

KP 연구 2022-03

저작권 침해예방 교육과정 및 교재개발 연구

(주)컬처미디어랩

김숙

2022. 11.

제 출 문

한국저작권보호원장 귀하

본 보고서를 정책연구 용역과제인 “저작권 침해예방 교육과정 및 교재 개발 연구”의 최종보고서로 제출합니다.

2022년 11월

- 연구수행기관명 : (주)컬처미디어랩
- 연구책임자 : 김숙
- 공동연구원 : 김미선
- 공동연구원 : 정애리

※ 본 보고서의 내용은 정책연구 용역과제 수행사의 의견으로, 한국저작권보호원의 공식적인 견해와는 다를 수 있습니다.

최종보고서 초록

관리번호	KP 연구 2022-03	연구기간	2022년 06월 22일 ~ 2022년 11월 28일		
정책과제명	(한글) 저작권 침해예방 교육과정 및 교재개발 연구 (영문) A Study on the Development of Curriculum and Textbook for the Prevention of Copyright Infringement				
연구책임자 (연구수행기관)	김숙 (주)컬처미디어랩	참여 연구원수	총 4명	연구 용역비	49,000천원
요약 (연구결과를 중심으로 500자 이내에서 개조식으로 작성)				면수	69면
<p>본 연구는 ICT 기반 미디어 기술의 발전으로 디지털 공간에서 저작권 침해가 고도화되고 있는 현실을 고려하여 침해예방 교육과정 및 교재개발 연구임. 문헌 분석과 환경분석을 통해 본 연구에서는 침해 취약 분야로 SNS와 1인 미디어, 웹툰을 선정함. 또한 교육대상 선정을 위해 침해 취약 분야의 수요자 맞춤형 교육을 실시하고자 함. SNS의 경우 이용자, 1인 미디어와 웹툰은 창작자 및 실무자로 선정하고 교재를 구성하였음.</p> <p>이러한 과정을 토대로 본 연구에서는 저작권 침해예방과 보호를 위한 한국저작권보호원의 교육과정 발전 로드맵을 제시함. 제1단계는 침해 취약 분야 발굴 단계로 실행형 교육과 세분화된 교육대상 선정을 추진함. 제2단계는 침해 취약 분야 확대 단계로 확장형 교육과 수준별 교육과정 운영을 추진함. 마지막 3단계는 분야별 연계성을 강화하는 단계로 융합형 교육을 추진하고 침해 예방 교육의 제도화를 추진함</p>					
색인어	한글	저작권 보호, 저작권 침해, 저작권 침해예방, 저작권 교육			
	영어	Copyright Protection, Copyright Infringement, Prevention of Copyright Infringement, Copyright Curriculum			

요약문

오늘날 소셜미디어와 ICT 기술의 발전으로 오늘날 콘텐츠 산업은 디지털 공간에서 다시 한번 도약하고 있다. 유튜브의 일상화, 실감형 콘텐츠 및 가상현실 등 새로운 콘텐츠 기술이 우리 눈앞에 펼쳐지면서 콘텐츠 저작권에 대한 침해 역시 더욱 기술적으로 고도화되고 심각해지고 있다. 한국저작권보호원에서는 그동안 저작권 보호를 위한 교육을 수행하고 있으나, 표준화된 저작권 보호 교육과정이 별도로 마련되어 있지 않고 강사의 개별 능력에 강의의 내용을 의존하고 있어 양질의 교육 성과를 기대하기 어려운 현실이었다.

이에 본 연구에서는 ICT 기반 미디어 환경에서 효율적인 침해예방 교육을 위해 침해 취약 이슈를 발굴하고 교육개발 및 향후 단계별 교육과정 방향을 제시하였다. 연구범위는 첫째, 저작권 침해예방 교육과정 개발을 위한 환경분석, 둘째, 침해 취약 중심을 대상으로 차별화된 교육과정 및 학습교재 개발, 셋째, 단계별 교육과정 방향 제시이다.

본 연구에서는 기존 문헌 연구와 환경분석을 통해 침해 취약 분야로 SNS와 1인 미디어, 웹툰을 선정하였다. 또한 교육대상 선정을 위해 침해 취약 분야의 수요자 맞춤형 교육으로 세분화된 교육과정 설계를 시도하여, SNS의 경우 이용자, 1인 미디어와 웹툰은 창작자 및 실무자로 선정하고 교재를 구성하였다. 각 분야의 전문가와 교수진을 통해 이론편과 사례편 원고를 의뢰하고 자문회의를 통해 점검하는 과정을 거쳤다.

마지막으로 본 연구에서는 저작권 침해예방과 보호를 위한 한국저작권보호원의 교육과정 발전 로드맵을 제시하고 각 단계별 추진 전략 세 가지로 제시하였다. 제1단계는 침해 취약 분야 발굴 단계로 실행형 교육과 세분화된 교육대상 선정을 추진전략으로 했다. 제2단계는 침해 취약 분야 확대 단계로 확장형 교육과 수준별 교육과정 운영을 추진전략으로 했다. 마지막 3단계는 분야별 연계성을 강화하는 단계로 융합형 교육을 추진하고 침해 예방 교육의 제도화를 추진하고자 한다. 또한 본 로드맵에서는 단계별 추진전략에 맞는 세부 과제를 수립했다.



목차

1장 연구개요	1
1. 연구배경 및 목적	1
2. 연구방법 및 범위	4
2장 환경 분석	8
1. 환경 변화와 저작권	8
1) 내부 환경 분석	8
2) 외부 환경 분석	13
2. 저작권 침해 이슈	18
3. 신규 침해 이슈별 환경분석	23
1) SNS	23
2) 1인 미디어	31
3) 웹툰	38
4. 유관기관 저작권 교육현황 분석	47
5. 전문가 자문 결과	58
3장 중장기 로드맵(안)	61
1. 한국저작권보호원 교육과정 개발 로드맵(안)	61
2. 단계별 교육 운영 방안	62
참고 문헌	68



표 목 차

<표 1-1> 저작권법 제122조의 5에 나타난 보호원 업무	2
<표 1-2> 자문위원 구성	6
<표 2-1> 한국저작권보호원의 교육 현황	9
<표 2-2> 저작권보호원의 교육 방향(안)	12
<표 2-3> SNS별 불법복제물 유통량 및 비중	19
<표 2-4> 웹툰 불법 복제 유형	19
<표 2-5> 콘텐츠 분야별 불법복제물 공유(제공) 경로	28
<표 2-6> 만화진흥에 관한 법률(제2조제7호) 개정 시 반영한 만화분야 신규 사업자	41
<표 2-7> 2019년 웹툰 산업 규모 추정	41
<표 2-8> 서울시 문화예술·프리랜서 공정거래지원센터의 피해 구제 상담 건 수	46
<표 2-9> 유관 기관 저작권 교육현황 개요	47
<표 2-10> 공공 기관의 ‘SNS와 저작권’ 관련 교육현황 요약	48
<표 2-11> 민간과 K-MOOC 등의 ‘SNS와 저작권’ 관련 교육현황 요약	48
<표 2-12> 한국콘텐츠진흥원·에듀코카의 ‘1인 미디어와 저작권’ 관련 교육현황 요약	49
<표 2-13> 한국방송통신전파진흥원·스마트미디어센터의 ‘1인 미디어와 저작권’ 관련 교육현황 요약	50
<표 2-14> 시청자미디어재단의 ‘1인 미디어와 저작권’ 관련 교육현황 요약	52
<표 2-15> 한국저작권위원회의 ‘웹툰과 저작권’ 관련 교육현황 요약	54
<표 2-16> 한국콘텐츠진흥원, 에듀코카의 ‘웹툰과 저작권’ 관련 교육현황 요약	54
<표 2-17> 만화/웹툰 관련 기관의 ‘웹툰과 저작권’ 관련 교육현황 요약	55
<표 2-18> 저작권 침해 예방 교육과정 개발	57
<표 2-19> 자문회의 운영	58



그림목차

[그림 1-1] 저작권 침해예방 교육과정 및 교재개발을 위한 연구방법	5
[그림 1-2] 저작권 침해예방 교육과정 및 교재개발을 위한 연구범위	7
[그림 2-1] 내부환경 분석 (SWOT 분석)	8
[그림 2-2] 한국저작권보호원 저작권 교육 관련 내부 환경분석	11
[그림 2-3] 외부환경 분석 (PEST 분석)	13
[그림 2-4] 콘텐츠 산업과 저작권 관련 대외 환경분석	17
[그림 2-5] 장르별 불법복제물 이용률	18
[그림 2-6] 2019년~2022년 저작권 보호 이슈	21
[그림 2-7] 주요 SNS 서비스	23
[그림 2-8] SNS 유형 분류	24
[그림 2-9] 전 세계 소셜미디어 플랫폼별 이용자 현황	25
[그림 2-10] 국내 주요 소셜 미디어 플랫폼별 이용자 수	26
[그림 2-11] 연령별 가장 많이 이용하는 국내 소셜미디어 TOP 3	26
[그림 2-12] 불법복제물 공유(제공) 경로(단위: %, 복수응답)	28
[그림 2-13] 국내 모 회사의 커뮤니티 내 영화 불법복제물 복제전송형태	29
[그림 2-13] 1인 미디어 창작자의 주 이용 플랫폼	32
[그림 2-14] 유튜브 동영상 플랫폼의 경쟁력	32
[그림 2-16] 1인 미디어 시장 규모	35
[그림 2-17] 1인 미디어 창작자의 주력 장르	36
[그림 2-18] 웹툰 산업 생태계	40
[그림 2-19] 웹툰 작가의 작업 방식	43
[그림 2-20] 연도별 불법 웹툰 사이트 변화 추이 (누적 & 신규)	44
[그림 2-21] 만화·웹툰 불법 이용 경험	45
[그림 3-1] 한국저작권보호원 교육과정 개발 로드맵(안)	61

[그림 3-2] 침해 이슈와 교육 대상·교육수준 확장의 예시	64
[그림 3-3] 2019년~2022년 저작권 보호 주요 이슈의 변천사	66

1장 연구개요

1. 연구배경 및 목적

- 콘텐츠 소비가 디지털 미디어 중심으로 변화하고 유통 환경이 다변화되면서 관련 산업이 성장한 만큼, 다른 한편으로는 콘텐츠 저작권에 대한 침해 사례 역시 더욱 기술적으로 고도화되고 심각해짐
 - <2022 저작권 보호 연차보고서>에 의하면 불법복제물 이용률은 영화 분야에서 가장 높게 나타났으며 이어서 방송, 게임, 출판, 음악의 순으로 분석되었음
 - 특히 방송콘텐츠의 경우 해외에서 K-콘텐츠의 인기가 높아지면서 불법적인 유통과 침해 사례도 급증하고 있는 것으로 나타남. 최근에는 중국으로 6년간 한국 방송콘텐츠를 불법 송출한 중국인을 검거하기도 함¹⁾
 - 웹툰의 침해 사례도 급격히 증가하고 있는 것으로 나타남. 문체부에 따르면 최근 5년간(2021년 기준) 불법 웹툰 신고 건수는 9,809건에 이룸. 연도별로는 2017년 474건에서 2020년 3,844건을 기록하는 등 빠른 증가세를 보였음²⁾
 - 한국저작권보호원의 <2019 저작권 보호 8대 이슈>에는 'SNS상 저작물 공유로 인한 저작권 침해'(16.3%)가 1위에 올랐으며, '1인 미디어 방송에서의 저작권 침해'(14.4%)가 2위를 차지하였고, <2020년 저작권 보호 10대 이슈>에는 '1인 미디어에서의 저작권 침해'(14.9%) 1위, SNS에서의 저작물 공유(4.9%) 9위 등을 차지하며 SNS와 1인 미디어와 같은 개인 미디어를 중심으로 저작권 침해 이슈가 꾸준히 제기

1) 이한나(2022.05.25.). 6년간 한국 방송 불법 송출 중국인 2명 입건. 매일경제 문화면 <https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2022/05/461572/>

2) 김범수(2021.09.28.). 김승수 의원 “불법웹툰 신고 지난해 전년대비 70% 증가”. 경북신문 정치면 <http://www.kbsm.net/news/view.php?idx=324603>

되고 있음

- 또한 한국저작권보호원의 <2022년 저작권 보호 10대 이슈>에는 ‘메타버스에서의 저작권 문제(18.0%)’, ‘NFT 거래와 저작권 문제(14.1%)’, ‘OTT 서비스와 저작권(10.8%)’ 등과 같이 신규 매체를 중심으로 저작권 침해 문제가 제기되고 있어 미디어 환경의 급격한 변화가 빠르게 반영되고 있음을 알 수 있음

○ 한국저작권보호원에서는 저작권 보호를 위한 교육을 수행하고 있으나, 표준화된 저작권 보호 교육과정이 별도로 마련되어 있지 않고 강사의 개별 능력에 강의의 내용을 의존하고 있어 양질의 교육 성과를 기대하기 어려운 현실에 있음

- 현재 ‘교육조건부 기소유예제’운행을 위해 제작한 <저작권 바로 알기> 교재가 유일

○ 한국저작권보호원은 저작권법 개정으로 법정 업무 신설에 따른 교육 업무를 명시함에 따라 법적으로도 교육 기능을 의무화하도록 하고 있음

- 2020년 개정된 저작권법의 제122조의5항 3의3에 ‘저작권 보호를 위한 연구·교육 및 홍보’를 명시하고 있음

<p>제122조의5(업무) 보호원의 업무는 다음 각 호와 같다.</p> <ol style="list-style-type: none">1. 저작권 보호를 위한 시책 수립지원 및 집행2. 저작권 침해실태조사 및 통계 작성3. 저작권 보호 기술의 연구 및 개발 <p>3의2. 저작권 보호를 위한 국제협력</p> <p>3의3. 저작권 보호를 위한 연구·교육 및 홍보</p> <ol style="list-style-type: none">4. 「사법경찰관리의 직무를 수행할 자와 그 직무범위에 관한 법률」 제5조 제26호에 따른 저작권 침해 수사 및 단속 사무 지원5. 제133조의2에 따른 문화체육관광부장관의 시정명령에 대한 심의6. 제133조의3에 따른 온라인서비스제공자에 대한 시정권고 및 문화체육관광부 장관에 대한 시정명령 요청7. 법령에 따라 보호원의 업무로 정하거나 위탁하는 업무8. 그 밖에 문화체육관광부 장관이 위탁하는 업무

- 이에 따라 저작권 보호에 대한 체계적인 전문 교육과정 및 교육 기능의 강화가 필요
 - 제도적으로 업무가 추가됨에 따라 2020년 국정감사에서 저작권보호를 위한 컨설팅·교육 강화를 지적한 바 있음
- 한국저작권보호원만의 차별화된 교육 목적과 방안의 모색이 필요하며, 이를 위해 이해관계자별 업무 현장과 전문성을 반영하여 수요자 맞춤형 교육 설계를 통한 필요한 지식을 학습할 수 있는 교육이 필요
 - 특히 보호원의 침해 사례 모니터와 대응 업무를 중점적으로 교육에 반영하여 침해대응 취약 이슈 중심으로 권리자·유통사·이용자 등 잠재적인 침해 기소자들 대상 최적화된 교수법 및 교육과정이 필요
- 본 연구는 급변하는 미디어 환경에 빠르게 적응하고 탄력적 운용이 가능한 교육과정 설계 및 표준교재 개발을 통해 저작권 보호 교육의 효과성을 제고하고자 함. 이를 바탕으로 저작권 침해예방 교육을 제도화하여 수요자 맞춤형 교육을 실시하는 것을 목표로 함

- 무엇보다 침해 취약 분야 분석을 통한 저작권 침해 예방·대응·관리에 초점을 맞춘 실무 밀착형 저작권 보호 커리큘럼을 개발함으로써, 저작권 보호와 관련된 지식·정보·분석·경험 및 주제별 전문성에 대해 우수하고 신뢰할 수 있는 교육을 제공하는 것을 목적으로 함

2. 연구방법 및 범위

1) 연구방법

○ 1단계 : 문헌분석

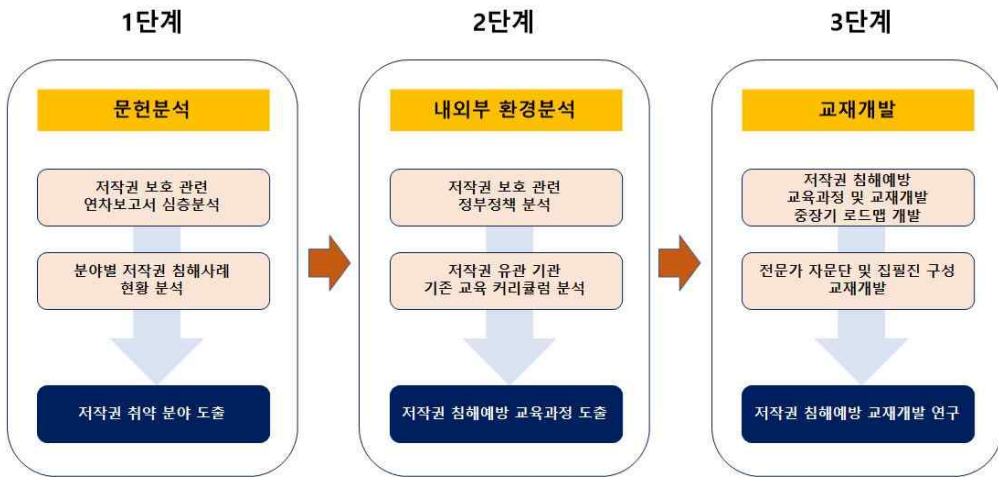
- 2021년 저작권 보호 연차보고서 등 2차 자료 심층 분석
- 분야별 저작권 침해 사례 현황 분석을 통해 ‘저작권 침해 취약 분야’ 도출

○ 2단계 : 내외부 환경분석

- 기존 자료를 중심으로 저작권 침해와 관련된 내외부 환경분석 실시
- 저작권 침해와 관련된 기존 보고서, 정부 정책 분석
- 저작권 침해와 관련된 유관 기관의 기존 교육 커리큘럼 분석
- 내외부 환경분석을 통해 ‘저작권 침해예방 교육과정’ 도출

○ 3단계 : 교재개발

- 한국저작권보호원의 저작권 침해예방 교육과정 및 교재개발 중장기 로드맵 개발
- 중장기 로드맵에 근거한 학습교재 개발 모색
- 전문가 자문단 및 집필진 구성을 통한 저작권 ‘침해예방 교재개발’ 연구



[그림 1-1] 저작권 침해예방 교육과정 및 교재개발을 위한 연구방법

2) 연구범위

(1) 저작권 침해예방 교육과정 개발을 위한 환경 분석

○ 기존 관련 연구 결과 중심으로 기초 자료 분석

- 저작권 침해 사례를 중심으로 효과적이고 차별화된 맞춤형 교육프로그램을 마련하기 위해 저작권 침해 관련 보고서, 저작권보호원의 상담·심의 사례, 연차보고서의 불법복제물 이용 경험 온·오프라인 모니터링 분석 결과, 침해 기소 사례 등을 조사·분석
- 저작권 침해예방을 위한 내부와 외부 환경분석을 실시하여 침해가 심각한 분야를 중심으로 교육과정 개발 방향을 수립하고 설계

(2) 전문가 자문단 구성·운영

- 저작권 침해 이슈와 트렌드 분야를 담당하는 현업 전문가 구성
 - 저작권법과 규제/제도 관련 분야를 담당하는 지식 전문가, 장르별 전문가 분야, 과목별 연구·강의 경력 보유한 전문가 등 세분화 된 전문가 그룹 구성 및 운영
 - 이론과 사례의 유기적인 접목을 위해 자문단 및 집필진의 자문회의 및 협업 추진

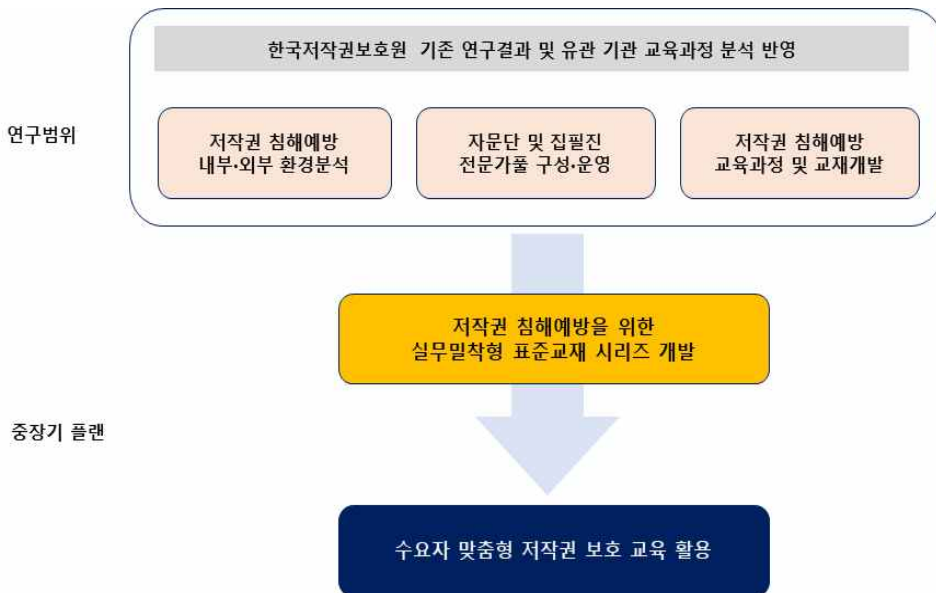
- 자문위원 구성 및 자문 내용
 - 내부 연구진의 내외부 환경분석 이후 급변하는 환경변화로 저작권 침해가 특히 심각하면서도 보호가 어려운 분야로 SNS, 1인 미디어, 웹툰 분야를 선정하고 관련하여 학계, 업계 전문가로 구성된 자문위원을 구성
 - 자문을 통해 한국저작권보호원만의 차별화된 ‘저작권 침해 예방 및 보호’에 대한 교육과정 개발 방향에 대한 전문가 의견을 수렴하고 내부에서 1차로 수립한 중장기 로드맵(안) 및 교육과정 개발(안)에 대한 의견을 수렴함
 - 나아가 저작권 침해 예방 및 교육과정 대상으로 선정한 SNS, 1인 미디어, 웹툰의 교육과정 개발(안) 및 집필 방향에 대한 의견을 수렴함

<표 1-2> 자문위원 구성

분야	이름	전공
법학	한○○ 교수	저작권법
	김○○ 교수	저작권법
	최○○ 변호사	전)한국콘텐츠진흥원
만화/웹툰	홍○○ 교수	만화/웹툰(산업/정책)
	김○○ 교수	만화/웹툰(계약, 저작권)
1인미디어	채○○ 크리에이터	크리에이터(유튜버)

(3) 저작권 침해예방 교육과정 및 교재개발

- 침해 취약분야 분석을 통한 교육과정 개발 로드맵 수립
 - 침해 취약 분야를 중심으로 이론과 사례의 세분화된 교육과정 설계
 - 다양한 침해 이슈 제공을 통해 실제 실무사례 중심의 맞춤형 교육과정 구성



[그림 1-2] 저작권 침해예방 교육과정 및 교재개발을 위한 연구범위

2장 환경 분석

1. 환경 변화와 저작권

1) 내부 환경 분석

○ SWOT 분석 틀 적용

- SWOT 분석은 조직의 강점(Strength), 약점(Weakness), 기회(Opportunity), 위기(Threat)를 열거하여 효과적인 조직 경영전략을 수립하기 위한 분석방법임
- 본 연구에서는 저작권 침해예방 교육과정 및 교재개발을 위해 현재의 한국저작권보호원의 내부 환경이 어떠한지를 SWOT 분석을 기반으로 살펴보고자 함

○ 내부 환경 분석 : SWOT

내부환경 분석 (SWOT)			
Strength	<ul style="list-style-type: none"> • 수사권, 시정권고 등 저작권 관련 업무 전문성 • 풍부한 모니터링 사례 보유 • 교육조건부 기소유예 교육, SW 관리담당자 교육 등 특수 교육업무 수행 	<ul style="list-style-type: none"> • 부족한 연간 예산 • 불법복제물 업로드 필수교육의무 규정 부재 • 후발 주자(2016년 설립, 2020년 저작권법 개정으로 교육 업무 추가) 	Weakness
Threats	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 저작권법 개정에 따른 교육 업무 추가로 유관 기관과의 업무 중복성 우려 • 다양한 유관기관에서 저작권 관련 교육과정 운영 	<ul style="list-style-type: none"> • 정기적인 저작권 침해사례 모니터링을 통해 빠르게 변화하는 미디어 환경 속 신규 침해 유형 파악 • 실질적 현황 파악 능력이 매우 높아 트렌디한 침해 사례 접근 가능 	Opportunities

[그림 2-1] 내부환경 분석 (SWOT 분석)

(1) Strength : 강점

- 한국저작권보호원의 매우 큰 강점은 수사권, 시정권고 등 저작권 관련 업무 전문성임
- 한국저작권보호원은 정기적인 모니터링 사례를 수집하고 있어 빠르게 변화하는 미디어 환경 속에서 나타나는 새로운 유형의 저작권 침해 유형들을 수시로 파악하고 있어 실질적인 현황 파악 능력이 높다는 장점을 가지고 있음
- 또한 교육조건부 기소유예 교육, SW 관리담당자 교육 등 저작권 침해 예방 교육 등 일정 부분 특수교육 업무를 수행하고 있음

<표 2-1> 한국저작권보호원의 교육 현황

교육 구분	교육조건부 기소유예 교육	공공부문을 중심 SW 교육·컨설팅 교육
교육 내용	저작권 침해 사범 중 검찰청에서 저작권 교육을 이수하는 조건으로 기소유예 처분한 자를 대상으로 저작권 침해 재범 방지 교육 실시	각 기관 소프트웨어 담당자 교육·컨설팅을 통해 소프트웨어 사용에 대한 저작권 인식 강화, 소프트웨어 저작권 분쟁 사전예방 및 올바른 이용환경 조성, 불법 소프트웨어 침해상황 진단 및 사용환경 개선, 대표적인 저작권 침해 실태 및 유형 설명, 관계 법령, 벌칙조항 및 처벌 사례 안내, 소프트웨어 관리의 필요성 및 소프트웨어 점검도구 활용방법을 통한 효율적인 소프트웨어 자산 관리 안내 등
교육 절차	1. 검찰청 (기소유예 처분) → 2. 검찰청 (보호원에 교육 의뢰) → 3. 보호원 (저작권 교육 실시, 8시간) → 4. 보호원 (저작권교육 이수 및 미이수 통보) → 5. 검찰청 (미이수자 대상 기소 중 필요조치)	SW 자산 관리의 이해 - SW 관리의 정의, 목적, 필요성 - SW 관리의 기대효과 SW 라이선스의 이해 - SW 라이선스의 정의 - SW 라이선스의 이해 폰트 라이선스의 이해 - 폰트의 정의, 종류, 저작권성 - 폰트 관리방법 SW 점검도구 활용방법 - 점검도구를 활용한 불법 SW 예 - 점검도구를 활용한 SW 관리방법

* 출처: 한국저작권보호원 홈페이지

(2) Weakness : 약점

- 교육에 배정된 연간 예산이 부족
- 불법유통 및 복제 기술 고도화로 불법복제물의 범위가 확산되고 불법 복제물 헤비 업로더가 더욱 기승을 부리고 있으나 이들에 대한 필수교육의무규정이 부재하여 강제화할 수 없음
- 한국저작권보호원은 2016년 설립하여 2020년 저작권법 개정으로 인해 교육 업무가 추가되었기 때문에 저작권 교육 업무 후발 주자로서 선발 유관 기관들과 어떻게 교육을 차별화하고 보호원만의 특징점을 살려야 할지 고민이 필요한 상황임

(3) Opportunities : 기회

- 한국저작권보호원의 업무인 저작권 침해 사례 모니터링을 통해 풍부하고 다양한 침해 사례를 경험적으로 보유하고 있어 타 유관 기관에 비해 신규 침해 유형 파악이 용이함
- 특히 빠르게 변화하는 미디어 환경 속 신규 침해 유형을 적용할 수 있는 것은 침해 예방 교육 전문기관으로서의 역할의 당위성에 매우 힘을 실어주는 요인임
- 이렇듯 실질적인 현황 파악 능력이 매우 높기 때문에 트렌디한 침해 사례 접근을 통해 유용한 저작권 침해예방 교육이 가능함

(4) Treats : 위협

- 지난 2020년 뒤늦게 저작권법 개정으로 교육 업무가 추가되면서 유관 기관과의 저작권 교육 관련 업무 중복성에 대한 우려가 있음
- 다양한 유관기관에서 저작권 관련 교육과정을 운영하고 있기 때문에 새로운 교육과정을 개발해야 하는 후발 주자로서의 불리한 측면이 있음

○ SWOT 분석 결과 : 한국저작권보호원 현황 진단 (As-is)



[그림 2-2] 한국저작권보호원 저작권 교육 관련 내부 환경분석

- SWOT 분석을 통해 한국저작권보호원의 저작권 교육 관련 현황 (As-is)을 진단하면 다음과 같음
- 저작권 교육 후발 주자로서 선발 기관들과의 차별화를 할 수 있는 요인이 필요함
- 풍부하고 다양한 저작권 침해 사례를 경험적으로 보유하고 있기 때문에 이를 저작권 침해예방 교육에 적극적으로 활용할 때 차별화된 교육이 가능할 것임
- 하지만 다양한 침해 사례를 경험적으로 보유하고 있음에도 불구하고 이를 교육적으로 활용한 선행 경험이 거의 없음
- 트렌디한 침해 사례 수집 능력이라는 자원을 가지고 있음에도 불구하고 이러한 노하우를 교육적으로 활용한 선행 경험이 부족하기 때문에, 저작권 관련 교육 분야에서 아직은 시작 단계에 있는 만큼 점진적으로 발전할 수 있는 중장기적 교육 로드맵이 필요함

○ 한국저작권보호원의 교육 환경요인을 통해 살펴본 저작권 침해예방 교육의 방향

- 한국저작권보호원은 2021년에 추진한 <저작권 침해 실태 개선을 위한 저작권 보호 홍보·교육 추진 전략 연구>를 통해 보호원이 처한 교육과 관련하여 내부적으로 처한 환경을 분석하고 방향성을 제시한 바 있음

<표 2-2> 한국저작권보호원의 교육 방향(안)

- 세분화된 교육
- 장르별 / 콘텐츠 침해 유형별 차별화된 교육
- (이용자/창작자/사업자/전문가) 맞춤형 교육
- 새롭게 나타나는 저작권 침해 취약계층(사각지대 / 개인창작자, 융복합 등)에 대한 교육
- 한국저작권보호원이 침해예방 전문 교육기관으로 입지를 강화하기 위한 교육 시스템 구축

출처: 한국저작권보호원(2021a). 저작권 침해 실태 개선을 위한 저작권 보호 홍보·교육 추진전략 연구

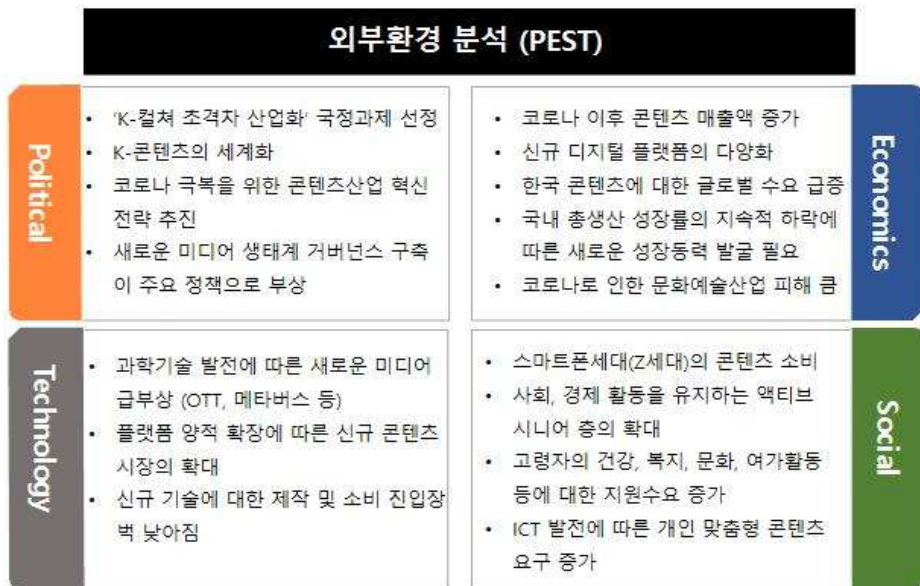
- 한국저작권보호원은 2020년 12월 8일 개정을 통해 한국저작권보호원에 저작권 보호를 위한 연구, 교육, 홍보 규정이 도입됨에 따라 교육 업무를 시작한 후발주자로 내부 환경 요인을 고려하여 단계별로 진행해야 할 것임. 더구나 현재 양성평등 교육과 같이 교육기본법 제9조, 제10조에서도 인성 함양으로 지식재산교육이 이루어져야 하는 등 교육에 대한 인센티브가 필요함
- 특히 한국저작권보호원의 강점인 최신 모니터링 사례와 업무 전문성(시정권고, 수사권 등)을 기반으로 침해 예방 전문 교육과정을 개발하여 “저작권 보호”를 위한 교육을 중심으로 하는 전문기관으로 자리매김할 필요가 있음
- 최근 저작권 침해가 개인 미디어를 중심으로 신규 콘텐츠 장르에서 고도화·정교화되고 있다는 현실을 감안할 때 새로운 교육 수요가 창출될 것으로 기대함

2) 외부 환경 분석

○ PEST 분석 틀 적용

- PEST 분석은 정치(Political), 경제(Economics), 사회(Social), 기술(Technology)의 환경 요소 분석을 기본 틀로 하면서도 전략 수립의 목적에 따라 분석 요인을 추가함으로써 맞춤형으로 환경요인을 분석할 수 있다는 장점이 있음
- 본 연구에서는 저작권 침해예방 교육과정 및 교재개발을 위해 현재의 저작권 환경이 어떠한지를 PEST 분석을 기반으로 살펴보고자 함

○ 외부 환경(거시 환경) 분석 : PEST



[그림 2-3] 외부환경 분석 (PEST 분석)

(1) Political : 정치적 요소

- 2022년 새로운 정부의 출발과 함께 'K-컬처의 초격차 산업화'를 국정 과제로 선정하고 이에 따라 K-콘텐츠의 세계화를 강조하고 있음
- 글로벌 영향력 확대를 위해 창작자 중심의 공정 환경 조성 및 장르별 인재 양성 사업 기반 확충 필요
- 문체부의 코로나 극복 콘텐츠 산업혁신 전략에 따라 융복합 미래 인재 양성, IP보유 기업 육성, 콘텐츠, 미디어 생태계 거버넌스 구축이 주요 정책으로 부상
- 이에 따라 콘텐츠 산업의 글로벌화 지원이 본격화될 것으로 전망

(2) Economics : 경제적 요소

- 코로나 회복세로 전년 대비 콘텐츠 매출액 6.3%, 수출액 13.9% 증가
- 신규 디지털 플랫폼의 다양화, IP 연계 콘텐츠 생산에 적극적인 모색 도모
- 특히 OTT 시리즈물 <오징어 게임>과 드라마 <이상한 변호사 우영우>, 방송 포맷 <복면가왕>, <너의 목소리가 보여>가 미국과 유럽 등의 미주 시장을 중심으로 전 세계로 유통되어 한국 콘텐츠에 대한 글로벌 수요가 급증
- 그러나 국내 총생산 성장률은 지속적인 하락 추세(잠재성장률 저하), 고성장 시대의 종료와 함께 저성장 고착화 위기에 직면함에 따른 새로운 성장 동력 발굴 필요 증대
- 코로나로 인해 문화예술산업 피해 막중 (19년 대비 매출액 39.6% 감소)

(3) Social : 사회적 요소

- 스마트폰 세대(Z세대)의 콘텐츠 소비: 디지털 시대, Z세대(1990년대 중반~2000년대 초반에 태어난 세대)가 소비 시장과 트렌드를 선도하는 '슈퍼 컨슈머'로 떠오르고 있음. Z세대는 태어날 때부터 디지털 기

기에 둘러싸여 살아온 ‘디지털 네이티브’로 OTT 서비스, 게임, SNS, 홈 트레이닝 등 취미 생활과 관련된 앱을 가장 많이 다운로드하는 것으로 나타나 여가 생활조차도 모바일에서 즐기는 모바일 기반 콘텐츠 슈퍼 소비자라고 할 수 있음.³⁾

- **액티브 시니어 세대의 증가:** 우리 사회에서 60세 이상 인구는 전체 인구 비중의 15% 이상(2025년 이후 20% 상회 예상)을 차지하고 있음. 액티브 시니어는 은퇴 이후에도 적극적 사회·경제 활동을 유지하는 새로운 소비계층으로 등장함. 실제로 올해 10세부터 65세까지 6,000명을 대상으로 조사한 게임 이용자 실태조사에서는 전체 응답자 중 74.4%가 게임을 이용한다고 보고. 이 중에서 50대는 61.3%, 60~65세는 34.1%가 게임을 이용한다고 응답. 또한 지역의 미디어센터나 진흥원의 교육과 사업을 통해 1인 미디어 시니어 크리에이터가 배출되고 있는 등 콘텐츠의 창작자이자 소비자로서 시니어의 역할이 커지고 있음
- 따라서 향후 다양한 경로를 통한 콘텐츠의 이용과 창작과 관련하여 더욱 적극적으로 저작권의 침해 예방 교육이 필요하다고 할 수 있음
- ICT 기술 발전으로 초연결시대 도래, 모바일 기반 콘텐츠 소비 증가로 개인 맞춤형, 플랫폼 맞춤형 콘텐츠 요구 증대로 잠재적인 저작권 침해 환경에 노출될 가능성이 더욱 커지고 있음
- 코로나19 이후 사회적 거리두기 등의 영향으로 개인화된 콘텐츠 소비가 증가함. 특히 오프라인의 모임이 축소되면서 이에 대한 대안으로 SNS를 통해 사회관계망을 확대하고 소통하면서 콘텐츠의 소비와 공유에 기반한 저작권 침해의 사례 증가

(4) Technology : 기술적 요소

- 과학기술의 발달로 새로운 미디어(OTT, 메타버스 등) 급성장
- 새로운 플랫폼의 양적 성장에 따라 신규 콘텐츠 시장의 확대 가능성이 커짐

3) <Z의 스마트폰>에서는 Z세대가 ‘신체의 일부이자 일상의 전부’인 스마트폰을 어떻게 활용하는지 실제 데이터와 인터뷰를 통해 심층적으로 분석함.(박준영(2022). Z의 스마트폰. 쌤앤파커스).

- 신규 기술에 대한 진입장벽이 낮아지면서 제작 및 소비의 접근성이 매우 높아지고 편리해짐

○ PEST 분석 결과

- 최근 글로벌 시장에서 한국 콘텐츠가 주목받는 성공 사례들이 누적되면서 K-콘텐츠에 대한 글로벌 니즈가 산업적인 차원에서나 이용자 차원에서나 모두 증가
- 동시에 미디어 기술의 발전으로 콘텐츠와 플랫폼이 모두 디지털화되면서 유통 단계에서의 침해와 소비 단계에서 저작권을 침해할 수 있는 제반 요건들이 많아지고 있고 실제 저작권을 침해하는 사례가 더욱 심각해지고 있어 산업적 성장에 직접적인 타격을 줄이고 창작자와 이용자를 보호하는 환경 마련이 필요
- 콘텐츠의 범람 시대에 창·제작자 차원에서 자신의 저작물이 침해되거나 혹은 자신이 창작의 과정에서 타인의 저작물을 침해할 수 있는 환경에 노출되어 있음을 인지하여 침해를 예방할 수 있도록 노력하는 것이 필요
- 이용자 역시 저작물을 이용하면서 불법적인 경로를 통해, 또는 허락 없이 저작물을 이용하는 등 저작권을 침해하는 행위가 불법적임을 인지하여 올바른 경로를 통해 저작물을 이용할 수 있도록 해야 할 것임



[그림 2-4] 콘텐츠 산업과 저작권 관련 대외 환경분석

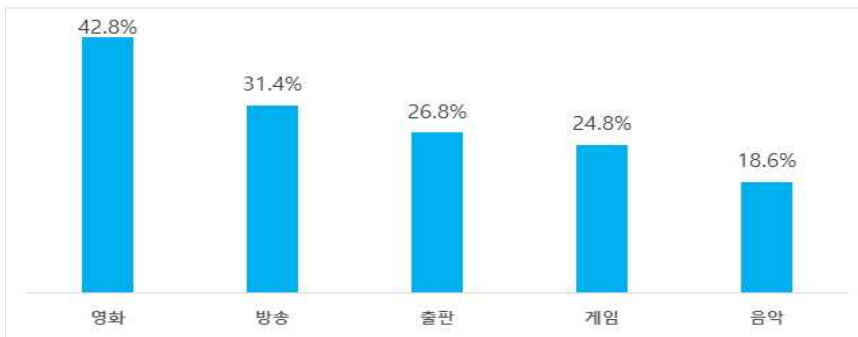
○ 디지털 플랫폼 환경에서의 침해 이슈

- 오프라인과 달리 온라인은 접근이 용이하여 누구나 손쉽게 콘텐츠를 이용하고 전달할 수 있는 특징을 가지고 있음
- 그러나 디지털 콘텐츠는 복제가 쉽고 확산 속도가 빨라 불법적인 이용 환경에 항시 노출되어 있음
- 특히 신규 플랫폼이 발생하면서 침해의 방법도 다양해지고 있으며, 빠르게 확산하고 있음
- 본 연구에서는 이와 같은 환경에서 특히 저작권 침해 대응에 취약한 분야의 침해 이슈는 무엇인지 살펴보고자 함

2. 저작권 침해 이슈

○ 장르별 저작권 침해 취약 장르 파악

- <2021년 저작권 보호 연차보고서>에 의하면 장르별 불법복제물 이용률은 영화(42.8%), 방송(31.4%), 출판(26.8%), 게임(24.8%), 음악(18.6%) 순으로 나타나 영상 분야의 불법복제물 이용률이 매우 높은 것을 알 수 있음



[그림 2-5] 장르별 불법복제물 이용률

- 특히 OTT의 등장으로 영화와 방송 장르의 경계가 무너지면서 온라인상의 영상 콘텐츠의 불법 복제 유통의 심각성은 더욱 커지고 있는 것이 현실

○ 장르 불문하고 SNS를 통한 침해가 해마다 심각해지고 있음

- SNS(장르가 아닌 이용 경로) : <2021년 저작권 보호 연차보고서>에 의하면 이용경로별로 보면 장르를 불문하고 SNS(21.2%)를 통한 불법복제물 이용량이 가장 많은 것으로 나타남
- 한국저작권보호원의 2022년 저작권침해 이슈리포트 <소셜미디어를 통한 저작권 침해 현황 조사>에 의하면 2022년. 6. 7. ~ 6. 16. 10일 동안 SNS 플랫폼(텔레그램, 페이스북, 디스코드, 인스타그램, 카카오톡 오픈 채팅, 트위터)을 대상으로 SNS 플랫폼별 키워드 검색을 통한 불법복제물 유통 게시물 현황 조사한 결과, 총 8,108건의 불법유통을 확인함

<표 2-3> SNS별 불법복제물 유통량 및 비중

구분	텔레그램	페이스북	디스코드	인스타 그램	카카오톡 오픈채팅	트위터	합계
건	2,440	1,668	1,589	1,583	770	58	8,108
비중(%)	30.1	20.6	19.6	19.5	9.5	0.7	100

출처: 한국저작권보호원(2022). 소셜미디어를 통한 저작권 침해현황 조사. 저작권 침해 이슈 리포트

- 특히 페이스북과 같은 글로벌 기업은 그 파급력이 매우 크나, 국내법의 적용을 받지 않아 다양한 저작권 침해 유형에 대한 신속한 대응이 어려운 상황. 또한 카카오톡, 밴드 등 국내 모바일 앱에서도 콘텐츠가 무분별하게 공유되는 사례들이 적발되고 있어 SNS를 통한 저작권 보호가 시급함
- 또한 한국저작권보호원(2021b)의 <웹소설 등 저작권 침해 실태조사 및 대응방안 연구>에 의하면 웹툰의 저작권 침해의 한 형태인 불법복제 유형은 다음과 같이 5개로 유형화하고 있는데, SNS를 이용한 불법복제의 공유를 그중 주요한 유형으로 들고 있어 웹툰 분야에서도 역시 SNS를 통한 저작권 침해가 이루어지고 있음을 알 수 있음

<표 2-4> 웹툰 불법 복제 유형

<p>○ 유형 1 - 한국어 웹툰 불법복제 사이트</p> <p>- 한국어 불법복제 사이트의 경우 플랫폼의 유료 회차에 대한 서비스를 제공하고 있으며 짧은 업데이트 주기와 사이트 차단 회피를 위한 도메인 주소의 잦은 변경에도 불구하고 20개 이상의 사이트들이 활발하게 운영 중이다.</p> <p>○ 유형 2 - 외국어 망가 불법복제 사이트</p> <p>- 망가 불법복제 사이트의 특성상 영어가 가장 많으며, 중국어, 스페인어, 아랍어, 러시아어, 프랑스어, 태국어 등 대부분의 주요 언어로 서비스되고 있으며 웹툰 비중이 매년 늘어나고 있는 추세이다.</p> <p>○ 유형 3 - 외국어 웹툰 전문 불법복제 사이트</p> <p>- 영어로 된 웹툰 전문 불법복제 사이트가 개설되어 서비스 진행 중인 사례가 파악되고 있다. 해당 사례들이 갈수록 증가하고 있는 추세이며 이는 웹툰 글로벌화와 함께 좀 더 심화하는 경향성을 띠고 있다</p> <p>○ 유형 4 - 웹툰 불법복제 전용 앱</p> <p>- 웹툰 불법복제 전용 앱은 iOS와 Android 폰 모두 존재하고 있으며, 집중적인 모니터링을 통해 불법 앱을 공식 스토어에서 퇴출할 필요가 있다. - Android</p>

폰의 경우 apk 파일 포맷으로 유통하는 앱들이 상당수 존재하며, 정식웹툰 플랫폼들도 성인용 작품의 유통을 목적으로 하는 완전판을 apk 포맷으로 배포하고 있다. 특히, 웹툰 불법복제 전용 앱의 경우 apk로 일반 웹사이트에서 유통되고 있는 경우가 많으며 이를 차단하기 위한 집중적인 노력이 필요할 것으로 보인다.

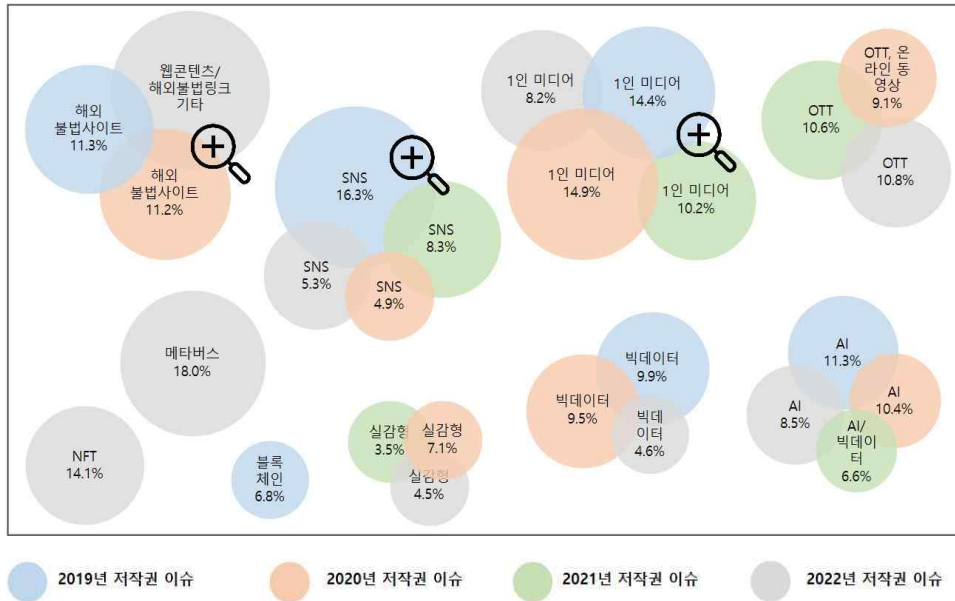
○ **유형 5 - 링크사이트 & SNS 이용 불법 복제 공유**

- 웹툰 불법복제 사이트로의 관문(Gateway) 역할을 하는 링크사이트는 그 수를 확인할 수 없을 정도로 많으며, 기업적인 유형뿐만 아니라 개인적인 정보 공유 차원의 블로그에서도 쉽게 찾아볼 수 있음

○ 기타 저작권 침해 및 보호 관련 트렌드 분석

- 2019년부터 2022년까지 지난 4년 동안 한국저작권보호원에서 법률, 기술, 콘텐츠 분야의 산·학·연 전문가를 대상으로 조사한 ‘차년도 저작권 보호 주요 이슈 선정’조사 결과에 의하면 4년 연속 SNS와 1인미디어가 저작권 보호 주요 이슈로 선정되었음. 또한 해외 불법 사이트가 2019년부터 2021년까지 저작권 보호 주요 이슈로 선정됨. 해외 불법 사이트 관련해서는 특히 웹툰 장르에 대한 피해 사례가 가장 많았던 것으로 나타남. 2020년 기준 불법 복제·유통된 웹툰의 조회 수는 366억 회에 달하며, 이는 2017년 106억 회 대비 3배 이상 증가한 수치임⁴⁾
- 본 연구에서는 저작권 보호 주요 이슈로 선정된 분야 중 미디어 및 콘텐츠 이용이 대중화되어 ‘이용자, 창작자, 실무자(유통사)’가 공통적으로 저작권 침해 사례를 공유하고 저작권 보호를 위한 공감대 형성이 절실히 필요한 분야로 SNS, 1인미디어, 웹툰을 선택하여 저작권 침해 예방 교육의 대상으로 선정하고자 함

4) 박수현(2022. 7.30). K웹툰 불법 복제·유통 피해 확산… “1년에 366억번 도둑 맞는다”. 비즈조선.
(<https://biz.chosun.com/it-science/ict/2022/07/30/RAFQPOL6EVF3VDNWPKY4FGUEUY/>)



[그림 2-6] 2019년~2022년 저작권 보호 이슈

출처: 한국저작권보호원(2019~2022). 저작권 보호 이슈 전망 보고서, 재구성

○ 신규 침해 이슈 분야: SNS / 1인미디어 / 웹툰

- 본 연구에서는 새롭게 나타나는 분야이면서 저작권 침해가 빠르게 확산되거나 플랫폼의 특성상 침해 행위에 대한 대응이 어려운 신기술 기반 미디어 콘텐츠 중 이용경로에 따른 저작권 보호의 어려움을 겪고 있는 SNS와 1인미디어, 그리고 최근 급증하고 있는 저작권 침해 콘텐츠 분야로 웹툰을 신규 침해 이슈 분야로 선정함
- SNS는 전 세계적으로 이용 규모가 가장 높은 미디어로 장르를 불문하고 콘텐츠를 공유하여 폐쇄적으로 빠른 속도로 불법 공유가 확산되는 점에서 침해 대응이 취약하다고 볼 수 있음. 실제 SNS는 패러디나 짤과 같은 방식으로 타인의 저작물 침해가 증가하고 있음
- ‘1인미디어’는 개인 크리에이터 기반으로 유튜브나 아프리카TV와 같은 온라인 플랫폼을 통해 활동하면서 이용자에 대한 과급력이 큰 콘

텐츠로 자리 잡고 있음. 매일 수많은 크리에이터에 의해 수많은 콘텐츠가 창작되어 유통되는데 이 과정에서 다양한 저작권 침해 이슈가 발생하고 있어 이에 대한 논의가 필요한 시기. 특히 1인미디어의 경우 몰아보기, 매드무비 등 핑거프린팅을 벗어나는 영상 제작을 하는 경우 플랫폼 사업자가 사용하는 엔진으로 잡아낼 수 없는 점이 커서 침해의 심각성이 더 크게 인식되고 있음. 또한 MCN에 가입된 1인 미디어 크리에이터와 가입되지 않은 1인 미디어 크리에이터에 대한 차별화된 교육의 시각도 필요할 것으로 보임

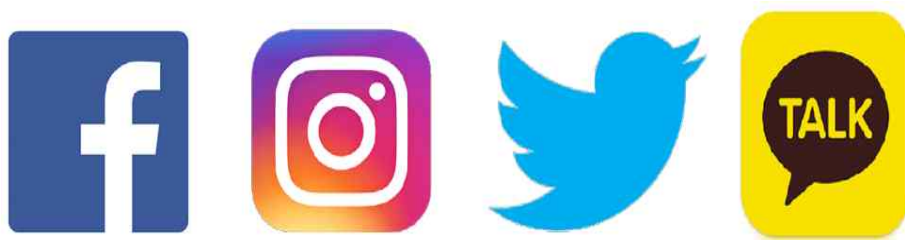
- 웹툰 산업이 성장하고 있지만 웹툰은 아직도 ‘무료로 보는 콘텐츠’라는 인식이 강한 디지털콘텐츠 중 하나임. 무료로 웹툰 콘텐츠를 이용하는 과정에서 이용자에 의한 저작권 침해 행위가 발생하기도 하고, 원천 IP로서의 웹툰의 가치가 상승하면서 생태계 구성원들을 둘러싸고 저작권 침해에 대한 이슈가 나타나고 있음
- 여전히 기존 영상, 음악, 전자출판물, 소프트웨어에 대한 불법 공유가 이루어지고 있으나 본 연구에서는 최근 침해 이슈 트렌드라고 볼 수 있는 SNS, 1인 미디어, 웹툰을 중심으로 저작권 침해예방 교육과정을 개발하고자 함

3. 신규 침해 이슈별 환경분석

1) SNS

(1) SNS 개념

- 한국저작권보호원이 2019년 발표한 <2019 저작권 보호 8대 이슈> 중 ‘SNS를 통한 저작물 공유’를 1위로 선정한 바 있음.⁵⁾ 모바일 영상 이용의 증가와 함께 저작권 침해 사례가 늘어나면서 보호원에도 SNS에서의 불법복제물 유통 관련 외부 신고가 지속적으로 접수되는 상황에서 SNS는 침해 취약 분야로 급부상함
- 사전적 의미에서 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 가리킴



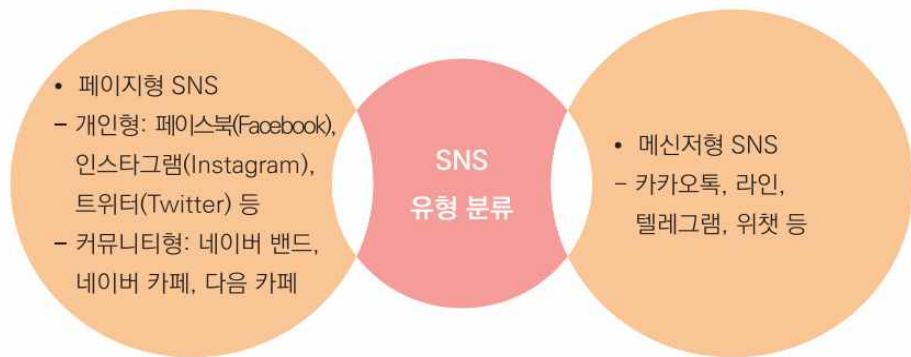
[그림 2-7] 주요 SNS 서비스

(2) SNS 유형

- SNS의 유형은 아래 그림과 같이 분류될 수 있음. 페이지형은 페이지에 기록(포스팅, 게시글 등)을 남기고 공유하기 위한 SNS 형태를 뜻하며, 다시 게시 주체에 따라 개인형과 커뮤니티형으로 나뉨. 개인형은 페이스북이나 인스타그램처럼 개인 또는 회사 대리자 등의 개인이

5) 한국저작권보호원(2019). 저작권 보호 8대 이슈 전망 보고서

정보를 업로드하는 형태임. 커뮤니티형은 네이버 밴드나 다음 카페처럼 해당 커뮤니티에서 다수가 정보를 업로드하는 형태임. 페이지형과 구분되는 메신저형은 실시간으로 대화를 나누는 SNS 형태로 개인별 채팅, 단체 채팅, 오픈 채팅 등 개인 및 다수가 대화를 나눌 수 있고, 파일 공유도 가능⁶⁾



[그림 2-8] SNS 유형 분류

출처: 통계로 본 모바일 SNS 저작권 이슈 및 현황. C-STORY(15호), 2019.3. p.53

(3) 국외 및 국내 SNS 시장 규모

가. 세계 소셜 미디어 시장 규모

- 2021년 기준, 전 세계 소셜 미디어 플랫폼 이용자 수를 살펴보면, 페이스북이 가장 규모가 큼(27억 9,700만 명). 다음으로는 유튜브(22억 9,100만 명), 왓츠앱(20억 명), 페이스북 메신저(13억 명), 인스타그램(12억 8,700만 명), 위챗(12억 2,500만 명) 등의 순임. 전체 플랫폼 중에서는 이들 상위 6개 플랫폼만이 월 10억 명 이상을 확보하고 있으며, 이 중 페이스북 그룹 산하 4개 플랫폼(페이스북, 왓츠앱, 페이스북 메신저, 인스타그램)이 최상위 6위권 내 진입하여 소셜 미디어

6) 정지은(2019). 통계로 본 모바일 SNS 저작권 이슈 및 현황. C-STORY(15호), 2019.3.

플랫폼 시장 내 위상이 여전히 견고함을 알 수 있음

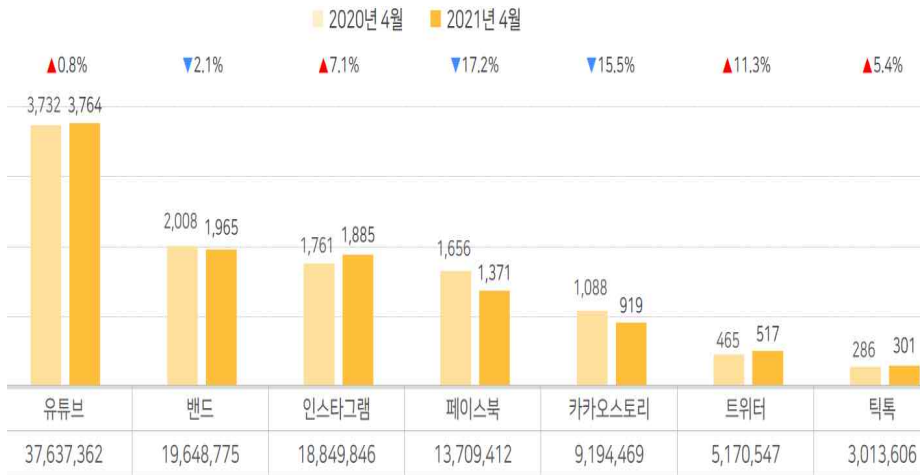


[그림 2-9] 전 세계 소셜미디어 플랫폼별 이용자 현황

출처: DMC MEDIA(2021). 2021 소셜미디어 시장 및 현황 분석 보고서

나. 국내 SNS 시장 규모

- 2020~2021년 기준, 국내 주요 소셜 미디어 플랫폼별 이용자를 살펴 보면, 유튜브가 3,765만 7,362명으로 가장 많음. 다음으로 밴드(1,964만 8,775명), 인스타그램(1,884만 9,846명), 페이스북(1,370만 9,412명), 카카오톡(919만 4,469명), 트위터(517만 547명), 틱톡(301만 3,606명) 등의 순. 이 중 페이스북, 카카오톡의 경우 전년 대비 각각 17.2%, 15.5% 가량 이용수가 감소했지만, 인스타그램, 트위터, 틱톡은 각각 7.1%, 11.3%, 5.4% 증가한 변화를 보임



[그림 2-10] 국내 주요 소셜 미디어 플랫폼별 이용자 수
출처: DMC MEDIA(2021). 2021 소셜미디어 시장 및 현황 분석 보고서

- 국내 소셜 미디어 이용자가 가장 많이 이용하는 플랫폼은 연령별로 상이하게 나타나는데, 10대부터 30대까지는 인스타그램, 40·50대는 밴드가 1위를 차지하고 있음. 아울러 40·50대 이용자는 상위 2, 3순위에 카카오토리가 차지하고 있으며, 10대부터 50대까지 전 연령대에서 밴드만이 상위 3순위 내에 올라와 있는 특징을 보임

	10대	20대	30대	40대	50대
1위	 (212만 6,377명)	 (501만 7,263명)	 (451만 2,998명)	 (467만 3,910명)	 (544만 7,025명)
2위	 (184만 2,504명)	 (339만 1,023명)	 (279만 6,555명)	 (309만 7,637명)	 (241만 7,511명)
3위	 (135만 8,667명)	 (168만 9,323명)	 (233만 4,458명)	 (258만 5,065명)	 (190만 2,108명)

[그림 2-11] 연령별 가장 많이 이용하는 국내 소셜미디어 TOP 3
출처: DMC MEDIA(2021). 2021 소셜미디어 시장 및 현황 분석 보고서

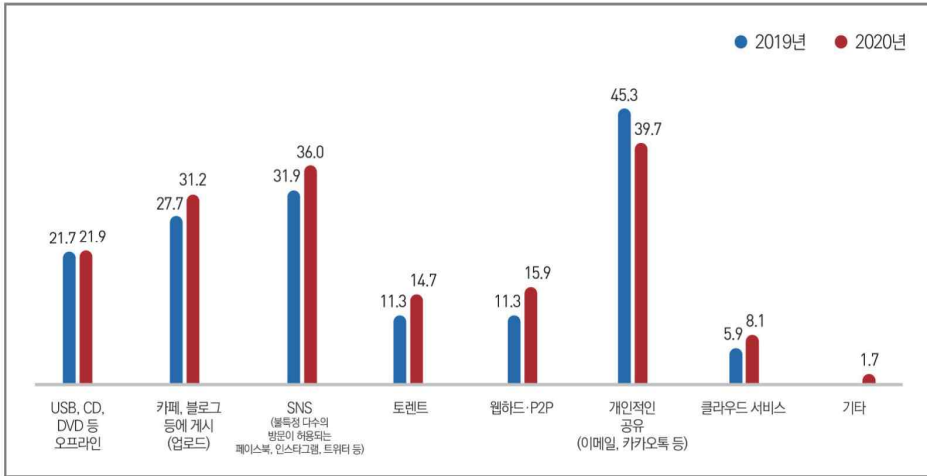
(4) SNS 저작권 침해 관련 쟁점

가. 전달 및 재전송 문제

- 저작권 침해 관점에서 SNS를 통해 이용자가 자신이 생산한 콘텐츠를 올리거나 타인의 콘텐츠에 접근할 수 있는 주소를 링크 리트윗 등 하는 것은 크게 문제가 없지만, 다른 사람의 콘텐츠를 허락 없이 올리는 것은 저작권 침해 행위에 해당함
- 저작권이 존재하는 저작물을 이용하기 위해서는 국내 저작권법상 저작재산권의 제한 공정이용 등에 해당하지 않는 경우는 반드시 저작권자의 동의를 얻어야 함
- 그럼에도 불구하고 이용자들 대부분은 낮은 저작권 인식 탓에 타인의 저작물을 무단으로 올려 정작 게시자 본인도 이를 인지하지 못하는 저작권 침해가 빈번하게 발생하고 있음

나. 불법 공유 목적의 콘텐츠 공유

- 저작권 침해를 인지하면서도 불법 공유 목적으로 저작물을 올리는 경우는 폐쇄형 소셜 커뮤니티나 일시적으로 오픈 채팅방을 열어 불법으로 저작물을 공유하고 채팅방을 닫는 방식으로 성행하고 있음. 이처럼 특정인의 참여 공개, 대화 커뮤니티 연결 등을 통해 SNS가 불법복제물을 공유하는 창구로 이용되고 있음
- 한국저작권보호원의 2021년 연차보고서에 따르면, 장르를 불문하고 SNS(21.2%)를 통한 불법복제물 이용량이 가장 많은 것으로 나타났고, 특히 불법복제물 공유(제공) 경로는 ‘개인적인 공유(이메일, 카카오톡 등)(39.7%)’가 가장 높았고, 이어 ‘SNS(36.0%)’, ‘카페, 블로그 등에 게시(업로드)(31.2%)’ 등의 순으로 나타남. 이는 SNS가 개인 미디어로서 콘텐츠 공유에 그치지 않고 불법콘텐츠 제공 수단이 되고 있음을 보여줌



[그림 2-12] 불법복제물 공유(제공) 경로(단위: %, 복수응답)

출처: 한국저작권보호원(2021c). 2021 저작권 보호 연차보고서(종합)

- 또한 콘텐츠 분야별 불법복제물 공유(제공) 경로를 살펴봤을 때도, 게임 분야를 제외한 모든 분야에서 ‘개인적인 공유(이메일, 카카오톡 등)’가 가장 높게 나타났으며, 특히 출판(44.1%) 분야와 음악(44.0%) 분야에서 응답 비율이 높음. 게임 분야에서는 불법복제물 공유(제공) 경로로 ‘SNS(39.9%)’가 가장 높게 나타남

<표 2-5> 콘텐츠 분야별 불법복제물 공유(제공) 경로(단위: %, 복수응답)

구분	전체	음악	영화	방송	출판	게임
① USB, CD, DVD 등 오프라인	21.9	25.1	24.8	17.1	21.1	19.8
② 카페, 블로그 등에 게시(업로드)	31.2	32.7	26.7	29.8	35.7	32.9
③ SNS	36.0	36.5	32.1	38.3	35.1	39.9
④ 토렌트	14.7	12.9	15.0	14.6	12.4	20.5
⑤ 웹하드·P2P	15.9	14.7	17.0	16.7	13.5	18.0
⑥ 개인적인 공유(이메일, 카카오톡 등)	39.7	44.0	36.0	39.6	44.1	32.9
⑦ 클라우드 서비스	8.1	9.5	7.3	6.9	8.1	8.8
⑧ 기타	1.7	1.5	3.6	0.8	0.8	1.4

출처: 한국저작권보호원(2021c). 2021 저작권 보호 연차보고서(종합)

다. 커뮤니티형 SNS를 통한 저작권 침해

- 커뮤니티형 SNS는 한정된 인원이 공동의 공간에서 파일을 공유할 수 있어 불법복제물 피해 사례가 증가 추세임. 한국저작권보호원의 보도에 따르면, 국내 모 회사의 커뮤니티 SNS상(이하 A커뮤니티) 불법복제물 신고를 다수 접수했으며, 이를 바탕으로 신고건 조치 및 기획 모니터링을 실시하였음. 해당 사례의 경우 커뮤니티 내 영화 불법복제물에서 가장 크게 주목해 볼 만한 부분은 복제·전송형태임
- 모니터링 된 전체 3,635건 중 86%에 해당하는 3,144건이 A커뮤니티에 직접 업로드된 직접 전송의 형태였음. A커뮤니티 게시물 내에서 파일명을 클릭하면 바로 영화를 다운로드가 가능하였음. 나머지 14%인 491건은 외부 링크를 통해 다운로드나 스트리밍할 수 있는 형태였음⁷⁾



[그림 2-13] 국내 모 회사의 커뮤니티 내 영화 불법복제물 복제전송형태

출처: 정지은(2019). 통계로 본 모바일 SNS 저작권 이슈 및 현황. C-STORY(15호), 2019.3.

- 이러한 맥락에서 최근 대법원은 2021. 9. 9. 선고 2017도19025 전원합의체 판결에서 “저작권 침해물 링크 사이트에서 침해 게시물에 연결되는 링크를 제공하는 경우 등과 같이, 링크 행위자가 정범이 공중송

7) 정지은(2019). 통계로 본 모바일 SNS 저작권 이슈 및 현황. C-STORY(15호), 2019.3.

신권을 침해한다는 사실을 충분히 인식하면서 그러한 침해 게시물 등에 연결되는 링크를 인터넷 사이트에 영리적·계속적으로 게시하는 등으로 공중의 구성원이 개별적으로 선택한 시간과 장소에서 침해 게시물에 쉽게 접근할 수 있도록 링크한 한 경우에는 침해 게시물을 공중의 이용에 제공하는 정범의 범죄를 용이하게 하므로 공중송신권 침해의 방조범이 성립한다”고 하여 저작권 침해 방조의 책임을 인정하는 판결의 변경이 있었음. 전원합의체 판결에 따라서 개정의 필요성에 대한 평가도 달라질 수 있어 향후 추이를 지켜볼 필요가 있음⁸⁾

라. SNS 공간에서 타인의 창작물 공유시 패러디와 오마주의 문제

- 패러디는 보통 원저작물을 우스꽝스럽게 만들어 버리거나 혹은 그로 인해 오히려 원저작물의 인지도가 올라가 홍보되는 효과로 인해 저작권 침해 여부가 논란이 됨. 패러디 작품이 저작권 침해에 해당되지 않기 위해서는 두 가지 조건을 지켜야 함. 첫째, 보는 사람이 패러디라는 사실을 즉시 알 수 있어야 한다는 것과 둘째는 이용하는 원작품 자체를 풍자하는 직접적 패러디이어야 함.⁹⁾ 즉 패러디를 보는 사람이 원작품을 느낄 수 없는 경우나 원작품이 아닌 매개적 패러디의 경우는 저작권 침해에 해당할 수 있음
- 또한 오마주는 전설적인 문화예술 창작자를 존경한다는 표시로 그 창작자의 주요 작품의 일부를 인용하는 것을 말함. 예컨대 유명 가수의 명곡을 오마주라는 명목으로 곡(원곡)의 일부를 차용했다고 가정했을 경우, 원곡자의 동의를 얻었다면 저작권 침해는 문제 되지 않지만 동의를 구하지 않아 원곡자가 이의를 제기한다면 저작권 침해일 수 있음. 즉 아무리 오마주라고 말한다고 하더라도, 원곡자가 동의하지 않았으면 면책되는 것이 아님. 따라서 자신이 창작한 척하며 진실을 숨기는 행위만이 저작권 침해의 요건에 해당되는 것은 아니며, 원곡자가 이의를 제기한다면 오마주도 표절, 나아가 저작권 침해가 될 수 있음¹⁰⁾

8) 최기성(2022). SNS상의 저작권 침해, 2022 저작권 보호 이슈 전망 보고서

9) 오승종(2020). 『된다!유튜브·SNS·콘텐츠 저작권문제 해결』. 이지스퍼블리싱, pp.207~208.

2) 1인 미디어

(1) 1인 미디어 개념

- '1인 미디어'는 개인이 다양한 콘텐츠를 직접 생산하고 공유하여 운영하는 새로운 형태의 커뮤니케이션 채널을 의미함¹¹⁾(한국콘텐츠진흥원, 2021)
- 유튜브, 인스타그램, 페이스북, 트위터, 아프리카TV, 네이버, 카카오 TV, 트위치 등 1인 미디어로 분류되는 플랫폼들이 매년 꾸준한 성장을 보이고 있음
- 이러한 다양한 플랫폼 유형 중 1인 미디어는 온라인 비디오 공유 플랫폼을 중심으로 개인이 주체가 되어 시청각 콘텐츠가 공유 또는 제공되는 서비스가 핵심이 되고 있음
- 즉, 인터넷 동영상 및 SNS 등을 기반으로 개인이 이용자의 취향에 맞춘 차별화된 콘텐츠를 생산하고 이용자와의 소통, 공유, 참여 등 상호작용을 통해 경제, 사회, 문화적 가치를 창출하는 신개념 미디어라고 할 수 있음¹²⁾(한국전파진흥협회, 2021)

(2) 1인 미디어 주 이용 플랫폼 : '유튜브(YouTube)'

- 세계 최대 규모의 동영상 서비스 플랫폼인 유튜브는 1인 미디어 창작자 및 이용자 측면 모두에게서 가장 주목받는 주 이용 플랫폼이라고 할 수 있음
- 우선 한국콘텐츠진흥원에서 실시한 <2021년 개인 미디어 콘텐츠 크리에이터 실태조사>를 살펴보면 1인 미디어 창작자들이 가장 많이 사용하는 1인 미디어 플랫폼은 유튜브가 전체 82.2%로 가장 많은 비율을 나타내고 있음¹³⁾(한국콘텐츠진흥원, 2021)

10) 경향신문, “백세희 변호사의 아트로 오마주인지 패러디인지 표절인지... 도대체 뭐니까?”, 칼럼 <올댓아트>, 2019.7.4

11) 한국콘텐츠진흥원(2021a). 개인 미디어 콘텐츠 크리에이터 실태조사

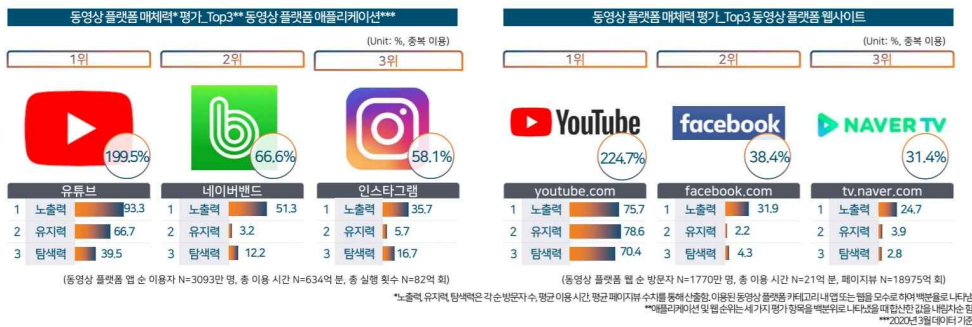
12) 한국전파진흥협회(2021b). 미디어 산업 보고서 시즌 5 - 1인 미디어 산업동향, Vol.1.



[그림 2-13] 1인 미디어 창작자의 주 이용 플랫폼

출처 : 한국콘텐츠진흥원(2021a). 개인 미디어 콘텐츠 크리에이터 실태조사

- 또한 디지털 광고 기업 인크로스가 발표한 2020년 기준 주요 동영상 플랫폼 이용 순위를 살펴보면, PC 웹과 모바일 앱 부문 모두에서 순방문자 수, 실행 횟수, 체류시간 등 유튜브가 압도적인 1위를 기록하고 있음. 특히 동영상 플랫폼 매체력 평가에서도 노출력, 유지력, 탐색력 모든 분야에서 유튜브의 경쟁력이 가장 높은 것으로 나타나고 있어 이용자 측면에서도 가장 매력적인 1인 미디어로 인식되고 있다는 것을 알 수 있음¹⁴⁾



[그림 2-14] 유튜브 동영상 플랫폼의 경쟁력

출처 : 인크로스(2020.4). 인크로스 미디어 데이터 클리핑 <주요 동영상 플랫폼 앱웹 사용자 데이터 분석>

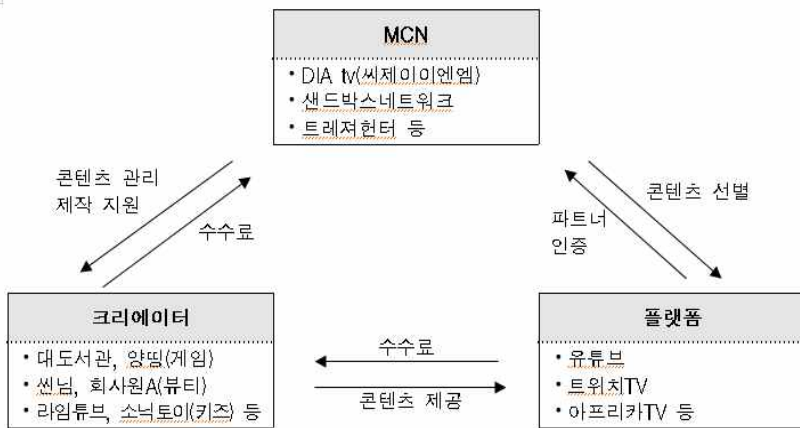
13) 한국콘텐츠진흥원(2021a). 개인 미디어 콘텐츠 크리에이터 실태조사

14) 인크로스(2020.4). 인크로스 미디어 데이터 클리핑 <주요 동영상 플랫폼 앱웹 사용자 데이터 분석>

(3) 1인 미디어 시장 구조

가. MCN (Multi-Channel-Network) 사업자 등장

- 1인 미디어 산업 시장 규모가 커짐에 따라 동영상 제작 지원과 배급을 담당하고 다양한 채널에서 수익을 창출하는 것을 돕는 새로운 산업 분야로 MCN(Multi-Channel-Network) 사업자가 등장함
- MCN 사업자인 페이스북, 유튜브, 트위치TV 등 인터넷 스트리밍 플랫폼에서 콘텐츠를 창작하는 크리에이터들을 관리하고 지원해주는 일종의 기획사를 의미함¹⁵⁾



[그림 2-15] 1인 미디어 시장 구조

출처 : 박지혜 (2017.4). 국내 1인 미디어시장 현황 및 발전 가능성. KIET 산업경제.

나. 국내 MCN 규모

- 국내 MCN 시장 규모는 연간 11조 원으로 예상되고 있으며, 게임 등 기존 핵심 콘텐츠뿐만 아니라 커머스 영역까지 확장하는 등 산업 규모를 키우고 있음¹⁶⁾

15) 박지혜 (2017.4). 국내 1인 미디어시장 현황 및 발전 가능성. KIET 산업경제

16) 한국콘텐츠진흥원(2021a). 개인 미디어 콘텐츠 크리에이터 실태조사

- 국내에서는 2013년 CJ E&M이 처음 MCN 사업(DIA TV)을 시작한 이후, 2016년 약 50여 개 회원사가 참여하여 정식으로 국내 MCN 협회가 발족하였고, 점차 MCN 산업 규모를 확장하고 있음
- 국내의 대표적인 MCN 사업자는 트레저헌터, DIA TV, 샌드박스네트워크, (주)아이스 크리에이티브, (주)크리시아 미디어, 미디어자몽, 비디오 빌리지 등이 있고, 이외 다수의 매니지먼트 사업자가 존재함¹⁷⁾

다. MCN 미가입 크리에이터

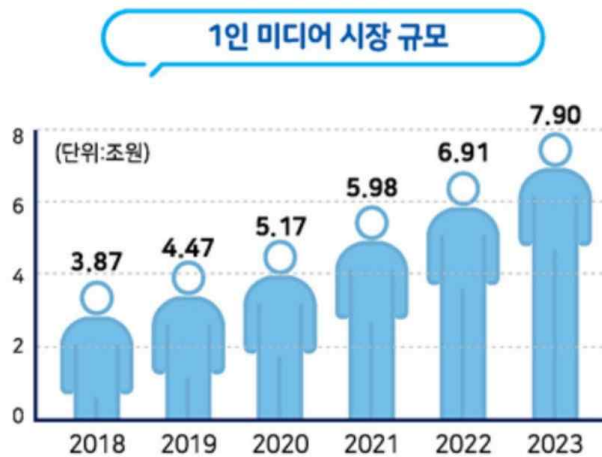
- 1인 미디어 크리에이터가 모두 MCN에 가입하여 활동하지는 않음. MCN에 가입하지 않고 활동하는 크리에이터는 프리랜서의 형태로 개인 단위로 활동하는 경우와 개인사업자로 활동하는 경우, 그리고 법인사업자를 별도로 만들어서 운영하는 경우로 구분할 수 있음
- MCN 가입자와 미가입자 크리에이터에 대한 공식적인 통계치는 없으나, 1인 미디어 크리에이터를 대상으로 조사를 한 결과를 보면 MCN 미가입자 비중이 가입자보다 훨씬 많은 것으로 나타남
- 2020년에 고용노동부에서 조사한 ‘MCN(Multi-Channel Network) 활성화가 고용에 미치는 영향’에서 보면 조사응답자 110명의 1인 미디어 크리에이터 중 68%가 MCN에 가입하지 않은 것으로 나타났으며, 2021년에 한국콘텐츠진흥원에서 조사한 ‘1인 미디어 콘텐츠 크리에이터 실태조사’에서는 응답자 450명 중 84.2%가 MCN에 소속되지 않은 것으로 나타남
- MCN 소속 여부에 따른 크리에이터 활동의 제반 여건에 차이가 크기 때문에 1인 미디어 크리에이터 대상 저작권 침해 예방 교육에 이러한 교육 대상의 특성을 고려할 필요가 있을 것으로 보임

17) 한국콘텐츠진흥원(2021a). 개인 미디어 콘텐츠 크리에이터 실태조사

(4) 1인 미디어 산업의 양적 성장

가. 1인 미디어 시장 규모

- 코로나 확산으로 사회적 비대면 방식이 늘어나는 가운데 모바일을 통한 미디어 이용행태가 급격히 증가한 사회적 변화는 1인 미디어의 성장을 견인하는 원동력이 되었음¹⁸⁾
- 2019년 이후 1인 미디어 시장 규모는 광고/마케팅, 브랜드/브랜드드 콘텐츠, IP비즈니스, 커머스, 이벤트, 미디어 확장, 교육, 매니지먼트/MCN, 지원산업 등 전문적인 산업 영역으로 양적 성장이 매우 뚜렷하게 나타나고 있음¹⁹⁾



[그림 2-16] 1인 미디어 시장 규모

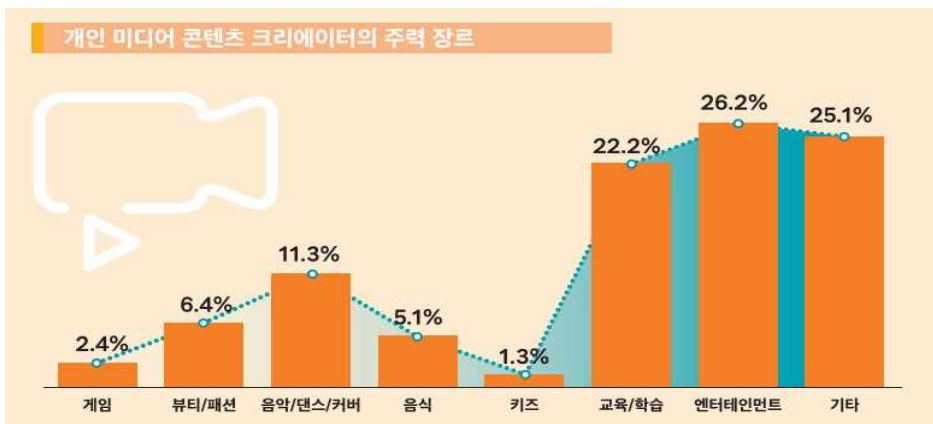
출처 : 미디어미래연구소 (2019). 미디어 생태계 변화에 따른 1인 미디어 산업 실태조사 체계화 연구.

18) 미디어미래연구소(2019). 미디어 생태계 변화에 따른 1인 미디어 산업 실태조사 체계화 연구

19) 한국전파진흥협회(2021a). 1인 미디어 산업 실태조사

나. 1인 미디어 장르 확장 및 영향력

- 1인 미디어 창작자들이 주로 제작하는 콘텐츠 장르 역시 엔터테인먼트 장르가 가장 많았지만, 교육/학습, 라이프 스타일, 정보, 음악/댄스/커버, 뷰티/패션, 음식, 게임 등 다양한 장르들이 꾸준히 성장하고 있음²⁰⁾
- 1인 미디어 창작자들이 생산하는 콘텐츠는 일상공유에서부터 정보제공 뿐만 아니라 광고에서부터 커머스 영역까지 다양한 영역으로 확장하면서 현대 사회에서 1인 미디어가 접하는 영향력이 매우 높아지고 있음



[그림 2-17] 1인 미디어 창작자의 주력 장르

출처 : 한국콘텐츠진흥원(2021a). 개인 미디어 콘텐츠 크리에이터 실태조사

(5) 1인 미디어 저작권 침해 관련 쟁점

가. 1인 미디어 창작자(크리에이터)와 이용자의 저작권 침해 이슈

- 1인 미디어 시장의 양적 성장이 뚜렷하게 나타나고 있는 반면, 1인 미디어 저작권 보호에 대한 인식은 상대적으로 낮은 수준임
- 유튜브 등과 같은 1인 미디어 플랫폼을 통해 책, 영화 리뷰, 커버송 등

20) 한국콘텐츠진흥원(2021a). 개인 미디어 콘텐츠 크리에이터 실태조사.

1인 미디어 방송 제작을 제작해 업로드 하고 수익을 창출할 경우, 사진 및 이미지 저작권 침해, 영상물 저작권 침해, 음원 저작물 저작권 침해, 어문 저작물 저작권 침해 등 타인의 저작물을 무단으로 이용하는 경우가 빈번히 나타나고 있음. 또한 이를 통해 궁극적으로 획득한 수익에 대해 원천 저작권자에게 분배되지 않는 문제가 발생하고 있어 저작권자의 불만이 존재하고 있음²¹⁾

- 이러한 저작권 침해 분쟁 사례가 증가하면서 한국저작권보호원이 매년 발간하는 '저작권 보호 10대 이슈 전망'에서 2020년(1위)과 2021년(3위) 모두 1인 미디어 저작권 침해 이슈를 주요 문제로 선정해 발표한 바 있음
- 1인 미디어는 콘텐츠 조회 수 증가 및 채널 구독자 확보에 집중한 채 적절한 권리처리 없이 콘텐츠를 제작하여 침해 사례 다수 발생하거나, 저작권 문제에 대한 기본적인 인식은 갖추고 있어도 저작물에 대한 올바른 이용을 위한 이해를 습득하지 못한 것이 대부분인 것으로 파악하고 있음
- 따라서 1인 미디어 산업의 긍정적인 양적 성장을 이끌어 가기 위해 저작권 보호에 대한 인식 제고(1인 미디어 방송 채널 운영자 대상의 저작권 교육 강화) 및 다양한 제도적 보호 장치(1인 미디어에 대한 시정 권고 등 전향적인 법) 정립이 시급한 상황임

나. 1인 미디어 창작자(크리에이터)와 MCN의 저작권 침해 이슈

- 1인 미디어 콘텐츠가 대중의 높은 관심을 받기 시작하면서 1인 미디어 창작자(크리에이터)들은 제작 지원, 저작권 관리, 홍보 등을 지원하고 수익을 공유하는 MCN 사업자와 계약을 맺는 빈도가 높아졌고, 1인 미디어 창작자와 MCN 사업자 간 불공정 계약의 문제도 발생하고 있음²²⁾
- 공정거래위원회는 국내에서 가장 큰 규모의 MCN 3개 사업자들(씨제이이엔엠, 샌드박스네트워크, 트래저헌터)의 약관을 심사하였고, 해당 사

21) 한국저작권보호원(2021c). 2021 저작권 보호 연차보고서(종합)

22) 공정거래위원회(2021). 3개 다중 채널 네트워크(MCN) 사업자의 불공정 약관 시정에 관한 보도자료

업자들은 심사 과정에서 나타난 크리에이터 저작권 권리를 침해할 수 있는 불공정 약관 조항을 모두 스스로 시정(21. 1월)함. 트위치 TV, 아프리카 TV 등 미디어 중개 사업자들의 약관을 시정(20. 4월, 10월)한 데 이어 MCN 사업자와 크리에이터 간의 불공정약관을 시정함²³⁾

- 이렇듯 1인 미디어 산업에서 점진적으로 저작권자의 권리를 보호하기 위한 노력이 지속되고 있는 현황을 살펴볼 때, 1인 미디어 시장이 건전하게 성장·발전할 수 있는 계기가 될 것으로 기대됨

3) 웹툰

(1) 웹툰 개념

- 웹툰의 어원‘web+cartoon’에서 알 수 있듯이 웹툰(webtoon)은 디지털 매체인 웹에 그리는 ‘디지털만화’라고 정의할 수 있음
 - 웹툰의 출현 전까지는 종이에 작품을 표현하는 출판 만화가 중심이 되어 왔기 때문에 표현 양식 자체가 달라진 것이 가장 큰 차이라고 할 수 있음
- 단순히 표현 매체의 차이 외에도 대사나 장면을 표현하는 방식도 기존 출판만화와는 차이가 있음
 - 출판 만화가 왼쪽에서 오른쪽으로 컷이 이동하는 방식으로 표현했다면, 웹툰은 스크롤 기능을 활용하여 위에서 아래로 컷이 이동하고, 컷툰 만화의 경우는 손가락의 터치만으로 컷이 이동하는 등 독자 입장에서 이 용의 방식이 달라졌음
- 웹툰은 제작방식에 있어서도 출판만화와는 크게 차이가 있음²⁴⁾

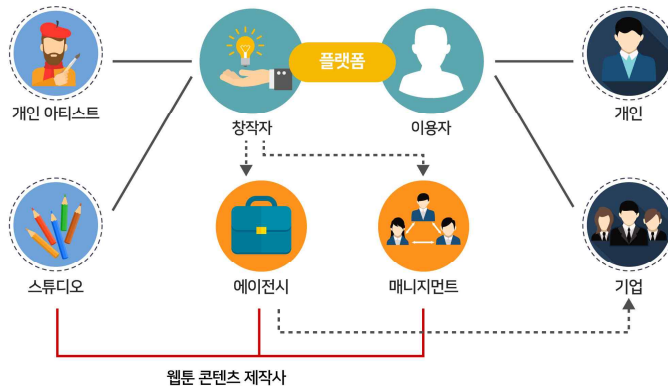
23) 공정거래위원회(2021). 3개 다중 채널 네트워크(MCN) 사업자의 불공정 약관 시정에 관한 보도자료

24) 한국콘텐츠진흥원(2020). 만화산업분류체계 및 개편연구. pp.4-5.

- 첫째, 종이에서 만화를 창작하는 것이 아니라 디지털 기기를 활용하여 창작한다는 점임
 - 둘째, 흑백의 펜과 스크린톤으로 창작되었던 만화가 웹툰에서는 컬러로 창작되어 많은 독자의 시각적 만족도를 높이게 됨
 - 셋째, 스토리 중심의 만화로 전환임. 기존 만화 작가들은 인기 작가의 경우에도 글 작가가 있더라도 표기하지 않는 경우가 흔했으며 스토리적인 완성도 보다는 작화적 완성도에 더 큰 비중을 두었으나, 웹툰 시대의 작가들은 스토리와 작화를 병행하는 경우가 많으며, 작화보다 대중적인 공감과 재미를 이끌어내는 스토리적인 완성도에 초점을 맞추는 것으로 만화 창작의 방식이 변화함
- 이와 같이 웹툰은 ‘창작/제작-유통-소비’의 일련의 과정에서 기존의 출판만화와는 큰 차이를 보이고 있으며, 이러한 변화는 웹툰이 산업화되는 토대가 되었다고 할 수 있음

(2) 웹툰산업 생태계 구조

- 만화를 그리는 매체(종이에서 디지털로)와 이용방식이 달라지는 것과 동시에 스마트폰의 대중화와 함께 웹툰 산업이 급격히 성장
 - 웹툰이 산업화되면서 창작의 시스템도 변화함. 전통적으로 만화는 1인 창작 활동이 중심이 되었으나, 점차 창작을 세분화하여 협업하는 형태가 나타나고, 개인 창작자에서 스튜디오 시스템으로 운영되는 구조적 변화의 모습이 나타나고 있음
 - 뿐만 아니라 웹툰이 다양한 장르에서 원천 스토리로 적극적으로 활용되면서 웹툰 IP 활용을 주력으로 삼는 에이전시와 매니지먼트가 웹툰 콘텐츠 제작의 영역에 새로운 비즈니스 사업자로 나타나고 있음



[그림 2-18] 웹툰 산업 생태계

출처: 한국저작권보호원(2021b). 웹소설침해 실태 및 대응방안 연구

- 미디어 플랫폼들의 경쟁이 심화되면서 오리지널 콘텐츠와 원천 IP 확보에 사업자들의 관심이 높아지면서 웹툰은 산업적으로도 부가가치가 높은 장르로 자리매김하고 있음
- 이에 따라 정부는 과거와는 확연히 변화한 만화산업의 생태계를 반영하기 위해 2020년 12월 8일에 만화사업자의 범위를 확대하는 내용을 담은 만화진흥에 관한 법률(제2조, 제7호) 개정안을 공표한 바 있음
 - 기존 법에서는 만화사업자를 만화출판사업자, 만화수출입사업자, 만화배급사업자, 만화판매사업자, 디지털만화제작사업자, 디지털만화전송사업자로 한정하고 있으나 최근 콘텐츠 분야에서 신기술을 활용한 서비스 등이 지속적으로 등장하고 있는바, 열거식으로 규정되어 있는 기존 법체계 하에서는 만화와 관련한 새로운 유형의 사업이 만화사업자의 범위에 포함되지 못하는 경우가 발생할 수 있다고 판단하여 웹툰 관련 신규 영역으로 다음과 같은 4개 사업자를 새롭게 정의함

<표 2-6> 만화진흥에 관한 법률(제2조제7호) 개정 시 반영한 만화분야 신규 사업자

구분	세부 설명
스튜디오	작품의 창작과 제작 단계를 세분화(기획-스토리-작화(스케치/배경채색/인물채색/대사)-편집 등)하고 단계별 다수의 보조 인력을 활용하여 창작
에이전시	작품 권리활용(IP 거래·관권수출) 및 작가 활동과 관련한 계약 대리
매니지먼트	작가와 전속 계약을 체결하고, 웹툰 전문 PD가 작품 기획부터 창작, 유통(광고/투자 유치), 2차 제작화 등 작품 관련 제반 업무 수행
엔터테인먼트	내외부에 스튜디오 제작 시스템이나 콘텐츠 유통 시스템을 두고 매니지먼트 업무 수행

출처: 문화체육관광부(2020). 만화진흥에 관한 법률 일부개정법률(안) 입법예고. 문화체육관광부 공고 제2020-144호

(3) 웹툰산업 규모

○ 한국콘텐츠진흥원은 2020년 기준으로 웹툰 산업 규모를 약 1조 538억 원으로 추정함

- 이는 2019년 대비 64.6%가 상승한 규모로 플랫폼 약 5,191억 원, 에이전시의 규모가 약 5,347억 원으로 에이전시의 성장세가 매우 큰 것으로 나타남

<표 2-7> 2019년 웹툰 산업 규모 추정

	2017년	2018년	2019년(A)	2020년(B)	단위: 원 증감율 % (B-A)
플랫폼	242,206,987,049	261,549,645,933	387,411,632,641	519,131,787,620	34.0
에이전시	137,722,733,662	204,793,140,000	252,681,898,970	534,704,570,005	111.6
합계	379,929,720,711	466,342,785,933	640,093,531,611	1,053,836,357,625	64.6

출처: 한국콘텐츠진흥원(2021b). '21년 웹툰사업체 실태조사 보고서

○ IP 거래나 판권 수출 등 작품 권리를 활용하는 사업을 하는 에이전시의 매출 규모가 증가한 것은 웹툰이 원천 IP로 부상하면서 관련 사업이 성장한 데 기인함

- 영상뿐 아니라 특히 웹소설을 웹툰화하는 노블코믹스에 대한 웹툰 IP 활용이 활성화되면서 웹툰 IP 사업을 견인하고 있음
- 노블코믹스 제작에는 각색, 콘티, 작화 등 여러 부분으로 분업화되고 많은 인력이 투입되는 스튜디오형 제작 시스템이 많은 지분을 차지하고 있음
- 관련하여 웹소설 원작자와 웹툰 작가 간 2차적 저작물에 대한 권리 범위, 노블코믹스 제작에 참여하는 인력들과 관련하여 제작 작업 방식과 계약, 이에 따른 수익 분배 방식에 대한 다양한 이슈가 발생²⁵⁾

○ 웹툰 작가 규모

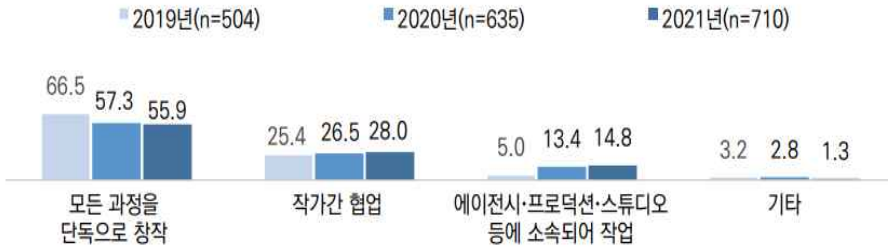
- 2020년 기준 국내 웹툰 플랫폼의 독점 작가 수²⁶⁾는 총 2,697명, 비독점²⁷⁾ 작가 수는 4,710명으로 집계
- 웹툰 작가의 작업 방식을 보면 모든 작업을 단독으로 작업하는 비율이 최근 3년간 지속적으로 감소하고 있는 것으로 나타남. 반면에 작가 간 협업하는 방식과 에이전시·프로덕션·스튜디오에 소속되어 작업하는 방식은 지속적으로 증가하고 있음

25) 출처 : 게임톡(<https://www.gametoc.co.kr>)

26) 독점작가란 한 플랫폼 혹은 동일 계열사 플랫폼에서만 연재한 작가로 해당 자료의 독점 작가 수에는 네이버 계열 플랫폼(네이버웹툰·네이버시리즈), 카카오 계열 플랫폼(다음(카카오)웹툰1)·카카오페이지), 저스툰·코미코 계열 플랫폼(저스툰·코미코)의 독점작가가 중복으로 집계되어 있는 수치임

27) 비독점 작가란 둘 이상의 플랫폼에서 연재한 작가(동일 계열사 플랫폼 연재 제외), 둘 이상의 플랫폼에 각기 다른 작품을 연재한 경우도 비독점 작가에 해당하는 수치임

[Base: 전체, 단위: %]



※ 모든 과정을 단독으로 창작: 메인작가로서 특정 소속 없이 단독으로 창작하는 경우를 의미하며, 어시스턴트와 함께 작업하는 경우도 해당
※ 작가간 협업: 글+그림 작가 등 작가 간 협업을 의미하며, 한 명의 메인작가가 어시스턴트와 함께 작업하는 경우는 해당하지 않음

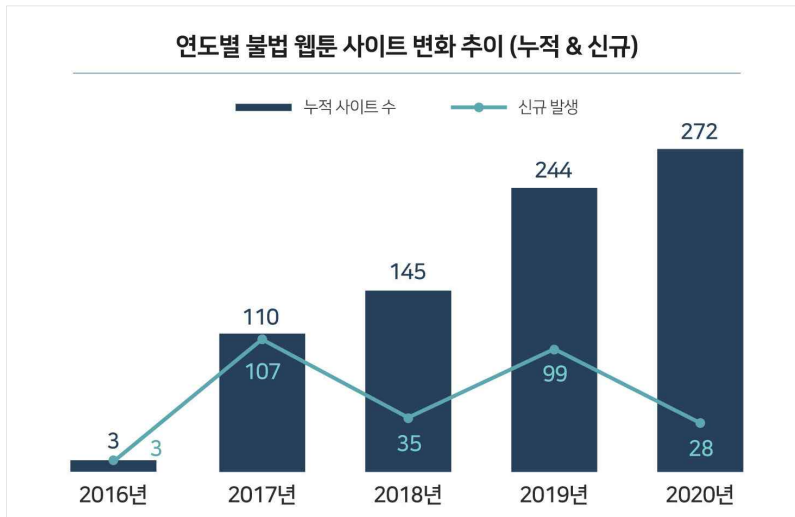
[그림 2-19] 웹툰 작가의 작업 방식

출처: 한국콘텐츠진흥원(2021c). 21년 웹툰작가 실태조사 보고서

(4) 웹툰 저작권 침해 관련 쟁점

가. 불법 유통

- 디지털 형태로 제작되고 유통되는 특성을 보이고 있어 불법 유통 사이트를 통한 웹툰의 저작권 침해가 심각해지고 있으며, 침해 수준이 심각한 불법 웹툰 사이트를 대대적으로 단속하여 운영자를 검거하고 사이트를 차단하기도 했지만 여전히 불법 사이트 증가
- 연도별 불법 웹툰 플랫폼 수 변화
 - 불법 웹툰 플랫폼의 경우 연도별 지속 증가하는 추세를 보이고 있으며 2017년과 2019년에 큰 폭으로 증가하였음. 2017년의 경우 밤토끼 유사 사이트들이 늘어난 것으로 보이며, 2019년의 경우 밤토끼 검거 이후 풍선효과로 증가한 것으로 보임



[그림 2-20] 연도별 불법 웹툰 사이트 변화 추이 (누적 & 신규)

출처: 한국저작권보호원(2021b). 웹소설 등 저작권 침해 실태조사 및 대응방안 연구

○ 글로벌 단위로 불법 웹툰 플랫폼 운영하며 증가세 지속

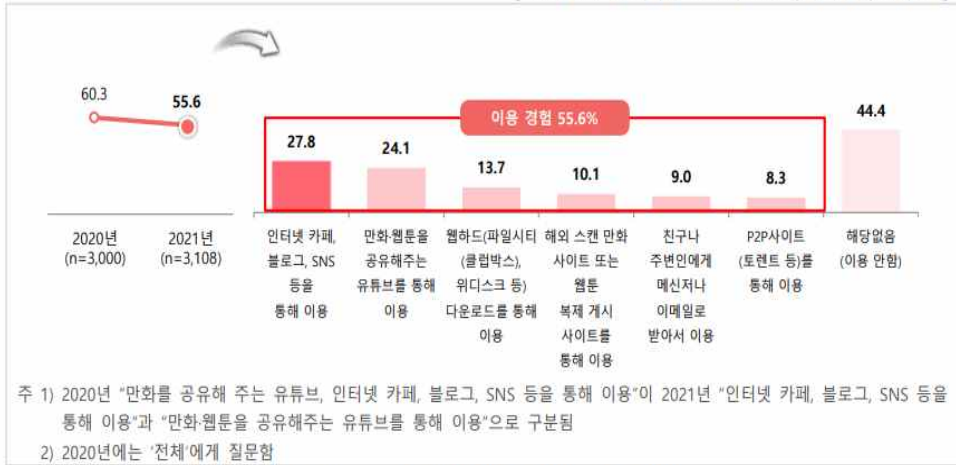
- 글로벌 전체 불법복제가 확인된 불법 사이트는 CIMS²⁸⁾ 집계에 의하면 2,685개, 그중 한글로 서비스하는 사이트는 2020년 말 기준 272개로 나타남
- 2016년 3개이던 웹툰 불법복제 사이트가 2017년 밤토끼의 등장 이후 107개 증가, 2018년 5월 밤토끼 검거로 인해 증가세가 주춤하며 35개에 그쳤으나 2019년 다시 99개가 증가, 2020년에는 28개가 증가하여 총 누적 272개 사이트를 기록

○ 한국콘텐츠진흥원에서 2021년에 조사한 <만화·웹툰 이용자 실태조사>

- 인터넷 카페, 블로그, SNS 등을 통한 불법 이용 경험이 가장 많으며, 다음으로 만화·웹툰을 공유해주는 유튜브를 통한 불법 이용 경험이 많아 새로운 플랫폼 경로를 통한 불법 유통의 방식이 다양해지고 있음을 알 수 있음

28) CIMS: Copyright Infringement Monitoring Service, (주)코니스트에서 제공하는 불법 저작물 모니터링 & 신고 서비스, 국내 주요 플랫폼에 웹툰 불법복제 모니터링 서비스를 제공하고 있음

(Base : 웹툰 및 디지털스캔만화 이용자, 중복응답, 단위 : %)



[그림 2-21] 만화·웹툰 불법 이용 경험

출처: 한국콘텐츠진흥원(2021d). 2021 만화·웹툰 이용자 실태조사, p.66

나. 2차적 저작물 침해

- 웹툰을 원천 IP로 한 2차적 저작물 활용 시장이 커지면서 웹툰 작가의 저작권을 침해하는 사례도 증가하고 있는 것으로 나타남
- 서울시 문화예술·프리랜서 공정거래지원센터의 피해 구제를 호소하는 상담 건수를 보면 분야별로는 웹툰 작가들의 상담이 45.4%로 가장 많았고 일러스트(15.6%), 웹소설(9.6%)이 뒤를 이은 것으로 나타남
 - 웹툰 시장은 현재 드라마, 출판시장에 이어 기념품 시장까지 영역을 넓혀가며 2차적 저작물 작성권 분쟁, 해외 유통권 등 저작권 분쟁 상담이 급증하고 있음. 유형별로는 계약서 검토 및 자문(64.2%), 저작권 침해(42%), 대금 체불(37%), 불공정계약 강요(22%)가 가장 많은 것으로 나타남

<표 2-8> 서울시 문화예술·프리랜서 공정거래지원센터의 피해 구제 상담 건 수

연도	합계	계약서 검토 및 자문	저작권 침해	불공정 계약 강요	대금 체불	창작활동 방해 또는 간섭	예술활동 정보 부정이용	일방적인 계약해지	기타 (노무 등)
계	436	280	42	22	37	5	1	11	38
2019	90	52	7	5	14	1	0	0	11
2020	116	58	14	8	15	0	0	7	14
2021	150	100	19	9	6	3	0	3	10

출처: 김민수(2022.4.12). 덩치만 키운 웹툰 1조원 시장, 웹툰 작가들 피해 상담 급증. 노컷뉴스.재구성 (<https://www.nocutnews.co.kr/news/5738495>)

4. 유관기관 저작권 교육현황 분석

1) 개발계획 교과과정의 분석

- 기존 주요 유관 기관 저작권 교육은 주로 저작권 인식 제고와 창작자 권리보호를 목표로 진행
 - 특히 SNS와 1인 미디어는 콘텐츠의 이용 경로라는 점에서 함께 다루어지고 있었으며, 대체로 해당 플랫폼 이용 시 저작권에 대한 인식을 제고시키기 위한 목적으로 교육내용이 구성됨
 - 웹툰의 경우는 창작자가 플랫폼과의 계약 관계에서 발생할 수 있는 저작권 침해 예방의 목적으로 저작권 교육이 구성되어 있음

<표 2-9> 유관 기관 저작권 교육현황 개요

구분	SNS	1인 미디어	웹툰
교육방향 및 목표	SNS이용 시 저작권 인식 제고 및 바르게 이용하기	1인 미디어 크리에이터의 저작권에 대한 인식 제고	웹툰 창작자의 권리보호
교육의 지향점	<ul style="list-style-type: none"> • SNS와 1인 미디어 이용자에 대해 저작물 공유 시 나타나는 저작권 관련 쟁점 • SNS와 1인 미디어를 동일 선상에서 다루고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 크리에이터 (예:유튜버)의 창작 과정에서 발생가능한 저작권 침해 유의사항 • 타인의 저작물을 침해하지 않으면서 콘텐츠를 창작하는 방법 교육 	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰 창작자의 권리보호를 위한 계약작성에서 발생할 수 있는 저작권 침해를 예방하기 위한 저작권 교육 • 웹툰 작가의 저작물이 침해 당했을 경우의 대응방안

가. SNS

- SNS만을 다루는 교육과정을 사실상 전무하며, 대부분 콘텐츠 유통 플랫폼인 유튜브와 함께 다루고 있음

- SNS는 저작권 침해가 이루어지는 공간으로 특징지어질 수 있으며, SNS에 대한 저작권 관련 교육은 이러한 관점에서 수행되고 있음

<표 2-10> 공공 기관의 'SNS와 저작권' 관련 교육현황 요약

기관	과정명	구성	대상	교육방법	일시
한국저작권 보호원	유튜브에서 'KCOPA TV' 채널 운영	ex. SNS상 및 1인 미디어에서 저작물 공유로 인한 저작권 침해	전 국민	12분 내외의 동영상	
한국저작권 위원회	유튜브에서 '저작권 TV' 채널 운영	ex. 내 창작물이 다른 기업 SNS에?	전 국민	짧은 동영상 (2분 내외)	
	SNS 관련 온라인/오프라인 교육 없음				
에듀코카	SNS를 직접 다루는 과목명은 없음				

※ 조사시점: 2022년 11월 30일 기준

- 대부분 10분 내외의 짧은 동영상으로 제공하며, 오픈 교육 플랫폼인 K-MOOC에서 유일하게 15주 강의로 진행 중이었음
- 침해에 대한 직접적인 내용은 보호원의 동영상이 유일. 일반적으로 SNS 관련 저작권 지식을 제공하는 것을 목적으로 함

<표 2-11> 민간과 K-MOOC 등의 'SNS와 저작권' 관련 교육현황 요약

기관	과정명	구성	대상	교육방법	일시
민간 유튜브 채널	오승중 변호사의 '저작권 TV'	<된다, 유튜브 SNS 콘텐츠 저작권 문제 해결>의 저자로, SNS 관련 저작권 지식 동영상을 제공	전 국민	15분 내외의 동영상	

	화성시미디어센터	SNS와 저작권	전 국민	15분 내외의 동영상	
	SNS 연구소	SNS와 저작권 관련 지식을 제공		4분 내외의 동영상	
K-MOOC	‘유튜브와 SNS에서 저작권’	수업내용/목표 - 디지털 시대에 인터넷 공간에서 발생하는 저작권 쟁점에 대한 이해를 바탕으로 올바른 저작권에 대한 지식을 학습할 수 있도록 함	전 국민 : 교양	15주 강의 (1주: 1시간 30분) / 무료	2022. 03.07 ~ 2022. 06.19
블로그	소셜마케팅코리아	SNS와 저작권 관련 지식을 단편적으로 게재			

※ 조사시점: 2022년 11월 30일 기준

나. 1인 미디어

- 콘텐츠 크리에이터(예:유튜버)의 창작 과정에서 발생 가능한 저작권 침해에 중점을 두고 있음
- 즉, 타인의 저작물을 침해하지 않으면서 콘텐츠를 창작하는 방법이 핵심 내용

- 한국콘텐츠진흥원은 1인 크리에이터 인재 양성의 일환으로 1인 크리에이터의 창·제작 활동과 관련된 저작권 관련 교육을 수행하고 있음
- 온라인 교육 플랫폼 ‘에듀코카’에서는 일반인을 대상으로 열린 강좌로 제공되며, 2022년에는 현업 크리에이터를 대상으로 오프라인 특강을 진행. 저작권이 핵심이라기보다는 실제 크리에이터 활동 역량을 지원하는 내용 중심으로 진행

<표 2-12> 한국콘텐츠진흥원·에듀코카의 ‘1인 미디어와 저작권’ 관련 교육현황 요약

과정명	구성	대상	교육방법	일시
1인 크리에이터라면 알아야 할 저작권 기본 이	1인 크리에이터가 꾸준히 증가함에 따라 지적재산권과 저작	일반인	초급 20~25분 1차시 분량	~ 현재

해 - 1인 크리에이터를 위한 저작권 노하우	권에 대한 중요성 증대됨에 따라 저작권법 및 콘텐츠 제작 시 저작권 사용 주의사항 등 저작권 활용 방안		온라인 [열린강좌 : 방송 영상]	
1인 크리에이터를 위한 저작권의 보호(구제)와 계약 - 1인 크리에이터를 위한 저작권 노하우		일반인	초급 20~25분 1차시 분량 온라인 [열린강좌 : 방송 영상]	~ 현재
1인 크리에이터를 위한 창작시 저작권 관련 주의사항 (1) (2)		일반인	초급 20~25분 1차시 분량 온라인 [열린강좌 : 방송 영상]	~ 현재
콘텐츠 크리에이터 양성 과정	-유튜브 저작권 시스템 이해하기 -유튜브 콘텐츠 섬네일 트렌드 -클릭률 높이는 메타데이터 활용법	유튜브 콘텐츠 제작 경험이 있는 현업인/예비 현업인	4시간 오프라인 특강	2022년

※ 조사시점: 2022년 11월 30일 기준

- 한국방송통신전파진흥원에서는 스마트미디어센터를 운영하고 있으며, 여기에서 1인 미디어 관련 교육을 실시
- 코로나 시기였던 2020년과 2021년에는 실시간 온라인 강의로 진행. 2020년에는 1차에서 3차까지 저작권 교육이 실시되었으며, 2차에서 저작권 침해 사례를 중점적으로 다룬 바 있음. 2021년에는 콘텐츠 제작과 관련된 저작권 교육에 집중

<표 2-13> 한국방송통신전파진흥원·스마트미디어센터의 '1인 미디어와 저작권' 관련 교육현황 요약

과정명	구성	대상	교육 방법	일시
1인 미디어	1차 : 1인 미디어 관련 저작권 유튜브 저작권 정책	크리에이	실시간	2020년

어 저작권 교육 실시	<ul style="list-style-type: none"> -1인 미디어 저작권의 중요성 -저작권법 위반 시의 조치사항 -창작자의 기초 의무사항 이해 -유튜브 저작권 관리방법 등 <p>2차 : 저작권 침해사례를 통해 배우는 저작권 관련 주의사항</p> <ul style="list-style-type: none"> -유튜브 채널의 삭제 사례와 원인 -실시간 방송시 주의할 사항 -채널명과 상표권 -초상권과 연예인의 퍼블리시티권 등 <p>3차 : 콘텐츠 저작물 관리와 타인의 저작물 활용방법</p> <ul style="list-style-type: none"> -폰트도안, 폰트파일, 캘리그래피의 구분 -음원의 저작권 구분 -스포츠 경기, 콘서트, 동네행사 촬영 후 업로드 시 관리 -방송, 영화, 드라마 화면의 유튜브 필터링 회피방법 -저작권 무료제공 사이트 소개 및 활용방법 등 	터 희망자/예비창업자/대학생/일반인 등	온라인 (ZOOM)	
크리에이터를 위한 온라인 저작권 교육	<p>1차</p> <ul style="list-style-type: none"> -1인 크리에이터로서 콘텐츠 제작에 필요한 저작권의 이해 -유튜브에서의 저작권 관련 사례와 운영정책의 이해 <p>2차</p> <ul style="list-style-type: none"> -타인의 저작물로 콘텐츠 제작 시 관련 규정 및 주의사항 -한국저작권위원회 저작권 상담 당내 	크리에이터 희망자/활동자	실시간 온라인 (ZOOM)	2021년

※ 조사시점: 2022년 11월 30일 기준

- 일반인 대상의 미디어 교육을 중점사업으로 하는 시청자미디어재단에서 각 지역에 운영 중인 시청자미디어센터에서는 2021년에 대면으로 1인 미디어 콘텐츠 제작 시 유의해야 할 저작권의 개념부터 사례를 소개하고 있음
- 2021년에는 대면으로 차시별 1시간 과정으로 구성되었으며, 2022년 ‘미디어온’이라는 재단의 교육 플랫폼을 운영하면서 실시간 온라인으로 차시별 2시간으로 교과과정 구성하여 운영

<표 2-14> 시청자미디어재단의 '1인 미디어와 저작권' 관련 교육현황 요약

과정명	구성	대상	교육방법	일시
미디어 콘텐츠 제작자를 위한 저작권 기초	<p>1강. 저작권의 개념과 이해 -저작권이란? -저작물의 종류</p> <p>2강. 저작권 침해 유형과 사례 -사진, 영상, 이미지 관련 저작권 -폰트 관련 저작권 -음악 관련 저작권</p> <p>3강. 저작권을 침해하지 않고 제작하는 방법 -공유저작물 사이트 소개 -저작권 라이선스란(CCL)?</p> <p>4강. 공정이용 -사례로 알아보는 공정이용</p>		대면	2021년
1인 미디어 창작자의 저작권과 콘텐츠 관리	<p>1차시. 저작권의 기본개념 이해 -1인 크리에이터로서 콘텐츠 제작에 필요한 저작권 기본개념 이해 -각각의 콘텐츠가 저작권 인정되기 위한 독창성 구분하기</p> <p>2차시. 유튜브에서 발생하는 다양한 저작권 관련 사례를 통해 주의사항 확인 -유명 축구채널이 영상을 사용하지 않는 이유 -최고기의 채널삭제 원인 -KPOP, 미스트롯 등의 음악, 커버송, 커버연주의 저작권 처리 방법 -실시간 방송의 주의사항</p> <p>3차시. 타인의 저작물로 새로운 콘텐츠 제작 시 관련 규정 이해하고 적용하기 -출처 표시, 공표된 저작물의 인용, 공정이용에 따른 콘텐츠 구성 이해 -영화, 방송, 음악, 폰트, 사진, 신문기사 등 타인의 저작물 활용 시 우수 제작 사례</p> <p>4차시. 1인 미디어로서 콘텐츠 저작권 점검 관리 기능하기 위한 역량 강화 -흔한 저작권 오해 정리 -유튜브 커뮤니티 가이드라인과 노란딱지 -1인 미디어 활동 시 발생할 계약 이슈 -저작권 상담 안내</p>		대면 각 차시 1시간	2021년

<p>사례로 배우는 미디어 저작권</p>	<p>1차시. 저작권의 정의 -미디어란 무엇인가? -저작권이란 무엇인가? -저작권 보호의 중요성 (사례: 영화, 음악, 소프트웨어, 어문, 스포츠 등) -창작자의 권리</p> <p>2차시. 1인 미디어 시대의 올바른 저작권 문화 알아보기 -유튜브 내 저작권 처리 과정 -사례로 보는 저작권 분쟁 (사례: 배경음악, 자막, 폰트, 움짤 등)</p> <p>3차시. 1인 미디어 시대의 올바른 저작권 문화 알아보기 -안전한 저작물 어디서 가져오나 -공정사용(fair use) 알아보기</p>		<p>온라인 실시간 (미디어) 각 차시 2시간</p>	<p>2022년</p>
------------------------	--	--	---	--------------

※ 조사시점: 2022년 11월 30일 기준

다. 웹툰

- 웹툰 창작자의 권리 보호를 위한 계약 작성의 연장에서 저작권 교육을 실시
- 웹툰 작가의 저작물이 침해 당했을 경우의 대응방안이 단일 차시로 제시되는 수준

- 웹툰과 관련된 저작권 교육은 한국저작권위원회, 한국콘텐츠진흥원, 한국만화영상진흥원, 관련 협회, 지역 웹툰 산업센터 등에서 수행했거나 하는 것으로 나타남
- 한국저작권위원회는 별도로 운영 중인 온라인 교육 플랫폼에서 산업 종사자 과정으로 2017년부터 ‘만화(웹툰) 창작자를 위한 저작권 노하우’ 교육 프로그램을 제공하고 있으며, 대학의 오픈플랫폼이나 원격교육지원센터와 연계하여 제공 중
- 2021년에는 계약 이슈 중심으로 웹툰의 저작권 가이드를 지역 센터별로 대면으로 찾아가 교육 제공

<표 2-15> 한국저작권위원회의 ‘웹툰과 저작권’ 관련 교육현황 요약

과정명	구성	대상	교육방법	일시
만화(웹툰) 창작자를 위한 저작권 노하우	<ul style="list-style-type: none"> • 저작권법의 기초 이해 • 저작권의 귀속과 종류 • 저작권의 내용과 제한 • 주의해야 할 저작권 문제 • 저작권 계약과 구제 절차 • 저작권 침해 시 경고장 작성 및 계약서 작성법 	산업중사자 과정	온라인. 대학원격 교육지원 센터	2017년 ~ 현재
2021 찾아가는 저작권 교육 9차	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰 기획·창작을 위한 저작권 가이드 - 웹툰 공정계약과 이용허락 등 웹툰 저작권 기초 교육과 저작권 침해 대응 방법 등 	지역 센터별 교육(광주센터)	대면	2021년

※ 조사시점: 2022년 11월 30일 기준

- 한국콘텐츠진흥원은 온라인 교육 플랫폼 에듀코카에서 “Q&A로 알아보는 웹툰 저작권 실무”라는 과정을 통해 웹툰 창작 시 저작권 침해가 될 수 있는 이슈 및 계약과 관련된 부분, 그리고 창작자의 작품이 침해되었을 경우의 대응 방안을 소개하고 있음

<표 2-16> 한국콘텐츠진흥원, 에듀코카의 ‘웹툰과 저작권’ 관련 교육현황 요약

과정명	구성	대상	교육방법	일시
Q&A로 알아보는 웹툰 저작권 실무	<ol style="list-style-type: none"> 1. 웹툰 작가를 위한 저작권 기본 이해 2. 저작권 문제없는 웹툰 제작 방안 3. 저작권, 아이디어 그리고 패러디 4. 양도와 이용허락/계약서 작성 일반 5. 출판계약 6. 연재 계약, 에이전시 계약 7. 침해대응 	초급/ 정규 과정	온라인	2022년

- 만화/웹툰 관련 기관으로는 먼저 한국만화영상진흥원의 K-Comics 아카데미에서 2019년과 2020년에 온라인으로 만화 분야의 저작권 및 계약에 대한 포괄적인 내용으로 저작권 관련 교육을 수행하고 있음

- 플랫폼과 창작자의 복합적 회원으로 구성된 (사)한국웹툰산업협회에서는 2017년과 2018년에 웹툰을 현재 연재 중이거나 연재 경험이 있는 웹툰 작가(웹툰 관계자 포함)를 대상으로 저작권 및 세무 교육을 함께 수행한 바 있음
- 지역에서는 경북 웹툰 캠퍼스에서 별도 사업으로 웹툰 창작 과정에서 발생할 수 있는 저작권 이슈 중심으로 교육

<표 2-17> 만화/웹툰 관련 기관의 ‘웹툰과 저작권’ 관련 교육현황 요약

기관	과정명	구성	대상	교육 방법	일시
한국만화영상진흥원 (K-Comics 아카데미)	만화분야 저작권 계약 및 저작권	16주차 구성(저작권 기본~ 계약, 침해 사례 등)		온라인	2022년
	내 작품을 지키는 계약 및 저작권(1차~3차)	1강“내 권리보호의 시작, 계약서 제대로 쓰기” 만화분야표준계약서 해설, 계약서 작성법, 계약서 작성시 유의사항 등 2강 “침해된 내 권리 되찾기” 저작권 일반론, 저작권침해 및 계약 위반 시 행동요령, 법률상 구제절차	정규교육/만진원 지원사업 연계	온라인	2019년
(사)한국웹툰산업협회	2017 웹툰 작가를 위한 저작권 및 세무 교육	저작권의 이해	웹툰을 현재 연재중이거나 연재 경험이 있는 웹툰 작가(웹툰 관계자 포함) 지역 교육 포함	대면	2017년 ~2018년
경북웹툰캠퍼스	심화-웹툰 저작권 강의(안동)	<ul style="list-style-type: none"> • 웹툰 창작에 필요한 저작권 지식 습득 - 웹툰 창작 과정에서 발생할 수 있는 저작권 관련 이슈 공유 및 교육 - 웹툰 창작물에 대한 저작권 교육 	웹툰 창작에 관심있는 경북도민	대면 (15명)	2020년 ~2021년

2) 저작권 침해 예방 교육과정 개발 필요성

○ 전반적으로 저작권 침해와 보호를 위한 중점 교육 부족

- 본 연구에서 침해 취약 장르로 선정한 SNS, 1인 미디어, 웹툰 분야와 관련하여 유관기관의 저작권 침해 예방과 관련된 저작권 교육 현황을 살펴본 결과 신규 분야인 만큼 전반적으로 저작권 침해와 보호를 위한 중점 교육이 많이 부족한 것으로 나타남
- 특히 SNS는 SNS만을 단독으로 다루는 교육과정이 거의 없으며, 대부분 콘텐츠 유통 플랫폼인 유튜브와 함께 다루고 있음

○ 수시로 나타나는 신규 침해 유형 업데이트 불충분

- SNS의 종류가 계속 증가하고 그 기능도 더욱 다양해짐과 동시에 저작권을 침해하는 방식도 매번 새롭게 바뀌고 있음
- 그럼에도 불구하고 현재의 저작권 관련 교육과정으로는 빠르게 나타나는 신규 침해 이슈를 업데이트하기 힘든 여건인 경우가 대부분
- 웹툰 역시 가장 널리 이용되는 한국저작권위원회의 강의가 2017년에 제작되어 창작자 대상 저작권 교육과정으로 계속 활용 중이라 변화한 미디어 환경 및 창작 환경 반영을 반영한 업데이트된 과정이 필요한 사항

○ 신규 침해 장르 및 유형을 중심으로 한 모니터 사례를 교육에 적극 반영

- 침해 취약 분야로 선정한 3개 분야의 유관기관 저작권 교육을 분석한 결과 특정 침해 사례보다는 보편적인 저작권 중심 교육으로 진행되고 있는 경우가 대부분인 것으로 나타남
- 신규 침해 장르 및 유형을 중심으로 한 모니터 사례를 교육에 적극 반영함으로써 기존의 보편적 교육 중심의 저작권 교육과 차별화 할 수 있을 것으로 기대

○ 그뿐만 아니라 보호원의 고유 기능이기도 한 침해 사례 모니터를 통해 수집한 다양한 사례를 중점적으로 활용하여 저작권 보호에 대한 교육적 노하우를 축적할 수 있을 것임

○ 이를 기반으로 점진적으로 교육 커리큘럼을 구축하여 저작권 침해와 보호 이슈 중점으로 교육과정을 강화한다면 새롭게 나타나는 신규 저작권 침해 이슈에 빠르게 대응하고, 이는 실무자와 이용자 모두에게 유용한 가이드의 역할을 할 수 것임

<표 2-18> 저작권 침해 예방 교육과정 개발

구분	SNS	1인 미디어	웹툰
현행 침해예방 저작권 교육	<ul style="list-style-type: none"> SNS 단독 교육 과정의 거의 없음 	<ul style="list-style-type: none"> 창작자가 유의해야 할 저작권 침해 중심 	<ul style="list-style-type: none"> 기존 저작권 교육과정 활용, 저작재산권과 계약을 연계한 유의사항 중심 교육
	↓	↓	↓
교육과정 필요성	신규 유형의 저작권 침해 모니터 사례를 교육에 적극 활용		
	신규 저작권 침해 이슈에 빠르게 대응		
	<ul style="list-style-type: none"> SNS에서의 저작권 침해와 보호에 대한 독립 교과과정 설립 다만, SNS는 콘텐츠 이용자들에 의한 비공식적 침해가 주를 이루기 때문에 이용자 차원에서 저작권 침해와 보호 관련 교육과정 개발 필요 	<ul style="list-style-type: none"> 저작권침해 이슈의 중심에 있는 크리에이터 대상 교육과정 중심 개발 필요 즉, 콘텐츠 이용자이자 창작자인 개인 미디어 콘텐츠 크리에이터 대상 저작권 침해에 대한 교육과정 개발 	<ul style="list-style-type: none"> 현재 유관기관의 커리큘럼은 웹툰 작가 대상으로 플랫폼과의 공정 계약을 위한 가이드의 성격이 강하여 저작권 침해에 대한 심층 교육과정 개발 필요 또한 웹툰 이용자 대상 저작권 침해에 대한 별도 교육과정이 없어 점진적으로는 이용자 대상 교육과정 개발도 추가적으로 확대되어야 할 필요 있음

5. 전문가 자문 결과

1) 자문회의 운영 내용

○ 연구기간 중 총 2회에 걸쳐 자문 진행

- 자문은 2022년 8월 19일과 2022년 11월 4일 총 2회에 걸쳐 이루어짐
- 1차 자문회의는 ‘저작권 침해 예방 및 보호’에 대한 교육과정 개발 방향, 중장기로드맵(안)에 대한 전문가 의견을 수렴하는 것을 목적으로 진행하였으며, 2차 자문회의는 교재 집필 방향에 대한 구체적인 세부 사항 논의를 목적으로 진행함

<표 2-19> 자문회의 운영

구분	일시	참석자	자문 목적
1차	2022년 8월 19일 (금) 14:00~16:00 (오프라인)	<ul style="list-style-type: none"> • 외부자문위원2인(저작권법 전문가) • 한국저작권보호원 담당자 1인 • 수행사 연구원 3인 	<ul style="list-style-type: none"> • 저작권 침해 예방 및 보호에 대한 교육과정 개발 방향, 중장기로드맵(안)에 대한 전문가 의견을 수렴
2차	2022년 11월 4일 (금) 10:00~12:00 (오프라인+Zoom)	<ul style="list-style-type: none"> • 외부자문위원5인(저작권법, 웹툰, 1인미디어) • 한국저작권보호원 담당자 1인 • 수행사 연구원 3인 	<ul style="list-style-type: none"> • 교재 집필 방향에 대한 구체적인 세부 사항 논의

2) 주요 자문 결과

○ 1차: 보호원의 풍부한 사례를 교재 개발에 활용하는 방향으로 제안

- 현재 시점에서 침해가 심각하나 참고할만한 기존 교재가 거의 없는 SNS, 1인미디어, 웹툰 세 개 분야에 대해 교재를 집필하는 것은 매우 바람직하며 긍정적인 방향이라고 본다는 의견

- 기존 유관 기관에서의 교육내용과 차별화를 위해서는 풍부한 사례가 가장 중요함. 기존 사례와 한국저작권보호원의 상담 사례 등 다양한 사례를 수집하여 분류한 후 이를 기반으로 목차 구성 자체를 색다르게 할 것을 제안함
- 중장기적으로는 연구진이 제안한 ‘기초와 심화’로 가더라도 이번 교재는 ‘이론과 사례’ 편으로 구분하여 집필. 즉 로드맵의 초기에 해당하는 당해 연도 사업에서는 특강 형식으로 ‘이론과 사례’ 편으로 가고, 향후 중장기적으로 ‘기초-심화’와 ‘일반’으로 발전시키는 방향으로 나아가야 할 것임을 제안
- 이론과 사례 편이 연결되어 집필될 수 있도록 사례를 먼저 수집하여 유형화하여 집필할 소목차를 구성하여 이론 집필진에게 전달되면 두 파트가 연결성 있게 진행될 수 있을 것임
- 교재 내용에 저작물 이용에 대한 계약의 중요성을 언급하는 것이 중요함을 제안, 저작재산권에 대한 부분에서 계약을 함께 설명할 수 있을 것이며, 특히 계약과 침해의 관계는 권리자의 저작권 침해 및 보호 이슈의 연장으로 중요
- 그 외에 저작권 침해와 보호를 위한 상담 기관에 대한 소개도 교재에 반영할 필요 있다고 자문

○ 2차: 교재 타깃을 분명히 하고, 판례는 이론편에서 다루는 방향으로 진행

- 1차 자문회의는 교재 개발에 대해 보다 구체적이고 세부적인 사항을 중심으로 논의됨. 교재를 이용자와 권리자 중 누구로 할 것인지 분명하게 하여 창작자가 창작시 저작권을 침해할 수 있는 부분에 대한 방향인지, 이용자가 이용 시 저작권을 침해할 수 있는 부분에 대한 것인지를 구분해서 교재를 집필해야 할 것임을 자문
- 이에 따라 이번 1단계 교육과정 개발 시에는 1인미디어와 웹툰은 창작자가 창작시 저작권을 침해할 이슈 중심으로 이론편과 사례편을 개발하고, 이용자 중심의 침해가 집중되는 SNS는 이용자 중심 침해 이

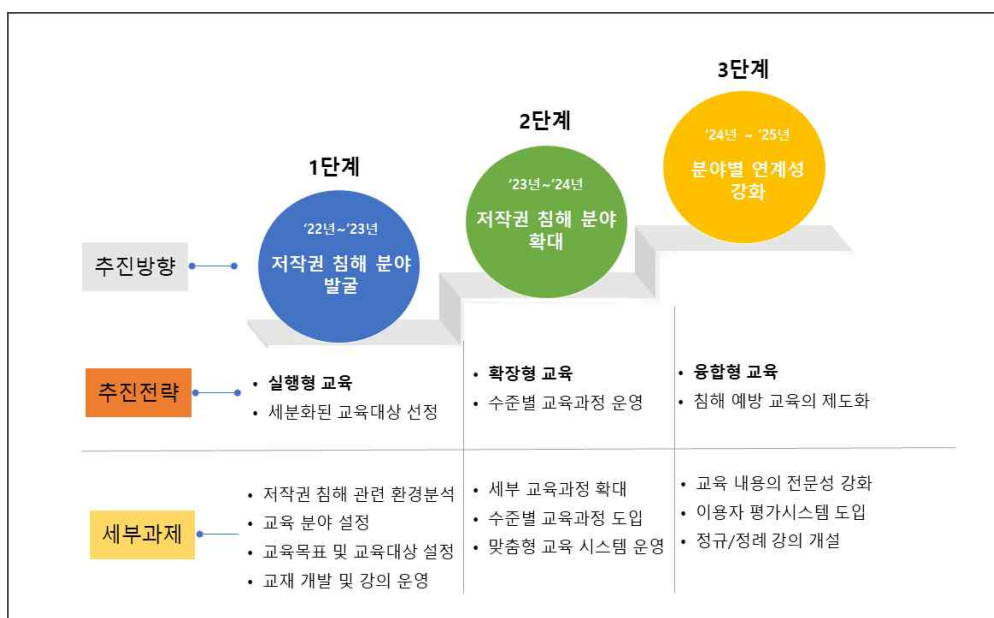
슈와 관련하여 교재 집필의 방향을 세움

- 사례편은 SNS, 1인미디어, 웹툰 공통적으로 경험적 사례를 위주로 정리하고, 판례는 이론편에서 다루는 것으로 하며 아직 진행 중인 사건 등은 일반화된 방식으로 각색, 스토리텔링 하여 사례로 소개 가능
- 교육 대상층이 보다 쉽게 이해하고 이용할 수 있도록 일러스트와 디자인을 지원할 것을 제안

3장 중장기 로드맵(안)

1. 한국저작권보호원 교육과정 개발 로드맵(안)

- 한국저작권보호원의 교육 업무는 2020년에 저작권법 개정을 통해 법제화되었기 때문에 기본적으로 교육의 목적과 대상, 그리고 교육 과정 등을 체계화시키기 위해서 점진적인 단계별 로드맵 구축이 필요한 시점임
- 본 연구에서는 저작권 침해예방과 보호를 위한 한국저작권보호원의 교육 현황을 파악하고 이를 기반으로 1단계부터 3단계까지의 발전 로드맵을 제시하고 단계별 추진 방향·추진 전략·세부 과제에 대해 다음과 같이 제시하고자 함



[그림 3-1] 한국저작권보호원 교육과정 개발 로드맵(안)

2. 단계별 교육 운영 방안

- 한국저작권보호원의 교육 커리큘럼 개발 중장기로드맵(2022년~2025년)은 다음과 같이 총 3단계로 구분하여 진행하고자 함

1단계 추진 방향: 저작권 침해 분야 “발굴”

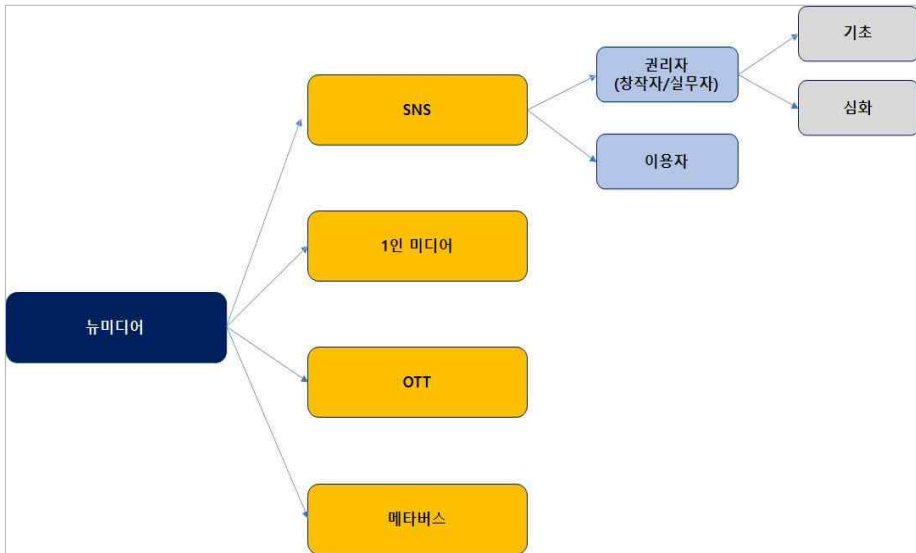
- 추진전략
 - (실행형 교육) 현실적으로 교육이 시급한 침해 취약 분야를 발굴하고, 교육과정 개발을 통해 한국저작권보호원의 교육 목표와 지향점을 도출
 - 사례별 침해 예방 교육의 교재를 마련하고, 교육을 통해 교재의 적정성을 파악하고 보완 사항을 점검
 - (세분화된 교육 대상 선정) 교육 대상을 구체화하는 과정으로, 각각의 침해 취약 분야에서 우선적으로 교육이 필요한 대상층을 선별
- 세부과제
 - (저작권 침해 관련 환경 분석) 대외 환경 분석을 통해 저작권 침해 현황을 파악하고, 한국저작권보호원의 교육환경 분석을 시도
 - SWOT 분석을 통해 한국저작권보호원의 교육 목표와 범위를 구체화하고, PEST 분석을 통해 저작권 침해 예방 교육의 방향과 필요성을 제시
 - (교육 사례 설정) 한국저작권보호원이 지향해야 할 교육 방향은 침해 취약 분야를 파악하고 교육과정 및 대상에 있어 ‘선택과 집중’을 강화할 분야를 발굴
 - 연도별 저작권 보호 이슈와 환경분석 결과를 토대로 침해 취약 분야를 ①SNS와 ②1인 미디어, ③웹툰으로 선정
 - (교육 목표 및 교육 대상 설정) 한국저작권보호원이 지향해야 할 고유의 교육 목표는 디지털 공간에서 고도화되고 있는 저작권 침해를 예방

- 하기 위해 현실적이고 실행할 수 있는 교육 과정의 개발임
- 교육 대상의 세분화를 통해 그들의 니즈에 적합한 교육의 필요성을 직시하여, ①SNS의 경우 일반 이용자로, ②1인 미디어와 ③웹툰은 창작자로 교육 대상을 설정함
 - **(교재개발 및 강의 운영)** 교재는 이론편과 사례편으로 구분하여 전문가 자문회의를 통해 집필진을 구성 후 분야별 교재를 개발하고, 이를 토대로 강의를 운영하고자 함

2단계 추진 방향: 저작권 침해 분야 “확대”

○ 추진전략

- **(확장형 교육)** 1단계에서 발굴한 침해 대응 취약 분야를 전방위적으로 확대하여 양적인 측면과 질적인 측면에서 교육의 대상과 수준을 확장시키는 전략 도출
- 기술이 발달하는 만큼 매년 새로운 분야가 출현하고, 이와 더불어 저작권을 침해하는 방법도 새로워지는 만큼 2단계에서는 침해 취약 분야를 확대하여 해당 분야 중심으로 교육 커리큘럼을 개발하여 시의적으로 저작권 침해 대응 교육을 실시할 수 있도록 함
- 가령 현재 레거시 미디어와 대조되는 뉴미디어 분야는 SNS, 1인미디어, OTT, 메타버스 등의 새로운 기술 기반의 신규 플랫폼 중심으로 구분할 수 있음
- 각각의 뉴미디어 분야는 다시 창작자나 실무자와 같은 콘텐츠 권리와 콘텐츠를 소비하는 이용자로 구분할 수 있으며, 확장형 교육에서는 이렇듯 취약 사례를 1단계의 SNS와 1인 미디어에서 확장하여 OTT, 메타버스와 같은 신규 분야까지 확장하고 교육 대상도 권리자에서 이용자로 그리고, 1단계가 기초 수준으로 저작권 침해 일반을 중심으로 교육이 진행되었다면 분야별 심화 교육으로 확장하는 등 ‘분야×교육 대상×교육수준’의 확장 전략을 도출하는 단계임



[그림 3-2] 침해 이슈와 교육 대상·교육수준 확장의 예시

- (수준별 교육과정 운영) 1단계의 교육에 참여한 수강생이 지속적으로 저작권 침해 교육에 참여할 수 있도록 교육과정을 수준별로 운영. 이러한 운영을 통해 2단계에서는 저작권 침해 교육 입문자와 더 심화된 과정을 원하는 1단계 교육 수료생과 신규 교육생을 함께 영입할 수 있어 교육 대상의 규모도 확장될 수 있음

○ 세부과제

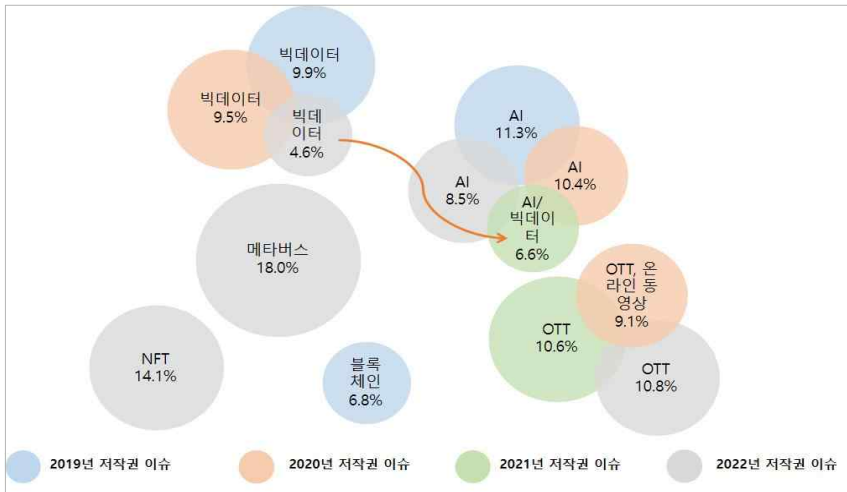
- (세부 교육과정 확대) 1단계에서 다루었던 SNS, 1인미디어, 웹툰 외에도 신규로 저작권 침해 분야가 나타나거나 심각한 분야까지 확대하여 다루기 위해 교육과정의 수 추가
- (수준별 교육과정 도입) 교육 대상과 교육목표에 따라 수준별 교육과정을 구분하여 도입. 가령 교육 대상은 ‘권리자’, ‘사용자’ 등으로 구분하여 각 대상의 현안에 맞는 수준으로 교육과정을 운영하며, 교육 목표는 기초적인 저작권 정보를 전달하는지 다양한 심화된 사례를 제공하는지 등에 따라 교육 수준을 계층화하여 운영

- **(맞춤형 교육시스템 운영)** 교육과정뿐 아니라 교육시스템을 교육 대상과 교육목표에 맞추어 운영. 협회, 기업, 학교 등을 대상으로 찾아가는 교육을 운영하는 운영 시스템부터 저작권 침해 분야에 대한 관심은 높지만, 저작권 관련 법률 용어가 어려운 창작자들에게는 실무적으로 응용 가능한 핵심 사례 중심으로 교육을 제공하는 교육내용을 수립하여 반영. 예를 들어 기관의 특성에 맞춰서 교육내용이나 교육 수준을 조정함으로써 저작권 침해예방에 대한 공감대를 형성하고 수립할 수 있도록 함

3단계 추진 방향: 분야별 연계성 강화

○ 추진전략

- **(융합형 교육)** 미디어의 발전으로 미디어와 콘텐츠 등 영역의 경계가 사라지고 있는 추세이며, 저작권 침해 이슈 또한 같은 현상들이 지속적으로 나타나고 있음. 따라서 3단계에서는 이러한 분야를 넘나드는 저작권 침해 분야를 위한 융합형 교육을 추진하고자 함
- 가령 한국저작권보호원에서 2019년부터 2022년간 선정한 저작권 보호 주요 이슈들을 구체적으로 살펴보면 2019년과 2020년에는 별도 이슈로 선정되었던 빅데이터가 2021년에는 AI와 결합된 이슈로 선정된 바 있음. 또한 2020년에는 온라인 동영상과 OTT를 동일한 이슈로 다루었지만, OTT가 급격하게 성장하면서 2021년부터는 OTT를 별도의 이슈로 선정하고 있음. 2019년에 이슈로 선정되었던 블록체인이 2020년 이후 사라지고, 2022년에는 메타버스와 NFT가 새롭게 저작권 보호 이슈로 선정됨(참조 <그림3-2>)
- 이렇듯 기술과 환경에 따라 변화하는 저작권 보호 이슈를 반영하여 3단계 “융합형 교육단계”에서는 경계를 넘나드는 분야별 연계를 강화하여 저작권 침해 예방 교육을 수행하는 것을 목적으로 하고자 함



[그림 3-3] 2019년~2022년 저작권 보호 주요 이슈의 변천사
출처: 한국저작권보호원(2019~2022). 저작권 보호 주요 이슈, 재구성

- (침해 예방 교육의 제도화) 1단계와 2단계에 신규 침해 분야를 발굴하고 확대하였다면 3단계에서는 이러한 일련의 침해 예방 교육을 제도화하고자 함

○ 세부과제

- (교육내용의 전문성 강화) 분야별 연계성을 강화시킬 수 있도록 저작권 침해 교육내용의 전문성을 더욱 견고히 할 수 있도록 함. 특히 분야 공통으로 나타난 저작권 침해 이슈와 장르별 특화 이슈에 대한 교육 내용을 강화하여 분야 간 연계가 시너지를 낼 있도록 해야 함
- (이용자 평가 시스템 도입) 3년간 운영해온 교육과정에 대한 이용자 평가 제도를 도입하여 교육과정 운영에 대한 성과를 분석하고 진단하여 더욱 발전된 저작권 침해 예방 교육과정을 개발하고자 환류 체계를 도입. 교육 수강생의 교육 만족도(내용, 강사, 인프라 등) 등을 기반으로 한 평가 체계를 시스템화하여 운영할 수 있도록 관련 인프라 구축
- (정규/정례 강의 개설) 1단계와 2단계에 신규 침해 취약 분야를 현안과

이슈 중심으로 다루었던 내용을 3단계에서는 정례화시켜 정규강의 형태로 개설하여 안정적으로 교육과정 운영. 이 경우 반드시 현장 중심의 이용자 조사를 통해 교육 수요 조사를 실시하여 교육 커리큘럼 개발에 반영하여 현장과 저작권 교육이 분리되지 않도록 노력해야 할 것임

참고 문헌

- 공정거래위원회(2021). 3개 다중 채널 네트워크(MCN) 사업자의 불공정 약관 시정에 관한 보도자료
- 문화체육관광부(2020). 만화진흥에 관한 법률 일부개정법률(안) 입법예고. 문화체육관광부공고제2020-144호
- 미디어미래연구소 (2019). 미디어 생태계 변화에 따른 1인 미디어 산업 실태조사 체계화 연구
- 박지혜 (2017.4). 국내 1인 미디어시장 현황 및 발전 가능성. KIET 산업경제.
- 인크로스(2020.4). 인크로스 미디어 데이터 클리핑 <주요 동영상 플랫폼 앱웹 사용자 데이터 분석>
- 정지은(2019). 통계로 본 모바일 SNS 저작권 이슈 및 현황. C-STORY(15호)
- 최기성(2022). SNS상의 저작권 침해, 2022 저작권 보호 이슈 전망 보고서
- 한국노동연구원(2020). MCN(Multi-Channel Network)활성화가 고용에 미치는 영향
- 한국저작권보호원(2019). 2019 저작권 보호 이슈 전망-저작권 보호 8대 이슈
- 한국저작권보호원(2020~2022). 저작권 보호 10대 이슈 전망 보고서
- 한국저작권보호원(2021a). 저작권 침해 실태 개선을 위한 저작권 보호 홍보·교육 추진전략 연구
- 한국저작권보호원(2021b). 웹소설 등 저작권 침해 실태조사 및 대응방안 연구
- 한국저작권보호원(2021c). 2021 저작권 보호 연차보고서(종합)
- 한국저작권보호원(2022). 소셜미디어를 통한 저작권 침해현황 조사. 저작권 침해 이슈 리포트
- 한국전파진흥협회(2021a). 1인 미디어 산업 실태조사.
- 한국전파진흥협회(2021b). 미디어 산업 보고서 시즌 5 - 1인 미디어 산업동향, Vol.1.
- 한국콘텐츠진흥원(2020). 만화산업분류체계 및 개편연구. pp.4-5.
- 한국콘텐츠진흥원(2021a). 개인 미디어 콘텐츠 크리에이터 실태조사

한국콘텐츠진흥원(2021b). 21년 웹툰사업체 실태조사 보고서
한국콘텐츠진흥원(2021c). 21년 웹툰작가 실태조사 보고서
한국콘텐츠진흥원(2021d). 2021 만화·웹툰 이용자 실태조사
DMC MEDIA(2021). 2021 소셜미디어 시장 및 현황 분석 보고서

<기사>

김민수(2022. 4.12). 덩치만 키운 웹툰 1조원 시장...웹툰 작가들 피해 상당 급증.
노컷뉴스(<https://www.nocutnews.co.kr/news/5738495>)
김범수(2021.09.28.). 김승수 의원 “불법웹툰 신고 지난해 전년대비 70% 증가”.
경북신문 정치면 <http://www.kbsm.net/news/view.php?idx=324603>
이한나(2022.05.25.). 6년간 한국 방송 불법 송출 중국인 2명 입건. 매일경제 문
화면 <https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2022/05/461572/>