

개방화시대의 광고와 저작권법

한국광고업협회 세미나서 중점 논의

오늘날 한국의 광고업계가 직면한 과제는 광고업의 국제적 개방과 저작권의 존중 보호의 문제라고 할 수 있다. 사단법인 한국광고업협회가 마련한 「개방화시대의 한국광고산업」 세미나 (7월 5-6일 도고관광호텔)에서도 이 문제가 집중적으로 논의돼 관심을 모았다.

이 세미나에서 「광고와 저작권법」이란 주제발표를 맡은 한승헌 변호사는, 지금까지 광고분야는 다른 문화산업분야에 비해 저작권의식이 희박했으나 이제 새 저작권 질서의 출현에 발맞춰 새롭게 점검 연구되지 않으면 안 된다고 강조했다.

저작물 이용은 사전 약정 필요

광고가 저작권법을 만나게 될 때에는 많은 논점이 생기는데, 그중에서도 광고에 남의 저작물을 이용할 경우 어떤 절차를 밟아야 하며, 이때 이용자의 지위는 어떻게 되는가 하는 문제가 제기된다.

광고물은 보통 ①인쇄매체광고 ②영상매체광고 ③음향매체광고 ④전시시설 및 선전물 등으로 나눌 수 있는데, 어느 형태의 광고이든 그 구성요소는 복합적인 경우가 많으므로 광고제작자는 먼저 이용하고자 하는 요소의 저작물 여부와, 법적 보호대상 여부를 따져보아야 한다. 그래서 일단 그것이 저작물이고 예외적 경우에 해당되지 않는 한 저작물의 권리자로부터 사용허락을 받아야 한다.

저작자는 1차적인 저작권자이므로 저작자가 곧 저작권자일 경우가 많으나, 만일 저작권이 양도되었거나 상속되었으면 그 양수인

광고분야는 지금까지 다른

문화산업분야보다 저작권의식이

희박하고 이 분야를 저작권

전문가들도 소홀히 해온 게 사실이다.

그러나 이제 새 저작권 질서의 출현에

따라, 저작권의식의 함양으로

분쟁예방과 이익확보에 나서야 할

시점에 이르렀다.

또는 상속인의 허락이 필요하다. 사용허락을 받은 사람으로부터 다시 사용허락을 받는 것은 저작권자의 동의가 없는 한 무효이므로 주의해야 한다.

기존의 저작물을 이용할 경우와는 달리 광고에 쓰기 위하여 새로운 저작물의 작성을 의뢰할 때에는 피차간의 권리관계를 계약 문서에 구체적으로 명시해 두는 것이 바람직하다. 의뢰한 저작물의 인도와 동시에 그 저작권도 의뢰자에게 양도하는 것으로 정해두면 안전하고 편리하다.

이용을 위한 교섭은 직접 나서는 경우와 저작권위탁관리업자를 통해서 교섭하는 경우가 있다. 어느 편을 택하든 간에 권리의 양도(assignment)인지 단순한 사용허락(licence)인지를 명백히 하고 후자일 경우 구체적인 권리의 내용, 사용목적, 사용매체, 기간, 사용료 등에 관해서 명확한 약정을 남겨두어야 한다.

아울러 저작물이 아니거나 저작권의 보호

대상이 아닌 작품 또는 물건이라 할지라도 그 소유자의 사용수익권을 무시하고 마음대로 촬영, 복제이용하는 것은 위법이다. 그리고 실재인물을 광고에 이용할 경우에는 저작권법상의 권리와는 별도로 초상권의 침해가 되지 않도록 유의해야 한다.

「표준계약서, 모델조항 등 개발해야」

광고를 둘러싼 저작권문제는 다른 어느 분야보다도 복잡하고 법조문만으로 판가름하기 어려운 점이 많다. 광고는 남의 저작물로 이용하면서 또한 그 자체로서 저작물로 보호받아야 된다는 양면성을 갖는다. 그러므로 남의 권리를 침해할 염려와 남에게 권리침해를 당할 염려를 동시에 안고 있다. 만일 법의 무지나 경시로 남의 권리를 침해한다면 법적 책임은 물론 윤리문제까지 제기될 수 있다.

이러한 문제를 예방 또는 조기수습하기 위해서는 ① 저작권을 비롯한 법률문제를 전담하는 기구를 광고회사 내부나 협회에 설치하고 ② 광고나 저작권문제를 다루는 세미나를 자주 열며, ③ 대학의 광고학과에도 저작권법 강의를 신설해야 하고 ④ 광고주, 광고회사, 제작프로덕션 간에 통용되는 표준계약서, 모델조항 등이 개발되어 정확하면서도 간편한 법률행위가 이루어지도록 할 필요가 있다. 또 ⑤ 외국광고인들과의 국제교류에 있어서도 저작권문제를 주제로 한 질문, 토론, 자료 획득에 힘써야 하고 ⑥ 광고인들의 일상업무에 참고가 될 만한 저작권 중시의 업무편람, 표준지침서를 작성·활용함이 좋을 것이며 ⑦ 광고회사의 내규 또는 고용(취업)계약에 사

원들과 회사와의 저작권 관계를 분명히 하는 조항을 둬으로써 사원이 재직 중에 작성한 광고용 저작물에 대한 권리귀속 관계에 이견이 생기지 않도록 해야 한다.

한번호사는 외국인 저작권 보호를 중핵으로 하는 새 저작권 질서의 출현은 비단 광고업계 뿐만 아니라 우리나라 지식산업과 문화계 전반에 상당한 영향을 미칠 것으로 전망하면서, 국제화시대에 합당한 저작권의식의 함양으로 분쟁예방과 이익확보라는 경제적 성과를 거두는 동시에 광고문화의 향상에 동시적으로 이바지해야 할 것이라고 말했다.

이 세미나에서는 이 밖에도 「세계 TV광고의 실태연구」(金寓龍·외국어대 교수)와 「광고 회사의 합작사예 연구-일본의 경우를 중심으로」(伊藤洋子·「선전회의」편집인)가 발표되었다.

출판저널 정기구독안내

10개월2호분·값1만원
전화문의: 732-1431~3

사랑하는 이들에게 주고 싶은 책
값 3,300 원



*이 마크는 마음의 눈으로
있는 그대로를 본다(見)는 뜻입니다.

서울·종로구 관훈동 192-13 성지빌딩 502 호
☎ 739-2520, 738-7709



해외여행보다 더 먼저 떠나야 할 여행

「나에게로 떠나는 여행」

앨버트 크라스너 / 이준호 옮김

저마다 여행을 떠나지만
돌아오는 길은 늘 공허할 뿐입니다.
무릇 모든 여행은 나에게로 떠나는 것입니다.
이제 멀리 떠나지 않아도
모든것을 분명하게 볼 것입니다.