저작권 분쟁으로부터 자유로운

뉴미디어 콘텐츠 가이드

저작권편

유튜브, 블로그, 인스타그램등 SNS 매체를 활용한 창작활동을 할 때 빈번하게 부딪히는 가장 큰 벽은 저작권, 초상권이 있습니다. 이중 저작권은 무수하게 생겨나고 쏟아지는 콘텐츠 속에서 “설마 내가 걸리겠어?”, “안걸리면 그만”이라는 안일한 생각으로 콘텐츠를 제작하다가는 큰 코 다칠 수 있습니다.

이에 교육현장에서 간단하게 이해할 수 있는 저작권 가이드를 소개합니다.

1. CCL(Creative Common License)

CCL은 특정 조건에 따라 저작물 배포를 허용하는 저작권 라이선스 중 하나로 일종의 규약과 같다고 생각하시면 됩니다.

표시에 따라 공유의 범위를 정해두었으며
어떠한 표시는 출처에 대한 표시를 반드시 하여야한다
라는 약속이 정해져 있습니다.

전세계 공통인 표준약관입니다.



2. 폰트

영상이나 이미지를 제작하면서 가장 많이 신경쓰는 것 중 공통적인 것은 '폰트(서체, 글자체)'가 아닌가 싶습니다.
어떠한 영상, 이미지에는 고딕체가 잘 어울리고, 어떠한 경우에는 필기체가 잘 어울리고
사용 용도나 콘텐츠 특성에 따라 다양한 서체가 필요한 경우가 많습니다.

포털사이트 검색을 통해 특정 폰트를 검색하면 무수한 폰트가 쏟아져 나오는데
블로그나 일반 사이트를 통해 얻을 수 있는 폰트를 사용하면 문제가 없을까요?

#. 사례. 1
- XX기관에 근무하는 A주무관은 2년전 작성 된 기관 블로그 글(전임자 작성)에 사용한 폰트가 유료 폰트인지 모르고 게시물을 방치하고 있었다. 이에 폰트 저작권 소유자는 법무법인을 통해 내용 증명을 XX기관으로 보냈다

- 결과: XX기관은 해당 폰트 및 해당폰트가 포함된 2년간의 패키지 이용권을 구입하는 것으로 상황 종결.

#. 사례. 2
- OO기관에 근무하는 B주무관은 인쇄 업체를 통해 발행된 Ebook에 포함된 서체가 유료폰트이며 무단 사용되었다는 내용 증명을 받았다.

- 결과: Ebook제작 시 저작권에 대한 사용, 책임에 관한 소지를 계약서에 명시하였으며 해당업체에서 상업용으로 구입한 것으로 판명되어 아무 문제 없이 상황 종결.

위 사례와 같이 폰트와 관련한 분쟁은 빈번하게 발생합니다. 실제로 폰트 제작 업체에서는 인터넷, 블로그, 이미지를 포괄하는 데이터베이스를 바탕으로 프로그램을 돌려 해당 폰트가 사용되었는지 검색이 가능합니다.

#. 무료 폰트 이용 방법



위와 같은 무료폰트 사이트가 존재하나 사용전에 반드시 라이선스를 확인하고 이용하여야 합니다.
앞서 설명드린 CCL과 마찬가지로 사용 범위를 명시하고 있습니다.

- '여기어때 잘난체'의 지적재산권은 ㈜여기어때컴퍼니가 소유하고 있습니다.
- '여기어때 잘난체'는 개인 및 기업 사용자를 포함한 모든 사용자에게 무료로 제공되며 자유롭게 사용할 수 있습니다.
- '여기어때 잘난체' 글꼴 자체를 유료로 판매하거나 어떠한 형태로든 임의 수정/개작하여 글꼴을 재배포 하는 것은 금지합니다.
- '여기어때 잘난체'는 인쇄물, 광고물(온/오프라인), 상품, CI/BI 등 상업적 목적으로 사용할 수 있습니다.
① 글꼴 그대로의 사용을 권장하며, 상품은 여기어때 잘난체 라이선스 혹은 출처 표기를 권장합니다.
② 인쇄물, 광고물(온•오프라인), CI/BI의 경우 글꼴 수정 및 형태 변환이 가능합니다.
- '여기어때 잘난체'는 본 저작권 안내와 라이선스 전문을 포함해서 다른 소프트웨어에 임베딩 또는 번들하여 판매하거나 재배포가 가능합니다. 라이선스 전문을 포함하기 어려울 경우 '여기어때 잘난체'의 출처 표기를 권장합니다.
예) 이 페이지에는 ㈜여기어때컴퍼니가 제공한 여기어때 잘난체가 적용되어 있습니다.
- '여기어때 잘난체'를 사용한 인쇄물, 광고물(온/오프라인), 상품, CI/BI 등의 이미지는 여기어때의 마케팅을 위해 활용될 수 있습니다. 이를 원치 않는 사용자는 언제든지 당사에 요청하실 수 있습니다.

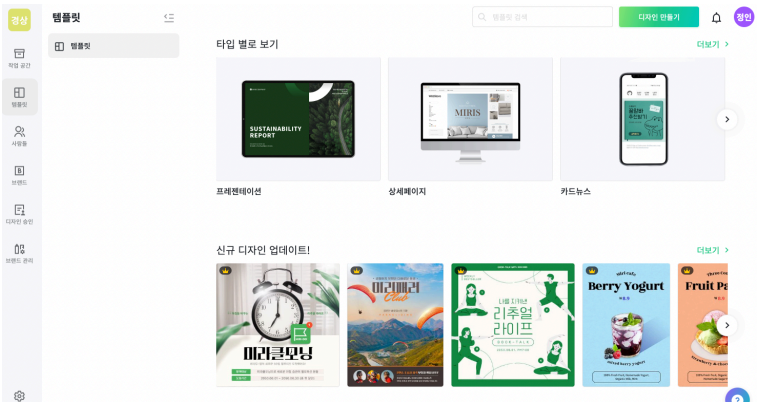
위 폰트는 '여기어때 잘난체' 폰트입니다. 유튜브, 기업, 및 다양한 기관에서 무료로 사용할 수 있는 폰트입니다.
개인, 기업사용자를 포함한 모든 사용자에게 무료로 제공된다고 표시된 것을 보아 개인, 기관에서 사용할 수 있음을 알 수 있습니다.

기관에서 교육적 목적으로 사용한다 하더라도 크게는 상업목적의 사용의 범주에 포함이 됩니다.
따라서 기업 사용자, 상업 목적에 사용될 수 있음을 확인하여야 합니다.

포토샵, 일러스트 등에서 글꼴의 형태를 일부 변형하여 사용가능 한 지도 미리 확인하여두는 편이 좋습니다.

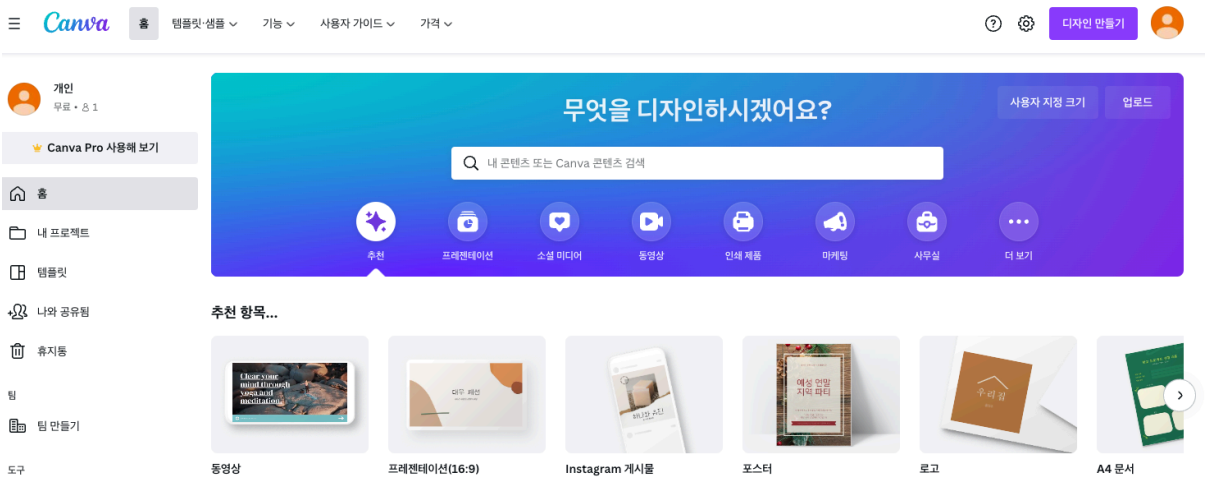
3. 이미지

구글링을 통해 찾을 수 있는 무료 이미지 사이트로는 픽사베이, 게티이미지 등이 있지만 교육목적에 활용할 수 있는 안전한 사이트를 소개해 드립니다.



가.미리캔버스(http://www.miricanvas.com)는 현존 최고의 이미지, 템플릿 제공사이트로 무료로 다양한 이미지, 템플릿을 사용할 수 있으며 자체 편집기를 이용하여 변형하여 사용이 가능합니다.

이미 사용자가 가지고 있는 이미지 또한 활용하여 다양한 템플릿으로 변형하여 사용이 가능합니다.



나. Canva(http://www.canva.com)또한 미리캔버스와 비슷한 유형의 사이트인데 동영상까지 제작이 가능하며 다양한 디자인 기능을 제공하여 로고, PPT, 포스터, 동영상등 전 영역에서 사용이 가능합니다.

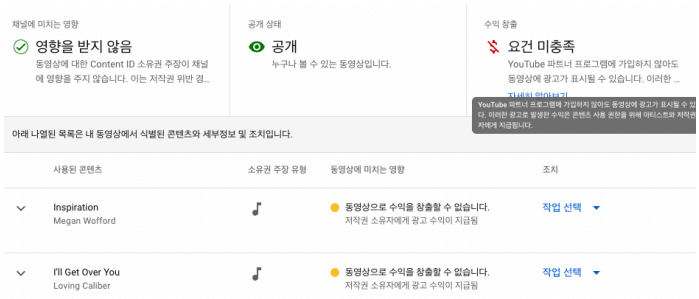
4. 음원

유튜브, 페이스북 등을 보면 일반인들이 가수의 노래를 커버하는 영상이 인기를 끕니다.
실제 가수가 부르는 음악이 아닌데 저작권에 과연 문제가 없을까요?

유튜브의 음원을 얕잡아볼 수 없습니다. 혹시 학생, 선생님이 연주한 음악이라도 비슷한 진행구조, 음계라면 그대로 필터에 걸립니다. 이러한 경우에는 두가지 경우로 나뉩니다.

가. 사용 가능한 경우
다음과 같은 경우에는 음원을 사용하더라도 그 수익이 음원 저작권 소유자에게 귀속되며 수익창출만을 제한 한 경우입니다.

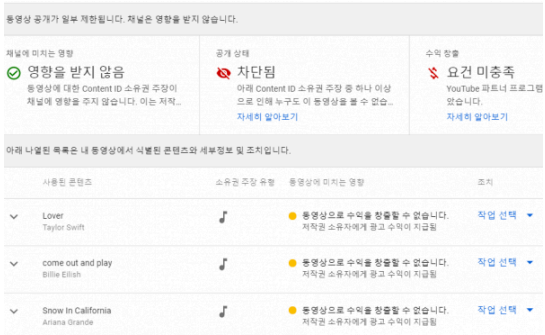
이 경우에는 음원을 사용하는 데 문제가 없는 경우입니다.



나. 사용 불가능한 경우
다음과 같은 경우에는 음원 사용 자체를 못하도록 제한하는 경우입니다.

사전에 알림, 경고없이 영상이 삭제될 수 있으며 부득이한 경우 저작권자로부터 클레임이 제기될 가능성이 있습니다

결론 : 저작권자의 허락없이 노래를 커버하는 영상을 올리거나 편곡 영상을 올리는 경우 하루 아침에 영상이 삭제될 수 있습니다.



그 외에도 저작권자가 생존한 시를 낭독한다거나 책을 읽어주는 영상을 올리는 경우 저작권을 침해하는 행위가 될 수 있습니다. 시인이 사망한 지 70년이 경과 하였다 하더라도 시의 저작권이 누구에게 귀속되어 있는지 확인해 보아야 합니다.

단, 책의 리뷰 형태를 띄는 컨텐츠의 경우 저작권법에 위배되지 않습니다.

음악을 커버하거나 시를 낭독하는 영상임에도 불구하고 영상이 저작권법의 영향을 받지 않는 경우가 있습니다.
이 경우에는 세가지 경우로 볼 수 있습니다

1️⃣ 저작권자가 홍보효과를 노린다.
2️⃣ 운이 좋아서 발각되지 않았다.

5. 마무리 하며..

콘텐츠를 만들기로 마음을 먹고 채널을 최초 구축 시 여러 브랜드의 이름을 따서 만드는 경우가 있습니다. 예를 들면 유명한 상품명을 따라 만들 수도 있을 것 입니다. 한때 유명했던 치킨집 상호와 관련한 이야기를 전해드리겠습니다.

#. 사례 1 (루이비통닭 사건)
- 루이비통의 경고를 무시하고 루이비통닭의 상호를 계속 사용하던 루이비통닭은 2015년 처벌받고 폐업하였습니다

#. 사례 2 (푸라닭 사건)
- 아직 처벌받지 않고 영업을 계속하고 있습니다.

명품 브랜드와 치킨은 다른 분야의 상호이기 때문에 비슷한 브랜드를 사용하지 않더라도 처벌받지 않을 수 있습니다.
그러나 위처럼 한분야의 브랜드가 압도적으로 알려지고 유명하다면 보호받을 수 있다는 것이 정설입니다.

위사례에서 그럼에도 불구하고 푸라닭이 영업을 계속할 수 있는 이유는 프라다에서 문제삼지 않았기 때문이라고 보는 의견이 지배적입니다.

저작권은 한 개인의 피와 땀에 대한 법적 보호장치입니다.
"운이 좋아서 걸리지 않았다, 안 걸리기만 하면 된다"라는 안일한 생각을 가지기보다는 타인의 소중한 지적 재산권을 보호하며 콘텐츠 창출에 앞장서겠다라는 마음 가짐이 콘텐츠 강국으로 나아가는 초석이 될 수 있습니다.

📌본 콘텐츠는 저작권법을 준수하여 제작되었습니다.