

독일의 언론출판사 전송권 허용에 관한 저작권법 개정 동향

1. 머리말

최근 독일에서는 몇 번의 저작권법 개정이 있었다. 학술 저작물의 2차적 이용권, 고아 저작물 및 절판 저작물과 관련한 저작권법 개정,¹⁾ 실연가와 음반제작자의 권리의 보호기간을 50년에서 70년으로 연장하는 저작권법 개정²⁾ 그리고 신문사와 같은 언론출판사에게 전송권이라는 독자적인 저작인접권을 허용하는 저작권법 개정이 그것이다. 특히 마지막에 언급한 언론출판사의 저작인접권을 허용하는 개정안은 정치적 사회적 그리고 학문적으로 많은 논란을 야기하였다. 그럼에도 불구하고 독일 입법자는 ‘언론출판사³⁾의 저작인접권’을 저작권법

에 도입하였다.

이 법률의 주요 내용은 Google 등 검색 사이트 운영자가 언론출판사의 기사를 인터넷 검색을 통해서 제공할 때에⁴⁾ 해당 언론출판사의 동의없이 이제 제공할 수 없으며 이를 제공할 때에 이에 대한 이용료를 지급해야 한다는 것이다. 이러한 언론출판사의 저작인접권을 허용하는 2013년 5월 7일자 제8차 저작권법 개정안이 2013년 3월 1일 연방의회에서 의결되고 2013년 5월 14일 연방관보에 게재되어 2013년 8월 1일부터 발효되게 된 것이다.⁵⁾

연방하원(Bundestag)은 2013년 3월 1일 야당, 학계 및 시민단체 등의 격렬한 반대에도 불구하고 최근까지 논쟁이 치열하였던 언론출판

- 1) 이에 대한 법률안의 간단한 소개로는 박희영, 독일 법무부 학술저작물의 2차적 이용권, 고아 저작물 및 절판 저작물과 관련한 저작권 법안 입법 예고, 저작권 동향 제6호(2013년 4월 1일), 한국저작권위원회 참조. 이 법률안은 EU의 고아저작물의 이용에 관한 지침 2012/28/EU를 국내법으로 전환한 것으로써 2013년 6월 28일 연방하원을 통과하였다.
- 2) 이 개정안은 EU의 실연가와 음반제작자의 보호기간을 연장하는 지침 2011/77/EU를 국내법으로 전환한 것으로 2013년 4월 25일 연방의회에서 통과되었다(연방정부 개정안 BT Drucksache 17/12013, 07.01.2013(<http://www.cr-online.de/1712013.pdf>)).
- 3) 언론출판사란 언론출판사 중 일간신문사나 정기간행물을 발행하는 출판사를 말함.
- 4) 예를 들어 google News, Yahoo! Nachrichten, Bing News 등.
- 5) BGBl. I 2013, 1161(http://www.vzvnrw.de/fileadmin/user_upload/downloads/Achtes_Gesetz_zur_%C3%84nderung_des_UrhRG.pdf)).

사의 저작권접권을 허용하는 법률안⁶⁾을 표결에 부쳐 찬성 293표, 반대 243표로 의결하였다. 이제 이 법률이 발효되면 신문사 등의 기사를 이용할 경우 앞으로 이용료를 지불해야 하므로 검색엔진 사이트나 기사정리사이트 등은 이용료를 지불하지 않고는 기사를 이용할 수 없게 되어 인터넷 시장에 상당한 파장이 야기될 것으로 우려되고 있다.

II. 배경 및 입법과정

1. 배경

독일의 현 집권당인 기독교당(CDU/CSU)과 자민당(FDP)은 연립정부를 구성할 당시 언론출판사에게 언론출판물에 대한 전송권을 인정하는 새로운 저작권접권을 도입하기로 합의하였다. 이 법률안은 온라인상에서 언론출판사가 다른 저작물 중개자, 즉 음반제작자나 방송사업자보다 차별 대우를 받아서는 안 된다고 전제한 뒤 온라인상에서 언론출판물의 보호를 개

선하기 위해 언론출판물에 대한 저작권접권의 도입이 필요하다고 하였다.⁷⁾

현재 독일 저작권법이 저작권접권으로 인정하고 있는 것은 실연가, 음반제작자, 방송사업자, 데이터베이스 제작자 등이다. 특히 이번에 도입하는 언론출판사의 저작권접권은 신문기사 자체에 대한 저작권이 아니라 이의 전송권을 보호하는 것이다.

독일연방신문사협회(BDZV⁸⁾)는 2009년 3월 7일 자신들의 언론출판물이 인터넷에서 무료로 이용되고 있음을 지적하고 이를 방지하기 위해서는 언론출판물에 대한 저작권접권이 필요하다고 요청하였다.⁹⁾

2. 입법과정

1) 개관

2012년 3월 5일 기독교당과 자민당의 연립정부는 저작권법 개정안에 언론출판사의 언론출판물에 대한 저작권접권을 수용하기로 결정하였다.¹⁰⁾ 연방법무부는 2012년 6월 14일 언론출

6) 제7차 저작권법 개정안(BD Drucksache 17/11470, 14.11.2012)(<http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/17/114/1711470.pdf>). 개정안 예고 당시에는 제7차 저작권법 개정안이었으나 실연가와 음반제작자의 권리의 보호기간을 50년에서 70년으로 연장하는 제8차 개정안이 2013년 4월 25일 의회에서 먼저 의결되어 제7차 저작권법 개정으로 되고 언론출판사의 저작권접권을 허용하는 이 법률은 제8차 저작권법 개정으로 변경됨.

7) BT Drucksache 17/1147, 14.11.2012, S.6.

8) Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V.

9) 독일연방신문사협회의 입장에 대해서는 다음 인터넷 사이트 참조 ; <http://www.bdzv.de/recht-und-politik/leistungsschutzrecht-verlage/leistungsschutzrecht-fakten/>.

10) <http://gesetzgebung.beck.de/sites/gesetzgebung.beck.de/files/353-koalitionsrundenergebnisse.pdf>.

판사의 저작권접권을 인정하는 내용의 저작권법 개정안을 입법예고하였다.¹¹⁾ 2012년 8월 29일 독일 정부는 연방 법무부의 개정안을 정부안으로 결정하였으며, 2012년 10월 2일 상원은 정부의 법률안에 대하여 몇 가지 사항에 대하여 권고하였으나 이는 받아들여지지 않았으며, 2012년 11월 30일 연방하원의 전문가위원회는 이 법률안에 대한 심의를 시작하였다.¹²⁾ 2013년 1월 30일 개최된 법률전문가의 공청회에서는 법률적인 문제를 비롯한 찬반 의견들이 다양하게 제시되었다. 그 후 2013년 2월 27일 연방하원 법률위원회가 신문기사의 아주 적은 부분을 인용하는 경우(약 160자 정도)에는 이를 허용하는 것을 권고하여¹³⁾ 이것이 수용되었다. 이 법률안은 연방하원과 연방상원에서 2013년 3월 1일 및 2013년 3월 22일 각각 통과되었다.¹⁴⁾

2) 연방상원의 권고 내용¹⁵⁾

2012년 10월 2일 연방상원은 정부의 법률안에 대하여 몇 가지 사항을 권고하였으나 수용

되지 않았다. 연방상원의 권고내용에 따르면 언론출판사의 서비스가 인터넷상에서 특별히 보호될 필요가 있고 인터넷상에서 공정한 이익의 균형도 필요하지만, 이번 정부안은 언론출판사와 검색엔진 운영자 사이에 공정한 이익의 균형이 충분히 보장되어 있지 않다고 판단하였다. 언론출판사의 출판물이 보호되고 이들이 인터넷상에서 유포될 수 있도록 새로운 공정한 사업 모델을 입법하여 경제적 이익과 민주적 이익이 서로 조화를 이루는 규정이 필요하다고 판단하였다.

따라서 개정안이 예정하고 있는 언론출판사의 저작권접권의 도입보다는 우선 현행 저작권법의 체계 내에서 언론출판사의 서비스를 어느 정도 인정할 것인지가 향후 입법 절차에서 더 논의될 것을 권고하였다. 언론출판사의 권리를 강화하기 위해서는 검색 사이트보다는 오히려 인터넷 문서들을 자동으로 수집하여 집적하는 Harvester나 인터넷상에서 기사들을 수집·정리하여 영업적으로 이용하는 기사 제공 사이트(Aggregator)에 대한 보다 엄격한 규제가 고려되어야 한다고 주장하였다. 하지만 연방정부는

- 11) 연방법무부의 전문가 초안에 대해서는 박희영, 독일 언론출판사의 출판물에 대한 저작권접권을 허용하는 저작권법 개정 전문가 초안, 저작권 동향 제12호(2012년 6월 8일), 한국저작권위원회 참조(전문가 초안 원문 <http://irights.info/userfiles/RefE%20LSR.pdf>).
- 12) 이에 대한 간단한 소개로는 박희영, 독일 연방의회 언론출판사의 저작권접권 도입안 심의 착수, 저작권 동향 제24호(2012년 12월 11일), 한국저작권위원회 참조.
- 13) BT Drucksache 17/12534, 27.02.2013(<http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/17/125/1712534.pdf>).
- 14) 개정안 의결에 관한 간단한 소개로는 박희영, 독일 연방의회 언론출판사의 전송권을 인정하는 저작권법 개정안 의결, 저작권 동향 제5호(2013년 3월 18일), 한국저작권위원회 참조.
- 15) http://www.bundesrat.de/cln_340/nn_8336/SharedDocs/Drucksachen/2012/0501-600/514-1-12,templateId=raw,property=publicationFile.pdf/514-1-12.pdf.

이러한 상원의 권고를 수용하지 않았다.

3) 법률전문가의 공청회 주요 내용

2013년 1월 30일 개최된 법률 전문가의 공청회에서는 법률적인 문제를 비롯한 다양한 찬반 의견이 제기되었다.¹⁶⁾¹⁷⁾

(1) 찬성 의견

언론출판사가 투자하여 얻은 성과는 보호되어야 하고 검색엔진이나 뉴스 제공 웹 사이트는 언론출판사의 기사를 제공하는 데 대한 대가를 지불하여야 한다. 언론출판사에 저작권권을 허용하지 않는 것은 헌법상 평등 원칙에 반하므로 입법자는 시장 질서를 유지하기 위한 정책상의 근거에서 언론출판사를 위한 시장을 마련해야 한다. 검색엔진이 스니펫(Snippets)의 형태로 기사를 발췌하여 링크하는 것을 허용하고 있는 대법원 판례도 그동안 기술이 변화되었기 때문에 변경되어야 한다고 주장하였다. 언론출판사의 온라인 서비스는 오프라인 상태의 인쇄물을 단순히 온라인으로 업로드만 하는 것이 아니라 미디어의 구조 전환으로 발생하는 특별한 서비스이기 때문에 여기에는 재투자의 문제가 발생하므로 이를 보호하기 위해서 규제가 필요하다고 하였다.

뿐만 아니라 언론출판사는 보조금을 요구하는 것이 아니라 독일의 음악관련 최대 저작권 관리단체인 GEMA와 유사하게 출판물에 대한 인세를 요구하는 것이다. 언론출판사의 서비스는 데이터 형식이란 점에서 음악업계의 그것과 구별될 뿐이며 온라인 출판물은 이미 인터넷상에서 독자적인 시장으로 형성되어 있다고 주장하였다.

(2) 반대 의견

이러한 찬성 견해에 대하여 반대 견해가 다양하게 제시되었다. 우선 저작권접권은 현재의 시점에서 필요하지도 정당화되지도 않고 그 누구에게도 이익을 가져다 줄 수 없으며 오히려 대규모 부작용을 초래할 것이기 때문에 기본적으로 거부되어야 한다고 하였다. 언론출판사의 이익은 이용자 및 일반 공중의 이익과 비교하여 고려되어야 하며, 또한 개정안에는 불확정 개념들이 많이 사용되어 있기 때문에 앞으로 수년간 법적 불안정(예를 들어 트위터나 페이스북 등에도 이 규정들이 적용되는지 여부)을 야기할 것이라고 경고하였다.

저작권접권은 오로지 언론출판사에만 이익이 되고 저작자에게는 그렇지 않으며, 설사 이 법률이 의결되어 발효되더라도 한시적으로 운용한 후 반드시 평가를 거쳐 경우에 따라서는

16) 개별 법률전문가들의 견해에 대해서는 연방하원 다음 사이트 참조: http://www.bundestag.de/bundestag/ausschuesse17/a06/anhoerungen/archiv/40_Urheberrecht/04_Stellungnahmen/index.html.

17) 개별 법률전문가들의 견해의 요약에 관해서는 다음 사이트 참조: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Sachverstaendige-streiten-sich-ueber-Leistungsschutzrecht-1794631.html>.



새로이 입법해야 한다고 주장하였다. 언론출판사의 저작권접권은 언론이나 방송에서 공표된 사실에 관한 다양한 정보나 일상 뉴스를 복제, 배포 및 공개 재현하는 것은 무제한 허용된다고 규정하고 있는 독일 저작권법 제49조 제2항 제1문과도 충돌한다고 하였다. 언론출판사의 저작권접권은 독일의 미디어 산업에 손해를 가져올 수 있으며 언론출판사는 더 이상 새로운 사업 모델을 발전시키려고 하지 않을 것이고 구글 등 검색 사이트도 엄청난 사용료를 지불하지 않기 위해서 사람들이 흥미를 가지는 기사에만 링크를 걸어 제공할 것이기 때문에 출판사의 수익은 많지 않을 것으로 예상되어 결국 저널리즘의 질은 나아지지 않을 것이라고 전망하였다. 검색엔진 제공자는 언론출판물에 대해서 무제한 책임을 져야 하기 때문에 이 저작권접권은 EU의 전자상거래 지침에 따른 서비스 제공자의 면책규정과도 일치하지 않는다고 하였다.

4) 연방하원 법사위원회의 권고 내용

연방정부의 개정안 제87f조 제1항 제1문은 “언론출판물의 제작자(언론출판사)는 언론출판물이나 이의 일부를 상업적 목적을 위해서 공중이 접근할 수 있도록 하는 배타적인 권리를 가진다”고 규정하고 있었다. 이렇게 될 경

우 검색엔진사이트나 기사정리사이트에서 신문이나 정기간행물의 기사의 헤드라인이나 기사의 첫 문장을 짧게 인용하는 경우에도 언론출판사의 허락이 필요하게 된다. 이것은 검색엔진사이트나 기사정리사이트에 지나친 요구일 수 있다. 따라서 연방하원은 이들이 언론출판사의 저작권접권을 침해하지 않고 검색결과를 짧게 보여줄 수 있도록 허용하는 결정권고안을 2013년 2월 27일 채택하였다. 즉 제87f조 제1항 제1문에 “언론출판물의 몇몇 단어나 가장 짧은 문장을 인용한 경우 외에”라는 문언을 추가하여 제1문은 다음과 같이 수정되었다.

제87f조 제1항 제1문 : 언론출판물의 제작자(언론출판사)는 언론출판물의 몇몇 단어나 가장 짧은 문장을 인용한 경우 외에는 언론출판물이나 이의 일부를 상업적 목적을 위해서 공중이 접근할 수 있도록 하는 배타적인 권리를 가진다.¹⁸⁾

연방하원은 이러한 결정권고의 근거를 연방대법원의 판결에서 찾고 있다. 우선 음반에서 최소한의 음을 추출하는 것은 음반제작자의 저작권접권을 침해한 것이라고 한 연방대법원 판결¹⁹⁾은 언론출판사의 기사를 추출하는 사안에는 적용되지 않는다고 하였다. 이에 반해서 헤드라인과 같이 일부의 단어나 텍스트를 최소한으로 편집하는 것은 언론출판사의 저작권

18) BT Drucksache 17/12534, 27.02.2013, S.2.

19) BGH, Urteil vom 20.11.2008. I ZR 112/06 – Metall auf Metall.

접권의 보호범위에 포함되지 않는다고 했다. 검색엔진의 서비스 목적에 맞게 링크된 내용을 자유롭게 짧게 기술하는 것은 보장되어야 한다고 한다. 검색엔진과 기사정리사이트는 어떠한 검색결과로 링크될 것인지를 보여줄 가능성을 가져야 한다고 한다. 이러한 점에서 썸네일(thumbnail) 사건에 대한 연방대법원의 법적 견해들²⁰⁾이 그대로 적용될 수 있다고 한다.²¹⁾ 연방대법원은 이들 썸네일 사안에서 저작권으로 보호되는 저작물이 검색엔진에서 썸네일로 제공되는 경우 저작권침해는 아니라고 판단하였다.

III. 법률안의 주요 내용

1. 개관

독일 저작권법은 제2장에서 인접보호권이란 표제하에 실연자(제3절), 음반제작자(제4절), 방송사업자(제5절), 데이터베이스제작자(제6절)의 보호 규정들을 각각 두고 있다. 이번 언론출판사의 저작인접권은 제7절을 새로 두고

언론출판사의 보호라는 표제하에 3개의 조항을 두고 있다. 3개 조항은 언론출판사(제87f조), 권리의 양도가능성, 기간 및 제한(제87g조), 저작자의 분배참여권(제87h조) 등이다.

2. 개별 조문의 구체적인 내용

1) 제87f조 언론출판사

(1) 규정

제87f조(언론출판사) (1) 언론출판물의 제작자(언론출판사)는 언론출판물의 몇몇 단어나 가장 짧은 문장을 인용한 경우 외에는 언론출판물이나 이의 일부를 상업적 목적을 위해서 공중이 접근할 수 있도록 하는 배타적인 권리를 가진다. 언론출판물이 사업체에서 생산되는 경우 그 사업체의 소유자가 제작자로 된다.

(2) 언론출판물이란, 저널리스트의 기고(寄稿)를 편집을 거쳐 기술적으로 확정된 것을 말하며, 특정 매체에 특정한 제호로 정기적으로 간행되는 출판물이 축적되어 있어야 한다. 저널리스트의 기고는 특히 기사와 도화를 말하며, 이들은 정보전달이나 의사형성 또는 엔터

20) Vorschaubilder I, BGH, Urteil vom 29.04.2010, I ZR 69/08; Vorschaubilder II, BGH, Urteil vom 19.10.2011, I ZR 140/10.

21) BT Drucksache 17/12534, 27.02.2013, S.6.

테인먼트에 기여해야 한다.²²⁾

(2) 설명

연방정부의 입법이유서를 중심으로 규정들을 설명한다.²³⁾ 언론출판사의 저작권접권자는 언론출판물의 간행을 위해서 필요한 경제적 조직적 기술적 급부를 제공하는 자이며 또한 인터넷과 같은 디지털 세계에서 제3자에 의해서 자신들의 언론출판물이 상업적으로 손쉽게 이용되어 손해를 입는 자를 말한다. 여기서 언론출판사란 일간신문사나 언론에 관한 출판물을 정기적으로 출간하는 정기간행물출판업자를 말한다.

이 법률안은 언론출판사의 저작권접권을 언론출판물의 공중접근권(저작권법 제19a조)에만 한정한다. 공중접근권이란 공중이 선택한 장소 및 시간에 접근할 수 있는 방법으로 유선 또는 무선으로 저작물을 공중에게 전달하는 권리를 말한다.²⁴⁾ 따라서 이용자의 온라인상 복제 행위나 그 밖의 독자적인 이용행위에는 별도의 허락이 필요하지 않다.

언론출판사의 저작권접권은 언론출판물이 상업적 목적으로 공중에게 접근이 되는 경우에 한해서만 보호되므로 언론출판물을 사적으로 이용하거나 비상업적으로 이용하는 경우에는 이 저작권접권의 보호대상에 해당하지 않는다.

보호의 대상은 언론출판물 자체가 아니라 언론출판물의 간행을 위해서 필요한 언론출판사의 경제적, 조직적, 기술적 급부를 말한다. 저작물에 단순히 링크만 하는 행위는 이미 연방대법원 판결²⁵⁾에 의하여 허용되고 있으므로 언론출판물에 대한 단순 링크는 허용된다. 언론출판물은 오프라인, 온라인, 양자의 혼합이든 그 출판의 방식은 상관없지만, 일회성이 아닌 정기적으로 발간되는 저널리스트의 기고여야 한다. 따라서 저널리스트의 기고가 편집을 거쳐야 하기 때문에 단순히 기사를 수집한 것은 이 저작권접권의 보호범위에 포함되지 않는다.

인터넷 블로그의 경우 유형에 따라 구별되어야 한다. 블로그가 저널리스트의 기고를 편집을 통해서 확정된 것을 특정한 제호로 정기적

22) § 87f (Presseverleger) (1) Der Hersteller eines Presseerzeugnisses(Presseverleger) hat das ausschließliche Recht, das Presseerzeugnis oder Teile hiervon zu gewerblichen Zwecken öffentlich zugänglich zu machen, es sei denn, es handelt sich um einzelne Wörter oder kleinste Textauschnitte. Ist das Presseerzeugnis in einem Unternehmen hergestellt worden, so gilt der Inhaber des Unternehmens als Hersteller. (2) Ein Presseerzeugnis ist die redaktionell-technische Festlegung journalistischer Beiträge im Rahmen einer unter einem Titel auf beliebigen Trägern periodisch veröffentlichten Sammlung, die bei Würdigung der Gesamtumstände als überwiegend verlagstypisch anzusehen ist und die nicht überwiegend der Eigenwerbung dient. Journalistische Beiträge sind insbesondere Artikel und Abbildungen, die der Informationsvermittlung, Meinungsbildung oder Unterhaltung dienen.

23) BT Drucksache 17/1147, 14.11.2012, SS.6-9.

24) 우리 저작권법상 '전송권'에 해당.

25) BGH, Urteil vom 17.07.2003, I ZR 259/00 – Paperboy.

으로 발간되는 경우 이 저작권접권에 의해서 보호를 받으며, 제3자가 자신의 블로그를 이용하는 경우 이 블로그는 보상을 청구할 권리도 보유한다.

이 인접저작권은 구체적으로 확정되어 있는 언론출판물을 보호하는 것이지 그 안에 포함되어 있는 어문이나 그래픽, 사진, 동영상과 같은 그 밖의 요소를 보호하는 것은 아니다. 이들 저작물과 저작권접권의 대상은 저작권법의 다른 규정에 의해서 이미 보호되고 있다. 언론출판사는 이와 상응하게 저작권 내지는 그 밖의 저작권접권의 침해에 대하여 저작자 및 저작권접권자 사이의 계약의 기준을 더욱 구체적으로 마련할 수 있다.²⁶⁾

2) 제87g조 권리의 양도가능성, 기간 및 제한

(1) 규정

제87g조 (권리의 양도가능성, 기간 및 제한)

(1) 제87f조 제1항 제1문에 의한 언론출판사의 저작권접권은 양도할 수 있다. 제31조 및 제33조는 준용된다.

(2) 언론출판사의 저작권접권은 언론출판물의 발간 후 1년이 지나면 효력이 상실된다.

(3) 언론출판사의 저작권접권은 저작자의 저작물이나 저작권법에 의하여 보호되고 있는 보호대상이 언론출판물에 포함되어 있는 경우 저작자나 다른 저작권접권자에게 불리하게 행사되어서는 안 된다.

(4) 언론출판물이 영업을 목적으로 하는 검색엔진제공자나 내용을 선별하여 제공하는 서비스제공자에 의해서 제공되지 않는 한, 언론출판물에 공중 접근할 수 있다. 그 밖에 제1장 제6절의 저작권 제한 규정들²⁷⁾이 준용된다.²⁸⁾

(2) 설명

언론출판사의 저작권접권은 인격권의 내용을 포함하지 않기 때문에 재산권으로서 양도가 가능하다. 이 저작권접권은 용익권의 부여

26) BT Drucksache 17/1147, 14.11.2012, S.8.

27) 독일 저작권법에서 인정되고 있는 저작권의 제한 사유로는 일시적 복제행위(제44a조), 재판 및 공공의 안전(제45조), 장애인(제45a조), 교회, 학교 혹은 수업에 사용되기 위한 편집물(제46조), 학교방송(제47조), 공개연설(제48조), 신문기사 및 방송해설(제49조), 영상 및 음성의 보도(제50조), 인용*제51조), 공개재현(제52조), 수업 및 연구를 위한 공중전달(제52a조), 공중 도서관, 박물관 및 기록보관소의 전자 열람석에서 저작물의 재현(제52b조), 사적 이용 및 여타 개인적 사용을 위한 복제(제53조), 주문에 의한 복사물의 송부(제53a조) 등이 있다.

28) § 87g (Übertragbarkeit, Dauer und Schranken des Rechts) (1) Das Recht des Presseverlegers nach § 87f Absatz 1 Satz 1 ist übertragbar. Die §§ 31 und §§ gelten entsprechend. (2) Das Recht erlischt ein Jahr nach der Veröffentlichung des Presseergebnisses. (3) Das Recht des Presseverlegers kann nicht zum Nachteil des Urhebers oder eines Leistungsschutzberechtigten geltend gemacht werden, dessen Werk oder nach diesem Gesetz geschützter Schutzgegenstand im Presserzeugnis enthalten ist. (4) Zulässig ist die öffentliche Zugänglichmachen von Presserzeugnissen oder Teilen hiervon Suchmaschinen oder gewerblich Anbieter von Diensten erfolgt, die Inhalte entsprechend aufbereiten. Im Übrigen gelten die Vorschriften des Teils 1 Abschnitt 6 entsprechend.



(저작권법 제31조)와 용익권의 계속효(저작권법 제33호) 규정을 준용하고 있으므로(제87g조 제1항 제2문) 언론출판물의 일부 또는 전부를 이용하게 할 수 있다. 저작권법 제31조에 의하면 저작자는 타인에게 저작물을 개별적 또는 모든 이용방식으로 이용하게 할 권리를 부여할 수 있다(용익권). 이 용익권은 비배타적인 혹은 배타적인 권리로, 아울러 지역적, 시간적으로 혹은 내용적으로 제한되어 부여될 수 있다. 비배타적 용익권은 그 권리자에게 자신에게 허용된 방식으로, 타인에 의한 이용이 배제되지 않고, 저작물을 이용할 권한을 가지도록 한다. 배타적 용익권은 그 권리자에게 자신에게 허용된 방식으로 여타 모든 자를 배제하여 저작물을 이용하거나 용익권들을 부여하는 권한을 가지도록 한다. 저작자에 의한 당해 저작물의 이용이 유보된다고 정해질 수도 있다. 그리고 저작권법 제33조에 의하면 배타적 및 비배타적 용익권은 나중에 부여된 용익권에 대하여 효력이 있다. 용익권을 부여한 권리의 보유자가 바뀌거나 자신의 권리를 포기하여도 마찬가지로 적용된다. 또한 언론출판물이 발간된 후 1년이 경과하면 이 저작인접권의 효력은 상실된다.

언론출판사의 저작인접권은 저작자의 저작물이나 저작권법에 의하여 보호되고 있는 보호대상이 자신의 언론출판물에 포함되어 있는 경

우 저작자나 다른 저작인접권자에게 불리하게 행사되어서는 안된다. 따라서 자신의 직업활동과 관계없이 무상으로 블로그를 운영하는 자는 상업적 목적을 위해서 행위한 것이 아니기 때문에 언론출판물의 이용허락을 받을 필요가 없으며 보상의무도 부담하지 않는다.

하지만 취미로 블로그를 운영하는 자가 언론출판사의 전문적인 기사들을 이용하면서 배너 광고 등을 블로그에 삽입해 둔 경우에는 상업적 목적이 인정되므로 이에 대해서는 이용허락을 받아야 한다. 이 경우 블로거가 광고를 통해서 이윤을 얻으려는 의도는 중요하지 않다. 다만, ISP가 삽입한 광고로 수입이 발생하는 블로그는 상업적 목적이 인정되지 않는다. 블로거가 명예심을 가지고 공동으로 이용하는 단체를 위해 활동하고 이를 위해서 언론출판물을 이용하는 경우 이러한 활동은 공동체에 유익한 사회적인 목적을 위한 것이므로 상업적 목적에 해당하지 아니하여 언론출판사의 저작인접권을 침해하지 않으며 보상의무도 부담하지 않는다.²⁹⁾

3) 제87h조 저작자의 분배참여권

(1) 규정

제87h조(저작자의 분배참여권) 저작자는 적절한 보장에 참가할 수 있다.³⁰⁾

29) BT Drucksache 17/1147, 14.11.2012, S.8f.

30) § 87h (Beteiligungsanspruch des Urhebers) Der Urheber ist an einer Verfügung angemessen zu beteiligen.

(2) 설명

이 법률안은 저작자가 보상에 적절하게 참여할 수 있게 함으로써 저작자의 이익도 고려하고 있다. 따라서 저작자는 자신의 저작물의 경제적 이용에 참여하여 상당한 보수를 받을 수 있게 되었다.³¹⁾

IV. 법률안에 대한 다양한 입장

1. 정치권의 입장

현재 연립정부를 구성하고 있는 기독교과 자민당은 언론출판사의 저작인접권이 필요하다고 주장하고 있지만, 야당들은 모두 언론출판사의 저작인접권에 반대하였다. 사회민주당은 저작인접권이 정보 및 통신의 자유를 침해한다고 비판하고, 녹색당은 법률안이 후진적이며 법적 안정성을 심하게 침해한다고 비판하며, 좌익당은 정보를 더 잘 이용할 수 있도록 해주는 검색엔진을 문제 삼는다면 이것은 인터넷에서의 혁신을 저해하는 것이라고 비판하였다.

2. 학계의 입장

막스플랑크 지적재산권 연구소, 저작권 전문

법률 저널 GRUR, 다수의 저명한 저작권법학자 등은 연방정부가 추진한 언론출판사의 저작인접권 도입 법률안에 대해서 2012년 11월 27일 다음과 같은 이유로 반대 입장을 표명하였다.³²⁾ 법률안의 핵심내용은 검색엔진 운영자가 언론출판사의 저작물의 일부를 스니펫(Snippet) 형태로 링크를 통하여 이용자에게 제공하는 것을 금지하고 있는데, 이러한 사실관계는 원칙적으로 현재의 저작권법으로도 포섭이 가능하다고 하였다. 물론 이 경우 링크된 텍스트의 일부가 독자적으로 보호되는 저작물의 구성 부분이어야 한다.

법률안은 언론출판사의 저작물이나 그 일부를 상업적 목적으로 공중에게 접근하게 하는 독점적 권리를 언론출판사에게 부여하고 있지만, 이러한 권리가 실제로 실현될지 의문이라고 하였다. 만일 독일 언론출판사의 생성물들이 오늘 날 일반화되어 있는 스니펫을 통하여 링크로 연결되어 있지 않게 되면 인터넷상에서 독일 언론출판사의 생성물은 쉽게 발견될 수 없을 것이므로 글을 기고한 자나 언론출판사 모두에게 손해가 될 것이라고 하였다. 헌법이 보장하는 통신의 자유가 제약을 받기 때문에 결국 이러한 손해의 피해자는 독일 경제와 일반국민이 될 것이라고 하였다.

자유시장경제적 관점에서 언론출판사와 검

31) BT Drucksache 17/1147, 14.11.2012, S.9.

32) 자세한 내용에 대해서는 다음 인터넷 사이트를 참조(http://www.ip.mpg.de/files/pdf2/Stellungnahme_zum_Leistungsschutzrecht_fuer_Verleger.pdf).

색엔진 운영자는 공존할 필요가 있기 때문에 언론출판사의 저작권접권은 필요하지 않다고 하였다. 검색서비스는 언론출판사가 자신들의 생성물을 인터넷에서 이용할 가능성을 위태롭게 하는 것이 아니라 오히려 검색도구를 통하여 언론출판사의 생성물을 발견할 수 있도록 촉진하기 때문에 언론출판사에게 손해가 되는 것이 아니라 이익이 된다고 하였다. 따라서 인터넷 기술을 의미있게 이용하기 위해서는 언론출판사와 검색엔진운영자의 협력이 필요하다고 하였다. 즉 내용이 없으면 검색엔진은 아무 것도 발견할 수 없으며, 검색엔진이 없으면 인터넷의 수많은 정보로부터 아무 것도 발견될 수 없기 때문이라고 함. 자유시장경제질서에서 어느 한쪽만이 이익을 얻는 것이 아니라 양자의 협력으로 모두 이익을 얻는 것이 필요하다고 한 것이다.

입법자가 이러한 경제적인 관점을 무시하더라도 언론출판사의 저작권접권의 보호범위를 명확히 해야 하는데 실제로 이것이 쉽지 않다고 한다. 특히 법률안이 보호대상으로 규정하고 있는 ‘저널리스트의 기고를 편집 기술적으로 고정한 것’인 언론출판물과 저작권으로 보호되는 언론출판물의 내용(즉 텍스트나 사진 등)을 명확히 구별하는 것은 가능하지 않다고 한다. 또한 언론출판사의 저작권접권이 포함하고 있는 중심 개념들인 ‘언론출판사’, ‘영업적

검색엔진 제공자’, ‘서비스의 영업적 제공자’ 등은 시간이 흐른 후 최고법원의 판결에 의해서 확정될 가능성이 높기 때문에 현재 허용되고 있는 검색엔진 서비스는 더 이상 이용할 수 없는 사태가 발생할 수 있어서 법적안정성의 측면에서 이러한 저작권접권은 인정하기 어렵다고 하였다.

언론출판사가 자신들의 출판물이 검색엔진을 통해서 검색되는 것에 대해 아무런 관심이 없고, 많은 서비스제공자들이 이용료를 지급하지 않기 위해서 독일 언론출판사의 출판물을 링크하지 않게 되면, 이러한 저작권접권은 무용지물이 될 가능성이 크다고 한다. 실제로 대부분의 언론출판사는 아무런 보상을 받지 않고 링크가 제공되는 것을 허용할 것이라고 한다. 왜냐하면 이러한 저작권접권을 고수할 경우 인터넷상에서 이익을 상실할 위험이 너무 크기 때문이라고 한다.

3. 온라인 입법청원의 무산 및 Google의 대응³³⁾

언론출판사의 저작권접권의 도입을 반대하는 온라인 입법청원이 제기되었으나 입법청원의 정족수인 50,000명을 넘지 못하여 2012년 10월 12일 입법청원이 좌절되었다. 검색사이트 운영자인 독일 Google은 2012년 11월 27일

33) <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Google-beginnt-Kampagne-gegen-Leistungsschutzrecht-1757108.html>.

자사의 웹사이트(google.de/DeinNetz)³⁴⁾를 통하여 “당신의 인터넷을 변호하며”라는 기치 아래 언론출판사의 저작권접권 도입 반대 캠페인을 벌인 바 있다.

V. 시사점

독일 입법자는 그 동안 정치적 사회적 법적으로 논란이 많았던 언론출판사의 전송권을 인정하는 저작권접권을 도입하였다. 입법과정에서 이의 입법에 대한 반대의 논거로 제시되었던 법적인 문제들이 앞으로 판례를 통해서 어

떻게 구체적으로 해결되어 나갈 것인지 주목된다. 특히 헌법이 보장하는 정보의 자유 및 의사표현의 자유 그리고 직업활동의 자유와 관련한 기본권 침해 문제도 고려되어야 할 중요 쟁점이다. 만일 언론출판사의 저작권접권이 헌법의 기본권 보장과 일치한다면 이의 도입도 고려할 수 있을 것이다. 정보통신기술의 발전으로 생성되는 새로운 영역에서 입법자의 지혜가 다시 한 번 요구되고 있다.

박 희 영

(법학박사, 독일 막스플랑크 국제형법연구소 연구원)

참고문헌

박희영, [독일] 법무부, 학술저작물의 2차적 이용권, 고아 저작물 및 절판 저작물과 관련한 저작권 법안 입법 예고, 저작권 동향 제6호.

박희영, 독일 언론출판사의 출판물에 대한 저작권접권을 허용하는 저작권법 개정 전문가 초안, 저작권 동향 제12호 (2012년 6월 8일), 한국저작권위원회 참조(전문가 초안 원문 <http://irights.info/userfiles/RefE%20LSR.pdf>).

박희영, 독일 연방의회 언론출판사의 저작권접권 도입안 심의 착수, 저작권 동향 제24호(2012년 12월 11일), 한국저작권위원회 참조.

개별 법률전문가들의 견해(<http://www.heise.de/newsticker/meldung/Sachverstaendige-streiten-sich-ueber-Leistungsschutzrecht-1794631.html>).

개정 저작권법 BGBI. I 2013. 1161(http://www.vzvnrw.de/fileadmin/user_upload/downloads/Achtes_Gesetz_zur_%C3%84nderung_des_UrhRG.pdf).

http://www.vzvnrw.de/fileadmin/user_upload/downloads/Achtes_Gesetz_zur_%C3%84nderung_des_UrhRG.pdf).

독일연방신문사협회 (<http://www.bdzv.de/recht-und-politik/leistungsschutzrecht-verlage/leistungsschutzrecht-fakten/>)

막스플랑크 지적재산권 연구소, 저작권 전문 법률 저널 GRUR, 다수의 저명한 저작권법학자들의 반대 입장 (http://www.ip.mpg.de/files/pdf2/Stellungnahme_zum_Leistungsschutzrecht_fuer_Verleger.pdf).

연방상원의 권고 (http://www.bundesrat.de/cln_340/nn_8336/SharedDocs/Drucksachen/2012/0501-600/514-1-12,templateId=raw,property=publicationFile.pdf/514-1-12.pdf).

연방정부 개정안 BT Drucksache 17/12013, 07.01.2013(<http://www.cr-online.de/1712013.pdf>).

연방하원(<http://www.bundestag.de/bundestag/>

34) https://www.google.de/campaigns/deinnetz/?utm_source=google&utm_medium=hpp&utm_campaign=11272012deinnetz.



ausschuesse17/a06/anhoerungen/archiv/40_Urheberrecht/04_Stellungnahmen/index.html).

온라인 입법청원의 무산 및 Google의 대응(<http://www.heise.de/newsticker/meldung/Google-beginnt-Kampagne-gegen-Leistungsschutzrecht-1757108.html>).

제7차 저작권법 개정안(BD Drucksache 17/11470, 14.11.2012)(<http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/17/114/1711470.pdf>).

한국저작권위원회 참조 전문가 초안 원문 ([http://irights.](http://irights.info/userfiles/RefE%20LSR.pdf)

[info/userfiles/RefE%20LSR.pdf](http://irights.info/userfiles/RefE%20LSR.pdf)).

BT Drucksache 17/12534, 27.02.2013(<http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/17/125/1712534.pdf>).

[google.de/DeinNetz](https://www.google.de/campaigns/deinnetz/?utm_source=google&utm_medium=hpp&utm_campaign=11272012deinnetz)(https://www.google.de/campaigns/deinnetz/?utm_source=google&utm_medium=hpp&utm_campaign=11272012deinnetz).

Stetiges Wachstum, solide Finanzen, starker Zusammenhalt(<http://gesetzgebung.beck.de/sites/gesetzgebung.beck.de/files/353-koalitionsrundenergebnisse.pdf>).