

2018

콘텐츠 Forum on Content Dispute Resolution 분쟁조정 포럼

4차 산업혁명 시대,
콘텐츠산업의 변화와 분쟁해결

2018. 11. 23(금) 14:00~18:00

인터컨티넨탈 서울 코엑스 다이아몬드홀

2018
콘텐츠 Forum
on Content
Dispute Resolution
분쟁조정 포럼

2018 Forum on Content Dispute Resolution

2018 콘텐츠 분쟁조정 포럼

4차 산업혁명 시대, 콘텐츠산업의 변화와 분쟁해결

목 차

프로그램	5
4차 산업혁명과 콘텐츠 4.0	9
블록체인(Blockchain)과 게임의 결합	47
OTT(Over The Top) 시대의 도래에 따른 법률적 쟁점	71
변화하는 콘텐츠산업 환경에서의 분쟁과 해결방안(ADR)	89
종합 토론	101

2018
콘텐츠 Forum
on Content
Dispute Resolution
분쟁조정 포럼

2018 Forum on Content Dispute Resolution

2018 콘텐츠 분쟁조정 포럼

4차 산업혁명 시대, 콘텐츠산업의 변화와 분쟁해결

프로그램

시 간	주요 내용
13:30~14:00	• 등록 및 입장
14:00~14:10	• 개 회 식 <ul style="list-style-type: none"> - 개회사 (콘텐츠분쟁조정위원회 위원장) - 격려사 (문화체육관광부) - 환영사 (한국콘텐츠진흥원)
14:10~14:40	• [기조 연설] 4차 산업혁명과 콘텐츠 4.0 <ul style="list-style-type: none"> - 이민화 교수, 한국과학기술원(KAIST)
14:40~15:10	• [주제 발표 1] 블록체인(Blockchain)과 게임의 결합 <ul style="list-style-type: none"> - 허정휘 이사, 게임엑스코인(GXC)
15:10~15:20	• 커피 브레이크
15:20~15:50	• [주제 발표 2] OTT(Over The Top) 시대의 도래에 따른 법률적 쟁점 <ul style="list-style-type: none"> - 이용해 변호사, 법무법인 화우
15:50~16:20	• [주제 발표 3] 변화하는 콘텐츠산업 환경에서의 분쟁과 해결방안(ADR) <ul style="list-style-type: none"> - 최승수 변호사, 법무법인 지평
16:20~16:40	• 커피 브레이크
16:40~17:30	• 종합 토론 (좌장 및 발표자, 토론자) <p>[좌장] 최정열 변호사, 법무법인 율촌</p> <ul style="list-style-type: none"> - 이성춘 상무, KT경제경영연구소 - 임성희 동영상그룹장, 아이리버 - 최지선 변호사, LAW&SCIENCE - 유건식 연구원, KBS방송문화연구소
17:30~17:50	• 청중 질의·응답
17:50~18:00	• 폐회식 및 경품 추첨

2018
콘텐츠 Forum
on Content
Dispute Resolution
분쟁조정 포럼

2018 Forum on Content Dispute Resolution

2018 콘텐츠 분쟁조정 포럼

4차 산업혁명 시대, 콘텐츠산업의 변화와 분쟁해결

4차 산업혁명과 콘텐츠 4.0

이민화 교수
한국과학기술원(KAIST)

주요 경력

- 2009-2018 한국과학기술원(KAIST) 교수
- 2009-2018 창조경제연구회(KCERN) 이사장
- 2008-2018 (사)유라시안 네트워크 이사장
- 2014-2016 디지스트 석좌교수
- 2011-2016 한국디지털병원 수출사업협동조합 이사장
- 1985-2001 주식회사 메디슨 대표이사



2018
콘텐츠 Forum
on Content
Dispute Resolution
분쟁조정 포럼



4차 산업혁명과 콘텐츠 4.0

KCERN 이사장
이민화

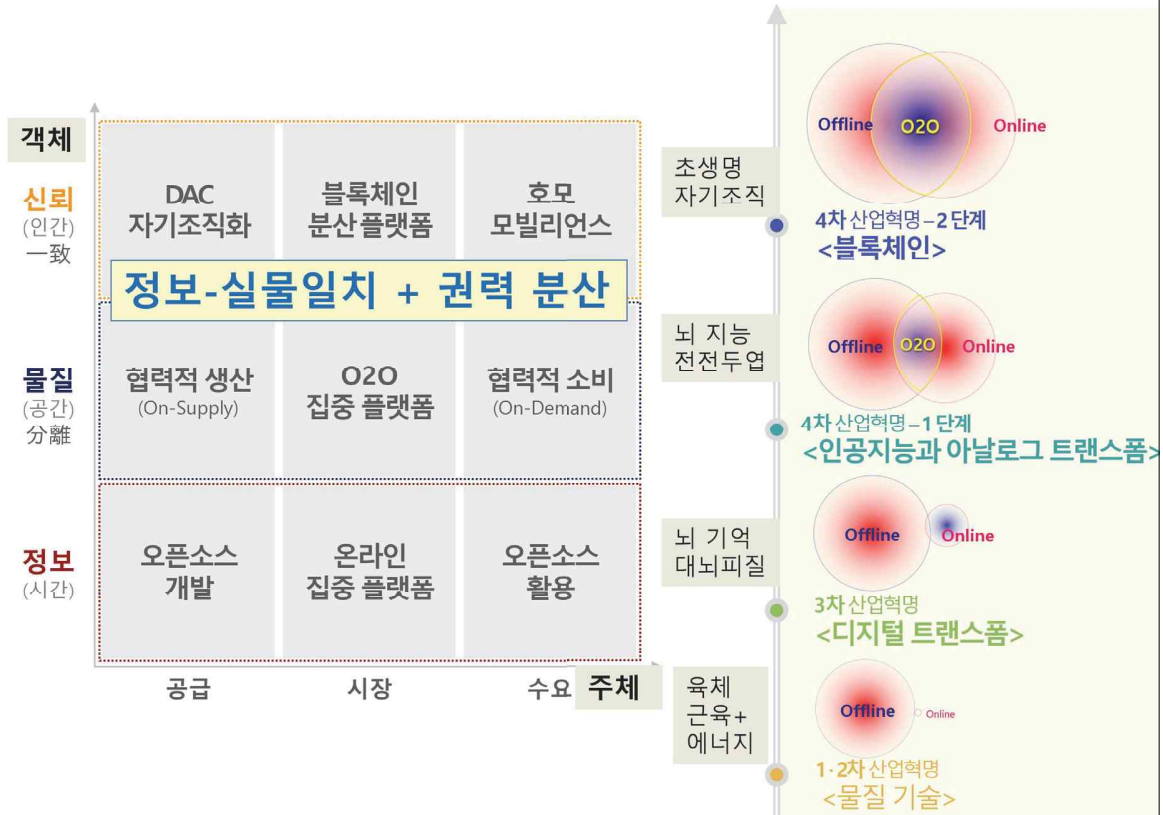
<https://www.facebook.com/mhleesr> 에 질문! **한국 벤처 선구자**

간단한 소개

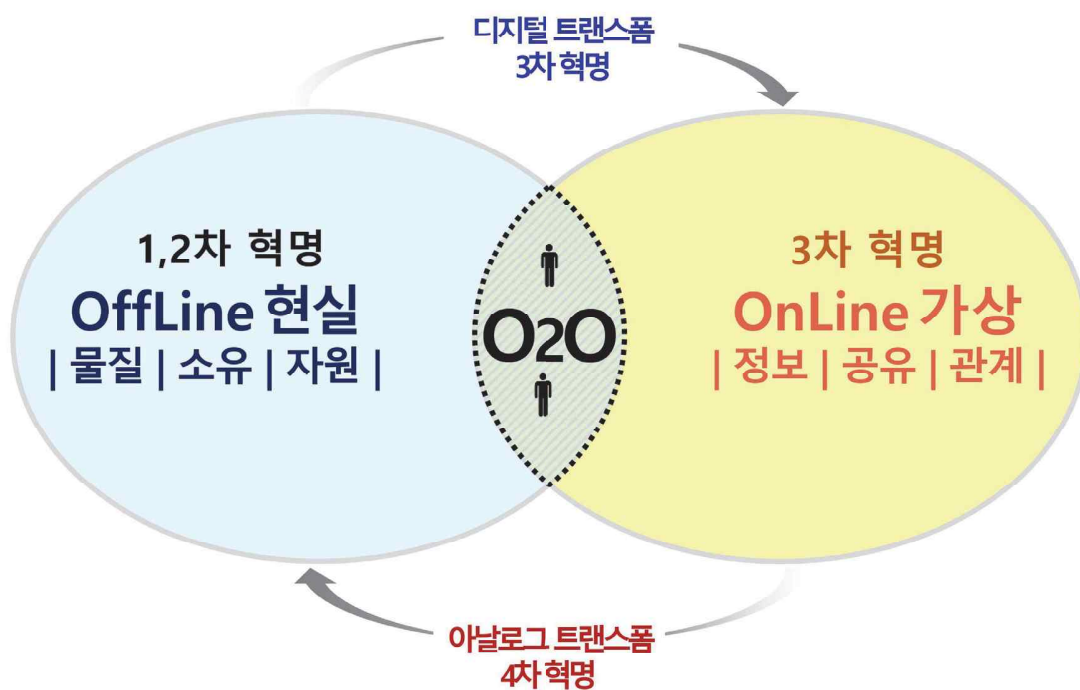
- 1985 한국 벤처 호시, **메디슨 창업**
 - 1995 **벤처기업협회 설립, 초대 회장**
 - 1996 코스닥 설립 주도
 - 1997 벤처기업 특별법 제정 주도
 - 1997 금탑산업훈장
 - 1999 아시아위지 **아시아 밀레니엄리더 20인**
 - 2000 비즈니스 위지 **아시아스타50인**
 - 2006 기술거래소 설립, 초대 이사장
 - 2006 한국을 일으킨 **엔지니어 60인**
 - 2008 유라시안 네트워크 설립/이사장
 - 2009 초대 기업 호민관 (차관급)
 - 2009 카이스트 교수, IPCEO 설립
 - 2010 디지털병원 수출조합 초대 이사장
 - 2014 (사)창조경제연구회 초대 이사장
 - 2015 **광복 70년 70대 기업인**
- 저서 "기업가정신2.0" 등 30권, 특허 200여건

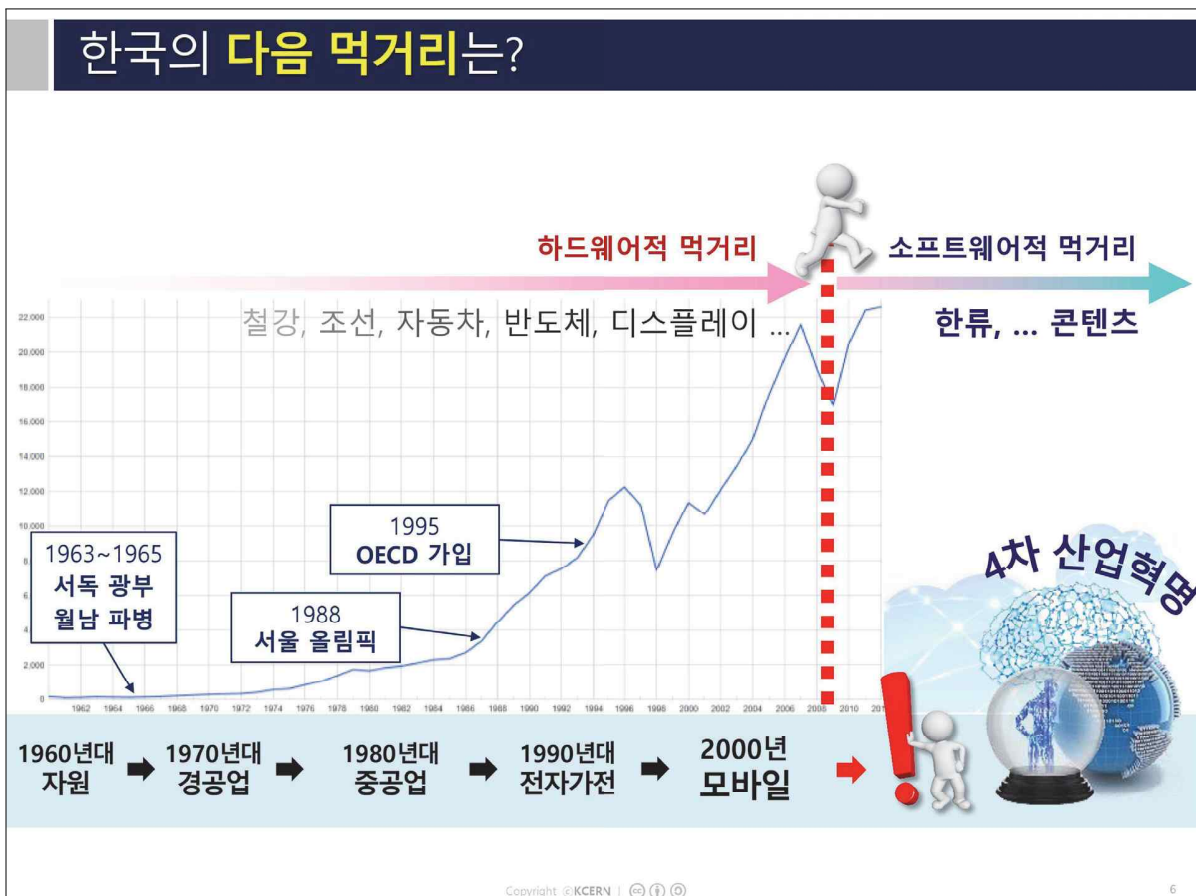
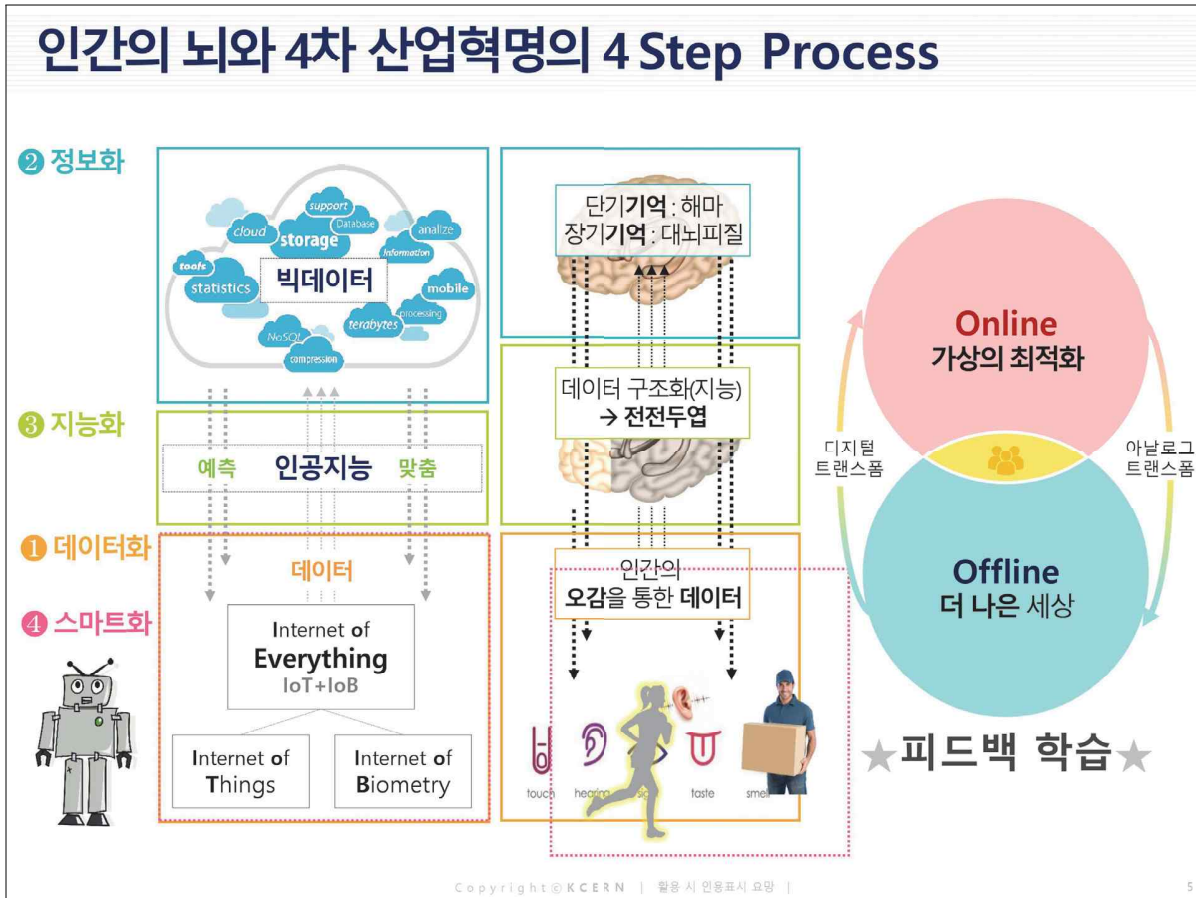


산업혁명의 진화 단계



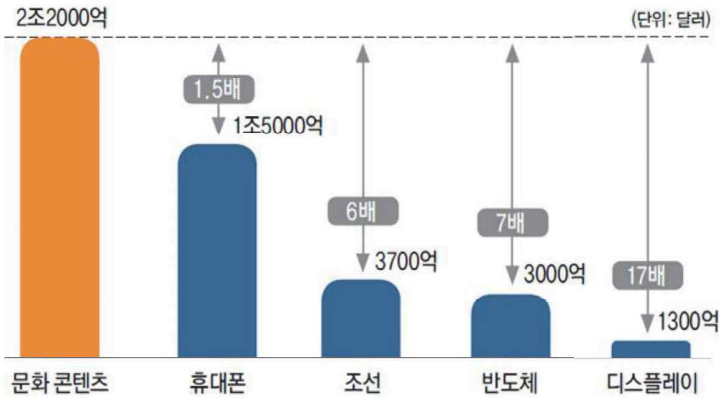
4차 산업혁명, 현실(1,2차)과 가상(3차)의 융합





2018 콘텐츠 분쟁조정 포럼

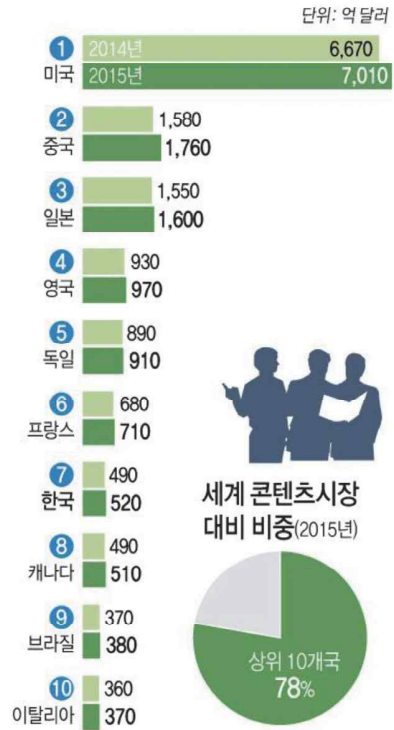
왜 콘텐츠 산업인가?



▲ 콘텐츠 산업 세계 시장 규모 그림: 동아비즈니스리뷰 2016.6/ 출처: IMF, PWC 2012년 기준

거대 시장, 성장 저력

세계 콘텐츠 시장의 각 국가 비율 ▶
그림: 연합뉴스 2017.2./ 출처: 한국콘텐츠진흥원



Copyright © KCERN |

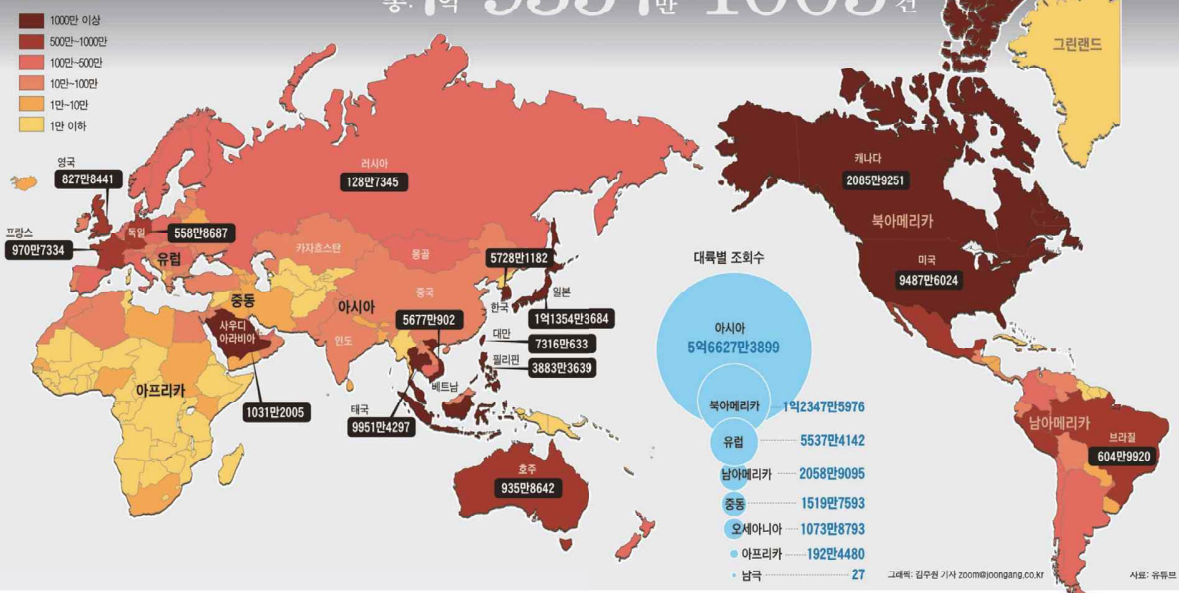
7

흥의 나라, 문화 강국의 DNA

유튜브 한국가수 동영상 조회수로 본 한류 열풍

단위: 건, 2010년 기준

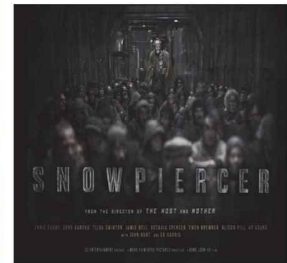
총: 7억 9357만 4005 건



Copyright © KCERN |

8

한국 콘텐츠



세계가 좋아하고 인정한
한국 콘텐츠 스펙트럼

드라마 - 영화 - 게임 - K-Pop
K-Beauty - K-Food - K-Culture

Copyright © KCERN | (C) (I) (P)

9

주요 콘텐츠 산업 현황

자료: 한국콘텐츠진흥원(2018)

01 출판

아시아 중심
웹소설 확장
전자책 시장 성장과
독립 출판(OTP)

02 만화

디지털 플랫폼 성장
다양한 비즈니스 모델
IP 활용과
IP 제공 공정화

03 음악

플랫폼 간 저작권료
지불 차이 문제
스트리밍, 공연, 파트
너십 플랫폼 다양화

04 게임

콘솔 시장의 성장
인공지능, VR의 접목

05 영화

극장의 프리미엄
스크린 전환

06 애니메이션

VR과 접목 시도
남미와 아시아 시장의
자체 제작 및
해외 진출 증가

07 방송

OTT 시장의 팽창
오리지널 콘텐츠
확보 경쟁 강화

08 광고

이용자 추적 분석
데이터 중요성 급증

09 캐릭터

온라인 이모티콘
라이선스 증가
MCN의 빠른 성장과
캐릭터 브랜드 강화

10 지식정보

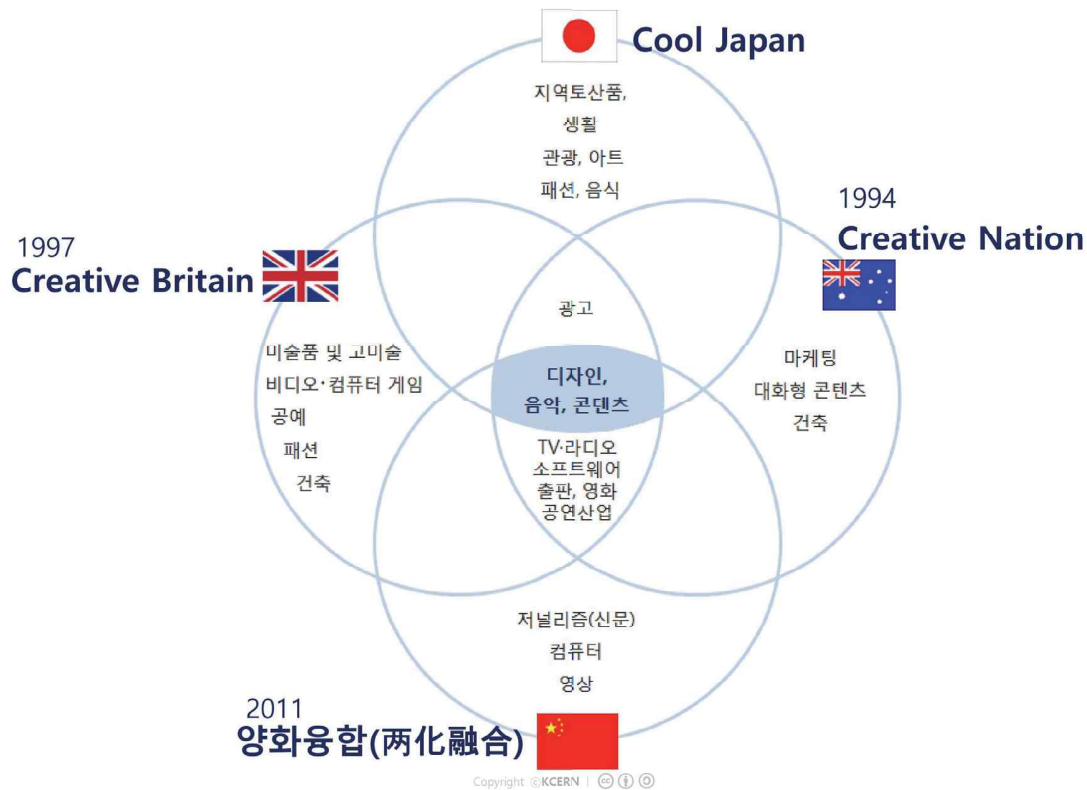
SNS와 빅데이터
분석의 중요성
미디어와 인공지능의
결합 영역 증가

Copyright © KCERN | (C) (I) (P)

10

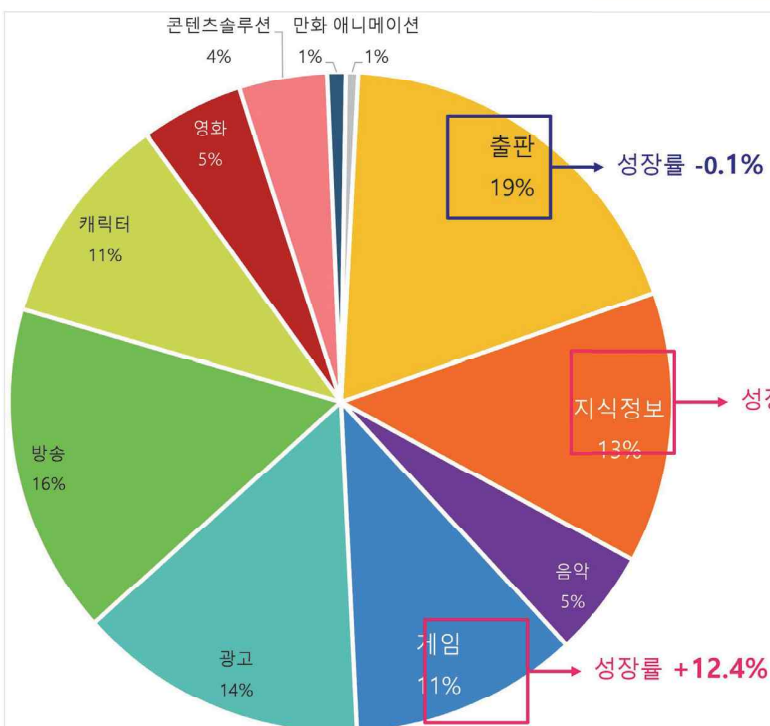
2018 콘텐츠 분쟁조정 포럼

해외 주요 국가의 콘텐츠 산업 전략



국내 콘텐츠 산업의 현황

자료: 한국콘텐츠진흥원(2018)



국내 콘텐츠 산업의 불균형 성장

"2차 산업혁명의 흐름"
출판 → 위축

게임, 지식정보 → 급성장

"3차 산업혁명의 흐름"



글로벌 콘텐츠 산업의 **부문별** 현황



성장산업 : 지식정보, 광고, 게임
주요 화두: 인공지능, AVR, 빅데이터, 플랫폼

사양산업 : 방송, 출판
콘텐츠의 디지털화, 채널의 다양화

공통사항: 플랫폼의 성장 활용, IP 중요성 증대 → 3,4차 산업혁명의 시사점

Copyright © KCERN | (C) (I) (D)

13

콘텐츠의 **패러다임** 변화

애플의 음원 유통

APPLE MUSIC for ANDROID

애플뮤직 런칭
(안드로이드도 가능)

구글의 콘텐츠 제작

유튜브로 유통한
10부작 드라마

페북과 인스타그램

세계인의
일상을 공유

콘텐츠 소비는 오감 → **경험** 형성

[오프라인 텍스트: 일부만 경험] vs. [온라인 콘텐츠: 시공간 제약 극복]

Copyright © KCERN | (C) (I) (D)

2018 콘텐츠 분쟁조정 포럼

콘텐츠 산업 성장 가속? 감속?



▲ 세계 콘텐츠시장 규모 및 전망, 2012-2021 (자료: 한국콘텐츠진흥원, 2017)

Copyright © KCERN | © ① ②

15

새로운 콘텐츠 패러다임?

현재의 콘텐츠 정의



주요 국가 콘텐츠 정책과 산업 동향

국가	내용	정책
영국	[거버넌스 개편] 문화부→문화디지털부	UK Digital Strategy 2017
	[디지털 기술인력 양성] 직무역량과 기술교육	
	[디지털 인프라 확충] 관광업의 디지털화, 네트워크(플랫폼) 구축	
프랑스	[디지털 프랑스 2012] 디지털 콘텐츠 제작 및 공급	디지털 공화국 (2017) 발전
	[콘텐츠 보호와 확산] 데이터 서버 사업자 보장	
	[디지털 시뮬레이션 개발] 에너지, 지구 온난화, 물류 적용	
캐나다	[콘텐츠의 디지털화] 디지털 혁신 지원, CODE 프로젝트	디지털 캐나다 2015
	[디지털 환경에서 콘텐츠 창작과 유통]	
	[Historica Canada] 문화 콘텐츠의 디지털화	
일본	[경제산업성과 총무성 전략] 데이터, IoT 활용 생산성 증대, 차세대 인공지능, 청소년 프로그래밍 교육	일본재흥전략(2015) 신산업구조비전(2016) 미래투자전략(2017)
	[기존 콘텐츠 산업에 기술적용] AI와 SNS활용한 예측취재, VR활용 뉴스, IoT 활용한 하이브리드 캐스트	

기존의 콘텐츠 산업에 신기술을 적용 콘텐츠를 범위를 4차 산업혁명화

Copyright © KCERN | CC BY-NC-SA

우리의 대응은?

4차 산업혁명 시대, 콘텐츠의 미래는? 콘텐츠 산업의 육성 전략은?

기존의

문화산업으로 접근한다면?

1,2,3차 산업혁명 관점
콘텐츠 산업의 사양화

- 투자 감소 분야는 전통 콘텐츠인 광고, 게임, 디지털 미디어 (-30%)

새로운

콘텐츠의 재해석과 신전략 도출

4차 산업혁명 관점
콘텐츠 산업 강국 도약

- 투자 성장 분야는 데이터 기반 제품과 서비스 융합, 블록체인과 AI (+160%)

StartUp Genome 2018

Copyright © KCERN |

19

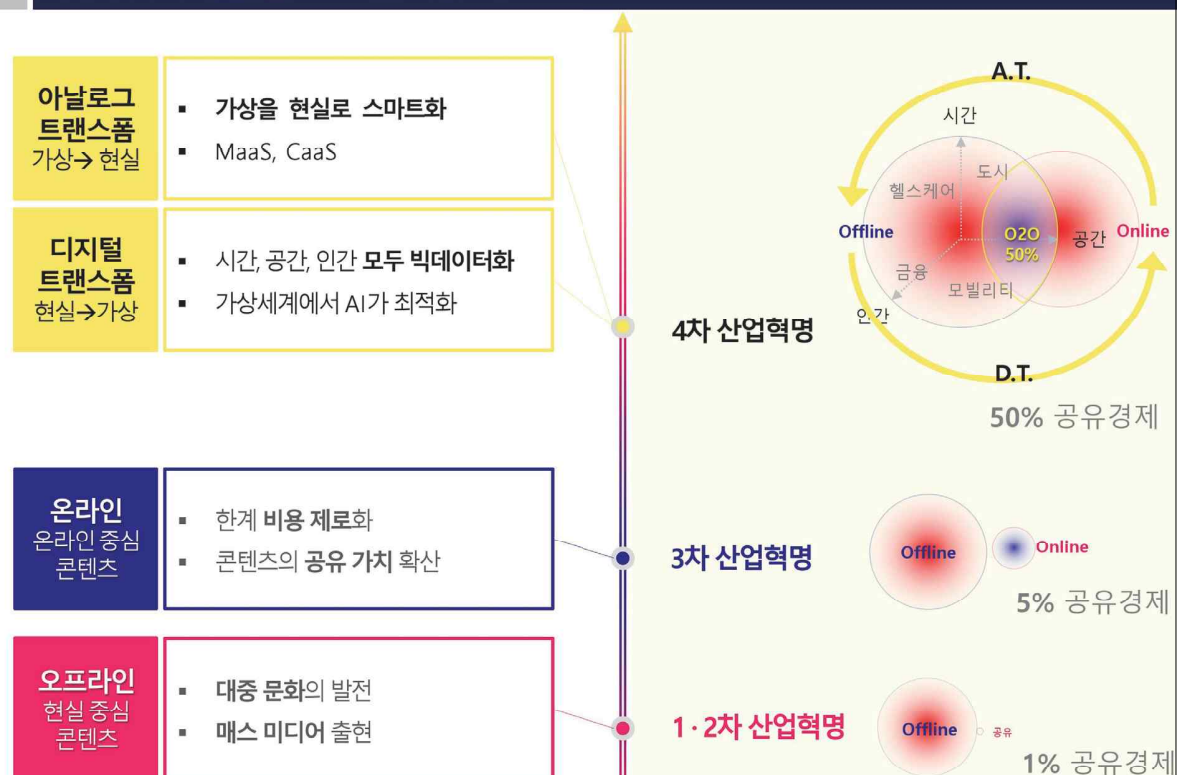
콘텐츠4.0

4차 산업혁명과 콘텐츠 정책 전략 방향



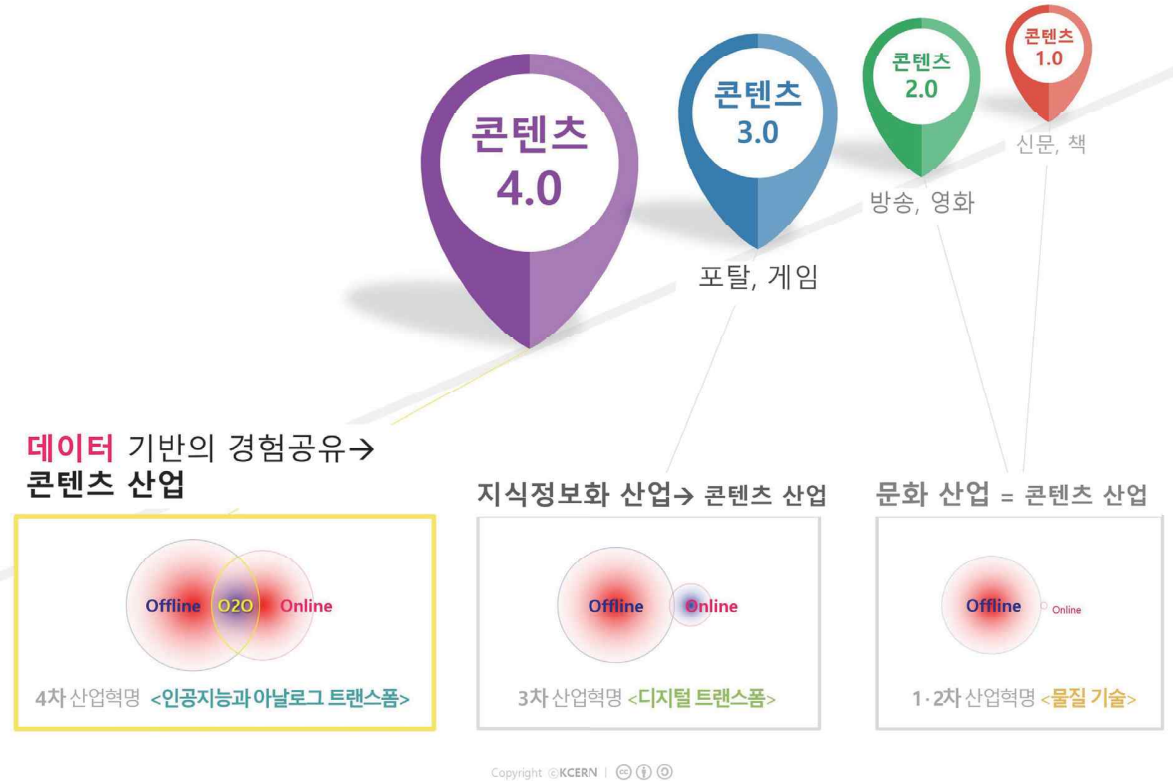
21

KCERN 콘텐츠 4.0 정의

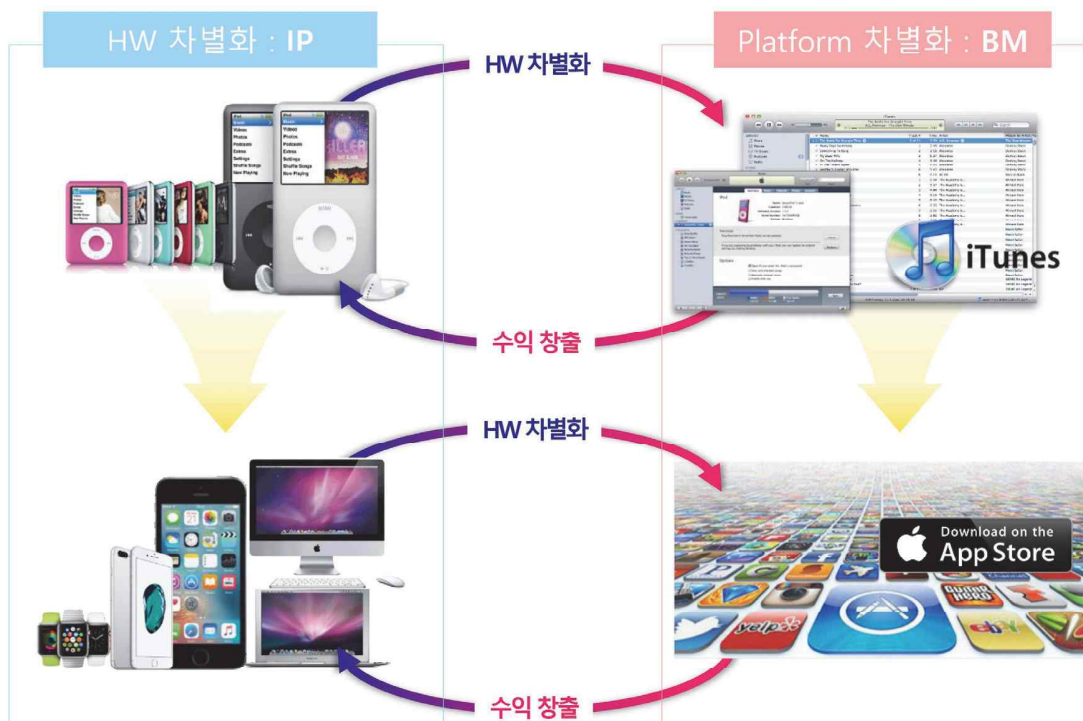


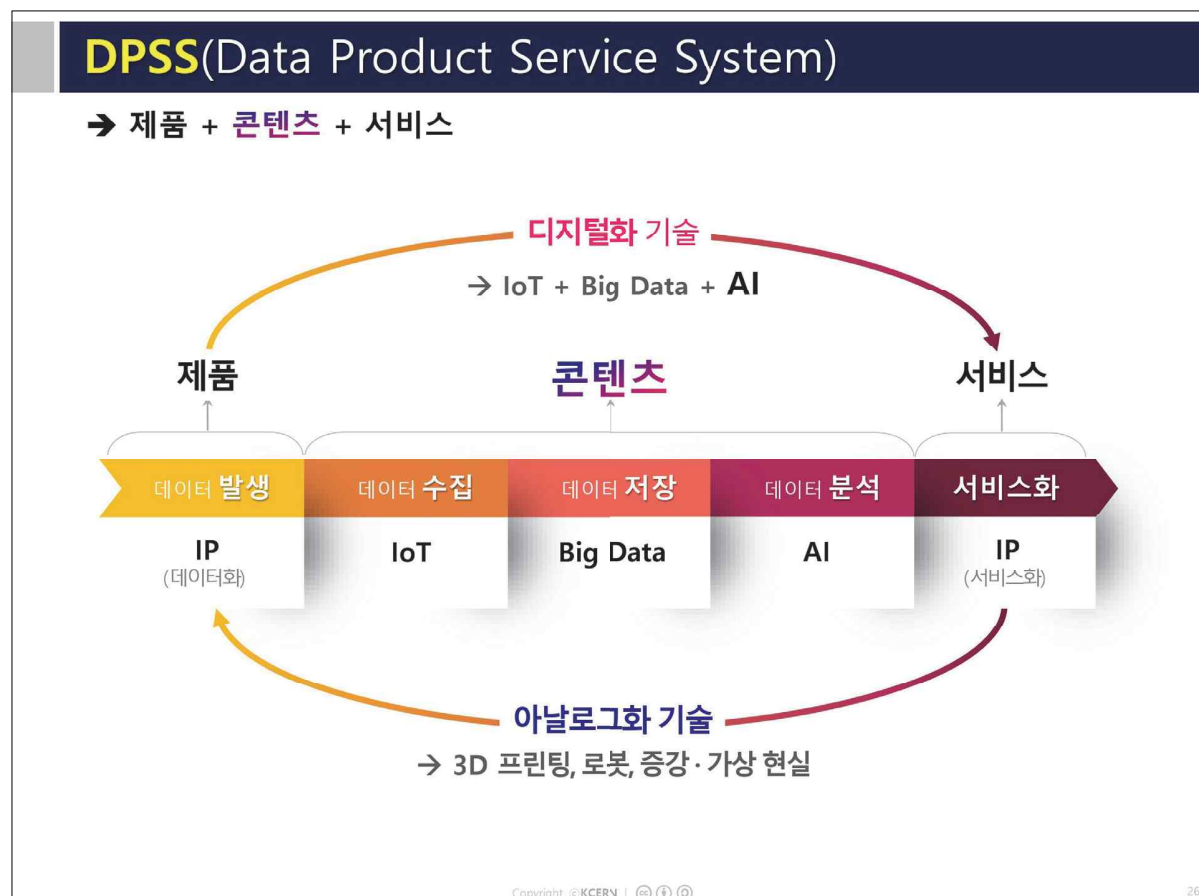
22

산업혁명과 콘텐츠 진화



애플의 '하드웨어+ 플랫폼 서비스' PSS 전략





경제 발전 단계 – **경험 경제**

자료: 차두원(2013), Joseph Pine 외(1998)

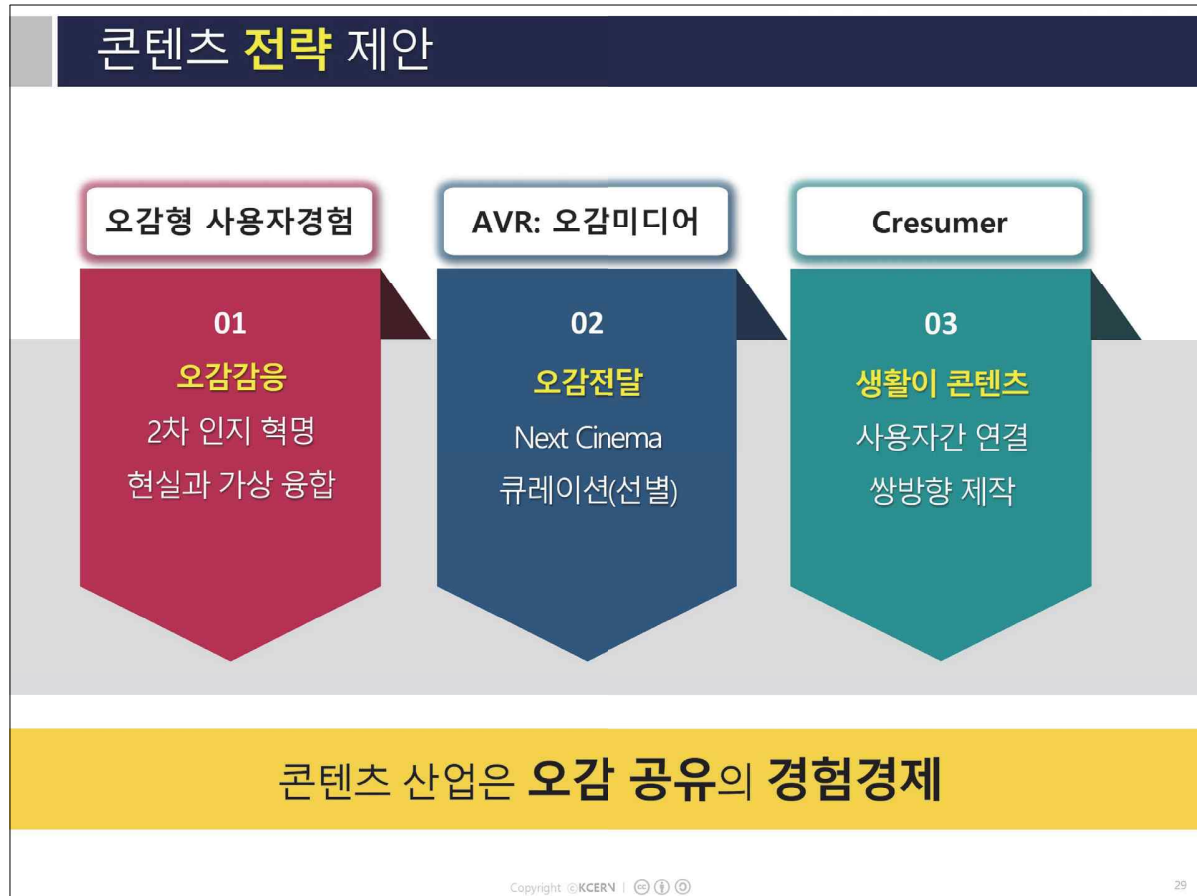
	농산물	재화	서비스	경험
경제	농업경제	산업경제	서비스경제	경험 경제
경제 기능	수확	생산	제공	기획
제공 가치 유형	대체 가능	유형성	무형성	기억에 남는
핵심 속성	자연 물질	표준화	수요자 맞춤형	개인
공급방법	대량 저장	생산 후 입고	요청 시 제공	일정시간 동안 지속적으로 제공
판매자	상인	생산자	공급자	전문가(경험가)
구매자	시장	사용자	의뢰인	고객
수요 요인	형질	기능 등 특징	편익	감정 혹은 느낌

Copyright © KCERN | ㉠ ㉡ ㉢

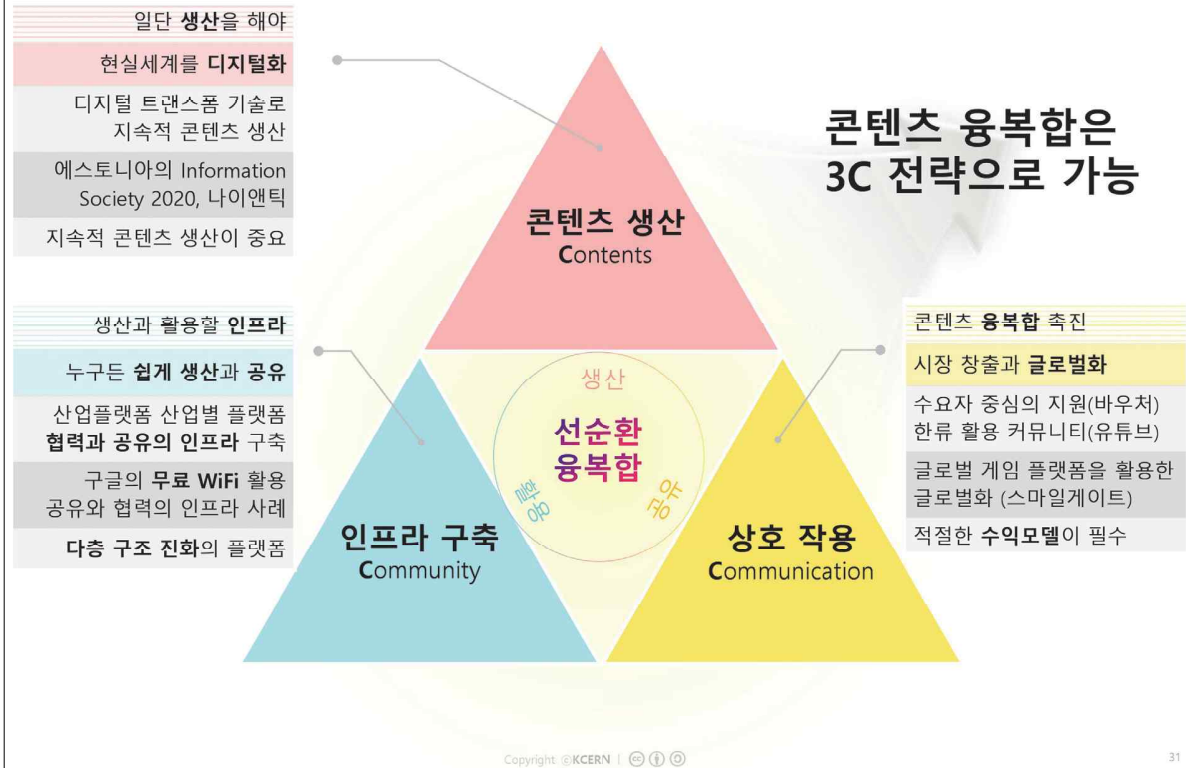
사례 : MINECRAFT

		경험
	일상이 게임	경험 경제
	소비, 걷기	기획
	일상의 성취	기억에 남는
	나의 콘텐츠	개인
	게임을 통한 수집	일정시간 동안 지속적으로 제공
	콘텐츠 제작자	전문가(경험가)
	콘텐츠 소비자	고객
	현실과 가상의 융합	감정 혹은 느낌

Copyright © KCERN | ㉠ ㉡ ㉢



4차 산업형 콘텐츠 산업 활성화 전략 : 3C 전략



KCERN 3C 콘텐츠 융복합 전략 모델 분석

	콘텐츠 생산 Contents	상호 작용 Communication	인프라 구축 Community
1·2차 산업혁명 오프라인(소유)	TEXT	오프라인 (종이)	독자에서 저자
3차 산업혁명 온라인(공유)	다매체 음성과 이미지	온라인 (PC)	1 : N
4차 산업혁명 O2O(소유+공유)	오감 미디어	O2O	N : M

Big Data + A.I 로 융합

기술이 현실과 가상을 융합, 욕망이 탈물질화

콘텐츠의 4차 산업화 : Two Track



track 1. 기존의 콘텐츠



전통적 콘텐츠 산업 활성화 전략

구분	기회	위협	추진 방향(예시)
영화	글로벌 시장 영화 한류 가속, 산업 융합(트랜스미디어)	투자 수익률 감소 지정학적 리스크 수출 시장 필요	인프라 CG역량 강화를 위한 인재육성, 글로벌 거대시장 지원 추진(중국, 인도 등)
출판	온라인으로 지속 성장, 출판물 퍼블리싱 채널 다양화	시장규모 지속 감소	온라인 e북 활성화를 위해 표준화, 유저 2차 창작 활성화 위해 커뮤니티 육성, 자기출판 인프라 확충
음악	비주류 음악 등 소비 시장 다변화	유통 과정에서 창작자 몫 수익 부족	도내 인프라 확충으로 우수 인재 육성, 블록체인으로 유통 혁신
만화	영화, 게임 등 OSMU 활발	웹툰 플랫폼은 다양화 글로벌 진출은 미진	웹툰 생산 인공지능 개발, 언어문제 극복을 위한 기술지원
애니 메이션	하청에서 벗어나 제작, 유통 등 전분야 성장, 고도화	인건비 상승에 따른 제작비가 증가	거대 시장 공략할 수 있도록 합작 추진, 인공지능 기반의 제작기술 개발
게임	증강가상현실 게임, 웹툰 등 타 콘텐츠와의 융합 기회	제작비 증가로 대형자본 필요 영세업체 생존 위협	게임 엔진, 인공지능 등 개발 플랫폼화, 신기술과 융합된 게이미피케이션
캐릭터	키덜트와 같은 신 소비자 등장, 토종 캐릭터의 글로벌 인기	전통적인 완구, 캐릭터 산업의 경쟁력 약화	NFC, LBS, AR, GAN 등 신기술과 융합한 기존 산업 혁신
방송	가상 현실 기술을 응용한 방송 콘텐츠 산업 육성	방송 콘텐츠 인터넷 확산으로 전통 방송 영향력 감소	MCN과 기존 방송의 융합

Copyright © KCERN |

4차 산업혁명의 4단계 스마트화 전략

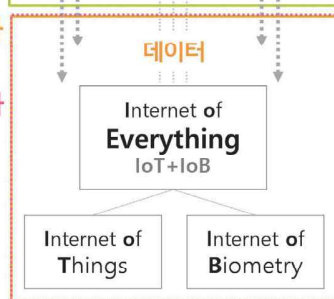
② 정보화



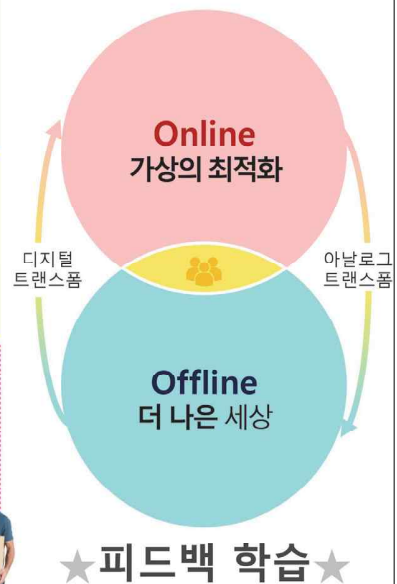
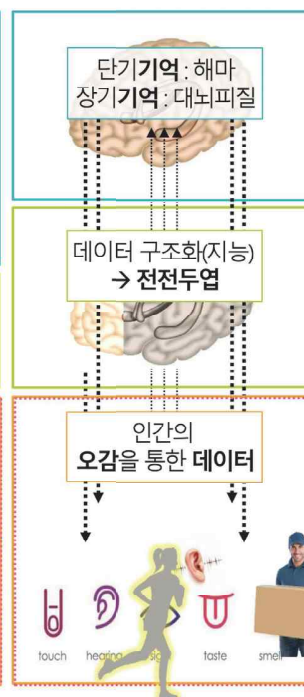
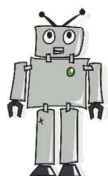
③ 지능화



① 데이터화



④ 스마트화



Copyright © KCERN |

영화 : 인공지능과 글로벌 진출

① 데이터화 IoT

영화 데이터 수집

② 정보화 CLOUD/ BIGDATA

흥행 패턴 빅 데이터화

③ 지능화 A.I.

인공지능으로 흥행포인트 예상

④ 스마트화 아날로그화

개봉 전 국내외 흥행가능성 탐색
예고편, 자막 제작 등 비용 감소

인공지능을 활용한 창작 플랫폼 해외 매스마켓 공략



AI 활용 창작 인프라 구축 (비용 감축과 인력양성)
VR 영화로 글로벌 진출 (영화제, 중국기업 유치)

Copyright ©KCERN | ④ ① ②

37

만화(웹툰) : 스마트툰

① 데이터화 IoT

웹툰 데이터 수집

② 정보화 CLOUD/ BIGDATA

재미 패턴, 언어 빅 데이터화

③ 지능화 A.I.

인공지능으로 번역, 사용자추천

④ 스마트화 아날로그화

제작 비용 감소 → 진입장벽 감소
번역, 채색 등 비용 감소

웹툰생산 AI플랫폼 개발(GAN), 다중 참여 번역 플랫폼



한류팬 자발적 참여로
번역과 보상은 코인으로
블록체인 활용한 저작권 보호
→ 2차 창작의 축전개치

Copyright ©KCERN | ④ ① ②

애니메이션 : A.I 창작

① 데이터화 IoT

애니메이션 데이터 수집

② 정보화 CLOUD/ BIGDATA

흥행 패턴 빅 데이터화

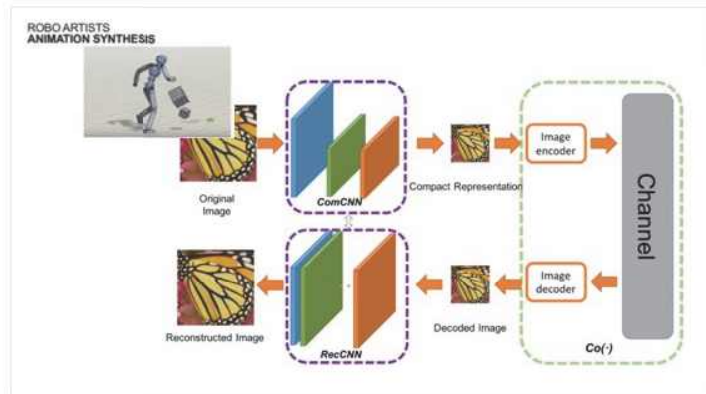
③ 지능화 A.I.

인공지능으로 흥행포인트 예상

④ 스마트화 아날로그화

개봉 전 국내외 흥행가능성 탐색
예고편, 자막 제작 등 비용 감소

AI 스타트업과 애니메이션 장인의 협업



AI 활용 → 애니메이션 생산비 절감
데이터를 융합하는 클라우드 플랫폼

Copyright © KCERN | ③ ① ②

캐릭터 : 일상의 동반자

① 데이터화 IoT

일상 데이터 수집

② 정보화 CLOUD/ BIGDATA

생활 패턴 빅 데이터화

③ 지능화 A.I.

인공지능으로 필요서비스 예상

④ 스마트화 아날로그화

개인 성격에 맞춘 지능형 캐릭터
1인1캐릭터와 평생 동반자 시대

이모티콘을 넘어 또 다른 자아가 되는 시대



나와 평생 성장하는 캐릭터
예측과 맞춤으로 부가가치 창출

Copyright © KCERN | ③ ① ②

방송 : Open Platform

외주 제작에서 1인 미디어로

- ① **데이터화** IoT
영상 시청 데이터 수집
- ② **정보화** CLOUD/ BIGDATA
콘텐츠, 결제 등 패턴 빅 데이터화
- ③ **지능화** A.I.
인공지능으로 재미요소 예상
- ④ **스마트화** 아날로그화
원하는 채널 추천



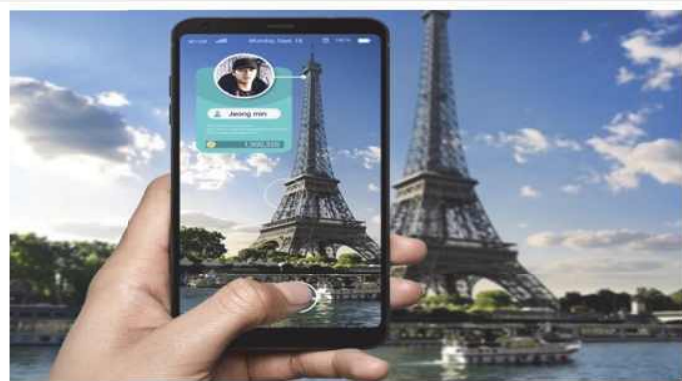
통테일 법칙으로 게임의 룰 변경

Copyright © KCERN | (C) (P) (S)

게임 : 일상을 게임으로

게임화 2.0

- ① **데이터화** IoT
게임 플레이 데이터 수집
- ② **정보화** CLOUD/ BIGDATA
위치, 결제 등 패턴 빅 데이터화
- ③ **지능화** A.I.
인공지능으로 재미요소 예상
- ④ **스마트화** 아날로그화
맞춤형 난이도, 유료화 설계



가상의 에펠탑 건물주
현실이 곧 게임

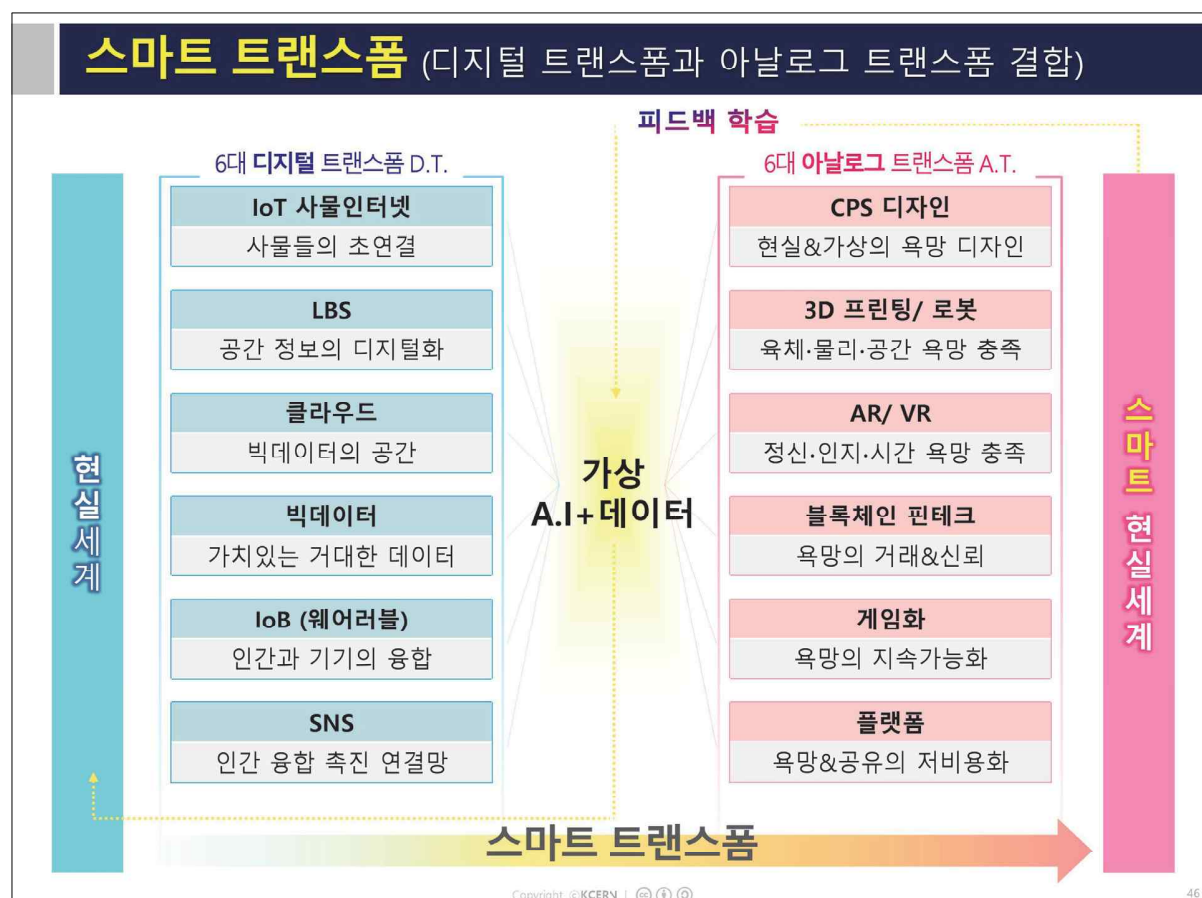
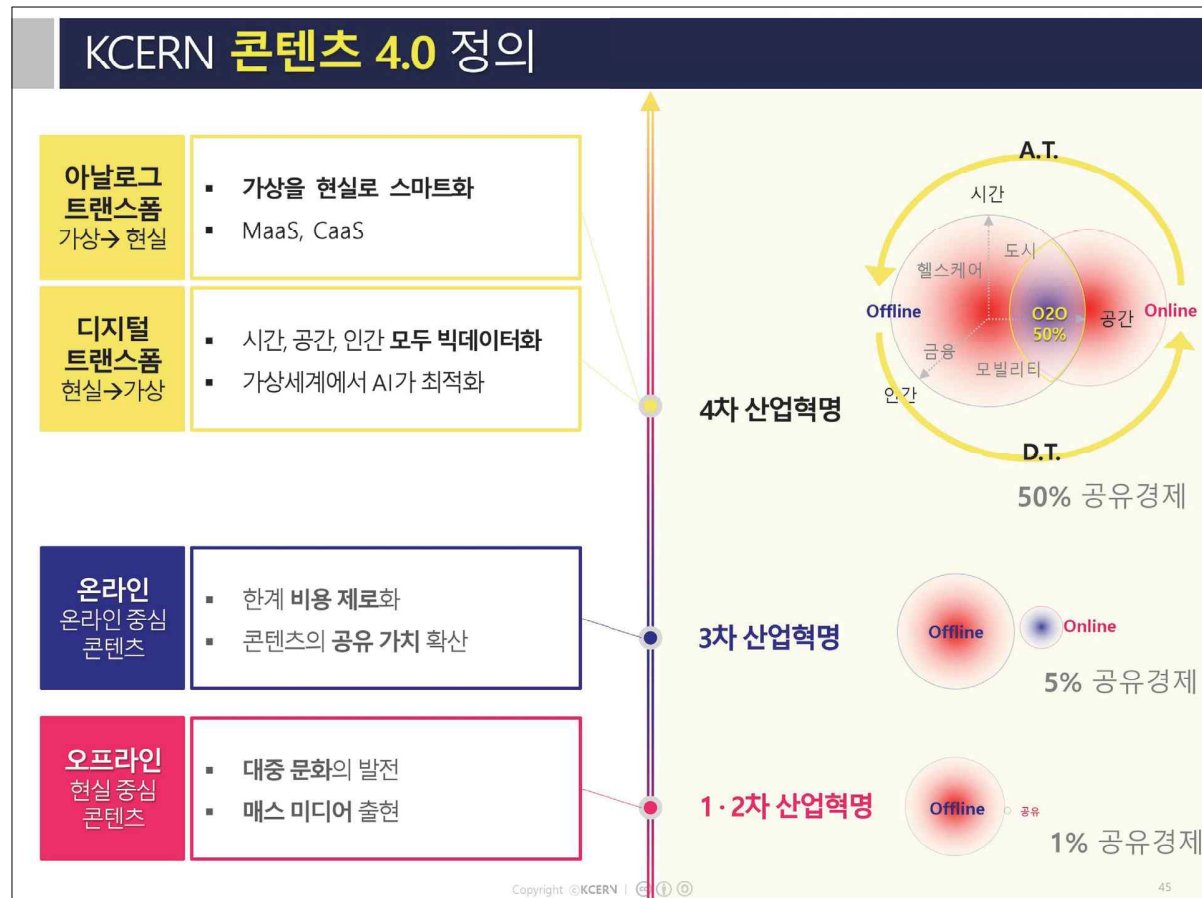
Copyright © KCERN | (C) (P) (S)

track 2. 4차 형 콘텐츠



콘텐츠 4.0 산업 모델





스마트 트랜스폼 (디지털 트랜스폼과 아날로그 트랜스폼 결합)

BTS 인공지능 비서
(개인 맞춤형 인공지능)

BTS와 함께 배우는 코딩
(난이도 맞춤 에듀테크)

콜라보에 공정한 보상
(블록체인 기반 수익배분)

Contents as a Platform
(끊임없는 2차 창작 유도)

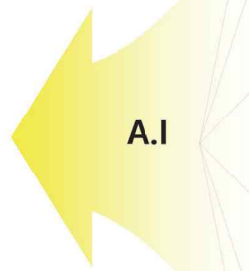
아이템 거래장터
(블록체인 기반 아이템 공급)

VR기반 스마트 스포츠
(기존 TV중계와 다른 경험)

Steemit
(콘텐츠 제공자에게 새로운 보상체계)

VR기반 문화재 체험
(세계 각지의 문화재를 VR로)

한류스타의 홀로그램 아바타
(아이돌과 하루 종일)



6대 아날로그 트랜스폼 A.T.

CPS 디자인

현실&가상의 욕망 디자인

3D 프린팅/ 로봇

육체·물리·공간 욕망 충족

AR/ VR

정신·인지·시간 욕망 충족

블록체인 핀테크

욕망의 거래&신뢰

게임화

욕망의 지속가능화

플랫폼

욕망&공유의 저비용화

Copyright © KCERN | © ① ②

47

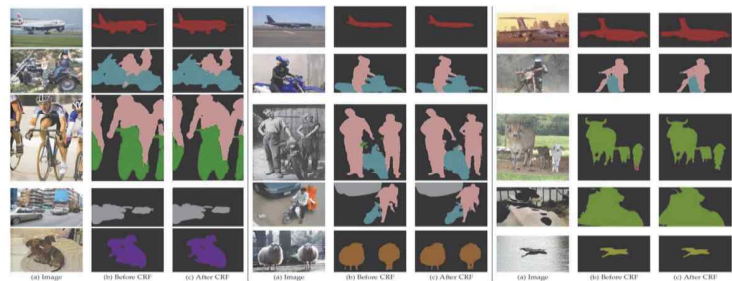
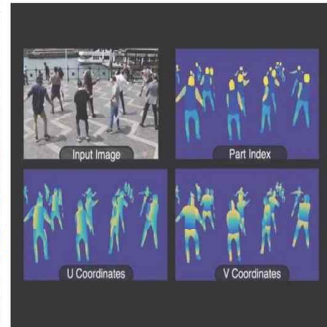
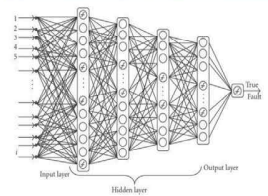
인공지능과 콘텐츠 4.0

딥 러닝 발전속도

이미지 인식

5년

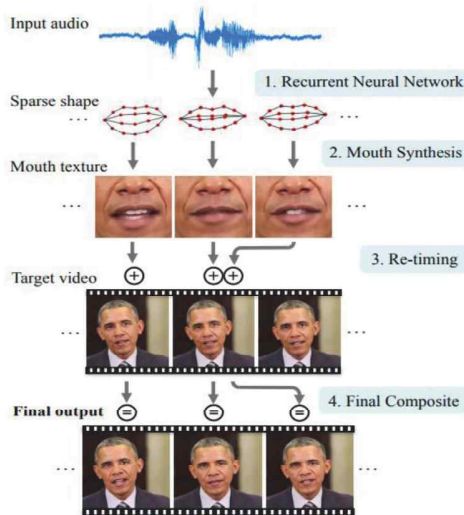
동영상 실시간 인식



Copyright ©KCERN | © ① ②

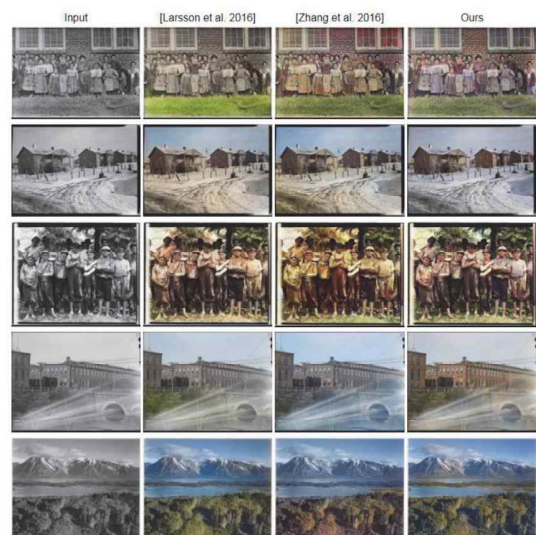
49

AI Deep-Learning 음성과 영상 적용 사례



정치인 재연해보기

오디오를 이용해 비디오의 입술 움직임을 합성
영상 https://youtu.be/MVB6e_o4cMI

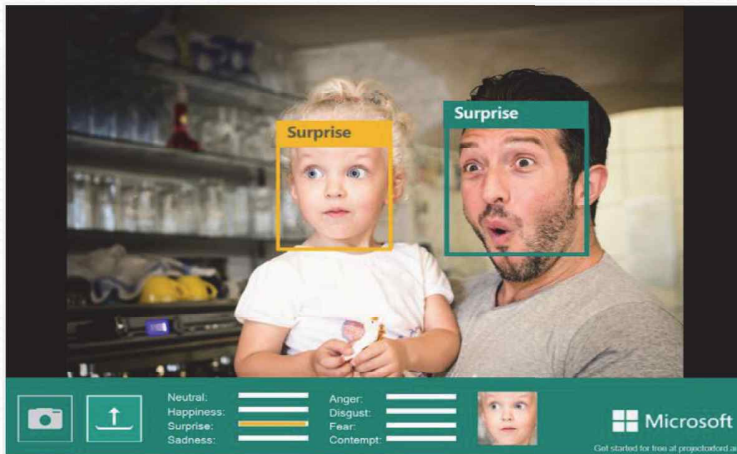


흑백 사진 복원

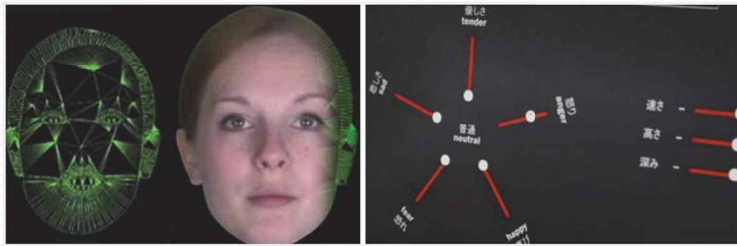
사진에서 일어나는 실제 패턴 학습
영상 <https://youtu.be/ys5nMO4Q0iY>

Copyright ©KCERN | © ① ②

감정 인식과 표현



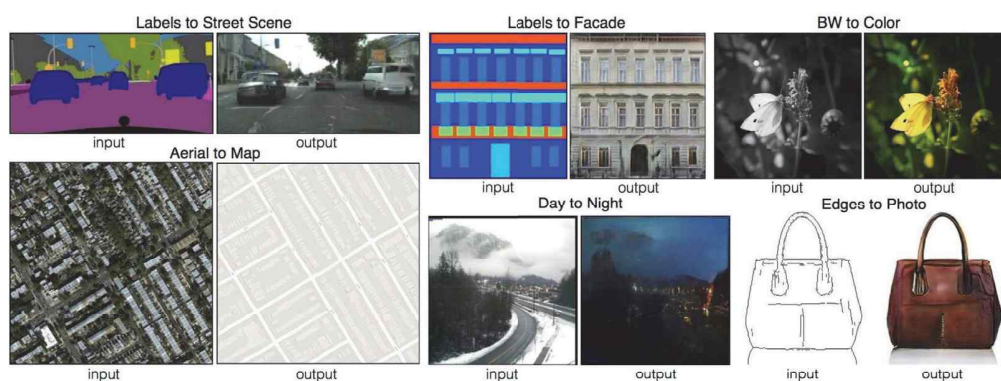
MS의 옥스포드
분노, 경멸, 불쾌,
공포, 행복, 무관심,
슬픔, 놀라움
8가지 감정
90% 인식



영국 캠브리지와
도시바의
감정 아바타(Zoe)

Copyright © KCERN | © ⓘ ⓘ

Conditional GAN



Copyright © KCERN | © ⓘ ⓘ

예술과 인공지능의 결합



봇을 든 인공지능 '아론 Aaron'

인공지능 '아론'도 구글의 '딥드림'처럼 사물과 인간의 신체 구조에 대한 정보를 바탕으로 캔버스 위에 '제3의 그림'을 그린다.

인식한 이미지 정보를 모방해 사람의 간섭 없이 알아서 색과 모양을 선택해 그림을 완성한다.



작곡하는 인공지능, 쿨리타

곡을 쓰는 인공지능도 있다.

미국 예일대의 도나 퀵 컴퓨터공학 교수가 개발한 인공지능 '쿨리타(Kulita)'는 저장된 음악 자료에서 규칙들을 분석하고 음계를 조합해 곡을 만든다.



춤추는 로봇 '키봇'

국내에는 춤추는 휴머노이드 로봇 '키봇'이 있다.

KT의 교육용 로봇인 키봇은 2015년 4월 실제로 뮤지컬 주연 배우로 캐스팅돼 생명을 얻은 로봇이 악당에 맞서 싸우는 연기를 선보였다.

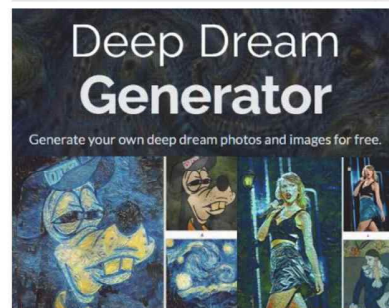


<http://www.pictomusic.com/>



Visual-Music Project
(PictoMusic)

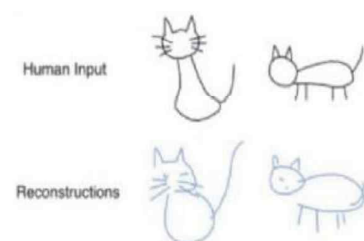
그림을 음악으로
쉽게 전환함으로써
작곡능력 없는 누구나
작곡을 할 수 있다.



Copyright ©KCERN |

5.35.3

인공지능 음악과 미술



Human Input

Reconstructions



Neural Synthesizer, Nsynth

- 스케치 - RNN 기술
- 구글 브레인 + 딥마인드
- 30만 음, 1천 개 악기 데이터
- 새로운 음을 합성



Copyright ©KCERN |

54

AI for Publishing

24건 출판, 22권 50위 이내 베스트 셀러 출판사 'Inkitt'

편집자 → 독자 + 인공지능 ... 저자 인세는 25~51%

Inkitt

Read Tomorrow's Bestsellers Today

Handpicked stories for your daily escape

Download on the App Store

Bright Star
Sky Riders, Book Two
By Erin Swan

Summary: When Karl frees Andra from the judges' palace, he has no idea what the quiet slave girl will mean to the rebellion—or to him. And Andra learns she was destined for far more than she ever imagined.

Read

12 Reviews

Mixed images

Copyright © KCERN | © ⓘ ⓘ

인공지능 시와 소설

Artificial intelligence is writing the next 'Game of Thrones' book

By Lauren Tousignant

August 29, 2017 | 3:19pm



HBO

MORE ON: ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Facebook using artificial intelligence to detect suicide risk

Saudi Arabian robot citizen wants a baby

Working with our future robot overlords is a lucrative endeavor

Winter is kind of here.

"Game of Thrones" fans have grown so impatient for George R.R. Martin to finish the next "A Song of Ice And Fire" book — the series that the HBO show is based on — that an artificial intelligence system just wrote the beginning of the sixth book.

Zack Thoutt, a "GoT" fan and software engineer, created a type of AI, known as a recurrent neural network. Thoutt fed the machine all 5,376 pages of the five current books and it generated predictions on what will happen next.



구글 AI 시인

it made me want to cry.
no one had seen him since.
it made me feel uneasy.
no one had seen him.
the thought made me smile.
the pain was unbearable.
the crowd was silent.
the man called out.
the old man said.
the man asked.

he was silent for a long moment.
he was silent for a moment.
it was quiet for a moment.
it was dark and cold.
there was a pause.
it was my turn.

Copyright © KCERN | © ⓘ ⓘ

6대 아날로그 트랜스폼 기술들



Copyright ©KCERN | (C) (P) (D)

3D 프린팅 활용 사례



Copyright ©KCERN | (C) (P) (D)

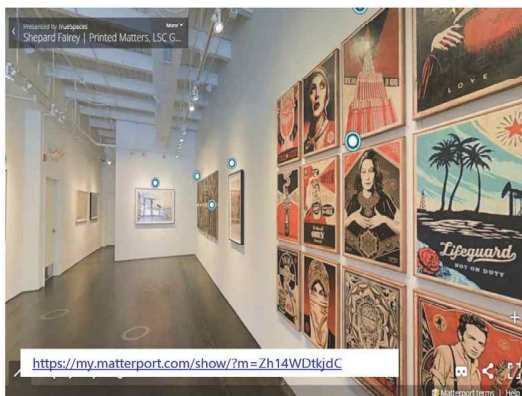
VR 마케팅

VR로 공간을 재창조하라

프랑스 루브르 박물관을 직접 관람하기 어려운 사람들에게
리얼한 체험의 기회를 제공하는 서비스는 모든 공간에 적용이 가능하며,
갤러리, 매장, 호텔, 병원, 부동산뿐만 아니라 학생들의 교육용에 이르기까지
공간의 정보제공 및 홍보 수단으로 적극 활용



박물관 체험



<https://my.matterport.com/show/?m=Zh14WDtkjdC>

제주 항공, 송중기와 대만여행을



<https://youtu.be/L8uTs9hYVG4>

Copyright © KCERN | © ⓘ ⓘ

페이스북



VR

4월 오culus 단말기를 활용한
소셜 VR '페이스북 스페이스'
베타서비스 시작
주변 환경을 배경으로
친구와 대화를 나누고
아바타를 웃게 하는 것도 가능



AR

Camera Effect Platform
친구가 식당에서 그림을 그려놓으면
다른 친구가 이 그림을 봄
별도의 단말기 없이
스마트폰 카메라로
AR 활용하는 게 최종 목표.

Copyright © KCERN | © ⓘ ⓘ

블록체인+판권



<소유권 선포와 타임스탬프>

- 소유권을 따라 전체 거래 과정 추적 -
- 무형 재산 확정과 가치 평가 문제 해결 -
- 스마트 계약 규범을 활용하여 혁신적 창작 환경 제공 -

블록체인 + 저작권, 상표권, 특허권,

Imogen Heap shows how smart music contracts work using Ethereum

October 4, 2015

TECH CITY NEWS

NATIONAL BUSINESS

BLOCKCHAIN

<https://bitse.com>

| Babyghost와 BitSE |

2016년 상하이 패션 위크에서 패션 브랜드 Babyghost와 상하이 블록체인 서비스 회사 BitSE는 VeChain 칩을 내장한 신상 의류 20여벌을 선보임

<http://myceliaformusic.org>

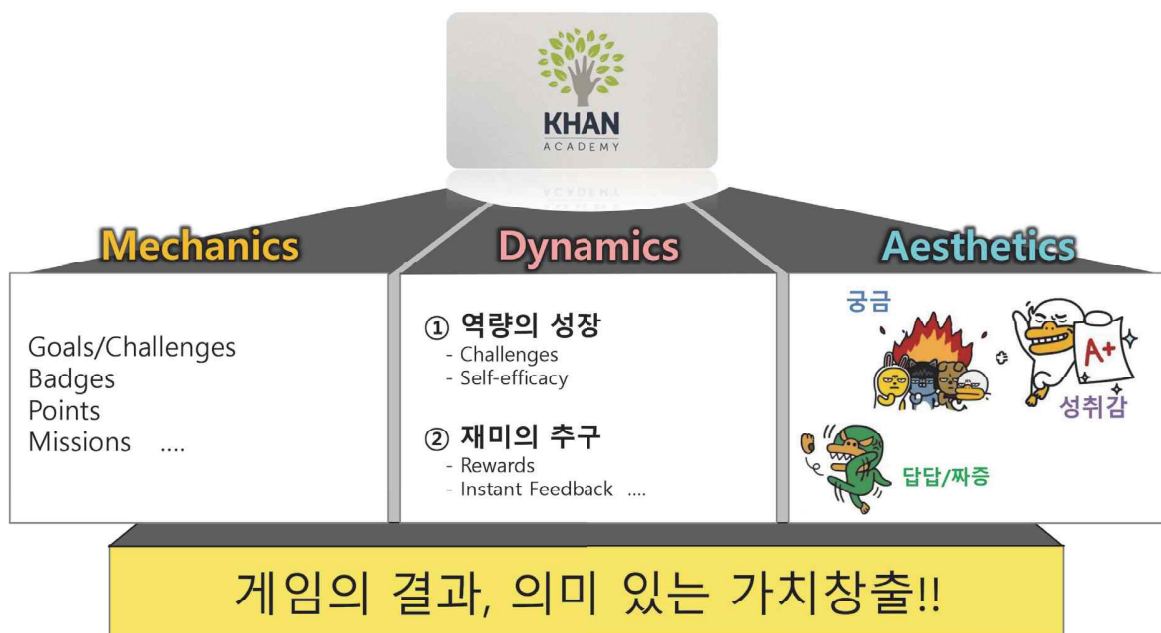
| Imogen Heap의 Tiny Human |

2015년 10월 영국 가수 Imogen Heap은 신곡 Tiny Human을 이더리움의 블록체인에 발표
사용자들이 이더리움 계좌에서 Mp3파일 사용 권한 획득

Copyright ©KCERN | ④ ① ②

게임화 사례 : 칸 아카데미

[온라인 교육의 게임화 칸아카데미]



우리가 할 수 있는 사례



Copyright ©KCERN |

63

콘텐츠 4.0과 저작권

저작권의 이슈

Copyright와 Copyleft

- 저작권은 양날의 칼, **보상**이며 **규제**
- **융합을 촉진**하는 새로운 저작권이 필요
- 규제가 없는 보상 시스템
- Open Source Movement

저작권의 보호

- 보호의 수익자?
- 보호의 실효성?
- 보상의 대안은?

창작 vs 활용



Copyright©(사)창조경제연구회(KCERN), 활용 시 인용표시 요망.

6

Copyright의 문제

Remix의 세상

- 디자인, 게임, 공연 등 모든 분야
- 오픈소스 → 리믹스 → 오픈소스 → 리믹스
- 리믹스를 통한 창조성 발현이 저작권 보호와 충돌

Democracy의 한계

- 저작권의 시각이 작가에서 교역으로 이동
- UNESCO Report, Our Creative Diversity
- 미디어 기업의 저작권이 문화 다양성 저해
- 오늘날 저작권은 보상이 아니라 통제-Jessica Litman

저작권법 실효성 한계

<https://vimeo.com/31100268>

- 정부의 통제 강화가 민주주의 위협
- 저작권의 수혜자는 예술가가 아니라 투자자
- 통제의 강화는 해적질 조장
- 생태계 전체를 약화

CopyLeft의 대안

후원

- 기업등 후원자 구조
- 기업의 CSV와 선순환 시스템

Digital Platform

- YouTube, Spotify등
- 카카오, 구글 등 저비용 구조 대안

경험 경제

- 오프라인 경험으로 관계 보상
- 블록체인으로 마이크로 지불 가능

Brand 자산화

- 선순환 사회의 좋은 브랜드의 가치
- BTS와 강남 스타일의 사례

Smart Long-Tail



주요 추진 전략 : Two Track 입각한 육성 전략

1.
AI+6대 아날로그 기술 중심의
콘텐츠 육성 전략 +
기존 콘텐츠 산업의 4차 혁명화의
Two Track 전략

2.
산업 생태계를 중심으로 지원하되
통제하지 않음
리더선발에 최선을,
권한은 완전 위임(Arm's Length Principle)

3.
혁신, 협력, 시장
3대 플랫폼으로 O2O 생태계 구축
참여 기업의 가상화→ 협력 촉진; 위워크 벤치마킹
플랫폼 기업을 우선 지원과 육성

4.
창업촉진을 위한
엑셀러레이터, 메이커스페이스
경쟁 입찰

5.
글로벌 기업 적극유치→ 시장역량 강화
CVC 투자와 M&A 활성화 유도
글로벌 게임 기업에 과감한 혜택 제공

6.
O2O 개방 기술 교육 제공
AI 활용 기술
AI + Blockchain

7.
블록체인 기반 유통 시스템 등
미래 핵심 인프라 제공

8.
스마트 시티, V-Commerce,
리빙랩을 **플래그십 프로젝트**로

감사합니다

KCERN 이사장 이민화
mhleesr@gmail.com

2018
콘텐츠 Forum
on Content
Dispute Resolution
분쟁조정 포럼

2018 Forum on Content Dispute Resolution

2018 콘텐츠 분쟁조정 포럼

4차 산업혁명 시대, 콘텐츠산업의 변화와 분쟁해결

블록체인(Blockchain)과 게임의 결합

허정휘 이사
게임엑스코인(GXC)

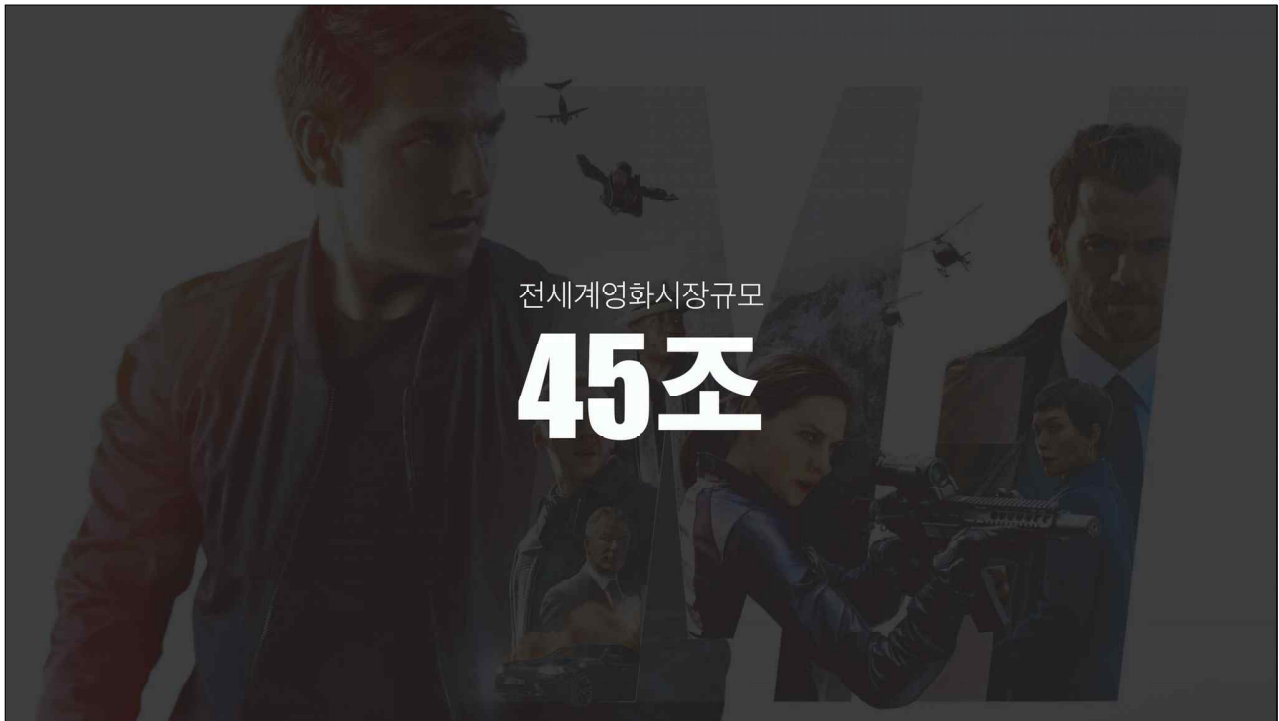
주요 경력

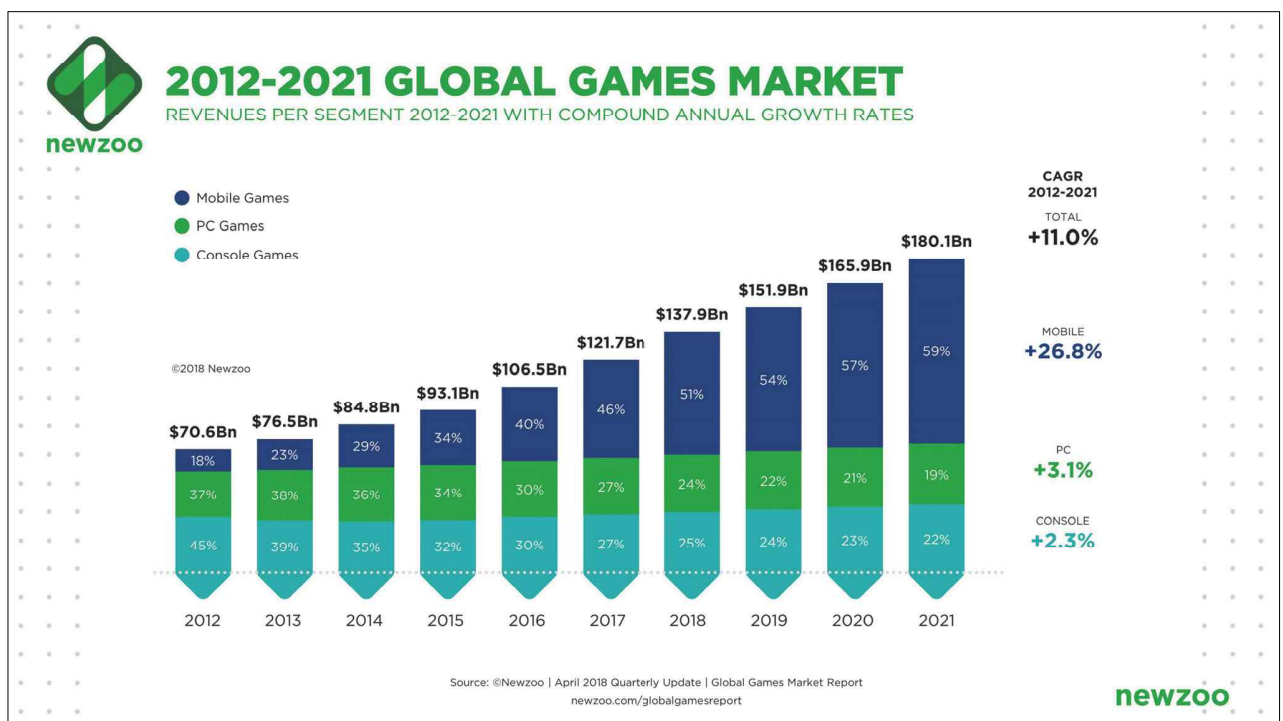
- 2018 게임엑스코인 이사
- 2017 플레이어리 대표이사
- 2012 Nsurfin, Inc. 대표 이사
- 2008 Gala-Net, Inc. 사업 이사



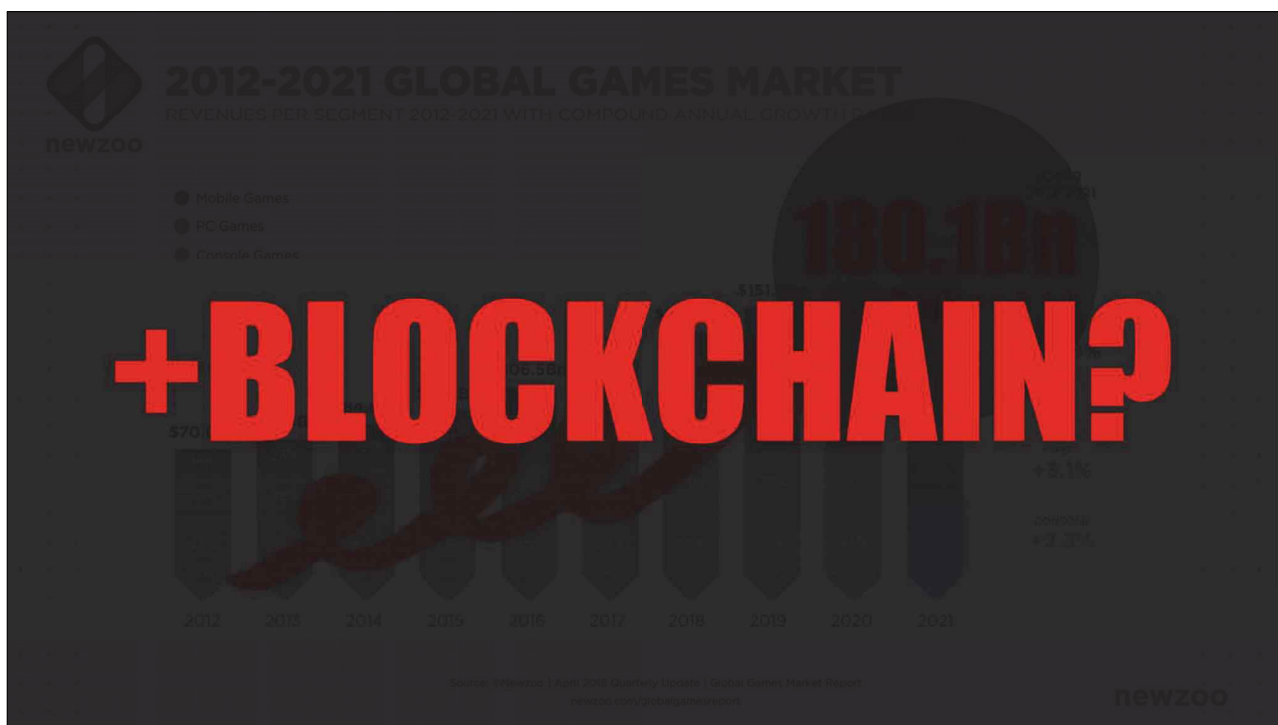
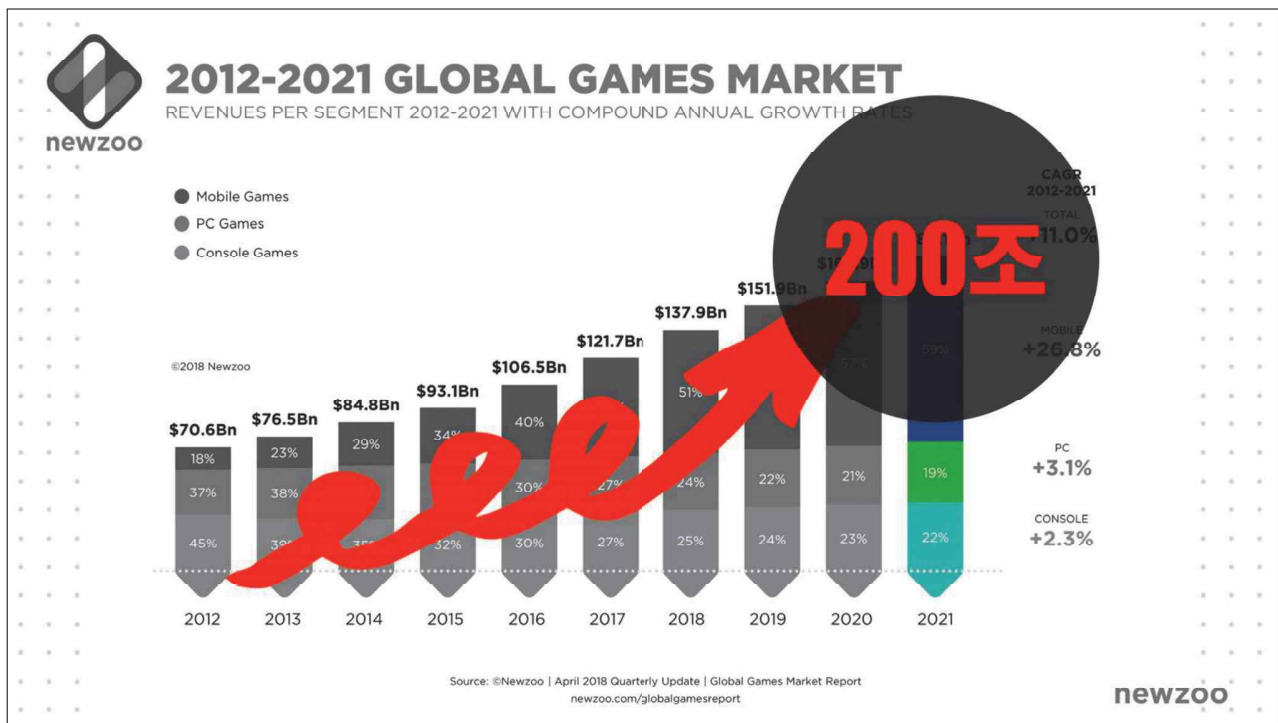
2018
콘텐츠 Forum
on Content
Dispute Resolution
분쟁조정 포럼

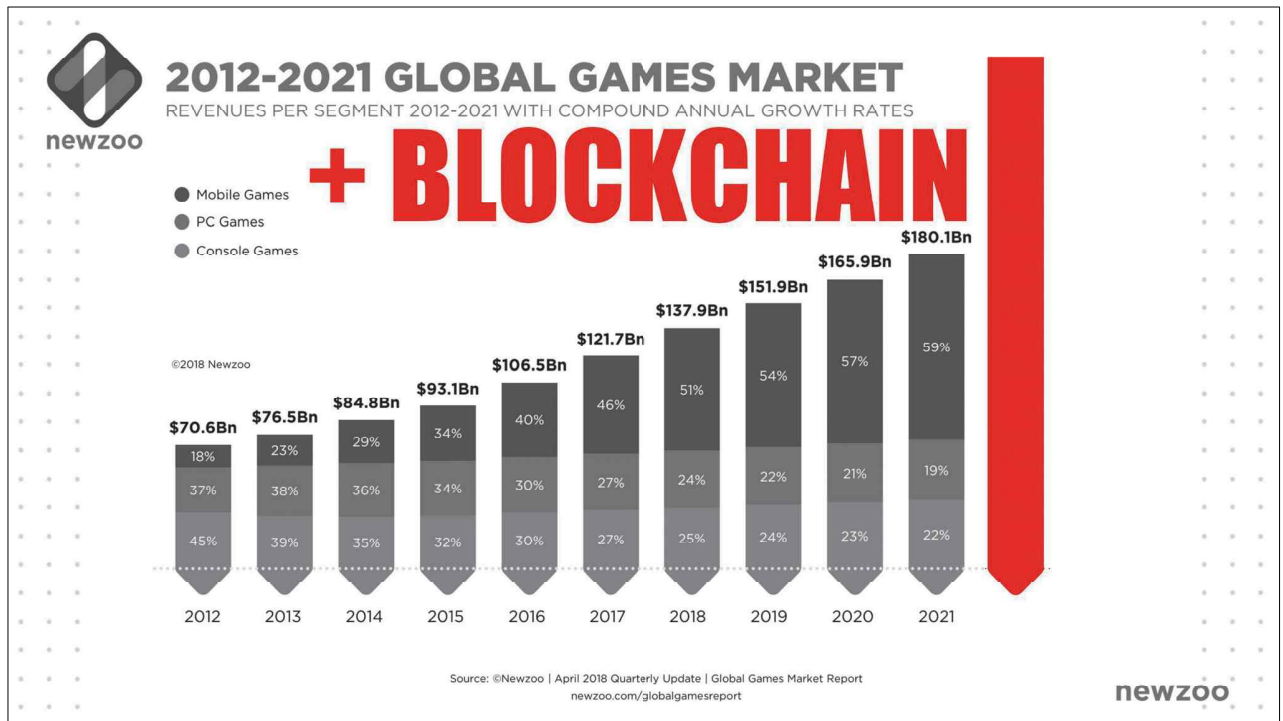


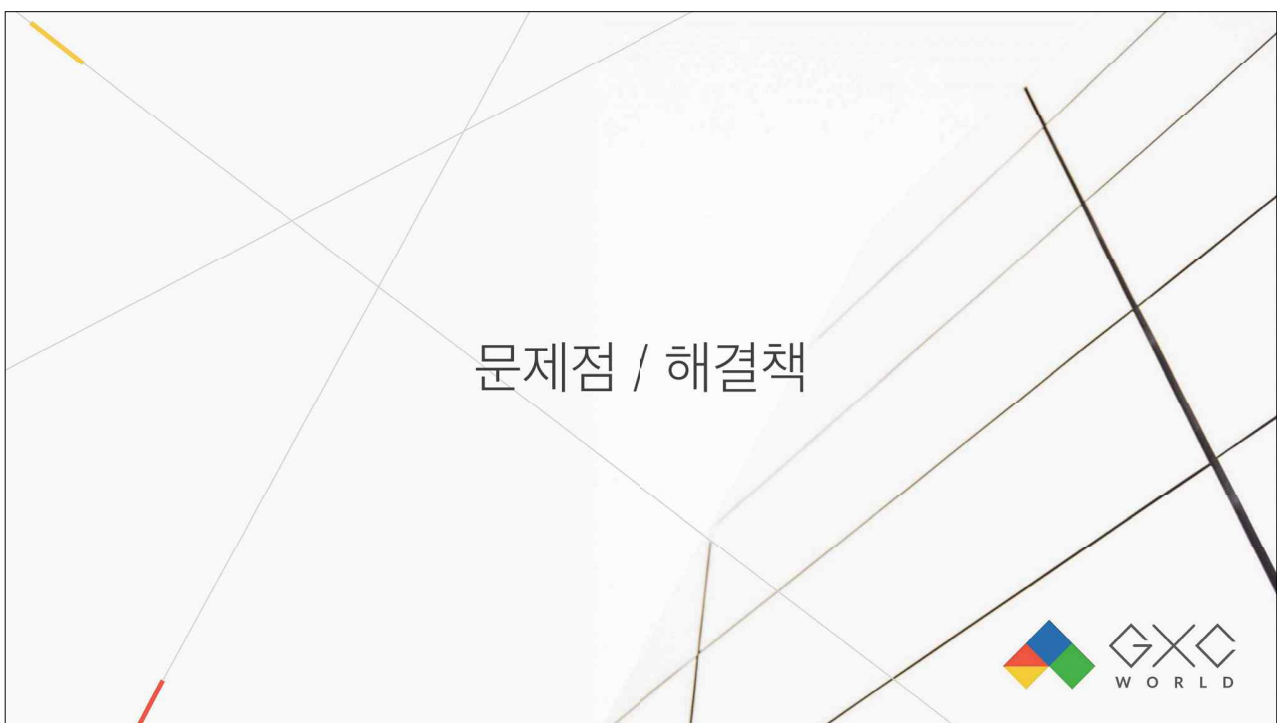
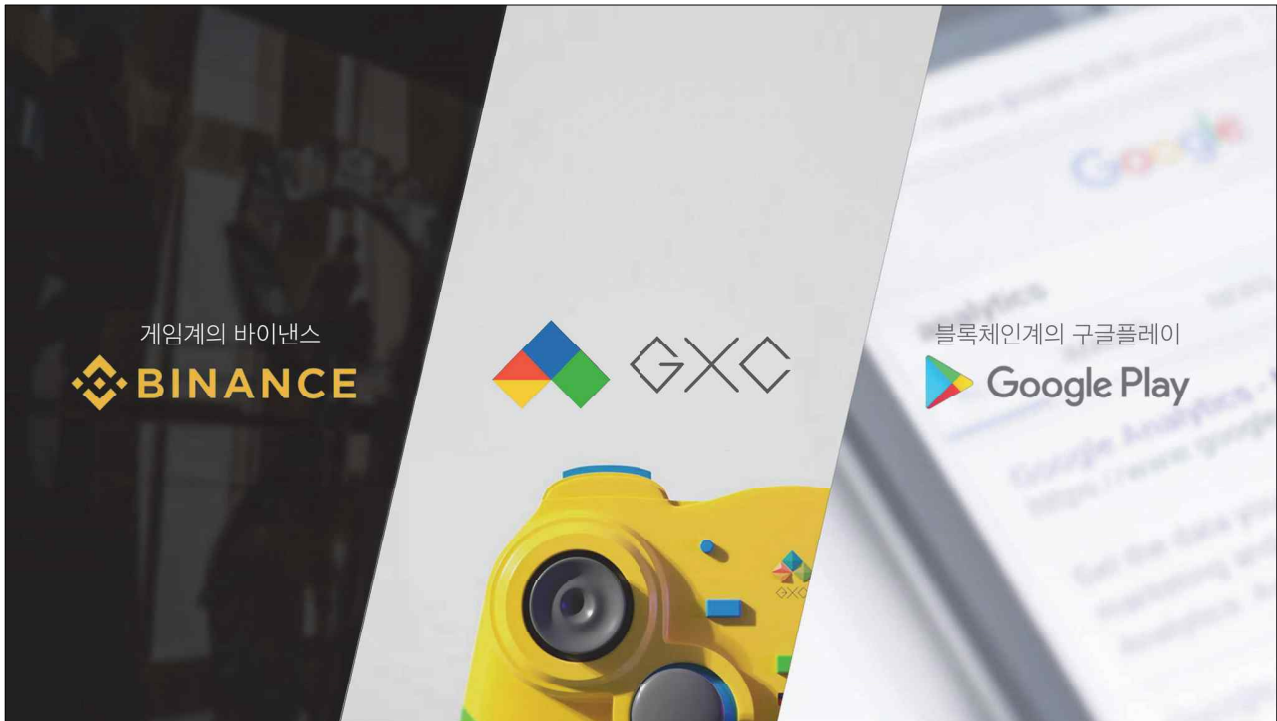




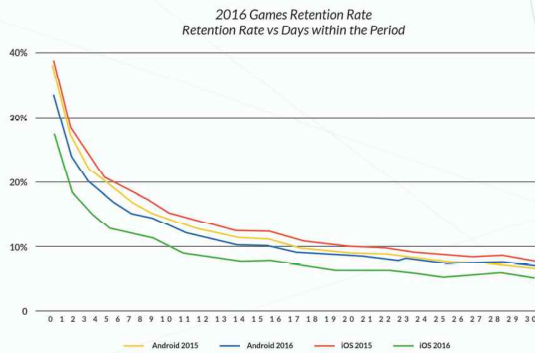
2018 콘텐츠 분쟁조정 포럼







개발자의 문제점



과도한 경쟁으로 전체적인 리텐션이 떨어짐으로써
게임사는 매출을 발생시키기 위해 더 많은 비용을 투입해야함

게이머의 문제점



유저가 게임을 그만 둘 때
유저가 축적한 자산이 모두 사라지는 구조

해결책



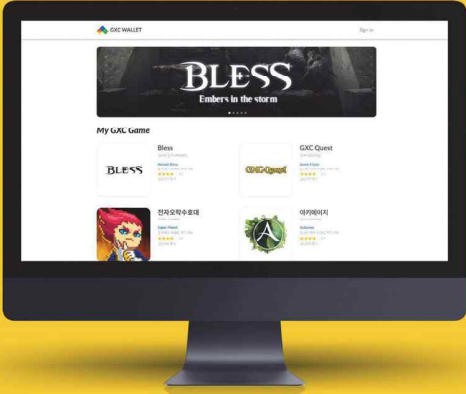
GXC 기술력



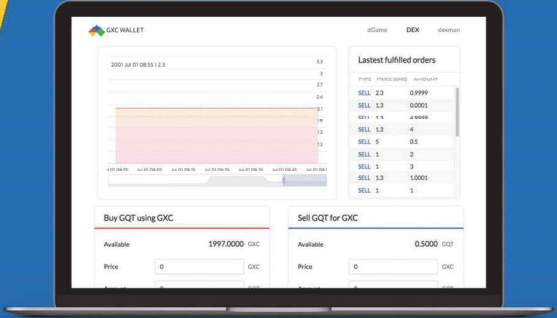
암호화폐 공장

Token Generator






GXC Wallet
게임 포털 및 지갑으로서의 기능




GXC 암호화폐 거래소
기존 대비 1/100 이하의 수수료 및 블록체인 거래이므로 100% 안전




EOS 블록체인에서 작동하는 최초의 MORPG
<https://www.gxcquest.com>

GXC 데모



GXCQuest의 후속작
<https://www.gamexrogue.com>



매치쓰리 모바일 게임
Download from Google Play

블록체인 게임은 어떻게 시장을 혁신하는가



시장 구분	특징	Business Model
PC 패키지 게임	PC : 집에서 소유 가능, GUI 게임: 재밌는 경험 > 집에서 GUI로 표현된 재밌는 경험	CD 판매
온라인 게임	온라인 : 사람들을 연결 게임: 재밌는 경험 > 사람들이 연결되는 재밌는 경험	정액제, 부분 유료
모바일 게임	모바일 : 언제 어디서나 휴대 가능한 기기 게임: 재밌는 경험 > 언제 어디서나 재밌는 경험	부분 유료, 광고
블록체인 게임	블록체인 : 거래 가능한 자산 게임: 재밌는 경험 > 거래 가능한 자산을 사고 팔며 재밌는 경험	부분 유료, 수수료

블록체인 토큰을 게임에 어떻게 결합할 것인가



토큰 설계 원칙

- 1) 토큰은 게임 내 플레이에 꼭 필요하며, 재미를 더해주는 요소여야함
- 2) 토큰의 구매 및 판매 UX가 매우 편리해야함
- 3) 토큰의 구매 및 판매 UX가 유저의 게임 플레이 동기를 향상시켜야함

블록체인 토큰의 다양한 기능

통화 (Currency)

자산 (Asset)

주식 (Equity)

수집품 (Collectible)

접근권 (Access)

투표권 (Voting)

통화(Currency)로서의 토큰

게임 내 특정 아이템(강화 아이템, 꾸미는 아이템 등)을 토큰으로 구매하도록 유도

-> 토큰으로 아이템 구매 후 아이템 강화

-> 강화된 아이템을 게임 내 DEX(거래소)에서 판매 가능

게임 내 경매 시스템 설계

-> 경매에 희귀 아이템 등록

-> 유저들이 토큰을 통해서 희귀 아이템 경매에 참여

-> 가장 높은 낙찰가를 받은 유저가 토큰을 지불하고 아이템 구매

주식(Equity)으로서의 토큰

게임 내 길드를 운영하는 사람은 길드 운영비로 토큰을 예치해야함

- > 기업 주주같이 예치한 토큰에 비례하여,
길드 수익 혹은 길드 아이템을 얻음

게임 내 길드에서 다른 길드에 토큰으로 투자

- > 특정 지분율 이상일 때, 동맹 결성 가능
- > 길드 가치 상승 시, 투자 지분에 비례해서 길드 수익을 공유

출입권(Access)으로서의 토큰

특정 퀘스트 입장에는 NPC가 입장료로 토큰을 요구

- > 유저가 이벤트로 얻은 토큰을 사용 or 아이템 거래로 토큰을 획득
- > 퀘스트 수행 시 토큰을 보상으로 제공

투표권(Voting)으로서의 토큰

게임 내 정책에 대한 투표권으로서의 토큰

- > 자신이 지지하는 정책에 대해 투표를 함
- > 자신이 지지한 정책이 선택되면 토큰을 보상 받고
지지한 정책이 선택되지 않으면 토큰을 잃음

블록체인과 게임의 결합의 결과



게임 유저

- 1) 게임 내 자산 거래 경험은 유저들에게
게임 플레이의 추가적인 재미와 인센티브를 줌
- 2) 한 플랫폼 내에서 공용 토큰(GXC)기반으로 여러 게임 이동 가능
-> 유저들에게 새로운 재미와 가치 제공









게임사

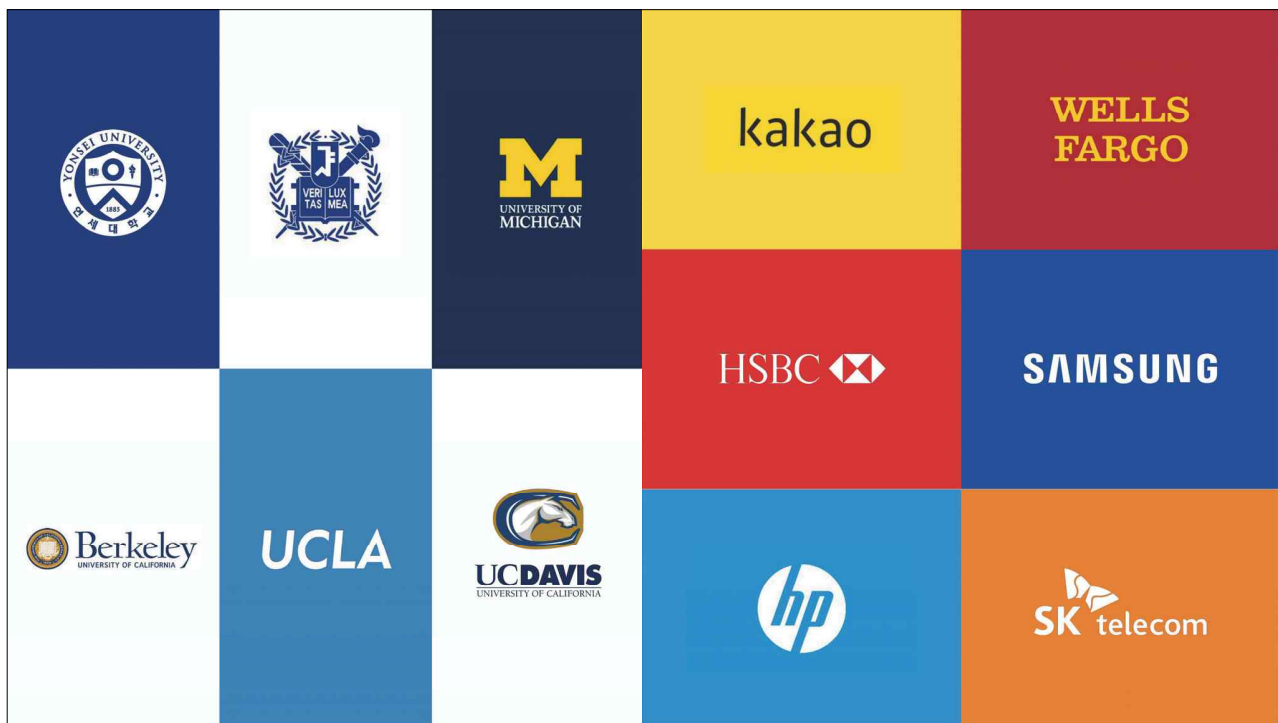
- 1) 현재 게임 시장은 95%이상의 무과금 유저와 5%미만의 과금 유저로 구성
-> 게임 내 자산 거래가 활발해지면,
95%이상의 무과금 유저에게도 거래 수수료 기반 BM 가능
-> ARPU(Average Revenue Per User) 향상 가능
- 2) 게임 내 토큰과 공용 토큰(GXC)이 상호 영향 받으므로, 안정적인 경제 시스템 설계가 중요

GXC 핵심 경쟁력



2018 콘텐츠 분쟁조정 포럼

Core Dev Team	CEO	Gaming Guru
 <p>Jin Yang CTO Advisor at Decipher CTO at Qpick Seoul National University Business / Computer Science</p>	 <p>Kai Kim CEO CEO at Whooper 20+ S/W engineer (payment/game) Yonsei University Computer Science</p>	 <p>Jay Heo COO CEO at Playnery Senior Director at Gala-Net Yonsei University Political Science</p>
 <p>Conrad Um Head of Blockchain Lab Software Engineer at Samsung Electronics Seoul National University Business Administration</p>		 <p>Chris Chu Game Evangelist CEO at CORO Studio Development Team Leader at Irugo University of Seoul Civil Engineering</p>
Product Team		
 <p>Matt Suh VP, Product Sr. Strategy Manager at Kakao Sr. Product Manager at HP UCLA Anderson, MBA SNU, BS, Engineering</p>	 <p>Samuel Nam Community Director Lead Marketer at Netmarble Games Marketer at Yodo1 Games University of Michigan Ross School of Business</p>	 <p>Aaron Bang CCO Designer at beSUCCESS CCO at Profound Seoul National University of Science & Technology Visual Communication Design</p>



GXC 핵심 어드바이저 Top4



Gangseok Kim
Co-Founder
at Bluehole
CEO at Bluehole
CEO at Bluehole Studio



Kwanho Choi
CEO
at XLGames
CEO at GameOn
Chairman of the
Korean game industry association



Will'O Brien
Founder at
BitGo
Partner at Blockchain Capital
Senior VP at Big Fish Games



Akihiro Kin
CEO at F4samurai
(SEGA Group)
Researcher at
Nomura Research Institute

Bluehole

기업가치 : 5조
작년매출 : 6,600억원
1인당 인센티브 최대 50억원
역대 가장 많이 팔린 PC게임 2위
7개의 기네스 세계 신기록



한국 게임 역사상 최대금액
700억원의 개발비



리니지, 바람의나라의 아버지
넥슨 공동창업자 '송재경' 대표



'배틀그라운드' 블루홀 자회사,
RPG 게임 '불멸의전사' 개발사



글로벌 상장사 '갈라' 자회사,
'프리프' '라펠즈' 개발사



스마일게이트 메가포트 퍼블리싱,
모바일매출 3위 '에픽세븐'



소셜카지노 세계 2위
(주)더블유게임즈 자회사



코스닥 상장
온라인/모바일 게임사



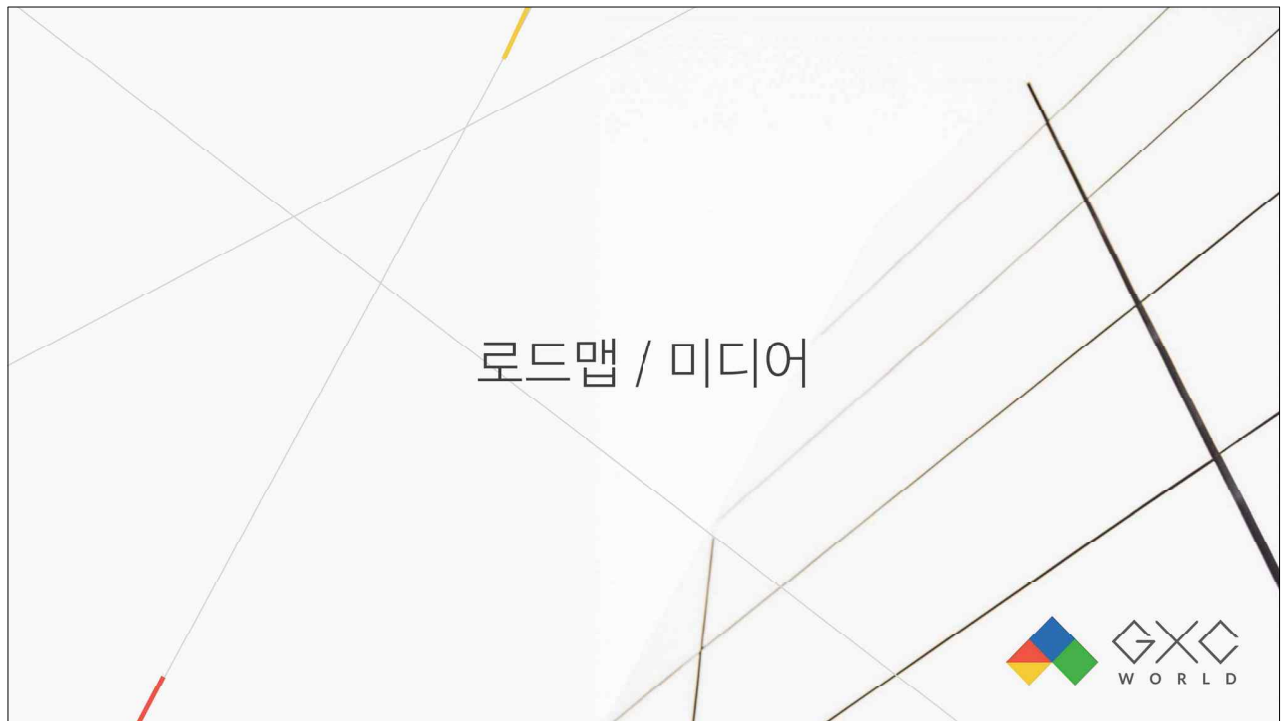
히어로메이커, 전자오락수호대
with 네이버웹툰



게임에 최적화된 가장 빠른 블록체인
게임 내 경제구조 설계가 가능한 암호화폐 시스템

파트너십 전략
GXC 게임들을 위한 공격적인 글로벌 파트너십 구축
(게임사, 게임 엔진사, 게임 커뮤니티, 게임 마케팅 등)

광범위한 게임사 지원
GXC 개발 키트 제공을 통한 빠르고 쉬운 블록체인 적용
게임 내 토큰이코노미와 성공사례 컨설팅



언론보도

게임 블록체인 프로젝트 'GXC', ICO 프리세일 1시간만에 완판

파이낸셜뉴스 | 입력 : 2018.09.10 18:13 | 수정 : 2018.09.10 18:13



게임과 블록체인을 결합한 프로젝트 게임엑스코인(GXC)을 추진중인 블록 프리세일 판매를 1시간만에 마무리했다고 10일 밝혔다.

게임엑스코인은 10일 오후 12시에 암호화폐 거래소 코인레이를 통해 판매가 개시됐고 57분 만에 준비된 모든 수량이 팔렸다. 이어 오후 1시 30분에는 토큰뱅크에서 프리세일이 진행돼 역시 1시간여 만에 모든 수량이 판매됐다. 회사 관계자는 "토큰뱅크에서는 1000 이더 규모가 완판됐고, 코인레이에서는 비슷한 규모로 3배에 걸쳐 하는데 그 첫번째가 완판된 것"이라고 전했다.



게임엑스코인, 1시간만에 프리세일 완판 눈길

게임엑스코인(GXC)이 토큰뱅크와 코인레이 사이트에서 프리세일 판매를 시작 1시간 만에 완판되었다. 현재 암호화폐 가격이 급락하는 추세여서 많은 프로젝트들이 자금 모금에 어려움을 겪고 있는 상황이어서...

게임엑스코인, 1시간만에 프리세일 완판 기록

글로벌경제 | 3일 전

사진= 게임엑스코인 제공 사진= 게임엑스코인 제공 암호화폐(가상화폐) 게임엑스코인(GXC)이 토큰뱅크와 코인레이에서 프리세일 판매를 시작하자마자 1시간 만에 완판됐다고 10일 밝혔다. 게임엑스코인은 게임과...

게임엑스코인월드, 'GXC' 프리세일 완판 - 뉴스웨이

www.newsway.kr/news/view?tp=1&ud=2018091017493930857

4일 전 - 게임엑스코인월드는 자사가 발행한 게임엑스코인(GXC)이 토큰뱅크와 코인레이 등 가상화폐 거래소에서 프리세일 판매를 시작하자마자 1시간 만에 ...

게임엑스코인, 1시간만에 프리세일 완판 눈길 | IT/과학 | 뉴스 | 한경닷컴

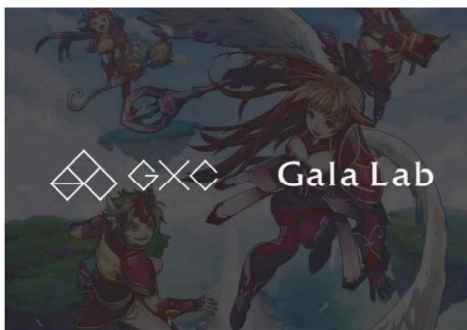
news.hankyung.com/article/201809110498v

3일 전 - 게임엑스코인(GXC)이 토큰뱅크와 코인레이 사이트에서 프리세일 판매를 시작 1시간 만에 완...

언론보도

게임엑스코인, 갈라랩과 손잡고 세계 최초 블록체인 MMORPG 게임 '프리프, 리펠즈' 런칭

당행선 기자 | 승인 2018.11.06



게임 암호화폐 'GXC', 2차 프리세일도 5분만에 '완판'

파이낸셜뉴스 | 입력 : 2018.10.27 14:33 | 수정 : 2018.10.27 14:33

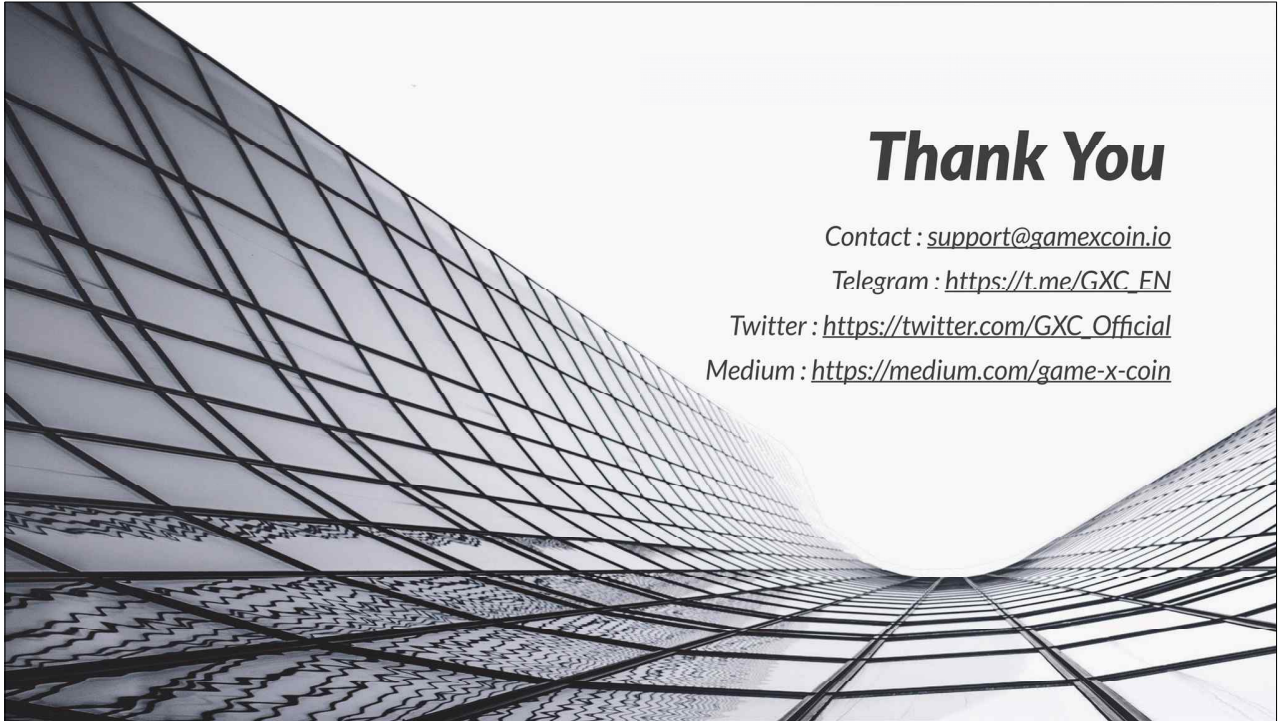


암호화폐 커뮤니티 코박서 진행, 오는 29일 추가 세일

게임에서 활용될 암호화폐 게임엑스코인(GXC)이 암호화폐 커뮤니티 '코박'에서 2차 프리세일 판매를 시작하자마자 5분 만에 완판됐다.

게임엑스코인은 지난 26일 오후 1시에 '코박' 애플리케이션(앱)을 통해 판매가 시작됐지만 5분만에 준비된 모든 수량이 완판됐다고 27일 발표했다.

많은 참가자들이 몰리면서 2차 프리세일이 시작되자마자 서버가 잠깐 다운되는 현상까지 나타났다. 회사 측은 프리세일에 참여하기 위해 사람이 몰려 서버가 다운되는 경우는 이례적이라고 설명했다.



Thank You

Contact : support@gamexcoin.io

Telegram : https://t.me/GXC_EN

Twitter : https://twitter.com/GXC_Official

Medium : <https://medium.com/game-x-coin>

2018
콘텐츠 Forum
on Content
Dispute Resolution
분쟁조정 포럼

2018 Forum on Content Dispute Resolution

2018 콘텐츠 분쟁조정 포럼

4차 산업혁명 시대, 콘텐츠산업의 변화와 분쟁해결

OTT(Over The Top) 시대의 도래에 따른 법률적 쟁점

이용해 변호사
법무법인 화우

주요 경력

2018	법무법인 화우 변호사
2010-2017	(주) 메이콘텐츠 대표이사
2003-2007	(주) 초록뱀미디어 제작본부장
1993-2002	(주) SBS 제작본부 PD



2018
콘텐츠 Forum
on Content
Dispute Resolution
분쟁조정 포럼

2018 콘텐츠 분쟁조정 포럼

OTT 시대의 도래에 따른 법률적 쟁점

2018. 11. 23.

법무법인(유) 화우 이용해 변호사



법무법인(유) 화우
YOON & YANG

목 차

- I. OTT 시대의 도래
- II. OTT 방식에서 발생하는 법률관계 및 쟁점
- III. OTT 시대 콘텐츠 보호 필요성

I OTT 시대의 도래



법무법인(유) 화우
YOON & YANG

4차 산업 혁명과 포노 사피엔스

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

◇ 스마트 新인류의 등장, 포노 사피엔스 (Phono Sapiens)



LG디스플레이 블로그 | Blog.lgdisplay.com



LG디스플레이 블로그 | Blog.lgdisplay.com

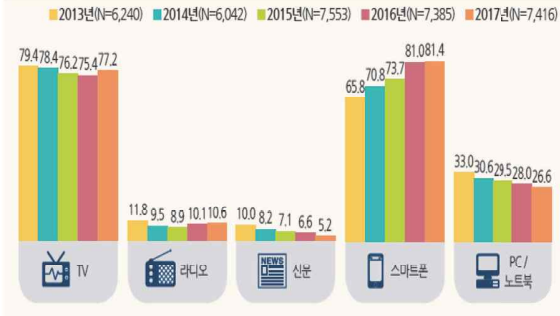
- ‘Phono’(휴대폰) + ‘Sapiens’(지성) = ‘스마트 폰을 들고 다니는 인류’ 출처 : The Economist
- “스마트폰의 등장으로 시공간의 제약 없이 소통하고 정보를 나누는 새로운 인류인 포노 사피엔스가 4차 산업혁명의 주인공이자, 달라진 소비심리, 소비행동으로 기존 시장 생태계를 바꾸는 시장 혁명의 근원”
출처 : 4차 산업혁명, 시작된 미래 - 최재봉 교수

4차 산업 혁명과 OTT 서비스

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

◇ '포노 사피엔스'가 미디어 시장에 미친 영향

그림 10 해당 매체를 주 5일 이상 이용하는 비율 (N=전체 조사 대상 가구, 단위: %)



출처: 방통위, '2017 방송매체 이용행태 조사 보고서'

순위	기업	시가총액(원)
1	애플	1,138조
2	아마존	1,004조
3	구글	960조
4	마이크로소프트	934조
5	페이스북	609조
6	버크셔 해서웨이	574조
7	알리바바	521조
8	텐센트	484조
9	J.P. 모건 채이스	447조
10	존슨 앤 존슨	399조

2018. 8. 7 Google 기준

- 4차 산업혁명 시대에는 플랫폼 기업이 시장 주도 : 세계 10대 기업 중 스마트폰 관련 기업이 7곳
- 방송 콘텐츠 유통구조와 수익구조의 변화 : 매체 중심에서 소비자, 콘텐츠 중심으로
- OTT 시대의 도래 : OTT는 전통적인 네트워크의 동영상 유통에 비해 개인 맞춤형 동영상 유통 및 소비에 훨씬 더 적합

5

OTT의 개념

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

◇ OTT란? 'Over-the-top'

- 기존의 TV 셋톱박스가 아닌 인터넷이 가능한 다양한 기기(PC, 태블릿PC, 스마트폰)를 통해 동영상을 시청할 수 있는 온라인동영상서비스를 통칭함
- OTT는 인터넷을 통해 시청한다는 측면에서 지상파 방송, 케이블 방송, 위성 방송과 구별되며, TV가 아닌 인터넷 기기를 통해 시청할 수 있다는 측면에서 IPTV(Internet Protocol TV)와도 구별됨

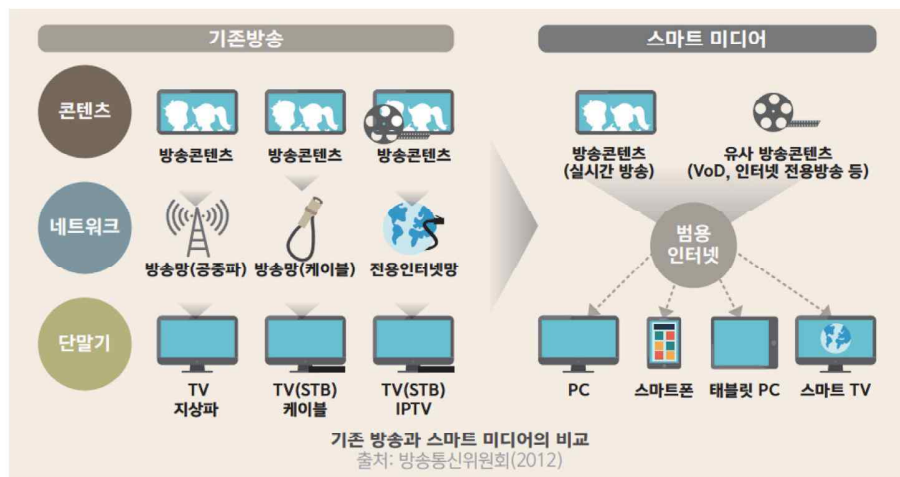


출처: <https://go.brightcove.com>

6

OTT 서비스 구현 과정

법무법인(유) 화우
YOON & YANG



출처: 한림 ICT 정책 저널

7

OTT의 분류

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

◊ 서비스 형식에 따른 분류

OTT 형식	대표적인 사례
MCN (Multi Channel Network)	1인 방송 등과 같이 시청자가 직접 방송 콘텐츠를 제작하고 플랫폼 사업자는 이를 지원하는 형태 <ul style="list-style-type: none"> 유튜브(You Tube), 아프리카 TV
방송·통신사업자들의 OTT	기존 방송·통신사업자들이 자사 콘텐츠 재판매 혹은 플랫폼을 확장하여 OTT를 제공 <ul style="list-style-type: none"> 미국 지상파 방송사 NBC, ABC, 폭스TV의 훌루 국내 지상파 방송사 연합의 폭(POOQ), 종합유선방송사업자인 CJ 헬로비전의 티빙 이동통신 3사의 모바일 IPTV(옥수수, 올레tv)
독립적 플랫폼의 OTT	독립적 플랫폼을 통해 OTT를 제공하는 사례 <ul style="list-style-type: none"> 넷플릭스(Netflix), 판도라(Pandora) TV

8

OTT의 분류

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

◊ 사업자와 플랫폼 결합 양상에 따른 분류

플랫폼과의 결합 양상	대표적인 사례
콘텐츠 사업자+OTT	<ul style="list-style-type: none"> 해외: Hulu서비스, TV Everywhere 서비스, iPlayer 등 국내: Pooq서비스, Tving서비스 등
통신사업자+OTT	<ul style="list-style-type: none"> 해외: 버라이즌의 Go90, AT&T의 Direct TV now 국내: KT의 올레TV나우, SKB의 옥수수, LGU+의 HDTV등
인터넷플랫폼사업자+OTT	<ul style="list-style-type: none"> 해외: 구글의 유튜브, 넷플릭스 등 국내: 카카오TV, 네이버TV, 판도라TV, 곰TV, 아프리카TV 등
단말사업자+OTT	<ul style="list-style-type: none"> 해외: 애플 TV 국내 : 삼성전자 스마트 TV 기반

9

OTT 시장 규모

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

◊ OTT 시장 규모 추이



출처: 2014. 12. 17.자 미주헤럴드 경제 기사



출처: 2017.07.11.자 파이낸셜뉴스 기사

10

OTT 시장 현황

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

◇ 국내 OTT 서비스 현황

서비스명	업체명	주요 특징	기 타
폭	콘텐츠 연합 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> • 지상파 방송 동시 시청 • 영화 및 다양한 콘텐츠 제공 • 광고없는 콘텐츠 제공 • PC, 모바일뿐 아니라 스마트 TV, 크롬캐스트 등 다양한 사업자와 제휴 • 이어보기 및 큐레이션 기능 제공 	국내 OTT 중 유일하게 지상파 동시 시청 가능
티빙	CJ E&M	<ul style="list-style-type: none"> • Mnet, tvN 등 CJ의 드라마 및 예능프로그램 서비스 	CJ 자체 제작 프로그램 서비스
에브리온TV	현대 HCN	<ul style="list-style-type: none"> • 무료 실시간 TV서비스 • 종합편성 채널, 보도채널, 스포츠 중계 전용 채널 등 200여개 채널 서비스 • MCN 채널 	무료 실시간 TV서비스
왓치플레이	프로그램스	<ul style="list-style-type: none"> • 외화 · 드라마 중심의 서비스 23,000여편 • 특화된 사용자 취향 큐레이션 기능 • 제공되는 작품마다 감상평 별도 제공 • 광고없는 콘텐츠 제공 	한국형 넷플릭스 표방
넷플릭스	-	<ul style="list-style-type: none"> • 큐레이션 기능 제공 • 광고없는 콘텐츠 제공 • 자체제작 콘텐츠 풍부 	전세계 최대의 OTT

*자료: 각사 홈페이지

출처: 한국콘텐츠진흥원, 「2016 애니메이션 산업백서」

11

OTT 시장 현황

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

◇ 국내 OTT 서비스 현황

통신사	서비스명	실시간 채널	VOD	주요 특징	큐레이션
SK텔레콤	옥수수	90여개	8만 5천여편	<ul style="list-style-type: none"> • CBS, BBC D&D 리미트리스 등 독점 시리즈 제공 • 국내 최대 스포츠 채널 및 VOD 제공 • 방송클립, MCN, 자체 제작 프로그램 • 자사 통신사 이용자 전용권을 통해 별도의 서비스 제공 	개인화 및 큐레이션 시스템
KT	올레TV 모바일	80여개	11만여편	<ul style="list-style-type: none"> • 가임통신사와 관련 없이 누구나 설치 가능 • 드림웍스 채널 독점 공급 • 실시간 채널 전체 풀(Full) HD서비스 • UHD, VR 서비스 	개인화 및 큐레이션 시스템
LG유플러스	LTE비디오 포털	120여개	18만여편	<ul style="list-style-type: none"> • HBO, NBC유니버설, ABC 등에서 제작한 드라마 제공 • 외국어, 자격증, 명사특강 등 지식생활 정보 관련 VOD서비스 • 스마트 스트리밍 기능 제공 • 라이브 채팅 기능 	3개월 시청 장르 분석을 통한 1:1 맞춤 추천

*자료: 각사 홈페이지 및 애플리케이션

출처: 한국콘텐츠진흥원, 「2016 애니메이션 산업백서」

12

OTT 시장 현황

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

◇ 글로벌 OTT사업자 대표 콘텐츠 및 오리지널 콘텐츠 전략 요약

사업자	구분	대표 콘텐츠	오리지널 콘텐츠 전략
넷플릭스	순수 OTT	〈하우스 오브 카드〉, 〈데어데블〉, 〈제시카 존스〉, 〈나르코스〉 등	<ul style="list-style-type: none"> • 글로벌 사업자로써 미주, 아시아, 유럽 등 지역 시청자들의 수요에 맞추어 진출하는 국가의 상황에 맞는 오리지널 콘텐츠 제작 • 오리지널 콘텐츠의 장르를 드라마에서 코미디, 다큐멘터리, 키즈, 영화까지 전방위 확대
아마존	순수 OTT	〈정글의 모차르트(Mozart in the Jungle)〉, 〈트랜스퍼런트(Transparent)〉	<ul style="list-style-type: none"> • 각국의 고유 드라마의 리메이크 제작으로 친근한 작품 제작 • 대표적인 영화감독을 영입하여 독점 드라마 제작 계획 • 아마존 스튜디오의 활발한 영화 배급
HBO	기존 방송 사업자	〈왕좌의 게임〉	<ul style="list-style-type: none"> • 600개의 오리지널 콘텐츠를 제작을 목표로 삼고 있으며, 2016년 할당된 20억 달러의 예산 중 절반 이상을 오리지널 콘텐츠 제작에 투입 예정
홀루(Hulu)	지상파 배경	최신 지상파 콘텐츠 서비스	<ul style="list-style-type: none"> • ESPN, ABC, 디즈니, 폭스 스포츠, 폭스 뉴스, FX 등을 포함한 서비스 제공 예정
유튜브	동영상 서비스	〈스케어 퓨디파이〉, 〈유니콘 섬으로의 여행〉, 〈댄스캠프〉	<ul style="list-style-type: none"> • 유튜브 레드를 통해 유료 드라마 및 영화 제작 • 다양한 유료 채널 출시

*자료: 김영석, '미국 OTT의 오리지널 콘텐츠 전략 및 시사점', 디지예코 보고서, 2016년 7월 19일자 요약

출처: 한국콘텐츠진흥원, 「2016 애니메이션 산업백서」

13

II

OTT 방식에서 발생하는 법률관계 및 쟁점



법무법인(유) 화우
YOON & YANG

OTT 플랫폼 사업자의 법적 지위

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

◇ OTT는 방송서비스가 아닌 통신서비스로 규제되고 있음

- 현행 방송법 제2조에서 방송사업자는 지상파방송사업자, 종합유선방송사업자, 위성방송사업자, 방송채널사용사업자, 공동체라디오방송사업자로 한정되어 있음.

◇ 전기통신사업법상 부가통신사업자

- 과학기술정보통신부장관에게 “신고”만으로 OTT 서비스 가능 (전기통신사업법 제22조)

◇ 정보통신망법상 정보통신서비스 제공자

- OTT 사업자는 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(이하 ‘정보통신망법’)상 정보통신망을 통해 정보를 제공하기 때문에 “정보통신서비스 제공자”에 해당함 (정보통신망법 제2조 제1항 3호)

◇ 저작권법상 온라인서비스 제공자

- OTT 사업자는 저작권법에 따라 정보통신망을 통해 저작물을 전송하도록 서비스를 제공하는 자로서 “온라인서비스제공자”에 해당함 (저작권법 제2조 30호)

15

OTT 플랫폼 사업자의 특징

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

◇ 기존 유선방송사업자와 비교

구분	OTT	종합유선방송사업자(SO)
제공서비스	• 전기통신사업법상 “전기통신역무” (전기통신사업법 제2조 6)	• 방송법상 “방송” (방송법 제2조 1)
사업자	• 전기통신사업법상 “부가통신사업자” (전기통신사업법 제5조 제4항 등)	• 방송법상 “방송사업자” (방송법 제2조 제3호 나목)
진입규제	• 신고 (전기통신사업법 제22조)	• 허가 (미래부 허가, 방통위 동의) (방송법 제9조 제2항)
재허가 기간	• 관련 규제 없음	• 5년마다 재허가 받아야 함 (방송법 제17조) • 재허가시 요건 심사 (방송법 제17조 제3항 각호) • 새허가 말시 못할 경우 방송사업 수행 불가
소유규제	• 소유규제 없음	• 방송의 공공성을 고려하여 가입가구, 매출액 기준 소유 규제 (방송법 제8조)
요금규제	• 요금규제 없음	• 약관 신고 및 이용요금 승인 (방송법 제77조)
편성규제	• 관련 편성규제 없음	• 최소운영채널 70개 (방송법 제71조 등)
권역규제	• 인터넷 망을 이용하므로 권역의 개념 자체가 성립할 수 없음	• 지역독점사업자
재송신 관련 규제	• 관련 제한 없음	• 방송구역 외의 지상파방송사업자의 지상파방송을 재송신하려면 미래부 허가 받아야 함 (방송법 제78조) • 외국방송사업자의 방송을 재송신하려면 미래부 승인 (방송법 제78조의 2)
내용규제	• 정보통신망법이나 청소년법의 규제만 일부 적용	• 프로그램, 광고 등 방송된 모든 콘텐츠에 대해 방송 후 심의 (방송법 제33조, 방송심의규정에서 공정성, 객관성 등 규제)
광고규제	• 청소년 유해 매체물 광고 등 특별한 경우에 한하여 규제	• 매체별 광고의 유형, 횟수, 시간 등 규제, 허위과장광고 금지 등 (방송법 제73조) • 다수 개별법(의료법 등)에서 방송광고 관련 규제 등
기술기준 등	• 관련 제한 없음	• 유선방송설비의 설치 및 유지에 관해 미래부 고시로 정한 기술 기준을 충족해야 함 (방송법 제79조)
시청자 이용 형태	• 지상파 방송에 접근하려는 수요가 크지 않은 이용자들이 의하여 주로 이용되는 부가적 서비스	• 지상파방송 시청을 위한 가입, 이용
이용자 규모	• 티빙의 ‘실시간 무제한 상품’ 이용자 약 10만명	• SO 가입자 전체 약 1,500만명 수준

16

OTT 플랫폼 사업자의 법적 지위

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

◇ 통합방송법 개정안 초안

- 2018. 8. 24. **국회 언론공정성 실현모임** : 현행 방송법과 IPTV법을 통합하고 OTT나 1인 방송 등 신규 서비스를 방송 개념에 포함하는 내용을 골자로 한 **‘통합방송법 (방송법 전부개정법률안)’** 초안 공개
- 부가 유료방송사업자(OTT, 중계유선) 규정 신설을 통한 방송사업자 지위 부여

개정안 제2조 제7호

제2조 7. 나. **부가 유료방송사업자** : 방송을 수신하여 단순히 중계송신(방송편성을 변경하지 아니하는 녹음·녹화를 포함한다. 이하 같다)하거나 또는 인터넷 등 정보통신망에서 방송프로그램을 시청자에게 판매·제공할 목적으로 제11조 제3항의 규정에 의하여 **승인**을 받은 자

- 인터넷방송콘텐츠제공사업(자)(개인방송, MCN 등) 신설

개정안 제2조 제8호

제2조 8. 나. **인터넷방송콘텐츠제공사업자** : 인터넷 등 정보통신망에서 방송프로그램을 시청자에게 판매·제공하는 부가유료방송사업자에게 방송프로그램을 공급·판매할 목적으로 제11조 제5항에 따라 **등록 또는 승인**을 받은 자

17

OTT 서비스 관련 쟁점

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

◇ 망 중립성(Net neutrality) 논쟁 가능성

- 인터넷서비스제공자(Internet Service Provider, ISP)가 인터넷을 통해 서비스하는 사업자를 차별해서는 안된다는 개념
- 망중립성 관련 사례
 - 미국: 네트워크 사업자인 컴캐스트(Comcast)가 인터넷 과부하를 이유로 OTT 사업자인 넷플릭스를 차단하면서 크게 논쟁이 야기된 바 있음 *미국 연방통신위원회(FCC) 2017. 12. 14. **망중립성 폐지 의결**
 - 국내: 스마트 TV 제조사인 전자업체와 통신사 간에 망 중립성 문제가 대두되어 2012년 2월 네트워크사업자 KT는 삼성전자 스마트 TV에 대해 망 차단 조치를 취한 바 있음
- 국내에서 망중립성 원칙은 유지되고 있으며 현행법상 망 중립성 관련 부당 행위는 「전기통신사업법」과 「공정거래법」을 통해 규제할 수 있음
- UHD 방송 기술의 발전에 따라 OTT에 고용량의 UHD급 영상이 방송되는 경우 망 중립성 문제는 더욱 심화될 수 있음

18

OTT 콘텐츠 관련 쟁점

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

○ 지상파 방송사와 OTT 사업자 간 방송콘텐츠 계약문제

- 지상파 방송사와 유료방송사업자 간 재송신 문제의 연장선
- ‘티빙 사건’: 서울중앙지방법원 2015. 10. 5.자 2015카합80633 결정
 - CJ 헬로비전의 티빙의 경우 유료 방송과 동일하게 CPS 월 280원을 지불하며 실시간 지상파 방송 재송신, VOD 계약을 체결해왔으나, 지상파 방송사의 CPS 가격 인상 요구로 인해 재계약이 이루어지지 않음

tving

언제 어디서나

티빙에서 안내 말씀 드립니다.

안녕하세요, 티빙입니다.
항상 티빙 서비스를 이용해 주시는 고객님께 진심으로 감사드립니다.

tving은 지상파 콘텐츠 제공을 위해 성실하게 지상파 방송사와 협상에 임하였으나, 원만한 합의를 이루지 못하였습니다.

지상파의 ‘콘텐츠 제공 중지 요구’에 따라
2015년 11월 6일(금) 0시부터 ‘지상파 실시간 채널 및 VOD’ 서비스가 중단됨을 알려드립니다.

19

OTT 콘텐츠 관련 쟁점

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

○ 지상파 방송사와 OTT 사업자 간 방송콘텐츠 계약문제

- 유료방송사업자와 마찬가지로 향후 OTT 사업자와 지상파 사업자의 경우에도 동일한 분쟁 발생 가능
- 방송법 일부개정법률안에 따른 직권조정절차(안 제91조 제4항)

제91조(조정)의 개시

④ 제1항에도 불구하고 제91조의7에 따른 방송의 유지·재개 명령이 내려진 방송분쟁에 대해서는 당사자의 신청이 없는 경우에도 방송분쟁조정위원회가 직권으로 조정절차를 개시할 수 있다. 이 경우 방송분쟁조정위원회는 당사자에게 조정절차가 개시된 사실을 지체 없이 통지하여야 하며, 그 통지가 당사자 전원에게 도달한 날부터 조정이 개시된 것으로 본다.

- 방송사업자간 분쟁으로 인해 방송중단 등 시청권의 중대한 침해가 예상되는 분쟁을 효과적으로 해결할 수 있도록 방송의 유지·재개 명령이 내려진 방송 분쟁에 한하여 방송분쟁조정위원회가 직권으로 조정을 개시할 수 있는 근거를 마련함
- 방통위는 전체회의에서 개정(안)을 의결 이후 법제처 심사, 국무회의 심의를 거쳐 국회에 제출할 예정

20

OTT 콘텐츠 관련 쟁점

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

◉ 인터넷 상 불법 콘텐츠 유통

- OTT에서 제공되는 영화, 드라마 등의 콘텐츠가 온라인에서 불법적으로 유통되어 합법적인 OTT 서비스에 경영상 불이익을 주고 있음

'리얼' 다음은 '옥자', 공개 하자마자 불법 유출...



'옥자' 불법 유출 논란, 봉준호 감독 '원스원' 인터뷰

봉준호 감독의 신작 '옥자'가 29일 개봉하자마자 불법 유출됐다.

출처: 2017. 6. 29.자 한국경제 기사

21

OTT 콘텐츠 관련 쟁점

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

◉ 인터넷 상 불법 콘텐츠 유통

- 온라인상 불법 저작물 유통을 막기 위해 정보통신서비스제공자의 의무와 책임을 강화해야 한다는 입장과 사업자 자율 규제에 맡겨야 한다는 입장이 있음

<유통경로별 온라인 불법복제물 유통량>

순위	유통경로	불법복제물 유통량	점유율
1	토렌트	521,344천 개	27.8%
2	모바일	411,049천 개	21.9%
3	웹하드	335,237천 개	17.9%
4	포털	316,800천 개	16.9%
5	P2P	183,734천 개	9.8%
6	스트리밍 전문 사이트	108,577천 개	5.8%
온라인 전체		1,876,741천 개	100.0%

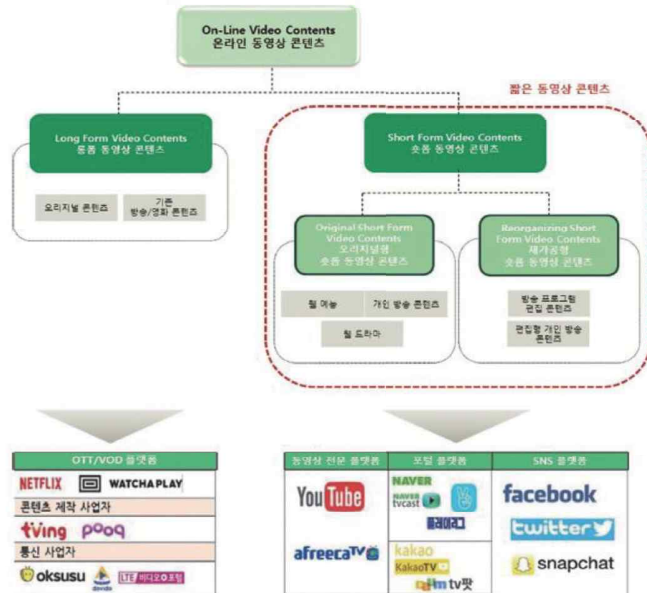
출처: 한국저작권보호원, '2017년 불법복제물 유통실태 조사'

22

OTT 콘텐츠 관련 쟁점

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

OTT 숏폼(Short form) 콘텐츠의 확산



출처: KCA Media Issue & Trend 2018

23

OTT 콘텐츠 관련 쟁점

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

OTT 숏폼(Short form) 콘텐츠의 확산



출처: 유튜브

- 영상저작물로 보호가능성 (저작권법 제4조 제7호)
- 포맷 자체의 보호 가능성

(최근 방송 포맷 분쟁 : ' 짹 사건 ' 대법원 2017. 11. 9. 선고 2014다49180 판결 참고 가능)

24

OTT 콘텐츠 관련 쟁점

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

○ 중국 내 숏폼(Short form) 콘텐츠 저작권 분쟁

- 2017년 중국 쇼트클립(短视频, 간편하게 제작한 짧은 영상)의 인기 급증, 쇼트 클립 앱 콰이쇼우(快手), 더우인(抖音) 등 이용자 4억 명 돌파
- 중국에서 쇼트클립 영상의 제작 및 전송과정에서 저작권 침해가 만연
- 최근 베이징시 인터넷 법원에 따르면 '더우인스핀(抖音短视频)'과 '훙파이샤오스핀(伙拍短视频)'간의 정보네트워크 전파권(信息网络传播权, 우리의 '공중수신권'에 해당) 관련된 분쟁으로서 쇼트 클립(15초 동영상)이 저작물인가가 문제됨



출처: 더우인

25

III

OTT 시대 콘텐츠 보호 필요성



법무법인(유) 화우
YOON & YANG

OTT 시대, 콘텐츠의 중요성

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

◇ OTT 핵심은 '킬러 콘텐츠'

- OTT 등장으로 기존 플랫폼 프로그램 포맷에 국한되지 않고 자유롭게 콘텐츠 제작/유통 가능
- 진입장벽이 낮은 OTT 시장에서 경쟁사업자들과의 차별화 방법은 바로 '킬러 콘텐츠' 확보
- 넷플릭스, 유튜브, 아마존 등 글로벌 OTT 사업자들의 오리지널 콘텐츠 제작 확대
- 국내 OTT 기업 '오리지널 콘텐츠 차별화'로 돌파구 모색

넷플릭스 오리지널 콘텐츠	포맷	시작일
범인은 바로 너	예능	05월 04일
유명재 B의 농담	드라마	08월 17일
YG 전자	예능	10월 05일
라바 아일랜드	애니메이션	10월 19일
유튜브 프리미엄 오리지널 콘텐츠	포맷	시작일
방탄소년단: 번 더 스테이지	다큐멘터리	05월 17일
권지용 액트 Ⅲ:모태	다큐멘터리	09월 05일
탑 매니지먼트	드라마	10월 31일

출처: 2018.10.23. zdnet korea 기사

서비스	기업	오리지널 콘텐츠
목수수	SK브로드밴드	나는 집에서 연예인을 추첨다(드라마) 엑소의 사다(루프)고 세계여행(예능) 해탈집 프로젝트(예능)
올레TV	KT	차스워드(예능) 아이고TV(예능) 아이콘 상공 현존여행(예능)
목포	콘텐츠연립물류 의상과 3차 합계	남버시스(드라마)

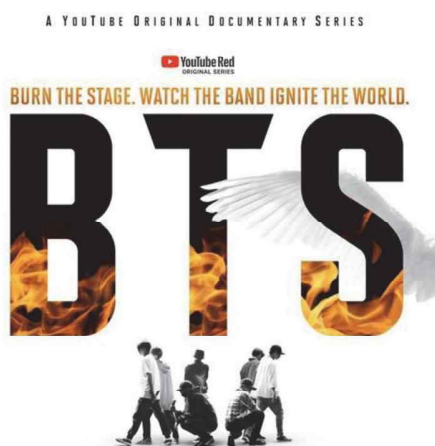
출처: 2018.11.01 한국경제신문 기사

27

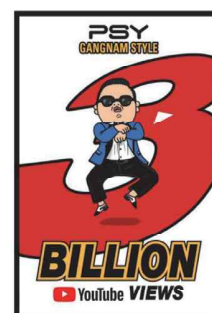
OTT 콘텐츠의 중요성

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

◇ 한국 킬러 콘텐츠(killer contents)의 경쟁력



출처: 유튜브



출처: YG 엔터테인먼트



출처: 넷플릭스

- OTT 시장의 성장을 통해 앞으로 한국 콘텐츠의 지속적인 수혜 기대

28

결론

법무법인(유) 화우
YOON & YANG

○ OTT 콘텐츠에 대한 법적 보호 필요성

- 최근 디지털 플랫폼은 다양한 형태로 진화하고 있으며, 그에 따른 킬러 콘텐츠 포맷도 다양한 형식으로 진화하기 때문에 OTT 콘텐츠 관련한 다양한 문제점이 발생가능, 관련 법률 분쟁의 유형 및 수가 증가할 것으로 예상
- OTT 플랫폼을 통해 한류 콘텐츠가 국경 없이 확산 중인 상황에서 대한민국 미디어 산업을 보호하고 콘텐츠의 경제적 가치를 극대화 하기 위해서는 콘텐츠 포맷에 대한 저작권 등 법적 보호 및 조치 강구 필요

29

감사합니다

이용해 변호사

법무법인(유) 화우

Tel. 02 6182 8563

yhl@yoonyang.com



법무법인(유) 화우
YOON & YANG

2018
콘텐츠 Forum
on Content
Dispute Resolution
분쟁조정 포럼

2018 Forum on Content Dispute Resolution
2018 콘텐츠 분쟁조정 포럼
4차 산업혁명 시대, 콘텐츠산업의 변화와 분쟁해결

**변화하는 콘텐츠산업 환경에서의
분쟁과 해결방안(ADR)**

최승수 변호사
법무법인 지평

주요 경력

- | | |
|------|--------------------------|
| 2018 | 법무법인(유) 지평 파트너 변호사 |
| 2018 | 문화체육관광부 법률고문 |
| 2018 | 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠분쟁조정위원회 위원 |
| 2018 | 기획재정부 국가계약위원회 위원 |
| 2018 | 국제중재센터 국제중재인/대한상사중재원 중재인 |



2018
콘텐츠 Forum
on Content
Dispute Resolution
분쟁조정 포럼

2018 콘텐츠분쟁조정포럼

변화하는 콘텐츠산업 환경에서의 분쟁과 해결방안(ADR)

2018. 11. 23.

중앙대 법전문 겸임교수/변호사 최 승 수

JIPYONG

법무법인 지평

변화하는 콘텐츠 산업 환경1

- 계속 성장하는 콘텐츠 산업
 - 2017년 매출액은 전년대비 4.5% 증가한 110조 5,000억 원으로 전망
 - 2016년과 대비 지식정보(9.2%), 음악(8.1%)의 매출액 증가율이 다른 장르에 비해 높게 나타남
 - 2017년 국내 콘텐츠산업 수출액은 전년대비 8.6% 증가한 67억 4,000만 달러
 - 2016년과 대비 만화 장르의 수출액이 15.0% 증가, 음악(10.6%), 지식정보(9.5%), 게임 및 방송(9.3%) 장르의 수출 증가로 전체 수출규모를 견인
- 2018년 전망
 - 매출액은 '17년 대비 5.3% 성장한 116조 3,000억 원, 수출액은 8.7% 성장한 73억3,000만 달러로 전망

변화하는 콘텐츠 산업환경2

■ 주요 키워드

- 1인 미디어 시대
- 유튜브의 위력
- 글로벌 시장 진출의 즉시성
- AI 콘텐츠
- VR/AR 콘텐츠
- OTT
- 포맷 시장 활성화

1인 미디어 환경1

크리에이터 + 뉴플랫폼 + MCN + 인터랙티브한 이용자

- 개인 크리에이터(또는 **Broadcasting Jacky**)가 웹이나 모바일을 이용해 실시간 스트리밍, 혹은 주문형비디오(VOD) 방식으로 동영상 서비스를 제공하는 것
 - 다수의 스태프가 한 조를 이루어 프로그램을 제작하던 기존의 방식에서 탈피, 기획에서 자료 조사, 연출, 촬영, 진행, 편집 등 전 과정을 혼자 해결해 나가며 방송 프로그램을 제작하고 서비스를 진행한다는 점에 특징
- 기존 플랫폼이 아닌 유튜브, 아프리카TV 등 뉴플랫폼에서 간이하고 편의적으로 이용자와 인터랙티브하게 접근을 한다는 점도 특징
- 크리에이터를 지원하는 MCN : 일반적으로 제품, 프로그램 기획, 결제, 교차프로모션, 파트너 관리, 디지털 저작권 관리, 수익 창출·판매 및 잠재고객 개발 등의 영역을 콘텐츠제작자에게 지원하는 역할

1인 미디어 환경2

- 크리에이터의 수입원 : 아프리카 TV 별풍선, 유튜브 광고수입분배 (인 비디오 오버레이, True View, 표준 instream)
- 아프리카TV의 경우 1인 미디어 콘텐츠를 총 19개 카테고리로 구분하여 제공하고 있음.
 - ① 파트너BJ, ② 베스트BJ, ③ 신인BJ, ④ 모바일, ⑤ 게임, ⑥ 모바일게임, ⑦ 토크/캠방, ⑧ 먹방, ⑨ 뷰티/패션, ⑩ 음악, ⑪ 스포츠, ⑫ K-PoP, ⑬ 지 상파/케이블, ⑭ 애니, ⑮ 학습 ⑯ 시사/현장, ⑰ 주식/금융, ⑱ 생활/정보, ⑲ 성인
- 유형
 - 음성방송, 영상방송
 - 주문형, 비주문형

JIPYONG 법무법인 지평 4

1인 미디어 환경에 따른 분쟁유형

- 1인 미디어 서비스에 따른 새로운 분쟁유형
 - 소재저작물의 이용에 대한 권리처리 문제
 - 소재 저작물 이용의 성격에 따른 이용료의 법적 성질
 - 1인 방송 플랫폼의 법적 책임의 문제

JIPYONG 법무법인 지평 5

소재저작물 이용에 따른 저작권 침해 문제

- 문제 상황
 - BJ가 방송콘텐츠 중에 기존 음악저작물을 이용하는 경우
 - BJ가 게임을 직접 진행하면서 해설을 하는 경우,
 - 영상물이나 미술작품을 직접 보면서 비평을 하는 경우
 - 1인 방송을 제작하면서 기존의 영상저작물, 을 자료화면 등으로 활용하는 경우
- 모두 해당 음악저작물, 게임저작물, 영상저작물에 대한 권리처리를 하지 않았다면 침해 문제가 발생함
- 저작권 권리처리 필요성
 - 복제권, 공중송신권(방송권과 전송권),
 - 2차적저작물작성권 그리고 동일성유지권등

JIPYONG 법무법인 지평 6

소재저작물 이용에 따른 저작권 권리처리 쟁점

- 유형에 따른 저작권법상의 권리성격에 따라 달라짐
 - 1인미디어 방송을 방송, 전송, 디지털음성송신 중 어디에 해당하는지
 - 이용되는 저작물의 저작권자 또는 저작인접권자(음반제작자, 실연자, 방송사업자) 모두에게 이용허락을 받아야 하는지
- 저작권자 입장에서는 주문형이든 비주문형이든 자신의 저작물을 소재저작물로 이용하는 1인 방송(음성+영상)에 대하여 공중송신권을 행사할 수 있음
- 그러나, 저작인접권자(실연자, 음반제작자)의 경우에는 주문형 방송인지 비주문형 방송인지, 음성방송인지 영상방송인지에 따라 권리의 내용이 달라짐
 - 주문형 : 전송권 처리 필요
 - 비주문형 음성방송 : 디지털음성송신보상청구권 처리 필요
 - 비주문형 영상방송 : 방송?

JIPYONG 법무법인 지평 7

음반산업협회의 아프리카 TV 분쟁 사례

- 법적 성격에 따른 사용료 문제
 - 음산협은 1인 방송을 '디지털음성송신'으로 보고 보상금을 받아야 한다고 주장
 - 문화체육관광부는 영상물을 포함하는 웹캐스팅은 방송이라는 유권해석을 내린바 있으므로 영상이 들어간 아프리카TV는 방송보상금계약을 맺어야 한다고 주장
 - 방송보상청구권과 디지털음성송신보상금의 보상금 비율에 차이가 있기 때문이었음
 - 그러나 본건은 양자 사이의 계약상 보상이 완료되었다고 판단하여 청구기각됨

JIPYONG 법무법인 지평 8

플랫폼 사업자의 책임1

- 유튜브, 아프리카TV, 카카오TV, V라이브 등
- 정보통신망법상 전기통신서비스 제공 사업자이자 전기통신사업법상 부가통신서비스 사업자
 - 콘텐츠에 대한 규제는 「방송법」상 '방송 프로그램'이 아닌 '정보통신 콘텐츠'로서, 「정보통신망법」 제44조의7, 「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」 제21조 제3호와 제4호, 「청소년 보호법」 제7조에서 제9조, 「정보통신에 관한 심의규정」에 근거하여 이루어짐.
- 1인 방송 서비스를 제공하는 플랫폼은 이용자가 제작한 콘텐츠를 유통할 수 있도록 서비스를 제공하거나 그를 위한 설비를 제공 또는 운영하는 자에 해당하므로 저작권법상 OSP
- 1인 방송 사업자의 저작권 침해에 대해 방조책임 가능함. 저작권침해방지를 위한 기술적 관리적 조치를 신중하게 시행하여야 함

JIPYONG 법무법인 지평 9

플랫폼 사업자의 책임2

- 1인 미디어 관련 소비자 분쟁(소비자원 자료),
 - '유료 서비스 환급 분쟁' 가장 많음
 - 최근 3년 6개월간(2014년 1월~2017년 6월) 소비자상담센터에 접수된 '1인 미디어' 관련 소비자 불만상담 152건을 분석한 결과,
 - '유료 서비스 환급 분쟁'이 95건(62.5%)
 - '일방적인 서비스 이용제한' 19건(12.5%)
 - '부당결제' 11건(7.3%)
 - '서비스 불만' 9건(5.9%),
 - '불법방송' 9건(5.9%).

JIPYONG 법무법인 지평 10

MCN

- 다중채널네트워크(MCN, Multi Channel Network)
 - 1인 창작자가 만든 영상콘텐츠를 관리·유통하면서 수익을 공유하는 사업
 - 1인 미디어 콘텐츠 제작자를 돕는 일종의 기획사 역할을 하는 MCN도 새로운 미디어 사업자도 자리를 잡고 있는 상황
- MCN은 창작자들의 콘텐츠 유통 및 광고유치, 자금지원 등 매니지먼트와 마케팅을 대행하고 콘텐츠로부터 발생한 수익을 창작자와 분배하는 미디어네트워크 사업.
 - 세계 MCN 시장 규모는 10조원에 이르는 것으로 추정
 - 전 세계적으로 약 1조 8,520억 원 규모의 투자가 이루어지고 있으며, 이러한 추세는 앞으로 더욱 가속화될 것으로 전망됨

JIPYONG 법무법인 지평 11

MCN

- 현재 MCN은 1인 창작자와의 제휴를 통해 콘텐츠 기획, 마케팅, 프로모션, 제작 시설/장비, 홍보, 교육 광고, 저작권, 수익관리 등 제작에 필요한 전 과정을 체계적으로 지원하고 있고, 일종의 연예인 기획사와 유사한 업무를 수행하는 역할까지 하고 있다.
- 미국의 경우 2014년 디즈니(Disney)는 MCN사업자인 메이커 스튜디오(Maker Studio)를 인수하였고, 국내에서는 CJ E&M이 설립한 DIA TV, 아프리카 TV, 그리고 트레저 헌터 등이 MCN 사업자로 활동하고 있다.
- 분쟁가능성
 - 연예인과 기획사간의 전속계약 불공정성 문제가 MCN과 1인 크리에이터 사이의 전속계약에도 나타날 가능성이 많음(계약기간, 수익분배 등)

JIPYONG 법무법인 지평 12

인공지능 콘텐츠의 쟁점

- AI의 저작권 성립 여부
 - 인공지능이 음악을 창작하거나 시나리오 작성, 영화 및 드라마의 예고편 제작 등 실제 콘텐츠 창작한 경우
- 저작권의 귀속
- 저작권접권의 문제
- 무단이용과 보호의 요부
- 분쟁가능성
 - ① AI 창작물에 대한 AI 표시를 무단으로 말소 내지 변경하여 자기의 표현으로 부당하게 이용하거나,
 - ② AI 창작물에 대한 저작권의 발생 여부와 관계없이 AI 표시가 없는 AI 창작물에 대한 저작권자라고 주장하면서 저작권 침해에 대한 부당한 소송을 제기하는 경우,
 - ③ AI의 오작동이나 AI의 폭주 등으로 AI가 제대로 관리되지 못함으로 인하여 AI가 타인의 명예 등을 훼손하는 표현을 할 가능성

JIPYONG 법무법인 지평 13

K POP 해외진출에 따른 법적 쟁점

- 해외 음악 공연
- CD 또는 음원의 해외 배급
- 아이튠즈 등 해외 음원사이트를 통한 유통
- 아티스트의 퍼블리시티를 이용한 머천다이즈 사업
- 해외 광고, 방송 출연

JIPYONG 법무법인 지평 14

K POP 해외진출에 따른 법적 쟁점

- 해외 매니지먼트(에이전트) 활동에 대한 법적 규제 문제
- 아티스트의 공연비자, 노동허가 문제
- 해외 아티스트 노동조합에 의한 규제
- 콘텐츠 내용 규제의 문제
- 아티스트의 퍼블리시티권 보호
- 표절문제(저작권 침해)
- 저작인격권, 실연자 권리 문제
- 한국 법원 판결 및 중재판정의 외국 집행의 문제

JIPYONG 법무법인 지평 15

한국 법원 판결 및 중재판정의 외국 집행의 문제

- 국내 기획사와의 전속계약을 체결한 k pop artist의 국적이 다양해지고 있음. K pop의 활동범위가 글로벌화됨에 따라 아티스트의 활동지역도 국제화되고, 음원 및 공연의 소비도 해외에서 이루어지고 있음.
- 그 반대의 경우도 있음, 예를 들어 외국 기획사가 한국 국적 아티스트와 전속계약을 체결하였는데 그 전속계약상의 분쟁이 발생한 경우
- 그런데 전속계약기간 중 소속 아티스트가 자국으로 돌아가 전속계약을 위반하거나, 외국의 음원 소비자의 불법행위 또는 해외공연계약상 분쟁이 발생한 경우 각 계약상 분쟁해결조항에 근거하여 국내에서 중재판정을 받거나 판결을 받는 경우가 발생함.
- 이 때 국내의 중재판정과 법원의 판결을 해당 외국에서 집행할 수 있는지 여부가 문제로 됨

JIPYONG 법무법인 지평 16

한국 법원 판결 및 중재판정의 외국 집행의 문제

- 중재판정의 경우
 - 최근 한국의 전속계약은 공정위 표준약관을 이용하고 있고, 그 약관상 중재조항을 선택하는 경우가 적지 않음
 - 외국중재판정의 승인과 집행에 관한 국제조약으로서 가장 대표적인 것은 “외국중재판정의 승인과 집행에 관한 국제연합협약”(United Nations Convention on the Recognition and Enforcement of Foreign Arbitral Awards)(“뉴욕협약”)
 - 케이팝 진출 국가 중 대부분은 뉴욕협약에 가입한 것으로 보임
 - 따라서 관련 계약서 작성시 가급적 중재조항을 삽입하는 요청됨

JIPYONG 법무법인 지평 17

한국 법원 판결 및 중재판정의 외국 집행의 문제

- 법원 판결의 경우
 - 대한민국과 중국은 외국 판결의 승인과 집행에 관한 협약에 공동으로 참여한 바도 없고, 양국 간에 사법공조조약 및 호혜관계도 존재하지 않음
 - 따라서 대한민국 법원의 판결은 중국 법원에서 승인 및 집행이 불가능할 것으로 판단됨
 - 일본은 대한민국과 동일하게 민사소송법에서 외국법원 확정판결의 효력을 정하고 있음
 - 태국은 외국 판결의 승인 및 집행에 관한 별도의 법령을 마련하고 있지 않으며 대한민국과 태국 사이에는 양국 법원 판결의 집행에 관한 상호조약이 체결되어 있지 않음
 - 따라서 태국법에 따라 새로운 민사소송 절차가 진행되어야 함

JIPYONG 법무법인 지평 18

새로운 콘텐츠분쟁의 ADR 적합성

- 관계 유지적, 탄력적 해결방안 제시가능
- 기존 법체계에서 수용되지 못한 이슈, 판례로 축적된 사례의 경우도 해결 가능
- 전문가에 의한 신속한 해결
- 프라이버시 보장
- 저렴한 분쟁해결 비용

JIPYONG 법무법인 지평 19

콘텐츠마켓 연계 ADR 모델

- IFTA Arbitration 모델
- 사업자단체에 의한 자율 ADR 모델
- 전문 ADR 기관 모델
- 제언
 - 1인 크리에이터, MCN, 플랫폼 사업자 단체화
 - 자체적인 ADR 기관을 만들어 분쟁해결규칙을 내부화하는 방안
 - 협단체들과 콘텐츠분쟁조정위원회 등 전문 ADR기관이 MOU 방식으로 연계되는 방안

JIPYONG 법무법인 지평 20

Contact



법무법인 지평
최승수 변호사

서울 서대문구 충정로 60 KT&G 서대문타워 10층 (우)03740 법무법인 지평

T. 02-6200-1759 M. 010-2525-7331

E. sschoi@jipyong.com

2018
콘텐츠 Forum
on Content
Dispute Resolution
분쟁조정 포럼

2018 Forum on Content Dispute Resolution
2018 콘텐츠 분쟁조정 포럼
4차 산업혁명 시대, 콘텐츠산업의 변화와 분쟁해결

종합 토론

[좌장]

최정열 변호사, 법무법인 율촌

주요 경력

- 2009-2018 법무법인(유) 율촌
- 2018-2018 특허법원 민사 조정위원
- 2017-2018 한국콘텐츠진흥원 콘텐츠분쟁조정위원회 위원
- 2017-2018 개인정보보호위원회 위원
- 2017-2018 중소기업기술분쟁조정·중재위원회 위원



2018 Forum on Content Dispute Resolution

2018 콘텐츠 분쟁조정 포럼

4차 산업혁명 시대, 콘텐츠산업의 변화와 분쟁해결

종합 토론 - 패널

이성춘 상무, KT경제경영연구소

주요 경력

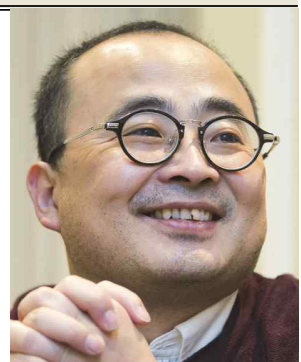
2018	KT 경제경영연구소 상무
1994	한국방송개발원 연구원
1999-2008	Indiana University, Telecommunications, Ph.D.
1996-1997	Univ. of Southern California, Mass Communications, MA.
1985-1992	연세대학교 신문방송학과, 학사



임성희 동영상그룹장, 아이리버

주요 경력

2018	아이리버 동영상그룹장
2017	SM 모바일커뮤니케이션 동영상본부장
2011	SK텔레콤 호핀사업팀장
2007	SK경영경제연구소 수석연구원



2018 Forum on Content Dispute Resolution

2018 콘텐츠 분쟁조정 포럼

4차 산업혁명 시대, 콘텐츠산업의 변화와 분쟁해결

종합 토론 - 패널

최지선 변호사, LAW&SCIENCE

주요 경력

2018	한국과학기술원(KAIST) 이사
2018	한국과학기술단체총연합회 자문변호사
2018	대구경북과학기술원(DGIST) 겸직교수
2013-2014	대통령직속 국가과학기술자문회의 정책연구위원(파견)
2003-2015	과학기술정책연구원(STEPI) 연구위원



유건식 연구원, KBS방송문화연구소

주요 경력

2018	KBS 방송문화연구소 연구원
2015	KBS America 사장
2012	KBS 드라마국 팀장
2005	KBSi 전략기획실장



MEMO

MEMO

