미국

미국 저작권청, 미국 의회에 연방 저작권법 제119조의 일몰을 요청

김지영 (상명대학교 저작권보호학과 석박사통합과정)

미국 저작권청은 위성에 의하여 텔레비전 편성 프로그램의 2차 송신에 대한 보상 청구권 규정인 미국 연방 저작권법 제119조의 일몰을 요청하였음. 미국 저작권청은 과거에 비해 위성사업자의 가입자들이 케이블사업자와 비교하여 거의 동등하게 증가하였고, 새로운 경쟁자인 OTT도 텔레비전 프로그램 저작권자들과 협상을 통하여 저작물을 공급받기에 위성사업자들도 보상 청구권이 아닌 저작권자들과 협상을 통하여 프로그램을 공급받는 것이 마땅하다며 제119조의 일몰을 요청하였음.

배경

○ 연방 저작권법 제119조는 1988년 제정된 조항으로 위성에 의한 원격 텔레비전 편성 프로그램의 2차 송신에 대한 보상 청구권을 내용으로 담고 있음. 본 조항은 일몰 조항으로 5년마다 재허가를 받아야 하고, 가장 최근의 재허가는 2014년 이루어졌으며, STELAR(Satellite Television Extension and Localism Act Reauthorization Act)라는 명칭을 가지고 있음.

○ 본 조항은 [비네트워크 방송국<1>이 제작한 프로그램을 가정시청 또는 상업시설 내의 시청을 위해 위성사업자에 의하여 공중을 상대로 이루어지거나,

<1> 연방통신위원회의 인가를 받은 네트워크 방송국 이외의 방송국으로서, 위성사업자에 의하여 2차적으로 송신되는 텔레비전 방송국을 의미함.

네트워크 방송국[<2>]이 제작한 프로그램을 가정시청을 위하여 위성사업자[<3>]에 의하여 공중을 상대로 또는 비봉사가정에 대하여 이루어지는] 2차 송신의 경우 보상 청구권을 통하여 프로그램을 송신 할 수 있는 제도를 설정하고 있음.

- 본 조항에 의하면 위성사업자는 저작권자에게 설정된 로열티를 지불해야하는 대신 원격 방송 프로그램의 특정 송신에 대한 허여를 필요로 하지 않음.

- 미국 저작권청은 본 조항과 관련한 로열티의 징수 및 분배를 30여 년간 관리해왔으며, 위성사업자로부터 로열티의 징수 그리고 이를 적절한 권리자들에게 분배하는 업무를 하고 있음.

○ 본 조항은 원격 방송 신호의 위성 송신에만 적용되며, 이 라이선스는 ABC와 같은 네트워크 방송국 뿐만 아니라 비네트워크 슈퍼스테이션[<4>]의 전송까지 해당 방송국의 혜택을 받지 못하는 지역 사회에 송신하는 것을 허용함.

<2> 어떤 네트워크 방송국에 의하여 방송되는 편성 프로그램의 모두 또는 사실상 모두를 재방송하는 자동중계 방송국 또는 지상파 위성 방송국을 포함하여, 연방통신위원회의 인가를 받은 텔레비전 방송국으로서, 10개 이상의 주에 있는 최소한 25개 이상의 제휴 텔레비전 라이선시에게 매주 15시간 이상 정규적으로 상호 연계된 프로그램 서비스를 제공하는, 미국 내의 하나 이상의 텔레비전 네트워크에 의해 소유 또는 운영되거나 이와 제휴하고 있는 것; 또는 비상업적 교육 방송국을 의미함.

<3> 텔레비전 방송국 신호의 일대 다중 배포(point-to-multipoint distribution)를 위한 통신채널을 설정하고 운영하기 위하여 연방통신위원회의 인가를 받은 위성 또는 위성서비스의 설비를 이용하고, 제47편 연방규정집 제25부 상 고정위성 서비스 또는 제47편 연방규정집 제100부 상 직접위성방송 서비스에서 운영되는 기관으로서, 그러한 일대 다중 배포를 위하여 어떤 위성 상에 설비나 서비스를 소유 또는 임차한 자를 말함. 다만, 그 기관이 이 조에 따른 가정시청의 목적 이외에, '1934년 통신법'의 규정에 의한 요율에 따라 그러한 배급을 하는 경우에는 그러하지 아니함.

<4> 통신 위성을 통해 전국의 케이블 시스템에 프로그램을 제공하는 독립 TV 방송국을 의미함.

- 그러나 본 조항은 위성사업자가 ESPN, C-SPAN과 같이 기본 패키지로 제공하는 텔레비전 프로그램 또는 HBO, STARZ와 같은 프리미엄 프로그램을 포함하여 대다수 텔레비전 프로그램의 경우에는 보상 청구권을 통한 송신을 허용하지 않음.

- 또한 연방 저작권법 제112조에 해당하는 지역 방송 신호 그리고 제111조에 해당하는 케이블 시스템에 의한 지역 또는 원격 방송의 경우도 본 조항에 해당되지 않음. 제119조와는 다르게 제111조와 제112조 모두 만료일이 없는 영구적인 보상 청구권을 내용으로 하고 있음.

제119조의 사용이 급락함

○ 하지만 지난 2014년 재허가가 이루어진 후, 제119조의 사용을 통한 보상 청구권의 사용률이 눈에 띄게 하락하였음. 2014년 1분기와 2018년 1분기를 비교한 자료에 따르면, 로열티 비용이 종전과 비교하여 85퍼센트에서 99.5퍼센트까지 감소하였음.

- 이와 같이 급격하게 감소한 이유로 (1)원격 네트워크 방송국의 전체 개체수의 감소 (2)비네트워크 슈퍼스테이션의 소멸을 들고 있음.

○ 또한 기술의 발전으로 인하여 텔레비전 프로그램을 전달하는 새로운 모델이 등장하였으며, 이는 보상 청구권을 통하는 것이 아니라 저작권자와의 협상을 통하여 텔레비전 프로그램을 공급받음. 예를 들어, 인터넷을 통하여 텔레비전 프로그램이나 비디오를 전달하는 넷플릭스, 훌루 그리고 아마존 비디오와 같은 OTT 서비스의 경우에는 제119조와 관련이 없으며, 이들 가입자 수는 미국 가정의 2/3를 차지할 정도로 많아졌음. 더불어 OTT 서비스의 가입자 수는 새로운 방식의 프로그램 시청을 요구하는 소비자들로 인하여 증가세에 있음.

- 이들 OTT 서비스들은 텔레비전 프로그램 저작권자들과 직접 협상하는 방식을 취하고 있음.

결론

○ 위와 같은 상황을 배경으로 미국 저작권청은 미국 의회에 제119조의 일몰을 요청하였음.

○ 초기에 시장 발전을 장려하기 위해 제정된 제119조의 법정허락 제도는 위성사업자의 성장과 방송 프로그램 전달 시장의 변화로 인하여 불필요한 것으로 여겨지게 되었음.

- 의회는 제119조를 네트워크 계열사의 지역 방송 서비스를 이용할 수 없는 가정을 위하여 원격 방송을 제공하기 위해 본 조항을 제정하였고, 또한 대부분의 위성사업자들이 지역 방송의 전달이 불가능 하였기에 가입자들에게 네트워크 방송국의 프로그램의 접근을 위한 원격 신호를 들여올 필요가 있었기 때문임.

- 그러나 최근 위성사업자는 3천만 명의 가입자를 가질 만큼 성장하였고, 케이블의 4천5백만 가입자, OTT의 4백만 가입자와 비교하면 적은 숫자가 아님. 또한 OTT와 같은 위성사업자의 새로운 경쟁자들은 보상 청구권이 아닌 프로그램 저작권자와 직접 협상을 통하여 공급받고 있음.

- 보상 청구권은 정부에 의해 규정되는 인공적인 시장을 창출해냄으로서 저작권자들이 자신들의 배타적권리와 자신들의 저작물의 배포에 대한 비용 협상을 유보하도록 하여 공정한 시장 가격보다 낮은 가격을 통하여 저작물이 배포되도록 하고 있음.

○ 미국 저작권청은 위성사업자들도 케이블사업자 또는 OTT와 같이 프로그램 저작권자들과 직접적인 협상을 통하여 공급받아야 하므로 미국 연방 저작권법 제119조의 일몰을 미국 의회에 요청하였음.

※ 참고 자료

https://judiciary.house.gov/sites/democrats.judiciary.house.gov/files/documents/2019-06-03%20USCO%20STELA%20Congressional%20Letter%20Response%20%28Nadler%20and%20Collins%29.pdf

미국

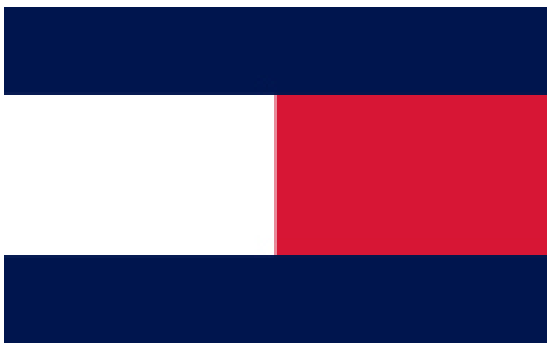
미국 저작권청, 의류회사 "타미힐피거"의 깃발 이미지가 창작성이 부족하다는 이유로 저작권 등록을 거절함

박형민 (경기저작권서비스센터 전임)

의류회사 타미힐피거(Tommy Hilfiger)는 자사의 깃발을 2017년 2월에 저작권 등록을 제기하였으나, 지난 두 차례의 재심을 거친 끝에 결국 등록이 거절되었음. 미국 저작권청은 그 이유로 신청인의 깃발에 대한 저작물성이 거의 없기 때문이라고 그 이유를 밝혔음.

개요

○ 신청인의 깃발은 2차원의 직사각형이며, 그 직사각형은 4개의 작은 직사각형으로 이루어져있음. 남색이며 동일한 크기인 직사각형 2개와 크기는 동일하지만 색은 각각 흰색과 붉은색인 직사각형 2개로 이루어져있음.

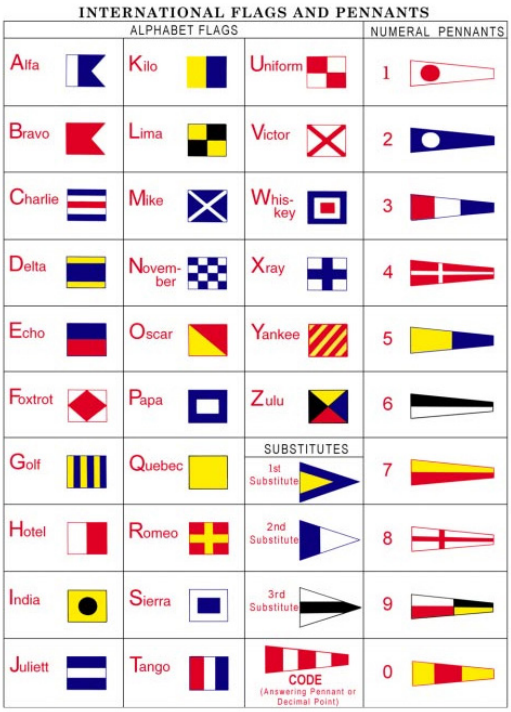


○ 2017년 2월의 최초 저작권 등록 신청은 저작자(authorship) 조건을 만족하지 못한 것을 이유로 거절되었음. 2018년 2월, 신청인은 첫 번째 재심을 신청하였으며 깃발은 단순히 기하학적인 형태 이상이며, 창작성이 있다고 주장하

였음. 또한 거대한 직사각형을 형성하며 서로 다른 색과, 모양, 크기의 조합을 포함시키기 위해 4개의 다른 직사각형을 독특한 방식으로 배열하였다고 주장하였음. 마지막으로, 각각의 도형의 배열과 위치는 특이한 모양의 깃발을 만들기 위해 국제신호기[<1>]의 “T”, “J” 그리고 “H” 문자를 창의적으로 조합하여 독특하다고 설명하였음. 이러한 주장을 바탕으로 재심을 하였으나, 저작권 등록이 가능할 만큼의 충분한 독창성과 창작성이 없어 거절한다는 결론을 내렸음.

○ 이에, 신청인은 2018년 10월 두 번째 재심을 신청하면서 독창성은 (Feist 사건[<2>]에서 제시된 기준을 넘었다고 주장하였음. 특히, 신청인은 두 종류의 직사각형들이 서로 독특한 방식으로 배열되어 하나의 직사각형을 이루며, 그

<1> 국제신호기는 1857년 영국정부가 처음 만든 것으로 현재는 하단의 신호기 형태로 발전하였음.



<2> Feist Publications, Inc., v. Rural Telephone Service Co., 499 U.S. 340

배열된 직사각형은 “거의 정사각형”에 가까우며 세가지 색이 추가되어 있음을 강조하였음. 또한, 신청인은 도형의 배열에 의미가 있다며 알파벳 “H”를 90도로 회전하였을 때의 모양을 본떴고 Tomas J. Hilfiger를 국제신호기의 “T”, “J”, “H”로 표기한 것이라고 주장하였음. 마지막으로, 깃발의 오른쪽에 붉은색이 있는 것은 요트분야에서 “집으로(going home)”라는 의미를 지니고 있다고 설명하였음.

저작권청의 판단

○ 도형과 색의 조합

- 저작권청은 일반적인 기하학 도형 또는 색을 저작권으로 등록할 수 없다고 설명하였음[<3>]. 즉, 깃발의 개별 요소들은 독립적으로 저작물성을 지니고 있지 않으며 이 사실은 신청인 역시 인지하고 있다는 점이 드러남.

- 신청인이 지적한 바와 같이 저작권청은 신청물을 전체로서 판단하여야 한다는 점을 언급함. 하지만, 보호받지 못하는 요소들을 조합한 것이 저작권으로 보호받을 수 있는 경우는 다양한 요소들의 선택과 배열이 충분히 독창적인 경우에만 가능하다는 제9항소법원이 판시한 것(Satava 사건)[<4>]을 인용하였음.

- 이러한 기준에 따르면, 신청인의 깃발은 여전히 저작물성이 부족한 것으로 나타며 단순한 도형과 색의 조합에 대한 등록을 거절하는 저작권청의 규정에 정확하게 해당된다고 판단하였음.

- 또한, 4개의 직사각형이 모여 하나의 큰 직사각형을 만드는 것으로는 창작성이 충분하지 않으며, 붉은색, 흰색, 파란색을 추가한 것 역시 저작물성이 없다고 판단하였음.

<3> 37 C.F.R. § 202.1 : 저작권이 없으며 등록 대상이 아닌 것들의 예시

<4> Satava v. Lowry, 323 F.3d 805, 811

○ 국제신호기의 조합

- 국제신호기를 창작적으로 조합하여 Thomas J. Hilfiger의 이니셜을 표현하였다는 주장에 대해서도 설득력이 떨어진다고 저작권청은 판단하였음.

- 작품의 의미에 대해서 고려해달라는 신청인의 요청에 대해 작품이 상징적인 의미 또는 표현을 전달하는 것은 작품에 충분한 창작성이 있는지의 여부와 관계가 없으며, 이와 마찬가지로 저작자의 의도 역시 창작성의 존재 여부와 관계가 없다고 저작권청은 설명하였음.

- 이어서, 이미 존재하는 국제신호기의 조합으로는 충분한 독창성이 나타나지 않는다고 판단하였음. 기존에 존재하는 작품을 조합한 것이 저작물성을 가질 수는 있으나, 그 작품의 선택, 조화 및 배열이 저작자의 단순재량 이상의 것을 반영한 경우에만 저작물성이 있다는 점을 언급하면서, 국제신호기 "J"에 해당하는 깃발에서 하얀색 직사각형을 "H" 깃발에서의 하얀색과 붉은색 직사각형으로 대체한 것은 저작권으로 보호하기에는 너무 사소한 부분이라고 설명하였음.

평가 및 시사점

○ 이 사안에서는 도형과 색의 조합이 단순하였기 때문에 저작물성이 없다고 판단되었으나, 도형과 색의 조합이라도 충분히 창작적이고 독창적이라면 저작물성을 인정받을 수 있다는 점도 보여주었음.

○ <호주에서 저작물로 인정되며 국가가 아닌 개인 저작권자에 의해 관리되는> 호주 원주민 기(Aboriginal Flag)[<5>]와 대조적인 모습을 보임.

<5> Harold Joseph Thomas v David George Brown & James Morrison Vallely Tennant [1997] FCA 215

※ 참고 자료

https://www.copyright.gov/rulings-filings/review-board/docs/tommy-hilfiger-flag.pdf

http://ipkitten.blogspot.com/2019/06/us-copyright-registration-for-tommy.html

독일

법원, 폴크스바겐사의 원조 딱정벌레 자동차의 디자인은 공정한 보상의 대상이 아니다

박희영 (독일 막스플랑크 국제형법연구소 연구원, 법학박사)

독일 폴크스바겐사의 최초 딱정벌레 자동차 디자이너의 상속녀가 이 회사를 상대로 공정한 보상을 추가로 청구할 수 있는지 문제가 된 사안에서 법원은 그 디자인이 제작된 당시의 기준에 따르면 응용미술저작물에 해당되지 않기 때문에 공정한 보상을 청구할 수 없다고 판결함.

사실 관계

○ 원조 스포츠카 포르쉐의 디자이너 에어빈 코멘다(Erwin Komenda)(이하 '디자이너')의 자녀인 상속녀(이하 '원고')는 독일 폴크스바겐사(VW)(이하 '피고')의 소형차인 원조 딱정벌레(Ur-Käfer)(이하 '원조 딱정벌레')의 저작권과 관련하여 피고에게 공정한 보상을 요구함. 공정 보상의 대상은 2014년 이후부터 피고가 판매하고 있는 후속 모델인 비틀(Beetle)과 캐퍼(Käfer)임.

○ 디자이너는 1931년 피고의 회사에 고용됨. 당시 고용계약서에는 다음과 같이 명시되어 있음.

- 디자이너는 자신의 전체 노동력을 기업에 제공해야 할 의무가 있고, 고용계약기간 동안 자동차 및 자동차 기술 분야에서 얻게 되는 정보들은 보호 여부와 관계없이 회사의 재산에 속함.

○ 그 후 디자이너는 1950년부터 1966년 사망까지 피고 회사의 팀장이었음. 1950년 고용계약서에는 다음과 같이 명시되어 있음.

- 고용기간 중 업무와 관련한 발명 등에 관한 모든 정보는 보호 여부와 관계없이 모두 피고에게 속함. 이러한 발명 등에서 나오는 모든 권리는 피고에게 양도할 것을 양당사자는 합의하고, 디자이너는 이러한 발명 등과 관련한 정보를 피고에게 알려야 함. 이러한 발명 등에 대해서는 적정한 보상이 지급되어야 함.

○ 원조 딱정벌레는 1934년에서 1938년 사이에 시리즈로 개발되었으며, 디자이너는 원조 딱정벌레의 개발에 참여함. 피고는 1939년부터 이 딱정벌레를 생산함.

○ 원조 딱정벌레의 생산은 2차 대전으로 1939년 잠시 중단되었다가 1945년 다시 생산됨. 1978년 유럽 생산을 중단하고 멕시코로 생산 공장을 옮긴 후 후속 모델은 캐퍼라는 이름으로 시각적·기술적으로 발전되었음.

○ 피고는 1997년에서 2010년에는 새로운 모델인 뉴 비틀(New Beetle)을 생산하였으나, 2017년 이후 이 모델은 다시 캐퍼라는 이름으로 판매됨. 딱정벌레는 최근 캐퍼에 이르기까지 약 2천만대 이상 판매됨.[<1>]

원고 및 피고의 주장

○ 원고는 1932년과 1934년의 원조 딱정벌레의 디자인에 표시된 'K'자가 부친의 성(Komenda) 첫 글자 K를 의미하므로 부친이 이 디자인의 저작자라고 주장하면서 피고에 대하여 정보제공(저작권법 제32e조)과 공평한 보상(제32a조)을 청구함.

- 원조 딱정벌레의 디자인에서 자동차 설계의 주요한 요소들이 드러나 있고, 이 당시에는 자동차 설계를 위한 기술적인 기준이 존재하지 않았음.

- 이 딱정벌레는 전문가들 사이에서 디자인계의 아이콘으로 인정받고 있으며 예술적 대상이 되었으며, 판매에 성공한 본질적인 이유는 독특한 반원

<1> 딱정벌레 자동차는 2019년 7월 10일 멕시코 공장에서 마지막 생산을 끝으로 81년만에 단종됨.

형의 겉모양에 있음.

- 디자인은 창작물로 보호되어야 하며, 2013년 연방대법원의 '생일기차 판결'의 기준이 적용되어야 함.
- 1997년 이후 생산된 뉴 비틀과 후속 모델인 캐퍼는 원조 딱정벌레를 개작한 것이므로 허용되지 않음. 대칭과 기하학적 분석을 근거로 유사성이 쉽게 인정될 수 있음.
- 캐퍼 모델의 제작으로 수년간 판매에 성공함으로써 피고의 수익과 원고의 보상 사이에 현저한 불균형이 존재함. 따라서 원고의 보상은 순수익의 0.25%가 적정함.

○ 이에 대해서 피고는 1930년대 당시 미술 및 사진저작물의 저작권에 관한 법률(KUG)이나 현재의 저작권법에 따르면 원조 딱정벌레는 보호를 받지 못하기 때문에 원고에게 정보제공청구권과 공평한 보상 청구권이 인정될 수 없다고 항변함.

- 이 디자인은 저작권법상 기술적 도면(제2조 제1항 제7호)에 불과하며, 응용미술저작물의 디자인(제2조 제1항 제4호)이 아님.
- 디자이너는 저작자도 공동저작자도 아니며, 2002년에 도입된 제32a조는 고용관계에는 적용될 수 없으며, 1966년 새로운 저작권법이 발효되기 이전의 계약에도 적용될 수 없음.
- 지금까지 보상은 적정하며 뉴 비틀과 캐퍼는 자유로운 개작물에 해당됨.

지방법원의 판결

○ 브라운슈바익 지방법원은 2019년 6월 19일 원고의 청구는 적법하지만 이유가 없다고 판결함.[<2>]

<2> LG Braunschweig, Urteil vom 19.06.2019 – 9 O 3006/17.

○ 저작권법상 공정한 보상을 추가로 요구할 수 있는 규정(제32a조)은 기본적으로 당사자 사이에 적용될 수 있음.

○ 제32a조는 2002년에 도입되었지만, 1930년에 제작된 응용미술에도 적용될 수 있음. 현재의 저작권법은 기본적으로 1966년 저작권법 발효 이전에 제작된 응용미술의 저작물에도 적용될 수 있음. 경과규정인 저작권법 제129조에 의하면 이 법률의 조항들은, 그 당시에 저작권으로 보호되지 않았거나 이 법률에 달리 정한 경우가 아닌 경우에는, 그 시행 이전에 창작된 저작물에도 적용된다고 규정하고 있기 때문.

○ 저작권법 제32a조는 또한 고용관계의 창작에도 적용됨. 동법 제43조에서 제32a조는, 고용 및 직무관계의 내용이나 본질상 다른 사정이 있지 않는 경우, 저작자가 고용관계 또는 직무관계에서 자신의 의무를 이행하면서 창작한 저작물에 적용될 수 있다고 밝히고 있기 때문.

○ 입법자는 의도적으로 근로자도 저작권법 제32a조의 보호를 받도록 하였음. 근로자는 경제적으로 취약한 지위에 있기 때문에 보호될 필요가 있음.

○ 이 사안에서 디자이너는 고용계약에서 모든 권리를 피고에게 양도하였다는 점을 고려하면 디자이너의 저작물에 대한 이용권도 피고에게 허용한 것으로 제32a조의 요건을 기본적으로 갖추고 있음.

○ 디자이너가 저작권법에 의해서 보호되는 저작물을 창작하였는지 그리고 이로부터 어떠한 청구권이 나올 수 있는지를 판단하는 토대는 원고가 제시한 원조 딱정벌레의 '디자인'임. 독일 저작권법은 응용미술저작물의 디자인도 보호 저작물로 규정하고 있음(제2조 제1항 제4호).

○ 따라서 원고는 자신의 부친이 이 디자인의 저작자이고 이 디자인이 저작물의 성격을 가진다는 점을 증명해야 함.

○ 원고는 이 디자인에 표시되어 있는 'K'가 부친 성의 첫 글자를 의미하여 부친이 이 디자인의 단독 저작자로 추정될 수 있다(저작권법 제10조)고 주장하지만, 이를 명확하게 증명하지는 못함.

○ 원고는 또한 2013년 연방대법원의 '생일기차 판결' <3>이 제시한 기본원칙에 따르면 이 디자인의 저작물성이 인정될 수 있다고 함. 하지만 이 판결은 이 사안에는 적용될 수 없고, 그 이전의 제국 법원의 판결 기준이 적용되어야 함.

- 연방대법원은 응용미술 저작물이 순수예술 저작물보다 더 높은 창작성이 요구된다고 하였으나 2013년 생일기차 판결에서 이러한 차이는 더 이상 인정될 수 없다고 하면서 종래 판결을 변경함.

- 그런데 이러한 판례변경은 독일 저작권법이 새로 제정되어 발효된 1966년 이후의 계약이나 창작에만 적용됨. 왜냐하면 경과규정인 저작권법 제129조에 따르면 저작권법 조항들은 그 당시에 저작권으로 보호되지 않았거나 이 법률에 달리 정한 경우에는 적용될 수 없기 때문. 응용미술 저작물의 디자인의 보호는 1966년 저작권법<4>에 비로소 규정되었기 때문에 경과규정에 의해서 보호를 받지 못함.

- 입법자는 응용미술 저작물의 창작성이 경미한 경우에는 산업보호를 위해서 원래의 사용목적에 이용될 수 있도록 1930과 1940년대에 응용미술 저작물에 적용되었던 엄격한 기준을 그대로 수용했음.

○ 따라서 이 사안에는 제국법원에 의해서 발전된 기준이 적용되어야 함. 원고

<3> BGH, Urteil vom 13. 11. 2013 – I ZR 143/12. 이 판결은 장난감 디자이너와 장난감 제작사 사이의 공정 보상 청구에 관한 사안을 다루고 있음. 장난감 디자이너가 장난감 제작사와 계약을 체결하여 생일기차라는 장난감을 디자인해 주고 일정한 보상을 받았으나, 그 이후 이 장난감이 판매에 성공하여 장난감 제작사는 엄청난 수익을 올리게 됨. 이에 대해서 디자이너가 제32a조에 의해서 정당한 보상을 추가로 요구함. 이 사안에서 하급심은 종래 연방대법원의 견해에 따라 이 디자인은 응용미술저작물이 갖춰야 할 정도의 창작성에 도달하지 않았기 때문에 디자이너의 청구를 기각함. 이에 대해서 연방대법원은 응용미술저작물이라 하더라도 높은 창작성을 갖출 필요가 없다고 하면서 기존의 판례를 변경함. 이러한 배경에는 EU 지침에 의해서 디자인법이 별도로 제정되어 기존의 입장을 유지할 필요가 없었기 때문. 이제는 창작성이 있는 디자인은 응용미술저작물로 보호되면서 순수예술저작물과 구별할 필요가 없게 됨. 이 판례 변경으로 응용미술저작물의 저작자는 제32a조에 의해서 정당한 보상을 추가로 신청할 수 있는 길이 열리게 되었음.

<4> 현행 독일 저작권법은 1965년 9월 16일 공포되어 1966년 1월 1일부터 발효됨. 그 이전에는 문학 및 음악저작물의 저작권에 관한 법률(LUG)과 미술 및 사진저작물의 저작권에 관한 법률(KUG)이 적용됨.

가 제시한 원조 딱정벌레의 도안은 인간의 정신적 창작물이어야 함. 즉 이 도안이 단순히 기술적인 표현 방법을 넘어서 저작권법의 보호를 받을 수 있는 미적 창작성을 드러내는지 원고가 증명해야 됨.

○ 이를 판단하기 위해서는 오로지 창작 당시의 관점이 중요하고 그 후 관점의 변화는 고려되어서는 안 됨. 원고는 원조 딱정벌레가 그 이후에 디자인계의 아이콘이며 문화적 예술적 대상이 되었다고 주장하지만 이러한 관점의 변화를 고려해서는 안 됨.

○ 원조 딱정벌레의 제작 당시의 관점을 고려하면 이 디자인은 저작권으로 보호되는 저작물로 인정될 수 없음. 이 디자인이 제작된 당시에 다른 사람이 제작한 디자인도 이미 존재해 있었고, 다른 자동차 회사인 벤츠도 시각적으로 이와 유사한 자동차를 구상하고 있었기 때문. 이미 다양한 디자인이 알려져 있었고 자동차를 제작하는 기술적 기준들도 존재하고 있었기 때문에 이 디자인의 제작 당시 사회의 지배적인 관념에 따르면 이 디자인은 응용미술저작물로서 창작성을 가진다고 볼 수 없음.

○ 따라서 이 사안의 디자인은 보호될 저작물이 아니므로 2014년부터 생산된 피고의 캐퍼 모델은 복제(저작권법 제16조)도, 허용되지 않는 개작(동법 제23조)도 아니며, 또한 현재 발전된 형태의 피고의 자동차 모델은 저작물의 자유로운 이용(동법 제24조)에 해당되기 때문에 저작권법 제32a조에 의한 원고의 청구권은 존재하지 않음.

평가 및 전망

○ 현행 저작권법과 연방대법원의 판례에 따르면 자동차의 디자인도 저작물의 보호를 받을 수 있고, 그 자동차가 판매에 성공하여 수익을 올려서 기존의 보상과 현저한 차이가 있는 경우 정당한 보상을 추가로 요구할 수 있음.

○ 하지만 이 사안의 자동차 디자인의 경우 그 당시 응용미술저작물이 갖춰야 할 높은 창작성을 충족시키지 못했기 때문에 보상을 청구할 수 없다고 판결함. 그런데 원고에게 유리하게 변경된 판례가 적용되지 않은데 대해서 비판이

제기되고 있어 원고가 항소를 할지 기대됨.

○ 한편, 원고는 스포츠카 포르쉐에 대해서도 공정한 보상을 청구하는 소송을 다른 법원에 제기했지만 기각된 바 있음.[<5>]

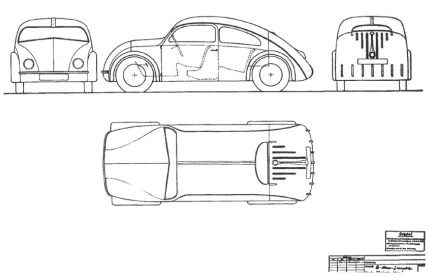
※ 참고 자료

http://www.rechtsprechung.niedersachsen.de/jportal/portal/page/bsndprod.psml?doc.id=JURE190008047&st=null&showdoccase=1

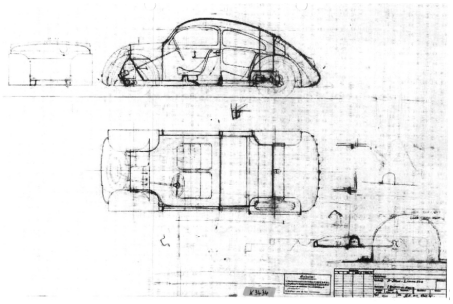
https://www.lto.de/recht/nachrichten/n/lg-braunschweig-9o300617-volkswagen-kaefer-beetle-urheber-desgin-verkauf-erloes-beteiligung/

해당 디자인 사진 뒷면 참조 →

<5> LG Stuttgart, Urteil vom 26.07.2018 – 17 O 1324/17. 이 판결에 대해서는 저작권 동향 2018년 제14호(2018.9.21.) 참조.



1932년 디자인



1934년 디자인

1939년 모델

1955년 모델

1986년 모델

1997-2010년 모델

2017년 모델

프랑스

새로운 유럽연합 저작권 지침 이행을 위한 국내법 정비 개시

김혜성 (변호사, 서울대학교 대학원 법학 박사과정 수료)

프랑스는 유럽연합의 새로운 저작권 지침 시행일로부터 2년 이내에 그 이행을 위한 국내법을 마련하여 시행해야 한다는 의무 준수를 위해 언론 간행물 발행자에게 복제권 및 전송권을 인정하는 법안을 제정함으로써 국내법 정비 절차를 개시함.

저작권 지침 제15조의 주요 내용

○ 유럽연합의 새로운 저작권 지침이 2019년 6월 7일부터 시행됨에 따라 회원국들은 2년 이내에 새로운 저작권 지침에 부합하게 국내법을 마련하여 시행해야 함.

○ 그 중 저작권 지침 제15조는 검색 엔진이나 뉴스 제공 웹사이트(news aggregator) 등이 뉴스 기사를 이용하는 경우에 언론 간행물 발행자로(press publisher) 하여금 보상을 받을 수 있게 함으로써 뉴스 기사의 온라인 상에서의 이용과 관련한 언론 간행물 발행자의 보호를 규정하기 위해 새롭게 도입된 조항임.

○ 제15조에 따르면 회원국은 자국 내에 설립된 언론 간행물 발행자에게 저작권 지침(Directive 2001/29/EC) 제2조에 규정된 복제권(reproduction right) 및 제3조 제2항에 규정된 유선 또는 무선으로 공중이 개인적으로 선택한 시간 및 장소에서 저작물에 접근하는 것을 승낙하거나 금지할 배타적인 권리(이하 '언론 간행물 발행자의 배타적 권리')를 인정해야 함.

○ 그러나 언론 간행물 발행자는 개인이 뉴스 기사를 사적으로 또는 비영리적으로 이용하는 것에 대해서는 이 배타적인 권리를 주장할 수 없음.

○ 위 언론 간행물 발행자의 배타적 권리는 하이퍼링크를 하는 행위, 기사 중 단편적인 단어들 또는 매우 짧은 구절의 발췌에 대해서는 적용될 수 없음.

프랑스 국내 법안의 주요 내용

○ 프랑스는 저작권 지침 제15조의 이행을 위하여 언론 간행물 발행자의 배타적 권리로 새로운 저작인접권을 인정하는 국내법안을 마련하였으며 현재 상원의 최종 승인만을 남겨 놓은 상태임.

○ 이 법안에서 언론 간행물 발행자란 온라인 뉴스 출판 또는 서비스를 제공하는 자연인 또는 법인을 의미함.

○ 이 법안은 유럽연합 회원국 영토 내에 설립된 뉴스 통신사를 그 적용대상으로 함.

○ 언론 간행물 발행자의 배타적 권리는 해당 뉴스 기사의 최초 발행일로부터 2년 동안 인정됨(제2조).

○ 그러나 언론 간행물 발행자는 이 배타적 권리를 행사하여 하이퍼링크 행위, 단편적인 단어의 사용 또는 뉴스 기사의 매우 짧은 발췌는 금지할 수 없음(제1조 bis).

- 의회의 본 법안 제정 과정에서 '매우 짧은 발췌'가 어느 정도로 짧은 것을 의미하는가를 명확히 하기 위하여 단어 수를 제한하여 규정하자는 의견이 제시되기도 함.

- 그러나 기사의 헤드라인과 같이 길이가 짧기는 하지만 보호되어야 하는 표현이 보호되지 못하는 결과로 이어질 수 있다는 지적이 제기됨에 따라 '매우 짧은 발췌'란 뉴스 기사 전문을 읽는 것을 대체할 수 없는 정도를 의미하는 것으로 규정됨.

○ 온라인 서비스 제공자들은 언론 간행물 발행자에게 해당 뉴스 기사의 이용으로부터 직접 및 간접적으로 얻은 수익 모두에 기반하여 산출한 이용료를 지급해야 함(제3조).

- 이와 관련하여 의회는 당사자들 사이의 이용료 결정 협상이 실패하는 경우에 그 협의를 담당할 특별 위원회의 설립도 논의하고 있음.

○ 뉴스 기사의 저작자는 뉴스 기사의 이용으로 인한 수익을 회사 차원 또는 산업계 차원에서 저널리스트들과 언론사 사이에 체결된 계약에 따라 적절하고 공정하게 분배받을 권한을 가짐.

- 만약 이 법 공포일로부터 6개월 내에 당사자들이 수익 분배에 관한 합의에 이르지 못하는 경우에는 공무원, 언론사 대표, 저작자 등으로 위원회를 구성하여 협의하도록 할 수 있음.

○ 회원국은 저작자 및 실연자가 최소한 1년에 한 번 저작물 등의 이용과 그로부터 발생한 수익에 대한 광범위한 정보를 제공받을 수 있게 보장해야 한다고 규정하고 있는 저작권 지침 제19조에 따라, 이 법안은 온라인 서비스 제공자는 언론 간행물 발행자에게 뉴스 기사의 이용에 대한 충분한 정보와 이용 보상금을 정확하게 평가하기 위해 요구되는 모든 자료를 제공해야 한다고 규정함.

전망

○ 이 법안은 공포 후 3개월 후부터 적용되고, 저작권 지침 발효일 이전에 처음으로 발행된 뉴스 기사에 대하여는 적용되지 않음.

○ 이 법안은 프랑스 상원의 최종 승인을 받아 올해 여름부터 시행될 수 있을 것으로 예상됨.

※ 참고 자료

http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2019-0231_EN.pdf?redirect

https://www.limegreenipnews.com/2019/06/dsm-watch-implementing-the-new-copyright-directive-in-france/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+LimegreenipNews+%28LimeGreenIP+News%29

https://www.limegreenipnews.com/2019/03/dsm-watch-copyright-directive-press-publishers-rights-final-edition-of-article-11-is-now-article-15/

http://www.senat.fr/leg/ppl18-582.pdf

핀란드

법원, 인터넷서비스제공자가 의무재송신 대상인 TV 채널을 송신한 행위는 보상금을 지급해야 하는 방송의 재송신에 해당하지 않는다

박경신 (경희사이버대학교 교수)

인터넷서비스제공자가 TV 채널을 자사의 가입자에게 방송과 동시에 송신하는 행위가 보상금을 지급해야 하는 방송의 재송신에 해당하는지 여부가 문제가 된 사안에서 핀란드 시장법원은 의무재송신 대상이 아닌 TV 채널의 경우 원고가 소적격이 없다고 판시한 한편 의무재송신 대상인 TV 채널에 대해서는 방송전달신호가 방송국으로부터 인터넷서비스제공자에게 직접 이루어졌고 이러한 송신에 선행하는 공중에 대한 송신이 없었다는 이유로 인터넷서비스제공자가 방송을 송신한 행위는 재송신에 해당하지 않는다고 판시함.

사실관계

○ 북유럽 지역의 인터넷서비스제공자인 피고는 자사의 브로드밴드 고객들에게 인터넷 브로드밴드 가입을 통해 TV 채널을 수신할 수 있도록 함.

○ 이에 대하여 영상저작물에 대한 저작권 및 실연자의 저작인접권을 집중관리하는 단체인 원고는 의무재송신(must-carry) 대상이 아닌 TV 채널의 경우 피고가 원고의 허락을 받지 않고 방송을 재송신하였다고 주장하는 한편 의무재송신 대상인 TV 채널의 경우에는 재송신에 대한 보상금을 지급할 의무

가 있다고 주장하면서[<1>] 피고를 상대로 소송을 제기함.

법원의 판단

○ 2019년 6월 18일 핀란드 시장법원(Market Court; Markkinaoikeus)은 의무재송신 대상이 아닌 TV 채널의 경우 원고가 소적격이 없다고 판시한 한편 의무재송신 대상인 TV 채널에 대해서는 방송전달신호가 방송국으로부터 피고에게 직접 이루어졌고 이러한 송신에 선행하는 공중에 대한 송신이 없었다는 이유로 피고가 원고의 방송을 송신한 행위는 보상금을 지급해야 하는 재송신에 해당하지 않는다고 판시함.

○ 핀란드 저작권법상 집중관리단체는 자신의 이름으로 침해 소송을 제기할 수 없음.

- 유럽 사법재판소의 해석에 따르면 권리 침해를 이유로 소송을 제기할 수 있는 소적격에 관한 사항은 유럽연합 지식재산권 집행지침 2004/48/EC에 따라 회원국의 국내법에 구속됨.[<2>]

- 핀란드 저작권법상 집중관리단체에 관한 규정은 집중관리단체에게 침해 소송을 자신의 이름으로 제기할 수 있는 일반적인 권한을 부여하고 있지 않음.

- 집중관리단체가 권리 침해를 주장하기 위해서는 침해 소송을 제기하고자 하는 권리자로부터 이에 대한 위임을 받아야 하며 권리자가 해당 집중관리단체에 권리의 관리를 맡겼다는 사실만으로는 침해 소송을 제기할 수

<1> 핀란드 저작권법 제25조의 i는 TV와 라디오 프로그램의 송신을 위하여 주로 이용되는 케이블 TV 네트워크상에서 네트워크 서비스를 제공하는 통신운영자는 정보사회법 제227조에 규정된 TV나 라디오 방송에 포함된 저작물을 대중이 수신할 수 있도록 유선을 통해 변형없이 그대로 재송신해야 하며 송신을 위한 허락을 받으면서 이미 보상금이 지급된 경우가 아니라면 재송신에 대하여 보상금을 받을 권리가 있다고 규정하고 있음.

<2> Judgment of 7 August 2018, Coöperatieve Vereniging SNB-REACT U.A. v Deepak Mehta Case, C-521/17; EU:C:2018:639.

있는 권한을 부여했다고 볼 수 없음.

○ 방송전달신호가 방송국으로부터 피고에게 직접 이루어졌고 재송신에 선행하는 공중에 대한 송신이 발생지지 않았으므로 피고가 자사의 가입자들에게 제공한 송신은 재송신이 아니며 따라서 의무재송신에 따른 보상금 지급 대상이 아님.

- 피고가 신호를 암호화된 점대점(point-to-point) 데이터 스트림으로 방송국으로부터 전달받는 단계에서는 신호가 공중 이용에 제공되지 않으며 해당 신호는 피고의 중앙 장치와 송신 네트워크를 통해 비로써 공중이용에 제공됨.

평가

○ 핀란드의 경우 지상파 TV 방송이 방송국으로부터 독립된 몇몇의 통신 네트워크 제공자들을 통해 거의 전국적으로 제공되고 있음. 이러한 상황에서 이번 판결은 기술 중립적 접근 방식을 채택함으로써 방송국이 자사 프로그램의 최초 송신을 위하여 인터넷서비스제공자를 동시에 이용하는 시장 관행을 인정한 것으로 평가됨.

※ 참고 자료

http://ipkitten.blogspot.com/2019/06/this-is-original-broadcast-says-finnish_24.html

일본

지식재산전략본부, 2019년 지식재산추진계획 결정

권용수 (건국대학교 일반대학원 법학박사)

일본 지식재산전략본부는 '탈평균' 발상으로 개개의 주체를 강화하고 도전을 촉진하는 것, 분산된 다양한 개성의 '융합'을 통한 새로운 결합을 가속하는 것, '공감'을 통해 가치가 실현되기 쉬운 환경을 구축하는 것을 통한 가치 디자인 사회 실현을 목표로 하는 '2019년 지식재산추진계획'을 책정함.

배경

○ 일본 지식재산전략본부는 2018년 6월 지식재산 시스템에 대한 중장기 전망 및 정책 방향성을 담은 '지식재산전략비전'을 결정하고, 목표해야 할 사회상으로 '가치 디자인 사회' 실현을 제시함.

○ 지금까지는 특정 권력, 권위나 재력이 있는 사람이 가치를 규정하고, 그 실현을 위해 각 시장참가자가 경쟁하여 왔음.

○ 그러나 오늘날에는 사업이 점차 글로벌해지고 디지털화함에 따라 정보의 유통, 확산 속도나 규모가 비약적으로 증대하고 있음.

○ 또한 데이터 자체나 인공지능(AI)의 활용을 포함한 그 이용 방법이 점차 중요해지고, GAFA(Google, Apple, Facebook, Amazon)나 BAT(Baidu, Alibaba, Tencent) 등의 플랫폼 사업자가 수집한 방대한 데이터를 활용하면서 이용자의 지지를 얻어 새로운 사업을 추진할 수 있는 상황에 이르렀음.

○ 오늘날에는 새로운 가치창출 절차 자체가 민주화되어, 각각의 주체가 보다 적극적으로 새로운 아이디어를 구상해 세상에 묻고 공감을 얻어 새로운 가치

를 규정함으로써 사회를 변화시켜 나갈 수 있게 되었는데, 이것이 가치 디자인 사회의 본질임.

○ 지식재산전략본부는 지금까지의 성과를 기반으로 하면서 가치 디자인 사회 실현을 위해 종합적이고 일관된 지식재산전략을 추진하고자 2019년 6월 21일 '2019년 지식재산추진계획'을 책정함.

○ 가치 디자인 사회를 실현하기 위해서는 '탈평균' 발상으로 개개의 주체를 강화하고 도전을 촉진하는 것, 분산된 다양한 개성의 '융합'을 통한 새로운 결합이나 새로운 아이디어를 가속하는 것, 새로운 아이디어가 공감을 얻고 가치로서 실현되기 쉬운 환경을 만드는 것이 중요함.

'2019년 지식재산추진계획'의 주요 내용

○ '탈평균' 발상으로 개개의 주체를 강화하고 도전을 촉진

① 중장기 방향성

- 창의적 재능을 꽃 피우는 것
- 창의적 사람·기업이 도전하기 쉬운 환경을 정비
- 창의적 사람·기업을 지원

② 구체적 정책

- 에듀테크(Edtech)를 활용해 개개인에게 최적화된 학습을 실현하고, 창의적 인재를 위한 특별활동이나 새로운 학습의 장을 만드는 체제 검토를 통해 창조성을 함양하고 창의적 인재의 활약을 도모함.[<1>]

<1> 문부과학성은 단기적, 중기적으로 2018년도 저작권 교육교재 실증사업 결과에 기초해 저작권 교육에 이바지하는 교재 개발·보급이나 홍보 등 효과적인 보급·계몽을 실시함.

- 중소기업의 지식재산 사업 제안서 작성을 지원하고, 지식재산 관리에 관한 지도·조언이나 인정 제도를 활용하는 등 지방·중소기업의 지식재산 전략 강화를 지원함.

- 민사소송 절차 등의 IT화를 목표로 온라인에서의 서면 제출이나 온라인상의 회의에 의한 절차를 가능하게 하는 등 제도적 검토를 추진함으로써 지식재산 창조 보호 기반을 강화함.

- 인터넷상의 모방품·해적판에 의한 피해 확대를 막기 위해 관계 부처 등에서 종합적 대책 메뉴를 실시하기 위해 필요한 대책을 추진하는 등 모방품·해적판 대책을 강화함.[<2>]

○ 분산된 다양한 개성의 '융합'을 통한 새로운 결합을 가속

① 중장기 방향성

- 실질적인 오픈 이노베이션을 가속

- 개성, 아이디어가 만나는 장으로서 플랫폼을 정비·활용

- 데이터·AI를 활용한 가치 디자인을 원활화

② 구체적 정책

- 실증 현황을 바탕으로 콘텐츠에 관한 플랫폼을 검토하고, 일본 문화의 지속 가능한 발전을 위한 이노베이션 창출을 촉진함.

<2> 내각부, 경찰청, 총무성, 법무성, 문부과학성, 경제산업성 등이 인터넷상의 해적판에 의한 피해 확대를 막기 위해 효과적인 저작권 교육 실시, 정품 유통촉진, 국제연계·국제집행 강화, 검색 사이트 대책, 해적판 사이트에 대한 광고 억제 대책, 사적사용 목적을 가장하여 수입되는 모방품·해적판 단속 강화, 그 밖에 실효성 있는 제도를 검토·추진하고 있음.

- 데이터·AI 등의 적절한 이용·활용 촉진을 위한 제도·규칙을 구축함.[<3>]
- 다양한 분야에서 디지털 아카이브 구축·활용을 추진하고 연계를 도모함과 함께, 재팬 서치의 본격적 공개를 목표로 활용 모델, 역할 분담의 명확화 등을 검토함으로써 디지털 아카이브 사회를 실현함.[<4>]

○ '공감'을 통해 가치가 실현되기 쉬운 환경을 구축

① 중장기 방향성

- 공감을 통한 가치 실현을 원활화
- 실제 경제활동에 있어 공감이 거래가격에 반영되는 사례 축적
- '공감'을 의식한 새로운 지식재산 시스템을 구축
- '세계로부터의 공감'을 축으로 쿨 재팬 전략을 재구축

② 구체적 정책

- 각 주체에 의한 가치 디자인을 종용함.[<5>]
- 콘텐츠 활용 촉진을 위해 권리 정보 데이터베이스 정비나 권리 처리 플랫폼 구축 실증사업을 실행하고, 블록체인 기술 등을 활용한 권리 처리·이익 분배 체제를 검토함. 또한 일본의 다양한 음악을 해외 시장에 진출시키기 위해 필요한 외국어 메타데이터 정비를 지원하는 등 크리

<3> AI를 보다 진화시키기 위해서는 대량의 학습용 데이터를 활용하는 것이 필요함. 이에 2018년 저작권법 개정에서는 직접적으로 저작물에 표현된 사상 또는 감정을 향유하지 않는 경우라면, 자유롭게 학습용 데이터를 수집·축적할 수 있도록 함. 다만 AI 생성물에 대해서는 이용자의 창작적 기여 등이 인정되는 것인지(AI를 도구로서 이용한 창작), 아니면 이용자가 간단한 지시를 입력한 결과 출력된 생성물인지에 따라 저작권법상 보호가 달라지는 등의 문제가 있음.

<4> 문부과학성과 관계 부처는 만화, 애니메이션 및 게임 등 미디어 예술의 정보 거점 등을 정비하고, 디지털 아카이브 재팬과도 연계한 콘텐츠 전달의 장을 구축하고 있음.

<5> 경제산업성이 디자인 경영에 성공한 기업의 구체적 사례를 모은 사례집을 작성해 경영자의 디자인 경영 도입 촉진 자료로 활용함과 함께, 지역 중소기업의 디자인 경영을 촉진하기 위해 중소기업 지원자 등을 육성함.

에이션 에코 시스템을 구축함.

- 외국 영화의 일본 촬영 유치에 관한 실증 조사를 하고, 지역 경제 발전에 대한 효과 검증을 함. 또한 일본 촬영에 관한 허·인가 절차 공유나 촬영지 정보를 모아 국내외에 적극적으로 전달하는 등 국내외 촬영 환경 개선 등을 통한 영상 작품 제작을 지원함.
- 새로운 쿨 재팬 전략을 2019년 여름 무렵까지 책정하고 관계 부처가 협력해 실시하는 등 쿨 재팬 전략의 지속적 강화를 도모함.

※ 참고 자료

http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kettei/chizaikeikaku20190621_gaiyou.pdf

http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kettei/chizaikeikaku20190621.pdf