

NEWS LETTER

2024-10-02

Legal Issue

- 동영상 플랫폼의 콘텐츠를 상업적으로 활용할 때 유의점
- 개인정보 암호화에 대한 판단기준과 형사처벌 조건

MINWHO News

- 상표권 및 부정경쟁행위 주장에 따른 사용금지 및 손해배상 청구소송에서 승소
- 오픈마켓 입점업체에 대한 상표권, 부정경쟁행위 (가)목 주장에 대하여 통상사용상호 등 주장해서 전부 승소



Legal Issue

동영상 플랫폼의 콘텐츠를 상업적으로 활용할 때 유의점

양진영 대표변호사

유튜브, 틱톡, 인스타그램 릴스... 이제 동영상은 단순한 볼거리를 넘어 우리 일상 깊숙이 자리 잡았다. 언제 어디서든 휴대폰 하나만 있으면 손안의 스튜디오를 통해 영상을 담아내고, 세상과 공유하는 시대가 열린 것이다. 전문 장비나 기술 없이도 누구나 쉽게 영상을 제작, 편집, 공유할 수 있게 되면서, 동영상을 상업적으로 활용하려는 기업들도 늘어나고 있다. 동영상 자료를 상업적으로 활용하는 경우의 유의점에 대해서 알아본다.

동영상은 저작권법에 의하여 보호되는 '영상저작물'에 해당하므로(저작권법 제4조 제1항 제7호), 저작자의 이용허락을 받고 복제, 공연, 공중송신, 전시, 배포, 대여, 2차적저작물 작성 등을 해야한다(저작권법 제136조 제1항 제1호).

대표적인 동영상 플랫폼인 유튜브(YouTube)는 동영상을 올리는 게시자로 하여금 타 웹사이트나 블로그에 동영상 콘텐츠를 공유할 수 있는지 여부를 직접 선택하도록 하고 있으며, 공유를 허용하는 경우 '퍼가기'에 표시하도록 하고 있다. 동영상 게시자가 퍼가기를 허용한 이상, 해당 동영상에 대한 이용허락이 있는 것으로 볼 수 있으나, 퍼가기 허용에 상업적 사용까지 허락하는 취지가 명시되어 있지는 않기 때문에, 퍼가기 허용에 대한 의사해석이 문제될 수 있다.

'YouTube 서비스 약관'에서는 개인적, 비영리적인 용도 외의 목적으로 콘텐츠를 보거나 듣기 위해 서비스를 사용하면 안 된다고 명시하고 있다. 상업적 사용의 판단에 있어, 사용주체가 영리목적으로 설립되었는지가 주된 판단기준으로 작용하므로, 비록 그 동영상을 통해 직접적인 이익을 창출하지는 않는다고 하더라도, 기업 홈페이지의 트래픽 활성화, 방문자수 증가, 광고효과 등의 긍정적 영향이 있다면 상업적 사용으로 평가될 가능성이 높다.

타 플랫폼에 올라온 동영상을 활용할 때에는 반드시 출처를 밝혀야 한다. 유튜브 동영상 및 재생목록의 활용에 대해서는 'YouTube API서비스 약관' 및 '개발자 정책'이 적용되는데, '개발자 정책'에서는 API 등을 이용해 동영상을 이용할 경우 유튜브의 활동으로 명확하게 인식하도록 식별표시를 할 것을 요구하고 있다. 따라서 퍼가기가 허용된 동영상을 활용하는 경우라도 유튜브와 같은 특정 플랫폼에서 재생한다는 사실을 명확히 알 수 있도록 하여야 하며, 동영상의 출처표시가 병행되어야 한다.



한편, 동영상은 대부분 링크(link) 방식으로 활용되는데, 링크(link)는 링크를 거는 방식에 따라, '단순링크(simple link)', '직접링크(deep link)', '프레이밍링크(framing link)', '임베디드링크(embedded link)'로 나눌 수 있다.

'단순링크(simple link)'란 링크하고자 하는 사이트의 홈페이지(메인페이지 또는 초기화면)로 이동하도록 하는 것이며, '직접링크(deep link)'란 원하는 정보 페이지로 이동하도록 하는 것으로서 단순링크와 달리 홈페이지의 메인인 아닌 그 하위 단계의 콘텐츠로 직접 연결되는 것을 의미한다. 판례는 '직접링크'에 대하여 저작물 등의 웹 위치 정보 내지 경로를 나타낸 것에 불과하여 저작권법이 규정하는 '복제' 및 '전송'에 해당하지 않는다고 판시한바 있으며(대법원 2009. 11. 26 선고 2008다77405 판결), 모바일 애플리케이션(Mobile application)에서 인터넷 링크(Internet link)와 유사하게 표시된 아이콘을 클릭하면 제3자가 관리·운영하는 모바일 웹페이지로 이동하도록 연결하는 경우에도 저작권침해가 아니라고 판시하였다(대법원 2016. 5. 26 선고 2015도16701 판결).

다만, '직접링크'의 경우 동의없이 상업적으로 활용하였을 경우 부당이득이 성립할 수 있는바, 문화체육관광부와 한국언론진흥재단이 발간한 뉴스저작권 이용 가이드북에서도 언론사의 기사를 직접링크 방식으로 업무적 또는 상업적으로 이용하여 경제적 이익을 취할 경우에는 언론사에서 부당이득 문제를 제기하여 분쟁이 발생할 소지가 있다고 안내하고 있다.

'임베디드링크(embedded link)'와 '프레이밍링크(framing link)'는, 자신의 웹사이트 안에서 다른 웹사이트의 게시물 정보가 직접 나타나도록 링크하는 것으로, 이러한 링크기법은 원저작물이 게재된 사이트로 이동함이 없이 링크를 건 사이트(애플리케이션 포함)에서 해당 콘텐츠를 직접 노출하는 방식이다. 판례는 '임베디드링크' 방식에 대해 원래 웹사이트 게시자의 공중송신권을 침해하는 행위의 방조책임을 인정한바 있고(서울고등법원 2017. 3. 30 선고 2016나2087313 판결), '프레이밍링크' 방식에 대해 원래의 콘텐츠 웹페이지가 얻어야 하는 각종 이익, 즉 광고 수익이나 방문자 숫자 증가 등을 직접 침해하는 행위가 된다는 점에서 저작권 침해에 해당한다고 판시한바 있다(서울중앙지방법원 2001. 12. 7. 선고 2000가합54067 판결).

법적리스크를 줄이기 위해 임베디드/프레이밍 링크 방식이 아닌 동영상 플랫폼에의 직접적인 접속을 유도하는 단순링크/직접링크 방식으로 대체하여 활용하는 것이 권장되며, 임베디드/프레이밍 링크 방식을 통해 동영상을 상업적으로 활용할 경우에는 저작권자의 허락을 얻어야 할 것이다. 만약 저작권자의 허락없이 상업적으로 활용할 경우 부당이득의 문제가 발생할 수 있다.

저작권자로부터의 허락을 받는 방법에는 제한이 없고, 저작권자의 의사에 반하지 않는다는 점을 입증할 수 있으면 되나, 가급적 이용허락계약 등 서면을 통하여 체결하여 저작권자의 의사를 명확하게 하는 것이 좋다.

위와 같이 동영상을 상업적으로 활용할 때는 저작권 침해 및 부당이득 문제에 유의해야 한다. 콘텐츠 제작자의 권리를 존중하고, 건강한 디지털 콘텐츠 생태계를 만들어가려는 노력이 필요하다고 하겠다.



양진영 대표변호사, 변리사

[프로필 보기](#)

02-538-3424
yangjy@minwho.kr

Legal Issue

개인정보 암호화에 대한 판단기준과 형사처벌 조건

김경환 대표변호사

지난 2013년 12월 약학정보원이 개발한 조제 관리·심사청구 프로그램 PM2000을 통해 등록된 환자, 의사 개인정보 수십억건이 2011년부터 2015년까지 글로벌 의료데이터 업체 한국IMS헬스로 넘어간 사건이 언론에 보도됐고, 규모도 문제였지만 제공된 개인정보에 주민등록번호, 조제 내역 등 민감한 정보가 다수 포함되어 있어 언론의 집중 관심을 받았다.

최근 2024년 7월 11일 이 사건에 대한 형사 재판의 상고심 판결까지 나와 완전히 종결되었는데, 민사적으로는 정보주체의 손해배상 청구가 진행됐고, 형사적으로는 개인정보보호법위반죄 등의 공소제기가 있었으나, 민사적으로는 개인정보보호법 위반은 인정되나 정보주체의 정신적 피해는 부정된다는 판단이 있었고, 형사적으로는 개인정보보호법위반에 대한 미필적 고의가 없어서 무죄라는 판단이 있었다.

관련해서 법원은 개인정보 암호화 기준과 형사처벌 조건을 제시했는데, 매우 중요한 의미가 있어서 살펴보기로 한다. 참고로 개인정보 암호화라는 것은 개인정보에 대해 일정한 알고리즘을 통해서 일정한 권한이 있는 자 외에는 누구도 읽을 수 없도록 하는 안전성 확보조치를 의미하는데, 알고리즘에 따라서 양방향암호화와 일방향암호화의 두 가지 방법이 있다.

이 사건에서 피고 또는 피고인은 주민등록번호의 짝수 자리와 홀수 자리를 나누어서, 각 숫자에 해당하는 알파벳 글자로 대응하는 조치를 취했다. 예컨대 '541008-#####'의 주민등록번호의 경우 'elafjhafcfjnd'로 암호화되는 것이다. 이 정도의 암호화 조치로 개인정보성을 상실하는가?

이에 대해 서울고등법원은 개인정보에 암호화 등 적절한 비식별화(de-identification) 조치를 취함으로써 특정 개인을 식별할 수 없는 상태에 이른다면 이는 식별성을 요건으로 하는 개인정보에 해당한다고 볼 수 없고, 따라서 정보주체의 동의 없이 통계작성 등의 용도로 이용되거나 제3자에게 제공되더라도 정보통신망법이나 개인정보 보호법을 위반한 것이라고 볼 수 없다. 다만, 비식별화 조치가 이루어졌다고 하더라도 재식별 가능성이 합리적으로 존재한다면 적절한 비식별화 조치가 이루어지지 않은 것이므로 여전히 정보통신망법이나 개인정보 보호법이 적용되는 개인정보에 해당한다.”는 기준을 제시하였다.

더불어 이 기준에 입각해서 보건대 위에서 예시한 암호화 조치는 다양한 추론을 통해 쉽게 복호화할 수 있어 개인이 식별될 우려가 커서 여전히 개인정보라고 보았다. 한편 부실한 암호화 개인정보를 동의없이 제공한 피고인을 형사처벌할 수 있는가?

이에 대하여 서울고등법원은 “개인정보가 비식별화 조치 또는 암호화 조치가 된 경우, 그와 같은 정보를 처리하는 자에게 개인정보처리에 관한 고의가 있었다고 보려면, 비식별화 또는 암호화된 개인정보를 식별화 또는 복호화 하여 처리할 수 있다는 인식과 함께 그와 같은 정보를 식별 가능한 형태의 정보로 치환하여 처리하는 것을 용인하는 의사까지 인정이 되어야 할 것이다.”라고 판시하면서, 피고인의 용인 의사가 입증되지 않았다는 이유로 무죄를 선고하였다.

이 사건은 개인정보 암호화 조치를 어떻게 해야 하는지에 대한 판단기준을 제시하였고, 더불어 형사처벌 요건까지 제시한 점에서 의미가 매우 크다. 개인정보 암호화 조치는 의무이지만 부실한 조치를 하면 법적 리스크가 생길 수 있다는 점에서 좀 더 신경을 써야 할 것이다.



김경환 대표변호사, 변리사

[프로필 보기](#)

02-532-3425
oalmephaga@minwho.kr

MINWHO NEWS

상표권 및 부정경쟁행위 주장에 따른 사용금지 및 손해배상 청구소송에서 승소

상표권 및 부정경쟁행위 주장에 따른 사용금지 및 손해배상 청구소송에서 승소

법무법인 민후는 오픈마켓 입점업체에 대한 상표권, 부정경쟁행위 (가)목 주장에 대하여 통상사용상호 등 주장해서 전부 승소하였습니다.

피고(의뢰인)는 오픈마켓 입점업체로서, 피고의 업체와 유사한 상호를 가진 원고로부터 상표권 침해 및 부정경쟁행위 금지 청구 소송을 당함에 따라 본 법인에 대응을 요청하였습니다.

본 법인은 원고의 상표와 피고의 상표는 유사한 상표에 해당하지 않으며, 피고는 원고가 상표를 등록하기 전부터 피고 상표를 사용한 선사용권자라는 점 그리고 원고와 피고는 업종이 전혀 다르므로 부정경쟁행위에 해당하지 않는다는 점을 구체적으로 입증하여, 원고가 주장하는 상표침해와 부정경쟁행위에 해당하지 않는다고 주장하였습니다.

재판부는 본 법인의 주장을 인정하여 원고의 청구를 기각하는 피고승소 판결을 하였습니다.

오픈마켓 입점업체에 대한 상표권, 부정경쟁행위 (가)목 주장에 대하여 통상사용상호 등 주장해서 전부 승소

법무법인 민후는 상표권 및 부정경쟁행위 주장에 따른 사용금지 및 손해배상 청구소송 사건을 성공적으로 방어하여 승소하였습니다.

반소피고(의뢰인, 이하 피고)는 해외에서 제품을 정당하게 병행수입하여 온라인 쇼핑몰을 통해 판매하는 통신판매업과 도소매업을 운영하고 있었습니다.

반소원고(상대방, 이하 원고)는 국내 독점판매권을 보유한 상표권자로서 피고가 자사 상표를 침해하고 있다고 있다며 상표권 침해를 주장하였습니다. 동시에 원고는 국내 독점판매권을 바탕으로, 피고가 병행수입한 제품이 자사의 상표권을 침해하고 있으며, 병행수입 제품이 자사의 상품과 혼동을 일으켜 영업 신용과 고객 흡인력을 손상시켰고, 또한 자사와 협업하는 것처럼 보이게 했다는 이유로 부정경쟁행위에 해당한다고 주장했습니다. 이에 피고는 본 법인에 대응을 요청하였습니다.

본 법인은 병행수입의 합법성을 철저히 입증하였습니다. 우선 피고가 수입한 제품이 미국 본사로부터 정당하게 병행수입된 진정상품임을 입증하는 자료를 제출하였고, 이는 상표권 침해가 아님을 강조하였습니다. 본 법인은 피고가 병행수입한 제품에 대한 정당한 판매 과정을 설명하며, 원고의 주장과 달리 제품의 출처와 품질에 대한 오인이나 혼동을 일으키지 않았음을 구체적으로 입증하였습니다.

특히 원고가 주장한 상표권 침해 및 부정경쟁행위에 대한 주장에 대해, 본 법인은 피고의 판매 방식이 상표의 기능을 훼손하거나 오인을 불러일으킬 가능성이 없다는 점을 법리적으로 분석하여 방어하였습니다. 이를 통해 원고의 청구가 법적 근거가 부족함을 성공적으로 입증하였습니다.

재판부는 본 법인의 주장을 인정하여, 피고가 병행수입한 상품은 진정상품으로 판매행위가 상표권 침해에 해당하지 않음을 인정하였습니다. 또한 원고가 주장한 영업 신용 훼손이나 혼동을 일으켰다는 증거가 부족하다고 판단하였으며, 피고의 영업 방식은 정당하고 합법적인 행위라고 결론 내려, 원고의 청구를 모두 기각하는 판결을 하였습니다.

이로 인하여 피고는 부당한 리스크에서 벗어나 사업을 계속 영위할 수 있게 되었습니다.



서울특별시 강남구 테헤란로 134 포스코타워 역삼 11층 / 21층

Tel. +82-2-532-3483 Fax. +82-2-532-3486

www.minwho.kr



본 뉴스레터의 내용 또는 기타 법률 문의가 필요하신 경우
법무법인 민후로 연락주시면 담당 변호사님의 답변을 받으실 수 있습니다.

본 자료는 법무법인 민후에서 제공하는 일반적인 법률 정보 및 소식 자료로, 모든 법률적 상황에 적용되는 것은 아니므로, 구체적인 법적 조치에 대해서는 저희 법무법인에 문의하여 주시기 바랍니다. 또한 본 자료에 포함된 모든 내용의 저작권은 법무법인 민후에 있으므로, 무단 배포, 복사, 게재를 금합니다.