

## 벅스뮤직 분쟁

# “해결방법 없나!”



온라인 음악 스트리밍 서비스 활성화 “이제는 정부가 나서야 할 때”  
권리 처리 문제 해결방안 ‘시급’ ... 당사자간 협상 가능한 환경 조성해야

글 / 조광현 한국디지털콘텐츠전문가협회 기획이사

스트리밍.

음악을 물처럼 흘러보내는 기술이다. 서버에 단 한번만 복제를 해 심어 놓으면 이를 원하는 사람들에게 무한정 공급할 수 있다. 듣고 싶은 노래가 굳이 내 컴퓨터 안에, 혹은 내 MP3 플레이어나 MD 안에 없어도 음악을 들을 수 있는 기술이다.

원하는 노래를 갖고 있지 않아도 인터넷에 접속만 할 수 있으면 내 것처럼 들을 수 있으니 가히 음악 소비의 혁명이라 하지 않을 수 없다.

인터넷에 존재하는 수많은 커뮤니티들은 자신이 좋아하는 곡을 임베드 태그를 활용해 다른 회원들도 즐길 수 있도록 하고 있다. 반드시 CD나 테잎을 소유해야만 즐길 수 있었던 음악 소비 형태가 스트리밍 서비스 덕분에 음악 감상의 형식이 크게 바뀌고 있다.

인터넷 안에는 이미 웬만한 노래는 모두 존재하고 있다고 봐야 한다. 이는 대용량의 파일을 아주 작은 용량으로도 실행시킬 수

있는 압축 기술의 발전과 저장 기술의 발전, 그리고 파일을 전송해 주는 전송 속도와 대역폭 확장 기술의 발전 등 IT 기술의 발전으로 더욱 진화하고 있다.

1만 4,000원을 주고 구입한 CD를 컴퓨터 파일로 변환해 인터넷에 올릴 수 있는 소프트웨어는 더 이상 전문가들만의 소유물이 아니며 초보자도 손쉽게 이용할 수 있도록 돼 있다. 개인이 컴퓨터 파일로 변환해 인터넷에 올리는 순간 음반은 개인 소유가 아니라 대중의 것으로 넘어간다. 이런 특성을 활용해 자본력이 있는 개인이나 기업은 오프라인에 존재하는 음반을 모두 컴퓨터 파일로 전환해 음원 아카이브를 구성해 인터넷에서 서비스하고 있다. 이런 서비스를 제공하는 사이트에 접속하면 음악 소비자들은 편리하게 원하는 음악을 즐길 수 있다.

### 음악 스트리밍 서비스가 주는 혜택

음악 스트리밍 서비스가 소비자에게 주는 혜택을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 음악 선택의 자유이다. 스트리밍 서비스가 없었다면 음악을 듣고 싶어도 자신이 소유하고 있지 않으면 들을 수 없었다. 그러나 스트리밍 서비스는 내가 갖고 있지 않아도 음악을 듣게 해 주었다.

둘째, 음악 정보 습득의 편리함이다. 특정 가수의 노래를 데뷔부터 현재까지 한눈에 볼 수 있다. 검색 기능으로 원하는 노래를 금방 찾을 수 있다. 가사나 가수 프로필, 활동 사항도 알 수 있다. 관련된 최신 뉴스를 제공하기도 한다.

셋째, 다양한 기능의 제공이다. 음악과 함께 편지를 쓸 수 있으며, 친구에게 이메일로 선물을 할 수 있다. 또한 자신의 홈페이지에서 음악 서비스를 할 수도 있다.

넷째, 맞춤 서비스가 가능하다. 원하는 장르, 가수, 기분에 따라 원하는 곡을 취사선택해 들을 수 있다.

다섯째, 매장에 가는 수고로움을 덜어준다. 앞서 열거한 이점 이외에도 온라인으로 음악을 유통했을 때의 산업적인 효율성도



신할 수 있는 시간과 장소에 있지 않으면 정보를 얻을 수 없다. 그러나 온라인은 자신이 원하는 시간과 장소에서 원하는 정보를 얻을 수 있다.

## 음악 스트리밍 시장의 확대와 오프라인 음반 산업의 퇴보

이와 같은 특성과 이점으로 인해 온라인 음악 스트리밍 서비스는 지속적으로 확대되고 있다.

정보통신부 집계에 따르면 2003년 9월 말 현재 초고속인터넷 가입자 수는 1,130만을 넘어섰다. 이는 2002년말 기준으로 전체 가구수의 74%에 해당하는 것이다. 이 같은 IT 인프라를 기반으로 음악서비스를 스트리밍 방식으로 제공하는 인터넷 사이트는 현재 약 수십 개에 달하고 있으며, 이중 벅스뮤직의 경우 1,400만명이라는 어마어마한 가입자를 확보하고 있다.

하지만 온라인에서의 음악 서비스와 이용자는 증가하고 있는데 반해 온라인 음악 서비스의 근간이라 할 수 있는 오프라인 음악 시장은 침체의 늪을 헤어나지 못하고 있다.

오프라인 음반시장은 1997년 4,160억원을 정점으로, IMF 외환위기가 심각했던 1998년 2,530억원으로 줄어들었다가, 1999년 3,800억원, 2000년 4,100억원으로 다시 증가했다. 그러나 2001년 3,733억원, 2002년 2,800억원을 기록하는데 이어 올해는 2,000억원을 밑돌 것으로 추산되고 있다.

오프라인 음반 산업의 관계자들은 현재의 이러한 시장 불황의 원인을 온라인 음악 스트리밍 서비스 탓으로 돌리고 있다. 그리고 자신들의 허락을 받지 않고 무단으로 음원을 서비스하고 있는 스트리밍 업체를 법적으로 제재를 가하고 있다.

무시할 수 없다.

디지털로 변환된 음원은 한 번의 복사로 무한정 서비스할 수 있으므로 유통비용이 전혀 들지 않는다. 그러나 오프라인으로 제작된 CD는 수요가 있을 때마다 제작, 유통해야 하므로 비용은 그만큼 증가하게 된다. 정확한 수요에 기반한 제작, 유통이 아니기 때문에 수요보다 부족하던가 수요를 초과하는 등의 거품을 제거하기 어렵다. 그러나 온라인 음악 스트리밍은 제작과 유통 비용은 거의 제로에 가까우며 수요자의 요청이 있을 때만 서비스하게 되므로 항상 수요와 정확히 일치하게 된다.

또한 정보 제공의 용이성도 들 수 있다.

오프라인 음반의 경우 신규 CD 한 장을 홍보하기 위해 언론매체를 통해 수천만 원에서 수억 원까지 쓰고 있는 현실은 잘 알고 있는 것이다. 가수들은 각종 프로그램에 출연해 직간접으로 홍보해야만 한다. 홍보 채널이 매스 미디어에 한정돼 있기 때문이

다. 그러나 온라인에서는 홍보 전략과 매체가 다양할 뿐만 아니라 구전효과가 빨라 파급력은 오프라인에 비해 엄청나다. 소비자가 원하는 정보를 인터넷에 올려놓기만 하면 소비자의 취향에 따라 얼마든지 많은 정보의 전달이 가능하다.

매스미디어는 한정된 정보를 전달할 수밖에 없지만 온라인은 무한정의 정보를 올려놓을 수 있다.

매스미디어는 한번의 정보 전달로 그 기능이 소멸되고 말지만 온라인은 서버에 정보가 24시간 저장돼 있고, 정보전달로 인해 그 기능이 소멸되지 않기 때문에 거래비용도 제로가 된다.

매스미디어는 따라서 한번의 정보 전달을 위해 비용이 많이 수반되기 때문에 정보를 제한해 전달할 수밖에 없지만 온라인은 정보 전달에 큰 비용이 들지 않기 때문에 정보를 많이 저장하면 할수록 좋아지게 된다.

매스미디어는 소비자 접근성이 없다. 수



무료 온라인 음악 서비스가 지금의 음반 산업 불황에 아예 책임이 없다고 말할 수는 없다. 그러나 모든 책임이 무료 온라인 음악 서비스에 있다고 말하는 것도 무리다.

현재의 음반산업 불황은 다음 네 가지에 원인에 기인하고 있다는 것이 정설이다.

첫째는 전반적인 경기 침체로 인한 소비의 부진이다. 경제활동이 크게 위축되면서 사람들은 합리적인 소비를 하게 돼 음반 구입에는 예전보다 더 적은 돈을 쓰고 있는 것이다.

둘째는 컴필레이션 음반의 범람이다. 신규 앨범이 출시되도 구입하지 않고 기다리고 있으면 몇 달 지나지 않아 듣고 싶은 노래만 묶어 하나의 앨범으로 재출시되는 사례가 늘고 있는 것이다. 신규로 10개의 앨범이 출시되면 나중에 10개의 앨범 중에서 가장 히트한 곡들로만 선곡된 음반 하나만 사면 되기 때문에 굳이 특정 가수의 앨범을 구입할 이유가 없는 것이다. 이는 음반 산업의 불황이 장기화되면서 단기 이익을 고려한 음반제작자의 어쩔 수 없는 선택이라고도 할 수 있지만 결국은 음반제작자 스스로 음반 판매 감소를 자초했다고도 볼

수 있다.

셋째는 무료 온라인 음악 서비스이다. 굳이 음반을 구입하지 않더라도 인터넷에서 듣고 싶은 음악을 들을 수 있다는 점은 음반산업에 적지 않은 마이너스 영향을 주고 있다.

넷째는 고질적으로 비합리적인 음반 시장의 유통구조이다. 국내 음반시장은 선진국에 비해 30% 이상 유통비용이 높아 그만큼 소비자 가격이 높아진다. 또한 POS 시스템 등 선진 유통 시스템의 도입을 역시 낮아 정확한 수요에 의한 공급이 이루어지지 않고 있기 때문에 유통에 거품도 심각한 실정이다.

오프라인의 전근대적인 유통 체계는 소비자의 부담으로 돌아오고, 이에 불법 복제 음반이 범람하면서 이는 다시 소매상의 수익 감소로 이어지고, 결국 음반제작자의 수익률이 감소돼 신보 제작 의욕이 떨어지는 악순환이 반복되고 있는 것이다.

이밖에 음악성보다는 10대 팬들 중심의 음반 출시, 가수보다는 연예인을 양성하는 대중가요계의 풍토, 과도한 홍보비의 지출 등도 문제로 작용하고 있다. 이에 네티즌들은 웃도 입어 보고 사는 것처럼 음악도 들어보고 소비할 수 있다고 보며, 소비보다는 소장할 수 있는 음반을 출시할 것을 요구하고 있다.

이처럼 다양한 요인에 의해서 현재 음반 산업은 불황의 터널을 지나고 있다.

하지만 음반제작사는 불황의 절대적 원인을 불법 온라인 음악 스트리밍 서비스에 돌리고 가능한 모든 법적 조치를 통해 공격하고 있으며, 권리 문제를 해결하지 못한 서비스 업체들은 수세적인 입장에서 협상을 요구하는 동시에 법적 조치를 강구하고 있다.

## 디지털 음원 유통 활성화 저해의 핵심 원인

온라인 음악 시장의 활성화를 가로막는 데는 다음 두 가지 문제가 핵심 원인으로 지적된다. 온라인 음악 서비스가 음반 산업의 선순환 구조를 깨뜨리고 있다는 점과 권리 문제를 해결하지 않은 상태의 불법 서비스라는 것이다. 우선 선순환구조를 살펴보자.

음반 산업이 성장하려면 기획-제조-유통-소비에 이르는 전단계에 있어 자본의 순환이 원활해야 한다. 음반제작자가 음반을 출시하는 이유는 이를 통한 이윤의 확보에 있다. 음반제작자는 음반 출시를 위해 작곡가, 편곡가, 세션맨, 가수 등을 동원하고 음반 성공을 위한 마케팅 비용을 지불한다. 이러한 모든 활동은 소비 단계에서 자본이 환수돼야만 지속성을 담보 받을 수 있다.

그러나 무료 온라인 음악 서비스는 이 흐름을 방해한다. 온라인으로 유통되는 무료 음악은 밑 빠진 독에 물붓기이다. 자본이 환수되지 않는 음악 서비스는 제작자의 제작의욕, 창작자의 창작 의욕을 떨어뜨려 전반적인 음악 산업의 퇴보를 불러 올 수밖에 없는 것이다.

여기서 제기할 수 있는 문제는 스트리밍 음악의 소유권 문제이다. 다운로드의 완벽히 소비자의 PC로 저장돼 음악의 소유권이 이전되는 반면, 스트리밍은 들을 수만 있지 소유할 수는 없기 때문이다. 따라서 음악을 소유하지 않고 단지 듣기만 하는 데도 비용을 지불해야 하는 문제는 제기가 나올 수 있다. 들어보고 구입하는 것이 당연하다는 논리이다. 라디오를 듣다가 좋은 노래가 나오면 매장을 들러 CD를 구입한다던지, 매장에 있는 듣기 서비스를 이용해서 들어보고 구매한다던지 하는 음악

소비 형태를 살펴보면 이러한 주장도 이해가 되는 측면이 있다.

그러나 들어보는 정도의 문제는 다시 한번 생각해 봐야 한다. 라디오는 흘러가면 다시 들을 수 없고, 음반 매장에 설치된 듣기 서비스도 한정적이다. 그러나 인터넷에서 서비스되고 있는 스트리밍은 소비자가 원하는 시간에 원하는 만큼 즐길 수 있다. 정도의 차이가 크다는 것이다. 또한 컴퓨터 스피커에서 나오는 음악은 MD로 저장할 수 있으며, 최근 스트리밍 캡처 기술 또한 점차 발전하고 있어 스트리밍이 완전히 음악을 소유하지 않는 기술 형태라고 보기도 힘들어지고 있다.

소비자가 원하는 시간에, 원하는 곡을, 원하는 장소에서, 원하는 만큼 음악을 즐길 수 있는 한 음반제작사의 항의는 거세어질 수밖에 없을 것이다. 스트리밍 서비스로 음악을 즐길 수 있는 '정도'에 맞게 비용을 지불해 기획-제작-유통-소비에 이르는 순환구조가 원활히 작동할 수 있어야 한다. 여기서 현재 논란이 되고 있는 서비스의 유료 및 무료의 문제, 서비스 금액의 문제는 음원 권리와 사업자가 이용자 측면과 시장 환경을 고려해 자율적으로 결정하는 것이 타당하다고 본다.

## 순환구조와 권리 처리 문제 해결 '필수'

온라인 음악 시장의 활성화를 가로막는 두 번째 핵심적인 문제는 권리처리의 문제이다. 아마도 이 문제는 법적 문제와 결부돼 가장 핵심적인 문제라고 볼 수 있다.

현재 온라인에서 음악 서비스를 하기 위해서는 법적으로 저작권과 저작인접권을 해결해야 한다. 저작인접권은 다시 실연자와 음반제작자의 권리로 나누어진다.

따라서 온라인 음악 서비스를 위해서는 저작자, 실연자, 음반제작자 등 3자와의 권리 문제를 별도로 처리해야 한다. 저작자와는 저작물의 복제권, 공연권, 방송권, 전송권, 전시권, 배포권 등을, 실연자와는 복제권 등을, 음반제작자와는 복제권 및 배포권을 해결해야 하는 것이다.

현재 우리나라는 저작자와의 권리 문제는 한국음악저작권협회에서, 실연자와의 권리 문제는 한국예술실연자단체연합회에서 단일로 처리되고 있다. 그러나 음반제작자와의 권리 문제를 처리할 단일 단체는 없다.

올 초 문광부는 음반제작자와의 권리 처리 문제를 해결하기 위해 '한국음원제작자협회'를 설립했지만 의무가입 사항이 아니기에 주요 메이저 음반업자는 빠져있는 상태로 애초의 설립 목적을 달성하기 어려워 난항을 겪고 있는 실정이다.

주요 메이저 음반업자는 따로 '디지털음원권리자모임'을 꾸려 자율적인 권리 협상을 주장하며 '한국음원제작자협회'에 의한 단일 관리안을 반대하고 있다. 이 모임이 단일 관리안에 반대하는 가장 큰 이유는 자신들이 소유한 음원에 대한 재산권을 제3자에게 맡길 수 없다는 것이다.

따라서 현재 위 권리 삼자 중에서 해결되지 않은 권리자는 음반제작자이다. 그 중에서도 디지털음원권리자모임에 속한 주요 음반제작자들이다.

국내 음반제작자들의 음원 확보 현황을 살펴보면 정부가 지정한 한국음원제작자협회는 전체 음원의 20% 안팎을, 이들 디지털음원권리자모임이 나머지 약 80%를 가지고 있다고 추산되고 있다. 결국 스트리밍 서비스를 하기 위한 근본 전제 조건인 권리 처리 문제의 주도권을 디지털음원권리자 모임이 쥐고 있다고 봐도 무리는 아닐 것이다.

디지털음원권리자모임이 저작권자와 실연권자와 달리 권리 처리 문제를 쉽게 해결하지 못하는 이유는 '디지털 음원'이 그들의 재산권과 밀접히 연관돼 있다고 생각하기 때문이다. 우리나라 음반 제작 현실에 비추어 볼 때, 저작권자와 실연권자는 음반 출시와 함께 선급금 형태로 이미 대가를 지급받고 있다. 또한 음반이 히트할 경우 저작권자는 노래방 등으로, 실연권자는 방송 출연, CF 등으로 추가 이득이 발생한다. 그러나 음반제작사는 음반 판매에만 의존하지 않을 수 없다. 온라인 음악 스트리밍 서비스가 음반 판매를 방해한다면 음반제작사의 이익을 크게 침해하게 되는 것이다. 따라서 음반제작사들이 자신들의 허락을 받지 않은 현재의 불법 스트리밍 서비스에 대한 중지를 요구하는 것은 당연한 일일 수 있다. 또한 자신들이 스트리밍 서비스를 인정했을 때 돌아올 수 있는 적절한 수익을 요구하지 않을 수 없을 것이다.

결국 온라인 음악 스트리밍 서비스가 정상화되기 위해서는 음반제작자들의 '디지털음원'에 대한 재산권을 어느 정도 인정해 주지 않을 수 없는 것이다.

실제로 최근 법원의 판결도 이 부분을 고려했다고 해석할 수 있다. 사실 법원이 음반제작자들의 요구에 따라 빅스뮤직의 스트리밍 '서비스'까지 중단시킬 수 있는 법적 근거는 논란의 대상이다. 이유는 음반제작자의 권리는 복제권과 배포권에 한정되기 때문이다. 여기서 배포권은 현재 음원의 소유가 소비자에게 이전되지 않기 때문에 인정될 수 없는 부분으로 논외로 친다.

문제는 복제권이다. 법원은 빅스뮤직의 스트리밍 서비스가 음반제작자의 복제권을 침해했다고 인정했다. 음원을 서버에 고정시킨 행위의 경우 복제행위에 해당하는데



빅스는 이를 음반제작자들에게 허락을 받지 않고 자신들의 서버에 복제했기 때문에 복제권을 침해했다는 것이다.

하지만 음반제작자가 보호받을 권리는 여기까지이다. 이에 반해 이번 법원의 판결은 빅스뮤직의 스트리밍 서비스까지 금지시켰다. 스트리밍 서비스는 전송에 해당하는 것으로, 전송권은 저작권자에게 있지 음반제작자의 권리는 아니기 때문에 논란의 여지가 있는 것이다. 그럼에도 불구하고 법원이 빅스의 스트리밍 서비스까지 금지시킨 것은 그로 인해 음반제작사의 '재산권'이 침해된다고 해석했기 때문으로 보인다. 즉 음반제작사의 복제권을 보호한다는 법의 취지는 그들의 '재산권'을 보호해 준다는 의미이기 때문에 서비스를 금지시키지 않고는 취지를 살릴 수 없다는 판단을 내린 것으로 봐야 한다.

### 디지털 음원 유통 활성화를 위한 해법

미국 음반제작자들도 녹음물의 방송이나 기타 공연에 대해 이용허락을 하거나 보상을 받을 권리를 행사하지 못했으나 1995년 법개정(DPRA, the Digital Performance Right in Sound Recordings Act)에서 '디지털 오디오 전송 방식에 의한 저작물의 공연권(the right to perform the copyright work publicly by means of a digital audio transmission)'을 갖게 됐다는 점을 참고할 필요가 있다. 이 법을 통해 미국의 음반제작사는 디지털 방식에 의한 음원의 전송권을 갖게 된 것이다.

미국법은 디지털음원의 전송권을 갖게 된 음반제작사의 과도한 지위 남용을 막기 위해 법정허락제도, 강제허락제도 등을 두었으며 특히 음원을 통해 사업을 하려는 사용자와의 권리처리 문제를 해결하기 위해 '저작권사용료중재패널(CARP, the Copyright Arbitration Royalty Panel)'을 운영하고 있다. 우리나라를 대입시켜 본다면, 디지털 음원 권리와 디지털 음원을 활용해 사업을 하려는 사업자는 자발적인 협상으로 권리 처리 문제를 해소해야 하며, 그렇지 않을 경우 법의 의해 '저작권사용료중재패널'이 정하는 사용료율 등의 권리 처리 해결 방안을 따라야 하는 것이다.

물론 패널의 조정안에 불복하고 다시 양자가 협상을 재개할 수도 있다. 그러나 결과가 어찌돼든 미국에서는 법으로 권리처리 문제를 해결하기 위한 조건을 만들어 놓고 있다는 것이다. 이에 반해 우리나라에서는 아직 온라인으로 유통되는 '디지털 음원'에 대한 권리처리 방안이 법적, 제도적으로 갖춰지지 않고 있어 문제 해결을 어렵게 하고 있는 것만은 분명하다. '디지털 음원'에 대한 법적인 처리 기준이 없기 때문에 기존 법을 서로 자기에게 유리한 대로 해석하거나 이용하는 아전인수만 되풀이되고는 실정인 것이다.

온라인 음악 스트리밍 서비스가 활성화되기 위해서는 앞서 말한 바와 같이 권리처리 문제가 가장 우선이다. 이 문제가 해결되지 않으면 음악 사이트는 불법 음원이 판치는 무법지대가 되기 때문이다. 권리처리 문제의 해결은 다만 스트리밍 서비스에 국한되지 않는다. 오히려 지금은 시작이라고 봐야 한다. IT 기술은 한 순간도 발전을 멈추지 않을 것이며, 앞으로 음악을 즐길

수 있는 보다 저렴하고 편리한 방법은 계속 등장할 것이다.

권리 처리 문제의 원활한 해결을 위해서는 음반제작사의 재산권을 인정해 '디지털 음원'에 대한 '전송권' 부여를 고려해야 한다. 다만 권리자가 지위를 남용하는 것을 방지하는 장치는 해 두어야 할 것이다.

또한 현재 온라인 스트리밍 서비스가 현행 저작권법에 저촉된다고 해서 무작정 서비스를 중단시키는 것도 바람직하지 않다. 근본적인 해결책이 없는 상태에서 기존 법에 의지해 이리저리 쫓고 쫓기는 권리와 사업자의 '잡기 장난'에 소비자들은 피곤함만 더해진다. 이 지점이 정부가 나서야 할 대목이다.

소비자들의 음악 향유권을 놓고 아직 질서가 없는 새로운 시장을 선점하기 위한 권리와 사용자간의 지금의 파국 국면에 대해 정부는 서둘러 양자가 타협할 수 있는 환경 조성에 적극적으로 나서야 할 것이다. 환경을 조성하려는 노력보다 정부가 성급히 '타협안'을 내놓는 것은 자칫 시장 개입이 돼 논란의 불씨를 키울 수 있다. 그렇다고 '불법'을 이유로 디지털 음원 유통 시장을 위축시켜서도 곤란하다.

모든 문제는 아직 새로운 질서가 마련되지 않았다는 것에 있다. 문제 해결의 실마리는 소비자에게 있으며, 해결의 주체는 이제 정부의 몫이다. 디지털 음원의 권리자도 음원을 활용해 사업을 하려는 사용자도 소비자의 음악 향유권을 볼모로 자신들의 잇속을 챙길 권리는 없다. 또한 정부도 기존 법만 바라보고 팔짱끼고 있을 때가 아니다.

우리에게는 세계가 부러워하는 IT 인프라가 있다. 여기에 디지털 콘텐츠만 없으면 된다. 음악콘텐츠는 이미 얹혀져 있고, 흐르고 있다. 흐르는 물을 막을 수는 없다. 🇰🇷