

# 2007 저작권 침해방지 연차보고서



저작권보호센터

## < 목 차 >

<b>1장 저작권산업과 불법물의 정의</b> .....	<b>1</b>
<b>1절 저작권산업 현황</b> .....	<b>1</b>
1. 저작권산업의 개념 .....	1
2. 저작권산업의 규모 .....	3
3. 저작권산업의 동향 .....	6
<b>2절 불법 저작물의 정의 및 범위</b> .....	<b>7</b>
1. 법률적인 정의 .....	7
2. 업무상 불법물의 식별과 단속 범위 .....	11
<b>2장 저작권 보호 환경 및 노력</b> .....	<b>14</b>
<b>1절 저작권 보호 환경</b> .....	<b>14</b>
1. 저작권 보호 환경의 변화 .....	14
2. 저작권 보호 법 .....	16
3. 저작권 보호 제도 .....	20
4. 저작권 보호 인식 .....	25
<b>2절 저작권 보호 업무</b> .....	<b>26</b>
1. 온라인 단속업무 및 실적 .....	26
2. 오프라인 단속업무 및 실적 .....	33
3. 예방 활동 .....	41
<b>3장 불법물의 유통 경로 및 이용 현황</b> .....	<b>46</b>
<b>1절 불법물 유통 경로</b> .....	<b>46</b>
1. 온·오프라인 유통 경로 파악 .....	46
2. 콘텐츠별 불법물 유통경로 .....	47
<b>2절 불법물 이용 경험</b> .....	<b>53</b>
1. 콘텐츠별 불법물 이용 경험 .....	53
2. 불법물 이용자 특성 .....	54

<b>4장 불법시장 규모 및 합법시장 피해 현황</b> .....	<b>64</b>
<b>1절 조사 개요 및 설계</b> .....	<b>64</b>
1. 개요 .....	64
2. 조사 설계 .....	66
<b>2절 불법시장 규모 조사 결과</b> .....	<b>81</b>
1. 결과 종합 .....	81
2. 콘텐츠별 불법시장 규모 .....	85
3. 유통경로별 불법시장 규모 .....	90
4. 조사 결과의 특징 - 불법시장의 특성 .....	101
<b>3절 불법시장에 의한 합법시장 침해</b> .....	<b>103</b>
1. 결과 종합 .....	103
2. 음악 합법시장 침해 규모 .....	106
3. 영상 합법시장 침해 .....	108
3-1. 영화 합법시장 침해 .....	109
4. 출판 합법시장 침해 .....	110
5. 조사 결과의 특징 - 합법시장 침해의 특성 .....	114
<b>4절 불법물 이용 동향</b> .....	<b>117</b>
1. UCC 활용 현황 .....	117
2. 향후 불법물 이용량 변화 - 온라인을 중심으로 .....	120
<b>5장 조사의 성과 및 한계점</b> .....	<b>123</b>
<b>1절 조사의 성과</b> .....	<b>124</b>
<b>2절 조사의 한계점 및 제언</b> .....	<b>124</b>

## <그림 차례>

<그림1> 디지털 저작권 보호 기술 .....	15
<그림2> 저작권 보호센터 조직도 .....	27
<그림3> 저작권 보호센터 조직도 .....	33
<그림4> 저작권 자동상담서비스 흐름도 .....	44
<그림5> 불법 음악물의 유통 경로 .....	48
<그림6> 불법 영상물의 유통 경로 .....	49
<그림7> 불법 출판물의 유통 경로 .....	51
<그림8> 음악물 서비스 이용 경험 .....	53
<그림9> 영상물 서비스 이용 경험 .....	54
<그림10> 성별 온라인 음악 불법 다운로드 및 스트리밍 경험 .....	55
<그림11> 연령대별 온라인 음악 불법 다운로드 및 스트리밍 경험 .....	55
<그림12> 인터넷 사용 시간별 온라인 음악 불법 다운로드 및 스트리밍 경험 .....	56
<그림13> 성별 오프라인 불법 음반 구입 경험 .....	56
<그림14> 연령대별 오프라인 불법 음반 구입 경험 .....	57
<그림15> 성별 온라인 영상 불법 다운로드 및 스트리밍 경험 .....	57
<그림16> 연령대별 온라인 영상 불법 다운로드 및 스트리밍 경험 .....	58
<그림17> 인터넷 사용 빈도별 온라인 영상 불법 다운로드 및 스트리밍 경험 .....	58
<그림18> 성별 오프라인 불법 영상물 구입 경험 .....	59
<그림19> 연령대별 오프라인 불법 영상물 구입 경험 .....	59
<그림20> 온라인 출판물 불법 다운로드 양(권) - 성별 .....	60
<그림21> 온라인 출판물 불법 다운로드 양(권) - 연령대별 .....	60
<그림22> 조사 개요 .....	65
<그림23> 불법시장 콘텐츠 .....	66
<그림24> 조사대상 온라인사이트 .....	67
<그림25> 소극적인 응답 경향 보정(A) 개념도 .....	70
<그림26> 합법시장 침해 구조 .....	74
<그림27> 음악 합법시장의 침해 형태 .....	75
<그림28> 영상 합법시장의 침해 형태 .....	77
<그림29> 출판 합법시장의 침해 형태 .....	78
<그림30> 불법시장 규모 (건수) .....	81
<그림31> 불법시장 규모 (금액) .....	82
<그림32> 온라인 불법시장 규모 (건수) .....	83
<그림33> 온라인 불법시장 규모 (금액) .....	83
<그림34> 오프라인 불법시장 규모 (건수) .....	84
<그림35> 오프라인 불법시장 규모 (금액) .....	84
<그림36> 음악 불법시장 규모 .....	85

<그림37> 불법물 유통 사이트의 다운로드 현황(참고) .....	86
<그림38> 영상 불법시장 규모 .....	87
<그림39> 출판 불법시장 규모(건수) .....	88
<그림40> 장르별 유통량 규모(건수) .....	89
<그림41> 출판 불법시장 규모(금액) .....	89
<그림42> 오프라인 유통경로별 음악 불법물 현황 .....	97
<그림43> 오프라인 유통경로별 영상 불법물 현황 .....	97
<그림44> 오프라인 유통경로별 출판 불법물 현황(대학가 복사점) .....	98
<그림45> 오프라인 유통경로별 출판 불법물 현황(대학 내 무인복사기) .....	99
<그림46> 오프라인 유통경로별 출판 불법물 현황(대형복사업체) .....	99
<그림47> 오프라인 유통경로별 출판 불법물 현황(학원) .....	100
<그림48> 오프라인 유통경로별 출판 불법물 현황(기업체 및 공공기관) .....	100
<그림49> 3개 콘텐츠의 불법시장 규모 및 합법시장 침해규모 .....	103
<그림50> 콘텐츠별 합법시장 침해 규모(음악:곡, 영상(영화):편, 출판:편) .....	104
<그림51> 콘텐츠별 불법시장 규모 및 합법시장 침해규모(금액) .....	104
<그림52> 콘텐츠별 합법시장 규모 및 침해액 .....	105
<그림53> 콘텐츠별 불법시장 규모 및 합법시장 규모(금액) .....	105
<그림54> 음악 불법시장의 합법시장 침해 현황 .....	106
<그림55> 영상 불법시장의 합법시장 침해 현황 .....	108
<그림56> 영화 불법시장의 합법시장 침해 현황 .....	109
<그림57> 출판 불법시장의 합법시장 침해 현황 .....	110
<그림58> 불법시장과 합법적인 합법시장의 가격 및 거래량 형성 개념도 .....	116
<그림59> UCC 인지도 .....	118
<그림60> UCC 제작 및 업로드 경험 .....	118
<그림61> 제작한 UCC의 콘텐츠 종류 .....	119
<그림62> 순수창작물 · 2차 저작물 비율 .....	119
<그림63> 콘텐츠별 온라인 불법물 이용 증감율(2006-2007)(예상) .....	120

## <표 차례>

<표1> 저작권신탁관리단체의 관리분야 .....	22
<표2> 저작권 보호에 대한 인식 .....	26
<표3> 온라인팀 인원 현황(2006년 말 기준) .....	27
<표4> 2006년 형태별 단속 실적 .....	29
<표5> 음악물 단속 실적 .....	30
<표6> 영상물 단속 실적 .....	31
<표7> 출판물 단속 실적 .....	32
<표8> 오프라인팀 인원 현황(2006년 말 기준) .....	33
<표9> 2006년 형태별 단속 실적 .....	38
<표10> 음악물 단속 실적 .....	39
<표11> 영상물 단속 실적 .....	40
<표12> 출판물 단속 실적 .....	41
<표13> 불법 저작물 신고 실적 .....	42
<표14> 전화 및 내방상담 서비스 .....	44
<표15> 상담 실적 .....	44
<표16> 대학가 유인복사기를 통한 오프라인 출판물 불법 복제 .....	61
<표17> 학원가 불법 제작물의 구입 및 사용량 .....	61
<표18> 대형 복사업체를 통한 전문학술서적 불법 복제 .....	62
<표19> 기업체 및 공공기관 내 전문학술서적 불법 복제 .....	62
<표20> 모니터링 배치도 (예시) .....	72
<표21> 응답자 구성 현황 .....	79
<표22> 불법 및 합법시장의 콘텐츠별 · 형태별 단가 .....	80
<표23> 콘텐츠별 온라인 불법 유통량(건) .....	90
<표24> 콘텐츠별 온라인 불법 유통량(금액) .....	90
<표25> 온라인 유통경로별 음악 불법물 유통량(건) .....	91
<표26> 온라인 유통경로별 음악 불법물 유통량(금액) .....	91
<표27> 온라인 유통경로별 영상 불법물 유통량(건) .....	92
<표28> 온라인 유통경로별 영상 불법물 유통량(금액) .....	92
<표29> 온라인 유통경로별 출판(시 · 시조) 불법물 유통량(건) .....	93
<표30> 온라인 유통경로별 출판(시 · 시조) 불법물 유통량(금액) .....	93
<표31> 온라인 유통경로별 출판(소설 · 수필) 불법물 유통량(건) .....	94
<표32> 온라인 유통경로별 출판(소설 · 수필) 불법물 유통량(금액) .....	94
<표33> 온라인 유통경로별 출판(만화) 불법물 유통량(건) .....	95
<표34> 온라인 유통경로별 출판(만화) 불법물 유통량(금액) .....	95
<표35> 온라인 유통경로별 출판(학술서적) 불법물 유통량(편, 금액) .....	96
<표36> 온 · 오프라인 불법 유통경로별 합법시장 침해 규모(음악) .....	107

<표37> 온·오프라인 불법 유통경로별 합법시장 침해 규모(영상) .....	109
<표38> 온·오프라인 불법 유통경로별 합법시장 침해 규모(영화) .....	109
<표39> 출판 불법시장의 합법시장 침해 현황 .....	111
<표40> 온·오프라인 불법 유통경로별 합법시장 침해 규모(출판) .....	112

# 1장 저작권산업과 불법물의 정의



## 1장 저작권산업과 불법물의 정의

### 1절 저작권산업 현황

최근에 문화산업의 성장과 더불어 저작권 침해 사례가 증가하면서 저작권 및 저작권산업에 대한 관심이 높다. 저작권의 개념은 저작물을 창작한 자와 이를 이용하는 자 사이에서 발생하는 각종 권리관계를 중심으로 발전해 왔으며, 저작권자가 창작한 저작물이 법적으로 보호 받을 수 있도록 하는 정책 중심으로 발전해 왔다. 최근 문화산업, 문화콘텐츠산업이 발전함에 따라 저작물이 산업적 방식과 규모로 창작, 유통되고 대량으로 소비되는 구조가 정착되면서 저작권산업에 대한 관심도 높아지고 있다.

#### 1. 저작권산업의 개념

##### 가. 해외에서의 저작권산업 개념

해외에서의 저작권산업은 대부분 저작권에 전적으로 혹은 현저히 의존하는가 아닌가에 따라 산업을 구분하고 있다.

##### 1) 세계지적재산권기구(WIPO)의 개념

WIPO(World Intellectual Property Organization)는 2003년 「저작권기반산업의 경제적 기여도 조사 가이드」에서 저작권기반산업에 대해 정의하였는데 각 산업의 활동이 어느 정도 저작권에 기반을 두고 있는지에 따라 핵심 저작권산업, 상호의존 저작권산업, 부분 저작권산업, 지원산업으로 분류하고 있다.

가) 핵심 저작권산업 : 작품 및 기타 보호대상물의 창작, 생산, 제조, 공연, 방송, 통신 및 전시, 혹은 유통 및 판매에 전적으로 종사하는 산업을 말하며, 출판 및 문학, 음악·극장공연·오페라, 영화 및 비디오, 라디오 및 TV 방송, 사진, 소프트웨어와 데이터베이스, 시각예술 및 그래픽아트, 광고서비스, 저작권신탁관리업 등 9개 그룹으로 구성된다.

나) 상호의존 저작권산업 : 저작권 상품 및 서비스의 창작, 대량생산 및

활용을 촉진시키는 도구 및 기기를 생산, 유통하는 것을 주된 경제 활동으로 삼는 산업으로 TV, 라디오, 컴퓨터 음향기기 등 핵심-상호의존산업과 기록매체, 복사기 등 부분-상호의존산업의 2가지 그룹으로 구성된다.

다) 부분 저작권산업 : 부분적인 활동이 저작물 및 기타 저작권보호물과 관련이 있으며, 창조, 생산, 제조, 수행, 방송, 통신과 전시 및 유통 판매에 관여하는 산업으로, 직물, 신발, 기타 공예품, 벽지, 카펫트와 같은 분야로 구성된다.

라) 지원산업 : 내부의 부분적인 활동이 저작권 및 관련물의 방송, 통신, 판매 및 유통에 기여하며 그 활동이 핵심 저작권 산업에 해당되지 않는 산업으로, 일반적인 도소매업, 운송업, 전화 및 인터넷 서비스업 등이 포함된다.

## 2) 미국의 개념

미국 IIPA(International Intellectual Property Alliance)는 저작권 산업의 개념을 핵심 저작권산업, 부분 저작권산업, 저작권 관련 산업, 저작권 유통산업으로 구분하고 있다.

가) 핵심 저작권산업 : 출판관련 산업, 컴퓨터프로그래밍 및 소프트웨어, 라디오 및 TV방송, 광고, 공연예술, 레코드 및 테이프 산업이 포함된다.

나) 부분 저작권산업 : 부분적으로 저작권에 기반을 두고 있는 산업으로서 어패럴, 가정용품, 귀금속, 장신구, 게임 및 장난감, 인형, 직물, 문구, 기타 오락 등의 소비 내구재와 사진현상, 사진촬영스튜디오, 상업인쇄, 사무용지, 상업사진 및 미술, 엔지니어링, 건축, 조사, 기타 사업서비스 등이 있다.

다) 저작권 관련 산업 : 그 기능이 전적으로 혹은 주로 저작물의 창조, 생산 및 사용을 가능하게 하는 기기의 생산, 제조, 판매에 종사하는 산업이 포함된다.

라) 저작권 유통산업 : 철도서비스, 도로수송, 항공수송, 수상운송 등의 운송서비스와 도매, 소매, 케이블TV, 위성방송 등이 포함된다.

## 나. 저작권산업의 인접 개념 및 정의

저작권산업과 유사한 개념으로는 문화산업, 문화콘텐츠산업이라는 개념이 있다. 문화산업은 “문화상품의 기획, 개발, 제작, 생산, 유통, 소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업”(문화산업진흥기본법)이나 “문화예술의 창작물 또는 문화예술용품을 산업의 수단에 의하여 기획, 제작, 공연, 전시, 판매를 업으로 영위하는 것”(문화예술진흥법)으로 정의할 수 있다.

WIPO와 미국의 정의를 고려하였을 때 저작권 산업은 넓은 의미로는 "저작물의 개발, 제작 및 이를 유통시키는 산업뿐만 아니라 이러한 핵심산업의 기능을 촉진시키는 역할을 하는 도구 및 기기를 생산, 유통하는 산업과 저작권적 성격이 일부 포함된 상품을 생산 또는 유통하는 산업을 포괄하는 개념으로 볼 수 있다. 옥성수의 연구에서는 저작권산업을 “저작권 보호에 기반하여 움직이는 산업”, 또는 “저작권이 그 산업의 수립에 중요한 역할을 하는 산업<sup>1)</sup>”으로 보고 있다.

따라서 저작권산업은 저작물을 개발, 제작, 유통하는 핵심산업으로서 문화산업과 이와 같은 문화산업의 기능을 촉진시키는 산업으로 볼 수 있다.

## 2. 저작권산업의 규모

### 가. 전체 문화산업 규모

우리나라의 2005년 기준 문화산업은 출판, 만화, 음악, 게임, 영화, 애니메이션, 방송, 광고, 캐릭터, 디지털교육 및 정보 등 10개의 문화산업 부문으로 총 매출 규모는 53조9,481억원이다. 저작물의 개발, 제작 및 이를 유통시키는 산업으로 한정해서 볼 경우 저작권산업은 문화산업의 시장 규모와 비슷한 50조원 규모이며, 저작물의 개발, 제작, 유통을 촉진시키는 역할을 하는 도구 및 기기의 생산, 유통과 저작권적 성격이 일부 포함된 상품의 생산과 유통까지 포함할 경우 그 규모는 50조원 이상의 시장 규모이다.

1) 옥성수 외, 저작권산업의 경제적 기여도와 산업연관분석, 한국문화관광정책연구원, 2003. 3P

## 나. 분야별 문화산업 규모 및 소비자 동향

### 1) 영화

영화산업은 2005년 총 매출액이 3조2,948억원이며, 배급 및 유통의 비중이 높다. 영화산업과 중복되는 애니메이션 산업은 2005년 총 매출액이 2,338억원으로 애니메이션 제작업이 2,210억원, 극장매출액이 126억원, 방송사수출액이 2억4,200만원으로 추정되고 있다.

영화진흥위원회의 2006년 「영화콘텐츠이용자조사」에 의하면 영화를 이용하는 소비자의 58.6%가 영화관을 이용하고, 그 다음으로 많이 이용하는 매체로 케이블TV, 비디오, TV, 온라인 다운로드, DVD 순으로 나타났다. 최근 케이블TV의 영화채널이 상당한 관객층을 확보한 반면, DVD는 이용율이 저조한 것으로 나타났다. 이용 빈도에 있어서도 극장은 연 평균 21.8회를 이용하는 반면, 케이블TV는 14.2회, TV 9.2회, 비디오는 7.1회, 온라인 다운로드 5.8회, DVD는 4.1회에 그쳤다. 영화 관람 시기에 대해서는 극장의 경우 개봉 2주 이내에 76.6%가, 비디오와 DVD는 극장 종영 후 3달 이내에 72%가 관람하는 것으로 나타났다. 그런데 온라인 다운로드의 경우 극장 개봉 전에 20.4%, 개봉 중에 23.5% 그리고 극장 종영 후 비디오출시 전에 35.2%가 다운로드를 받는다고 응답하여, 결과적으로 응답자의 79.1%가 적어도 비디오, DVD가 출시되기 전에 다운로드를 받는다는 사실을 확인할 수 있다. 온라인 다운로드가 영화 관련 유료 시장에 영향을 미치고 있는 것을 알 수 있다. 극장에서 본 영화를 다른 매체를 통해 다시 보는지에 대해 응답자의 65% 가량이 다시 본다고 응답하여 극장이 다른 매체들에 비해 재관람 비율이 매우 높은 것으로 나타났다. 또 비디오의 경우는 55%, DVD는 50%가 다른 매체로 다시 영화를 본다고 응답하여 비교적 재관람 비율이 높은 매체로 나타난 반면, TV는 31%, 케이블TV는 36%, 온라인 다운로드는 44%로 비교적 낮은 재관람율을 나타냈다. 재관람을 할 때 이용하는 매체는 주로 TV나 케이블TV와 같이 무료로 관람이 가능한 매체들이었으나, 비디오나 DVD 대여를 한다는 응답자도 상당수 있었다. 또 온라인 다운로드의 경우 극장에서 본 뒤 다운로드를 받는다는 응답이 전체의 82%를 차지하고 있어, 다운로드를 받는 사람들 중 대부분이 극장 관람 이후 소장용 목적으로 다운로드를 받는 것으로 추정된다. 이는 극장 관람 이후 DVD 구매로 이어져야 할 관객들이 온라인 다운로드로 빠져나가 버림으로써 DVD 시장의 침체를 발생시킨다는 사실을

확인시켜주는 것이다<sup>2)</sup>.

## 2) 음악

음악산업의 2005년 총 매출액은 1조7,898억원이다. 음악산업의 기획, 제작, 배급부문은 6,467억원이며, 유통부문인 노래연습장 운영업은 1조1,431억원으로 추정되었다.

문화콘텐츠진흥원의 「2006 음악산업백서」에 따르면, 음악 상품 소비자들은 TV, 라디오 등 공공매체로 음악을 듣는 경우가 가장 많으며, 그 외에도 PC 및 MP3 플레이어를 통한 감상률이 높게 나타났다. 그러나 CD플레이어 혹은 카세트 등의 전통적 매체를 통한 감상률은 상대적으로 낮아 음반 시장 축소와 원인이 되었을 것으로 예상된다. 이러한 현상은 음악 감상시 선호하는 음악 형태에서도 나타나고 있고 있는데 디지털 형태의 음악 감상과 음반을 통한 음악 감상 중 디지털 음악을 선호하는 경우가 약간 많은 것으로 나타났다. 음악 소비자 중 2005년 한 해 동안 한 번이라도 음반을 구입한 경험을 가진 사람은 53% 정도이며, 음반을 구입하지 않은 이유는 디지털 음악 파일이 있거나 다른 매체 등을 통해 듣기 때문인 것으로 나타났다. 음악 소비자 가운데 MP3 다운로드 경험률은 45%이며, 그 중에 유료 다운로드 경험자는 20% 정도인 것으로 나타났다<sup>3)</sup>.

## 3) 출판

출판산업의 2005년 총 매출액은 19조3,921억원이며, 출판업 7조7,931억원, 인쇄업 3조6,846억원, 출판도소매업 7조6,269억원 등이다. 만화산업은 2005년 총 매출액이 4,362억원으로, 만화출판업이 2,117억원, 만화책 임대업이 829억원, 만화전문도소매업이 1,096억원 등으로 추정되었다.

국립중앙도서관의 「2006년 국민독서실태 조사결과」에 따르면, 성인의 연평균 독서율은 76%로 2년 전과 비슷했지만, 연평균 독서량은 1권이 늘어난 약 12권으로 우리나라 성인들은 대체로 한 달에 한 권 정도의 책을 읽는 것으로 나타났다. 국민들의 일반도서 독서량은 독서 선진국이라는 일본과 거의 동일한 것으로 파악된 반면, 잡지 독서량은 성인이 일본의 1/4, 학생이 일본의 1/10 수준 밖에 안된다. 성인의 독서 경향을 살펴보면, '문학' 선호도가 2

2) 영화콘텐츠이용자조사, 영화진흥위원회, 2006

3) 2006 음악산업백서, 문화콘텐츠진흥원, 2006

년 전보다 7%포인트 하락하고 실용서에 대한 선호도는 증가한 것으로 나타났다<sup>4)</sup>.

### 3. 저작권산업의 동향

저작권산업은 저작물의 개발, 제작 및 이를 유통시키는 산업의 발전과 더불어 발전한다. 저작물의 개발, 제작, 유통과 관련된 문화산업은 지속적으로 성장 발전할 것으로 예상되며, 저작물의 개발, 제작, 유통과 관련된 산업의 발전에 따라 이와 같은 산업의 기능을 촉진시키고 도구 및 기기의 생산, 유통 산업 및 저작권적 성격이 일부 포함된 상품을 생산 또는 유통하는 산업도 성장할 것으로 예상된다.

문화산업의 글로벌화는 저작권산업에도 영향을 미칠 것으로 보인다. 인터넷망의 확대와 사용자의 확산으로 전자상거래와 웹페이지를 통한 자유로운 접근성의 확보는 세계 각국의 문화콘텐츠를 향유하고 구매를 가능하게 한다. 따라서 저작권산업도 과거 기업간 비즈니스 중심으로 진행되어 오던 교역의 형태가 업체와 개인간 혹은 개인과 개인간 비즈니스 형태의 교역으로 확대되기 때문에 변화가 예상된다.

해외 문화산업 시장은 콘텐츠 제작기술 및 관련 기술의 급속한 발전에 따라 산업형태가 변화하고 새로운 시장이 창출되고 있다. 전세계 문화산업의 시장규모는 2004년 약 1조2,500억달러이며, 2005년에서 2009년까지 연평균 7.3% 성장하여 1조7,778억달러에 달할 것으로 보고 있다.

2005년 우리나라의 문화산업의 수출입은 수출이 총 12억3,596만7천달러, 수입이 29억8,589만1천달러이다. 게임산업이 5억6,466만달러, 출판산업 1억9,134만6천달러, 캐릭터산업 1억 6,366만6천달러, 방송산업 1억2,176만3천달러, 애니메이션산업 7,842만9천달러, 영화산업 7,599만5천달러, 음악산업 2,227만8천달러, 광고산업 935만9천달러, 디지털교육 및 정보산업 520만3천달러, 만화산업 326만8천달러를 수출하였다. 국내 문화산업의 성장과 한류 열풍으로 인한 문화산업의 수출과 함께 해외에서의 우리나라 문화콘텐츠의 저작권 침해 증가 등과 더불어 저작권산업은 성장 발전하고 있다.

4) 2006년 국민독서실태 조사, 국립중앙도서관, 2006

## 2절 불법 저작물의 정의 및 범위

### 1. 법률적인 정의

#### 가. 저작물 및 저작권에 대한 정의

저작물에 대한 법률적 정의는 “저작권법”과 “출판 및 인쇄진흥법”에서 정의하고 있다. 저작권법에서는 저작물을 “인간의 사상 또는 감정을 표현한 창작물”이라고 정의하고 있는데 “음반”은 음(음성이나 음향)이 유형물에 고정된 것이며, “영상저작물”은 연속적인 영상이 수록된 창작물로서 그 영상을 기계 또는 전자장치에 의하여 재생하여 볼 수 있거나 보고 들을 수 있는 것을 말한다. 출판및인쇄진흥법에 의하면 “출판”이라 함은 저작물 등을 종이 또는 전자적 매체에 편집, 복제하여 간행물을 발행하는 행위라고 정의하고 있으며, “인쇄”라 함은 간행물을 발행하기 위하여 인쇄기 또는 컴퓨터 등 전자장치를 이용하여 문자·사진·그림 등의 정보를 종이 또는 전자적 매체에 실어 복제·생산하는 것을 말한다.

이와 같은 저작물에 대해 저작권법에서는 다음과 같이 크게 9개의 저작물로 구분하고 있다. ① 소설·시·논문·강연·연설·각본 그 밖의 어문저작물 ② 음악저작물 ③ 연극 및 무용·무연극 그 밖의 연극저작물 ④ 회화·서예·조각·판화·공예·응용미술저작물 그 밖의 미술저작물 ⑤ 건축물·건축을 위한 모형 및 설계도서 그 밖의 건축저작물 ⑥ 사진저작물 ⑦ 영상저작물 ⑧ 지도·도표·설계도·약도·모형 그 밖의 도형저작물 ⑨ 컴퓨터 프로그램저작물.(본 보고서에서는 어문저작물, 음악저작물, 영상저작물에 대해서만 다룰 예정임)

저작권은 저작물(2차적 저작물, 편집저작물 포함)에 대해 저작인격권과 저작재산권을 갖는다. 저작인격권은 공표권과 성명표시권, 동일성유지권을 말하는데 공표권이란 저작자가 그의 저작물을 공표하거나 공표하지 아니할 것을 결정할 권리를 말하며, 성명표시권은 저작자가 저작물의 원본이나 그 복제물에 또는 저작물의 공표 매체에 그의 실명 또는 이명을 표시할 권리를 말하는 것이다. 동일성유지권이란 저작자가 그의 저작물의 내용, 형식 및 제호의 동일성을 유지할 권리를 말한다.

저작재산권은 크게 복제권, 공연권, 공중송신권, 전시권, 배포권, 대여권, 2차적 저작물작성권으로 분류된다. 복제권이란 저작자가 그의 저작물을 복제할 권리이며, 공연권은 저작자가 그의 저작물을 공연할 권리를 말한다. 공중송신권은 저작자가 그의 저작물을 공중 송신할 권리이며, 전시권은 저작자가 미술 저작물 등의 원본이나 그 복제물을 전시할 권리를 갖는 것을 말한다. 배포권은 저작자가 저작물의 원본이나 그 복제물을 배포할 권리를 말하며, 저작물의 원본이나 그 복제물이 당해 저작재산권자의 허락을 받아 판매 등의 방법으로 거래에 제공된 경우에는 배포할 권리를 갖지 않는다. 대여권은 배포권의 단서 규정에도 불구하고 저작자가 판매용 음반을 영리 목적으로 대여할 수 있는 권리를 갖는 것이며, 저작자가 그의 저작물을 원저작물로 하여 2차적 저작물을 작성하여 이용할 수도 있다.

#### 나. 불법 저작물과 저작재산권의 제한

불법 복제물 또는 저작권 침해란 저작인격권과 저작재산권을 갖는 2차적 저작물, 편집저작물을 포함한 저작물에 대해 저작권자의 허락 없이 사용함으로써 권리를 침해하는 것을 말한다. 단, 저작권법에서는 몇 가지 저작재산권의 제한을 두고 있는데 다음과 같은 예외조항 이외에는 불법 저작물 또는 저작권을 침해한 경우이며 예외조항을 위반하였을 경우에도 불법 저작물 또는 저작권을 침해한 것이다.

1) 저작인격권인 동일성유지권은 학교교육 목적상 부득이하다고 인정되는 범위에서 표현을 변경할 수 있도록 하였고 건축물의 증축·개축 그 밖의 변형에 의한 변경에 대하여는 동일성유지권에 대해 이의할 수 없도록 하였다.

2) 재판절차를 위하여 필요한 경우이거나 입법·행정의 목적을 위한 내부자료로서 필요한 경우에는 그 한도 안에서 저작물을 복제할 수 있도록 하였다.

3) 공개적으로 행한 정치적 연설 및 법정·국회 또는 지방의회에서 공개적으로 행한 진술은 어떠한 방법으로도 이용할 수 있다.

4) 고등학교 및 이에 준하는 학교 이하의 학교의 교육 목적상 필요한 교과용 도서에는 공표된 저작물을 게재할 수 있다. 특별법에 의하여 설립되었거나 「초·중등교육법」 또는 「고등교육법」에 따른 교육기관 또는 국가나



지방자치단체가 운영하는 교육기관은 그 수업목적상 필요하다고 인정되는 경우에는 공표된 저작물의 일부분을 복제·공연·방송 또는 전송할 수 있다. 또한 그러한 교육기관에서 교육을 받는 자는 수업목적상 필요하다고 인정되는 경우 앞의 규정 범위 내에서 공표된 저작물을 복제하거나 전송할 수 있다.

그러나 고등학교 및 이에 준하는 학교 이하의 학교를 제외한 교육기관은 저작물 이용에 따라 저작재산권자에게 보상금을 지급하여야 한다.

5) 방송·신문 그 밖의 방법에 의하여 시사보도를 하는 경우에 그 과정에서 보이거나 들리는 저작물은 보도를 위한 정당한 범위 안에서 복제·배포·공연 또는 공중송신할 수 있다.

6) 정치·경제·사회·문화·종교에 관하여 「신문 등의 자유와 기능보장에 관한 법률」에 따른 신문 및 인터넷신문 또는 「뉴스통신진흥에 관한 법률」에 따른 뉴스통신에 게재된 시사적인 기사나 논설은 다른 언론기관이 복제·배포 또는 방송할 수 있다.

7) 공표된 저작물은 보도·비평·교육·연구 등을 위하여는 정당한 범위 안에서 공정한 관행에 합치되게 이를 인용할 수 있다.

8) 영리를 목적으로 하지 아니하고 청중이나 관중 또는 제3자로부터 어떤 명목으로든지 반대급부를 받지 아니하는 경우에는 공표된 저작물을 공연 또는 방송할 수 있다. 또한 청중이나 관중으로부터 당해 공연에 대한 반대급부를 받지 아니하는 경우에는 판매용 음반 또는 판매용 영상저작물을 재생하여 공중에게 공연할 수 있다.

9) 공표된 저작물을 영리를 목적으로 하지 아니하고 개인적으로 이용하거나 가정 및 이에 준하는 한정된 범위 안에서 이용하는 경우에는 그 이용자는 이를 복제할 수 있다. 다만 공중의 사용에 제공하기 위하여 설치된 복사기에 의한 복제는 그러하지 아니하다.

10) 「도서관법」에 따른 도서관과 도서·문서·기록, 그 밖의 자료(이하 “도서 등”이라 한다)를 공중의 이용에 제공하는 시설 중 대통령령이 정하는 시설(이하 “도서관 등”이라 한다)은 조사·연구를 목적으로 하는 이용자의 요구에 따라 공표된 도서 등의 일부분을 1인 1부에 한하여 복제할 수 있으

며, 도서 등의 자체보존을 위하여 필요한 경우 그리고 다른 도서관 등의 요구에 따라 절판 그 밖에 이에 준하는 사유로 구하기 어려운 도서 등의 복제물을 보존용으로 제공하는 경우 저작물을 복제할 수 있다.

도서관 등은 컴퓨터 등을 이용하여 이용자가 그 도서관 등 안에서 열람할 수 있도록 보관된 도서 등을 복제하거나 전송할 수 있으며, 다른 도서관 등 안에서 열람할 수 있도록 보관된 도서 등을 복제하거나 전송할 수 있다. 그러나 도서 등이 디지털 형태로 판매되고 있는 때에는 그 도서 등을 디지털 형태로 복제할 수 없다. 도서관 등은 디지털 형태의 도서 등을 복제하거나 다른 도서관 등 안에서 열람할 수 있도록 복제하거나 전송하는 경우 보상금을 당해 저작재산권자에게 지급하여야 한다.

11) 학교의 입학시험 그 밖에 학식 및 기능에 관한 시험 또는 검정을 위하여 필요한 경우에는 그 목적을 위하여 정당한 범위 안에서 공표된 저작물을 복제할 수 있다. 다만 영리를 목적으로 하는 경우에는 그러하지 아니한다.

12) 공표된 저작물은 시각장애인 등을 위하여 점자로 복제·배포할 수 있으며 시각장애인 등의 복리 증진을 목적으로 하는 시설은 영리를 목적으로 하지 아니하고 시각장애인 등의 이용에 제공하기 위하여 공표된 어문저작물을 녹음하거나 시각장애인 등 전용 기록방식으로 복제·배포 또는 전송할 수 있다.

13) 저작물을 방송할 권한을 가지는 방송사업자는 자신의 방송을 위하여 자체의 수단으로 저작물을 일시적으로 녹음하거나 녹화할 수 있다. 그러나 녹음물 또는 녹화물은 1년을 초과하여 보존할 수 없다.

14) 미술저작물 등의 원본의 소유자나 그의 동의를 얻은 자는 그 저작물을 원본에 의하여 전시할 수 있다.

## 2. 업무상 불법물의 식별과 단속 범위

저작권과 저작권 침해는 법률적으로 정의되어 있는데, 이와 같은 법률에 근거하여 저작권보호센터는 저작권 침해가 이루어지고 있는 사안에 대하여 단속활동을 하고 있다. 음악, 영상, 출판물의 불법 복제물은 온라인과 오프라인을 통해서 이루어지며 실제로 저작물의 불법 복제를 식별하기 위해서는

몇 가지 기준이 필요하다.

#### 가. 영상물

영상물의 특성상 저작권자는 온라인을 통한 다운로드 방식을 승인하지 않기 때문에 대부분 저작권자의 승인을 받지 않은 불법물이다. 특히 상업 영화의 경우 다운로드 시장은 현재까지 거의 없는 것으로 보인다. 그러나 실시간 VOD 시장은 관리자와의 계약을 통해 작은 비율로 형성되어 있는데 이와 같은 합법적인 시장에 대해서는 단속하지 않는다.

일부 비디오물 유통 관련 업소에서는 불법 제작된 스티커만을 별도로 구입하여 신프로를 복제하여 부착 판매 또는 대여하는 등의 불법행위가 이루어지고 있는데 현재 복제기술의 발달로 인해 불법물의 구분이 점점 어려워지고 있다. 이러한 경우 영화관에서 상영하지 않은 최신 영화가 있는 경우 불법물이라고 판단하여 단속을 실시하고 있다. 영상물의 특성상 영화관 상영이 끝난 다음에 DVD로 발행하고 있기 때문이다.

PC방에서도 불법 복제된 영상물이 있지만 증거가 되는 불법 복제 CD로 보관하지 않고 메인 컴퓨터에 보관한 뒤 불법 복제된 영상물을 고객의 컴퓨터로 전송하기 때문에 증거를 확보하지 못하는 경우가 많다.

#### 나. 음악물

온라인을 통한 다운로드 방식의 불법 음악물 유통은 웹하드사이트나 P2P 사이트에서 발생하며, 합법적인 음악물의 다운로드의 경우 해당 음악물을 구입하기 위한 대금결제에 필요한 것에 반해 불법 음악 다운로드의 경우에는 무료이거나 단순히 파일을 다운로드 받기 위한 대금결제가 이루어지고 있다. 따라서 불법 복제가 이루어지고 있는 온라인사이트를 집중적으로 단속하고 있다.

스트리밍 방식은 개인 홈페이지를 통해서 이루어지고 있으며, 합법적인 스트리밍서비스의 경우 서비스 업체마다 가공된 플레이어 툴을 제공하고 있으나 불법 스트리밍의 경우에는 가공되지 않은 플레이어 툴에서 재생되는 경우가 대부분이기 때문에 식별이 가능하다.

오프라인에서의 불법 복제는 노점에서 주로 이루어지고 있다. 물론 레코드샵에도 불법 복제물이 있기는 하지만 미미한 수준에 지나지 않는다. 불법 복

제 CD는 자켓에 최신가요 모음과 일부 가수의 베스트 앨범 등이 주종을 이루고 있으며, 정품의 자켓을 그대로 복사한 비품도 있다.

#### 다. 출판물

현재까지 인터넷상에서 출판물의 합법적인 서비스는 e-book 시장만이 적은 비율로 형성되어 있을 뿐 인터넷상의 출판물 다운로드의 거의 불법인 상황이다. 출판물의 경우 각종 시험준비 동호회, 시·소설 동호회와 같이 일정 목적을 위한 특정 집단에 의한 침해가 이루어지고 있는데 이와 같은 동호회는 포털사이트의 문학 동호회 형태로 되어있다.

학술 논문의 경우에는 전문 학술 논문을 불법적으로 유통하고 이용자에게 일정 금액을 받는 온라인서비스제공자가 있으나 저작권자의 허락을 받지 않은 저작물이기 때문에 모두 불법물이다. 대학의 도서관에서도 학술 논문을 제공해주는 온라인서비스를 이용할 수 있으나 저작권자의 허락을 받지 않는 논문은 모두 저작권을 침해한 불법 이용물이다.

출판물의 복제는 복사이용허락계약을 체결한 복사업소의 경우 복사이용허락계약의 범위를 초과하여 복사하게 될 경우와 복사이용허락계약을 미체결한 복사업체나 공중용 복사기에서의 복사는 불법 복제물이다.

출판물의 불법 복제는 온라인 보다는 오프라인에서 광범위하게 이루어지고 있다. 특히 신학기나 시험철에 대학가 주변 복사 전문 업체에서 불법 복제가 이루어지며, 무인 복사기를 통한 복사 역시 영리를 목적으로 하는 사업자의 복사기를 통해서 이루어지는 사적 복제이기 때문에 불법 복제물이다.

일반 기업체나 관공서 등에서도 업무와 관련하여 불법 복사가 이루어지고 있다. 사적이용을 위한 복사라고 하더라도 공중용 복사기에 의한 복제는 불법 복제로 볼 수 있다. 또한 연구소에서도 전문 학술서적 불법 복제가 이루어지고 있다. 학원에서도 여러 서적의 문제집이나 교재를 불법 복사하여 제본한 뒤 이를 교재로 팔아 활용하고 있는데 저작권자의 허락을 받지 않고 저작권료를 지불하지 않기 때문에 대부분 불법 복제물이라고 볼 수 있다.

## 2장 저작권 보호 환경 및 노력

## 2장 저작권 보호 환경 및 노력

### 1절 저작권 보호 환경

#### 1. 저작권 보호 환경의 변화

##### 가. 디지털 환경의 발전

IT 기술이 발전하면서 저작물의 유통이 기존의 오프라인 중심에서 온라인 중심으로 이동하고 있다. 대용량의 파일을 작은 용량으로 압축하고 이를 저장, 전송하는 기술이 발전하면서 온라인을 통한 유통이 용이해졌고 P2P, 웹하드, 포털사이트 등 유통 방법도 다양해졌다. 특히 2006년에는 UCC가 온라인 유통의 중요한 수단으로 등장하기 시작하였다.

2006년 12월말 기준으로 인터넷 인구는 34,120,000명으로써 인터넷 사용 인구가 지속적으로 증가하고 있다. IT 기술의 발전과 이용자의 증가는 그만큼 온라인을 통한 불법 복제의 유통과 사용이 더 활성화 될 수 있는 기반이 되는 것이다.

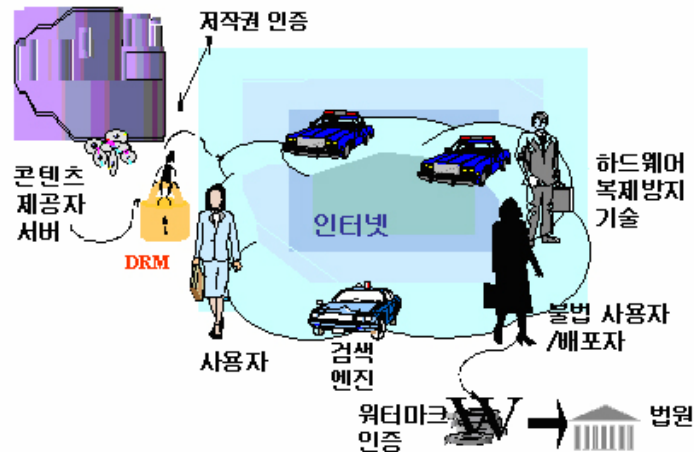
현재 불법 저작물이 유통되는 대형 온라인서비스제공자는 120여개가 넘는다. 최근에는 저작권자의 허락을 받고 유료로 서비스하는 다운로드 시장이 나타나고 있으나, 대부분이 저작권이 있는 음악, 영상물, 출판물 등의 콘텐츠를 권리자의 이용 허락없이 유료 또는 무료로 제공하거나 방조하고 있는 실정이다.

##### 나. 저작권 보호 기술 현황

빠르게 성장하고 있는 인터넷을 통해서 디지털콘텐츠의 유통이 보편화 되고 있어 콘텐츠의 저작권 보호가 사회적으로 매우 중요한 이슈가 되고 있는 가운데 네트워크 환경에서 디지털 저작권을 보호하기 위한 기술이 발전하고 있다. <그림1>에서 보는 것처럼 저작물의 안전한 전달을 위한 DRM (Digital Right Management : 저작권 관리)기술, 불법 복제물의 탐색 및 색출을 위한 탐색 엔진(Search Engine), PC나 서버로부터 휴대용기기로 저작물을 보내는 경우 불법 복제 및 사용을 막기 위한 복제방지 기술(CCI : Copy Control Information), 그리고 불법 사용되고 있는 저작물로부터 저작권 정보를 추출 혹은 탐색하여 증거로써 제출하는 워터마크 기술이 있다. 최근에는

CD음반을 컴퓨터를 이용하여 복제하게 되면 잡음을 집어넣는 CD-Safe라는 기술이 개발되기도 하였다.

<그림1> 디지털 저작권 보호 기술



#### 다. 해외에서의 저작권 보호

최근 우리나라의 문화콘텐츠가 해외에서 불법적으로 유통되는 사례가 많다. 이를 위해 해외에서의 우리 저작권 보호를 위한 노력이 필요하다. 해외에서의 저작권 침해는 각국의 상이한 법체계, 막대한 소송비용 등으로 인해 업체 또는 권리자 차원의 단독 대응에 어려움이 있다. 이와 같은 문제를 해결하기 위해서 문화관광부 주도로 민관합동의 해외저작권보호협의체가 2005년 9월에 설립되었다.

해외저작권보호협의체는 외교통상부, 정보통신부, 법무부 등 관련 정부부처와 한국문화콘텐츠진흥원, KOTRA 등 저작물 수출지원기관 및 한국게임산업협회, 영화진흥위원회 등 문화콘텐츠 수출협회를 포함한 기관이 참여하고 있다. 협의체는 해외저작권보호 업무를 통합하여 추진하여 저작권 보호의 효과성을 높이고 우리 저작권 침해 실태에 대한 공동조사, 외교적 대응방안, 민간업체에 대한 해외 저작권 교육 홍보 등을 추진하고 있다.

전 세계에서 아시아의 저작권시장이 차지하는 비중이 확대되어 가고 우리 문화콘텐츠가 경쟁력을 갖추어 가고 있지만 해외에서 우리 저작권이 침해되는 사례가 급증하고 있는 상황에서 저작권위원회 내에 해외저작권진흥센터를 설치하였다. 해외저작권진흥센터는 2006년부터 인터넷 해외 침해정보 사이트와 중국, 동남아 현지센터 설치 등 온·오프라인 인프라를 구축하고 해

의 저작권 진흥 중장기 로드맵 작성, 글로벌 저작권 선진시장 정책 연구, 중국 불법복제 합동조사, 저작권 해외진출 설명회, 저작권 해외진출 포켓북 개발, 아시아 태평양 저작권 포럼, 한중 저작권 포럼 등의 사업을 전개하고 있다.

## 2. 저작권 보호 법

최근 저작권 보호에 대한 필요성이 커지면서 저작권보호 관련 법의 재개정이 이루어졌다. 특히 2006년도에는 저작권 관련 법 전반에 대한 재개정이 이루어져서 저작권 보호에 관한 업무와 저작권 보호 업무를 추진하는 법·제도의 기반이 구축되게 되었다.

저작권 보호 관련 법으로는 저작권 전반을 다룬 「문화산업진흥 기본법」, 「저작권법」이 있으며, 영상물에 대한 저작권 관련은 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」, 음악에 대한 저작권 관련은 「음악산업진흥에 관한 법률」, 출판물에 대한 저작권 관련은 「출판 및 인쇄진흥법」에서 다루고 있다.

### 가. 「문화산업진흥 기본법」 개정

「문화산업진흥 기본법」은 1999년에 “문화산업의 지원 및 육성에 필요한 사항을 정하여 문화산업 발전의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 국민의 문화적 삶의 질 향상과 국민경제의 발전에 이바지함을 목적”으로 제정되었다. 「문화산업진흥 기본법」은 1999년에 제정된 후 2006년 9월 27일까지 일부, 전문 개정을 통해 문화산업진흥을 위한 제도적인 뒷받침을 하였다.

2006년 개정된 「문화산업진흥 기본법」에서는 정부가 문화상품의 불법복제·유통 방지, 정품 문화상품 소비 장려, 관련 교육 등 지적재산권 보호를 위하여 노력하여야 하며 이에 필요한 활동을 지원할 수 있다고 규정하고 있다.(제12조 유통활성화 7항)

### 나. 「저작권법」

저작권법은 저작자의 권리와 이에 인접하는 권리를 보호하고 저작물의 공정한 이용을 도모함으로써 문화의 향상 발전에 이바지함을 목적으로 하며, 2006년 12월에 전면 개정되었다. 그동안 디지털 및 인터넷 기술의 발달, 저작물 이용 환경의 변화 등을 반영한 것이다. 특히 영리를 위한 상습적인 저작권 침해 행위를 비친고죄의 대상으로 규정하고 불법복제물 수거, 폐기 등



의 권한을 「저작권법」으로 일원화하여 저작권 침해에 대한 체계적인 단속이 가능하도록 하였다.

### 1) 주요내용

#### 가) 저작권 개념의 확대

저작물의 정의에서 방송, 전송, 디지털음성송신(음악의 웹캐스팅, 인터넷 방송)을 포괄하는 공중송신이라는 개념을 신설하여 유무선 송신 모두를 포괄하는 상위 개념을 두었으며 '업무상 저작물'과 특정 다수에 의한 저작물의 이용 활성화와 이로 인한 저작권자의 경제적 이익의 침해를 고려하여 불특정 다수 이외에 특정 다수를 포함하는 공중의 정의를 신설하였다.

#### 나) 저작재산권 제한 규정

공개적인 정치적 연설이나 법정, 국회, 지방의회에서 행한 진술에 대해 자유롭게 이용할 수 있도록 하되, 동일한 저작자의 것만을 편집하여 이용할 경우에 해당 저작권자의 허락을 받도록 하였다. 신문 등 정기간행물 등의 시사적인 기사 및 논설은 이용 금지 표시가 있을 때를 제외하고는 다른 언론기관이 자유롭게 이용할 수 있다. 그리고 학교 수업 목적을 위하여 필요한 경우 교사나 학생이 저작물의 일부를 전송할 수 있도록 하되, 해당 저작물에 대하여 복제방지장치 등 기술적인 조치를 취하도록 하였다.

#### 다) 저작인접권자의 권리 강화

저작인접권자인 실연자 및 음반제작자에게도 권리가 강화되었다. 실연자에게는 실연의 복제물을 배포할 수 있는 배포권, 실연자에게 고정되지 않은 생실연에 대한 공연권, 성명표시권과 동일성유지권의 인격권이 부여되며 실연자와 음반제작자에게 음원의 웹캐스팅에 대한 디지털음성송신보상청구권을 부여하였다. 또한 외국인 실연자 및 음반제작자에게도 상호주의에 입각하여 방송보상청구권과 디지털음성송신보상청구권을 부여하였다.

## 라) 온라인서비스 제공자의 의무 강화

P2P 서비스 제공자 및 웹하드 서비스 제공자와 같은 특수한 형태의 온라인 서비스 제공자는 저작권자의 요청이 있는 경우 당해 저작물의 불법적인 전송을 차단하는 필터링 등과 같은 기술적인 보호조치를 해야 한다.

## 마) 저작권 침해에 대한 대응 강화

과거 「음반·비디오물 및 게임물에 관한 법률」과 「출판 및 인쇄진흥법」에 규정되어 있던 오프라인상의 불법 복제물 수거, 폐기에 관한 규정을 「저작권법」에 일괄 규정하였다. 따라서 문화관광부장관, 시·도지사 또는 시장, 군수, 구청장은 불법 복제물을 수거·폐기할 수 있으며, 문화관광부장관은 온라인상에서 불법 복제물의 전송 등으로 인하여 저작권 이용 질서가 심각하게 훼손된다고 판단되는 경우 저작권위원회의 심의를 거쳐 복제·전송자 또는 온라인서비스제공자에게 이를 삭제 또는 중단하도록 명할 수 있게 되었다.

## 바) 비친고죄 대상으로 규정

영리를 위하여 상습적으로 저작재산권을 침해한 범죄를 비친고죄의 대상으로 하였다. 업으로 또는 영리를 목적으로 권리관리정보의 제거 등을 하는 범죄 및 실연자의 이름을 허위로 표시하여 공연 등을 하는 범죄에 대해서도 비친고죄의 대상으로 하였다.

## 사) 저작권위원회의 역할 및 기능 강화

저작권심의조정위원회를 '저작권위원회'로 명칭을 변경하고 분쟁의 조정 신탁업자의 수수료 및 사용료의 요율 또는 금액 및 장관이 부의하는 사항 심의, 저작물 이용질서 확립 및 공정한 이용 도모 관련 사업, 저작권 보호를 위한 국제적 협력 사업, 저작권 연구, 교육 및 홍보 사업, 저작권 정책의 수립 지원, 기술적 보호조치 및 권리관리정보에 관한 정책 수립, 저작권 정보 제공을 위한 정보관리시스템 구축 및 운영, 저작권 등의 침해 등에 관한 감정, 법령이 위원회의 권한으로 정하는 업무 등으로 그 역할과 기능이 강화되었다.

### 아) 새로운 제도의 도입 및 기구 신설

저작권 감정 제도를 신설하여 법원이나 수사기관에서 요청하는 사건에 대하여 저작권위원회가 감정할 수 있는 근거가 마련되었다. 또한 저작권기증 제도를 통해 기증된 저작물의 자유 이용을 활성화하기 위하여 저작재산권을 문화관광부장관에게 기증할 수 있는 근거를 마련하였다. 그리고 저작권위원회 내에 저작권센터를 설치하여 기술조치 및 권리관리정보의 정책 수립을 지원하고 정보관리시스템을 구축, 운영할 수 있도록 하였다. 또한 불법 복제물의 수거·폐기 및 삭제 업무를 효과적으로 수행할 기구를 설치하여 운영할 수 있도록 하였다.

### 다. 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」

영화와 비디오물은 연속적인 영상물로서 그 규율 대상이 동일함에도 불구하고 종전에는 「영화진흥법」과 「음반·비디오물 및 게임물에 관한 법률」 등 각기 다른 법률로 규율하고 있어 그 효율성이 떨어져 영화 및 비디오물에 관한 사항을 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」로 통합하여 규정함으로써 그 운영의 효율성을 도모하게 되었다. 이에 따라 「영화진흥법」과 「음반·비디오물 및 게임물에 관한 법률」을 폐지하게 되었다.

### 라. 「음악산업진흥에 관한 법률」

음악산업 진흥을 위한 기반조성, 기술개발, 인력양성, 표준화, 유통활성화 등에 관한 사항을 법률에 규정하고, 신규매체의 발달로 음반중심의 산업에서 인터넷·모바일 등을 통한 음악파일 중심의 음악서비스산업으로 급속하게 변화하고 있는 음악산업의 환경변화에 적극 대처하기 위하여 기존의 「음반·비디오물 및 게임물에 관한 법률」을 분법하여 독자적인 법률을 제정하게 되었다.

「음악산업진흥에 관한 법률」에서는 “음악산업”을 음악의 창작·공연·교육, 음반·음악파일·음악영상물·음악영상파일의 제작·유통·수출·수입, 악기·음향기기 제조 및 노래연습장업 등과 이와 관련된 산업으로 정의하고 있다. 그리고 과거에는 음악산업이 음반을 중심으로 이루어졌으나 최근의 음악산업은 MP3와 같은 디지털매체의 등장에 따라 음원 중심으로 한 음악서비스의 상품화로 인해 그 범위를 확대하여, 기존의 “음반” 개념 외에 음

악파일, 음악영상물, 음악영상파일 등의 개념을 도입하여 디지털 음악시장의 환경에 적합하도록 하였다.

그리고 「음악산업진흥에 관한 법률」에서는 온라인 음악서비스 제공업에 대해 신고제를 도입하였다. 디지털 형태의 음악파일과 음악영상파일이 인터넷이나 휴대전화 등을 통하여 이용되는 현실을 고려한 것이며, 온라인 음악서비스 제공업자는 시·군·구에 신고하여야 한다.

음악의 지적재산권 보호를 위해 문화관광부장관은 음반 등의 창작활동을 보호하고 육성함에 있어서 음반 등의 지적재산권 보호시책을 강구하며, 음반 등의 불법복제·유통 등을 방지하기 위한 지원을 할 수 있게 하였다. 불법복제·유통 등을 방지하기 위한 지원책으로는 음반 등의 기술적 보호조치 및 권리관리정보의 부착, 음반 등의 분야의 저작권 등 지적재산권 관련 교육 및 홍보, 그 밖에 지적재산권 보호와 관련된 사항으로 규정하고 있다.

#### 마. 「출판 및 인쇄진흥법」

「출판 및 인쇄진흥법」은 출판·인쇄에 관한 사항 및 출판·인쇄 문화산업의 지원·육성과 간행물의 심의 및 건전한 유통질서의 확립에 관하여 필요한 사항을 규정하기 위하여 2006년에 개정되었다.

「출판 및 인쇄진흥법」에서는 불법복제간행물에 대해 문화관광부장관, 시·도지사, 시장·군수·구청장이 소속 관계공무원으로 하여금 당해 불법복제간행물 등의 배포를 행하는 자에 대하여 당해 간행물을 즉시 수거 또는 폐기하도록 명하게 할 수 있게 하였다. 이 경우, 수거 또는 폐기명령을 받은 자가 이를 즉시 이행하지 아니한 때에는 관계공무원으로 하여금 이를 직접 수거 또는 폐기하게 할 수 있다. 불법복제간행물은 저작권법에 의한 저작권자 또는 출판권자의 동의, 그 밖에 정당한 권리없이 불법복제한 간행물을 말한다.

### 3. 저작권 보호 제도

#### 가. 저작권보호센터의 설립

저작권보호센터는 2005년 4월 26일에 저작권 침해에 대한 효과적인 보호체계를 구축하기 위하여 설립되었다. 특히 온라인을 통한 불법 복제물이 심각히 대두되면서 음반, 영상, 출판, 게임 등 기존의 각 권리자 단체에 분산되어 있던 단속 지원 업무를 저작권보호센터로 일원화하여 온라인과 오프라인

모두를 단속하는 통합 체제를 만들었다.

저작권보호센터는 저작권위원회를 비롯하여 한국음악저작권협회, 한국음원제작자협회, 한국음악산업협회, 한국예술실연자단체연합회, 한국영상산업협회, 한국영화제작가협회, 한국복사전송권관리센터 등 음악, 영상, 출판 등 신탁 권리자 단체가 중심이 되어 불법복제물에 대한 단속 업무를 공동운영하고 있다. 2005년에는 게임물에 대한 단속업무를 실시하였으나 2006년에는 게임 관련 불법 저작물 단속 업무를 게임 관련 기관으로 이관하면서 단속을 중단하였다. 저작권보호센터는 2005년 11월에 저작권위원회의 직제 기구화 되었다.

#### 나. 불법추적시스템 도입을 위한 ISP 수립

인터넷의 발달에 따라 디지털콘텐츠의 불법복제가 점차 증가하고 있다. 이와 같은 온라인상의 불법 콘텐츠를 자동적으로 추적할 수 있는 시스템의 도입이 필요한데 시스템을 도입하기 위해서는 안정적인 모델의 개발과 복잡한 관련 기술에 대한 ISP(Information Strategic Planning) 수립이 필요하다.

ISP 작성을 위해 저작권보호기술 표준화 및 불법콘텐츠 추적관리시스템에 적용할 수 있는 기술을 분석하였고 특징점 분석기술, 저작권보호기술, 메시지기능, 배포기술 등이 ISP에 포함되었다. 특징점 분석기술은 불법 콘텐츠의 인식률을 높이기 위해 원본 콘텐츠로부터 특징점을 추출하여 이를 토대로 불법콘텐츠를 빠른 시간 내에 판단할 수 있게 하는 기술이다. 저작권보호기술은 콘텐츠를 판매하는 판매자나 콘텐츠를 생성하는 제작자들이 콘텐츠에 대한 정보를 콘텐츠 내부에 안전하게 삽입하는 기술로써 불법콘텐츠에 대한 최초 유포자를 판단하기 위해 사용된다. 메시지기능은 불법콘텐츠를 사용하는 이용자들에게 경고메시지를 전달하는 기능이고, 배포기술은 불법콘텐츠를 이용하는 이용자에게 페이크(fake)파일을 유포하여 불법콘텐츠 이용의 확률을 줄이는 기술이다.

저작권위원회는 2006년 말 ISP 종합계획을 작성하였으며, 이를 토대로 저작권보호기술을 적용하여 불법콘텐츠 검색 시스템을 시행할 예정이다.

#### 다. 저작권집중관리제도

저작권집중관리제도는 저작권자의 권리를 위탁받아 특정 단체가 저작재산권 등을 대신 행사하고 그에 대한 대가를 이용자로부터 징수하여 저작자에

게 분배하는 제도이다. 우리나라는 집중관리제도를 저작권 신탁관리업과 저작권 대리중개업으로 나누어 관리하고 있다.

저작권 신탁관리업과 저작권 대리중개업에 대한 규정은 저작권법 제7장 저작권위탁관리업 제105조 저작권위탁관리업의 허가 등에서 규정하고 있는데 저작권 신탁관리자는 문화관광부 장관의 허가를 받아야 하며, 저작권대리중개업은 문화관광부 장관에게 신고하여야 한다.

신탁관리업은 다음과 같은 조건을 갖춰야 한다. ① 저작물 등에 관한 권리로 구성된 단체, ② 영리를 목적으로 하지 않을 것, ③ 사용료의 징수 및 분배 등의 업무를 수행하기에 충분한 능력을 갖추고 있어야 한다. 저작권신탁관리 단체는 그 업무에 관하여 저작재산권자, 그 밖의 관계자로부터 수수료를 받을 수 있으며, 수수료의 요율 또는 금액 및 저작권위탁관리업자가 이용자로부터 받은 사용료의 요율 또는 금액은 저작권위탁관리업자가 문화관광부 장관의 승인을 얻어 정한다.

현재 우리나라의 저작권신탁관리단체는 다음과 같다.

<표1> 저작권신탁관리단체의 관리 분야

단체명	관리분야	신탁허가일	징수대상
한국문예학술저작권협회	어문, 연극, 미술, 사진	1989. 3. 16	도서출판, 교과서 보상금
한국방송실연자협회	방송실연자(텔런트, 성우, 코미디언 등)의 권리	2002. 2. 20	방송물의 재방송, 비디오 복제
한국방송작가협회	방송시나리오	1988. 9. 20	방송물의 재방송, 비디오 복제 등
한국복사전송권관리센터	어문저작물의 복사, 전송	2000. 11. 14	공중용 복사기에 의한 복사, 도서관에서의 전송
한국시나리오작가협회	영화시나리오	2001. 9. 12	최초 영화제작, 비디오 판매, TV방송 등
한국예술실연자단체연합회	음악실연자(가수, 연주자 등)의 권리	2000. 11. 14	온라인 전송, 전화이용서비스, 음반의 방송, 도서관에서의 전송 등
한국음악저작권협회	음악저작물(작곡, 작사, 음악출판)	1988. 2. 23	복제(음반/노래반주기), 공연(연주회/노래방/유흥/단란주점), 방송, 온라인 전송 등
한국음원제작자협회	음반제작자의 복제, 전송, 배포권	2003. 3. 17	온라인서비스, 전화이용 서비스, 음반의 방송
한국영상산업협회	비디오, DVD	2005. 11. 9	공연
한국영화제작가협회	영화저작물	2005. 11. 9	전송

저작권대리중개업은 미술, 어문, 사진, 영상, 음악, 연극, 건축, 도형 분야의 저작권을 대리하면서 수수료를 받는 형태로 사업을 하는 사업자이다. 현재 500여 개의 저작권대리중개업자가 있다.

## 라. 저작권 등록 활성화

### 1) 저작권 등록 및 대상

저작권 등록이란 저작자가 창작한 저작물에 관한 일정한 사항(저작자 성명, 창작 및 최초 공표연월일 등)과 저작재산권의 양도, 처분제한, 질권 설정 등 권리의 변동에 대한 사항을 저작권 등록부라는 공적인 장부에 등재하고 일반 국민에게 공개, 열람하도록 공시하여 등록된 사항에 대하여는 추정력이나 대항력 등 법적 효력이 부여되게 하는 것이다.

저작권(저작인접권, 데이터베이스 제작자 권리를 포함, 이하에서는 모두 '저작권'이라 함)등록부는 '1저작물 1등록부'로 작성하는 것을 원칙으로 하며, 따라서 저작권 등록 신청은 저작물마다 각각 등록한다.

등록할 수 있는 저작물의 종류는 저작권법 제4조의 어문저작물, 음악저작물, 연극저작물, 미술저작물, 건축저작물, 사진저작물, 영상저작물, 도형저작물이 포함되며, 2차적저작물(저작권법 제5조), 편집저작물(저작권법 제6조) 등이다. 또한 저작인접물(저작권과는 별도로 저작물의 구현과 제작에 따르는 일정한 노력을 저작권에 인접한 저작물)인 실연, 음반, 방송도 저작권 등록을 할 수 있다.

저작물을 출판하려는 출판권자도 정해진 권리 내용에 따라 등록을 할 수 있다. 저작물을 복제·배포할 권리를 가진 자는 발행하고자 하는 자(출판권자)에 대하여 이를 출판할 권리를 설정할 수 있고, 출판권자는 이러한 설정 출판권 및 출판권의 양도 또는 처분제한, 출판권을 목적으로 하는 질권의 권리변동에 관한 사항에 대해서도 등록을 할 수 있다. 저작권법에서는 데이터의 소재를 체계적으로 배열 또는 구성하여 그 소재를 개별적으로 접근 또는 검색할 수 있도록 하는 편집물로서 데이터베이스를 정의하고 있으며, 그 제작 또는 소재의 갱신·검증이나 보충에 인적 또는 물적으로 상당한 투자를 한 데이터베이스 제작자의 권리를 등록할 수 있도록 하고 있다.

### 2) 저작권 등록기관 및 심사

저작권 법에서는 저작권 등록은 문화관광부 장관이 저작권등록부에 기재하여 행한다고 규정하고 있으며, 법에 의해 등록업무를 저작권위원회가 위탁받아 2000년 8월 31일부터 수행하고 있다. 저작권위원회에서는 등록 대상 저작물이 저작권법상 보호받을 수 있는 최소한의 창작성을 갖춘 저작물임을

전제로 하여, 등록 신청시 제출한 구비서류가 법령상의 요건을 모두 갖추었는지 여부만 형식적으로 심사하고 있으며, 개개 저작물의 독창성의 정도와 보호 범위, 저작권의 귀속 관계 및 양도·양수 관계의 적법성 등 실체적 권리 관계까지는 심사하고 있지 않다.

### 3) 등록의 효과

저작권은 저작물의 창작과 완성이 있기만 하면 어떠한 절차나 형식이 없어도 저작자에게 권리가 발생하지만, 저작권 등록을 하면 등록된 일정한 사항에 대해 저작권법에서 부여하는 다음과 같은 직·간접적인 효과가 발생함으로써 저작자의 권리 보호를 좀 더 쉽게 할 수 있고, 나아가 저작물의 공시에 따른 간접적인 홍보 효과도 거둘 수 있다.

가) 추정력 : 저작자 또는 저작재산권자로 성명이 등록된 자는 그 등록 저작물의 저작자 또는 저작재산권자로 추정 받으며, 저작인접권자 및 데이터베이스 제작자도 이와 같다. 또한, 저작물의 창작연월일과 공표연월일, 저작인접물의 실연, 음반의 고정, 방송연월일 및 데이터베이스의 제작완료일, 갱신연월일, 공표연월일에 대해서도 해당 사실을 등록하면 법에서 부여하는 추정력을 부여 받게 된다. 아울러 등록되어 있는 저작권, 출판권 또는 저작인접권을 침해한 자는 그 침해행위에 과실이 있는 것으로 추정을 받기 때문에 등록권리자는 추정사실에 있어 입증책임을 면하며 이러한 추정사실을 부인하려는 자에게 법률상 추정을 번복할 증거를 제시하여야 하는 입증책임 전환의 효력이 발생하게 된다.

나) 대항력 : 저작재산권, 저작인접권, 데이터베이스 제작자의 권리 변동 사실이나 출판권 설정 등을 등록하면 이러한 사실에 대해 제3자에게 대항할 수 있다. 권리 변동의 사실을 등록하지 않아도 권리 변동의 당사자 사이에는 변동의 효력이 발생하지만, 당사자가 아닌 제3자가 권리 변동 사실을 부인할 때는 제3자에 대하여 변동의 유효를 주장할 수 없다.

다) 보호기간 연장 : 무명 또는 널리 알려지지 않은 이명으로 공표한 저작물의 경우 저작자가 실명을 등록하면 저작물의 보호 기간이 공표 후 50년에서 저작자 사후 50년으로 연장되는 효과가 있고, 단체명의 저작물이나 영상저작물의 경우 공표연월일을 등록하면 창작 후 50년에서 공표



시 기준으로 50년까지 연장되는 효과가 있다.

#### 4) 등록의 종류

저작권 등록의 종류는 크게 권리등록, 권리변동등록, 변경등록 등 세 가지로 나눌 수 있다.

가) 권리등록 : 저작자 또는 저작재산권자의 권리에 관한 사항을 등록하는 권리등록은 저작권 등록과 저작인접권 등록, 데이터베이스 제작자의 권리 등록의 세 가지로 나누어진다.

나) 권리변동의 등록 : 저작권 또는 저작인접권에 관한 양도·처분제한, 출판권의 설정·양도·처분제한, 질권의 설정·이전·변경·소멸 등 권리의 귀속이나 내용에 변동이 있는 경우 각 해당 사실을 등록하는 것을 말한다.

다) 변경 등록 : 이미 등록된 사실에 관하여 변경, 경정, 말소 또는 말소 회복하는 네 가지의 등록을 말한다.

#### 4. 저작권 보호 인식

문화관광부의 2006년도 “저작물 이용실태 및 저작권에 대한 의식조사” 결과에 따르면, 오프라인 상에서의 저작권 보호에 동의하는 응답은 38.9%, 그렇지 않다는 응답은 59.3%였으며, 온라인 상에서의 저작권 보호에 동의하는 응답은 12.2%, 그렇지 않다는 응답은 86.2%로 나타났다. 따라서 아직까지 우리 국민들의 저작권 보호에 대한 인식이 미비한 것으로 나타났다.

<표2> 저작권 보호에 대한 인식

(단위 : %)

내 용	그렇다		그렇지 않다		모름/무응답	
	'05	'06	'05	'06	'05	'06
오프라인 상에서의 저작권 보호 동의 여부	43.2	38.9	55.3	59.3	1.5	1.8
온라인 상에서의 저작권 보호 동의 여부	12.0	12.2	87.1	86.2	0.9	1.6

\* 주 : 전국의 15-39세 남녀 인터넷 사용자 1,000명을 표본추출하여 웹조사를 실시한 결과임  
출처 : “저작물 이용실태 및 저작권에 대한 의식조사”, 문화관광부, 2006. 12

## 2절 저작권 보호 업무

저작권을 보호하기 위한 업무는 크게 단속업무와 예방업무로 나눌 수 있다. 단속업무는 저작권을 위반한 불법물에 대해 불법물을 직접수거 및 폐기, 또는 형사 고발을 통해서 법적인 조치를 취하는 것을 말한다. 예방업무는 불법물의 복제, 전송 등 불법물의 유통이나 소비가 이루어지는 것을 교육이나 홍보 등을 통해 사전에 활성화 되지 않게 하는 것을 말한다.

### 1. 온라인 단속업무 및 실적

#### 가. 온라인 단속업무 수행 조직

온라인 단속업무는 저작권보호센터의 온라인팀에서 수행하고 있다. 온라인 팀은 불법물의 유통 매체에 따라 P2P 담당, 포털 담당, 웹하드 담당으로 구분하고 있으며, P2P사이트, 웹하드, 대형 포털사이트 등 상업적인 대규모 사이트를 중심으로 이용자 및 서비스 제공업자에 대한 단속을 실시하고 있다.

#### 1) 조직체계

<그림2> 저작권 보호센터 조직도



&lt;표3&gt; 온라인팀 인원 현황(2006년 말 기준) (단위 : 명)

담당업무	총괄	기획	P2P	포털	웹하드	계
직급	팀장	팀원	파트장 팀원	파트장 팀원	파트장 팀원	
인원	1	1	5	5	4	16
파견직			2	1	1	4

온라인 단속을 책임지고 있는 온라인팀은 2006년 말 기준 총 16명의 인원이 단속 업무를 책임지고 있다. 온라인 업무를 총괄하는 팀장과 기획업무를 담당하는 인원 1명, 각 파트별로 파트장과 팀원으로 구성되어 있다.

#### 나. 온라인 단속업무 수행 절차

온라인 단속업무는 다음과 같은 업무 수행 절차에 따라 단속업무를 실시하고 있다.

##### 1) 단계별 단속업무 절차

##### 가) 단속 모니터링 대상 목록

###### ① 단속 모니터링 목록 작성

불법물이 유통되고 있는 온라인서비스사업자(OSP)의 목록을 작성하여 지속적으로 모니터링하며, 온라인서비스사업자의 목록 작성은 다음과 같이 유관 기관으로부터 목록을 받아 온라인팀의 지속적인 모니터링하에 목록이 작성된다. 그 이외에도 기타 저작권자의 이용허락 없이 저작물을 복제, 전송하는 행위가 이루어지는 홈페이지 및 게시판에 대해 지속적인 모니터링을 통해 단속 목록을 작성한다.

##### <저작권 관련 단체의 위임 목록>

- ㉠ 영상 : 한국영상산업협회 · 한국영화제작가협회 위임 목록, 기타 위임 목록, 릴리즈 정보 확인

㉠ 음악 : 한국음원제작자협회 신탁 목록, 한국음악저작권협회 신탁 목록, 한국예술실연자단체연합회 신탁 목록, 한국음악산업협회 위임 목록, 기타 위임 목록

㉡ 출판물 : 한국복사전송권관리센터 신탁목록

## ② 2006년 단속 모니터링 목록 현황

2006년 한 해 동안 온라인팀에서 집중 단속하고 있는 포털사이트, P2P사이트, 웹하드사이트 등 온라인서비스사업자(OSP)는 총 120여개 사업자이다. 이러한 온라인서비스사업자는 영상물, 음악, 출판물을 불법적으로 유통시키거나 개인 사용자들이 저작권자의 허락없이 저작물을 유통하도록 환경을 만들어주고 있다.

영상·음악·출판물이 불법적으로 유통되는 온라인서비스는 P2P가 29개 사업자, 웹하드가 62개 사업자, 포털이 33개 사업자이다. 2006년 한 해 동안 불법 저작물이 유통되는 온라인서비스사업자에 대해 지속적으로 모니터링하고 있으며, 각각의 서비스는 3개의 콘텐츠 중 적어도 1개 이상의 콘텐츠가 불법적으로 유통되는 공간이다. 일부 온라인서비스에서는 영상·음악·출판물 중 특정 콘텐츠만이 특화되어 유통되고 있다.

### 나) 단속 과정

온라인팀에서는 온라인서비스에서 유통되고 있는 불법물에 대해서 다음과 같은 절차에 따라 단속한다.

- ① 불법물 검색
- ② 불법사이트 페이지 화면 캡처
- ③ 적발 불법물 저장
- ④ 검색 결과 취합
- ⑤ 해당 OSP에게 불법물 침해방지 협조 요청
- ⑥ OSP 및 게시자에게 불법물 삭제 요청
- ⑦ 처리결과 확인
- ⑧ 공문발송 관련 처리 및 확인
- ⑨ 불응시 민형사상 구제절차 진행

## 다. 단속 실적

## 1) 형태별 단속 실적

&lt;표4&gt; 2006년 형태별 단속 실적

구 분		적발현황		자진삭제		형사고소		삭제불가	
조 명	분야	건	점	건	점	건	점	건	점
P2P	음악	5,182	2,322,467	5,179	2,316,667	-	-	3	5,800
	영상	9,019	206,309	8,958	204,215	-	-	125	4,912
	출판	77	365,742	77	365,742	-	-	-	-
	소계	14,278	2,894,518	14,214	2,886,624	-	-	128	10,712
포털	음악	1,843	4,550,418	1,817	4,473,635	-	-	26	76,783
	영상	26,186	301,074	26,530	295,459	-	-	563	9,799
	출판	312	1,690,851	309	1,682,515	-	-	3	8,336
	소계	28,341	6,542,343	28,656	6,451,609	-	-	592	94,918
웹하드	음악	3,060	1,682,115	2,960	1,630,623	-	-	100	51,492
	영상	158	16,439	162	17,076	-	-	8	641
	출판	12	18,569	11	18,562	-	-	1	7
	소계	3,230	1,717,123	3,133	1,666,261	-	-	109	52,140
계		45,849	11,153,984	46,003	11,004,494	-	-	829	157,770

2006년 한 해 동안 P2P의 불법 복제물 단속을 통해 289만여 점에 대해 14,278건 적발, 288만여 점에 대한 14,214건의 자진삭제가 이루어졌다. 포털 사이트의 불법 복제물 단속을 통해 654만여 점에 대해 28,341건 적발, 645만여 점에 대해 28,656건의 자진삭제가 이루어졌다. 웹하드의 불법 복제물 단속을 통해 171만여 점에 대해 3,230건의 적발, 166만여 점에 대해 3,133건의 자진삭제가 이루어졌다. 2006년의 단속은 11,153,984점에 대해 45,849건의 적발과 11,004,494점에 대해 46,003건의 자진삭제가 이루어졌으며, 형사고소는 한 건도 발생하지 않았다.

## 2) 콘텐츠별 단속 실적

&lt;표5&gt; 음악물 단속 실적

월	단속 내용	P2P	웹하드	포털	소계
1월	적발아이디(건)	44	252	2	298
	저작물삭제(점)	136,780	570,360	11,410	718,550
2월	적발아이디(건)	92	138	30	260
	저작물삭제(점)	105,341	265,165	42,081	412,587
3월	적발아이디(건)	65	635	125	825
	저작물삭제(점)	110,740	137,030	145,715	393,485
4월	적발아이디(건)	124	55	337	516
	저작물삭제(점)	215,139	239,129	151,352	605,620
5월	적발아이디(건)	173	52	199	424
	저작물삭제(점)	319,029	234,289	191,492	744,810
6월	적발아이디(건)	100	68	137	305
	저작물삭제(점)	81,402	181,522	127,703	390,627
7월	적발아이디(건)	72	82	108	262
	저작물삭제(점)	119,767	424,050	250,348	794,165
8월	적발아이디(건)	4,137	196	41	4,374
	저작물삭제(점)	117,636	464,484	192,516	774,636
9월	적발아이디(건)	76	125	27	228
	저작물삭제(점)	352,145	577,221	100,195	1,029,561
10월	적발아이디(건)	45	56	37	138
	저작물삭제(점)	153,280	304,159	152,910	610,349
11월	적발아이디(건)	197	45	50	292
	저작물삭제(점)	231,586	434,215	180,352	846,153
12월	적발아이디(건)	54	113	1,867	2,034
	저작물삭제(점)	373,822	642,011	84,549	1,100,382
계	적발아이디(건)	5,179	1,817	2,960	9,956
	저작물삭제(점)	2,316,667	4,473,635	1,630,623	8,420,925

2006년 한 해 동안 P2P상에서의 음악 불법물 단속을 통해 5,179건의 아이디를 적발, 231만여 점의 저작물이 삭제되었다. 웹하드의 경우, 음악 불법복제물 단속을 통해 1,817건의 아이디가 적발, 447만여 점의 삭제가 이루어졌으며, 포털사이트에서는 각각 2,960건 적발, 163만여 점이 삭제되었다. 2006년 단속기간 중 월별로 볼 때, 8월이 4,374점으로 적발 아이디 건수가 가장 많았으며, 저작물 삭제는 12월이 110만여 점으로 가장 많이 이루어진 것으로 나타났다. 2006년 단속을 통해 총 9,956건의 아이디가 적발, 842만여 점의 저작물이 삭제되었다.

&lt;표6&gt; 영상물 단속 실적

월	단속 내용	P2P	웹하드	포털	소계
1월	적발아이디(건)	681	1816	38	2,535
	저작물삭제(점)	21,533	19,690	4,002	45,225
2월	적발아이디(건)	540	1,698	16	2,254
	저작물삭제(점)	14,244	8,755	1,439	24,438
3월	적발아이디(건)	10	415	14	439
	저작물삭제(점)	326	3,619	1,019	4,964
4월	적발아이디(건)	404	595	15	1,104
	저작물삭제(점)	10,376	5,387	526	16,289
5월	적발아이디(건)	554	226	7	787
	저작물삭제(점)	15,385	6,643	675	22,703
6월	적발아이디(건)	544	970	6	1,520
	저작물삭제(점)	9,065	10,070	238	19,373
7월	적발아이디(건)	1,537	3,564	22	5,123
	저작물삭제(점)	26,786	29,824	2,817	59,427
8월	적발아이디(건)	960	3,270	0	4,230
	저작물삭제(점)	18,859	57,691	0	76,550
9월	적발아이디(건)	634	2,500	6	3,140
	저작물삭제(점)	14,124	29,041	564	43,729
10월	적발아이디(건)	160	2,281	14	2,455
	저작물삭제(점)	12,078	32,254	750	45,082
11월	적발아이디(건)	1,387	6,440	21	7,848
	저작물삭제(점)	19,782	47,460	2,706	69,948
12월	적발아이디(건)	1,547	2,755	3	4,305
	저작물삭제(점)	41,657	45,025	2,340	89,022
계	적발아이디(건)	8,958	26,530	162	35,650
	저작물삭제(점)	204,215	295,459	16,058	515,732

2006년 한 해 동안 P2P상에서의 영상 불법물 단속을 통해 8,958건의 아이디를 적발, 20만여 점의 저작물이 삭제되었다. 웹하드의 경우, 영상 불법 복제물 단속을 통해 26,530건의 아이디가 적발, 30만여 점의 삭제가 이루어졌으며, 포털사이트에서는 각각 162건 적발, 1만6천여 점이 삭제되었다. 2006년 단속기간 중 월별로 볼 때, 11월이 7,848건으로 적발 아이디 건수가 가장 많았으며, 저작물 삭제는 12월이 8만9천여 점으로 가장 많이 이루어진 것으로 나타났다. 2006년 단속을 통해 총 35,650건의 아이디가 적발, 52만여 점의 저작물이 삭제되었다.

&lt;표7&gt; 출판물 단속 실적

월	단속 내용	P2P	웹하드	포털	소계
1월	적발아이디(건)	1	35	0	36
	저작물삭제(점)	3,701	134,277	0	137,978
2월	적발아이디(건)	0	12	0	12
	저작물삭제(점)	0	41,013	0	41,013
3월	적발아이디(건)	0	1	3	4
	저작물삭제(점)	0	5,887	103	5,990
4월	적발아이디(건)	0	0	0	0
	저작물삭제(점)	0	0	0	0
5월	적발아이디(건)	0	1	3	4
	저작물삭제(점)	0	10,070	38	10,108
6월	적발아이디(건)	0	1	0	1
	저작물삭제(점)	0	198	0	198
7월	적발아이디(건)	2	23	2	27
	저작물삭제(점)	12,550	148,414	18,410	179,374
8월	적발아이디(건)	20	56	0	76
	저작물삭제(점)	58,116	241,050	0	299,166
9월	적발아이디(건)	14	49	2	65
	저작물삭제(점)	48,547	270,848	10	319,405
10월	적발아이디(건)	25	45	1	71
	저작물삭제(점)	101,307	236,298	1	337,606
11월	적발아이디(건)	7	49	0	56
	저작물삭제(점)	99,267	284,336	0	383,603
12월	적발아이디(건)	8	37	0	45
	저작물삭제(점)	42,254	310,124	0	352,378
계	적발아이디(건)	77	309	11	397
	저작물삭제(점)	365,742	1,682,515	18,562	2,066,819

2006년 한 해 동안 P2P상에서의 출판 불법물 단속을 통해 77건의 아이디를 적발, 37만여 점의 저작물이 삭제되었다. 웹하드의 경우, 출판 불법 복제물 단속을 통해 309건의 아이디가 적발, 168만여 점의 삭제가 이루어졌으며, 포털사이트에서는 각각 11건 적발, 1만9천여 점이 삭제되었다. 2006년 단속기간 중 월별로 볼 때, 8월이 76건으로 적발 아이디 건수가 가장 많았으며, 저작물 삭제는 11월이 38만여 점으로 가장 많이 이루어진 것으로 나타났다. 2006년 단속을 통해 총 397건의 아이디가 적발, 200백만여 점의 저작물이 삭제되었다.

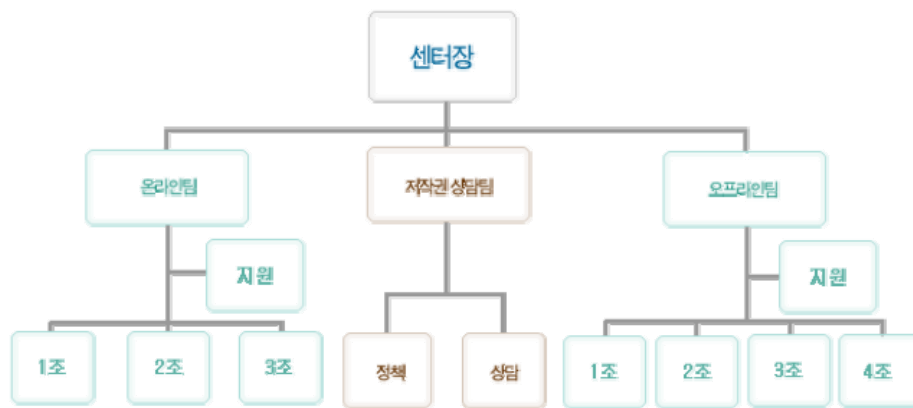


2. 오프라인 단속업무 및 실적

가. 오프라인 단속업무 수행 조직

오프라인 단속업무는 저작권보호센터 오프라인팀이 수행하며, 조직과 인원은 다음과 같다.

<그림3> 저작권 보호센터 조직도



오프라인 단속은 출판, 음악, 영상 등 관련 불법물이 유통되는 도·소매상 및 제작업체에 대해 단속하고 있다. 또한 불법 저작물 통합신고사이트를 통해 일반인이 불법저작물을 신고하여 단속의 사각지대를 최대한 극복하고 있다.

<표8> 오프라인팀 인원 현황(2006년 말 기준) (단위 : 명)

담당업무	수도권 1조	수도권 2조	영남권	호남권	계
직급	조장 팀원	조장 팀원	조장 팀원	조장 팀원	
인원	3	3	3	3	12

오프라인 단속을 책임지고 있는 오프라인팀은 2006년 말 기준 총 12명의 인원이 단속 업무를 책임지고 있다. 오프라인팀은 권역별로 단속 업무가 이루어지고 있기 때문에 수도권 2개조, 영남권, 호남권 등 총 4개 조로 구성되어 있으며, 각각의 조에는 조장과 팀원으로 인원이 배치되어 있다.

## 나. 단속원칙

### 1) 수거 원칙

불법물을 적발하는 경우 1차 적발시 경고와 함께 수거를 원칙으로 하고 불법 행위의 빈도, 규모 및 기타 사정을 종합하여 이에 따라 고소 및 고발 조치를 한다. 다만 규모에 있어서 소의 이익, 소송 경제, 기소 가능성 등을 고려하여 고소·고발한다.

### 2) 고소·고발 원칙(수거 원칙의 예외)

#### 가) 음반·영상

- ① 동일한 불법 행위로 2회 이상 적발되었을 경우 고소 및 고발 조치
- ② 음반 및 영상물의 경우 적발된 불법 복제물의 수량이 종류를 불문하고 100개를 상회하는 경우 또는 판매가 환산시 100만원을 초과하는 경우 고발

#### 나) 출판

- ① 동일한 불법 행위로 2회 이상 적발되었을 경우 고소 및 고발 조치
- ② 적발 불법물이 단일 1종 10부 이상, 총 5종 이상인 경우 고소 및 고발
- ③ 단일 1종이라도 100부를 상회하는 경우 고소 및 고발
- ④ 적발 불법물이 판매가 환산시 100만원을 초과하는 경우 고소 및 고발
- ⑤ 적발 빈도와 규모가 기준 미만이라도 즉, 1회 적발의 경우이고 적발된 불법물이 소량인 경우라도 기업형인 경우 고소 및 고발
- ⑥ 적발의 빈도 및 규모와 관계없이 적발시 피단속자가 단속요원에 대하여 폭력행사, 공포감 조성, 단속기물의 손괴 등의 적극적인 반발을 행하는 경우 고소 및 고발
- ⑦ 복사이용허락계약 여부에 따라 고소·고발 절차가 다름

㉓ 복사이용허락계약 체결 업소의 경우

- 낱장 복사 가능
- 전권 복사 고소

㉔ 복사이용허락계약 미체결업소의 경우

- 낱장·전권 복사 모두 고소

다. 오프라인 단속업무 수행 절차

1) 단계별 단속업무 절차

가) 단속 장소 목록 작성 방법

① 영상·음악

- 불법 복제물을 제작 및 판매하는 자
- 노점상, 비디오샵, DVD방 등
- 불법 제작업자 등의 불법물 보관 창고
- 무등록 영상, 음악제작업자 및 등록 취소 후 영업을 하는 자
- 외국 영상물을 신고없이 수입, 제작한 자
- 영상물등급위원회의 심의를 받지 않은 비디오물 또는 심의를 받은 경우 심의 내용과 다른 비디오물을 제작한 자

② 출판물

- 1순위 : 불법복제간행물 유통점, 학원, 인쇄소, 대형 복사업소
- 복사이용허락계약 미체결 또는 사용료 5회 이상 미납업소 : 복사업소, 공중용 복사기운용자(기업체 등)
- 복사이용허락계약 체결 복사업소 : 복사업소, 공중용 복사기운용자(기업체 등)

## 나) 단속 장소 목록 현황

영상물과 음반은 유동 인구가 많은 곳에서 노점상의 형태로 불법 복제물을 판매하며, 출판물의 복제는 대학가를 중심으로 대규모적으로 이루어지고 있기 때문에 대학가 주변의 복사 업소를 중심으로 단속 업소의 목록을 만들고 있다.

### ① 불법 영상물 판매 노점 현황

영상물의 불법 복제 판매 노점은 전국에 500여개 이상이 있는 것으로 확인되고 있다. 주로 유동 인구가 많은 곳에서 노점을 통해 판매하고 있는데 전국 500여개 노점 가운데 400여개가 서울에 집중되어 있다. 특히 강남의 대치동(선릉역 주변), 삼성동(삼성역 주변), 역삼동, 구의동(테크노마트 주변), 여의도 일대, 이태원 일대, 용산전자상가 일대, 종로 일대, 서소문동 일대, 을지로 일대 등에 노점 판매가 많이 있다. 경기도 지역은 고양, 광명, 구리, 부천, 성남, 평택, 수원, 안산, 의정부, 인천 등지에서 노점 판매가 많으며 구미, 김해, 대구, 대전, 부산, 진주, 천안, 청주, 포항과 고속도로휴게소에 불법 복제된 영상물을 판매하는 노점이 있다.

### ② 불법 음반 판매 노점 현황

최근에 온라인을 통한 불법 복제물의 유통이 활성화 되어 상대적으로 오프라인의 음반 불법 복제 노점은 줄어드는 추세에 있다. 그러나 전국적으로 660여개의 음반 불법 복제 판매 노점이 있으며 서울 및 수도권 보다는 지방에 많이 분포하고 있다. 서울은 강동구 및 천호동 주변, 미아·수유 지역, 노원 상계 및 창동 일대, 답십리 일대, 돈암동 지역, 가락시장 주변, 신천동, 면목역 주변, 상봉터미널 등에 120여개의 노점이 있다.

지방은 광주광역시 40여개, 대구시 100여개, 부산 60여개, 인천 25여개, 구리(수택동, 원평동 일대) 50여개, 부천 30여개의 노점이 있으며 구미, 나주, 남원, 동두천, 마산, 성남, 수원, 순천, 안산, 여수, 오산, 용인, 의정부, 익산, 화순, 전주, 정읍, 천안, 파주, 포항, 고속도로 및 국도 휴게소 100여개 등 전국적으로 노점이 분포하고 있다.

## ③ 불법 복제·복사 업소 현황

출판물의 불법 복제가 이루어지는 곳은 기업체, 학원, 대학가이며 특히 대학가 주변의 복사 업체에서 행해지는 불법 복제가 대량으로 이루어지고 있기 때문에 대학가 주변의 불법 복제·복사 업소를 관리하고 있다.

대량으로 불법 복제가 이루어지는 대학가 주변의 복사 업소는 420여개 정도이며 거의 모든 대학가 주변 복사 업소가 불법 복사를 통한 출판물의 저작권을 침해하고 있다.

## 다) 단속 과정

## &lt;음악·영상 분야&gt;

## ① 단속요원 교육

- 계도반원의 소속, 성명 및 계도의 내용 설명
- 단속 관련 법률 및 처벌 조항 등 숙지
- 불법물 식별 요령 숙지
- 불법물 수거 및 경고 조치시 수거증 교부 등

## ② 현장 점검

## ③ 물품 확인 및 협조 요청

## ④ 수거조치 또는 형사고발

## ⑤ 수거증 교부

## &lt;출판&gt;

## ① 단속 전 확인 사항 숙지

## ② 계도

## ③ 불법복제간행물단속지침 발급

## ④ 저작물 복제를 위한 복사이용허락계약 체결 여부 확인

## ⑤ 불법복제간행물 발견 및 불법사항 고지

## ⑥ 불법복제간행물 수거확인서 발급

## 라. 단속실적

## 1) 형태별 단속 실적

&lt;표9&gt; 2006년 형태별 단속 실적

구분	종별 및 규격		적발현황(계)	형사고발	수거조치
음반	카세트(개)		67,890	9,911	57,979
	음악CD(매)		20,832	8,357	12,475
	기기류(대)		-	-	-
	인쇄물(Box)		-	-	-
	기타(점)		-	-	-
	소계	일반(건)	666	16	650
일반(점)		88,722	18,268	70,454	
비디오물	비디오(개)		1,314	591	723
	VCD(매)		6,222	4,165	2,057
	DVD(매)		97,250	25,221	72,029
	기기류(대)		5	5	-
	인쇄물(Box)		-	-	-
	기타(점)		506	1	1,792
	소계	일반(건)	500	64	436
일반(점)		106,584	29,983	76,601	
음란(건)		13	1	12	
음란(점)		1,272	338	934	
출판	출판물(부)	출판(건)	419	-	419
		출판(점)	13,365	-	13,365
총계	일반(건)		1,585	80	1,505
	일반(점)		208,671	48,251	160,420
	음란(건)		13	1	12
	음란(점)		1,272	338	934

2006년 한 해 동안 오프라인 상에서의 음반 불법 복제물 단속을 통해 666건(88,722점)이 적발되어 16건(18,268점)이 형사고발 되었으며, 650건(70,454점)에 대해 수거조치가 이루어졌다. 비디오 불법 복제물은 음란물을 제외한 일반물에 대해 500건(106,584점)이 적발, 64건(29,983점) 형사고발, 436건(76,601점)이 수거되었다. 또한 출판 불법 복제물의 경우 419건(13,365점)이 적발되었으나 형사고발은 한 건도 발생하지 않았으며, 419건(13,365점)이 수거조치되었다. 2006년의 오프라인 불법 복제물 단속에서는 일반물에 대해 총 1,585건(208,671점)이 적발되었으며, 80건(48,251점)이 형사고발 조치되고, 1,505건(160,420점)이 수거되었다.

## 2) 콘텐츠별 단속 실적

&lt;표10&gt; 음악물 단속 실적

월	단속 내용	건수	카세트 테잎(개)	음악CD (매)	소계 (수량)
1월	형사의뢰	3	501	108	609
	수거/지도조치	120	4,993	1,087	6,080
2월	형사의뢰	0	0	0	0
	수거/지도조치	75	3,335	824	4,159
3월	형사의뢰	2	7,400	7,400	14,800
	수거/지도조치	9	680	85	765
4월	형사의뢰	0	0	0	0
	수거/지도조치	73	8,452	2,476	10,928
5월	형사의뢰	3	521	156	677
	수거/지도조치	88	6,819	1,702	8,521
6월	형사의뢰	3	762	275	1,037
	수거/지도조치	75	9,335	791	10,126
7월	형사의뢰	0	0	0	0
	수거/지도조치	61	7,286	752	8,038
8월	형사의뢰	0	0	0	0
	수거/지도조치	50	6,561	1,723	8,284
9월	형사의뢰	2	175	63	238
	수거/지도조치	14	1,364	825	2,189
10월	형사의뢰	2	492	197	689
	수거/지도조치	65	7,299	1,591	8,890
11월	형사의뢰	1	60	158	218
	수거/지도조치	20	1,855	619	2,474
12월	형사의뢰	0	0	0	0
	수거/지도조치	0	0	0	0
계	형사의뢰	16	9,911	8,357	18,268
	수거/지도조치	650	57,979	12,475	70,454

2006년 음반 불법 복제물 단속에서 카세트 테잎은 9,911개가 형사의뢰되었고 57,979개에 대해 수거·지도 조치가 이루어졌다. 음악 CD의 경우 8,357매가 형사의뢰되고, 12,475매에 대해 수거·지도 조치가 취해졌다.

&lt;표11&gt; 영상물 단속 실적

월	단속 내용	건수	비디오 (개) 일반	VCD(매) 일반	DVD(매) 일반	복제기 (기)	기타 (점)	소계 (수량) 일반
1월	형사의뢰	12	0	0	6,777	0	1	6,778
	수거/지도조치	13	35	3	1,299	0	505	1,842
2월	형사의뢰	4	0	0	1,172	0	0	1,172
	수거/지도조치	21	7	50	1,167	0	0	1,224
3월	형사의뢰	2	0	3,950	220	0	0	4,170
	수거/지도조치	5	2	0	1,621	0	0	1,623
4월	형사의뢰	8	43	0	5,476	0	0	5,519
	수거/지도조치	44	114	1,674	7,387	0	0	9,175
5월	형사의뢰	4	303	149	745	0	0	1,197
	수거/지도조치	29	0	40	5,764	0	0	5,804
6월	형사의뢰	7	0	0	2,333	0	0	2,333
	수거/지도조치	35	0	0	5,662	0	0	5,662
7월	형사의뢰	3	0	0	1,569	0	0	1,569
	수거/지도조치	76	360	0	9,501	0	0	9,861
8월	형사의뢰	8	182	0	1,767	0	0	1,949
	수거/지도조치	31	73	0	4,896	0	0	4,969
9월	형사의뢰	0	0	0	0	0	0	0
	수거/지도조치	30	0	0	6,371	0	0	6,371
10월	형사의뢰	5	0	0	1,564	0	0	1,564
	수거/지도조치	35	0	270	4,696	0	0	4,966
11월	형사의뢰	7	63	469	1,145	5	0	1,682
	수거/지도조치	50	48	20	7,198	0	0	7,266
12월	형사의뢰	4	0	0	2,050	0	0	2,050
	수거/지도조치	67	84	0	16,467	0	0	1,287
계	형사의뢰	64	591	4,568	24,818	5	1	29,983
	수거/지도조치	436	723	2,057	72,029	0	1,792	76,601

2006년 영상 불법 복제물 단속에서 비디오(일반)는 591개가 형사의뢰되고, 723개에 대해 수거·지도 조치가 이루어졌다. VCD와 DVD는 각각 4,568매, 24,818매가 형사의뢰되었고, 2,057매, 72,029매가 수거·지도되었다. 복제기에 대해서는 5기가 형사의뢰되었으며 수거·지도조치는 한 건도 발생하지 않았다. 기타 영상물에 대해서는 1점이 형사의뢰되었고, 1,792점에 대해 수거·지도 조치가 이행되었다.



&lt;표12&gt; 출판물 단속 실적

월	단속 내용	건수	출판물 (부)
1월	수거/지도조치	1	8
2월	수거/지도조치	5	24
3월	수거/지도조치	159	7,605
4월	수거/지도조치	1	66
5월	수거/지도조치	16	914
6월	수거/지도조치	24	776
7월	수거/지도조치	18	278
8월	수거/지도조치	30	734
9월	수거/지도조치	122	2,750
10월	수거/지도조치	16	121
11월	수거/지도조치	27	89
12월	수거/지도조치	0	0
계	수거/지도조치	419	13,365

2006년 출판 불법 복제물 단속에서 출판물은 419건에 걸쳐 13,365부가 적발되어 수거·지도조치되었다. 특히, 신학기인 3월과 9월 단속에서의 수거·지도는 281건(10,355부)으로, 2006년도 총 건수(부수)의 약 70% 내외를 차지한 것으로 나타나 신학기철에 불법 복제가 집중되어 있음을 알 수 있다.

### 3. 예방 활동

#### 가. 저작권신탁관리 및 불법저작물 신고

##### 1) 업무 내용

##### 가) 저작권신탁관리 지원

불법적인 저작물의 이용과 유통에 대하여 저작권자·저작인접권자 또는 권리단체가 정당한 권리를 실현할 수 있도록 도와주는 한편 불법의 근절을 통해 공정한 이용 질서가 정착될 수 있도록 저작권신탁관리단체와 관계기관·단체 등의 불법 저작물 침해방지 활동을 다양한 방법으로 지원하고 있다.

## 나) 불법 저작물 신고

불법 저작물은 단속의 한계가 있기 때문에 불법 저작물에 대한 신고가 필요하다. 불법저작물의 신고는 전화와 인터넷 신문고 등 온라인으로 할 수 있으며 우편이나 저작권보호센터를 방문하여 신고할 수 있다.

불법저작물에 대해서는 누구나 신고할 수 있으며, 신고된 사항은 사실 조회와 법률 검토 등 일정한 절차를 거쳐 심사한 후 필요한 경우 저작권자 및 권리자단체의 권리 구제 절차 진행과 수사 기관 등에 의한 법적 조치가 가능하도록 지원하고 있다. 신고·제보자의 신분에 대해서는 스스로 허락한 경우를 제외하고는 비밀을 보장한다.

&lt;표13&gt; 불법 저작물 신고 실적

분야	온라인	영상	39
		음악	108
		출판	14
		소계	161
	오프라인	영상	60
		음악	10
		출판	7
		소계	77
신고방법	인터넷	155	
	전화	79	
	내방	2	
	서신	2	
총 계		238	

## 나. 교육 및 홍보 활동

불법 저작물의 유통과 이용을 근절하기 위해서는 단속 등의 직접적인 방법과 더불어 불법 저작물을 유통하는 사업자와 이를 이용하는 이용자에 대한 저작권 관련 교육과 인식 제고를 위한 홍보 활동이 필요하다.

## 1) 교재 보급

저작권 관련 교육은 관련 업계와 일반 국민의 저작권 의식문화를 향상하기 위해 다양하고 광범위하게 실시하고 있다. 2006년에는 「네티즌이 알아야 할 저작권 상식」 등 일반인 누구나 쉽게 저작권 지식을 습득할 수 있도록

알기 쉬운 교육교재를 제작·보급하였다.

## 2) 저작권 아카데미 운영

인터넷 등 새로운 매체환경에서 저작권 침해 위험에 직접 노출되어 있는 청소년을 대상으로 온라인·오프라인을 통한 저작권 아카데미를 운영하고 있다. 교육과정은 크게 출판인 과정, 인터넷서비스사업자 과정, 영화 업무 종사자 과정, 만화·애니메이션·캐릭터 업무 종사자 과정, 음악산업인 과정 등으로 나뉘어져 운영되고 있다. 주요 교육대상은 만화·애니메이션·캐릭터 관련 업무 종사자 및 관련단체 저작권 담당자와 저작권 관련단체 및 기관 종사자 등이다. 교육내용은 주로 저작권 제도 및 법령, 저작권 실무, 문화산업의 현황과 미래 등의 주제에 관해 이루어지며, 실무 및 사례중심의 강의식 교육과 토론이 병행되어 진행된다.

## 3) 홍보

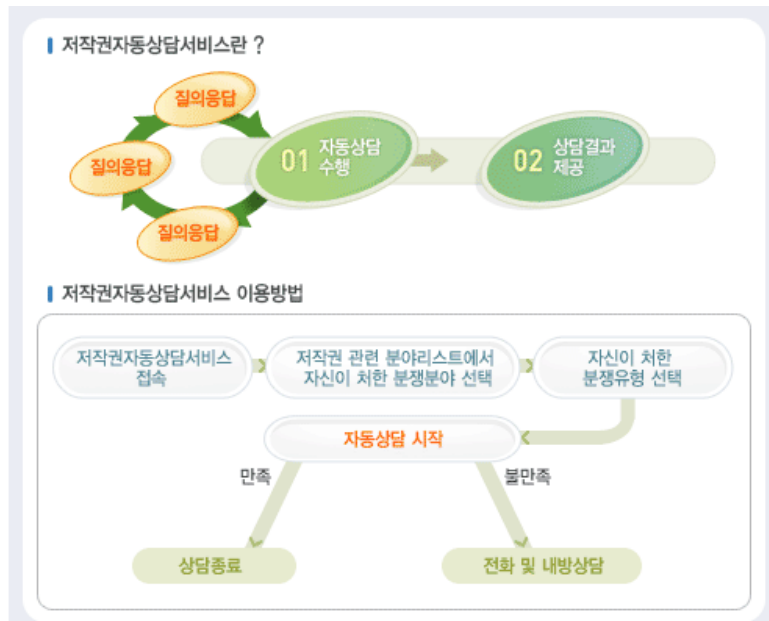
저작물 이용허락 표시제도나 불법 저작물 신고제도 등 건전한 이용질서 확립을 위한 새로운 시스템을 다양한 방법으로 홍보하고 불법적인 저작물 이용을 금지하고 정품 사용을 권장하는 캠페인을 전개하였다.

## 다. 저작권 상담

### 1) 저작권 상담 업무

저작권자 뿐만 아니라 저작권 현장에서 직접적인 이해관계가 있는 누구나 저작권 상담센터를 통해 기본적인 법률 상담을 온라인 및 오프라인으로 지원받을 수 있다. 이를 통하여 각 분야 저작권의 침해에 대한 사항뿐만 아니라 저작물의 불공정거래 및 이용자 피해 사례에 이르기까지 저작권의 행사와 이용을 둘러싼 모든 사항을 상담할 수 있다.

<그림4> 저작권자동상담서비스 흐름도



<표 14> 전화 및 내방상담 서비스

<p><b>전화상담</b></p> <p>TEL : 02)2600-8500~8501</p> <p>· 상담시간 : 09:00 ~ 18:00 (평일)</p>	<p><b>내방상담</b></p> <p>구체적인 상담을 원하는 경우에는 <b>사전에 예약</b>한 후 상담에 필요한 자료를 지참하고 내방 하여 <b>전문가의 상담</b>을 받을 수 있습니다.</p>
--	--

주소 : 서울시 강서구 화곡5동 1063-3 중앙빌딩 3층

<표 15> 상담 실적

상담방법	계
자동상담서비스	14,548
인터넷	795
전화	5,700
서신	60
내방	119
<b>총계</b>	<b>21,222</b>

## 3장 불법물의 유통 경로 및 이용 현황

### 3장 불법물의 유통 경로 및 이용 현황

#### 1절 불법물 유통 경로

##### 1. 온·오프라인 유통 경로 파악

###### 가. 온라인 불법 저작물

최초의 온라인 불법 저작물은 정품 구매자 또는 비공식적으로 콘텐츠를 입수한 자가 이를 디지털화하여 온라인상에 업로드함으로써 만들어진다. 이러한 불법물 제작은 유사한 시기에 동시다발적으로 진행되며, 반드시 영리를 목적으로 이루어지는 것은 아니라는 특징이 있다. 이후에는 동일한 콘텐츠에 대하여 불법물이 재차 제작되기 보다는, 제작된 불법물이 온라인상에서 활발히 유통됨으로써 불법물 시장의 규모가 확대된다.

온라인 상에서 유통되는 각각의 콘텐츠들이 저작권자와 정식 계약을 체결하였거나 사용 동의를 얻었는지 모두 확인하는 것은 불가능하다. 따라서 각 콘텐츠의 불법성은 동 콘텐츠가 유통된 사이트가 저작권자와 정식 계약을 체결하였는지를 기준으로 판단하게 된다. 해당 콘텐츠가 유통된 사이트가 저작권자와 정식 계약을 체결하지 않았다면, 현재 유통자 또는 이용자가 온라인상에서 저작권자에게 사용료를 지급할 수 있는 별도의 시스템이 마련되어 있지 않으므로 예외없이 불법물이라고 볼 수 있다.

따라서 온라인 불법 저작물의 유통은 저작권자와 정식 계약을 체결하지 않은 온라인사이트를 중심으로 이루어지고 있다. 저작권보호센터가 정식 계약 체결 여부 확인 작업과 이용자 인터뷰 등을 바탕으로 2006년 말 기준 선정된 불법물 유통 사이트는 총 123개이며, 온라인 부분 단속 업무도 여기에 집중되어 이루어지고 있다.

###### 나. 오프라인 불법 저작물

오프라인 불법 저작물 중 음악물과 영상물은, 온라인 불법 저작물과 달리 주로 영리를 목적으로 하는 소수 업자에 의하여 최초 제작된다. 오프라인 불법 저작물 중 출판물은 학생, 기업체 근무자 등이 직접 불법복제하여 사용하

는 경우와, 복사업소, 학원가 등에서 판매 목적으로 대량 불법 복제물을 제작하는 경우로 나뉘어진다. 또한 음악물과 영상물의 경우에는 제작과 유통이 대부분 영리를 목적으로 이루어지는 반면, 출판물의 경우에는 영리를 목적으로 하지 않는 제작과 유통이 큰 비중을 차지하는 특징이 있다.

오프라인 불법 저작물은 온라인 불법 저작물과 비교하여 상대적으로 오랜 기간 지속되어 온 불법행위이며, 다년간의 콘텐츠별 단속업무를 통해 음성적인 판매거점을 파악해왔다. 음악물·영상물·출판물 각각 전국의 500개, 666개, 419개 지점에서 유통되고 있는 것으로 확인되었으나, 이러한 수치는 음악·영상 불법물 판매 노점상과 대학가 불법 복사업소만을 반영한 것이다. 다각적인 단속 과정에서 불법 복제 행태가 발견된 DVD방, 사설보습학원, 기업체 및 공공기관 등은 제외된 현황이며, 이러한 불법물 제작 및 유통에 대해서도 단속의 범위를 확대하고 있다.

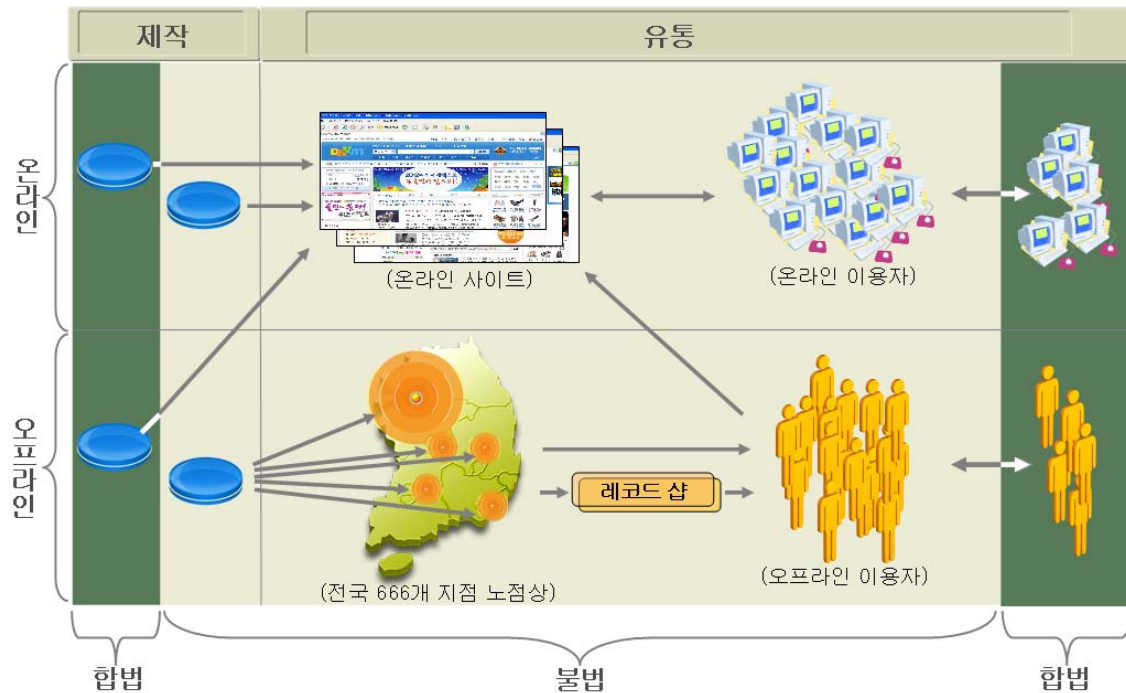
따라서 오프라인 불법 음악·영상물의 경우, 레코드샵, DVD방 등 불법복제를 통해 영리 취득이 가능한 모든 형태가 불법물 유통경로로 파악되고 있다. 오프라인 불법 출판물의 경우에는, 영리를 목적으로 불법복제가 이루어지는 것은 일부에 불과하므로, 대학가 주변 불법복제부터 공공기관 내 불법복제까지 저작권법에 위배되는 행위로 적발되었거나 적발될 것으로 예상되는 모든 행태를 불법 유통 경로로 간주하고 있다.

## 2. 콘텐츠별 불법물 유통경로

### 가. 불법 음악물 유통 경로

온·오프라인 불법 음악물에 대한 지속적인 모니터링으로 파악된 주요 유통 경로는 아래와 같다.

&lt;그림5&gt; 불법 음악물의 유통 경로



### 1) 온라인 불법 음악물 유통

온라인 불법 음악물의 경우, 합법적으로 판매되는 디지털 음원이 온라인 사이트를 통해 유통되거나, 이러한 디지털 음원이 불법 복제된 후 온라인 사이트로 유입된다. 주요 100여개 사이트를 통해 유통되는 불법 음악물은 온라인 이용자의 다운로드나 스트리밍 등을 통해 이용되는 동시에, 수동 또는 자동으로 다른 사이트에 업로드 되어 불법물 유통량이 급속도로 증가하게 된다. 조사결과 온라인상에서 음악물을 이용하는 자는 1개 이상 사이트를 동시에 사용하고 있으므로 최초로 특정 사이트에 등장한 음원은 단시간 내에 다른 사이트에 출현하게 된다. 그러나 사이트가 아닌 이메일, 메신저, 개인홈페이지 등을 통해 개인 간 유통되는 음악물은 현재 합법으로 규정되고 있다.

### 2) 오프라인 불법 음악물 유통

오프라인 불법 음악물의 경우, 정식으로 판매되는 음악 CD, 테잎 등을 이용하여 영리를 목적으로 한 불법 복제가 전문적으로 이루어진다. 제작된 불법 음악물은 전국 각지의 500여 지점 노점상으로 유통되어, 레코드샵이나 최종 이용자로 흘러들어가게 된다. 최종 이용자 중 일부는 이를 디지털 음원으로



로 전환하여 온라인상에 유포시키게 되며, 100여개 사이트를 통해 온라인 이용자 측으로 재차 유입된다.

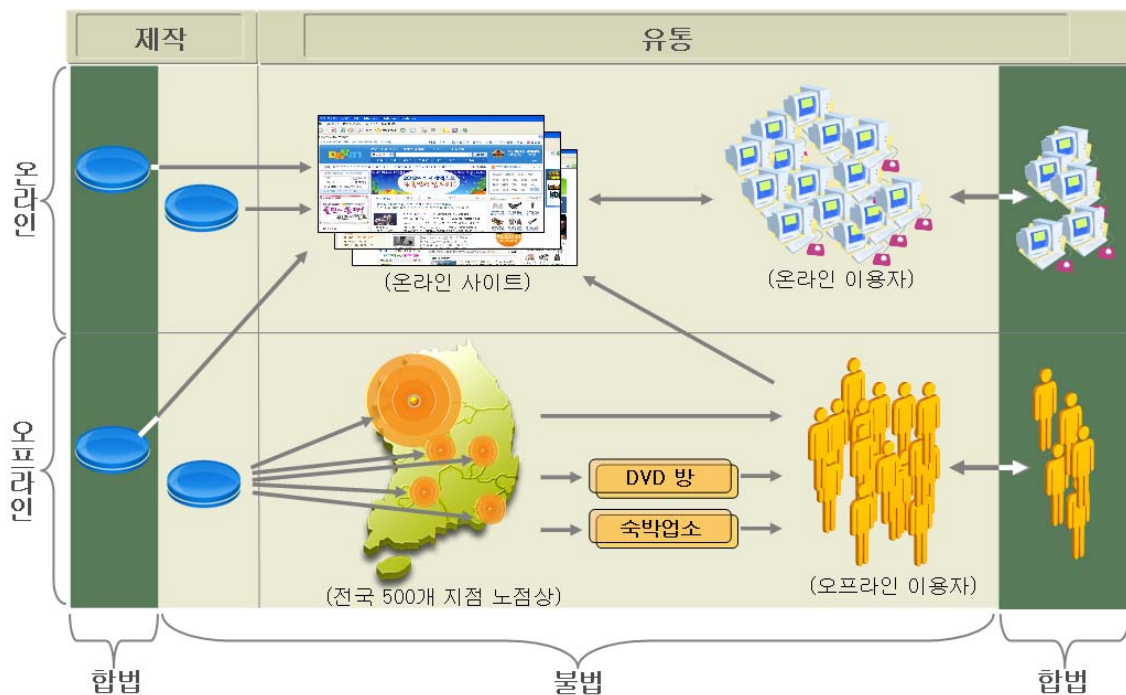
### 3) 불법 음악물 유통 경로의 전반적 특징

온라인 불법 유통량과 오프라인 불법 유통량의 격차가 점차 커지고 있으며, 대부분의 불법 유통이 온라인상에서 이루어지고 있다. 오프라인 불법물 유통은 서울 외 지역을 중심으로 이루어지고 있으나, 500여 지점 중 유통이 활발히 이루어지는 곳은 휴게소를 포함하여 소수에 그치고 있다. 또한 레코드샵을 통한 오프라인 불법 음악물 유통은 거의 발견되지 않고 있다. 특히 현재 발매되는 오프라인 음반 중에는 디지털화가 불가능한 경우가 있어, 온·오프라인 간의 불법 유통보다는 온라인상에서만 이루어지는 불법 유통이 훨씬 심각한 것으로 나타난다.

#### 나. 불법 영상물 유통 경로

온·오프라인 불법 영상물에 대한 지속적인 모니터링으로 파악된 주요 유통 경로는 아래와 같다.

<그림6> 불법 영상물의 유통 경로



### 1) 온라인 불법 영상물 유통

온라인 영상물의 경우, 합법적으로는 VOD 서비스 등이 시행되고 있으나, 불법적으로는 정식 판매된 DVD를 파일로 전환하여 온라인상에 유통시키는 것이 일반적이다. 정식 출시된 DVD(용량 약 4.7GB)를 대여하여 이를 700MB 부터 2.1GB 사이의 avi 또는 mpeg 파일로 압축·전환시켜 업로드하는 것이 온라인 유통의 시발점이 된다. 그리고 이러한 업로드는 주요 100여개 사이트에서 이루어지며, 음악물에 비하여 파일의 용량이 크므로 상대적으로 웹하드를 통한 유통량이 큰 것으로 나타난다. 이러한 유통은 일방향적인 것이 아니며, 특정 사이트로부터 다운로드 받은 이용자는 동일 또는 다른 사이트에 업로드함으로써 유통망이 확대되어 나간다. 그러나 불법 음악물과 마찬가지로, 이러한 온라인사이트를 통하지 않고 이메일, 메신저, 개인홈페이지 등을 통해 개인 간 유통된 영상물은 현재 합법물 범위 안에 포함되어 있다. 온라인 이용자에는 PC방도 포함되며, 온라인사이트를 통해 다운로드 된 불법 영상물은 PC방 내 각 PC로 전송된다. 이러한 과정에서 오프라인 DVD로 별도 제작되는 경우는 극히 일부에 지나지 않는다.

### 2) 오프라인 불법 영상물 유통

오프라인 불법 음악물의 경우, 서울 외곽 지역에서 다수의 불법 DVD를 동시에 여러 장 복제할 수 있는 시설을 갖춘 불법영업자에 의하여 최초 생산된다. 불법 제작된 DVD는 전국 660여 지점 노점상으로 이동하여 유통 인구가 많은 시간대에 집중적으로 판매되고 있다. 최종 오프라인 이용자에게 판매되는 것이 대부분이나, 일부는 DVD방이나 숙박업소로 유통되어 이러한 시설을 이용하는 자들에 의해 소비되고 있다. DVD방의 경우에, 노점상에서 불법 DVD를 구입하지 않고 온라인사이트에서 다운로드 받은 영상물을 직접 스크린에서 구현하는 방법이 점차 확산되고 있다. 오프라인 이용자에게 전달된 불법 영상물은 이용자 간에 자유롭게 유통 및 교환되고 있으며 이러한 부분은 현재 '개인 간 사적 이용'으로서 불법의 범위 밖에 있다.

### 3) 불법 영상물 유통 경로의 전반적 특징

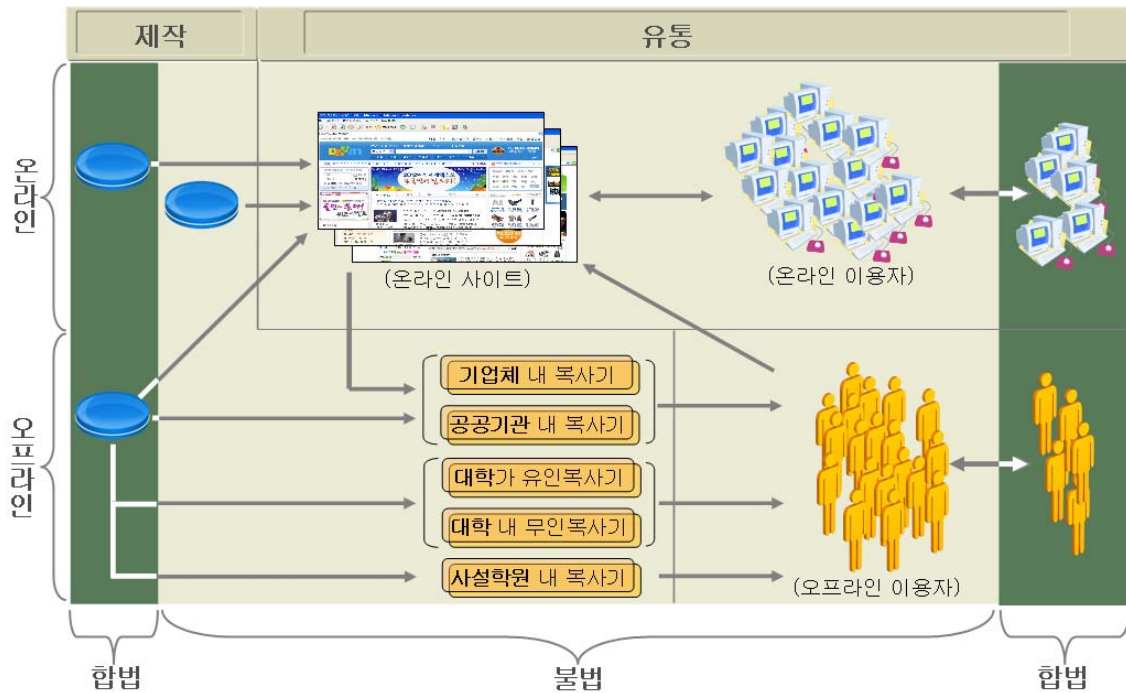
온라인에서 다운받은 영상물 파일을 TV로 관람할 수도 있으나, 컴퓨터 모니터를 통한 시청과 TV 스크린을 통한 시청은 이용자 성향, 연령, 화질 등을

이유로 대체관계를 갖지 않는다. 따라서 온라인 불법물과 오프라인 불법물은 각각 독립적으로 유통이 이루어지고 있으며, 유통량은 다음 장에서 살펴보는 바와 같이 온라인 불법물 유통량이 훨씬 큰 것으로 나타난다. 그러나 2006년 말 현재 모니터링 결과, 음악물의 경우 노점상 수가 점차 줄어드는 것과는 달리 영상물의 노점상 수는 오히려 증가하고 있음이 발견되었다.

다. 불법 출판물 유통 경로

온·오프라인 불법 출판물에 대한 지속적인 모니터링으로 파악된 주요 유통 경로는 아래와 같다.

<그림7> 불법 출판물의 유통 경로



1) 온라인 불법 출판물 유통

온라인 출판물의 경우, ①온라인상에서의 활용을 목적으로 저작권자에 의해 제작된 시, 소설, 만화, 전문학술서 등이 처음으로 무단 유통된 출판물, ②오프라인상에서 정식 제작되었으나 저작권자의 동의없이 PDF 등으로 디지털화된 온라인 출판물이 최초의 온라인 불법물이 된다. 그리고 최초로 제작된 온라인 출판물은 음악물, 영상물에서 언급된 주요 사이트 외에도 전문적

으로 연구학술서적이 유통되는 14개 사이트(1개는 상기한 100여개 사이트 중 하나임)를 통해 온라인 이용자들에게 활발하게 유통되고 있다. 이렇게 유통된 불법 출판물은 메신저, 이메일 등을 통해 개인 간에도 활발히 유통되고 있으나 이번 조사에서는 불법물의 범주 안에 포함되지 아니한다.

## 2) 오프라인 불법 출판물 유통

오프라인 불법 출판물은, 음악물이나 영상물과 달리 영리를 목적으로 불법물을 대량 복제하는 것은 오히려 소수라는 특징이 있다. 즉, 음악물과 영상물의 경우 소수 불법 영업자에 의하여 대량의 불법 CD, 테이프, DVD 등이 만들어지는 반면, 출판물의 경우 이용자가 직접 복제·제작하는 경우가 대부분이다. 오프라인상에서 정식 출간된 시·소설·학술서적이나 온라인상에서 불법 유통되는 출판물 등이 기업체 및 공공기관 안에서 빈번하게 불법 복제되고 있다. 기업체 또는 공공기관 중에는 복사이용허락계약을 체결한 기관이 있으나, 이러한 경우에도 체결된 범위를 넘는 불법복제가 행해지고 있음이 단속결과 발견되었다. 대학가에서는 주로 신학기에 강의 교재가 대량 복제되고 있으며, 대학 내 비치된 무인 복사기에서는 논문 등의 전문연구서적의 무단 복제가 이루어지고 있다. 또한 사설학원에서는, 시중에 정식 판매되고 있는 학습서가 재편집·복사·제본 과정을 거쳐 수강생들에게 판매·제공되고 있다.

## 3) 불법 출판물 유통 경로의 전반적 특징

음악물과 영상물의 경우, 영리 목적으로 대량 제작된 불법물이 오프라인 불법물의 시발점이 되는 반면, 출판물의 경우에는 개개인의 필요에 의하여 최초 불법물이 제작되는 동시에 최종 소비된다는 특징이 있다. 온라인 출판물의 경우에는 시·소설·만화 등은 다양한 100여개 사이트에서 불법 유통이 이루어지는 반면, 전문학술서적의 경우에는 상기한 14개 사이트에서 집중적으로 유통되고 있다.

## 2절 불법물 이용 경험

### 1. 콘텐츠별 불법물 이용 경험

#### 가. 음악물·영상물 서비스 이용 경험

최초로 제작된 저작물은 온라인상에서의 합법 또는 불법 다운로드, 라디오 방송 녹음, 정품 음반 및 DVD 구입, 영화관에서 관람 등 다양한 형태로 이용된다. 이러한 다양한 이용형태를 크게 온라인과 오프라인, 합법과 불법으로 나누어 이용 현황을 살펴본 결과는 다음과 같다<sup>5)</sup>.

2006년 말을 기준으로 지난 6개월 동안 이용 경험이 있는 음악 서비스 형태를 알아 본 결과, '온라인 합법물'은 58.1%, '온라인 불법물'은 42.9%, '오프라인 합법물'은 33.3%, '오프라인 불법물'은 7.5%로 나타났다. 온라인과 오프라인 모두 불법 서비스보다는 합법 서비스를 이용하는 빈도가 더 높은 것으로 나타났으며, 특히 오프라인 불법 서비스 이용 비율은 현재 매우 낮다.

그러나 후술하는 바와 같이, 이용 형태는 합법 서비스의 비율이 높으나 해당 서비스에서 이용(다운로드, 스트리밍 등)하는 콘텐츠의 양은 불법 서비스에서 훨씬 크게 나타나고 있다.

#### <그림8> 음악물 서비스 이용 경험

- ※ 복수응답결과로서 '합법'과 '불법', '온라인'과 '오프라인'을 동시에 응답 가능
- ※ '오프라인'의 경우, 라디오 및 웹케스팅 방송 녹음은 제외된 결과임

5) 2절의 내용은 문화관광부의 “저작물 이용실태 및 저작권에 대한 의식조사(2006.12)”를 활용하여 작성하였음

2006년 말을 기준으로 지난 6개월 동안 이용 경험이 있는 영상 서비스 형태를 알아 본 결과, '온라인 합법물'은 32.2%, '온라인 불법물'은 31.5%, '오프라인 합법물'은 10.8%, '오프라인 불법물'은 2.6%로 나타났다. 음악물과 마찬가지로 온라인과 오프라인 모두 불법 서비스보다는 합법 서비스를 이용하는 빈도가 더 높은 것으로 나타났으나, 온라인의 경우 합법과 불법 비율은 큰 차이가 없다.

#### <그림9> 영상물 서비스 이용 경험

- ※ 복수응답결과로서 '합법'과 '불법', '온라인'과 '오프라인'을 동시 응답 가능
- ※ '오프라인'의 경우, 합법·불법 구분이 명확한 DVD만을 대상으로 한 것이며, 극장 관람은 제외됨

따라서 음악물과 영상물 모두, 이용 서비스 형태는 불법 서비스보다 합법 서비스 비율이 높음을 알 수 있다. 이러한 비율은 사용 빈도 또는 이용량이 고려되지 않은 것으로, 향을 바꾸어 각 콘텐츠별 합법·불법 이용량을 알아보도록 하겠다.

## 2. 불법물 이용자 특성

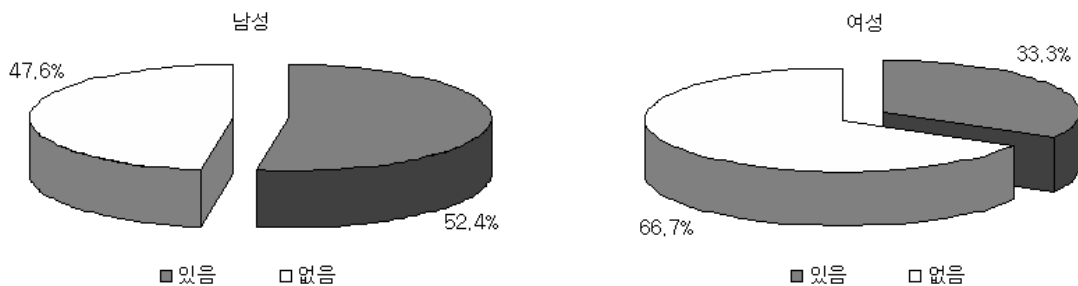
음악물, 영상물 또는 출판물을 불법 제작하거나 유통 및 이용하는 자는 다양한 연령대, 지역, 소득, 직업 등에 걸쳐 분포되어 있다. 각 요인별로 불법물 이용 빈도나 경험에는 차이가 있는 것으로 나타났으며, 이하에서는 불법물 제작 및 유통에 유의미한 영향을 미치는 3가지 요인(성별, 연령대, 인터넷 사용 시간)을 중심으로 살펴보도록 하겠다.

## 가. 불법 음악 콘텐츠 이용자

## 1) 온라인 콘텐츠

‘(2006년 말 기준) 지난 6개월 간 온라인상에서 음악을 불법 다운로드 받거나 스트리밍한 경험이 있는가’라는 질문에 대하여, 남성은 52.4%, 여성은 33.3%가 ‘있다’고 응답하였다. 남성은 전체의 절반이 넘는 수가 불법 이용 경험이 있는 반면, 여성은 3명 중 1명이 불법 이용 경험이 있는 것으로 나타나 남녀 간 차이를 보이고 있다.

<그림10> 성별 온라인 음악 불법 다운로드 및 스트리밍 경험



온라인상에서 음악을 불법 다운로드한 경험은 ‘15-19세’가 57.2%, ‘20-24세’ 58.2%, ‘25-29세’ 48.3%, ‘30-34세’ 32.5%, ‘35-39세’ 25.9%인 것으로 조사되었다. 전체 연령대 중 ‘20-24’세의 불법 이용 경험 비율이 가장 높으며, 이후 연령대가 높아질수록 점차 감소하는 추세를 보이고 있다.

<그림11> 연령대별 온라인 음악 불법 다운로드 및 스트리밍 경험

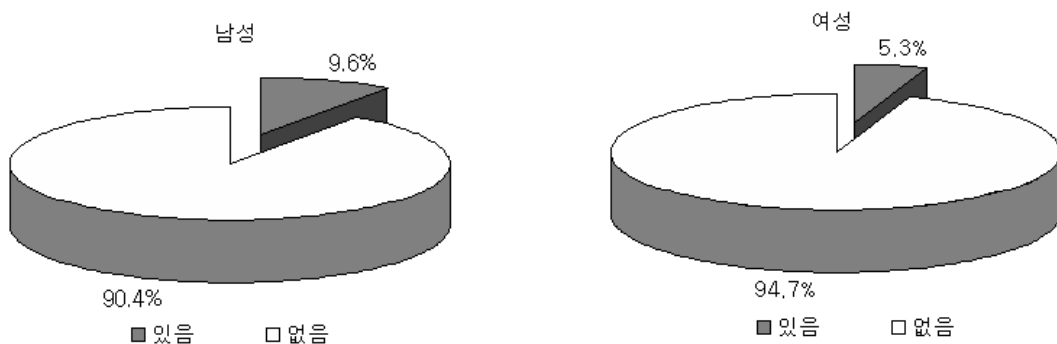
온라인 불법 음악 다운로드 및 스트리밍 경험은 이용자의 인터넷 사용 시간과 높은 상관관계를 나타내고 있다. 인터넷 사용 정도가 낮은 수준에서 높은 수준으로 갈수록 불법 이용 경험이 증가하는 경향이 뚜렷이 나타나, 인터넷을 장시간 사용할수록 불법 이용량도 많아짐을 확인할 수 있다.

<그림12> 인터넷 사용 시간별 온라인 음악 불법 다운로드 및 스트리밍 경험

## 2) 오프라인 콘텐츠

‘(2006년 말 기준) 지난 6개월 간 오프라인 상에서 불법 음반을 구입한 경험이 있는가’라는 질문에 대하여, 남성은 9.6%, 여성은 5.3%가 ‘있다’고 응답하였다. 남성과 여성 모두 10% 이하의 비율을 나타내고 있으나, 남성이 여성 보다는 약 2배 높은 비율을 나타내고 있다.

<그림13> 성별 오프라인 불법 음반 구입 경험



오프라인상에서 불법 음반을 구입한 경험과 관련하여, ‘15-19세’는 8.8%, ‘20-24세’ 10.3%, ‘25-29세’ 10.7%, ‘30-34세’ 6.1%, ‘35-39세’ 1.7%가 ‘있다’라고



응답하였다. 20대만이 10%를 조금 넘고 있으며, 35세 이상은 극소수만이 불법 음반을 구매하고 있는 것으로 나타났다.

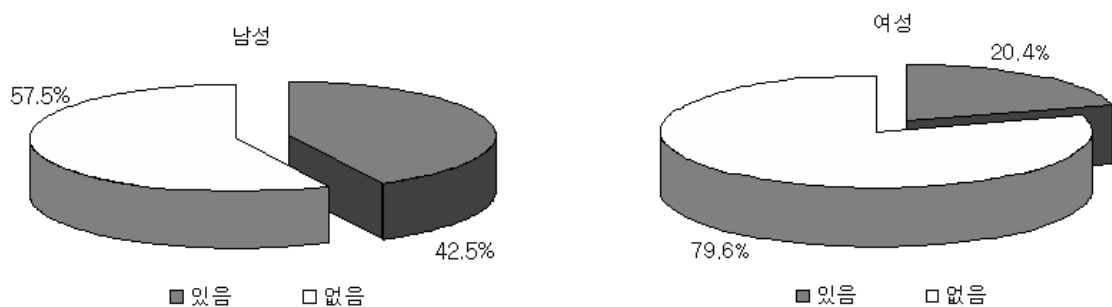
<그림14> 연령대별 오프라인 불법 음반 구입 경험

#### 나. 불법 영상 콘텐츠 이용자

##### 1) 온라인 콘텐츠

‘(2006년 말 기준) 지난 6개월 간 온라인상에서 영화를 불법 다운로드 받거나 스트리밍한 경험이 있는가’라는 질문에 대하여, 남성은 42.5%, 여성은 20.4%가 ‘있다’고 응답함으로써 불법 영상물 이용 비율은 남성이 여성보다 약 2배 이상 더 크게 나타났다.

<그림15> 성별 온라인 영상 불법 다운로드 및 스트리밍 경험



온라인상에서 영화를 불법 다운로드한 경험은 ‘15-19세’가 35.2%, ‘20-24세’가 43.5%, ‘25-29세’가 40.0%, ‘30-34세’가 27.2%, ‘35-39세’가 15.6%인 것으로

조사되었다. 전체 연령대 중 '20-24'세의 불법 이용 경험 비율이 가장 높으며, 이후 연령대가 높아질수록 점차 감소하는 추세를 보이고 있다.

<그림16> 연령대별 온라인 영상 불법 다운로드 및 스트리밍 경험

온라인 불법 영화 다운로드 및 스트리밍 경험은 이용자의 인터넷 사용 시간과 높은 상관관계를 나타내고 있다. 인터넷 사용 시간과 불법물 이용 경험이 비례 관계를 나타냄으로써, 인터넷 사용 시간이 길수록 불법 다운로드 및 스트리밍 가능성도 높아짐을 알 수 있다.

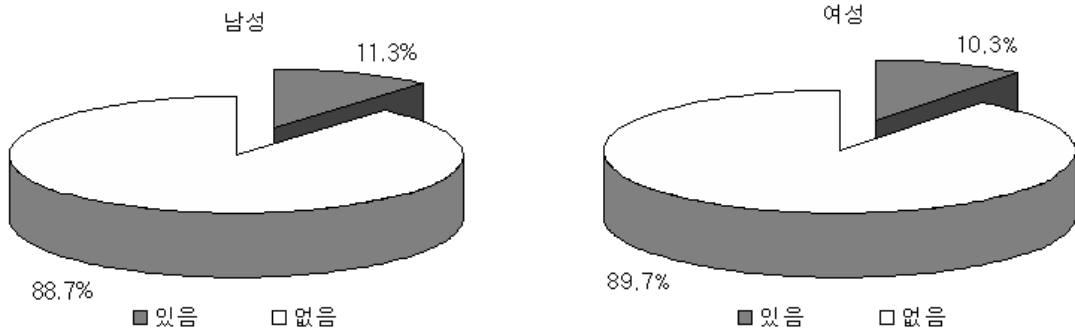
<그림17> 인터넷 사용 빈도별 온라인 영상 불법 다운로드 및 스트리밍 경험

## 2) 오프라인 콘텐츠

'(2006년 말 기준) 지난 6개월 간 오프라인 상에서 불법 영상물을 구입한 경험이 있는가'라는 질문에 대하여, 남성은 11.3%, 여성은 10.3%가 '있다'고 응답하였다. 남성과 여성 모두 10%를 약간 넘는 비율을 나타냈으며, 상호간

큰 차이를 보이지는 않았다.

<그림 18> 성별 오프라인 불법 영상물 구입 경험



오프라인 상에서 불법 영상물을 구입한 경험과 관련하여, '15-19세'는 10.1%, '20-24세'는 6.0%, '25-29세'는 11.2%, '30-34세'는 11.8%, '35-39세'는 13.8%가 '있다'고 응답하였다. 예상과 달리 '20-24세'는 6.0%만이 오프라인 상에서 불법 영상물 구입 경험이 있는 것으로 나타났으며, 나머지 각 연령대에서는 10%이상이 경험이 있는 것으로 조사되었다.

<그림 19> 연령대별 오프라인 불법 영상물 구입 경험

#### 다. 불법 출판 콘텐츠 이용자

##### 1) 온라인 콘텐츠

2006년 한 해 동안 평균적으로 온라인을 통해 불법적으로 다운로드 또는 열람한 출판물을 성별로 살펴보면 다음과 같다. '시, 시조'부터 '전문학술서

적'까지 전 세부 출판물에 걸쳐 남성의 평균 이용량이 여성의 평균 이용량을 앞서고 있으며, 남녀 모두 '만화'(각각 19.0편, 15.4편)의 수치가 가장 높은 것으로 나타났다.

<그림20> 온라인 출판물 불법 다운로드 양(편) - 성별

연령대별로 살펴보면, '시, 시조'와 '소설, 수필'의 경우 30대, '만화'의 경우 20대가 가장 높게 나타나고 있으며, 세부출판물을 모두 합하면 30대가 평균 43.3편으로 가장 높다. '전문학술서적'의 경우에는 10대~40대 모두 매우 낮은 수치를 기록하고 있다.

<그림21> 온라인 출판물 불법 다운로드 양(편) - 연령대별

## 2) 오프라인 콘텐츠

대학가 주변에서 3월과 9월 신학기를 중심으로 이루어지는 대학 교재 및 전문학술서적 등 불법 복제의 경우, 대학생의 1년 평균은 약 5편인 것으로 나타난다. '남학생'(3.8)보다는 '여학생'(6.5)의 불법 복제량이 더 많으며, '대학

원생 이상'(8.3)이 '학부생'(4.4)의 약 2배에 가까운 불법 복제량을 보이고 있다.

<표16> 대학가 유인복사기를 통한 오프라인 출판물 불법 복제

구 분		평균(편)
대학생 전체		5.0
성별	남학생	3.8
	여학생	6.5
직업	학부생	4.4
	대학원생 이상	8.3

전국 학원가에서 2006년 한 해 불법 제작된 강의 교재를 구입하였거나 제공받은 사례를 조사한 결과, 성별은 남자(8.2)가 여자(10.3)보다 평균적으로 2.1편 정도 작게 나타났다. 연령별로 살펴보면, 10대가 평균 11.3편으로 가장 높으며, 이후 연령이 높아질수록 수치가 낮아지는 경향을 보인다.

<표17> 학원가 불법 제작물의 구입 및 사용량

구 분		평균(편)
전 체		9.3
성별	남자	8.2
	여자	10.3
연령	10대	11.3
	20대	5.8
	30대	4.8
	40대	0.0
학생	초/중/고등학생	11.5
	대학생	6.1
	대학원생 이상	3.6

전국 대형 복사업체를 통해 2006년 한해 동안 무단 복제된 전문학술서적 현황을 조사한 결과, 30대가 평균 2.4편으로 다른 연령대에 비하여 상대적으로 높은 수치를 기록하고 있다. 직업별로 살펴보면, 학생(0.6)보다는 직장 근무자가 더 높은 평균을 나타내고 있으며, 그 중에서도 일반 사업체 근무자가 평균 2.2로 가장 높게 조사되었다.

&lt;표18&gt; 대형 복사업체를 통한 전문학술서적 불법 복제

구 분		평균(편)
전 체		1.3
성별	남자	1.5
	여자	1.0
연령	10대	0.5
	20대	0.9
	30대	2.4
	40대	1.0
직업	학생 전체	0.6
	기업체	2.2
	공공기관	1.9

기업체와 공공기관에서 2006년 한 해 동안 불법 복사가 이루어진 논문, 일반연구서적 등 전문학술서적 현황을 조사한 결과, 남성 근무자가 평균 5.5편, 여성 근무자 평균 3.1편으로 나타나고 있다. 기업체와 공공기관 모두 일반직 보다는 연구직에서 더 많은 불법 복사가 이루어짐을 알 수 있으며, <표19>의 '구분 2'에서 보듯이 '공공기관 - 연구직'의 평균 복사량(11.1)이 전체 중 가장 크다.

&lt;표19&gt; 기업체 및 공공기관 내 전문학술서적 불법 복제

구 분		평균(편)
전 체		4.6
성별	남자	5.5
	여자	3.1
연령	20대	3.6
	30대	5.9
	40대	3.0
직업1	기업체	4.7
	공공기관	4.1
직업2	기업체 - 일반직	4.2
	기업체 - 연구직	7.6
	공공기관 - 일반직	2.5
	공공기관 - 연구직	11.1

## 4장 불법시장 규모 및 합법시장 피해 현황

## 4장 불법시장 규모 및 합법시장 피해 현황

### 1절 조사 개요 및 설계

#### 1. 개요

불법물의 제작 및 유통 과정은 매우 다양하며, 현재에도 지속적으로 변화·확대되고 있다. 이러한 변화는 저작물 이용 시 저작권자 측에 사용료가 자동적으로 전달될 수 있는 기술적 장치가 미비한 상태에서 진행되고 있어, 합법적 콘텐츠 시장을 더욱 위협하고 있다. 또한 불법물을 최종 소비하는 이용자는 해당 콘텐츠가 저작권자와 정식 계약을 체결한 상태인지 혹은 암묵적인 이용 동의를 얻은 상태인지 알기 힘든 경우가 대부분이므로, 합법 또는 불법 여부가 정확히 인지되지 않은 상태에서 불법물 시장이 확대되고 있다.

이러한 동적인 불법시장에 대한 정확한 포착 및 규모 산출과 관련하여 본 조사는 다음과 같은 특징을 가지고 있다.

가. 온라인 시장과 오프라인 시장은 성격과 특성이 전혀 다르므로 각각 독립적으로 접근하되, 양자가 혼재하는 상황(PC방, DVD방 등)에 대해서는 별도로 연구함.

나. 모든 콘텐츠의 상황별 합법·불법 여부는 저작권보호센터에서 (개정)저작권법에 의거하여 결정하며, 조사대상자는 이에 대한 판단을 요청받지 않음. 이를 통해 응답 과정에서의 비표본 오차를 최소화하며, 조사 범위를 합법물이 철저히 배제된 불법시장에 집중함.

다. 응답자의 소극적인 응답 경향을 가정하고, 응답치와 실거래량 간 격차를 좁히기 위해 일부 온라인사이트는 조사 결과와 저작권보호센터의 모니터링 결과를 비교·보정함.

라. '3장'에서 파악된 모든 유통 경로에 대하여 이용자 조사 및 모니터링을 실시하고, 각 과정에서의 불법 콘텐츠 거래액(단가)도 함께 조사함으로써, 보다 현실적인 불법시장 규모를 파악해 냄.



이러한 방식으로 파악된 콘텐츠별·유통경로별 불법시장 규모는 합법시장 피해 규모와는 직접적인 관계가 없다. 합법물 구매 의사가 처음부터 없거나, 불법물 이용 후 합법물을 정식 구매하는 등의 행태는 불법시장에 포함되나 합법시장을 침해하지는 않는다. 따라서 불법시장이 합법시장을 얼마나 침해하는가는 별도의 과제로서, 이번 연구에서는 ‘불법시장의 합법시장 침해율’이라는 개념을 통해 보다 현실적인 피해액을 추산하도록 노력하였다.

#### <그림22> 조사 개요

<b>조사대상</b>	- 온라인 불법 유통 경로 : 110개 불법물 유통 사이트 + α(학술서적 유통 사이트) - 오프라인 불법 유통 경로 : 불법 CD, DVD 등 판매 노점상, 대학가 무인복사기, 대학가 복사점, 학원가, 기업체 및 공공기관, 대형복사업소 등
<b>표본수</b>	- 불법시장규모 산출 : 2,000명 - 합법시장 피해 알고리즘 연구 : 750명
<b>표본설계</b>	- 10대부터 40대까지 연령 및 성별 기준 층화 설계
<b>조사 기간</b>	- 3월3일부터 3월25일까지 (총 23일 간)
<b>조사방법</b>	- 온라인 조사 : 온라인 불법물의 이용량을 조사하기 위함 - 모니터링 : 오프라인 불법물 이용을 산정하기 위함 (약 200개 지점, 총 13인 투입)

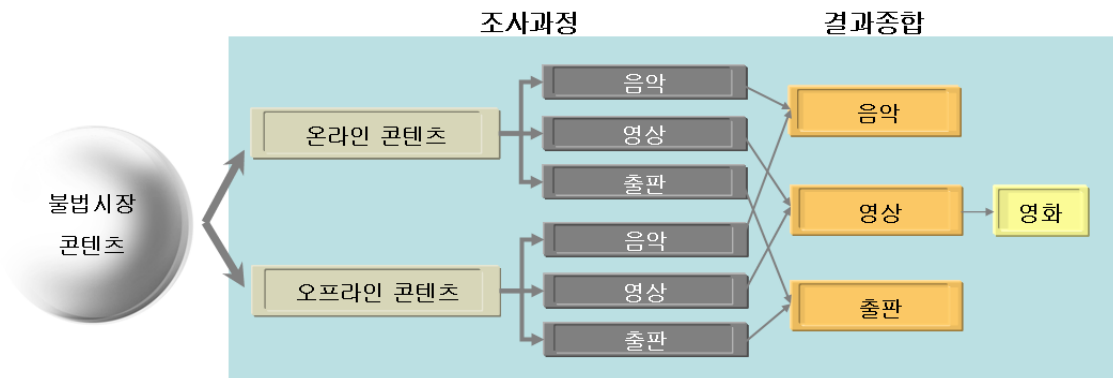
## 2. 조사 설계

### 가. 조사 대상(불법시장)의 범위

#### 1) 불법 콘텐츠의 범위

본 장에서 다루는 불법물이란 저작권자의 동의 없이 제작(복제)·유통되는 음악물, 영상물 그리고 출판물을 말하며, 각 콘텐츠에는 온라인 콘텐츠와 오프라인 콘텐츠가 모두 포함된다.

<그림23> 불법시장 콘텐츠



불법 음악물은 주로 P2P사이트를 통해 무단 유통되는 디지털 음악과 포털 사이트, 음악 서비스 사이트, 홈페이지 등에서 이루어지는 불법 스트리밍 등의 온라인 불법 음악물과 노점상, 레코드샵 등에서 판매되는 오프라인 불법 음악물로 이루어진다. 이용자의 OSP에 대한 사용료 지불 여부는 합법·불법 구분과 관계가 없으므로 모두 포함된다.

불법 영상물은 주로 웹하드사이트를 통해 다운로드 되거나 포털사이트에서 VOD 형태로 서비스 되는 영화, 애니메이션, 해외 드라마 등 온라인 불법 영상물과 노점상, DVD방, PC방 등에서 유통·이용되는 오프라인 불법 영상물로 이루어진다. 유료·무료를 구분하지 않음은 음악물과 같다. 불법 영화는 불법 영상물 중 일반영화와 애니메이션을 포함한 극장개봉작에 한정하기로 한다.

불법 출판물은 온라인의 경우, P2P·웹하드·포털사이트를 통해 유통되는 시(시조 포함), 소설, 수필, 만화 등과 논문 등의 전문 유통 사이트를 통한 전문서적이 있다. 오프라인의 경우에는 대학가에서 유인 또는 무인복사기를 통

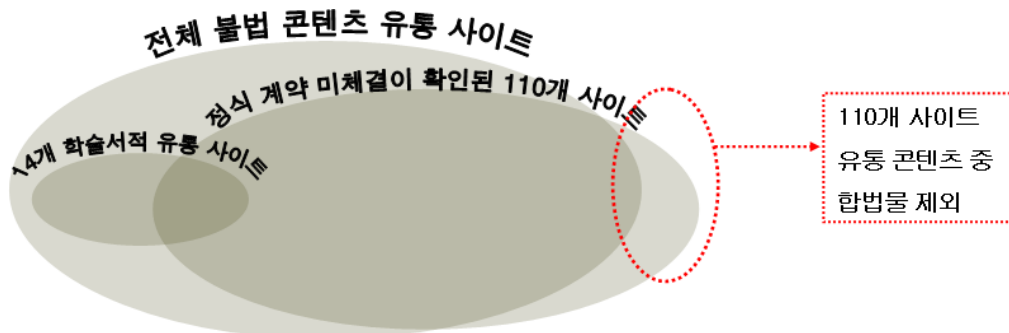
해 이루어지는 불법 복제물, 학원가에서 편집·제공되는 교재, 대형 복사업소를 통한 불법 복제물, 기업체나 공공기관 내에서 일반직 또는 연구직 중심의 학술서적 불법 복제물 등이 포함된다.

## 2) 온라인 유통 경로의 범위

인터넷 상에는 수많은 콘텐츠 유통 사이트가 존재하고 있으며, 이 중에는 저작권자와의 정식 계약이 체결된 사이트도 있는 반면, 해당 사이트의 모든 콘텐츠 거래가 불법인 사이트도 존재한다. 또한, 한 사이트 내에서 합법적인 거래와 불법적인 거래가 복합적으로 이루어지는 경우도 존재한다. 따라서 각 사이트별 거래량을 이용자 조사를 통해 알아보기에 앞서, 불법물이 거래되는 사이트를 색출하고, 해당 사이트에서 부분적으로 이루어지는 합법물 거래는 조사 대상에서 제외시키는 작업을 진행하였다<sup>6)</sup>.

2006년 말을 기준으로, 저작권자와 정식 사용 계약이 체결되지 않은 P2P 사이트는 29개, 웹하드사이트는 62개, 그리고 포털사이트는 19개로 총 110개 사이트가 발견되었다. 또한, 이러한 110개 유통 사이트와 별도로 전문학술서적이 전문적으로 불법 유통되는 14개 사이트(이 중 1개 사이트는 상기한 110개 사이트에도 포함됨)를 추가로 조사대상에 포함하여 총 123개 사이트에 대한 조사가 진행되었다.

<그림24> 조사대상 온라인사이트



6) 콘텐츠 유통이 이루어지는 모든 사이트에 대하여 2006년 이전부터 단속을 진행하여 왔으며, 이 중 2006년 말 시점을 기준으로 각 사이트의 정식 계약 체결 여부를 확인하였음.

## 3) 오프라인 유통 경로의 범위

‘3장 1절 불법물 유통 경로’에서 파악된 모든 오프라인 경로를 불법시장 규모 산출을 위한 모니터링 대상에 포함하였다. 음악물과 영상물은 노점상에서 판매되는 불법물이 중심을 이루었으며, 레코드샵, PC방, DVD방 등에서는 오프라인 불법물이 거의 유통되지 않음이 모니터링 결과 나타났다<sup>7)</sup>. 출판물은 유통경로가 매우 다양하며, 특히 전문 학술서적의 경우에는 대학내 무인복사기, 대학 주변 유인 복사기, 대형 복사 업소, 기업체 및 공공기관 내 복사 등 매우 다양하게 제작 및 유통되고 있다. 따라서 각각의 경우를 독립적으로 조사하여 합산하는 방식을 취하고 있으며, 유통보다는 불법복사와 같이 불법물이 제작되는 과정이 주로 포착되는 특징이 있다.

<b>오프라인 음악물</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 전국 666개 지점의 노점상을 통해 유통되는 불법 CD 및 Tape</li> <li>○ 불법 음반이 판매되는 레코드샵</li> </ul>
-----------------	---

<b>오프라인 영상물</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 전국 500개 지점의 노점상을 통해 유통되는 불법 DVD</li> <li>○ 불법 DVD를 상영하는 DVD방</li> </ul>
-----------------	--

<b>오프라인 출판물</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 대학가 유인 복사점을 통한 교재 및 학술서적 불법 복사물</li> <li>○ 대학 내 무인복사기(약 4,000여 대)를 통한 불법 복사물</li> <li>○ 대형복사업체를 통한 불법 복사물</li> <li>○ 학원가에서 편집·제작·복사되는 강의 교재</li> <li>○ 기업체에서 이루어지는 학술서적 불법 복사물</li> <li>○ 공공기관에서 이루어지는 학술서적 불법 복사물</li> </ul>
-----------------	--

7) PC방의 경우 관리자가 불법 다운로드 받은 영상물을 CD로 복제하여 배포하는 행위나, 불법 DVD를 대량 구입하여 DVD방에서 상영하는 행위는 거의 발견되지 않음. 그러나 DVD방의 경우, 오프라인 형태로 변형되지 않고 파일 형태로 시청실에 전송되는 행태가 신고된 바 있음.

## 나. 불법시장 규모 및 합법시장 침해액 산출 방법

## 1) 불법시장 규모 산출 방법

## 가) 온라인 불법시장 규모 산출식

전체 불법시장 규모는 아래와 같이 온라인 불법시장과 오프라인 불법시장을 합한 것으로 정의된다.

$$Q = Q_1 + Q_2$$

$Q$  : 전체 불법시장 규모

$Q_1$  : 온라인 불법시장 규모

$Q_2$  : 오프라인 불법시장 규모

온라인 불법시장 규모의 산출식 및 각 변수에 대한 설명은 다음과 같다.

$$Q_1 = \frac{1}{n} \sum_c^3 \sum_{s=1}^{n_c} (Q_{cs} P_{1cs}) NA$$

$n$  : 조사대상자 수

$c$  : 콘텐츠(음악, 영상, 출판) 종류

$s$  : 불법물 유통 사이트

$n_c$  : 콘텐츠별 불법물 유통 사이트 수

$Q_{cs}$  : 각 사이트의 콘텐츠별 유통량

$P_{1cs}$  : 콘텐츠별·유통경로(P2P/웹하드/포털)별 불법물 유통가격

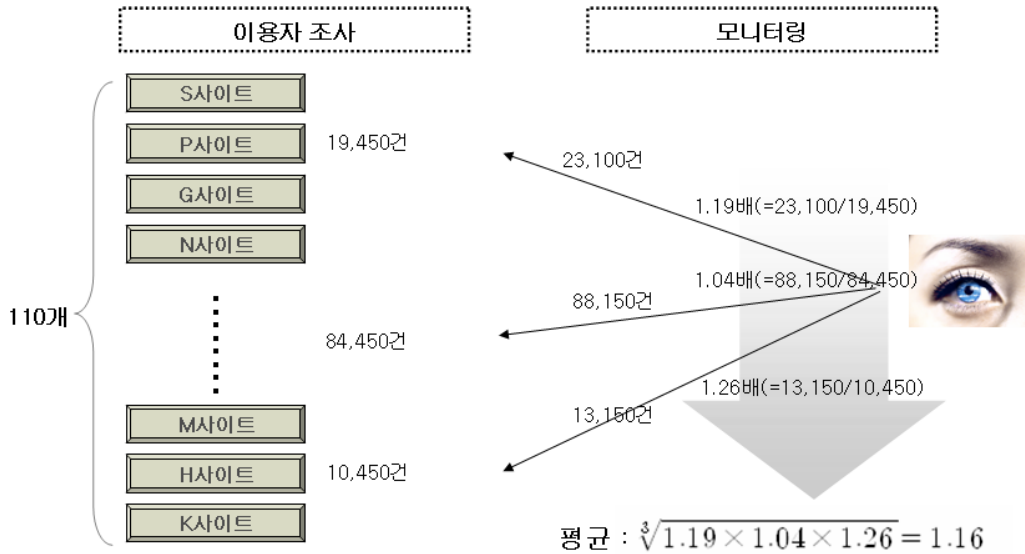
$N$  : 2006년 기준 전체 인터넷 이용자수

$A$  : 소극적인 응답 경향 보정치

$n_c$ 의 경우, 음악 및 영상 불법시장과 출판까지 포함한 불법시장은 각각 '110'(개), '123'(개)로 다르다. 음악과 영상의 경우에는 MP3, 영화 파일 등이 주로 유통되는 110개 P2P, 웹하드, 포털사이트를 대상으로 하나, 출판의 경우에는 이외에도 전문학술서적이 전문적으로 유통되는 14개 사이트(이 중 1개는 110개 사이트에도 포함됨)를 추가로 조사하였다.

본 조사의 내용은 불법물 이용 현황이므로, 응답자들의 소극적인 응답 경향(A)이 예상되었다. 따라서 다운로드 횟수가 모니터링 되는 웹하드 일부 사이트를 대상으로 이용자 조사결과와 저작권보호센터의 모니터링 결과를 비교하여 이러한 경향을 보정하고자 하였다.

<그림25> 소극적인 응답 경향 보정(A) 개념도



A사이트의 경우, 불법 영상물 다운로드 수에 대한 이용자 조사 결과는 총 76만3972건, 모니터링을 통해 확인한 결과는 87만6536건으로 전자가 약 12.5% 더 작게 나타났다<sup>8)</sup>. B사이트의 경우, 불법 출판물은 모니터링 결과 29만8932편이 집계되었으나, 같은 기간 이용자 조사는 30만9408건으로 오히려 3.5% 더 높게 나타났다. 이러한 차이를 발생시키는 원인에는 응답 시점, 다운로드 횟수와 이용 횟수의 혼동, 응답자 기억의 부정확성, 도중 차단되었거나 중복된 다운로드의 포함 여부 등 여러 가지가 고려될 수 있다. 극소수 사이트<sup>9)</sup>에 대한 비교만으로는 소극적인 응답 경향을 단정하기 어려우므로 본 연구에서는 '소극적인 응답 경향 보정치(A)'를 '1'로 설정하기로 한다.

8) 이용자 조사와 모니터링 결과를 비교하기 위하여 조건(예를 들어 관찰 시점 및 기간, 측정 단위의 통일, 대상 콘텐츠의 범위, 사이트 이용자의 범위 등)을 동일하게 조정하였음. 본 조정 과정에서 해당 사이트의 유통량 수치가 실제 거래량과는 달라질 수 있으나, 달라지는 수치는 본 작업에서만 사용되며 불법시장 규모 산출 시에는 사용되지 않으므로 문제되지 않음.  
 9) 각 콘텐츠별 다운로드 또는 업로드 횟수가 확인 가능한 온라인 유통경로는 62개 웹하드사이트(110개 사이트 중에서 P2P는 29개, 웹하드는 62개, 포털은 19개임) 중 4개에 불과함

## 나) 오프라인 불법시장 규모 산출식

콘텐츠별 오프라인 불법시장을 모니터링함으로써 규모를 산출하는 식 및 각 변수에 대한 설명은 아래와 같다.

$$Q_2^1 = \frac{1}{m_1} \sum_t (S_t P_{21} T_t C_t) M_1 \times 365 \dots\dots\dots (1) \text{ 음악}$$

$$Q_2^2 = \frac{1}{m_2} \sum_{s=1}^2 \sum_t (S_{st} P_{22} T_{st} C_{st}) M_2 \times 365 \dots\dots\dots (2) \text{ 영상}$$

$$Q_2^3 = \frac{1}{m_3} \sum_t (S_t P_{23} T_t) M_3 \times 365 \dots\dots\dots (3) \text{ 출판}$$

- $m_1 m_2 m_3$  : 콘텐츠별 모니터링 횟수  
 $S$  : 1시간 동안의 평균 판매 또는 복사량  
 $s$  : 영상물 노점상의 모니터링은 시간대를 낮과 저녁으로 구분  
 $P_{21} P_{22} P_{23}$  : 콘텐츠별 구입 및 복사 가격  
 $T$  : 하루 평균 판매 시간  
 $t$  : 불법물 유통 지점(음악의 경우 노점상 등)  
 $C$  : 노점상 출현율  
 $M_1 M_2 M_3$  : 콘텐츠별 유통 거점의 전국 모집단 수

음악 오프라인 불법시장의 모니터링은 주로 노점상에서 판매되는 Tape이나 CD에 집중되어 이루어졌으며, 서울 지역 내 20여 개 레코드샵을 관찰한 결과 불법 음악물을 판매하는 경우는 발견되지 않았다. 그러나 영상물에 비하여 '노점상 출현율'(C)이 현저히 낮아 충분한 모니터링 샘플 확보를 위해 모니터링( $m_1$ )을 50회 이상 진행하였다.

영상 오프라인 불법시장의 모니터링은 유통경로에서 파악한 바와 같이 노점상 DVD 판매와 DVD방 2가지를 대상으로 동시에 진행하였다. DVD방의 경우 과거 불법 DVD 상영으로 신고된 적이 있거나, (대)학생들의 잦은 왕래로 인해 불법 DVD 상영이 이루어질 것으로 예상되어 선정된 8개 지역(신촌, 명동, 신천, 서울대입구, 영등포, 건대입구, 서현역, 강남역 주변)을 중심으로 모니터링이 이루어졌다. 그러나 28개 업소를 모니터링한 결과 불법 DVD 상영은 한 건도 발견되지 않아 추정식에서 제외되었다. 노점상의 경우, 음악물

노점상과 달리 출현 시기 및 판매 시간이 일정하지 않으므로, 주로 판매가 이루어지는 점심시간과 저녁 퇴근시간으로 나누어 각각 모니터링을 진행하였다.

출판 오프라인 불법시장의 모니터링은 대학 내 무인 복사기와 대학가 주변 유인 복사기에 집중하여 이루어졌다<sup>10)</sup>. 대학가 유인 복사기를 통한 불법 복제는 신학기인 3월과 9월에 집중하여 이루어짐이 과거 단속 결과 밝혀졌으므로, 금번 특정 시점의 모니터링 데이터는 월별 평균 단속량을 근거로 1년 복제량이 추정되었다. 출판뿐만 아니라, 음악 및 영상물의 경우에도 모니터링이 특정 장소나 시점에 치우침으로써 생기는 오차를 최소화하기 위하여 불법복제량에 영향을 미치는 요인(시간대, 4년제 대학인가 전문대인가, 복사기가 도서관에 있는가 단과대학에 있는가, 노점상 주변 인구 밀도 등)을 고려하여 모니터링 시점 및 장소를 설계하였다.

<표20> 모니터링 배치도 (예시)

단과대학	첫째 주														둘째 주													
	단과대학							도서관							단과대학							도서관						
	월	화	수	목	금	토	일	월	화	수	목	금	토	일	월	화	수	목	금	토	일	월	화	수	목	금	토	일
9시-11시	✓			✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓			✓	✓		✓							✓			✓
11시-14시		✓			✓				✓		✓	✓			✓	✓		✓	✓			✓			✓		✓	✓
14시-18시	✓		✓		✓					✓		✓	✓		✓		✓		✓	✓		✓		✓	✓			

10) 기업체 및 공공기관 내 불법 복사, 학원가 불법 교재 제작 및 제공, 대형복사업체를 통한 불법 복제 등은 이 용자 조사 결과와 관련 문헌 자료 조사를 결합하여 그 규모를 산출하였음



## 2) 합법시장 침해액 산출 방법

### 가) '합법시장 침해'의 개념

상기한 산출식을 통해 도출되는 불법시장(규모)은 다양한 불법물 제작 및 이용 행태를 포괄한다. 이 중에는 초기부터 합법물 구매 의사가 전혀 없었거나, 일부만 존재했던 경우 등이 포함되어 있으므로, 산출된 불법시장 전체가 합법물 시장을 침해하고 있거나 위협하는 것으로 보기는 힘들다. 이러한 관점에서, 과거 침해액 산정이 전체 불법 거래를 정가로 환산하는 방식으로 이루어졌거나 합법시장의 감소액으로 대체 파악된 것은 문제가 있다고 판단된다. 예를 들어, 불법물 이용자 A씨는 평소 가수 B씨의 앨범(또는 특정 곡)에 대하여 관심이 없었고, OSP의 무제한 다운로드 서비스를 통해 접하게 되었으나 여전히 구매 의사가 없는 경우에는 A씨의 앨범 또는 디지털 음악 판매에 직접적인 영향이 없다고 볼 수 있다. 오히려 무심코 불법물을 이용하게 됨으로써 정품 소장 의사가 발생하는 경우는 합법시장 침해와는 더더욱 거리가 멀다<sup>11)</sup>.

상기한 바와 같은 경우가 현실에서 빈번히 발생하고 있음을 쉽게 짐작할 수 있으나, 여전히 불법시장의 부정적 영향은 대부분의 사람들이 인지하는 바와 같이 심각하다. 따라서, 본 연구에서는 다양한 불법 행태와 이용자 의사를 고려하여 합법시장의 침해를 아래와 같이 규정한다.

#### 합법시장 침해란?

2006년 한 해 동안 제작, 구입 및 이용한 불법 콘텐츠로 인하여, 기존에 합법물 구매 의사(intent)가 있었거나 있을 것으로 예상되었음에도 불구하고 실제로 구매 또는 이용하지 않게 되는 것

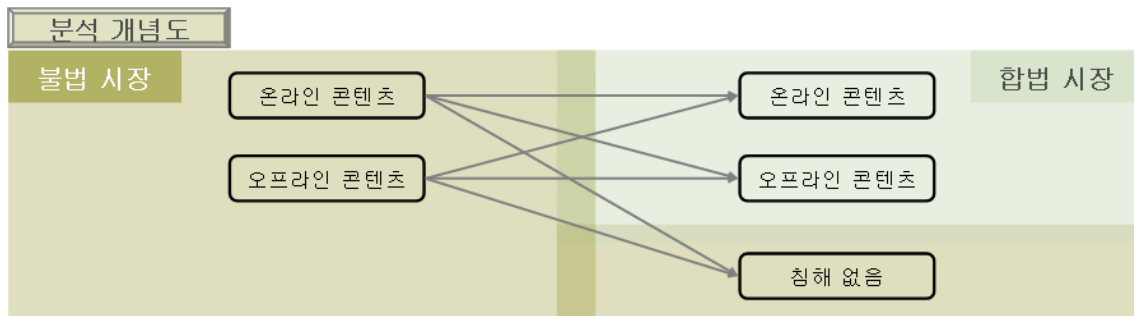
이러한 개념 규정에 따라 이하에서는 불법시장에서 유통되는 콘텐츠 중에서 합법시장을 침해하는 불법물의 비율을 '합법시장 침해율'이란 용어로 표현하기로 한다. 또한 '합법시장 침해율' 개념은 저작권자의 정신적 피해나 문화적인 손실까지 포함하는 '저작권 침해로 인한 손실', 저작물 제작자뿐만 아니라, 관련된 유관 산업까지 모두 포괄하는 '저작권 산업의 피해'와 다름을 밝힌다.

11) 이하의 연구에서는 불법물 시장이 합법물 시장에 미친 부정적인 영향에 집중하기로 하며, 불법물 이용으로 인하여 합법물 구매가 촉진되는 긍정적인 경우는 제외하기로 함

## 나) 합법시장 침해의 구조

‘가) 불법시장 규모’에서 산출된 온라인 시장과 오프라인 시장은 각각 합법물의 온라인 시장과 오프라인 시장을 침해하고 있다. 예를 들어 온라인상에서 불법 다운로드 받은 영상물은, 정식 VOD 합법 서비스를 침해할 수도 있으며, 극장 관람 또는 정식 DVD 판매에 부정적인 영향을 미칠 수도 있다. 즉, 불법 온라인 시장의 침해 범위는 합법 온라인 시장 또는 합법 오프라인 시장에 국한되지 않는다<sup>12)</sup>.

&lt;그림26&gt; 합법시장 침해 구조



따라서 온라인 합법물 침해액은 온라인 불법물에 의한 침해액과 오프라인 불법물에 의한 침해액의 합으로 이루어지며, 오프라인 합법물 침해액 또한 같다. 그리고 합법시장 전체의 침해액은 온라인 합법물 피해액과 오프라인 합법물 침해액의 합으로 이루어진다. 이로써 불법시장이 형성되어 있으나, 합법시장 침해와는 관계가 없는(<그림26>에서의 '침해 없음') 영역이 발생하며, 침해액과의 비교가 가능하다.

12) 그러나 단일 불법 콘텐츠가 온·오프라인의 합법 콘텐츠를 동시에 위협할 수는 있으나, 피해액 산출 시에는 위협받는 콘텐츠 중에서 한 가지만이 포함되어야 함. A라는 소설을 읽기 위하여 e-book으로도 정식 구매하고, 또 정식 출간된 서적을 서점에서 또 구입하는 일은 없기 때문임.

## 다) 합법시장 침해액 산출식

콘텐츠별 합법시장의 전체 피해 규모는 온라인 시장 피해액과 오프라인 시장 피해액의 합이며, 각 온·오프라인 시장 피해액 산출식은 음악물, 영상물, 출판물마다 다르다<sup>13)</sup>.

$$V = V_1 + V_2$$

$V$  : 전체 합법시장 침해액

$V_1$  : 온라인 합법시장 침해액

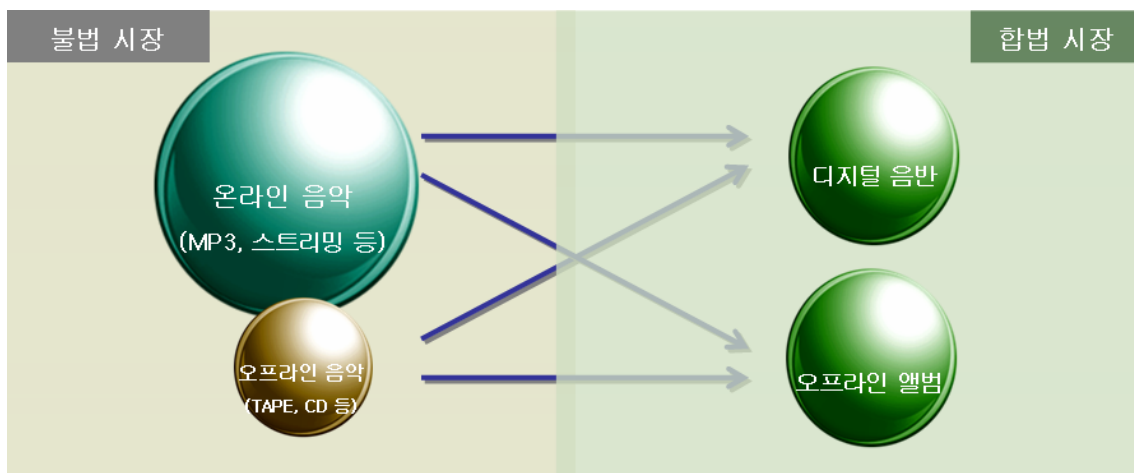
$V_2$  : 오프라인 합법시장 침해액

각 콘텐츠별로 온·오프라인 합법시장 침해액을 살펴보면 아래와 같다.

## ① 음악 합법시장 침해

합법 음악 콘텐츠 시장은 디지털 음반과 오프라인 앨범으로 이루어져 있으며, 각각 온·오프라인 불법시장의 영향을 모두 받고 있다. 따라서 온라인 합법시장(디지털 음반) 침해액 산출식과 오프라인 합법시장(오프라인 앨범) 침해액 산출식은 동일하며, 다만 이용자별로 불법물을 구매·사용함으로써 침해하게 된 합법시장이 주로 무엇이었는지에 따라 침해 규모가 결정될 것이다.

<그림27> 음악 합법시장의 침해 형태



13) 합법물 시장의 형태와 규모에 대해서는 '2005 문화산업통계' 및 '음악산업백서(2006)'를 참조함

디지털 음반과 오프라인 앨범으로 구성되는 전체 음악 합법시장의 침해액 ( $V_1$ ) 산출식은 다음과 같다.

$$V_1 = \sum_c \left[ \frac{1}{n} \sum_{s=1}^{n_c} \{Q_s D_{cs} (1 - G_s)\} P_{3c} N A + \frac{1}{m_1} \sum_t \{S_t P_{3c} T_t C_t D_{ct} (1 - G_t)\} M_1 \times 365 \right]$$

- $c$  : 합법시장의 침해된 콘텐츠 종류(디지털 음반, 오프라인 앨범)  
 $s$  : 음악 불법물 유통 110개 사이트  
 $n$  : 조사대상자 수  
 $n_c$  : 콘텐츠별 불법물 유통 사이트 수  
 $t$  : 불법물 유통 지점(노점상 등)  
 $Q_s$  : 각 사이트의 불법물 유통량  
 $D_{cs} D_{ct}$  : 각 불법물의 이용자별 합법시장 침해율  
 $G_s G_t$  : 구매중도포기율  
 $P_{3c}$  : 합법 음악물 형태(온라인/오프라인)별 시장 단가  
 $N$  : 2006년 기준 전체 인터넷 이용자수  
 $A$  : 소극적인 응답 경향 보정치  
 $m_1$  : 오프라인 불법 음악물 모니터링 횟수  
 $S$  : 1시간 동안의 평균 판매 또는 복사량  
 $T$  : 하루 평균 판매 시간  
 $C$  : 노점상 출현율  
 $M_1$  : 음악물 불법 노점상 전국 모집단 수

위의 식에서도 알 수 있듯이, 디지털 음반 침해액 또는 오프라인 앨범 침해액 산출에 있어서 불법시장의 온·오프라인 콘텐츠 이용이 모두 고려된다. 불법시장 규모 산출식과 비교하여 두드러진 차이점은 '합법시장 침해율( $D$ )' 적용과 '구매중도포기율( $G$ )<sup>14)</sup> 및 합법물 시장 단가( $P_3$ )' 사용에 있다.

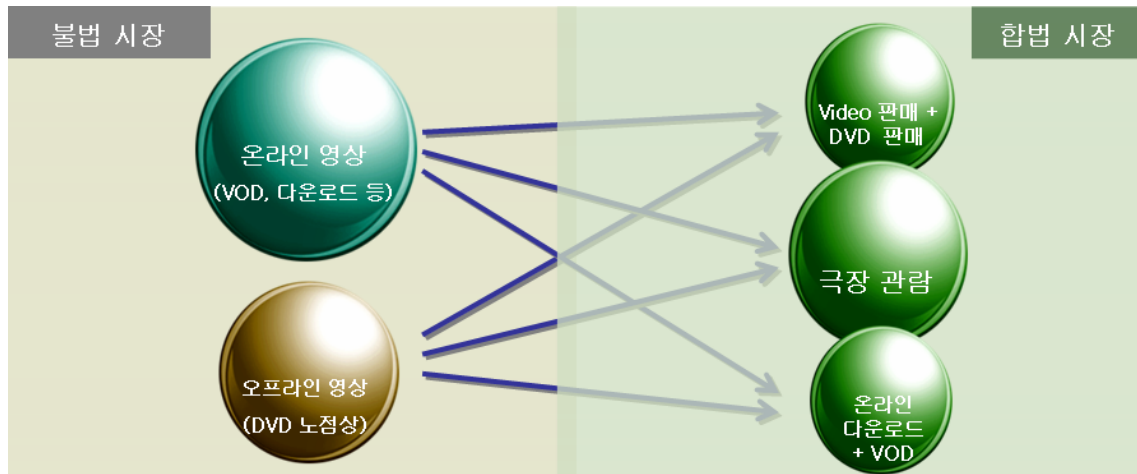
## ② 영상 합법시장 침해

영상 불법시장이 온라인 불법물(영화, 애니메이션 등 불법 다운로드)과 오

14) 한국의 온라인 쇼핑시 구매중도포기율은 32%임(영국 TNS Interactive, 2002). 구매중도포기율이란 구매 과정 중에 중도 포기한 비율을 뜻함. 예를 들어, 구매한 불법물 100개중 1개에 대해서 합법물 구매 의사가 있었다고 답했으나, 그 1개도 의사만 있었을 뿐 실제로 구매하지는 않은 경우, 즉 구매 의사 변경비율을 의미함

프라임 불법물(노점상 DVD 판매) 2가지 대표적인 형태로 구성되어 있음은 음악 불법시장과 같다. 그러나 불법 영상물이 침해하는 합법물 시장은 DVD 판매, 비디오 판매, 극장 관람, 온라인 정식 다운로드, VOD 서비스 등으로 음악 시장보다 다양하다<sup>15)</sup>.

<그림28> 영상 합법시장의 침해 형태



따라서 영상 합법시장 침해액은 음악 합법시장 침해액 산출과 유사한 방식으로 이루어지나, 침해되는 합법물 유형이 더 많다는 특징이 추가로 고려되고 있다.

$$V_2 = \sum_c \left[ \frac{1}{n} \sum_{s=1}^{n_c} \{ Q_s D_{cs} (1 - G_s) \} P_{4c} NA + \frac{1}{m_2} \sum_{y=1}^2 \sum_t \{ S_{yt} P_{4c} T_{yt} C_{yt} D_{ct} (1 - G_t) \} M_2 \times 365 \right]$$

- $c$  : 합법시장의 침해된 콘텐츠 종류(DVD, 극장관람, 온라인 다운로드 등)
- $s$  : 영상 불법물 유통 110개 사이트
- $n$  : 조사대상자 수
- $n_c$  : 콘텐츠별 불법물 유통 사이트 수
- $t$  : 불법물 유통 지점(노점상 등)
- $Q_s$  : 각 사이트의 불법물 유통량
- $D_{cs} D_{ct}$  : 각 불법물의 이용자별 합법시장 침해율
- $G_s G_t$  : 구매중도포기율

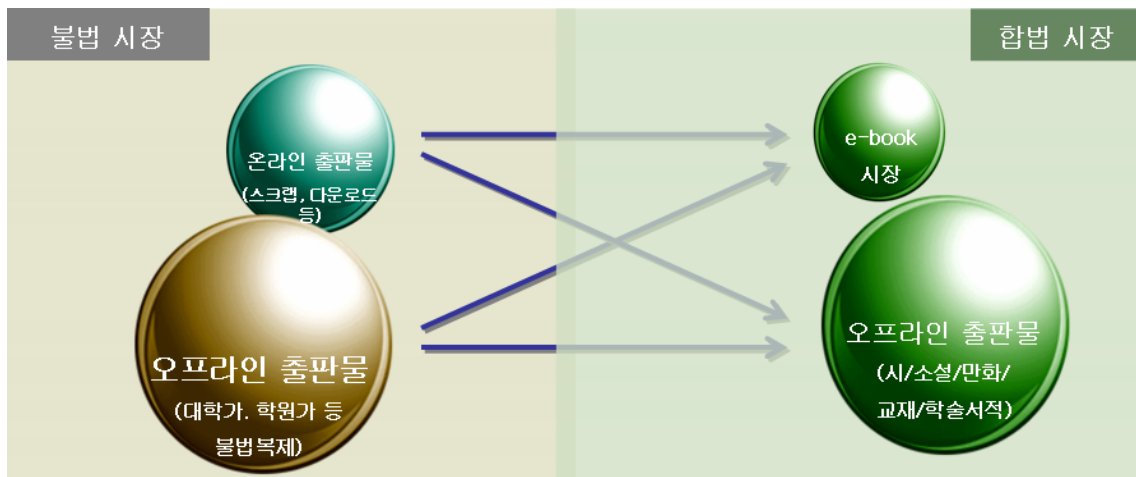
15) DVD 또는 비디오 대여 시장은 본 연구에서 제외하기로 함

- $P_{4c}$  : 합법 영상물 형태별(DVD·비디오 판매, 극장관람 등) 시장 단가
- $N$  : 2006년 기준 전체 인터넷 이용자수
- $A$  : 소극적인 응답 경향 보정치
- $m_2$  : 오프라인 불법 음악물 모니터링 횟수
- $y$  : 노점상 출현 시간대(점심 시간, 저녁 시간)
- $S_{yt}$  : 1시간 동안의 평균 판매 또는 복사량
- $T_{yt}$  : 하루 평균 판매 시간
- $C_{yt}$  : 노점상 출현율
- $M_2$  : 영상물 불법 노점상 전국 모집단 수

### ③ 출판 합법시장 침해

출판 불법시장은 음악·영상보다 더 많은 종류의 온·오프라인 불법물로 구성되어 있다. 시, 소설, 만화 등은 주로 온라인으로, 학술서적 및 참고서는 주로 오프라인으로 불법 복제 및 유통이 이루어지고 있으며, 이는 각각 e-book 시장과 정식 출판된 서적 시장을 침해하고 있다.

<그림29> 출판 합법시장의 침해 형태



e-book과 오프라인 출판물로 구성되는 전체 출판 합법시장의 침해액( $V_3$ ) 산출식은 다음과 같다.

$$V_3 = \sum_c \left[ \frac{1}{n} \sum_{s=1}^{n_c} \{ (Q_s D_{cs} (1 - G_s)) \} P_{5c} NA + \frac{1}{m_3} \sum_t \{ S_t P_{5c} T_t D_{ct} (1 - G_t) \} M_3 \times 365 \right]$$

- $c$  : 합법시장의 침해된 콘텐츠 종류(시·소설·만화·학술서적 등)  
 $s$  : 출판 불법물 유통 사이트(콘텐츠별 최소 110개에서 123개)  
 $n$  : 조사대상자 수  
 $n_c$  : 콘텐츠별 불법물 유통 사이트 수  
 $t$  : 불법물 유통 지점  
 $Q_s$  : 각 사이트의 불법물 유통량  
 $D_{cs} D_{ct}$  : 각 불법물의 이용자별 합법시장 침해율  
 $G_s G_t$  : 구매중도포기율  
 $P_{5c}$  : 합법 출판물 형태별(e-book 소설, 전문학술서적 등) 시장 단가  
 $N$  : 2006년 기준 전체 인터넷 이용자수  
 $A$  : 소극적인 응답 경향 보정치  
 $m_3$  : 오프라인 불법 음악물 모니터링 횟수  
 $y$  : 노점상 출현 시간대(점심 시간, 저녁 시간)  
 $S_t$  : 1시간 동안의 평균 판매 또는 복사량  
 $T_t$  : 하루 평균 판매 시간  
 $M_3$  : 불법 복제 지점 모집단 수(전국 불법 복제 업소, 무인복사기 등)

## 다. 응답자 현황 및 적용 단가

### 1) 응답자 구성 현황

국내 인터넷 이용자 중 10대부터 40대까지 총 2,000명이 이용자 조사에 참가하였다. 표본설계 시 국내 전체 인터넷 이용자의 구성 비율<sup>16)</sup>에 따라 성별과 연령을 기준으로 비례할당하였으며, 그 결과 남성이 1,050명(52.5%), 여성이 950명(47.5%) 조사되었다. 연령별로 살펴보면 전체 응답자 중 10대가 22.9%, 20대 26.8%, 30대 29.1%, 40대 21.2%를 구성하고 있다.

<표21> 응답자 구성 현황

응답자 현황		사례수	%
	전 체	(2000)	100.0
성별	남자	(1050)	52.5
	여자	(950)	47.5
연령	10대	(458)	22.9
	20대	(537)	26.8
	30대	(581)	29.1
	40대	(424)	21.2
직업	초/중/고등학생	(441)	44.4
	대학생	(217)	45.8
	대학원생 이상	(44)	9.7
	기업체 - 일반직	(526)	22.1
	기업체 - 연구직	(90)	10.9
	기업체 - 기능직	(35)	2.2
	기업체 - 기타	(73)	26.3
	공공기관 - 일반직	(98)	4.5
	공공기관 - 연구직	(23)	1.8
	공공기관 - 기능직	(5)	3.7
	공공기관 - 기타	(28)	4.9
	기타	(420)	1.2

### 2) 적용 단가

불법시장 규모 및 합법시장 피해액 산정에 사용된 각 콘텐츠별·형태별 단가는 아래와 같다. 불법시장 규모 산출에 적용된 단가는 실제 불법물을 구입·이용하는데 지불하는 금액이며, 무료로 이용되는 경우에는 단가를 0원으로 계산하였다<sup>17)</sup>.

16) '정보화실태조사'(2006 상반기. 정보통신부) 자료 참조

17) 따라서 규모 및 피해 산출 시 금액뿐만 아니라 발생 건수도 함께 고려하고 있음



&lt;표22&gt; 불법 및 합법시장의 콘텐츠별·형태별 단가

콘텐츠	형태	구분	불법	합법	
음악	온라인	MP3 및 스트리밍	-P2P : 2.24원(용량비례) -웹하드 : 1원(용량비례) -포털 : 0원	-500원(1곡당) ※ 무료제공 음악은 산정에서 제외	
	오프라인	Tape 및 CD	-Tape : 2,500원 -CD : 6,000원	-Tape : 6,500 원 -CD : 15,000 원	
영상	온라인	다운로드 및 VOD	-P2P : 392원(용량비례) -웹하드 : 175원(용량비례) -포털 : 0원	- VOD 1,750원(1편당) - 다운로드 8,250원(1편당) ※ 무료제공 영화는 산정에서 제외	
	오프라인	노점상 DVD	-DVD : 3,300원	-극장 관람 : 6,000원 -DVD : 15,000 원 -Tape : 28,500 원	
출판	온라인	시	-0.04원(195kb)(용량비례)	<e-book 시장 (평균)> 시(집) 단가 : 2,900원(평균 할인율 72%) 소설 단가 : 6,200원(평균 할인율 55%) 만화 단가 : 4,200원(평균 할인율 60%) 학술서적 단가 : 7,000원(평균 할인율 50%)	
		소설	-0.04원(195kb)(용량비례)		
		만화	-7원(30mb)(용량비례)		
		학술서적	-3000원(※학술서적 전문 유통 사이트의 평균 단가)		
	오프라인	대학 무인복사기	-1매(편)당 20원		<오프라인 출판시장 (평균)> 시집 단가 : 14,021원 소설 단가 : 14,021원 만화 단가 : 4,023원 학습교재 단가 : 10,882원 학술서적 단가 : 15,372원
		대학 유인복사기 (※일부 복사 포함)	-1편당 3,200원		
		학원가	-1편당 16,426원		
		대형 복사업체	-1편당 3,200원		
		기업 및 공공기관	※불법 복제 과정에서 이용자의 별도 비용 부담 없음		

## 2절 불법시장 규모 조사 결과

### 1. 결과 종합

#### 가. 전체(온·오프라인 통합)

현재까지 파악된 음악·영상·출판의 모든 불법 유통 경로에 대하여 조사한 결과<sup>18)</sup>, 2006년 한 해 동안 음악은 총 185억4,413만1,136곡, 영상은 총 114억3,483만6,616편(영화 33억803만5,053편<sup>19)</sup>), 출판은 총 100억456만9,803편의 불법물이 유통된 것으로 나타났다. 불법물 거래 가격<sup>20)</sup>을 적용하여 산출한 시장 규모는 음악이 361억6,755만3,707원, 영상이 2조7,248억5,751만7,368원(영화 6,090억7,178만3,050원), 출판이 1조6,344억9,578만4,200원으로 나타났다.

#### <그림30> 불법시장 규모 (건수<sup>21)</sup>)

불법물 거래량은 3개 콘텐츠 중 음악이 가장 많은 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 영상, 출판 순으로 나타났다. 그러나 불법시장 규모를 금액 기준으로 살펴보면, 영상, 출판, 음악 순으로 나타난다. 거래량은 음악이 영상을

- 18) 과거 단속 결과 파악된 모든 온·오프라인 유통 경로에 대해서 조사되었으며, 조사 대상 콘텐츠는 음악의 경우 불법 다운로드 서비스, 불법 스트리밍, 불법 노점상 판매 등 영상의 경우 불법 다운로드 서비스, 불법 VOD 관람, 불법 노점상 판매, DVD방 내 불법상영 등, 영상의 경우 불법 다운로드 서비스, 불법 스크랩, 대학가 불법 복사, 학원가 참고서 불법 편집 및 제작, 배포, 기업 및 공공기관 내 불법 학술서적 복사 등이 전부 포함됨을 재확인함
- 19) 영화분야의 불법물 규모는 P2P, 웹하드, 포털사이트, 노점상에서 조사된 영상 불법물 규모를 영화와 비영화로 비율화하여 산정한 것임. P2P사이트의 영화와 비영화의 비율은 전체 영상 불법물 규모(건수) 중 9.2%와 90.8%이며, 웹하드는 46.1%와 53.9%, 포털사이트는 31.3%, 68.7%, 노점상은 99%와 1%임
- 20) 세부 유통 경로별 콘텐츠별 적용 단가는 앞서 제시된 <표22>와 같음
- 21) 건수의 단위는 음악은 '곡', 영상과 출판은 '편'임. 음악 10곡은 1개 앨범으로 간주됨. 이하 동일

앞서고 있으나, 거래 금액은 영상이 음악을 약 75배 이상 크게 앞서고 있다. 이러한 결과는 불법 영상물이 불법 음악물보다 파일의 용량이 크고 거래 단가가 높기 때문이며, 출판 역시 동일한 이유로 설명된다.

<그림31> 불법시장 규모 (금액)

나. 온라인 불법시장

온라인 불법시장의 경우, 불법물 거래량은 음악이 185억2,731만9,036곡으로 가장 높게 조사되었으며, 그 다음으로는 영상 114억2,320만2,954편(영화 32억9,651만7,728편), 출판 98억3,905만6,647편으로 나타났다. 불법 거래 단가를 적용한 온라인 시장 규모는 영상 2조6,864억6,643만2,768원(영화 5,710억6,460만9,376원), 출판 2,093억5,835만7,270원, 음악 286억210만8,707원 순으로 나타났다.

상술한 전체 결과와 마찬가지로, 온라인상의 콘텐츠별 불법 거래량과 금액 순위에는 차이가 발견되며, 이는 거래 단가와 불법물 이용량이 반비례 관계에 있는 것으로 설명될 수 있다.

<그림32> 온라인 불법시장 규모 (건수)

## &lt;그림33&gt; 온라인 불법시장 규모 (금액)

## 다. 오프라인 불법시장

오프라인 불법시장의 경우, 불법물 거래량은 출판이 1억6,551만3,156편으로 가장 높게 조사되었으며, 그 다음으로는 음악 1681만2,100곡, 영상 1,163만 3,662편(영화 1,151만7,325편)으로 나타났다<sup>22)</sup>. 불법 거래 단가를 적용한 오프라인 시장 규모는 출판 1조4,251억3,742만7,204원, 영상 383억9,108만4,600원(영화 380억717만3,754원), 음악 75억6,544만5,000원 순으로 나타났다.

오프라인 불법시장의 규모는 출판이 음악·영상에 비하여 유통량과 거래 금액 모두 매우 높게 나타나고 있다. 출판물 이용과 관련하여 컴퓨터 활용도나 휴대의 용이성은 타 콘텐츠에 비하여 중요하지 않으므로, 온라인이 아닌 오프라인에서 유통되는 불법물 비율이 상대적으로 높다.

## &lt;그림34&gt; 오프라인 불법시장 규모 (건수)

22) 단, 음악의 경우 단위를 '앨범'으로 전환할 경우, 거래량은 총 168만1210 앨범으로 영상보다 매우 작음

<그림35> 오프라인 불법시장 규모 (금액)

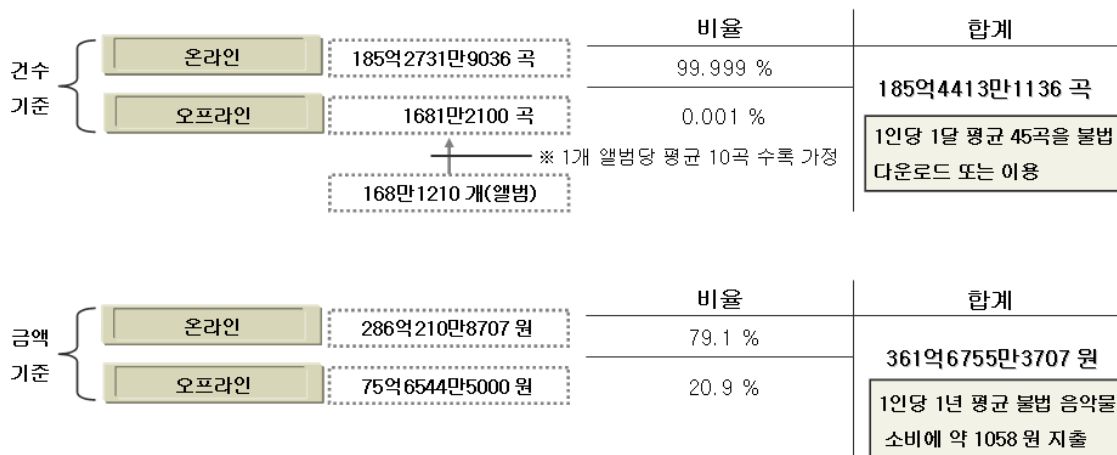
2. 콘텐츠별 불법시장 규모

가. 음악 불법시장

음악 불법물의 유통량(건수)을 살펴보면, 2006년 한 해 동안 온라인에서 185억2,731만9,036곡, 오프라인에서 1,681만2,100곡으로 총 185억4,413만1,136곡이 유통되는 것으로 나타났다. 오프라인의 경우, 실제 오프라인에서 유통되는 단위(앨범)로 계산하면 총 168만1,210개 앨범이 판매되었다. 온라인의 유통량 비율은 전체의 99.9%로 온라인상에서 유통되는 양이 압도적으로 많음을 알 수 있다.

이러한 유통량은, 국내 인터넷 이용자 1인당 1달 평균 45곡을 불법적으로 다운로드하거나 스트리밍 등의 불법 서비스를 이용하고 있음을 의미한다.

<그림36> 음악 불법시장 규모



금액을 기준으로 불법시장 규모를 살펴보면, 온라인의 경우 286억210만 8,707원, 오프라인의 경우 75억6,544만5,000원으로 총 361억6,755만3,707원의 시장이 형성되어 있다. 온라인 시장과 오프라인 시장의 비율은 각각 79.1%, 20.9%로서, 오프라인의 경우 유통량(건수) 비율보다는 금액 비율이 상대적으로 더 높다. 이는 오프라인 불법물 가격이 온라인 불법물 가격보다 크기 때문이며, 다른 측면에서 해석하면 온라인 불법물의 가격이 매우 낮기 때문에 유통량이 그만큼 크게 형성되어 있다고 볼 수 있다.

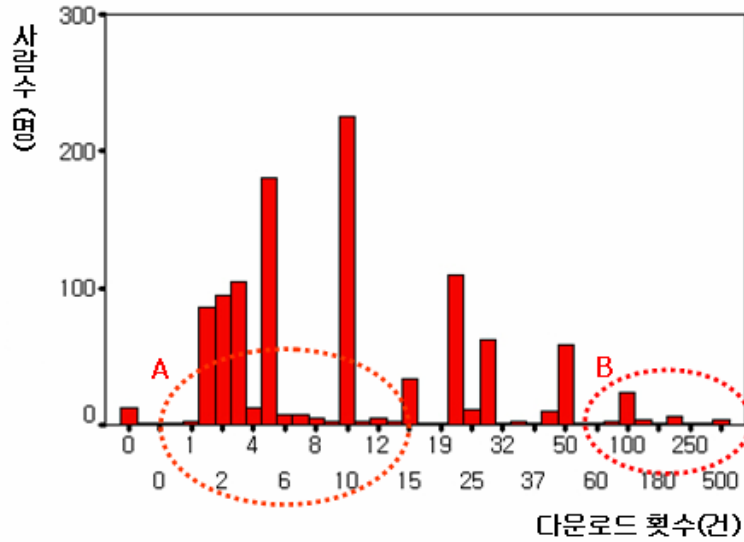
또한 불법 음악시장의 총규모인 361억6,755만3,707원은, 국내 인터넷 이용자가 불법 음악물 소비에 1인당 1년 평균 1,058원을 지출하는 수준에 해당한다.

상기한 1인당 1달 평균 45곡의 불법 다운로드 및 서비스 이용량은 다음과 같은 의미를 지닌다.

불법 음악물이 다운로드 및 서비스되는 110개 사이트 중 하나에 대하여 살펴보면, 대부분의 이용자는 1달 평균 0~30곡 정도를 사용하고 있음을 알 수 있다. 특히 응답 빈도는 <그림37>의 'A'에서 보듯이 1달 평균 10곡 이용이 가장 높으며, 50곡 이상을 이용하는 비율은 상대적으로 작다. 그럼에도 불구하고 1인당 1달 평균이 45곡으로 나타나는 이유는 <그림37>의 'B'에 나타나 있듯이 이용량이 극히 많은 일부 사용자(heavy user) 때문임을 알 수 있다. 'B'로 표기된 부분의 이용자는 1달 평균 100~500곡을 이용하는 사람들로서, 해당 사이트의 정액제 서비스, 무제한 다운로드 서비스 활성화로 인하여 점차 증가하고 있다. 이러한 서비스를 이용할 경우, 하루에도 5~6개 앨범을 다운받는 사례는 매우 빈번하며, 1개 앨범에 평균적으로 10곡이 수록된 것으로 가정하면 1일 평균 50~60 곡을 이용하는 것이 된다.

따라서, 1인당 1달 평균 45곡의 의미를 대부분의 사람들이 1달에 45곡씩 다운로드하거나 서비스를 이용하는 것으로 받아들일 수는 없다. 대부분의 인터넷 사용자는 1달 간 보통 10곡 정도를 이용하고 있으나, 일부 heavy user가 100~500곡을 지속적으로 이용하고 있기 때문에 평균이 45곡으로 올라가게 되는 것으로 이해함이 타당하다.

<그림37> 불법물 유통 사이트의 다운로드 현황(참고)



나. 영상 불법시장

영상<sup>23)</sup> 불법물의 유통량(건수)을 살펴보면, 2006년 한 해 동안 온라인에서 114억2320만2954편, 오프라인에서 1163만3662편으로 총 114억3484만6616편이 유통되는 것으로 나타났다. 온라인과 오프라인 유통량 비율은 각각 전체의 99.9%, 0.1%로서 음악 불법시장과 마찬가지로 온라인의 유통량이 압도적으로 많다.

이러한 유통량은, 국내 인터넷 이용자 1인당 1달 평균 27편을 불법적으로 다운로드하거나 VOD 등의 불법 서비스를 이용하고 있음을 의미한다.

<그림38> 영상 불법시장 규모

기준	비율		합계
	건수	온라인: 114억2320만2954 편 오프라인: 1163만3662 편	99.9 % 0.1 %
금액	비율		합계
	온라인: 2조6864억6643만2768 원 오프라인: 383억9108만4600 원	98.6 % 1.4 %	2조7248억5751만7368 원 <small>1인당 1년 평균 불법 영상물 이용에 7만9780원을 지출함</small>

23) 본 연구의 '영상물'에는 영화뿐만 아니라, 드라마, 애니메이션 등 모든 콘텐츠가 포함되며, 유통 경로 역시 다운로드, VOD, 노점상 등 영화 및 방송 콘텐츠가 유통되는 모든 경로가 포함됨을 재확인함

금액을 기준으로 불법시장 규모를 살펴보면, 온라인의 경우 2조6864억6643만2768원, 오프라인의 경우 383억9108만4600원으로 총 2조7248억5751만7368원의 시장이 형성되어 있다. 온라인 시장과 오프라인 시장의 비율은 각각 98.6%, 1.4%로, 오프라인의 경우 유통량(건수) 비율보다는 금액 비율이 상대적으로 더 높다. 오프라인 영상 불법물은 1편당 약 3,300원으로 온라인 영상 불법물 가격(1편당 약 300원)보다 10배 정도 크나, 유통량 격차와 비교해보면 상대적으로 작은 차이임을 알 수 있다.

또한 불법 영상시장의 총규모인 2조7248억5751만7368원은, 국내 인터넷 이용자가 불법 영상물(영화, 애니메이션, 드라마 등) 이용에 1인당 1년 평균 7만9780원을 지출하는 수준에 해당한다.

영상 불법물 중 영화<sup>24)</sup> 불법물의 유통량(건수)을 살펴보면, 2006년 한 해 동안 온라인에서 32억9,651만7,728편, 오프라인에서 1,151만7,325편으로 총 33억803만5,053편이 유통되는 것으로 나타났다. 온라인과 오프라인 유통량 비율은 각각 전체의 99.7%, 0.3%로서 온라인 유통량이 압도적으로 많다.

금액을 기준으로 불법시장 규모를 살펴보면, 온라인의 경우 5,710억6,460만9,376원, 오프라인의 경우 380억717만3,754원으로 총 6,090억7,178만3,050원의 시장이 형성되어 있으며, 온라인 시장과 오프라인 시장의 비율은 각각 93.8%, 6.2%를 차지하고 있다.

영화 불법물은 유통량 기준으로 영상 불법물의 28.9%, 금액기준으로 22.4%를 차지하고 있다.

24) 본 연구에서 '영화'는 일반영화와 애니메이션 중 극장개봉작을 대상으로 하며, 유통 경로 역시 다운로드, VOD, 노점상 등 영화 콘텐츠가 유통되는 모든 경로가 포함됨

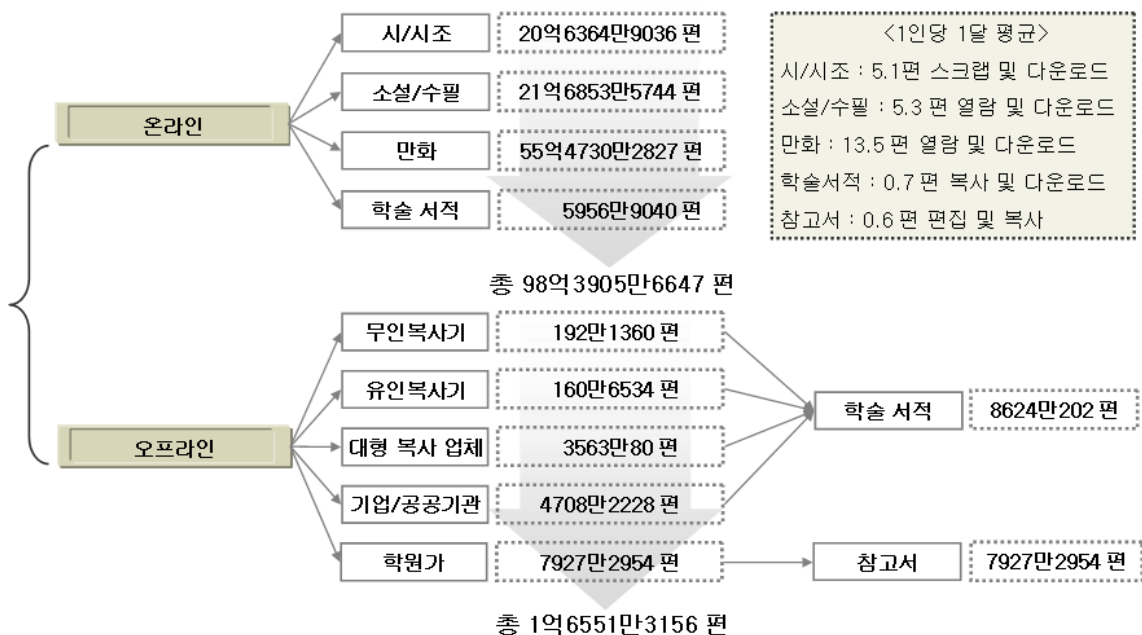


다. 출판 불법시장

출판 불법물의 유통량(건수)을 살펴보면, 2006년 한 해 동안 온라인에서 98억3,905만6,647편<sup>25)</sup>, 오프라인에서 1억6,551만3,156편으로 총 100억456만9,803편이 유통되는 것으로 나타났다. 온라인과 오프라인 유통량 비율은 각각 전체의 98.3%, 1.7%로서 음악 불법시장과 마찬가지로 온라인의 유통량이 압도적으로 많다.

장르별로 살펴보면, '만화'가 55억4,730만2,827편으로 가장 많으며, 그 다음으로는 '소설/수필'이 21억6,853만5,744편, '시/시조'가 20억6,364만9,036편, '학술서적(온·오프라인)'이 1억4,580만9,242편 그리고 참고서가 7,927만2,954편 순으로 나타났다. 오프라인 내 유통경로별로 살펴보면, 학원가에서 이루어지는 불법복제량(7,927만2,954편)이 가장 많은 것으로 나타났으며, 상대적으로 유인복사기(대학가 복사점)를 통한 불법복제량(160만6,534편)이 가장 적은 것으로 조사되었다.

<그림39> 출판 불법시장 규모(건수)



이러한 유통량은, 국내 인터넷 이용자 1인당 1달 평균 '시/시조'는 5.1편, '소설/수필'은 5.3편, '만화'는 13.5편, '학술서적'은 0.7편, '참고서'는 0.6편 불법 스크랩, 다운로드 또는 복제하고 있음을 의미한다.

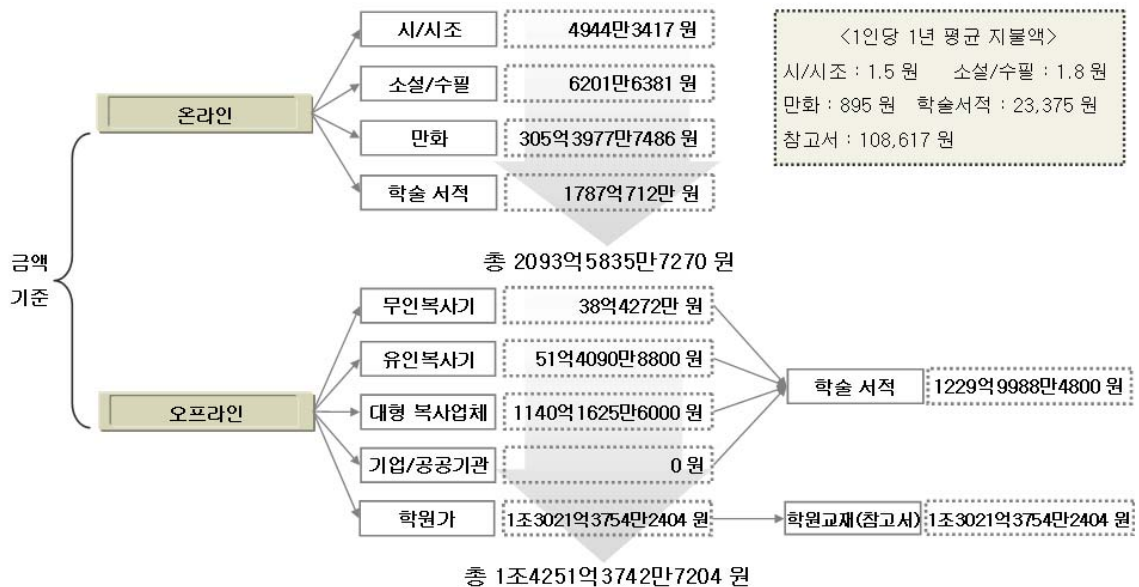
25) 예를 들어, 22편으로 구성된 대하소설의 경우는, 1편이 아니라 22편으로 집계되었음을 재확인함

<그림40> 장르별 유통량 규모(건수)

금액을 기준으로 불법시장 규모를 살펴보면 <그림41>과 같다. 온라인 시장과 오프라인 시장의 비율은 각각 12.8%, 87.2%로, 음악 및 영상 불법시장과 달리 오프라인의 비율이 월등히 높다. 오프라인 불법 유통경로 중 학원가(참고서)의 경우, 다른 콘텐츠와 달리 유통량과 이용 단가가 반비례 관계에 있지 않고, 양자 모두 높은 것이 불법시장 규모를 크게 만드는 요인이 되고 있다.

또한 불법 출판시장 총규모는 국내 인터넷 이용자가 1인당 1년 ‘시/시조’ 1.5원, ‘소설/수필’ 1.8원, ‘만화’ 895원, ‘학술서적’ 23,375원, 그리고 ‘참고서’ 108,617원을 지출하는 수준에 해당한다.

<그림41> 출판 불법시장 규모(금액)



## 3. 유통경로별 불법시장 규모

## 가. 온라인 불법시장 규모

음악·영상·출판 콘텐츠 모두 '남자'가 '여자'보다 불법물 이용량이 많고, 연령대별로 살펴보면 인터넷 이용자수가 가장 많은 '30대'의 유통량이 가장 많은 것으로 조사되었다. 특히 출판 중 '시·시조', '소설·수필'의 경우에는 '30대'의 이용량이 '20대'보다 훨씬 많은 것으로 나타나고 있다.

&lt;표23&gt; 콘텐츠별 온라인 불법 유통량(건)

구 분	음악(곡)	영상(편)	출판(편)			
			시·시조	소설·수필	만화	
전 체	18,527,319,036	11,423,202,954	2,063,649,696	2,168,535,744	5,547,302,827	
성별	남자	10,925,268,466	7,321,168,072	1,469,740,800	1,422,475,272	3,204,986,935
	여자	7,602,050,570	4,102,034,882	593,908,896	746,060,472	2,342,315,892
연령	10대	4,156,243,265	2,139,819,013	153,153,672	217,287,816	939,799,032
	20대	5,230,674,228	3,907,940,578	320,670,720	437,080,872	1,933,961,772
	30대	5,859,121,699	3,971,490,166	1,019,298,648	1,093,620,768	1,969,369,164
	40대	3,281,279,844	1,403,953,198	570,526,656	420,546,288	704,172,859

불법물 이용에 지출된 금액을 기준으로 살펴보면, 영상(2조6,864억6,643만 2,768원)의 규모가 가장 크며, 그 다음으로는 출판 중 '만화'(305억3,977만 7,486원), 음악(286억210만8,707원) 순으로 조사되었다.

&lt;표24&gt; 콘텐츠별 온라인 불법 유통량(금액)

구 분	음악(원)	영상(원)	출판(원)			
			시·시조	소설·수필	만화	
전 체	28,602,108,707	2,686,466,432,768	49,443,417	62,016,381	30,539,777,486	
성별	남자	16,506,177,999	1,730,599,549,661	37,418,265	42,989,918	17,674,284,482
	여자	12,095,930,709	955,866,883,107	12,025,152	19,026,463	12,865,493,004
연령	10대	6,893,054,957	544,598,885,060	3,420,488	6,466,860	5,360,378,520
	20대	8,061,988,664	881,599,300,512	5,885,644	9,907,389	10,938,796,428
	30대	8,601,805,674	931,974,466,013	30,169,770	34,405,296	10,747,062,060
	40대	5,045,259,412	328,293,781,183	9,967,515	11,236,836	3,493,540,478

## 1) 음악

2006년 한 해 동안 온라인상에서 유통된 불법 음악물에 대하여 살펴보면, 'P2P'를 통한 유통량(100억7691만694곡)이 가장 크며, 그 다음으로는 '웹하드'(60억2982만8753곡), '포털'(24억2057만9590곡) 순으로 나타났다. 'P2P', '웹하드', '포털'과 같은 모든 온라인 유통경로에서 '남자'의 불법 유통량이 '여자'보다 큰 것으로 나타났으며, 연령대별 유통량의 경우 'P2P'는 20대, '웹하드'는 30대, '포털'은 10대의 이용량이 가장 크게 조사되었다.

&lt;표25&gt; 온라인 유통경로별 음악 불법물 유통량(건)

구 분		P2P(곡)	웹하드(곡)	포털(곡)
전 체		10,076,910,694	6,029,828,753	2,420,579,590
성별	남자	5,604,790,068	3,951,448,246	1,369,030,152
	여자	4,472,120,626	2,078,380,507	1,051,549,438
연령	10대	2,778,327,862	669,600,547	708,314,856
	20대	2,800,407,711	1,789,075,392	641,191,126
	30대	2,754,778,606	2,431,101,598	673,241,496
	40대	1,743,396,516	1,140,051,216	397,832,112

온라인 불법 음악물에 지불된 금액을 살펴보면, 'P2P' 규모가 225억7,227만 9,955원으로 3개 온라인 유통경로 중 가장 크며, 그 다음으로는 '웹하드'가 60억2,982만8,753원을 기록하였다. '포털'은 다른 온라인 유통경로와 달리, 불법물 이용이 대부분 무료로 이루어지고 있다는 특징이 있다<sup>26)</sup>.

&lt;표26&gt; 온라인 유통경로별 음악 불법물 유통량(금액)

구 분		P2P(원)	웹하드(원)	포털(원)
전 체		22,572,279,955	6,029,828,753	※불법물 이용 시 별도의 금액 지불 없음
성별	남자	12,554,729,753	3,951,448,246	
	여자	10,017,550,201	2,078,380,507	
연령	10대	6,223,454,410	669,600,547	
	20대	6,272,913,272	1,789,075,392	
	30대	6,170,704,077	2,431,101,598	
	40대	3,905,208,196	1,140,051,216	

26) 포털사이트의 경우 BGM과 같은 스트리밍 서비스가 유료로 이루어지고 있으나, 이러한 서비스는 대부분 합법으로서 불법시장 규모 산출시 제외됨

## 2) 영상

2006년 한 해 동안 온라인상에서 유통된 불법 영상물에 대하여 살펴보면, '웹하드'를 통한 유통량(50억2,123만2,490편)이 가장 크며, 그 다음으로는 'P2P' (46억1,160만9,048편), '포털'(17억9,036만1,415편) 순으로 나타났다. 'P2P'·'웹하드'·'포털'의 모든 온라인 유통경로에서 '남자'의 불법 유통량이 '여자'보다 큰 것은 온라인 불법 음악 시장과 같으며, 연령대별 유통량의 경우 '20대'와 '30대'가 전체 유통량의 대부분을 차지하고 있다.

&lt;표27&gt; 온라인 유통경로별 영상 불법물 유통량(건)

구 분		P2P(편)	웹하드(편)	포털(편)
전 체		4,611,609,048	5,021,232,490	1,790,361,415
성별	남자	2,881,134,560	3,435,398,868	1,004,634,643
	여자	1,730,474,488	1,585,833,622	785,726,772
연령	10대	1,059,345,744	739,059,161	341,414,107
	20대	1,416,462,696	1,864,833,850	626,644,032
	30대	1,551,561,938	1,850,069,635	569,858,592
	40대	584,238,670	567,269,844	252,444,684

온라인 불법 영상물에 지불된 금액을 살펴보면, 'P2P' 규모가 1조8077억 5074만7004원으로 3개 온라인 유통경로 중 가장 크며, 그 다음으로는 '웹하드'가 8787억1568만5764원을 기록하였다. 유통량 면에서는 '웹하드'가 가장 크나, 1개 영화·애니메이션·(해외)드라마 등을 이용하기 위해 소요되는 금액('P2P'가 평균 392원, '웹하드'가 평균 175원)은 'P2P'가 '웹하드'보다 약 2배 이상 크므로 규모 격차가 발생한다.

&lt;표28&gt; 온라인 유통경로별 영상 불법물 유통량(금액)

구 분		P2P(원)	웹하드(원)	포털(원)
전 체		1,807,750,747,004	878,715,685,764	
성별	남자	1,129,404,747,677	601,194,801,984	※불법물 이용 시 별도의 금액 지불 없음
	여자	678,345,999,327	277,520,883,780	
연령	10대	415,263,531,836	129,335,353,224	
	20대	555,253,376,832	326,345,923,680	
	30대	608,212,279,853	323,762,186,160	
	40대	229,021,558,483	99,272,222,700	

온라인상에서 유통된 불법 영화에 대하여 살펴보면, '웹하드'를 통한 유통량(23억976만6,945편)이 가장 크며, 그 다음으로는 '포털'(5억6,038만3,123편), 'P2P'(4억2,565만1,515편) 순으로 나타났다.

온라인 불법 영화에 지불된 금액을 살펴보면, '웹하드' 규모가 4,042억921만5,370원으로 3개 온라인 유통경로 중 가장 크며, 그 다음으로는 'P2P'가 1,668억5,539만3,880원을 기록하였다. 포털사이트와 관련해서는 <표22>에서 제시한 바와 같이, 불법 시장 규모 산출에 적용된 단가는 실제 불법물을 구입·이용하는데 지불하는 금액이고, 무료로 이용하는 경우에는 단가가 0원이므로 거래규모 또한 0원이 된다.

### 3) 출판

온라인에서 유통되는 출판물을 '시·시조', '소설·수필', '만화', '학술서적'으로 나누어 살펴보면 각각 다음과 같다.

#### 가) 시·시조

2006년 한 해 동안 온라인상에서 유통된 불법 출판물(시·시조)에 대하여 살펴보면, '포털'을 통한 유통량(8억2,756만4,280편)이 가장 크며, 그 다음으로는 '웹하드'(6억8,075만7,216편), 'P2P'(5억5,532만8,200편) 순으로 나타났다. 온라인상에서 '시·시조'를 불법적으로 스크랩 또는 다운로드하는 양은 '남자'가 '여자'보다 많은 것으로 조사되었으며, 연령대별 유통량의 경우 모든 유통경로에 있어서 '30대', '40대', '20대', '10대' 순으로 나타나고 있다.

<표29> 온라인 유통경로별 출판(시·시조) 불법물 유통량(건)

구 분		P2P(편)	웹하드(편)	포털(편)
전 체		555,328,200	680,757,216	827,564,280
성별	남자	385,305,912	550,150,704	534,284,184
	여자	170,022,288	130,606,512	293,280,096
연령	10대	50,772,864	34,739,328	67,641,480
	20대	60,793,824	86,347,272	173,529,624
	30대	307,977,504	446,266,752	265,054,392
	40대	135,784,008	113,403,864	321,338,784

온라인 불법 출판물(시·시조)에 지불된 금액을 살펴보면, 'P2P'(2,221만3,128원)와 '웹하드'(2,723만289원)의 규모가 비슷한 것으로 나타났다. 반면에

불법물 이용량이 가장 큰 '포털'은 대부분 무료로 이용되고 있어 금액을 기준으로 한 불법시장 규모는 가장 작다.

<표30> 온라인 유통경로별 출판(시·시조) 불법물 유통량(금액)

구 분		P2P(원)	웹하드(원)	포털(원)
전 체		22,213,128	27,230,289	※ 불법물 이용 시 별도의 금액 지불 없음
성별	남자	15,412,236	22,006,028	
	여자	6,800,892	5,224,260	
연령	10대	2,030,915	1,389,573	
	20대	2,431,753	3,453,891	
	30대	12,319,100	17,850,670	
	40대	5,431,360	4,536,155	

#### 나) 소설·수필

2006년 한 해 동안 온라인상에서 유통된 불법 출판물(소설·수필)에 대하여 살펴보면, 'P2P'를 통한 유통량(7억9,992만3,132편)이 가장 크며, 그 다음으로는 '웹하드'(7억5,048만6,396편), '포털'(6억1,812만6,216편) 순으로 나타났다. 온라인상에서 '소설·수필'을 불법적으로 스크랩 또는 다운로드하는 양은 '남자'가 '여자'보다 많은 것으로 조사되었으며, 연령대별 유통량의 경우 모든 유통경로에 있어서 '30대'의 유통량이 특히 크게 나타나고 있다.

<표31> 온라인 유통경로별 출판(소설·수필) 불법물 유통량(건)

구 분		P2P(편)	웹하드(편)	포털(편)
전 체		799,923,132	750,486,396	618,126,216
성별	남자	513,323,676	561,424,284	347,727,312
	여자	286,599,456	189,062,112	270,398,904
연령	10대	101,211,696	60,459,792	55,616,328
	20대	125,930,064	121,754,664	189,396,144
	30대	437,164,380	422,968,020	233,488,368
	40대	135,616,992	145,303,920	139,625,376

온라인 불법 출판물(소설·수필)에 지불된 금액을 살펴보면, 'P2P'(3,199만6,925원)와 '웹하드'(3,001만9,456원)의 규모가 비슷한 것으로 나타났다. 유통량 규모와 마찬가지로 이용 금액의 규모 면에서도 '여자'보다는 '남자'의 이용 규모가 더 크며, 연령대 중에서도 '30대'의 지불 금액이 가장 큰 것으로 조사되었다.

&lt;표32&gt; 온라인 유통경로별 출판(소설·수필) 불법물 유통량(금액)

구 분		P2P(원)	웹하드(원)	포털(원)
전 체		31,996,925	30,019,456	※불법물 이용 시 별도의 금액 지 불 없음
성별	남자	20,532,947	22,456,971	
	여자	11,463,978	7,562,484	
연령	10대	4,048,468	2,418,392	
	20대	5,037,203	4,870,187	
	30대	17,486,575	16,918,721	
	40대	5,424,680	5,812,157	

## 다) 만화

2006년 한 해 동안 온라인상에서 유통된 불법 출판물(만화)에 대하여 살펴보면, 'P2P'를 통한 유통량(23억532만1,848편)이 가장 크며, 그 다음으로는 '웹하드'(20억5,750만3,507편), '포털'(11억8,447만7,472편) 순으로 나타난다. 온라인 상에서 '만화'를 불법적으로 스크랩 또는 다운로드하는 양은 'P2P'의 경우 '남자'와 '여자'의 수치가 큰 차이가 없으나, 상대적으로 '웹하드'는 '남자'의 유통량이 크게 조사되었다. 연령대별 유통량의 경우 'P2P'는 '20대'의 유통량이 가장 큰 반면, '웹하드'와 '포털'은 '30대'의 유통량이 가장 크다.

&lt;표33&gt; 온라인 유통경로별 출판(만화) 불법물 유통량(건)

구 분		P2P(편)	웹하드(편)	포털(편)
전 체		2,305,321,848	2,057,503,507	1,184,477,472
성별	남자	1,167,859,380	1,357,038,403	680,089,152
	여자	1,137,462,468	700,465,104	504,388,320
연령	10대	513,574,200	252,194,160	174,030,672
	20대	804,265,548	758,419,656	371,276,568
	30대	702,385,788	832,908,792	434,074,584
	40대	285,096,312	213,980,899	205,095,648

온라인 불법 출판물(만화)에 지불된 금액을 살펴보면, 'P2P'(161억3,725만2,936원)와 '웹하드'(144억252만4,550원)의 규모가 유사한 것으로 나타났다.



&lt;표34&gt; 온라인 유통경로별 출판(만화) 불법물 유통량(금액)

구 분		P2P(원)	웹하드(원)	포털(원)
전 체		16,137,252,936	14,402,524,550	※불법물 이용 시 별도의 금액 지불 없음
성별	남자	8,175,015,660	9,499,268,822	
	여자	7,962,237,276	4,903,255,728	
연령	10대	3,595,019,400	1,765,359,120	
	20대	5,629,858,836	5,308,937,592	
	30대	4,916,700,516	5,830,361,544	
	40대	1,995,674,184	1,497,866,294	

## 라) 학술서적

출판물 중 '학술서적'은 다른 출판물과 달리 유통되는 사이트가 한정되어 있다. 과거 단속결과를 바탕으로, 학술서적이 불법적으로 유통되는 14개 사이트를 선정하여, 이를 통한 유통량을 조사한 결과 2006년 한 해 동안 총 5,956만9,040편이 유통된 것으로 나타났다. '여자'(1,943만6,487편)보다는 '남자'(4,033만4,364편)의 유통량이 더 많으며, 연령별로는 '30대'(2,167만1,439편)의 유통량이 가장 큰 것으로 나타났다.

온라인 불법 출판물(학술서적)에 지불된 금액은 총 1,787억712만원으로, '남자'는 1,210억309만2,000원, '여자'는 583억946만1,000원인 것으로 나타났다. 연령대별로 살펴보면, 지불 금액이 가장 큰 '30대'가 650억1,431만7,000원으로 조사되었다.

&lt;표35&gt; 온라인 유통경로별 출판(학술서적) 불법물 유통량(편, 금액)

구 분		유통량(편)	금액(원)
전 체		59,569,040	178,707,120,000
성별	남자	40,334,364	121,003,092,000
	여자	19,436,487	58,309,461,000
연령	10대	5,290,789	15,872,367,000
	20대	19,581,791	58,745,373,000
	30대	21,671,439	65,014,317,000
	40대	13,218,760	39,656,280,000

나. 오프라인 불법시장 규모

1) 음악

2006년 말 현재, 전국의 불법 음악물을 판매하는 지점은 약 666곳으로, 이 중 약 36.4%가 매일 출현하고 있다. 출현한 노점상은 일평균 약 19.0개의 불법 음악물을 판매하는 것으로 조사되었다.

불법 음악물을 판매하는 전국의 노점상에서는 2006년 한 해 동안 총 168만1,210개의 불법 음악물이 유통되었다. 이는 노점상 지점당 1달 평균 210개가 판매되는 양으로, 금액으로 파악할 경우 전체는 75억6,544만5,000원, 지점별로는 94만5,000원의 규모가 산출된다.

<그림42> 오프라인 유통경로별 음악 불법물 현황

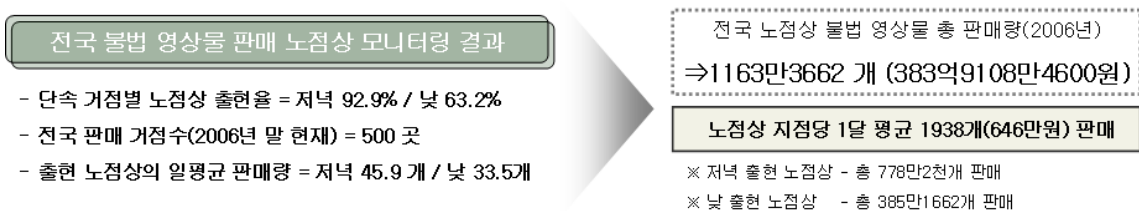


2) 영상

2006년 말 현재, 전국의 불법 영상물을 판매하는 지점은 약 500곳으로, 점심 시간대에는 약 63.2%, 저녁 출퇴근 시간대에는 약 92.9%가 매일 출현하고 있다. 출현 노점상에서는 낮 시간대 약 33.5개, 저녁 시간대 약 45.9개의 불법 영상물이 판매되고 있다.

불법 영상물을 판매하는 전국의 노점상에서는 2006년 한 해 동안 총 1,163만3,662개의 불법 영상물이 유통되었다. 이는 노점상 지점당 1달 평균 1,938개가 판매되는 양으로, 금액으로 파악할 경우 전체는 383억9,108만4,600원, 지점별로는 1달 평균 약 646만원의 규모가 산출된다.

<그림43> 오프라인 유통경로별 영상 불법물 현황



영상 중 영화를 구분해서 보면, 2006년에 전국 노점상에서 총 1,151만7,325개의 불법 영화 콘텐츠가 유통되었으며 금액으로 환산시 380억717만2,500원을 알 수 있다. 이는 노점상 지점당 1달 평균 1,920개가 판매되었다는 것을 의미하며, 각 지점별로 월평균 약 630만원 규모가 유통되고 있음을 보여준다.

### 3) 출판

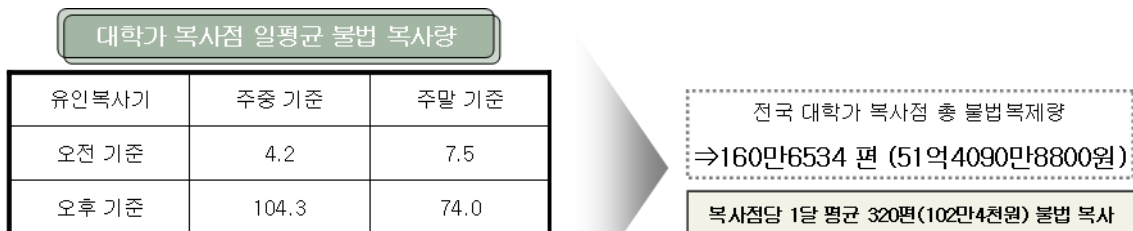
‘3장’에서 살펴본 바와 같이, 출판물이 오프라인 상에서 불법적으로 복제·유통되는 경로는 매우 다양하다. 이 중에서 특히 학술서적과 참고서의 불법 복제 수준이 심각한 5개 유통경로의 현황을 살펴보면 다음과 같다.

#### 가) 대학가 복사점

대학가 복사점의 경우, 3월 신학기에 이루어지는 학술서적 불법 복제량은 1년 동안 이루어지는 불법 복제량의 57%에 해당한다. 주중의 오전을 기준으로 일평균 불법 복제량을 환산하면 4.2편이며, 주중의 오후는 104.3편, 주말의 오전은 7.5편, 주말의 오후는 74.0편이다.

주중과 주말, 오전과 오후 시간대를 실제 비율에 맞추어 불법 복제량을 추정한 결과, 2006년 한 해 동안 약 160만6534편이 불법복제된 것으로 나타났다. 이는 대학가 복사점 1개당 1달 평균 약 320편이 불법 복제되는 양으로, 금액으로 환산하면 총 51억4,090만8,800원 규모이다.

<그림44> 오프라인 유통경로별 출판 불법물 현황(대학가 복사점)



※ ‘주중·오후’의 경우 4년제 대학은 107.1, 전문대는 90.5임

※ 3월 복사량은 1년 중 57%를 차지함(단속자료 기초)

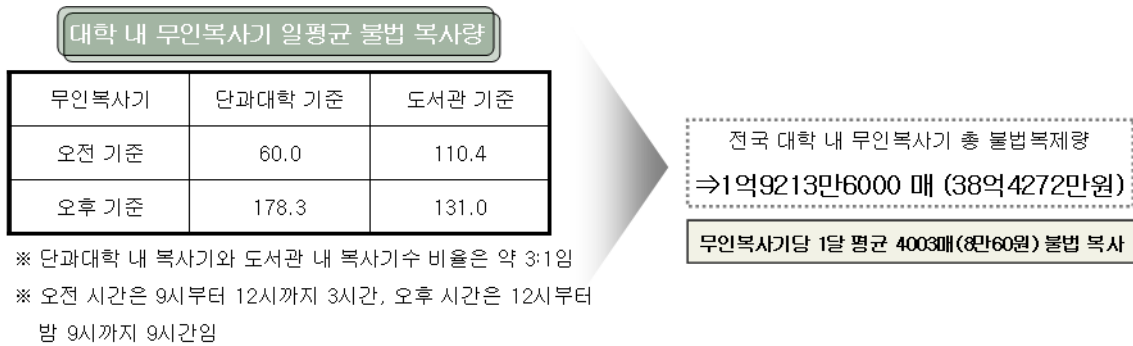
#### 나) 대학 내 무인복사기

대학 내 무인복사기의 경우, 과거 단속 및 모니터링 결과 월별 불법 복제

량에 큰 차이가 없는 것으로 나타났다. 단과대학의 오전 시간대를 기준으로 일평균 불법 복제량을 추정하면 약 60.0매, 단과대학의 오후 시간대 기준은 178.3매, 도서관의 오전 시간대 기준은 110.4매 그리고 도서관의 오후 시간대 기준은 131.0매이다.

단과대학과 도서관, 오전과 오후 시간대를 실제 비율에 맞추어 불법 복제량을 추정한 결과, 2006년 한 해 동안 약 1억9,213만6,000매가 불법복제된 것으로 나타났다. 이는 무인복사기 1대당 1달 평균 약 4,003매가 불법 복제되는 양으로, 금액으로 환산하면 총 38억4272만원 규모이다.

<그림45> 오프라인 유통경로별 출판 불법물 현황(대학 내 무인복사기)



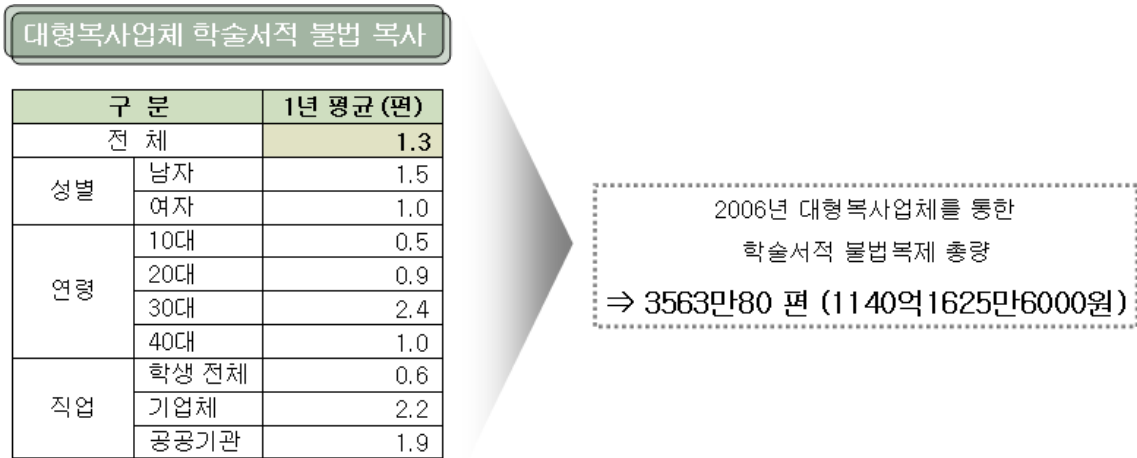
#### 다) 대형복사업체

2006년 한 해 동안 대형복사업체를 통해 학술서적을 불법 복제한 양은 총 3,563만80편<sup>27)</sup>이며, 금액으로 환산시 1,140억1,625만6,000원 규모이다.

1인당 1년 평균 복제량을 살펴보면, 10대~40대 전체는 약 1.3편이며, '남자'는 1.5편, '여자'는 1.0편인 것으로 나타났다. 연령대별로는 '30대'가 2.4편으로 가장 높게 나타났으며, 직업별로는 '기업체' 근무자가 2.2편으로 가장 많다.

27) 1-2장 낱장 복사는 제외되며, 일부분을 복사한 경우라도 1권을 복사한 것으로 집계하였음. 그러나 금액은 1권 분량이 아닌, 평균적으로 실제 지불한 금액을 사용함

<그림46> 오프라인 유통경로별 출판 불법물 현황(대형복사업체)

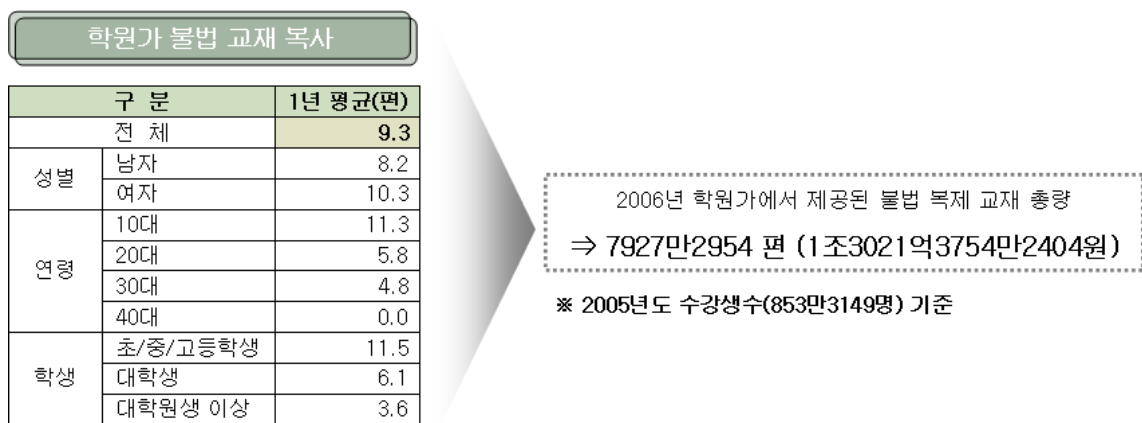


라) 학원

2006년 한 해 동안 학원가에서 참고서적을 불법 제작하여 제공된 양은 총 7927만2954편이며, 금액으로 환산시 1조3021억3754만2404원 규모이다.

1인당 1년 평균 이용량을 살펴보면, 학생 전체 평균은 약 9.3편이며, '남자'는 8.2편, '여자'는 10.3편으로 나타났다. 연령대별로는 '10대'가 11.3편으로 가장 높게 나타났으며, 학생 중 '초/중/고등학생'의 평균이 11.5편으로 가장 높게 조사되었다.

<그림47> 오프라인 유통경로별 출판 불법물 현황(학원)

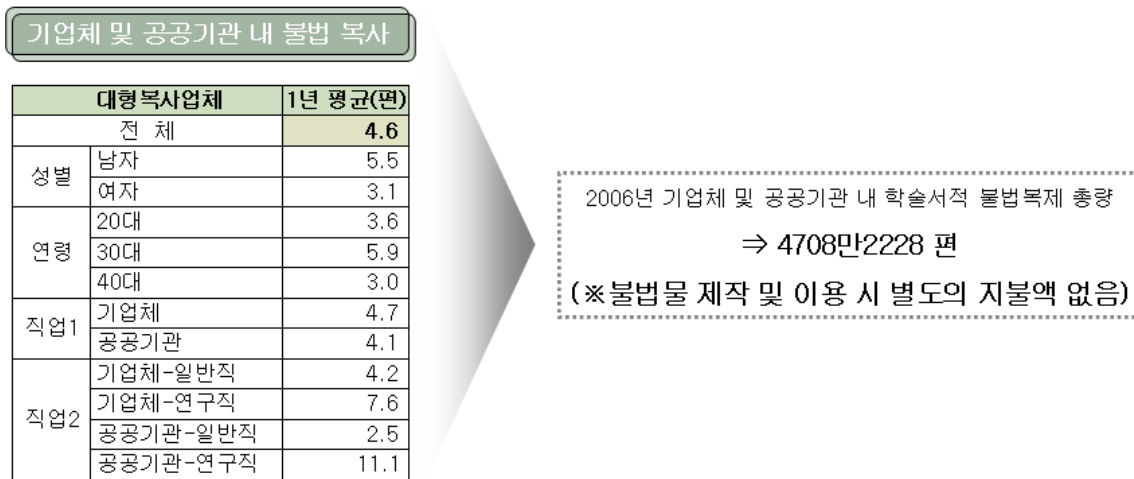


마) 기업체 및 공공기관

2006년 한 해 동안 기업체 및 공공기관에서 학술서적을 불법 복제한 양은 총 4,708만2,228편인 것으로 나타났다.

1인당 1년 평균 복제량을 살펴보면, 기업체 및 공공기관 근무자 전체의 평균은 약 4.6편이며, '남자'는 5.5편, '여자'는 3.1편인 것으로 나타났다. 연령대 별로는 '30대'가 5.9편으로 가장 높게 나타났으며, 세부 직업별로는 '공공기관의 연구직'이 11.1편으로 가장 많다.

<그림48> 오프라인 유통경로별 출판 불법물 현황(기업체 및 공공기관)



4. 조사 결과의 특징 - 불법시장의 특성

음악·영상(영화)·출판의 온·오프라인 유통경로별 불법시장 규모를 살펴 보았다. 합법적인 문화 콘텐츠 합법시장에 버금가는 규모로 형성되어 있는 이러한 불법시장에서 발견되는 주요 특징들은 아래와 같다.

가. 불법 디지털 음원 유통의 심각성

조사결과, 온라인상에서 불법적으로 유통되는 디지털 음원은 1년 동안 약 185억2,731만9,036곡으로, 영화와 방송을 합쳐서 산출한 영상물(114억2,320만 2,954편)보다도 훨씬 크다. 불법 디지털 음원 유통량은 주로 P2P를 통해 유통되고 있으며, 정액제 또는 무제한 다운로드 서비스, 앨범 또는 가수 단위로 압축된 파일 형태 등으로 인해 인터넷 사용자 1인당 1달 평균 45곡이라

는 큰 유통량을 기록하고 있다.

이러한 수치는 10대, 20대, 30대에 걸쳐 분포된 heavy user에 의해 주도되고 있으나, 전반적으로 디지털 음원이 음악 감상의 목적 외에 악세사리와 같이 사용되는 경향도 영향을 미치고 있다.

#### 나. 콘텐츠별 주요 유통경로의 차이

음악의 경우 P2P, 영상(영화)의 경우 웹하드, 출판의 경우 포털이 주된 불법물 유통경로인 것으로 조사되었다. 음악은 파일의 용량이 작고, 동시 접속자가 보유한 최신 음악을 실시간으로 다운로드 받을 수 있다는 점에서 P2P가 주로 활용되고 있으며, 영상(영화)은 상대적으로 용량이 크므로 다운로드 및 업로드의 안정성이 보장되어야 한다는 점에서 웹하드가 주로 활용되고 있다. 출판의 경우, 시, 소설, 만화 등이 주로 유통되는 온라인 동호회, 블로그 등이 포털사이트에 활성화되어 있으므로 포털이 주된 유통경로가 되고 있다.

따라서 온라인 불법 유통량이 콘텐츠별 불법 유통량의 대부분을 차지하고 있으므로, 불법시장 규모를 효율적으로 축소시키기 위해서는 음악·영상·출판시장별 집중 단속대상이 달라야 한다.

#### 다. 성별·연령대별 불법물 이용량

학원가 불법 교재 제작 및 제공을 제외한 모든 유통경로에 있어서 남자가 여자보다 높은 유통량을 보이고 있다.

연령대별로 살펴보면, 20대와 30대가 불법물 유통을 주도하고 있음이 확인되었으며, 10대 및 40대와 달리 20대와 30대 간에는 괄목할 만한 성향 차이가 발견되지 않는다. 인터넷 보편화 논의는 벌써 과거의 것으로, 현재의 30대는 인터넷 사용 행태 측면에서 20대와 다르지 않다. 그러나 인터넷 이용자가 학생인가 또는 직장인인가는 불법물 이용량에 중요한 영향을 미치고 있다.

#### 라. 불법물 이용 단가와 이용량

불법 디지털 음원의 유통량이 185억 곡 이상 기록된 것은 다양한 측면에서 설명될 수 있겠으나, 이용 단가가 매우 낮다는 사실이 가장 중요한 원인으로 지적될 수 있다. 다른 콘텐츠의 경우에도, 불법물 이용 단가가 높으면 상대적으로 이용량이 낮고, 단가가 낮으면 상대적으로 이용량이 큰 경향을

발견할 수 있다.

그러나 학원가에서 제작 및 제공되는 불법물은 이러한 단가와 이용량 관계의 예외에 해당한다. 즉, 대형복사업체(3,563만80권)나 기업체 및 공공기관(4,708만2,228권) 보다 학원가에서 불법 제작 및 제공되는 교재(7,927만2,954권)가 더 많음에도 불구하고, 이용단가는 학원가 제공 교재(1만6,426원)가 훨씬 높다. 참고서 또는 교재는 일반적인 문화 콘텐츠의 성격을 가지고 있지 않으며, 단가가 일정한 상한선을 넘지 않는다면 기호와 상관없이 구매가 강제되고 있기 때문인 것으로 풀이할 수 있다.



### 3절 불법시장에 의한 합법시장 침해

#### 1. 결과 종합

##### 가. 전체 합법시장 침해 결과(음악·영상·출판 통합)

2절에서 살펴본 바와 같이, 음악·영상·출판 분야를 합한 불법시장은 총 4조3,955억2,085만5,275원 규모로 나타났다. 이러한 불법시장에서 일어나는 다양한 행태 중에는 직접 합법시장<sup>28)</sup>을 침해하는 것도 있으며, 합법시장 침해와는 아무런 상관이 없는 독립적인 것도 존재한다. 따라서, 1절의 '2) 합법시장 침해액 산출 방법'에서 설정한 개념도를 바탕으로 합법시장 침해액을 산출한 결과, 총 2조191억1,014만2,725원이 침해된 것으로 나타났다.

<그림49> 3개 콘텐츠의 불법시장 규모 및 합법시장 침해규모



합법시장 침해액은 불법시장의 45.9%에 해당하는 규모로서, 불법시장 규모보다 작다. 이를 통해, 음악·영상·출판 콘텐츠 이용자가 불법물 사용에 지불하는 총 금액은, 불법시장으로 인하여 구입 또는 이용하지 않은 합법물 총액보다 큼을 알 수 있다.

##### 나. 콘텐츠별 합법시장 침해 결과

콘텐츠별 합법시장 침해 규모를 살펴보면, 영상이 1조1,498억5,674만5,130원(영화 3,390억6,789만6,680원 포함)으로 가장 큰 것으로 조사되었으며, 그 다음으로는 음악(4,567억5,156만7,401원)과 출판(4,125억183만194원)이 유사한 수준을 기록하였다.

28) 본 보고서에서 사용하는 '합법시장'은 합법물이 구매·이용되는 정상적인 시장을 말하며, 불법물 유통 시장 또는 불법시장과 대별되는 개념으로 사용됨

<그림50> 콘텐츠별 합법시장 침해 규모(음악:곡, 영상(영화):편, 출판:편)

불법시장 규모와 합법시장 침해액을 비교해 보면, 음악은 불법시장 규모(361억6,755만3,707원)보다 합법시장 침해액(4,567억5,156만7,401원)이 훨씬 큰 반면, 영상(영화 포함<sup>29</sup>)과 출판은 모두 불법시장 규모(각각 2조7,248억5,751만7,368원, 1조6,344억9,578만4,200원)가 합법시장 침해액(각각 1조1,498억5,674만5,130원, 4,125억183만194원)보다 큰 것으로 나타났다.

<그림51> 콘텐츠별 불법시장 규모 및 합법시장 침해규모(금액)

---

29) 영화는 영상의 일부로 이미 포함되어 있으므로 <그림51>의 합계 산출에 추가적으로 포함되지 않음

합법시장 침해액과 합법시장 규모를 비교해 보면, 음악은 합법시장 침해액(4,567억5,156만7,401원)이 합법시장 규모(3,708억원)보다 큰 반면, 영상은 합법시장 침해액(1조1,498억5,674만5,130원)이 합법시장 규모(1조3,355억4,425만9,607원)보다 다소 작게 형성되어 있다. 출판의 경우, 합법시장 침해액이 4,125억183만194원, 합법시장 규모가 2조8,307억3,551만6,034원으로 후자가 전자보다 훨씬 큰 특징을 나타내고 있다.

<그림52> 콘텐츠별 합법시장 규모<sup>30)</sup> 및 침해액

불법시장 규모와 합법시장 규모를 비교해 보면, 영상은 불법시장 규모(2조7,248억5,751만7,368원)가 합법시장 규모(1조3,355억4,425만9,607원)보다 큰 반면, 음악과 출판은 불법시장 규모(각각 361억6,755만3,707원, 1조6,344억9,578만4,200원)가 합법시장 규모(각각 3,708억, 2조8,307억3,551만6,034원)보다 작다.

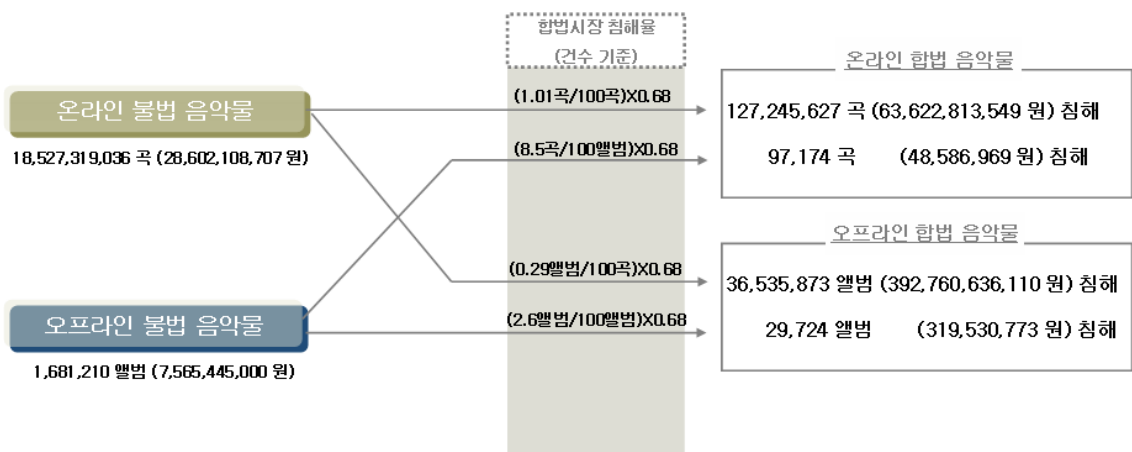
30) 본 보고서에 기재된 합법시장은 2006년도 판매액이 현시점에서 집계 완료되지 않은 관계로, 2005년도 시장 규모를 기준으로 함. 구체적인 자료 인용 출처는 세부 콘텐츠별로 침해 결과에서 별도로 밝힘

<그림53> 콘텐츠별 불법시장 규모 및 합법시장 규모(금액)

2. 음악 합법시장 침해 규모

음악 불법물이 합법 음악물(합법시장)을 침해하는 비율(합법시장 침해율(건수 기준))을 살펴보면, 온라인 불법 음악물은 이용한 100곡 중 1.01곡이 온라인 합법 음악물(디지털 음원)을 침해<sup>31)</sup>하고 있으며, 100곡 중 0.29앨범이 오프라인 음악물을 침해하고 있다. 오프라인 불법 음악물은 평균적으로 구입한 100개 앨범 중 평균 8.5곡이 온라인 합법물을 침해하고 있으며, 100개 앨범 중 2.6개 앨범의 비율로 오프라인 합법물을 침해하고 있다.

<그림54> 음악 불법시장의 합법시장 침해 현황<sup>32)</sup>



구분	침해액(원)	합법시장 규모(원)	합법시장 침해율(금액 기준)	총 침해액(원)	합법시장 규모+침해액(원)
온라인 합법시장	63,671,400,518 (약 637억)	262,100,000,000 (약 2,621억)	24.3%	456,751,567,401 (약 4,568억)	325,771,400,518 (약 3,258억)
오프라인 합법시장	393,080,166,883 (약 3,931억)	108,700,000,000 (약 1,087억)	361.6%		501,780,166,883 (약 5,018억)

※ 합법시장 침해율(건수) = 침해된 (합법) 합법시장 콘텐츠 수 / 불법이용 콘텐츠 수

※ 합법시장 침해율(금액) = 침해액 규모 / 합법시장 규모, 이하동일

온·오프라인 불법 음악물로 인한 합법시장 침해규모는 총 4,567억5,156만 7,401원으로서, 온라인 합법시장 침해가 636억7,140만518원, 오프라인 합법시장 침해가 3,930억8,016만6,883원이다. 합법시장 규모는 2005년 기준 온라인이 2,621억, 오프라인이 1,087억이므로 합법시장 침해율(금액기준)은 각각 24.3%, 361.6%이다. 즉, 현재(2005년)의 합법시장 규모를 기준으로 할 때, 상대적으

31) 불법 디지털 음원 100개를 다운로드 및 스트리밍할 경우, 이 중에서 평균 1.01곡은 정식 온라인 디지털 음원을 정가에 구매할 의사가 있었으나 불법물 이용으로 인해 그러한 의사가 없어진 것으로 해석할 수 있음. 이는 이하 영상 및 출판에서도 동일하게 적용됨

32) 음악 합법시장 규모는 '음악산업백서(2006)'(문화관광부) 참조

로 온라인 합법시장 침해보다는 오프라인 합법시장 침해가 더 심각한 것으로 나타났다.

상기한 바와 같이, 온·오프라인 합법시장은 각각 온라인 불법물에 의해 침해되기도 하며, 오프라인 불법물에 의해 침해되기도 한다. 불법물 유통경로에 따라 침해액을 집계해 보면, 온라인 불법 유통경로로 인한 합법시장 침해액은 4,563억8,344만9,659원, 오프라인 불법 유통경로로 인한 합법시장 침해액은 3억6,811만7,742원으로 나타났다. 온라인 불법 유통경로로 인한 침해액이 전체의 99.9%를 차지하고 있으므로, 음악 합법시장의 침해는 대부분 불법 디지털 음원의 유통으로 인해 발생한다고 볼 수 있다.

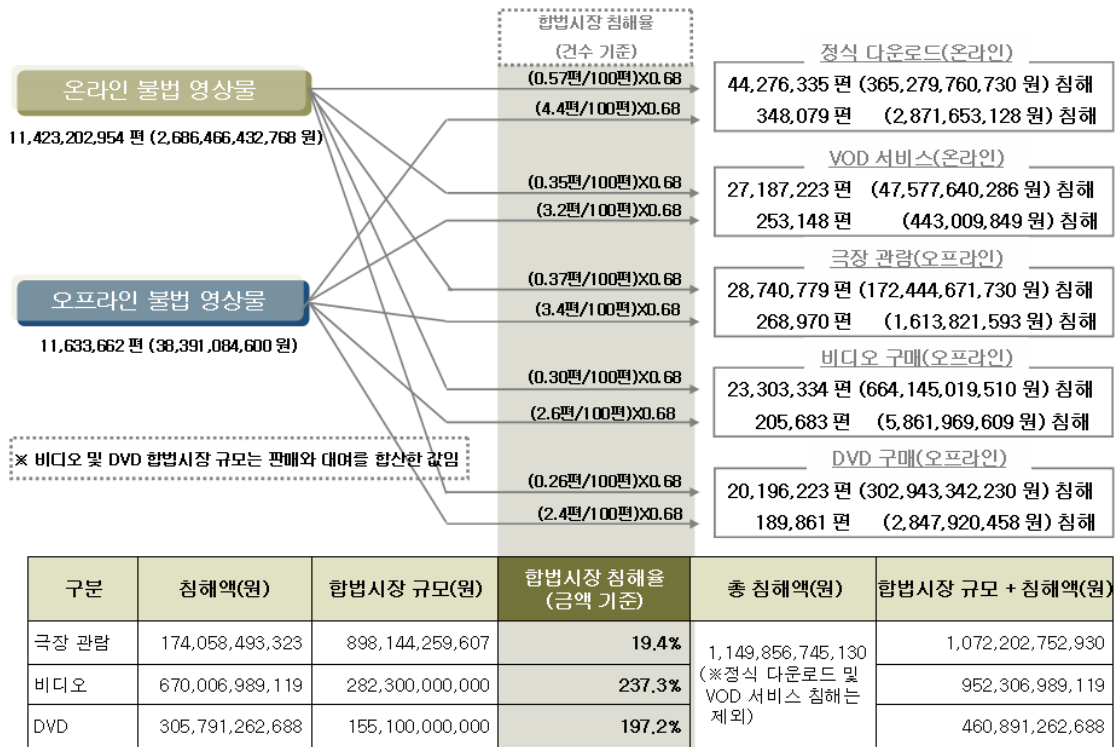
<표36> 온·오프라인 불법 유통경로별 합법시장 침해 규모(음악)

구분	온라인 불법 음악물에 의한 합법시장 침해액	오프라인 불법 음악물에 의한 합법시장 침해액	합계
금액	456,383,449,659원	368,117,742원	456,751,567,401원
비율	99.9%	0.1%	100.0%

### 3. 영상 합법시장 침해

영상 불법물이 합법 영상물(합법시장)을 침해하는 비율(합법시장 침해율(건수 기준))을 살펴보면, 이용한 온라인 불법 영상물 100편 중 0.57편은 정식 다운로드, 0.35편은 VOD 서비스 이용, 0.37편은 극장 관람, 0.30편은 비디오 구매, 0.26편은 DVD 구매를 침해하고 있는 것으로 나타났다. 노점상에서 판매된 불법 DVD(오프라인 불법 영상물)의 경우, 100편 중 4.4편은 정식 다운로드, 3.2편은 VOD 서비스 이용, 3.4편은 극장 관람, 2.6편은 비디오 구매, 2.4편은 DVD 구매를 침해하고 있는 것으로 나타났다.

<그림55> 영상 불법시장의 합법시장 침해 현황<sup>33)</sup>



온·오프라인 불법 영상물로 인한 합법시장 침해규모는 총 1조1,498억 5,674만5,130원<sup>34)</sup>이며, 이 중 극장 관람 침해는 1,740억5,849만3,323원, 비디오 합법시장 침해는 6,700억698만9,119원, DVD 합법시장 침해는 3,057억9,126만 2,688원이다. 영상 합법시장 규모는 2005년 기준으로 극장, 비디오, DVD가

33) 영상 합법시장 규모는 ‘한국영화산업 전국통계(2005)’(영화진흥위원회) 및 ‘2005년 한국영화연감통계’(영화진흥위원회) 참조 (비디오와 DVD 시장규모에는 판매 시장뿐만 아니라 대여 시장도 포함됨)

34) 아직 영화, 애니메이션 등의 정식 다운로드나 VOD 서비스는 활성화되어 있지 않으므로, 금년도 합법시장과의 비교시에는 제외하기로 함

각각 8,981억4,425만9,607원, 2,823억원, 1,551억원이므로 합법시장 침해율(금액 기준)은 각각 19.4%, 237.3%, 197.2%이다. 극장 관람의 경우, 비디오나 DVD 시장보다 침해율이 적게 나타나, 불법 유통되는 영상물과의 대체관계가 상대적으로 미약함을 보여주고 있다. 이는 극장이 영화 시청 외에도 여가 장소 등으로 활용되고 있기 때문이며, 또한 극장에서 볼 영화와 불법물을 통해 볼 영화는 이용자 입장에서 상대적으로 명확히 구분되어 있는 것으로 해석할 수 있다.

음악과 마찬가지로, 온·오프라인 영상 합법시장은 각각 온라인 불법물에 의해 침해되기도 하며, 오프라인 불법물에 의해 침해되기도 한다. 불법물 유통경로에 따라 침해액을 집계해 보면, 온라인 불법 유통경로로 인한 합법시장 침해액은 1조1,395억3,303만3,470원, 오프라인 불법 유통경로로 인한 합법시장 침해액은 103억2,371만1,660원으로 나타났다. 온라인 불법 유통경로로 인한 침해액이 전체의 99.1%를 차지하고 있으므로, 대부분의 영상 합법시장 침해는 온라인에서 유통되는 불법물로 인해 발생한다고 볼 수 있다.

<표37> 온·오프라인 불법 유통경로별 합법시장 침해 규모(영상)

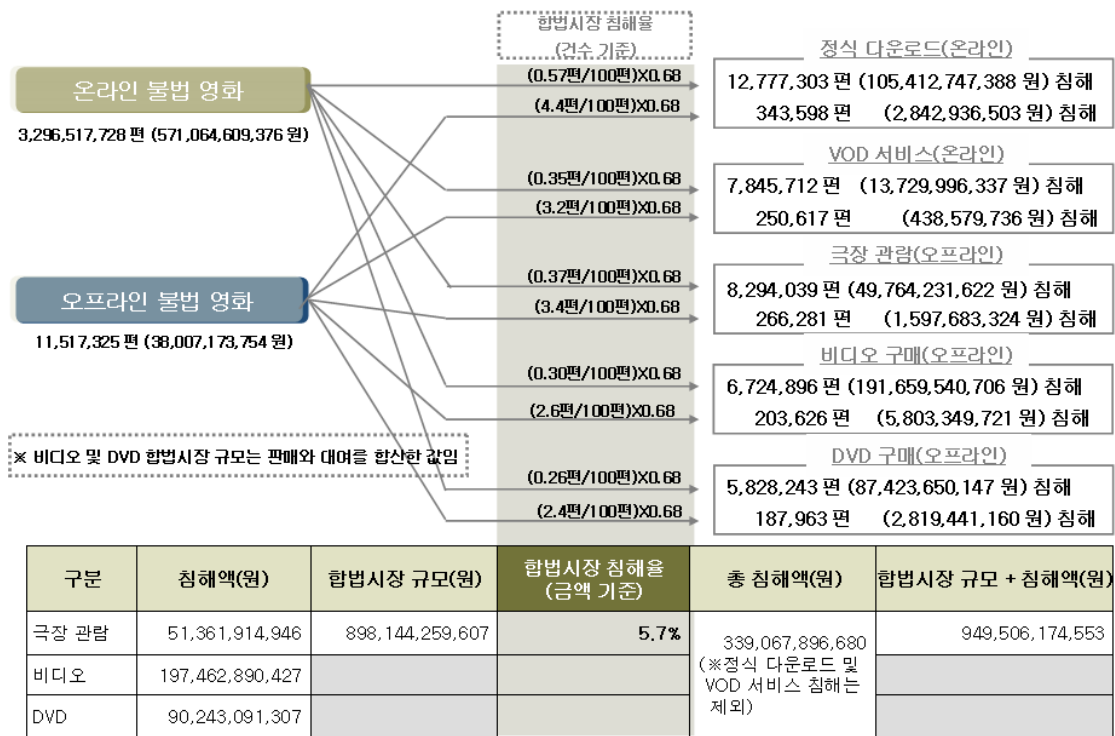
구분	온라인 불법 영상물에 의한 합법시장 침해액	오프라인 불법 영상물에 의한 합법시장 침해액	합계
금액	1,139,533,033,470원	10,323,711,660원	1,149,856,745,130원
비율	99.1%	0.9%	100.0%



3-1. 영화 합법시장 침해

불법 영상물 중 불법 영화 콘텐츠가 합법 영화 콘텐츠(합법시장)를 침해하는 비율(합법시장 침해율(건수 기준))을 살펴보면, 이용한 온라인 불법 영화 100편 중 0.57편은 정식 다운로드, 0.35편은 VOD 서비스 이용, 0.37편은 극장 관람, 0.30편은 비디오 구매, 0.26편은 DVD 구매를 침해하고 있는 것으로 나타났다. 노점상에서 판매된 불법 DVD(오프라인 불법 영화)의 경우, 100편 중 4.4편은 정식 다운로드, 3.2편은 VOD 서비스 이용, 3.4편은 극장 관람, 2.6편은 비디오 구매, 2.4편은 DVD 구매를 침해하고 있는 것으로 나타났다.

<그림56> 영화 불법시장의 합법시장 침해 현황<sup>35)</sup>



온·오프라인 불법 영화로 인한 합법시장 침해규모는 총 3,390억6,789만 6,680원이며, 이 중 극장 관람 침해는 513억6,191만4,946원, 비디오 합법시장 침해는 1,974억6,289만427원, DVD 합법시장 침해는 902억4,309만1,307원이다.

음악과 마찬가지로, 온·오프라인 영화 합법시장 역시 각각 온라인 불법물에 의해 침해되기도 하며, 오프라인 불법물에 의해 침해되기도 한다. 불법물

35) 영화분야의 불법물 규모는 P2P, 웹하드, 포털사이트, 노점상에서 조사된 영상 불법물 규모를 영화와 비영화로 비율화하여 산정한 것임.

유통경로에 따라 침해액을 집계해 보면, 온라인 불법 유통경로로 인한 합법시장 침해액은 3,288억4,742만2,475원, 오프라인 불법 유통경로로 인한 합법시장 침해액은 102억2,047만4,205원으로 나타났다. 온라인 불법 유통경로로 인한 침해액이 전체의 97.0%를 차지하고 있으므로, 대부분의 영화 합법시장 침해는 온라인에서 유통되는 불법물로 인해 발생한다고 볼 수 있다.

<표38> 온·오프라인 불법 유통경로별 합법시장 침해 규모(영화)

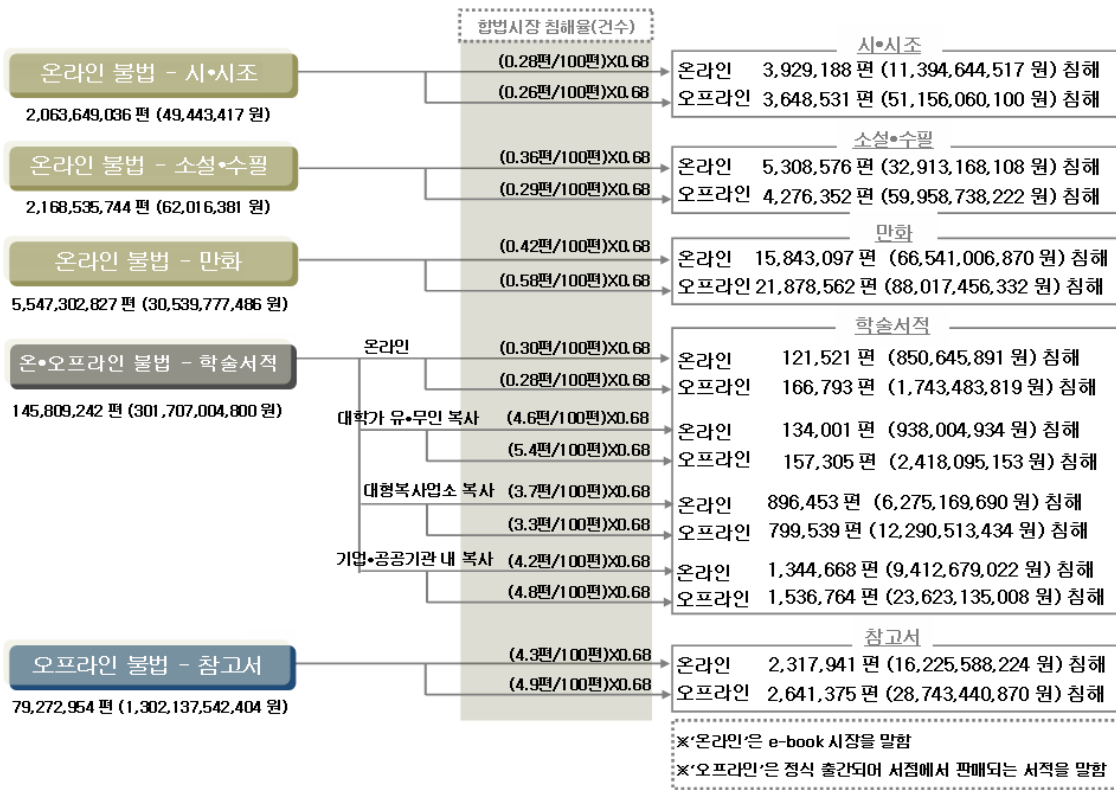
구분	온라인 불법 영상물에 의한 합법시장 침해액	오프라인 불법 영상물에 의한 합법시장 침해액	합계
금액	328,847,422,475원	10,220,474,205원	339,067,896,680원
비율	97.0%	3.0%	100.0%

#### 4. 출판 합법시장 침해

출판 불법물이 합법 영상물(합법시장)을 침해하는 비율(합법시장 침해율(건수 기준))을 살펴보면, 불법적으로 이용한 온라인 '시·시조'는 100편 중 0.28편이 동일 장르의 온라인 출판물을, 0.26편이 오프라인 출판물을 침해하고 있다. 온라인 '소설·수필'은 100편 중 0.36편이 동일 장르 온라인 출판물을, 0.29편이 오프라인 출판물을 침해하고 있으며, '만화'의 경우에는 100편 중 0.42편이 동일 장르 온라인 출판물을, 0.58편이 오프라인 출판물을 침해하고 있다.

'학술서적'은 온·오프라인 불법시장이 모두 활성화되어 있으며, 온라인, 대학가 유·무인 복사, 대형복사업소, 기업 및 공공기관의 유통경로가 100편 중 각각 0.30편, 4.6편, 3.7편, 4.2편의 온라인 출판물을 침해하고 있다. 오프라인 출판물의 경우에는 같은 순서로 각각 100편 중 0.28편, 5.4편, 3.3편, 4.8편의 침해가 이루어지고 있다. 주로 오프라인 상에서 불법 유통되는 '참고서'의 경우에는 100편 중 4.3편 정도가 동일 장르의 온라인 출판물을, 4.9편 정도가 오프라인 출판물을 침해하는 것으로 나타났다.

<그림57> 출판 불법시장의 합법시장 침해 현황



온·오프라인 불법 출판물로 인한 오프라인 합법시장 침해규모는 총 2,679억5,092만2,938원으로서, '시·시조'와 '소설·수필'을 통합한 오프라인 '문학서적' 침해액은 1,111억1,479만8,322원, 오프라인 '학술서적' 침해액은 400억7,522만7,414원, 오프라인 '참고서' 침해액은 287억4,344만870원, 오프라인 '만화' 침해액은 880억1,745만6,332원으로 나타났다. 온라인 출판물(전자책 또는 e-book)의 침해액은 총 1,445억5,090만7,256원으로 조사되었다.

현재 형성되어 있는 합법시장 규모에 대비한 침해액 비율(합법시장 침해율(금액기준))을 살펴보면, 오프라인 '문학서적'이 30.0%, 오프라인 '학술서적'이 6.1%, 오프라인 '참고서'가 10.4%, 오프라인 '만화'가 45.3%로 나타나 오프라인 '학술서적'의 침해율이 가장 낮은 것으로 기록되었다. 아동, 예술, 종류 등과 같이 불법물 침해가 거의 없는 장르까지 모두 포함한 전체 오프라인 합법시장규모(2조6,939억5,051만6,034원)에 대비한 침해율은 9.9%인 것으로 나타나 음악, 영상과 비교하여 상대적으로 낮은 비율을 나타냈다. 반면에 온라인 출판물(전자책 또는 e-book)의 합법시장 침해율은 105.7%로서 오프라인 합법시장보다 월등히 높은 비율을 기록하였다.

<표38> 출판 불법시장의 합법시장 침해 현황<sup>36)</sup>

구분		침해액(원)	합법시장 규모(원)	합법시장 침해율 (금액 기준)	합법시장 규모 + 침해액(원)
오프라인	문학서적	111,114,798,322	370,468,948,550	30.0%	481,583,746,872
	학술서적	40,075,227,414	662,121,756,166	6.1%	702,196,983,580
	참고서	28,743,440,870	277,055,193,908	10.4%	305,798,634,778
	만화	88,017,456,332	194,186,624,034	45.3%	282,204,080,366
	합계	267,950,922,938	2,693,950,516,034 (아동, 예술 등 전 장르 포함시)	9.9%	2,961,901,438,972
온라인 (전자책)		144,550,907,256	136,785,000,000	105.7%	281,335,907,256
총계		412,501,830,194			

불법물의 유통경로를 기준으로 침해액을 살펴보면, 온라인 불법 유통경로로 인한 합법시장 침해액은 3,125억7,520만3,859원, 오프라인 불법 유통경로로 인한 합법시장 침해액은 999억2,662만6,335원으로 나타났다. 온라인 불법 유통경로로 인한 침해액이 전체의 75.8%를 차지함으로써, 음악·영상 합법시장과 비교하여 상대적으로 오프라인 유통경로로 인한 침해가 심각한 것으로 나타났다.

&lt;표39&gt; 온·오프라인 불법 유통경로별 합법시장 침해 규모(출판)

구분	온라인 불법 출판물에 의한 합법시장 침해액	오프라인 불법 출판물에 의한 합법시장 침해액	합계
금액	312,575,203,859원	99,926,626,335원	412,501,830,194원
비율	75.8%	24.2%	100.0%

## 5. 조사 결과의 특징 - 합법시장 침해의 특성

지금까지 음악·영상·출판 분야에서 형성된 불법시장이 합법적인 합법시장을 얼마나 침해하고 있는지에 대하여 살펴보았다. 각 콘텐츠별·유통경로별로 침해가 일어나는 과정을 살펴보면 크게 아래와 같은 3개의 특징이 발견된다.

36) 출판 합법시장 규모는 '2005년 분야별 출판시장규모'(대한출판문화협회) 및 '문화산업통계(2006)'(문화관광부)에서 인용

### 가. 온라인 불법물과 오프라인 불법물의 침해율 차이

음악·영상·출판의 불법시장이 합법적인 합법시장에 침해를 발생시키는 과정의 핵심적인 알고리즘은 ‘합법시장 침해율(건수 기준)’ 개념이다. 즉, 이용한 불법물 중에서 상대적으로 높은 정가를 지불하고서라도 합법물을 구입할 의사가 있었던 것이 어느 정도인지는 침해의 심각성을 결정하는 데에 매우 중요하다.

온라인 불법물의 합법시장 침해율은 오프라인 불법물의 합법시장 침해율보다 음악·영상·출판 모든 분야에서 낮게 나타나고 있다. 이는 동일한 불법물량 중에서 합법물을 구매할 의사가 있었던 것은 상대적으로 적다는 것으로, 표면상으로는 침해의 심각성이 낮음을 의미한다. 그러나 살펴본 바와 같이 침해의 심각성은 온라인 불법물이 훨씬 큰 바, ‘합법시장 침해율’이 10배 이상 낮다고 하더라도, 유통량 측면에서는 온라인이 오프라인보다 100배 이상 크기 때문에 문제의 심각성은 온라인 불법물에 집중될 수밖에 없다.

‘합법시장 침해율’이 낮은 이유는 온라인 불법물의 낮은 이용 금액에서 찾아질 수 있다. 예를 들어 불법 영화의 경우, 온라인상에서는 1편당 대략 300원 전후의 금액만이 지불되나, 오프라인 노점상에서는 1편당 약 3,300원이 지불된다. 불법임에는 차이가 없으나 가격 면에서는 큰 차이가 나므로, 오프라인의 경우 구매 시 보다 신중한 선택을 하게 된다. 여기서의 ‘신중한 선택’이란, 평소 선호도가 높은 콘텐츠를 선택한다는 의미로, 합법물 정가에 해당하는 금액을 지불하고서라도 이용할 가능성은 커지게 된다. 적은 불법물 유통량으로도 상대적으로 높은 ‘합법시장 침해율(금액 기준)’을 기록하는 이유는 여기에 있으며, 나머지 음악·출판 분야에서도 동일하게 적용된다.

### 나. 콘텐츠별 침해율 격차

음악·영상·출판의 모든 온·오프라인 불법물은 합법적인 합법시장을 침해하고 있으나, 세부 콘텐츠별 침해의 심각성에는 큰 차이가 있다.

영상물 중 극장 관람 부분과 출판물 중 오프라인 학술서적 부분의 침해율은 각각 19.4%, 6.1%로 비교적 낮으나, 음악물 중 오프라인 앨범의 침해율은 362.0%를 기록하고 있다. 전술한 바와 같이, 극장은 영화 감상 외에도 여가 공간으로서 다양한 목적을 가지고 있으며, 불법물과 합법물 간에는 질적인 차이가 여전히 존재한다. 학술서적의 경우에는 이용자가 소수에 한정되어 있으며, 1회적 사용에 그치지 않고 장기 보관이 가능해야 하는 등의 이유로 합

법물 소비 비율이 상대적으로 높다. 반면에 오프라인 앨범의 경우에는 불법물이 합법물의 기능을 대체·변화시킴으로써 높은 침해율을 기록하고 있다. 디지털 음원의 출현 이후, 음악은 소장보다는 홈페이지 배경음악 설정, 메신저를 통한 친구 간 교환 등 부차적인 목적으로 사용하는 비율이 증가하였으므로 오프라인 앨범에 대한 수요는 급감하게 되었다. 또한 합법적인 디지털 음원과 불법적인 디지털 음원 간 질적인 차이를 일반인이 감별해내기 어렵다는 점도 침해율을 높이는 원인이 되고 있다.

따라서 음악·영상·출판 모두 4,000억이 넘는 합법시장 침해규모를 기록하고 있다는 사실도 중요하나, 세부 콘텐츠별로는 고유의 특성 및 경향으로 인하여 침해 심각성 정도가 매우 다름을 반드시 인지하여야 한다.

#### 다. 불법물과 합법물의 미약한 대체관계

불법시장과 관련한 기존의 문헌에서는 개개인의 불법물 이용이 직접적으로 합법적인 합법시장 또는 문화 콘텐츠 산업을 침해하는 것으로 설명되어 왔다. 그러나 금번 불법시장 규모 및 합법시장 침해액 연구에서 불법물과 합법물 사이의 대체관계는 매우 미약하다는 것이 밝혀졌다. 이는 다음의 그래프를 통해 설명될 수 있다.

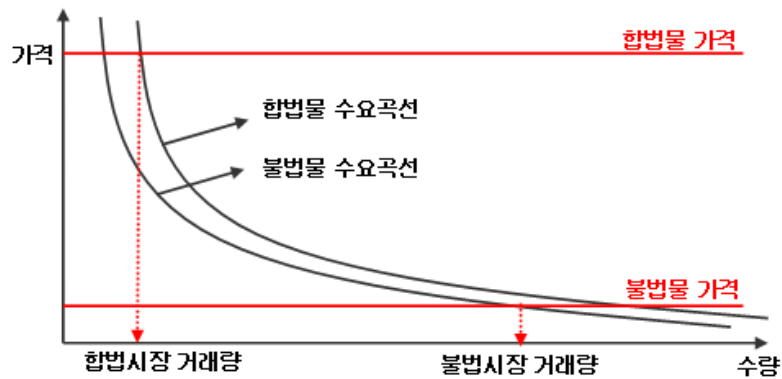
합법물과 불법물 간에는 질적인 차이가 있으며, 가격이 동일할 경우 불법물보다는 질 좋은 합법물을 구매하게 되므로 <그림58>과 같은 2개의 수요곡선이 그려진다. 일정량이 초과 시 수요가 급격히 감소하는 생활 필수품과는 달리, 문화 콘텐츠는 향유할수록 더 많은 콘텐츠를 이용하게 되는 경향이 있으므로 수요곡선은 오목한 모습을 보이게 된다.

이러한 수요곡선을 전제로 할 때, 합법물과 불법물 간 가격 차이는 거래량 면에서 큰 폭의 차이를 초래할 수밖에 없음을 그래프를 통해 알 수 있다. 특히 온라인 불법 음악물의 경우, 정액제, 무한 다운로드 서비스 등은 불법물의 가격을 '0'에 가깝게 위치시킴으로써, 합법적인 합법시장에서는 예상하기 힘든 낮은 수요로도 거래가 이루어지는 결과가 빚어진다. 영상의 경우 불법시장이 오히려 합법적인 합법시장보다도 큰 것은, 가격이 낮음에도 불구하고 상대적으로 거래량이 매우 크기 때문에, 시장 규모(가격×거래량) 면에서 역전 현상이 나타나는 것이다.

낮은 가격으로 인하여 지금과 같은 불법물 유통량(거래량)이 형성되었음을 감안할 때, 불법물과 합법물의 1:1 대체관계는 성립하기 힘들다고 볼 수 있다. 합법물의 정가보다 가격이 낮기 때문에 구입하게 된 수많은 불법물은,

현재의 합법·불법시장 가격 체계 하에서 필연적으로 형성된 결과로 보여진다. 나아가 불법물을 이용함으로써 오히려 소장 의사가 발생한 콘텐츠를 고려할 때, 양자 간 대체관계는 더욱 미약할 것으로 판단된다. 따라서, 현재의 불법시장 및 이로 인한 합법시장 피해 규모가 심각한 것은 불법물과 합법물의 대체관계 때문이 아니며, 극히 낮은 불법물 단가로 인하여 형성된 대규모 불법 유통량 때문인 것으로 볼 수 있다.

<그림58> 불법시장과 합법적인 합법시장의 가격 및 거래량 형성 개념도



## 4절 불법물 이용 동향

### 1. UCC 활용 현황

#### 가. 개요

지금까지 '3절'과 '4절'에서 소개된 불법시장 및 침해액은 저작권법상 불법이 명확한 콘텐츠를 대상으로 조사한 결과이다. 그러나 불법물 제작·유통 형태는 기술 발전에 따라 끊임없이 변화하고 있으며, 불법·합법의 구분이 점차 어려워지고 있다. 참여·공유·개방을 모토로하는 Web 2.0의 대표적인 UCC(User-created Content) 역시 기술 발전의 결과이며, 합법과 불법의 구분이 모호하다는 점에서 더욱 중요한 의미를 가지고 있다.

UCC의 유통 및 활성화 주체는 저작권자, 제작자, 온라인 서비스제공자, 이용자이나, 일반적으로 저작권자를 제외한 나머지 3개 주체가 주된 역할을 수행하고 있다. 저작권자가 배제된 제작·유통 과정에서 합법 또는 불법 여부가 모호한 콘텐츠가 재생산되고 있으며, 1차적으로 만들어진 UCC는 또 다른 2차 저작물의 '재료'가 되고 있다. 또한, 노점상에서 판매하는 불법 DVD나, 저작권자 또는 저작권 협회와의 정식 계약이 체결되지 않은 온라인사이트에서 유통되는 디지털 음악 등과 달리 UCC의 경우에는 불법의 범위, 침해 금액 등이 아직 불명확하다는 점은 전술한 불법시장 규모 산출 과정에서 제외된 이유이기도 하다.

이하에서는 UCC의 제작 현황을 알아봄으로써, 불법시장 규모 및 침해액에 포함되지 않은 또 다른 형태의 온라인 콘텐츠에 대해 파악해 보고자 한다. 향후 UCC가 발생시키는 저작권 침해에 대한 연구가 완료되면, UCC는 독립된 불법물 유통경로로서 불법시장 규모 산출시 일부 포함될 것으로 예상된다.

#### 나. UCC 인지도 및 제작 경험

10대~40대 인터넷 이용자 2,000명을 대상으로 UCC에 대한 인지도를 조사한 결과, 81.4%가 '알고 있다'고 응답하였으며, 18.6%가 '모른다'고 응답하였다. 여기서 '알고 있다'에는 단순히 용어를 들어본 경우는 제외되며, UCC의 의미에 대하여 대략적으로 알고 있는 수준 이상만이 포함된다. UCC에 대한 인지도가 80%를 넘는 본 조사 결과는, 2006년도 한 해 동안 다양한 UCC가



포털사이트를 통해 활발하게 업로드 및 이용되고, 또한 신문, TV, 라디오 등 다양한 언론매체에서 UCC를 소개한 결과로 판단된다.

#### <그림59> UCC 인지도

반면에, UCC를 제작한 경험이 있는 자는 전체의 21.4%에 해당하며, 실제로 포털사이트 등에 업로드하여 불특정 다수인과 공유한 사람의 비율은 7.9%에 그친다. 반면에 'UCC를 제작한 경험이 없음'의 비율은 78.6%로, 자신이 스스로 UCC 제작하는 경우보다는 타인이 제작한 UCC 이용하는 비율이 훨씬 높은 것으로 조사되었다.

#### <그림60> UCC 제작 및 업로드 경험

#### 다. 제작 UCC 종류 및 형태

앞서 UCC를 제작한 경험이 있다고 응답(21.4%)한 사람들을 대상으로, 제작한 UCC의 (콘텐츠) 종류에 대하여 조사한 결과, '영상'(66.3%), '음악'(19.3%), '출판'(14.4%) 순으로 나타났다. '영상'은 다른 콘텐츠보다 각각 3배 이상의 높은 비율을 나타냄으로써, 각 유명 포털사이트마다 활성화되어 있는 영상물 중심의 UCC 코너 등 현실을 반영하고 있다.

## &lt;그림61&gt; 제작한 UCC의 콘텐츠 종류

UCC 제작 경험을 가진 자(21.4%) 중에서 '무'에서 '유'를 창출한 경우(순수 창작물)는 33.2%인 것으로 조사되었다. 반면에, 기존에 존재하는 음악물, 영상물, 출판물 등을 활용하여 제작하는 경우(2차 저작물)는 66.8%로 상대적으로 높게 나타났다. 저작권 침해가 예상되는 UCC 형태는 주로 순수창작물이 아닌 2차 저작물로서, 후자의 비율이 높다는 사실은 저작권자 권익 보호와 관련한 부정적 측면으로 볼 수 있다.

## &lt;그림62&gt; 순수창작물 · 2차 저작물 비율

## 2. 향후 불법물 이용량 변화 - 온라인을 중심으로

불법시장 규모 산출을 위한 이용자 조사에 참여한 인터넷 이용자(2,000명)를 대상으로, 2007년의 예상 온라인 다운로드량에 대하여 설문하였다. 여기서의 온라인 다운로드는 저작권자 또는 저작권 협회와의 정식 계약이 체결되지 않은 100여개 사이트를 통한 것으로, 온라인 불법물 유통량을 의미한다.

2006년과 대비한 결과 2007년도의 경우, 음악은 5.9%, 영상은 8.1% 증가하는 반면, 출판의 경우 6.7%가 감소할 것으로 예측되었다.

## &lt;그림63&gt; 콘텐츠별 온라인 불법물 이용 증감율(2006-2007)(예상)

3개 콘텐츠 중에서 2006년 합법적인 합법시장 침해 규모가 가장 큰 것으로 나타난 영상물이 2007년도 예상 증감율(+8.1%) 역시 가장 크다는 것은 저작권 침해와 관련하여 심각한 문제가 아닐 수 없다. 반면에 2006년 상대적으로 침해 규모가 가장 작은 출판의 경우, 예상 증감율은 조사결과 오히려 (-)를 기록하였다. 따라서, 불법물 유통으로 인한 콘텐츠별 침해액 격차는 2007년에 더 커질 것으로 예상된다.

## 5장 조사의 성과 및 한계점

## 5장 조사의 성과 및 한계점

### 1절 조사의 성과

『저작권 침해방지 연차보고서 2006』의 가장 큰 성과는 음악, 영상(영화 포함), 출판 저작물의 불법 유통시장 전반에 관한 현황을 파악하였다는 것이다. 온·오프라인 콘텐츠에 대해 저작권의 법적 개념을 명료화시키고 저작권 보호센터의 저작권 보호 업무에 대한 이해를 도움으로써 창작물이 보호받는 문화를 조성하는데 기여하였다.

구체적 내용과 관련해서는 ‘합법시장 침해율’이라는 개념을 이용하여 실질적으로 정품 저작물들이 불법물에 의해 피해를 입는 규모를 산정했다는 점에서 의미가 매우 크다고 할 수 있다. 이번 2006년도 조사가 저작권 침해방지과와 관련한 첫 번째 조사이므로 계속하여 실시할 경우 몇 가지 사항들이 보완된다면 과년도 조사에서는 좀 더 신뢰성 있는 정보를 획득할 수 있을 것이다.

상기한 바와 같이 초석작업으로서의 의미에 더해 체계적인 실사관리 체계를 구축하여 조사의 질을 높인 것도 빼놓을 수 없는 성과로, 향후 불법 콘텐츠 현황을 보다 정확히 파악하기 위한 시발점이 되는 중요한 조사라고 생각한다.

### 2절 조사의 한계점 및 제언

상기한 성과에 반하여, 『저작권 침해방지 연차보고서 2006』은 최초의 조사이기에 아직 시험적인 단계에 있다고 할 수 있다. 따라서 올해 저작권 침해방지 연차보고서의 문제점을 진단하고, 향후에 이를 극복하여 신뢰성을 제고할 수 있는 방안을 모색하는 차원에서 본 조사의 한계점에 대해 살펴보도록 하겠다.

우선, 저작권 피해방지과와 관련해서 처음 시도되는 조사임에도 불구하고 다양한 합리적 조사방법을 수립하기는 하였다. 그러나 이번 조사는 범위가 음악, 영상(음악), 출판으로 한정되어 있어 불법물의 전체 동향을 파악하는데에는 어려움이 있는 것이 사실이다. 예를 들어, 저작권자를 배제한 채 콘텐츠 유통이 이루어지는 UCC의 경우 합법과 불법의 구분이 모호하고 불법의 범위, 침해금액 등이 아직 불명확해 불법시장 규모 산정에 포함시키지 않았다.

따라서 차기 조사에서는 불법물 현황을 보다 폭 넓게 정의, 조사하여 정보의 유용성과 정확성을 높일 수 있는 방향으로 조사범위를 확대해나가는 것이 중요할 것이다.

이에 더하여 과년도 보고서에서는 조사 설계를 제고하는 것이 바람직하다. 온라인의 경우 P2P, 웹하드, 포털사이트를 대상으로 불법 콘텐츠를 모니터링 하였고, 오프라인의 경우에는 PC방, DVD방, 노점상 등을 대상으로 모니터링을 실시하였다. 그러나 수많은 온라인상의 불법 콘텐츠와 전국에 혼재하며 불규칙적으로 출현하는 수천여 불법 노점상들을 모니터링하기에는 어려움이 있을 수 밖에 없다. 따라서 이를 타개하기 위해 노점상 거점 리스트를 수시로 업데이트한다거나 불법물 건수가 많은 사이트에 조사를 집중하는 방안을 고려해 볼 만한다.