐츠를 사용한 유튜브 영상의 게시를 허용
 - 광고 불가 : 내 콘텐츠를 사용한 유튜브 영상의 게시는 허가하나 업로더는 수익을 벌 수 없다.
 - 광고 나누기 : 내 콘텐츠를 사용한 유튜브 영상의 게시는 허가하며 그 수익을 나눈다.
 - 광고 수익 전송 : 내 콘텐츠를 사용한 유튜브 영상의 게시는 허가하나 영상에 강제적 광고가 달리며 수익은 자신에게 오도록 한다.
- ▶ 게시 금지 : 내 콘텐츠를 사용한 유튜브 영상의 게시를 금지 한다.
- ▶ 게시 차단 : 내 콘텐츠를 사용한 유튜브 영상을 특정 국가에서 플레이 못하게 한다.
- ▶ 게시 차단 : 내 콘텐츠를 사용한 유튜브 영상을 특정 기기에서 플레이 못하게 한다.

다. 유튜브 콘텐츠 ID의 단점

콘텐츠 ID는 유튜브에 콘텐츠를 올리는 소유자에게 훌륭한 저작권 보호 시스템이다. 콘텐츠 소유자가 직접 하루에도 헤아릴 수 없이 올라오는 동영상의 저작권 침해 여부를 일일이 확인한다면 시간적으로나 비용적으로 큰 어려움이 따를 것이다. 유튜브처럼 개방성이 높은 플랫폼은 이용자에게 자유를 보장하지만, 저작권 보호에 취약할 수 있는 단점도 뒤따르게 된다. 개방된 플랫폼에 저작권 보호가 취약해지면 새로운 창작에 대한 유인을 저하하고, 나아가 콘텐츠산업이 성장하는데 악영향을 미칠 수 있다. 따라서 콘텐츠에 대한 저작권 보호정책은 유튜브의 중요한 과제였을 것이며 콘텐츠 ID가 그 과제를 풀 해답이었을 것이다. 콘텐츠 ID 시스템 덕분에 콘텐츠 소유자는 일일이 저작권 침해를 신경을 쓰지 않더라도 내 콘텐츠의 사용현황을 추적할 수 있으며 설정해 놓은 옵션에 따라 통제할 수 있고 이를 활용하여 수익까지 창출할 수 있으니 정말 좋은 저작권 관리 시스템이 아닐 수 없다.

하지만 이러한 이점을 갖고 있음에도 콘텐츠 ID는 사적 저작권 집행 시스템의 한계가 허점으로 드러난다. 공정이용(fair use)에 대한 차단 문제는 둘째치고 등록하는 콘텐츠가 실제 등록자 소유의 콘텐츠가 맞는지 허위로 등록했는지 콘텐츠 ID 시스템이 정확하게 검사하지 못한다는 것이다. 이를 악용한다면 콘텐츠 ID에 등록되지 않은 다른 사람 소유의 콘텐츠를 자신 소유의 콘텐츠로 등록할 수 있고 그 광고 수익이 나에게 오도록 하는 옵션을 설정하여 유튜브에 올라오는 모든 영상 중 그 콘텐츠가 포함된 영상은 강제로 광고가 달리게 되어 그 광고 수익은 콘텐츠를 도용한 사람이 가져 가게 된다.

이와 비슷한 사례를 살펴보면, 곰TV로 알려진 곰앤컴퍼니에서 보더랜드라는 게임 플레이 영상을 콘텐츠 ID에 등록하면서 그 수익이 자신들에게 오도록 옵션을 설정해 놓았다. 그 탓에 보더랜드 게임 플레이 영상에 강제적으로 광고가 달리게 되었고 광고 수익은 게임 제작사가 아닌 곰앤컴퍼니가 가져가는 일이 발생하였다. 또한, 하프라이프, 카운터 스트라이크, 포탈 게임으로 유명한 미국의 게임 개발사인 밸브 코퍼레이션(Valve Corporation) 소유의 동영상인 'Wheatley's Nomination Speech for the VGA Best Character Award'를 허위 등록시키는 바람에 저작권 소유자인 밸브 코퍼레이션 채널의 동영상이 삭제되는 사건도 발생하였다. 위 사례는 현재는 잘 해결되었지만, 저작권 도용 문제는 원작자가 직접 발견하여 대응하지 않는다면 앞으로도 지속해서 발생할 수 있다는 문제점을 시사하고 있다. 물론 유튜브도 콘텐츠 ID 가이드라인을 통해 참조 파일에 포함하거나 단독으로 참조 파일로 사용할 수 없는 콘텐츠를 안내하는 등 노력을 기울이고 있다.

▣ 문제의 소지가 없도록 다음과 같은 규칙을 준수하세요. 각 규칙에 대한 예는 참고용일 뿐이며 가능한 문제를 모두 제시한 것이 아닙니다. **잘못된 소유권 주장을 예방하고 해결하는 방법 자세히 알아보기**

▶ **독점 저작권**

소유권을 주장하는 지역에서 참조 파일의 자료에 대한 독점적인 저작권을 보유해야 합니다.

다음은 참조 파일에 포함하거나 단독으로 참조 파일로 사용할 수 없는 콘텐츠의 예입니다.

- 제3자로부터 비독점적으로 라이선스를 부여 받은 콘텐츠
- 크리에이티브 커먼즈 또는 유사한 무료/공개 라이선스에 따라 배포한 콘텐츠
- 공개 도메인에 속하는 동영상, 녹음 자료, 음악작품
- **비디오 게임 플레이 동영상(게임 제작사 외 출처에서 제공한 경우)**

위 가이드를 보면 게임 제작자만이 게임 플레이 영상을 콘텐츠 ID에 등록시킬 수 있으며, 게임 제작자 외 다른 사람은 게임 플레이 영상을 콘텐츠 ID로 등록시키는 것은 금지하고 있다. 하지만 이러한 가이드를 안내하고 있음에도 다른 사람의 콘텐츠를 도용하는 것은 그리 어려운 일은 아니다. 그렇다면 유튜브에서 콘텐츠 도용으로 인한 문제가 발생하기 전 더욱 면밀한 검사를 진행하여 콘텐츠 도용을 사전에 방지할 수 있지 않으나 의문을 제시할 수 있지만 1분마다 400시간 분량이 넘는 신규 동영상이 업로드 되는 상황에서 유튜브 자체적으로 모든 콘텐츠 소유권을 검사하는 건 현실적으로 불가능한 일이다.

라. 또 다른 피해 사례

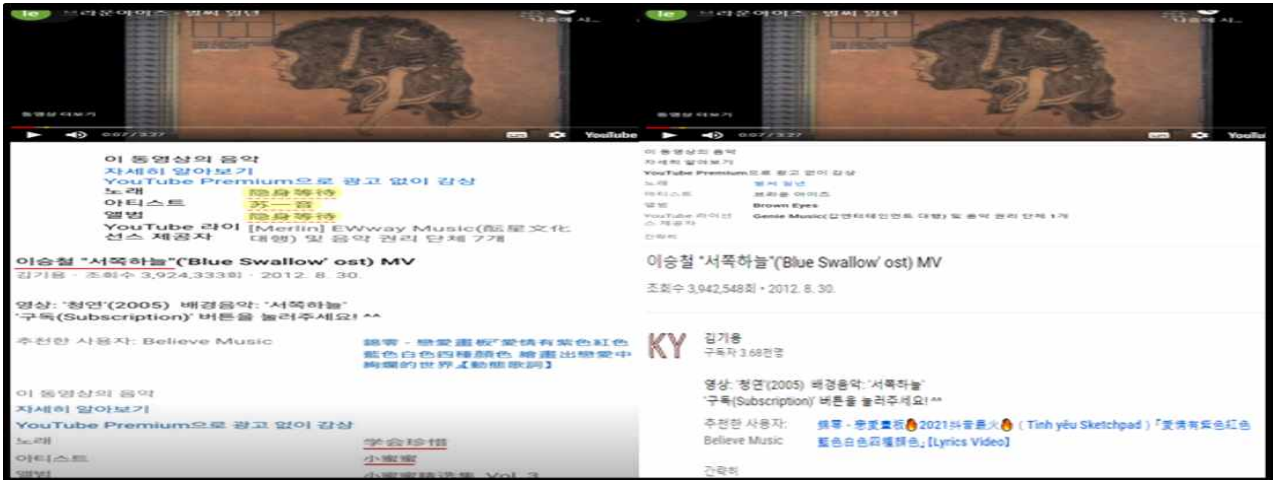
위 사례와 달리 콘텐츠 그 자체를 전부 훔쳐가는 사례도 있는데 주로 음악 콘텐츠에서 발생 빈도가 높은 편이다. 2019년 1월에는 트와이스, BTS, 블랙핑크와 같은 국내 가수들의 뮤직비디오를 인도의 아이플렉스 소프트웨어 프라이빗 리미티드(Aiplex Software Private Limited)사에서 저작권이 없음에도 허위로 신고하여 뮤직비디오가 삭제되는 일도 발생하였다. 이 회사⁵⁾는 저작권 허위 신고 및 삭제를 주 업무로 하며 유명 가수의 뮤직비디오부터 일반 유튜버의 영상까지 허위신고로 삭제시키는 회사로 네티즌 사이에서 유명하다. 작년 9월에는 저작권 문제가 없는 음원을 공유하는 유튜브 채널인 Audio Library(구독자 400만)에 올라온 음원이 저작권자의 의사와는 관계없이 타인에 의하여 콘텐츠 ID로 등록되는 일이 발생했다. 이에 음원 저작권자들이 이에, 음원 저작권자가 저작권 도용을 통한 광고수익 편취 행위를 막기 위해 문제가 해결될 때까지 채널 이용자들에게 해당 음원을 사용하지 말아 달라고 요청한 일도 있었다.

마. 국내 음악 저작권 도용 모니터링

한국저작권보호원은 중국 음반사의 저작권 도용 문제에 적극 대응하기 위해 유튜브에 저작권자가 중국인이나 중국 음반사로 잘못 표시된 게시물에 대한 모니터링을 추진하였다. 이번 모니터링은 언론에 노출된 음악뿐만 아니라 더 많은 저작권 도용 현황 파악을 위해 멜론 사이트에서 제공하는 연도별 인기곡 1위부터 10위까지 총 310곡을 선정하여 추가 조사하였다. 모니터링 기간은 닷새 동안 진행되었으며, 가수 김민종의 '또 다른 만남을 위해'와 쿨의 '아로하', 이승철의 'My love' 등 총 32건의 저작권이 도용된 음악 게시물을 확인할 수 있었다. 또한, 모니터링 기간 중 언론에 노출되어 이슈가 된 유튜브 게시물의 저작권 정보를 지속해서 관찰한 결과 언론 보도 이후 게시물이 삭제되었거나, 저작권 정보가 올바르게 변경된 것을 확인하였다.

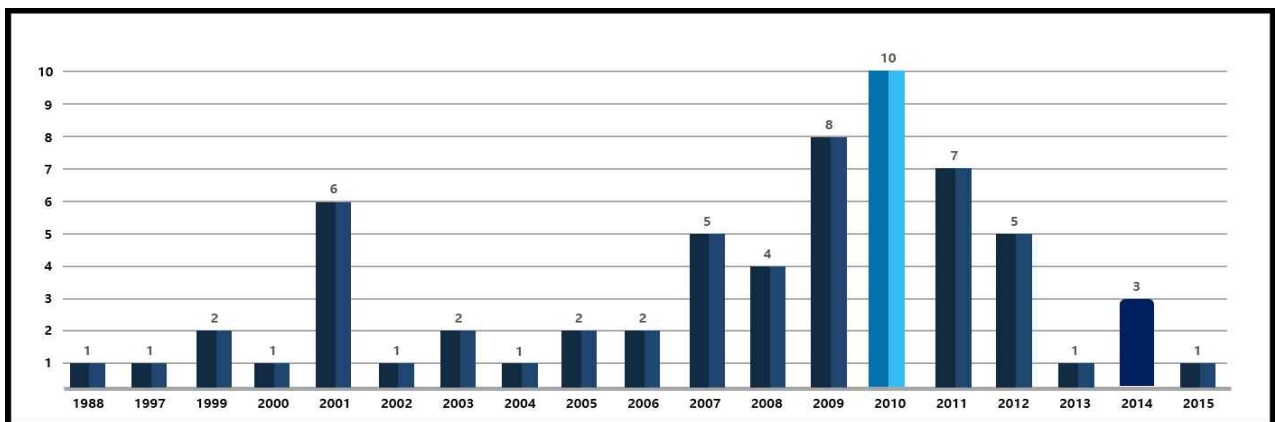
5) 출처 : <https://namu.wiki/w/Aiplex%20Software%20Private%20Limited>(나무위키)

◆◆◆ [그림] 유튜브 내 저작권 도용 게시물 저작권 정보 변경



또한, 관계기관의 모니터링 결과를 추가 분석하여 중국 음반사의 국내 음악 저작권 도용이 어떻게 가능했고 왜 지금까지 이러한 문제가 알려지지 않았는지 한 가지 흥미로운 점을 발견할 수 있었다. 이번 모니터링을 통해 확인된 저작권 도용 음악은 중복 곡 포함 총 104건이었으며, 해당 음악의 앨범 발매일은 대부분 1990년부터 2010년 초반의 곡들이었다. 유튜브는 2005년 2월 처음 서비스를 시작했으며 그 해 4월 첫 동영상인 'Me at the zoo'가 업로드 되었다. 국내에서는 2005년 12월에 기타리스트인 임정현이 편곡한 'Canon Rock'을 유튜브에 등록하면서 유튜브가 알려지기 시작했지만, 유튜브가 제대로 국내에 서비스된 시기는 2008년⁶⁾으로 실제 유튜브가 국내 이용자들에게 알려지고 대중화된 건 몇 해 되지 않았다. 즉, 유튜브가 국내 대중화를 통해 수익창출 플랫폼으로 이용되기 전 발매된 음악들은 이미 소속사가 없어지는 등 여러 가지의 이유로 음악 참조 파일이 유튜브 콘텐츠 ID에 등록되지 않았을 것이고 만약 저작권자가 유튜브의 수익 구조를 알고 있다고 하여도 오래전에 발매한 자신의 음원이 콘텐츠 ID를 통해 무단 도용되리라 쉽사리 생각하긴 어려웠을 것이다. 중국의 일부 회사는 이를 악용하여 교묘하게 오래된 음악만을 골라 콘텐츠 ID에 등록함으로써 저작물 이용에 따른 수익을 편취하고 있었던 것이다. 최근 국내 언론을 통하여 이슈가 된 후 논란이 불어지자 이 제야 게시물을 삭제하거나 저작권 정보를 수정하는 등의 조치를 하고 있으나, 근본적으로 창작자의 노력과 권리를 존중하는 자세를 갖지 않는 한 이러한 문제는 여러 분야에서 지속해서 발생할 것이다.

◆◆◆ [그림] 연도별 유튜브 국내 음악 저작권 도용 건수



6) 이전까지는 한국어를 지원하지 않았으나 2008년 1월 23일 한국어 서비스를 지원하기 시작함

바. 저작권 침해 문제

유튜브에서 타인의 저작물을 허위로 등록하면 발생하는 문제에 대하여 저작권법 중심으로 살펴보고자 한다. 저작자는 저작물을 창작하는 순간 저작인격권과 저작재산권을 갖게 된다. 저작인격권은 저작자의 인격적 이익을 보호하기 위한 권리로, 양도할 수 없는 일신전속성을 가지며, 저작재산권은 저작자의 경제적 이익을 보전하기 위한 권리로 양도가 가능한 권리이다. 따라서 저작자가 저작재산권을 타인에 양도한다면, 그 타인 역시 저작재산권자로서 저작권자로 인정된다. 위 저작권 도용 사건과 같이 음악저작물의 저작권 정보를 사실과 다르게 하여 무단으로 유튜브에 등록한다면, 이는 저작인격권 중 성명표시권과 동일성유지권을, 저작재산권 중 복제권, 공중송신권, 2차적저작물작성권을 침해할 소지가 있다. 또한, 음악은 실연자, 연주자, 음반제작자 등 저작권인접권자로 구성된 저작물로 저작인접권에 대한 침해 문제도 따져보아야 한다.

저작권법 제12조(성명표시권)

- ① 저작자는 저작물의 원본이나 그 복제물에 또는 저작물의 공표 매체에 그의 실명 또는 이명을 표시할 권리를 가진다.
- ② 저작물을 이용하는 자는 그 저작자의 특별한 의사표시가 없는 때에는 저작자가 그의 실명 또는 이명을 표시한 바에 따라 이를 표시하여야 한다. 다만, 저작물의 성질이나 그 이용의 목적 및 형태 등에 비추어 부득이하다고 인정되는 경우에는 그러하지 아니하다.

저작권법 제13조(동일성유지권)

- ① 저작자는 그의 저작물의 내용·형식 및 제호의 동일성을 유지할 권리를 가진다.

저작인격권은 공표권, 성명표시권, 동일성유지권으로 구성되어있다. 콘텐츠 ID에 저작권 정보를 허위로 등록한다면 저작권법 제12조 ‘성명표시권’을 침해할 수 있다. 저작자가 유튜브를 통하여 전송되는 자신의 저작물에 자신의 실명 또는 이명을 표시할 권리를 가지고 있음에도, 저작권 정보를 허위로 등록함에 따라 저작자의 그러한 권리를 침해하기 때문이다. 또한, 곡을 변안하는 등 저작물의 동일성을 해치는 경우 저작권법 제13조 ‘동일성유지권’ 침해에 해당할 것이다. 구 저작권법에서는 ‘저작자의 명예와 성망을 해할 것’이 동일성유지권 침해의 요건으로 규정되었으며, 현행법이 해당 내용을 삭제함으로써 인격적 가치를 훼손해야만 동일성유지권 침해가 되는 것은 아니라는 점을 명백히 밝혔다는 것이 하급심 판례의 해석이다.⁷⁾ 따라서 위 사안과 같은 저작자의 동의 없는 변안곡 역시 저작물의 내용·형식 및 제호의 동일성을 임의로 변경한 것이므로 동일성유지권 침해로 볼 수 있다.

저작권법 제16조(복제권)

저작자는 그의 저작물을 복제할 권리를 가진다.

저작권법 제18조(공중송신권)

저작자는 그의 저작물을 공중송신할 권리를 가진다.

저작권법 제22조(2차적저작물작성권)

저작자는 그의 저작물을 원저작물로 하는 2차적저작물을 작성하여 이용할 권리를 가진다.

저작재산권은 이용 형태에 따라 복제권, 공연권, 대여권, 공중송신권, 전시권, 배포권, 2차적저작물작성권 등의 권리로 구성되어있다. 위 사례에서는 복제권, 공중송신권, 2차적저작물작성권 침해에 대하여 살펴볼 수 있다. 유튜브에 저작권자의 허락 없이 음악저작물의 일부 또는 전체를 올리면 복제권 침해 문제가 발생할 수 있으며, 유튜브에 음악이 공개되는 순간 공중의 이용에 제공하는 것이므로 공중송신 중 전송의 형태에 대하여 공중송신권 침해가 발생할 수 있다. 또한, 2차적저작물은

7) 서울고등법원 2008. 9. 23. 선고 2007나70720 판결 참조

원저작물을 변형하여 만들어진 새로운 저작물로, 독자적인 저작물로서 보호받을 수 있다. 이때, 2차적저작물작성권은 원저작물의 저작자에게 있으므로 원저작물을 개변조하여 2차적저작물을 작성할 때는 원저작자의 허락이 필요하고, 허락을 구한 범위 내에서만 작성 및 이용할 수 있다. 다만, 원저작물을 일부 편집하였다고 하여 무조건적으로 2차적저작물성이 인정되는 것은 아니므로, 그와 관련하여 아래와 같은 판례의 태도를 참고하여야 할 필요성이 있다.

■ 2차적저작물작성권 관련 판례

- 서울서부지방법원 2019. 2. 12. 선고 2018가합34230 판결, 『드라마 '화유기' 표절 사건』
- 대법원 2016. 7. 29. 선고 2014도16517 판결, 『드라마 '김수로' 사건』
- 춘천지방법원 원주지원 2020. 2. 14. 선고 2019고정268 판결, 『텍스트 콘텐츠 무단 영상화 및 게시』
- 서울고등법원 2020. 1. 21. 선고 2019나2007820 판결, 『동화 '구름빵'』

2차적저작물 여부의 판단 기준에 대하여, 우리 대법원은 “2차적저작물은 원저작물을 기초로 하되 원저작물과 실질적 유사성을 유지하고 이것에 사회 통념상 새로운 저작물이 될 수 있을 정도의 수정·증감을 가하여 새로운 창작성을 부가하여야 하는 것”⁸⁾이라고 판시하고 있다. 위 사안과 같이 곡의 멜로디를 새로 입히거나 변안하는 등 적극적인 개작 행위를 할 경우에는 2차적저작물로 인정될 가능성이 높아지므로 2차적저작물작성권 침해의 소지가 크다고 할 것이다. 특히 수정과 편집이 쉬운 온라인 콘텐츠의 경우 무심결에 위와 같은 저작권자의 권리를 침해하지 않도록 유념해야 할 것이다.

■ 저작권법 제3장 저작인접권

- 제2절(실연자의 권리)
- 제3절(음반제작자의 권리)

저작인접권이란 실연자(가수, 배우, 연주자 등), 음반제작자 등에게 부여되는 권리를 말한다. 저작권법에서는 저작인접권자의 복제권, 방송권, 전송권 등을 보호하고 있으며, 실연자의 저작인격권에 대하여서도 별도로 보호하고 있다. 따라서 저작물을 이용할 때는 저작인접권자의 동의를 받고 그 성명을 표시하여야 한다. 위 사안의 경우, 국내 실연자가 가창하였음에도 해당 실연자의 동의 없이 불법 복제물을 공중의 이용에 제공하여 복제권, 전송권을 침해하였으며, 허위의 실연자 정보를 등록하였는바 실연자의 성명표시권 역시 침해하고 있다고 보아야 한다. 또한, 음반제작자의 복제권, 전송권 역시 침해한다고 할 것이다. 최근 온라인 문화 예술 콘텐츠에 대한 이용자의 접근성이 매우 증가하고 있으나, 앞서 살핀 바와 같은 저작권 침해 문제로 저작권자가 저작물 이용에 따른 수익을 제대로 받지 못하는 상황이 지속하고 있다. 저작물에 대한 대가를 받는 것은 저작권자의 창작 및 노동 행위에 대한 당연한 귀결이며, 동시에 저작자로 하여금 창작 의욕을 고취하는 역할을 한다고 할 것이다. 따라서 앞서 살핀 저작권 침해 문제에 대하여 개선이 이루어지지 않는 이상 콘텐츠 산업의 발전에 큰 걸림돌이 될 것이 자명하다.

8) 대법원 2002. 1. 25. 선고 99도863 판결, 대법원 2004. 7. 8. 선고 2004다18736 판결, 대법원 2010. 2. 11. 선고 2007다63409 판결 등 참조.

사. 마치며

방탄소년단(BTS)의 신곡 '버터(Butter)'가 유튜브에 공개된 지 1시간 만에 2억뷰를 돌파하여 종전 '다이내마이트(Dynamite)'의 기록을 깨고 신기록을 자체 경신하는 역사를 썼으며 최근에 발매한 'Permission'은 공개 52시간 만에 1억뷰를 돌파 통산 34번째 억 단위 조회 수의 뮤직비디오를 보유하며 한국 가수 최다기록을 자체 경신하였다. 이처럼 유튜브가 전 세계적으로 대중화되면서 많은 가수가 음원 사이트뿐만 아니라 유튜브를 통해 음원과 뮤직비디오를 공개하는 등 다양한 음악 활동을 보여주고 있다. 최근 저작권자 대부분은 유튜브 공개 전 콘텐츠 ID 등록을 필수로 진행하기 때문에, 위 사건과 같은 음악 저작권 도용 문제는 앞으로 발생하기 어려울 것이다. 그러나 공표된 지 오랜 시간이 흘렀거나 별도의 저작권 관리가 이루어지지 않는 음악저작물은 여전히 이러한 문제에 노출되어 있다. 지금도 대중에게 알려지지 않은 오래된 무명 가수의 곡들에 대하여 허위로 저작권 정보 등록되어 있을지도 모르는 현실이다.

최근 정부는 저작권 도용에 대응하고 있으나, 중국의 일부 업체가 이미 편취한 광고 수익에 대하여서는 반환을 기대하기 어렵다고 할 것이다. 중국 IP(지적재산권) 침해 문제는 국제적인 문제로 대두되고 있다. 드라마부터 예능, 게임 표절을 비롯하여 최근에는 한복과 김치까지 대한민국의 문화 콘텐츠에 대한 도가 넘는 침해 행위에 대하여 강력하게 대응하여야 할 필요성이 요구되는 시점이다.