

일본

CODA, 저작권 침해 사이트에의 광고 게재 제한 본격화

권용수 (건국대학교 일반대학원 법학박사)

최근 저작권 침해 사이트의 운영 자금원이 되는 광고 게재 억지 대책이 영리 목적으로 저작권 침해를 반복하는 악질적 행위를 억제하는 유효한 대책으로서 주목받고 있음. 콘텐츠 해외유통촉진기구(CODA)는 광고 관련 3단체에 저작권 침해 사이트에의 광고 게재 억지 요청문과 저작권 침해 사이트 리스트를 송부하고 협력을 구하고 있음. 이에 더해 CODA는 보다 실효적인 저작권 침해 사이트에의 광고 게재 억지 대책 마련을 목적으로 광고 관련 3단체와 정기적 협의를 실시하기로 결정하고 본격적 대응책 강화·개선에 돌입함.

배경

- 오늘날에는 영상, 음악, 출판물 등의 불법 복제물을 게재하는 해적판 사이트나 그러한 불법 복제물에의 유도를 목적으로 하는 리치사이트가 다수 존재하고 있음.
- 이러한 저작권 침해 사이트의 규모가 일본 콘텐츠 산업의 근간을 위협하는 수준에 이르렀지만, 특히 해외 서버를 이용하는 악질적인 저작권 침해 사이트에 대해서는 직접적이고 실효적인 대책을 취하기 곤란한 실정임.
- 이러한 상황에서 저작권 침해 사이트의 운영 자금원이 되는 광고 게재에 대한 대책이 영리 목적으로 저작권 침해를 반복하는 악질적 행위를 억제하는 유효한 대책으로서 주목을 받음.
 - 콘텐츠 해외유통촉진기구(CODA)에 따르면, 이미 영국 등 일부 국가가 저작권 침해 사이트의 자금원 차단을 위해 광고 게재 억지 대책을 실시하고 있음.

CODA의 대응

- CODA는 인터넷 상의 저작권 침해 대책의 하나로서 광고 게재 억지 대책을 실시함.
- 2017년 11월에는 홍콩의 저작권 침해 사이트 리스트(Infringing Website List, IWL) 사업에 참가함.
 - 홍콩의 IWL 사업은 권리자 등 IWL 참가자가 저작권 침해 사이트 정보를 조사하고 이를

광고주나 광고대리점 등에 공유함으로써 저작권 침해 사이트에의 광고 게재를 억지하고 저작권 침해 행위자의 수입을 차단하기 위한 것으로서 2016년 12월부터 시행됨. 2017년 10월 홍콩의 50사가 저작권 침해 사이트에의 광고를 중지하였고, 저작권 침해 사이트에의 접속이 14% 감소된 것으로 발표됨.

- IWL 사업은 2013년 영국에서 최초 도입된 것으로서 향후 국경을 초월한 저작권 침해 대책의 하나로서 주목받고 있음.

- 올해 2월에는 일본광고주협회(JAA), 일본광고업협회(JAAA), 일본인터넷광고협회(JIAA) (이하 ‘광고 관련 3단체’)에 저작권 침해 사이트에의 광고 게재 억지 요청문과 저작권 침해 사이트 리스트(이하 ‘일본판 IWL’)를 송부하고 협력을 구함.

- 저작권 관련 단체가 다수의 저작권 침해 콘텐츠가 존재하고 권리자로부터의 삭제 요청에도 응하지 않는 악질적인 저작권 침해 사이트 리스트를 작성함.

- 일본판 IWL은 사분기마다 리스크를 갱신할 계획임.

- 지난 6월 8일에는 일본 콘텐츠 저작권을 침해하는 사이트를 광고 게재 대상에서 배제하는 보다 실효적 대응책을 마련하기 위해 광고 관련 3단체와 정기적 협의를 실시하기로 결정함.

- 우선은 저작권 침해 사이트 현황과 경향, 저작권 침해 사이트 리스트에 의거한 대책의 유효성이나 개선책에 대해 협의할 예정임.

- 한편 2018년에는 자동 콘텐츠 감시·삭제 센터^{<1>}에서 저작권 침해 콘텐츠와 함께 게재된 광고를 수집하는 기능을 구현할 수 있는지 검토하고, 구현할 수 있다면 수집된 정보를 광고 관련 3단체와 공유하는 것을 검토할 계획임.

광고업계의 대응

- 많은 광고주는 저작권 침해 사이트에 광고비가 지급되는 것 또는 광고가 게재되는 것을 바라지 않음.
- 그러나 운용형 광고^{<2>} 시장이 확대된 오늘날에는 광고 전달 경로가 복잡화·다양화되어 작은 부주의로 저작권 침해 사이트와 같이 광고주의 뜻에 반하는 사이트에 광고가 전송되는 경우가 있음. 따라서 광고 게재 대상에서 저작권 침해 사이트를 배제하는 것이 과제임.

<1> CODA는 자동 콘텐츠 감시·삭제 센터를 통해 저작권 침해 콘텐츠에 대한 권리자로부터의 삭제 요청을 각 사이트 운영자에게 통지하고 그 결과 거의 100%의 삭제 실적을 유지하고 있음.

<2> 운용형 광고는 프로그램이 자동적으로 검색 경로나 검색어 같은 빅데이터를 분석해 이용자가 필요로 하는 광고를 띄워주는 방식의 광고를 말함. 클릭 수에 따라 지급하는 광고비가 다름.

- 최근 인터넷 광고 출고·전송의 효율화·자동화가 진행되고 다수의 광고사업자가 참가·연계하여 에코 시스템을 형성하는 과정에서 운용형 광고 시장이 확대하였음.
- 광고 관련 3단체는 CODA로부터 일본판 IWL을 제공받아 이를 회원사와 공유함.
- 광고 관련 3단체의 회원사는 일본판 IWL을 토대로 악질성 높은 저작권 침해 사이트에 광고가 게재되지 않도록 하는 구체적 대책을 실시하고 있음.
 - 광고주나 광고회사 등은 광고 게재 대상을 지정하거나 통제할 수 있는 광고 상품·서비스를 선택하고, 광고 플랫폼 제공자 등은 광고 게재 대상의 품질을 관리함.
- JIAA는 인터넷 광고가 디지털 콘텐츠를 지지하는 경제적 기반임을 인식하고 부정행위 배제 및 건전성 유지에 힘쓸 것을 선언함.
 - 회원사의 문제인식이나 대책 실태를 조사 중에 있으며, 앞으로 개선해야 할 과제나 실효적 대응책을 검토해 나감.
- 또한 디지털 플랫폼 위원회를 설치하고 광고 전송 플랫폼 사업자가 적절한 광고 게재 대상을 선정하도록 ‘광고 전송 가이드라인’(가칭) 책정을 검토함.

평가

- 저작권 침해 사이트는 운영자를 알 수 없거나 위법성이 분명하지 않은 경우가 있는데, 이러한 경우 광고 게재 억지를 통해 사이트 운영 자금을 차단하는 것이 가장 유효한 대책이 될 수 있음. 따라서 광고 관련 단체가 유연하고 기동적으로 광고 게재 억지 등의 자주적 대응을 실시하는 것이 필요함.
- 저작권 침해 사이트 대책은 실태를 충분히 조사한 후 복합적이고 실효성 있는 대책을 지속적으로 실시하는 것이 중요함. 이러한 관점에서 보면 저작권 침해 사이트를 둘러싼 이해관계자들이 각자의 상황이나 입장에 따라 능동적으로 대처할 수 있도록 상호 간의 협조·협력 관계를 구축할 필요가 있음.

* 참고 자료

<http://www.coda-cj.jp/news/detail.php?id=171>
www.itmedia.co.jp/news/articles/1806/08/news090.html
<https://bit.ly/2NMIZay>
<http://www.coda-cj.jp/news/detail.php?id=150>
<http://www.coda-cj.jp/s/180620b.pdf>
<http://www.coda-cj.jp/s/180620c.pdf>