

중국 시장 내 한류 방송 콘텐츠의 전송권 및 복제권 침해 대응 연구

The Study on Countermeasures Against the Infringement of Rights of the Transmission and Reproduce on the Han Wave Contents in the China Market

이재호*, 김희경**

동아방송예술대학교 방송보도제작과*, 성균관대 사회과학부**

Jae-Ho Lee(byljh@dima.ac.kr)*, Hee-Kyung Kim(fourtvir@gmail.com)**

요약

본 연구는 한류 방송 콘텐츠의 최대 소비 지역이지만 역으로 가장 많은 불법 유통 현상이 발견되고 있는 중국이 어떤 형태로 국내 방송사업자의 권리를 침해하고 있으며, 이에 대한 정책적 대안은 무엇인지 밝히는데 그 목적이 있다. 이를 위해 인터넷 및 모바일 멀티 플랫폼 환경에서 가장 많이 발생하는 저작권 침해 유형의 경로와 방식을 조사하고, 이에 대한 방송사업자의 대응 방식을 심층인터뷰를 통해 조사했다. 연구결과, 복제권과 전송권을 침해하는 방식으로 가장 많이 나타난 유형은 웹과 앱을 통한 링크와 STB 형태의 TV패드를 이용한 방식인 것으로 나타났다. TV패드는 최근 미국소송에서 지상파 연합이 승소했지만 링크는 온라인 불법복제의 만연으로 이를 통제하기 쉽지 않은 상황이다. 특히 국내 사업자들이 개별적으로 대응하는 형태로는 중국내의 불법복제 문제를 해결하기 쉽지 않았고, 이와 관련한 소송 사례도 극히 드문 것으로 나타났다. 향후 정부는 불법복제 근절을 위한 시장조사는 물론이고 꾸준한 모니터링을 통해 한류 방송 콘텐츠에 대한 측면 지원을 해야 할 것으로 판단된다.

■ 중심어 : | 한류콘텐츠 | 권리 침해 | 복제권 | 전송권 | 불법복제 |

Abstract

The purpose of this study is to analyze how China, which is the largest consumption area of Hallyu broadcasting contents but the most illegal copy market infringe the rights of domestic broadcasters and what of the policy of regulatory authority in this illegal market. To this end, this study investigate the most common types of paths and methods of copyright infringement in the Internet and mobile multi-platform environments, and investigated how broadcasters responded to them with in-depth interviews. As a result of research, the most frequent type of infringement of rights of reproduction were to use links with web and apps and TV pads. In this regard, it was not easy to solve the problem of illegal copy in China in the way that domestic companies responded to individually, and it was very rare that the lawsuit was filed. In the future, the government will need to provide side support for Korean Wave broadcasting contents through steady monitoring as well as market research for eradication of illegal copy.

■ keyword : | Hallyu(Korean Wave) Broadcasting Contents | The Infringement of Right | Right of Reproduce | Right of Transmission | Illegal Copy |

I. 서론

1. 문제제기 및 연구목적

1990년대 후반부터 시작된 한류 방송 콘텐츠가 드라마, K-Pop을 넘어 문화 등 전반적인 콘텐츠 영역으로 확대되면서 이들에 대한 저작권 보호방안이 구축되어야 할 필요성이 증가하고 있다[1][2]. 특히 한류 드라마에 대한 인접국의 수요가 증가하면서 중국이나 동남아와 같이 저작권법이 발달하지 않은 일부 국가에서 불법 유통이 심각한 상태지만 이를 별도로 규제할 수 있는 방법이 없어 심각한 문제를 초래하고 있다.

이 중에서도 전 세계 불법저작물 유통 1위의 불명예를 안고 있는 중국은 불법 다운로드가 가장 심각한 시장으로 악명이 높다. 미국무역대표부(USTR, U.S. Trade Representative)는 2004년부터 중국을 우선감시대상국(Priority Watch List)으로 선정한 바 있다.[3] 뿐만 아니라 USTR은 중국을 '악명 높은 마켓 명단(Notorious Markets List)'에도 선정해 저작권 보호에 대한 주의가 요구되는 대표적인 나라로 규정하고 있다.

물론 중국도 저작권 보호의 중요성이 전 세계적으로 보편화되고 있는 최근의 흐름에 발맞추기 위해 2001년 12월 세계무역기구(WTO, World Trade Organization)에 가입했고, WTO의 부속 협정인 '무역 관련 지적재산권에 관한 협정(TRIPs, Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights)'에 부합하기 위해 자국 저작권법의 개정과 보완 작업을 거친 바 있다. 뿐만 아니라 2007에는 세계지식재산권기구(WIPO, World Intellectual Property Organization)가 관장하는 조약 중 저작권 조약(WCT, WIPO Copyright Treaty)³과 실연·음반조약(WPPT, WIPO Performances and Phonograms Treaty)⁴에 가입함으로써 저작권 보호국으로서의 이미

지를 구축하고자 했다. 최근에는 중국의 국제적 위상 제고, 저작권 침해로 인한 국제적 통상 압력의 증가, 중국 기업들의 나스닥 상장 등 내외부적인 요인들이 복합적으로 작용하면서 합법 유통 시장이 지속적으로 증가하고 있는 추세다.

그러나 오프라인보다 온라인 시장의 규모가 절대적인 중국내 한류 콘텐츠의 유통 상황은 이와 같은 현실이 반영되고 있지 않아 문제로 지적된다. 특히 중국 당국이 한류 콘텐츠에 대한 규제를 강화⁵하면서 불법유통은 더욱 확대되고 있다. 온라인은 매체의 특성상 불법복제의 문제가 상존할 수 밖에 없는데, OTT(Over the Top, 온라인 동영상 서비스)등 스마트 미디어의 확산으로 피해의 규모를 측정하기 어려울 정도로 경로와 방식이 매우 다양해지고 있다. 그럼에도 불구하고 국내에서는 이를 통합하고 관리하는 시스템이 마련되어 있지 않고, 사드(THAAD) 배치로 중국 정부와의 공조를 통한 규제도 어려워지면서 저작권을 보유한 사업자들의 권리 회복에 문제가 있는 것으로 지적되고 있다.

중국내 가장 높은 불법복제의 형태는 스트리밍 방식과 앱을 활용한 전송권과 복제권의 침해로 확인되고 있는데[4], 실제 시장에 유통되는 방식이나 단말기의 진화로 인한 방송 콘텐츠 불법복제는 매우 복잡한 법적 쟁점을 야기하고 있다. 저작권법상 전송권(저작권법 제2조 제10호)은 "공중송신 중 공중의 구성원이 개별적으로 선택한 시간과 장소에서 접근할 수 있도록 저작물 등을 이용에 제공하는 권리"를 말하는 것으로, 온라인 상에서 발생하는 '다시보기'가 대표적인 사례에 해당된다. 최근에는 파일을 복사해서 공유하거나 링크하는 등의 불법 유통 행위로 인해 전송권과 복제권을 동시에 침해하는 경향이 나타나고 있다. 복제권(저작권법 제2조 제22호)은 "인쇄·사진 촬영·복사·녹음·녹화 그 밖의 방법으로 일시적 또는 영구적으로 유형물에 고정하거나 다시 제작하는 것"을 의미하는 것으로 텔레비전에 나오는 화면을 사진으로 촬영하거나 비디오로 녹화하여 온오프라인에서 판매하거나, 해당 사이트에 링크를

1 USTR은 무역법 182조에 따라 1989년부터 주요 교역국의 지식재산권 보호 정책과 침해 수준을 발표해왔다.

2 USTR은 무역법 182조에 따라 1989년부터 주요 교역국의 지식재산권 보호 정책과 침해 수준을 발표해왔다.

3 디지털 환경에서 지적소유권을 보호하기 위한 새로운 국제조약으로, 온라인상의 저작권 권리(공중전달권)를 명확하게 하고, 디지털 형태의 저작물 보호를 위한 기술적 수단(기술적 보호조치 및 권리관리정보)을 보호하는 것 등을 골자로 하고 있다.

4 1961년에 체결된 저작 인접권 관련 협약인 로마협약을 보완해

인터넷상에서 가수, 연주자, 음반회사 등의 음악 저작권집권자를 보호하기 위해 마련되었다(두산백과사전 참조).

5 2004년 9월에 발표한 '해외 TV프로그램 수입 방영 관리 규정(광전총국 제42호령)'이 대표적이다. 이 규정에서는 '수입영상물은 심의 후 방영해야 하며 심의를 얻지 못하면 황금 시간대(19:00-22:00)에 방영할 수 없다'라고 명시되어 있다.

걸어 무료로 시청하게 하는 행위, 특정 단말기를 통해 무료로 복제하는 등의 행위 등이 포함된다. 최근 모바일 기기의 급속한 보급은 전송권과 복제권을 침해하기 유용한 환경을 조성하고 있으며, 중국을 비롯한 동남아시아 일대의 불법복제는 대부분 여기에 해당한다.

최근에는 중국에서 불법복제뿐만 아니라 국내 방송 포맷을 베끼는 행위도 문제가 되고 있는데, 최근 2년간 중국 방송사의 표절 대상이 된 국내 원작 프로그램은 총 15편에 달하고, 의혹이 불거지고 있는 건수는 34편에 달하는 것으로 나타난 바 있다.

표 1. 중국 방송사의 국내 프로그램 표절 현황[5]

연도	원작	표절의혹
2018	〈프로듀스101〉(엠넷)	〈우상연습생〉(아이치이) 〈짜요미소녀〉(동방위성TV)
	〈미운우리새끼〉(SBS)	〈아기나소자〉(후난위성TV)
	〈프로듀스101〉(엠넷)	〈짜요미소녀〉(동방위성TV)
2017	〈응답하라1988〉(vN)	〈아문적청춘기〉(안후이위성TV)
	〈윤식당〉(tvN)	〈중찬팅〉(후난위성TV)
	〈효리네민박〉(JTBC)	〈친애적객잔〉(후난위성TV)
	〈쇼미더머니〉(엠넷)	〈랩오브차이나〉(아이치이)
	〈삼시세끼〉(tvN)	〈황왕적 생활〉(후난위성TV)
	〈영재발굴단〉(SBS)	〈신기한 아이〉(후난위성TV)
	〈보컬 전쟁 : 신의 목소리〉(SBS)	〈천뢰지전〉(*상하이동방위성TV) 〈더 나은 소리〉(장쑤위성TV)
	〈런닝맨〉(SBS)	〈달려라〉(절강위성TV)
	〈나는 가수다〉(MBC)	〈가수〉(후난TV)

뿐만 아니라, 중국내 지적재산권 분쟁의 경우, 2008년부터 2013년까지 특허의 경우는 16.3%, 상표분쟁은 연평균 증가율이 37.4%에 달하는 것으로 나타났다.



그림 1. 중국내 지적재산권 분쟁사건 증가 추이[6]

이와 같은 맥락에서 본 연구는 국내 방송 콘텐츠의 불법 유통을 방지하고 실질적인 보호 대책을 마련하기 위해 중국 온라인 시장에서 발생하고 있는 방송 콘텐츠 저작권 침해 유형과 법적 쟁점을 검토하고, 사업자들의 대응 방식을 분석하고자 한다.

2. 연구문제와 연구방법

중국에서 발생하고 있는 한류 방송 콘텐츠의 전송권 및 복제권 침해의 유형과 법적 쟁점을 분석하고 대응

방안을 모색하기 위해 다음과 같은 연구문제가 설정되었다.

- 1) 중국 내 한류 방송 콘텐츠에 대한 전송권과 복제권 침해는 어떤 방식으로 나타나고 있으며 법적 쟁점은 무엇인가?

사업자들의 권리 침해 현황을 파악하기 위해 전송권과 복제권의 침해 유형을 살펴보았다. 전송권과 복제권은 디지털 및 멀티 플랫폼 환경의 영향으로 중국뿐만 아니라 전 세계적으로 가장 빈번하게 발생하는 저작권 침해 유형의 하나이며, 중국에서는 스트리밍 사이트에서 링크(link)를 거는 행위와 TV 패드(Pad) 형태의 단말기를 이용하는 방식으로 나타나고 있다. 링크 방식은 중국 내 UCC 동영상 전문 플랫폼에서 호스팅 사이트를 링크하거나 재링크, 사이트를 복제하는 등 여러 단계에 걸쳐 일어나기 때문에 원소스와 서버 소재지 파악이 어렵다는 문제를 유발하고 있고, TV 패드는 한류 방송 콘텐츠가 무료로 제공되는 불법 단말기라는 점에서 콘텐츠 불법 유통의 새로운 소스로 등장하고 있다. 이들 두 가지 사례에서 최근의 저작권 침해 유형과 법적 쟁점을 살펴봄으로써 진화된 불법복제의 문제를 좀 더 분석적으로 접근할 수 있다.

- 2) 상기한 방송 콘텐츠 저작권 침해는 중국의 법적제 도적 장치로 해결되고 있는가? 만약 그렇지 못하다면 이에 대한 해결방식은 어떻게 나타나고 있는가?

두 번째로 사업자들의 대응 방식을 살펴보았는데, 중국은 해외 콘텐츠에 대해 개방적이지 않은데다 저작권법의 체계는 갖춰졌지만 실효성 담보를 위한 제도가 미비한 시장이라는 점에서 스마트 미디어를 통한 불법복제가 활발하고 시장의 불확실성이 높아 대응이 쉽지 않은 곳이다. 이로 인해 중국에 방송 콘텐츠를 유통하고 있는 방송사업자들의 대응 방식은 중요한 시사점을 제공한다. 이들은 중국에서 유통되고 있는 자사 저작물의 권리 회복을 위해 법적·제도적 장치를 적극적으로 검토하고 있어 중국내 불법복제의 현실을 가장 구체적으로 파악할 수 있는 주체다. 사업자 대응양식을 통해 이들이 방송 콘텐츠의 권리 침해 방지를 위해 어떤 통제력

을 행사하는지, 해당 통제력은 어느 정도의 구속력을 가지는지, 만약 통제가 되지 않는다면 그 원인은 어디에 있는지 분석하고자 한다.

이와 같은 연구문제를 분석하기 위해 본 연구는 심층 인터뷰와 문헌연구 방식을 채택했다. 심층인터뷰는 문헌연구로 파악되지 않는 중국내 방송 저작물의 불법 복제 현황을 구체적으로 파악할 수 있다는 장점이 있고, 문헌연구는 이와 같은 실태의 이론적 보충을 위해 각종 판례 및 보고서, 논문을 검토하기 위해 채택되었다. 판례의 경우, 중국에서 발생하는 국내 방송 콘텐츠의 권리 침해행위와 밀접한 관련이 있는 국내·외 소송사례와 이에 대한 심결례를 검토했다. 보고서의 경우, 저작권위원회와 콘텐츠진흥원, 방통위, 저작권법 등 관련 기관에서 발간된 각종 산업통계자료 및 연감, 법령 문건을 검토했다. 뿐만 아니라 중국내에서 발생하는 권리 침해 현상을 분석한 다수의 논문을 분석했다.

심층 인터뷰는 2018년 10월 10일부터 11월 9일까지 약 한 달에 걸쳐 이루어졌다. 설문지 구성을 위해 중국내 콘텐츠 유통 및 저작권 관련 문헌을 검토하여 1차 설문지를 구성하고, 설문지 검토를 위해 해당 실무자를 대상으로 두 번의 사전 인터뷰가 실시되었다. 구성된 인터뷰 설문지를 바탕으로 2차 설문지가 완성되었고, 이후 관련자들에 대한 인터뷰가 면대면 심층 인터뷰 형식으로 진행되었다.

문헌연구는 중국에서 발생한 피해사례를 중심으로 해당 사례에 대한 지상파의 소송 사례 및 국내의 판례를 검토하고, 중국 및 국내 저작권법, 관련 보고서 및 논문 등을 인용해서 해당 쟁점을 좀 더 이론적으로 분석적으로 검토하고자 한다.

II. 관련문헌 고찰

중국 내에서 해외 콘텐츠의 불법복제 문제를 다룬 연구는 중국 당국이 저작권 보호의 필요성을 인식하고 WTO 등 국제적인 조약에 가입하면서 본격화되기 시작했다. 그러나 초기 연구는 중국 시장이 해외 콘텐츠에 대해 개방적인 국가가 아니었고, 저작권 체계가 확립된 상태가 아니었기 때문에 방송이라는 한정된 분야의 분석보다 저작권과 저작물 보호와 관련된 제도에 초

점을 맞추는 연구가 수행되었다[7-11]. 이광범·박승락(2005)은 초기 중국 시장에서 한국 기업의 디지털 콘텐츠 저작권 보호와 네트워크 유통의 활성화를 위해 중국의 디지털콘텐츠 저작권 관련법 체계와 특징을 살펴보고, 중국 진출 기업의 이익을 보호하기 위한 저작권 권리 침해 대처방안을 모색했다[8]. 한지영(2010)은 중국에서 저작권 침해가 발생한 경우에 권리구제 및 집행 문제를 중점적으로 다루었는데, 인터넷 상에 전송하여 발생하는 전송권 침해에 대해서는 중국 형법에 아무런 규정이 없다는 점을 문제로 지적하고 있다[11]. 같은 맥락에서 나낙균(2013)은 중국 저작권법의 주요 체제상의 특징 및 중국 저작권법의 원칙을 분석했는데, 이를 통해 중국이 지금과 같은 저작권법의 체제를 갖춘 원인을 분석했다[7]. 장동식·서장현(2007)은 저작권 보호 인식이 취약한 중국 시장에서 해외 인터넷 저작물의 저작권 침해에 대한 구제방안을 살펴보고, 제도적 문제점과 개선방안을 도출하고자 했다[9].

상기한 바와 같이 이들 연구의 공통점은 과학, 공업, 문학, 예술 등 광범위한 영역에 걸쳐 중국 저작권법 체계의 소개와 현황, 문제점 분석, 한중 저작권 비교 연구 등의 거시적인 접근이라는 점이다. 광범위한 분야를 거시적으로 다루었기 때문에 특정 분야를 집중적으로 파악할 수 있는 구체성이 떨어질 수 밖에 없었고 방송 분야 저작물에 대한 검토는 상대적으로 희소할 수 밖에 없었다. 결론적으로 중국내 저작물의 권리 침해에 대한 구제 방식이나 중국 저작권법 체계의 전반을 분석했다는 점에서 중국내 방송 디지털 콘텐츠 권리 보호에 대한 실질적인 쟁점을 파악하기에는 한계가 있는 것으로 나타났다.

이에 비해 포털과 같이 최근의 디지털 콘텐츠 저작권 문제를 다룬 연구가 등장하고 있는데, 전정현(2014)[8]의 연구가 대표적이다. 그는 중국 최고인민법원이 선정하는 주요 지적재산권 판결을 연구대상으로 설정하고, 온라인상에서 문제가 된 포털 공유 문서 서비스[10] 및 검색 서비스[13]의 저작권 침해 여부를 중점적으로 분석한 바 있다. 그러나 본 연구도 포털 사이트에 대한 상표법 및 특허법 등 해당 시기에 중국에서 쟁점이 되었던 사건을 연구대상으로 설정했다는 점에서 비교적 넓은 범위의 중국내 저작권법을 분석, 상기한 연구들과 동일한 한계를 가지는 것으로 나타났다.

방송 콘텐츠를 다룬 연구로 한·중 비교연구를 수행한 강미은(2008)의 연구와 한·중FTA의 쟁점을 다룬 연구가 수행된 바 있다[19-21]. 강미은(2008)의 연구는 중국내에서 발생하는 방송 콘텐츠의 저작권 침해 유형을 구체적으로 다루고, 한국과 중국의 저작권법 체계를 비교를 통해 중국 내에서 한류 콘텐츠가 보호받지 못하는 원인과 배경을 분석했다[14]. 그러나 중국의 저작권법과 제도가 변화했을 뿐만 아니라 아날로그 콘텐츠에 한정되어 있어 디지털화된 최근의 경향을 반영하지 못하는 한계를 노출하고 있다. 한·중FTA의 체결과 관련된 연구로 박덕영(2009)은 한·중 FTA가 체결되기 전에 국내 당국이 협정문에 넣어야 하거나 유의해야 할 문제를 검토했다. 국내 영화드라마 등의 중국 내 온라인 불법 복제 행위의 유형 중 심각한 문제를 유발하고 있는 일시적 복제, 온라인서비스 제공자의 책임 범위, 중국의 민형사상의 구제수단에 대한 촉구, 정부의 강력한 저작권 보호 실천의지를 보여줄 수 있는 적절한 방법 등이 주요 쟁점으로 다루어졌다[15]. 이에 비해 이지환(2014)은 한·중 FTA의 협상이 진행되는 과정에서 발생했던 지식재산권 분야에 대한 협상 전략을 분석했다[16]. 그러나 이들 연구도 방송 콘텐츠가 여타의 영역과 함께 다루어지거나 지식재산권 등 광범위한 법체계를 다루는 등 상기한 연구들의 문제점을 답습하고 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 맥락에서 본 연구는 한류 방송 콘텐츠에 한정하여 중국 내 불법 유통 현상을 최근의 기술 변화에 초점을 두고 관련 유형과 쟁점으로 구체적으로 다루는데 그 의의가 있다.

III. 이론적 논의

1. 링크행위를 활용한 복제·전송권 침해

국내 대법원이 링크 행위를 저작권 침해가 아니라고 판결하고 있다[17-20]. 대법원 판결의 요지에 의하면 링크는 인터넷에서 링크하고자 하는 저작물의 웹 위치 정보 내지 경로를 나타낸 것에 불과한 것으로서 링크에서는 유형물에 고정되는 복제가 일어나지 않으며, 전송의 의뢰가 있을 뿐 전송에 해당하는 행위가 없기 때문에 인터넷상의 저작물에 링크를 하더라도 저작권자의 복제권과 전송권을 침해하지 않는다는 것이다[19]. 인

터넷 이용자가 링크 부분을 클릭함으로써 저작권자로부터 이용 허락을 받지 않은 저작물을 게시하거나 인터넷 이용자에게 그러한 저작물을 송신하는 등의 방법으로 저작권자의 복제권이나 공중송신권을 침해한 실행 자체를 용이하게 한다고 할 수는 없으므로, 이러한 링크 행위만으로는 저작권 침해의 방조 행위에 해당한다고 볼 수도 없다고 판시한 바 있다[20]. 즉 링크 자체는 저작물이 아니며, 불법유통 콘텐츠로의 링크 제공 행위도 방조 행위가 아니라는 것이다

그러나 최근 방송 프로그램 직접 재생 연결은 전송권 침해 방조라는 판결이 나왔다[21][22]. 지상파 방송사 프로그램을 본인이 개설한 인터넷 사이트에 '직접재생 링크' 방식으로 연결한 인터넷 사이트 운영자는 전송권 침해 행위를 방조했기 때문에 일부 손해배상 책임을 져야 한다는 것이다. 지난 2017년 9월 7일, 대법원은 임베디드 링크⁶가 저작권 침해의 방조행위임을 최종 인정했다. 이미 해외에선 간접 침해를 인정하는 판례(유럽 사법재판소 GS Media v. Sanoma 사건[23])와 직접 침해를 인정하는 판례[24]가 형성되고 있다. 다만 기존 대법원 판결[18]을 명시적으로 폐기하지는 않았다.

이번 대법원이 기존의 링크 행위를 저작권 침해로 보지 않는 이유가 죄형법정주의와 국민의 자유권에 방점을 둔 것임을 이해할 수는 있다. 다만 임베디드 링크처럼 기존에는 권리 침해라고 하기 어렵다가도 기술 발전으로 권리 침해 수준이 높아지는 사례가 종종 벌어질 수 있다는 것을 감안해야 한다. 불법 사이트에서는 버젓이 불법 콘텐츠를 방영하고 있는데 기존 법리에 집착해 불법을 외면해선 안 될 것이다. 이번 판결이 임베디드 링크를 직접 침해 행위가 아닌 방조 행위로 인정했지만 방조 행위도 불법 행위임은 다르지 않다.

2. TV단말기를 활용한 복제·전송권 침해

지난 2014년 6월 미국 캘리포니아 연방법원 소송[25]은 TV 패드가 저작권을 침해하는 불법 기기라는 사실이 법원의 판결로 확인된 바 있다. 국내 지상파 방송사들은 크리에이트 뉴 테크놀로지 유한공사(Create New Technology Limited. 이하 CNT), 쉐젠 그레이트

⁶ 불법TV 콘텐츠 사이트에 접속하면 외국 동영상 사이트 화면 자체를 불법 사이트 화면서 심어서 TV드라마를 무료로 보게 하는 경우에 해당하며, 링크 클릭 행위도 생략할 수 있다.

비전(Shenzhen GreatVision), 후아양(Hua Yang International), Media Journal[26]이 복제권, 배포권, 공연권 위반, 상표법과 부정경쟁방지법, 기술적 보호장치 우회에 관한 DMCA(Digital Millennium Copyright Act)법 위반에 대하여 소송을 제기한 바 있다. 이에 대해 2015년 9월 2일 캘리포니아 연방법원은 저작권 중 DMCA법 위반에 대한 배상, 저작권법상 고의적 침해에 대한 추가배상, 상표법 위반이라는 판결을 내린 바 있다. 또한 법원은 CNT에 대해 방송사의 저작권이 있는 콘텐츠 배포금지명령을 내리며 제조사에 손해배상액 6531만 달러(한화 약 784억 3천만원), 유통업체에 140만 달러(한화 약 16억 8천만원)의 배상액을 지불하라는 판결을 내린 바 있다[27].

한편, 2015년 3월 캘리포니아주 지방법원에서는 미국 위성방송사 디쉬네트웍(DISH Network), 중국 중앙텔레비전(CCTV), 중국 국제통신공사(CICC), 홍콩 민영방송사인 TVB홀딩스(TVB USA) 등의 방송사들이 TV 패드 제조·유통사들을 대상으로 저작권 침해 손해배상 및 상표법 위반 및 공정 영업행위에 의한 침해 소송에 대해 미국 내 시청자에게 TV패드를 통해 이용할 수 없는(unlicensed) TV프로그램에 대해 중국어 스트리밍 서비스 제공을 금지하라는 예비적 금지명령(Preliminary injunction)을 내려 실질적인 TV패드 판매를 금지한 바 있다[28].

TV패드 제조사인 CNT는 저작권 시비 문제에 대해 'TV 패드는 본질적으로 컴퓨터나 스마트 폰처럼 작동하는 장치로서 그 자체가 제3자의 어플리케이션이나 콘텐츠를 제공하지 않는다'고 주장하고 있다. TV 패드는 최종 이용자가 자신의 필요에 따라 작동하기 때문에 컴퓨터 사용자가 비디오 게임 같은 것을 하기 위해서 제3자가 개발한 어플리케이션을 골라 설치하는 경우와 비슷하다는 것이다. 즉 'TV패드는 안드로이드 운영체제를 바탕으로 TV채널을 선택할 수 있는 어플리케이션을 제공하는 기기일 뿐이며, 그 어플리케이션을 선택해 TV 프로그램을 시청하는 사람의 사용 행위를 제조사가 책임질 일이 아니며 나아가 저작권 침해와 무관하다'는 논리다.

이와 같은 논리에 의하면, TV 패드를 구입할 당시에는 그 안에 아무것도 설치되어 있지 않은 블랭크 플랫폼(blank platform) 상태이며, 사용자는 자신이 원하

는 앱을 다운로드하는 행위를 하는 것으로 일종의 공정이용(fair use)에 해당하므로 저작권 침해해위기가 아니라는 것이다[32]. 사용자가 어떠한 앱을 다운로드하느냐에 따라 TV패드의 용도는 국제전화, 게임, 방송 시청 등으로 다양화될 수 있고, 앱을 제공하는 회사는 TV패드와는 관련 없는 제3의 회사들로서 해당 셋톱박스가 불법 콘텐츠만 공급하는 것이 아니라면 유통 주체에 모든 책임을 묻는 것은 과도할 수 있다는 것이다[33]. TV패드 제조 및 유통사가 주장하는 근거에는 스트리밍 방식으로 지상파 방송콘텐츠를 실시간으로 시청할 수 있는 서비스를 제공한 에어리오(Aereo) 사건[29]이 있다. TV패드 측에서 인용한 공정이용은 2011년 한미FTA 이후 미국 저작권법에서 규정한 포괄적 공정이용 조항을 아무 조건 없이 수용한 형태로 우리 저작권법 제35조의3에 반영되었다. 이 조항은 미국 저작권법 제107조의 내용을 기반으로 베른협약 등에서의 3단계 테스트를 함께 도입한 것으로 평가되고 있다. 그러나 이후 미 연방대법원은 2014년 6월 25일 "공중에 대한 송신은 반드시 직접적인 송신만이 아닌 일련의 행위에 의해서도 이루어질 수 있으므로 에어리오의 클라우드 방송 녹화 서비스는 저작권 침해에 해당된다"고 판결한 바 있다.

IV. 연구결과

1. 응답자 및 설문 문항의 특성

중국에서 발생하고 있는 한류 방송 콘텐츠의 불법복제 및 권리 침해 사례를 수집하고 해당 사례의 쟁점과 법적 대응 방식을 분석하기 위해 저작권을 소유하고 있는 방송사에서 유통과 저작권 실무를 담당하고 있는 현업 전문가 및 중국 저작권을 연구하는 전문 연구자들을 대상으로 심층 인터뷰가 수행되었다.

인터뷰에 참여한 전문가는 총 7명7으로 지상파 방송사 3인과 PP채널(중편, MSP 및 MPP 포함) 3인 등 6인과 학계 전문가 1인으로 구성되었다. 현업 전문가는 중국을 포함해서 아시아 지역 담당 유통과 저작권 업무를

7 해당 인원이 자칫 심층 인터뷰를 진행하기에 적은 규모라고 인식될 수 있지만, 중국 시장의 특수성과 해당 국가 진출의 현업 전문가들이 극소수라는 점을 감안할 필요가 있다.

담당하고 있었으며, 해당 업무 경력이 평균 10년 이상⁸ 팀장 이상의 직책을 담당하고 있는 것으로 나타났다. 이 중 중국 현지에서 근무하는 현업인은 2명이 포함된 것으로 나타났다. 학계는 저작권법을 전공한 교수로 12년 이상의 연구 경력을 가진 것으로 나타났다.

표 2. 심층 인터뷰 응답자 현황 및 특성

소속	직위	업무	경력	성별
A	과장	저작권	8	남
B	팀장	유통	17	남
C	차장	저작권	5	여
D	과장	저작권	6	남
E	팀장	저작권	17	남
F	부장	저작권	20	남
학계	교수	법률	16	남

설문항목은 해외 불법복제 현황과 사별 자체 대응의 총 2개 부분에 걸쳐 12개의 개방형 설문으로 이루어졌으며, 자세한 내용은 [표 3]과 같다.

표 3. 심층 인터뷰 설문 항목

항목	내용
권리 침해 현황	불법복제로 전송권과 복제권에 대한 침해가 만연한 이유
	앱과 웹상 불법복제의 경로 및 과정
	소속사의 최근 권리 침해 사례
	소속사의 해당 사례에 대한 해결 방안
	해외 불법복제 현상이 홍보를 위한 수단이라는 의견에 대한 견해
사별 대응	소속사의 개별 대응 방식에 대한 의견
	소속사의 불법유통 시장 조사 시행 여부
	불법복제 발생시 소속사의 대응 조치
	소속사의 대응 조치에 대한 효과
	소속사의 불법복제 관련 소송 사례
	소속사의 적극적인 대응 불가 이유
정부 대응	정부의 해외 불법복제 시장 조사 관련 의견
	정부의 해외 불법복제 침해 지원 사례
	정부 자원의 만족도
	정부 미지원의 이유
	국가 간 침해 대응하는 방식에 대한 의견
	불법복제 근절 관련 정부 지원 요구 사항
	국내 불법복제에 대한 주요국의 대응 방식

8 한-중FTA 체결이 2015년에 있었고, 중국과의 합법적인 콘텐츠를 유통의 역사가 일천한 상황에서 중국 시장에 특화된 전문가들을 만나기는 매우 어려운 것이 현실이다. 따라서 콘텐츠 유통업계에 종사한 경력은 최소 5년에서 최장 20년까지 다양하지만 중국 시장에 본격적으로 진출해서 경험을 축적한 전문가들의 중국 관련 업무 경력은 대부분 15년 이하인 것으로 나타났다.

2. 중국 내 한류 방송 콘텐츠 전송권 및 복제권 침해 유형

2-1. 스트리밍 사이트에서 링크(link) 행위

전문가들에 의하면 온라인상에서의 불법 유통 경로는 주로 온라인 동영상 사이트이며, 이들 사이트에서는 대부분 링크 행위를 통해 방송 콘텐츠가 불법 유통되는 것으로 나타났다. 인터넷 링크(Internet link)는 인터넷에서 링크하고자 하는 웹페이지나, 웹사이트 등의 서버에 저장된 개별 저작물 등의 웹 위치 정보 내지 경로를 나타낸 것을 의미한다. 즉 인터넷 홈페이지에서 특정 화면을 마우스로 클릭하는 경우, 지정하는 파일이나 다른 인터넷 페이지로 이동이 되도록 설정을 해놓은 것을 말한다.

링크 행위가 문제되고 있는 이유는 저작권자가 아닌 제3자가 이용허락 없이 타인으로 하여금 저작물을 보고, 듣고, 읽을 수 있도록 하기 때문이다. 링크 행위는 글로벌 동영상 서비스와 스트리밍 사이트에서 주로 나타나고 있으며, 중국에서는 대부분 스트리밍 전송을 통한 저작권 침해 현상이 두드러지고 있다. 링크를 통해 저작권을 위반하는 사례는 ‘유튜브(www.youtube.com)’, ‘데일리모션(m.dailymotion.com)’, ‘투도우(www.tudou.com)’ 등과 같은 UCC 동영상 전문 플랫폼에 업로드 된 불법 복제물의 영상, 음원 등의 링크를 이용해 광고 등의 영리를 취하는 경우가 대부분이다. ‘유튜브’의 경우 저작권보호 서비스 CID(Content Identification)⁹가 작동되고 있지만 이를 회피하는 변형된 동영상을 업로드 하는 방식이 성행하고 있고, ‘데일리모션’과 ‘투도우’ 등은 VOD나 동영상 파일을 업로드하고, 업로드된 링크 주소를 이용하여 특정 웹사이트에서 타이틀과 타이틀 이미지를 이용하여 프로그램별, 회차별 모음 서비스를 활용하는 방식으로 나타나고 있었다.

복제권 침해는 국내 방송신호를 그대로 수신하여 재송신하거나 복제하여 사용하거나 불법유통이 되고 있는 해외 사이트(데일리모션 등)를 링크하여 서비스를 하는 형태도 많이 발견되고 있습니다(E).

전 세계적으로 활발하게 전개되는 링크를 기반으로

9 유튜브가 개발하고 사용 중인 콘텐츠 검증 및 저작권 보호 기술

하는 복제 방식은 호스팅 사이트를 링크하거나 이를 재 링크 방식, 사이트 복제와 같은 여러 단계를 거치는 동안 서비스 확산에 따른 원 소스를 파악할 수 없게 되고, 서버 소재지가 미주, 중국, 태국 등으로 흩어져 있는 상황이라 원 소재지를 찾을 수 없게 되는 문제가 있다. 해외 지역에 메인 서버를 두고 각 지역별 클라우드 형태로 서버 분산하여 서비스하는 등 발전된 형태의 운영이 증가하고 있는 것으로 나타나고 있다.

불법 서비스가 일본 지역에서 수행되었는데, 서버는 파나마에 있는 경우, 태국에서 불법 서비스를 하는데 서버는 중국에 있는 경우 등 불법복제의 소재지를 찾기 애매한 상황이 발생하고 있습니다(A).

불법복제의 경로가 워낙 다양해지고 있어서 최초의 불법복제 진원지를 밝혀내기가 어렵기 때문에 불법복제의 기준을 서버 중심으로 볼 것인가, 서비스 중심으로 볼 것인가의 문제가 쟁점이 되고 있고, 소송은 어디에 제기해야 하는지도 문제로 지적되고 있다.

한편, 중국의 경우에는 앱 저작권에 대한 체계적인 법률이 부재한 실정이라서 링크 형식의 앱은 저작권 침해 내용이 발견되더라도 저작권 침해자를 찾기가 힘들고, 처벌도 어렵다는 것이 중론이다. 법적인 소송은 가능하지만 실질적인 침해 행위에 대한 입증도 어렵고, 송달과 집행 과정이 모두 비실효적이어서 실질적인 법적 대응이 불가능할 뿐만 아니라, 이 같은 행위가 행정기관의 조치일 뿐 법원의 판결 없이는 법적 제재가 불가능하다.

유일한 해결책은 해외 IP 접속 차단인데, IP접속 차단까지 알아야 할 행정절차가 방송 콘텐츠의 빠른 유통과 가치하락을 쫓아갈 수 없어 문제로 지적되고 있었다. 더욱이 최근 들어서는 모바일 앱에서의 클라우드 서비스를 통한 복제 문제도 심각한 수준에 이르러서로 파악되고 있다.

여기에서 문제가 되는 사안은 모바일 앱을 통해 대량의 불법 콘텐츠를 업로드하고 유통하는 이용자들에게 클라우드 시스템을 제공하는 OSP(Online Service Provider)¹⁰의 책임 여부다. '유튜브'나 '데일리포션'과

같은 OSP는 클라우드 서비스의 제공을 통해 이용자들의 불법행위에 대해 방조하는 경향을 띠게 되는데, 국내의 경우는 OSP가 직접 불법 행위를 하는 사안이 아니라면 OSP 면책조항¹¹에 의거, 사후 조치로 면책되고 있다는 문제가 발생하고 있다. 중국의 경우는 최고인민법의 <정보 네트워크 전송권 침해 민사분쟁 사건 심리에 있어서 적용 법률에 관한 일부 문제에 대한 규정(關於審理侵犯信息網絡傳播權民事糾紛案件適用法律若干問題的規定)> 제7조 및 침권책임법 제9조의 규정에 따라 OSP가 서비스를 제공함에 있어 타인의 정보 네트워크 전송권을 침해하도록 서비스 이용자를 유인하거나 독려하는 경우, 권리침해 행위자와 함께 연대 책임을 진다고 규정하고 있다.

그러나 동 규정 제8조 제2항은 인민법원이 이를 근거로 OSP에게 전송권 침해의 과실에 대한 책임을 지울 수 없다고 규정하고 있어 실효성 없는 규정이라는 비판을 받고 있다. 중국 역시 사용자가 클라우드에서 콘텐츠를 업로드하고 공유하더라도 OSP가 이를 사전 심사하지 않고 방임하는 것을 제재하기 어려운 것이 현실이다. 더욱이 모바일에서 링크 형식의 앱은 다양한 분야의 콘텐츠를 한 곳에 모아 사용자에게 종합적으로 제공하는 특성이 있기 때문에 침해 현황을 파악하는 것 자체가 불가능하다. 실제 개발자를 찾기도 어렵고, 앱의 생명주기가 짧아 저작권 침해 여부를 판단하고 조사하는데 어려움을 겪고 있다.

저작권 침해 사실을 확인하더라도 제대로 된 해결이 어렵습니다. 대부분의 앱들이 개발자의 신분을 명확하게 드러내지 않기 때문에 앱에 나와 있는 정보만으로는 직접 연락이 어렵고, 만약 찾아내더라도 상당수의 앱은 생명주기가 한정적이어서 실질적인 대응이 어렵습니다.(C)

2.2 TV패드를 이용한 침해

중국에서는 안드로이드 기반의 셋톱박스인 'TV패드'가 유통되고 있는데, TV와 인터넷만 연결하면 실시간으로 세계 각국의 100여 개 이상의 방송 채널 및 VOD 콘텐츠를 무료로 시청할 수 있는 일종의 IPTV 셋톱박스다. 3~40만원대 셋톱박스 제품만 구입하면 별도 이

10 「저작권법」 제2조(정의)에서는 ISP와 OSP를 모두 포함해서 온라인서비스제공자로 정의하고 있다. 본 연구에서는 나뭇을 온라인서비스 제공자로 규정하고자 한다.

11 「저작권법」에 의하면 OSP는 온라인 신고센터 운영 및 삭제조치 이행만으로도 면책되고 있다.

요료를 내지 않아 콘텐츠를 무제한 공짜로 볼 수 있는데, TV패드에 탑재된 스트리밍 앱으로 이와 같은 서비스의 이용이 가능하며, 한국 콘텐츠는 '솔리브'(Solive)라는 앱으로 서비스되고 있다. 그러나 TV패드는 중국 국가신문출판광전총국(中國國家新聞出版光電總局, 이하 광전총국)의 허가를 받지 않는 불법 단말기일 뿐만 아니라, 방송사업자의 동의나 이용허락을 구하지 않아 저작권 침해의 여지가 있는 것으로 나타났다.

TV패드는 중국뿐만 아니라 해외에서도 많이 유통될 수 있는 여지를 가지고 있습니다. TV패드 단말기는 어디에서나 만들 수 있고, 콘텐츠 서버는 중국 업체가 운영하거나 아니면 제3국을 통할 수 있기 때문이죠.(A)

이로 인해 국내 지상파 방송 3사는 TV패드를 상대로 저작권 및 저작권접권 침해 소송을 제기한 바 있다. 지난 2015년 3월 18일 대전지방법원은 방송사업자의 동의 없이 콘텐츠를 복제, 생중계 서비스를 제공하는 것은 온라인상 복제권, 전송권, 방송권, 동시중계권 등의 저작권 및 저작권접권을 침해하는 사항에 해당되므로 TV패드 제품의 판매를 금지한다는 판결을 내린 바 있다[23]. 이들 TV패드 업체는 TV패드의 서버가 중국에 있고 자신들이 직접 관리하지 않아 책임이 없다는 입장을 밝혔지만 법원은 이들이 국내 판매 총책 역할을 했고 한국 방송콘텐츠에 대해 서버 관리도 일부한 것으로 인정되며, 중국 제작자의 저작권 침해 행위를 조력한 책임이 있고 방조한 행위에 대한 책임이 크다고 판단했다.

지상파 방송사들이 IPTV 업체 등으로부터 1년간 벌어들이는 저작권료는 약 400억 원 정도인데, 중국 셋톱박스 업체가 저작권료를 지불하지 않아 얻은 이득은 상당할 것으로 추산됩니다.(G)

미국 위성방송사 디시네트워크, 중국 CCTV, 홍콩 TVB 사 등이 TV패드 제조·유통사들을 대상으로 저작권침해 손해배상 청구소송을 제기한 상태입니다. 지금 방송 콘텐츠에 대한 권리 확보를 해두지 않으면 변화하는 네트워크와 단말기 환경에서 많은 문제가 있을 것으로 판단됩니다.(B)

법적인 논쟁뿐만 아니라 현실에서의 대응 방식도 만만치 않은 상황이다. TV패드를 통한 저작권 침해가 상당한 수준에 와 있고, 이에 대한 불법성이 판례로 나타

나고 있음에도 불구하고 저작권자의 권리 보호를 위한 비용은 상당히 높고 방법 또한 용이하지 않은 실정이다. TV패드 문제를 해결하기 위해서는 단말기가 유통되고 있는 지역에서 산발적으로 단속하는 것보다는 제조·판매 거점인 중국에서 강력한 단속을 통해 TV패드의 제조와 서비스 자체를 금지하는 것이 가장 효과적이다[30][31]. 그러나 중국 당국은 미온적인 태도를 보이고 있으며, 방송사들의 힘만으로 권리를 구제받기가 어려운 실정이라는 것이 실무자들의 의견이었다.

민·형사 소송에서 TV패드의 저작권법 위반이 확인되는 경우, 중국 현지에는 TV패드 분사에 대한 수사를 중국 공안에 요청했습니다. 중국 공안의 적극적인 수사가 필요한데, 이와 같은 판결이 있기 전에는 한국에서도 위법 여부가 판단이 안 된 일이라 낯설 사안이 아니라며 소극적 입장을 취했었죠...(C)

이로 인해 전문가들은 향후 TV패드가 아니더라도 인터넷 기반의 새로운 방송서비스 제공 기술을 바탕으로 시간, 장소 및 단말기 제한을 무력화할 또 다른 사업자가 등장할 가능성이 있고, 그에 따라 사업자 간 저작권 침해 분쟁도 계속될 것이라고 주장하고 있다[25][27]. 이 사건 이후 국내 G마켓, 옥션, 11번가 등 대표 온라인 쇼핑몰은 TV패드 판매를 이미 중단한 상태지만 해당 단말기의 방송 콘텐츠 전송이 저작권에 대한 직접 침해 행위로 규정되지 않아 향후 논쟁이 지속될 것으로 예상된다. 인터넷 및 디지털 기술의 진화에 따라 기존의 유통방식에서는 생소한 다양한 단말기 및 소프트웨어가 등장하면서 공정이용의 한계와 범위가 애매해지고 있기 때문이다.

3. 불법 유통에 대한 법적·제도적 대응의 효율성 평가

3-1. 사업자의 법적 대응 효율성

중국내 저작권을 보유하고 있는 지상파 3사 사업자들은 콘텐츠 침해 현상이 발생하면 개별 및 공동 대응의 형태로 권리 회복을 위한 노력을 하는 것으로 나타났다. 개별 대응의 경우, 상세 모니터링 후 침해 정도를 판단해서 조치를 취하고 있었는데, 침해 분량, 서비스 기간, 트래픽 등을 고려하여 경고 공문 발송과 즉시 삭

제 요청→ 현지 로컬 법무법인 1차 대응과 합의 유도→ 형사 고소와 중재 시 합의→ 민사 소송의 절차를 밟는 것으로 나타났다. 콘텐츠가 불법 복제된 것이 밝혀질 경우, 대리 단속 업체를 통해 대응하거나 사업자가 현지 업체에 직접 이메일 발송하게 되는데, 이 과정에서 정식계약을 유도하거나, 정식계약 업체를 통해 (사이트) 차단을 하기도 하는 것으로 나타났다. 뿐만 아니라 글로벌 동영상 사이트의 경우에는 방송사 자체적으로 저작권보호 서비스를 이용해서 저작권 침해 신고를 하게 되는데, notice and takedown 방식¹²으로 침해를 상시 신고하는 것으로 나타났다.

그러나 중국내 한류 방송 콘텐츠의 불법복제 상시 모니터링과 TV패드와 사례와 같이 사안이 중요할 경우에는 지상파 3사가 공동으로 대응하는 것으로 나타났으며, 대부분의 경우 사업자들은 개별 대응보다 공동 대응을 선호하는 것으로 나타났다. 사업자들이 중국에서 개별 대응하기 어려운 이유는 시장 조사와 채증에 투입되는 과도한 비용, 불법 콘텐츠가 만연한 저작권 후진국의 시장 환경과 당국의 미온적인 태도, 콘텐츠 시장의 성에 저촉되는 장기간의 침해 구제 시스템의 문제에 기인하는 것으로 나타났다.

국내 방송사의 규모를 고려할 때, 비용의 문제는 개별 대응을 어렵게 하는 가장 중요한 요인으로 나타났다. 현지 불법 유통 모니터링이나 저작권 관련법을 조사하기 위해 로펌을 고용하거나 지사 형태의 회사를 만들어야 하지만 수익보다 투자되는 비용이 더 많은 상황에서 개별 대응은 현실적으로 어려울 수밖에 없다는 것이다. 더욱이 해당국의 로펌 및 사법체계에 맞는 대응을 준비하는 과정도 복잡해 개별 대응이 실효적이지 않다는 의견이 제시되고 있었다.

직접 해결하는 방식이 제일 좋기는 합니다만, 현실적으로 어려움이 많습니다. 일단 저작권 침해사례가 벌어지는 국가의 법체계에 대한 부분도 알아야 하고, 현지에 지사도 만들어야 합니다. 그러나 회사를 운용하는데 드는 비용과 저작권 침해로 얻을 수 있는 수익적 측면을 고려할 때, 이익보다 실이 많습니다.(F)

12 통지-삭제(notice and takedown) 원칙으로 국내 저작권법은 외국과 마찬가지로 저작권자의 통지를 받고 침해 저작물을 삭제하면 OSP의 책임이 면책된다.

둘째, 중국 시장에서 발생하는 불법유통의 형태가 교묘하게 법을 회피하는 문제도 개별 대응을 어렵게 하는 요소로 작용하고 있다. 저작권 침해자가 삭제조치를 요구할 경우, 삭제만 하면 면책이 되는 '밀레니엄법'을 악용해서 중국 내 OSP가 형식적으로만 사무실을 만들어 놓고 삭제했다고 고지함으로써 범망을 피해가는 경우가 대부분이기 때문이다.

더욱이 온라인을 통한 유통과정의 복잡성도 개별 대응에 대한 기피현상에 한 몫을 차지하고 있다. 한류 방송 콘텐츠는 국내 유명 업체를 포함해 중국, 홍콩, 대만 등 복수의 제3국을 거쳐 복잡한 가공 과정으로 공급되고 있으며, 이로 인해 불법 유통 경로의 추적이 어려워지고 있다.

세 번째로 중국 당국의 소극적인 대응도 문제로 지적되었다. 중국 규제 기관에서는 기본적으로 자국의 사업주를 보호하려는 경향이 있기 때문에 자국의 콘텐츠 사업자에 비해 해외 콘텐츠 사업자를 보호하려는 의지가 없으며, 이로 인해 관련 시스템을 적극적으로 발동하지 않는다는 것이다. 이 같은 문제는 일부 사업자들이 해외에서 발생하는 권리 침해에 국가적 차원의 지원이 필요하다고 주장하는 근본적 요인이 되기도 한다. 방송은 음악과 달라서 실시간 방송 후 저작권 보호를 위한 조치(핑크프린트, 워터마크 등)가 입혀지기도 전에 불법 시장에 무방비로 노출되는 특성이 있기 때문에 방송사가 자체적으로 대응하는 것이 쉽지 않을 뿐만 아니라 공동으로 대응하는 것도 어렵다는 것이다. 휘발성이 강한 방송 저작물의 특성상 신속한 대응이 필요한데 법적 대응에 소요되는 시간이나 당사자 간의 합의가 불가능한 상황은 정부의 지원을 필요로 할 수 밖에 없다.

동남아시아, 일본 등에서 실제 단속대리업체를 통해 불법복제에 대응하고자 처리한 적이 있으나 해결 사례가 적고, 비용만 과다 지출되는 경우가 많았습니다. 결국 정부가 나서야 하는 일이 발생하게 됩니다(D)

마지막으로 개별 대응을 가장 어렵게 하는 요인은 중국이 저작권 침해에 대한 판결의 시효가 없다는 점이다. 대부분의 사업자가 잠재적 콘텐츠 수출 시장에 대한 부정적 이미지 형성 및 국가 이미지 관리 등에 대한 고민이 있었다. 2011년 이후 해외에서 약 20여개 사이

트를 대상으로 소송을 진행한 사례, 태국 및 중국에서 소송 진행 형사 고소 후 중재 기간 동안 합의가 된 사례가 있었으며, 합의가 불가하여 1심에서 편당 배상 단가가 책정된 사례도 있었고, 1심에서 패소한 사례도 있었다.

중국의 경우, 해외 영상물은 소송에 소요되는 기간이 더 길게 책정되어 있다. 방송 콘텐츠의 특성상 이미 침해가 발생하고 해당 조치를 취하는 과정 또는 소송을 제기하기도 전에 드라마가 중영되는 경우가 대부분이다. 결국 드라마가 방영된 이후 몇 년에 걸쳐 벌어지는 소송과 이에 투여되는 비용 등을 고려하면 소송의 실효성은 거의 없다는 것이 중론이다.

자국 위주의 법 적용이 우선 원칙이다 보니 법은 마련되어 있다하더라도 침해를 당한 쪽에서 규명을 해야 하는데, 판결이 나올 때까지 3년, 성공률은 50% 이하입니다. 결국 배상금 회수율은 0이라고 생각해야 마음이 편합니다. 심판결례가 있지만 상호 협약을 하는 정도로 끝이 나는 경우가 대부분입니다.(A)

중국에서의 소송 대부분은 저작권자에게 불리한 제도를 악용(서류 보완요구, 중재 합의 기간 연장, 편당 단가 보상액 평가절하 등)하는 것으로 나타났다.

특히 행정부에서 직접적으로 판결을 하기 때문에 1심에서 끝나는 경우가 없고 2심으로 끝나는 경우가 대부분이며 심지어 다음날 판결이 바뀌는 사례까지 있었다. 이로 인해 중국 진출 초창기에는 당사자 간 합의나 배상금과 같은 후속조치가 가능했지만 현재는 합의조차도 이루어지지 않고 있으며, 소송을 통해 법적인 분쟁으로 비화된 사례는 TV패드를 제외하고는 거의 없는 것으로 나타났다.

3-2. 한국저작권위원회 등 정부와의 공동 대응 효율성

사업자들이 정부 지원을 요구하는 원인은 중국 시장의 특수성과 각종 규제, 행정 당국의 문제에 있기도 하지만 사업자의 공동 대응에 한계가 있기 때문이다. 즉 각 사가 제작한 콘텐츠의 물량, 경영 방식의 차별성, 사업자별 유통 전략의 차이는 사업자들이 수렴된 의견을 통해 공동의 전략이나 대응을 수립하는데 한계로 작용하고 있었다. 이로 인해 사업자들은 중국 내 불법유통 모니터링과 채증, 인증 업무에 한해서는 사업자 간 공

동 대응보다 한국저작권위원회(이하 위원회)와의 공동 대응을 선호하는 것으로 나타났다. 불법 유통된 콘텐츠를 정식절차에 의해 구매한 회사가 모니터링을 하고 정보를 제공해 주면 현지 전문가나 위원회 지역사무소가 일부 해결하는 방식이다. 웹하드 등록업체나 해외 시장 채증도 저작권위원회와 공동 작업하고 있는 것으로 나타났다.

작년 초에 저작권위원회에서 장르별로 협약을 맺고 조율을 하고 있습니다. 웹하드 등록업체 채증, 해외 시장 채증 등으로 인해 저작권위원회와 많은 일을 해 왔습니다(A)

위원회는 2006년부터 베이징에 사무소를 세우고 한국 저작물의 보호 업무를 수행하고 있다. 저작권을 침해했다는 신고가 들어오면 불법 복제물이 있는지 확인하고 현지 관계기관과 협력해서 처리하고 있다. 최근에는 중국 동영상 사이트를 통한 한국 최신 영화·드라마의 불법유통이 증가하는 가운데 상시 모니터링 체제를 구축, 최신 영상의 불법유통을 조기에 차단하는 선제적 대응방식을 취하고 있다.

뿐만 아니라 위원회는 중국 온라인 상거래 사이트에서의 무단 도용, 불법복제 상품 유통 등을 막는 조치도 진행하고 있는데, 주요 포털사이트인 '바이두' 및 최대 전자상거래사이트인 '타오바오'와 업무협약을 체결하여 관련 검색어 차단, 불법 상품의 인터넷 웹 주소(URL) 삭제 등 저작권 침해에 신속하게 대응할 수 있도록 협력체계를 구축하고 있다. 그리고 이와 같은 위원회의 대응 방식에 상당수의 사업자가 만족하고 있는 것으로 나타났다.

그러나 위원회의 문제점도 고려해야 한다는 의견이 제시됐다. 외부적으로는 중국 내의 규제 상황이나 복잡한 유통 과정이 걸림돌로 작용하고, 내부적으로는 저작권 관리 업무에 집중할 있는 인력이 부족하고, 저작권 권리를 확인할 수 있는 자료가 부족해 방송 콘텐츠 분야만 집중해서 관리하기 어려운 구조를 띠고 있기 때문이다. 뿐만 아니라 위원회와 공동 대응할 수 있는 범위는 온라인상의 불법 유통으로 한정되어 있고, 이마저도 콘텐츠 삭제 조치가 우선되어야 하지만 온라인 유통 구조의 특성상 삭제가 어렵기 때문에 그 실효성이 유명무실한 상황이다. 더욱이 최근에는 뉴스까지 불법 유통되

는 문제가 발생하고 있어 시급한 대책이 필요한 것으로 나타났다.

위원회와의 협력은 사업자 개별 대응이나 공동 대응이 어려운 부분에서 대안으로 작용할 수는 있지만 조직의 규모나 접근할 수 있는 영역의 한계가 존재하기 때문에 다양한 진흥 및 지원 정책이 수반되어야 할 것으로 판단된다. 특히 위원회가 소속된 문화부와 방송 콘텐츠를 전문적으로 규제하고 진흥하는 방통위의 협력이 어느 때보다 중요한 시점이다. 한중FTA의 실효성을 높이고, 중국에서의 방송 콘텐츠 불법 유통에 현실적으로 대응하기 위해서는 부처 간 전문성 제고 방식과 업무 분담의 내용이 정리될 필요가 제기된다.

V. 연구결과의 요약 및 논의

중국은 한류 방송 콘텐츠의 주요 소비국이라는 점에서 불법 유통의 문제가 조속히 해결되어야 하며, 한중FTA의 발효를 앞두고 좀 더 구체적이고 실질적인 내용의 제도 개선을 추가하는 작업이 필요하다.

중국내 전송권과 복제권의 주요 쟁점으로는 저작물을 링크해서 공유하는 행위와 TV패드를 통해 무료로 시청하는 행태인 것으로 나타났다. 국내에서 링크행위는 그 자체로 상업적인 것으로 규정하기 힘들고, 전송 행위자가 전송권 침해의 주체가 될 수 없다는 점 등으로 인해 저작권을 직접적으로 침해하는 행위가 아니라고 규정되고 있으며 링크 행위에 대한 OSP의 면책 조항으로 인해 실질적인 규제가 불가능한 상황이다. 중국의 경우에도 OSP에 전송권 침해에 대한 책임을 물을 수 없을 뿐만 아니라 모바일 앱으로 진화된 복제 방식 유형의 다양성에도 불구하고 관련법이 부재한 실정이라서 저작권 침해자를 찾기가 힘들고 처벌도 힘든 상태다. 더욱이 저작권 소유자가 침해 증거를 모아야 하지만 실제 개발자를 찾기도 어렵고 앱의 생명주기도 짧아 이를 실제로 조사하는데 어려움을 겪는 것으로 나타났다.

TV패드를 통한 전송권 및 복제권 침해현상은 여러 번의 소송을 통해 불법임이 밝혀졌지만 제조사 및 유통사는 사용자가 자신이 원하는 앱을 다운로드하는 행위를 하는 것으로 일종의 공정이용에 해당하므로 저작권 침해행위가 아니라고 주장하고 있다. 뿐만 아니라 TV

패드 문제를 해결하기 위해서는 제조·판매 거점인 중국에서 강력한 단속을 통해 TV 패드의 제조와 서비스 자체를 금지하는 것이 효과적이지만 중국 당국이 미온적인 태도를 보이고 있어 방송사들의 힘만으로 권리를 구제받기가 어려운 실정이다.

중국시장에서 발생하고 있는 불법복제에 대해 사업자 들은 개별 혹은 공동으로 대응하고 있지만 대응별 특성에 기인하는 문제점이 존재하는 것으로 나타났다. 개별 대응의 경우, 모니터링과 채증 비용의 부담, 유통 경로의 복잡성, 자국 위주의 법 적용, 손해배상 대상 및 방법의 불투명성과 절차 등에서 문제가 발견되었고, 공동 대응은 사업자간 이해관계의 차이로 인해 사안에 따라서만 가능하다는 것을 알 수 있었다. 이로 인해 정부의 지원을 요구하는 목소리가 높은 것을 알 수 있었는데, 현재 저작권위원회와의 공동대응이 유일한 정부 지원이지만 추가적인 지원에 대한 필요성이 제기되고 있었다.

중국과 같이 저작권 침해 유형이 매우 빠르고 다양하게 나타나며, 당국이 이러한 저작권 침해 현상을 묵인하고 있는 상황에서 위원회와의 공동 대응은 한계가 있으며, 이는 정부 지원이 요구되는 지점이다. 현재 중국 내에서 발생하고 있는 온라인 방송 콘텐츠 유통 상황에서는 이와 같은 사업자들의 대응이 한계에 직면할 수밖에 없으며, 공식채널을 통한 단속이나 제재가 장기적으로는 한류 방송 콘텐츠에 대한 부정적인 이미지 형성이나 외교적인 마찰 문제를 초래할 수 있다. 잠재적인 장래 시장에 대해 단속처벌을 하는 것은 해당 국민에게 부정적인 이미지를 가지게 할 뿐만 아니라 해당국의 정부와 부정적인 관계를 형성할 수 있기 때문이다. 외교적인 마찰을 최소화하면서도 방송사업자의 권리를 보호하기 위한 정부 정책이 모색되어야 한다.

이를 위해 정부의 적극적인 시장 조사와 모니터링 지원이 필요하다. 저작물 침해 유형이 다양화되고 빠르게 변화하는 상황에서 이를 속도감 있게 모니터링하고 중장기적인 데이터를 축적하여 신뢰도 있는 자료를 전달함으로써 정부가 해당국의 적극적인 규제를 이끌어내야 할 것으로 판단된다. 문화부와 방통위의 부처별 이해관계와 업무 중복으로 인해 문제가 발생될 우려가 있지만 부처 간 전문성을 살리고 기존의 인프라를 활용하는 방안을 검토할 수 있다.

본 연구는 심층인터뷰 대상 현업인이 대부분 대기업 계열이기 때문에 대형 제작사의 입장만 서술했을뿐 중소 제작사의 입장이 포함되지 않은 한계를 보이고 있다. 향후 중소PP나 지역지상파 방송사 등 규모가 작은 콘텐츠 사업자들의 저작물 침해 사례 유형도 조사해서 대기업 계열과 어떤 입장 차이가 있는지 조사할 필요가 있다.

참고 문헌

- [1] 조성수, 최성진, 이영주, “온라인에서의 지상파방송 동영상콘텐츠 지불의사에 영향을 미치는 요인-저작권 인식, 콘텐츠 특성, 플랫폼 특성을 중심으로,” 한국콘텐츠학회지, pp.348-359, 제13권, 제8호, 2013(8).
- [2] 한정수, “모바일 콘텐츠 전략과 미래,” 한국콘텐츠학회지, 제10권, 제1호, pp.12-15, 2012(3).
- [3] <https://www.businessoffashion.com/articles/news-analysis/alibaba-tells-ustr-it-is-cracking-down-against-counterfeiters>.
- [4] 안성섭, “중국 내 한류 저작권 침해 및 대응 방안,” CISTORY, 한국저작권단체연합회 저작권보호센터, p.2, 2015(11).
- [5] 김성수의원실, 국정감사자료, 2018.
- [6] 국가지식재산위원회, 중국 지식재산권 환경 변화 및 대응 방향, 2015.7.22.
- [7] 나낙균, “인터넷서비스 제공자(ISP)의 저작권 침해책임제한에 대한 중국 법리의 특성,” 커뮤니케이션학회연구, 제22권, 제2호, pp.203-231, 2014.
- [8] 이광범, 박승탁, “중국에서의 디지털콘텐츠 저작권 관리와 보호방안 연구,” 국제무역학연구, 제11권, 제1호, pp.27-53, 2005.
- [9] 장동식, 서장현, “중국의 지적재산권 보호제도 운용에 관한 연구,” 경제연구, 제24권, 제3호, pp.197-222, 2006.
- [10] 전정현, “사례를 통한 중국 지식재산권 보호 현황,” 창작과 권리, 제76호, pp.102-136, 2014.
- [11] 한지영, “클라우드 컴퓨팅 서비스 환경에서 저작권법 쟁점에 관한 고찰,” 창작과 권리, 통권 67호, pp.199-231, 2012.
- [12] 韩寒 v. 北京百度网讯科技有限公司【北京市海淀区人民法院(2012)海民初字第 5558号民事判决书】
- [13] 环球唱片有限公司, 华纳唱片有限公司, 索尼音乐娱乐香港有限公司与北京百度网讯科技有限公司【北京市高级人民法院(2010)高民终字第1694号, 1700号, 1699号民事调书】.
- [14] 강미은, “한류와 문화콘텐츠의 해외진출 확대 및 저작권보호에 관한 연구,” 창작과 권리, 통권 50호, pp.143-174, 2008.
- [15] 박덕영, “한-중 FTA 협상과 온라인상의 저작권 보호 문제,” 통상법률, 통권 85호, pp.10-37, 2009.
- [16] 이지환, 국제FTA에 비워본 한-중 FTA의 지식재산권 전략, 서울대학교 법학과, 석사학위논문, 2014.
- [17] 서울중앙지법 2006.7.21. 선고 2004가합76058 판결
- [18] 대법원 2009.11.26. 선고 2008다774051 판결
- [19] 대법원 2010.3.11. 선고 2009다4343 판결
- [20] 대법원 2015.3.12. 선고 2012도13748 판결
- [21] 대법원 2017.9.7. 선고 2017다222757 판결
- [22] 서울고등법원 2017.3.30. 선고 2016나2087313판결
- [23] CJEU, Judgement of 8 September 2016, GS Media, C-160/15, EU:C:2016:644
- [24] US Perfect 10 v. Amazon.com 사건
- [25] US District Court of Central District of California
- [26] 권세진, “TV패드, 콘텐츠 향유의 요람인가, 불법유통의 매개인가,” CPC STOTY, pp.12-13, 2015. 11.17.
- [27] The Hollywood Reporter, Korean Networks Win \$65 Million From “Pirate” Streaming Service, 2015.9.10.
- [28] Business Wire, DISH and Leading Chinese-Language Television Providers Sue TVpad Manufacturers and Dealers for Copyright and Trademark Infringement CCTV, CICC, TVB USA Join DISH in Suit to Halt Illegal Content Distribution, 2015.5.19.
- [29] American Broadcasting Companies v. Aereo, 573 U.S. 2014.
- [30] 대전지방법원 2015.3.18. 선고 2014카합50121
- [31] 전자신문, “지상파 3사, 중국 TV셋톱 유통한 벤처에 가압류·민사제기,” 2014.5.7.

저 자 소 개

이 재 호(Jae-Ho Lee)

정회원



- 1990년 2월 : 성균관대학교 신문방송학과(정치학사)
- 1992년 2월 : 성균관대학교 신문방송학과(정치학석사)
- 1995년 8월 : 성균관대학교 신문방송학과(언론학박사)
- 1997년 3월 ~ 현재 : 동아방송예술대학교 방송보도제작과 교수

〈관심분야〉 : 뉴미디어정책, 방송콘텐츠산업

김 희 경(Hee-Kyung Kim)

정회원



- 1993년 2월 : 제주대학교 사회학과(문학사)
- 1997년 8월 : 성균관대학교 신문방송학과(정치학석사)
- 2004년 2월 : 성균관대학교 신문방송학과(언론학박사)
- 2005년 6월 ~ 2011년 3월 : 한국

케이블TV방송협회 연구위원

- 2011년 3월 ~ 2018년 6월 30일 : (사)미디어전략연구소 연구실장
 - 2018년 7월 ~ 현재 : 성균관대 사회과학부 학술연구교수
- 〈관심분야〉 : 방송정책 및 제도, 미디어산업, 융합서비스