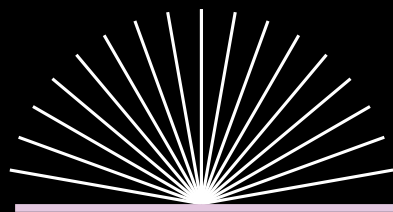
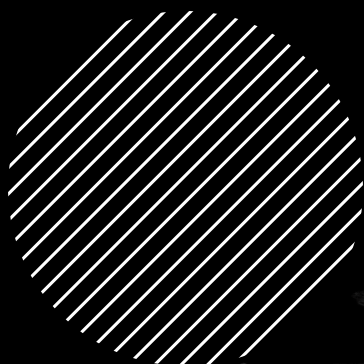


2024 Forum on Content Dispute Resolution

# 콘텐츠분쟁조정 포럼

콘텐츠산업환경 변화에 따른 신유형 콘텐츠분쟁의 등장



2024 Forum on Content Dispute Resolution

# 콘텐츠분쟁조정 포럼

콘텐츠산업환경 변화에 따른 신유형 콘텐츠분쟁의 등장

# INDEX

CHAPTER

0

포럼 소개 및 프로그램 개요

4

CHAPTER

| 주제 발표 1 |

1

SNS 콘텐츠 크리에이터 관련 분쟁조정  
이재경 교수(건국대, 변호사)

7

CHAPTER

| 주제 발표 2 |

2

AI가 가져올 콘텐츠 산업의 변화에 따른 새로운 영역의  
분쟁과 입법안-콘텐츠산업진흥법 개정안을 중심으로  
박희경 변호사(MBC)

35

CHAPTER

| 주제 발표 3 |

3

콘텐츠제작사의 법률관계: 하도급법을 중심으로  
성원영 변호사(SLL)

49

포럼소개

콘텐츠  
분쟁조정포럼

한국콘텐츠진흥원과 콘텐츠분쟁조정위원회에서 주관하는 포럼으로, 다각화된 콘텐츠 분쟁사례와 해결 정보를 공유하는 자리입니다. 법조계, 학계, 콘텐츠산업계 관계자들이 모여 신뢰 있는 거래 환경 조성과 이용자 보호 방안 등을 고민해왔습니다.

2024 콘텐츠  
분쟁조정포럼

올해 포럼은 ‘콘텐츠산업환경 변화에 따른 신유형 콘텐츠분쟁의 등장’을 주제로 앞으로 다가올 新유형 콘텐츠 분쟁의 사례를 공유하고 발전 방안 등에 대해 살펴봅니다.

콘텐츠  
분쟁조정위원회

2011년 출범 이래 조정사건을 처리하며 콘텐츠산업 내 공정한 거래 질서를 구축하고 콘텐츠사업자와 이용자 간 발생하는 분쟁을 조정하는 기구로 역할을 하고 있습니다.

프로그램 개요

일자

2024. 10. 22.(화) 14:00~17:10

장소

한국과학기술컨벤션센터 대회의실2 및 ZOOM(온·오프라인 동시 개최)

주최

문화체육관광부

주관

한국콘텐츠진흥원, 콘텐츠분쟁조정위원회, 한국엔터테인먼트법학회

구성

기조연설  
주제발표  
종합토론 및 질의응답



일정표

사회자: 김문의 변호사(법무법인 율촌)

시간	구분	내용
13:30~14:00	등록	참가자 등록
14:00~14:10	개회식	개회사(콘텐츠분쟁조정위원회 홍승기 위원장) 환영사(한국콘텐츠진흥원 유현석 원장직무대행)
14:10~14:40	기조연설	인공지능시대, 콘텐츠의 미래를 성찰하다 정재승 교수(KAIST)
14:40~15:10	주제 발표 1	SNS 콘텐츠 크리에이터 관련 분쟁조정 이재경 교수(건국대, 변호사)
15:10~15:40	주제 발표 2	AI가 가져올 콘텐츠 산업의 변화에 따른 새로운 영역의 분쟁과 입법안 -콘텐츠산업진흥법 개정안을 중심으로 박희경 변호사(MBC)
15:40~16:10	주제 발표 3	콘텐츠제작사의 법률관계: 하도급법을 중심으로 성원영 변호사(SLL)
16:10~17:10	종합토론 및 질의응답	콘텐츠 이용형태 변화에 따른 신유형 콘텐츠 분쟁 좌장 정진수 부사장(하이브) 패널 설지혜 변호사(법무법인 화우) 이재경 교수(건국대) 박희경 변호사(MBC) 성원영 변호사(SLL)
17:10~	폐회	기념사진 촬영 및 폐회

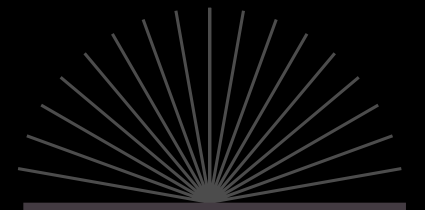




| 주제 발표 1 |

## SNS 콘텐츠 크리에이터 관련 분쟁조정

이재경 교수(건국대, 변호사)



# SNS 콘텐츠 크리에이터 관련 분쟁조정

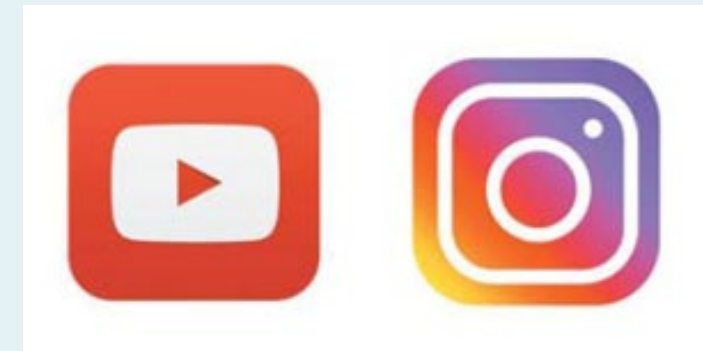
- 유튜브, 인스타그램 콘텐츠를 중심으로

2024 콘텐츠분쟁조정포럼

이재경 교수/변호사



Two Top for SNS ??



Social Media, SNS in this wild wild web world



Satanic SINS for SNS



## So Social for Social Media



## 사이버 렉커, 새로운 위협, 분쟁

## 국민일보

## 썬양 사생활 고백 몰아간 사이버렉카들, 처벌 방법 없나

발행 2024-07-12 00:10 수평 2024-07-12 00:10



매일 저녁 7시 30분에 방송되는 '썬양'은 썬양의 사생활을 고백하는 프로그램이다. 썬양은 썬양의 사생활을 고백하는 프로그램이다. 썬양은 썬양의 사생활을 고백하는 프로그램이다.

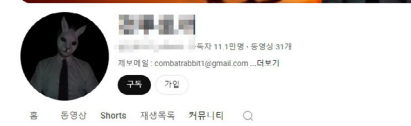
【한국단독】썬양 과거 폭력 혐의 뒷조 (feat. 1)

썬양은 썬양의 사생활을 고백하는 프로그램이다. 썬양은 썬양의 사생활을 고백하는 프로그램이다. 썬양은 썬양의 사생활을 고백하는 프로그램이다.

데이트폭력 피해를 고백한 유튜버 썬양이 이른바 '사이버 렉카'들에게 협박을 받아왔다는 주장이 나오며 유튜버들의 부분별한 폭력에 대한 규제가 필요하다는 지적이 제기됐다.



## 사이버렉카 유튜버의 유형

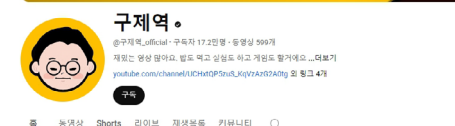


## 1. 익명 유튜버

**범죄 유형 :** 조희수를 노린 자극적인 가짜뉴스, 사실적시 및 허위사실적시 명예훼손, 협박 및 공갈 등

**특징 :** 자신의 신상을 노출하지 않고 활동하므로 더욱 자극적이고 과감한 콘텐츠를 게시하는 경향. 피해자가 법적 조치를 하기 어렵다는 점을 악용.

## 사이버렉카 유튜버의 유형



## 2. 실명 유튜버

**범죄 유형 :** 사실적시 및 허위사실적시 명예훼손, 협박 및 공갈 등

**특징 :** 실명으로 활동하여 언제든지 송사에 휘말릴 가능성이 있기 때문에, '공공의 이익', '공적 관심사', '국민의 알 권리' 등을 무기삼아 정당화하는 모습을 보임.

## 유튜브 커뮤니티 정책 ①

### 수익 창출 및 기타 불이익

크리에이터가 다음과 같이 활동하는 경우, 드물지만 YouTube는 콘텐츠를 삭제하거나 다른 불이익을 주는 조치를 취할 수 있습니다.

- 악의적인 시청자 행동을 반복적으로 조정하는 경우
- 여러 업로드 동영상에서 타고난 특성을 이유로 신원 파악이 가능한 개인을 반복적으로 표적으로 삼거나 모욕하거나 괴롭히는 경우
- 합치 사회 규범 또는 정치적인 이유로 개인을 신재적 상해의 위협에 노출시키는 경우
- 개인적인 금전상의 이득을 위해 크리에이터 간의 적대감을 지속적으로 조장하여 YouTube 커뮤니티에 피해를 주는 콘텐츠를 제작하는 경우

### 예

다음은 YouTube에서 허용되지 않는 콘텐츠의 예입니다.

- 특정 인물의 사진을 반복해 보여주면서 '이 사람 이빨 좀 보세요. 정말 역겹네요.'와 같은 말을 하는 등 타고난 특성을 표적으로 삼는 발언을 동영상 전반에서 이어가는 콘텐츠
- '이 [보조 대상 집단에 대한 비방] 좀 보세요.'와 같은 말을 하는 등 **보조 대상 집단**의 일원이라는 이유로 타인을 표적으로 삼는 콘텐츠
- 직접적인 위협이나 폭력 행위와 관련된 유해한 음모론의 맥락에서 개인을 표적으로 삼아 인신매매에 연루되었다고 주장하는 콘텐츠
- 타고난 특성을 이유로 개인의 인간성을 무시하는 극단적인 모욕을 하는 콘텐츠. 예: '이 개 같은 여자 좀 보세요! 사람도 아니에요. 이 정도면 무슨 돌연변이나 짐승 아닌가요?'
- 개인을 표적으로 삼고 그 여자가 너무 싫어, 저 여자가 트릭에 치여 죽었으면 좋겠어.'와 같이 상대가 죽거나 심각한 부상을 입기를 바라는 마음을 표현하는 콘텐츠

### YouTube 정책

- 유해하거나 위험한 콘텐츠에 대한 정책
- 폭력적이거나 노골적인 콘텐츠에 대한 정책
- 폭력적인 극단주의 또는 범죄 조직에 대한 정책
- 중독성 표현에 대한 정책
- 괴롭힘 및 사이버 폭력에 대한 정책



안전한 커뮤니티를 구축하는 방법

유튜브 커뮤니티 정책 위반시 경고 1회 부여, 90일 이내에 경고를 3번 받으면 채널 폐쇄.

단 1회라도 심각한 서비스 악용이 발생한 경우 또는 채널에서 정책을 위반하는 콘텐츠를 주로 다루는 경우에도 채널 또는 계정이 폐쇄될 수 있음.

## 유튜브 커뮤니티 정책 ②

### 잘못된 정보 관련 정책

혼동을 야기하거나 사용자를 기만하는 정보로 큰 피해를 입힐 심각한 위험이 있는 특정 유형의 콘텐츠는 YouTube에서 허용되지 않습니다. 여기에는 실제적인 위험을 초래할 수 있는 특정 유형의 잘못된 정보, 기술적으로 조작된 특정 유형의 콘텐츠 또는 민주적 절차를 방해하는 콘텐츠가 포함됩니다.

이 정책을 위반하는 콘텐츠를 발견하면 신고해 주세요. 커뮤니티 가이드 위반을 신고하는 방법은 [여기](#)를 참고하세요. 신고하려는 동영상이나 댓글이 여러 개인 경우 **채널**을 신고할 수 있습니다.

### 이러한 정책이 미치는 영향

#### 콘텐츠를 게시하는 경우

아래 설명 중 어느 하나라도 해당한다면 콘텐츠를 YouTube에 게시하지 마세요.

- **인구 조사 참여 방해:** 인구 조사 시간, 장소, 수단, 자격 요건과 관련하여 참여자에게 혼동을 야기하려는 목적의 콘텐츠 또는 인구 조사 참여 포기를 심각하게 조장할 수 있는 허위 주장
- **조작된 콘텐츠:** (일반적으로 아무런 경향 설명 없이 발매된) 유행의 수준을 넘어 혼동을 야기하는 방식으로 기술적으로 조작되거나 변조되어 사용자에게 큰 피해를 입힐 심각한 위험이 있는 콘텐츠
- **출처가 잘못된 콘텐츠:** 과거에 발생한 사건의 오래된 영상이 최신 사건의 영상이라는 허위 주장으로 큰 피해를 입힐 심각한 위험이 있는 콘텐츠

[지난 20일 유튜브 채널 퓨리 크리에이터(FuRi Creator)에는 '최수중 이영애 재혼 혼외자' '임영웅 결혼, 윤석열 축하' 등 사실과 다른 영터리 가짜 쇼츠 동영상 수십개가 올라와 있었다<사진>. 이에 **방심위는 해당 게시물 접속 차단**을 위해 유튜브 운영사인 구글 코리아에 **내용 검토**를 요청했다.

본지 취재에 따르면, 구글 측은 이메일을 통해 “**보내주신 영상과 채널 전반을 담당팀에서 검토해보았으나, 유튜브의 잘못된 정보 관련 정책을 위반한 콘텐츠를 찾지 못했다**”고 회신한 것으로 나타났다. 방심위 주요 관계자들은 “허위 정보로 도배된 유튜브 콘텐츠를 제재해달라고 공문을 보냈는데, 손댈 수 없다는 답변을 받고 황당했다”는 반응이 나왔다. 구글 코리아 담당자는 본지 통화에서 “방심위가 보내준 쇼츠 영상과 목록 등을 봤다”고 답했다.]

참고 2023. 12. 28.자 조선일보 '이재용-홍진영 결혼' 가짜 영상... 유튜브 측 "문제될 것 없다"

## 유튜브 커뮤니티 정책 ③

YouTube 정책 및 가이드라인에 대한 크리에이터 팁을 확인하세요.

다음 규칙을 반드시 준수해 주시기 바랍니다. YouTube 플랫폼 안팎에서 크리에이터의 행위가 YouTube 사용자, 커뮤니티, 직원이나 생태계에 해를 끼치는 경우 YouTube는 크리에이터 행위의 사실이 얼마나 심각한지, 유해한 행위에 패턴이 존재하는지 여부를 포함하나 이에 국한되지 않는 다양한 요소를 고려하여 대처할 수 있습니다. YouTube는 크리에이터의 권한 정치부터 계정 해지에 이르기까지 다양한 조치를 취합니다.

이 도움말에 대한 의견을 보내 주세요.

## 현행법상 제재수단

### 1. 사이버leck가 유튜버 개인에 대한 제재

#### 가. 형사처벌

- 정보통신망법 제70조 제1항(사실적시 명예훼손), 제2항(허위사실적시 명예훼손)
- 형법 제283조 제1항 협박죄, 형법 제350조 제1항 공갈죄(공갈로 얻은 이득액이 5억원 이상일 경우 특정경제범죄법 적용)
- 스토킹처벌법 제18조(2023. 7. 11. 법 개정을 통해 “개인정보, 편집·합성 또는 가공한 정보를 정보통신망을 이용하여 제3자에게 제공하거나 배포 또는 게시하는 행위”가 스토킹행위에 포함)

#### 나. 민사소송

- 익명 유튜버의 경우 미국 법원에 정보제고명령을 신청하여 유튜버의 신상 확보 가능(탈덕수용소 case)



## 현행법상 제재수단

### 2. 유튜브 플랫폼에 대한 제재

#### 가. 정보통신망법상의 제재

→ 정보통신망법 제44조의7 제1항 “누구든지 정보통신망을 통하여 다음 각 호의 어느 하나(불법정보)에 해당하는 정보를 유통하여서는 아니 된다.”

[2. 사람을 비방할 목적으로 공공연하게 사실이나 거짓의 사실을 드러내어 타인의 명예를 훼손하는 내용의 정보]

→ 정보통신망법 제44조의7 제2항 본문 “**방송통신위원회는 제1항제1호부터 제6호까지, 제6호의2 및 제6호의3의 정보에 대하여는 심의위원회의 심의를 거쳐 정보통신서비스 제공자 또는 게시판 관리·운영자로 하여금 그 처리를 거부·정지 또는 제한하도록 명할 수 있다.**”

→ 정보통신망법 제73조(처벌규정): 위 제44조의7 제2항에 따른 방송통신위원회의 명령을 이행하지 않을 경우 2년 이하의 징역 또는 2천만 원 이하의 벌금에 처함

## 방통위법 시행령 중

**제8조(심의위원회의 심의대상 정보 등)** ① **법 제21조제4호**에서 “대통령령이 정하는 정보”란 정보통신망을 통하여 유통되는 정보 중 「**정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률**」 **제44조의7**에 따른 불법정보 및 청소년에게 유해한 정보 등 심의가 필요하다고 인정되는 정보를 말한다.

② **법 제21조제4호**에 따른 시정요구의 종류는 다음 각 호와 같다.

1. 해당 정보의 삭제 또는 접속차단
  2. **이용자에 대한 이용정지 또는 이용해지**
  3. 청소년유해정보의 표시의무 이행 또는 표시방법 변경 등과 그 밖에 필요하다고 인정하는 사항
- ③ 정보통신서비스제공자 또는 게시판 관리·운영자는 제1항 및 제2항에 따른 시정요구를 받은 경우에는 그 조치결과를 심의위원회에 지체 없이 통보하여야 한다.
- ④ 심의위원회는 정보통신서비스제공자 또는 게시판 관리·운영자가 제1항에 따른 시정요구에 따르지 아니하는 경우로서 해당 정보가 「**정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률**」 **제44조의7제1항제1호부터 제6호**까지의 규정에 따른 불법정보인 때에는 방송통신위원회에 정보통신서비스제공자 또는 게시판 관리·운영자로 하여금 그 취급거부·정지 또는 제한을 하도록 하는 명령을 하여 줄 것을 요청할 수 있다.

## 현행법상 제재수단

### 2. 유튜브 플랫폼에 대한 제재

#### 나. 방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률상의 제재

→ 방통위법 제25조 제재조치: 정보통신의 내용이 ‘정보통신에 관한 심의규정’에 위반되면 아래 각 호 중 어느 하나의 제재조치를 정하여 방송통신위원회에 처분을 요청

1. 「방송법」 제100조제1항에 따른 제재조치·권고 또는 의견제시

2. 「**정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률**」 **제44조의7**에 따른 불법정보 유통에 대한 취급의 거부·정지 또는 제한

→ 방송통신위원회는 심의위원회로부터 제재조치의 처분을 요청받은 때에는 「방송법」 또는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」에서 정하는 바에 따라 해당 사업자 등에 대하여 그 제재조치의 처분을 명령하여야 한다.

→ 방통위법에는 별도의 형사처벌·행정제재 규정 無

## 정보통신에 관한 심의규정 중

### 제2절 시정요구 등

□ **제15조(시정요구)** ① 위원회는 **제12조제2호**에 따른 결정을 하는 때에는 **법 제21조제4호** 및 **법 시행령 제8조제2항**에 따라 정보통신서비스 제공자 및 게시판 관리·운영자에게 다음 각 호의 시정요구를 할 수 있다. 다만, **정보통신망법 제44조의7** 제1항제2호 및 제3호에 따른 정보의 경우에는 해당 정보로 인하여 피해를 받은 자가 구체적으로 밝힌 의사에 반하여 시정요구를 할 수 없다. <개정 2015.12.16>

1. 해당 정보의 삭제 또는 접속차단
  2. **이용자에 대한 이용정지 및 이용해지**
  3. 청소년유해정보의 표시의무 이행 또는 표시방법 변경 등 그 밖에 필요하다고 인정하는 사항
- ② 제1항에 따른 시정요구를 받은 정보통신서비스 제공자 및 게시판 관리·운영자는 그 조치결과를 위원회에 지체없이 통보하여야 한다.



유튜브를 통한 권리 침해 사례

잘못된 정보 관련 정책

혼동을 야기하거나 사용자를 기만하는 정보로 큰 피해를 입힐 심각한 위험이 있는 특정 유형의 콘텐츠는 YouTube에서 허용되지 않습니다. 여기에는 실제적인 위험을 초래할 수 있는 특정 유형의 잘못된 정보, 기술적으로 조작된 특정 유형의 콘텐츠 또는 민주적 절차를 방해하는 콘텐츠가 포함됩니다. 이 정책을 위반하는 콘텐츠를 발견하면 신고해 주세요. 커뮤니티 가이드 위반을 신고하는 방법은 여기를 참고하세요. 신고하려는 동영상이나 댓글이 여러 개인 경우 **채널을 신고**할 수 있습니다.

이러한 정책이 미치는 영향

콘텐츠를 게시하는 경우

아래 설명 중 어느 하나라도 해당한다면 콘텐츠를 YouTube에 게시하지 마세요.

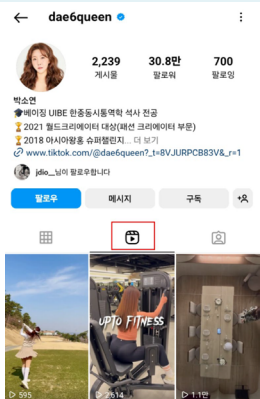
- 인구 조사 참여 방해: 인구 조사 시간, 장소, 수단, 자격 요건과 관련하여 참여자에게 혼동을 야기하려는 목적의 콘텐츠 또는 인구 조사 참여 표기를 심각하게 조작할 수 있는 허위 주장
- 조작된 콘텐츠: (일반적으로 아무런 정황 설명 없이 발견된) 유희의 수준을 넘어 혼동을 야기하는 방식으로 기술적으로 조작되거나 변조되어 사용자에게 큰 피해를 입힐 심각한 위험이 있는 콘텐츠
- 출처가 잘못된 콘텐츠: 과거에 발생한 사건의 오래된 영상이 최신 사건의 영상이라는 허위 주장으로 큰 피해를 입힐 심각한 위험이 있는 콘텐츠

지난 20일 유튜브 채널 퓨리 크리에이터(FuRi Creator)에는 '최수종 이영애 재혼 혼외자' '임영웅 결혼, 윤석열 축하' 등 사실과 다른 영타리 가짜 쇼츠 동영상 수십개가 올라와 있었다<사진>. 이에 방통심의위는 해당 게시물을 접속 차단을 위해 유튜브 운영사인 구글 코리아에 내용 검토를 요청했다.

본지 취재에 따르면, 구글 측은 이메일을 통해 "보내주신 영상과 채널 전반을 담당팀에서 검토해보았으나, 유튜브의 잘못된 정보 관련 정책을 위반한 콘텐츠를 찾지 못했다"고 회신한 것으로 나타났다. 방심위 주요 관계자들은 "허위 정보로 도배된 유튜브 콘텐츠를 제재해달라고 공문을 보냈는데, 손댈 수 없다는 답변을 받고 황당했다"는 반응이 나왔다. 구글 코리아 담당자는 본지 통화에서 "방심위가 보내준 쇼츠 영상과 목록 등을 봤다"고 답했다.

참고 2023. 12. 28.자 조선일보 '이재용·홍진영 결혼' 가짜 영상... 유튜브 측 "문제가 없다"

유튜브/인스타그램 관련 권리 침해 및 분쟁



◇ 릴스 유행 타고 인기 공공행진 '인스타그램',...유명인 사칭 성치로

최근 짧은 시간 내에 간편하게 볼 수 있는 짧은 동영상 숏폼이 인기를 끌고 있는 가운데 숏폼 콘텐츠가 가장 잘 구현됐다고 평가받는 인스타그램의 '릴스' 서비스도 문제의 장이 되고 있다.

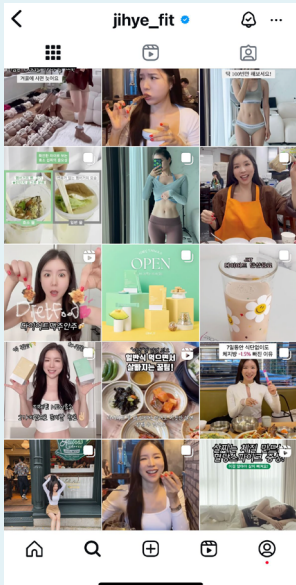
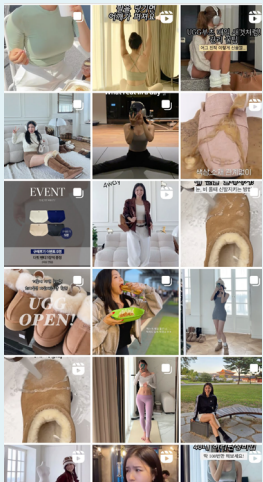
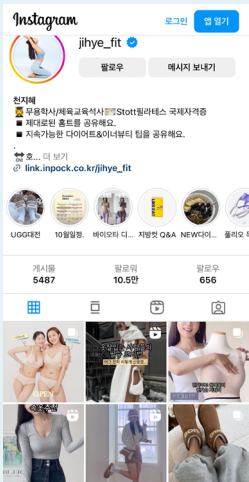
여러 흥행요소를 배경으로 유명인을 사칭해 금전을 요구하거나, 상품 구매 강요, 투자 유도 등의 사건사고가 끊이지 않고 있기 때문이다.

최근 서경덕 성신여대 교수는 12일 페이스북에 글을 올려 자신을 사칭하는 사칭 계정 사례에 대해 공개했다. 서 교수는 페이스북에 "인스타그램에 너무나 많은 사칭 계정이 생겨났다"며 "팔로워들을 심하게 괴롭히는 것 같아 죄송할 따름"이라고 밝혔다. 그는 "저는 틱톡을 안한다. 그리고 어떠한 상품도 판매하지 않는다"고 단호한 입장을 표했다.

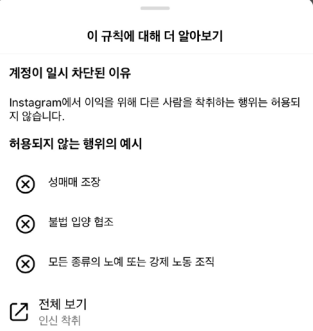
더불어 다른 이의 사칭에 따른 내용을 전달받은 사례도 전했다. 서 교수는 "독도 홍보하게 존 쏘 있니?"라는 글을 제보받은 적이 있다"며 "지금까지 저는 팔로워에게 독도 홍보를 위해 돈을 요구하는 DM을 보낸 적이 단 한번도 없다"며 "예전 사칭계정은 이 정도는 아니었는데 최근엔 그야말로 선을 넘었다"고 밝혔다.

참고 2023. 12. 15.자 이뉴스투데이, 가짜뉴스·광고 도배에 '인스타·페북' 흔들... "한국인 다 떠난다"

유튜브/인스타그램 관련 권리 침해 및 분쟁

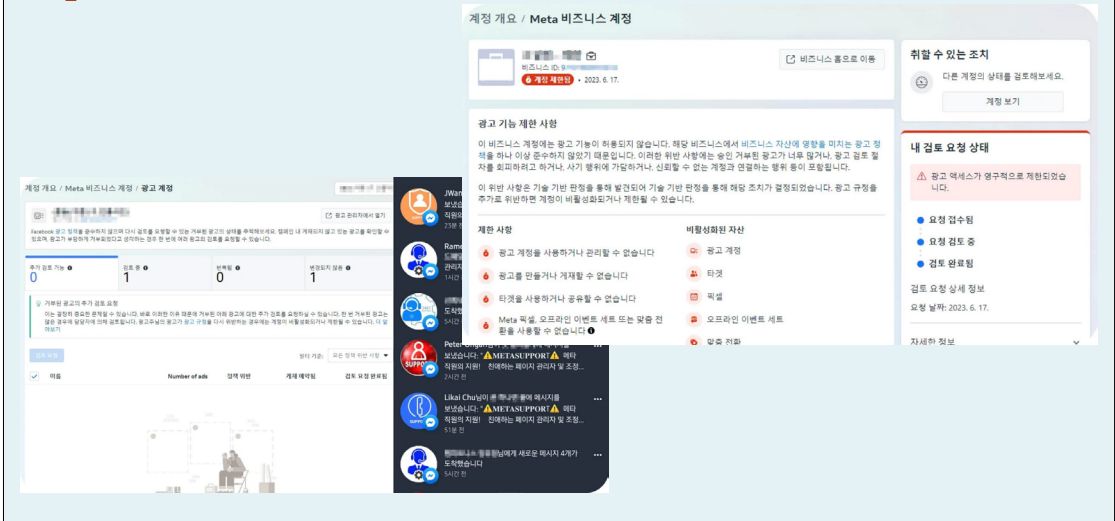


유튜브/인스타그램 관련 권리 침해 및 분쟁 – 계정 비활성화





유튜브/인스타그램 관련 권리 침해 및 분쟁 – 계정 비활성화



유튜브/인스타그램 관련 권리 침해 및 분쟁 – 방송저작물 침해

**한글뉴스신문**

합찬의 방송권 침해 논란, 형사고소로 접입가경

합찬의 방송권 침해 논란, 형사고소로 접입가경

합찬의 방송권 침해 논란, 형사고소로 접입가경

**[Insight] 일즉즉발! 패션 브랜드 캠퍼스**

대행사측 본연 업무 VS 방송사측 저작권 침해

“아직은 이미지 못 나가요, 잠시만요. 다시 연락드릴게요”

대행사측 본연 업무 VS 방송사측 저작권 침해

최근 방송사가 브랜드와 홍보대행사 및 블로거에 이미지 무단 사용에 대해 위협 행위라고 명시하며 내용공유를 보내는 사례가 늘어나면서 브랜드와 홍보대행사는 권리관리를 하는 주체이고, 방송사는 이를 채택하여 무단으로 사용하는 행위는 저작권 침해에 해당한다는 주장이다.

브랜드는 방송사 홍보대행사와 디지털 홍보대행 계약을 맺고 의상 협찬과 방송 노출 등을 위한 한다. 최근 SBS를 비롯 일부 방송사는 방송인 위임을 통해 방영되었거나 방영중인 프로그램, 예능에 노출된 의상 협찬권에 대해 브랜드와 홍보대행사에게 내용 공유를 보내는 사례가 늘어나고 있다.

문서로 따르면 브랜드가 방송 제작물을 무단으로 사용하고 저작권을 침해, 상을 어겨야 할 경우 전에 송파에 활용해 부당한 이익을 취하고 있으며 이에 따른 책임을 묻는다는 내용이다.

방송사는 브랜드 당 수신 또는 수백 건에 달하는 무단 사용 간에 대해 브랜드에게 소명자료를 요청하고 합의가 필요한 경우 법무법인 담당 변호사에게 연락해 대응하는 내용이다.

구글 LLC vs 구글코리아 유한회사

1. 귀하의 무증한 발전을 기원합니다.

2. 귀하가 2020. 5. 28. 구글코리아로 발송하신 표제의 내용증명 건에 대한 회신입니다(구글코리아의 대리인인 법무법인(유) 광장을 통해 회신 드립니다).

3. Google 서비스 중 YouTube 서비스는 미국에 소재한 미국 법인인 Google LLC 에서 직접 제공 및 관리하는 서비스입니다. 구글코리아는 Google LLC 와는 별도 법인으로, YouTube 서비스의 제공자가 아니며, 영상 게시 중단 요청을 해주신 콘텐츠에 대해서 검토하고 처리를 하는 부서나 담당자가 구글코리아에는 존재하지 않습니다. 이에 귀하께서 구글코리아에 요청하신 사항들을 구글코리아가 이행하기 어려움을 알해해 주시길 부탁드립니다.

4. YouTube 게시를 삭제 요청 등은 미국에 있는 본사인 Google LLC 의 담당 부서에서 온라인 접수수를 받아 처리하므로, 아래 링크 또는 이메일(legal@support.youtube.com)을 통하여 Google LLC 가 직접 삭제요청을 접수 받고 있습니다. 따라서, 게시를 삭제에 대한 문의 사항은 통 이메일을 통해서 담당 부서와 직접 교신 해주셔야 하는 점 양해 바랍니다.

구글코리아의 법률대리를 맡고 있는 법무법인 광장이 지난 4월 A씨의 내용증명에 대해 보내온 답신, 구글코리아는 유튜브 서비스를 관리하는 구글 미국법인과 별도 법인인 YouTube 영상 게시 중단 요청 등을 처리하는 부서나 담당자가 따로 없다는 내용이다. 법무법인 예울 제공

**사례 1)** 비트코인 차익 거래 고정수익에 관한 유튜브 동영상 시청한 다음 신원을 알 수 없는 인물과 오픈채팅을 통해 대화하다 1억원의 사기 피해를 당한 A씨의 손해배상청구소송

= 법원 : “구글코리아가 유튜브 서비스 제공 주체로서 동영상 게시에 관한 어떠한 권한이 있다고 인정하기에 부족하다:

**사례 2)** 성인인증 절차를 거친 성인만 이용할 수 있는 성인용 앱을 출시했지만 구글 플레이스토어 음란물 정책에 반한다는 이유로 배포 정지·삭제 조치를 당한 국내 앱 개발사의 손해배상청구소송

= 법원 : “구글 플레이스토어 관련 소송에 대해서는 산타클라라 법원이 전속적 관할을 갖는다는 ‘개발자 배포계약’이 유효하다”

참고 : 2020. 6. 11.자 국민일보 기사 “[단독] 신고해도 “우린 몰라”... 속 터지는 구글코리아”

구글 LLC vs 구글코리아 유한회사

**유튜브 서비스 약관**

서비스를 제공하는 법인은 델라웨어 법률에 따라 운영되며, 1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA 94043에 소재한 Google LLC입니다(이하 'YouTube' 또는 '당사'). 본 약관에서 YouTube의 '계열사'는 Alphabet Inc. 기업 그룹에 (현재 또는 추후) 소속된 다른 회사를 지칭합니다. (중략)

일부 국가의 법원에서는 분쟁 유형에 따라 미국 캘리포니아주 법률을 적용하지 않을 수 있습니다. 귀하가 이러한 국가에 거주하고, 미국 캘리포니아주 법률의 적용이 배제되는 경우, 거주 국가의 법률이 본 약관과 관련된 분쟁에 적용됩니다. **그렇지 않은 경우, 귀하는 본 약관 또는 서비스와 관련되거나, 이로부터 야기된 모든 청구는 미국 캘리포니아주 산타클라라 카운티의 연방 또는 주 법원이 전속관할을 가지며, 귀하와 YouTube는 해당 법원이 인적 관할을 갖는 것에 동의합니다.**



구글 LLC vs 구글코리아 유한회사

서울중앙지방법원

제 5 1 민 사 부

보정명령

사      건      2022. 7. 15.까지 유튜브계정 삭제등 금지 가처분

제      권      자      [redacted]

제      무      자      구글코리아 유한회사

제출기한 : 2022. 7. 15.까지

제권자는 제무자가 유튜브의 운영 주체거나 동영상 삭제하거나 취소할 권한을 가지는지를 밝히기 바랍니다(유튜브 운영 주체는 미합중국에 소재한 Google LLC로 보임).

탈덕수용소는 그간 인기 연예인들을 상대로 근거 없는 사실과 악의적인 루머를 무분별하게 유포해 비판을 받아온 대표적인 사이버범죄 채널로 악명이 높았다. 탈덕수용소는 조회수를 올리기 위해 연예인들을 회생양으로 삼아 교묘한 짜깁기와 거짓된 정보를 퍼뜨려 큰 혼란을 일으켰다. 이에 주요 대중음악단체들은 2023년 9월 탈덕수용소를 비롯한 악성 콘텐츠 크리에이터에 대한 엄벌을 촉구하기도 했다.

이후 스타쉽엔터테인먼트는 2023년 5월 미국 법원(US DISTRICT COURT FOR THE NORTHRN DISTRICT OF CALIFORNIA)에서 정보제공 명령을 받았고, 이달 미국 구글 본사로부터 '탈덕수용소' 운영자에 대한 유의미한 정보를 입수했다고 알린 바 있다. 구글 측의 협조를 통해 탈덕수용소에 대한 법적 대응의 의지를 강력히 피력했고 1차적으로 승소 판결을 얻어냈다.

스타쉽엔터테인먼트는 "소속 아티스트들을 지속적으로 괴롭혀온 탈덕수용소를 상대로 2022년 11월부터 민형사 소송과 해외에서의 소송을 진행하고 있다"라며 "탈덕수용소는 지속적인 허위사실 유포로 심각한 명예훼손을 하고 이로 인해 당사 업무를 방해했을 뿐 아니라 아티스트와 팬들에게 심각한 고통을 줬다. 당사는 현재 진행 중인 소송을 통해 민형사상 책임을 끝까지 묻기 위해 최선의 노력을 다하고 있다"라고 강조했다.

참고 : 2024. 3. 5.자 미주한인일보 “장원영 가짜뉴스 소송 조정회부..탈덕수용소 합의가능성 생겼다

유튜브의 권리구제 정책(명예훼손)

명예 훼손 신고 요구사항

명예 훼손을 신고하는 가장 쉬운 방법은 YouTube의 **명예 훼손 신고 웹 양식**을 사용하는 것입니다.

YouTube는 당사자 또는 공식적인 법률 대리인이 제출한 법적 신고만을 인정합니다. 본인의 동의 없이 개인 정보(예: 이미지, 이름, 주민등록번호)가 동영상에 포함되어있다면 개인 정보 침해 신고 절차를 통해 문의하시기 바랍니다.

섹션 1: 신고자 정보

1. 보낼 예정인 국가/지역
2. 성명
3. YouTube 채널(해당되는 경우)
4. 신고자가 본인인지 의뢰인인지 여부
5. 연락처 정보

신고자 권한하여 YouTube가 게시 중단을 요청하려는 동영상 일부다가 인력을 취할 수 있도록 정보(예: 이메일 주소, 실제 주소 또는 전화번호)를 제공해야 합니다.

섹션 2: 신고 세부사항 및 해당 동영상의 다음 항목을 작성하세요.

1. 동영상 URL
2. 동영상 또는 메타데이터에서 명예 훼손으로 의심되는 부분의 정확히 알려주시기 바랍니다. '동영상 전체' 같은 구문은 부적절합니다.

섹션 3: 법적 확인

1. 다음 진술에 동의하고 이를 포함해야 합니다.  
'본인은 이 신고서의 정보가 사실이며 정확하다는 점을 확인합니다.'
2. 서명

신고서 작성을 완료하려면 실제 소유자 또는 소유자의 권한을 위임받은 대리인의 실제 또는 전자 서명이 필요합니다. 신고서 하단에 서명으로 사용할 실명을 입력해 주실 것을 요청합니다.

\* 가짜뉴스 등 명예훼손으로 인한 피해의 경우

= 유튜브 고객센터 내의 명예훼손 신고 기능 이용

① 명예훼손 신고 웹 양식을 통한 신고

② 법률지원팀에 별도로 신고서 제출 가능  
(legal@support.youtube.com)

유튜브의 권리구제 정책(명예훼손)

동영상 또는 메타데이터에서 귀하가 명예 훼손이라고 주장하는 표현을 모두 정확히 알려주시기 바랍니다. '동영상 전체'와 같은 주장은 유효하지 않습니다. \*

위반 위치 \*

(해당 사항 모두 선택)

- ☐ 동영상
- ☐ 동영상 제목
- ☐ 동영상 설명
- ☐ 채널 제목, 프로필 또는 정보 섹션
- ☐ 기타

거주 국가의 법규에 따라 이 표현이 명예 훼손인 사유 \*

Google에서 민사 소환장 또는 기타 민사 요청 처리

- 미국에 계신다면
- 미국 이외의 지역에 있는 경우
- Google Ireland Limited에서 민사 소환장 또는 기타 민사 요청 처리
- 내 계정에 대한 정보는 어디서 얻을 수 있나요?

이 페이지에서는 미국 또는 미국 지역의 민사 소송에서 Google LLC로부터 사용자 데이터를 구하는 개인 또는 변호사를 위한 정보를 제공합니다. Google LLC는 사용자 데이터에 대한 요청을 받으면 해당 주 및 연방법에 따라 이를 매우 신중하게 검토합니다. 여기에 명시된 대로 데이터가 공개되기 전에 사용자에게 알리는 것이 Google LLC의 정책입니다.

형사 사건과 관련된 사용자 데이터를 찾는 법 집행 기관인 경우 투명성 보고서에서 당사의 정책 및 프로세스에 대해 자세히 알아볼 수 있습니다.

미국 내부의 민사 요청

Google LLC는 산타클라라 고등법원, 캘리포니아 북부 지역 미국 지방 법원에서 발행된 사용자 데이터(소환장 및 법원 명령 포함)에 대한 민사 요청 또는 캘리포니아 법원을 통해 적절하게 처리된 주 외 법적 절차를 수락합니다. Google LLC의 등록된 서비스 대리인인 Corporation Service Company(또는 'CSC')의 해당 사무실을 통해 Google LLC에 민사 요청을 전달할 수 있습니다.

유튜브의 권리구제 정책(명예훼손)

Defamation Complaint Received

YouTube Legal Support Team <defamation+38a60hwv3znx0d@support.youtube.com>

3월 28일 (목) 오후 11:34 (23시간 전)

안녕하세요,

YouTube 법률지원팀에 문의해 주셔서 감사합니다. 귀하의 요청을 최대한 빠른 시일 내에 검토하겠습니다. 접수하신 신고서의 참조 번호는 JTH6UC2FVB6MACKJ6HAXM9F75U입니다.

감사합니다.

YouTube 법률지원팀

YouTube Legal Support Team <defamation+38a60hwv3znx0d@support.youtube.com>

오후 12:43 (10시간 전)

안녕하세요,

신고하신 내용을 자세히 검토하기 위해 아래 이메일에서 명시한 법률 명령 또는 기타 공식 법적 문서의 사본을 첨부해 주시면 감사하겠습니다.

관련 문서를 수신하기 전에는 신고와 관련된 추가 조치를 취하지 않을 것임을 알려드립니다.

감사합니다.

YouTube 법률지원팀

On March 28, 2024 Contact Us Form wrote:

명예훼손 웹 양식을 통한 신고는 각 1,000자 제한이 있고 관련 자료도 첨부할 수 없는데, 위와 같이 신고 이후 유튜브 법률지원팀이 보내는 이메일에 회신하는 형식으로 신고서의 내용을 보완하거나 자료 제출 가능

## ■ 유튜브의 권리구제 정책(명예훼손)



## ■ 국내 법원, 기관을 통한 권리구제 가능성



참고 : 2023. 10. 10.자 이데일리 기사 "욕설 등 시정요구 받은 유튜브 콘텐츠, 5년간 1만건↑"[2023국감]  
2023. 12. 23.자 연합뉴스 기사 "방심위, 유튜브 방관에 가짜뉴스 유튜브 첫 제재 착수"

## ■ 국내 법원, 기관을 통한 권리구제 가능성

**\* 관련 법령**

**정보통신망법 제44조의7** ① 누구든지 정보통신망을 통하여 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 정보를 유통하여서는 아니 된다.

2. 사람을 비방할 목적으로 공공연하게 사실이나 거짓의 사실을 드러내어 타인의 명예를 훼손하는 내용의 정보

② 방송통신위원회는 제1항제1호부터 제6호까지, 제6호의2 및 제6호의3의 정보에 대하여는 **심의위원회의 심의를 거쳐** 정보통신서비스 제공자 또는 게시판 관리·운영자로 하여금 그 처리를 거부·정지 또는 제한하도록 명할 수 있다.

**정보통신망법 제44조의6(이용자 정보의 제공청구) ①** 특정한 이용자에 의한 정보의 게재나 유통으로 사생활 침해 또는 명예훼손 등 권리를 침해당하였다 고 주장하는 자는 민·형사상의 소를 제기하기 위하여 침해사실을 소명하여 제44조의10에 따른 명예훼손 분쟁조정부에 해당 정보통신서비스 제공자가 보유하고 있는 해당 이용자의 정보(민·형사상의 소를 제기하기 위한 성명·주소 등 대통령령으로 정하는 최소한의 정보를 말한다)를 제공하도록 청구 할 수 있다.

= 현실적인 가능성?

## ■ 국내 법원, 기관을 통한 권리구제 가능성



구글 서비스 이용자인 원고들이 피고 구글, 구글코리아를 상대로 개인정보·서비스이용내역 제3자 제공 현황의 공개 및 공개 거부에 대하여 위자료 명목으로 손해배상을 청구한 사건 (대법원 2023. 4. 13. 선고 2017다219232 판결)

① “대한민국 소비자는 재판관합의에도 불구하고 구 국제사법 제27조 제4항에 따라 상거소지국 법원에 상대방에 대한 소를 제기할 수 있다.”

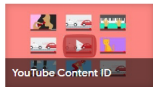
② “소비자계약의 당사자가 소비자의 상거소지국이 아닌 국가의 법을 준거법으로 선택한 경우, 소비자의 상거소지국 강행규정의 적용이 배제되지 않는다.”

참고 : 2024. 2. 18.자 매일경제 기사 '정부 "가짜뉴스 신고편 즉각 삭제"를... 유튜브·메타 참여가 관건'

## 유튜브의 권리구제 정책(저작권 침해)

### Content ID의 원리

일부 저작권 소유자는 YouTube의 자동 콘텐츠 식별 시스템인 Content ID를 사용해 YouTube에서 저작권 보호 콘텐츠를 간편하게 확인하고 관리할 수 있습니다.



### Content ID의 기능은 무엇인가요?

Content ID는 저작권 소유자가 제출한 오디오 및 영상 파일의 데이터베이스를 사용하여 저작권 보호 콘텐츠와 일치하는 항목을 식별합니다. YouTube에 업로드한 동영상은 Content ID를 통해 자동으로 검사됩니다.

Content ID에서 일치 항목을 찾으면, 일치하는 동영상에 Content ID 소유권 주장이 제기됩니다. Content ID 소유권 주장이 제기되면 저작권 소유자의 Content ID 설정에 따라 다음 조치 중 하나가 적용됩니다.

- 동영상 시청 차단
- 동영상에 광고를 게재해 수익 창출(경우에 따라 업로더와 수익 공유)
- 콘텐츠의 동영상에 대한 시청률 통계 추적

○ Content ID는 특정 기준에 부합하는 저작권자에게 부여되는 것으로, 이를 위해 저작권자는 유튜브에서 자주 업로드되는 원본 자료의 상당 부분에 대해 독점권을 보유하고 있어야 하며, 이에 대한 증거를 제시하여야 함

○ 저작권자는 유튜브에 저작권 보유 콘텐츠의 참조 사본을 제공하여야 하며, 이 참조 사본은 업로드된 동영상에 일치하는 콘텐츠가 있는지 스캔하는 데 이용됨.

○ Content ID는 **유튜브 사용자가 업로드한 콘텐츠를 스캔하여 일치 항목을 식별함**. 예를 들어 저작권이 있는 드라마를 유튜브 사용자가 업로드한 경우, 저작권자가 유튜브 측에 제공한 참조 사본과 일치하는 부분이 있다면 자동으로 유튜브상에서의 콘텐츠의 재생이 차단되고 이에 대해 소유권이 주장됨.

참고 : 한국저작권위원회 2021. 4. 15.자 저작권 동향 “유튜브, 콘텐츠 업로드 전 저작권 침해를 막기 위한 기능을 도입하다”

## 유튜브의 권리구제 정책(저작권 침해)

### 저작권 삭제 요청 제출하기

저작권 보호 저작물이 내 승인 없이 YouTube에 게시된 경우, 저작권 삭제 요청을 제출하여 콘텐츠 삭제를 요청할 수 있습니다. 저작권 삭제 요청을 제출하는 것은 법적 절차입니다.

### 저작권 삭제 요청 준비하기

저작권 삭제 요청을 제출하기 전에 다음 사항을 고려해야 합니다.

1. **저작권 예외: 공정 사용**, 공정 취급 또는 이와 유사한 **저작권 예외**가 적용되는지 고려합니다. YouTube에서 삭제 요청 제출자에게 이 부분을 고려했는지에 대해 확인을 요청할 수 있습니다. 적절하게 응답하지 않거나 저작권 예외가 적용되는 경우 삭제 요청에 명시된 콘텐츠는 삭제되지 않습니다.
2. **개인 정보**: 저작권 삭제 요청을 제출한 후 **연락처 정보가 사용되는 방식**을 숙지해야 합니다.

• 저작권 소유자 또는 소유자로부터 위임받은 대리인이 삭제 요청을 제출해야 합니다.

**예정된 삭제 요청: 7일 후에 적용되도록 삭제 요청을 예약**할 수 있습니다. 이렇게 하면 업로더가 7일 내에 채널에서 콘텐츠를 삭제하여 **저작권 위반 경고**를 피할 수 있습니다.

**“디지털 밀레니엄 저작권법(Digital Millennium Copyright Act)을 준수하는 저작권 침해 신고에 한해 응하는 것이 Google의 정책**입니다. Google의 저작권 정책 및 신고서 요건에 관한 자세한 내용은 Google 저작권 고객센터를 확인하세요.”

타인의 저작물(BGM, 영상 등)을 일부 이용하여 유튜브 영상을 업로드 하였을 경우, 미국 저작권법상 ‘**공정이용**’에 해당하는지 여부가 쟁점이 됨

## 유튜브의 권리구제 정책(저작권 침해)

### '공정 사용'이란 무엇인가요?

많은 국가에서 저작권으로 보호되는 저작물의 사용이 저작권 소유자의 권한을 침해하지 않는 경우가 있습니다. 예를 들어, 미국에서 저작권은 ‘**공정 사용**’ 원칙의 제약을 받으며, 이 원칙 하에서 저작권 자료를 비평, 해설, 뉴스 보도, 교육, 학문 또는 연구에 사용하는 경우 공정 사용으로 간주될 수 있습니다. 공정 사용에 대한 변호가 유호한지 여부를 판단하기 위해 미국의 판사는 Google에서 교육 목적으로 아래에 나열한 4가지 요소를 고려합니다. 일부 다른 국가에도 ‘공정 거래’라는 유사한 개념이 있으며 적용 방법은 다를 수 있습니다.

관련법을 이해하는 것과 계획하고 있는 저작물 이용이 관련법을 준수하는지 여부를 판단하는 것은 본인의 책임입니다. 본인이 만들지 않은 저작권 자료를 사용하려는 경우 먼저 법적인 자문을 받는 것이 좋습니다. Google은 법률 자문을 제공하거나 법적 결정을 내릴 수 없습니다.

### 공정 사용의 네 가지 요소

1. 이용 목적 및 특성(상업적 용도인지 또는 비영리 교육용인지 여부 포함)

일반적으로 법정에서는 사용이 ‘변형적인지’ 여부에 초점을 맞춥니다. 다시 말해, 원본에 새로운 표현이나 의미를 추가했는지 아니면 원본을 베낀 것에 불과한지 여부를 파악합니다.

2. 저작권 보호를 받는 저작물의 성격

대체로 사실에 입각한 저작물의 자료를 사용하는 것이 전적으로 허구적인 저작물을 사용하는 경우보다 공정 사용일 가능성이 높습니다.

3. 저작권 보호를 받는 저작물 전체 대비 사용된 부분의 양 및 가치

원본 저작물에 있는 자료를 작은 부분 사용하는 것이 많은 부분을 사용하는 것보다 공정 사용일 가능성이 높습니다. 하지만 상황에 따라 소량을 차용하더라도 저작물의 ‘핵심’을 구성하고 있는 경우 공정 사용에 반하는 것으로 판단될 수 있습니다.

4. 저작권 보호를 받는 저작물의 사용이 해당 저작물의 잠재 시장과 가치에 미치는 영향

해당 저작물에 대한 수요를 충족시키는 대체품으로 역할을 하여 저작권 소유자가 원본 저작물로부터 이익을 취할 수 있는 능력에 피해를 주는 사용은 공정 사용으로 간주될 가능성이 낮습니다.

참고 : Google 저작권 고객센터

## 유튜브의 권리구제 정책(저작권 침해)

### 1. 삭제 요청을 받은 동영상 (0)

모든 저작권 보호 콘텐츠를 삭제할 수 있는 것은 아닙니다. 일부 동영상은 공정 사용 및 이와 유사한 법률로 보호됩니다. 자세히 알아보기

내 콘텐츠

콘텐츠 유형

동영상

하위 카테고리

인터넷 동영상

내 콘텐츠의 출처

내 YouTube 채널

내 동영상 URL

예: https://youtu.be/flix47qs24Jc

선택한 콘텐츠의 위치

타임스탬프

시작

종료

선택한 동영상

삭제할 동영상의 YouTube URL

예: https://youtu.be/flix47qs24Jc

목록에 추가

취소

유튜브의 권리구제 정책(저작권 침해)

채널 저작권

일치 동영상

삭제 요청

메시지

보관 항목

유형

제목

채널

요청 제출일

요청 상태

일치 항목 찾기

자동 차단 조치

포함

구독자 6.6만명

2024. 2. 6.

정보 필요

이메일 확인

저작권 침해 동영상 URL: <https://www.youtube.com/watch?v=...>

요청 설명

원본 동영상의 YouTube URL: <https://www.youtube.com/watch?v=...>

동영상 유형: 인타의 동영상

타겟 동영상의 세그먼트: 6:38 ~ 6:47

원본 동영상의 세그먼트: 9:44 ~ 9:53

☐ 사본 방지 대기 중  
YouTube가 향후 업로드되는 사본이 플랫폼에 표시되지 않도록 노력합니다. 자세히 알아보기

YouTube

안녕하세요.

삭제 요청을 보내주셔서 감사합니다. 요청을 검토한 후 계속 진행하기 전에 추가 정보가 필요합니다. 각 동영상 상태에 대한 업데이트 사항을 이메일 전송에 서 확인해 주세요.

동영상 세부정보 추가

주의 필요

아래 동영상에 대해 귀하의 저작권 침해 신고가 유효하지 않을 수 있다고 판단됩니다. 많은 국가에서 저작권 보호 저작물을 소유자의 승인 없이 특정 방식으로 사용하는 것, 특히 뉴스 보도, 패러디, 논평 또는 리뷰와 같은 별칭 목적으로 사용하는 것이 합법임을 영두에 두시기 바랍니다.

일부 국가에서는 이름 같은 사용 용 '공적 사용' 또는 '공적 회관' 하위하에 보호하고 있으며, 저작권 보호에 몇 가지 예외를 적용하는 국가도 있습니다.

[미국 내 공적 사용 자세히 알아보기](#)

대안적 아가 나열된 YouTube 동영상에 저작권을 침해한다고 판단되는 경우 그 이유를 자세히 설명해 주세요. 저용 시고서를 통해 알려주시 내부본 다 대 사례의 설명해 주시기 바랍니다. 다음과 같은 질문에 대한 답변을 포함하시기 바랍니다.

저작물이 얼마나 사용되었나요? 이러한 사용이 원본 저작물 시장에 미치는 영향은 얼마나 되나요? 이러한 사용으로 인해 원래 저작물이 크게 병행 되나요, 아니면 종말한 목적으로 사용되나요? 이러한 사용이 저작권 보호 예외에 해당하나요? 귀하의 답변은 업로드와 공유될 수 있습니다.

권리자의 저작권 침해 신고가 받아들여지지 않은 CASE

유튜브의 권리구제 정책(저작권 침해)

저작권 위반 경고

저작권 위반 경고 1회

위할 수 있는 조치

사제된 콘텐츠

경고를 받은 날짜: 2023년 5월 17일 90일 후 소멸

동영상

사용된 콘텐츠

조치

업로드 날짜 2022. 5. 24.

콘텐츠가 발견된 시간 1:40 ~ 1:59

작업 상태

저작권 침해 신고로 인해 저작권 위반 경고를 3번 받으면 유튜브 채널이 삭제될 수 있음

명예훼손으로 다투는 유튜브 채널 사이에서 저작권 침해 신고를 통해 상대방의 채널을 삭제하고자 시도하는 경우 다수 존재

유튜브의 권리구제 정책(저작권 침해)

채널 대시보드

저작권 위반 경고

저작권 침해 신고로 인한 저작권 위반 경고는 반론 통지를 제출함으로써 해결 가능

주로 ① 신고자가 저작권을 가지는 저작물이 아니라는 점, ② 신고자가 이미 이용허락을 했던 저작물이라는 점, ③ 공정이용에 해당한다는 점 등을 소명하여 2,000자 분량 이내로 반론 통지 제출

YouTube

크리에이터님, 안녕하세요.

디지털 밀레니엄 저작권법(Digital Millennium Copyright Act)에 따라 이의 제기 신청서 처리를 완료했습니다.

다음 동영상 중 삭제되지 않은 동영상은 모두 복원되었습니다.

<http://www.youtube.com/watch?v=Xf...>

- YouTube 고객센터

고객센터 • 이메일 옵션

본 이메일은 YouTube 채널 또는 계정과 관련된 정보 및 최신 소식을 알려드리기 위해 발송되었습니다.

YouTube

© 2021 Google LLC d/b/a YouTube, 901 Cherry Ave., San Bruno, CA 94066

반론 통지를 통해 경고를 해제하고 영상을 복원시킨 CASE

28

29





개선을 위한 제안

구글·아마존·애플·페이스북 국내 대리인 한 곳에...‘페이퍼컴퍼니’ 의혹

윤현기 기자 | 승인 2021.04.19 13:05 | 댓글 0

김영식 의원 “이용자 보호 장치 악용한 공수...해외사업자 국내 법인 대리인 지정 강제 필요”

전기통신사업법		정보통신망법 · 개인정보보호법		
사업자명	대리인명	사업자명	대리인명	대리인 주소
Google	㈜트랜스코스코리아	Google	디에이전트	서울시 종로구 새문안로5가길 28
Facebook	프라이버시메이전트코리아㈜	Facebook	프라이버시메이전트코리아㈜	서울시 종로구 새문안로5가길 28
Netflix	넷플릭스 서비스코리아	Amazon	제너럴에이전트	서울시 종로구 새문안로5가길 28
		Apple	에이피피에이	서울시 종로구 새문안로5가길 28

3개 법령에 의거한 국내 대리인 지정 현황(과기부·방통위·개보위, 자료:김영식의원실)

2023. 5. 개정 전기통신사업법 시행에 따라, 구글은 전기통신사업법과 관련한 국내대리인을 페이퍼컴퍼니에서 구글코리아로 교체.

메타는 메타커뮤니케이션에이전트 유한회사를 설립.

참고 : 2021. 4. 19. 데이터넷 기사 “구글·아마존·애플·페이스북 국내 대리인 한 곳에...‘페이퍼컴퍼니’ 의혹”

개선을 위한 제안

경제 IT

구글·메타, 국내 대리인 ‘한국 내 법인’으로 교체

개정 전기통신사업법 시행 따라

기자 권재성

수정 2023-07-05 19:05 | 등록 2023-07-05 19:05



**제32조(이용자 보호)** ① 전기통신사업자는 전기통신업무에 관하여 이용자 피해를 예방하기 위하여 노력하여야 하며, 이용자로부터 제기되는 상당한 의견이나 불만을 즉시 처리하여야 한다. 이 경우 즉시 처리하기 곤란한 경우에는 이용자에게 그 사유와 처리일정을 알려야 한다. <개정 2014. 10. 15.>  
② 방송통신위원회는 제1항에 따른 이용자 보호 업무에 대하여 평가한 후 그 결과를 공개할 수 있다. 이 경우 방송통신위원회는 전기통신사업자에게 평가에 필요한 자료를 제출하도록 명할 수 있다. <개정 2014. 10. 15.>

① 전기통신업무의 종류, 사업규모, 이용자 보호 등을 고려하여 **대통령령**으로 정하는 전기통신사업자는 이용자와 전기통신업무의 이용에 관한 계약을 체결(체결된 계약 내용을 변경하는 것을 포함한다)하는 경우 **대통령령**으로 정하는 바에 따라 해당 계약서 사본을 이용자에게 서면 또는 정보통신망을 통하여 송부하여야 한다. <신설 2014. 10. 15.>  
④ 기간통신업무를 제공하는 전기통신사업자가 이용요금을 이용자 등으로부터 미리 받고 그 이후에 전기통신서비스를 제공하는 사업(이하 “선불통화서비스”라 한다)을 하려는 경우에는 그 서비스를 제공할 수 없게 됨으로써 이용자 등이 입게 되는 손해를 배상할 수 있도록 서비스를 제공하기 전에 미리 받으려는 이용요금 총액의 범위에서 **대통령령**으로 정하는 기준에 따라 산정된 금액에 대하여 **과학기술정보통신부장관이 지정하는** 자를 피보험자로 하는 보증보험에 가입하여야 한다. 다만, 해당 전기통신사업자의 재정적 능력과 이용요금 등을 고려하여 **대통령령**으로 정하는 경우에는 보증보험에 가입하지 아니할 수 있다. <개정 2013. 3. 23., 2014. 10. 15., 2017. 7. 26., 2020. 6. 9.>

개선을 위한 제안

IT 과학 정부 "가짜뉴스 신고댄 즉각 삭제"… 유투브·메타 참여가 관건

김대기 기자 daeky@dmk.co.kr

입력 : 2024-02-18 17:44:42 수정 : 2024-02-18 19:42:50

한국인 59% 유튜브에서 뉴스 소비  
해외 제작 일베이크 차단 과제

◆ 속도내는 다펀드 ◆  
정부가 4월 10일 종선을 앞두고 가짜뉴스 콘텐츠를 즉각 삭제하거나 차단할 수 있는 긴급 대응 체계 마련에 속도를 내고 있다.

가짜뉴스 신고가 접수되면 국내외 포털·플랫폼 사업자가 해당 콘텐츠에 대해 삭제 등 선제적 조치를 취할 수 있도록 “자율규제”를 권하고 있다는 것이 핵심이다. 이를 놓고 양측에서 구글, 메타와 같은 해외 사업자들의 협조 정도가 정책 실행에 큰 영향을 끼칠 변수라고 지적한다. 한국언론진흥재단의 “디지털뉴스리포트 2023”에 따르면 한국인의 53%가 유튜브를 통해 뉴스를 볼 정도로 해외 플랫폼에 대한 의존도가 높기 때문이다.

18일 플랫폼 업계에 따르면 방송통신위원회는 “가짜뉴스 대응 민관협력체” 구성원에 업무 협조를 구하는 방식으로 “자율규제”에 적극 동참해달라는 의사를 전하고 있다.

가짜뉴스 대응 민관협력체에는 네이버·카카오·구글·메타 등이 참여하고 있다.

[단독]가짜뉴스에 칼 빼든 윤석열 정부, '디지털 언론중재위' 만든다

김한지·조혜수 기자 (metaxy@sisajournal.com) | 승인 2023.09.15 10:05 | 조회수 1770

유튜브 등 인터넷 매체들의 허위 명예훼손 정보도 즉각적이고 포괄적인 규제 대상에 넣어  
국민통합위, 정보통신망법 시행령 정비...방송통신위는 '악의의 편집'과 싸우는 TF팀 출범

윤석열 정부가 가짜뉴스와의 전쟁을 선포했다. 윤석열이 재임 대선 사흘 전인 2022년 3월6일 인터넷 매체 ‘뉴스타파’를 통해 보도된 ‘김민배·신학철 허위 인터뷰 의혹’이 불쏘시개가 됐다. 이 인터뷰에는 부시저축은행 사건 당시 대검 총수2과 강으로서 주임검사였던 윤석열 대통령이 대장동 대출 브로커 조우형씨에 대한 수사를 무마해 줬다는 내용이 담겼다. 9월 5일 대통령실 고위 관계자는 “(이 보도는) 대장동 우범(김민배)과 인노련(인문노조연맹) 위원장 출신 언론인(신학철)이 합작한 회대의 대선 공작 사건”이라고 규정했다.

문제는 김민배·신학철 두 사람이 그치지 않았다. 뉴스타파가 인터넷 음성파일을 ‘짜깁기’한 정황이 나온 것이다. 뉴스타파는 ‘윤석열’ 외에 다른 주어와 이름을 지우거나 중간 대화 내용을 삭제했는데, 이를 통해 윤석열 당시 국민의힘 대선 후보와 관련한 의혹을 증폭시켰다는 비판을 받고 있다. 이른바 ‘악의의 편집’이라는 지적이 나오는 배경이다. JTBC도 도마에 올랐다. JTBC는 ‘조우형에 대한 윤석열 수사 무마’ 의혹을 2022년 2월 보도했는데, 조우형씨가 해당 내용을 부인하는 진술을 했음에도 보도에는 이를 누락했다는 의혹을 받고 있다. 이와 관련해 서울중앙지검 대선 개입 여론조작 사건 특별수사팀(팀장 강백신·변부패수사3부장)은 9월14일 뉴스타파와 JTBC에 대한 압수수색을 단행했다.



이재경 교수/변호사  
• [jack0420@empas.com](mailto:jack0420@empas.com)

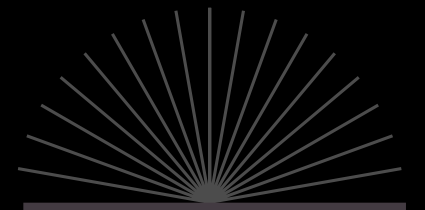
• 본 발제자료는 이윤수 변호사(법무법인 주원)로부터 제공받은 자료를 참고하여 작성하였음.



| 주제 발표 2 |

## AI가 가져올 콘텐츠 산업의 변화에 따른 새로운 영역의 분쟁과 입법안-

콘텐츠산업진흥법 개정안을 중심으로  
박희경 변호사(MBC)





1

1. AI와 콘텐츠 산업의 변화

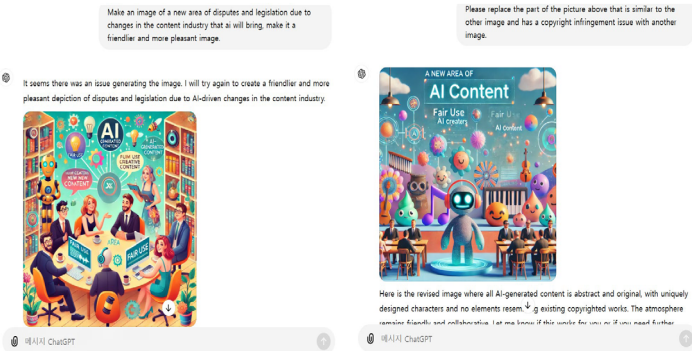
콘텐츠는 “부호, 문자, 도형, 색채, 음성, 음향, 이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보”로서 “영화, 음악, 게임, 출판, 인쇄, 방송영상물, 문화재, 만화, 캐릭터, 애니메이션, 에듀테인먼트, 모바일, 디자인, 광고, 공연, 미술품, 공예품, 디지털콘텐츠, 사용자제작콘텐츠, 멀티미디어콘텐츠” 등 장르를 구분하지 않는다. (콘텐츠분쟁위원회 홈페이지 중)

영화 원 모어 퍼킨 등	음악 Suno AI Udio	게임 빌드박스 4 (생성 AI 지원 노코드 게임 제 작 솔루션)	방송 PD가 사라졌다	만화 대시 툴 등
--------------------	-----------------------	--	-------------------	--------------

3

0 목차

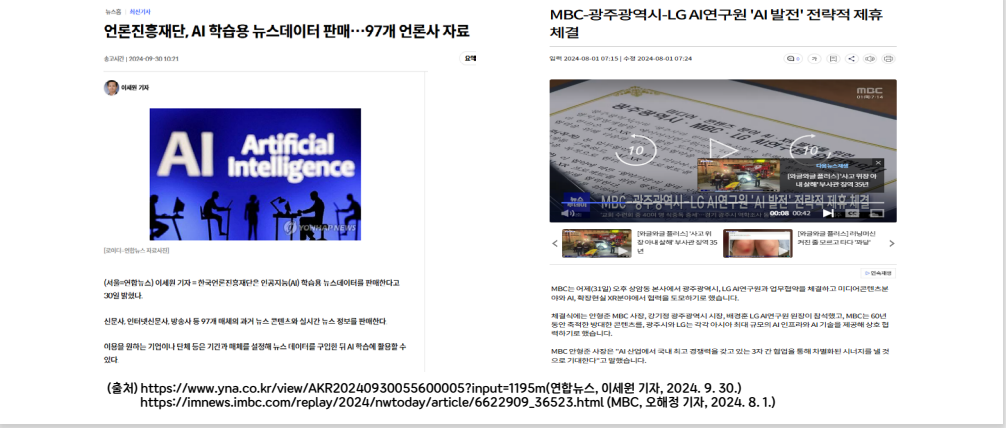
- 1. AI로 인한 콘텐츠 산업의 변화
- 2. 구체적인 분쟁의 모습
- 3. 입법안
- 4. 토론



\* ChatGPT 생성 이미지

2

1. AI와 콘텐츠 산업의 변화



4



## 1. AI와 콘텐츠 산업의 변화

AI 산출물에 대한 권리 관련 문제

학습데이터의 원 소유자와 생성형 AI 개발사 사이의 분쟁

생성형 AI 이용자 사이의 분쟁

AI산출물의 허위 정보 제공 등 관련 문제

5

## 2-1. 새로운 영역의 분쟁 (참고 판례)

## 서울행정법원 2023. 6. 30. 선고, 2022구합89524 특허출원무효처분 취소 청구의 소

나아가 원고는 인공지능을 발명자로 표시할 수 있도록 허용하는 것이 발명을 장려하고 그 이용을 도모함으로써 기술발전을 촉진하여 산업발전에 이바지하고자 하는 특허법의 목적·취지에 더 부합한다고도 주장한다. 그러나 인공지능이 발명자로 표시될 수 있다 하더라도 그로 인하여 인공지능이나 인공지능의 개발자가 더 적극적으로 발명을 할 유인이 발생한다고 볼만한 합리적 근거는 부족한 반면, 인공지능을 발명자로 인정할 경우 향후 인간 지성의 위축을 초래하여 미래 인간의 혁신에 부정적인 영향을 미칠 우려, 연구 집약적인 산업 자체가 붕괴될 우려, 발명이나 그 결과물과 관련된 법적 분쟁이 발생할 경우 인공지능의 개발자인 인간이 책임을 회피함으로써 책임 소재가 불분명해질 우려 등이 엄존하고, 소수 거대 기업 등이 강력한 인공지능을 독점함으로써 특허법이 소수의 권익만을 보호하는 수단으로 전락할 위험성도 있는바, 인공지능을 발명자로 인정하는 것이 우리 사회의 기술 및 산업발전의 도모에 궁극적으로 기여할 것이라고 단정하기도 어렵다.

○ 서울고등법원 - 2024. 5. 16. 선고 2023누52088 판결 항소기각

○ 대법원 - 2024두45177 사건 (진행 중)

7

## 2-1. 새로운 영역의 분쟁 (참고 판례)

## 서울행정법원 2023. 6. 30. 선고, 2022구합89524 특허출원무효처분 취소 청구의 소

특허법 제2조 제1호는 ‘발명이라 함은 자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작으로서 고도한 것을 말한다.’고 규정하고 있다. 그런데 ‘기술’ 자체가 아닌 ‘기술적 사상’이란 결국 인간의 사유를 전제로 하는 것이고, ‘창작’ 역시 인간의 정신적 활동을 전제로 하는 것이다. 또한 발명행위는 이른바 사실행위로써, 발명행위를 하게 되면 특허법상 발명자지위가 부여되고 특허권이 발명자에게 원시적으로 귀속되므로(특허법 제33조 제1항, 소위 ‘발명자주의’), 발명자의 지위는 원칙적으로 권리능력이 전제가 되어야 한다. 그런데 민법에서는 ‘사람은 생존한 동안 권리와 의무의 주체가 된다.’고 규정하여 원칙적으로 자연인에게만 권리능력이 부여된다는 점을 명시하고 있고(제3조), 다만 제한된 범위 내에서 법인에게도 권리능력을 부여하고 있는데(제34조), 인공지능은 법령상 자연인과 법인 모두에 포섭되지 않으므로[민법상 ‘본법에서 물건이라 함은 유체물 및 전기 기타 관리할 수 있는 자연력을 말한다.’고 하여 사람과 법인을 제외한 나머지를 포괄적으로 물건으로 보고 있는바(제98조), 소프트웨어와 하드웨어가 결합하는 형태의 인공지능 역시 민법상 유체물로서 물건에 해당할 여지가 높아 보인다], 현행 법령상으로는 인공지능에게 권리능력을 인정할 수도 없다.

6

## 2-2. AI 관련 주요 분쟁 사례 (2024년, 해외)

분류	제기시점	당사자	소송의 내용
글	2024. 1.	Basbanes et al v. MICROSOFT CORPORATION et al	미국 언론인 출신 논픽션 작가 니콜라스 바스벤즈 등이 수십억 달러 규모의 인공지능(AI) 시스템을 구축하기 위해 작가들의 저작권이 있는 저작물을 훔쳤다고 주장하며 챗GPT 개발사 오픈AI와 마이크로소프트(MS)에 소송 제기
	2024. 5.	Nazemian, et al. v. NVIDIA Corp.	브라이언 린(Brian Keene)과 압디 나제미안(Abdi Nazemian), 스투어트 오난(Stewart O’Nan) 3명의 작가들은 인공지능(AI)칩 개발 기업 엔비디아가 저작권 보호를 받는 작품을 허락 없이 사용해 자사 인공지능 플랫폼 니모(NeMo)를 훈련했다는 이유로 소송 제기
	2024. 8.	Andrea Bartz, et al. v. Anthropic PBC	작가 안드레아 바츠, 찰스 그레이버, 커크 윌리스 존슨은 앤트로픽이 클로드를 훈련시키는 과정에서 저작권이 있는 책들의 불법 복제본을 사용했다고 주장하며 소송 제기
음악	2024. 6.	UMG Recordings, Inc., et al. v. Suno, Inc., et al.,	소니 뮤직 엔터테인먼트(Sony Music Entertainment), 유니버설 뮤직 그룹(Universal Music Group), 워너 레코드(Warner Records) 등 음반사 그룹이 AI 음악 생성 서비스업체 Suno, Udio를 상대로 자신들의 음원을 허가 없이 AI 학습에 사용했다고 소송 제기

8

2-2. AI 관련 주요 분쟁 사례 (2024년, 해외)

분류	제기시점	당사자	소송의 내용
이미지	2024. 4.	Zhang v. Google LLC	Photographer Jingna Zhang has launched a lawsuit against Google along with three other artists who accuse the search giant of using their copyrighted work in the training of its AI image generator model Imagen.
기사	2024. 2.	Raw Story Media, et al. v. OpenAI, Inc., et al.	Raw Story, America's largest independent progressive news site, today filed suit against OpenAI for using thousands of Raw Story's news articles to train ChatGPT in violation of the Digital Millennium Copyright Act.
	2024. 4.	Daily News, LP, et al. v. Microsoft Corp., et al.	뉴욕 데일리 뉴스, 시카고 트리뷴을 포함한 8개 뉴스 출판사는 오픈AI의 챗GPT와 MS의 코파일럿 등 다수 AI 제품들이 훈련에 수백만 건의 기사를 불법적으로 복사해서 사용했다고 주장하며 소송을 제기
	2024. 6.	Center for Investigative Reporting, Inc. v. OpenAI, Inc., et al.	미국 탐사보도 전문 비영리단체 탐사보도센터(CIR)는 챗GPT 개발사 오픈AI와 이 회사에 투자한 마이크로소프트(MS)를 상대로 자신들의 저작권이 침해당했다면서 미 연방법원에 소송 제기

9

2-3. 분쟁의 구체적인 쟁점

(이어서)

Bing은 더 타임즈의 제품 리뷰 사이트인 Wirecutter에서 거의 명확한 결과를 재현하면서도 Wirecutter의 기사에 연결되지 않았음, Wirecutter 기사에 대한 트래픽 감소와 제휴 링크에 대한 트래픽 감소는 결과적으로 Wirecutter의 경제적 손실이 됨

“Decreased traffic to Wirecutter articles and, in turn, decreased traffic to affiliate links subsequently lead to a loss of revenue for Wirecutter,” the complaint states,”

인공지능 ‘hallucinations’를 통해 더 타임즈 브랜드에 미칠 수 있는 잠재적 피해가 있음, Bing chat이 더 타임즈에서 제공한 것으로 사례를 인용하였으나, 실제로 신문기사에서 해당 정보가 언급된 적은 없음

“The lawsuit also highlights the potential damage to The Times’s brand through so-called A.I. “hallucinations,” a phenomenon in which chatbots insert false information that is then wrongly attributed to a source. The complaint cites several cases in which Microsoft’s Bing Chat provided incorrect information that was said to have come from The Times, including results for “the 15 most heart-healthy foods,” 12 of which were not mentioned in an article by the paper.”

(출처) <https://www.nytimes.com/2023/12/27/business/media/new-york-times-open-ai-microsoft-lawsuit.html>

11

2-3. 분쟁의 구체적인 쟁점

*The Times Sues OpenAI and Microsoft Over A.I. Use of Copyrighted Work*

2023. 12. 27. By [Michael M. Grynbaum](#) and [Ryan Mac](#)(New York Times)

소송에는 정확한 금전적인 청구액이 포함되어 있지 않음, 그러나 피고들은 더 타임즈의 고유한 가치 있는 저작물을 불법적으로 복제 및 사용한 것과 관련된 수십억 달러의 법적 또는 실제 손해에 대하여 책임을 져야 하고, 더 타임즈의 저작권이 있는 자료를 사용하는 챗봇 모델과 교육 데이터를 파기할 것을 요청하고 있음

“The suit does not include an exact monetary demand. But it says the defendants should be held responsible for “billions of dollars in statutory and actual damages” related to the “unlawful copying and use of The Times’s uniquely valuable works.” It also calls for the companies to destroy any chatbot models and training data that use copyrighted material from The Times.”

지적재산을 보호하고자 하는 것 이외에도 더 타임즈의 소송은 Chat GPT와 기타 인공지능 시스템을 뉴스 비즈니스의 잠재적인 경쟁자로 설정하였음, 챗봇이 시사나 기타 뉴스 가치 있는 주제에 대한 질문을 받으면 더 타임즈의 저널리즘에 의존하는 답변을 내놓을 수 있음

“Besides seeking to protect intellectual property, the lawsuit by The Times casts ChatGPT and other A.I. systems as potential competitors in the news business. When chatbots are asked about current events or other newsworthy topics, they can generate answers that rely on journalism by The Times.”

(출처) <https://www.nytimes.com/2023/12/27/business/media/new-york-times-open-ai-microsoft-lawsuit.html> 중 부분 발췌

10

3-1. 최근 입법 등의 방향

[인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 법률(안) 등]

- 국회 발의 약칭 AI 법안 10 건 이상임(2024. 10. 9. 기준)  
제안이유 : 미국, 영국, 유럽연합 등 주요국에서는 인공지능 산업의 발전을 위해 대규모 투자, 인프라 구축 등 지원체계를 구축하는 한편, 인공지능의 안전성과 신뢰성을 확보하기 위하여 각국의 경제·사회적 환경을 고려한 규율 체계를 마련하는 등 글로벌 주도권 경쟁이 본격화되고 있음, 우리나라에서도 인공지능을 단순한 기술이 아니라 국가의 경제 성장과 국민의 삶의 질을 좌우하는 핵심 동력으로 보며, 인공지능 발전과 신뢰 기반 조성을 위한 규율 체계가 필요하다는 목소리가 대두되고 있음
- 인공지능의 건전한 발전을 지원하고 인공지능사회의 신뢰 기반 조성에 필요한 기본적인 사항을 규정함으로써 국민의 권익과 존엄성을 보호하고 국민의 삶의 질 향상과 국가경쟁력을 강화하는데 이바지할 수 있는 대한민국 인공지능의 새로운 기준을 마련하고자 함  
〔2200543〕인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 법률안(정정식 의원 등 108인) 제안이유와 검토보고서 중 발췌)

국가인공지능위원회의 설치 및 운영에 관한 규정

[시행 2024. 8. 6.] [대통령령 제34787호, 2024. 8. 6., 제정]

【제정·개정여유】 제정개정료 전체 제정개정이유

[제정]

◇ 제정 이유

인공지능 산업을 진흥하고 신뢰할 수 있는 인공지능 이용환경을 조성함으로써 국가 경쟁력 강화, 국익 보호 및 국민의 삶의 질 향상을 위하여 대통령 소속으로 국가인공지능위원회 설치하고, 그 구성 및 운영에 필요한 사항을 정하려는 것임.

◇ 주요 내용

가. 국가인공지능위원회의 설치 및 기능(제2조)

- 1) 인공지능 산업의 진흥 및 인공지능 신뢰 기반 조성을 위한 주요 정책 등에 관한 사항을 효율적으로 심의·조정하기 위하여 대통령 소속으로 국가인공지능위원회를 둘.
- 2) 국가인공지능위원회의 심의·조정 사항을 인공지능 관련 주요 정책, 인공지능 분야의 연구개발 전략 수립, 인공지능 관련 투자 전략 수립과 인공지능 분야의 경쟁력 강화를 위한 민·관 협력 및 산업 발전에 관한 사항 등으로 정함.

나. 국가인공지능위원회의 구성(제3조)

- 1) 국가인공지능위원회는 위원장 1명과 부위원장 1명을 포함하여 45명 이내의 위원으로 구성하고, 위원장은 대통령이 되도록 함.

(출처) 국가법령정보센터

12

3-2. 입법안

[콘텐츠산업 진흥법 일부개정 법률안(강유정 의원 대표발의)]

의안번호 2200548 발의연월일 : 2024. 5. 31.

제안 이유 및 주요 내용 :

인터넷상의 데이터를 학습하여 텍스트, 이미지, 음악 등의 콘텐츠를 생성하는 인공지능 기술은 이미 일정 수준 이상의 콘텐츠를 생산하고 있으며 앞으로 그 발전 속도는 더욱 빨라질 것으로 예상됨. 이와 같은 인공지능 생성 콘텐츠의 발전속도와 파급력을 감안할 때 이용자들이 인공지능 기술로 작성된 콘텐츠를 이용함에 있어, 해당 콘텐츠가 인공지능 기술로 만들어진 것이라는 사실 등을 인식할 수 있도록 관련 법 · 제도 마련이 필요하다는 의견이 제기됨. 이에 콘텐츠제작자는 대통령령으로 정하는 인공지능 기술을 이용하여 콘텐츠를 제작한 경우에는 해당 콘텐츠가 인공지능 기술을 이용하여 제작된 콘텐츠라는 사실을 표시하도록 함으로써 이용자의 혼선을 방지하고 인공지능 콘텐츠의 신뢰성과 책임성을 강화하려는 것임 (안 제26조제3항 및 제4항 신설).

[\* 2023. 5. 22. 발의되었던 이상현 의원 대표발의안(2122180)]

신 · 구조문대비표

현행	개정안
제26조(이용자 보호시책 등) ①·② (생략) <신설>	제26조(이용자 보호시책 등) ①·② (현행과 같음) ③ 콘텐츠제작자는 대통령령으로 정하는 인공지능 기술로 이용하여 콘텐츠를 제작한 경우에는 해당 콘텐츠가 인공지능 기술을 이용하여 제작된 콘텐츠라는 사실을 표시하여야 한다. <신설>
<신설>	④ 제3항에 따른 표시의 내용과 방법에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. ⑤ (현행 제3항과 같음)

3-3. 법제 비교

EU AI ACT Article 50 Transparency obligations for providers and users of certain AI systems

4. Deployers of an AI system that generates or manipulates image, audio or video content constituting a deep fake, shall disclose that the content has been artificially generated or manipulated. This obligation shall not apply where the use is authorised by law to detect, prevent, investigate or prosecute criminal offence. Where the content forms part of an evidently artistic, creative, satirical, fictional analogous work or programme, the transparency obligations set out in this paragraph are limited to disclosure of the existence of such generated or manipulated content in an appropriate manner that does not hamper the display or enjoyment of the work.

Deployers of an AI system that generates or manipulates text which is published with the purpose of informing the public on matters of public interest shall disclose that the text has been artificially generated or manipulated. This obligation shall not apply where the use is authorised by law to detect, prevent, investigate or prosecute criminal offences or where the AI-generated content has undergone a process of human review or editorial control and where a natural or legal person holds editorial responsibility for the publication of the content.

5. The information referred to in paragraphs 1 to 4 shall be provided to the natural persons concerned in a clear and distinguishable manner at the latest at the time of the first interaction or exposure. The information shall conform to the applicable accessibility requirements.

7. The AI Office shall encourage and facilitate the drawing up of codes of practice at Union level to facilitate the effective implementation of the obligations regarding the detection and labelling of artificially generated or manipulated content. The Commission is empowered to adopt implementing acts to approve those codes of practice in accordance with the procedure laid down in Article 56 (6), (7) and (8). If it deems the code is not adequate, the Commission is empowered to adopt an implementing act specifying common rules for the implementation of those obligations in accordance with the examination procedure laid down in Article 98(2).

3-2. 입법안

[주요 이해관계자 의견]

○ 문화체육관광부 : 개정안의 입법 취지에는 공감하지만, 현재인공지능 기술 및 인공지능 산업 전반을 규율하는 내용의 법률안이 다수 발의되어 있는 상황이므로, 인공지능 이용 콘텐츠에 대한 표시의무 부과 여부 또한 관련 법률안의 논의 경과를 고려하여 함께 검토될 필요가 있다는 입장인 바, 심사 시 참고할 필요가 있음

○ 과학기술정보통신부 : 개정안의 “표시의무 부과”는 AI 사업자가 아닌 불특정 다수의 일반인을 포함한 콘텐츠제작자를 규제하는 사항으로 신중한 접근이 필요하며, 글로벌 차원에서 논의되는 AI에 대한 단순한 포괄적 규제가 아닌 분야별 특수성을 반영한 규제는 규율 체계의 안정성을 고려하여 AI 기본법안 제정 후 단계적으로 마련해 나가는 것이 바람직

○ 방송통신위원회 : 입법취지에는 공감하나, 다만, 표시를 해야 하는 인공지능 기술 또는 콘텐츠의 유형 등 핵심사항을 대통령령으로 모두 위임하여, 수범자가 규제 범위를 예측하기 어려우며, 사소한 수정이나 오해의 가능성이 없는 콘텐츠(미용목적, 애니메이션 등)까지 과도하게 규제될 우려 존재, 개정안에 AI에 대한 정의가 없고 AI으로 만든 콘텐츠의 범위가 모호하여 수범자가 규제대상 범위를 예측하기 어려움. 따라서 ‘AI’ 및 ‘AI 기술을 이용하여 제작된 콘텐츠’에 대한 정의가 명확하게 규정될 필요가 있음, AI 콘텐츠의 제작 뿐 아니라 유통·확산 과정에서 이용자의 알 권리를 보호하기 위한 방안도 종합적으로 고려하여 의무를 신설하는 것이 타당

(콘텐츠산업 진흥법 일부개정법률안 검토보고서, 2024. 8., 참조)

3-3. 법제 비교

EU AI ACT 제50조 특정 AI 시스템의 제공자 및 사용자에 대한 투명성 의무

4. 딥페이크에 해당하는 이미지, 음성 또는 영상 콘텐츠를 생성하거나 조작하는 AI 시스템의 배포자는 해당 콘텐츠가 인위적으로 생성 또는 조작되었음을 공개해야 한다. 이러한 의무는 범죄 행위를 탐지, 방지, 조사 또는 기소하기 위하여 법률에 의하여 사용이 승인된 경우에는 적용되지 아니한다. 콘텐츠가 명백히 예술적, 창의적, 풍자적, 허구적 유사 저작물 또는 프로그램의 일부를 구성하는 경우, 이 호에 규정된 투명성 의무는 그러한 생성 또는 조작된 콘텐츠를 저작물의 전시 또는 향유를 방해하지 않게 적절한 방식으로 공개하는 것으로 제한된다. 공익사항을 알릴 목적으로 게시되는 문자를 생성하거나 조작하는 AI시스템의 배포자는 문자가 인위적으로 생성 또는 조작된 것임을 공개해야 한다. 이 의무는 법률에 따라 탐지, 방지, 조사 또는 기소를 위해 사용이 승인된 경우 또는 AI가 생성한 콘텐츠가 인격검토 또는 편집 통제 과정을 거쳤거나 자연인이나 법인이 해당 콘텐츠의 게시에 대한 편집 책임을 가지는 경우에는 적용되지 않는다.

5. 제(1)항부터 제(4)항까지에 언급된 정보는 늦어도 최초의 상호작용 또는 노출 시에 명확하고 구별할 수 있는 방식으로 관련된 자연인에게 제공한다. 이 정보는 적용되는 접근성 요건을 준수하여야 한다.

7. 인공지능사무국은 인위적으로 생성 또는 조작된 콘텐츠의 감지 및 라벨링에 관한 의무의 효과적 이행 촉진하기 위하여 유럽연합 수준에서의 실무규약 작성을 권장하고 촉진한다. 유럽연합집행위원회는 제56조(6), 제(7)항 및 제(8)항에서 정하는 절차에 따라 이러한 실무규약을 승인하는 시행법을 채택할 권한을 갖는다. 유럽연합집행위원회는 실무규약이 적절하지 아니하다고 판단하는 경우에는 제98조(2)에서 정하는 심사절차에 따라 해당 의무의 이행에 관한 공통규칙을 정하는 시행법을 채택할 권한을 갖는다. [유럽연합 AI법 번역본(2024. 3. 13. 가결)\_국회도서관, 참조]

3-3. 법제 비교

○ 미국

- AI 규제정책에 따라 생성형 인공지능이 만든 콘텐츠에는 디지털 표식, 워터마크를 넣기로 함
- 법적인 강제성은 없으나, 앤트로픽, 알파벳, 마이크로 소프트, 메타, 아마존, 오픈 AI 등이 자발적으로 참여하기로 함

○ 중국

- 초안 발표한 상태(2024. 9. 15 기준)
- AI로 만들어진 콘텐츠의 제작, 전시, 배포 기간에 ' AI로 제작 ' 한 사실을 분명히 밝혀야 함
- 온라인 콘텐츠 제공자들은 문자, 영상, 오디오, 가상화면 등 AI로 만든 모든 콘텐츠에 대해 문자, 음성, 그래픽 같은 눈에 띄는 표시로 이를 알려야 하고, 아울러 디지털 워터마크나 메타데이터 태그 같은 좀 더 정교한 표식을 사용하는 것도 권장됨
- 해당 초안은 어떠한 단계나 개인도 악의적으로 해당 필수 표시를 삭제, 변조, 위조, 은폐해서는 안 되며, AI로 만든 콘텐츠에 대한 부적절한 식별로 다른 이들의 권리와 이익을 침해해서도 안 된다고 규정. 또 온라인 콘텐츠 플랫폼들은 자신들이 배포하는 모든 AI 제작 콘텐츠를 규제해야 함

(참조 : SBS 뉴스, 중국 AI 제작 콘텐츠 표시 의무화 규정 초안 발표, 신승이 기자, 2024. 9. 15.  
[https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news\\_id=N1007802114&plink=COPYPASTE&cooper=SBSNEWSEND](https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1007802114&plink=COPYPASTE&cooper=SBSNEWSEND))

3-4. 비교 입법안(정보통신망법)

구분	내용
김장겸 의원 대표발의	③ 누구든지 정당한 사유 없이 제2항에 따른 가상 정보의 표시를 임의로 제거하거나 변경하여서는 아니 된다. ④ 정보통신서비스 제공자는 자신이 운영·관리하는 정보통신망에 제2항을 위반하여 가상 정보의 표시를 하지 아니한 정보가 유통되지 아니하도록 노력하여야 한다. 이 경우 정보통신서비스 제공자는 가상 정보의 표시를 하지 아니한 정보를 발견하였을 때에는 지체없이 해당 정보에 가상 정보의 표시를 하거나 삭제 등 접속을 제한하는 조치를 할 수 있다. ⑤ 정보통신서비스 제공자는 제2항 또는 제3항을 위반하는 이용자에 대하여 이용약관으로 정하는 바에 따라 경고, 이용 정지 또는 해지, 수익제한 등 위반행위의 제발 방지에 필요한 조치를 하여야 한다.
의안번호 3323	⑥ 글, 음향, 이미지 또는 영상 등을 생성 또는 수정·편집할 수 있는 인공지능 기술을 개발하여 공급하는 자는 인공지능 생성물을 식별하는 것을 가능하게 하는 방법을 마련하는 등 이용자 보호에 필요한 조치를 하여야 한다. ⑦ 제1항 또는 제2항에 따른 표시의 방법, 제6항에 따른 이용자 보호에 필요한 조치 및 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. 제76조(과태료) ③ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다. 4의3. 제44조의11제1항을 위반하여 인공지능 생성물이라는 사실을 표시할 수 있는 방법을 마련하지 아니한 자
김승수 의원 대표발의	제43조의2(인공지능 기술 등을 이용하여 만든 가상 정보의 표시) ① 정보제공자는 인공지능 기술 등을 이용하여 만든 실체와 구분하기 어려운 가상 정보의 음향, 이미지 또는 영상 등의 정보 중 대통령령으로 정하는 정보를 제공하려는 경우에는 해당 정보가 인공지능 기술을 이용하여 만든 가상의 정보라는 사실을 명확하게 인식할 수 있도록 표시하여야 한다.
의안번호 713	② 제1항에 따른 표시의 방법 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. 제44조의2(정보의 삭제요청 등) 제76조(과태료) ③ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다. 4의2. 제43조의2제1항을 위반하여 인공지능 기술 등을 이용하여 만든 실체와 구분하기 어려운 가상의 정보임을 표시하지 아니한 자

3-4. 비교 입법안(정보통신망법)

구분	내용
조인철 의원 대표발의	제44조의11(인공지능 기술 등을 이용하여 만든 정보의 표시) ① 누구든지 인공지능 기술 등을 이용하여 만든 실체와 구분하기 어려운 가상의 음향·화상 또는 영상 등의 정보를 제작·편집·유포·상영 또는 게시하는 경우에는 해당 정보가 인공지능 기술 등을 이용하여 만든 가상의 정보라는 사실을 명확하게 인식할 수 있도록 전자적 표시를 하여야 한다.
의안번호 3627	② 정보통신서비스 제공자는 자신이 운영·관리하는 정보통신망에 제1항에 따른 전자적 표시를 하지 아니한 정보가 유통되는 것을 발견한 경우에는 지체 없이 해당 정보를 삭제하여야 한다. ③ 제1항에 따른 전자적 표시의 방법 및 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. 제76조(과태료) ③ 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과한다. 4의3.제44조의11제1항을 위반하여 인공지능 기술 등을 이용하여 만든 실체와 구분하기 어려운 가상의 음향·화상 또는 영상등의 정보에 전자적 표시를 하지 아니한 자
김장겸 의원 대표발의	제44조의11(인공지능 기술을 이용하여 만든 가상 정보의 표시) ①정보통신서비스 제공자 중 사업의 종류 및 규모 등이 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자는 자신이 운영·관리하는 정보통신망에 유통되는 정보 중 인공지능 기술 등을 이용하여 만들거나 변형함으로써 실체와 구분하기 어려운 가상의 글, 음향, 이미지 또는 영상등(이하 이 조 및 제76조에서 “인공지능 생성물”이라 한다)이 인공지능 기술 등을 이용하여 만들거나 변형한 정보라는 사실을 표시(이하 이 조에서 “가상 정보의 표시”라 한다)할 수 있는 방법을 마련하여야 한다. 이 경우 가상 정보의 표시 방법과 가상 정보의 표시를 하여야 한다는 사실을 이용자에게 고지하여야 한다.
의안번호 3323	② 인공지능 생성물을 제작하거나 편집하여 정보통신망에 게시하려는 자는 해당 정보가 인공지능 생성물이라는 사실을 다른 이용자가 명확하게 인식할 수 있도록 제1항에 따라 정보통신서비스 제공자가 마련한 방법을 이용하거나 그와 유사한 형태로 가상 정보의 표시를 하여야 한다. 다만, 인공지능 기술의 사용 범위 및 목적 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 인공지능 생성물에는 가상 정보의 표시를 하지 아니할 수 있다.

3-5. 쟁점

AI 산출물의 범위

매체 유형 등에 따른 표시 방식 차별화

표시 의무 부과에 대한 제재수단이 필요한지

표시 의무 부담 주체



4. 추가 논점 - 학습데이터 공개 의무

인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 법률(안)에 대하여,

문화체육관광부는 저작권 생태계 및 창작자 권리 보호와 학습데이터의 투명성 확보를 위해, EU 인공지능법의 경우와 같이 인공지능사업자에 대한 학습데이터 목록 공개 의무 부과가 필요하다는 의견을 제출함.

이에 대하여 과학기술정보통신부는 EU 인공지능법에서 작성하도록 하는 상세한 요약본의 내용 및 서식 등이 공개되지 않은 상황에서 우리나라가 선제적으로 구체적인 조치를 하는 것은 곤란하며, EU 외 다른 국가의 동향을 함께 고려하여 단계적으로 보완 입법하는 것이 바람직하다는 입장임.

([2200543] 인공지능 발전과 신뢰 기반 조성 등에 관한 법률안(정점식의원 등 108인) 제안이유와 검토보고서 중 발췌)

4. 추가 논점 - 학습데이터 공개 의무

EU AI ACT 제53조(범용인공지능모델 제공자의 의무)

1. 범용 인공지능모델 제공자는 다음 사항에 따른다.

(c) put in place a policy to comply with Union copyright law, and in particular to identify and comply with, including through state of the art technologies, a reservation of rights expressed pursuant to Article 4(3) of Directive (EU) 2019/790;

(c) 유럽연합 저작권법을 준수하고 특히 최신기술을 통한 것을 포함하여 지침(EU) 제2019/790호 제4조 (3)에 따라 표시된 권리 유보를 확인하고 준수하기 위한 정책을 시행한다.

(d) draw up and make publicly available a sufficiently detailed summary about the content used for training of the general purpose AI model, according to a template provided by the AI Office.

(d) 인공지능사무국이 제공하는 양식에 따라 견본에 따라 범용인공지능모델의 학습에 사용하는 콘텐츠에 관한 충분히 상세한 요약을 작성하고 공개한다.

(유럽연합 AI법 번역본(2024. 3. 13. 가결), 국회도서관)



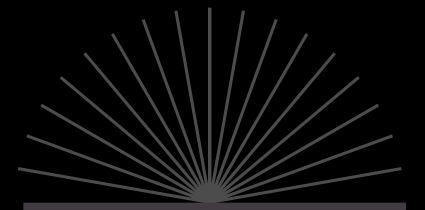
- 본 자료는 KCC한빛채를 사용하여 작성되었음
- (공유마당, 한국저작권위원회, OFL)



| 주제 발표 3 |

## 콘텐츠제작사의 법률관계: 하도급법을 중심으로

성원영 변호사(SLL)



주제 발표 3

# 콘텐츠제작사의 법률관계: 하도급법을 중심으로

성원영 변호사 / 2024. 10. 22.

SLL

GLOBAL CREATIVE STUDIO

## 발표 순서

### I. 영상콘텐츠 산업 구조 변동

- ✓ 방송 시장 위기
- ✓ 극장영화 시장 위기
- ✓ 국내 OTT 시장 현황
- ✓ 한국형 스튜디오 시스템

### II. 하도급법 개관

- ✓ 하도급법의 목적
- ✓ 하도급거래 개념
- ✓ 하도급법 적용 대상 사업자
- ✓ 하도급법 대상거래 유형
- ✓ 하도급법상 의무 및 금지사항

### III. 콘텐츠제작과 하도급법

- ✓ OTT플랫폼/방송사와 콘텐츠제작사 사이의 법률관계
- ✓ 공동제작사 사이의 법률관계
- ✓ 콘텐츠제작사와 작가/감독/음악감독 등 사이의 법률관계
- ✓ 콘텐츠제작사와 출연배우 사이의 법률관계

### IV. 결어: 하도급법을 보완하는 표준계약서 제,개정 필요

- ✓ 표준계약서의 법적 성질 및 의의
- ✓ 영상콘텐츠 분야 표준계약서 제정 현황
- ✓ OTT 콘텐츠 분야 표준계약서 제정에 대한 우려
- ✓ OTT 콘텐츠 관련 표준계약서 제, 개정 필요성

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

## 발표자 및 SLL 소개

### 성원영 변호사

- SLL중앙취 법무팀장
- 제2회 변호사시험(2013년)
- 서울대학교 법학대학원 박사과정 수료(2017년)
- 서울대학교 법학전문대학원 졸업(2013년)
- 서울대학교 경제학부 졸업(2009년)
- 대통령소속 국가지식재산위원회 전문위원
- 한국예술종합학교 겸임교원
- 경희대학교 겸임교수
- 한국특허전략개발원 비상임감사
- 한국저작권위원회 저작권 강사, 저작권법률지원단
- 한국엔터테인먼트법학회 이사
- 한국문화예술평영학회 감사

### SLL 주요 콘텐츠

- OTT 오리지널: 무도실무관(넷플릭스), 강매강(디즈니+), 기생수 더 그레이(넷플릭스), 하이드(쿠방플레이), 피라미드 게임(티빙), 크라임씬 리턴즈(티빙), 황야(넷플릭스), 이재, 곤 죽습니다(티빙), 정신병동에도 아침이 와요(넷플릭스), D.P.(넷플릭스), 카지노(디즈니+), 몸값(티빙), 종이의 집(넷플릭스), 수리남(넷플릭스), 장미맨션(티빙), 지금 우리 학교는(넷플릭스), 지옥(넷플릭스), 킹덤 아신전(넷플릭스) 등
- 영화: 하이재킹, 범죄도시4, 오픈더도어, 1947 보스톤, 거미집, 콘크리트 유토피아, 범죄도시3, 리바운드, 소울메이트, 대외비, 압구정, 범죄도시2, 백두산, 악인전 등
- TV 시리즈: 정숙한 세일즈, 가족X멜로, 낮과 밤이 다른 그녀, 돌아주는 여자, 히어로는 아닙니다만, 끝내주는 해결사, 닥터슬럼프, 웰컴투 삼달리, 힘쎌여자 강남순, 이 연애는 불가항력, 킨더랜드, 닥터 차정숙, 나쁜엄마, 신성한 이혼, 사랑의 이해, 대행사, 재벌집막내아들, 나의 해방일지 등

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

## I. 영상콘텐츠 산업 구조 변동

SLL

GLOBAL CREATIVE STUDIO

방송 시장 위기

“글로벌 OTT 잠식, 방송 사업자 존폐 기로”

2024.09.30 11:04

미디어 3학회 26~27일 세미나  
콘텐츠 제작 시장 '악성 기저화'  
국내 사업자 규제 OTT 수준 완화  
한국판 DMA DSA 도입 필요



[출처: 헤럴드경제(권재민 기자), “글로벌 OTT 잠식, 방송 사업자 존폐 기로”(2024.9.30.)]

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

방송위, '2023년도 방송시장경쟁상황평가' 발표  
OTT 이용률 2.5%p 늘 때 유료방송 가입자 증가율 1.4%p 감소



OTT(온라인동영상서비스) 영향력이 증가함에 따라 방송시장 영향력이 점점 약화되는 것으로 조사됐다. 아직 IPTV(인터넷TV) 가입자가 늘고 있지만 케이블TV(SO)나 위성방송은 가입자 감소세에서 벗어나지 못하고 있고, 방송광고 시장규모도 축소됐다.

[출처: 머니투데이(배한남 기자), “국민 70% 이상이 OTT본다...방송시장 성장세 둔화”(2024.3.13.)]

극장영화 시장 위기

부국제 29년 역사 최초로 OTT 영화 개막작 선정  
정체성 논란 있지만 "영화관에서 봐야 영화나"  
영화제 측은 OTT와 '공생' 택했다



[출처: 한국경제(김예랑 기자), “영화관에서 봐야 영화나... 부산국제영화제, 놀라운 '행보'”(2024.10.5.)]

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

하지만 성공한 시대는 금물이다. 최근 미국에서 발표된 조사에 따르면 성인 관객의 3분의 2가 새로 나온 영화를 보러 극장에 가느니 스트리밍에 올라올 때까지 기다리겠다고 답했다고 한다. 극장업계에서는 이런 관객의 태도 변화가 회복의 가장 큰 걸림돌이라고 판단한다. 사람들은 왜 극장에 가기를 꺼릴까? 응답자들이 꼽은 이유는 다른 사람들이 있는 게 신경 쓰여서(19%), 극장까지 가는 게 귀찮아서(15%), 원하는 영화가 없어서(13%) 등이다. 하지만 생각해 보면 그런 이유들은 집에 앉아 영화를 쉽게 보게 해주는 스트리밍이라는 대안이 생겼기 때문에 불편함으로 느껴질 뿐, 전에는 특별히 신경 쓰지 않았을 것들이다.

그렇다면 그런 불편함에도 불구하고 영화를 찾는 사람들은 무슨 이유 때문일까? 응답자들이 꼽은 가장 큰 이유는 영화관에서밖에 볼 수 없어서(30%)와 3D나 아이맥스 영화라서(30%)였다. 1990년대만 해도 새로운 영화가 영화관 개봉 후에 비디오테이프, DVD로 풀리기까지는 1년 가까이 걸리는 일이 흔했기 때문에 사람들은 ‘극장에 있을 때 봐야 한다’고 생각했다. 지금은 영화에 따라서는 영화관 상영 후 한두 달이면 스트리밍에 올라오고, 심지어 동시 개봉을 하는 영화도 있다. 수익을 극대화하려는 제작사들은 스트리밍 행을 서두르고, 그 결과 굳이 영화관에 가지 않아도 된다는 생각이 퍼지게 되었다. 즉, 스트리밍은 제작사와 관객, 양쪽을 모두 공략하며 영화관을 압박하고 있는 것이다.

박상현 오퍼레터 발행인

[출처: 중앙일보, 오퍼리언 디지털 세상 위기(박상현 오퍼레터 발행인), 영화관에 가지 않는 이유(2024.3.19.)]

국내 OTT 시장 현황

OTT 시장 점유율

순위	시장 점유율(2023년 3월 기준)	순위	시장 점유율(2023년 3월 기준)
1	• 넷플릭스 47%	1	• 넷플릭스 35%
2	• 티빙 17%	2	• 쿠팡플레이 23%
3	• 무림플레이 15%	3	• 티빙 21%
4	• 웨이브 14%	4	• 웨이브 13%
5	• 디즈니플러스 5%	5	• 디즈니플러스 8%
글로벌 OTT 점유율 55%		글로벌 OTT 점유율 43%	
국내 OTT 점유율 46%		국내 OTT 점유율 57%	

출처: 유엔주, “넷플릭스 게 샀거라” 티빙-웨이브 합병 “OTT 개입제한자판” 이노스퀘어이, 2024.5.23, <https://www.enews2day.co.kr/news/articleView.html?idxno=2131286>

[출처: 한국저작권위원회, 저작권 이슈 트렌드(2024.7.) 12쪽에서 재인용]

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

2023년-2024년 넷플릭스, 티빙, 웨이브의 월간 활성 이용자수 추이



출처: 김태호, “글로벌 공룡” 넷플릭스 대항마 될까, NEWSTOF, 2024.06.07, <https://www.newstof.com/news/articleView.html?idxno=22746>

[출처: 한국저작권위원회, 저작권 이슈 트렌드(2024.7.) 14쪽에서 재인용]

한국형 스튜디오 시스템

- 기존의 ‘방송사-독립제작사’ 구조에서 발생하던 편성 우위의 구조를 탈피, 방송사업자 주도권 약화: (i) OTT시장 성장, (ii) 방송광고시장 위축, (iii) 제작비 상승
- 방송사업자가 아닌 스튜디오가 콘텐츠 기획, IP 확보, 유통전략 총괄
- 제작 부문은 독자적인 프로덕션에서 담당, 정규화된 기획PD들이 지속적으로 콘텐츠 기획, 단일 방송사가 아닌 다수의 플랫폼과 협상하여 콘텐츠를 공급
- 스튜디오가 중심이 되어 다수의 제작사와 협력하는 구조, 콘텐츠 제작 전문화, 대형화
- 스튜디오는 ‘레이블’과 같은 형태로 독립 제작사들과 유기적 연결을 강화하는 전략을 택함
- 한국형 스튜디오: SLL(중앙그룹), 스튜디오 드래곤(CJ그룹), 스튜디오S(SBS), 스튜디오 지니(KT그룹), 스튜디오N(네이버) 등
- 2021년 SLL 美 제작사 wiip 인수, CJ ENM 美 제작사 Endeavor Contents(현 Fifth Season) 인수

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

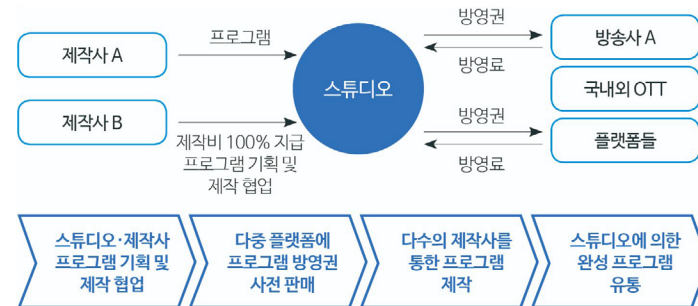
52

53



## 한국형 스튜디오 시스템

- 스튜디오를 중심으로 계약관계 형성



[출처: KCA 미디어 이슈&트렌드(2022.8.), 한국방송통신대학교 이성민 교수, “OTT로 인한 콘텐츠 제작/유통 시스템의 변화: 스튜디오 시스템을 중심으로”]

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

## 하도급법의 목적

- 「하도급거래 공정화에 관한 법률」(이하 '하도급법')은 공정한 하도급거래질서를 확립하여 **원사업자(原事業者)**와 **수급사업자(受給事業者)**가 **대등한 지위**에서 상호보완하며 균형 있게 발전할 수 있도록 함으로써 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 함(하도급법 제1조)
  - 공정한 하도급거래질서를 확립하여 **대기업**과 **중소기업** 간의 상호보완적인 균형발전을 도모
- 「독점규제 및 공정거래에 관한 법률」 제45조 제1항 제6호(거래상지위 남용행위)의 특정한 거래행위를 규율하는 특별법(하도급법 제28조)
- "국가는 균형있는 국민경제의 성장 및 안정과 적정한 소득의 분배를 유지하고, 시장의 지배와 경제력의 남용을 방지하며, 경제주체간의 조화를 통한 경제의 민주화를 위하여 경제에 관한 규제와 조정을 할 수 있다."(**대한민국헌법 제119조 제2항**)

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

## II. 하도급법 개관

SLL

GLOBAL CREATIVE STUDIO

## 하도급거래 개념

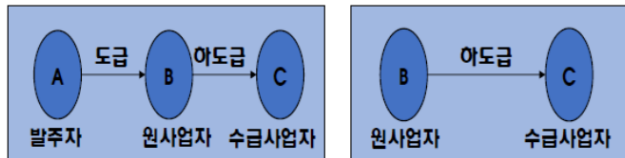
- "하도급거래"란 원사업자가 수급사업자에게 제조위탁·수리위탁·건설위탁 또는 **용역위탁**을 하거나 원사업자가 다른 사업자로부터 제조위탁·수리위탁·건설위탁 또는 **용역위탁**을 받은 것을 수급사업자에게 다시 위탁한 경우, 그 위탁을 받은 수급사업자가 위탁받은 것을 제조·수리·시공하거나 용역수행하여 원사업자에게 납품·인도 또는 제공하고 그 대가를 받는 행위를 말함(하도급법 제2조 제1항)
  - 요약: ① 원사업자가 ② 수급사업자에게 ③ 업(業)에 따른 ④ 건설·제조·수리·용역을 위탁하고 수급사업자는 이를 수행하여 납품, 인도하고 그 대가를 수령하는 행위, ① ~ ④의 요건을 모두 충족해야 하도급법상 하도급거래로 인정

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

## 하도급거래 개념

- 하도급법은 그 명칭과는 달리 일반적으로 흔히 말하는 하도급관계 뿐만 아니라 원도급관계도 규제함(대법원 2003. 5. 16. 선고 2001다27470 판결 등)
  - 원래 하도급은 '재위탁'을 전제로 하는 개념이었으나 재위탁을 전제로 하지 않는 '원도급 관계'까지도 하도급법 적용의 대상으로 봄



[출처: 공정거래위원회 기업거래정책과(2023. 5.) 하도급대금 결제조건 공시제도 설명자료]

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

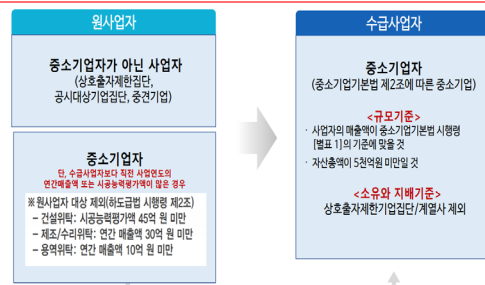
## 하도급법 대상 거래 유형

- 제조위탁:** 물품의 제조(가공 포함)·수리·판매·건설업자가 그 업에 따라 물품의 제조를 다른 사업자에게 위탁하는 것(법 제2조 제6항)
- 수리위탁:** 물품의 수리를 업으로 하는 사업자가 그 수리행위의 전부 또는 일부를 다른 사업자에게 위탁하는 것(법 제2조 제8항)
- 건설위탁:** 건설업자가 그 업에 따라 건설공사의 전부 또는 일부를 다른 건설업자에게 위탁하는 것(법 제2조 제9항)
- 용역위탁:** **지식·정보성과물의 작성 또는 역무의 공급을 업으로 하는 사업자가 그 업에 따른 용역수행행위의 전부 또는 일부를 다른 용역업자에게 위탁하는 것(법 제2조 제11항)**
- ✓ 하도급법상 '업(業)'이란 사업자가 어떤 행위를 반복, 계속적으로 하고 있고 사회통념상 사업의 수행으로 볼 수 있는 것을 의미함 → 원사업자의 등기사항 전부증명서에 '해당 업(業)'이 등록되어 있더라도 **그 업을 실제로** 하지 않는다면 하도급법상 하도급거래가 아님

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

## 하도급법 적용 대상 사업자



[출처: 공정거래위원회 기업거래정책과(2023. 5.) 하도급대금 결제조건 공시제도 설명자료]

- 중견기업이 수급사업자인 경우 하도급법 제13조(하도급대금의 지급 등)의 규정에 한하여 적용, "출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업"의 경우 연간매출액 1,600억원 미만
- 소득세법 및 부가가치세법에 따라 사업자등록을 한 **사업자(개인)도 수급사업자의 범위에 포함**(중소기업기본법 시행령 제2조 제1호 나목 참조)

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

## 용역위탁 중 지식·정보성과물의 범위 고시(공정위 고시)

- 2. 영화, 방송프로그램, 그 밖에 영상·음성 또는 음향에 의하여 구성되어 지는 성과물의 작성 등을 업으로 하는 사업자가 다른 사업자에게 **아래와 같은 성과물**의 기획·편성·제작 등을 위탁하는 경우
  - 가. 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 제2조제1호 규정에 의한 **영화** 및 동법 제2조제12호 규정에 의한 비디오물(컴퓨터프로그램에 의한 것을 포함한다)
  - 나. 「게임산업진흥에 관한 법률」 제2조제1호 규정에 의한 게임물
  - 다. 「방송법」 제2조제17호 규정에 의한 **방송프로그램**(텔레비전방송, 라디오방송, 데이터방송, 이동멀티미디어방송, 「인터넷 멀티미디어 방송사업법」 제2조제1호에 따른 인터넷멀티미디어방송을 포함한다)
  - 라. 「음악산업진흥에 관한 법률」 제2조제3호 규정에 의한 음원, 동법 제2조제4호 규정에 의한 음반, 동법 제2조제5호 규정에 의한 음악파일, 동법 제2조제6호 규정에 의한 음악영상물, 동법 제2조제7호 규정에 의한 음악영상파일
  - 마. TV, 홍보영상, 라디오, 신문, 잡지, 온라인광고 등의 광고제작·편집물(콘티, 썸네일 등의 작업 및 편집, 음향 등 후반작업(Post Production)을 포함한다)
- ✓ Q. OTT 오리지널 콘텐츠는 영비법상 '영화'에 해당하는가? OTT 오리지널 콘텐츠는 '지식·정보성과물'에 해당하지 않는가?
  - 영화는 "영화상영관 등의 장소 또는 시설에서 **공중(公衆)에게** 관람하게 할 목적으로 제작한 것"(영비법 제2조 제1호)

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

용역위탁 중 역무의 범위 고시(공정위 고시)

- 5. **광고를 업으로 하는 사업자**가 다른 사업자에게 아래와 같은 활동을 위탁하는 경우  
가. 광고와 관련된 판촉, 행사, 조사, 컨설팅, (사진)촬영 등의 활동  
나. 광고와 관련된 편집, 현상, 녹음, 촬영 등의 활동 수급사업자가 편집, 현상, 녹음, 촬영 등의 활동을 별개의 단위로 위탁받은 경우, 동 고시의 적용을 받으며, 편집, 현상, 녹음, 촬영 등의 활동을 포함한 TV, 홍보영상, 라디오, 신문, 잡지, 온라인광고 등의 광고제작·편집을 위탁받은 경우에는 「용역위탁 중 지식·정보성과물의 범위 고시」의 적용을 받는다.  
다. 전시 및 행사와 관련된 조사, 기획, 설계, 구성 등의 활동
  - 6. 「공연법」 제2조 제1호 규정에 의한 **공연 또는 공연의 기획을 업으로 하는 사업자**가 다른 사업자에게 편집, 현상, 녹음, 촬영, 음향, 조명, 미술 등의 위탁을 하는 활동
- ✓ Q. **방송, 방송영상제작, 영화제작을 업으로 하는 사업자**가 다른 사업자에게 녹음, 촬영, 음향, 조명, 보조출연, 미술, 편집 등의 위탁을 하는 활동은 ‘역무’의 공급위탁에 해당하는가?  
→ 역무 고시(법령보충적 행정규칙, 법규성 인정)에는 열거되지 아니함, 유추 또는 확장 적용 가능한지 의문, 하도급거래공정화지침(공정위 예규)은 역무의 공급위탁의 법적용 ‘예시’로 들고 있음



© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

III. 콘텐츠제작과 하도급법



GLOBAL CREATIVE STUDIO

하도급법상 의무 및 금지사항

원사업자 의무조항(9개)	원사업자 금지조항(13개)
<ul style="list-style-type: none"><li>서면발급 및 보존(제3조)</li><li>선금금 지급(제6조)</li><li>내국신용장 개설(제7조)</li><li>검사 및 검사결과 통지(제9조)</li><li>하도급대금 지급(제13조)</li><li>하도급대금의 결제조건 공시(제13조의3)</li><li>관세 등 환급액 지급(제15조)</li><li>설계변경, 물가변동에 따른 하도급대금 조정 및 통지(제16조)</li><li>공급원가 변동에 따른 하도급대금 조정협의(제16조의2)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>부당한 특약의 금지(제3조의4)</li><li>부당한 하도급대금 결정(제4조)</li><li>물품 등의 구매 강제(제5조)</li><li>부당한 위탁취소(수령거부)(제8조)</li><li>부당 반품(제10조)</li><li>하도급대금 감액금지(제11조)</li><li>부당결제청구(제12조)</li><li>경제적 이익 부당요구(제12조의2)</li><li>기술자료 제공 요구 금지(제12조의3)</li><li>부당한 대물변제(제17조)</li><li>부당한 경영간섭(제18조)</li><li>거래정지 등 보복조치(제19조)</li><li>탈법행위(제20조)</li></ul>



© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

OTT플랫폼/방송사와 콘텐츠제작사 사이의 법률관계

- OTT오리지널 제작 계약: 영상콘텐츠를 기획개발, 제작한 후 해당 콘텐츠에 대한 저작재산권(2차적저작물작성권 포함) 등 일체의 권리를 OTT플랫폼에 영구히 이전 및 귀속하는 내용의 계약(“worldwide in perpetuity”) → 하도급법 적용 가능성 큼
  - 방영권 계약, VOD 독점 라이선스 계약: 저작재산권 중 방송권 또는 전송권을 영구히 또는 일정 기간 동안 방송사업자 또는 OTT플랫폼에 독점적으로 이용허락하는 내용의 계약 → 사안에 따라 하도급법이 적용될 수 있음
  - 비독점 라이선스 계약: 저작재산권 중 방송권 또는 전송권을 영구히 또는 일정 기간 동안 방송사업자 또는 OTT플랫폼에 비독점적으로 이용허락하는 내용의 계약 → 하도급법이 적용된다고 보기 어려움
- ✓ 공정거래위원회의 ‘방송업종 표준하도급계약서’는 방송콘텐츠를 창작한 수급사업자에게 IP가 귀속되는 것으로 규정하고 있음. **하도급거래 해당 여부가 저작권 등 IP 귀속(이전)여부에 따라 달라지는 것은 아님.**  
→ 방송사업자가 아닌 스튜디오가 콘텐츠 기획, IP확보, 유통전략 총괄하는 ‘한국형 스튜디오 시스템’에서는 방송사업자가 스튜디오에게 방송콘텐츠의 제작 등을 위탁하였다고 보기는 어려울 것임



© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

## OTT플랫폼/방송사와 콘텐츠제작사 사이의 법률관계

- (한계 1) 해외 OTT 플랫폼 등 외국법인이 '제조등의 위탁'을 한 경우
- “하도급법은 원사업자의 유형으로 '중소기업자 중 직전 사업연도의 연간매출액이 제조등의 위탁을 받은 다른 중소기업자의 연간매출액보다 많은 중소기업자로서 그 다른 중소기업자에게 제조등의 위탁을 한 자'를 규정하고 있다. 이때 중소기업자는 국내 중소기업을 영위하는 자를 의미하므로, **주된 사무소가 외국에 소재하거나 외국법에 의해서 설립된 사업자인 외국사업자는 이에 포함되지 않는다.**”(헌법재판소 2024. 1. 25. 선고 2022헌마430 전원재판부 결정)
- ✓ Netflix 오리지널 제작계약(영문)의 상대방은 NETFLIX WORLDWIDE ENTERTAINMENT, LLC(미국 Delaware 법인) → 하도급법 적용 X
- ✓ Disney+ 오리지널 제작계약(영문)의 상대방은 월트디즈니컴퍼니코리아 유한책임회사(우리나라 법인, 공시의무 X, 중소기업으로 알려져 있음) → 콘텐츠제작사가 중소기업자인 경우, 하도급법 적용 될 수 있음(직전 사업연도 연간매출액 비교 필요)

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

## 공동제작사 사이의 법률관계

- 스튜디오와 스튜디오에 비해 상대적으로 규모가 작은 제작사가 공동제작을 하는 경우가 많음
- ✓ (가상사례 1) OTT 플랫폼은 A스튜디오(중소기업자 X)와 오리지널 콘텐츠 제작 및 공급 계약 체결하기로 구두 및 이메일로 합의, A스튜디오는 B제작사(중소기업자 O)와 공동제작계약 체결, A스튜디오는 기획개발, 계약 관리, 투자 및 제작비 약 100억원 집행, B제작사는 제작 기능을 각 수행하여 콘텐츠 완성, 해당 OTT 플랫폼은 A스튜디오와 서면 계약 체결을 지연하고 1년 넘게 제작비 지급을 미루고 있음
- ✓ (가상사례 2) C제작사(중소기업자 O)는 자체 기획개발, 제작한 콘텐츠를 OTT 플랫폼에 오리지널 콘텐츠로 공급하기로 하였으나, OTT 플랫폼이 요구하는 규모, 신용도 조건을 충족하지 못함, C제작사는 D스튜디오(중소기업자 X)와 공동제작계약을 체결하고, D스튜디오를 통해 해당 OTT 플랫폼에 콘텐츠를 공급함
- 위 2건의 가상사례에서, 중소기업자에 해당하지 아니하는 스튜디오는 OTT 플랫폼과의 관계에서 하도급법 적용을 주장할 수 없으나, 중소기업자에 해당하는 공동제작사와의 관계에서 하도급법이 적용될 여지가 있음

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

## OTT플랫폼/방송사와 콘텐츠제작사 사이의 법률관계

- (한계 2) 국내/해외 OTT 등이 '제조등의 위탁'을 한 콘텐츠제작사가 중소기업자가 아닌 경우
- **수급사업자는** 중소기업기본법 제2조에 따른 '**중소기업자**'에 해당하여야 함
  - ✓ 규모기준: 사업자의 평균매출액등이 중소기업기본법 시행령 [별표1]의 기준(영상의 경우 평균매출액등이 1,000억원 이하)에 맞을 것 & 자산총액이 5,000억원 미만일 것
  - ✓ 소유와 지배기준: **공시대상기업집단에 속하는 회사는 제외**
- 상당수 OTT플랫폼은 일정 수준 이상의 매출, 신용도를 가진 스튜디오와 오리지널 콘텐츠 제작계약 체결(해당 스튜디오가 다른 제작사와 공동제작계약을 다시 체결)
- ✓ Netflix 오리지널 <무도실무관>의 제작사는 클라이맥스 스튜디오(중앙그룹, 중소기업자 X) → Netflix(미국 Delaware 법인)는 하도급법상 원사업자 X, 클라이맥스 스튜디오는 하도급법상 수급사업자 X
- ✓ Disney+ 오리지널 <강남 비-사이드>의 제작사는 플러스엔 엔터테인먼트(중앙그룹, 중소기업자 X) → 디즈니는 하도급법상 원사업자 해당여부 불명확(국내사업자이지만 연간매출액이 상대방보다 작을 수 있음), 플러스엔 엔터테인먼트는 하도급법상 수급사업자 X
- ✓ TVING 오리지널 <파라미드 게임>의 제작사는 필름몬스터(중앙그룹, 중소기업자 X) & 스튜디오스(CJ그룹, 중소기업자 X) → TVING(CJ그룹)은 하도급법상 원사업자 O, 필름몬스터 & 스튜디오스는 하도급법상 수급사업자 X

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

## 콘텐츠제작사와 작가/감독/음악감독 등 사이의 법률관계

- 콘텐츠제작사와 작가(사업자등록) 사이에 극본 집필 계약을 체결
  - 극본 집필이 '영화, 방송프로그램 등의 제작'(지식·정보성과물 고시)에 해당하는지 **불명확**
- 콘텐츠제작사와 감독(사업자등록) 사이에 연출 계약을 체결
  - 감독 연출이 극본 집필이 '영화, 방송프로그램 등의 제작'(지식·정보성과물 고시)에 해당하는지 **불명확**
- 콘텐츠제작사와 음악감독(사업자등록) 사이에 음악감독 계약을 체결
  - 하도급법이 적용될 수 있음(지식·정보성과물 고시, 음원/음반/음악영상파일 등 제작 위탁)
- 콘텐츠제작사와 조명, 촬영, 미술 스태프 사이에 스태프 계약을 체결
  - 하도급법이 적용될 수 있음{하도급거래공정화지침(예규), '역무의 공급위탁의 법적용 예시', "사업자가 방송·방송영상제작, 영화제작, 공연기획을 업으로 하는 경우 **녹음, 촬영, 음향, 조명, 보조출연, 미술, 편집 등을** 다른 사업자에게 위탁하는 것"
- ✓ **의문:** "공정거래위원회가 정하여 고시하는 것"(지식·정보성과물), "공정거래위원회가 정하여 고시하는 활동"(역무)(하도급법 제2조) → 하도급거래공정화지침(공정위 예규)이 법령보충적 행정규칙으로서 법규성이 인정되는가? 공정위 고시에 따른 용역위탁의 범위 < 공정위 예규에 따른 용역위탁의 범위

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

### 콘텐츠제작사와 작가/음악감독 사이의 법률관계

- (한계) 콘텐츠제작사가 '제조등의 위탁'을 한 음악감독 등이 사업자등록을 하지 않은 경우
- 최근 작가, 음악감독 등은 개인사업자로서 콘텐츠제작사와 계약을 체결하거나, 소속 법인을 통해 콘텐츠제작사와 계약을 체결하는 것이 일반적임
- 음악감독 등이 **사업자등록을 하지 아니한 경우 하도급법 적용 대상이 아님**
- 하도급법상 수급사업자 해당여부를 건설업, 제조업과 동일한 기준으로 판단하여 콘텐츠산업에 적용하기에 적합하지 아니한 측면이 있음

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

### 콘텐츠제작사와 출연배우 사이의 법률관계

- “원고들이 D과의 전속계약에 따라 이행하여야 할 방송프로그램 ‘출연’의무는 다른 사람이 대체할 수 없는 작위의무로서 재위탁이 불가능한 성질을 띠고 있다. 따라서 방송프로그램 출연과 같은 급부는 하도급법 제2조 제11항, 제13항이 정의하고 있는 ‘용역’ 내지 ‘역무’에 해당한다고 볼 수 없다. 이에 대하여 원고들은, 하도급법 등에서 같은 법의 적용을 받는 하도급거래의 요건으로 대체가능성을 요구하고 있지 않다고 주장한다. 그러나 하도급법 제2조 제1항에서 정한 ‘하도급거래’의 정의는 ‘원사업자가 수급사업자에게 위탁을 하거나 원사업자가 다른 사업자로부터 위탁을 받은 것을 수급사업자에게 다시 위탁한 경우’로서, **원사업자가 직접 이행할 수 있었던 일을 수급사업자에게 위탁하는 것**이므로 그 자체로 대체가능성을 내포하고 있다고 봄이 타당하다. 원고들이 원용하고 있는 별지 관련법규 중 공정거래위원회고시(제2009-50호)에 규정된 ‘보조출연’은 다른 사람으로 대체가 가능한 것으로 봄이 타당하므로, 위와 같이 부대체적 작위의무에 해당하는 원고들의 ‘출연’의무와는 그 성격을 달리한다.” (서울고등법원 2016. 9. 29. 선고 2015나2062041 판결, 상고)
- ➔ 보조출연자(사업자등록을 한 경우) 계약은 하도급법이 적용될 수 있음

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

## IV. 결어: 하도급법을 보완하는 표준계약서 제,개정 필요

SLL

GLOBAL CREATIVE STUDIO

### 표준계약서의 법적 성질 및 의의

- 표준계약서는 관련 법령상 불공정의 소지가 없는 것으로 소관 부처가 인정한 것인 만큼 수범자들의 사법 리스크를 사전에 차단할 수 있는 뚜렷한 장점이 있음
- 표준계약서는 계약서 작성에 소요되는 비용이나 시간을 절감할 수 있는 추가적인 효용을 기대할 수 있음
- 도급업체의 입장에서는 우월한 지위에 있는 원사업자가 일방적으로 작성한 계약서를 적용받지 않아도 되므로 계약 작성 및 이행 과정에서 발생할 수 있는 각종 불공정 문제를 우려하지 않아도 됨
- 동종업계의 계약내용이 통일적으로 운용할 경우 동종사업자를 사실상 집단적으로 통제할 수 있으므로 다른 사업자와 거래조건상의 보조를 같이하려는 차원에서 표준계약서를 사용할 유인도 존재함
- 특히 콘텐츠 분야에서는 표준의 성격을 계약 보다 **연성규범**에 가까운 것으로 평가할 수 있음

SLL

© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

콘텐츠 분야 표준계약서 제도 근거

근거 법률	제도운영 주체	관련 권한	관련 의무
콘텐츠산업진흥법	문화체육관광부장관 또는 한국콘텐츠진흥원	- 대중문화예술용역과 관련된 표준계약서 제정 권한 - 사업자 및 사업자단체에 대한 보급 권한	공정거래위원회와 방송통신위원회 및 과학기술정보통신부와의 협의를 거쳐야 함
대중문화예술산업발전법	문화체육관광부장관	- 대중문화예술용역과 관련된 표준계약서 제정 권한 - 사업자 및 사업자단체에 대한 보급 권한	사업자단체 등 이해관계자와 전문가의 의견을 들어야 함
문화산업진흥기본법	문화체육관광부장관	- 표준계약서 제정 및 개정 권한 - 표준계약서 시행 권고권한	공정거래위원회위원장 및 과학기술정보통신부장관과 방송통신위원회위원장과 협의하여야 함

[출처: 법학논고(2023.1.), 경북대학교 법학전문대학원 신영수 교수, “연성규범으로서의 ‘표준’의 효용과 운용상의 유의점”]



© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

OTT 콘텐츠 관련 표준계약서 제정에 대한 우려

- OTT 분야에서 표준계약서 실효성이 없을 것이라는 우려
  - ✓ 방송사의 경우 방송통신위원회가 방송법에 따른 방송사업자 방송평가 시 전체 제작 계약 건수 중 문체부 표준계약서 사용 건 수 비율을 평가하여 점수에 반영함
  - ✓ 극장영화의 경우 한국모태펀드가 출자한 자펀드(투자조합)의 프로젝트 투자를 유치하기 위해서는 문체부 표준계약서를 사용하여야 함
  - ✓ OTT 분야 표준계약서를 사용을 촉진할 정책 수단이 사실상 부존재함
- 국내 OTT 플랫폼 사업자에게 부담으로 작용할 것이라는 우려
  - ✓ 해외 OTT 플랫폼 사업자는 문체부 표준계약서를 사용하지 않고 기존 영문 계약서 포맷을 그대로 사용할 가능성이 큼
  - ✓ 한국콘텐츠진흥원의 OTT특화 콘텐츠 제작지원사업(보조금사업)에 선정되기 위해서는 문체부 표준계약서를 사용하여야 하는데, 해당 사업의 지원대상은 국내 OTT 특화 콘텐츠임
  - ✓ 표준계약서는 콘텐츠제작사가 2차적저작물작성권, 부가사업권 등을 보유하거나, 창작자에게 수익배분(RS)을 허용하는 방향으로 제정될 가능성이 높음



© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

영상콘텐츠 분야 표준계약서 제정 현황

- 방송프로그램 제작 표준계약서(문체부 방송영상광고과)
- 방송프로그램 방영권 구매 표준계약서(문체부 방송영상광고과)
- 방송프로그램 제작스태프 표준근로계약서(문체부 방송영상광고과)
- 방송프로그램 제작스태프 표준하도급계약서(문체부 방송영상광고과)
- 방송프로그램 제작스태프 표준업무위탁계약서(문체부 방송영상광고과)
- 방송작가 집필 표준계약서(문체부 방송영상광고과)
- 대중문화예술인 방송출연표준계약서(배우)(문체부 대중문화산업과)
- 대중문화예술인 방송출연표준계약서(가수)(문체부 대중문화산업과)
- 영화산업 근로표준계약서(문체부 영상콘텐츠산업과)
- 표준 영화화 권리 이용허락 계약서(문체부 영상콘텐츠산업과)
- 표준 영화화 권리 양도 계약서(문체부 영상콘텐츠산업과)
- (영화) 표준 각본 계약서(문체부 영상콘텐츠산업과)
- (영화) 표준 각색 계약서(문체부 영상콘텐츠산업과)
  - ➔ OTT 콘텐츠 관련 표준계약서가 제정되어 있지 않음



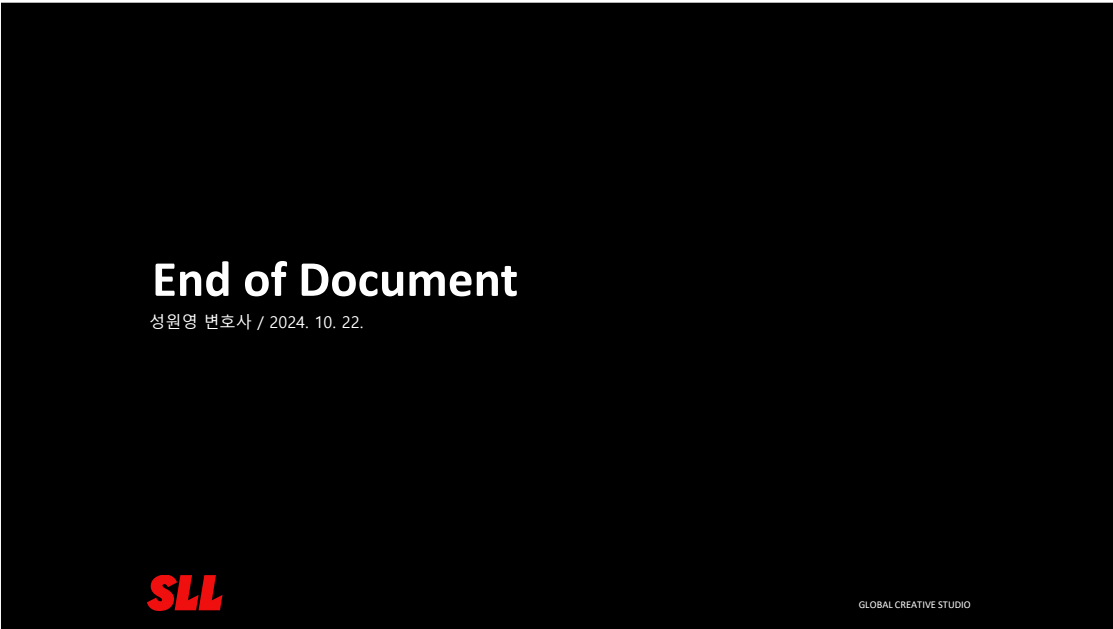
© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.

OTT 콘텐츠 관련 표준계약서 제,개정 필요성

- 콘텐츠제작사의 콘텐츠제작 및 공급 과정에서 하도급법이 적용되지 않는 영역이 상당 부분 존재, 하도급법만으로는 공정한 거래질서를 확립하는 데에 한계가 있음
- 방송, 영화 분야에서 문체부 표준계약서는 연성규범으로 자리잡았으며, 하도급법을 보완하는 기능을 하고 있음
- OTT 플랫폼 사업자는 과거 방송사업자에 준하거나 그 이상의 영향력을 행사하고 있음(OTT 플랫폼 사업자는 제작사가 감독, 스태프, 보조출연자 등과 사이에 체결할 계약서 양식을 제공하거나, 제작사가 작성한 계약서 초안을 검토하고 있음)
- ‘오징어 게임’ 이후 논의는 저작권 등 지식재산권(IP) 이전 여부에 초점이 맞추어져 있었는데(IP를 이전한다고 하여 불공정한 거래는 아님, 비교: 건축주의 건물 공사도급), OTT 플랫폼과 콘텐츠제작사, 콘텐츠제작사와 콘텐츠제작사, 콘텐츠제작사와 작가/감독 사이의 공정한 거래질서 확립에 관해 보다 심도 있는 정책 논의를 할 필요가 있음
- OTT 콘텐츠 제작 및 공급 과정에서 사용할 수 있는 표준계약서를 제정하거나, 기존의 방송, 영화 분야 표준계약서를 개정할 것을 제안함



© SLL JOONGANG ALL RIGHTS RESERVED.



**주최** 문화체육관광부  
**주관** 한국콘텐츠진흥원, 콘텐츠분쟁조정위원회, 한국엔터테인먼트법학회  
**발행처** 한국콘텐츠진흥원, 콘텐츠분쟁조정위원회  
**발행일** 2024.10

이 자료집에 수록된 글과 이미지의 저작권은 해당 저자와 한국콘텐츠진흥원에 있습니다.  
글과 이미지를 사용하시려면 미리 저작권자에게 사용허가를 받으시길 바랍니다.  
© 한국콘텐츠진흥원, 2024

**콘텐츠분쟁조정위원회 사무국**  
06131 서울시 강남구 논현로 525 (역삼동 641-2)  
www.kocca.kr



2024 Forum on Content Dispute Resolution

# 콘텐츠분쟁조정 포럼

콘텐츠산업환경 변화에 따른 신유형 콘텐츠분쟁의 등장

