

디지털콘텐츠 유통계약기준 개선 방안

Contract Guideline for Digital Content Distribution

오상훈*, 박여원**¹

목 차

- I. 서론
 - II. 디지털콘텐츠 유통계약 관련 법·제도 조사
 - III. 설문조사
 - IV. 디지털콘텐츠 유통계약기준
- 참고문헌

Key Words: 디지털콘텐츠, 계약기준, Digital Content, Contract standard

Abstract

On the base of IT growth, competition between countries for preoccupation of digital content market is keen. And it is prospected that the development of digital content industry will be more rapid with the base of telecommunication infra-structure(for example internet, digital broadcasting) which is the main channel for distribution of digital content.

The bill of "Act for Development of Online Digital Content Industry", has passed the national assembly jan, 2002, and "Draft Blueprint for Developing Online Digital Content Industry(2003~2005)" was made on the base on that law feb, 2003. And we can find measures for protect the digital content manufacture in the laws such as "Literary Property Law", "Trademarks Law" and "law for prevention of unfair competition".

On this study we suggested three measures to make digital content industry more profitable by the method of research of related law and industry survey.

¹ * (사)한국디지털콘텐츠산업협회 사무국장, osh@dcforum.or.kr, (02)822-1492

** (사)한국디지털콘텐츠산업협회 연구원, alaphon@dcforum.or.kr, (02)822-1495

I. 서론

최근 인터넷과 통신의 발전으로 디지털콘텐츠를 위한 환경이 갖춰지고 시장이 형성되었다. 그에 따라 기존 오프라인에서 서비스되고 있던 음반, 영화, 책, 방송 등이 온라인에까지 영역을 넓혀 나가고 있다. 또한 전자상거래 시스템이 정착되고 있는 상황에 맞춰 온라인 시장은 더욱 활기를 띠고 있다.

한국소프트웨어진흥원의 발표에 따르면 국내 디지털콘텐츠 시장규모는 2002년도에 3조 3천억 원에 이르렀고 매년 38.9% 이상씩 성장해 2005년에는 국내 시장 규모가 약 9조원 정도가 될 것으로 전망했다. 이는 인터넷 인프라의 급속한 확산과 디지털방송, 모바일 서비스 등 새로운 기술 등장과 서비스의 발전, 게임이나 영상 부분의 분야별 이용자 급증으로 디지털콘텐츠 유통이 활성화된 것으로 풀이된다².

이러한 디지털콘텐츠 산업의 활성화를 유지하면서 국가 경쟁력의 핵심 산업으로 육성하기 위해서는 다음과 같은 과제 해결이 선행되어야 한다.

첫째, 민간 제작업체가 정부에서 발주한 디지털콘텐츠 제작·개발 사업을 수행할 경우 민간 제작업체는 상대적으로 불리한 위치에 있으므로 계약금액의 결정, 지급조건 등 계약조건에 있어 불공정한 계약을 체결하게 된다.

둘째, 민간 제작업체와 정부가 계약을 체결할 경우 객관적인 비용 산정 기준이 없어 정당한 계약금액의 결정에 어려움이 있다. 또한 정부에서도 디지털콘텐츠 제작 시 발주금액이나 소요 예산을 산정하는 데 어려움이 많다.

셋째, 디지털콘텐츠 유통경로에 위치하는 저작권자, 제작업체, 유통업체, ISP 및 과금대행업체간 계약 시 제작업체가 상대적으로 불리한 위치에 있어 수익기반이 악화되고 있다. 또한 디지털콘텐츠 유통 계약에서 당사자간 권리 관계가 명확하지 않아 분쟁의 소지가 있다. 따라서 디지털콘텐츠 제작업체의 수익기반을 조성하고 공정한 유통질서를 확립하기 위해서는 디지털콘텐츠 유통 계약 기준을 제시하는 것이 필요하다.

디지털콘텐츠 사업 및 거래관련 법제도 개선을 통해 다음과 같은 효과를 기대할 수 있고, 향후 다양한 활용방안도 모색할 수 있다.

첫째, 표준계약 기준을 통해 민간 제작업체와 정부기관의 계약 성립이 보다 공정하게 이루어지도록 한다. 이처럼 민간 제작업체의 권리보호를 통해 수익기반 조성의 기초를 마련할 수 있다.

둘째, 영세한 디지털콘텐츠 기업의 수익기반을 조성하고, 공정경쟁 여건을 위한 법·제도적인 기반을 마련해 디지털콘텐츠 산업 활성화를 도모할 수 있다.

셋째, 유통계약기준의 제정을 통해 유료화 된 디지털콘텐츠 거래과정에서 발생할 수 있는 오해의 소지를 미연에 방지할 수 있다. 또한 통신사업자 및 포털, 저작권자, CP(Content Provider)간의 공정한 경쟁체제 도입으로 디지털콘텐츠 산업의 유통 확산 및 활성화를 이룰 수 있다.

이를 위하여 본 연구는 민간 제작업체와 정부기관이 디지털콘텐츠 제작·개발과 관련하여 계약을 체결할 경우에 적용되는 표준계약 기준과 민간 부문에서 디지털콘텐츠 관련 업체간에 거래 계약을 체결할 경우 여기에 적용되는 유통계약 기준을 제시하고자 한다.

2 디지털콘텐츠산업 시장조사 보고서(2001), 한국소프트웨어진흥원

II. 디지털콘텐츠 유통계약 관련 법·제도 조사

1. 국내의 법·제도 조사

2002년 1월 디지털콘텐츠 산업 발전을 위한 기반조성과 경쟁력 강화를 위한 기본적인 사항을 정하기 위해 '온라인디지털콘텐츠산업발전법'을 제정해 2002년 7월부터 적용하고 있다. 또한 이 법에 근거해 2003년 2월 '온라인디지털 산업발전 기본계획안'이 마련되었다. 2002년 1월 디지털콘텐츠 산업의 활성화를 위해 제정된 '온라인디지털콘텐츠산업발전법'의 제정 배경은 다음과 같다.

우리나라는 현재 세계 최고수준의 정보 인프라를 구축하고 있으나 국산 디지털콘텐츠의 수준이 주요 선진국의 디지털콘텐츠에 비해 매우 낮아 이들 콘텐츠에 의한 국내 정보통신망이 잠식될 우려가 있다. 또한 문화, 교육, 금융 등 디지털콘텐츠가 필요한 모든 분야에서 디지털콘텐츠의 수준을 향상시킬 필요가 있다. 이를 위해 범정부적 차원에서의 종합 추진체계를 구축해 디지털콘텐츠 산업의 지속적인 발전을 도모할 필요가 있다. 따라서 디지털콘텐츠 제작에 소요되는 투자와 노력을 법적으로 보호하고 침체된 벤처업계의 활성화와 국내경제의 부흥을 꾀해야 한다.

온라인디지털콘텐츠산업발전법의 주요 내용으로 디지털콘텐츠 산업 발전을 위한 기본계획의 수립, 부문별 발전시책 및 자원 확보방안 대책을 강구, 산업 경쟁력을 강화하기 위한 기반조성 및 지원근거 규정이 있다.

한편, 디지털콘텐츠 사업의 수익기반 조성을 위

한 직접적인 근거 내용으로 다음의 사항을 들 수 있다.

첫째, 제작자 보호를 위한 법적 근거 마련이다. 법 제18조에서는 "정당한 권한 없이 타인이 제작한 디지털콘텐츠의 불법적인 복제 또는 전송을 금지하고 이에 대한 위반 시 손해배상을 청구할 수 있다"고 규정하고 있다.

둘째, 디지털콘텐츠 유통의 촉진이다. 법 제12조에서는 "정보통신망 사업자는 합리적인 이유 없이 디지털콘텐츠 사업자 또는 타인의 디지털콘텐츠를 전송하는 자에게 정보통신망 등 중개시설의 제공을 거부하거나 그 지위를 이용하여 부당한 이득을 취하여서는 아니 된다"고 규정하고 있다.

셋째, 디지털콘텐츠 산업에 대한 지원방안 마련이다. 법 제14조에서는 "정부는 디지털콘텐츠 산업의 발전을 위해 조세감면, 재정적, 행정적 지원을 할 수 있다"고 규정하고 있다.

한편, '온라인디지털콘텐츠산업발전법' 제3조는 정부로 하여금 온라인디지털콘텐츠산업의 발전에 관한 중·장기적 기본계획을 수립하도록 명시하고 있다. 이에 따라 2003년 2월 정보통신부, 문화관광부, 산업자원부 등 범부처적 차원에서 디지털콘텐츠 산업을 21세기 핵심산업으로 육성하고 도약시키기 위한 기본계획안을 마련하였는데 그 추진 배경은 다음과 같다.

첫째, 디지털콘텐츠 산업의 발전은 대용량 실감형 콘텐츠를 전송할 수 있는 IT인프라의 고도화와 PDA HDTV 등 유통단말기의 생산과 서비스 제공을 위한 솔루션 개발 등을 촉진한다. 이처럼 이것은 타 산업의 성장을 동반하고 신산업을 창출하는 계기를 제공하고 있다. 한편, 다양한 콘텐츠의 제공으로 개인의 지식욕구가 충족되고, 맞춤형 원격교육 및 원격의료 활성화 등을 통해 국민에 대한

3 '온라인디지털콘텐츠산업발전법'의 제정 취지 인용. 2003, 정보통신부

삶의 질을 한 단계 끌어올릴 수 있다.

둘째, 현재 세계는 IT를 기반으로 하는 디지털콘텐츠 시장 선점 경쟁이 진행 중이며, 정부차원에서 전략적·집중적인 육성정책을 수립하고 있다. 기업들도 글로벌 경쟁력을 강화하기 위해 디지털콘텐츠를 중심으로 한 전략적 제휴를 활발히 진행하고 있다.

셋째, 디지털콘텐츠의 주요 유통수단이 될 초고속인터넷, 디지털방송 등의 급격한 확산에 따라 정보통신망을 통한 디지털콘텐츠 산업 성장이 더욱 빨라질 전망이다.

따라서 디지털콘텐츠 산업을 21세기 국가의 핵심산업으로 도약시키기 위해 범정부적 차원의 육성정책을 수립·추진하는 것이 매우 필요하다.

한편, 디지털콘텐츠는 종래의 아날로그 콘텐츠와 비교했을 때 ① 정보의 융합성, ② 복제의 용이성, ③ 복제물 품질의 동일성, ④ 전달의 신속성과 광범위성, ⑤ 위법 복제에 대한 통제의 곤란성 등이 다르다.

이러한 특성은 정보의 보급 측면에서는 디지털콘텐츠가 장점을 지니지만 정보의 보호 측면에서는 취약한 단점을 지닌다. 그러므로 디지털 기술의 급진적인 발전은 저작권법 등의 보호법을 거의 무력하게 만들고 있다. 이에 관해 디지털콘텐츠 보호의 기본법이라 할 수 있는 저작권법과 보조법의 성격을 지니고 있는 '상표법', '부정경쟁방지 및 영업비밀 보호에 관한 법'에 대해서 살펴보고자 한다.

디지털콘텐츠 역시 일반 출판물, 영상물 및 음악 등과 같이 기본적으로 저작권법에 기본한다. 아날

로그든 디지털이든 이것은 콘텐츠의 존재 형식일 뿐이므로, 콘텐츠 그 자체의 보호법인 저작권법 역시 디지털콘텐츠의 기본적인 보호법이다. 다만 디지털콘텐츠는 위에서 언급한 특성을 가지므로 1990년대 후반부터 디지털콘텐츠 저작자의 이익을 현저히 침해하는 행위를 규제하기 위해 저작자에게 새로운 권리를 인정하고 있으며 이것이 바로 전송권이다⁴. 전송이라는 것은 일반공중이 개별적으로 저작물을 선택한 시간과 장소에서 수신, 이용할 수 있도록 하거나, 무선 또는 유선 통신의 방법으로 이용자에게 제공하는 것을 말한다⁵. 따라서 저작물을 전송하기 위해서는 저작권자의 허락을 얻어야 한다.

한편 저작권법은 종래의 저작권제도의 한계를 보완하기 위해 기술적 보호조치를 별도로 규정하고 있다. 기술적 보호조치란 저작권 및 기타 저작권법에 의해 보호받는 권리의 침해행위를 효과적으로 방지하기 위해 그 권리자나 권리자의 동의를 얻은 자가 적용하는 일련의 기술적인 조치를 의미한다⁶.

다음으로 상표법을 살펴보면, 디지털콘텐츠의 경우 침해자는 디지털콘텐츠 저작자나 제작자의 명성에 편승하려는 경우가 많으므로 경우에 따라 상표법은 침해구제의 유용한 수단이 된다. 패키지로 된 디지털콘텐츠를 그대로 제조하여 판매하는 경우 상표법에 의한 구제를 받을 수 있다. 예를 들어, 게임은 저작물이어서 그 제목을 상표에 등록할 수 없다. 하지만 온라인 게임의 경우 상표법 분류에 따라 제41류⁸의 온라인 게임 서비스업으로서 서비스표 등록이 가능하다. 또한 게임 제목이나 캐릭터의 상품화사업을 위해 당해 상품에 상표 등록하

4 이상정, '디지털콘텐츠의 보호', CLIS Monthly, 10, 2001

5 저작권법 제18조의 2(저작자는 그 저작물을 전송할 권리를 가진다) WIPO 저작권 조약 제8조, WIPO 실연 음반조약 제14조

6 저작권법 제2조 제9의2호

7 저작권법 제2조 제20호

8. 8 상표법 시행규칙에 따른 상품류 구분 제41류 교육업, 훈련제공업, 연예업, 스포츠 및 문화 활동업

는 것도 가능하다.

‘부정경쟁방지 및 영업비밀 보호에 관한 법률’ (이하 “부정경쟁방지법”) 제2조 제1호의 「상품」에 는 시대의 변화와 더불어 디지털콘텐츠도 같이 포함시키고 있다. 따라서 패키지로 된 상품의 상표가 널리 알려지게 되면 주지상품표지로서 부정경쟁방지법의 보호를 받을 수 있다. 예컨대, 컴퓨터 게임 화면의 영상 및 게임의 진행에 따른 영상의 변화는 부정경쟁방지법 제2조 제1호 가목의 ‘상품의 표시’에 해당되며, 주지성을 취득하면 부정경쟁방지법의 보호를 받는다⁹. 아울러 B2B 상황에서 부정경쟁방지법은 디지털콘텐츠 보호에 있어 중요한 역할을 하게 된다.

2. 국외의 법·제도 조사

미국과 일본 등 해외 주요 국가는 교육·의료·정보 등의 디지털화 지원, 산·학·연 협력을 통한 기술개발 및 인력 양성, 해외진출 강화, 기술적인 보호수단 강구 및 법·제도적인 지원을 강화하고 있다¹⁰.

미국의 디지털콘텐츠 산업 육성을 위한 정책은 다음과 같다.

첫째, 미국 상무성은 세 차례 발표한 ‘디지털 경제 보고서’에서 “디지털 격차에서 기회의 시대로 (From Digital Divide To Opportunity)”를 강조하고 있으며, 인터넷에 대한 접근성과 인터넷 신기술을 이용할 수 있는 능력을 부여하는 교육과정을 통해 디지털콘텐츠와 애플리케이션 발전을 촉진시키는데 주력하고 있다.

둘째, 미국은 자국 경제를 견인하는 목표로 미디

어 및 엔터테인먼트산업을 군수산업에 이은 2대 산업으로 미국경제를 견인하는 목표로 육성하고 있으며, 2005년 세계 시장의 70% 점유를 목표로 하고있다.

셋째, 시장원리에 따라 직접적인 육성정책보다 정보통신 인프라 구축, 연구개발 지원 및 제도개선 등 기반조성에 주력하고 있다. 이에 따라 세계 최고의 콘텐츠 경쟁력을 가지고 있음에도 불구하고 연방 정부가 대학에 기술개발 자금을 지원하고 대학은 개발한 첨단기술을 민간기업에게 이전하는 기본체제만을 유지하고 있다.

한편, 인터넷을 통한 디지털콘텐츠 국제 거래에 대해 무관세 원칙을 주장하여 EU의 과세 방침과 상반되는 견해를 보이고 있다.

일본은 디지털콘텐츠 산업 육성을 위해 다음과 같은 정책을 추진하고 있다.

첫째, e-japan2002 프로그램을 통한 디지털콘텐츠 산업의 육성정책이다. 일본은 2006년까지 세계 최첨단 IT대국 건설을 위하여 2001년 3월에 「e-Japan계획」을 발표하고, 초고속통신망 구축, 전자정부 실현, 전자상거래 저해장벽 제거, IT인력 육성 정책 등을 추진하고 있다. 또한, 국제적으로 경쟁력 있는 콘텐츠를 형성하고 멀티유즈에 대응한 콘텐츠유통환경을 정비, 콘텐츠 산업을 활성화시키고 있다. 또한, 1999년도에 약 1.5조 엔이었던 디지털콘텐츠 시장규모를 2005년까지 약 3조 엔 (e-Japan 중점계획)으로 확대할 계획이다.

둘째, 콘텐츠 정책 방향은 ① 안전한 유통환경의 구축과 ② 멀티유즈에 의해 이익을 높이는 환경구축에 중점을 두고 있다.

9 제2조 (정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다. <개정 1991.12.31, 2001.2.3>

1. “부정경쟁행위”라 함은 그 목적의 여하를 불문하고 다음 각목의 1에 해당하는 행위를 말한다.

가. 국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호, 상표, 상품의 용기, 포장 기타 타인의 상품임을 표시한 표식과 동일하거나 이와 유사한 것을 사용하거나 이러한 것을 사용한 상품을 판매, 반포 또는 수입, 수출하여 타인의 상품과 혼동을 하게 하는 행위

10. “온라인디지털콘텐츠산업발전 기본계획안(2003~2005)”, 2003.

먼저 안전한 유통환경의 구축을 목적으로 불법 복제를 방지하기 위해 기술적 보호 수단 활용을 통한 콘텐츠의 안전한 유통보장 조치를 강구하고 있다.

또한 멀티유즈가 불가능한 환경을 개선하기 위해 적절한 계약관행을 확립하여 콘텐츠의 원활한 유통을 추진할 계획이다. 이러한 계획의 일환으로 콘텐츠에 관한 표준계약서안의 책정과 보급을 촉진시켜 제작자와 실연가간의 계약내용을 명확히 하고, 권리처리를 간소화시켜 멀티유즈에 의한 적절한 보수체계를 확보할 방침이다. 그리고 콘텐츠 유통구조를 개선하기 위해 유통사업자와 제작자가 정당한 이익을 얻을 수 있는 환경을 만들고, 콘텐츠 제작자에 의한 자금조달을 원활히 하며, 콘텐츠 창작자, 프로듀서 등 인재를 육성할 계획이다.

셋째, 선진적인 콘텐츠 제작기술 및 콘텐츠 표현 기술을 자체적으로 개발하거나 종래 콘텐츠 제작에 이용되지 않았던 선도적 기술을 도입, 새로운 콘텐츠 시장 확대를 꾀하고 있다.

또한 콘텐츠산업의 활성화와 콘텐츠시장의 확대를 꾀하는 것을 목적으로 정보처리진흥사업협회(IPA)의 위탁을 받아「기술개발형콘텐츠 제작지원 사업」을 디지털콘텐츠협회(DCAJ)가 수행하고 있다.

넷째, 콘텐츠진흥법의 제정이다. 일본정부는 애니메이션, 영화, 게임, 음악소프트웨어 등 콘텐츠 산업을 주요산업으로 육성하기 위해 콘텐츠비즈니스진흥법(가칭)을 제정할 방침이다. 콘텐츠산업진흥법안 마련은 지적재산에 대한 중요성이 점차 높아지는 가운데 전문교육 강화와 자금조달을 원활히 하는데 목적을 두고 있다. 또한 심각해지고 있는 불법복제에 대응하기 위한 조치로도 분석된다.

일본정부의 지적재산전략본부(위원장 고이즈미

총리)는 콘텐츠전문조사회를 발족하고 세부 안을 결정, 2003년 정기국회에 제출할 예정이다. 이 법안에는 프로듀서, 크리에이터 등의 육성을 위해 대학·전문학교 교육을 강화하고 영화제작사 등이 금융기관이나 투자가들로부터 자금을 조달 받기 쉽도록 환경을 정비하는 것을 주요 골자로 하고 있다. 이에 따라 앞으로 이 법안이 제정되면 경제산업성과 일본무역진흥기구(JETRO) 해외사무소에 불법복제 조사원을 배치하는 등 불법복제·모방품 대책 강화에 정부, 지자체, 기업 등이 적극 나설 계획이다.

유럽의 경우 콘텐츠 기술력은 미국이나 일본에 비해 뒤진 편이나, 오랜 문화유산과 언어적·문화적 다양성을 바탕으로 콘텐츠 산업통합시장을 형성하기 위해 지속적으로 노력하고 있다. 또한 각국 정부는 콘텐츠 수요촉진, 인식제고, 공공정보 활용, 콘텐츠창출 및 개발촉진, 지적재산권 교환/거래, 시장분석, 표준 및 기술개발 지원 등을 실시하고 있다.

한편, 2000년에는 유럽 디지털콘텐츠의 글로벌 네트워크 사용과 유럽 정보사회의 언어적 다양성을 극복하기 위해 e-Europe 실행계획 내의 한 부분으로 “e-Content 프로그램(2001-2005)”을 채택하였다. 이를 위해 EU는 “European Internet Foundation”을 설립하고(2000년 2월), “European Digital Content on the Internet 프로그램(e-Content 프로그램)”을 제안하였으며, 공공정보 사용 및 접근성 확대, 다언어적, 다문화적 환경에 적합한 콘텐츠 제품 생산 확대, 디지털 콘텐츠 시장의 활성화 증대를 목표로 하고 있다.

또한 유럽문화유산과 비즈니스 모델의 혁신적 적용능력 제고, 모바일 콘텐츠의 육성책이라는 건

지에서 유럽디지털콘텐츠산업의 완전한 잠재능력 발휘와 비즈니스 기회 증가를 위한 투자자본 확대를 위해 노력하고 있다.

구분하고 유통계약기준의 도입과 관련하여 유통계약기준의 필요성 정도와 유통계약기준이 제정될 경우 포함되어야 할 항목들에 대해서 검토했다.

Ⅲ. 설문조사

1. 조사개요

디지털콘텐츠 관련 업계 의견 조사는 서울특별시 및 수도권을 지역적 범위로 국내의 대표적인 디지털콘텐츠 관련 업체에 종사하고, 해당 업종 경력 3년 이상의 관리자급을 설문응답 대상으로 선정하였다. 자료수집은 숙련된 면접원이 표준화된 설문지를 이용해 2003년 8월 25일부터 9월 22일 까지 1:1 개별 면접 방식으로 진행했다.

표본 추출은 한국소프트웨어진흥원에서 발간한 『디지털콘텐츠 기업편람』, 한국디지털콘텐츠산업협회의 회원사 기업 리스트를 기초로 매출액, 상시 근로자 수, 회사 연혁 등을 종합적으로 고려해 국내 디지털콘텐츠 산업을 대표할 수 있는 업체로 선정하여 사업 유형별, 서비스 유형별로 유의할당 표본 추출방식을 적용하였고, 총 응답 업체 수는 114 개였다.

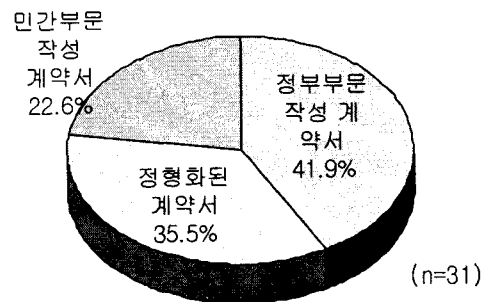
조사내용은 디지털콘텐츠 제작 및 개발과 관련하여 국가 또는 정부기관과의 계약을 체결한 민간 제작업체를 대상으로 계약체결 현황, 정형화된 계약서의 사용 여부 및 계약 절차상의 문제점을 파악했다. 또한 표준계약서의 필요성 정도와 표준계약서가 제정될 경우 포함되어야 할 항목들에 대해서 조사했다.

또한 디지털콘텐츠 유통계약 기준에 대한 조사를 위해서는 디지털콘텐츠 유통의 계약주체인 저작권자, 제작업체, 유통업체, 과금대행업체, ISP로

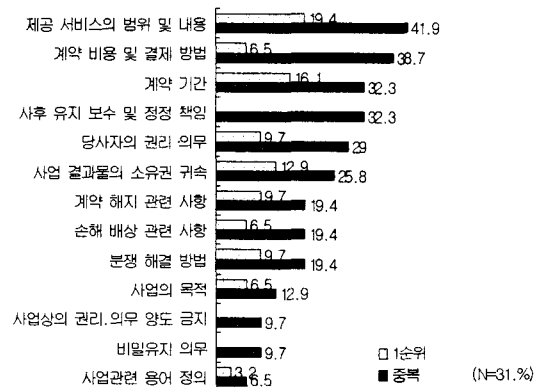
2. 조사결과

1) 표준계약기준

적용하는 계약서 형식에 대한 질문에서는 응답자의 41.9%가 국가 또는 정부기관에서 작성한 계약서를 적용하고 있으며, 여기에서 정형화된 계약서를 사용하고 있는 비율은 35.5%를 차지했다. 정형화된 계약서란 계약사항 및 조건 등이 정형화되어 동종 업체에 일반적으로 적용되는 계약서로 어느 일방에서 작성하지 않은 일반 계약서를 의미한다.



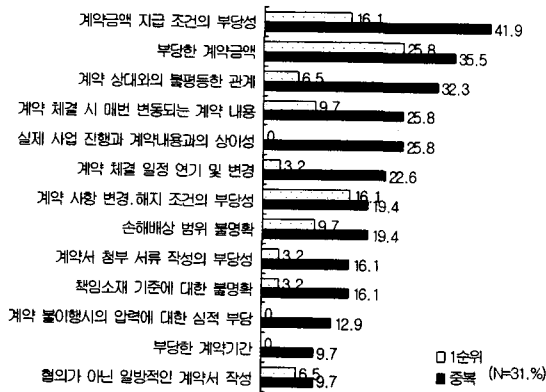
〈그림 1〉 적용하는 계약서 형식



〈그림 2〉 중요한 계약 항목

계약항목 중 가장 중요하다고 생각되는 항목으로 41.9%가 “제공 서비스의 범위 및 내용”을 들고 있으며, 그 다음으로 “계약비용의 결제 방법”, “계약 기간” 순이었다.

계약체결 시 애로사항에 대한 질문에 민간 제작업체는 공공부문과 계약을 체결할 경우 '계약금액 지급 조건의 부당성' 및 '계약금액 결정의 부당성'으로 어려움을 겪고 있는 것으로 나타나, 표준계약서(안)는 이들 문제를 개선할 수 있는 방향으로 마련되어야 한다.



〈그림 3〉 계약체결 시 애로 사항

실제 피해사례 경험 유무에 대해 응답자의 29.0%는 공공부문과의 계약체결 시 정신적, 물질적인 불이익을 당한 경험이 있는데, 주요 내용은 다음과 같다¹²⁾.

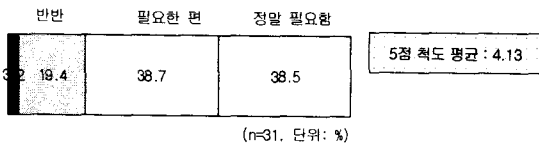
- 계속적으로 거래할 경우 최소의 이익으로 거래함에도 불구하고 계약금액을 계속 낮추려고 했다. 이럴 경우 재계약을 하지 못하는 경우도 있고, 회사 이미지를 고려하고, 장기적 측면에서의 손익분기점을 계산해 계약을 체결하기도 한 사례

- 도청의 관광 홈페이지를 제작하였고 사진은 도청에서 제공한 것을 사용하였다. 그러나 그 사진이 제3자의 저작권을 침해하였고 도청은 그 책임을 제작업체에게 넘겼다. 결국 민간 제작업체가 손해배상을 한 사례
- 납품 대가로 추가적인 용역을 요구하는 경우가 있으며, 계약금액이 큰 경우 본 계약 내용과는 무관하게 홈페이지를 제작해 준 사례
- 발주자의 과업변경으로 개발사업에 변동이 생길 경우 이를 계약서에 명시하지 않고 대부분 구두상으로 계약함으로써 분쟁의 원인이 된 사례
- 위탁받은 디지털콘텐츠 제작 업무를 완료하여 제공하는 과정에서 납품 후 그 내용에 관하여 상호간에 합의한 것과 관계없이 미리 정해진 검사기준을 자의적으로 엄격하게 적용하고 위탁내용과 다르거나 하자 등을 이유로 수탁자에게 이를 부당하게 수정하도록 하는 사례
- 디지털콘텐츠 완성품에 대한 발주자의 개발비용 부담을 이유로 그 완성물에 대한 저작권·특허권 등의 모든 권리 귀속이 계약상에 규정되어 있음에도 불구하고 일방적으로 발주자에게 귀속시키는 사례
- 발주자의 개발비용 부담을 이유로 수탁자(제작업체)에게 다른 분야에 2차 적으로 전용 또는 활용 가능한 디지털콘텐츠 제작물에 대하여 일방적으로 그 사용을 제한하는 사례(2차 저작권의 남용)
- 발주자의 귀책사유(디지털콘텐츠 제작 관련 예산 결정 지연, 편성상의 사정 등)로 계약서에서 정한 지급기일에 대금을 지급하지 않고 지연하는 사례

12 한국소프트웨어산업협회의 「소프트웨어개발업의 하도급거래 실태 및 개선 대책에 관한 연구(2002)」 내용을 추가적으로 정리함.

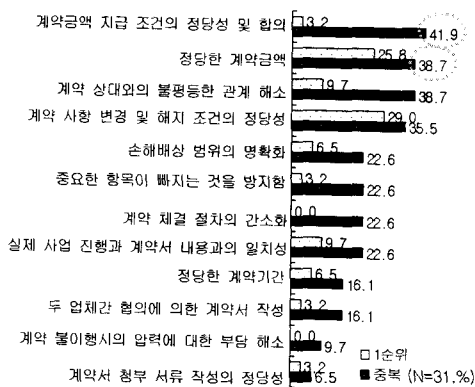
- 수탁자가 완성하여 납품한 디지털콘텐츠 제작물에 대해 발주자가 검수를 자의적으로 지연시켜 계약서에서 정한 지급기일에 대금을 지급하지 않고 지연하는 사례
- 대금으로 지불된 어음의 만기일자가 장기로 되어 있어, 어음 할인이 어려운 것은 물론 할 인료까지 수탁자가 부담하는 사례

다음은 표준계약서 필요성에 대한 질문으로 응답자의 대부분(77.2%)이 아래 <그림 4>와 같이 표준계약서가 필요한 것으로 인식하고 있었다.



<그림 4> 표준계약서의 필요성

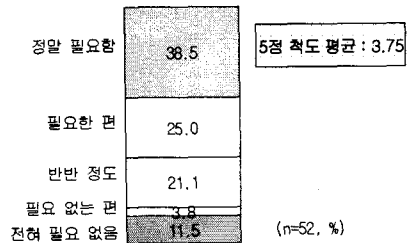
표준계약서 도입효과에 대해 표준계약서가 제정·시행될 경우 '계약금액 지급조건'의 정당성 확보 효과가 가장 높을 것으로 나타났고, 그 외에 '정당한 계약금액 설정', '계약상대와의 불평등한 관계의 해소'가 주된 도입효과로 나타났다.



<그림 5> 표준계약서의 도입 효과

2) 유통계약기준

저작권자와 제작업체간의 계약에서 유통계약기준의 필요성에 대한 질문에 응답자의 63.5%가 필요한 것으로 나타나(5점 척도 기준 3.75점) 필요성이 상당히 높았다.



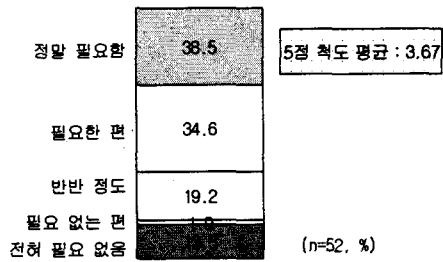
<그림 6> 저작권자와 제작업체간 유통계약기준의 필요성

필요한 이유로는 '콘텐츠의 내용과 사용 용도의 명확화에 대한 필요성', '향후 저작권 관련 분쟁의 소지를 예방', '저작권 보호' 등이었다.

항 목	
포함 항목	·사용한도, 사용기간 및 사용비용
	·저작권료 지급규정
	·저작권의 범위 설정
	·수익배분 기준
	·명확한 책임 소재
	·불법복제에 대한 방지책 마련

<표 1> 유통계약기준 마련 시 포함될 항목

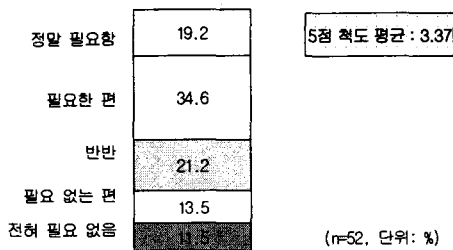
저작권자와 제작업체간 유통계약 기준을 마련할 때, 여기에 포함시켜야 할 항목으로는 사용한도, 사용기간 및 사용 비용, 저작권료 지급규정, 저작권의 범위 설정, 수익배분 기준, 명확한 책임 소재 등으로 나타났다.



〈그림 7〉 제작업체와 유통업체간 유통계약기준의 필요성

제작업체와 유통업체간 유통계약기준의 필요성에 대해 위의 〈그림 7〉과 같이 응답자의 73.1%가 필요하다고(5점 척도로는 3.67점) 응답해 유통계약기준 마련이 시급한 것으로 보인다. 필요한 이유는 콘텐츠의 내용 및 사용용도를 명확히 할 필요가 있고, 유통업체에 비해 제작업체들이 상대적으로 불리한 입장에 처해 있으며, 계약기간 및 지급조건을 명확히 하기 위한 것으로 나타났다.

제작업체와 유통업체간의 유통계약기준 마련 시 포함되어야 할 항목으로는 수익분배 기준, 저작권료, 계약기간 및 계약금액, 이윤의 정확한 근거, 명확한 책임 소재 등으로 나타났다.

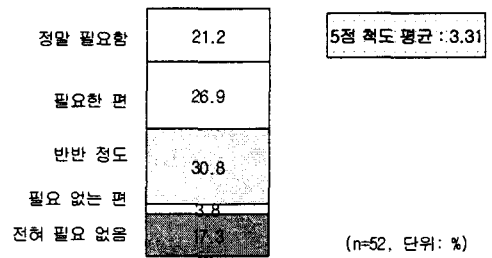


〈그림 8〉 유통업체간 유통계약기준 필요성

유통업체간 유통계약기준의 필요성에 대해서는 응답자의 53.8%가 필요하다고 응답하였으며, 5점 척도 기준으로는 3.37로 나타나 필요성이 높은 편은 아니다. 유통업체간에 유통계약 기준이 필요한 이유로는 대형 포털업체들의 우월한 지위 남용 방

지, 쌍방의 이익 실현, 쌍방 간의 공정성과 안정성을 기하기 위한 것으로 조사되었다.

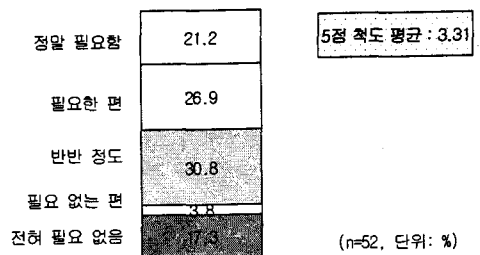
유통업체간 유통계약기준 마련 시 포함되어야 할 항목으로는 수익배분 기준, 부당거래에 대한 책임소재의 명확화, 계약기간, 계약금액 등으로 나타났다.



〈그림 9〉 유통업체와 과금대행업체간 유통계약기준의 필요성

유통업체와 과금대행업체간 유통계약기준 필요성에 대해서는 응답자의 48.1%가 필요하다고 응답하였으며, 5점 척도 기준으로는 3.31점으로 나타나 필요성이 높은 편은 아니다. 필요한 이유로는 예상치 못한 문제해결에 도움이 되며, 공정성과 안정성 확립, 수수료 부분에 대한 기준정립 등으로 나타났다.

유통업체와 과금대행업체간의 유통계약기준 마련 시 포함되어야 할 항목으로는 명확한 책임소재, 공정한 수수료율, 계약기간 및 계약금액 등으로 나타났다.



〈그림 10〉 유통업체와 ISP간 유통계약기준의 필요성

2. e-IGR의 개념 및 구성요소

유통업체와 ISP간 유통계약기준의 필요성에 대해 응답자의 47.1%가 필요한 것으로 인식하고 있으며, 5점 척도 기준 3.31점으로 필요성이 높은 편은 아닌 것으로 조사되었다. 필요한 이유로는 계약시 공정성과 안정성을 기하고, 수수료 부분에 대한 기준정립이 필요하며, 망사업자들의 시장독식에 대한 견제 필요 등으로 나타났다.

유통업체와 ISP간 유통계약기준에 포함되어야 할 항목으로는 적절한 수익분배 기준, 부당거래의 명확한 책임 소재, 망 사업자의 독점 규제 등으로 나타났다.

마지막으로 응답자의 유통계약기준 제도화를 활성화하기 위한 방안 및 기타 수익기반 조성을 위해 정부에 건의할 사항은 다음과 같다.

- 표준양식이 필요하고, 분쟁이 발생할 시 법적 해결 이전에 합리적인 분쟁 조정을 할 수 있는 조정기구의 명시를 명문화해야 함.
- 디지털콘텐츠를 자유롭고 공정하게 유통할 수 있는 시장을 온라인 및 오프라인에 각각 설치해 저작자, 제작자, 유통사가 모두 양질의 콘텐츠를 제공하고 제공받을 수 있도록 함.
- 계약기준을 만들 경우 여러 가지 일어날 수 있는 분쟁의 소지를 최대한 쉽게 해결하는 기준을 만들어야 함.
- 디지털콘텐츠는 2000년에 들어서면서부터 이슈가 되었는데 저작권, 전송권, 출판권 등을 세분화해서 작성해야 한다. 특히 온라인상의 계약내용은 오프라인과는 다른 내용으로 체결되어야 하며, 정부에서는 여기에 적합한 온라인상의 저작권 계약법을 제정해야 함.
- 디지털콘텐츠 산업은 고용증대 효과가 있음

며 21세기 유망사업이므로 정부의 적극적인 지원이 필요함.

- 저작권 및 디지털콘텐츠 권리에 대한 책임과 권리에 대한 명확한 해석이 필요함.

IV. 디지털콘텐츠 유통계약기준

1. 표준계약서

정부기관에서 디지털콘텐츠 사업을 발주하고, 이를 수행한 민간업체 10개 중 4개 업체(41.9%)가 정부기관이 작성한 계약서를 적용했다는 응답을 했다. 그리고 이 계약서 상에서 '제공서비스의 범위 및 내용', '계약비용 및 결제방법' 등의 항목이 중요하다고 인식하고 있다.

한편 정부기관과 계약 체결을 할 때의 가장 큰 애로사항으로 '계약금액 지급조건의 부당성'을 말하고 있다.

또한 응답자의 대부분(77.2%)이 표준계약서가 필요하다고 인식하고 있어 표준계약서 제정의 타당성은 충분하며, 표준계약서의 주된 도입효과로 '계약금액의 지급조건의 정당성 확보'를 들고 있다.

표준계약서(안) 작성은 업계 실태 조사를 기반으로 했다. 먼저 민간 제작업체와 정부부문간의 계약서와 민간 업체들 간의 제작 및 유통과 관련된 67개의 계약서를 기초자료로 삼아 공통적이고 핵심적인 항목들을 모았다. 그밖에 대한상사중재원의 계약서 작성요령을 참조했다. 이러한 것들을 바탕으로 업계 의견조사에서 나타난 계약체결상의 문제점을 해결할 수 있는 표준계약서(안)를 마련했

다.

표준계약서(안)는 전체적으로 6개의 장으로 구분되며, 각 장에 대한 개략적인 내용은 다음과 같다.

① 제1장 총칙

- 제1조 계약의 목적
- 제2조 용어의 정의

제1장에서는 계약을 통해 기본적으로 합의된 사항을 목적 조항에 밝혔다. 또한 계약서에 쓰이는 용어 해석으로 인한 분쟁의 소지를 없애고자 제2조에서 계약관련 용어를 명확히 정의한다.

② 제2장 계약 기간 및 개발 범위

- 제3조 계약 기간
- 제4조 개발 범위

제2장에서는 계약 성립으로 발생하는 쌍방의 채무에 대해 이전시기를 구체적으로 명기하고, 디지털콘텐츠 제작 및 개발범위를 명확히 정의해, 향후 검수범위 및 추가작업에 대한 비용청구의 기준으로 삼는다.

③ 제3장 계약 금액 및 납품물

- 제5조 계약 금액
- 제6조 부당한 대금지급 금지
- 제7조 납품물, 납품시기 및 납품 장소
- 제8조 납기 지체상금
- 제9조 결과물의 검수

제3장에서는 디지털콘텐츠 제작·개발에 대한 대가 및 지급방법을 명시해 대금지급과 관련한 문제점을 해소할 수 있도록 해야 한다. 그리고 수주자가 제출해야 할 납품물, 납품 기간, 지체상금 및 검수 범위 등을 규정해 사업의 원활한 진행을 도모

하고, 일정의 지연에 대한 책임소재를 명확하게 규명한다.

④ 제4장 계약의 해지 및 변경

- 제10조 계약의 해제·해지
- 제11조 계약의 변경

제4장에서는 계약체결 이후 애초의 계약조건을 그대로 유지하기 곤란한 상황이 발생했을 때, 해당 계약을 변경하거나 해제 또는 해지할 필요가 있을 경우 그에 대한 요건을 규정한다.

⑤ 제5장 권리와 의무

- 제12조 지적재산권
- 제13조 사후 유지보수
- 제14조 권리·의무 양도금지
- 제15조 비밀유지

제5장에서는 디지털콘텐츠 제작·개발에 있어서 당사자의 권리·의무, 제작·개발의 결과와 최종 결과물의 권리관계 등을 규정한다.

⑥ 제6장 분쟁해결 및 특수조건

- 제16조 해석
- 제17조 손해배상
- 제18조 분쟁의 해결
- 제19조 특수조건

제6장에서는 분쟁해결의 방법으로서 중재에 관한 사항을 규정하고 있다. 특히 손해배상 규정에서는 제3자에 의한 저작권 침해규정을 제시하였고, 표준계약서에서 제시하고 있는 기본적인 사항들 이외에 당사자간 합의에 의한 특수조건을 설정할 수 있도록 한다.

2. 유통계약기준

응답자의 65.4%는 “디지털콘텐츠 제작업체와 유통업체간에 유통계약기준이 필요하다”고 말했다. 필요한 이유로 '책임소재 기준의 명확화' 및 '합리적인 수익분배 기준의 설정을 통한 분쟁 예방'을 들고 있다. 또한 공정한 유통계약 기준을 마련했을 때, 포털업체의 우월한 지위 남용에 의한 불공정한 계약 성립을 방지할 수 있다는 의견을 제시했다.

유통계약 기준은 디지털콘텐츠를 제작하거나 유통했을 때, 이에 대한 계약이 공정하게 성립할 수 있도록 하는 지침의 성격을 지녔다. 유통계약 기준(안) 제시는 업계 실태조사에서 수집된 민간제작업체의 계약서, 온라인디지털콘텐츠산업발전법, 약관의규제에관한법률, 대한상사중재원의 계약서 작성요령 등을 참조했다.

다음은 전체적인 목차 소개를 통해 중요한 구성 내용을 검토하고, 유통계약 기준(안)의 구체적인 조항을 설정했다.

① 제1장 총칙

제1조 목적

제2조 정의

제3조 개별 계약의 우선 적용

제4조 개별 계약의 내용 해석

제1장에서는 유통계약 기준의 제정 목적, 관련 용어에 대한 정의 및 개별 계약과의 관계 등을 규정하고 있다.

② 제2장 불공정 계약조항의 금지

제5조 일반 원칙

제6조 면책조항의 금지

제7조 계약의 해제·해지

제8조 채무의 이행

제2장에서는 디지털콘텐츠 제작 및 유통과 관련해 불공정한 계약이 성립되는 조항들의 무효를 규정한다. 그리고 각 계약이 신의성실의 원칙에 부합할 수 있도록 한다.

③ 제3장 저작권 보호 등

제9조 지적재산권 및 수익분배

제10조 복제 등의 금지

제11조 디지털콘텐츠 유통업자 의무 등

제12조 디지털콘텐츠 유통업자의 책임감면

제13조 분쟁 조정

제14조 다른 법률과의 관계

제3장에서는 디지털콘텐츠 제작업체의 수익기반 조성에 기초가 되는 저작권의 보호, 불법 유통에 대한 금지 및 이것의 방지를 위한 조치 등을 규정한다. 또한 디지털콘텐츠 유통업체의 불법유통에 대해, 이것의 책임을 일정 조건 하에서 감면시켜 디지털콘텐츠 유통이 활성화되도록 한다. 한편, 분쟁조정제도를 신설해 신속한 분쟁해결을 도모하고, 디지털콘텐츠 제작자를 보호할 수 있는 방안을 강구한다.

본 연구에서는 법·제도적 현황과 업계 의견조사의 두 가지 방법을 통해 민간제작업체와 정부기관간의 계약에 적용되는 표준계약서와 민간 업체들간의 계약 등에 모두 적용되는 별도의 유통계약 기준을 마련하였다. 표준계약서는 민간 제작업체와 공공부문간의 계약시 계약대금의 지급조건 등을 명확히 하여 현재의 불평등한 관계 해소에 도움이 될 것으로 고려된다. 또한 유통계약 기준은 민간부문에서 디지털콘텐츠 제작 및 유통에 대한 계약 지침을 제공하여 거래의 투명성을 제고시킬 수 있다.

따라서 표준계약서와 유통계약 기준이 제정·시

행될 경우 디지털콘텐츠 사업의 수익기반 조성이 가능해진다. 이를 바탕으로 디지털콘텐츠의 질적 수준을 높이고, 디지털콘텐츠 관련 산업을 국가의 핵심산업으로 성장시켜야 한다.

끝으로 제도개선 방안의 성공적인 정착을 위해 디지털콘텐츠 관련 창업을 활성화시키고, 관련 인

력을 양성하는데 힘을 기울여야 한다. 또한 기술개발 및 표준화 연구, 해외 진출의 촉진을 위한 판로 개척 등 범정부 차원의 법적·제도적 환경이 뒷받침되어야 한다.

참 고 문 헌

1. 『디지털콘텐츠산업 시장조사 보고서』, 한국소프트웨어진흥원, 2001.
2. 이상정, '디지털콘텐츠의 보호', 『CLIS Monthly』, 2001.10.
3. 『온라인디지털콘텐츠산업발전 기본계획안 (2003~2005)』, 재정경제부·교육인적자원부·행정자치부·문화관광부·산업자원부·정보통신부·보건복지부·건설교통부·기획예산처, 2003.
4. 안순화, "일본 콘텐츠진흥법 만든다.", 『디지털타임스』, 2003.10.16.