

의견서

제출자 : 사단법인 오픈넷 (대표자 남희섭)

주소 : (우)06650 서울시 서초구 서초대로 50길 62-9, 402.

연락처 : 02-581-1643

지난 5월 2일, 문화체육관광부는 「저작권법 시행령」 일부개정령(안)을 입법예고하였습니다. 문화체육관광부는 개정이유에서 "효과적인 권리 보호와 관련 산업을 육성하고 이용자 보호 등의 균형달성을 도모"하고자 한다고 하지만, 개정안은 권리자의 이익을 확대하고 이용자의 정보문화향유권을 제한하는 내용만을 담고 있을 뿐이고, 이와 같은 개정을 추진해야 할 구체적인 근거를 포함하고 있지 않습니다.

저작권법 제29조에서 '영리를 목적으로 하지 아니하는 공연·방송'을 저작권재산권 제한 사유로 둔 것은 저작물이 비단 사고파는 문화 상품이 아니라, 세상을 이해하고 사람들의 삶과 관계를 풍요롭게 하는 유희의 역할을 하기 때문입니다. 친구가 구매한 음악을 내가 함께 들을 때, 이것을 단지 친구의 구매력에 무임승차했다거나, 창작자의 재산을 도둑질했다고 할 수 있을까요? 이번 개정안과 같이 '영리를 목적으로 하지 아니하는 공연·방송'의 영역을 극도로 협소화하는 것은, 저작권법이 음악이나 영화 등을 그 자체로 소비하는 것의 규제를 넘어서, 사람들의 문화적 향유와 소통을 제약하는 것이나 다름없습니다.

이에 사단법인 오픈넷, 정보공유연대 IPLeft, 진보네트워크센터는 다음과 같이 이 개정안에 반대하는 의견을 제출합니다.

가. 상업용 음반 등의 공연권 행사 가능 범위를 일부 확대(안 제11조 제1호, 제3호 및 제6호)

1) 음악사용률이 높고, 영업에서 음악중요도가 높은 ①주점 및 비알콜음료점업(호프집, 커피숍 등), ②종합스포츠시설 및 체력단련장(복합체육시설, 헬스클럽 등)을 추가 포함

2) 대규모점포(유통산업발전법, 면적 3,000㎡이상) 중 기존 시행령 제11조에서 제외되었던 ①복합쇼핑몰, ②그 밖의 대규모점포를 추가 포함(단, 전통시장은 제외)

의견 : 반대

(1) 저작권법 입법취지에 반함

- 대법원은 “판매용 음반을 재생해 공중에게 공연하는 행위에 대해 저작권자의 공연권을 제한한 취지는 음반을 소비자들에게 알려 판매량을 증가하게 하는 등 저작권자 또한 간접적인 이익을 얻게 된다는 점이 고려된 것” (대법원 2012. 5. 10. 선고 2010다87474 판결)이라고 판결한 바 있음.
- 대법원 판결에 따르면, 시행령 개정을 위해서는 상업용 음반의 공연권 제한으로 인한 저작권자의 수입 하락과 음반을 소비자들에게 알려 판매량을 증가하게 하는 효과 및 이로 인한 문화향유권 확대 효과를 동시에 고려해야 하나, 개정 시행령안에서는 오로지 저작권 제한으로 인한 수입 하락 요인만을 고려한 것으로 저작물의 이용과 보호의 균형을 추구하는 저작권법의 입법 취지와 배치됨.
- 더욱이 “음악사용률”이나 “영업에서 음악중요도”라는 수치화하거나 평가하기 어려운 자의적인 판단 기준을 적용함으로써 명확성 원칙 위반.

(2) 상업용음반의 공연위축으로 해당 음반을 소비자에게 알리는 계기만 제한

- 한편 최근 저작권자들이 대규모점포에 대한 공연권 행사를 강화하면서 대규모점포에서 상업용음반의 공연 자체가 거의 사라진 것에 비추어 보면, 신규로 공연권 제한 대상에서 제외된 업체들 역시 재정적 부담 등의 이유로 상업용음반 공연을 포기하거나 그 빈도를 줄임으로써 사회 전반적으로 상업용음반의 공연이 위축되어 결과적으로 상업용음반을 소비자에게 알리는 계기가 상당히 제한될 것으로

예상됨.

(3) 국회 입법사항의 우회 시도

- 지난 19대 국회에서 이군현 의원이 대표발의한 저작권법 개정안([1906167] 저작권법 일부개정법률안(이군현의원 등 14인))은 저작권법 제29조의 개정을 통해 공연권을 확대하려고 한 바 있으나, "영세사업자의 부담이 늘어나는 것에 대한 우려가 있으므로 신중한 검토가 필요"하다는 의견에 따라 국회를 통과하지 못한 바 있음.(국회 교육문화체육관광위원회의 법안심사소위원회 회의록, 2015년 11월 26일) 이번 시행령 개정 역시 마찬가지로 영세 사업자의 부담을 증가시킬 우려가 있으며, 국회 논의 후 입법이 좌절된 사안을 시행령 개정을 통하여 추진하는 것은 사회적 합의를 우회하려는 시도라고 볼 수밖에 없음.

(4) 지나친 저작권 행사에 대한 고려 전무

- 저작권 형사처벌 조항 적용 범위의 조정 없이 공연권 행사 대상만 늘림으로써 상업용음반의 공연과 관련한 저작권 형사고소 및 과도한 합의금 요구 등 지나친 저작권 행사가 우려되는 데에도 이에 대한 고려 전무

나. 영상저작물의 자유로운 공연이 허용되는 대상 시설 및 기간 조정(안 제11조 제7호)

1) 1회 시청·관람으로 더 이상의 수요가 사라지는 영상저작물의 특성을 반영하여, 현행 광범위하게 인정되고 있는 자유 이용을 제한하되,

- 농어촌 소재 박물관·미술관·도서관 및 사회복지시설에서는 공표 후 2년이 경과한 영상저작물 이용을 허용하여 소외계층 문화향유 보장

의견 : 반대

(1) 공연권 제한 조항 자체의 형해화 우려

- 시행령 개정으로 인하여 도심 지역의 박물관 등이 제외됨으로써 사실상 국내 대부분의 박물관 등이 공연권 제한 조항의 적용대상에서 제외되며, 이로 인하여 도심 소외계층을 포함한 도심 거주 이용자들의 문화향유권이 상당히 제한될 뿐 아

나라 공연권 제한 조항 자체가 형해화할 우려.

(2) 박물관 등에서 영상저작물 구입 위축 우려

- 이미 막대한 예산을 들여 영상저작물을 구입한 박물관 등에서 이를 상영할 때 또 다시 공연의 대가로 저작권료를 지불해야 하는 경우 영상저작물 공연이 위축 될 우려가 클 뿐 아니라 박물관 등에서 영상저작물의 구입 자체가 위축되는 결과를 초래하여 결국 영상저작권자의 수익 향상에 유의미한 영향을 미치지 못하면서 이용자들의 문화향유권만 제한되는 효과를 초래할 것임

(3) 수요대체성에 대한 근거 부족

- 수요대체를 근거로 시행령을 개정하기 위해서는 박물관 등에서 공연으로 인하여 비로소 해당 영상저작물의 시청 수요가 급감하였다는 등의 유의미한 통계적 분석이 뒷받침되어야 하지만 구체적인 근거가 전무함.
- 애초에 박물관 등에서 무상 공연이 없었다면 발생하지 않았거나 사회적으로 존재하지 않았을 시청 수요에 대하여 사후적으로 수요대체성을 논의하는 것은 타당하지 않음.
- 반대로 최근 개봉작이라 하더라도 잘 알려지지 않았거나 상업적 흥행에 실패한 영상저작물을 박물관 등에서 기획 공연함으로써 해당 영상저작물에 대한 사회적 관심을 환기시켜 해당 영상저작물에 대한 시청 수요가 향상될 여지도 다분함.
- DVD 출시일 등 "발행일"로부터 6개월을 극장개봉일인 "공표일"로부터 2년으로 연장하는 것은 박물관 등에서 공중의 문화향유권의 대상으로 편입되는 시점을 지나치게 늦추는 것으로, 수요대체성에 대한 면밀한 검토 없이 막연히 저작권자들의 입장만 반영한 것으로 재고되어야 함

끝.