

## 웹 2.0과 저작권

서울북부지방법원 | 윤종수

### 1. 들어가는 말

팀 오라일리(Tim O'Reilly)<sup>1)</sup>가 2003년경 웹 2.0이라는 용어를 처음 사용할 때도 그랬지만 아직도 웹 2.0의 의미와 그 개념적 가치에 대해서는 논란이 분분하다. 애초에 웹 2.0이라는 용어자체가 닷컴 시대의 버블 붕괴에서 살아남은 웹 사이트에서 관찰되는 공통점들을 추출하여 서술<sup>2)</sup>한 것을 가지고 역으로 웹 2.0이라는 다소 수사적인 표현을 만들어 낸 것으로 알려진 만큼, 개념적으로 모호하다거나 단순한 트렌드(trend) 내지 마케팅 용어에 불과하다는 비판도 어느 정도 이해할만 하다. 그러나 웹 2.0이라는 용어에서 굳이 학문적인 완결성이나 개념상 명백한 경계를 찾을 필요는 없다. 그 탄생 경위처럼 웹 비즈니스와 웹 문화의 일정한 흐름과 그곳에서 나타나는 다양한 힌트들을 하나의 맥락으로 정리해 주어 다소 어지럽기까지 한 디지털 시대의 시스템적 변화를 좀 더 체계적으로 이해하는데 기여할 수 있다면 그것으로 충분한 역할을 하고 있다고 본다.

웹 비즈니스는 기본적으로 데이터 또는 콘텐츠<sup>3)</sup>와 관련되어 있다. 웹의 출발이 결국 새로운 정보전달의 수단에서 있었던 만큼 웹 비즈니스는 웹을 이용한 정보의 생산, 유통, 이용에서 다양한 직·간접 수익을

얻어내는 것이라 할 수 있다. 따라서 웹 비즈니스 또는 웹 서비스의 변화된 양상을 일컫는 웹 2.0에서 주의 깊게 살펴보아야 할 부분은 데이터나 콘텐츠가 어떻게 다루어지고 있는가이다. 이런 점에서 “웹 2.0 = 데이터 2.0 + 어플리케이션 2.0”이라는 비유<sup>4)</sup>는 아주 적절한 표현이다. 결국 다루어지는 데이터나 콘텐츠에 생긴 변화가 무엇인지, 이를 다루는 방법인 어플리케이션이 어떻게 달라졌는지가 웹 2.0의 내용을 이루는 모든 것이라 할 수 있다. 따라서 법률가의 입장에서 그러한 변화가 콘텐츠의 생산, 유통, 이용에 있어 기존의 법률관계에 어떠한 변화를 줄지에 대해서 주목하지 않을 수 없다. 인터넷 시대에 들어와 기존의 법적 시스템이 여러 방향에서 새로운 도전을 받고 있는 것은 이미 많이 알려진 사실이다. 지금도 기존의 법체계가 인터넷이라는 새로운 질서에 어떻게 대응하고 그 안에서 일어나는 문제들을 적절하게 해결할 수 있는지에 대해서 많은 고민과 연구가 이루어지고 있다. 웹 2.0과 관련하여 자주 거론되고 있는 법적 이슈는 저작권이다. 창작적 표현물인 콘텐츠에 관한 기본법이 저작권법이기 때문이다. 이 글에서 살펴보고자 하는 것도 웹 2.0에서의 변화가 기존의 저작권시스템과 어떤 관련을 맺고 있고 어떤 영향을 주고받는지에 관한 것이다. 그와 함께 웹 2.0에서 새로이 부각되는 콘텐츠를 둘러싼 이해관계의 충돌을 어떻게 법적으로 규율할 수 있는지 살펴봄으로써 웹 2.0의 진정한 의미를 확인하고자 한다.

### 2. 현행 저작권법의 개요

저작권법은 제2조 제1호에서 저작물을 ‘인간의 사상 또는 감정을 표현한 창작물’로 정의하고 있다. 저작권법은 어떤 창작물<sup>4)</sup>이 위와 같은 저작물에 해당하는 한 특정한 방식이나 절차 없이 창작자에게 저작물에 대한 독점적 권리를 부여한다. 저작권에는 기타 재

1) O'Reilly Media의 창업자이자 free software와 open source 운동의 지지자이다.

2) 팀 오라일리는 웹 2.0의 특징을 플랫폼으로서의 웹, 집단 지능, 리치 유저, 단일 디바이스를 넘는 소프트웨어, 가벼운 프로그래밍 모델, 소프트웨어 발표 주기의 종말, 원동력이 되는 데이터로 표현한 바있다. [1] 참조.

3) 인간의 지적활동을 통해서 얻어진 무형적 성과물을 포괄하여 정보라고 표현한다면 그 안에는 그 자체의 개별적 가치를 평가하기 어려운 단순 사실로서의 데이터에서부터 저작권법에서 말하는 창작의 가치를 가진 표현물로서의 저작물뿐만 아니라 아이디어, 사상, 지식 등 다양한 형태의 지적생성물이 포함된다. 콘텐츠는 보통 미디어적인 관점에서의 정보를 표현할 때 사용된다. 이 글에서는 웹에서 다루어지는 정보를 일컬음에 있어 사안에 따라서 데이터, 콘텐츠, 저작물을 혼용하고 있는데 저작권과 관련된 부분에 있어서는 저작물로서의 정보를 의미한다.

4) 여기서 요구하는 창작성은 고도의 새로운 것을 요구하기보다는 남의 것을 베끼지 않았다는 정도로 이해하면 족하다.

산권들과 유사한 저작재산권<sup>5)</sup>과 저작물에 대한 창작자의 인격적 이익을 보호하는 저작인격권<sup>6)</sup>이 있다. 저작물의 관리에 관한 문제들은 대부분 저작재산권과 관련되어 있다. 보통 저작자가 스스로 저작물을 이용하여 경제적 이익을 얻는 것이 쉽지 않기 때문에 저작권은 자신이 보유한 채 전문적인 사업자에게 저작물의 이용을 허락하고 그 이용대가만을 취득하여 경제적 이익을 얻는 것이 일반적인 저작권 이용형태이다. 저작권법은 “저작재산권자는 다른 사람에게 그 저작물의 이용을 허락할 수 있다”(제42조 제1항)라고 하여 저작물의 이용허락 즉 라이선스(license)를 규정하고 있다. 이용허락(license)은 저작재산권자가 타인에게 저작물의 이용을 허락한다는 의사표시로서 결국 저작권자와 이용자의 계약이다. 따라서 이용허락을 받은 이용자는 이용허락계약에서 정해진 이용방법 및 조건의 범위 안에서 그 저작물을 이용할 수 있는 권리를 취득하게 된다.

정리하면 현행 저작권법에 의한 저작권의 보호는 ① 저작물의 창작자에게 저작물의 이용에 관한 배타적인 모든 권리를 일률적으로 부여하고, ② 그 저작물을 다른 사람이 이용하기 위해서는 저작권자의 허락을 필요로 하며, ③ 그러한 허락을 얻지 않고 이용하는 행위를 위법으로 규정하고, ④ 이에 대한 방어적 권리를 저작권자에게 부여하는 것으로 정리된다.

### 3. 웹 2.0에서의 저작권

#### 3.1 플랫폼으로서의 웹

웹 2.0의 핵심적인 키워드 중 하나는 플랫폼으로서의 웹이다. 플랫폼으로서의 웹은 웹이 어플리케이션을 제공하는 하나의 완전한 플랫폼<sup>3)</sup>이 되는 것을 말한다. 마치 데스크탑 컴퓨터에서 응용프로그램이 돌아가는 OS와 같은 역할을 웹이 하게 되고, 웹상에서 어플리케이션이 바로 실행되어 서비스로서 이용자에게 제공된다. 웹이 플랫폼이 되고 그 위에서 어플리케이션이 실행되어 서비스가 제공될 때 콘텐츠의 생산, 저장, 관리가 이루어지는데, 웹 2.0이 예전 모델과 구별되

5) 저작물을 자신의 재산으로서 지배할 수 있는 권리들이라 할 수 있는데, 복제권, 공연권, 공중송신권, 전시권, 배포권, 대여권, 2차적저작물작성권 등 여러 권리들의 패키지이다. 이처럼 하나의 포괄적 권리가 아니라 개개 권리들의 집합이라는 점에서 일반적인 소유권과 구별된다.

6) 자신의 저작물을 세상에 공표할지 여부를 결정하는 공표권, 저작물에 자신의 이름을 표시할 수 있는 성명표시권, 저작물의 변경을 허용할지에 관한 동일성유지권이 이에 속한다. 저작물이 단순한 재산으로서 뿐만 아니라 창작자의 인격적 표현이라는 관점에서 인정되는 저작권의 독특한 특징이다.

는 이유는 바로 이 콘텐츠와 이용자들의 관계에 있다.

웹 2.0 이전의 웹사이트-웹 1.0 또는 웹 1.5로 불리어지곤 한다-의 콘텐츠 정책은 흔히 생각할 수 있는 전통적 범주 내에서 벗어나지 못하였다. 즉 웹사이트 운영자에 의한 콘텐츠의 수집, 생산, 구축과 이에 대한 폐쇄적인 관리였으며 고객은 콘텐츠의 단순 이용자 내지 소비자에 불과하였다. 그러나 웹 2.0의 이용자는 서비스의 수동적인 수용자에 그치는 것이 아니라 제공된 서비스를 이용해서 콘텐츠를 생산하고 다시 이를 소비하는 능동적인 주체로 변신한다. 운영자는 서비스만 제공하고 콘텐츠는 이용자들이 모두 만들어 내거나 운영자가 제공한 기본 콘텐츠를 이용자들이 재가공하고 새로운 콘텐츠를 더하는 형태가 기본적 구조가 되었다. 팀 오라일리는 이를 일컬어 “참여의 아키텍처(Architecture of Participation)”라고 불렀다. 참여의 아키텍처는 참여 자체가 가치를 만들어내는 구조로서, 댄 브릭클린(Dan Bricklin)<sup>7)</sup>이 분류한 데이터베이스 구축방법 중 가장 진보한 형태이다. 즉 임금을 받고 고용된 인력이나 자원봉사자에 의한 데이터베이스의 구축이 아니라, 자발적인 이용자들의 개인적이고 이기적인 활동의 부산물로 자연스럽게 콘텐츠가 축적되어 간다.<sup>8)</sup>

#### 3.2 웹 2.0의 콘텐츠 비즈니스

웹 2.0 이전 세대의 웹 비즈니스 모델은 대부분 콘텐츠를 독점적, 배타적으로 관리하고 개별적인 계약에 의하여 콘텐츠를 제공함으로써 수입을 얻는 것이었다. 따라서 웹 사이트들의 목표는 대규모 투자를 통해 남들이 갖지 못한 독자적인 콘텐츠를 확보함으로써 다른 사이트와 차별성을 갖는데 있었다. 웹 2.0 세대의 웹 비즈니스의 목표도 남들과 구별되는 데이터의 확보에 있는 점은 마찬가지이다. 그러나 이를 어떻게 확보하고 어떻게 관리하는가에 이르러서는 전혀 다른 양상을 보인다.

웹 2.0 비즈니스 모델의 핵심적인 키워드는 두 가지라 할 수 있다. 하나는 예일대 로스쿨의 요카이 벵클러(Yochai Benkler) 교수가 말한 ‘공유에 기초한 개인생산(Common Based Peer Production)’<sup>[4]</sup>에 잘 나타난다. ‘peer’의 사전적인 의미는 나이나 지위가 동등한 사람, 동료 등을 일컫는 것인데, 어떤 특별한 계층적

7) Bob Frankston과 함께 VisiCalc spreadsheet program을 공동으로 개발하였으며 Software Garden, Inc의 창업자이자 Trellic Corporation의 대표이다. 현재 웹에서 돌아가는 헵터 스프레드쉬트인 wikiCalc를 개발중이다. [12]에서 인용

8) 북마크 공유사이트인 딜리셔스(<http://del.icio.us>), 사진 사이트인 플리커(<http://www.flickr.com>) 등이 그 좋은 예이다.

구조와 연관 지어 생각하지 않은 대등한 지위에 속한 각각의 개인, 예를 들어 UCC(User Created Contents)에서 말하는 User나 우리가 흔히 네티즌이라고 칭하는 이용자들, 앨빈 토플러가 말한 프로슈머[5] 등이 여기에 해당한다. 웹 2.0의 대표주자인 구글(Google)의 경우를 보자. 구글 검색의 핵심적인 개념은 특정사이트로 이어진 링크의 수와 그 링크를 담고 있는 사이트에 연결된 링크의 수 모두를 고려하는 알고리즘인 페이지랭크(pagerank)이다[6]. 페이지랭크는 다른 말로 하면 콘텐츠에 대하여 이용자들이 평가한 랭킹인 셈이다. 백링크가 많다는 것은 그만큼 많은 사람들이 그 페이지를 높게 평가하고 이를 인용하고 있다는 의미이기 때문이다. 비록 구글 검색의 핵심적인 알고리즘의 개발을 위해서는 천재적인 수학지식이 필요할지는 몰라도 그 기본개념은 Peer Production에 기초를 두고 있는 셈이다.

웹 2.0 비즈니스 모델의 두 번째 핵심 키워드는 콘텐츠의 개방이다. 즉 콘텐츠 비즈니스임에도 불구하고 콘텐츠의 배타적인 관리를 하지 않는다. 설사 운영자가 생산한 콘텐츠라 하더라도 그로부터의 1차적인 직접수입은 포기하고 이를 자유로운 공유상태에 두는 대신 배타적인 관리비용을 절감하고 프로모션 효과나 부대적인 사업을 통해서 수입을 얻는 이른바 Loss Leader의 전략<sup>9)</sup>이 그 예이다. 운영자가 아닌 이용자가 만들어낸 콘텐츠의 경우에는 말할 필요가 없다. 웹 사이트 운영자는 이용자에게 일정한 공간을 허용하고 그 대신 이용자가 올린 콘텐츠에 대하여 일정한 권리<sup>10)</sup>를 갖게 되지만 콘텐츠에 대한 배타적이고 독점적인 권리는 여전히 이용자에게 있다. 따라서 운영자의 입장에서는 콘텐츠의 배타적인 관리보다는 자연스럽게 콘텐츠의 자유로운 유통과 재생산을 통해 좀 더 풍부한 데이터베이스가 구축되어 주목받는 길을 택하게 된다. 이러한 비즈니스의 새로운 경향과 생산방식의 변화는 이른바 Sharing Economy<sup>11)</sup>라는 용어로 압축된다. Sharing Economy가 기존 경제에 미치는 영향, 특히 정보산업에 미치는 영향은 작지 않은데, 기

9) 해커이자 오픈소스 운동의 이론가인 Eric Raymond가 오픈소스 소프트웨어의 수익모델 중 하나로 제시한 것으로, 어느 한 부분의 수익을 포기하는 대신 다른 부분의 수익을 촉진시키는 전략이다. 그 밖에 tools, 호스팅서비스, 커뮤니티사이트 등의 제공을 통해 수익을 올리는 'Sell Service' 전략, 콘텐츠는 공짜로 제공하는 대신 플랫폼을 통해 수익을 올리는 'Free the Content, Sell the Platform' 전략, 이용자에 의한 참여를 통해 상품의 질을 올리는 'Sell the Basic Product, Let Users Enhance It' 전략 등이 있다. [7] 참조

10) 이에 관하여는 뒤에서 자세히 후술한다.

11) 이에 반대되는 개념으로는 permissive economy가 있다.

존의 기업에 새로운 기회를 제공할 수 있음은 물론 기존의 산업구조를 변경시키는 계기를 마련한다. 즉 기성 상품보다는 서비스나 도구를, 개개의 콘텐츠보다는 플랫폼을 공급하는 웹 2.0 기업이 두각을 나타내게 된다. 이와 같은 변화가 가능해진 것은 컴퓨터의 대량 보급과 디지털 기술의 발달로 디지털 미디어로의 복사와 이를 통한 전송 비용이 거의 제로에 가까워지고, 인터넷이라는 네트워크 덕분에 저렴한 디지털 미디어와 스토리지에 대한 자유로운 접근이 가능해졌으므로, 콘텐츠의 폐쇄적 관리와 홍보에 드는 비용을 줄이고 대신 콘텐츠의 자유로운 유통과 더불어 차별적인 서비스와 플랫폼의 제공으로 수입을 얻는 것이 더 효율적이 되었기 때문이다.

### 3.3 저작권 운영의 변화와 새로운 시스템의 모색

#### 3.3.1 전통적 저작권시스템의 문제

웹 2.0 이전의 비즈니스 모델에는 앞서 살펴본 전통적 저작권시스템이 잘 어울린다. 물론 인터넷 시대에서 그 실효성이나 경제성에 있어서 많은 의문이 제기되고는 있지만, 배타적이고 일률적인 권리의 부여와 개개의 계약에 의한 예외적인 이용허락은 그러한 비즈니스 모델의 요구에 부합하기 때문이다. 그러나 웹 2.0 비즈니스에서는 이와 같은 전통적 저작권시스템이 제대로 작동하기 어렵다. 웹 2.0과 그 이전 모델의 기본적인 차이점은 콘텐츠의 저작권자와 이를 활용하는 사업자가 분리된다는데 있다. 웹 2.0 사이트에 업로드 되는 대부분 콘텐츠의 저작권자는 앞서 말한 '능동적 이용자'들에게 있는데, 그들의 입장에서는 자신이 만들어낸 콘텐츠에 모든 저작권을 행사할 절실한 이유가 없다. 애초에 콘텐츠를 생산하고 업로드 한 우선적인 목적이 비즈니스에 있었다기보다는 이른바 자연스러운 참여에 의한 결과로 만들어진 것이기 때문이다. 또한 사업자는 콘텐츠에 대한 완전한 저작권을 갖지 못하므로 배타적인 권리의 행사가 아닌 부대적인 수익활동으로 비즈니스를 영위할 수밖에 없다. 따라서 어느 누구도 종래의 저작권 행사의 기본적인 모습이었다던 모든 권리의 유보, 즉 'All Rights Reserved'에 집착하지 않는 새로운 환경이 만들어진 셈이다. 그러나 전통적 저작권시스템은 이러한 상황을 적절하게 규율해주지 못한다. 그 시스템은 태생적으로 빅헤드(Big Heads)인 소수 권리자의 독점적인 권리행사와 그의 경제적 이익을 보장하여 주기 위해 고안된 것이었으므로, 이와 같은 개개의 수많은 소규모 창작자들인 롱테일(Long Tails)[8]의 유연한 의사를 표시해주고 관련 당사자들의 이해관계를 효율적으로 조정해

줄 메커니즘을 갖지 못하였기 때문이다. 특히 웹 2.0 시대의 콘텐츠 생산자들은 생산자이자 소비자로서 그 상호작용을 통해 사회적 네트워크를 형성해 나가는 것을 중요한 목표로 생각하고 있다. 따라서 콘텐츠의 단순한 이용에 그치지 않고 자유롭게 이를 변형하고 리믹스와 조합을 통해 새로운 콘텐츠를 만들어 내고자 한다. 그러나 특히 대륙법계에서 발달하여온 이른바 저작인격권으로서의 동일성유지권이나 2차적저작물 작성권에 대한 강력한 행사와 같이 타인의 저작물을 변형하는 것을 엄격하게 규제하는 현행 저작권법의 경직된 대응은 이에 대한 적절한 대처를 어렵게 하고 있다.<sup>12)</sup>

### 3.3.2 새로운 저작권 관리시스템의 필요성

웹 2.0에서 전통적 저작권시스템의 경직성은 현행법의 무방식주의에 많이 기인하고 있다. 현행법은 아무런 절차나 방식을 요구하지 않고 모든 저작물에 일률적으로 동일한 권리를 부과하기 때문에 다양한 저작자의 의사를 표시해서 운영하기가 사실상 어렵다. 이와 달리 방식주의 하에서는 저작권자가 보호를 받기 원하는 저작물의 경우 등록 등의 일정한 절차를 밟을 것을 요구하게 되므로 그 단계에서 자연스럽게 그러한 절차를 밟지 않아 자유로운 이용이 가능하게 된 콘텐츠들이 쉽게 확보될 수 있다. 그러나 무방식주의는 저작권법의 기본조약이라 할 수 있는 배른 협약에서 정해진 원칙이고 대부분의 국가들이 이를 채택하고 있는 이상 방식주의로의 법 개정은 쉽게 기대하기 어렵다. 따라서 무방식주의를 전제로 하되 저작자가 자신의 의사를 적절하게 표시할 수 있는 다른 수단에 대하여 생각해 볼 필요가 있다. 현행 저작권법 체계와 모순되지 않으면서 저작권자의 의사를 좀 더 간편하게 표시할 수 있는 체계적인 시스템이 마련되어야 하는데 이런 시스템을 통칭하여 ‘자유 라이선스’라고 부른다.

FSF(Free Soft Foundation)의 GPL(GNU General Public License)<sup>13)</sup>로부터 많은 영향을 받아 저작권분야에서

- 12) 인격권을 따로 규정하고 있지 않은 미국의 경우 공정이용(fair use)의 첫 번째 요소인 이용의 목적을 고려함에 있어 원저작물 그대로 복제하는 것보다 변형하여 새로운 것을 만들어 내는 것을 공정이용을 인정하는데 유리한 것으로 판단하고 있다. 따라서 원작품을 풍자하거나 익살스럽게 하기 위하여 원작품을 변형하는 패러디의 경우 훨씬 용이하게 공정이용으로 포섭될 수 있다.
- 13) 미국의 리처드 스톨만이 1989년 고안한 컴퓨터프로그램의 자유라이선스이다. 크게 다음과 같은 네 가지 내용을 기본으로 하고 있다.
- ① 컴퓨터프로그램을 어떤 목적으로든지 사용가능하다.
  - ② 컴퓨터프로그램의 소스코드를 자유롭게 복제, 배포할 수 있다.

나타난 최초의 자유 라이선스가 바로 2002년 미국에서 시작된 CCL(Creative Commons License)<sup>14)</sup>이다.<sup>15)</sup> CCL은 저작물에 대한 모든 이의 이용을 허락하되 예외적인 조건을 달아 그 조건만은 준수하게 하는 내용인데, 그 조건으로 적용될 수 있는 것이 저작자표시, 비영리, 변경금지, 동일조건변경허락의 네 가지이다. 이용자는 그중 권리가자 골라 적용한 조건을 준수함으로써 창작물을 자유롭게 사용할 수 있게 된다. 결국 CCL은 저작물에 대한 권리관계를 명확히 함과 동시에 최소한의 조건하에 자유로운 이용이 가능한 콘텐츠들을 확보할 수 있게 함으로써 웹 2.0 서비스의 콘텐츠 관리에 적절한 법적 지원을 한다. 애초에 CCL이 등장하게 된 것도 단순한 저작권법상의 라이선스로서가 아니라 자유로운 활용이 가능한 저작물의 확대와 리믹스를 통한 새로운 창작문화를 만들어 내는데 있었던 만큼 CCL이야말로 웹 2.0의 본질을 가장 잘 나타내는 사례라 할 수 있다.

### 3.3.3 집단지성과 저작권

웹 2.0의 대표적 특성 중 하나인 집단지성(Collective Intelligence)은 ‘공유에 기초한 개인생산(Common Based Peer Production)’의 또 다른 표현이다. 집단지성을 가장 극단적으로, 그리고 가장 성공적으로 보여주는 사례가 위키피디아[12]이다. 이른바 집단지성에 의한 백과사전인데, 위키피디아가 다른 일반 웹사이트와 구별되는 이유는 위키 사이트라는데 있다. 위키로 만들어진 웹사이트는 아주 간단한 마크업(markup)언어를 사용해서 하이퍼링크(hyperlink)로 연결되는 새

③ 컴퓨터프로그램을 자유롭게 개작 또는 2차적 저작물을 만들 수 있다.

④ 개작된 컴퓨터 프로그램 또는 2차적 저작물에도 GPL을 적용하여야 한다. 자세한 내용은 [9] 참조

14) CCL에 대한 구체적인 개념 및 이용방법에 대한 안내는 줄저인 “저작물의 공유와 과제”(『정보법학』 제10권 1호, 2006)에서 이미 상술한 바 있으므로 이 글에서는 생략하기로 한다. 위 글은 [10]에서 다운받을 수 있다.

15) 저작물에 관한 자유 라이선스로는 Creative Commons License 외에도 몇 가지가 더 있다. 국내에서는 정보공유연대에서 만든 정보공유라이선스(www.freeuse.or.kr), GPL의 문서에 관한 자유 라이선스로 위키피디아에서 사용되고 있는 FDL(Free Document License[11]) 등을 찾아 볼 수 있다. 몇 가지 부분에서는 차이가 있지만 자유 라이선스로서의 공통된 특성은 기본적으로 저작물에 대한 모든 이의 자유로운 이용을 허락하되 몇 가지 조건을 부과하는 형태이고, 전통적인 이용허락과는 달리 개개의 계약이 아니라 저작자가 저작물에 위 라이선스 조항을 부착하면 이용자들은 저작물에 첨부된 이용허락계약을 확인한 후 저작물을 이용함으로써 저작자와 이용자 사이에 그와 같은 내용의 이용허락계약이 체결된 것으로 간주되는 방식을 채택하고 있다는 점이다.

로운 웹 페이지를 쉽게 만들어내고 내용을 채워갈 수 있는 것을 말한다. 하지만 다른 웹사이트와 구별되는 가장 본질적인 부분은 누구나 모든 게시물을 자유롭게 편집할 수 있다는 데 있다. 따라서 위키피디아에의 참여는 일종의 익명에 의한 기부(寄附)라 할 수 있다. 많은 노력을 기울여 수년, 수십 년에 걸쳐 취득한 정보·지식을 모두에게 공개하면서 자신의 배타적인 권리를 주장할 수 없고 심지어 자신의 이름까지도 알리기 어렵다. 게다가 자신이 공들여 올린 정보를 다른 이가 마음대로 수정할 수도 있다. 이는 기존의 저작권 시스템에서 보면 도저히 일어날 수 없는, 이해하기 힘든 사례이다. 그러나 현재 영어로 된 위키피디아에는 1,986,741개의 항목이 올라가 있고, 한국어 위키백과에도 41,941개의 항목[13]이 수록되어 있는 등 예상보다 훨씬 성공적인 결과를 얻고 있다. 원론적인 정보공유의 대표적 사례로서의 위키피디아의 성공은 사실 지식이라는 정보가 음악이나 미술 등 독창적인 예술적 표현물로서의 다른 저작물과 달리 좀 더 공유 정신에 친할 수 있기 때문이기도 하다. 지식은 저작권의 대상인 표현 그 자체가 아니라 그 안에 있는 아이디어가 의미를 갖는 것이므로<sup>16)</sup> 표현 자체에 독점적인 권리의 필요성이 적다. 또한 현대 정보사회에서는 지식 그 자체보다는 그것을 종합·활용하여 새로운 가치를 만들어 낼 수 있는 능력이 더 평가받기 때문에 자신의 지식을 기꺼이 나누고 타인의 지식에 접근하여 폭을 넓히고자 하는 동기가 충분하다. 지식이 디지털화 되고 검색이라는 강력한 무기가 모든 이에게 주어진 이상 지식 자체를 애써 부동켜안고 있는 것은 어리석은 일이고 오히려 접근할 수 있는 지식의 양을 늘리는 게 서로에게 유리하다는 의미이다. 그럼에도 기존의 저작권 시스템은 표현물에 대한 강력한 저작권의 행사로 실질적으로 그 안에 내포된 아이디어에의 접근까지도 막아버림으로써 이와 역행되는 결과를 초래하였다는 비난을 받고 있다. 위키피디아는 정보지식사회에서 진화된 모습이 무엇인지 극적으로 보여 주는 웹 2.0의 좋은 예라고 할 수 있다.

### 3.4 웹 2.0의 콘텐츠와 이해관계의 충돌

#### 3.4.1 수익배분의 문제

웹 2.0에서 새로운 비즈니스 모델이 성공을 거두면

16) 저작권의 보호가 표현에만 미치고 그 소재가 되는 아이디어에는 미치지 않는다는 아이디어·표현 이분법(Idea Expression Dichotomy)은 그 경계를 구분하기는 쉽지 않지만 저작권에 의한 사인의 독점으로부터 표현과 사상의 자유를 보호하기 중요한 이론적 버팀목이다.

서, 콘텐츠 저작권자와 사업자 사이의 이해관계를 어떻게 조정해야 되는지가 새로운 이슈로 부각되고 있다. 현재 대부분 웹사이트의 경우 약관을 살펴보면, 자신의 사이트에 업로드 된 이용자의 콘텐츠에 대한 저작권이 창작자에게 있음을 전제로 하면서도 사업자의 콘텐츠 이용권한에 대해서는 명확한 표시를 하지 않거나 상당히 포괄적이고 광범위한 권한을 유보하고 있다. 상당수는 콘텐츠에 대한 자유로운 수정뿐만 아니라 그 내부이용을 넘어서 외부 업체에 대한 상업적 공급까지 자신들의 권한으로 정하고 있는 실정이다.<sup>17)</sup> 그러나 그로 인한 수익의 배분에 대해서는 아무런 정함이 없다. 법률적으로 약관에 대해서는 그 특성상 일반적인 계약조항보다는 더욱더 엄격한 해석을 통해 규제를 가하고 있지도 하지만 그와 같은 웹사이트들의 정책은 그 공정성이나 실제 저작자들의 의사 부합여부에 있어 의문이 제기될 수밖에 없다. 법적인 효력여부를 떠나서 자신의 콘텐츠를 올려 놓는 조그만 공간을 제공받은 대가로 영리적 이익취득을 포함한 거의 모든 권리를 부여해버린다는 것은 설득력이 부족하기 때문이다.

아직까지는 이러한 약관이나 이용조건에 대해 본격적인 법적 다툼이 이루어지지 않고 있지만 웹 비즈니스로 인한 수익이 점차 증가되고 이용자들의 권리 의식이 높아지면서 수익배분에 대한 본격적인 논의가 시작되고 있으며 이를 실질적으로 실현한 사업모델도 등장하고 있다. 이러한 상황 하에서 미국의 동영상 UCC 사이트인 Revver[14]의 정책은 많은 시사점을 준다. 이곳은 콘텐츠에 대한 권리관계를 “Don't sign your life away”라는 상징적인 제목 하에 다음과 같이 밝히고 있다.

“이용자들은 자신의 비디오에 대한 모든 권리를 갖는다. 레버는 이용자가 선택한 유통채널을 통해서만 비디오를 호스팅하고 공유한다. 레버는 네트워크에 올리기 위하여 트랜스코딩 하는 경우와 광고를 첨부하는 경우 외에는 이용자의 동영상을 절대로 편집하거나 수정하지 않는다. 레버는 광고로 얻어진 수익을 저작자 및 이를 다시 배포하는데 기여한 자와 함께 나눈다. 이것이 레버가 하는 유일한 영리행위이다.”

17) 예를 들어 대표적 UCC 동영상 사이트인 유튜브(Youtube)의 경우 유튜브에 업로드된 콘텐츠에 대해서 “유튜브 사이트에서 뿐만 아니라 어떤 미디어포맷이나 채널을 포함한 모든 비즈니스에서 유저의 동영상을 이용, 복제, 배포, 전시, 공연하거나 2차적 저작물을 작성할 수 있는 라이선스를 무상으로 취득한다. 위 라이선스는 전세계적으로 효력이 미치며, 제3자에게 대한 재라이선스나 양도가 가능하다”고 규정하고 있다.

이처럼 간단명료한 이용조건하에 레버에 올라오는 모든 동영상에는 CCL이 적용되어 저작권자가 자신의 저작물에 대한 처분을 명확히 하도록 하고 있다. 그리고 동영상은 URL 복사나 임베딩을 위한 코드복사 등의 형태뿐만 아니라 동영상 원본 자체를 다운받을 수 있게 하여 다른 곳으로 자유로이 배포될 수 있도록 하고 있다. 그러면서 그 이용을 통해서 얻어지는 광고 수익은 저작권자 및 그 저작물의 확산에 기여한 배포자와 함께 나눈다.<sup>18)</sup> 물론 아직 광고 외에 전통적인 시장에서 추구해왔던 상품의 가치에 대한 정확한 대가의 지급이라는 원칙을 구현할 시스템은 찾기 힘들고 광고수익의 배분도 기술적으로 해결해야 할 부분이 많은 것이 사실이다. 하지만 무엇보다도 콘텐츠에 대한 권리관계의 명확성을 확보하는 일이 시급하다. 즉 권리자가 자신의 권리를 명확하게, 그리고 공정하게 처분할 수 있는 시스템이다. 수익을 원하지 않는 권리자와 수익을 원하는 권리자를 구분하여 취급하고, 각각의 경우에 권리자들이 원하는 조건이 명확하게 실현될 수 있도록 할 필요가 있다.

### 3.4.2 데이터베이스로서의 보호

웹 2.0과 관련해서 자주 거론되는 것 중 하나는 저작권법이 2003년 개정시부터 채택하고 있는 데이터베이스의 보호이다. 데이터베이스라 함은 “소재를 체계적으로 배열 또는 구성한 편집물로서 개별적으로 그 소재에 접근하거나 그 소재를 검색할 수 있도록 한 것”(저작권법 제2조 제19호)을 말한다. 전통적인 편집 저작물이 소재의 선택과 배열에 창작성을 요구하는 것과 달리 데이터베이스는 정보의 양과 검색의 용이성을 핵심 요소로 하고 있다[15]. 즉 창작성이 없더라도 자료의 축적에 투자를 한 제작자를 보호하는데 그 목적이 있다. 저작권법은 데이터베이스제작자에게 데이터베이스에 대한 배타적 지배권을 부여하는 물권적 보호방법<sup>19)</sup>을 택하고 있다. 즉 데이터베이스제작자는 그의 데이터베이스의 전부 또는 상당한 부분을 복제·배포·방송·전송할 권리를 가지고(저작권법 제93조 제1항) 그 보호기간은 제작을 완료한 그 다음해부터 기산하여 5년간<sup>20)</sup>이다(저작권법 제95조 제1항). 결국

저작권보다는 제한된 내용과 보호기간이긴 하지만 그와 유사한 배타적 권리가 데이터베이스 제작자에게 주어지고 있다. 문제는 웹 2.0 사이트에 있어서 이용자들이 자발적으로 업로드 한 콘텐츠들이 데이터베이스의 형태를 갖추게 된 경우 웹사이트 운영자를 데이터베이스 제작자로 인정할 수 있는지 여부이다. 데이터베이스 제작자라 함은 데이터베이스의 제작 또는 그 소재의 갱신, 검증 또는 보충에 인적 또는 물적으로 상당한 투자를 한 자(저작권법 제2조 제20호)를 말한다. 그런데 웹사이트의 전체적인 틀과 메뉴만을 만들어 놓고 실질적인 콘텐츠의 생산, 수집과 업로드는 이용자들에게 의존하고 있는 경우 과연 그 운영자가 데이터베이스 제작자로서의 요건을 충족하는지는 논란의 여지가 있다. 이에 관하여는 아직 충분한 논의가 진행되나 없고 앞으로 많은 연구가 필요할 것으로 보인다. 콘텐츠에 대한 직접적 권리자 외에 추가로 데이터베이스 제작자라는 새로운 권리자를 인정하게 되면 웹 2.0다운 자유로운 콘텐츠의 이용이 사실상 어려워진다는 비판<sup>21)</sup>도 설득력 있으나, 데이터베이스의 전부 또는 상당한 부분의 이용에 대하여만 데이터베이스 보호의 효력이 미치고 개개의 또는 일부 콘텐츠의 이용에는 그 효력이 미치지 않는다는 점에서 이를 인정하더라도 큰 문제는 없을 것이라는 반론도 만만치 않다. 웹 2.0 사이트라도 그 개설 및 운영에 있어서는 상당한 투자가 이루어지고 기껏 축적해 놓은 콘텐츠를 다른 사업자가 무단으로 가져다 사용하는 무임승차행위에 대해서는 적절한 규제가 있어야 한다는 점에서 데이터베이스 제작자로서의 지위를 적극적으로 검토할 필요는 있다.

## 4. 결론

한 때 온라인상에서 유튜브가 진정한 웹 2.0 사이트인가에 대해서 격렬한 논쟁이 벌어진 적이 있다[16]. 유튜브의 시스템은 다른 이가 업로드한 콘텐츠를 다운받거나 실제적으로 간단하게 취득할 수 있는 방법, 이를 공유하고 리믹스할 수 있는 방법이 제한되어 있으므로 진정한 웹 2.0 사이트가 아니라는 비판이 발단이었다. 웹 2.0의 원리는 콘텐츠로의 접근에 어느 정도 자유가 보장되어 있는지와 관련되어 있다[17]는 것이 그 근거였다. 대표적인 웹 2.0 사이트의 하나로

18) 한동안 화제를 불러 일으켰던 ‘다이어트 코크와 멘토스 실험’ 동영상의 제작자들은 레버를 통해 35,000달러의 수익금을 챙긴 바 있다.

19) 이와 달리 데이터베이스를 부정경쟁적 측면에서 보호하는 입법례가 있는 바, 우리 법은 EU의 데이터베이스보호 지침과 그 궤를 같이 한다고 할 수 있다.

20) 그러나 데이터베이스의 갱신이 이루어지면 그 해당부분은 그 때부터 다시 권리가 발생하는바, 기존의 것과 갱신된 내용이 합

께 혼재에 있을 때에는 이를 분리하여 고려하기가 어려우므로 사실상 보호기간이 계속 연장되는 효과를 발휘할 수 있다.

21) 배타적 권리의 추가적 부여가 아니라 부정경쟁행위나 일반 민법 이론에 의하여 해결하는 것이 더 타당한 것이 아니냐 하는 주장이 힘을 얻는 것도 바로 그런 이유 때문이다.


유튜브가 손꼽히고 있는 상황에서 이러한 비판이 어느 정도 공감을 얻었는지는 확신하기 어렵다. 그러나 이 부분이 앞으로의 웹 2.0의 전개에 결정적인 영향을 미칠 중요 쟁점이라는 것은 확실하다. 흔히 웹 2.0의 핵심원리로 참여, 개방, 공유를 말한다. 위 논쟁이 시사하는 바는 무엇이 참여, 개방, 공유에 해당하는지의 질문이다. '이용자에 의해 생산, 업로드 되는 콘텐츠'가 웹 2.0의 기본적인 특성임은 명확하다. 그러나 다시 제3자에 의한 자유로운 활용, 리믹스, 재생산이 이어지지 않는다면, '이용자에 의한 콘텐츠'는 자칫 사업수완 좋은 운영자의 콘텐츠 확보방안에 그칠 위험이 있다. 사업가의 최고의 희망은 자신의 사업영역에 있어 독점적 지위를 확보하는 일이다. 콘텐츠 사업자가 우수한 콘텐츠의 확보와 이에 대한 배타적 관리에 자꾸 집착하게 되는 경향도 이에 기인한다. 한 때 웹 2.0의 뛰어난 사례로서 출발했던 웹 서비스가 점차 콘텐츠에 대한 폐쇄적 관리를 강화하면서 웹 1.5, 웹 1.0으로 다운그레이드 되는 사례가 발견되는 것도 같은 맥락이다. 결국 웹 2.0을 웹 2.0답게 만드는 것은 '생산의 주체'가 아닌 '활용의 주체와 자유도'이고 이것이 웹 2.0이 이전 세대와 구별되는 핵심 키워드이다. 바로 이점 때문에 콘텐츠의 저작권문제가 중요한 의미를 갖는다. 전통적 저작권시스템과 구별되는 새로운 대안을 고민하는 것도 바로 그러한 접근 활용의 자유도를 높이려고 하는 데에 있다. 웹 2.0이 단순한 마케팅 구호에 그치는 것인지, 아니면 웹의 본질을 구현하는 기가 막힌 비즈니스와 문화를 만들어 내는지는 바로 그 점에 달려있다.

### 참고문헌

[1] <http://www.zdnet.co.kr/builder/dev/web/0,39031700,39143347,00.htm>  
 [2] 정유진. 웹 2.0 기획론, p.21, 한빛미디어, 2006  
 [3] [http://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%9B%B9\\_2.0](http://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%9B%B9_2.0)

[4] Yochai Benkler, The Wealth. of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom, p. 93, 2006  
 [5] 엘빈 토플러, 부의 미래, p.226, 청림출판, 2006  
 [6] 존 바텔, 구글스토리, p.137, 랜덤하우스중앙, 2006  
 [7] <http://www.catb.org/~esr/writings/cathedral-bazaar/>  
 [8] 크리스 앤더슨, 롱테일 경제학, p.45, 랜덤하우스, 2006  
 [9] <http://korea.gnu.org/people/chsong/copyleft/gpl.ko.html>  
 [10] <http://www.jayyoon.com/attachment/1192277775.hwp>  
 [11] <http://korea.gnu.org/people/chsong/copyleft/fdl-1.2.ko.html>  
 [12] <http://wikipedia.org>  
 [13] <http://en.wikipedia.org/wiki/Special:Statistics>  
 [14] <http://www.revver.com>  
 [15] 오승종, 저작권법, p.188, 박영사, 2007  
 [16] <http://www03.zdnet.co.kr/news/internet/etc/0,39031281,39152233,00.htm>  
 [17] <http://lessig.org/blog/archives/003570.shtml>

---



**윤종수**

1987 서울대학교 법과대학 졸업  
 1993 판사로 입관  
 2002~2003 미, 조지 워싱턴 대학 visiting scholarship  
 2005~2007 법원 지적재산권커뮤니티 총무  
 2004~2007 사단법인 한국정보법학회(KAFIL) 간사

현재 서울북부지방법원 판사  
 현재 Project Leader of CCK(Creative Commons Korea) 법원 지적재산권국제규범연구반, ZDNET 칼럼니스트  
 E-mail : [iwillbe@chol.com](mailto:iwillbe@chol.com)

---