

2012. 11. 30

방송 포맷의 권리보호 방안 연구



k o c c a

이 보고서는 2012년 한국 콘텐츠진흥원의 외부용역 연구결과로서,
보고서 내용은 연구자의 견해이며, 한국콘텐츠진흥원의 공식견해와는
무관한 것임을 밝힙니다.



목 차

| | |
|--|----|
| 요 약 문 | v |
| 제1장 서론 | 3 |
| 1. 연구의 배경과 의의 | 3 |
| 2. 연구의 범위 및 보고서의 구성 | 4 |
| 제2장 방송포맷 산업의 특성과 현황 | 9 |
| 1. 방송 포맷 산업의 특성과 구조 | 9 |
| 1) 방송 포맷의 정의와 범위 | 9 |
| 2) 방송 포맷의 거래 대상과 특성 | 10 |
| 3) 방송 포맷 산업의 구조 | 14 |
| 2. 포맷 산업의 형성과 발전 | 16 |
| 1) 각국의 포맷 산업 현황 | 21 |
| 2) 한국의 포맷 산업 현황 | 27 |
| 3) 주요 포맷 기업 | 30 |
| 3. 소결 | 33 |
| 제3장 방송 포맷 관련 주요 국제 분쟁 사례 | 37 |
| 1. TV 포맷 분쟁의 주요 역사 | 37 |
| 1) 포맷 관련 국제 분쟁 현황 | 37 |
| 2) 주목할 만한 분쟁사례 | 38 |
| 2. 국가별 TV 포맷 관련 분쟁 사례 | 41 |
| 1) 유럽 | 41 |
| 2) 아메리카 | 53 |
| 3) 아시아 및 오세아니아 | 59 |
| 3. 방송포맷 분쟁과 저작권 | 62 |
| 4. 소결 | 65 |
| 제4장 외국의 방송 포맷 권리보호에 대한 정책과 제도 | 69 |
| 1. 방송 포맷 권리보호에 대한 국가별 사례 분석 | 69 |
| 1) 유럽의 주요 사례: 영국, 이탈리아, 네덜란드, 스페인, 프랑스, 독일 | 69 |
| 2) 미국의 주요 사례: 미국 연방법과 주요 주법을 중심으로 | 73 |
| 3) 아시아 주요 사례: 중국, 일본, 한국 | 75 |
| 4) 남미의 주요 사례: 아르헨티나, 브라질, 멕시코 | 79 |
| 5) 각 나라별 포맷의 법적 보호 방안 | 81 |

| | |
|---|-----|
| 2. 방송 포맷 권리보호를 위한 관련 법규 | 83 |
| 3. 방송 포맷 분쟁 관련 국제기구 현황과 주요 활동 분석 | 88 |
| 1) FRAPA(Format Recognition and Protection Association) | 88 |
| 2) IFLA(International Format Lawyer Association) | 90 |
| 3) WIPO(World Intellectual Property Orgation) | 91 |
| 4. TV 포맷 권리보호를 위한 대안적 방안 | 93 |
| 1) 전략적 행동 | 93 |
| 2) TV 포맷 권리보호를 위한 실질적 방안 | 95 |
| 5. 소결 | 97 |
| 제5장 국내 방송 포맷 비즈니스 환경 | 101 |
| 1. 국내 방송 포맷의 수출입 현황 | 101 |
| 1) 국내 방송 포맷 수입 현황 | 101 |
| 2) 국내 방송 포맷의 수출 현황 | 103 |
| 2. 국내 방송 포맷의 저작권 분쟁사례 | 104 |
| 1) 국제 분쟁 사례 | 104 |
| 2) 국내 분쟁 사례 | 104 |
| 3. 소결 | 105 |
| 제6장 국내 방송 포맷의 권리보호와 산업 활성화를 위한 정책 방안 | 109 |
| 1. 지적재산권 관련 법체계에서 방송 포맷의 권리보호를 위한 방안 | 109 |
| 1) 저작권 침해 | 110 |
| 2) 비즈니스 자산으로서 포맷 보호: 사칭통용(Passing-Off) | 114 |
| 3) 라이선싱 산업의 일부로서 포맷 보호: 불공정거래행위 방지 | 116 |
| 4) 포맷 뒤에 숨겨진 노하우 보호 : 비밀정보법 | 118 |
| 5) 포맷 타이틀 보호: 등록상표법 지원 | 119 |
| 2. 포맷생성과 제작 및 판매과정 참여자들의 권리 보호 방안 | 120 |
| 1) 포맷 아이디어 제안자의 권리보호 | 121 |
| 2) 포맷 제작자의 권리보호 | 122 |
| 3) 해외배급사의 권리보호 | 122 |
| 3. 글로벌 시장에서 방송포맷 권리침해 보호를 위한 정부와 공적기관의 역할 | 123 |
| 1) 법률적 차원의 지원; 한국콘텐츠진흥원이 방송포맷 변호사를 채용하여 법률지원센터운영 | 123 |
| 2) 방송포맷의 글로벌 비즈니스 지원: FRAPA 등록비용 지원 | 124 |
| 3) 포맷의 권리보호 마인드확산 지원: 포맷의 법적보호에 관한 국제포럼 개최 | 124 |
| 제7장 맺음말 | 129 |
| 참고문헌 | 131 |

표 목 차

| | |
|---|----|
| 〈표 1〉 프로그램 포맷 개념도 | 13 |
| 〈표 2〉 세계 TV 포맷 무역 현황(2006-2008) | 17 |
| 〈표 3〉 수출된 포맷 시간 | 18 |
| 〈표 4〉 장르별 포맷 판매 시간 | 19 |
| 〈표 5〉 장르별 포맷 수출 에피소드 수(2006-2008) | 20 |
| 〈표 6〉 세계에서 인기 있는 포맷 톱 10(2006-2008) | 20 |
| 〈표 7〉 2003-2007년 전체 포맷 수출 현황(프로그램 시간 %) | 22 |
| 〈표 8〉 국가별 수출된 총 포맷 시간(2003-2007) | 23 |
| 〈표 9〉 우리나라 주요 방송사 수입 포맷 현황 | 28 |
| 〈표 10〉 우리나라 방송 콘텐츠 장르별 수출현황 | 29 |
| 〈표 11〉 우리나라 예능 포맷 판매현황 | 30 |
| 〈표 12〉 각 포맷 회사가 소유한 대표적인 포맷 | 33 |
| 〈표 13〉 1987-2007년 포맷 권리 관련 분쟁 현황 | 37 |
| 〈표 14〉 TV 포맷 관련 주요 국제분쟁 | 40 |
| 〈표 15〉 포맷 구성요소의 저작물 해당 여부 | 63 |
| 〈표 16〉 영국의 저작물 범위 | 69 |
| 〈표 17〉 대한민국 저작권법의 저작물 규정 | 78 |
| 〈표 18〉 각 나라별 포맷관련 적용법 | 81 |
| 〈표 19〉 IFLA의 주요변호사 | 91 |
| 〈표 20〉 WIPO 중재 조종 센터 실무 | 92 |
| 〈표 21〉 포맷보호를 위한 구체적 제언 | 96 |



그림 목 차

| | |
|--------------------------------------|-----|
| 〈그림 1〉 완성된 프로그램 수출 시장 점유율 | 22 |
| 〈그림 2〉 포맷 분쟁 유형 | 38 |
| 〈그림 3〉 텔레비전 포맷 안의 대표적인 저작권 작품들 | 83 |
| 〈그림 4〉 저작권과 다양한 콘텐츠 | 112 |



요 약 문

요 약 문

미디어 기술이 발전하면서 그야말로 세계 수용자를 대상으로 제작되는 텔레비전 프로그램이 많아지고 있다. 국내 지상파 방송에서도 방영되고 있는 <1 vs 100>을 비롯해, 케이블 텔레비전에서 시청률 효과 노릇을 하고 있는 <Project Runway Korea> <도전 슈퍼모델 코리아>등이 지구촌 수용자를 대상으로 만들어진 프로그램들이다. 또 <슈퍼스타 K>, <위대한 탄생> 등 각종 오디션 프로그램들도 <American Idol>과 같은 오디션 프로그램의 한국판 버전인 셈이다.

전 지구적으로 이뤄지고 있는 방송 영상 콘텐츠의 현주소를 잘 보여주는 위의 프로그램들 중심에 TV 포맷 비즈니스가 형성돼 있다. 1990년대 말 영국에서 첫 방영된 <Who Wants To Be A Millionaire?>가 미국을 비롯한 전 세계 국가에서 성공을 거두면서 포맷 비즈니스가 방송 영상 콘텐츠의 세계적 유통에서 중요 부문으로 부각되었다. 그전까지 방송 영상 콘텐츠는 드라마와 TV 영상 등 미국을 중심으로 형성된 완성본 프로그램이 주도하고 있었다.

포맷은 시리즈로 제작되는 프로그램에서 각각의 에피소드를 구성하는 가변의 요소 중 변화하지 않고 유지되는 요소들의 집합을 가리키는 개념이다. ‘프로그램을 완성시키는 정보와 노하우 집합체’로서 프로그램의 개별 에피소드가 제작될 기반이자 비결인 것이다.

완성본 위주로 판매되던 세계 방송 영상 콘텐츠 유통 부문에서 포맷이 부각되기 시작한 것은 앞서 언급한 것처럼 90년대 후반 일부 프로그램이 큰 성공을 거두면서 부터다. 90년대 말 <Big Brother>, <Who Wants To Be a Millionaire?>, <Survivor>가 큰 성공을 거둔 이후부터 세계 방송 영상 부문이 포맷에 관심을 두기 시작한 것이다. 이후 계산 방식에 따라 조금씩 다르기는 하지만 2002~2004년 64억 유로에 달하던 시장 규모가 2006년~2008년 93억 유로로 증가할 정도로 빠르게 성장하고 있다.

흥미로운 것은 포맷 시장이 미국보다는 유럽에 의해 주도되고 있다는 점이다. 대표적인 포맷 제작 유통 회사로 거론되는 영국의 'Freemantle Media' 'Celador' 'BBC World', 그리고 네덜란드의 'Endemol'이 모두 유럽에 위치하고 있다. 특히 포맷 비즈니스에서 영국이 차지하는 비중은 주목할 만한데 이는 ‘언어적 측면과 ‘정책적’ 측면에서 그 이유를 찾아볼 수 있다. 첫째 언어적 측면은 영국이 영어권 시장을 겨냥할 수 있기 때문에 다른 언어에 비해 적정 이윤 회수가 유리하다는 것을 뜻한다. 둘째, 가장 중요하게는 영국이 정책적으로 독립 프로덕션과 방송 제작자들에게 유리한 정책을 전개하는 등 다른 국가에 비해 제도적, 정책적 지원체계가 잘 갖추어져 있다는 점을 들 수 있다. 이를 보면 1990년 제정된 영국의 방송법(Broadcasting Act)은 각 지역 방송국이 독립 프로덕션이 제작한 프로그램 25% 이상을 방영하도록 하는 쿼터제를 도입해 각종 독립 제작사들이 자립할 수 있는 기반을 마련해 주고 있다. 또 오프콤(Ofcom)의 전신인 ITC가 만든 ‘유통에 대한 권리강령’은 제작자들이 자신이 만든 프로그램에 대한 저작권을 소유하면서 2, 3차 수익을 보장받을 수 있게 해 콘텐츠 제작자가 산업적으로 보호받을 수 있는 환경을 구축해 주고 있다. 이와 같은 방송 인프라는 결과적으로 크고 작은 제작사들이 실패 위험이 높은 포맷 개발에 적극 나설 수 있는 선순환 구조를 형성해 영국의 포맷 산업을 견인하고 있다. 유럽이 주도하고 있는 포맷 비즈니스에서 거래되는 포맷은 크게 대본이 없는 포맷(Non-Scripted Format)과 대본 포맷(Scripted Format)으로 분류할 수 있다. 대본 없는 포맷은 미리 정해진 대본에 따라 움직이는 것이 아니라 참가자와 진행자가 프로그램을 자유롭게 끌고 가는 형태로 세계 포맷 비즈니스가 주로 이 부문에서 이뤄지고 있다.

세부적으로는 게임쇼, 리얼리티/ 서바이벌, 텔런트 콘테스트, 데이팅 프로그램 등이 포함된다. 다음으로 미리 작성된 대본에 따라 프로그램을 만드는 대본 포맷이 있다. 포맷 비즈니스는 통상 대본 없는 장르가 주도적인 위치를 차지하고 있지만 남미의 ‘텔레노벨라(telenovela)’의 경우처럼 대본을 가진 드라마 장르도 포맷 수출로 확장될 수 있다는 가능성을 보여주고 있다.

그런데 포맷과 관련해 주목해야 할 점은 포맷이 세계 시장에서 유통되는 실체임에도 포맷의 권리 보호는 애매한 위치에 처해 있다는 점이다. 포맷이 비교적 최근에 주목받은 것이 가장 큰 이유이겠지만 사용자에게 따라 용어의 정의와 사용 범위에 대한 입장과 강조점에 차이를 보여 포맷의 권리를 보호하기 위해 필요한 법적, 제도적 장치 마련이 쉽지 않다는 것이다.

그로 인해 TV 포맷이 세계 방송 영상 콘텐츠 시장의 주요 영역으로 떠올랐음에도 포맷의 법적, 제도적 권리에 대한 일관된 흐름이 아직 도출되지 않았고 분쟁도 늘어나고 있다.

TV 포맷의 법적 권리에 관한 한, 세계 각국은 TV 시장의 환경 변화에 발맞춰 TV 포맷을 지적 재산권의 일부로 인정, 보호해야 한다는 인식을 확장시켜 왔다. 그러나 국가마다 지적 재산권이나 저작권에 대한 인식 범위가 다르고, 적용 문화가 다를 뿐 아니라 보다 근본적으로는 TV 포맷을 저작권으로 보호해준다 할지라도 적용 대상이 애매모호해 일관된 법 적용을 기대하기 어려운 현실이다.

그동안 포맷 권리에 대한 국제 분쟁 사례 중 가장 큰 비중을 차지하는 것은 전체 소송 중 80% 가량이 저작권 침해로 소송을 제기한 것에서 알 수 있듯이 저작권 관련 분쟁이다. 그러나 분쟁 건수에 비해 실제로 소송이 제기된 것은 23건에 불과하고 그나마 최종 판결에 이른 것은 10건에 불과하다는 점, 또 저작권 침해 등을 이유로 소송을 제기한 원고가 승소한 경우는 3건에 불과하다는 점에서 알 수 있듯이 TV 포맷을 저작권으로 보호받기 위해 국제적인 소송을 제기하는 것이 경제적, 시간적 측면에서 결코 쉬운 일이 아니다. 이에 최근에는 저작권이 아니라 상표권, 불공정경쟁, 사칭 통용 등 저작권 이외에 비즈니스 권리로 인정받으려는 소송이 많아지고 있다.

TV 포맷 분쟁과 관련된 최초의 사건으로 중요한 사건은 뉴질랜드에서 진행된 <Opportunity Knocks>와 관련된 소송이다. 이 프로그램은 영국에서 방영돼 큰 인기를 끌었던 프로그램인데 원고였던 Green은 뉴질랜드에서 자신의 프로그램과 타이틀도 동일하고 진행 방식도 매우 유사한 프로그램이 방영된다는 사실을 알고 저작권 침해 소송을 제기했다. 이 사건은 비록 저작권 침해를 인정받지 못했지만 포맷이 창작 권리의 일부, 또는 지식재산권의 일부로 보호받는 소송을 제기할 수 있다는 점에서 주목을 끌었다. 또 <Survivor>와 <Big Brother>와 관련된 소송들도 TV 포맷 분쟁과 관련해 유명한 사건들이다. 이들 프로그램이 세계적으로 큰 인기를 얻으면서 유사한 프로그램이 많이 만들어져 표절과 저작권 침해 등으로 소송을 제기했기 때문이다.

이 중 <Big Brother>의 포맷 저작권을 소유하고 있는 Endemol이 브라질 TVSBT와 벌인 소송은 포맷의 저작권을 인정하고 손해배상액까지 청구한 사건으로 의의가 큰 사례이다. 또 미국에서 진행된 <Survivor>도 저작권 침해 인정 여부를 떠나 방송제작자는 물론 일반인들도 TV 포맷의 중요성을 인식하게 만든 사례로 널리 알려져 있다. 영국에서 개발된 이 프로그램은 미국 버전 <Survivor>로 방영되면서 큰 인기를 얻었는데 인기를 반영하듯 이후 유사 프로그램이 많이 만들어졌다. 그에 따라 표절과 저작권 침해를 주장하는 소송도 ‘CBS vs Fox’, ‘CBS vs ABC’ 등 잇따랐다. 이 중 CBS vs ABC 사건은 리얼리티 프로그램에 대한 최초의 저작권 판결이라는 점에서 중요한 의미를 갖고 있다. 법원은 소송을 다루면서 각본을 가진 드라마나 소설과 같은 최종 표현물을 가진 대상에 적용하던 어문저작물의 표절 여부 심사와

같은 조건으로 리얼리티 프로그램에 대한 ‘실질적 유사성 판단’을 적용해 저작권 침해 여부를 판단했다. 따라서 비록 최종적으로는 저작권 침해 인정을 받지 못해 원고 패소했지만 TV 포맷에 극저작물과 동일한 기준을 적용했다는 점, 아이디어 자체는 보호 못해도 아이디어의 편집에 대해서는 보호가 인정된다고 밝힌 점 등에서 이정표적 판례라 할 수 있다.

이렇듯 포맷에 관한 법적 권리는 나라마다, 사례마다 상이하다. 국가별로 살펴보면 미국과 영국에서는 방송 포맷에 대한 법적 보호가 대체로 어렵다. 저작권법을 적용해 보호된 사례가 없으며 계약법이나 불공정 경쟁법이 적용 될 수 있다고 하더라도 실제 판례로 남아 있는 경우는 거의 없는 것으로 분석되었다. 같은 유럽 국가들 사이에서도 서로 다른 법적 태도를 취하고 있는데 프랑스는 방송 포맷의 법적권리를 인정하여 사칭통용과 같이 경업질서를 위반하는 행위에 대한 법적 제제를 남긴 사례를 보여준다. 이탈리아 또한 방송 포맷의 저작권을 인정 하였고 여러 관련 업계의 단체들 사이에서 방송 포맷 보호에 대한 움직임을 볼 수 있다.

포맷 산업의 선두 국가라고 할 수 있는 네덜란드는 영국과는 다르게 포맷의 권리를 법으로 명시하였다. 하지만 외국 회사의 네덜란드 Endemol에 대한 저작권 침해 소송에서는 침해를 인정 하지 않았다. 이것은 포맷이 저작권의 보호를 받는다고 하여도 실질적으로 보호를 받을 수 있는 여부는 사건마다 다르게 판결 될 수 있다는 것을 의미한다. 스페인, 브라질, 아르헨티나 그리고 멕시코에서는 방송 포맷의 법적 권리에 대한 자리매김에 긍정적, 적극적인 입장을 나타내고 있다. 다른 유럽 국가들과는 다르게 독일에서는 방송 포맷은 저작권으로 보호 될 수 없다는 판례를 남겼는데 독일도 영국이나 미국처럼 고정된 물체에 표현된 아이디어만을 저작권으로 인정 하였다. 하지만 상표권으로 방송 포맷이 보호된 사례는 독일이 방송 포맷에 대한 법제 정책에 있어 의지를 표명한 것으로 볼 수 있다. 아시아의 주요 사례로는 중국, 일본 그리고 한국을 살펴보았는데 중국은 아직까지는 방송 포맷의 법적 보호의 움직임은 찾아 볼 수 없다. 아시아의 방송 포맷 산업의 선두인 일본의 경우에는 포맷에 관한 인식이 업계에서는 이미 확고하게 정립되어 활발한 산업으로 육성하고 있으며 법적 권리나 침해에 관하여 소송이나 여러 가지 방법을 통해 적극적인 태도를 취하고 있다. 한편 우리나라에서 방송 포맷에 관한 법적 권리보호의 의지가 될 수 있는 판례는 아직까지는 없다. 마찬가지로 표현된 저작물만 보호되고 있는 실정이며 포맷의 권리 보호에 관한 사회적 인식이 부족하다고 할 수 있다.

방송 포맷 권리보호를 위한 관련 법규들 중 가장 많이 적용된 사례가 저작권법인데 실제로 저작권법의 보호를 받은 판례는 스페인뿐이다. 그래서 불공정 경쟁법, 상표법, 그리고 기밀정보보호법에 의지 하여 법적 권리를 보호 받은 경우도 있다.

한국의 방송 포맷 산업은 다른 나라들에 비해서 활발하지는 않지만 수출입의 증가는 꾸준히 높아지고 있는 것으로 보인다. 한류를 바탕으로 한 드라마의 성공적인 수출이 포맷 산업에도 좋은 영향을 미칠 것으로 분석되고 있는 가운데 한국의 예능 프로그램 포맷 수출 개척을 위한 통로를 준비하는 것이 현재 방송업계에 과제라고 할 수 있겠다. 방송 포맷의 수출이 업계에 막대한 이익을 가져다주는 수익원으로 자리 잡을 수 있는 블루오션이므로 포맷 연구에 대한 적극적 투자와 제도 장치의 마련이 필요하다.

해외의 유명 포맷 회사의 판매방식에 따라 파견 PD의 제도나 포맷 바이블을 제작하여 판매한다면 포맷의 수익성은 더 확대 될 수 있다. 아직까지는 수입이나 수출을 위한 체계가 부족하지만 이를 위한 중개기관이나 유통경로의 확충이 필요한 것으로 분석된다.

방송 포맷 수입은 해외의 성공적인 프로그램의 포맷을 수입하여 제작 방영하기 때문에 프로그램 개발

에 대한 부담감이 적은 면에서 장점으로 여겨지나 방송 포맷 수입에 있어 중요하게 고려되어야하는 문화적 할인이라는 벽은 만만하지 않다. 해외에서 성공한 프로그램이 한국에서의 성공을 보장하지 않기 때문이다. 포맷 수입을 통한 성공적인 프로그램 제작을 위해서는 포맷의 현지화를 위한 포맷 전문가의 양성이 가장 우선되어야 하며 제도적인 지원과 투자 또한 병행되어야 할 것이다.

국내 방송 포맷 비즈니스의 발전을 위해 저작권 분쟁과 관련하여 이제는 외국의 프로그램을 노골적으로 표절하는 업계의 관행 또한 지양되어야하며 방송 포맷의 개념과 그 권리 보호에 대한 인식이 사회 전반적으로 전환되어야 하는 시점에 서 있는 것으로 분석된다.

이상의 연구결과를 토대로 우리나라가 포맷 비즈니스를 발전시키고 권리보호를 증진하기 위해 참고할 만한 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 법률적 차원의 지원: 한국콘텐츠진흥원이 방송포맷 변호사를 채용하여 법률지원센터 운영. 우리나라에는 아직 방송포맷을 전문적으로 취급하는 변호사들이 많지 않다. 일부 변호사들이 방송포맷의 권리침해에 관해 관심을 갖고 있으나 아직은 국제적으로 활동하는 경우는 알려지지 않은 상태이다. 그러나 우리 정부가 앞으로 국내 방송포맷의 해외진출 전략에 역점을 두고 지원할 계획이므로 먼저 공적기관이 나서 포맷 전문가를 확보하는 것이 바람직 할 것이다. 이를 위해 한국콘텐츠진흥원에서 변호사를 채용해 포맷권리 보호를 위한 연구를 지속적이고 체계적으로 수행하는 방안을 검토해 볼 수 있다. 영어 구비능력을 갖춘 변호사를 중심으로 IFLA에 등록해 포맷 분쟁관련 무료 상담을 지원해 줄 수 있을 것이다.

둘째, 방송포맷의 글로벌 비즈니스 지원: FRAPA 등록비용 지원. 방송포맷이 법률적으로 보호받기 위한 필요조건 중의 하나가 바로 문서로 등록하는 것이다. 포맷의 인증과 보호를 위한 협회인 FRAPA는 회원사로 가입을 하게 되면 포맷의 법적 보호를 위한 다양한 서비스를 받게 된다. 예를 들어 포맷가격을 산출하고, 계약서를 만들고 그리고 포맷바이블을 만드는 등 비즈니스 차원의 도움을 줄 뿐만 아니라 문서포맷과 온라인 포맷을 등록하여 법적 분쟁 시 국제적으로 인정을 받을 수 있게 한다. 문제는 회원사 비용이 만만치 않아 개별 제작사 차원에서 FRAPA에 가입하는 것이 생각보다 쉽지 않다는 것이다. 따라서 이를 지원해 줄 수 있을 것이다.

셋째, 포맷의 권리보호 마인드확산 지원: 포맷의 법적보호에 관한 국제포럼 개최. TV 포맷 뿐 아니라 창의산업 전반의 발전을 위해서는 창작자의 권리가 보호받을 수 있다는 문화적 인식이 확산될 필요가 있다. 또 TV 포맷이 지적 자산으로 보호받을 수 있는 영역이라는 인식도 필요하다. 따라서 포맷 크리에이터부터 제작자나 방송사 그리고 배급대행사에 이르기까지 포맷의 권리에 대한 인식과 지식 확산에 필요한 다양한 작업들이 필요하다. 예를 들어 국내에서 정기적으로 포맷의 법적 보호에 관한 글로벌 포럼을 개최하는 것을 고려 할 수 있다. 포럼을 통해 국제적인 분쟁사례와 판례 등을 수집하여 포맷의 재산권에 대한 인식을 제고하고 더 나아가 법적 보호방안 등을 논의하는 장을 제공하는 것이다.

제1장

서론

제1장 서론

1. 연구의 배경과 의의

오늘날 포맷이란 용어는 전 세계적으로 광범위하게 사용되고 있다. 물론 포맷이란 반드시 방송과 관련된 용어는 아니지만 통상 포맷이란 TV 포맷으로 이해하는 경향이 두드러지고 있다.

포맷의 개념은 다양한 의미를 갖고 있다. 즉 포맷은 경제적, 법적, 제작 기술적 그리고 분배 기술적 차원의 의미뿐만 아니라 프로그램을 분류하는 경우에도 사용하고 있다. 예를 들면 기술적 차원의 TV 포맷은 주사선의 수에 따른 TV방식(NTSC, PAL, SECAM), 화면의 구성비(4:3, 16:9 등) 그리고 TV영상의 디지털화 등을 의미한다.

경제적 차원에서 TV 포맷은 특정 방송물의 라이선스를 양도, 양수하는 것으로서 라이선스 구매자가 소유자로부터 라이선스를 확보하여 방송제작을 위한 구성과 연출의 기본 자료를 확보하는 것을 가리킨다.

또한 포맷은 경우에 따라 종류(Gattung)나 장르(Genres)를 의미하기도 하는데, 둘 사이 개념 구분이 명확하지 않은 상태에서 자주 사용되고 있다. 통상 방송에서 종류란 의미는 다큐멘터리, 영화, TV극, TV 시리즈 등을 의미하고 장르라 함은 멜로드라마, 웨스턴 같은 것을 의미한다고 볼 수 있다. 즉 프로그램의 종류가 장르보다 상위개념으로서 드라마를 프로그램 종류라고 할 때, 하위 개념인 장르에는 멜로 드라마, 수사물 드라마 등이 있다고 말할 수 있다.

본 연구에서 사용되는 TV포맷이란 경제적 관점에서 이해되는 개념으로서 특정 프로그램의 제작과 관련된 모든 정보를 확보하여, 동일한 또는 유사한 프로그램을 제작할 수 있도록 하는 것을 말한다.

세계적으로 방송 포맷이 거래되기 시작한 것은 50년대로까지 거슬러 올라가는 아주 오래전의 일이다. 처음으로 수입된 포맷은 GOODSON TODMAN 프로덕션의 〈What's My line〉이라는 프로그램으로 1951년 미국에서 영국으로 판매되었다(Glazier, 2012). 이 시기의 포맷은 5-60년대 〈Wheel of Fortune〉 등과 같은 게임 쇼가 주류를 이루었다. 특히 2차 대전이 끝나고 1954년까지 배급제가 존재할 정도로 궁핍했다는 사회적 분위기는 시청자들에게 돈을 벌 수 있게 해준다는 사실이 중요했기 때문에 상금을 주는 프로그램이 인기가 좋았다.

그러나 현재 사용되는 TV 포맷거래는 통상 이보다 이후의 것을 가리킨다. 1980년대 이후 세계적으로 케이블TV와 위성방송 등 뉴미디어들이 대거 TV시장에서의 경쟁은 갈수록 치열해졌고, 경쟁상황에서 실패의 위험을 최소화하기 위해 방송사들이 이미 다른 국가에서 성공을 거둔 프로그램의 포맷을 구입하기 시작한 것을 가리키는 경우가 많다는 것이다. 이후 포맷거래 시장은 갈수록 성장하였고 특히 1999년 네덜란드에서 선보인 〈Big Brother〉는 수익 면에서 세계적으로 가장 성공적인 스토리를 만들어 냈다. 또 2000년에 들어서는 교양, 오락 프로그램의 Factual Entertainment가, 2000년대 중반부터는 텔런트 오디션 쇼가 주류를 이루고 있다(Glazier, 2012).

이처럼 포맷 비즈니스 역사를 살펴보면, 인기 포맷은 시대마다 달라져 왔고, 세부 사항도 조금씩 진화해 왔다. 물론 특정 국가에서 성공한 프로그램이 모두 다른 나라에서도 성공한다는 보장은 없다. 오히려 원래 제작된 국가에서는 인기가 없었으나 외국에서 인기가 있었던 프로그램들도 많이 있다.

포맷의 국제거래는 드라마, TV 영화 등 완성본에 집중하고 있는 미국보다는 유럽중심으로 활발하게 이

루어지고 있다. 특히 영국과 네덜란드 등이 선도하고 있는데, 영국은 포맷산업이 전체 무역수지에 큰 도움을 줄 정도다. 그 배경에는 영국의 자존심이라고 할 수 있는 공영방송의 세계적인 아이콘인 BBC와 Fremantle Media와 같은 세계적인 포맷회사가 자리 잡고 있다. 포맷 비즈니스는 TV 산업의 전반적인 하락세 속에서도 꾸준한 증가세를 보이고 있으며, Endemol, Fremantle Media 등 전통적인 강자 이외에 M&A를 통해 시장에 새롭게 등장한 기업들도 늘어나는 등 전반적으로 상승세를 유지하고 있다(FRAPA Report, 2009).

이렇듯 포맷의 거래가 활발해져 수출입 산업규모가 증가하면서 포맷의 권리보호가 큰 화두로 떠오르게 되었다.

TV 포맷의 법적 권리에 관한 한, 세계 각국은 TV 시장의 환경 변화에 발맞춰 TV 포맷을 지적 재산권의 일부로 인정, 보호해야 한다는 인식을 확장시키고 있다(Coad, 2012). 그러나 국가마다 지적 재산권이나 저작권에 대한 인식 범위가 다르고, 적용 문화가 다르며 TV 포맷을 저작권으로 보호해준다 할지라도 적용 대상이 애매모호해 일관된 법 적용을 기대하기 어려운 현실이다. 그럼에도 갈수록 조밀해져가는 지구촌 시대에 인기 있는 포맷은 세계를 넘나들며 확산되고, 세계적인 포맷 유통 회사들은 자체 개발한 프로그램의 포맷권리를 보호하기 위해 소송과 분쟁도 불사할 정도로 적극적으로 대처하고 있다.

포맷 비즈니스의 세계적 흐름 속에서 한국의 포맷 비즈니스는 방송 영상 콘텐츠 유통의 중요 부문으로 성장하고 있기도 하다. 아직은 시작 단계에 불과하지만 한류를 중심으로 드라마 수출이 늘어나고 있고, 일부 예능프로그램도 포맷이 수출되면서 그 중요성이 높아가고 있다.

이러한 방송환경의 변화를 감안할 때 방송 포맷의 개발과 유통 활성화를 위해서는 우선적으로 포맷에 대한 경제적 권리를 사회적으로 인식하도록 하는 환경 조성이 시급하다.

따라서 본 연구는 이러한 문제의식을 해결하기 위해 방송 포맷에 대한 권리보호 방안을 마련한 것을 궁극적인 목적으로 삼고 있다. 연구 목적을 구체적으로 정의하면 다음과 같다.

- 첫째, 방송 포맷의 지적재산권 관련 분쟁 사례와 이를 해결하기 위한 선진국의 법제도적 대응 방안을 살펴보고자 한다. 이는 분쟁사례를 통해 보호해야 할 권리의 범위를 구체화하려는 것이다.
- 둘째, 국내에서 방송 포맷을 보호하기 위한 제도적 방안을 모색하고자 한다. 지적재산권 측면에서 권리 침해에 대한 대응 방안과 보호를 위해 필요한 다양한 장치를 제안할 뿐만 아니라 이를 사회적으로 정착시키기 위한 법제도 개선 및 정책 방안을 제시하고자 한다.

2. 연구의 범위 및 보고서의 구성

위와 같은 연구 목적에 따라 이 연구는 크게 다음과 같은 연구 범위를 설정하였다.

첫째, 방송 포맷의 법적 권리를 이해하기 위해 필요한 포맷 비즈니스의 특성과 구조에 대해 살펴보고자 한다. 이와 함께 포맷 산업의 형성과 성장, 주요 포맷 선진국가의 포맷 비즈니스 현황 등에 대해서도 알아볼 것이다.

- 방송 포맷의 권리보호에 대한 이론적 논의
 - 방송 포맷 산업의 특성과 구조
 - 방송 포맷 산업의 형성과 발전

둘째, 방송 포맷의 권리 보호가 어떤 방향에서 전개되어왔고, 향후 어떻게 발전할 것인지를 파악해 보고자 한다. 이를 위해 텔레비전 포맷을 둘러싼 국제 분쟁 현황과 주요 사건에 대해 살펴볼 것이다. 이를 바탕으로 포맷 권리를 보호하기 위해 각국이 전개하고 있는 법적, 제도적, 정책적 방안에 대해 논의해 보겠다.

○ 방송 포맷 거래에서의 국제분쟁 사례 및 국가 간 법적, 제도적, 정책적 이슈 분석

- 해외 방송 포맷 거래와 관련된 국제분쟁 사례 및 판례 조사
- 방송 포맷 분쟁해결 기구 현황과 주요 활동

○ 방송 포맷 선진국의 권리보호를 위한 제도적, 정책적 대응 고찰

- 포맷 권리 보호를 위한 실질적 조언

셋째, 이상의 논의와 분석을 토대로 국내 방송 포맷 비즈니스 현황과 권리 보호에 관한 대응 방안을 살펴보고 권리보호와 산업 활성화를 위한 정책적 방안을 제안하겠다.

○ 국내 방송 포맷 거래환경 조사

- 국내 방송 포맷의 수출입 현황
- 국내 방송 포맷의 저작권 분쟁사례

○ 국내 방송 포맷의 권리보호와 산업 활성화를 위한 정책 방안

- 지적재산권 관련 법체계에서 방송 포맷의 권리보호를 위한 방안
- 포맷아이디어 제안자, 포맷 제작자, 방송사, 해외배급사 등 각 단계의 참여자들이 권리를 보호받을 수 있는 방안
- 글로벌 시장에서 방송포맷 권리침해 보호를 위한 정부와 공적기관의 역할

이상을 토대로 본 보고서는 다음과 같이 구성되어 있다.

I 장 서론에 이어 II장은 방송포맷의 권리보호에 관한 이론적 논의 부분으로 방송포맷 산업의 특성과 구조, 포맷산업의 형성과 발전을 다루고 있다. III장은 방송포맷 관련 주요 국제 분쟁사례를 다루면서 TV 포맷 분쟁의 주요 역사와 이정표가 될 만한 사건, 그리고 각국의 분쟁 사례를 소개하고 있다. IV장에서는 주요 포맷 선진국의 법적 제도적 보호방안에 대해 논의하고 있다. 영국과 네덜란드 등 포맷 비즈니스를 선도하고 있는 국가의 제도와 법체계를 알아보고 국내 포맷 권리보호 방안에 시사하는 함의를 도출하기 위해서이다. 또 V장에서는 국내 포맷 비즈니스와 권리보호를 위한 현황 점검을 위해 시작 단계에 불과하지만 국내 포맷 비즈니스 수출입 현황을 살펴본 뒤 포맷 관련 분쟁 내용을 살펴보았다. 이상의 논의들을 토대로 VI장 결론에서는 포맷 개발과 제작, 유통과정에 참여하는 개인이나 기관의 권리보호를 위해 현 시점에서 도입 가능한 시책과 제도, 정책적 보완 방안에 대해 제언하였다.



제2장

방송포맷 산업의 특성과 현황

제2장 방송포맷 산업의 특성과 현황

1. 방송 포맷 산업의 특성과 구조

1) 방송 포맷의 정의와 범위

오디션 프로그램 열풍을 비롯해 지상파와 케이블 텔레비전에서 해외 인기 TV 프로그램을 리메이크한 프로그램이 많아지기 전까지 우리나라 방송 분야에서 포맷(Format)이란 용어는 그리 익숙한 용어가 아니었다. 포맷이란 말보다 장르나 유형이란 용어가 더 많이 활용되었고 포맷은 주로 IT 하드웨어 분야에서 사용되는 형식, 서식, 체제, 형태 등을 가리키는 것이 일반적이었다(홍순철, 2010). 그러다가 우리나라에서는 방영되지 않았지만 <Who Wants To Be A Millionaire?>가 전 세계적인 인기를 얻어 소위 ‘돈 되는’ 블루오션으로 떠오르면서 한국의 방송 분야에서도 포맷이란 용어를 사용하기 시작했다.

포맷은 일련의 계속되는 시리즈물 프로그램에서 각각의 에피소드를 구성하는 요소 중에서 변화하지 않고 꾸준히 유지되는 요소들의 집합을 의미한다(Moran, 1998: 13쪽). 기존에 방송 분야에서 사용되던 장르나 유형 개념보다 구체적인 수준에서 프로그램이 갖추고 있는 일정한 구성이나 틀을 뜻하는 용어로서, 특정 프로그램이 갖고 있는 내용이나 형식상의 독창적인 요소를 지칭하는 것이다(배진아, 2008). 그런데 포맷에 대한 정의는 비교적 최근에 주목받기 시작한 것이 중요한 원인일겠지만 용어의 정의와 사용 범위에 대한 입장과 강조점이 경우에 따라 조금씩 차이가 난다. 통상적으로 업계에서 사용되는 기준이 있을 뿐 합의된 정의는 없다는 것이다.

기존 연구에서 드러난 정의를 살펴보면, ‘프로그램에 대한 약식 기획(informal plan)으로 프로그램의 시작부터 종료까지 연출자가 보고 지시할 내용을 이야기하듯 서술해 놓은 것(하윤금, 2005)’을 비롯해 ‘프로그램에 대한 다층적인 컨셉이자 내적 구조 또는 재현 방식(Lane, 1992)’, ‘다른 장소와 시간에서 프로그램의 개작(改作) 가능성을 높여주는 정보와 노하우의 전체 패키지 또는 프로그램의 상수와 같은 요소들(Moran & Malbon, 2006)’ 등이다. 종합하면, 프로그램의 개별 에피소드가 제작될 기반이자 반복 가능한 요소로서 텔레비전 프로그램을 성공적으로 다시 제작할 수 있게 해주는 일종의 비결이 포맷이라 할 수 있다.

현재 KBS에서 방영중인 <1 : 100>이라는 퀴즈 프로그램을 예로 들면, 참가자의 규모는 어느 정도로 할 것인지, 퀴즈를 풀어나가는 방식은 어떻게 할 것인지, 구체적인 문제는 어떤 방식으로 출제할 것인지, 최종 승리자는 어떤 과정을 통해 결정할 것인지, 상금은 어느 정도 규모로 지급할 것인지와 같이 프로그램을 완성하는 데 필요한 구체적이고 세부적인 제작 지침이 포맷을 구성하는 요소가 되는 것이다(배진아, 2005). 또 국내 케이블 텔레비전에서 방영돼 인기를 끌었던 리얼리티 경쟁 프로그램 <Project Runway Korea>의 경우에서처럼 참가자들의 인터뷰 방식, 진행자의 진행 순서나 말투, 심사위원들의 역할 분담 등 실제 프로그램 제작과 진행에 필요한 지침 사항도 포맷이라는 이름으로 불릴 수 있다. 이렇게 보면 포맷은 ‘프로그램을 완성시키는 정보와 노하우의 집합체’라는 명사적 성격과 ‘프로그램 요소들을 체계적으로 기록하고 조직해서 프로그램의 응용 가능성을 높이는 행위’와 같은 동사적 성격이 혼합돼 있다고 볼 수 있다.

이렇게 용어의 정의가 광범위하고 해석의 여지가 많다는 것은 포맷이란 용어가 현장에서 자연스럽게 사용되고, 비즈니스 영역에서 실제로 거래가 성사되는 실체를 가리키는 것임에도 불구하고 여전히 모호한 대상으로 여겨지고 있다는 것을 반증하는 것이다. 특히 관행적으로 업계에서 통용되는 측면이 아니라 권리보호를 위해 법적, 제도적 차원에서 포맷을 정의하려고 하면 정확한 범위와 정의를 도출하기 어렵다(Gottlieb, 2010). 포맷이 프로그램 제작에 필요한 아이디어에서부터 제작 노하우, 프로그램 지침서처럼 단순하고 추상적인 아이디어에서부터 저작권으로 보호할 수 있는 표현물 또는 완성본 사이에 놓여 있는 중간영역(gray area)을 가리키는 경우가 많기 때문이다(하윤금, 2005). 즉 포맷의 권리를 보호하기 위해, 다시 말해 포맷을 저작권처럼 법적인 보호의 대상으로 간주하기 위해서는 창작물의 형태로 표현되거나 발표된 실체가 있어야 하는데 포맷은 성격상 문서화된 서류로 표현하지 않는 제작 노하우나 제작 분위기를 가리키는 경우가 많아 권리 보호에 어려움이 많다는 것이다.

따라서 포맷의 권리 보호를 논하기 위해서는 일차적으로 포맷 비즈니스에서 유통되는 포맷 관련 범주를 이해할 필요가 있다(홍순철, 2010). 이를 토대로 현행 법 체계 안에서 권리를 보호할 수 있는 방안을 모색해야 하기 때문이다.

업계에서 사용되는 포맷의 정의와 범주는 첫째, 서면 포맷(paper format)이라 불리는 것으로 프로그램의 주요구성 성분들과 그들의 결합방식을 요약해 놓은 문서를 가리킨다. 초기의 아이디어를 구두가 아니라 문서로 정리해놓은 것이다.

둘째, 바이블(bible) 형식의 포맷으로 작가는 제작 노트에서부터 몇 백 페이지에 달하는 문서에 이르기까지 프로그램의 전체 세부사항과 가이드 내용을 서류형식으로 정리한 것을 가리킨다. 바이블에는 각각의 에피소드 속에 담긴 내용 순서로서 프로그램의 구조, 시리즈와 경쟁의 구조, 프로그램 외관, 스타일, 그래픽, 음악으로 이루어진 브랜딩의 구성 요소 뿐 아니라 해당 프로그램이 다른 나라에 방영되었을 때의 시청률, 타깃 시청층 분석, 편성 스케줄, 제작 시 주의사항이 포함된 컨설팅 보고서까지 광범위하게 포함될 수 있다(은혜정, 2008 a).

셋째, 바이블 정의에서 알 수 있는 것처럼 포맷의 거래 범주에는 포맷을 수출한 지역의 현지 제작 과정에서 도출된 스케줄, 목표로 삼는 시청자, 예상 시청률 또는 원 제작국에서의 시청률, 시청자 관련 인구통계 자료 등에 대한 인쇄 정보 패키지도 포함될 수 있다.

넷째, 실제로 방송되지 않았다 할지라도 이전 프로그램의 버전이나 프로그램에 삽입했던 영화 필름, 컴퓨터 소프트웨어와 그래픽도 포맷 범위에 포함될 수 있다.

다섯째, 포맷을 소유하고 있는 회사가 새로운 제작자들에게 제공하는 상담 서비스처럼 실제 사람과의 관계에서 발생하는 마케팅까지 포맷 범주에 포함하기도 한다. 앞서 예로 든 <Project Runway Korea>와 같은 경우 원래 제작사의 피디가 국내에 파견돼 프로그램 진행자의 말투, 카메라 각도와 진행방식에 이르는 매우 세세한 부분까지 상담해 주었던 것으로 알려졌는데 이와 같은 상담 서비스도 포맷 거래의 범주에 포함될 수 있다.

2) 방송 포맷의 거래 대상과 특성

포맷은 앞서 말할 것처럼 실체적인 형태를 갖지 않는 추상적 아이디어와 그와 같은 아이디어를 구체화시킨 실체 사이의 중간 영역에 해당하는 경우가 많다. 즉, 새로운 프로그램을 창작하는 과정에서 이전 프

로그그램이나 다른 영역의 문화 생산물을 참조하는 행위 등 방송 제작 현장에서 항상 존재했던 창작 과정에서 일부만을 문서화하고 이를 법적으로 보호받으려는 것이라 할 수 있다. 달리 말하면 방송포맷이 비즈니스 영역으로 부각되기 전까지는 프로그램을 개발하는 과정에서 다른 프로그램의 아이디어를 대가 없이 빌려다 쓰는 일이 비일비재했고 크게 문제가 되지도 않았었다는 것이다. 한국만 하더라도 새로운 프로그램을 시작하면서 가까운 일본 프로그램을 참고하거나 모방하는 경우가 많았지만 이를 정식 상품으로 구매하지 않았고 크게 문제가 되지도 않았다. 포맷을 참고하거나 모방하는 일이 도덕적으로 표절 시비와 논란의 대상이 될 수 있지만 재산으로 보호받지 않아왔던 것이다. 당연히 포맷이 판매되는 공식적인 시장이 존재하지 않았고 거래 대상으로 여기지도 않았었다.

그러나 최근 전 세계적으로 포맷이 거래 대상으로 간주되면서 포맷의 권리에 대한 각 방송사의 관심이 증가하기 시작했고, 방송 산업 안팎에서 포맷을 비즈니스 차원에서 다루고 이해하기 시작했다. 프로그램 제작에 필요한 노하우나 형식, 내용에 있어 고유하고 독특한 요소 정도로 여겨졌던 포맷이 방송 시장에서 거래되는 상품으로서 가치를 갖게 된 것이다.

이 과정에서 방송 포맷 거래는 방송 콘텐츠 전 분야가 아니라 상품화가 유리한 일부 장르를 중심으로 활발하게 전개되었다. 방송 포맷 비즈니스의 가장 큰 장점으로 여겨지는 문화적 할인(cultural discount)이 적은 장르, 즉 현지 상황에 따라 변형할 수 있는 개작의 여지가 적은 완성본과 달리 각 나라와 사회마다 처한 환경이 다른 문화적 맥락을 고려해 현지화 할 수 있는 여지가 많은 분야를 중심으로 개발되고 유통되고 있다. 이미 완성된 프로그램을 구매하는 것보다 포맷을 구매해 현지에 맞는 주제와 내용, 등장 인물로 재구성할 수 있어 문화적 거리감을 줄여줄 수 있는 분야가 주요 거래 대상이 되는 것이다. 따라서 프로그램의 핵심을 변질시키지 않으면서 지역과 상황에 맞게 변주가 가능한 퀴즈쇼, 리얼리티 쇼, 게임쇼와 같은 버라이어티 쇼 장르가 포맷 판매의 주종을 이루고 있다.

흥미로운 점은 포맷 비즈니스가 방송 영상 분야의 전통적인 강자 미국이 아니라 유럽에 의해 주도되고 있다는 점이다. 잘 알려진 대로 현재의 방송 포맷 비즈니스는 영국과 네덜란드 등 유럽이 주도하고 있다. 〈Survivor〉 〈Big Brother〉 등 포맷 판매의 전설적 히트를 쳤던 프로그램 대부분이 Endemol이나 Fremantle Media와 같은 유럽에서 나온 작품들인 것이다. 특히 영국은 추상적이고 관행적인 요소로 여겨지던 프로그램 제작 노하우를 포맷으로 상품화하는 데 업계와 정부가 적극적으로 대처해 포맷 비즈니스계의 강자로 군림하고 있다.

유럽이 주도하고 있는 포맷 비즈니스에서 거래되는 포맷은 크게 대본이 없는 포맷(Non-Scripted Format)과 대본 포맷(Scripted Format)으로 분류할 수 있다. 대본 없는 포맷은 미리 정해진 대본에 따라 움직이는 것이 아니라 참가자와 진행자가 프로그램을 자유롭게 끌고 가는 형태로 세계 포맷 비즈니스가 주로 이 부문에서 이뤄지고 있다(홍순철, 2010). 여기에는 다시 게임쇼, 리얼리티/ 서바이벌, 탤런트 콘테스트, 데이팅 프로그램 등이 포함된다. 게임쇼는 적은 비용으로 최대의 효과를 낼 수 있다는 점에서 매력적인 장르로 평가받는데 대표적으로는 퀴즈쇼 장르가 포함된다. 포맷산업의 부상 계기를 제공했던 〈Who Wants To Be A Millionaire?〉가 바로 퀴즈쇼 프로그램이다. 이 프로그램은 거액의 상금을 나눠주는 이벤트와 재미있는 진행을 덧붙여 영국에서 큰 성공을 거두면서 전 세계로 판매됐고 퀴즈쇼를 새로운 인기 장르로 만드는 데 커다란 역할을 했다. 다음으로 리얼리티/서바이벌 포맷은 〈Survivor〉를 시작으로 〈Big Brother〉 등 세계적으로 크게 인기를 끌었던 프로그램으로 출연자들이 부딪히는 상황에서 보이는 실제 행동과 과제 수행을 핵심 골격으로 삼고 있다. 두 프로그램은 포맷을 개발한 네덜란드의 Endemol을 단번

에 세계적인 거대 회사로 부상시킬 정도로 큰 인기를 얻었던 프로그램이다. 다음으로 탤런트 콘테스트 프로그램은 역시 우리에게도 친숙한 <Pop Idol>과 같은 프로그램들로 전통적인 장기자랑 형식의 프로그램에 시청자의 참여를 높일 수 있는 전화참여, 문자메시지, 온라인 참여 등 다양한 기법을 접목한 경우다. 한국에서 방영 중인 유사 포맷 중 케이블 방송에서 진행 중인 <슈퍼스타 K>나 <위대한 탄생> 등이 이런 포맷들로 분류할 수 있다. 이들 프로그램은 단순히 출연자들의 장기나 재주를 겨루는 콘테스트 방식에서 진화를 거듭해 최근에는 시청자의 투표나 참가, 반응 등이 출연자의 탈락 여부를 결정할 정도로 시청자의 의견이 적극 반영되면서 더욱 인기를 끌고 있다. 마지막으로 데이팅 프로그램은 포맷 비즈니스가 활발해지기 이전부터 전 세계 방송 분야에서 전통적으로 인기 있는 오락 장르 중의 하나였다. 영국에서 포맷으로 재탄생해 큰 인기를 끌었던 <Blind Date>만 하더라도 20년 이전부터 인기를 누려온 장수 프로그램이었다는 사실이 이를 반증하고 있다. 새롭게 탄생한 <Blind Date>의 기본 골격은 백만장자로 알려진 남성과 결혼하기 희망하는 여성 출연자들을 경연 방식으로 탈락시키는 것을 기본 포맷으로 삼고 있다. 여기에 약간의 변형을 가해 백만장자로 알려진 출연자가 시리즈 말미에 실제로는 건축 노동자였음이 밝혀지는 극적 요소를 가미해 폭발적인 반응을 이끌어내기도 했다.

다음으로 포맷 유통시장에서 거래되는 포맷에는 대본이 미리 작성돼 대본에 따라 프로그램이 진행되는 경우도 있다. 가장 대표적인 장르로는 드라마를 꼽을 수 있다. 포맷 비즈니스는 통상 대본 없는 장르가 주도적인 위치를 차지하고 있지만 남미의 ‘텔레노벨라(telenovela)’의 경우처럼 드라마 장르도 포맷 수출로 확장될 수 있는 가능성을 보여주고 있다. 또 미국에서 큰 인기를 끌었던 <Ugly Betty>도 원래 미국에서 제작된 것을 멕시코에서 다시 제작해 세계적으로 큰 인기를 얻자 미국으로 역 수출돼 ABC 방송에서 새롭게 제작된 경우이며 코미디 드라마인 <The Office>를 비롯해 <Homeland> 등 드라마 부문의 포맷 거래도 꾸준히 상승하고 있다(Crecenti, 2012).

이는 드라마 부문에서 강세를 보이고 있는 한류와 관련해 주의를 기울일만한 대목으로 한국이 퀴즈쇼, 게임쇼에 대한 지속적인 포맷 개발은 물론 드라마 장르를 포맷화하는 방안도 함께 고려해야 한다는 점을 시사하고 있다. 실제로 우리나라 포맷 수출의 대부분이 드라마 부문에서 이뤄지고 있다는 것(한국콘텐츠진흥원, 2011 b)을 감안하면 드라마에 대한 장르화 시도가 보다 적극적으로 이뤄져야 한다는 점을 알 수 있다.

이상의 포맷들은 몇 가지 단계 과정에서 판매된다. TV 포맷 전문가인 모란에 따르면 포맷은 ‘포맷 기획(devising) 단계’, ‘포맷 개발(development) 단계’, ‘유통배급(distribution) 단계’ 등 세 가지로 구분할 수 있고 각각 결과물로 ‘서면 포맷(Paper Format)’, ‘프로그램 포맷(Program Format)’, ‘포맷 패키지(Format Package)’를 창출(Moran & Malbon, 2006)하는 데 이 모든 과정이 거래 대상에 포함될 수 있다.

<표 1> 프로그램 포맷 개념도

| 서면 포맷 | TV 프로그램 포맷 | TV 프로그램 패키지 |
|--|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ·새로운 프로그램 컨셉 ·초기 기획안 (=데이터포맷) ·트리트먼트 =슈팅 스크립 | <ul style="list-style-type: none"> ·샘플 스크립 ·플롯 ·스토리라인 ·캐릭터 ·진행자 룰 ·출연자(신청자) 룰 ·게임 ·시청자와의 상호작용 ·음악 ·사운드 효과 ·비주얼 그래픽 ·조명 ·카메라워크 ·편집 ·기타 | 포맷 거래에서 포맷 패키지 제공은 특히 프로그램을 수입한 제작사가 원활하게 제작 작업을 진행하기 위해 제공됨 <ul style="list-style-type: none"> ·바이블에 기초한 컨셉 ·제작관련 정보제공: <ul style="list-style-type: none"> >캐스팅 플랜 >프로덕션 플랜 >예산 >방송 히스토리 ·컨설팅 |
| 파일럿 | 제작 매뉴얼=바이블 | |

※ 출처: Screen Digest & FRAPA(2005: 48) 재구성, 홍순철 2010.

프로그램 기획단계는 포맷 개발자가 자신이 갖고 있는 아이디어를 토론과 브레인스토밍을 거쳐 구체화하는 과정 즉, 새로운 프로그램에 대한 주요 성분과 그 성분을 결합하는 방식, 진행방법, 출연자의 역할 등 프로그램 기획과 관련된 요소를 정리하고 이를 서면화하는 과정을 가리킨다. 이때 무형이던 아이디어가 10페이지 가량의 문서로 작성된 것이 ‘서면 포맷’이 된다. 우리나라 방송계에서 흔히 기획안이라고 지칭하는 것으로 지적 재산권으로 보호받지 않는 국내와 달리 포맷 산업을 주도하고 있는 유럽에서는 이를 지식 재산권의 일환으로서 상품으로 인정해주고 있다(홍순철, 2010).

서면포맷이 실제 프로그램으로 제작 방영되면 TV 포맷을 개발했다고 표현할 수 있다. 아이디어 단계를 간단하게 구체화한 서면 포맷은 방송계 안팎의 현실적 조건과 상황 등을 고려해 실제 제작에 들어가기도 하고 때로는 폐기되기도 한다. 즉 포맷 유통에서는 서면 포맷을 개발해 TV 프로그램 포맷으로 만들어가는 과정에서 획득한 제작 노하우나 시청률 등도 포맷 거래의 의미 있는 대상이 된다.

또 프로그램 포맷을 개발해 실제로 제작 방영하면서 프로그램의 골격틀이나 제작 노하우와 관련된 것을 문서로 매뉴얼화하는 과정을 거치는 데 이것이 바로 포맷 바이블이다. 한마디로 포맷 바이블은 ‘프로그램을 창의적으로 만들 수 있는 모든 단계와 지식, 경험, 노하우 등이 기록돼 있는 가이드북(Wallace, 2008)’으로 제작과 관련된 사항을 모두 세세하게 기록한 것이다. 따라서 포맷 바이블을 거래할 때는 프로그램 로고에서부터 프로그램에 삽입되는 특징적인 CG나 영상에 이르기까지 관련 내용 전체를 완성된 형태로 제공하거나 제작 과정에서 재편집이 가능한 형태로 제공하는 경우도 있다.

마지막으로 포맷 거래 대상에는 포맷을 판매한 뒤 현지 여건에 맞게 지역화하는 과정에 필요한 컨설팅

영역도 포함될 수 있다. 포맷을 소유하고 있는 회사가 현지 제작자들에게 제작 노하우에 대한 상담 서비스를 제공하는 것이다. 즉 포맷은 프로그램 아이디어와 제작 노하우를 제공하는 것으로 포맷 거래가 완성되는 것이 아니라 오리지널 프로그램 제작자와 현지 제작자가 프로그램을 공동 제작하거나 오리지널 제작자가 마케팅에 대해 조언해주는 과정까지도 포맷 거래의 주요 내용이 되는 것이다. 보통은 현지 파견 PD(Flying PD)로 불리면서 현지에 직접 가서 예산이나 제작 노하우, 연락 업무 등을 담당해주는 것이 포맷 거래의 관행이다.

이상의 포맷들은 크게 세 가지 유형으로 거래된다. 첫째 포맷 판매방식, 둘째 완성본이 아닌 개방 포맷의 형태로 이를 구입하는 지역에 맞게 변형할 수 있는 판매방식, 셋째 제작 시설 임대를 통해 판매 방식이다(하윤금, 2005).

포맷 거래 중에서 가장 거래가 많은 판매 방식은 포맷 자체를 그대로 판매하는 포맷 판매방식이다. 세계적으로 유명한 포맷 제조 판매 회사인 Endemol을 비롯해 대부분의 포맷 제조 회사가 취하고 있는 판매 방식이다. 다음으로 개방포맷 방식은 수입국의 문화적 풍토에 맞게 현지에서 제작된 부분을 덧붙일 수 있는 상태로 판매하는 것을 말한다. 사실 세계 방송 영상 시장에서 제작 유통되는 프로그램은 높은 완성도를 요구할 수밖에 없는데 문제는 각 국가마다 상이한 문화적 장벽을 갖고 있다는 점이다. 소위 문화적 할인 현상이 일어날 수밖에 없다는 것인데 각국의 문화적 장벽을 극복하기 위한 포맷 판매 방식이 바로 개방 포맷 판매이다. 우리에게 친숙한 유아 프로그램 텔레토비처럼 현지 상황을 반영한 부분을 덧붙일 수 있도록 해주는 것이다.

마지막으로 제작시설이나 포맷 임대 방식은 단순히 포맷을 거래하는 것이 아니라 제작 스튜디오나 세트를 임대해 현장 제작을 도와주고 임대수익을 올리거나, 현지 프로그램의 저작권을 확보하는 것처럼 부가 수익을 얻는 포맷사업을 말한다.

한편, 포맷 거래는 계약 내용에 따라 다르지만 대체로 회당 제작비의 5~10% 선에서 이루어지는 것으로 알려졌으며 포맷을 구입한 후 이를 재구성해 다른 방송사에 다시 판매할 경우 회당 제작비의 일부를 또다시 원 판매자와 일정 비율로 배분하며 방송 횟수가 늘어날 때마다 추가 지불하는 것이 관행이다(배진아, 2008).

3) 방송 포맷 산업의 구조

텔레비전 프로그램이 국제적으로 유통되는 시장은 60년대 초반까지만 하더라도 미국이 전체 판매 시장의 80%를 차지할 정도로 미국 중심으로 이루어져왔다(홍순철, 2008 a). 또 지금과 같은 포맷방식이 아니라 드라마처럼 완성된 창작품을 유통하는 방식이 주류를 이루었다. 물론 이 시기에도 미국 프로그램을 세계 각지에서 자국 형편에 맞게 각색하는 ‘포맷팅(formatting)’이 광범위하게 이루어졌지만 대부분 원작자에게 돈을 지불하지 않는 비공식적인 것이었다. 예를 들어 지금은 국제적인 인기 장르로 여겨지는 남미의 ‘텔레노벨라’도 쿠바가 미국 라디오 일일 연속극을 포맷팅한 후 인기를 끌자 텔레비전으로 각색한 것이 남미 전역으로 퍼져나간 것이었다(Paxman, 1996).

그러나 포맷 비즈니스가 방송 영상 분야의 정식 유통 상품으로 국제 시장에서 본격적으로 주목받기 시작한 시점은 잘 알려진 대로 90년대 말 <Big Brother>, <Who Wants To Be A Millionaire?>, <Survivor>가 큰 성공을 거두면서 부터다. 이후 세계 포맷 시장 규모는 포맷 거래가 광범위한 스펙트럼을 갖기 때문에

제산 방식에 따라 조금씩 다르기는 하지만 2002~2004년 64억 유로에 달하던 것이 2006년~2008년 93억 유로로 증가할 정도로 빠르게 증가하고 있다(FRAPA Report, 2011). 이 규모는 전체 방송 영상 콘텐츠 시장으로 확장하면 아직 큰 비중이라 할 수는 없지만 그 중요성이 날로 커지고 있을 뿐 아니라 무시하지 못할 규모로 성장한 것이라고 할 수 있다.

포맷 유통이 활발해진 가장 근본적인 이유는 방송 산업의 글로벌화이다(은혜정, 2008 b). 1980년대 중반 이후 전 세계 방송 산업은 기술적으로는 케이블이나 위성처럼 뉴미디어 환경이 조성되었고, 정책적인 측면에서는 미국 레이건 행정부나 영국의 대처 행정부 모두 신자유주의적 정책기조를 유지하면서 탈규제화가 진행돼 무역 장벽이나 소유, 내용에 관한 규제가 허물어졌다. 이는 공영 방송의 독점적 지위를 약화시키고 상업 방송 체계를 확대시켰으며 다른 한편으로는 초국적 기업의 영향력을 확장시켰다. 즉, 사회, 경제, 문화적으로 지구적 차원의 세계화가 진전되면서 미디어 산업에서도 국가 간의 경계가 희미해지고 ‘전 세계 수용자’를 대상으로 한 콘텐츠 제작이 활발해지기 시작했다는 것이다. 여기에 문화적 할인이 적은 포맷이 매력적인 상품으로 등장하게 된 것이다.

세계 수용자를 대상으로 방송 콘텐츠가 제작되는 글로벌 방송환경에서 포맷이 인기를 끌 수 있었던 것은 몇 가지 이유가 있다(홍순철, 2008 a). 첫째, 검증된 포맷을 도입함으로써 제작의 불확실성을 최소화할 수 있다는 점이다. 늘어나는 플랫폼과 수용자에 맞춰 콘텐츠 수요가 증가했지만 그에 상응하는 콘텐츠 공급이 부족한 불균형 상황에서 새로운 프로그램을 제작해야 하는 불확실성을 감수하기보다 다른 지역에서 인기를 검증받은 프로그램을 현지에 맞게 다시 제작함으로써 창작 비용을 최소화하려는 전략을 적용한 결과라는 것이다.

둘째, 현지화가 갖는 이점이다. 완성본과 달리 포맷 유통은 프로그램의 기본 골격만 유지하고 다른 요소는 현지 사정에 맞게 지역화 할 수 있기 때문에 지역의 사회적, 문화적, 산업적 맥락에 맞게 수정할 수 있다. 시장의 불확실성을 줄여 창작과 개발에 들어가는 비용을 줄일 수 있는데다 완성된 프로그램을 수입해 그대로 방영하는 것과 달리 문화적 할인이 적어 문화적 거부감을 줄일 수 있다는 것이다. 또 현지 사정에 맞게 수정 제작되기 때문에 국내 프로그램 제작으로 간주돼 방송 편성 비율 면에서도 비교적 제약이 덜하다는 점도 방송사 입장에서는 포맷 수입이 매력적이라고 볼 수 있다.

셋째, 포맷을 활용하면 멀티미디어 환경에서 타 매체와 결합해 부가가치를 높일 수 있다는 점도 글로벌 환경에서 포맷 비즈니스가 주목받는 요인으로 볼 수 있다. 포맷을 잘 활용하면 지상파 방송 창구 이외에 부가 수익경로를 만들어내는 경우가 많다. 예를 들어 포맷 수입한 프로그램을 토대로 라이선스 상품 판매나 유료 전화 서비스 등을 이용해 수익을 창출할 수 있어 포맷을 개발하고 제작하는 입장에서는 방송 콘텐츠를 제작해 수익을 얻는 것 이외에 제작 노하우를 판매함으로써 수익을 얻는 등 다양한 부가가치를 창출할 수 있다는 것이다.

흥미로운 것은 포맷 시장이 미국보다는 유럽에 의해 주도되고 있다는 점이다. 대표적인 포맷 제작 유통 회사로 거론되는 영국의 'Freemantle Media' 'Celador' 'BBC World', 그리고 네덜란드의 'Endemol' 이 모두 유럽에 위치하고 있는 회사들이다. 특히 포맷 비즈니스에서 영국이 차지하는 비중은 주목할 만한데 이는 ‘언어적’ 측면과 ‘정책적’ 측면에서 그 이유를 찾아볼 수 있다(Chalaby, 2010; 은혜정, 2008 b). 첫째 언어적 측면은 영국이 영어권 시장을 겨냥할 수 있기 때문에 다른 언어에 비해 적정 이윤 회수가 유리하다는 점이다. 둘째, 영국은 정책적으로 독립 프로덕션과 방송 제작자들에게 유리한 정책을 전개해 왔다. 이를 테면 영국이 문화관련 창의산업을 국가 경쟁력 향상을 위한 신 성장동력으로 삼고 적극적인

수출정책을 펼치기 이전부터 방송관련 제작자들에 대한 정책적 지원을 아끼지 않았다. 일례로 1990년 제정된 방송법(Broadcasting Act)은 영국 각 지역 방송국이 독립 프로덕션이 제작한 프로그램 25% 이상을 방영하도록 하는 쿼터제를 도입해 각종 독립 제작사들이 자립할 수 있는 기반을 마련해 주었다. 또 오프컴(Ofcom)의 전신이었던 ITC가 만든 ‘유통에 대한 권리강령’은 제작자들이 자신이 만든 프로그램에 대한 저작권을 소유하면서 2,3차 수익을 보장받을 수 있게 해 콘텐츠 제작자가 산업적으로 보호받을 수 있는 환경을 구축해 주었다. 이와 같은 방송 인프라는 결과적으로 크고 작은 제작사들이 실패 위험이 높은 포맷 개발에 적극 나설 수 있는 선순환 구조를 형성해 영국의 포맷 산업을 견인하고 있다.

유럽이 포맷 비즈니스를 주도하고 있다면 미국은 빠르게 포맷 비즈니스 점유를 확장해가는 중이다. 사실 미국은 70년대까지 완성본 프로그램 유통에 치중하면서 관련 시장을 압도적으로 주도했는데 포맷 산업을 유럽에 빼앗긴 이후 최근 들어 빠르게 포맷분야에 주목하면서 이 분야에서도 두각을 나타내기 시작하고 있다. 미국이 강세를 보이는 분야는 완성본 부문에서도 경쟁력을 갖고 있는 TV 시리즈물로 드라마를 포맷 장르로 변화시켜 성과를 보이고 있다. 또 유럽이 선도하고 있는 리얼리티 프로그램에 대해서도 관심을 갖기 시작해 케이블 텔레비전을 중심으로 드라마 이외에 리얼리티 장르 포맷 개발에도 적극 참여하고 있다.

유럽이나 미국과 달리 아시아권은 일본을 제외하고는 주로 프로그램 모방자로 인식되는 경우가 많았다. 예외가 있다면 일본인데 일본은 서구를 대상으로 애니메이션 수출을 활발히 전개하면서 방송 프로그램 수출국으로서의 위상을 유지하고 있다. 특히 아시아 지역을 대상으로 드라마와 버라이어티 프로그램을 활발히 수출하고 있어 포맷 비즈니스의 전제 조건인 방송 프로그램 제작 인프라와 수출 노하우가 상당히 누적돼 있는 상태다. 이를 바탕으로 최근 지상파 방송사를 중심으로 포맷 발굴에 힘쓰고 있으며 〈Hole In The Wall〉처럼 공전의 히트를 기록한 포맷을 보유하고 있기도 하다.

이상에서 개괄적으로 살펴본 것처럼 포맷 산업은 전 세계 시청자를 대상으로 방송 영상 산업이 제작되고 유통될 수 있는 지구적 텔레비전 체계 구성에 일조하고 있다. 그러나 그 주도권이 근본적으로 유럽과 미국을 중심으로 전개될 수밖에 없는 구조 때문에 TV 포맷 비즈니스를 앵글로-미국인(Anglo-American)의 개발품이라고 비판하는 경우도 있다(Chalaby, 2012). 또 포맷 산업은 다매체 다채널 시대의 유통 창구 증가, 상호 연결된 지구적 미디어 체계의 구축, 세계 텔레비전 제작 능력의 표준화를 배경으로 부상해 지역 사정에 맞는 지역화 과정을 거친다 할지라도 세계적으로 동질적이면서 혼성적인 텔레비전 문화를 만든다는 점에서도 성찰적으로 살펴봐야 할 부문이 존재한다.

2. 포맷 산업의 형성과 발전

일부 사례가 보고돼 있지만 80년대 후반까지만 해도 포맷 유통은 TV 산업의 정식 분야로 인정할 정도가 아니었다. 그러다 90년대 후반 일부 프로그램이 세계적인 성공을 거두면서 포맷 비즈니스가 인정되기 시작했고 특히 1999년 몬테카를로에서 열린 국제 포맷 유통 컨퍼런스를 통해 포맷 유통 산업이 비로소 국제적으로 TV 산업의 한 분야로 조명 받게 되었다(Gottlieb, 2010).

1990년대 말 방송 산업계의 새로운 강자로 떠오른 포맷 비즈니스는 대개 유럽 국가들이 주도하고 있다. 그 중에서도 영국이 포맷 제작과 수출의 선두주자라 할 수 있으며, 네덜란드 스웨덴, 덴마크 등 북유럽의 작은 나라들도 활발하게 움직이고 있다. 완성본 판매에 주력하며 포맷 산업에 관심이 적던 미국도 최근에

는 포맷 비즈니스에 합류해 유럽과 어깨를 견줄 만큼 대등한 위치를 차지하고 있다(표 2 참조). 포맷 비즈니스는 TV 산업의 전반적인 하락세 속에서도 꾸준한 증가세를 보이고 있으며, Endemol, Fremantle Media 등 전통적인 강자 이외에 M&A를 통해 시장에 새롭게 등장한 기업들도 늘어나는 등 전반적으로 상승세를 유지하고 있다(FRAPA Report, 2009).

눈에 띄는 것은 남미 지역 아르헨티나의 약진이다. 아르헨티나는 유럽과 미국이 주도하고 있는 포맷 비즈니스계에서 3년간 총 55개의 포맷을 판매해 수출 측면에서만 상위 14개 나라 중 4위에 이를 정도로 빠르게 성장하고 있다. 포맷 판매 성장률로만 따지면 2006년부터 2007년 사이 1500% 가까이 증가할 정도로 놀라운 성장세를 보이고 있으며 수출 대상 지역도 남미 중심에서 최근에는 스웨덴이나 독일처럼 남미 이외 지역까지 확장, 포맷 비즈니스 시장에서 무시할 수 없는 강자로 성장하고 있다(FRAPA Report, 2009).

영국은 2006년 84개 포맷을 판매한 데 이어 2007년 93개 포맷, 2008년 98개 포맷을 수출해 3년간 총 275개 포맷을 판매해 수출 강국으로서의 면모를 보이고 있다. 또 포맷은 그 특성상 하나의 포맷을 몇 년에 걸쳐 판매할 수 있는데 이를 횡수 한번으로 처리한 순수 총합에서도 146개의 포맷을 판매해 가장 많은 수출기록을 세워 단연 이 분야의 선두주자라 할 수 있다.

아시아 지역에서는 일본이 포맷 비즈니스계에 주요 나라로 포함되어 있다. 일본은 2006~2008년 동안 29개, 순수 포맷 수출로는 16개를 기록하고 있다. 일본은 특히 포맷 수출과 수입 비중에서 수입은 적은 대신 수출이 많은 나라로 분류되는데 2006~2008년 포맷 수출/수입 비중이 16.0을 기록, 상위 20개 나라 중 가장 높은 수치를 보이고 있다. 또 독일과 스페인, 이탈리아처럼 포맷 수출에 적극적이지 않던 나라들도 이 기간 눈에 띄만한 성장세를 기록해 포맷 비즈니스계에 새로운 주요 수출 국가에 진입한 것을 알 수 있다.

<표 2> 세계 TV 포맷 무역 현황(2006-2008)

| 국가 | 2006 | 2007 | 2008 | 총계 | 순수 총계 |
|-------|------|------|------|-----|-------|
| 영국 | | | | | |
| 포맷 수입 | 21 | 25 | 20 | 66 | 37 |
| 포맷 수출 | 84 | 93 | 98 | 275 | 146 |
| 미국 | | | | | |
| 포맷 수입 | 36 | 39 | 41 | 116 | 67 |
| 포맷 수출 | 47 | 56 | 56 | 159 | 87 |
| 네덜란드 | | | | | |
| 포맷 수입 | 35 | 36 | 32 | 103 | 63 |
| 포맷 수출 | 20 | 20 | 23 | 63 | 35 |
| 스웨덴 | | | | | |
| 포맷 수입 | 15 | 20 | 22 | 57 | 39 |
| 포맷 수출 | 10 | 15 | 16 | 41 | 22 |
| 독일 | | | | | |
| 포맷 수입 | 39 | 40 | 42 | 121 | 73 |
| 포맷 수출 | 14 | 11 | 12 | 37 | 21 |
| 호주 | | | | | |
| 포맷 수입 | 20 | 23 | 22 | 65 | 40 |
| 포맷 수출 | 10 | 11 | 12 | 33 | 16 |
| 프랑스 | | | | | |
| 포맷 수입 | 46 | 32 | 44 | 122 | 79 |
| 포맷 수출 | 12 | 12 | 12 | 36 | 16 |

| 국가 | 2006 | 2007 | 2008 | 총계 | 순수 총계 |
|-------|------|------|------|-----|-------|
| 스페인 | | | | | |
| 포맷 수입 | 42 | 47 | 48 | 137 | 92 |
| 포맷 수출 | 7 | 10 | 12 | 29 | 17 |
| 일본 | | | | | |
| 포맷 수입 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| 포맷 수출 | 6 | 11 | 12 | 29 | 16 |
| 덴마크 | | | | | |
| 포맷 수입 | 22 | 9 | 24 | 55 | 43 |
| 포맷 수출 | 7 | 7 | 6 | 20 | 11 |
| 이탈리아 | | | | | |
| 포맷 수입 | 35 | 42 | 39 | 116 | 73 |
| 포맷 수출 | 7 | 3 | 9 | 19 | 13 |
| 캐나다 | | | | | |
| 포맷 수입 | 10 | 20 | 17 | 47 | 24 |
| 포맷 수출 | 7 | 4 | 4 | 15 | 9 |
| 노르웨이 | | | | | |
| 포맷 수입 | 19 | 20 | 30 | 69 | 48 |
| 포맷 수출 | 4 | 2 | 3 | 9 | 7 |

※ 출처: FRAPA Report 2009

이와 함께 세계 포맷 비즈니스 현황의 전반적인 경향을 파악할 수 있는 또 다른 지표는 수출된 포맷의 시간을 알아보는 방법이다. 다른 방송 콘텐츠 수출과 달리 포맷의 경우 수출된 시간 지표를 활용하기도 하는데 이는 포맷 거래의 특성에서 기인한다. 즉 수출된 포맷은 현지에서 프로그램으로 제작이 되기도 하지만, 간혹 경쟁 방송사에서 인기 포맷을 수입해 제작하는 것을 방지하기 위해 미리 포맷을 구매하는 경우도 있고 포맷을 구매했지만 여러 현지 여건 상 제작이 무산되기도 하기 때문에 단순 포맷 수출 규모로 파악할 수 없는 영역이 있다. 이에 따라 포맷 비즈니스는 거래된 후 실제 방영된 포맷만을 통계로 잡는 포맷 시간이 중요 지표가 되기도 한다.

<표 3> 수출된 포맷 시간

| | 2006 | 2007 | 2008 | 전체 | 2005 총계* | 변화율(%)** |
|-------|--------|--------|--------|--------|----------|----------|
| 아르헨티나 | 2,260 | 2,480 | 2,464 | 7,203 | 456 | 1,479 |
| 호주 | 830 | 830 | 850 | 2,510 | 2,696 | -7 |
| 캐나다 | 105 | 103 | 66 | 274 | 335 | -18 |
| 덴마크 | 161 | 117 | 107 | 386 | 576 | -32 |
| 프랑스 | 1,030 | 1,095 | 1,127 | 3,252 | 932 | 249 |
| 독일 | 612 | 696 | 934 | 2,242 | 134 | 1,573 |
| 이탈리아 | 184 | 61 | 267 | 512 | 500 | 2 |
| 일본 | 194 | 285 | 723 | 1,202 | 406 | 196 |
| 네덜란드 | 3,542 | 3,687 | 2,447 | 9,677 | 6,811 | 42 |
| 노르웨이 | 93 | 12 | 45 | 151 | 623 | -76 |
| 스페인 | 260 | 275 | 305 | 841 | 351 | 140 |
| 스웨덴 | 387 | 607 | 576 | 1,570 | 1,161 | 35 |
| 영국 | 4,409 | 4,442 | 4,929 | 13,781 | 10,471 | 32 |
| 미국 | 2,667 | 3,478 | 4,638 | 10,783 | 5,945 | 81 |
| 연간 전체 | 16,735 | 18,170 | 19,477 | 54,382 | 31,397 | 74 |

※ 출처: FRAPA Report 2009. *: 02~04년 합계, **: 05~09년 변화율

표에서 확인된 것처럼 포맷 수출 시간 현황도 포맷 수출 규모 경향과 비슷한 양상을 보이는데 이를 보면 포맷 수출 규모 면에서 세계 최강인 영국의 경우 포맷 시간 측면에서도 2005년 전체 합계와 2006~2008년 합계 등에서 모두 가장 많은 시간을 수출한 것을 알 수 있다.

눈에 띄는 것은 미국과 아르헨티나 등 미주지역의 약진과 독일의 놀라운 성장세이다. 미국은 2006~2008년을 기준으로 할 경우 네덜란드를 제치고 영국에 이어 세계 2위를 기록하고 있다. 또 독일과 아르헨티나는 전체 2005~2009년 변화율을 기준으로 볼 때 포맷 판매 시간이 1천 % 이상씩 성장, 성장세가 가장 큰 것으로 확인되었다. 독일의 경우 ‘우리가 BMW 자동차를 판매하는 것만큼 방송 포맷도 판매할 수 있다면 좋겠다.’고 희망했다는 엔터테인먼트 업계 고위자의 말이 무색할 정도로 러시아, 폴란드, 루마니아 등을 중심으로 하이브리드 다큐-드라마 포맷이 성공리에 판매되는 것을 알 수 있다(FRAPA Report, 2009). 독일의 포맷 수출을 주도하고 있는 장르는 리얼리티나 퀴즈쇼 영역이 아닌 다큐-드라마 부문이다. 이는 실제 사건을 기반으로 만들어진 가상의 범죄를 해결하기 위해 변호사와 사립 탐정 등이 참여하는 프로그램 형태로 독일 포맷의 강점으로 여겨지고 있다.

이상의 독일과 아르헨티나의 눈부신 성장이 시사하는 바는 세계 포맷 비즈니스 시장이 고정적으로 불변하기보다 역동적으로 변화하는 시장이라는 점이다. 드라마나 TV 영화처럼 자본과 시간이 많이 소요돼 진입장벽이 높은 완성본 영역과 달리 아이디어만 훌륭하면 얼마든지 승부수를 던질 수 있는 상대적으로 유연한 시장구조를 갖고 있다는 것이다.

즉, 포맷 비즈니스는 창의적이고 실험적이며 기발하고 새로운 것을 추구하는 수용자들의 욕구를 제때 파악해 순발력 있게 프로그램화한다면 세계 시장에서도 통할 수 있는 가능성을 갖고 있는 영역이다. 90년대 게임쇼를 통해 포맷이 시작되었지만 교양과 오락, 리얼리티 쇼 등 항상 변화하고 발전해 온 그동안의 포맷 비즈니스 역사는 언제든 새로운 포맷으로 세계 시장에 진입할 가능성이 높다는 것을 말해준다.

보다 구체적으로 살펴보면 포맷 비즈니스 역사에서 인기 포맷은 시대마다 달라져 왔고, 세부 사항도 조금씩 진화해 왔다. 초창기 포맷은 5-60년대 ‘Wheel of Fortune’ 등과 같은 게임 쇼가 주류를 이루었다. 특히 2차 대전이 끝나고 1954년까지 배급제가 존재할 정도로 궁핍했다는 사회적 분위기는 시청자들에게 돈을 벌 수 있게 해준다는 사실이 중요했기 때문에 상금을 주는 프로그램이 인기가 좋았다.

이 후 80년대에 들어서는 스튜디오에서 촬영하는 〈Millionaire〉, 〈Weakest Link〉와 같은 퀴즈 쇼가 인기가 높았고 90년대에는 〈Survivor〉 〈Big Brother〉와 같은 리얼리티 쇼가 반응이 좋았다. 또 2000년에 들어서는 교양, 오락 프로그램의 Factual Entertainment가 주류를 이루었고, 2000년대 중반부터는 탤런트 오디션 쇼가 주류를 이루고 있다(Glazier, 2012). 따라서 이러한 방송 환경의 변화와 대중들의 심리, 그리고 테크놀로지 변화와 같은 프로그램 제작여건을 조화롭게 고려해 빠르게 대응하는 것이 포맷 비즈니스 시장의 역학을 좌우한다는 것이다.

이는 실제 통계에서도 확인되고 있다. 아래 표에서처럼 게임쇼는 2000년대 초반까지 포맷 비즈니스의 가장 중요한 부문일 정도로 초창기 가장 중요한 포맷 비즈니스 분야였다.

<표 4> 장르별 포맷 판매 시간

| | 2002 | 2003 | 2004 | 전체 |
|---------|-------|-------|-------|--------|
| 게임쇼 | 6,754 | 7,138 | 7,655 | 21,546 |
| 리얼리티 TV | 2,958 | 3,848 | 3,608 | 10,414 |
| 대본 오락프로 | 625 | 731 | 928 | 2,285 |

※ 출처: Rodrigue(2007: 24)

그러나 2000년대 후반 포맷 비즈니스 주요 장르가 바뀌기 시작해 팩투얼 오락(factual entertainment) 부문이 강자로 떠오르기 시작했다. 팩투얼 오락 부문은 출연자들의 부인을 바꾸거나 성 역할 등을 바꾸는 바꾸기 장르(swap genre)를 비롯해 성형이나 패션 부문에서 참가자를 변신시켜주는 메이크오버(makeover)/코칭(coaching), 출연자의 생활을 관찰하는 리얼리티 프로그램 등을 포함하고 있다.

우리가 흔히 오디션 프로그램이라 부르는 탤런트 포맷은 에피소드 숫자로는 리얼리티 등보다 적은 수여서 많이 유통되지 않는 것 같지만 제작비 규모로는 높은 순위를 차지해 포맷 수익 면에서는 무시할 수 없는 부문이다. <American Idol>을 비롯해 우리나라에서도 열풍이 불고 있는 각종 오디션 프로그램 등 대형 오디션 프로그램이 세계적으로 큰 성과를 내고 있는 것이 이를 방증한다. 또 표의 대본 오락프로는 드라마를 비롯해 시트콤, 텔레노벨라, 대본이 있는 리얼리티 쇼 등을 포함한다.

즉 꼭 완성본 드라마가 아니더라도 드라마를 구성하는 주요 줄거리나 캐릭터 등을 따로 판매할 수는 드라마 포맷화가 실제 포맷 비즈니스에서 중요 부문으로 성장하고 있다는 점에서 드라마 수출이 높은 우리나라가 주목해야 할 대목으로 보인다.

<표 5> 장르별 포맷 수출 에피소드 수(2006-2008)

| | 2006 | 2007 | 2008 | 전체 |
|--------------|--------|--------|--------|--------|
| 리얼리티 | 1,185 | 1,335 | 1,265 | 3,785 |
| 팩투얼(factual) | 7,452 | 7,988 | 8,322 | 27,632 |
| 탈렌트 | 1,222 | 1,330 | 1,170 | 3,722 |
| 게임쇼 | 5,486 | 6,846 | 7,302 | 19,634 |
| 대본 | 2,781 | 2,972 | 3,188 | 8,941 |
| 기타 | 662 | 677 | 671 | 2,010 |
| 전체 | 18,788 | 21,148 | 21,918 | 61,854 |

※ 출처: FRAPA Report (2009)

한편, 이상의 포맷들은 Endemol, Fremantle Media처럼 소수의 다국적 포맷 회사가 개발과 제작, 유통의 대부분을 차지하고 있다. 2006~2008년 사이 판매된 포맷 중 가장 성공적인 것으로 알려진 <1 vs 100>만 하더라도 지난 2000년 네덜란드 Endemol이 개발한 프로그램이다. 또 아래 톱 10 중 4, 6위에 랭크된 <Big Brother> <Deal or No Deal>도 Endemol이 개발한 대표적인 포맷 들이다. 더욱 중요한 것은 잘 개발된 포맷은 지속적이고 다양한 방식으로 판매가 계속 이뤄진다는 점이다. <Family Feud>만 하더라도 1976년에 개발된 프로그램이고, <Big Brother>는 1999년에 <1 vs 100>는 2000년에 개발된 것에서 잘 알 수 있다.

<표 6> 세계에서 인기 있는 포맷 톱 10(2006-2008)

| 순위 | 타이틀 | 제작 년도 | 처음 방영된 나라 |
|----|--------------------------------------|-------|-----------|
| 1 | 1 vs 100 | 2000 | 네덜란드 |
| 2 | America's Got Talent | 2006 | 미국 |
| 3 | Are You Smarter Than a Fifth Grader? | 2007 | 미국 |
| 4 | Big Brother | 1999 | 네덜란드 |
| 5 | Cash Cab | 2005 | 영국 |
| 6 | Deal or No Deal | 2000 | 네덜란드 |
| 7 | Family Feud | 1976 | 미국 |
| 8 | Hole In The Wall(Nokabe) | 2006 | 일본 |
| 9 | Pop Idol | 2001 | 영국 |
| 10 | Power of 10 | 2007 | 미국 |

※ 출처: FRAPA Report (2009)

이와 함께 <표 6>에서 눈여겨 볼 점은 수출입 규모가 그리 크지 않고, 언어적 문화적 장벽이 존재하는 일본이 개발한 포맷이 톱 8에 등극했다는 점이다. 일본은 오랜 기간 전 세계 애니메이션 시장의 선두주자였으며 아시아에서는 드라마 부문도 강세를 보이는 등 방송 제작 인프라가 잘 갖추어진 나라였는데 이러한 텔레비전 제작 노하우를 바탕으로 블루오션으로 떠오른 새로운 포맷 비즈니스 분야에서도 강력한 수출 국가로 자리매김한 것을 알 수 있다. 이는 아직까지 이렇다 할 포맷 수출이 성사되지 못한 우리나라에 시사하는 바가 크다. 특히 한류를 기점으로 프로그램 견본 마켓을 통해 해외 유통업체와 교류가 확대되고 있고 아시아 국가를 비롯해 해외 방송사들도 국내 프로그램에 대한 관심이 증가하고 있어서 이를 적극 활용해 포맷 비즈니스에 참여해 볼 수 있을 것이다.

1) 각국의 포맷 산업 현황

(1) 영국

세계 TV 프로그램 무역은 전통적으로 미국이 장악해 왔다. 그러나 2000년 이후 미국 제작물에 대한 수요가 하락하는 한편, 리얼리티 쇼들이 인기를 끌면서 포맷이 프로그램 유통의 새로운 영역으로 떠올랐고 이 분야에서는 <Pop Idol>, <Who Wants To Be A Millionaire?>을 개발한 영국이 지배적인 위치를 차지하고 있다. 영국은 1998년 이후 2003년까지 꾸준히 포맷관련 텔레비전 프로그램 수출이 증가했고, 2004년 한차례 감소하긴 했지만 이후에도 꾸준히 일정 수준 이상의 수출을 기록하면서 세계 정상 자리를 유지하고 있다. 영국의 포맷 산업은 BBC와 ITV 등 수직적으로 통합된 대형 포맷 발굴, 제작, 유통회사가 포맷 비즈니스를 선도하고 있다. 여기에 최근에는 소위 ‘(대형 독립제작사)Super -indies’라고 하는 새로운 그룹들도 포맷 비즈니스에 적극 참여하고 있다(Chalaby, 2010).

영국이 포맷 비즈니스에서 처음부터 강자의 위치를 차지했던 것은 아니다. 영국 정부가 발간한 보고서 <Building a Global Audience: British Television in Overseas Markets>에 따르면 90년대 후반까지 영국 텔레비전 프로그램은 역사물 등 몇몇 장르에서는 경쟁력이 있었지만 대체로 ‘어둡고(dark), 느려(slow)’ 세계 시장에서 매력적인 상품으로 인식되지 못했던 것을 알 수 있다.

그러나 이러한 객관적, 비판적 평가를 토대로 영국은 텔레비전 산업을 대대적으로 전환해 2000년 이후 포맷 산업의 성장을 이끌어냈다. 중요한 계기는 영국 포맷 개발 회사인 Celador가 개발한 <Who Wants To Be A Millionaire?>가 거둔 세계적인 대성공이었다. 이 프로그램은 1999년 미국에 수출한 것을 포함해 이후 107개 국가에서 프로그램 제작 라이선스 계약을 맺는 등 포맷 비즈니스의 성공을 상징적으로 보여주고 있다. 뒤이어 BBC의 <The Weakest Link>가 또 한 번 세계 시장에서 성공을 거두면서 영국은 명실상부하게 포맷 비즈니스를 개척한 나라로 자리매김했다. 이를 토대로 영국은 2003년 전 세계 수출 포맷 톱 30 중에서 12개 프로그램을 포함시킬 만큼 가장 강력한 포맷 개발국가로 평가받고 있다.

이런 변화를 반영하듯, 2005년 발간된 보고서 <Rights of Passage>를 살펴보면 2000년 이후 영국의 포맷 수출은 급격히 증가해 적자에 시달리던 상황에서 벗어났을 뿐 아니라 포맷 분야의 세계 선두 자리를 차지하게 된 것을 알 수 있다(표 7 참조). 즉, 2007년의 경우 영국은 전 세계에 방송되고 있는 포맷 프로그램의 53%를 점유할 정도로 포맷 비즈니스의 선두주자이다.

또 영국은 포맷 판매에 힘입어 완성본 시장에서도 꾸준한 증가세를 보이고 있다. 즉 영국이 판매한 포

맷 시간은 완성본을 포함한 전체 방송 영상 콘텐츠 유통에서 11.6%를 차지하는 것인데 이 중 완성된 프로그램이 차지하는 비율(5.9%)과 포맷이 차지하는 비율(5.7%)이 거의 비슷해 포맷 활성화를 기점으로 방송 영상 전 분야에 활력이 제공되고 있음을 엿볼 수 있다(홍순철, 2010).

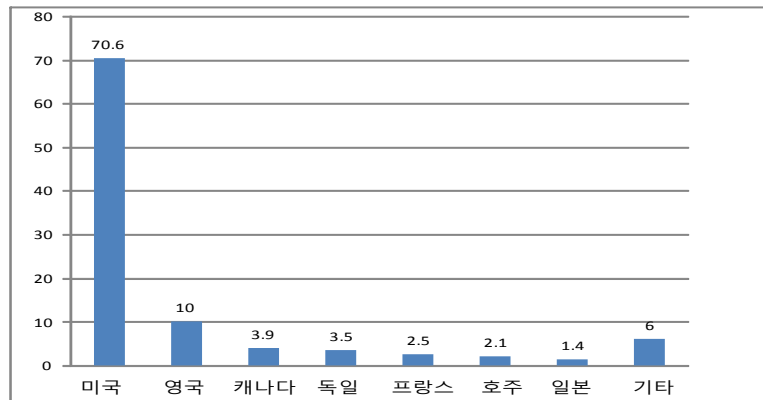
<표 7> 2003-2007년 전체 포맷 수출 현황(프로그램 시간 %)

| 국가 | 영국 | | 네덜란드 | | 미국 | | 프랑스 | | 아르헨티나 | |
|----|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|------|
| 년도 | 2003 | 2007 | 2003 | 2007 | 2003 | 2007 | 2003 | 2007 | 2003 | 2007 |
| % | 51.0 | 53.0 | 15.0 | 18.0 | 17.0 | 14.0 | 5.0 | 4.0 | 5.0 | 3.0 |

※ 출처: British Television Distributors Association(2008)

이처럼 영국이 포맷 비즈니스 분야에서 보여준 성공은 완성본 위주로 거래되던 세계 텔레비전 무역에서 이전과는 완전히 다른 새로운 판매 방식으로 일대 전환을 가져온 것으로 주목받았다. 비즈니스 영역으로 간주되지 않았던 아이디어를 상품화한 것이 포맷이기 때문이다. 또 앞서 말한 것처럼 포맷 분야의 경쟁력을 토대로 완성본 수출에 있어서도 크게 발전해 세계 방송 시장에서 미국에 이어 두 번째로 큰 수출국으로 성장할 수 있었던 것으로 평가받고 있다.

<그림 1> 완성된 프로그램 수출 시장 점유율



※ 출처: Right of Passage (2005:13)

즉, 완성본 무역에서는 여전히 미국이 독보적 지위를 차지하고 있지만 영국도 1996/7년 7.7%에서 꾸준히 증가해 2005년 보고서에는 10%로 3위인 캐나다보다 상당히 앞서며 2위를 기록한 것을 알 수 있다.

이렇게 영국이 세계 포맷 비즈니스를 선도할 수 있었던 데에는 앞서 언급한 대로 언어적 측면과 제도적, 정책적 지원을 이유로 들 수 있다. 특히 영국의 제도, 정책적 뒷받침은 포맷 비즈니스가 활성화될 수 있었던 주요 요인으로 볼 수 있는데 영국은 방송 콘텐츠의 경우 제작자에게 저작권이 돌아갈 수 있도록 하는 창작자 중심 제도와 정책을 2003년부터 시행해오고 있다. 오프콤(Ofcom)의 전신인 ITC가 ‘유통에 대한 권리강령(Terms of Trade)’을 만들어 프로그램 제작에 관한 권리 규칙을 제정, 각 방송사들이 자체적으로 강령 발표를 하도록 유도한 것이다. 이 강령의 핵심 내용은 프로그램 제작자들이 자신의 프로그램에 대한 권리를 소유할 수 있도록 하면서도 프로그램 제작에 소요된 제작비를 방송사가 지급하도록 권고하는 것이다. 방송사는 제작비를 지원하면서도 방송권(방영권)만을 가질 정도로 제작자 중심인 셈이다.

급진적이기까지 한 이 같은 인프라 구축에 힘입어 영국은 포맷 개발의 전제조건이라 할 수 있는 독립 프로덕션 분야가 가장 성공한 나라로 꼽히고 있다(FRAPA Report, 2009: 102쪽).

이러한 영국의 방송 산업 구조는 포맷 개발의 산실 역할을 해주고 있다. 일례로 영국에서 방영되는 프로그램 유형을 보면 2006~2007년 시즌에 편성된 프로그램 중 전체 274개 프로그램 가운데 178개가 리얼리티 프로그램이고 41개가 드라마, 55개가 게임쇼 등 오락 프로그램 유형이다. 한마디로 다른 나라에 비해 리얼리티 프로그램의 비중이 높고 해마다 신설되는 프로그램도 많다는 의미이다. 달리 말하면 영국에서는 실험적인 프로그램을 많이 시도해볼 수 있다는 것이다.

결국 영국에서는 작고 실험적이며 도발적인 프로그램을 시도하는 경우가 많고 이것이 축적돼 새로운 포맷 개발로 이어지는 선순환 구조가 형성돼 영국의 포맷 비즈니스를 구축하고 있다는 것이다. 이와 관련해 영국의 방송환경이 방송 제작자들에게 실험적이고 기발한 소형 프로그램을 많이 개발할 수 있도록 권장하고 있다는 점을 간과해서는 안된다. 포맷은 창의산업 대부분이 그러하듯 한 두 편의 성공작을 만들기 위해 수없이 많은 실패를 거쳐야만 하기 때문이다.

일례로 영국은 실험적 프로그램 개발을 권장하기 위해 수신료를 바탕으로 운영되는 BBC 안에 BBC4를 운영하면서 각종 다기한 실험 방송을 유도함으로써 포맷 개발에 활력을 넣고 있는 것으로 알려졌다(Glazier, 2012).

(2) 미국

현재 세계 포맷 비즈니스를 주도하고 있는 것은 영국과 네덜란드를 기반으로 한 대형 유통회사가 분명하다. 그러나 미국도 이들 나라에 이어 세 번째로 많은 포맷을 수출하는 국가이며 드라마 시리즈물 등 완성분을 고려하면 여전히 세계 시장에서 지배적 위치를 차지하고 있다. 또 최근에는 포맷 분야에도 주목하기 시작해 기존의 TV 시리즈물에 포맷을 적용해 좋은 기록을 내고 있기도 하다(표 8참조).

<표 8> 국가별 수출된 총 포맷 시간(2003-2007)

| | 영국 | | 네덜란드 | | 미국 | | 프랑스 | | 아르헨티나 | |
|---------------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|------|
| | 2003 | 2007 | 2003 | 2007 | 2003 | 2007 | 2003 | 2007 | 2003 | 2007 |
| 전체 수출된 시간 중 % | 51.3 | 53.0 | 15.0 | 18.0 | 17.4 | 14.0 | 5.0 | 4.0 | 5.0 | 3.0 |

※ 출처: Television Research Partnership(2008: 29)

그러나 포맷 비즈니스에서 미국의 위치는 역시 유럽의 성공적인 포맷을 수입하는 입장이다. 멕시코에 수출된 드라마를 역수입한 ABC의 <Ugly Betty>가 있기는 하지만 NBC의 <The Office>처럼 각본이 있는 드라마 부문을 비롯해, 리얼리티에서는 CBS의 <Survivor>, ABC의 <Dancing With The Star>, NBC의 <Deal or No Deal>, Fox의 <American Idol> 등 모든 네트워크가 하나 이상씩 유럽에서 수입한 히트 포맷을 갖고 있을 정도다. 특히 미국은 영국 포맷에 대한 의존도가 높는데 리얼리티나 게임쇼와 같은 대본 없는 분야에서는 영국 포맷에 대한 의존도가 두드러진다. 재미있는 것은 유럽의 대본 없는 포맷이 네트워크 프라임 타임을 지배하면서 역으로 케이블 공간에서 미국의 제작자들이 자신만의 포맷을 발전시킬 수 있는 기회를 주었다는 점이다(홍순철, 2008 a). MTV, TLC, A&E와 같은 네트워크들이 <Simple Life>

〈Newlyweds〉, 〈Tommy Lee Goes to College〉를 개발한 것이다. 〈Simple Life〉는 한국에도 잘 알려진 호텔 상속녀 패리스 힐튼이 주연을 맡아 많은 화제를 낳았던 리얼리티 쇼로 2003년 Fox 텔레비전에서 처음으로 소개된 후 2007년까지 5시즌동안 방영되었고 영국을 비롯해 11개국에 판매되었다. 또 〈The New Newlyweds〉는 흑백 텔레비전 시절이던 1966년 ABC에서 처음 방영되었던 게임쇼를 새롭게 각색한 것으로 갓 결혼한 신혼부부가 상대 배우자에 대해서 얼마나 자세히 알고 있는지를 묻는 퀴즈쇼 프로그램으로 최근 새롭게 단장했다. 〈Tommy Lee Goes to College〉는 우리나라에서 가수 서인영이 카이스트 대학에 들어가 좌충우돌하는 모습을 방영했던 케이블 프로그램의 원조격으로 2005년 NBC에서 처음 방영돼 인기를 얻은 프로그램이다. 이처럼 미국은 유럽과 달리 전 세계에 지명도가 높은 유명인사를 활용해 다양한 모습을 엿볼 수 있는 리얼리티 프로그램 장르를 개척해 나갔다. 또 〈Project Runway〉 〈Miami Ink〉 〈Dog the Bounty Hunter〉처럼 전문직을 기초로 한 리얼리티 쇼도 만들어 좋은 반응을 이끌어 내고 있다. 〈Project Runway〉는 우리나라 케이블 텔레비전에서도 몇 시즌째 방영되고 있을 만큼 인기를 끌었던 포맷인데 패션 디자이너가 되는 과정을 일반인 참가자들의 경연 방식으로 진행하는 것이다. 〈Miami Ink〉는 플로리다 마이애미의 문신 가게에서 일어나는 각종 이벤트와 에피소드를 소개하는 리얼리티 쇼로 6시즌동안 제작되었다.

이처럼 케이블 텔레비전이 자체 제작한 포맷이 인기를 얻자 세계 시장에서는 미국 리얼리티 포맷도 성공할 수 있다는 인식이 생겼고, 더불어 미국에서 개발된 대본 없는 포맷에 대한 관심도 늘어났다. 이를 토대로 〈The Bachelor〉 〈The Apprentice〉 등 한국에서도 방영되었던 프로그램이 수출을 주도하면서 등 유럽의 강세 속에서 미국이 포맷 개발자로 발돋움할 수 있게 해주었다.

(3) 일본

방송 영상 산업 규모와 영향력 측면에서 볼 때 일본은 우리나라보다 4배 이상 큰 방송시장 규모를 갖고 있는 전통적인 방송제작 강국이다. 이미 오래 전 세계 시청자들에게 크게 어필한 ‘오징어’를 제작한 바 있으며 방송 애니메이션 부문에서는 명실상부하게 세계 중심국이라 평가받을 만큼 콘텐츠 강국으로 자리 잡고 있다. 또 포맷 비즈니스가 유통 부문의 새로운 영역으로 자리 잡기 전부터 우리나라 방송가에서는 새로운 프로그램을 제작하는 과정에서 공식, 비공식적으로 일본 프로그램을 모방하거나 표절하는 것이 논란을 야기할 정도로 일본 방송 프로그램은 아시아 지역에서 교본 역할을 해왔다.

또 일본 방송 영상 시장에서 눈에 띄는 특징은 텔레비전 프로그램의 완전한 자급자족이다. 일본은 미국을 제외하고는 95% 이상의 텔레비전 프로그램을 국내에서 자체 제작하고 있는 유일한 나라일 정도로 자체 제작 능력이 우수하다(Moran & Keane, 2005, 30쪽). 흥미로운 것은 2차 세계 대전 이후 미국 대중문화의 수입을 규제하는 제재조치가 따로 없었음에도 일본이 미국 대중문화에 의해 지배되거나 식민지화되지 않았다는 점이다. 1953년 일본 텔레비전 역사 초창기만 하더라도 프로그램의 상당부분을 미국 수입물에 의존하던 일본이 60년대 중반부터는 빠르게 자체 제작물을 만들기 시작해 80년대에 이르러서는 이미 프로그램의 대부분을 자체 제작할 정도로 프로그램 자급률이 높다.

또 이를 바탕으로 아시아 국가 중에서는 보기 드물게 90년대 초부터 150~200개 가량의 프로그램을 해외로 판매할 만큼 프로그램 제작 노하우가 상당한 것으로 평가받고 있다. 그 중 가장 주목할 부문은 애니메이션 부문이다. 전체 방송 영상부문 수출 프로그램 중 애니메이션이 56%로 가장 많고 드라마(23%),

교육·교양(12%) 순이다(홍순철, 2008 a). 또한 일본은 포맷 제작자로서의 위상도 강화되고 있다. 현재 미국과 영국에서 인기를 끌고 있는〈Dragon's Den〉은 일본 니폰티브이(Nipon TV)가 제작한 프로그램이며 후지 TV(Fuji TV)가 제작한 〈Hole In The Wall〉은 버라이어티 쇼의 한 코너로 출발했던 것이 30분짜리 프로그램으로 재탄생해 세계 30여개 국에 수출된데 이어 2006~2008년 사이 세계에서 유통된 포맷 탑 10 중 8위를 기록할 정도로 인기를 끌고 있다.

일본 포맷 판매의 대표주자는 후지 TV다. 그러나 처음부터 후지 TV가 포맷 개발에 적극적이었던 것은 아니다. 지금도 이 방송사가 해외로 수출한 프로그램 중 80%가 드라마이고 나머지 20%가 버라이어티, 다큐멘터리, 포맷 & 리메이크 분야일 정도로 과거에는 주로 드라마와 같은 완성본 수출에 주력했었다. 또 수출 대상 지역도 대만을 비롯해 중국, 한국, 홍콩, 싱가포르, 태국, 인도네시아, 말레이시아 등 아시아 지역이 대부분이었다. 그러다 99년 미국과 유럽에 〈요리의 철인(Iron Chef)〉 포맷을 판매한 것을 계기로 포맷 비즈니스에 대한 관심이 높아지기 시작했고 이후 포맷 판매 수출 비율이 점점 늘어나 2008년 초 완성본 수출과 포맷 수출 비율이 7:3 정도를 유지할 만큼 포맷 분야에 관심을 기울이게 되었다(홍순철, 2010). 후지 TV 이외에 TBS도 프로그램 해외 판매에 많은 경험을 갖고 있는 방송사다. 또 NTV는 국내 시장에 주력하느라 해외 시장 개척에 크게 관심을 두지 않았지만 최근 들어 포맷 수출로 지속적인 수입원을 보장받을 수 있는 장점 때문에 안정적인 제작비 확보 차원에서 포맷 수출에 관심을 돌리고 있다.

일본은 비록 영국이나 미국에 비해 포맷 산업의 후발주자지만 미국의 유명 프로그램이 일본 포맷을 수입해서 만든 경우가 많은 것처럼 프로그램 아이디어가 뛰어나 향후 포맷 시장에서 유리하다는 평가를 받고 있다.

(4) 중국

중국은 방송 산업 전반이 아직은 성숙 단계에 이르지 못한 상태다. 따라서 포맷 비즈니스와 관련해서도 중국이 개혁 개방을 맞이한 지 얼마 되지 않아 제작 능력을 갖춘 방송국 숫자가 부족하고 서구 문화에 대한 거부감이 남아 있어 외국의 프로그램이나 포맷을 수입한다는 사실에 거부감을 갖고 있는 상황이다(홍순철, 2008 a).

전반적인 방송환경을 살펴보면, 먼저 사회적인 변화로는 1980년대 개혁 개방 시기를 맞아 중국 공산당의 선전 홍보용으로 이용되던 TV 방송이 국민들의 다양한 정보 욕구를 충족시키고 오락성을 지닌 매체로 바뀌게 되었다는 점이 가장 큰 변화라 할 수 있다. 여기에 산술적으로 방송국 숫자가 크게 늘어난 것도 변화이다. 2006년을 기준으로 볼 때, 중국에는 홍콩과 대만을 제외하고 모두 286개의 방송국이 운영되고 있는데 중앙급 방송은 2개(중국 중앙방송국 CCTV, 중앙교육방송)이고 성급 방송국이 31개, 지방 방송국이 262개로 이루어져 있다. 이중 모두 69개 채널이 전국으로 방송되고 있다. 방송국 숫자만으로 볼 때 크게 늘어난 것이 아닐 수 없다. 그럼에도 텔레비전 제작 능력이 확보된 방송국은 그렇게 많지 않다는 것이 대체적인 평가이다. CCTV와 같은 몇몇 중앙 방송만이 본격적인 제작 능력을 가졌을 뿐 나머지 방송국은 자체 제작능력이 부진한 상태다.

다른 한편 중국은 압축적인 경제 성장과 테크놀로지의 발전으로 위성 TV 등을 통해 외국의 다양한 오락 프로그램을 접한 수용자들이 많아지면서 자국 방송에 대한 기대수준과 눈높이가 올라가 있기도 하다. 이렇게 이율배반적인 상황, 즉 수용자들의 욕구는 높아지고 있지만 이를 다 수용할 수 없는 제작 여건이

지속되면서 일부 중국 텔레비전 방송국이 외국 프로그램을 불법으로 복제하기 시작한 것이다. 또 정부 당국이 재정과 제작 능력이 열악한 지방 방송의 표절과 모방을 묵인해주는데다 서구 문화 유입에 대한 거부감마저 잔존해 있어 중국은 포맷 복제 국가라는 오명을 받고 있는 상태다(홍순철, 2008 b). 이를 반영하듯 중국의 TV 산업이 외국 프로그램을 수입한 장르는 별로 많지 않다. 주로 다큐멘터리, 시트콤, 토크쇼, 드라마, 오락 프로그램 등 완제품 위주로 수입하고 있다. 그 중 다큐멘터리는 중국의 수입 프로그램 중 가장 비중이 큰 장르로 중국에서 가장 먼저 수입한 프로그램이 자연 다큐멘터리인 <동물세계>였을 정도다.

이 때문에 포맷 비즈니스가 주로 유통되는 오락 프로그램의 경우 중국은 표절과 모방을 통해 제작된다고 해도 과언이 아닐 만큼 정식으로 포맷을 구매한 경우가 별로 없다. 일부 오락 프로그램에 대해서는 판권을 구매해 제작하기도 하지만 대체로는 정식 포맷을 구매하지 않고 불법 복제하거나, 이를 다시 복제하는 2차 복제나 내용을 약간 변형시킨 모방 등이 많이 이루어지고 있다.

규제적 측면에서도 포맷 수입이 어려운 환경이다. 대표적으로는 지난 2004년부터 시행된 중국의 해외 프로그램 수입에 관한 규칙을 들 수 있다(홍순철, 2008 b). 규제 내용을 살펴보면, 첫째 해외 프로그램을 수입할 때는 국가방송총국에서 심사를 통해 허가를 받아야 한다. 둘째, 시사성 뉴스 프로그램은 수입하지 못한다. 셋째, 수입 TV 프로그램은 중국 법안의 기본 규제를 반대하는 내용, 중국 국가통일, 영토 보전을 해치는 내용, 중국의 기밀 폭로, 국가 민족의 풍기를 문란하게 하는 내용이 포함되어서는 안된다. 넷째, 성급 방송국은 각 분기의 첫째 주에 수입한 해외 프로그램을 정리해 방송총국에 등록해야 한다. 다섯째, 허가를 받은 해외 프로그램은 다시 편집해 방송할 수 있지만 해외 채널과 관련된 문자와 그림은 나오면 안된다. 여섯째, 각 방송국 채널의 수입 드라마 방송시간은 하루에 방송되는 총 드라마 방송시간의 25%를 초과할 수 없으며 프로그램은 하루 총 방송시간의 15%를 초과할 수 없다. 일곱째, 저녁 7시부터 10시까지 황금시간대에는 중국 방송총국의 허가가 없으면 수입 프로그램을 방송할 수 없다 등이다. 또 2008년 5월 1일부터는 전국 지역방송국에서는 해외 만화 영화의 방영을 금지하는 등 제재가 가해지고 있다.

이렇듯 엄격한 규제가 존재하는데다 다양한 뉴미디어가 인구 전체에 확산돼 있지 않아 대다수 국민이 표절 여부를 알 수 있지 않고, 외국 문화에 대한 수용자들의 거부감이 남아 있다는 점으로 인해 중국은 정식 포맷 비즈니스가 성숙하지 못하고 있다.

(5) 네덜란드

포맷 비즈니스가 TV 산업의 중요한 분야로 떠오르기 전까지 네덜란드는 텔레비전 프로그램 유통 시장에서 변방의 나라에 불과했다. 그러나 90년대 이후 포맷 비즈니스가 부각되면서 현재 우리나라에서도 방영중인 <1 vs 100>를 비롯해, <Big Brother> <Survivor> 등이 성공적인 포맷 프로그램을 선보이면서 포맷 유통의 강자로 떠올랐다. 특히 <Big Brother>는 미국 프로그램이 장악하고 있던 세계 방송 프로그램 시장에서 유럽 말 포맷 비즈니스가 새로운 강자로 떠오를 수 있게 해 준 프로그램으로 게임쇼를 비롯해, 토크쇼, 드라마(soap opera)등 여러 장르가 뒤섞인 새로운 형태의 프로그램으로 선보이면서 큰 인기를 얻었다. 이 포맷은 유럽에서의 성공을 발판 삼아 미국으로 진출, 세계 시장에서 좋은 반응을 얻었는데 2005년 말 현재 10억 달러 이상의 수출 효과를 본 것으로 평가받고 있다.

네덜란드 포맷 비즈니스의 핵심에는 앞의 <Big Brother>를 개발한 Endemol이 있다. Endemol은 전통

적인 텔레비전 콘텐츠 시장의 핵심 사업자로 포맷 아이디어를 발굴하고 개발, 제작, 배급은 물론, 현지화 창구까지 수직적으로 통합한 포맷 비즈니스의 대형 배급 제작회사이다. Endemol이 개발한 포맷과 활동에 대해서는 후에 자세히 기술하겠다.

2) 한국의 포맷 산업 현황

한국의 포맷 비즈니스는 아직은 수출보다 수입이 훨씬 더 많은 비중을 차지하는 등 걸음마 단계에 있다. 다른 텔레비전 분야도 그렇지만 콘텐츠의 기획력을 판매하는 포맷 분야에서 한국은 뒤늦게 분야의 중요성을 인식하고 변화를 꾀하고 있는 단계다. 자연스럽게 얼마 전까지만 해도 한국의 포맷 비즈니스는 일본 프로그램을 참고하거나 모방하는 입장에 서 있을 뿐이었다. 즉 1998년 일본 대중문화가 개방되기 전까지 한국은 별다른 제재 없이 ‘프로그램 베끼기’ 차원에서 일본의 프로그램이 모방하거나 표절하는 일이 비일비재할 정도로 포맷이라는 분야 자체에 대한 인식 정도가 매우 낮았다. 그러나 일본 대중문화가 정식으로 유입되고 PC 통신, 곧이어 인터넷이 확산되면서 일본 프로그램을 모방하는 관행이 시청자들의 감시의 시선을 피할 수 없게 되면서 포맷에 눈을 뜨기 시작했다.

이후 한국은 90년대 말에서 2000년대 초반을 거치면서 포맷 산업의 태동기를 구축했다. 특히 한국의 포맷 산업에서 2000년대는 매우 중요한 분기점인데 이 시기를 전후해 방송환경이 급격히 변화했기 때문이다. 2000년대 초반 우리나라 뿐 아니라 전 세계 방송환경은 급속도로 콘텐츠 중심의 고부가가치 산업으로 재편되기 시작했다. 디지털화와 위성 및 인터넷과 같은 새로운 매체의 출현으로 방송과 통신이 수직통합을 통한 거대 미디어 기업으로 바뀌었고 다단계 창구 효과(OSMU), 방송 산업 규제 완화 등으로 콘텐츠에 대한 수요가 폭발적으로 증가했다. 그런데 늘어난 신규 플랫폼에 상응하도록 콘텐츠 규모나 제작 여건이 개선되지 못하는 불균형 상황이 초래되면서 콘텐츠 기획력을 판매하는 방식이 새로운 유통 형태로 부각된 것이다.

포맷 분야에 대한 새로운 인식의 전환으로 정부는 제도적 정책적 지원 체계를 마련했다. 일례로 1999년 우리나라는 방송영상콘텐츠의 해외 진출을 도모하기 위해 국제방송교류재단(아리랑 TV)에 ‘영상물 수출 지원센터’를 설치해 매년 1,000편 이상의 영상물을 수출 가능한 형태로 다시 제작할 수 있도록 지원해주고, MIP-TV, MIP-COM 등 해외 프로그램 견본시에 공동부스 설치 및 광고홍보비를 지원하는 등 포맷 산업 형성을 위한 기반을 다졌다. 또 2001년에는 국내 최초로 부산에서 국제방송영상견본시를 개최해 약 30만 달러의 프로그램 판매실적을 올려 콘텐츠 수출의 성장 가능성을 보여주었다.

이 같은 노력에 힘입어 KBS의 〈TV는 사랑을 싣고〉가 스페인으로 포맷 수출되면서 점차 한국에서도 포맷이 방송 산업의 새로운 부가가치라는 인식이 나타나기 시작했다. 여기에 최근에는 한류의 영향으로 동남아에 드라마 수출이 늘어나면서 포맷 수출 가능성이 더욱 높아지고 있다.

그러나 아직까지 한국의 포맷 비즈니스는 유럽이나 미국에서 성공한 해외 포맷을 수입하는 것이 더 많은 비중을 차지하고 있다. KBS 〈1 vs 100〉, MBC 〈Dancing With The Star〉, SBS 〈결정 맛 대 맛〉 등 각 지상파가 최소 하나 이상씩 수입한 해외 포맷을 기반으로 프로그램을 제작할 정도로 포맷에 관한 한 수입 비중이 크다. 특히 포맷 수입은 자체 제작 여건이 성숙하지 않은 케이블 텔레비전에서 더욱 적극적으로 이용되고 있다(박주연·배진아, 2010). 〈도전 슈퍼모델 코리아(원제: America's Next Supermodel)〉 〈Top Gear Korea〉 〈Project Runway Korea〉 등 해외에서 인기를 검증받은 프로그램이 우리나라 여건에

맞게 조정되면서 케이블 텔레비전으로는 보기 드물게 시청률과 화제 면에서 두드러진 성과를 냈고 포맷 수입에 호의적인 분위기가 형성되었다. 최근에는 또 네덜란드 포맷 제작자가 개발하고 <Absolutely Independent>가 유통을 담당한 텔레비전 쇼 <The Phone>이 CJ 엔터테인먼트에 판매돼 내년 방영될 예정이다.

케이블 텔레비전이 이처럼 포맷을 통한 프로그램 전개에 적극적인 이유는 첫째, 케이블이 지상파보다 보다 젊고 특화된 수용자를 염두에 두고 프로그램을 제작한다는 점을 들 수 있다. 또 제작비나 인력 등 제작 여건도 지상파에 비해 열악하기 때문에 불확실성이 높은 새로운 프로그램을 론칭하기보다 시청률이 안정적으로 확보된 외국 포맷을 활용해 우리나라 여건에 맞게 조정해 제작하는 경향이 강하기 때문이다.

그런데 아래 표에서 확인되는 것처럼 우리나라가 주로 포맷을 수입하는 나라 중 눈길을 끄는 것은 유럽과 미국은 물론 일본이 포함돼 있다는 점이다. 이는 일본이 우리와 같은 동양권이기 때문에 문화적으로 비슷한 정서가 많아 포맷 비즈니스가 정식 유통 분야로 인식되기 전부터 일본 프로그램을 참고하거나 모방한 사례가 많았었는데 포맷 비즈니스가 콘텐츠 산업의 한 분야로 정착하면서 이를 아예 정식으로 수입하거나 참고하는 경우가 많아졌기 때문으로 풀이할 수 있다.

<표 9> 우리나라 주요 방송사 수입 포맷 현황

| 방송사 | 프로그램 제목 | 장르 | 원 제작국 |
|-----|-------------|----------------|---------|
| 지상파 | KBS | 1:100 | 퀴즈쇼 |
| | MBC | 사소한 도전 60초 | 퀴즈쇼 |
| | | 댄싱 위드 더 스타 | 리얼리티 쇼 |
| | | 브레인 배틀 | 퀴즈쇼 |
| | | 브레인 서바이버 | 게임쇼 |
| | SBS | 퀴즈 육감대결 | 퀴즈쇼 |
| | | 작렬 정신통일 | 버라이어티 |
| | | 슈퍼 바이킹 | 버라이어티 |
| | | 결정 맛 대 맛 | 인포테인먼트 |
| | | 솔로몬의 선택 | 인포테인먼트 |
| 케이블 | MBC 에브리원 | 댄싱 스토리 | 게임쇼 |
| | | 마이 맨 캔 | 게임쇼 |
| | | 퍼펙트 브라이드 | 게임쇼 |
| | TVN | 오페라 스타 2011 | 탤런트 쇼 |
| | | 리브 스위치 | 데이트 게임쇼 |
| | | Yes or No | 게임쇼 |
| | | 트라이앵글 | 퀴즈쇼 |
| | | 코리아갓탤런트 | 탤런트 쇼 |
| | | 네버랜드(조용한도서관) | 버라이어티 |
| | | 네버랜드(즐거운 인생) | 버라이어티 |
| | 온스타일 | 도전 슈퍼모델 코리아 | 리얼리티 쇼 |
| | | 프로젝트 런웨이 코리아 | 리얼리티 쇼 |
| | XTM | 탐기어 코리아 | 다큐멘터리 |
| | QTV | 모멘트 오브 트루스 코리아 | 게임쇼 |
| | | 맘 VS 맘 엄마를 바꿔라 | 리얼리티 |
| | | 러브 택시 | 리얼리티 |
| | | 순위 정하는 여자 | 버라이어티 |

※ 출처: 한국콘텐츠진흥원(2011 a), 2011 방송콘텐츠 포맷 산업 실태조사

한편, 한국이 세계 포맷 비즈니스에서 수입국의 비중이 높은 것은 사실이지만 최근 들어 드라마와 예능 분야에서 꾸준히 포맷 수출을 성사시켜 포맷 수출국으로서의 위상도 증가하고 있다. 한국콘텐츠진흥원이 펴낸 <2010 방송콘텐츠 수출입 현황과 전망>의 콘텐츠 판매 부문별 현황에 따르면 여전히 포맷 판매가 주요 수출 분야로 인식되기 시작한 것을 알 수 있다. 전체적으로는 여전히 드라마 수출이 콘텐츠 수출의 대부분을 차지하지만 다큐와 오락에 이어 미약하게나마 포맷 비즈니스가 형성되고 있음을 알 수 있다.

<표 10> 우리나라 방송 콘텐츠 장르별 수출현황

| 장르별 | | 총계 | | 지상파 | | 케이블 등 | |
|-----|----|---------|-------|---------|-------|--------|-------|
| | | 수출 | | 수출 | | 수출 | |
| 드라마 | 금액 | 132,677 | 87.6 | 128,464 | 94.5 | 4,213 | 27.3 |
| | 편수 | 26,216 | | 25,516 | | 700 | |
| 다큐 | 금액 | 9,786 | 6.5 | 654 | 0.5 | 9,132 | 59.1 |
| | 편수 | 688 | | 291 | | 397 | |
| 애니 | 금액 | 1,979 | 1.3 | 216 | 0.2 | 1,763 | 11.4 |
| | 편수 | 850 | | 836 | | 14 | |
| 영화 | 금액 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| | 편수 | 0 | | 0 | | 0 | |
| 오락 | 금액 | 4,043 | 2.7 | 3,748 | 2.8 | 295 | 1.9 |
| | 편수 | 2,413 | | 2,089 | | 324 | |
| 보도 | 금액 | 11 | 0.0 | 11 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| | 편수 | 7 | | 7 | | 0 | |
| 교양 | 금액 | 232 | 0.2 | 232 | 0.2 | 0 | 0.0 |
| | 편수 | 130 | | 130 | | 0 | |
| 기타 | 금액 | 25 | 0.0 | 25 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| | 편수 | 236 | | 236 | | 0 | |
| 포맷 | 금액 | 2,644 | 1.7 | 2,593 | 1.9 | 51 | 0.3 |
| | 편수 | 120 | | 20 | | 100 | |
| 총계 | 금액 | 151,397 | 100.0 | 135,943 | 100.0 | 15,454 | 100.0 |
| | 편수 | 30,660 | | 29,125 | | 1,535 | |

※ 출처: 한국콘텐츠진흥원(2011 a), 2011 방송콘텐츠 포맷 산업 실태조사, 소수점은 반올림함

주목할 것은 우리나라 방송 콘텐츠 수출에 있어 가장 큰 부분을 차지하고 있는 드라마 부문이 완성본은 물론 포맷 영역으로 확장할 가능성이 크다는 점이다. 드라마 유통은 통상 미국 드라마처럼 완성도 높은 텔레비전 시리즈물을 개작 없이 그대로 수출하는 완성본 수출이 대세지만 드라마의 기본 골격 스토리, 캐릭터 등 드라마 장르를 포맷화해 판매하는 경우도 의외로 많다는 것이다. 이를 포맷 비즈니스와 연계해 고려하면 한국은 드라마 장르의 포맷화가 시급하다고 할 수 있다.

특히 최근 동남아를 기점으로 확산되고 있는 한류와 연계해 드라마를 리메이크 할 수 있는 스크립트 판매 시장이 갈수록 커질 개연성이 높으므로 이를 고려해 포맷 판매 전략을 수립해야 할 것이다. 또 러시아나 중앙아시아 지역에 드라마 스크립트가 수출되고 있으며 <폴하우스> <미안하다 사랑한다> <소문난 칠공주> 등 인기리에 방영되었던 드라마가 리메이크 판매되고 있다는 점도 드라마 장르의 포맷화가 가능성이 있다는 것을 시사해주고 있다.

<표 11> 우리나라 예능 포맷 판매현황

| 방송사 | 판매 연도 | 프로그램명 | 구매업체 | 국가 |
|-----|-------|-----------|-----------------------|-------|
| KBS | 2009 | 미녀들의 수다 | Vietba Media/Hanoi TV | 베트남 |
| | 2009 | 비타민 | TBJ/Hanoi TV | 베트남 |
| | 2010 | 도전 골든벨 | WPP MEDIA | 베트남 |
| | 2010 | 청춘신고 | MODINAL | 베트남 |
| | 2008 | 도전 골든벨 | Group M | 베트남 |
| | 2005 | 도전 골든벨 | Mindshare/VTM | 베트남 |
| | 2003 | 도전 골든벨 | LG 애드 | 중국 |
| MBC | 2011 | 우리 결혼했어요 | Show TV | 터키 |
| | 2010 | 우리 결혼했어요 | Show TV | 터키 |
| | 2006 | 강호동의 천생연분 | 제작사 | 중국 |
| SBS | 2007 | 반전 드라마 | GMC | 인도네시아 |
| | 2006 | 반전 드라마 | 호남 TV | 중국 |
| | 2006 | 진실게임 | GMC | 인도네시아 |

※ 출처: 한국콘텐츠진흥원 (2011 a), 2011 방송콘텐츠 포맷 산업 실태조사

물론 아직은 초보적 수준이지만 <도전 골든벨>을 비롯해 <우리 결혼했어요> <반전드라마> <미녀들의 수다> <비타민> 등 몇몇 예능 프로그램 포맷이 동남아와 터키 등으로 판매된 사실도 우리나라 예능과 오락 프로그램의 포맷 수출 가능성을 예시하고 있다.

3) 주요 포맷 기업

포맷 비즈니스에 참여하는 기업들은 크게 4가지 분류로 나눌 수 있다. 첫째, 포맷 유통과 제작을 수직적으로 통합한 거대 유통 제작 배급회사들로 Endemol과 Fremantle Media 등이 속한다. 두 번째는 콘텐츠 배급을 전문적으로 하는 배급 회사들로 Columbia TriStar, King World 등을 들 수 있다. 이들은 포맷 뿐 아니라 방송 영상 관련 콘텐츠 배급을 전문적으로 하는 회사들로 해외에 지사를 많이 두지 않고 있다. 여기에 속한 기업들이 포맷 유통에 관여할 경우 포맷을 판매하게 되는 현지 제작자를 고용하고 자신들은 제작에 필요한 상담을 해주는 역할을 주로 한다. 세 번째는 중소형 제작사들로 거대 기업보다 특정 나라에 기반을 두고 포맷을 개발, 제작하는 경우다. 스웨덴의 Swedish Strix가 여기에 속한다. 마지막으로 위에서 언급한 유형에 속하지 않는 포맷 기업들로 포맷 배급만을 전문적으로 담당하거나 지역 단위에서 포맷을 만들고 공동 개발, 제작해 세계적으로 유통시키는 회사들로 영국의 BBC를 들 수 있다.

(1) Endemol¹⁾

세계적인 포맷 비즈니스는 Endemol의 활약으로 시작되었다고 해도 과언이 아닐 정도로 포맷 유통에서 Endemol이 차지하는 비중은 크다. 세계 리얼리티 프로그램과 게임쇼 열풍을 선도하고 있는 Endemol은 1994년 존 데 몰(John De Mol)이 이끄는 텔레비전 방송사와 유명 연극, TV 프로듀서인 주프 반 엔데

1) Endemol 홈페이지(<http://www.endemol.com>)와 위키피디아(<http://en.wikipedia.org/wiki/Endemol>) 채구성

(Joop van Ende) 방송사가 합병해 탄생했다. 한때 네덜란드의 유명 배우이기도 했던 주프 반 엔데는 자신의 활동 경험을 토대로 텔레비전 시리즈물을 제작하다가 경쟁자이던 존 데 몰과 1993년 합병을 통해 Endemol을 탄생시켰다. 합병 후 Endemol은 드라마, 텔레비전 콘텐츠 제작 이외에 포맷 개발에 진출, 세계 포맷 유통 산업을 형성하는 초석을 다졌다.

합병 후 2년 만에 인접 나라인 독일과 포르투갈, 스페인, 벨기에 등으로 확장하면서 성장을 시작했고, 해외에 새로운 지사를 설립하기보다 진출하려는 나라에서 이미 활동 중인 회사를 인수 합병하는 전략을 취했다. Endemol의 인수 합병 전략은 큰 어려움 없이 유럽 진출을 가능케 해 영국과 프랑스, 이탈리아 등 유럽 전역으로 확장해 현재 인도, 남아메리카, 호주 등 전 세계 31개 나라에서 비즈니스 활동을 펼치고 있다. 1999년 현재의 Endemol을 가능케 한 리얼리티 쇼 <Big Brother>를 개발 공전의 히트를 기록하면서 놀라운 성장세를 보이고 있으며 현재까지 2,300여개의 프로그램 포맷을 개발 보유하고 있다.

그러다 2000년 Endemol 창시자인 주프 반 엔데가 건강상의 이유로 은퇴하면서 Endemol은 스페인 텔레커뮤니케이션 거대 그룹인 Telefonica에 매각된다.

Telefonica는 Endemol의 주력해온 텔레비전 분야의 포맷 개발은 물론 인터넷과 모바일 등 변화하는 디지털 환경에 적합한 포맷 개발에 더욱 심혈을 기울이기 위해 노력하고 있다.

(2) Fremantle Media²⁾

Fremantle Media는 <Idols> <Got Talent> 등의 유명 포맷을 제작한 엔터테인먼트 제작, 유통 회사로 Endemol과 마찬가지로 세계 시청자를 대상으로 하는 글로벌 TV 콘텐츠 제작에 공격적으로 참여하고 있다. 영국에 본사를 두고 있지만 유럽 전역과 미국 등 세계적으로 40개국 이상에서 포맷을 개발하고 제작 유통하고 있다. 영국 출판 그룹인 Pearson社의 한 영역에서 출발해 만들어진 Pearson TV가 전신이며 드라마와 게임쇼 부문을 토대로 성장했다. Pearson TV는 독일의 CLT-UFA에 인수 합병돼 유럽에서 가장 큰 텔레비전 프로그램 제작사인 RTL 그룹으로 변모하는 데 Fremantle Media는 이 그룹에 속한 회사로 포맷 개발과 제작, 유통을 담당하고 있다. 게임쇼와 드라마 등에서 강세를 보이고 있지만 <Survivor> <Idol> 등 리얼리티 포맷에서도 인기를 얻은 포맷을 많이 개발했으며 우리나라에서 인기리에 방영중인 <Project Runway Korea>를 개발한 회사이기도 하다.

(3) BBC Worldwide³⁾

BBC Worldwide는 100% 수신료로 운영되는 영국 공영방송 BBC를 대신해 BBC의 IP(Intellectual Property)를 활용한 상업 행위를 하는 자회사이다. BBC Worldwide는 매년 40,000시간 이상의 프로그램을 수출하는 유럽 최대의 콘텐츠 수출회사이자 구글과 유튜브 등에 디지털 콘텐츠를 제공하는 주요업자이기도 하다. 이렇게 BBC Worldwide를 통해 벌어들인 수입은 다시 BBC에 투자돼 질 높은 공영방송이 제작되는 데 사용되는 선순환 구조를 형성하고 있다.

2) 프리맨탈 홈페이지(<http://www.fremantlemedia.com/home.aspx>)
위키피디아 (<http://en.wikipedia.org/wiki/FremantleMedia>) 재구성

3) Moran. (2006). Understanding the Global TV Format, pp. 85-99와 은혜정(2008) 참고 재구성

BBC와 BBC Worldwide가 상호 호혜적으로 돕는 선순환구조를 형성하며 우수 콘텐츠 제작과 포맷 개발에 앞장설 수 있었던 것은 BBC를 중심으로 형성된 유기적인 방송구조 덕분이다. 세계적으로 신뢰와 명성을 유지하고 있는 BBC는 공영방송으로서 자국민에게 최상의 공적 서비스를 제공하는 것이 일차적 목표로 삼고 있으며 자체 제작 50%, 영국 내 다른 텔레비전 프로그램 제작사로부터 50%의 프로그램을 구매해 방송하고 있다. 이 과정에서 자국 내 소규모 포맷 제작 회사들과 공동으로 포맷을 개발하거나 제작하는데 관여하면서 1993년 포맷 관련 회사 BBC Worldwide를 설립했다. 특이한 점은 미국의 공영방송이 상업 방송에 비해 영향력이 현저히 떨어지는데 반해 영국 BBC는 상업방송과 어깨를 견줄 만큼 경쟁력을 확보하고 있다는 점이다. 특히 수신료를 바탕으로 제작되기 때문에 자본이나 권력의 통제로부터 자유로워 실험적이고 도발적인 프로그램을 적극 개발할 수 있는 분위기가 형성돼 창의성이 중시되는 포맷 비즈니스를 이끌고 있다. 우리에게도 익숙한 유아 프로그램 텔레토비를 개발하여 전 세계에 수출한 바 있다.

(4) Celador⁴⁾

〈Who Wants To Be A Millionaire?〉를 제작한 Celador는 1993년 영국에서 설립됐다. 이 프로그램은 영국의 라디오 방송국에서 일했던 David Briggs가 라디오 퀴즈쇼로 시작했던 아이디어를 발전시켜 1998년 영국 ITV에서 〈Who Wants To Be A Millionaire?〉를 방영해 큰 인기를 얻은 이후 미국 ABC 방송이 수입해 대박을 터뜨렸고 연이어 전 세계 80개 지역에서 수입, 공전의 히트를 기록했다. 그러나 이 프로그램의 제작사인 Celador는 2002년 ABC 방송에서의 인기가 줄어든 데다 후속작 인기 포맷을 개발하지 못해 현재 포맷 비즈니스에서 차지하는 위상은 많이 줄어든 상태다.

(5) Granada⁵⁾

Granada가 미디어 업계에 관련을 맺은 것은 영국 방송 초창기인 1930년대로 거슬러 올라간다. Granada는 1934년 시네마 제작과 극장 관련 사업과 인연을 시작으로 미디어 업계에 진출해 1954년 영국의 북 잉글랜드 지역 제 1의 상업 방송국으로 성장하게 되었다. 이후 ITV 계열사 등과 합병을 통해 방송 프로그램 제작사로 위상을 높여 나갔다. 이후 Granada International은 방송 프로그램 제작과 판매, 포맷 발굴 등을 겸하는 유럽에서 가장 유통 회사 중 하나로 발돋움하게 된다.

(6) 기타 포맷 전문 배급회사⁶⁾

위에서 언급한 포맷 발굴, 제작, 유통업체 이외에 포맷만을 전문적으로 배급하는 회사들도 등장하고 있다. 이들은 중소 규모의 제작사들이 직접 포맷을 개발하고 유통하기 어렵다는 판단아래 배급만을 대신해주는 회사들인데 포맷의 저작권 보호, 편성권을 따내는 역할도 포함하는 경우가 많다.

Zeal Entertainment는 2001년 설립한 회사로 2007년까지 Zeal Television에 소속돼 있다가

4) 위키피디아(<http://en.wikipedia.org/wiki/Celador>) 참고

5) Moran. (2006). Understanding the Global TV Format, pp. 85-99 참고 재구성

6) 은혜정(2008). 세계 방송포맷 개발 현황 및 향후 발전방안 pp. 10-12 재구성

DRG(Digital Rights Group)로 합병되었다. DRG는 영국에서 가장 큰 독립 배급회사 중 하나로 Channel 4, International, Click TV, i-Rights, iD Distribution, Portman Film and Television, Zeal Entertainment를 자회사로 갖고 있다. Zeal Entertainment는 우리나라 동아 TV에서 방영된 〈Fashion Rocks〉를 유통시킨 바 있다.

다음으로 스톡홀름에 본사를 둔 Sparks Network는 북구를 중심으로 유럽과 아시아 전 지역에 20개 제작사를 멤버로 두고 있으며 여기에 포함된 멤버들의 포맷 유통만을 담당하고 있다.

<표 12> 각 포맷 회사가 소유한 대표적인 포맷

| 포맷 회사 | | 주요 인기 포맷 |
|-----------------|----------------------------|---|
| Fremantle Media | | 〈Got Talent〉 〈Hole In The Wall〉 〈Idols〉 〈Project Runway〉 〈Project Runway〉 〈The Apprentice〉 〈Family Feud〉 〈The X Factor〉 〈Hole In The Wall〉 |
| Endemol | | 〈1 vs 100〉 〈Deal or No Deal〉 〈All You Need Is Love〉 〈Wipe Out〉 〈Big Brother〉 〈Extreme Makeover: Home Edition〉 |
| 기 타 | 20th Television | 〈Are You Smarter Than An Fifth Grader?〉 |
| | Warner Bros. Entertainment | 〈The Bachelor〉 |
| | ITV Global | 〈Hell's Kitchen〉 |
| | All3MediaInternational | 〈Undercover Boss〉 |

※ 출처: Moran, 2006, pp. 85-99와 박진식, 2011 p. 37~38, p. 41 참고해 재구성

3. 소결

포맷은 시리즈로 제작되는 프로그램에서 각각의 에피소드를 구성하는 가변의 요소 중 변화하지 않고 유지되는 요소들의 집합을 가리키는 개념이다. ‘프로그램을 완성시키는 정보와 노하우 집합체’로서 프로그램의 개별 에피소드가 제작될 기반이자 비결인 것이다.

완성본 위주로 판매되던 세계 방송 영상 콘텐츠 유통 부문에서 포맷이 부각되기 시작한 것은 90년대 후반 일부 프로그램이 큰 성공을 거두면서 부터다. 즉, 포맷 비즈니스가 방송 영상 분야의 정식 유통 상품으로 국제 시장에서 주목받기 시작한 시점은 잘 알려진 대로 90년대 말 〈Big Brother〉, 〈Who Wants To Be a Millionaire?〉, 〈Survivor〉가 큰 성공을 거두면서 부터다. 이후 계산 방식에 따라 조금씩 다르기는 하지만 2002~2004년 64억 유로에 달하던 시장 규모가 2006년~2008년 93억 유로로 증가할 정도로 빠르게 성장하고 있다. 이 규모는 전체 방송 영상 콘텐츠 시장으로 확장하면 아직 큰 비중이라 할 수는 없지만 그 중요성이 날로 커지고 있을 뿐 아니라 무시하지 못할 규모로 성장한 것이라고 할 수 있다.

흥미로운 것은 포맷 시장이 미국보다는 유럽에 의해 주도되고 있다는 점이다. 대표적인 포맷 제작 유통 회사로 거론되는 영국의 'Fremantle Media' 'Celador' 'BBC World', 그리고 네덜란드의 'Endemol'이 모두 유럽에 위치하고 있다. 특히 포맷 비즈니스에서 영국이 차지하는 비중은 주목할 만한데 이는 ‘언어적’ 측면과 ‘정책적’ 측면에서 그 이유를 찾아볼 수 있다. 첫째 언어적 측면은 영국이 영어권 시장을 겨냥할

수 있기 때문에 다른 언어에 비해 적정 이윤 회수가 유리하다는 것을 뜻한다. 둘째, 영국은 정책적으로 독립 프로덕션과 방송 제작자들에게 유리한 정책을 전개해와 다른 국가에 비해 제도적, 정책적 지원체계가 잘 갖추어져 있다. 이를 테면 1990년 제정된 영국의 방송법(Broadcasting Act)은 각 지역 방송국이 독립 프로덕션이 제작한 프로그램 25% 이상을 방영하도록 하는 쿼터제를 도입해 각종 독립 제작사들이 자립할 수 있는 기반을 마련해 주고 있다. 또 오프컴(Ofcom)의 전신인 ITC가 만든 ‘유통에 대한 권리강령’은 제작자들이 자신이 만든 프로그램에 대한 저작권을 소유하면서 2,3차 수익을 보장받을 수 있게 해 콘텐츠 제작자가 산업적으로 보호받을 수 있는 환경을 구축해 주고 있다. 이와 같은 방송 인프라는 결과적으로 크고 작은 제작사들이 실패 위험이 높은 포맷 개발에 적극 나설 수 있는 선순환 구조를 형성해 영국의 포맷 산업을 견인하고 있다. 유럽이 주도하고 있는 포맷 비즈니스에서 거래되는 포맷은 크게 대본이 없는 포맷(Non-Scripted Format)과 대본 포맷(Scripted Format)으로 분류할 수 있다. 대본 없는 포맷은 미리 정해진 대본에 따라 움직이는 것이 아니라 참가자와 진행자가 프로그램을 자유롭게 끌고 가는 형태로 세계 포맷 비즈니스가 주로 이 부문에서 이뤄지고 있다. 세부적으로는 게임쇼, 리얼리티/ 서바이벌, 탤런트 콘테스트, 데이팅 프로그램 등이 포함된다. 다음으로 미리 작성된 대본에 따라 프로그램을 만드는 대본 포맷이 있다. 포맷 비즈니스는 통상 대본 없는 장르가 주도적인 위치를 차지하고 있지만 남미의 ‘텔레노벨라(telenovela)’의 경우처럼 대본을 가진 드라마 장르도 포맷 수출로 확장될 수 있다는 가능성을 보여주고 있다.

이들 포맷과 관련해 주목해야 할 점은 포맷이 세계 시장에서 유통되는 실체임에도 포맷의 권리 보호는 애매한 위치에 처해 있다는 점이다. 포맷이 비교적 최근에 주목받은 것이 가장 큰 이유이겠지만 사용자에게 따라 용어의 정의와 사용 범위에 대한 입장과 강조점에 차이를 보여 포맷의 권리를 보호하기 위해 필요한 법적, 제도적 장치 마련이 쉽지 않다는 것이다.



제3장

방송 포맷 관련 주요 국제 분쟁 사례

제3장 방송 포맷 관련 주요 국제 분쟁 사례

1. TV 포맷 분쟁의 주요 역사

1) 포맷 관련 국제 분쟁 현황

TV 포맷이 세계 방송 영상 콘텐츠 시장의 주요 영역으로 떠오르면서 포맷의 법적, 제도적 권리를 주장하는 움직임과 그에 따른 분쟁도 늘어나고 있다.

TV 포맷의 법적 권리에 관한 한, 세계 각국은 TV 시장의 환경 변화에 발맞춰 TV 포맷을 지적 재산권의 일부로 인정, 보호해야 한다는 인식을 확장시켜 왔다(Coad, 2012). 그러나 국가마다 지적 재산권이나 저작권에 대한 인식 범위가 다르고, 적용 문화가 다를 뿐 아니라 보다 근본적으로는 TV 포맷을 저작권으로 보호해준다고 할지라도 적용 대상이 애매모호해 일관된 법 적용을 기대하기 어려운 현실이다. 때로는 TV 포맷의 권리를 주장하는 제작자가 동시에 상대방 회사의 포맷을 법적 한도 안에서 적당히 모방하거나 참조하는 이율배반적 활동을 벌이는 경우도 많아 TV 포맷 권리보호의 걸림돌로 작용하기도 한다.

그럼에도 최근 세계 각국은 TV 포맷을 정당한 지적 재산의 일부로 인정해주는 방향으로 발전하고 있다. TV 포맷 분쟁과 관련된 대략적인 역사적 추이가 이를 예시해 준다.

표에서 확인되는 것은 그동안 포맷 권리에 대한 분쟁 사례 중 저작권 관련 분쟁이 가장 큰 비중을 차지한다는 점이다(표 13, 그림 2참조). 표에서 ‘방송’ 칼럼은 다른 방송사에서 방영된(혹은 방영을 준비 중인) 프로그램을 표절하거나 모방해 저작권 침해로 소송한 것인데 전체 41건 중 34건을 차지해 대부분의 포맷 관련 소송이 저작권 침해로 진행되고 있음을 알 수 있다. 또 분쟁 시 저작권 이외에 2차 쟁점으로 부각되는 것은 기밀누설이 많고 불법행위와 상표권 침해가 그 뒤를 잇고 있다.

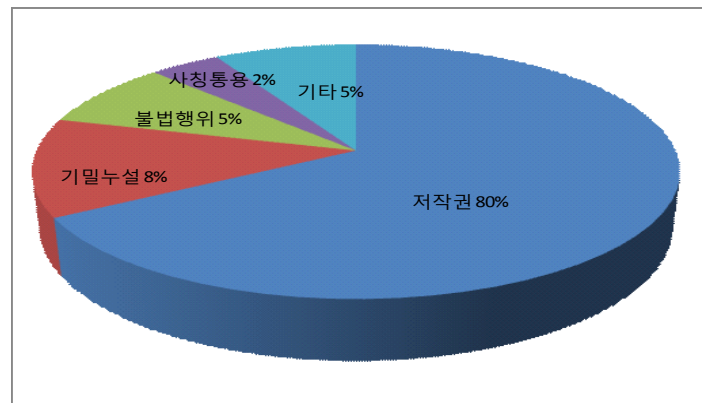
<표 13> 1987-2007년 포맷 권리 관련 분쟁 현황

| 분쟁구분 | 방송 | 관련분쟁 총 건수 | 기타 | 관련분쟁 총 건수 | 소계 | 총계 | % |
|--------------------|----|--------------|----|--------------|-----------|-----------|-----|
| | A | B | C | D | E= A+C | F= B+D | E/F |
| 저작권(1차 쟁점) | 34 | 41 | 13 | 18 | 47 | 59 | 80 |
| 기밀누설 (1차 쟁점) | 3 | 41 | 2 | 18 | 5 | 59 | 8 |
| 불법행위 (초기 1차 쟁점) | 2 | 41 | 1 | 18 | 3 | 59 | 5 |
| 사칭통용 (초기 1차 쟁점) | 0 | 41 | 1 | 18 | 1 | 59 | 2 |
| 기타 | | | | | | | 5 |
| 기밀누설 (2차 쟁점) | 3 | 41 | 4 | 18 | 7 | 59 | 12 |
| 불법행위(2차쟁점) | 1 | 41 | 1 | 18 | 2 | 59 | 3 |
| 상표권(2차 쟁점) | 1 | 41 | 1 | 18 | 2 | 59 | 3 |

| 소송 관련 양적 통계 | | | | | | | |
|-----------------------|----|----|----|----|----|----|----|
| 소송제기건수 | 23 | 41 | 15 | 18 | 38 | 59 | 64 |
| 판결건수(전체) | 10 | 41 | 12 | 18 | 22 | 59 | 37 |
| 판결건수 (법정소송) | 10 | 23 | 13 | 15 | 23 | 38 | 61 |
| 원고 승소 | 3 | 10 | 8 | 12 | 11 | 22 | 50 |
| 피고 승소 | 7 | 10 | 4 | 12 | 11 | 22 | 50 |
| 저작권 침해 판정건수(전체) | 3 | 41 | 4 | 18 | 7 | 59 | 12 |
| 저작권 침해 판정 건수(판결 중) | 3 | 10 | 4 | 13 | 7 | 23 | 30 |

※출처: Singh(2009), Quantitative Observations from Format Disputes Database
1987-2007, [Http://tvformats.bournemouth.ac.uk/Downloads/TVFormatRightsDisputesObservations\(c\)SukhpreetSingh1.pdf](http://tvformats.bournemouth.ac.uk/Downloads/TVFormatRightsDisputesObservations(c)SukhpreetSingh1.pdf)

<그림 2> 포맷 분쟁 유형



흥미로운 것은 분쟁 건수에 비해 실제로 소송이 제기된 것은 23건에 불과하고 그나마 최종 판결에 이른 것은 10건에 불과하다는 점이다. 또 저작권 침해 등을 이유로 소송을 제기한 원고가 승소한 경우는 3건에 불과하고 오히려 수세적/ 방어적 입장에 있던 피고가 승리한 경우가 7건에 이를 정도로 아직은 저작권 침해를 인정받는 경우가 드물다. TV 포맷을 저작권으로 인정받기 위해 국제적인 소송을 제기하는 것이 경제적, 시간적 측면에서 결코 쉽지 않다는 것이다. 이에 최근에는 저작권이 아니라 상표권, 불공정경쟁, 사칭 통용 등 저작권 이외에 비즈니스 권리로 인정받으려는 소송이 많아지고 있다.

2) 주목할 만한 분쟁사례

앞서도 언급한 것처럼 TV 포맷이 저작권이나 기타 법적 보호를 받은 경우는 의외로 많지 않다. 저작권에 관해서는 세계 각국이 대체로 엄밀한 기준을 적용하고 있어 아이디어와 표현물의 중간 영역에 해당하는 TV 포맷을 지적 재산의 일부로 인정해주는 경우가 드물기 때문이다. 이에 최근에는 저작권 이외의 법적 보호, 이를 테면 공정거래법과 같은 영역에서 권리를 보호하려는 움직임이 늘어나고 있는 추세다.

이 절에서는 TV 포맷을 저작권으로 인정한 최초의 사례 또는 <Survivor> 사건처럼 TV 포맷의 존재를 세계적으로 알린 사례 등 그간의 국제 분쟁에서 이정표가 될 만한 주요 사건을 살펴보겠다.

TV 포맷 분쟁과 관련해 유명한 사건은 <Survivor>와 <Big Brother>와 관련된 사건들이다. 이들 프로그램이 큰 인기를 얻으면서 유사한 프로그램이 많이 만들어져 표절과 저작권 침해 등으로 소송을 제기했기 때문이다. 이 중 <Big Brother>의 포맷 저작권을 소유하고 있는 Endemol이 브라질 TVSBT와 벌인 소송⁷⁾은 포맷의 저작권을 인정하고 손해배상액까지 청구한 사건으로 의의가 큰 사례이다. 이 사건은 브라질에 포맷 판매를 진행 중이던 Endemol이 협상을 진행했던 브라질 방송 TVSBT가 라이선스를 구입하지 않고 유사한 프로그램을 방영하자 브라질 법원에 소송을 제기한 이후 승소한 사건이다. 소송에서 Endemol은 프로그램의 전체 컨셉은 물론, 출연자를 따로 격리시키는 집의 분위기나 카메라 위치 등 프로그램을 진행하는 세세한 방식을 담은 포맷 바이블을 협상 과정에 노출시켰고 그에 따라 상대 방송이 프로그램을 표절했다고 주장했다. 하지만 방송사는 포맷 바이블은 프로그램 진행을 위한 절차나 방법을 담은 매뉴얼일 뿐이어서 저작권의 보호를 받을 수 없다고 맞섰다. 이에 브라질 법원은 텔레비전 포맷(바이블)은 프로그램의 핵심적인 아이디어를 포함할 뿐 아니라 광범위한 기술적, 예술적, 경제적 비즈니스까지 담고 있기 때문에 아이디어 이상의 것이라고 판단해 원고 승소 판결을 내렸다. 이 사건은 또 포맷 바이블이라는 개념을 법의 영역에 포함시켜 그 가치를 인정한 사례라는 점에서 큰 의의를 갖고 있다.

다음으로 미국에서 진행된 <Survivor>도 저작권 침해 인정 여부를 떠나 방송제작자는 물론 일반인들도 TV 포맷의 중요성을 인식하게 만든 사례로 널리 알려져 있다. 영국에서 개발된 이 프로그램은 미국 버전 <Survivor>로 방영되면서 큰 인기를 얻었는데 인기를 반영하듯 이후 유사 프로그램이 많이 만들어졌다. 그에 따라 표절과 저작권 침해를 주장하는 소송도 'CBS vs Fox'⁸⁾, 'CBS vs ABC'⁹⁾ 등 잇따랐다. 이 중 CBS vs Fox 사건은 해당 소송 이전부터 진행되어온 두 방송사 간의 힘겨루기 성격이 강해 법원이 조사에 들어가기 전 합의에 이르러 분쟁 결과에서는 별다른 의의가 없다. 그러나 CBS vs ABC 사건은 리얼리티 프로그램에 대한 최초의 저작권 판결이라는 점에서 중요한 의미를 갖고 있다. 법원은 소송을 다루면서 각본을 가진 드라마나 소설과 같은 최종 표현물을 가진 대상에 적용하던 어문저작물의 표절 여부 심사와 같은 조건으로 리얼리티 프로그램에 대한 '실질적 유사성 판단'을 적용해 저작권 침해 여부를 판단했다. 비록 최종적으로는 저작권 침해 인정을 받지 못해 원고 패소했지만 TV 포맷에 극저작물과 동일한 기준을 적용했다는 점, 아이디어 자체는 보호 못해도 아이디어의 편집에 대해서는 보호가 인정된다고 밝힌 점 등에서 이정표적 판례라 할 수 있다.

다음으로 TV 포맷과 관련해 가장 전향적인 판결 결과 중 하나는 영국에서 제기된 Fraser vs Thames Television¹⁰⁾ 사건을 들 수 있다. 이 사건은 프로그램 개발을 위해 공동 참여하던 중 한쪽이 상대방의 아이디어를 표적했다고 제기한 소송으로 법원이 표현물이나 발행물의 형태가 아니어도 지적 재산으로 인정했다는 점에서 의의가 크다. 법원은 프로그램 개발 중 나누었던 대화나 이야기가 문서로 작성된 것이 아니라 구도로만 이루어졌다 할지라도 그 아이디어가 명백하게 다른 것과 구분되고 창의적인 가치가 높다면 보호해야 한다고 판결했다. 이 판결 이후 TV 업계는 관행적으로 이뤄지던 상대 아이디어에 대한 동의 없는 표절에 제동이 걸렸고 TV 포맷에 대한 인식이 더욱 높아지게 되었다.

또 TV Design vs Sudwestrunfuk¹¹⁾(SWR, 일명 Sendeformat Case) 사례는 독일의 TV 포맷 관련 판

7) 국가별 분쟁 사례 브라질 사례 중 ①TV Globo & Endemol vs TV SBT(2004) 참조

8) 국가별 분쟁 사례 미국 사례 중 ① CBS vs Fox(2001) 참조

9) 국가별 분쟁 사례 미국 사례 중 ② CBS vs ABC(2003) 참조

10) 국가별 분쟁 사례 영국 사례 중 ② Fraser & Others vs Thames Television(1983) 참조

11) 국가별 분쟁 사례 독일 사례 중 ② TV Design vs Sudwestrunfuk(2003) 참조

결에서 매우 중요한 의미를 갖는 사건이다. 독일은 다른 유럽 국가와 달리 TV 포맷에 대해 저작권을 인정해 주지 않는 경향이 강한데 이 사건 결과가 중요 판례로 인용되기 때문이다. 독일 법원은 저작권은 오직 물질적 형태를 가진 경우에만 적용될 수 있다고 엄밀하게 적용해 이미 발행되거나 표현된 형태를 갖고 있을 때만 저작권으로 보호할 수 있다고 보았다. 이에 따라 픽션 프로그램의 스토리는 보호받을 수 있지만 포맷 자체는 보호 대상으로 보지 않았다.

<표 14> TV 포맷 관련 주요 국제분쟁

| 국가 | 사건 이름 | 특징 |
|-----|--|---|
| 영국 | Fraser vs Thames Television | 표현물이나 발행물의 형태가 아닌 아이디어도 보호받을 수 있다. 프로그램 개발 중 나온 구두 이야기도 창의적인 대상으로 보호받을 수 있다는 것을 명시한 판례 |
| 미국 | CBS VS ABC | TV 포맷에 극저작물과 동일한 기준 적용, 아이디어의 편집에 대해 저작권 인정 |
| 브라질 | TV Globo & Endemol vs TV SBT(2004) | 포맷 바이블을 법의 영역에 포함시켜 저작권으로 인정한 사례. |
| 독일 | TV Design vs Sudwestrunfuk | 다른 유럽과 달리 TV 포맷의 저작권을 대체로 인정하지 않는 독일 법원의 판결 결과에 영향을 준 사건 |
| 스페인 | Maradentro Producciones vs Sogecable(2009) | 비록 원고가 패소한 사건이지만 스페인 법원이 TV 포맷도 저작권의 보호를 받을 수 있다고 천명했다는 점에서 의미가 있는 사건 |
| | Atomis Media vs Television de Galica(2010) | 포맷 저작권의 세부사항을 적시한 사건으로, 각 요소들이 창작성이 없다 할지라도 이들 요소가 고유하고 독특한 방식으로 결합돼 있으면 저작권으로 보호할 수 있다고 보았다. |
| 호주 | Talbot vs General Television Corporation | 호주에서 TV 포맷이 지적 재산의 일부로 보호받을 수 있다는 것을 보여준 최초의 사건. |

스페인에서는 두 가지 사례를 눈여겨 볼 수 있는데 첫째, Maradentro Producciones vs Sogecable¹²⁾ 사례는 포맷이 저작권의 보호 대상임을 천명한 사건이다. 판결 결과는 비록 원고 패소로 저작권 인정을 받지 못했지만 TV 포맷도 저작권으로 보호받을 수 있다는 사실을 적시함으로써 스페인이 TV 포맷을 보호할 의지가 있다는 것을 천명했다는 점에서 의미가 있다. 다음으로 Atomis Media vs Television de Galica¹³⁾ 사례는 포맷 저작권 보호와 관련된 세부 사항을 적시했다는 점에서 의미가 있다. 즉 프로그램을 구성하는 각 요소들이 개별적으로 창작성이 인정되지 않는다 할지라도 이들이 고유하고 독특한 방식으로 결합돼 있으면 저작권으로 보호할 수 있다고 판시했다. 하나하나 요소가 독특하고 창작성이 없다할지라도

12) 국가별 분쟁 사례 스페인 중 ③ Maradentro Producciones vs Sogecable(2009) 참조

13) 국가별 분쟁 사례 스페인 중 ④ Atomis Media vs Television de Galica(2010) 참조

도 이들이 결합한 방식이 고유하다면 저작권의 보호를 받을 수 있다고 판결한 것이다.

마지막으로 호주의 Talbot vs General Television Corporation¹⁴⁾은 TV 포맷을 지적 재산의 일부로 인정한 최초의 사건이라는 점에서 의의가 있다. 이 사건 이전 호주에서는 포맷의 권리를 보호할 수 있는 어떤 법이나 판례도 없었는데 이 사건을 계기로 호주 방송 업계는 포맷 프레젠테이션 과정에서 알게 된 정보를 원 저작자 동의 없이 사용하는 것이 저작권 침해와 기밀누설에 해당될 수 있다는 것을 인지하게 되었다.

2. 국가별 TV 포맷 관련 분쟁 사례¹⁵⁾

1) 유럽

(1) 영국

① Melville, Boone, Baccini vs Celador(2004)

Celador는 회사 소개에서도 언급한 바와 같이 포맷 비즈니스가 세계적으로 중요한 방송 영상 콘텐츠 유통 부문이 될 수 있도록 해주었던 〈Who Wants To Be A Millionaire?〉를 제작한 유명한 포맷 회사이다. 그런데 이 사건은 Celador를 상대로 Melville, Boone, Baccini라는 세 명의 제작자들이 저작권 침해 소송을 제기한 것이다. 〈Who Wants To Be A Millionaire?〉는 1998년 영국의 ITV를 통해 선보였는데 이 프로그램이 원고인 세 명의 제작자가 각각 참여했던 다른 프로그램의 일부 포맷을 복제했다는 것이다. 먼저 Melville은 Celador가 1995년 자신이 제작한 라디오 퀴즈 프로그램 ‘Millionaire’s Row’를, Boone은 1997년 선보인 ‘HELP’라는 텔레비전 프로그램을, 마지막으로 Baccini는 ‘Millionaire’의 텔레비전용 보드 게임을 각각 복제했다고 주장했다.

이들의 고소 내용을 이해하려면 〈Who Wants To Be A Millionaire?〉의 제작 역사를 간단히 살펴볼 필요가 있다. 이 프로그램 제작자는 David Briggs인데 이 사람은 영국 라디오 방송을 비롯해 다수의 방송사에서 제작자 겸 프로듀서로 일하면서 여러 프로그램 개발과 제작에 직간접적으로 참여해 왔다. Briggs는 Mr. Whitehill이라는 제작자에게 프로그램 기획안을 제출했고 이를 살펴본 Whitehill이 그와 공동으로 Celador에 퀴즈 프로그램 제작을 제안해 〈Who Wants To Be A Millionaire?〉이 탄생했다. 〈Who Wants To Be A Millionaire?〉가 최종적으로 선택한 퀴즈쇼의 진행방식은 청취자들이 전화를 걸어 퀴즈를 풀어나가는 방식, 퀴즈를 푸는 데 상금을 걸고 여러 개의 답안 중 하나를 고르는 방식, 상금을 획득한 후 퀴즈를 계속 풀 것인지 아니면 그만둘 것인지를 결정하는 방식이다. 또 퀴즈를 계속 풀면 상금이 늘어나지만 동시에 틀렸을 경우 그때까지 쌓은 상금이 모두 사라지기 때문에 긴장감이 고취되는 방식을 병행했다. 그런데 이것이 앞서 저작권 침해를 고소한 세 명의 제작자가 참여했던 프로그램이나 Celador에 보

14) 국가 분쟁 사례 호주 중 ① Talbot vs General Television Corporation(1977) 참조.

15) TV 포맷과 관련한 국제 분쟁은 독특한 특징을 갖는다. 고소하는 측이 포맷의 권리를 보호받으려는 것이 가장 중요한 목적이지만 때로는 경쟁사와의 관계, 또는 향후 비즈니스 협력 관계를 고려해 소송을 제기한 이후 소송을 유지하지 않는 경우도 있고 양측이 소송결과를 공개하지 않는 것에 합의하기도 한다. 또 소송을 제기한다는 소식이 알려지면 다른 경로를 통해 합의를 도출하기도 한다. 때로는 항소를 거듭하며 수년동안 결론이 나지 않는 경우도 있다. 이로 인해 FRAPA, IFLA와 같은 전문 기관에서도 최종 분쟁결과를 알지 못하는 경우가 종종 나오고 있다.

냈던 기획서나 아이디어와 매우 유사하다는 주장이었다. 원고의 주장이 맞다면 Celador가 업무상 취득한 비밀 정보를 오용한 것(misuse confidential information)이 된다.

법원은 이 사건을 유사성 테스트를 통해 저작권 침해 여부를 판가름 했다. 유사성 판단은 양자 간에 실질적으로 얼마나 비슷한 것인지를 판단하는 ‘실질적 유사성 판단 테스트’를 통해 결정하는데 전통적으로 세 가지 방식이 사용된다.

첫째, 추상화 테스트(the abstraction test)로 기준을 삼는 스펙트럼 상의 한 쪽 끝에 저작물을 구성하는 구체적인 요소를 배치하고 다른 한쪽 끝에는 이들 요소를 극히 추상화한 일반적인 아이디어를 배치시킨다. 그리고 원고와 피고 사이에 구체적인 요소들을 그대로 베꼈는지 아니면 원래의 표현에 약간의 변형을 가했지만 원래의 요소를 담고 있는지 스펙트럼 중간 상 어느 지점에 위치하는지를 근거로 저작권 침해를 주장할 수 있게 된다.

둘째, 패턴 테스트(the pattern test)는 추상화 테스트를 적용하기 어려운 경우, 사건의 연결 및 캐릭터 끼리 관계 패턴에 유사성이 인정될 경우 저작권으로 보호받는 경우를 말한다. 마지막으로 분해 테스트(the dissection test)는 저작물을 각 구성요소로 분해해 보호받을 수 없는 요소를 제외하고 보호받을 수 있는 요소를 기준으로 실질적 유사성을 판단하는 경우다.

법원은 유사성 테스트 결과 Baccini의 ‘Millionaire’와 〈Who Wants To Be A Millionaire?〉가 상당히 유사하다고 결론지었다. 두 프로그램이 모두 1백만 유로의 상금을 내걸고, 상금을 배가시키는 방법이나 타이틀, 여러 개의 문제 중에서 하나를 고르는 방식 등이 모두 유사하다는 것이다. 그러나 영국 상위법원이 내린 이러한 약식 판결에 영국 법원이 정식 재판을 열지 않고 내린 결정은 적절하지 않다면서 추가 항소했지만 재판 결과에 대해서는 알려지지 않고 있다.

② Fraser & Others vs Thames Television(1983)

이 사례는 프로그램을 공동 개발하면서 나누게 된 아이디어를 바탕으로 다른 한쪽이 프로그램을 제작 방영했다고 소송을 제기한 사례다. 기밀정보(confidential information) 보호의 법리를 TV 포맷에 처음으로 적용한 사례이다. 문제가 된 Thames Television의 〈Rock Follies〉는 코미디 뮤지컬 드라마로 출연자들이 가상의 밴드를 만들어 좌충우돌하는 모습을 재미있게 엮어나가는 시리즈물로 기획되었는데 소송을 제기한 Fraser는 이 프로그램을 제작하기까지 나누었던 많은 정보와 아이디어를 토대로 Thames TV가 시리즈를 만들었다면서 방송사에 금지청구권을 제기했다.

법원은 기밀누설을 적용하기 위해서는 첫째, 보호가 요청되는 원고의 정보가 기밀로서 가치가 인정될 수 있어야 하고 둘째, 피고에게 기밀 상태를 유지해야 할 의무가 있어야 하며 셋째, 피고가 원고의 이익을 침해해 그 정보를 이용한 사실이 있어야 한다는 조건에 부합할 경우 저작권으로 보호할 수 있다는 입장을 취했다. 이에 법원은 원고 측의 주장을 받아들여 양자 간 업무상 나누었던 정보와 비밀을 누설한 게 맞다고 보았는데 이는 지적 재산권의 인정이 표현물이나 발행된 형태가 아니어도 인정되었다는 점에서 의미가 있다.

즉 법원은 비록 프로그램 개발 중 나누었던 이야기가 문서로 작성된 것이 아니라 구두로만 나누었던 이야기라 할지라도 그 아이디어가 명백하게 다른 것과 구분되는 것이고 창의적이며 가치가 있는 것이라면 보호되어야 한다고 판결했다. 이 판결은 텔레비전 산업에서 아이디어를 제안한 자의 동의 없이 사용하는 것은 옳지 않다는 업계의 관행을 법원이 인정해주었다는 점에서도 의미가 있는 판결이다.

③ Miles vs ITV Network(2002)

Miles가 ITV 의 <Dream Street>를 고소한 사건인데, Miles는 자신이 그린 카툰 <Trusty and Friends>의 주요 내용을 ITV가 복제했다고 주장했다. 즉, 자신의 카툰 <Trusty and Friends>의 중요 캐릭터는 교통 신호를 비롯해, Cone(도로공사 구간에 세우는 원뿔형 교통표지)처럼 교통 관련 체계에서 나오는 부수적인 장치들이 사용되었다. 이에 Miles는 <Dream Street>가 비록 자신의 주요 캐릭터를 직접 복제하지는 않았지만(<Dream Street>의 주요 캐릭터는 트럭이다) 교통과 관련된 내용을 프로그램의 주요 테마로 잡아 전체적인 외관과 느낌이 비슷하다는 것을 토대로 저작권 침해를 주장했다. 그러나 ITV는 Miles의 카툰이 나오기 이전부터 이미 교통신호 기구들을 이용한 프로그램을 구상해 놓고 있었다고 맞섰다. 이에 법원은 Miles가 교통관련 내용을 다루었다는 것만으로 저작권 보호를 주장하는 것을 받아들일 수 없다면서 이 사건을 폐기했다.

④ A&E Television Networks vs Channel 4 Television(2006)

미국 텔레비전 방송사인 A&E 텔레비전 네트워크가 영국 Channel 4를 고소한 사건이다. <Intervention>이라는 프로그램에는 두 명의 출연자가 나오는 데 이 중 한명은 다른 한 명에게 육체적, 심리적으로 완전히 의존하는 관계다. 즉 마약이나 알코올, 게임 중독 등 다양한 종류의 만성적인 중독 증세를 보이는 사람을 대상으로 전문 치료사를 투입, 치료가 진행되는 과정을 프로그램으로 제작해 방송하는 것이다. 출연자들은 자신들이 찍히고 있다는 것을 알지만 어떤 상황이 어떻게 전개될 것인지에 대해서는 알지 못하고 특정 상황에서 치료사는 물론 가족 등의 개입(intervention)으로 상황이 달라지기도 한다.

그런데 미국 A&E가 자신들의 프로그램 <Intervention: We're Coming To Get You>에서 나오는 (intervention)이라는 단어를 활용해 유사한 프로그램을 만들었고 제목으로도 사용하고 있다면서 영국의 Channel 4를 영국 법원에 고소한 것이다. 사실 A&E는 영국의 다른 방송사에 자신의 프로그램을 판매할 계획을 세우고 있었는데 Channel 4가 유사한 프로그램을 만든 뒤 'intervention'이라는 용어를 사용하자 이를 금지하도록 요청한 것이다. 그러나 법원은 그 용어가 프로그램의 특이성을 나타내주는 것은 맞지만 그렇다고 이를 저작권으로 보호할 정도는 아니라고 기각했다. A&E가 'intervention'이라는 용어를 새롭게 고안해 낸 것이 아니라 개입에 의한 치료를 통칭하는 일반적인 용어이기 때문에 이를 보호하기 어렵다고 본 것이다.

이 사례는 포맷 자체를 다룬 것이 아니라 프로그램 타이틀에 대한 권리를 둘러싼 분쟁이었으나 소송의 배경이 된 당사자 간의 경쟁관계는 궁극적으로 포맷을 둘러싼 분쟁관계와 다를 바 없고 타이틀도 포맷의 범주 안에서 보호받을 수 있는 대상이 되었다는 점에서 의의가 있다.

⑤ Meakin vs BBC(2010)

Meakin이라는 포맷 개발자가 BBC가 자신의 아이디어를 복제한 게임쇼를 방영했다면서 제기한 소송이다. Meakin은 2002년 'Cash Call Challenge'라는 프로그램 아이디어를 BBC와 Celador에 보낸다. 얼마 후 BBC는 로또 관련 프로그램의 일부분으로 <Come and Have a Go..If You Think You're Smart Enough(CHG)>를 방영하게 된다. 이 프로그램은 시청자가 스튜디오에 나와 있는 출연자들과 퀴즈 프로그램을 경쟁하는 것인데 시청자들은 전화로 참여하게 된다. Meakin이 보낸 기획안은 전화로 참여하는 것은 아니지만 컴퓨터나 쌍방향 텔레비전 등을 활용해 참여하는 방식이었다. 그러나 법원은 Meakin이 주장

하는 것처럼 자신이 보낸 기획안이 BBC의 누군가가 반드시 보았을 것이라는 주장은 현실성이 부족하다면 서 고소를 기각했다. Meakin도 BBC 방송이 자신이 보낸 기획안의 텍스트적 부분을 복제하지 않았다는 점에는 동의했다. 이에 법원은 Meakin의 주장을 받아들일 만큼 충분한 증거가 없다는 입장을 취했다.

⑥ IPC Media vs Highbury SPL Publishing Ltd.(2004)

잡지 포맷에 대한 내용을 다룬 사건으로 IPC Media가 Highbury가 자신들의 미디어와 유사한 편집 스타일, 인테리어 등을 갖고 있다고 소송한 사건으로 이 사건에서는 직접적으로 포맷 논의가 이뤄진 것은 아니지만 TV 포맷과 관련해 주목할 저작권법 관련 내용을 포함하고 있다. 우선 저작권법이 ‘일반적인 테마, 스타일, 아이디어’는 보호하지 않는다는 것인데 소송을 제기한 두 잡지가 전체적으로 유사해 보일지라도 보호받을 수 없는 요소간의 결합으로 이루어진 유사함이기 때문에 그 요소를 제외하면 상호 유사하다고 보기 어렵다는 것이 판결의 골자다.

(2) 네덜란드

① Castaway Television Production Ltd & Planet 24 Productions Limited vs Endemol(1999)

영국의 텔레비전 제작자와 방송사가 네덜란드의 유명한 포맷 개발회사인 Endemol을 저작권 침해(infringement)로 제소한 사례이다. 영국 방송 프로그램 제작자인 Charie Parsons는 Castaway 방송사에서 방영하기 위해 게임쇼 <Survive>¹⁶⁾를 만들어 1997년 스웨덴에서 첫 선을 보인 후 유럽 여러 나라에 포맷 수출하면서 큰 이윤을 남겼다. 그런데 비슷한 시기 네덜란드의 포맷 개발사 Endemol이 만든 <Big Brother>가 자신들이 제작한 프로그램 <Survive>의 독특한 구성요소 12개를 상당부분 복제했다고 소송을 제기한 것이다. 이에 네덜란드 법원은 <Survive>가 저작권을 가졌는지 여부를 판단한 이후 저작권을 가졌다면 <Big Brother>가 이를 침해했는지 여부를 판단했다. Castaway가 제출한 제안서에는 포맷의 아웃라인, 게임규칙, 제작 전략 등 모두 12개 요소가 혼합돼 <Survive>라는 고유한 창작물을 만들었다고 주장했고 법원은 이를 대부분 수용했다. 이를 토대로 법원은 <Big Brother>가 <Survive>의 포맷을 침해했는지 판단했는데 법원은 총 11개 구성 요소 중 9개 요소가 상당한 유사성을 갖는다고 판단했다. 이어 법원은 상당한 유사성이 있기는 하지만 이를 저작권 침해로 인정하기에는 충분하지 않다고 판결했다. 판결문에는 ‘한 프로그램이 여러 요소들의 결합으로 이뤄진 어떤 프로그램의 요소 모두를 복제했다면 이는 당연히 저작권 침해다. 반대로 여러 요소 중 하나만 복제했다면 그것은 저작권 침해가 아니다. 또 일반적으로 구성요소의 어느 정도 복제하면 저작권 침해로 볼 수 있는냐는 사례마다 상황이 다르므로 정해진 답이 없다’면서 저작권 침해를 인정하지 않았다.

즉 <Survive>라는 프로그램을 고유하게 완성시키는데 12개 요소가 결합해 이뤄진다는 점을 인정하고, 그것을 복제했느냐 하지 않았느냐의 여부를 판단의 기준으로 삼았는데 <Big Brother>가 비록 12개 구성 요소 중 9개가 유사하다고 할지라도 전부를 복제한 것이 아니니 저작권 침해로 볼 수 없다는 것이다. 예를 들어 두 쇼 모두 일련의 참가자들이 외부 세계와 단절돼 있다는 점은 유사하지만 <Survive>는 섬과

16) 스웨덴에서 첫 방영될 당시 제목은 <Expedition: The Robinson>이다. 이후 이 프로그램은 미국에 수출돼 <Survivor>라는 이름으로 방영되면서 큰 인기를 끌게 된다.

같이 먼 곳에 있고 <Big Brother>는 먼 곳이 아닌 한 집에 고립돼 있다는 점이 다르다고 보았다. 또 <Survive>는 카메라맨이 참가자를 계속 따라 다니지만 <Big Brother>는 집에 카메라를 장착해 감시 카메라 형태로 촬영된다는 점도 다르다고 판단했다. 이를 토대로 법원은 두 프로그램이 유사하기는 하지만 개별 요소들이 구체적으로 다르다고 보아 저작권 침해를 인정하지 않았다.

이 판결은 비록 저작권 침해를 제기한 제작사가 패소하기는 했지만 포맷에 저작권이 있다는 것을 판시한 의미 있는 사례이다. 즉 법원은 포맷을 ‘극적 저작물을 형성하는 여러 요소들의 조합’으로 보고 이런 요소들의 조합만으로도 저작물로 인정받을 수 있음을 명시한 사례라는 것이다.

또 네덜란드 항소 법원은 이 사건과 관련해 ‘포맷은 네덜란드 저작권법 상 저작물(work)의 요건을 만족시키는 한 원칙적으로 저작권 보호를 받을 수 있다’고 판시했다. 법원에 의하면 TV포맷의 경우 ▲ 관련 작품이 충분한 정도의 창작성(originality)을 갖추고 ▲ 그 작품이 충분히 구체적으로 개발되고 실행되었다면 보호받을 수 있다고 명시했다.

(3) 독일

① Freelancing Format Developer vs ZDF(1990)

이 사건은 프리랜서 포맷 개발자가 ZDF에 제출한 프로그램 포맷을 침해받았다고 제기한 소송이다. 이 포맷 개발자는 ZDF에 세 아이를 둔 미망인 삼립 경비원을 주인공으로 하는 텔레비전 시리즈를 제안했는데 방송사는 이를 거절했고 얼마 지나지 않아 유사한 프로그램 ‘Forsthaus Falkenau’를 방영한다. 포맷 개발자는 자신이 제안했던 것과 스토리 전개가 유사하고 자신의 포맷과 ZDF가 방영한 것 모두 생태학적인 주제를 나타내고 있다는 점을 들어 소송을 제기했다. 법원은 픽션의 경우 핵심 스토리를 보호하는 것은 타당하다고 보았다. 그럼에도 판결 결과는 개념이 너무 애매하고 ‘개인적인 지적 창작물’이라는 조건을 충족시키기에는 아이디어가 불충분하다는 입장의 취했다. 또 ZDF 방송 내용이 포맷 개발자의 것에 영향을 받아 개발되었고 그와 유사하다 할지라도 그 주제가 보편적이고 일반적이기 때문에 저작권 침해로 보기는 어렵다고 판단했다.

② TV Design vs Sudwestrunfunk(SWR)(2003)

여러 논란이 제기되었지만 이 사례는 대본 없는 쇼 프로그램의 포맷이 독일에서는 저작권의 보호를 받기 어렵다는 것을 보여준 판결이다. TV Design은 어린이들이 무대에서 노래 부르고 유명 인사들과 인터뷰를 한 뒤 평가받는 것을 주요 골자로 하는 어린이용 프로그램 <L'ecole des fans>라는 포맷을 소유하고 있었다. 이 프로그램은 독일 방송 F2와 프랑스에서도 방영되었다. TV Design은 이를 SWR에도 제안했지만 SWR은 거절했는데 얼마 후 SWR이 비슷한 프로그램을 방영한 것이다. SWR의 프로그램은 기본적으로 TV Design의 것과 유사했으며 구조도 유사했다. 이에 TV Design이 SWR을 저작권 침해로 소송했지만 이에 맞서 SWR은 프로그램의 골격은 독일 법상 저작권으로 보호받을 수 없다고 주장했다.

법원은 SWR의 주장을 받아들여 소송은 기각되었고 TV Design은 항소했다. 그런데 항소심에서도 독일 법원은 포맷을 저작권으로 보호할 수 없다는 입장을 취했다. 왜냐하면 저작권은 오직 물질적 형태를 가진 경우 즉 발행되거나 표현된 경우에만 보호할 수 있다는 입장이었기 때문이다. 법원이 보기에 텔레비전 포맷은 프로그램이 형태를 갖추기 위한 아이디어일 뿐이어서 보호받을 대상은 아니라는 것이다. 달리 말하

면, 저작권은 향후 만들어지게 될 표현물을 염두에 두고 그 아이디어까지 보호하는 것이 아니라 이미 물리적 실체를 가진 고유한 내용물이어야 한다는 것이다.

이 판결은 독일에서 텔레비전 저작권과 관련된 상징적인 사례로서 법원이 텔레비전 포맷을 프로그램 제작을 위한 ‘주조 틀(mold)’ 또는 일련의 제작지침으로 보았지만 픽션 프로그램의 스토리는 보호받아야 한다고 본 반면 포맷 자체는 보호받을 대상으로 보지 않고 있다는 것을 보여주었다. 이는 미국이나 네덜란드, 브라질 등에서 포맷을 저작권으로 보호했던 경향과 사뭇 다른 것이어서 많은 논란을 야기했다.

③ MME vs WDR/ARD(1995)

프로그램 제작사인 MME가 민영 방송 VOX에서 방영될 5분짜리 짤막한 클립을 제작했다. 독일 도시 함부르크를 야간에 택시로 운전하는 내용을 담은 이 프로그램은 미리 어떤 주제에 대한 질문을 받은 몇 명의 승객을 태워 함께 이야기하는 내용이 포함돼 있다. 이와 함께 함부르크의 저녁 모습을 보여주고 도시에서의 택시 운전이 갖는 문제점도 보여주었다. 이 프로그램이 좋은 반응을 얻자 MME는 프로그램을 보다 정교하게 발전시켜 〈Taxi-TV〉 프로그램 쇼를 만들어 다른 방송사에 제공한다. 그런데 몇 달 뒤 공영 방송인 ARD가 4분짜리 비슷한 프로그램 〈Taxi-Talk〉를 만들어 내보내는데 〈Taxi-TV〉와 비슷하게 진행자가 승객들과 인터뷰하는 방식을 취하고 있다. 차이점은 함부르크가 아니라 쾰른(Cologne)이라는 도시로 바뀌었다는 것과 〈Taxi-TV〉에 비해 인터뷰에 초점을 맞추었고 인터뷰하는 방식도 약간 달라졌다는 점이었다.

이에 MME가 소송을 제기한 것인데 뒤셀도르프 지방 법원은 ARD의 프로그램이 불공정하게 저작권을 침해하지 않았으면서 사건을 기각했다. 또 법원은 이 사건을 저작권이 아니라 경쟁법 저촉과 관련된 내용도 살펴보았는데, 법원은 이 프로그램이 반경쟁(anti-competition) 요소가 포함돼 있어야 경쟁법을 저촉한 것으로 볼 수 있다고 주장하면서 〈Taxi-Talk〉는 〈Taxi-TV〉를 직접적으로 복제하지 않았고 충분히 독립적인 포맷으로 볼 수 있어서 반경쟁적 요소도 갖고 있다고 볼 수 없다고 판시했다. 결과적으로 경쟁법에도 저촉되지 않는다는 내용이었다.

④ Developer vs ZDF(1995)

한 포맷 개발자가 만든 〈Labyrinth〉라는 프로그램은 컴퓨터가 만든 가상의 미로를 따라 움직이면서 참가자들이 퀴즈 문제를 푸는 프로그램이다. 이 가상의 미로는 관객들에게만 보이고 참가자들은 그저 빈 공간에서 움직이며 문제를 푸는 방식이다. 그런데 ZDF에서 만든 〈Goldmillion〉 프로그램은 미로를 완성하는 것은 쇼의 일부분일 뿐이고 미로 역시 가상이 아니라 실제로 참가자들이 볼 수 있으며 다른 참가자들의 도움을 받아 미로를 헤쳐 나가는 방식을 취하고 있다. 이에 법원은 포맷 개발자의 소송을 기각했는데, 법원은 〈Labyrinth〉 프로그램이 갖고 있는 가상의 미로, 문제를 푸는 방식 등이 고유한 독창성을 가져 경쟁법으로 보호받을 수 있다고 보았다. 그러나 두 개 쇼에서 사용하는 요소는 완전히 다른 것이며(예를 들어 미로의 실재 여부, 시간 압박의 문제, 다른 참가자들의 도움 등) 두 쇼가 전체적으로 유사하지 않다고 보았다. 원고 측이 주장한 〈Labyrinth〉 프로그램의 독창성은 인정되지만 상대 프로그램이 이를 복제했다고 보지 않았던 것이다.

⑤ UFA Grundy vs Sat 1(2000)

이 소송은 프로그램 타이틀과 관련된 소송으로 후발 주자의 타이틀 사용을 금지한 판례다. UFA Grundy는 <Good Times, Bad Times>라는 타이틀의 프로그램을 제작, RTL 방송에서 방영해 많은 인기를 얻고 있었는데 Sat 1 이 <Good Neighbours, Bad Neighbours> 라는 타이틀의 프로그램을 제작하려고 하자 타이틀 사용 금지를 청구한 사건이다. 법원은 이미 유명한 프로그램의 타이틀을 연상시키는 프로그램을 제작하는 것은 유명 프로그램의 인기에 편승하는 것이므로 Sat 1에게 프로그램의 타이틀 변경을 명령했다.

⑥ ARD vs ProSieben(2001)

독일 공영 제 1채널인 ARD의 저녁 메일 뉴스 프로그램인 <타게스샤우(Tagesschau)>는 황금시간대인 저녁 8시에 방영되는데 한때 9백만 명의 시청자를 확보할 정도로 인기프로그램이었다. 그런데 얼마 후 민영 케이블 TV 채널인 ProSieben이 뉴스 프로그램을 론칭하면서 타이틀 <Tagesbild>를 사용하자 ARD가 소송을 제기했다. ARD는 ProSieben의 타이틀이 자신들의 뉴스 프로그램을 상기시킨다고 주장했다. 그러나 법원은 ARD의 <Tagesschau>가 누구나 사용할 수 있는 뉴스라는 뜻이므로 타이틀 자체만으로 볼 때 특별히 구별되는 요소를 갖고 있지는 않지만 대신 이 프로그램이 보편적인 인기 프로그램으로 자리 잡은 이상 타이틀 <Tagesschau>는 이미 상당히 주목할 만한 이차적 의미를 획득했다고 판단해 타이틀을 보호해야 한다고 판결했다. 그러나 데일리를 뜻하는 <Tages>라는 것 자체를 보호할 수는 없으며 ARD가 그것을 독점적으로 사용할 수도 없다고 결론지었다. 따라서 ProSieben이 <Tages-bild>로 접두어 Tages를 사용했지만 ARD 프로와는 구별되는 요소를 가진 것이고 시청자들의 혼동을 야기하지도 않는다면 문제 삼지 않았다.

⑦ Juegel vs DSF(지금은 Sport 1)(2010)

Juegel이 포맷 제안서를 DSF에 제안했지만 어떤 응답도 듣지 못하다가 DSF가 나중에 유사한 프로그램을 방영해 Juegel이 소송을 제기한 사건이다. Juegel은 축구 관련 이벤트를 핵심으로 삼은 텔레비전 프로그램 <Spiel Deines Lebens>를 DSF에 제안했다. 이 프로그램은 축구 팬들의 오랜 꿈을 이루어주는 것인데 이를 테면 분데스리가의 유명 축구팀과 축구 팬들이 가득한 경기장에서 함께 축구 경기를 해보는 이벤트다. 그러나 이 역시 포맷은 저작권의 보호를 받지 못한다는 판결을 받았다.

(4) 스페인

① Endemol vs Antena 3(1994)

Endemol이 개발한 <Love Letters>는 출연자들이 신혼가구, 신혼여행지와 같은 선물을 두고 퀴즈도 겨루고 로맨틱한 프로포즈가 진행되는 물레 카메라가 진행되는 등 게임이 결합된 리얼리티 쇼이다. 1994년 이미 독일의 RTL, 네덜란드의 TROS, 벨기에 VTM, 노르웨이 TV3 등 유럽 몇 개 나라에서 인기리에 방영되고 있었다.

Endemol은 이들 나라에 이어 스페인에도 이 프로그램을 판매하기 위해 Tele 5사와 협상을 진행하고 있었다. 그런데 스페인 최대 방송사 중 하나인 Antena 3의 지역 네트워크 중 하나인 Alcodenas가 그와

유사한 프로그램을 방영하기 시작해 Endemol이 스페인 법원에 저작권 침해를 제소한 사건이다. 법원은 <Love Letters>가 진행되는 몇몇 요소들이 저작권의 보호를 받을만한 요건을 갖추었다고 보았고, Antena 3가 이를 침해했다고 판단해 방영을 금지했다.

② Television Autonomia de Madrid vs Television Espanola(2007)

Television Autonomia가 <Madrid Directo> 프로그램의 포맷을 상대방 Television Espanola의 <Espana Directo>가 복제해 모방과 혼동, 불공정 이윤 취득 등의 이유로 제소한 사건인데 법원은 프로그램 사이에 혼동이나 상대방의 명성을 이용해 불공정하게 이윤을 취득하려는 것을 발견할 수 없다고 보았다. 그러나 두 프로그램 사이에 불공정한 모방이 있어 원고가 방해받고 있다는 점은 인정했다.

③ Maradentro Producciones vs Sogecable(2009)

Maradentro가 <Epitafios>의 저작권을 침해했다고 Sogecable의 <Epilogo>를 제소한 사건이다. 이 사건은 원고가 승소하지는 않았지만 포맷이 저작권의 보호를 받을 수 있다고 명시했다는 점에서 의의가 있다.

Maradentro는 자신의 프로그램 <Epitafios>과 <Epilogo>가 몇 가지 점에서 유사하다면서 표절과 모방 등의 저작권 침해를 제소했다. 우선 이들 프로그램은 잘 알려진 인사의 인터뷰로 구성돼 있는데 이 사람은 노환이나 질병 때문에 죽음을 앞두고 있는 사람이며 방영 후 죽는다. 그렇지만 프로그램은 특수효과를 사용해 마치 최근에 죽은 유명 인사가 사후 인터뷰에 응한 것처럼 만든다. 그리고 프로그램은 인터뷰이(interviewee)가 선택한 비문을 보여주는 것으로 끝마친다.

법원은 Maradentro가 주장하는 것처럼 저작권으로 보호해야 할 만한 요소가 포함돼 있다기보다 일반적인 아이디어나 개념에 가깝다고 보았다. 하지만 포맷은 보호받을 수 있다고 보았는데 구체적인 요건은 다음과 같이 제시했다. 저작권은 도안이나 계획, 모델, 모형, 스케치 등을 보호한다, 저작권은 스크립트나 스토리라인을 보호한다, 만약 포맷이 스크립트나 스토리 라인과 비교할 수 있다면 역시 포맷도 보호한다, 포맷이 보호받기 위해서는 단순한 일반적인 개념으로부터 구체적이고 공식적인 구조를 통해 결과적으로 복합적인 창조물을 확보할 수 있는 질적인 결과물이 있어야 한다, 포맷의 묘사는 스크립트처럼 복잡하고 자세할 필요는 없지만 충분히 자세한 수준은 담보하고 있어야 한다.

이 사건은 1996년 스페인의 저작권법 개정 이후 텔레비전 포맷을 저작권으로 보호받은 사례이다. 따라서 이 사건은 앞서 <Love Letters> 사례와 달리 포맷을 인정했다는 점에서, 또 스페인 법원이 포맷을 보호할 의지가 있음을 천명했다는 점에서 진일보한 것으로 평가받고 있다.

④ Atomis Media vs Television de Galica(2010)

이 사건도 원고가 승소한 사례는 아니지만 스페인 법원이 포맷 저작권 보호와 관련된 세부 사항을 보여주었다는 점에서 의의가 있는 사례이다. 법원은 포맷이 각각의 요소들이 창작성이 없다할지라도 이들 요소가 고유하고 독특한 방식으로 결합돼 있고 그것이 프로그램의 특징으로 여겨진다면 저작권으로 보호할 수 있다는 입장을 보여주었다.

이 사건은 Atomis Media가 자신들이 방영하고 있는 <What Kids Really Think> 프로그램의 특정 요소를 모방했다고 Television de Galica를 고소한 것이다. 고소는 악의(bad faith)와 혼동을 야기할만하게 비슷한 포맷이라는 두 가지 점을 들어 불공정 경쟁법 위반으로 진행되었다. 즉 Atomis Media는 이 프로

그램이 사회자가 어린이들과 이야기를 나누는 방식으로 진행되는데 주제는 어른들에 관한 내용 즉 돈이나 고용, 가족, 정치 등과 관련된 것이다, 두 명의 고정 어른 게스트가 나와 역시 어린이들과 이야기를 나누다, 사회자는 이야기가 마무리될 즈음 관련된 주제의 통계를 보여준다 등의 내용으로 이루어졌는데 상대방 방송 내용이 악의적으로 모방해 동일한 프로그램으로 오인할만큼 유사하다고 주장했다.

이에 법원은 원고의 주장을 기각했지만 포맷과 관련해 다음 사항을 명시함으로써 포맷 보호의 새로운 지평을 열어주었다. 우선 법원은 포맷이 인간이 만든 창작물이고, 미디어를 통해 유포되며, 창작성을 인정할만큼 고유한 것이라면 당연히 보호받아야 한다고 명시했다. 또 포맷이 스크립트나 스토리라인과 유사하게 비교될 수 있다면 역시 보호되어야 한다고 보았다. 포맷의 창작성과 관련해서 법원은 포맷을 어떤 요소들의 결합으로 보았다. 즉 순서를 갖고 특정 방식으로 결합된 구조화된 것을 포맷이라 보았으며 이때 개별 요소들이 각각 창작성을 갖고 있지 않다 할지라도 그들의 결합 방식이 고유하고 독특하다면 포맷으로 보호받을 수 있다고 명시했다.

그럼에도 법원은 이 사건과 관련해서는 두 프로그램이 유사성이 많은 것은 인정되지만 창의적인 것으로 창작성을 보호할만한 수준의 구체성이나 창작성을 발견할 수 없다면서 사건은 기각했다.

⑤ Sociedad Espanola de Radiodifusion vs Radio Popular(2011)

이는 Sociedad Espanola de Radiodifusion이 방영중인 자신들의 라디오 프로그램 <Carrusel Deportivo>의 포맷을 모방했다고 <Tiempo de Juego>를 방영하고 있는 Radio Popular를 제소한 사건이다. Sociedad Espanola de Radiodifusion는 자신들의 라디오 프로그램은 진행자가 생방송으로 진행하는 라디오쇼로 정보와 PR의 중간 단계에 해당되는 내용을 방송하며, 전체 방송은 몇 개의 세부 영역으로 이뤄져 있는데 각 부문은 특정 기업이 후원하는 방식을 취하고 있으며, 축구 경기에서 골을 넣었을 때 나오는 것과 같은 특정 신호(Morse Code)를 사용하며, 프로그램의 한 부분에서 다음 부분으로 넘어가는 지점에 특수 효과를 사용하는 데 상대방 방송이 이와 유사한 포맷을 갖고 있다고 불공정 경쟁법과 저작권법 침해 등으로 제소했다.

Sociedad Espanola de Radiodifusion은 잠정 명령으로 방영을 금지해 줄 것을 기대했고 상대방도 이들의 표절 혹은 모방 주장에 반대하지 않았다. 그러나 법원은 포맷이 저작권의 요건을 충족시킨다 할지라도 이 포맷이 보호받아야 하느냐 문제에서는 의심해 볼 수 있다는 입장을 취했다. 법원은 보다 명확한 증거가 필요하고 정보 프로그램이 저작권으로 보호받아야 하는지 우려가 있다는 점을 들어 잠정명령을 거부했다.

⑥ Coporation Radiotelevision Espanola(TVE) vs Gestevision Telecino (2011)

이는 스페인의 공영방송 TVE가 자신의 프로그램 <Tengo Una Pregunta Para Usted>이 Telecino의 <Espana Pregunta Belen Rwsponde>의 표절로 저작권 침해를 받았다고 제기한 소송이다. TVE는 각계를 대표하는 출연자를 초청해 질문하는 인터뷰로 꾸며지는 프로그램인데 출연자들은 사전에 질문에 대한 정보를 갖지 못해 거의 즉흥적으로 질문에 응답하게 된다. 이에 상대방인 Telecino는 질문에 응답하는 방식은 업계에서 일반적으로 통용되는 방식이라며 새롭거나 독창적인 저작성을 인정할 수 없다고 맞받았다.

법원은 <What Kids Really Think> 사례가 제시하는 것에 준거해 TVE의 포맷은 저작권으로 보호받을 수 있다고 보아 Telecino가 같은 구조를 가진 표절이라고 판단했다. 즉 이 프로그램이 진행자가 있고 쇼

의 방청객 앞에서 질문에 응답하도록 돼 있는 부분이 프로그램의 독특한 포맷을 결정짓는다면 비록 개별 요소들이 창작성을 갖고 있지 않더라도 그 배열이 고유한 특징을 결정짓는다면 저작권의 보호를 받을 수 있다고 주장했다.

또한 법원은 TVE가 주장하는 것처럼 포맷이 저작권의 보호를 받을 수 있다면 Telecino의 프로그램이 불공정 경쟁법에 근거해 모방과 불공정한 이윤취득 역시 침해한 것으로 볼 수 있다고 인정했다.

⑦ ITV vs Europroducciones TV(2011)

ITV는 이미 프랑스와 이탈리아 등에서 인기를 끌었던 게임쇼 <The Alphabet Game>을 스페인에서 <Pasapalabra>라는 타이틀로 제작하기 위해 준비하다 Europroducciones TV가 이미 이 타이틀을 상표 등록한 사실을 알게 되었다. 이에 ITV가 포맷의 타이틀 표절로 제소한 것인데 법원은 게임쇼가 이미 유럽에서 인기리에 방영되었던 점을 감안하면 Europroducciones TV가 인기에 악의적으로 편승해 이득을 취하려 한 점이 인정된다고 보았다. 또 Europroducciones TV는 이 게임쇼가 스페인에서 방영될 것을 미리 알고 상표등록을 마친 것인데 등록된 타이틀은 게임쇼에서 캐치프레이즈로 사용되었던 문구였다. 그러나 법원은 아직 ITV가 ITV의 상표로 등록한 것으로 볼 수도 없다고 해 상표권을 보호하는 것이 타당하지 않다고 보았다. ITV는 법원의 결정에 불복해 현재 항소심에 계류 중이다.

(5) 덴마크

① Celador vs Danmarks Radio& TV(DRTV)(1999)

Celador는 덴마크 라디오 텔레비전(DRTV)가 방영한 <Kvit Eller Dobbelt>가 자신들의 <Who Wants To Be A Millionaire?>의 저작권을 침해했다고 제소했다. Celador는 DRTV의 경쟁사인 TV2와 라이선스 계약을 마쳤는데 계약 이듬해까지 방영 준비기간을 갖고 있던 중 DRTV가 유사한 프로그램을 만들어 제작했다는 것이었다. 덴마크 법원은 Celador의 소송 중 저작권 침해는 인정하지 않았지만 덴마크의 마케팅 관련법(Marketing Practice Act)에 근거해 Celador의 포맷을 보호해야 한다는 점을 명시했다. 즉 DRTV의 프로그램이 Celador의 프로그램을 복제해 부당한 이득을 취했으며 DRTV의 내용은 Celador의 그것과 유사해 시청자들이 충분히 오해할 만 하다는 것이다. 이에 법원은 DRTV에 해당 프로그램의 방영 금지 처분을 내렸다.

(6) 프랑스

① Saranga Productions vs Canal Plus(2007)

Canal Plus 방송사가 정치적 내용을 주제로 한 방송 프로그램을 프로덕션 사들로부터 찾고 있었다. Saranga Production에 따르면 <Crise-en-direct>라는 타이틀의 포맷을 Canal Plus에 가서 프리젠테이션했는데 Canal Plus가 다른 프로덕션과 계약을 맺고 <C'est déjà demain>이라는 프로그램을 선보였는데 이것이 자신들이 먼저 프리젠테이션 했던 프로그램 주제와 특징적인 면에서 매우 흡사하다고 제소한 사건이다. Saranga Productions은 사칭통용(passing off)이라는 불공정 경쟁법 저촉으로 제소했다. 원고는 피고가 자신들이 선보인 쇼의 특징을 의도적으로 취함으로써 자신들에게 경제적 손실을 가져왔다고

주장했다. 이에 Canal Plus는 신들은 Saranga Production을 만나기 전부터 이미 독자적으로 프로그램을 개발하고 있었으며, Saranga Production의 포맷이 공적 영역에 있던 특징적 요소와 주제를 가져다 쓴 것이므로 창작성이 없기 때문에 어떤 독자적인 경제적 가치도 없다고 주장했다. 법원은 그러나 Canal Plus가 Saranga를 만나기 전 프로그램을 개발했다는 어떤 증거도 찾아볼 수 없다고 보았다. 또 창작성은 공정거래의 사칭통용과 관련이 없지만 저작권법에는 중요한 것이 된다고 보았다. 법원은 Saranga가 경제적 손실을 보았다는 주장을 받아들여 Canal Plus가 15만 유로를 지불해야 한다고 판시했다.

② Endemol vs ALJ Productions(2011)

Endemol은 과거 자기 회사 출신자들이 설립해 만든 프랑스의 프로덕션 ALJ Productions이 새롭게 론칭한 <Dilemme>가 자신들이 만든 포맷 <Big Brother>와 유사하다면서 프랑스 법원에 제소했다. <Dilemme>는 프랑스 W9 DTV Channel에서 방영되었는데 이것이 불공정경쟁 중 기생(parasitic)에 해당된다고 주장했다. 프랑스 법원은 <Dilemme>가 몇 가지 점에서 <Big Brother>와 유사하다는 점을 발견했다. 우선 <Big Brother>처럼 어딘가에 출연자들을 격리시켜 가둔다는 점, 그리고 격리시켜 가두는 곳의 특징들, 프로그램의 메커니즘, 또 참가자들을 선발하는 것과 프로그램이 방영되는 방식 등에 유사점이 있다고 보았다.

또한 법원은 두 프로그램이 상당히 유사성이 있어 시청자들이 두 프로그램을 동일한 것으로 충분히 오해할 만큼 유사하다고 판단했고 프로그램 내부에 약간의 차이가 있기는 하지만 그것은 프로그램을 구별지을 만큼 의미 있지 않다고 보아 불공정 경쟁을 구성한다고 보았다. 그러나 법원은 <Dilemme>를 만든 W9 DTV 역시 이 프로그램을 만들기 위해 충분히 노력했기 때문에 그들이 불공정 거래의 기생에 해당된다고 보기는 어렵다고 판시했다. 이를 토대로 법원은 방송 금지와 Endemol에 90만 유로의 벌금을 부과했다. 이에 ALJ 방송사는 불복해 항소했다.

(7) 벨기에

① Show & Tell vs VTM(1996)

1995년 Show & Tell은 계약을 맺고 <Easy Does It>이라는 라이프스타일 프로그램을 만들기로 했다. 프로그램은 방영되었고 5개 에피소드까지 소개되었다. 그런데 갑자기 방송사인 VTM이 계약 종료를 선언했다. 이에 Show & Tell이 소송을 제기했는데 주요 내용은 복제나 표절과 관련된 것이 아니라 제작, 방영된 프로그램에 대한 제작비를 방송사가 지원하지 않았다는 내용이었다. 그러나 이 사건이 텔레비전 포맷과 관련해 중요한 판례가 된 것은 이 사건이 제작비 지불 청구 소송이었지만 텔레비전 포맷 권리와 관련된 내용을 포함하고 있기 때문이다. 법원은 라이프스타일 프로그램은 저작권 보호를 받을 수 없다는 내용을 짚막하게 거론하고 있다. 이유는 일상생활 모습을 보여주는 라이프스타일 프로그램은 잘 알려진 개념을 활용하는 것이고 다큐멘터리 기법처럼 있는 모습을 찍는 것이기 때문에 거기에 작가의 지적 노력이 들어간다고 볼 수 없다고 판시했다.

② BVBA Habrasaje en Martin De Jonghe vs VRT(2002)

이 사건은 라디오 포맷에 관련된 것이지만 법원은 포맷으로 보호받아야 한다는 입장을 취했다. 원고는

프로덕션 회사와 <Golfbreker>라고 불리는 라디오 프로그램 진행자였다. 라디오 쇼는 1988년부터 1992년까지 방영되었으며 Martin De Jonghe가 진행하고 있었다. 이 프로그램이 방영되던 VRT는 1998년 그와 계약을 종료한 뒤 다른 프로덕션, 진행자와 동일 프로그램을 제작 방영하기로 했다. 프로그램 이름도, <Golfbreker>로 같았으며 프로그램의 대부분 요소들도 동일했다. 이에 프로덕션과 진행자가 저작권 침해라고 소송을 제기한 것이다. 법원은 포맷이 저작권의 보호를 받아야 한다고 판단했다. 또 법원은 두 프로그램이 다음과 같은 요소에서 원 포맷과 복제라고 볼 수 있다고 판단했다: 타이틀, 방송 길이, 위치, 스튜디오 디자인, 전국적인 라디오 전파. 또 두 프로그램은 벨기에 관련 소식을 전달하는 점에서도 유사하다. 이에 법원은 VRT가 10만 유로를 원고 측에 지불해야 한다고 판시했다.

이 사건은 벨기에 법원이 라디오 포맷도 저작권이 적용되는 작품으로 간주했다는 점 때문에 포맷 제작자들에게 긍정적인 결과를 가져온 것이라 볼 수 있다.

③ Tailor-Made Films vs VRT(2005)

Tailor-Made Films은 2002년 VRT에서 방영된 <Don't Get Mad..Get Even>을 제작했다. 쌍방향적인 퀴즈쇼인 이 프로그램은 스튜디오에 몇 개의 팀이 출연하고 집에서 출연하는 팀들도 있어 서로 경쟁하는 시스템이다. 2004년 Tailor-Made Films는 이 프로그램에 대한 포맷 라이선스 계약을 VRT와 추진했지만 계약이 성사되지는 않았다. 그런데 2005년 VRT가 <De Thuisploeg>라는 프로그램을 방영했는데 내용이 거의 유사했다. 이에 Tailor-Made Films가 저작권 침해로 VRT를 제소한 것이다. 그러나 법원은 포맷이 저작권 보호를 받아야 하는 것은 맞지만 이 두 프로그램이 저작권을 침해할 정도의 유사성이 있는지에 대해서는 반대 의견을 보였다.

즉 법원은 VRT의 프로그램은 생방송이 아니고, 중간에 휴식 시간도 없으며, 세트 디자인도 다시 제작돼 전혀 다른 느낌을 준다는 점 등을 들어 유사성이 발견되지 않는다고 했다. 뿐만 아니라 VRT의 방송은 시청자들의 반응 방식이 이전 방송과도 다르다고 판단했다.

④ K. Vebraeken vs VRT & BVBA De Filistijnen(2008)

이는 서면포맷의 권리를 주장한 원고 측의 소송을 법원이 받아들이지 않은 사건이다. 법원은 원고 측이 주장하는 <Super Champs> 프로그램의 서면 포맷이 구체적이고 자세한 수준으로 작성되지 않았기 때문에 보호받기 어렵다고 판시했다.

⑤ BVBA & J.D.B. vs VZW W.T.(2008)¹⁷⁾

원고는 자신들이 만든 텔레비전 프로그램이 피고 측 프로그램으로 인해 저작권 침해를 받았다고 주장했다. 이 프로그램은 도시에 대한 정보를 제공하고 있는데 그 도시에 사는 사람들이 관련 정보를 알려주는 방식으로 구성돼 있다. 원고들은 프로그램 제작에 음악이나 편집, 프로그램 앞의 소개부분, 방송에 사용되는 트레일러 제작 등을 만드는 일로 참여하고 있었다. 이에 피고 측은 원고들이 주장하는 방송 포맷은 이미 다른 방송에서도 사용되고 있는 것이라고 맞섰다. 법원은 프로그램에 저작권을 주장할만한 것이 발견되지 않는다면 원고 측의 주장을 받아들이지 않았다. 즉 원고 측이 밝힌 포맷이 창작성이 인정될 정도가 아니었으며 따라서 저작권으로 보호할 만큼 지적 노력이 들어가 있다는 증거가 없다는 것이다. 원

17) 이 사건은 프로그램 이름에 대한 정보가 공개돼 있지 않다.

고 측의 주장은 단순히 프로그램의 요소를 적어놓은 것이며 포맷은 ‘표준화된’ 포맷으로 간주되어야 한다는 것이다.

2) 아메리카

(1) 미국

① CBS vs Fox(2001)

CBS가 자사 네트워크에서 방영된 <Survivor>가 경쟁사인 Fox의 <Boot Camp>에 의해 저작권을 침해 받았다고 제소한 사건이다. 이 사건을 계기로 미국은 포맷의 저작권 보호 여부에 대한 본격적인 논의의 시대를 맞게 되었다.

CBS의 <Survivor>는 일반인이 출연해 주어진 임무를 수행하며, 팀 단위로 악조건을 견디며 겪게 되는 각종 에피소드, 에피소드가 끝날 무렵 투표를 통해 팀원 중 하나를 떨어뜨리는 방식 등을 프로그램의 기본적인 포맷으로 삼고 있다. 또 투표를 통해 탈락되는 과정은 ‘마치 종교의식과 같이 매우 경건한 제식 행위’를 통해 이뤄지고 도전이나 임무 수행 중간 참가자들의 전략이나 인간관계를 주제로 하는 인터뷰가 배치돼 있다. CBS는 고소장에서 Fox의 <Boot Camp>가 참가자들이 익숙하지 않은 환경에서 여러 가지 도전을 수행하고 에피소드 마지막에 제식 행위를 통해 참가자를 떨어뜨리는 점 등이 흡사하다고 주장하면서 방영 금지 처분을 신청했다. 이와 함께 CBS는 Fox에서 <Boot Camp> 제작 책임자였던 인물이 과거 CBS에서 근무하면서 <Survivor> 제작에 깊이 관여했다는 점을 지적하기도 했다. 프로그램의 유사성과 제작자의 사전 근무 경력 등으로 인해 Fox의 <Boot Camp>가 방영되자 언론에서는 이 프로그램이 경쟁사인 CBS의 <Survivor>를 연상시키며 저작권 침해 가능성이 높다는 주장이 다양하게 제기되기도 했다.

흥미로운 것은 CBS가 Fox를 제소하기 일 년 전 반대로 Fox가 CBS를 상대로 저작권 침해 소송을 제기한 사실이 있다는 것이다. 몇 개의 팀이 세계 여러 나라를 돌아다니다가 임무를 수행하고 뉴욕에 가장 먼저 도착하면 이기는 것을 골자로 한 프로그램이던 <Race Around The World>를 방영 중이던 Fox는 CBS의 <Amazing Race>가 자신들의 프로그램과 유사하다고 법원에 고소했다. 이 사건은 법원이 조사에 들어가기 전 취하되었다. 마찬가지로 1년 후 CBS가 Fox를 상대로 낸 소송도 법원이 전체적인 인상 테스트(look and feel test)할 계획이었으나 법원의 최종 판단 이전 당사자들이 합의해 종결되었다.

② CBS Broadcasting vs ABC Inc.(2003)

CBS와 <Survivor> 제작사가 <Celebrity>를 방영한 ABC와 제작사 Granada 등을 대상으로 저작권 침해를 주장하며 잠정적 금지명령(preliminary injunction)을 신청한 사건이다. 법원은 저작권 침해 여부를 판단하기 위해 실질적으로 복제가 이뤄졌는지, 복제가 부적합하고 비합법적인 방법으로 이루어진 것인지 조사했다.

CBS가 개발한 <Survivor>를 좀 더 자세히 설명하면, 격리된 오지에 떨어진 16명의 표류자가 서로 경쟁하면서 함께 살아가야 하는 상황을 배경으로 한 리얼리티 쇼이다. 참가자들은 2개 팀으로 나뉘어 경쟁하는 데 이기는 팀은 탈락 면제권과 음식을 얻고 지는 팀은 회의를 열어 투표를 통해 한 사람을 탈락시킨다. 탈락과 보상이 결정되는 에피소드는 3일 단위로 이루어지고 전체 2개월가량 진행된다. 참가자 수가 8명

으로 줄어들면 팀을 나누지 않고 개별 경쟁을 하게 되며 최종 승자는 수백만 달러의 상금을 얻는다.

ABC 방송에서 방영된 <Celebrity>는 전체 타이틀이 <I'm a Celebrity, Get Me Out of Here>이다. 내 용은 8명의 연예인이 호주 오지에 떨어져 기본적인 음식만 제공받으면서 생활을 영위한다. 15일간 정글에 서 겪는 각종 에피소드로 구성돼 있으며 보다 더 좋은 음식을 얻기 위해 우스꽝스러운 과제를 수행하기도 한다. 첫 주에는 매일 시청자들이 전화나 인터넷을 통해 참여하면서 'Bushtucker 시험'이라는 임무를 수 행할 연예인 한명을 뽑아 다소 재미있고 엉뚱한 임무를 수행하게 한다. 임무를 통과하면 그는 나머지 구 성원에게 줄 음식을 획득하게 된다. 두 번째 주에는 시청자들이 자신이 좋아하는 연예인을 남기기 위해 투표하고 가장 적은 투표수를 얻은 연예인은 캠프를 떠난다. 그리고 마지막 15일째 되는 날 최종적으로 남은 연예인은 상당한 돈을 상금으로 받고, 그 돈은 자선자금으로 쓸 수 있다.

이렇게 두 프로그램은 유사한 면과 상이한 면이 동시에 있었다. CBS는 정글을 파노라마 영상으로 보여 주는 것, 모닥불을 피워놓고 이야기하는 장면을 높은 각도에서 잡는 버즈아이뷰(birdeyevew), 투표에 대 해 논의하는 방법 등이 유사하다고 주장했다. 법원은 첫째, 서바이버 프로그램이 TV 사업자라면 누구나 알고 있는 프로그램이기 때문에 요건을 갖추었다고 보았다. 그러나 유사성 측면에서 두 쇼는 전체적인 콘 셉과 느낌, 주제, 등장인물, 플롯, 사건 전개과정, 속도, 배경 등의 요소가 실질적으로 유사하다고 보기 어렵다고 결론지었다. 특히 두 쇼의 느낌을 좌우하는 톤의 경우 서바이버는 심각한 반면 <Celebrity>는 코믹하게 그려져 실질적으로 유사하다하고 보기 어렵다고 판결했다. 두 프로그램이 아이디어는 유사하지 만 그것을 표현하는 방식은 다르다고 본 것이다. 저작권은 아이디어는 보호하지 않으며 표현물에 대해서 만 보호한다.

이 사건은 리얼리티 프로그램에 대한 최초의 판결로 주목을 받았다. 사건을 다룬 법원은 완성된 각본을 가진 드라마나 소설과 같은 최종 표현물을 대상으로 하던 어문저작물에 적용하는 실질적 유사성 판단기준 을 사용해 리얼리티 프로그램의 저작권 침해 여부를 판단했다. 각본이 없는 리얼리티 프로그램에 대한 저 작권 기준이 마련돼 있지 않아서이기는 했지만 이 판결은 고정된 대본과 상황에 따라 성격이 달라지는 대본 없는 리얼리티 프로그램의 판단 기준을 동일하게 적용해 모호한 판결이라는 비판을 받았다. 즉 리얼 리티 프로그램은 출연자들이 상호 작용에 따라 대사와 행동이 연출되고 방향이 결정되기 때문에 비록 큰 틀의 캐릭터가 정해져 있다 할지라도 출연자들의 성격과 캐릭터, 대사가 고정돼 있지 않으며 경우에 따라 새롭게 재탄생되기도 한다. 그런데 이런 리얼리티 프로그램의 대본을 극저작물과 동일한 기준으로 실질 적 유사성을 판단할 경우 리얼리티 등장인물은 저작권 보호를 받을 수 없게 된다. 예를 들어 법원에 증거 로 제출된 자료 중에는 두 프로그램에 공통적으로 등장한 벌레먹기 도전과제가 있었는데 법원은 두 장면 간에 유사함이 있더라도 벌레의 색깔, 식기 등을 볼 때 분위기가 달라 둘은 서로 다르다고 결론지었던 것 이다.

<Survivor>사건은 포맷 시장의 큰 부분을 차지하는 리얼리티 쇼, 정해진 이벤트나 캐릭터 전개가 없는 TV 쇼와 관련해 아이디어 자체가 보호될 수 없더라도 아이디어의 편집에 대해서는 보호가 인정됨을 밝힌 점, 그러나 이 보호의 범위가 매우 좁을 수밖에 없다고 밝혔다는 점 등에서 이후 미국 포맷 법적 보호의 중요한 이정표가 되고 있다.

③ Pelt vs CBS(1993)

이 사건은 토크쇼의 시작을 알리는 오프닝 노래, 사회자, 관객들의 참여, 패널로 참여하는 게스트, 대

화의 주제, 광고를 위한 일시 휴지, 사회자의 클로징 멘트와 같은 포맷 요소가 저작권의 보호를 받을 수 있는 일반적인 아이디어와 컨셉에 불과하다고 결론지은 사례이다. 토크쇼 진행자인 Pelt가 <Listen Up! Young Voice For Change>라는 자신의 프로그램에서 트레이드마크처럼 사용했던 오프닝/클로징 멘트 등을 방송사가 계속 사용할 수 없게 해달라고 요청한 사건이지만 법원은 이것이 창작성을 인정할 만큼 고유한 속성을 가졌다고 볼 수 없다며 원고 청구를 기각했다.

④ Sheehan vs MTV Networks(1992)

Sheehan은 MTV가 방영중인 <Remote Control>이 자신의 게임쇼 <Laser Blitz>의 저작권을 침해했다고 제소했다. <Laser Blitz>는 게임 참여자가 스크린에 레이저 총을 발사한 후 제시되는 뮤직비디오 관련 질문에 답을 맞추는 형식이고, <Remote Control>은 레이저 총 대신 원격조종장치를 이용해 뮤직비디오가 아닌 일반적인 TV 쇼에 대한 문제를 해결하는 방식으로 구성돼 있다. Sheehan은 자신의 프로그램 제안을 MTV에 제시했으나 계약을 체결하지 못했는데 얼마 뒤 MTV가 유사 프로그램을 제작했다고 주장했다.

Sheehan은 소장에서 9개의 화면에 나타난 뮤직비디오를 향해 레이저 총을 쏘는 것과 같은 독특한 요소들의 선택과 결합은 저작물의 보호를 받아야 한다고 주장했다. 그는 또 MTV가 게임쇼의 아이디어 뿐 아니라 배경과 경쟁자의 특성, 관객, 진행자의 스타일과 캐릭터, 쇼의 분위기, 게임쇼의 구성과 시퀀스까지 유사하다고 주장했다. 반면 MTV는 원고의 게임쇼가 표현물이 아니라 아이디어적 요소가 강하며, 원고가 제출한 제안서는 저작물에 대한 아이디어가 표현된 것이므로 법적 보호를 받을 수 없다고 주장했다. 또 프로그램의 창작성(독창성) 여부에 대해서도 다른 게임쇼에 나오는 것들이라면서 레이저 총만 하더라도 이미 다른 게임 쇼에 사용되었던 것이라고 주장했다.

그러나 법원은 레이저 총과 뮤직 비디오에 대한 지식을 연결시킨 포맷은 다른 곳에서 찾아볼 수 없는 것이기 때문에 독창적인 프로그램 요소로 간주했다. 그럼에도 법원은 전제적으로 두 프로그램 사이에 실질적인 유사성이 존재하지 않는다고 결론을 내렸다. 원고가 주장한 시퀀스, 구조, 규칙, 스타일의 동일성을 다르다고 판단한 것이다.

다만, 이 사건은 상투적인 장치들이라도 프로그램의 특정 지점에서 선택되며 그 장치들이 어떻게 배열되고 구성되느냐에 따라 실질적인 창작성 유무를 결정했고 그런 창작성이 있다면 선택과 배열이 실질적으로 유사한 것인지에 따라 두 프로그램의 유사성 여부를 판단했다는 점에서 의의가 있다. 게임쇼의 구성 요소들에서 창작성이 인정된다면 그것들을 선택하고 배열한 포맷 역시 저작물로 보호받을 수 있다고 본 것이다.

⑤ Dick Clark vs Alan Landsburg Production(1985)

Dick Clark는 영국에서 방영된 <The Krypton Factor>와 같은 이름으로 미국 ABC에서 방영된 프로그램의 진행자이고 Alan Landsbug Production은 제작사이다. 이 프로그램은 1981년 미국 ABC 방송에서 처음으로 방영되었고 이후 전국으로 신디케이트 되었다. Dick Clark는 ABC에서 방영될 당시 진행자였고, 나중에 전국으로 신디케이트 되었을 때는 다른 진행자가 사회를 맡았다. 이에 Dick Clark이 게임쇼 포맷, 즉 도전자가 질문을 맞출 경우 가치를 알 수 없는 포상과 특정 금액의 현금 중 어떤 것을 고를 것인지 선택할 수 있도록 만들어진 쇼에 관한 포맷의 저작권을 주장하며 제기한 소송. 법원은 이를 받아들일

수 없다고 판시했다.

⑥ RDF vs Fox & Rocket Science(2005)

ABC 방송에서 방영되는 것을 목표로 <Wife Swap>을 준비 중이던 RDF가 Fox와 제작자인 Rocket Science의 <Trading Spouses: Meet Your New Mom>를 제소한 사건이다. 영국 포맷 개발사 RDF가 제작한 <Wife Swap>는 ABC와 라이선스 계약을 맺고 판매되었다. <Wife Swap>는 배우자를 바꿔 일어나는 재미있는 상황을 그린 리얼리티 프로그램이다. RDF가 미국 방영을 준비하던 중 동일 프로그램을 구매하려다 실패한 Fox가 캐릭터와 사건의 전개 등이 비슷한 프로그램 <Trading Spouses>를 미리 방영하자 막대한 손실을 입었다고 저작권과 상표권 침해 소송을 제기한 것이다. RDF의 주장에 따르면 두 프로그램은 기본 골격이 비슷하다. 서로 다른 문화와 규칙을 가진 두 가족이 상대방 가족과 함께 살아가는 것을 담고 있으며, 첫 주에는 새 가정을 규칙을 따르고 그 다음 주간에는 자신이 원하는 대로 규칙을 정해 다른 구성원들이 그 규칙을 따르도록 하는 사건의 전개, 에피소드의 톤, 주제, 나레이션 등이 흡사하다는 것이다. 그러나 Fox는 자신들의 프로그램은 1년 전부터 준비된 것이며 디스커버리 채널에서 방영된 바 있는 <Worlds Apart>를 Fox 스타일에 맞게 약간 변형시킨 것이지 RDF의 프로그램을 모방한 것은 아니라고 주장했다. <Worlds Apart>는 한 가족이 케냐처럼 그들이 살았던 지역과 완전히 다른 나라에 가서 겪는 모습을 보여준 프로그램이었다. 또 RDF와 달리 엄청난 액수의 상금을 획득하는 것에 좀 더 초점을 맞추고 있는 것이 다르다고 주장했다.

⑦ Jean Golden & Todd Walker vs Simon Cowell & ABC(2005)

이는 <Pop Idol>과 <American Idol>에서 심사위원으로 활동하며 큰 인기를 얻은 Simon Cowell이 ABC와 공동으로 준비하던 <The Million Dollar Idea>가 자신들의 프로그램 <Million Dollar Idea>를 표절했다고 Golden과 Walker가 제기한 소송이다. 소장에서 이들은 <Million Dollar Idea>는 아이디어를 가진 일반인이 출연해 전문가의 조언을 받아 새로운 물건을 만들어가는 경쟁 프로그램으로 최종 우승자에게는 거액의 상금과 비즈니스화 할 수 있는 기회를 제공했던 프로그램으로 미네소타에서 시작해 큰 인기를 얻어 2001년까지 30개 에피소드가 방영되었고 125개 텔레비전으로 신디케이트 되었던 프로그램이다. 이들은 프로그램을 신디케이트 하는 과정에서 ABC 간부진을 만나게 되었고 관심을 보인 그들이 추가적인 내용을 문의해 <Million Dollar Idea> 방영분 일부와 관련된 세부 사항을 알려주었는데 얼마 후 타이틀까지 비슷한 <The Million Dollar Idea>가 방영된다는 소식을 들었다고 주장했다.

(2) 캐나다

① Preston vs 20th Century Fox Canada(1990)

Preston이 <Stars Wars: Return of the Jedi>가 그의 작품 <Space Pet> 대본을 카피했다고 제소한 사건이다. 그는 영화에서 'Ewoks'가 그의 작품에 있는 'Ewoks' 'Olaks' 종족을 유사하게 모방했다고 주장했다. 그는 1979년 스타워즈 감독인 조지 루카스 감독이 운영하는 루카스 필름에 자신의 대본을 보낸 적이 있으며 루카스 필름이 여러 방식으로 자신의 비-인간 캐릭터인 'Ewoks'를 카피했으며 특히 영화 <Stars Wars: Return of the Jedi>와 텔레비전 시리즈물 <Ewoks Adventure>에서 표절이 심각하다고

소송을 제기했다.

연방 법원은 소를 기각했는데 이유는 두 작품 사이에 일반적인 유사성이 어느 정도 있는 것은 사실이지만 실질적인 유사성을 나타내는 정도는 아니라고 주장했다. 법원은 '실질적 유사성'은 오직 모방된 작품이 보여주는 유사성의 수적인 것으로 판단할 수 없다고 판시했다. 그보다 유사성의 질을 결정짓는 것이 더 중요하다는 것이다. 또 법원은 유사성 평가에 포함될 수 있는 요소들을 제시했다: 플롯, 주제, 대화, 무드, 세팅이나 장면, 속도(pace), 시퀀스와 캐릭터 등.

② Hutton vs Canadian Broadcasting Corporation(1992)

Hutton은 〈Star Chart〉라는 뮤직비디오 포맷을 개발해 이를 극저작물로 등록해 놓았다. 그리고 〈Star Chart〉는 CBC와 공동으로 제작, 방영되었다. 3년 뒤 이 프로그램은 중영되었는데 CBC가 다른 이름의 유사한 프로그램을 방영하기 시작했다. 〈Good Rockin' Tonite〉이라는 프로그램인데 Hutton은 이 프로그램을 보고 자신이 등록한 〈Star Chart〉와 쇼의 구조, 대본이 유사하며 자신의 프로그램을 진행했던 동일한 사회자가 후속 프로그램을 진행한다는 점 등을 들어 소송을 제기했다. 그러나 법원은 Hutton의 소를 기각했다. 두 쇼가 장르 면에서 유사할 수 있지만 저작권의 보호를 받을 만큼 한 프로그램이 다른 것을 복제했다고 할 만한 실질적인 유사성이 없다고 판단했다. 또 실제로 유사한 것들이 많이 발견되지만 이것들이 쇼의 특징을 결정할 정도로 중요한 것은 아니라고 보았다. 이를 테면, 진행자가 같고, 중간에 삽입되는 광고의 수가 같으며, 각 세부 프로그램의 길이가 같고, 각 쇼마다 보여주는 비디오 숫자가 같은 점, 진행자가 관객들 앞에서 뮤직 비디오를 틀어주는 것 등으로 실질적 유사성을 판단할 수는 없다는 것이다. 또 두 프로그램에는 상이한 점도 있는데, 이를 테면 전체 프로그램 시간이 다르고, Star Chart에는 인터뷰가 없지만 〈Good Rockin' Tonite〉에는 다수의 인터뷰가 삽입되는 점도 다르다. 따라서 쇼를 전반적으로 봤을 때 동일하다고 느낄만한 구조나 인상을 갖지 못한다고 결론지었다.

③ Arbique vs Gabriele(1998)

Arbique는 Gabriele의 텔레비전 시리즈 〈Les Grands Procs〉가 1985년 개발되었던 자신의 텔레비전 시리즈를 모방했다고 주장했다. Arbique는 유명한 범죄 사건을 기초로 만들어진 텔레비전 시리즈물로 진행자와 전문가 패널, 그리고 시청자들의 전화 투표 등으로 구성돼 있으며 피고를 포함해 몇몇 방송사와 제작사에 기획서로 제출했다고 주장했다. Gabriele는 기획서가 보내졌을 당시 별다른 반응을 보이지 않다가 몇 년 후 자신의 프로그램과 유사한 시리즈물을 만들어 방영했다는 것이다. 퀘벡 주 법원은 Gabriele에 우호적인 판결을 내렸는데 그들이 Arbique 작품을 보았던 것은 우연한 일이었고 복제했다고 불만한 증거가 충분하지 않다는 것이었다. 따라서 두 작품 사이에 명백한 유사성과 실질적 유사성이 없는 것은 아니지만 표절이나 모방 등을 주장할만한 증거가 불충분하다며 기각했다.

④ Cummings vs Canwest Global Broacasting(Global Television Network Quebec)(2005)

Cummings는 참가자들이 음악과 관련된 과제를 수행하며 벌이는 경쟁 프로그램이 피고에 의해 저작권 침해를 받았다고 주장했다. Cummings는 방송사에 〈Dreams Come True〉라는 타이틀의 제안서를 제출했는데 피고가 포맷을 모방해 〈Popstars〉를 제작했다고 주장했다. 법원은 아마추어가 등장해 노래를 부르고, 전문가의 도움을 받아 노래와 춤을 향상시키고, 최종 우승자는 음반을 내주는 것과 같은 내용은 일

반적인 아이디어로 볼 수 있다면서 소송을 기각했다. 법원의 결정은 Cummings의 주장과 달리 두 프로그램 사이에 존재하는 차이점에 보다 주목해 이루어진 것인데 이를 테면 〈Popstars〉가 모든 연령대의 뮤지션, 작곡가, 가수가 아니라 오직 젊은 참가자들에게만 기회를 준 점, 또 승자와 패자를 확실히 구분해 진행시키는 방법, 또 승자의 경력에 초점을 맞춘 점 등에서 차이가 난다고 보았다. 이로써 〈Popstar〉의 구성이 단순히 노래 부르기 경쟁이 아니라 다큐 드라마적인 요소가 더욱 강해짐으로써 두 프로그램이 상이해졌다고 보았다.

⑤ Robinson & Les Production Nilem Inc vs France Animation, Cinar Corporation(2011)

이는 Robinson이 자신의 포맷 〈Robinson Curiosity〉가 저작권 침해를 받았다고 소송을 제기한 사건이다. Robinson은 자신의 스케치와 캐릭터 묘사 등이 프랑스에서 애니메이션으로 제작돼 텔레비전 시리즈물로 방영된 〈Robinson Sucroe〉와 유사하다고 주장했다. Robinson은 스케치와 캐릭터를 묘사한 포맷을 개발한 후 저작권과 상표권 등록을 마친 상태였고 디즈니 계열사 등 세계 여러 제작사에 포맷을 제안했다. 그리고 몇 년 후 프랑스 Cinar 사가 자신의 것과 유사한 프로그램을 개발, 전세계 50개국에 판매한 사실을 알게 돼 소송을 제기하게 되었다고 주장했다. 퀘벡 법원은 원고의 주장을 받아들여 실질적 유사성과 상당한 양의 복제가 이루어졌다고 판결했다.

(3) 브라질

① TV Globo & Endemol vs TV SBT(2004)

〈Big Brother〉 포맷 저작권을 소유하고 있는 Endemol이 브라질의 TVSBT와 협상하는 과정에서 〈Big Brother〉에 대한 많은 정보를 제공했다. 그러나 TVSBT는 라이선스를 구매하지 않고 독자적으로 〈Casa Dos Artistas(예술가의 집)〉이라는 다른 프로그램을 제작 방영했다. 이에 〈Big Brother〉 라이선스를 구매한 TV Globo가 TVSBT를 상대로 방송금지명령과 손해배상을 청구한 사건이다. 그러나 TVSBT는 리얼리티 쇼는 대본이 없기 때문에 추상적인 아이디어 그 이상의 것이 아니며, 포맷 바이블은 방법과 절차가 기술된 단순한 매뉴얼에 불과하며, 사람들을 격리된 장소에 감금시켜 그들을 관찰한다는 컨셉은 〈Big Brother〉만의 새로운 아이디어가 아니라고 주장했다. 그러나 법원은 포맷 바이블에 단순히 격리된 사람들을 관찰한다는 내용만이 아니라 그것을 다루는 세세한 방식, 즉 집의 분위기, 카메라 위치, 참여자의 몸에 부착시킨 마이크론과 같은 세부 사항이 모두 지시돼 있으며 24시간 관찰하고 사용하는 음악과 참여자들이 외부 사람들과 접촉하는 행동양식까지 기록돼 있는 점을 들어 두 프로그램을 비교했을 때 상당히 유사하다고 판단했다. 또 두 프로그램이 실질적으로 유사해 복제가 일어났으므로 저작권 침해가 인정된다고 판시했다. 게다가 유사한 프로그램을 상대방에 앞서 시작함으로써 후원자들의 관심을 줄어들게 만들어 불공정 경쟁에도 해당된다고 보았다. 이에 피고는 Endemol에 40만 파운드를 지불하고, 포맷 라이선스를 구매한 TV Globo에게는 100만 파운드를 손해배상 하라고 명령했다.

이 사건은 포맷의 저작권 침해를 인정하고 손해배상액을 청구한 사례로 의의가 크다. 브라질 법원은 텔레비전 포맷이 프로그램의 핵심적인 아이디어를 포함할 뿐 아니라 광범위한 기술적, 예술적, 경제적 비즈니스 정보까지 담고 있어 아이디어 이상의 것임을 밝히고 있다. 또 이 사건은 포맷 바이블이라는 개념을 법의 영역에 포함시켜 그 가치를 인정한 사례이다.

3) 아시아 및 오세아니아

(1) 호주

① Talbot vs General Television Corporation(1977)

이 사건은 향후 호주의 텔레비전 포맷 관련 분쟁의 중요 이정표가 된 중요한 사건이다. 이전까지 호주에는 텔레비전 포맷 권리를 보호할 수 있는 어떤 법이나 판례가 없었다. 이 사건을 계기로 호주 법정은 텔레비전 포맷을 지적 재산의 일부로 인정하게 되었다. 이후 호주의 텔레비전 포맷 보호는 비밀 정보와 지적 재산권과 관련해 보호받게 된다.

Talbot은 〈To Make a Million〉이라는 타이틀의 페이퍼 포맷을 만들어 General Television의 Channel 9과 협상에 들어갔다. 이 프로그램은 누구나 희망하는 백만장자가 되는 비법을 소개하는 것으로 ‘가정집을 방문해 굴을 판매하는 것으로 백만장자가 되려면 어떻게 해야 하는가?’처럼 일상적인 질문으로 시작해 백만장자의 도움으로 비법을 알아나가는 프로그램이다. 그는 방송사에 자세한 포맷 노트 뿐 아니라 프로그램 제작에 필요한 세부사항, 예산, 플롯 등을 포괄적으로 제출했고 간부진 앞에서 프레젠테이션도 마쳤다. 그리고 몇 달 후 Talbot은 텔레비전 광고를 통해 자신의 프로그램과 매우 유사한 프로그램 〈A Current Affair〉이 Channel 9에서 방영된다는 것을 알게 된다. Talbot은 곧바로 잠정 금지명령을 신청한 뒤 저작권 침해와 비밀누설 등으로 법원에 제소했다. 법원은 원고의 소송을 받아들여 잠정 금지명령을 내렸다. 그러나 피고는 이에 불복해 프로그램을 방영했다. 법원은 Talbot에 호의적인 판결을 내려 Channel 9에 15만 달러 벌금을 부과했다. 방송사는 항소했으나 받아들여지지 않았다. 이 사건은 법원이 포맷의 정의를 받아들였다는 점에서 의의가 있다.

② Nine Films & Television Pty vs Ninox Television Ltd.(2005)

Nine Films는 2000년 Ninox가 개발한 〈Dream Home〉 포맷을 수입해 제작, 방영했다. 이 프로그램은 두 쌍의 커플이 출연해 집을 리모델링하고 인테리어와 장식을 바꾸는 임무를 수행해 서로 경쟁하는 프로그램으로 뉴질랜드에서도 큰 인기를 끌었다. 이후 2002년 Nine Films는 네 명의 커플이 출연해 아파트를 개조하는 프로그램 〈The Block〉를 시작했다. 이에 Ninox가 자신들의 포맷을 표절했다고 소송을 제기했고 포맷 공동 저작권자인 Nine Films도 곧이어 반소를 제기한 사건이다.

법원은 양측이 Dream Home에 대한 판권이 Ninox에 있다는 사실에 동의한다는 점을 들어 저작권 침해에 초점을 맞췄다. 이는 뉴질랜드에서 있었던 포맷 관련 유명한 소송인 〈Green vs Broadcasting Corporation of New Zealand〉 사건에서 법원이 프로그램에 대한 일반적인 아이디어는 저작권으로 보호받을 수 없다고 판결한 유명한 판례 이후 당시 포맷 관련 소송에서 핵심은 저작권 자체가 성립하느냐에 모아졌던 데 반해 이 사건은 양측 모두 저작권이 있다는 점에는 동의했기 때문에 저작권 침해에만 집중할 수 있었다는 것이다. 그러나 Nine Films는 자신들의 새로운 쇼 〈The Block〉이 독자적으로 개발된 프로그램임을 주장했고 법원은 두 프로그램의 핵심 요소를 비교해 유사성 테스트를 실시했다. 그 결과 법원은 대본 없는 대화와 상호작용 등을 검토한 결과 유사성이 발견되지 않는다면 저작권 침해를 기각했다. 또 법원은 집을 개조하는 것과 관련된 유사성은 텔레비전 쇼에서 일반적으로 나타날 수 있는 특징이라고 판단했다.

③ Concept Television vs Australian Broadcasting Corporation(ABC) (1988)

앞서 Talbot의 사례가 중요한 것은 이 사건이 텔레비전 포맷에 대한 정의가 내려지고 지적 재산으로 보호받을 수 있게 되었다는 점을 알렸다는 것 이외에 실질적으로 방송의 잠정금지명령과 벌금을 부과했기 때문이기도 하다. 그러나 이 사건에 적용되었던 것처럼 비밀리에 얻은 정보를 누설하는 것에 대한 벌금 부과는 Concept Television vs Australian Broadcasting Corporation(ABC)에는 그대로 적용되지 않았다.

Gummow는 Concept TV를 통해 방영될 텔레비전 퀴즈/게임쇼를 만들었다. 그는 Cartoon Concepts라는 회사에서 만들어진 Oz Quiz라는 보드게임을 차용해 ‘Oz Quiz written as a Television Format’을 작성했다. 그리고 ABC 관련자를 만나 포맷과 관련해 설명했다. 그리고 몇 번의 만남이 더 있었지만 결과 없이 마무리되었고 그 관련자는 ‘Oz Quiz는 취소되었다’는 말을 들었다. 그런데 ABC는 다른 회사와 <The OZ Game>을 만들기로 해 소송을 제기한 것이다. Concept Television의 소송은 계약, 비밀정보 누설, 그리고 오인행위(misleading conduct) 등에 기초해 이루어졌다. 그러나 이 소송은 다음과 같은 이유 때문에 모두 기각되었다. 법원은 원고가 주장하는 것처럼 비밀 정보가 교환되었다는 것에 대한 충분한 증거를 제시하지 못했다. 비록 원고가 이전의 Talbot 사건을 들어 포맷 권리보호를 주장하지만 누설되어서는 안 될 비밀이 무엇인지 명확하게 제시하지 못했으므로 증거가 불충분하다고 볼 수 있다. 즉 원고가 두 프로그램 사이의 유사성 항목을 제시해야 하고 피고는 상이성 항목을 제시해 법원의 판결을 받아야 한다는 것이 이 사건을 계기로 확립되었다.

(2) 뉴질랜드

① Green vs Broadcasting Corporation of New Zealand(1989)

원고 Green은 60,70년대 방송된 영국의 토크쇼인 <Opportunity Knocks>의 창작자인데 뉴질랜드 프로그램이 유사한 타이틀과 캐치프레이즈를 사용하고, 스폰서의 사용이나 경쟁자들의 실력을 청중의 박수 크기로 평가하는 등 진행 방식이 유사하다며 저작권 침해 소송을 제기했다. <Opportunity Knocks>는 영국에서 방영돼 큰 인기를 끌었던 프로그램인데 Green은 뉴질랜드에서 프로그램 타이틀이 동일할 뿐 아니라 진행 방식에서 매우 유사한 프로그램이 있다는 사실을 알고, 저작권 침해 소송을 제기했다. 그에 따르면 두 프로그램은 박수의 크기로 참가자들의 점수를 매기는 진행방식, 사회자가 프로그램 중간 중간 캐치프레이즈로 사용하는 <이것은 여러분의 쇼입니다(This Is Your Show!)>가 모두 동일하다면서 저작권 침해를 주장했다. 리얼리티, 게임쇼 등은 대부분 대본이 없는 프로그램이므로 원고는 포맷 저작권을 완성된 대본이 아니라 프로그램의 특이한 요소를 모방했다는 논리를 전개했다. 이에 법원은 포맷은 아이디어이며 저작권 보호가 인정될 수 없다고 판시했다.

법원의 표면적인 저작권 부정 이유에도 불구하고 권리보호가 부정된 실질적인 이유는 증거 부족에 있었다는 지적이 많았다. Green이 영국에서 방송된 토크쇼와 관련해 ‘스크립트와 드라마적인 포맷’에 관한 저작권 보호를 요청했으나 자신의 주장을 뒷받침할만한 스크립트를 증거로 제출하지 못한 것이다. 따라서 대본에 어떤 내용이 담겼는지, 또 피고가 원고의 창작 내용 중 무엇을 복제했는지 법원으로서 판단이 곤란했다는 것이다. 그러나 증거가 부족하다고 해서 법원이 포맷 일반에 대해 저작권 보호를 부정했다는 것은 문제가 있다는 비판의 목소리가 제기되기도 했다.

② Wilson vs Broadcasting Corporation of New Zealand(1989)

1979년 Wilson은 <The Kiwi Kids>라는 어린이용 시리즈물을 개발했다. 프로그램은 신체적으로 장애를 갖고 있는 소년/소녀가 다양한 영웅적 모험담에 참여해 악당들과 싸우는 과정을 그리고 있다. 지역 어린이 자선단체와 공동으로 제작하기로 돼 있는 이 프로그램이 제출되었는데 제안서에는 장면 스케치와 캐릭터가 포함되어 있었다. Wilson은 처음 9장 안팎의 제안서를 보냈고 나중에 57페이지 세부 사항을 담은 타당성 조사 제안서를 보냈다.

그런데 4년 후 BCNZ가 <The Kids From OWL>이라는 애니메이션 시리즈를 방영한다. 이에 법원은 타당성 조사는 극저작물이고 BCNZ와 Wilson의 ‘최초 아이디어의 정체성은 결코 잃어버릴 수 없다’고 간주했다. Wilson의 작업이 저작권의 보호를 받을만한 충분한 증거가 제시돼 BCNZ는 2만 5천 달러의 벌금을 부과 받았다.

(3) 인도

① Gupta vs Dasgupta(2001)

미디어 컨설턴트로 활동하는 Anil Gupta는 Sony Entertainment Television 등과 수차례 미팅을 열어 리얼리티 쇼 포맷에 대해 논의했다. 그가 제안한 짝짓기 쇼 <Swayamvar>는 옛날 인도 상류층에서 인기를 끌었던 방식을 차용한 것이었다. 그때까지 그런 포맷 프로그램은 소개되지 않았다. Gupta는 간단한 노트를 작성했고 관련 내용을 Sony에서 프레젠테이션하기도 했다. 그런데 얼마 후 Sony가 <Happy Marriage>라는 타이틀의 프로그램을 만들어 방송했다. 법원은 Gupta에 호의적으로 판결했는데 주요 골자는 오락 산업에 있어 아이디어, 컨셉, 프로그램 주제는 매우 중요하며 따라서 이들의 보호는 결정적이라고 보았다. 그러나 Sony는 자신의 프로그램은 짝짓기 관련 리얼리티 쇼에서 일반적인 컨셉과 구조 등을 따르고 있다고 주장했다.

② Celador Productions vs Mehrotra(2002)

Gaurav Mehrotra는 <Who Wants To Be A Millionaire?>의 인도판 버전을 온라인에서 제공하는 웹사이트 www.cropatikaun.com을 운영하기 시작했다. Mehrotra는 웹사이트 멤버들에게 정식 계약을 맺지 않은 게임으로 다른 포맷의 이미지, 로고, 음악 등을 복제한 게임을 이용할 경우 8~14루피를 부과했다. 이에 셀라도가 Mehrotra를 법원에 저작권 침해와 상표권 침해 등으로 제소한 사건. 법원은 셀라도의 주장을 받아들여 Mehrotra의 사이트 운영을 금지했으며 오프라인 상에서 비슷한 게임을 제공하는 경우도 역시 금지시켰다.

③ Chiang vs Global Broadcast News Ltd(2007)

인도 뭄바이에 거주하는 스크립트 작가 Urmi Juvekar Chiang는 <Work In Progress>라는 리얼리티 프로그램 포맷을 개발했는데 이 프로그램은 ‘한 도시에서 일어나는 여러 문제를 풀어나가는 시민운동’과 관련된 것이었다. 그녀는 이 아이디어를 컨셉으로 정리해 작성했고 곧이어 프로덕션 계획을 만든 다음 인도 위성 텔레비전 채널인 CNN-IBN의 대표 앞에서 프레젠테이션을 가졌다. 협상이 오고갔지만 얼마 후 CNN-IBN은 그녀의 포맷과 비슷한 프로그램 <Summer Showdown>을 방송한다. Chiang은 뭄바이 법원

에 CNN-IBN을 비밀정보 누설과 저작권 침해 두 가지로 고소했다. 법원은 그녀의 편에 섰고 비밀누설 건은 아주 자세하게 다루어졌다. 법원은 비밀누설은 그녀의 저작 컨셉 계획과 프로덕션 계획 등이 담긴 프레젠테이션에 대한 저작권 관련된 것보다 광범위한 것이라 판단했다. 그녀는 프레젠테이션을 위해 자신의 포맷에 대한 자세한 정보를 방송사와 공유했고 방송사는 이를 허락 없이 이용한 것이었다. 법원은 CNN-IBN이 Chiang이 제안했던 포맷은 원래 공적 영역에서 제기된 문제였다는 주장을 받아들이지 않았다.

④ TTYL Productions California Ltd & Ralph Edwards Productions vs NDTV Ltd.(2007)

이는 원고가 피고 측의 프로그램에 대해 저작권 침해, 상표권 침해, 사칭통용(passing off)을 주장하며 방송 잠정금지명령과 200만루피의 손해배상을 청구한 사건이다. 미국에서 활동하는 Ralph Edwards Productions은 <This Is Your Life(TTYL)>를 만든 회사로 인도의 NDTV가 만든 <Jeena Isi Ka Naam Hai> 프로그램이 자신들의 <This Is Your Life> 포맷을 표절했다고 주장했다. 두 프로그램은 사회자가 음악가, 영화배우, 정치인, 스포츠 스타 등 유명인사를 초청해 인간적이고 전문가적인 면모를 드라마적 요소를 통해 보여주는 프로그램으로 사회자가 출연자에게 질문을 하고 그 답은 가족이나 친한 친구가 해 주는 포맷을 취하고 있다. 또 어린시절 회상을 포함해 출연자가 예상하지 못했던 특별 게스트가 스튜디오에 출연하는 서프라이즈 상황 등으로 이루어져 있다.

3. 방송포맷 분쟁과 저작권

앞서 각국의 분쟁 사례에서 살펴본 것처럼 분쟁 사례는 주로 저작권 침해와 관련된 내용이다. 즉, 세계 각국은 TV 포맷을 저작물의 일부로 보고 권리를 인정해주는 저작권의 영역으로 인정받기 위해 노력해 왔다. 그러나 아직까지 미국과 영국 등 주요 국가에서 TV 포맷에 대한 저작권 보호는 일반적으로 부정돼왔다. TV 포맷이 아이디어와 컨셉 영역에 가까워 표현물을 중심으로 권리를 보호하는 저작권의 관점에서 볼 때 애매하고 명확하지 않은 영역이기 때문이다. 물론 최근 이들 나라에서 TV 포맷이 저작권으로 보호 받을 수 있는 가능성이 좀 더 많아지고는 있지만 여전히 논쟁적인 것은 사실이다.

이에 포맷 제작자들은 보호가 불투명한 저작권 보호를 청구하기보다 저작권이 아닌 다른 법적 근거를 통해 포맷을 보호하는 경향을 보이고 있다. 대표적인 것이 상표권 침해, 공정거래와 관련된 것들이다. 이 절에서는 포맷 관련 분쟁 사례에서 가장 많이 제기되었던 저작권에 대해 정리해 보겠다.

포맷 저작권에 대한 논의는 과연 포맷을 저작권법으로 보호하는 것이 타당한 것인지에 대한 논의부터 시작된다(Sharp, 2005; White & Brenner, 2004). 포맷은 가리키는 범위가 명확하지 않고 프로그램의 완성을 목표로 프로그램이 제작되는 전 단계에서 발생하는 제반 상황에 대한 것이 많아 표현물의 형태를 띠기보다 아이디어나 컨셉에 해당되는 경우가 많기 때문이다. 따라서 아이디어적 요소가 강한 포맷을 저작권처럼 이미 표현물로 완성된 작품에 대해 이뤄지는 보호논리로 적용하는 것이 적절한가에 대한 논란이 제기되는 것이다.

<표 15> 포맷 구성요소의 저작물 해당 여부

| 구분 | 요소 | 어문저작물의 구성요소 해당 여부 | 극적/영상 저작물의 구성요소 해당여부 |
|---|---|----------------------|-------------------------|
| 포맷에만 특징적인 비극본적 요소 | 게임(진행)의 개념 | 문서화될 경우 가능 | 표현성이 인정될 경우 가능 |
| | 출연자의 행위 또는 상호작용에 대한 지시 | " | " |
| | 질문의 기법 | " | " |
| | 드라마 구조 (혹은 갈등구조) 전개를 위한 장면 연결이나 순서에 대한 일반적 지시 | " | " |
| 기존 저작물과 공통되는 극본적 혹은 비극본적 요소 | 플롯의 전개 | " | " |
| | 등장인물(참가자) 성격 | " | " |
| | 등장인물(참가자) 행동 패턴 | " | " |
| | 대사 | 문서화될 경우가능 | 표현성이 인정될 경우 가능 |
| | 구체적인 장면 연결 혹은 순서 | " | |
| | 프로그램의 제목이나 로고 | " | |
| | 세트 디자인 | " | |
| | 음악 | 음악 저작물로 보호 | |
| 포맷에 없는 요소 | 캐치프레이즈 | 저작권법이 아닌 상표법에 의한 보호 | |
| | 스토리 전개의 상세극본(script) | | |

※출처: 홍순철(2010), 텔레비전 프로그램 포맷 창작권, p. 196

통상적으로 저작권법에서는 아이디어(idea)나 컨셉(concept)은 보호하지 않고 표현(expression)만 보호한다. 저작권이 창작자의 지적 수고에 대한 권리보장 차원에서 중요하다 할지라도 그것이 보다 근본적으로 전체 창작문화의 발전을 방해해서는 안되기 때문에 모든 창작물의 기본 바탕이 되는 아이디어는 제한 없이 사용할 수 있어야 한다고 보기 때문이다. 따라서 저작권에서는 아이디어에 관한 한 모든 일반이 제한 없이 공유할 수 있도록 자유로운 접근을 허용하는 입장을 취하고 있다.

이 같은 맥락을 고려할 때, 대본(최종 표현물)이 없어 아이디어적 성격이 강한 방송 포맷을 저작권으로 보호하기 위해서는 해당 저작물에서 저작권 보호 대상으로 간주되는 ‘표현물’과 저작권 보호대상에서 제외되는 ‘아이디어 또는 컨셉’이 무엇인지 구분할 수 있어야 한다. 표에서 보듯이 방송 포맷은 저작물 전체에 해당하는 요소와 포맷에만 독특하게 적용할 수 있는 요소가 결합돼 있다. 분쟁은 이러한 구분 자체에 대한 논란과 함께 원고와 피고가 각기 다른 입장에서 포맷을 표현물, 또는 아이디어라고 다르게 주장하기 때문에 발생한다. 분쟁의 배경이 되는 경우는 대체로 다음과 같다.

첫째, 프로그램을 개발하는 단계에서 개발자의 아이디어가 방송사 또는 프로그램 제작자에게 전달되었는데 협상이 이뤄지지 않는 경우다. 이 단계에서는 구체적인 수준으로 발전하지 않은 아이디어가 공유되는 경우가 많아 설령 방송사가 아이디어를 이용했다 할지라도 저작권의 보호대상이 될 수 없게 된다. 각국

의 분쟁사례에서 포맷 개발자가 방송사 또는 프로그램 제작사와 협상을 진행하는 과정에서 자신의 아이디어를 프레젠테이션하거나 공유해 저작권 침해를 받았다고 주장하며 소송을 제기한 많은 사례가 해당된다.

둘째, 제작자가 프로그램이나 영화와 같이 완성된 저작물을 공중에 방영한 이후에 동일한 아이디어나 포맷을 기초로 유사한 프로그램을 제 3자와 제작하는 경우다. 통상 원 제작자는 자신의 포맷이나 프로그램의 저작권이 침해되었다고 주장하는 반면, 후속 제작자들은 저작권으로 보호되지 않는 아이디어를 취해 자신들이 독자적으로 개발, 창작했다는 논지로 저작권 침해가 성립되지 않는다고 주장한다. 앞서 미국의 예에서 들었던 〈Wife Swap〉 쇼를 둘러싼 ABC와 Fox의 소송이 대표적이다.

셋째, 포맷 개발자가 해외 다른 나라로 포맷을 수출하는 경우 다수의 현지 방송사와 협상을 진행하는 과정에 아이디어와 포맷 관련 정보를 공유한 방송사가 라이선스 계약 없이 유사한 포맷의 프로그램을 방영하는 경우, 해당 방송사는 저작권으로 보호되지 않는 아이디어를 취했다고 주장하고 포맷 개발사는 포맷의 저작권을 침해했다는 입장을 취하면서 분쟁에 이르게 된다.

포맷을 저작권으로 보호해주는 경우 해당 포맷에 저작권으로 보호해줄만한 창작성 혹은 창작성(originality)이 존재하는지, 그리고 존재한다면 그것을 실질적으로 침해했는지의 판단에 따라 저작권 침해 여부가 결정된다. 분쟁사례에서 ‘실질적으로 유사성이 있는지’를 판단하는 말이 여기에 해당한다. 실질적 유사성을 판단하기 위한 테스트는 크게 추상화 테스트, 패턴 테스트, 분해 테스트, 전체적인 인상 테스트 등이 있다.

① 추상화 테스트(The Abstraction Test)

추상화 테스트는 스펙트럼 양쪽 극단에 각각 저작물을 구성하는 구체적인 요소와 이들 구체적 요소를 추상화한 일반적인 아이디어를 배치한 뒤 저작권 침해 소송의 원고와 피고가 각각 주장하는 것을 검토하는 테스트이다. 그런데 이 방식은 어느 정도를 저작권 침해로 인정할 것인지 불분명하다는 것이 문제로 지적된다. 저작권 침해는 구체적인 요소를 그대로 채용한 경우(노골적 베끼기)부터 구체와 추상 사이 중간 지점의 정도에서 표현적 요소를 모방했다고 주장할 수 있다.

② 패턴 테스트(The Pattern Test)

패턴 테스트는 추상화 테스트 적용의 어려움을 극복하고자 제안된 것으로 사건의 연결 및 캐릭터 간의 관계라는 패턴에 유사성이 인정될 경우 저작권 침해로 본다. 그러나 사건이나 캐릭터가 등장하지 않는 저작물에는 적용하기 어렵다.

③ 분해 테스트(The Dissection Test)

저작물의 각 구성요소를 분해해 보호받을 수 없는 요소를 제외한 후 보호받을 수 있는 표현적 요소만을 기준으로 실질적 유사성을 판단한다. 포맷의 요소를 세분화해 창작성이 인정되면 보호받을 수 있는 표현물로 분류하고, 그렇지 않을 경우 아이디어나 컨셉으로 간주해 보호하지 않는다. 그러나 분해테스트는 정의하기에 따라 표현적 요소라 할지라도 창작성이 인정될 수 없는 일반적 요소로 만들 수 있다. 포맷을 구성하는 요소들의 결합이나 스타일, 톤 등은 개별 요소로 분해해버리면 나타나지 않는 경우가 많아 표현물로 인정되기 어렵다는 문제가 있을 수 있다. 또 어느 정도까지 분해의 정도를 심화시킬 것인지도 모호하다는 문제점이 있다.

④ 전체적인 인상 테스트(The Total Concept and Feel Test)

이 테스트는 보호받을 수 있는 요소를 분리해내지 않고 저작물 전체의 인상을 기준으로 실질적 유사성 여부를 판단한다. 일반 관찰자나 관객의 관점에서 저작물을 관찰할 때 받는 즉각적인 느낌을 기준으로 판단하는 것이다.

4. 소결

TV 포맷이 세계 방송 영상 콘텐츠 시장의 주요 영역으로 떠오르면서 포맷의 법적, 제도적 권리를 주장하는 움직임과 그에 따른 분쟁도 늘어나고 있다. TV 포맷의 법적 권리에 관한 한, 세계 각국은 TV 시장의 환경 변화에 발맞춰 TV 포맷을 지적 재산권의 일부로 인정, 보호해야 한다는 인식을 확장시켜 왔다. 그러나 국가마다 지적 재산권이나 저작권에 대한 인식 범위가 다르고, 적용 문화가 다를 뿐 아니라 보다 근본적으로는 TV 포맷을 저작권으로 보호해준다 할지라도 적용 대상이 애매모호해 일관된 법 적용을 기대하기 어려운 현실이다.

그동안 포맷 권리에 대한 국제 분쟁 사례 중 가장 큰 비중을 차지하는 것은 전체 소송 중 80% 가량이 저작권 침해로 소송을 제기한 것에서 알 수 있듯이 저작권 관련 분쟁이다. 그러나 분쟁 건수에 비해 실제로 소송이 제기된 것은 23건에 불과하고 그나마 최종 판결에 이른 것은 10건에 불과하다는 점, 또 저작권 침해 등을 이유로 소송을 제기한 원고가 승소한 경우는 3건에 불과하다는 점에서 알 수 있듯이 TV 포맷을 저작권으로 보호받기 위해 국제적인 소송을 제기하는 것이 경제적, 시간적 측면에서 결코 쉬운 일이 아니다. 이에 최근에는 저작권이 아니라 상표권, 불공정경쟁, 사칭 통용 등 저작권 이외에 비즈니스 권리로 인정받으려는 소송이 많아지고 있다.

TV 포맷 분쟁과 관련해 유명한 사건은 <Survivor>와 <Big Brother>와 관련된 사건들이다. 이들 프로그램이 큰 인기를 얻으면서 유사한 프로그램이 많이 만들어져 표절과 저작권 침해 등으로 소송을 제기했기 때문이다.

이 중 <Big Brother>의 포맷 저작권을 소유하고 있는 Endemol이 브라질 TVSBT와 벌인 소송은 포맷의 저작권을 인정하고 손해배상액까지 청구한 사건으로 의의가 큰 사례이다. 또 미국에서 진행된 <Survivor>도 저작권 침해 인정 여부를 떠나 방송제작자는 물론 일반인들도 TV 포맷의 중요성을 인식하게 만든 사례로 널리 알려져 있다. 영국에서 개발된 이 프로그램은 미국 버전 <Survivor>로 방영되면서 큰 인기를 얻었는데 인기를 반영하듯 이후 유사 프로그램이 많이 만들어졌다. 그에 따라 표절과 저작권 침해를 주장하는 소송도 ‘CBS vs Fox’, ‘CBS vs ABC’ 등 잇따랐다. 이 중 CBS vs ABC 사건은 리얼리티 프로그램에 대한 최초의 저작권 판결이라는 점에서 중요한 의미를 갖고 있다. 법원은 소송을 다루면서 각본을 가진 드라마나 소설과 같은 최종 표현물을 가진 대상에 적용하던 어문저작물의 표절 여부 심사와 같은 조건으로 리얼리티 프로그램에 대한 ‘실질적 유사성 판단’을 적용해 저작권 침해 여부를 판단했다. 따라서 비록 최종적으로는 저작권 침해 인정을 받지 못해 원고 패소했지만 TV 포맷에 극저작물과 동일한 기준을 적용했다는 점, 아이디어 자체는 보호 못해도 아이디어의 편집에 대해서는 보호가 인정된다고 밝힌 점 등에서 이정표적 판례라 할 수 있다.



제4장

외국의 방송 포맷 권리보호에 대한 정책과 제도

제4장 외국의 방송 포맷 권리보호에 대한 정책과 제도

1. 방송 포맷 권리보호에 대한 국가별 사례 분석

1) 유럽의 주요 사례: 영국, 이탈리아, 네덜란드, 스페인, 프랑스, 독일

(1) 영국

영국은 세계 1위의 TV 포맷 제작, 수출국으로서 자리하고 있다. TV 포맷에 저작권법을 적용 하여 보호 할 수 있는지에 관한 여러 논쟁들 가운데 영국에서도 다른 나라와 마찬가지로 저작권 보호와 관련하여 ‘아이디어와 표현’의 이분법이 쟁점의 대상이 되고 있다. 주목할 점은 미국 및 한국의 경우와 달리 저작권 의 보호가 인정되는 대상물인 저작물의 범위가 매우 한정적으로 법령상 규정되어 있다는 것이고 이것은 저작권 보호대상을 법령상에 한정하지 않는 다른 국가들과 차이를 나타내고 있다. 또한 이것은 포맷의 다양한 구성요소들이 어느 카테고리에 속하는지 불명확할 경우 문제가 된다. 영국의 저작물의 범위는 아래와 같다.

<표 16> 영국의 저작물 범위

| |
|---|
| 어문저작물(literary works): 노래가사, 표, 컴퓨터 프로그램, 상업적 서류, 광고전단, 소식지, 기사 등. |
| 연극저작물(dramatic works): 연극, 춤 등. |
| 음악저작물(musical works): 녹음물, 악보 등. |
| 미술저작물(artistic works): 사진, 그림, 조각, 건축물, 테크니컬 다이어그램, 지도, 로고 등. |
| 음반(sound recordings) |
| 필름(films) |
| 방송용 프로그램(broadcasts or cable programmes) |
| 서체 배열(typographical arrangement of published editions): 잡지, 정기 간행물 등. |

※ 출처: The UK Copyright Service 재구성

영국에서는 1993년 방송프로그램포맷시장이 확장되기 전 저작권법상 어문저작물의 한 형태로 방송프로그램포맷을 보호하고자 저작권법 개정안을 발의 하였으나 영국의회는 아이디어가 강력하게 보호될 수 있다는 이유로 입법화가 실현되지 못하였다(홍순철, 2008 b). 아이디어가 법으로 규제 된다면 이는 창작 활동에 많은 영향을 끼칠 수 있는데 방송 프로그램 창작에 있어 법의 규제를 우선으로 고려해야 한다면 이는 창작성의 발전에 저해요소가 될 수 있기 때문이다.

영국에서 TV포맷에 대한 저작권 보호에 관한 법적 분쟁의 처음사례로 꼽히는 <Opportunity Knocks> 사건에서(Rose, 1999) 영국의 텔레비전 프로듀서 Hughie Green은 1960년부터 1978년까지 방영된 자신

의 텔레비전 쇼를 뉴질랜드의 Newzealand Broadcasting Corporation(NBC)이 제작하여 1975년부터 1978년 까지 방영한 같은 제목의〈Opportunity Knocks〉라는 프로그램에서 제목과 드라마적 포맷요소에 대한 저작권 보호 요청을 하였다. 하지만 영국 법원은 제목, 캐치 프레이즈, claptometer(방청자의 박수로 심사)와 스폰서 사용 등에 유사성이 인정되지만 먼저 제목은 저작권의 보호를 받을 수 없고 포맷의 드라마적 요소에 대하여서도 각각의 쇼에 몇몇 요소들이 반복 되었다하여도 이 분리된 요소들이 통일된 드라마적 작품을 형성하려고 실제로 서로서로 결합하지 않았기 때문에 저작권법 보호를 받을 수 없다(Hinton, 2006)고 판결하였다.

영국에서는 포맷의 저작권법에 의한 보호가 힘들지만 영국 특허청은 포맷을 보호하기 위한 별도의 법안인 ‘프로그램 포맷 보호를 위한 저작권 확장에 관한 법률’을 제출 하는 등 포맷의 법적 보호에 노력하고 있다. 또한 영국에서는 하나의 자율적인 기구로서 2004년에는 미디어와 엔터테인먼트분야를 주 업무로 하는 변호사들이 모여 IFLA(International Format Lawyers Association)을 설립, 방송 프로그램 포맷에 대한 자체적인 보호방안을 세우고 있다.

(2) 프랑스

프랑스에서는 사칭통용행위를 적용 포맷을 법적 보호대상으로 규정 하였다. 2장에서 소개한 것과 같이 Saranga Productions vs. Canal Plus 사건은(FRAPA Report, 2011) 정치 다큐드라마 쇼 포맷이 몇몇 제작자들과 방송국들에게 제시된 후 관심을 보인 제작자가 돌연 회담을 취소하고 흡사한 프로그램을 자체 제작하여 방영한 사건이다. 이에 Saranga Production은 사칭통용 행위로 Canal Plus를 제소하고 프로그램에 대하여 가처분 신청을 하였다. Canal Plus는 이 포맷을 Saranga Production과 접촉하기 전에 고안하였다고 주장하였지만 그 것을 증명 하는데 실패하였고 법원은 Canal Plus의 〈C'est d j demain〉은 컨셉에 있어서 너무나 같으므로 Canal Plus는 프로그램 요소들을 무단으로 사용하여 원 제작자에게 경제적 손실을 입혔으므로 150,000 Euro를 배상하여야 한다고 판결하였다.

최근 2011년에는 Endemol이 〈Big Brother〉 포맷에 대한 프랑스의 ALJ Productions을 불공정 경쟁으로 제소하였는데 프랑스 법원은 ALJ Productions이 〈Dilemme〉라는 프로그램에서 Big Brother 포맷을 부당하게 모방하였지만 불공정 경쟁에 해당하지는 않는다고 판결하였다. 이 사건은 현재 항소 중이다(FRAPA Report, 2011).

이러한 판례로 보아 프랑스에서는 포맷이 저작권법 아래 보호받지 못하지만 사칭통용, 불공정 경쟁과 같은 법으로 포맷이 보호를 받을 수 있음을 시사하고 있다.

(3) 이탈리아

이탈리아 에서는 어느 정도 포맷에 대한 저작권보호의 인식과 사회적 움직임이 법 제도 적인 측면 뿐 아니라 관련업자 단체들 사이에서 나타나고 있다(Coad, 2011). 이탈리아 법에는 TV 포맷에 대한 명시적 또는 특별한 보호가 없으나 TV 포맷이 상업적으로 충분한 가치를 갖고 있기 때문에 이것에 대한 법적인 보호의 필요성이 점차 증가하는 추세이다. 몇 년 전까지만 해도 TV포맷의 법적인 보호에 대하여 이탈리아 법정은 서로 다른 의견을 갖고 있었다. 주된 의견은 TV포맷은 아직 실현되지 않은 아이디어에 불과함

으로 훌륭한 마음속 작품으로 간주 될 수 없다는 것이었다. 이러한 견해는 2000년 10월 9일 밀라노 법정에서 TV포맷은 이탈리아 저작권법으로 보호되지 않는다고 강하게 뒷받침되었다. 하지만 훨씬 이전인 1994년 5월 24일 몬차 지방법원에서는 TV포맷은 그 사건의 성격과 연계성이 TV에 나타날 수 있게 상세해야하며 충분히 독창적인 형식을 갖추어야 한다고 판시되었는데, 즉 TV포맷의 계획과 구조는 너무나 특별한 것이기 때문에 간단한 아이디어가 아닌 실제 프로젝트, 즉 예술의 완성된 작품으로 간주 될 수 있다고 하였다.

최근에는 이탈리아 텔레비전의 쇼프로그램 TV포맷의 유비쿼터스적인 특성 때문에 이탈리아 법원은 몬차 법원의 결정을 근거로 하여 TV포맷이 특정 요구 사항이 충족될 때 법으로 보호 될 수 있다고 지속적으로 인정해왔다. 특히 법원들은 포맷은 상세하고 약간의 제한된 독창성을 가져야만하며 사건의 성격과 발달에 대한 한정적 방법을 캐릭터화 하기 위해 충분한 요소들을 제공해야 한다고 명시 하였다. 또한 2004년 3월 12일 밀라노 법원은 간접적으로 TV포맷 <Big Brother>에게 저작권 보호를 부여하였다. 법원은 스카이 이탈리아 네트워크사가 이 포맷에 대하여 라이선스를 지불 하였으므로 독점권을 갖고 있고 이에 따라 이 저작권을 보호하기위해 법적 조치를 취할 권리가 있다고 간주 한 것이다.

한편 이탈리아에서는 저작권 수집, 징수 협회인 CCS(Copyright Collecting Society)와 작가, 편집자 협회 SIAE(the Italian Society of Authors and Editors)에게 출판되지 않은 포맷을 회원과 비회원 모두에게 등록할 기회를 제공하고 있으며 이 등록 시스템은 포맷 생성날짜와 소유권에 관한 분쟁을 해결 하는데 아주 유용하게 쓰이고 있다. 또한 SIAE은 포맷에 관해 다음과 같이 명확하게 정의 하였는데; “포맷은 쇼를 설정하고 설명하는 원본의 구조를 갖고 있는 마음속의 작품이다.”라고 하며 라디오 포맷뿐만 아니라 TV포맷이 저작권화 될 수 있게 고려되어질 수 있는 몇몇 요구사항 들을 내부 판결로 만들고 포맷이 저작권법 보호를 받기 위해서는 먼저 제목이 특징적이고, 기술적인 배경, 그리고 무대 셋팅과 고정된 캐릭터를 포함해야 한다고 제시하고 있다.

비록 협회를 위한 내부적 규칙으로서 어떠한 법적인 강요는 없다하더라도 이러한 정의는 미래에 TV포맷이 저작권법 보호를 얻는데 간접적인 영향을 행사할 것으로 보인다. 이탈리아는 아직까지는 포맷에 관한 법률이 명시되어있지는 않지만 포맷이 특정 요구사항을 충족 할 때 저작권법의 보호를 받는다는 것은 포맷의 특성이 법제도 안에서 충분히 인정되었다는 것을 의미한다고 할 수 있다. 또한 CCS와 SIAE같은 관련 단체들의 포맷 보호에 관한 적극적 움직임은 포맷의 저작권보호를 위한 법제도의 개선뿐 아니라 이탈리아 사회 내에서 포맷 저작권보호 의식을 높이며 분쟁사례를 줄이는 기초를 마련한다고 볼 수 있다.

(4) 네덜란드

네덜란드는 포맷 권리에 대한 논쟁과 분쟁의 역사에서 처음으로 포맷에 대하여 법적인 지위를 부여하였다(Humphreys, 2008). 네덜란드 저작권법에는 문학적, 과학적 또는 예술적 작품들의 종류의 구분은 베른 조약을 바탕으로 정의 하였는데 ‘일반적으로 문학, 과학 또는 예술 분야의 어떠한 창조물 이든 그것의 표현의 형태나 방식에 상관없음’을 포함하고 있다. 또한 포맷에 관하여 네덜란드 항소 법원은 “포맷은 네덜란드 저작권법 상 작품(Work)의 요건을 만족시키는 한 원칙적으로 저작권 보호를 받을 수 있다”고 판시 하였다. 이것은 2장에서 소개된 Castaway Television Production Ltd & Planet 24 Productions Limited vs. Endemol 사건으로 Endemol이 저작권침해로 제소당한 사례에 직접적인 영향을 주었는데 네

덜란드 법원은 저작권법에 따라 포맷이 두 가지 요구사항을 충족할 때 저작권법의 보호를 받는다고 하였다. 먼저 포맷은 충분히 독창성(originality)을 갖추고 그 작품이 구체적으로 개발되고 실행되었다면 인정된다고 판시하였다(홍순철, 2008 b). 그러나 <Survivor>의 포맷은 저작권 보호를 받을 수 있는 저작물에 해당하지만 Endemol의 <Big Brother>가 <Survivor>의 요소를 저작권 침해로 구성하기에 충분한 정도로 복제하지 않았으므로 침해가 아니라고 최종 결하였다.

<Big Brother>는 네덜란드의 Endemol이 만들어 전 세계로 수출된 성공적인 포맷이다. 네덜란드가 포맷의 법적 권리에 대해 적극적인 입장을 보이는 것도 자국의 포맷시장을 보호하려는 의지에서 출발하였다고 볼 수 있다.

(5) 스페인

포맷산업이 방송 콘텐츠 시장에서 새롭게 부상하여 비싼 가격으로 거래가 이루어지면서 이에 대한 법적 권리나 보호에 관한 논의들이 꾸준히 제기 되고 있다. 상당수의 텔레비전 프로그램들이 다른 나라에서 이미 성공을 거둔 프로그램의 포맷을 수입하여 만들어진 것들이며 이러한 포맷시장의 세계화현상에 따른 각 나라간의 포맷의 수출입과정은 비용이 많이 드는 법적인 거래방식이므로 이에 대한 포맷 저작자의 권리는 핵심 이슈로 자리 잡고 있다(Butty, Kubitschek, Urales, Garrigues, 2007). 스페인에서는 일반적으로 포맷보호에 대하여 지적 재산권법을 적용 할 수 있다. 지적재산권의 범위는 모든 원본의 문학작품, 예술품, 유형 또는 무형의 매개체 또는 재료로 표현된 과학적 창조물이며 제한 없이 고려해야하는 목록을 포함하고 있다. 즉 지적재산권 법에 포맷에 관한 특별한 언급은 없지만 포맷이 유형적 자원으로 표현된 독창적인 창조물들을 구성하고 있으면 적합한 법의 보호를 받을 수 있다. 또한 지적 재산권 등기소는 텔레비전 프로그램을 위한 아이디어나 프로젝트가 완벽하게 구조화 되었을 경우 등록을 허용하고 있다. 비록 이러한 등록이 강력한 영향을 행사하지는 못하지만 제3자의 저작권 침해에 대하여서 증거를 제공할 수 있다.

포맷이 법의 보호를 받기위해서는 그 형태에 있어서 특별한 성격을 갖추어야만 한다. 즉 원창작자의 성격(창작자의 독창성)과 다른 작품들과 권리소멸상태의 요소들(창작물의 독창성)로부터 구분된 것이 포맷의 독창성 표현에 반영되어야 한다. 이것은 포맷이 지적재산권의 보호를 받기 위해서는 충분히 상세하게 명시되어야 한다는 것이다. 주목할 점은 스페인에서도 마찬가지로 저작권법은 아이디어의 표현은 보호하지만 아이디어 그 자체는 보호하지 않는다는 것이다. 아이디어 그 자체를 보호하지 않는다는 것은 이것이 과학적, 문화적, 예술적 성장에 장애가 될 수 있기 때문이다. 그러므로 포맷이 저작권법의 보호를 받기위해서는 충분히 상세 되어야하고 적당한 정도의 복잡성과 발달과정을 포함하여야만 한다.

2장에서 살펴본 바와 같이 스페인 최대 방송사 중 하나인 Antena 3의 지역 네트워크 중 하나인 Alcodenas가 Endemol이 개발한 <Love Letters>와 유사한 프로그램을 방영하기 시작해 Endemol이 스페인 법원에 저작권 침해를 제소한 사건에서 법원은 <Love Letters>가 진행되는 몇몇 요소들이 저작권의 보호를 받을만한 요건을 갖추었다고 보았고, Antena 3가 이를 침해했다고 판단해 방영을 금지하였다. 이 판례로 보아 스페인에서는 포맷의 법적 권리에 대하여 법으로 정확하게 명시하고 있지는 않지만 저작권이나 지적재산권으로 보호됨을 확인할 수 있다.

(6) 독일

독일에서 포맷의 법적권리에 관한 판결은 프랑스의 한 텔레비전 프로그램 제작자가 자신의 프로그램이 저작권의 침해를 받았다고 제소 하면서 알려졌다. 2장에서 살펴본 것과 같이 TV Design vs Sudwestrundfunk(SWR) 사건에서 독일의 연방법원은 독일 저작권법에 따라 물질적인 작품만이 저작권법의 보호를 받을 수 있음으로 판시 하였다. 같은 요소들을 사용하여 만든 프로그램이 다른 프로그램과 비슷하다고 할지라도 저작권 침해로 보기 어렵다는 것이다(FRAPA Report, 2011). 연방법원은 이 프랑스 프로그램 포맷에 대하여 방청객 앞의 단순한 개념으로 만들어진 쇼는 아니며 각각의 특색이 있는 컨셉으로 만들어 졌지만 저작권은 모든 개개의 정신적인 활동을 보호 할 수는 없으며 단지 작품으로서만 보호 받을 수 있다고 명시하였다. 저작권법의 보호를 받을 수 있는 작품은 정해진 물질들의 창조적인 형성의 결과물이여만 하고 포맷처럼 같은 요소들로 다른 프로그램의 디자인을 위한 무상무념의 안내서의 내용은 보호를 받을 수 없다고 하였다. 저작권법은 작품의 권한이 없는 이용에 관하여 행사 가능하며 다른 물질들의(프로그램) 형성을 위한 본보기로서의 순수한 사용은 저작권 침해로 보기 어렵다고 덧붙이며 이 점에서 <L'Ecole des Fans>은 창조적인 개개의 요소들을 포함한 것이 아니라 이미 사용 되어진 방송의 요소들을 새로운 내용으로 재배열한 것뿐이기 때문에 저작권법의 보호를 받을 수 없다고 하였다.

독일의 이러한 판결은 포맷의 법적 보호에 대하여 아이디어의 표현은 보호되지만 아이디어 그 자체는 보호 될 수 없음을 나타낸다. 하지만 텔레비전 포맷 시장이 상업적으로 충분한 가치를 갖게 되면서 독일 내에서 포맷에 대한 법적 보호의 필요성의 목소리가 높아지고 있는 실정이다. 저작권으로는 보호되지 않지만 상표법에 따라 보호된 경우도 있다. 또한 FRAPA와 같은 포맷 인증기관의 도움을 받는 것도 현재 포맷 보호의 방법으로 권장 되고 있다.

2) 미국의 주요 사례: 미국 연방법과 주요 주법을 중심으로

미국에서도 저작권을 바탕으로 한 텔레비전 프로그램의 법적보호의 시도는 많았으나 실제 저작권법 적용으로 보호된 사례는 아직까지는 드러난 바가 없다. 미국에서 저작권은 연방법에 속하며 포맷 거래에서 나타나는 계약법은 주법의 영향력 아래에 있다(박경화, 2012). 포맷의 법적보호를 위해서 가장 많이 적용되는 저작권법은 저작물 보호대상의 분류에 포맷이 포함되어 있는 여부가 법적 보호를 결정짓는다. 미국의 저작권법 제102조a항이 규정하고 있는 저작물의 종류는 어문 저작물, 음악 저작물, 연극 저작물, 무언극, 안무 저작물 및 기타 시청각 저작물, 녹음물, 건축 저작물로 분류된다.

미국에서는 포맷에 대한 보호의 범위가 장르에 따라 차이가 있다. 드라마/시트콤과 같이 각본이 있는 극적 저작물(scripted dramatic works)의 경우 어느 정도 저작권 침해 판단기준을 갖고 있다고 보인다(홍순철, 2008 b). 이것은 아이디어 자체는 보호되지 않고 아이디어를 표현한 것만이 보호를 받는(아이디어-표현 이분법)것인데 여기서 표현이라고 볼 수 있는 것도 그것이 일정한 주제, 소재 장르에서 전형적으로 나올 수밖에 없는 장면은 보호받는 표현에 해당하지 않는다. 또한 어떠한 아이디어를 표현하는데 있어 실질적으로 한 가지 방법만이 있거나 하나 이상의 표현방법이 있다고 하더라도 기술적인 또는 개념적인 제약 또는 표현상의 한계가 있을 경우, 그러한 표현은 보호하지 않는다. 두 작품의 실질적 유사성을 판단함에 있어 우선 두 작품의 플롯, 주제, 분위기, 배경, 속도, 등장인물, 사건의 전개과정, 대사 등에 대하여

분석적으로 유사성을 비교한다. 보통의 합리적인 사람의 시각에서 두 작품의 전체적인 컨셉과 느낌이 유사한지를 판단한다. 사실적 저작물 또는 역사적 사건을 배경으로 한 저작물보다는 창작적인 저작물이 보호범위가 더 넓다 등의 판단기준을 들 수 있다.

하지만 위의 저작권법에 고정되지 않는 포맷이나 게임, 리얼리티 쇼 프로그램의 포맷은 보호 받기 어려워 포맷의 권리를 주장하기 힘들다(최승수, 2007). 왜냐하면 게임쇼 프로그램의 경우 대부분 구체적인 각본이 참가자에게 제공 되는 것이 아니라 참가자에게 개략적인 가이드라인만 제공되기 때문에 저작권 침해 판단을 기존 드라마와 같이 적용하는 것은 문제가 있게 보인다.

이것은 포맷이 특성상 아이디어적 요소가 강하기 때문에 아이디어가 저작권법의 보호를 받지 못하는 미국에서는 포맷 또한 법의 위치도 불확실하다는 것을 말하고 있다(김현수, 2011). 미국에서 아이디어의 법적보호에 관한 법리 발전은 연방 저작권법을 보완한 주법을 중심으로 발전되었는데 아이디어는 1950년대 초까지 일반적으로 공유재산(common property)으로 취급되었고 이에 대한 법적 보호에 관한 논의는 활발하게 일어나지 않았다.

하지만 일부 주에서는 아이디어에 대해 법적 권리를 부여한 사례가 있었으며, 특히 캘리포니아주에서는 ‘보통법상 저작권 (common law copyright)’이 연방 저작권법보다 넓은 범위로 규정되어 있어 저작자에게 ‘정신작용에 의한 표현(expression)’만이 아니라 ‘정신작용에 의한 모든 산물(any product of the mind)’에 대하여 배타적 소유권(exclusive ownership)을 부여하고 있다. 따라서 캘리포니아주에서는 연방 저작권법에서 보호되지 않는 플롯 아이디어나 라디오 포맷에 대해 보호받을 수 있었으나 1947년 개정 때 해당 자구를 삭제하고 다른 주와 마찬가지로 표현만을 보통법상 저작권으로 보호하게 되었다. 그럼에도 불구하고 주법은 계약법 등 기타 법리를 적용하여 아이디어 제공자를 보호 하는데 있어 유용한 역할을 하고 있는 것으로 보인다.

미국 저작권법에서는 아이디어의 표현물에 대한 법적권리가 인정되지만 아이디어 그 자체는 저작권법의 보호를 받을 수 없다. 그러나 아이디어의 배열 및 편집에 대하여 저작권으로서 보호받을 수 있는 창작성을 인정한 한 사례도 있는데 전화번호부를 구성하고 있는 개개의 사실에 대해서는 저작권이 인정될 수는 없지만 성명, 전화번호, 주소 등 정보의 배치에는 원고의 창작성을 인정 하였다. 이는 Sheehan vs. MTV Network 사건에 영향을 주었다. 2장에서 살펴본 바와 같이 포맷에 대하여 ‘아이디어 편집의 저작성’이라는 원칙이 적용됨으로 저작권 보호의 가능성을 나타내는 것이나 이는 어디까지나 ‘아이디어의 편집’을 ‘표현’으로 보아 저작권을 인정해 주는 것이며 이것이 포맷의 저작권 침해 관련 분쟁에서는 두 대상 작품 간에 유사성이 표현 수준의 유사성인가, 아이디어 수준의 유사성인가와 관련하여 법적 공방은 빈번하게 일어나고 있다.

때문에 TV 포맷의 법적 보호는 저작권법 보다는 계약법에 의존 하는 경향이 뚜렷하다. 즉 미국 저작권법의 저작물분류 기준에 포맷이 포함되지 못한 이유는 그 특성상 포맷이 아이디어로 분류되기 때문이다. 아이디어 판매에 대한 미국 계약법은 명시적 또는 묵시적인 상호동의를 있는 경우 성립된다. 명시적 계약은 계약의 조건이 구두(oral)나 서면(written)에 의한 언어로서 나타나는 것을 말한다.

따라서 아이디어 보호를 위한 명시적 계약의 성립은 구두나 서면에 의한 언어로 지불에 대한 대가로서 아이디어를 공개한다는 청약과 아이디어 제공에 대한 대가를 지불하겠다는 승낙이 필요하다. 묵시적 계약은 아이디어 제공자와 수령자 사이에 명시적 계약이 존재하지 않는 경우를 말하는데 미국 계약법상 묵시적 계약(implied-in-fact-contract)은 언어가 아닌 행동에 의하여 당사자의 계약에 관한 의사가 표시

되는 것이다.

Whitefield vs. Lear 판결의 의견에서 원고 Whitefield는 자신이 작성한 TV 드라마의 원고를 피고인 TV 프로그램 제작자에게 보낸 후, 피고는 20편의 에피소드로 구성된 <The Righteous Apples>라는 제목의 드라마를 제작하였다(Johnson, 2005). 원고는 TV 산업의 관행에서 외부의 아이디어를 제작자가 바라지 않는 경우 원고는 개봉되지 않은 채로 돌아오는 것이 일반적이며 제작자가 원고를 보낼 것이라는 통지를 받고, 원고를 개봉하여 검토하는 경우 업계에 관행에 따라 스튜디오나 제작자는 해당 아이디어를 사용한다면 사용된 아이디어에 대한 대가를 지불하는 것으로 묵시적으로 약속해 왔다고 주장하였다. 이에 대하여 제2순회법원은 업계의 관행을 인정하면서, 캘리포니아주법을 적용하여 당사자 간의 의사교환과 업계의 관행에 기초하여 묵시적 계약이 성립할 수 있다고 하였다. 따라서 캘리포니아주 법에서는 아이디어 수령자가 아이디어를 수령하면서 이를 사용하는 경우 아이디어 제공자 측에서 대가의 지불을 기대하는 것을 잘 알고 있는 경우(즉, 그러한 관습이나 업계의 관행이 있는 경우)에는 묵시적 계약이 성립하게 된다고 판시 하였다.

요약하여 미국 저작권법에서 아이디어는 하나의 표현된 창작물로 인정하지 않으므로 법의 보호를 받을 수 없고 이는 포맷 역시 표현된 창작물이 아닌 아이디어 범주에 속하게 됨으로 저작권법의 보호를 받는 사례가 거의 드물다고 할 수 있다. 또한 아이디어 편집의 저작성이 인정 된다고 하더라도 포맷의 권리침해 분쟁에 있어 저작권법의 실질적 유사성을 적용하였을 때 포맷의 권리보호가 잘 이루어 질 수 없음을 나타내고 있다. 포맷 복제에 있어 아이디어 편집과 같은 포맷의 틀을 복제하고 그 세부 요소들을 다르게 구성한다면 이는 실질적 유사성판단에 근거 유사성이 인정 되지 않기 때문이다. 그러므로 미국에서는 포맷의 법적권리는 아직까지는 포맷 거래에서 발생 할 수 있는 계약법에 의지 할 수도 있으나 실제 포맷이 계약법에 의해 보호된 사례는 아직까지는 알려진 경우가 없다.

3) 아시아 주요 사례: 중국, 일본, 한국

(1) 중국

중국의 TV프로그램의 표절이나 모방에 관한 업계의 관행은 그 사회문화적 배경에 관한 이해를 바탕으로 필요로 한다(홍순철, 2008 a). 계획경제에서 시장경제로 전환된 중국사회는 급변하는 생활에 맞추어 대중매체의 많은 정보를 요구 하였고 이는 대중매체의 총량과 급속한 팽창을 불러 일으켰다. 이에 업계의 경쟁은 치열해 졌으며 프로그램 표절은 경영측면에서 보았을 때 성공한 프로그램을 표절하는 것이 안전한 경쟁을 이루기 때문에 업계의 관행으로 여겨지고 있다. 이것은 중국이 모든 면에서 성장하고 있다는 것을 의미하며 텔레비전산업 또한 그 과정 속에 있다는 점을 나타내고 있다.

중국내에서 적은 비용과 미비한 기술수준으로 성공적인 프로그램을 만들기 위해서는 외국 프로그램을 모방하는 것이 업계의 관행이 되어있으며(Moran & Keane, 2004) 중국의 텔레비전 시장은 대부분 외국의 프로그램을 모방하여 다시 만드는 작업, 즉 외국의 아이디어를 현지화 하는 작업을 특색으로 꼽을 수 있다. 이러한 모방 작업은 이미 시장에서 성공을 거둔 프로그램의 구성요소들에 대해 전술적으로 이루어지고 있으며 따라서 TV포맷이 지적재산권 제도를 침해한다는 문제는 제기 되지 않는다. 정부 또한 이러한 모방이나 표절에 관해 규제하지 않는 입장을 보이고 있는데 이는 관습적으로 저작권은 오리지널 아이

디어(강력한 산업 정신을 발전시키는)에 가치를 부여함으로써 혁신에 대한 권리를 보호하는 것이지만, 반면에 문화적 차용의 과정은 아이디어에 대한 국가 통제라고 여긴다. 이는 오랜 시간동안 프로그램 편성이 방송의 공적서비스 모델을 기반으로 텔레비전 전문가들은 창의성을 억누르고 시청자들에게 정치적 동기만을 가지고 제작한 프로그램들만을 제공해왔던 배경으로 보아 포맷에 대한 저작권 침해에 대한 보호의 움직임은 아직까지는 나타나 있지 않고 법적인 보호 또한 존재하지 않는다.

하지만 외국 프로그램 표절에 대해서는 표절이 용인되고 있는 환경이지만 자국 내에서 발생하는 표절 시비는 문제가 다르다. 한 제작사는 정식으로 포맷을 구입하였고 다른 쪽은 표절하여 비슷한 프로그램을 만들어 동 시간대에 방영 한다면 포맷을 정식 수입한 제작사로서는 막대한 피해를 입기 때문이다.

TV 포맷 표절과 관련 한 사례로(陈薇薇, 2008) 중국 쟁쑤(강소성) 위성 채널에서 방송된 맞선 프로그램 〈非诚勿扰(비성울우)〉가 후난 위성 채널의 맞선 프로그램 〈我们约会吧(우리 데이트 할까요)〉간의 표절 시비가 있었는데 후난 위성 채널은 공식적으로 영국의 프리맨틀미디어의 포맷인 〈Take Me Out〉을 수입하여 제작 하였고 쟁수 위성 채널은 이를 표절하여 〈非诚勿扰(비성울우)〉라는 프로그램을 제작 방영 하였다. 이에 후난 위성 채널은 중국 국가광전총국에게 〈非诚勿扰(비성울우)〉가 〈我们约会吧(우리 데이트 할까요)〉를 표절하는 것을 상소를 했다는 사실을 밝혔다. 하지만 중국 국가광전총국은 〈非诚勿扰(비성울우)〉가 표절 혐의를 받은 것에 대해 반응이 보이지 않았다.

한편 쟁쑤 위성 채널 또한 영국 ITV 독립 방송사에서 〈Who Dares Sings〉의 포맷을 수입했고 〈谁敢来唱歌(누가 감히 노래하러 올까요)〉라는 프로그램을 만들었는데 첫 방송시간은 2008년 11월 22일 이었고 12월 1일에는 후난 위성 채널도 비슷한 프로그램 〈挑战麦克风(마이크를 도전하다)〉를 방송했다. 후난 위성 채널은 이 때문에 ITV 방송사의 ‘금지’ 서신 통고를 받았다는 얘기도 있었다.

중국내 방송사들의 표절 시비 사례는 포맷을 공식적으로 수입하여 제작하는 경우와 표절한 프로그램이 동시간대에 각각 다른 방송사에서 방영하는 경우인데 이러한 사례는 비밀비재 한 것으로 나타나고 있다.

중국에서는 정부차원에서 중국 TV 프로그램의 제작을 격려하고 방송환경을 활성화하기 위해 ‘표절’은 용인되고 있기 때문에 TV 프로그램 포맷이 지적 재산권으로 인정되기는 더욱 어려운 현실이라고 볼 수 있으며 만약 다른 나라의 프로그램을 표절하여 저작권 소송이 일어난다고 하더라도 중국내 법규가 우선시 되기 때문에 보호의 여지는 더욱 미약하게 보인다.

(2) 일본

일본은 텔레비전 프로그램 제작에 있어 95% 이상 국내에서 제작 하고 있으며 이는 미국 다음으로 텔레비전 프로그램을 자급자족하는 유일한 국가 이다(홍순철, 2008 a). 1980년대부터 일본은 해외로 포맷 판매를 시작하였고 Fuji TV의 〈Iron Chef(요리의 철인)〉이라는 프로그램은 미국 및 유럽 지역에 판매되었다. 2000년대 중반부터 독창성 강한 저비용 구조의 버라이어티 포맷을 개발하여 아시아 포맷 수출을 주도 하고 있다.

일본의 저작권법은 WIPO(World Intellectual Property Organization: 세계지적재산권기구)가 ‘WIPO 저작권 조약’ 및 ‘WIPO실연, 레코드조약’을 채택하고 있으며 일본 정부는 국가 경쟁력을 높이기 위한 효율적 방법 중의 하나로 일본의 콘텐츠 경쟁력을 위한 지적재산권을 강화하고 있다. 이를 위해 정부는 지속적으로 관련 정책을 도입하고 있으며 2002년 10월에는 저작권 집중관리제도 개혁을 위한 ‘저작권 등

관리 사업법'을 시행하였는데, 이는 저작권 및 저작권접권의 관리를 위탁하는 자를 보호하고 저작물, 실연, 레코드, 방송 및 유선방송 이용을 원활하게 하기 위한 목적을 지니며 이러한 저작권 및 저작 인접권을 관리하는 사업에 대한 등록 제도를 실시, 위탁관리 계약 약관 및 사용요금 규정신고와 공시를 의무화 하고 있다(문화체육관광부).

저작인접권이란 저작물의 복제, 전파기술의 발달로 전통적인 저작권의 보호 외에 저작물의 실연, 녹음 및 방송을 통하여 저작물의 배포, 전파에 기여한 사람들의 권리를 보호해주기 위해 인정된 권리 개념이며 저작인접권자로 보호를 받는 자는 실연자, 음반제작자, 방송사업자를 말한다.

일본의 국제 포맷 산업은 아시아 보다 서구 시장을 목표로 하는 경향이 뚜렷한데(Moran & Keane, 2004) 이는 서구 시장의 텔레비전 프로그램의 거래가격이 아시아 시장에 비해 10배에서 40배나 높기 때문이다. 한편 일본은 TV 프로그램 포맷 표절이 아시아 국가들 사이에서 빈번하게 발생하는 것에 대해 공식적으로 불만을 표시하거나 소송을 제기하기도 하며(판결 이전에 양측이 합의한 경우가 대부분)(정원일, 2008) 포맷 라이선스를 공식적으로 구매하도록 요구하기도 한다.

또한 공식적인 소송을 제기하겠다는 경고와 반대되는 전략을 쓰기도 하는데 몇몇 일본의 버라이어티 쇼들은 그들의 프로그램 콘텐츠를 위해 기존의 모방본(예, 대만)을 이용하여 익살스러운 보도를 하고 대만 쇼에 출연하여 대만의 모방본이 일본의 원작을 따라갈 수 없다는 것을 입증해보이기도 한다. 이 쇼에서 대만의 프로듀서들은 그들이 원작자라고 주장하기도 하고 어떤 경우에는 일본이 패하기도 한다. 이러한 원작과 모방물 사이의 경계 허물기 또한 일본에서는 텔레비전 사업의 일부로 편입되어 있다고 분석된다.

일본은 자국의 텔레비전 포맷이 외국에서 복제 또는 모방 되었을 때 법적 조치 또는 공식적인 항의와 함께 포맷 라이선스 구매를 공식적으로 요청하는 태도를 취한다. 하지만 외국의 포맷 복제 행태에 관해 포맷 구입 요청과 같은 관대한 입장만을 취하는 것은 아니며 이미 일본의 민간방송연맹은 WIPO의 상설위원회에 저작권 확보를 위한 독자적인 조약개정안을 제안해 놓고 있는 상태이며 일본의 민간방송연맹은 위성방송 부서 내에 저작권위원회를 신설하고, 아시아 지역에 있어서의 방송저작권 침해사례를 조사하고 있으므로 차츰 문제가 표면화될 것으로 보인다. 일본은 정부차원에서 각국의 상표나 기술적 창작 또는 저작물에 관한 모방, 도용에 관한 실태파악에 나서고 있다고 한다.

일본의 TV포맷 산업이 아시아에서는 선두의 위치에 있는 만큼 포맷 보호에 대한 법적 분쟁도 적지 않게 눈에 띄고 있는데(Stelter, 2008) 2008년에는 TBS가 미국의 ABC 의 <Wipe out>이라는 리얼리티 프로그램에 대하여 <Takeshi's Castle>과 일본에 원작을 두고 있는 다른 리얼리티 텔레비전 쇼들의 요소들을 복제하였다고 저작권 침해 소송을 하였다. 이에 ABC는 이 소송에 대한 입장표명을 거절하였고 <Wipe out>의 제작자인 Endemol 또한 어떠한 설명이 없었는데 2008년 7월 한 인터뷰에서 Endemol의 사장 David Goldberg은 이 소송에 대하여 <Wipe out>의 아주 일부분은 일본의 게임쇼들을 연상하게 할 수도 있으나 이 프로그램이 그것들을 바탕으로 만들어진 것은 아니며 이러한 일본 게임 프로그램들의 아이디어를 바탕으로 하지 않았다고 주장 하였다. 이 소송은 3년간 진행되었고 분쟁 조정은 실패하여 판결은 2011년 11월 30일 결정 되었는데 판결에 대해서는 당사자들에게만 알려졌다.(Belloni, 2011)

(3) 한국

한국에서 포맷의 권리와 관련하여 아직까지는 활발한 논의나 법적 제도 방안에 대해 적극적인 입장을

보이고 있는 실정은 아니다. 그러나 포맷 산업의 필요성과 중요성이 크게 떠오르면서 이에 대한 이해의 필요성이 대두 되고 있다. 우리나라에서 저작권법은 인간의 사상이나 감정이 외부로 표현된 ‘저작물’만을 보호의 대상으로 한다.

<표 17> 대한민국 저작권법의 저작물 규정

| |
|---|
| 소설, 시, 논문, 강연, 연설, 각본 그 밖의 어문 저작물 |
| 음악저작물 |
| 연극 및 무용, 무연극 그 밖의 연극저작물 |
| 회화, 서예, 조각, 판화, 공예, 응용미술저작물 그 밖의 미술 저작물 |
| 건축물, 건축을 위한 모형 및 설계도서 그 밖의 건축저작물 |
| 사진저작물(이와 유사한 방법으로 제작된 것을 포함) |
| 영상 저작물 |
| 지도, 도표, 설계도, 약도, 모형, 그 밖의 도형저작물 |
| 컴퓨터 프로그램 저작물 |

※ 출처: 한국저작권위원회, 재구성

방송콘텐츠가 저작물로서 보호되기 위해서는(윤호진, 윤재식, 박웅진, 2008) 우리나라 저작권법 제2조 제1호의 규정에 따라 저작물은 ‘인간의 사상 또는 감정을 표현한 창작물’에 해당 하여야 하며 인간의 사상 또는 감정, 창작성, 외부적 표현이라는 세 가지 요건을 갖추어야 한다.

표절에 관한 국내의 관련 판례에 따르면, 표현에 해당하고 저작자의 창작성이 드러난 개인의 부분까지 인정했을 때에 한해서 표절이 인정된다(배진아, 2008). 아이디어 내지 표현의 방식에 해당될 뿐 ‘표현물’이 아닌 포맷은 저작권법상의 보호 대상이 되기 힘든 것이다. 따라서 다른 포맷에 대한 모방이나 표절이 확실하다고 하더라도 저작권법에 의해 그 권리를 보호받기는 어려운 것이 현실이다. 중국과 비슷하게도 한국은 ‘TV포맷 표절과 모방을 잘하는 나라’라는 오명을 갖고 있다. 해방 이후 일본 대중문화 차단정책 하에서 음성적으로 일본의 프로그램들을 표절해 왔고(그 당시 일본의 프로그램에 대한 순수 각색 또한 합법적으로 이루어 질 수 없었다). 1990년대 이후 규제가 풀리면서는 이러한 모방 행위가 널리 확산되었다(Moran & Keane, 2004). 지금까지 많은 한국의 오락, 쇼 프로그램들은 일본의 것을 모방, 표절해 왔고 이것은 공공연한 사실로 알려졌다. 텔레비전 프로그램 표절에 대하여 한국 방송법에서는 금지하고 있지만 실제 징계 검토대상이 되었던 경우는 드물며 일본의 오락프로그램에 관한 표절 의혹, 또는 비방의 목소리가 한국 사회 내에서 많아지기 시작하자 2000년대 초반부터는 표절에 대한 비난에 대해 관심을 갖고 정식으로 포맷 라이선스를 구매하기 시작했다.

우리나라의 TV 포맷 산업은 다른 나라들에 비해 아직까지는 활발한 거래가 있는 실정은 아니다. <법무법인 중정>의 정경석 변호사에 따르면 국내 TV 포맷산업 수출입 과정에서 발생한 몇 안 되는 무단 도용 분쟁이 법원의 판례로 분쟁사례는 판례로 남아있는 경우가 거의 없으며 포맷의 법적권리의 필요성에 대한 인식도 부족한 것이 현실이라고 하였다. <특허법인 수>의 윤경민 변리사는 우리나라 특허법에서는 산업 아이디어만을 보호하기 때문에 방송 포맷의 법적 권리는 외국의 사례를 통한 입법화가 우선 되어야 한다고 주장 하였다. 앞서 논의한대로 우리나라에서 포맷이 저작권으로 보호받기 위해서 ‘아이디어’가 얼마나 구체화되어 ‘표현’ 되었는지에 따라 법의 보호 여부가 달려 있으며 이러한 모호한 경계로 인해 포맷의 법

적 지위에 대한 자리굳히기는 어려운 것이 현 실정이다.

4) 남미의 주요 사례: 아르헨티나, 브라질, 멕시코

(1) 아르헨티나

아르헨티나는 포맷 수출에 있어 영국, 미국, 네덜란드에 이어 4위를 차지하고 있다. 포맷 수출이 상대적으로 유럽과 미국 주도로 이루어지고 있는 가운데 아르헨티나는 의외로 수출 강국이며 중남미 포맷 수출에 있어 대표적인 국가로 부상하였다. 수출 뿐 만이 아닌 제작 분야에서도 활발한 활동을 하고 있으며 그중 50%는 텔레노벨라가 차지하고 있다.

아르헨티나에서 텔레비전 포맷을 위한 법적 인정범위나 보호를 살펴보면 텔레비전 포맷은 지적재산권 법의 저작권 보호가 가능한 작품으로도 명시적으로 인정되지 않았고 어떠한 법적인 틀 속에서도 인정된 바가 없다(Butty, Kubitschek, Urales, Garrigues, 2007). 따라서 텔레비전 포맷의 인정과 보호는 관련 문헌이나 법원 판례에 따른 해석에 의지하고 있다. 아르헨티나 지적재산권법에는 저작권 보호 가능한 작품들에 관한 정의가 없다. 실제로 지적재산권법에서 열거하는 것은 저작권 보호 가능한 작품으로 고려될 수도 있는 몇몇 지적 상품들을 포함하면서 이에 국한 되지 않은 것들도 포함하고 있다.

한 사례를 살펴보면 Diego Divirtz라는 제작자는 <Perdona nuestros pecados>(번역 : 우리를 용서하소서 이하 PNP)라는 프로그램의 포맷을 표절하여 <Television registrada> (이하 TVR)라는 프로그램을 만들었다.

이 두 프로그램은 텔레비전 프로그램에서 실수장면(예를 들어 말실수 또는 헛 꼬임)을 보여주는 것인데 이들은 둘 다 제 3자가 만든 프로그램의 재료를 사용하여 유머를 섞거나 비꼬며 조롱하는 식으로 선택한 프레임의 기술적인 조작뿐만 아니라 말하는 인물의 동사 또는 얼굴의 표현까지 바꾸어 만들어 재편집, 제작(짜집기) 하여 만들었다.

이 사건의 쟁점은 TVR이 PNP를 표절하였다고 주장하는데 TVR측에서는 둘 다 동일한 순수소재(텔레비전 기록)를 사용하였으므로 표절이 아니라고 주장하는 것이다. 이에 법원의 판결은 Diego Divirtz가 지적 작품의 무단 복제가 입증 된다고 판결하였다. 하지만 항소법원은 이전 판결을 취소하고 두 프로그램 모두 순수 소재(텔레비전 기록물)를 사용하였고 무엇보다도 기록물은 ‘발명’이 아니므로 두 작품 다 저작권이 인정 되지 않는다고 판결하였다.

한편 아르헨티나에서는 저작권법의 보호를 받기위해 지적작품이 포함해야 하는 ‘독창성’에 대하여 포괄적인 범위를 갖고 있다. 지적 작품이 법의 보호를 받기위해서는 독창성을 무조건 포함해야 하지는 않는다고 판시한다. 이는 작가의 개인적인 공헌을 충분히 고려한 것인데 작가가 이미 알려진 요소들이나 아이디어의 지적, 문학적, 음악적 또는 기술적 특성에 상당한 공헌을 하였을 때 독창성은 없더라도 저작권의 보호가 가능하다고 명시 하고 있다.

(2) 브라질

TV 포맷 산업은 텔레비전 산업에서 이전에는 시청률에 크게 의지했던 수입원이 프로그램 포맷의 라이

센스를 통한 수익 창출원으로 전환 되는 발판을 마련하였다. 이 때문에 브라질의 텔레비전 사업자들은 프로그램의 법적 보호에 관한 인식이 높은 편이다(Butty, Kubitschek, Urales, Garrigues, 2007). 포맷의 법적 보호에 대해 브라질에서는 저작권법을 바탕으로 분석되어오고 있으며 브라질의 저작권법에 따르면 지적 작품은 생각의 창조물로서 유형무형으로 고정된 형태, 즉 표현된 형태를 갖는 작품을 의미한다. 지적재산권도 저작권법의 보호를 받는데 포맷에 관한 언급은 없으나 저작물로 정하는 한정적인 리스트가 저작권법에 명시되어 있지 않아 저작물이 ‘독창적인 특성’을 포함 한다면 텔레비전 포맷도 지적 창작물로 보호 될 수도 있다고 한다.

2장에서 소개된 것과 같이 Endemol과 브라질의 TVSBT의 소송에서 브라질 법원은 포맷에 대한 저작권법의 보호를 적용 Endemol과 <Big Brother> 포맷의 라이선스를 구매한 TV Globo에게 손해배상 판결을 내린바 있다(채정화, 이영주, 2010). 저작권 침해 뿐만 아니라 유사한 프로그램 <Casa Dos Artistas(예술가의 집)>을 먼저 시작하여 후원자들의 투자와 시청자들의 관심 또한 감소하였으므로 불공정 경쟁에도 해당한다고 판결하였다.

이 판결에서 브라질 법원은 텔레비전 프로그램 포맷을 광범위한 정보를 담고 있는 아이디어 그 이상의 것으로 규정하여 산업적인 차원에서 법적보호를 받을 수 있는 영역까지 확대하였다. 물론 브라질에서도 텔레비전 포맷은 단지 아이디어에 불과 하기 때문에 저작권법으로 보호 될 수 없다는 의견과 그와 대립되는 의견 즉, 텔레비전 포맷은 창의적이며 독창적인 구조를 갖고 있으며 고정된 표현물이므로 저작권법의 보호를 위한 요구 사항을 충족한다는 주장이 맞서고 있기는 하지만 위 판례로 보았을 때 텔레비전 포맷에 대한 법적권리 부여는 확실한 입장을 취하고 있는 것으로 분석된다. 저작권뿐만 아니라 불공정 경쟁, 비밀유지 계약 그리고 부당이득 등을 적용하여 포맷의 권리보호에 대한 넓은 법적범위를 갖추고 있다고 하겠다.

(3) 멕시코

멕시코에서는 텔레비전 포맷에 대하여 지적 창작의 개념을 적용하여 명백한 지적재산권으로 보호 되어 져야 한다는 입장을 취하고 있다.

현재 직접적인 법이나 제도의 적용으로는 저작권법과 국제적인 조약인 지적재산권협약(the Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights:TRIPS)이나 문학과 예술 작품에 관한 베른 조약(Bern Convention of Literary and Artistic Works)등이 있다(Butty, Kubitschek, Urales, Garrigues, 2007). 멕시코 연방 저작권법에 따르면 아이디어 그 자체는 보호하지 않고 있으며 형식, 해결책, 컨셉, 방법, 체계, 원칙, 발견, 과정 그리고 모든 형태의 발명 등은 저작권으로 보호 가능한 대상이 아니다. 비록 아이디어나 컨셉이 보호대상은 아니지만 특별하게 창의적이고 혁신적인 아이디어에 한 하여 그것들을 ‘표현’하는 방법으로서 보호가능하게 하는 것을 고려하고 있다.

이 문제와 관련된 문헌에 따르면 구체화되지 않은 추상적인 아이디어는 보호 받을 수 없지만 그것이 물질화 되거나 관념화 된다면 보호받게 될 가능성이 있다. 즉 작가가 표현하는 세부사항들과 조건들은 보호가능한 창조물의 한 구성으로 인정 된다. 말하자면 고립된 색깔들이나 요소들과 같은 아이디어들은 보호를 받을 수 없다. 그러나 아이디어들의 혼영 또는 혼합적인 통합이 작가의 창작성에 표현되었고 어떻게 든지 형태를 갖추었다면 보호가 가능하다.

예를 들어 텔레비전 프로그램은 창의적이고 혁신적인 아이디어를 명백히 하는 것인데 이것은 아이디어가 시청자들에게 다른 형태로 전달되어 지기 때문에 텔레비전 포맷은 확실한 보호 대상이 된다. 다시 말해 전달된 뉴스는 보호 될 수 있는 대상이 아니지만 뉴스가 전달되는 형태나 포맷은 보호 될 수 있음을 의미한다. 그럼에도 불구하고 이 문제와 관련하여 멕시코 저작권 기관이나 법원은 텔레비전 포맷의 확실한 범주를 채택해 온 경우가 없다.

멕시코에서는 텔레비전 프로그램의 아이디어/컨셉의 표현의 형태를 등록 할 수 있는 저작권 기관이 있다.

5) 각 나라별 포맷의 법적 보호 방안

<표 18> 각 나라별 포맷관련 적용법

| 국가 | 주요 판례 | 포맷 권리 적용법 | 법적 보호 여부 | 비고 |
|------|---|-----------------|----------|--|
| 영국 | 〈Opportunity Knocks〉사건은 영국의 휴그린 이라는 프로그램 제작자가 뉴질랜드 방송사를 상대로 자신의 프로그램을 표절 하여 영국 법원에 저작권 보호 요청을 하였으나 기각됨 | 저작권 | 불가능 | |
| 프랑스 | Saranga Productions vs. Canal Plus 사건은 Saranga Productions 측에서 포맷 판매를 위해 Canal Plus와 접촉 하였으나 Canal Plus에서 협상을 중단 하고 그와 비슷한 프로그램을 제작 방영함 | 사칭통용 | 가능 | |
| 이탈리아 | TV 포맷 〈Big Brother〉에게 저작권 부여 | 저작권 | 가능 | |
| 네덜란드 | Castaway Television Production Ltd & Planet 24 Productions Limited vs. Endemol 사건으로 Endemol이 저작권침해로 고소당한 사례 | 저작권 | 가능 | 이 사건에서 네덜란드 법원은 〈Survior〉포맷은 저작권 보호를 받을 수 있지만 Endemol의 〈Big Brother〉가 〈Survior〉의 요소를 저작권 침해에 해당하는 만큼 복제 하지 않았다고 판시 |
| 스페인 | 스페인 최대 방송사 중 하나인 Antena 3의 지역 네트워크 중 하나인 Alcodenas가 엔데몰이 개발한 〈Love Letters〉와 유사한 프로그램을 방영하기 시작해 Endemol이 스페인 법원에 저작권 침해를 제소한 사건에서 법원은 〈Love Letters〉가 진행되는 몇몇 요소들이 저작권의 보호를 받을만한 요건을 갖추었다고 보았고, Antena 3이 이를 침해했다고 판단해 방영을 금지 | 저작권, 지적재산권, 저작권 | 가능 | 지적재산권의 범위는 모든 원본의 문학작품, 예술품, 유형 또는 무형의 매개체 또는 재료로 표현된 과학적 창조물이며 제한 없이 고려해야하는 목록을 포함 |
| 독일 | TV Design vs. Sudwestrundfunk(SWR)사건에서 독일의 | 저작권 | 불가능 | 포맷 인증기관 |

| | | | | |
|-------|--|---------------|-------|--|
| | 연방법원은 독일 저작권법에 따라 물질적인(표현된) 작품만이 저작권법의 보호를 받을 수 있음으로 판시 | | | |
| | RTL vs. Sat 1,사의 분쟁에서 <Gute Zeiten, Schlechte Zeiten (좋은시간, 나쁜 시간)>프로그램의 제목을 Sat 1,의 <Gute Nachbarn, Schlechte Nachbarn(좋은 이웃, 나쁜 이웃)>이 무단 이용한 것에 대하여 상표권 침해에 해당한다고 판결 | 상표권 | 가능 | FRAPA 권장 |
| 미국 | | 계약법, 재산권, 상표권 | 판례 없음 | |
| 중국 | 공식적으로 수입한 TV 포맷으로 제작한 프로그램과 포맷 복제를 통해 만들어진 다른 방송사의 프로그램이 동시간대에 방영되어 표절 시비가 있었음 | 저작권 | 불가능 | 프로그램 개발위주의 방송환경에 따라 정부가 포맷 표절을 용인함 |
| 일본 | TBS vs. ABC사건에서 일본은 자국의 텔레비전 포맷에 대한 저작권을 부여 소송을 제기하였음 | 저작권 | 가능 | |
| 한국 | 알려진 판례 없음 | 저작권 | 불가능 | |
| 아르헨티나 | PNP vs. TVR ¹⁸⁾ 사건에서 아르헨티나 법원은 텔레비전 포맷의 저작권을 인정하였다. | 저작권 | 가능 | 저작권 보호를 받을 수 있는 전제 조건인 ‘독창성’을 꼭 포함하지 않아도 됨 |
| 브라질 | Endemol과 브라질의 TVSBT의 소송에서 브라질 법원은 포맷에 대한 저작권법의 보호를 적용 Endemol과 <Big Brother> 포맷의 라이선스를 구매한 TV Globo에게 손해배상 판결 | 저작권, 불공정 경쟁법 | 가능 | |
| 멕시코 | 알려진 판례 없음 | 지적 재산권, 저작권 | 가능 | |

텔레비전 포맷에 대한 각국의 입장은 각각 다르게 나타나고 있으나 대부분의 나라들이 저작권법 또는 사칭통용, 계약법을 통해서 포맷의 권리를 보호하려는 움직임이 있는 것으로 분석된다. 이는 포맷의 법적 권리가 저작권으로서 보호하기가 어려운 것을 시사하고 있는데 일반적으로 저작권에서는 아이디어 자체는 보호하지 않고 구체적으로 표현된 아이디어만 보호 대상으로 간주하기 때문이다. 그래서 포맷거래에 있어 발생 할 수 있는 비밀유지법이나 계약법 또는 사칭통용 법으로 보호 할 수 있다고 하겠다. 다음에서는 포맷의 법적 권리보호를 위한 관련 법규에 관해 자세히 살펴보겠다.

18) 일반적으로 시진 제목은 이름 또는 회사명으로 나타나는데 이 사건의 경우 Diego Divertz(PNP)의 이름은 명시되어 있으나 TVR의 이름은 명시되어 있지 않아 프로그램이름으로 대체 하였다.

2. 방송 포맷 권리보호를 위한 관련 법규

1) 지적재산권

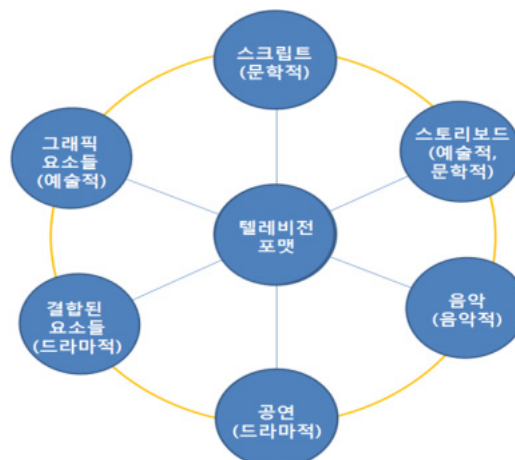
지적재산권은 산업재산권, 산업소유권, 지식소유권, 공업소유권 등으로 불리기도 하고 있으나, 지적재산권이 보편화된 표현으로 알려졌다(정경석, 2006).¹⁹⁾ 지적재산권은 눈에 보이지 않는 무형이며 다른 매개체를 통하지 않는한 기본적으로 형태가 없다. 무형이기 때문에 다른 재산과는 달리 라이선스 등을 통해 계속 이익을 창출해 낼 수 있고, 무한복제 또한 가능하다. 다시 말해 지적재산권은 산업 및 과학적 발명과 문예적 창작 등 인간의 창의적 정신활동의 결과물에 대한 무체재산권을 통칭하며, 국제적으로 파리조약(1883년)과 베른조약(1886년)에 근거한다. 베른조약에 근거한 저작권은 문학, 예술과 학술 및 컴퓨터프로그램 등의 범위에 속하는 창작물에 대한 저작자의 권리와 연출, 예술가의 공연, 음반 및 방송도 포함된다. 지적재산권과 관련된 국제기구들이 많지만 세계지적재산권기구(World Intellectual Property Organization: WIPO)가 대표적이다.

TV산업이 오늘날과 같이 세계화되지 않았던 시대에는 다른 방송사의 프로그램을 그대로 따라하거나 일부 아이디어를 차용하여 제작하는 일들은 빈번하게 있었고 이러한 아이디어 차용이나 표절은 방송제작 관행으로 이해되었지만 포맷이 방송 산업에서 세계적으로 큰 비중을 차지하면서 각 방송사간에 프로그램의 지적재산권을 놓고 발생하는 법적분쟁이 자주 일어나고 있다. 지적재산권에서 프로그램 포맷의 법적 보호에 있어 가장 많이 논의 된 것으로 저작권법이 있다.

2) 저작권법

저작권법은 창조적 작품에 속하는, 즉 문학적, 예술적, 음악적 그리고 극적인 작품을 보호하는데 작품의 컨셉이나 아이디어는 보호 하지 않는다. 텔레비전 쇼의 구성에서는 많은 저작권법의 보호를 받을 수 있는 구성요소들이 있는데 이러한 저작권법의 보호를 받는 요소들은 다음의 그림에서 볼 수 있다(FRAPA Report, 2011).

<그림 3> 텔레비전 포맷 안의 대표적인 저작권 작품들



※ 출처: FRAPA Report 2011 10쪽

19) 특허청은 '지식재산권'이라는 용어를 권장하였으나 '지적재산권'의 번역이 더 맞는 표현이며 널리 쓰이고 있으므로 이 연구에서는 '지적재산권'이라 칭한다.

포맷의 스크립트는 문학적 저작권으로, 스토리보드와 스크린의 그래픽 요소 그리고 무대 디자인과 배경들은 예술적 저작권으로 보호 할 수 있다. 음악적 저작권에는 오프닝 음악이나 쇼를 위해 생성되는 다른 음악들이 포함되어 있으며 이러한 개개의 요소들은 모두 저작권법의 보호를 받는다. 또한 이러한 요소들과 다른 표현의 방식들이 서로 결합 되었을 때는 극적인 작품으로 간주 될 수도 있다. 저작권법은 포맷의 법적 권리에 대하여 가장 많이 적용되어 왔다(홍순철, 2008 a). 비록 미국과 영국 등의 주요 국가에서 TV 포맷에 대한 저작권 보호가 일반적으로 부정되는 경향이긴 하지만 이러한 분위기가 계속 지속될 것인지는 불분명하다. 왜냐하면 미국이나 영국 이외의 국가에서는 TV 포맷의 저작권법 적용 보호와 관련하여 긍정적인 입장을 나타내기도 하였다.

포맷이 저작권법의 보호를 받을 수 있는지에 관한 여부는 일반적으로 포맷의 정의가 단지 아이디어뿐인지 아니면 아이디어의 표현, 즉 고정된 지적 창작물 인지 여부에 따라 결정 달라질 수 있다. 앞서 소개한대로 미국과 영국은 포맷을 아직까지는 아이디어의 범주에 놓고 있어 포맷의 저작권법의 보호가 불가능 했다. 하지만 네덜란드에서는 포맷을 저작권법상 작품의 요건을 만족시키는 한 원칙적으로 저작권 보호를 받을 수 있다고 판시 하였으며 TV포맷의 보호가 가능한 경우는 관련 작품이 충분한 정도의 독창성을 갖추었고, 그 작품이 충분히 구체적으로 개발되고 실행되었다면 가능하다고 명시하고 있다. 그러나 현실에서 포맷이 저작권법의 보호를 받는다고 하더라도 완벽한 복제에 대해서만 보호가능 할 뿐이지 세세한 사항에 관해서는 저작권 침해가 인정되기 어렵게 보인다. 이는 포맷 복제에 있어 약간의 또는 많은 변형적인 요소를 사용하여 저작권 침해를 회피 할 수 있기 때문이다.²⁰⁾ 이러한 점에서 저작권법은 포맷 보호에 있어 어느 정도 한계가 있다고 보이는 것이 현재 추세이다.

3) 불공정 경쟁법

불공정 경쟁법 또는 부정경쟁방지법은 널리 인식된 타인의 성명, 상표, 상품의 용기나 포장, 그 밖에 타인의 상품 또는 영업임을 표시한 표지를 보호대상으로 한다(윤호진 외, 2008). 포맷과 관련하여 유명한 프로그램을 부정하게 모사하여 유사한 프로그램을 제작, 방송 할 경우 불공정 경쟁행위에 해당한다고 볼 수 있다.

불공정 경쟁법과 불공정 거래 행위는 포맷 라이선스 산업의 세계화와 포맷의 창조적 요소들을 기본 바탕으로 인식하고 있다. 불공정 거래 행위에 관한 소송들은 불공정 거래나 시장 행위를 통해 복제된 포맷이 불공정 행위의 장점을 얻는 것에 관한 것들이다. 독일과 스페인에서는 일반적으로 사칭통용과 불공정 거래 행위가 불공정 경쟁법에 속해 있다(FRAPA Report, 2011).

포맷 복제가 포맷 창작자의 저작권을 침해했는지의 여부와 상관없이 복제는 시장에서 혼란을 야기한다. 시청자나 포맷 구매자들은 복제 포맷이 창작 된 것 인지 원 포맷 창작자에 의해 쓰인 것인지 혼란스러울 때가 있다. 이런 경우에 포맷 창작자는 불공정 경쟁법이나 사칭통용의 법에 의지해 혼란을 주는 포맷으로부터 자신의 포맷을 보호 할 수 있다. 혼란을 주는 포맷의 비슷한 복제를 성공적으로 막기 위해서 포맷 창작자는 포맷에 영업권이 있었다거나 영업에 대한 관련 있는 영역에서 명성이 있었음을 그리고 손해의 규모 뿐 아니라 시장에서 혼란을 일으킨 증거 등을 제시해야만 한다.

포맷 창작자들은 일반적으로 혼란을 주는 행위와 불공정 거래 행위 모두 불공정 경쟁으로 취급하여 소

20) 위 3.1의 네덜란드 사례 참고

송하고 있다. 스페인에서는 불공정 행위는 첫째 혼란을 불러 일으켰을 때, 둘째 포맷 창작자의 활동이나 연습을 모방 했을 때, 셋째 포맷 창작자의 명성을 이용했을 때 이다. 포맷 창작자의 명성을 불공정 하게 이용하는 것은 이러한 행위가 불법적인 장점을 얻는 행위를 말한다. 불법적인 장점이란 포맷 창조자가 시장에서 획득한 포맷 그 자체 또는 제3자에 해당하는 것의 이득, 산업적, 상업적 또는 전문적인 명성이다.

벨기에와 프랑스에서는 기생적 복제를 불공정 행위로 간주 한다. 기생적 복제란 유명 프로그램과 흡사 하게 만들었지만 표절과는 확실한 차이를 유지하는 복제를 말한다. 이는 시청자가 큰 관심을 기울이지 않거나 차이점을 인식할 수 있을 만큼 충분히 프로그램에 대한 인지도가 높지 않은 시청자에게 혼동을 가져다주게 된다. 벨기에의 경우 기생적 복제에 해당하는 경우는 원본이 창조적인 노력과 투자의 결과임에 틀림없을 때, 원본이 경제적 가치를 대표할 때, 기생적 복제자가 창작자의 창조적 노력과 투자로부터 직접적인 이득을 얻음이 분명할 때 그리고 이 기생적 복제자가 어떠한 창조적 노력과 투자 자체를 하지 않은 경우 이다.

불공정 거래 행위에 대한 소송들은 법에 따라 다양하게 해석 될 수 있다. 이는 혐의를 받고 있는 침해자의 ‘불공정 행위’가 법원에 따라 그리고 각 나라에 따라 다르게 정의 되고 있기 때문이다. 불공정 거래 행위에 관한 소송에서 승소하기 위해서는 복제 행위를 넘어서서 불공정 행위를 확인 해야만 한다. 독일에서는 사칭통용과 불공정 거래는 독일 불공정 경쟁법에 속하는데 최근까지 독일 법원은 포맷 복제(저작권법을 위반하지 않고)를 불공정 경쟁행위로 찾아내는 것을 꺼려하고 있다. 이에 대한 일반적인 추측은 복제된 포맷이 저작권의 세세한 조항들을 침해 하지 않았을 경우 이 복제된 포맷이 허용되고 있기 때문이다. 이는 복제된 포맷이 불공정하게 경쟁되기 위해서는 포맷의 창조자가 복제행위를 넘어서 불공정 행위를 보여줘야 하기 때문이다. 불공정 행위는 대중에게 혼란을 주거나 포맷 창작자의 명성을 베끼거나 이에 해를 입히는 것이라고 할 수 있다. 독일 법원이 아직까지는 복제된 포맷이 포맷 창작자의 명성에 해를 끼칠 수 있는지, 시청자의 원작에 대한 평가를 베낄 수 있는지에 관하여 고려하지 않았다. 지금까지 독일 법원은 불공정 경쟁이나 사칭통용을 바탕으로 한 사례들을 묵살해왔는데 이는 두 프로그램사이의 유사성이 불충분하거나 분쟁 속에 있는 포맷이 충분히 독창적이지 않다고 판단했기 때문이다.

그럼에도 불구하고 포맷의 창작자들은 특히 유럽에서 이 불공정 경쟁법에 근거 하여 소송에서 성공할 수 있었다. 대표적인 두 사건을 살펴보면 프랑스에서 Endemol은 ALJ Productions을 불공정경쟁 중 기생(parasitic)에 해당 한다고 제소하였고 덴마크에서 Celador는 Danmarks Radio & TV(이하 DR TV)사가 <Kvit Eller Dobbelt>이라는 프로그램에서 Celador의 <Who Wants To Be a Millionaire?>을 복제해 부당한 이득을 취했다고 제소하였는데 덴마크 법원은 DR TV의 내용은 Celador의 <Who Wants To Be a Millionaire?>과 유사해 시청자들이 충분히 오해할 만 하므로 DR TV에 해당 프로그램의 방영금지 처분을 내린바 있다.

덴마크 법원과 프랑스법원은 복제 포맷이 대중을 혼란스럽게 할 수 있고 이것은 불공정 거래 행위로 발전하는 것으로 간주하였다. 이 사건에서는 혼란을 주는 포맷과 원작 포맷 사이에서 발생하는 시너지가 거래 행위에 적합하지 않음을 시사하고 있으며 혼란이 나타나는 곳에서 법원은 복제 포맷이 불공정 거래의 장점으로 부터 이득을 취해온 것을 확인 할 수 있었다.

우리나라에서의 사례²¹⁾로는 MBC가 제작한 인기드라마 “궁”과 “궁s”드라마 사이에 있었던 제호(타이틀)의 부정경쟁에 관한 것인데 입헌군주제가 현재도 존속하고 있다는 시대적 배경이나 등장인물의 교차 등을

21) <법무법인 중정>의 경경석 변호사 서면 인터뷰, 2012년 11월 29일

‘포맷’ 개념에 포괄할 수도 있었겠으나, 스토리와 구조가 전혀 달라서 결국 저작권법이 아닌 부정경쟁방지법에 적용되었다. 이 사건은 원제작자와 다른 제작자가 제작하는 후속편에 대하여 동일, 유사한 타이틀 ‘궁’s가 사용될 경우 동일출처로 혼동될 여지가 있다며 드라마 제작에 대해 금지 가처분 결정이 내려졌는데(서울지방법원 2006가합2151 결정) 결국 당사자들 간의 협의로 원만히 타결 되었다(서주영, 2007).

4) 상표법

〈Big Brother〉와 같은 성공적인 포맷들은 확실하게 브랜드화 되어 왔다. 몇몇 포맷들은 프로그램 제목 만으로도 널리 판매되기도 한다. 다양한 재화와 용역의 상표처럼 프로그램의 제목을 상표처럼 등록하여 보호 할 수도 있다(FRAP Report, 2011). 상표권은 독특한 프로그램의 제목, 로고 그리고 잠재적인 소재 목과 캐치프레이즈를 보호할 수 있다. 상표는 특정 재화와 용역에 관해서 등록 될 수 있는데 포맷의 제목 은 텔레비전 엔터테인먼트의 서비스뿐만 아니라 상품이나 브랜드화 된 소비재의 변형으로 등록된다. 한번 등록 되면 상표는 재화와 서비스의 변형에 관계되어 사용된 동일하거나 비슷한 사인으로 부터 대하여 보호를 받게 한다. 독일에서는 ‘제목 권리’라 하여 부가적인 보호를 제공하고 있는데 ‘작품 제목’의 보호를 위한 형식적인 법적 요구사항이 없고 제목의 의도된 사용을 확인하기 위한 작품 제목의 등록이 있다. 등록 자체가 제목 사용의 권리를 부여하는 것은 아니지만 등록은 만약 등록 후에 짧게 사용 되었을 경우 작품 제목에 대한 초기의 자격을 보여주는데 사용할 수 있다.

상표는 관련 있는 재화나 용역에 대하여 각각 관련 있는 나라에 등록하여야만 한다. 이것은 조금 복잡 할 수도 있고 관련된 나라의 수에 따라 비용이 많이 들기도 하다. 게다가 만약 포맷 제목이 번역 되었거나 포맷의 지역 버전을 위해 딱 맞춰진 경우에는 각각의 영역에서 다중으로 등록해야하는 번거로움이 있다.

등록된 상표는 제 3자가 동일 또는 비슷한 상표를 쓰는 것을 방지 하지만 이것이 포맷의 무단 사용을 막지는 못한다. 이는 포맷 복제자들이 상표로서 등록되어진 여러 면들을 바꾸는 것으로 침해규정을 피할 수 있게 하는 단점을 말하는 것인데 예를 들어 포맷 복제자 들은 유사성이 적은 프로그램 제목이나 다른 로고 등을 선택하기도 한다.

상표권으로서의 포맷 보호에 관련하여 몇몇 사례들이 있는데 독일에서는 RTL사의 〈Gute Zeiten, Schlechte Zeiten(좋은날, 나쁜날)〉이라는 제목의 성공한 드라마가 있는데 이 드라마 제목을 Sat1. 방송사가 다큐멘터리 〈Gute Nachbarn, Schlechte Nachbarn(좋은 이웃, 나쁜 이웃)〉이라는 제목으로 개발하였다. 이에 베를린 지방법원은 〈Gute Zeiten, Schlechte Zeiten(좋은날, 나쁜날)〉이라고 하는 드라마는 독창적이며 잘 알려져 있기 때문에 이와 비슷한 제목을 사용하는 것은 불법적인 이득을 취하는 것으로 판단하고 제목을 바꾸라고 판결하였다.

인도에서는 유명한 프로그램 포맷과 제목인 〈Who want to be a Millionair?〉를 무단이용 하여 만든 게임 웹사이트에서 인도어로 〈Kaun Banega Corepati(누가 백만장자가 되기를 원하는가)〉라 하고 원 포맷의 이미지와 로고 음악 그리고 다른 요소들을 사용하여 온라인 버전으로 백만장자 게임을 만들었는데 Celador의 소송에 인도 법원은 상표권 권리 침해를 인정 하였다.

4) 기밀정보보호법

텔레비전 포맷의 생산 노하우는 종종 포맷의 창의적인 구성요소 만큼이나 가치가 있는 것으로 인정된다. 이 포맷 생산에 관한 정보는 텔레비전 포맷방송사로부터 얻을 수 없는 비밀이다. 이것은 기밀정보보호법으로 보호될 수 있다. 이와 관련된 사건들의 핵심적 내용은 비밀로 한 포맷에 관한 제안이나 처리조건이 프로듀서나 방송사에게 누설되어 프로듀서나 방송사가 허가 없이 이러한 정보를 사용하는 것을 말한다(FRAP Report, 2011).

프로그램 제작자들은 포맷의 어떤 특별성이나 성공적인 포맷에 관한 세부 사항들을 다른 지역에서 배울 수도 있고 그러한 지식을 모방하기도 한다. 이러한 포맷에 관한 정보, 기술적인 면의 생산 노하우에서 이러한 정보를 기밀로 정하면 포맷 창작자는 기밀정보법의 보호를 받을 수 있다.

이러한 기밀보호법에 어긋나는 신뢰위반에 관한 소송에서는 두 가지 주요한 사항을 증명해야만 하는데 첫째로 이 기밀이 기밀로서의 충분한 가치가 있어야만 하고 이 기밀을 지켜야하는 의무가 있었는데도 이를 누설한 경위를 입증해야만 한다.

하지만 지금까지 포맷이 넓은 범위에서 방송 되어왔고 쉽게 복제되어 오는 현실에서 이러한 포맷의 정보에 관한 것들을 진정한 기밀로서 주장하기는 힘들다. 또한 기밀유지의 의무가 확립되었는지에 관한 것도 확인하기 어려운 경우가 많다. 기밀유지의 의무는 명시적 또는 암묵적 계약을 기반으로 한다. 한 사례를 살펴보자. 1977년 오스트레일리아에서 Bob Talbot는 <To make a Million>이라는 제목으로 스크립트 포맷을 창작하여 General Television의 Channel 9과 협상에 들어갔다. 그는 세부적인 컨셉에 관한 요약뿐만 아니라 상품화 하기위한 세부사항, 예산 그리고 포맷의 방송용 견본까지 제출하였는데 몇 달 후 Talbot는 방송 광고관계자로부터 Channel 9이 자신의 포맷을 심하게 표절하여 만든 프로그램을 방영할 것이라는 것을 알고 이를 기밀정보의 위반과 저작권 침해로 고소하였다. 법원은 시정 명령을 내렸으나 피고는 이를 따르지 않고 그들의 프로그램을 방영하였다. 법원은 Talbot의 스크립트 포맷은 그 포맷의 컨셉이나 아이디어를 무대 위로 전개할 만큼 발전성을 포함하고 있고 이러한 컨셉이 구체화되는 것에 관한 사항들은 기밀 대화로 인정한다고 판시하여 \$150,000를 배상 하라고 판결하였다.

포맷 권리에 대한 법적 보호는 각 나라마다 다르나 포맷이 법의 보호를 받는 추세가 전 세계적으로 확산되고 있다. 비록 판결에 있어 표절에 대한 승소를 얻지는 못했지만 네덜란드(Castaway v. Endemol, 2004)와 브라질(Endemol v. TV SBT)의 판례는 포맷이 원칙상 저작권의 보호를 받을 수 있다고 판시하였다. 또한 포맷에 대한 이러한 법적 보호는 포맷 구매시 제작중지처분 등으로 포맷의 권리침해 위험요소를 경감시키는 적극적 대처로 이어졌으며 이는 방송제작사나 투자자들의 불안감이 감소하여 포맷시장 성장에 기여하고 있는 것으로 판단된다(방송 콘텐츠 보고서, 2011). 포맷 저작권 분쟁을 해결하기 위해 마케팅 차원에서도 다양한 대안적 조치들이 검토되고 있으며 NATPE(Las Vegas)나 MIP-TV(Cannes)와 같은 텔레비전 견본시에서 피칭을 통해 포맷을 공표하거나 포맷을 브랜드화 하는 것도 하나의 방안으로 볼 수 있다.

3. 방송 포맷 분쟁 관련 국제기구 현황과 주요 활동 분석

1) FRAPA(Format Recognition and Protection Association)²²⁾

FRAPA(Format Recognition and Protection Association)는 독일에 본부를 두고 있는 포맷 등록 및 인증기구이다. FRAPA는 독립적인 비영리 조직으로 2000년에 설립되어 텔레비전 포맷이 사업으로 인정되며 지적재산권처럼 법에 의해 보호되는 것을 목표로 하고 있다. 일반적으로 포맷 바이블을 만들면 이곳에 등록할 수 있어 포맷관련 분쟁이 있을 때 이곳을 통해서 입증 할 수 있으며 국제적인 포맷비즈니스 환경에서 포맷을 보호하고 전 세계 모든 포맷 제작자, 창시자 그리고 포맷 배포자 들에게 정보를 제공 한다.

FRAPA는 산업연구들을 수행, 문서화된 포맷에 대한 특정 등록 시스템을 관리하며, 중재 서비스를 통해 공정경쟁에 대한 가이드라인을 만든다.

활동하는 부분을 구체적으로 보면, 포맷등록, 조정, 조사, 훈련, 정보 등 다섯 분야로 구분된다. FRAPA에서는 온라인상으로 텔레비전 프로그램의 포맷을 서면화 하여 등록하도록 하는 ‘디지털 온라인 포맷 등록’ 시스템을 운영하고 있으며 이 등록시스템은 포맷의 생성 날짜에 대한 증거를 구축하기위한 공식적인 기록을 제공하며 회원들 간의 잠재적 분쟁의 수를 줄이면서 회원들이 그들의 포맷을 인증 받을 수 있도록 돕는다.

이 등록 시스템은 시간 상 제한이 없고, 몇 분 안에 등록에 대한 확인을 받을 수 있는 신속하고 편리한 시스템인데 FRAPA에 등록된 포맷이 저작권청에 등록하는 것과 똑같은 효과를 내는 것은 아니지만, 포맷의 첫 번째 창작자라는 증거로 이용될 수 있다.

다음으로는 FRAPA의 주요 서비스에 관한 내용에 대하여 자세히 살펴보겠다.

(1) 포맷 등록

일반적으로 알려진 포맷의 저작권 보호를 위해 선행 되어야 하는 것이 포맷등록이라는 것은 잘못 알려진 것이다. 지적인 창작물은 창작되는 순간 자동으로 저작권이 부여된다. 문제는 이 창작물은 이 창작자에 의해 창작되었다는 믿을 수 있는 증거가 필요한데 FRAPA에서 문서포맷이나 온라인 포맷등록을 통해 이러한 증거를 제공한다. 포맷의 원작자임을 증명하는 가장 확실한 방법은 포맷을 창작하자마자 등록하는 것인데 가장 좋은 증거로서 중립의 위치에 있는 제 3자인 중재자의 선언이다. 이러한 중재자의 역할을 하는 FRAPA는 포맷의 원고가 확실한 날짜에 등록되었음을 맹세 하며 등록된 포맷은 영원히 보관 한다. 등록절차는 간단한데 2개의 포맷 복사본을 FRAPA에 보내면 한 복사본은 직인과 서명을 찍어 다시 원작자에게 돌려주고 다른 한 부는 FRAPA의 기록보관소에 보관되며 이는 또한 비밀로 보장된다.

또 다른 등록 방법은 온라인 등록 방법인데 이는 문서포맷과 동일한 보호서비스를 제공한다. 단지 추가적으로 창작된 포맷이 즉각적인 증거를 부여받을 수 있다. 자신의 컴퓨터에서 간단히 등록 할 수 있으며 합법적인 컴퓨터 암호화 및 디지털 지문 등 보호된 컴퓨터 환경에서 100%비밀을 보장하며 등록 된다. 이 온라인 등록 방법은 등록자의 컴퓨터에 포맷이 남아 있을 경우 도난 당 할 수 있는 위험을 줄이고 이러한 등록된 포맷은 법정에서 저작권의 증거로 사용 될 수 있다. 또한 온라인 등록 시스템을 24시간 등록 가능 하다.

22) <http://www.frapa.org/> 채구성

(2) 분쟁중재

소송은 손해를 입힐 수 있으며 비용이 많이 들고 중압적인 과정이며 스케줄과 예산 그리고 비즈니스 관계에 방해를 가져온다. 그래서 FRAPA에서는 효율적인 비용으로 분쟁 당사자들 간의 중재 역할을 하고 있다. 중재는 분쟁 당사자들 간의 협상을 말하는데 이 협상은 중립적인 위치의 중재자의 지도아래 비밀로 이루어진다. 분쟁중재의 목표는 당사자들이 합의점에 이르는 것인데 당사자들은 이 협상절차와 결과에 대한 통제권을 갖는다.

분쟁 당사자들이 보장 받는 것은 분쟁해결을 위해 제시된 입장이나 제안들 또는 제공받는 것이 조정절차를 넘어서서 어떠한 결과도 가져오지 못했을 때 뒤따르는 소송에 쓰일 수 없는 것이다.

중재는 포맷 소유자와 제작자 그리고 방송사들이 법정 밖에서 그들의 자원에 대한 분쟁을 해결하는데 도움을 주며 이러한 중재의 명백한 장점은 이들 당사자들이 사업적인 관계를 계속해서 유지 할 수 있는 것이다.

각각의 분쟁들은 무일 무이한 것으로 간주되며 중재 절차의 기본적인 규칙들은 각각 분쟁의 특별한 필요를 고려하여 맞춤형으로 정해진다. 분쟁 사건에 관하여 선례나 판례에 의한 지배를 받지 않고 그 자체가 선례가 되지도 않는다(Gottlieb, 2010). FRAPA의 주요한 업적인 회원들 간의 분쟁 해결 서비스는 처음 설립(2000년) 후 30개월 동안 8개에서 10개의 분쟁에 대한 서비스를 제공하였고, 2003년도에는 18개의 포맷 표절관련 분쟁에 관여하였다. 2008년에는 44개의 분쟁해결에 도움을 주고 분쟁의 80%는 FRAPA가 분쟁 당사자들에게 상호합의하고 해결책에 사인할 수 있게 조정하여왔다. 이외에도 TV 포맷 산업의 국제무대 확장을 위해 다양한 연구 및 조사를 병행하고 있으며 회원들에게 포맷 보호 관련 이슈들을 가르치고 공중에게는 TV프로그램의 포맷 보호가 필요하다는 것을 알리는데 앞장서고 있다.

(3) 포맷 가치 평가 계산기

FRAPA에서 제공하는 서비스이며 창작된 포맷이 실제 시장에서 얼마만큼의 가치가 있는지 계산해주는 장치이다. 자신의 포맷의 가치에 대해 알고 이에 대한 도움이나 충고를 얻을 수 있다. 회원들에게는 무료로 제공되며 포맷 가격 제안에 대한 디자인을 해준다. 이 계산기는 포맷 산업의 가장 많은 경험을 바탕으로 하는 몇몇 인사들과 성공적인 포맷 제작자들 그리고 FRAPA의 몇몇 이사들로 구성 되어있다.

(4) 포맷 계약 발전기

FRAPA의 계약 발전기는 FRAPA 회원들이 복잡하고 초안적인 라이선스의 비용이 드는 절차와 국제적인 포맷 거래를 위한 선택 계약에 관한 협상에 도움을 준다. 이 계약 발전기는 FRAPA의 이사회에 의해 만들어 졌으며 표준 계약과 이전에 체결된 계약들의 포괄적인 조사를 바탕으로 한다. 전문 변호사들과 FRAPA의 파트너인 WIPO 그리고 이사 위원회는 일련의 보통 약관과 체크 리스트를 만들었는데 여기에는 장르, 미디어 플랫폼 그리고 관할법의 규모를 포함하고 있다. 표준 계약의 형태는 포맷, 지역 그리고 거래 방식에 따라 수정 될 수 있다.

(5) 포맷 바이블(bible) 발전기

포맷 바이블(bible)은 포맷 제작 노트에서부터 몇 백 페이지에 달하는 문서에 이르기까지 프로그램의 전체 세부사항과 가이드 내용을 서류형식으로 정리한 것인데 FRAPA의 바이블 발전기는 회원들이 전문적인 바이블을 빠르고 효율적인 비용으로 편집 할 수 있게 도움을 주기 위해 만들어졌다.

기본 구조는 포괄적인 체크리스트를 포함하고 있는데, 체크리스트에는 가이드 요약과 가장 훌륭한 연습의 예시 그리고 3개의 업계표준 견본; 게임 쇼, 리얼리티와 다큐 그리고 스크립트 포맷이 있다.

FRAPA의 회원이면 누구나 이러한 서비스를 제공 받을 수 있으며 이 협회에 회원사로 가입하기 위해서는 회사의 매출액 규모에 따라 최저 500유로(매출액 200백만 유로까지)에서 최고 5,000유로(매출액 5,000만 유로 이상)까지 4단계로 구분하여 연회비를 받고 있다.

2) IFLA(International Format Lawyer Association)²³⁾

국제포맷변호사협회 IFLA(International Format Lawyer Association)는 2004년 미디어와 엔터테인먼트 전문 변호사인 Marc Heinklein 과 Jonathan Coad 에 의해 영국에 설립되었다. 유능한 포맷 변호사들이 텔레비전산업인 포맷에 대한 창의성을 보호하고 텔레비전 포맷이 국제적으로 성공, 발전시킬 수 있게 하는 국제적인 네트워크에 대한 필요성을 기반으로 하고 있다. IFLA는 억 만 달러의 텔레비전 포맷 시장에 대한 적절한 전 세계적인 보호를 확립하기위해 FRAPA와 협력하는 기구이다(네이버 지식백과). 이 단체는 법적인 구속력이 있지는 않지만 다양한 국가들에 속해있는 변호사들은 각국의 사례들을 통해 상호 의견과 정보를 교환하고 있다. 최근 방송 포맷의 국제 분쟁이 빈번하게 발생되고 있는 상황에서 이러한 변호사들의 국제적인 네트워크는 잘 활용 될 수 있다. 이들은 미디어와 엔터테인먼트 분야의 최고의 실력을 갖춘 변호사들이며 직접적으로 사건이 발생하기 전부터 사건 발생 이후 사후 관리, 실질적인 법적 소송의 문제까지 모든 과정에 대한 컨설팅 및 소송의뢰, 사후 법적 처리까지 맡고 있다.

(1) 주요활동

이 기구의 목표는 텔레비전 포맷 제작자와 개발자들이 혁신적인 텔레비전 프로그램의 소스인 라이선스 비용의 형태로 적절한 인정과 수익을 받을 수 있도록 하는 것이다. 즉 텔레비전 포맷의 투자 및 창조에 관한 법률 자문을 목표로 하고 있으며 FRAPA와 연계하여 포맷 프로그램의 라이선스 관련 문제는 물론, 카피라이트, 불공정 경쟁, 포맷 거래에 따른 다양한 법률적 이슈들에 관여하고 있다. 현재 회원변호사들은 호주, 독일, 영국, 미국, 이탈리아, 스위스 그리고 베이루트-레바논에 각각 가입되었다.

23) <http://www.ifla.tv/about.html> 재구성

(2) 주요 변호사

<표 19> IFLA의 주요변호사

| 국가/도시 | 이름 | 주요업적과 활동 |
|-------------|--------------------|--|
| 오스트레일리아/시드니 | Wayne Covell | 엔터테인먼트법과 상표법에 전문가이며 국제적인 로펌에서 지적재산권분야의 전문가로 활동하였다. 텔레비전 프로그램 포맷의 지적재산권보호를 위해 일하고 있으며 어린이 프로그램을 제작 한 경험도 있다. |
| 독일/뮌헨 | Marc Heinkelein | 엔터테인먼트법, 미디어, 스포츠법 전문가이며 쇼 비즈니스에 관심이 많아 제작자 또는 배우로서 활동하기도 한다. IFLA설립 멤버이다. |
| 영국/런던 | Jonathan Coad | IFLA설립 멤버이며 미디어법과 엔터테인먼트법에 능통하며 저작권법의 전문가이다. 미디어법과 관련된 많은 저서들을 저술하였으며 영국과 유럽에서 포맷의 법적 권리 보호를 위한 세미나 활동을 하고 있다. 전문 재즈 음악가로서 활동하기도 한다. |
| 영국/런던 | Cliff Fluet | Waner Music의 자문 변호사였으며 음악, 이동통신, 브랜드 콘텐츠와 온라인 분야의 전문가이다. |
| 미국/뉴욕 | Toby Butterfield | 지적재산권, 저작권, 상표권 전문가이며 엔터테인먼트와 관련된 지적재산권문제에 관한 전문 변호사이다. |
| 이탈리아/밀라노 | Julia Holden | 지적재산권법과 관련된 전 분야에 경험이 풍부하며 위조품, 상표법위반, 표절과 관련 전문가이다. 영어, 이탈리아어, 독일어에 능통하다. |
| 스위스/취리히 | Rolf Auf der Mauer | IT, 미디어, 텔레커뮤니케이션분야의 전문 변호사이며 전자, 온라인 미디어의 지적재산권 표절이 주요 업무 분야이다. |
| 레바논/베이루트 | Walid Nasser | 레바논의 새로운 저작권법과 특허법의 초안자이며 미국 영화 협회의 중동지역 표절방지 분과의 장으로 임명된 경력이 있다. 영어, 프랑스어, 아랍어, 이탈리아어에 능통하다. |

3) WIPO(World Intellectual Property Orgonation)²⁴⁾

세계지식재산기구(WIPO)는 산업적인 소유권(발명, 상표, 디자인)과 저작물(문학, 음악, 사진 및 기타 예술작품)에 대한 전 세계적인 보호를 촉진 하기위해 설립된 기구이다. 이 기구는 1967년 스톡홀름에서 서명된 협약에 의거해 설립되었고, 1970년에 발효 되었다. 1974년 12월 국제연합(UN)특별기구가 되었으며, 현재 제네바에 본부를 두고 있다.

이 기구의 목적은 크게 두 가지로 나뉘는데 첫째, 국제협력을 통해 지식소유권보호를 촉진시키는 것, 둘째, 상표, 특허권 그리고 예술품과 문학작품에 대한 협정 사항과 관련해 파리, 베른, 기타 유사 기구들이 행정적인 협력을 잘 수행하고 있는가를 감독하는 중요한 기구 이다.

24) <http://www.wipo.int/amc/ko/press.html> 재구성

(1) 주요활동

세계 지적 재산권 기구(WIPO)는 유엔의 전문기관으로서 국제 지적 재산권 (IP)시스템을 개발하기 위해 최선을 다하고 있으며 혁신을 자극하고 공공이익을 보호하면서 경제발전에 기여하고 있다.

1994년에는 중재 조정 센터를 설치하여 지식재산권 분쟁에 있어서 재판 외 분쟁해결(Alternative Dispute Resolution, ARD)을 장려하고 있고 인터넷도메인 관련 분쟁해결기관으로서도 국제적인 인정을 받고 있다.

영화 및 미디어를 위한 조정과 신속한 중재를 위해 규칙을 고안하였는데 영화 및 미디어 부문의 분쟁분야에 TV포맷을 포함하고 있다.

<표 20> WIPO 중재 조정 센터 실무

| | |
|--------------|----------------|
| 제작 및 공동제작 계약 | 라이선싱 |
| 합작투자 | 음악 동기화 계약 |
| 저작권 관련 계약 | 상품화 계약 |
| 자금조달 계약 | 보험 계약 |
| 배급 계약 | 예술가 및 재능 계약 |
| 방송 계약 | 뉴 미디어 계약 |
| 완성 채권 계약 | 후원 계약 |
| 실험실 접근권 계약 | 공동 소유권 계약 |
| 재정 지원 계약 | 비밀 유지 및 비공개 계약 |
| 개발계약 | TV와 다른 미디어 포맷 |

※ 출처: 세계지식재산기구, www.wipo.int/ 재구성

WIPO 영화 및 미디어 분야의 분쟁에서는 산업과 시장의 노하우 뿐 아니라 특별한 법적 전문성이 요구되므로 WIPO센터는 세계 각국의 조정인 및 중재인의 특별한 명부를 제공한다. 이 명부는 다양한 관할권의 높은 자격수준을 갖춘 인정받는 엔터테인먼트법 조정인 및 중재인들로 구성되어 있다.

당사자들이 조정인이나 단독 중재인이 될 사람이나 다른 선정절차에 합의하지 않은 경우, WIPO 센터는 보통 특정 분쟁과 관련된 전문성을 가진 전문 조정인과 중재인들의 이름이 포함된 목록을 당사자들에게 제공하고 당사자들이 명시한 선호도를 고려하여 조정인 또는 중재인을 선정한다.

2010년 4월부터, WIPO 센터와 FRAPA는 TV프로그램 포맷 분쟁 분야에 있어서 소송 외 분쟁 해결을 위해 협력하고 있다. 이에 따라, WIPO센터는 FRAPA의 기존 조정 활동을 맡아 WIPO 영화 및 미디어를 위한 조정과 신속중재 규칙 하에 접수된 TV포맷 관련 분쟁을 담당하게 된다.

이 규칙 하의 분쟁의 경우, 영화 및 미디어 분야의 분쟁의 특성에 적절하게 맞추기 위해 센터의 관리 수수료 및 조정인과 중재인의 수당을 낮추었다.

관리 수수료는 분쟁가액이 2.5백만달러 이하는 500달러, 초과는 1,000달러(신속중재는 1,000달러-2,000달러)이고 조정인, 중재인의 수당은 당사자들이 별도로 합의하지 않았다면 시간당 300달러에서 최대 10,000달러 또는 분쟁가액이 2.5백만달러를 초과 하는 경우 시간당 300달러에서 최대 20,000달러이다.(신속중재의 경우 300달러에서 20,000달러 또는 300달러에서 40,000달러)²⁵⁾ FRAPA 회원에게는 50% 인하된 가격으로 서비스를 제공 한다. 현재 유엔가입 193개국 중 184개국이 가입 되었다.

4. TV 포맷 권리보호를 위한 대안적 방안

TV 포맷의 법적 지위가 확실하지 않고 국가마다 다른 법제 정책을 갖고 있기 때문에 포맷의 권리를 법에만 의존 하는 것은 어려운 현실이다. 또한 법적 분쟁은 비용과 시간적인 면에서 효율적인 방안이라고 보기 힘들다. 실제로 이러한 포맷 사업을 보호하는 것은 그들에게도 하나의 도전으로 여겨지고 있다.

BBC의 상표권 변호사인 Susan Payne에 따르면 제목을 상표권으로 등록하여 보호하는 것이 포맷 소유자들에게는 확신을 가져오는 것처럼 보였으나 실제로 상표권등록은 예산문제를 간과하지 않는 이상 현실적인 대안이 되지 못한다고 한다(Glickman, 2012). 전 세계에 상표권을 등록하는 것은 너무나 많은 비용이 들기 때문이다. 게다가 제목이 번역 되어져야 하는 경우에는 상황이 더욱 나쁘다고 하는데 포맷 수출에 있어 구매하는 나라들은 종종 그 나라의 언어에 맞게 각색되어 번역된 제목을 사용하기를 원하고 대부분의 포맷 협약에는 구매 방송사가 각색되어 번역된 제목을 등록하는 것을 금지하고 있지만 협상과정에서 제목은 대부분 보호되지 않는 것이 현실(협상에 실패하여 포맷을 팔지 못하는 것을 두려워함)이라고 말한다.

TV 포맷의 법적 권리는 포맷 비즈니스를 위해 존재하는 것이지 법이 비즈니스에 장애가 되기는 것은 원하지 않기 때문이다. 또한 강력한 법이 존재한다고 하더라도 그것이 ‘절도’에 대한 완벽한 보호 장치는 될 수 없기 때문이다. 이렇듯 TV 포맷의 법적 보호에 대한 한계성을 극복하기 위한 대안으로 영국 Bournemouth 대학의 Martin Kretschmer와 Sukhpreet Singh는 포맷권리 보호를 위해 몇 가지 전략적 행동을 제시하였는데 다음과 같다.

1) 전략적 행동²⁵⁾

(1) 포맷 시장

포맷 시장은 포맷이 주식처럼 시장에서 매매되거나 거래되는 상황을 말하는데 이런 포맷 시장에 일종의 물색자(Spotter: 물색하는 사람)를 비밀리에 두고 포맷 복제자를 추적하는 것이다. 미국, 오스트리아, 네덜란드, 스칸디나비아와 같은 핵심 텔레비전 영역에서 활동하는 이 물색자들은 글로벌 포맷 배포 회사들에 소속되어 포맷복제의 감시 뿐 아니라 포맷을 구입 할 때 협상 방식이나 계약법 또는 어떤 포맷이 개발 되었는지에 관한 정보도 회사에 제공한다. 이들은 잘 갖춰진 네트워크 속에서 회사를 구분 짓지 않고 서로서로 지식을 공유하고 만일 어떤 회사의 포맷이 복제되어 시장에 나오면 모두에게 알려 이에 대한 즉각적인 대응을 위해 협력한다.

(2) 신사적인 협약과 신뢰

포맷 산업에서는 포맷의 권리에 대한 분쟁에 있어 상업적인 이익으로 문제를 해결하고자 하는 경향이

25) <http://www.wipo.int/amc/ko/film/> 재구성

26) www.frapa.org/ 재구성

뚜렷하다. 이는 포맷의 권리침해 소송 보다 포맷 라이선스를 판매하는 것에 포맷 산업의 목적이 있음을 의미한다.

포맷의 권리침해에 대한 소송으로 포맷 복제자를 법정에서 대면하는데 까지 드는 비용과 시간을 계산하면 포맷 복제에 대한 권리침해소송은 효율적이지 못한 것이다. 또한 권리침해 소송에서 부정적인 결과는(권리를 보호 받지 못하는 경우) 포맷 복제자들에게 계속 포맷복제를 시도하게 하는 사례를 제공하는 것이 될 수도 있기 때문이다. 따라서 소송보다는 먼저 포맷이 타인의 지적 재산권이라는 인식을 갖고 신사적인 협약과 신뢰를 바탕으로 하여야 글로벌 TV포맷 산업이 발전 할 수 있다고 하겠다.

(3) 항의 편지

포맷이 복제 되었을 때는 회사 내부의 법률팀에 의한 항의 편지를 포맷 복제자에게 보내어 포맷의 지적 소유권을 주장하고 이에 대한 법적 대응의 의사를 밝혀야 한다.

(4) 시장 또는 방송으로 직행

포맷이 만들어 지자마자 시장에 선보이게 되거나 방송된다면 대부분의 포맷 복제자들은 복제를 포기한다. 포맷 시장에서 원작으로 자리를 굳히는 것이 법적인 분쟁에서 훨씬 유리하기 때문이다. 앞서 2장에서 소개된 덴마크의 포맷 분쟁 판례에서와 같이 덴마크의 TV2가 Celador와 라이선스 계약을 마치고 경쟁사인 DRTV보다 먼저 프로그램을 제작, 방영 하였다면 Celador가 이러한 비용이 많이 들며 불확실한 법정 소송에 의지 하지 않을 수도 있었다는 것이다.

(5) 포맷 상품의 노하우

포맷 바이블에는 프로그램 제작을 위한 세부적인 요소들 즉, 스타일 가이드, 글자 그래픽, 음향적 요소, 조명 배열, 무대 디자인 그리고 다른 기술적인 요소들을 포함하고 있다. 이러한 기술적인 요소들은 비밀, 비공개 협약으로 제공 된다. 따라서 이러한 포맷의 노하우를 비밀로 유지하는 것은 복제자들이 원작을 모방하는데 어려움을 줄 것이다.

(6) Flying PD 시스템

이 시스템은 포맷을 판매할 때 파견 프로듀서의 지원을 포함하는 경우(풀패키지) 파견 PD는 원작을 바탕으로 그 포맷 본연의 가치를 스크린에 그대로 표현하는데 도움을 준다. 그들은 포맷 판매지역에서 원작의 퀄리티와 본 형태를 그대로 유지하여 제작 하는 것에 도움을 준다. 포맷을 구매하였지만 원작자의 의도를 잘 이해하지 못하면 프로그램이 엉뚱한 방향으로 제작 될 수도 있기 때문이다. 파견 프로듀서 시스템이 없었을 때 Celador는 백만장자 포맷을 인도네시아 Arief에 포맷이 상업 가치가 있는 한, 계약 조건에 따라 계속 인도네시아에서 만드는 것을 허락하였다. Celador가 Arief와 계약을 종료하고 백만장자 프로그램의 인도네시아 버전을 오스트레일리아의 한 회사에 주었을 때 Arief는 Celador를 영국 법원에 제

소하여 승소하였고 Celador는 그에 대한 손해배상을 해야만 했다.

(7) 완성본 테잎으로 수요 자극하기

방송사들은 포맷뿐만 아니라 완성된 쇼에 의지 하고 있기도 한다. 이미 만들어서 테잎으로 판매하기 때문에 포맷을 복제하는 방송사에게는 공급을 중단하는 것으로 제재를 가 할 수 있으며 포맷 복제자들 보다 완성된 프로그램으로 방송사와 성공적으로 계약에 이를 수 있기 때문이다.

(8) 권력관계와 보복대응

〈Who Wants To Be A Millionaire?〉프로그램은 Celador사와 Sony Picture Television사의 공동제작 인데 이와 같이 영향력 있는 회사는 포맷 구매자들에게 포맷과 관련된 다른 프로그램들도 구매하도록 일종의 영향력을 행사 하는데 만약 포맷을 복제하려고 하면 다른 프로그램의 공급을 중단하거나 포맷 시장의 블랙리스트에 올리는 방법으로 방송사들이 복제를 시도하지 못하게 하는 것이다.

이 밖에도 국제적인 텔레비전 무역 박람회에서 포맷에 대한 피칭을 통해 포맷의 원작자임을 정당화 하는 방법이 있으며 포맷 제작자가 포맷 판매지역의 문화를 고려하여 프로그램을 만드는 것인데 이 방법은 지역 방송사와 시청자들에게 쉽게 받아들여질 수도 있으며 포맷 복제자가 그들 문화에 맞게 포맷을 복제 하는 것을 방지 할 수 있다. 마지막으로 포맷의 브랜드 활용 인데 〈Who Wants To Be A Millionaire?〉포맷의 경우 포맷을 하나의 브랜드로 육성하여 거기에 대한 파생상품 즉, 퀴즈 책, 보드게임, 즉석복권, 인터랙티브 DVD, 온라인 모빌 게임 그리고 디지털 앱 등 많은 상품들의 판매를 통한 수익을 얻을 수 있다.

2) TV 포맷 권리보호를 위한 실질적 방안²⁷⁾

TV 포맷의 권리를 보호받기 위해서는 포맷 개발 단계마다 가능한 문서화 작업을 하고, 포맷 개발 이후에는 국제 포맷 관련 회사에 등록해두는 것이 좋다. 또 MIP-TV 등 새로운 포맷을 소개하는 국제적인 자리에 피칭할 경우 자신의 포맷 아이디어가 일반인 또는 동료 전문가 집단에 공개된다는 점, 특히 SNS 서비스, 또는 유튜브를 통해 전 세계 누구에게나 공개될 수 있다는 점을 꼭 염두에 두어야 한다. 또한 비록 최근 들어 법원이 아이디어나 아이디어의 조합을 인정해주는 몇몇 판례가 보고되고 있지만 기본적으로 저작권은 표현물로 드러난 아이디어에 대해서만 권리를 인정해준다는 점을 유의해야 한다. 따라서 포맷 개발과 관련된 모든 사항을 가능한 자세히 기록하고, 피칭하거나 포맷 아이디어를 토론할 때는 상대방에게 비밀유지 사항임을 명확히 밝히는 것이 포맷 보호에 유리하다. 보다 구체적이고 실질적인 조언은 아래와 같다.

- 문서로 작성하기: 많은 포맷 아이디어는 몇 마디 단어나 대화 등 비공식적인 것에서 출발하는 것이 보통이다. 이들을 간단하게라도 문서로 작성해두는 것이 좋고, 특히 타인에게 아이디어를 말할 때는 가능한 모든 측면에 대해 글로 남겨두는 것이 좋다.

27) IFLA와 관계를 갖고 있는 Lewis Silkin 법률회사, Singh(2008) 자료를 종합해 재구성.

- 날짜와 작성자를 명시하기: 번거롭더라도 최초 컨셉에서 부터 매 수정 단계마다 날짜와 저자를 명확히 밝혀두는 것이 좋다.
- 브랜드화하기: 아이디어가 어느 정도 구체화되면 완결된 형태로 브랜드화하고, 타이틀, 캐치프레이즈, 로고를 각각 상표로 등록하는 것도 방법이다.
- 등록하기: 포맷은 FRAPA와 같은 세계적인 기관에 공식 등록해두는 것이 좋다. 등록할 때는 등록일이 첨부된 영수증을 확보하고 있는 것이 좋다.
- 그림 그리기: 게임쇼, 리얼리티 쇼와 같은 경우 비주얼 영상 자료나 세트 디자인이 중요 포맷 요소가 되기도 한다. 관련 내용을 가능하다면 3D로 그림을 그려두는 것이 좋다.
- 서면 또는 이메일로 기록하기: 포맷을 완성하는 과정은 매우 길고 복잡한 과정이다. 또 팀이 구성돼 공동으로 작업하기도 한다. 따라서 공동 작업 시 각각의 역할과 책임 소재를 구체화할 수 있는 기록을 남겨두면 좋다.
- 프로그램을 직접 만들어보기: 가능한 재원이 있다면 파일럿 프로그램을 직접 만들어보는 것도 좋다.
- MIP-TV 등 세계 텔레비전 트레이드쇼에 갈 경우 유튜브 등을 통해 공개될 위험이 있다는 것을 염두에 두기
- 비밀을 유지하기: 포맷 아이디어를 소개하거나 타인과 공유할 때 비밀보장에 대해 공식화하는 것이 좋다. 또 포맷 바이블을 만들 때는 표지에 ‘비밀유지’를 크게 공지하고, 각 페이지마다 머리글 또는 바탕 화면으로 강조할 필요가 있다. 가능하다면 피칭할 경우 상대방에게 비밀유지와 관련된 서류에 사인을 받아두는 것도 좋다.
- 혁신하기: 브랜드화된 포맷을 지속적으로 혁신하는 것이 충성도가 높은 수용자를 유지할 수 있는 방법이다.
- 네트워크를 활용하기: 포맷을 개발한 후 SNS에 관련 사실을 알리고 바이럴 마케팅을 펼치면, 충성 팬들로부터 표절 여부에 대한 제보가 들어올 수도 있다.
- 도메인을 만들기: 포맷 관련 개발 시 제목과 관련된 도메인을 미리 확보해두는 것도 좋다.
- 라이선스 계약하기: 포맷과 관련해 때로는 지적 재산권으로 보호받는 것보다 계약이 더 나은 권리 보호 방안이 되기도 한다.

<표 21> 포맷보호를 위한 구체적 제언

| 해야 할 일 | 하지 말아야 할 일 |
|--|---------------------------------|
| 포맷 개발에 참여하는 사람들이 모두 접근할 수 있는 디렉토리 만들기 | 포맷과 관련된 이메일 삭제하기 |
| 디렉토리를 관련된 하위 디렉토리로 구조화하기. 예를 들어 Format, Games, Health & Safety, Design 등. | 새로운 포맷을 따로 작성하지 않고 과거의 문서에 덮어쓰기 |
| 포맷과 관련된 아이디어를 포함한 모든 문서를 저장해두기 | |
| 저작권은 아이디어가 아니라 표현물을 보호하므로 가능한 모든 창의적 아이디어를 말이나 디자인, 도표, 차트 등으로 표현해두기 | |
| 포맷, 프로그램과 관련된 모든 이메일 저장하기 | |
| 모든 개별 문서에 날짜와 작성자 이름을 밝혀두기 | |

| 해야 할 일 | 하지 말아야 할 일 |
|--|------------|
| 포맷 개발 단계마다 모두 날짜와 숫자를 작성하기 | |
| 원래 포맷과 변화된 내용을 구분해 어떤 것이 변화했고, 언제 변화했으며 왜 변화시켰는지, 누구의 책임인지 기록해두기 | |
| 포맷 수정이 내/외부 누구로부터의 제안에 따라 이뤄진 것인지 기록해두기 | |
| 포맷을 양장본 형태로 만들고 타인에게 제출할 경우 언제 누구에게 전달했 는지 기록하기 | |
| 포맷 제안서를 살펴볼 계획이 없다면 우편을 뜯어보지 말고 보낸이에게 원상태 그대로 돌려보내기 | |
| 돌려보내지 않았더라도 내용을 살펴볼 계획이 없다면 봉투를 열어보지 말고 원상태 그대로 유지하 기. 일단 개봉했다면 그 날짜도 기록해두기 | |

5. 소결

방송 포맷 산업은 그 시초를 외국에서 찾을 수 있으며 방송 포맷의 정의나 개념 또한 우선은 외국의 문헌을 통해 이해할 수 있는 것처럼 방송 포맷의 권리보호에 대한 정책도 외국의 사례분석이 선행되어야 한다. 3장에서는 이러한 외국의 방송 포맷 권리보호에 대한 여러 국가들의 사례들을 소개 하였는데 각 나라들 마다 서로 다른 입장을 나타내고 있다.

미국과 영국에서는 방송 포맷에 대한 법적 보호는 어렵게 보인다. 저작권법의 적용으로는 보호된 사례가 없으며 계약법이나 부정경쟁방지법이 적용 될 수 있다고 하더라도 실제 판례로 남아 있는 경우는 거의 없는 것으로 분석되었다. 같은 유럽 국가들 사이에서도 서로 다른 법적 태도를 취하고 있는데 프랑스는 방송 포맷의 법적권리를 인정하여 사칭통용과 같이 경업질서를 위반하는 행위에 대한 법적 제재를 남긴 사례를 보여준다. 이탈리아 또한 방송 포맷의 저작권을 인정 하였고 여러 관련 업계의 단체들 사이에서 방송 포맷 보호에 대한 움직임을 볼 수 있다. 포맷 산업의 선두 국가라고 할 수 있는 네덜란드는 영국과는 다르게 포맷의 권리를 법으로 명시하였다. 하지만 외국 회사의 네덜란드 Endemol에 대한 저작권 침해 소송에서는 침해를 인정 하지 않았다. 이것은 포맷이 저작권의 보호를 받는다고 하여도 실질적으로 보호를 받을 수 있는 여부는 사건마다 다르게 판결 될 수 있다는 것을 의미한다. 스페인, 브라질, 아르헨티나 그리고 멕시코에서는 방송 포맷의 법적 권리에 대한 자리매김에 긍정적, 적극적인 입장을 나타내고 있다. 다른 유럽 국가들과는 다르게 독일에서는 방송 포맷은 저작권으로 보호 될 수 없다는 판례를 남겼는데 독일도 영국이나 미국처럼 고정된 물체에 표현된 아이디어만을 저작권으로 인정 하였다. 하지만 상표권으로 방송 포맷이 보호된 사례는 독일이 방송 포맷에 대한 법제 정책에 있어 의지를 표명한 것으로 볼 수 있다. 아시아의 주요 사례로는 중국, 일본 그리고 한국을 살펴보았는데 중국은 아직까지는 방송 포맷의 법적 보호의 움직임은 찾아 볼 수 없으며 한국 또한 주목할 만한 판례는 드러나지 않았다. 한국도 마찬가지로 표현된 저작물만 보호되고 있는 실정이다.

방송 포맷 권리보호를 위한 관련 법규들 중 가장 많이 적용된 사례가 저작권법인데 실제로 저작권법의 보호를 받은 판례는 스페인뿐이다. 그래서 부정경쟁방지법, 상표법, 그리고 기밀정보보호법에 의지 하여 법적 권리를 보호 받은 경우도 있다.

방송 포맷의 권리 보호를 위해 일하는 국제적인 기관들이 있는데 FRAPA는 포맷 등록 기관으로서 포맷의 원작자임을 증명해주고 포맷에 관한 많은 정보들을 제공한다. IFLA 국제 포맷 변호사 협회에서는 포맷의 국제 유통과 그 보호를 위해 일하고 있으며 세계 지적재산권 기구 WIPO는 FRAPA와 협력 하여 실제 포맷 관련 분쟁에 관한 조정을 담당하고 있다.

방송 포맷의 권리침해에 대해 법에 의지하거나 조정기관에 의뢰 하는 방안과 함께 전략적인 방안도 제시 되었는데 실제 포맷 시장에서 자신의 포맷을 지키기 위한 행동 지침사항들이다.



제5장

국내 방송 포맷 비즈니스 환경

제5장 국내 방송 포맷 비즈니스 환경

1. 국내 방송 포맷의 수출입 현황

최근 한국의 텔레비전 프로그램들에는 서바이벌 및 오디션 프로그램들이 큰 인기를 모으고 있다. 〈슈퍼스타 K〉, 〈나는 가수다〉, 〈댄싱 위드 더 스타〉, 〈위대한 탄생〉, 〈기적의 오디션〉, 〈도전자〉 등 많은 프로그램들이 방영 되고 있는데 이들 프로그램들은 대부분 외국에서 이미 성공한 프로그램의 틀과 제작의 노하우를 사온 포맷 프로그램들이다. 이들 프로그램 중 공식적으로 포맷을 수입하여 자체 제작한 것도 있지만 포맷 표절의 의혹이 있는 프로그램들도 있다(방송 콘텐츠 진흥원, 2010). 한국에서는 방송 콘텐츠 수출입과 관련하여 수출 분야에서는 여전히 드라마가 강세인 가운데 오락 프로그램의 포맷 판매가 또 하나의 중요한 수출 장르로 떠오르고 있다(채지은, 2011). KBS 〈도전 골든벨〉, 〈미녀들의 수다〉, MBC 〈우리 결혼했어요〉, SBS 〈스타 주니어쇼 붕어빵〉 등 해외에서 인기가 높은 포맷이며 최근에는 MBC 예능 서바이벌 쇼인 〈나는 가수다〉 또한 일본과 중국에서 포맷으로서 관심을 보이고 있다(한국콘텐츠진흥원, 2011 b). 현재 한국 방송사 들은 외국의 다양한 포맷을 수입하고 있으며, 포맷의 수입가격도 점점 상승하고 있는 반면에 수출의 형태에서는 완성된 프로그램 방영권 위주로 이루어지고 있다. 또한 아직까지는 포맷에 대한 인식이 방송사나 프로그램 제작자들에게도 잘 알려지지 않은 실정이며 따라서 포맷 수출을 위한 실질적인 바이블 제작도 이루어지지 않고 있다. 이러한 현실에서 예능 프로그램들의 아시아 진출을 위해서는 프로그램의 포맷화 작업이 선행되어야 할 것으로 분석된다.

1) 국내 방송 포맷 수입 현황

방송 포맷 수입에 있어서 포맷 수입이 방송사에게는 제작비 절감의 장점을 제작자에게는 프로그램 성공의 여부와 관련한 위험부담을 줄여 줄 수 있다는 점에서 큰 매력이 있지만 해외에서 성공한 프로그램이 현지에서도 똑같이 성공을 가져온다는 보장은 없다(배진아, 2008). 이것을 ‘문화적 할인’ 이라고 하는데 특히 버라이어티 쇼를 비롯한 오락 장르의 프로그램은 서로 문화가 다르기 때문에 한 국가에서의 인기가 반드시 다른 국가에서의 인기를 보장하지 못하는 것이다. 특히 서구문화와 아시아문화사이의 포맷 거래에는 이러한 문화적 할인이 크게 작용한다고 할 수 있다. 국내 방송사의 포맷 수입은 아직까지는 체계적인 시스템이 도입되지는 않았고 담당PD 개인의 안목과 판단에 절대적으로 의존하고 있다. 프로그램 제작을 기획하는 과정에서 해외의 포맷을 발견하고 수입하기 희망하면 회사가 개별적으로 구입의사를 밝히고 거래를 시작하게 된다. 최근 들어 지상파 방송 3사를 중심으로 포맷 거래를 담당하는 부서도 생기고 담당 직원을 배치하기도 하지만 아직은 체계화되었다고 볼 수 는 없다. 포맷 거래에 대하여 아직까지는 체계화 되지 못한 환경에서 담당 PD 단독으로 포맷 수입을 결정하는 것은 프로그램 실패로 이어질 수 있는데 지금까지 국내 포맷 수입 프로그램들은 원본 프로그램들이 성과를 거둔 것에 비해 저조한 성적을 거두었다고 평가 할 수 있다. KBS는 〈1:100〉 프로그램 하나만 수입하여 비교적 성공을 거두었고 MBC는 〈브레인 서바이버〉를 제외한 모든 프로그램들이 낮은 시청률을 보이고 조기 폐지되었다. SBS는 〈결정 맛 대 맛〉과 〈솔로몬의 선택〉을 성공시킨 반면, 〈퀴즈 육감대결〉, 〈작렬 정신통일〉, 〈슈퍼바이킹〉은 저조한 성적

을 거두었다.

다시 말해 해외 포맷의 수입이 국내 방송 시장에서의 확실한 성공을 보장 하지는 않으므로 포맷 수입에 있어 성공 여부에만 초점을 맞추기 보다는 국내 시청자의 취향과 한국적 정서를 고려한 포맷의 현지화에 중점을 두는 것이 중요하다고 할 수 있겠다. 무엇보다도 포맷 수입을 위한 담당 부서와 전문가 양성이 선행 되어야 하겠다.

퀴즈쇼 <1 vs 100>은 KBS에서 현재 방영되고 있으며(배진아, 2008) 네덜란드 Endemol에서 포맷을 수입하여 제작하였고 풀 패키지로 구매, 파견 PD의 지원도 포함되어 있다. KBS의 <1 vs100>은 9.3%의 시청률로 2007년부터 5년 동안 장수해온 프로그램이다. 유명인1인과 방청객100인이 퀴즈를 풀어 모든 문제를 맞힌 최후의 생존자 1인을 가릴 때까지 퀴즈를 진행한다. 퀴즈왕은 상금으로 5천만원을 받는다. 이 프로그램은 포맷을 구입하여 제작하는 과정에서 국내 방송 환경에 맞게 무대 구성과 조명 등을 새롭게 적용하는 등 국내 시청자의 취향을 고려하여 포맷을 성공적으로 현지화 하여 제작한 사례로 보인다.

MBC의 <댄싱 위드 더 스타>는 BBC Worldwide사로부터 풀 패키지로 구매 하였다(한국콘텐츠진흥원, 2011 b). 원 제목은 <Strictly Come Dancing>이고 전 세계 32개국에 수출 된 검증된 프로그램이라고 할 수 있겠다.

하지만 한국에서 <댄싱 위드 더 스타>는 12.9%의 시청률을 얻었는데 동시대 직전 프로그램에 비해 성적은 저조하며 이는 캐릭터 면에서 젊은 시청자 층을 끌어들이기 위한 요소가 부족하고 춤이라는 소재가 한국에서는 영국과 다르게 의미 작용하는 것으로 평가되고 있다.

SBS 의 <솔로몬의 선택>은 국내에서 인기리에 방영된 프로그램이다. 2002년 7월부터 2008년 4월까지 방영된 장수 프로그램이다. 2002년 일본 NTV와 계약 추진 도중 중단된 상황에서 SBS에서 제작 방영 시작하였는데 이후 일본의 한 TV 프로그램에서 원작 프로그램<행렬의 법률 상담소>과 비교 방송하여 국내에서 비난 여론 발생, 이에 따라 계약을 재추진하여 추후 제작 라이선스만 구매하였다.

국내 지상파 방송사에서 포맷 수입에 관심을 갖는 이유는 크게 두 가지인데(한국콘텐츠진흥원, 2011 c) 첫째로 국내 신규 프로그램의 개발 및 제작비용 상승과 방송사간의 경쟁 심화라고 말한다. 포맷 수입을 통해 저렴한 가격으로 프로그램을 제작 할 수 있고, 이미 해외에서 성공한 프로그램들에 한하여 수입하기 때문에 안정적인 시청 층을 확보 할 수 있겠다는 전망으로 이루어지고 있다. 또한 시청자들은 자막 혹은 더빙에 의존해야 하는 수입 프로그램보다는 익숙한 얼굴이 출연하는 자국에서 제작한 프로그램에 더 친밀감을 나타내는 경향이 있는 것으로 분석되기도 하였다(홍원식, 2008).

한 제작진에 따르면 지상파 방송사들은 주요 시간대에 프로그램들이 성공 할 때 까지 기다려주는 경우는 거의 없으며 타 방송사의 주요 프로그램들이 자리 잡고 있는 시간대에 새 프로그램을 기획해서 단기간에 성공시키는 것은 불가능하므로 짧은 시간 내에 성과를 낼만한 프로그램을 만들어야 한다는 압박감이 해외에서 성공한 프로그램의 포맷을 사오는 가장 큰 이유라고 말한다. 하지만 위에서 살펴본 바와 같이 포맷을 수입하여 제작 방영한 프로그램들이 모두 성공을 거두 지는 못 한다. 이유는 수입 포맷이 한국적 정서에 맞지 않는 부분 등이 있고 해외 포맷을 국내 상황에 맞게 재구성도 쉬운 일이 아니기 때문이다. 한 예로 전 세계적으로 인기를 끌고 있는<Deal or No Deal>의 경우, 국내 일부 지상파 방송 제작자들이 관심을 보였지만 '백만불'이라는 거액을 놓고 벌이는 도박과 같은 방식의 포맷이 국내 지상파 방송에서 정서적, 법적 제약 없이 소화 가능 할 것인가 하는 논의가 있었다고 한다. 따라서 수입 포맷 프로그램의 국내에서의 현지화 과정이 중요한 과제로 자리 잡고 있다고 할 수 있다.

한편 일반적으로 해외에서의 포맷 거래는 파견 PD와 포맷 바이블, 기술지원등을 포함하는 전체 패키지를 구매한다. 하지만 국내 방송사들은 단순한 아이디어와 형식만을 구매하기를 희망하며 포맷의 아이디어와 로고 등을 사용하는 것에 대한 저작권료 정도를 지불하고, 프로그램의 제작 과정에서는 국내 방송 시장의 속성을 고려하여 프로그램을 자유롭게 변형하기를 희망하는 편이다. 해외 포맷거래 관행에서는 포맷 판매자가 포맷 상품의 원형(originality)이 훼손되는 것을 바라지 않기 때문에 단순한 아이디어나 콘셉트를 팔기보다는 제작과정 전체에 관여하면서 컨설팅하기를 희망하며 수익성에서도 풀 패키지 판매를 원하고 있는 것과 국내 방송 시장의 구매 행태는 다른 입장 차이를 보이고 있다.

또한 저작권과 관련하여 국내 방송사가 포맷을 수입하는 과정에서 어려움이 있는데(배진아, 2008) 국내에서는 프로그램 거래에서 프로그램 저작권은 방송사가 제작사에 프로그램 제작비를 지불한 이후 방송사에 귀속되는 것이 관행이다. 하지만 해외의 대규모 포맷 회사들은 방송 횟수나 후속 창구에서의 활용 등 전 과정에서 원저작자의 권리에 대한 대가를 지불받기 원하며, 원(original) 포맷의 정체성을 유지하는 선에서 프로그램이 제작되기를 희망한다. 이러한 입장 차이는 포맷 수입에 많은 자본을 투자하기 보다는 적은 비용으로 많은 수익을 창출하려는 방송사의 의지에서 출발한 것으로 볼 수 있다. 하지만 포맷 수출에 있어서는 마찬가지로 해외의 관행을 따르기 원하기 때문에 국내 방송 제작 여건에 맞는 포맷 거래에 있어 수입과 수출의 양면을 고려한 환경을 조성해야 하겠다.

2) 국내 방송 포맷의 수출 현황

국내 방송 포맷의 해외 수출은 방송 콘텐츠 산업 부분에서 일부분이며 아직 활성화 단계는 아니지만 몇몇 포맷 프로그램들은 수출되었다.(한국콘텐츠진흥원, 2011 b). 2010년에는 120편에 2,644천 달러의 수익을 창출하였고 이는 전체 총 수출의 1.7%에 해당 한다. 국내 방송사의 포맷 수출 최초사례는 2003년 LG애드를 통해 중국의 CCTV에 KBS의 <도전 골든벨>을 판매한 것으로 알려져 있으며 다음으로 중국 SMG에 팔린 MBC <강호동의 천생연분>이다. KBS의 <해피 투게더-프렌즈>, SBS<진실게임>, MBC<러브 하우스>등도 수출 계약을 맺었다(배진아, 2008). 국내 프로그램의 포맷 수출은 수입 방식과 마찬가지로 해외의 유명 포맷 회사의 포맷 판매 방식과는 다르게 단순한 프로그램의 아이디어나 제작의 노하우를 전수하는 경우가 대부분이며 담당 PD가 파견되어 제작과정이나 프로그램 현지화 과정에 관여하거나, 포맷 바이블을 제작하여 판매하고 있지 않다. 그렇기 때문에 포맷 가격은 저렴하고 원(original) 포맷의 정체성 유지에 관련된 조항이 계약서 등에 구체적으로 나타나 있지 않다. 이는 수입이나 수출에 있어 아직 체계가 잡히지 않았고 이를 중개하는 공식적인 유통 경로가 없기 때문에 다국적 기업의 포맷 회사에 비해 많은 보완점이 필요한 현실이다(한국콘텐츠진흥원, 2011 a). 1999년 MBC 오락프로그램 <이브의 성>은 일본 후지 TV의 <코이 보이 코이 가루>의 포맷을 정식으로 수입하여 제작했으며, MBC <일요일 일요일 밤에>에 등장한 새로운 코너 <브레인 서바이버>와 SBS의 <진기록 팡팡>, <솔로몬의 선택>등은 각각 일본 TBS 및 NTV와 포맷 계약을 맺고 제작 하였다. 국내에서 처음으로 KBS가 MIP에서 <TV는 사랑을 싣고>의 포맷을 스페인에 수출하면서 포맷이 방송 산업의 새로운 부가가치 창출원으로 인식되었으며, 글로벌 경쟁력을 갖출 수 있는 방송콘텐츠 포맷 개발의 필요성과 중요성이 부각되기 시작하였다.

2. 국내 방송 포맷의 저작권 분쟁사례²⁸⁾

우리나라에서 방송 포맷의 저작권 관련 이슈는 1990년대 후반부터 일본 대중문화의 개방으로 인해 일본방송 프로그램 표절의 제작 관행이 문제점으로 드러나기 시작하였으며 정식적인 프로그램과 그 포맷에 대한 거래 개념 또한 그 즈음에 도입되기 시작 하였다. 국내 방송 포맷의 저작권 분쟁에 있어 방송전반에 걸쳐 포맷에 관한 권리인식이 되어있지 않아 방송포맷 개발과정에서 아이디어가 도용되는 가능성이 존재 하나 단순히 방송사에 기획서 제출 시 아이디어가 도용된 경우는 현행 저작권법이나 관련법을 통해 법적 분쟁이 일어난다고 볼 수 있다. 그러나 이는 내용을 있는 그대로 이용하는 것이 아니라 줄거리를 근간으로 재가공하는 것이기 때문에 포맷관련 사항으로 해결하는 것은 현실적으로 어렵다. 따라서 이를 미연에 방지하기 위해서는 상호 계약에 의해 비밀보호 계약을 체결하여 법적 분쟁 시 유리한 근거를 확보하던지 아니면 위협을 무릅쓰고 방송사에 접촉을 하는 것은 포맷 창작자가 선택 하여야 하며 부정경쟁방지 및 영업비밀 보호에 관한 법률 등에 따라 법적 권리 보호를 위한 송사를 해야 할 것이다. 그러나 아이디어 도용에 대한 법적 구제장치는 세계적으로 보장받는 것이 매우 어려운 것이 현 실정이다.

그러므로 이 연구에서는 실제 논란이 있었던 포맷과 관련된 제작사간의 분쟁사례들만 살펴보겠다.

1) 국제 분쟁 사례

방송 포맷의 표절 시비가 가장 많은 나라는 일본이다. 3장의 국가별 사례분석에서 살펴 본 바와 같이 우리나라의 많은 프로그램들이 일본의 프로그램을 표절 했다는 의혹이 있었다(이기수, 2007). 2007년에는 일본 Nippon TV의 <행렬의 법률 상담소>가 SBS <솔로몬의 선택>과 자신들의 프로그램 컨셉이 비슷하다는 내용을 방송하면서 표절의혹이 나왔는데 Nippon TV는 SBS의 <솔로몬의 선택>의 진행 패턴, 변호사들의 구성, 세트, 프로그램 자막, 출연하는 연예인 구성 등이 자신들과 유사하다고 지적하였다. 이에 앞서 2003년에는 KBS <스펀지>와 SBS <TV 장학회>는 방송 시작 얼마 되지 않아 당시 일본 Fuji TV의 간판 오락 프로그램이었던 <트리비아의 샘>과 비슷하다는 의혹으로 Fuji TV로부터 공식적인 항의 서한을 받았다.

이 표절 시비에 대하여 당시 방송위원회 산하 연예오락 제1심의위원회는 “(KBS <스펀지> 와 SBS <TV 장학회>)는 퀴즈 문제의 출처와 제시하는 방식, 프로그램 진행방식 등에서 차별성이 있다”며 표절로 판단하기 어렵다는 결론을 내리기도 했다.

2) 국내 분쟁 사례

2000년대 중반에 들어서며 국내 방송 프로그램 포맷은 이전의 무분별한 ‘외국 프로그램 베끼기’의 오명에서는 벗어나고 있으나 국내외 인기 프로그램의 포맷을 변형시킨 형태의 제작방식이 나타나며 이에 따른 포맷의 저작권에 대한 개념도 함께 부상하였다. 방송가에서는 프로그램 포맷을 둘러싼 저작권 분쟁의 논란이 일었는데 2003년 KBS는 <인간극장>의 포맷을 SBS의 <휴먼스토리 여자>가 베꼈다는 포맷표절에 대한 저작권 침해 분쟁이 있었다. 국내에서 처음으로 포맷의 개념을 적용한 저작권 침해 분쟁이라고 알려진

28) 2012년 11월 30일 기준 대법원 판례에서 방송포맷관련 판례는 현재까지는 없는 것으로 조사됨.

사례이다(이선민, 2003). 〈인간극장〉은 다큐멘터리로는 처음으로 드라마적 요소를 도입한 프로그램이며 드라마처럼 연작 형식이며 프로그램 도입부와 말미에 지난 이야기와 다음 이야기를 집어넣는 형식을 갖고 있는데 SBS의 〈휴먼스토리 여자〉 역시 같은 형식으로 구성 되었다.

〈인간극장〉의 외주 제작사인 리스프로 이동석 대표는 “사실을 편집하고 해설과 음악을 붙인다는 면에서 다큐멘터리는 궁극적으로 다 똑같지만 이를 어떻게 가공하는지는 전적으로 연출자의 아이디어”라며 다루는 인물이 다르다고 해서 표절 시비에서 자유로울 수는 없다”고 주장하였다.

이에 대해 SBS 외주제작팀 이선의 차장은 “포장하는 방식은 얼마든지 비슷할 수 있다”면서 〈인간극장〉은 남녀 모두를 다루는 반면 〈휴먼스토리 여자〉는 주부 시청자의 공감을 얻기 위해 여자만을 소재로 하기 때문에 베꼈다는 주장은 받아들일 수 없다”고 주장하였다.

〈인간극장〉의 외주 제작사인 리스프로는 항의전화와 경고성 메시지를 보내고 법적 대응 또한 강구하고 있음을 SBS측에 전달하였으나 시정 되지 않았다. 〈인간극장〉은 2002년 3월 어문저작물로 저작권 등록되었기 때문에 이 결과에 주목하였으나 그 결과에 대해서는 알려진바 없고 2004년 4월 〈휴먼스토리 여자〉는 종영하였다.

3. 소결

한국의 방송 포맷 산업이 다른 나라들에 비해서 활발하지는 않지만 수출입의 증가는 꾸준히 높아지고 있는 것으로 보인다. 한류를 바탕으로 한 드라마의 성공적인 수출이 포맷 산업에도 좋은 영향을 미칠 것으로 분석되고 있는 가운데 한국의 예능 프로그램 포맷 수출 개척을 위한 통로를 준비하는 것이 현재 방송업계에 과제라고 할 수 있겠다. 방송 포맷의 수출이 업계에 막대한 이익을 가져다주는 수익원으로 자리 잡을 수 있는 블루오션이므로 포맷 연구에 대한 적극적 투자와 제도 장치의 마련이 필요하다.

해외의 유명 포맷 회사의 판매방식에 따라 파견 PD의 제도나 포맷 바이블을 제작하여 판매한다면 포맷의 수익성은 더 확대 될 수 있다. 아직까지는 수입이나 수출을 위한 체계가 부족하지만 이를 위한 중개기관이나 유통경로의 확충이 필요한 것으로 분석된다.

방송 포맷 수입은 해외의 성공적인 프로그램의 포맷을 수입하여 제작 방영하기 때문에 프로그램 개발에 대한 부담감이 적은 면에서 장점으로 여겨지나 방송 포맷 수입에 있어 중요하게 고려되어야하는 문화적 할인이라는 벽은 만만하지 않다. 해외에서 성공한 프로그램이 한국에서 꼭 성공 한다는 보장이 없기 때문이다. 포맷 수입을 통한 성공적인 프로그램 제작을 위해서는 포맷의 현지화를 위한 포맷 전문가의 양성도 가장 우선되어야 하며 제도적인 지원과 투자 또한 병행되어야 할 것이다.

국내 방송 포맷 비즈니스의 발전을 위해 저작권 분쟁과 관련하여 이제는 외국의 프로그램을 노골적으로 표절하는 업계의 관행 또한 지양되어야하며 방송 포맷의 개념과 그 권리 보호에 대한 인식이 사회 전반적으로 전환되어야 하는 시점에 서 있는 것으로 분석된다.



제6장

**국내 방송 포맷의 권리보호와
산업 활성화를 위한 정책 방안**

제6장 국내 방송 포맷의 권리보호와 산업 활성화를 위한 정책 방안

1. 지적재산권 관련 법체계에서 방송 포맷의 권리보호를 위한 방안

지적재산권(intellectual property right)은 지식소유권이라고도 하는데, 이 권리에 관한 문제를 담당하는 UN의 전문기구인 세계지적재산권기구(WIPO)는 지적재산권의 개념을 다음과 같이 구체적으로 정의하고 있다: '문학·예술 및 과학작품, 연출, 예술가의 공연·음반 및 방송, 발명, 과학적 발견, 공업의장·등록상표·상호 등에 대한 보호권리와 공업·과학·문학 또는 예술분야의 지적 활동에서 발생하는 기타 모든 권리를 포함한다'.

즉 지적재산권이란 인간의 지적 창조물 중에서 법으로 보호할 만한 가치가 있는 것들에 대해 법이 부여한 권리로서 저작권과 산업재산권으로 구분되는데, 저작권은 출판과 동시에 보호를 받으나 산업재산권은 특허청의 심사를 거쳐 등록을 해야만 보호를 받는다.

지식재산권과 관련된 한국의 법률로는 특허법·저작권법·실용신안법·디자인법·상표법·발명보호법 등이 있으며, 이들에 관한 권리보호를 위하여 국제적으로 협약한 조약으로는 '공업소유권의 보호를 위한 파리 협약', '한·일 상표권 상호보호에 관한 협정' 등이 있다. 현재 한국에서는 산업재산권은 특허청에서, 저작권은 문화체육관광부에서 관장하고 있다.

지식소유권의 문제는 특히 국가 간에 보호 장치가 되어 있느냐의 여부와 국가 간 제도상의 차이 때문에 분쟁의 대상이 되고 있다. 정보유통이 급속하게 이루어지고 있는 이 시대에는 어떤 국가가 상당한 시간과 인력 및 비용을 투입하여 얻은 각종 정보와 기술문화가 쉽게 다른 나라로 흘러들어가기 마련이어서 선진국들은 이를 보호하기 위한 조치를 강화하고 있다.

한편 지식재산권의 하나인 저작권이란 소설이나 각본, 논문과 같은 어문 저작물, 음악이나 미술, 영상 저작물 등에 대한 저작자의 권리와 저작 인접권을 보호하고, 이들 저작물의 공정 이용을 도모하여 문화의 향상 발전에 이바지하는 것을 목적으로 하는 법률이다.

국제적으로 베른협약에 바탕을 두고 있는 저작권은 창작물을 만든 사람이 자기 저작물에 대해 가지는 배타적인 법적 권리로서 많은 국가에서 인정되는 권리이다. 따라서 저작권자는 법에 정하는 바에 따라 다른 사람이 복제·공연·전시·방송·전송하는 등의 이용을 허가하거나 금지할 수 있다. 또 저작권은 인격권과 재산권으로 구분한다.

위에서 살펴본 바와 같이 TV 포맷의 권리가 보호될 수 있는 법은 저작권법이 제일 밀접한 관련을 갖고 있고, 더 넓게는 지적재산권 중 산업재산권의 일부로서 보호를 받을 수 있다.

그러나 방송 포맷이 법적으로 보호받는 일은 현재의 법률 체계에서는 많은 한계가 존재하고 있다. 수십 년 동안 국제적으로 실질적인 TV포맷의 거래가 이루어지고 있지만 아직도 공정하고 효율적인 법적 장치가 마련되지 못해 법적 보호는 매우 모호한 상태이다.

2009년 영국의 Bournemouth 대학교가 개최한 세미나에서 발표된 “TV 포맷권 분쟁 데이터 베이스”(TV Format Rights Disputes Database)에 따르면, 포맷 분쟁이 법정으로까지 진행되었을 경우 원고와 피고의 승률이 절반씩 차이(Singh, 2009)하고 있는데, 이중에서 방송과 직접 관련 있는 제소의 경우 원고

의 승률은 절반에도 미치지 못하고 있다. 또한 이 데이터베이스의 포맷 분쟁유형 분포를 살펴보면, 저작권 침해 80%, 비밀파기 8%, 계약위반 5%, 사칭통용(Passing Off) 2% 그리고 기타 5%로 나타나고 있다.

소송 결과 포맷의 권리를 인정해주는 경우가 적은 것 못지않게 세계 어느 국가에서도 TV 포맷을 보호하기 위한 별도의 법률이나 규정이 마련되어 있지 않아 그때그때 법원의 판단에 의존하고 있다는 점도 포맷 권리 보호의 장애물로 작용하고 있다. 각국의 법체계가 상이하고 그리고 국가마다 인정의 범위가 달라 국제적으로 통용되는 분명한 법적 구체수단이 존재하지 않다는 것이다. 그렇다고 가까운 장래에 국내외 적으로 TV포맷을 보호할 수 있는 법제도적 장치가 마련되는 것도 기대하기 어려운 현실이다. 또 TV 포맷 업계의 관행이 존재하고 있으나 이것은 법적 보호를 받거나 구제를 보장하는 것은 아니다.

지난 20여년 동안 각국의 포맷관련 판례들을 살펴보면 포맷 제작자들의 권리가 저작권, 불공정경쟁법, 비밀보호법 그리고 등록상표법 등을 근거로 이루어지고 있음을 알 수 있다. 기존 판례들을 중심으로 구체적인 내용을 분석해 보면 다음과 같다.

1) 저작권 침해

포맷 재산권의 보호를 규정하는 기본적인 속성은 저작권법에 기반을 두고 있다. 그런데 저작권법에서는 아이디어 자체를 보호하지는 않는다.

통상 완성된 기존의 TV 포맷은 구매를 원하는 상대방에게 판매하는 라이선싱(Licensing)이 있다. 라이선스 구매의 경우 상응하는 비용을 지불하는 대신에 제작 노하우를 전수받을 수 있을 뿐만 아니라 이미 검증된 프로그램을 통해 위험부담을 줄일 수 있는 장점이 있다. 그런데 라이선싱의 경우에는 원 제작국가에서 만들어진 그대로 제작하여 방송하게 하는 경우와 구매국가의 문화적 특성 등을 감안하여 현지화 버전을 제작하도록 허용하는 경우가 있다.

합법적인 포맷거래와 달리 불법으로 포맷을 복제(Copying)하는 경우가 있다. 이것은 라이선스 구매와 달리 포맷의 모호한 법적 보호시스템을 노려 비용을 지불하지 않고 무임승차 하는 것이다(Gottlieb, 2010).

그동안 TV 포맷들은 대부분 일반화된 아이디어로 인식되어 저작권으로 보호받지 못했으며 또한 프로그램으로서 특정요소에서 저작물로 보호받기 위한 충분한 구성요소들이 부족하다는 판결을 받기도 하였다. 물론 지난 20여년간의 판례를 살펴보면 저작권 소송에서 승소한 경우도 있다.

포맷 저작권에 대한 특별한 법적 규정이 부재한 상태에서, TV 포맷은 보호가 가능한 모든 소유권의 묶음으로 간주될지도 모른다. 성공적인 TV 포맷의 핵심 요소는 제작 노하우, 독특한 명칭, 비주얼 특징들(예, 무대 및 조명), 캐치프레이즈, 브랜드명 등을 포함한 독창적 컨셉일 것이다. 저작권 침해자는 아래의 포맷 요소들을 하나 혹은 여러 개 위반하여 사용할 것이다(FRAP Report, 2011).

- 창조적 콘텐츠 복제
- 혼동을 유발하는 유사 프로그램 제작
- 노하우 훔치기
- 비슷한 타이틀, 캐치프레이즈, 로고 등의 사용
- 부당한 사업적 이득 획득

그런데 포맷 속 저작권 침해에 대한 소송은 갈수록 어려워지고 있다. 네덜란드의 전문 TV 포맷회사인

Endemol은 〈Big Brother〉 포맷과 관련하여 네덜란드와 브라질에서 승소한 바 있고, 벨기에, 캐나다, 스페인에서도 승소한 케이스들이 존재한다. 그러나 독일 대법원의 최근 결정에 비추어 볼 때 독일 등의 다른 나라에서는 승소가 더욱 어려운 환경이 되기도 하였다.

성공적인 TV 포맷에 있어 가장 중요한 요소는 콘텐츠, 스토리, 캐릭터/진행자, 속도, 음악, 조명, 무대/세트 디자인 등의 독특한 조합에 있다. 포맷 제작자들은 개발 가능한 포맷과 이러한 콘텐츠 창작을 위해 상당한 스킬과 자원을 투자할 것이다. 저작권법은 이러한 창작의 세부적 표현들을 저작물의 형식으로 보호한다. 이는 아이디어 그 이상이어야만 한다. 지금까지의 사례들을 볼 때, TV 포맷 저작권에 대한 침해 소송들은 상당히 성공적이지 못했다. 그 이유는 포맷이 세부 사항에 있어 불충분하게 기록되었거나 기술되지 않았기 때문이었고, 혹은 오리지널 포맷과 복제물 간의 유사성이 평범한 수준이었기 때문이다(FRAPA Report, 2011)

이처럼 저작권법이 존재하지만 현재 TV포맷의 제작상황을 따라가지 못하고 있다. 앞에서 언급한 바와 같이 TV 포맷에는 여러 가지 권리가 뒤섞여 있어 매우 복잡한 문제이다. 그래서 어떤 것이 보호를 받고, 어떤 것이 보호를 받지 못하는 것인지는 법원의 판례를 통해 보완되고 있는 실정이다. 또 TV 프로그램은 가계도와 같아서 완전히 새로운 프로그램이 탄생하는 것보다는 기존의 것에 변화를 가하면서 발전해 가기 때문에 어느 것이 오리지널인지 판단을 내리는 것이 쉽지 않다(Coad, 2012).

통상 스크립트가 존재하지 않는 포맷은 저작권법상 보호를 받는 것이 어려운 것이 현실이다. 즉 아이디어 자체는 보호될 수 없고 그 아이디어가 문서화되어 표현되었을 경우에 보호받을 가능성이 커지는 것이다. 물론 문서화되었다고 해서 반드시 보호받는다는 것을 의미하지는 않는다.

따라서 포맷 보호를 전제조건 가운데 하나는 바로 초기의 아이디어를 기록하여 문서화작업을 하는 것이다. 이같이 문서화된 자료는 법정에서 중요한 판단자료로 활용될 수 있는데, 이 프로그램이 어떻게 제작되었는지를 밝혀주는 증거자료가 되기 때문이다. 그래서 FRAPA에 포맷을 업로드 해 놓으면, 나중에 증거자료로서 유용하게 이용될 수 있다. FRAPA는 연회원으로 가입할 경우 서면포맷을 등록할 수 있도록 해주고 있다. 비회원사도 온라인에 등록할 수 있는데 분쟁 시 발생 효력은 동일하다. 온라인으로 등록 시 50유로를 부담하면 된다. 또한 포맷 개발자의 아이디어를 다른 사람이 유출할 수 없도록 비밀보장에 관한 문서를 작성하고 서약을 받을 수도 있다.

TV 포맷을 저작권법상의 보호를 받기 위한 노력의 보다 진전된 수단은 포맷 바이블을 활용하는 것이다. 포맷 바이블이란 특정 포맷에 관한 완벽한 정보를 제공하는 매뉴얼로서 패키지 노하우의 결정체이다. 그래서 포맷 바이블은 그 포맷의 내용과 구조는 물론 콘텐츠에 관한 가능한 한 많은 세부사항을 담아야 한다. TV 포맷 창작에 투여된 기술과 노동을 입증하기 위해서는, 바이블 안에 음악, 그래픽, 오프닝 시퀀스, 도입부, 조명, 무대 디자인, 제작 노하우, 카메라 레이아웃 등에 대한 세부사항을 비롯하여 구성 요소와 관련한 정보들이 포함된다. 더 나아가 프로그램의 타깃 오디언스와 이상적인 편성 시간까지도 포함된다. 이 때문에 포맷 바이블이 각 국가에 판매되어 현지화 된 버전의 제작 횟수가 증가할수록 관련 데이터들이 계속 늘어나기 때문에 갈수록 그 분량이 많아지게 된다.

물론 포맷 바이블이 없어도 이미 많은 프로그램이 제작돼 왔기 때문에 바이블이 반드시 필요한가에 대해 회의적인 생각을 가진 경우도 있고 또 바이블이 존재한다고 하여도 과연 그 내용이 얼마나 충실한가에 대한 문제도 제기될 수 있다. 그러나 포맷 바이블이 존재할 경우에는 포맷 판매 시 유리하게 작용한다(은혜정, 2012).

TV 포맷이 저작권으로서 보호를 받으려면 문서화된 포맷을 근거로 프로그램의 유사성들을 구체적으로

설명하는 것이 무엇보다도 중요하다. 또 저작권과 관련하여 다수의 국제조약이 존재하기 때문에 TV 포맷의 경우 저작권법이 어떤 요소들을 보호하는 가를 살펴볼 필요가 있다. 저작권법은 문학적(literary), 예술적(artistic), 음악적(musical), 희극(드라마틱) 작업 등과 같은 창작물의 범주들을 보호한다. 반면 저작권은 개념(concept)이나 아이디어(idea)는 보호하지 않는데, 예를 들면 개요나 고급 플롯 등이 그러하다. TV 쇼의 경우 다양한 저작권을 차원의 결과물들이 존재하는데 이를 살펴보면 다음과 같다.

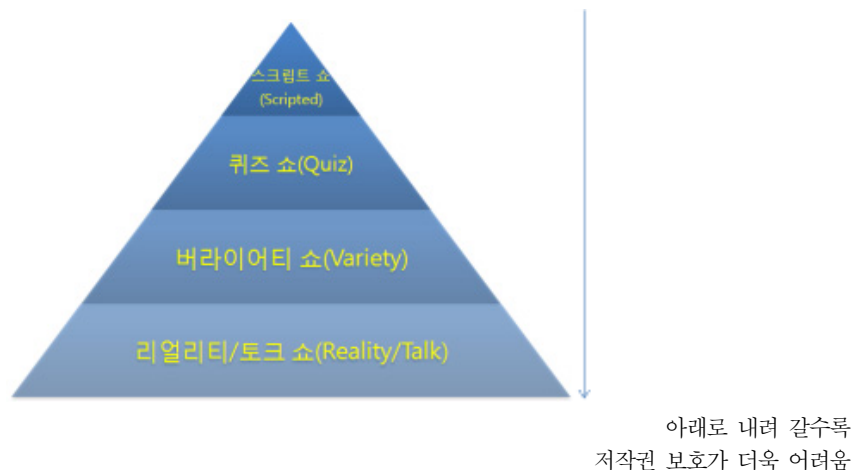
< 전형적인 저작권을 적용할 수 있는 TV 포맷속의 작업들>

- 스크립트 (문학적)
- 스토리보드 (예술적/문학적)
- 음악 (음악적)
- 연기 (드라마틱)
- 결합요소 (드라마틱)
- 그래픽 요소 (예술적)

문학적 저작권의 경우 스크립트를 보호하고, 예술적 저작권은 스토리보드, 세트 디자인, 레이아웃, 화면상의 모든 그래픽 요소들을 보호하며, 음악 저작권은 오프닝 음악이나 그 외의 쇼를 위해 만들어진 다른 음악들을 보호한다. 이러한 각각의 작업들은 모두 개별적으로 보호되는데, 희극적 작업에서는 이러한 요소들 또는 다른 특성들이 결합되어 존재하기도 한다. 캐나다와 뉴질랜드 그리고 영국에서는 이러한 희극적 작업에 대한 기준이 상당히 높다. 포맷을 구성하는 특징들로 소송하기 위해서는 그 특징들이 연출을 가능하게 하는 충분한 일치성을 반드시 가져야 한다. 이러한 특징들은 꼭 서로 연관성이 있어야 하며, 충분한 확실성을 가지고 구체적인 정의가 내려져야 한다. 예를 들면, 작품 속 스토리, 연속적인 관련 사건들의 맥락, 그리고 대화 또는 연기 혹은 두 가지 모두를 이용한 서술 또는 표현 등이 필요하다.

스페인에서는, 저작권을 갖는 작업들이 언제, 어디서, 어떻게 일어나는지와 같은 충분한 세부사항과 함께, 프로그램의 골격을 형성하는 서면(written) 결과물로서 미리 결정된 방식으로 조합이 된다면, 요소들의 조합이 하나의 체제로 보호받을 수도 있다.

<그림 4> 저작권과 다양한 콘텐츠



※ 출처: FRAPA Report 2011 p.11

이를 기반으로, 다양한 엔터테인먼트 장르들이 비교적 저작권에 의한 보호가 잘 이루어진다는 점을 알 수 있다. 음악과 그래픽 요소를 제외하고, 문서화 된 포맷 또는 프로그램은 문학적 저작권에 의해 더 잘 보호될 수 있는 반면 진행자와 참가자 간의 자발적 상호작용이 요구되는 리얼리티나 버라이어티 쇼는 보호받기 더 어렵다. 피라미드의 윗부분을 보면, 세부적인 스토리와 캐릭터 그리고 내러티브를 가지고 잘 정의된 문서화된 프로그램들이 좀 더 쉽게 보호받을 수 있음을 알 수 있다.

저작권 보호를 유도하기 위해서는, 반드시 저작물이 어느 정도 고정되어 있거나 서면 또는 레코딩 등으로 기록되어 있어야 하고, 이러한 것들에서 일정 수준의 창의성이 요구된다. 여기서 요구되는 창의성의 수준은 각 국가의 사법권마다 다르다. 대부분의 경우 저작물이 창작자의 기술과 노동의 결과라는 맥락에서 저작물은 일정 수준의 독창성과 지적 창조(intellectual creation)를 지니고 있어야 하고, 충분히 독창적이어야 하며 이미 시장에 나와 있는 작품들과는 거리가 있어야 한다. 작품은 다른 이의 작품을 카피하거나 너무나 잘 알려지고 이미 존재하는 요소들을 잘 알려진 방식으로 결합해서는 안 된다. 스페인에서는 이 뿐만 아니라 작품은 ‘인간’ 창작자의 창작물이어야 한다는 조건 또한 요구한다.

저작권자들은 분명한 기본적 권리를 가지고 있다. 이들은 다음의 공인되지 않은 저작물 사용을 제지할 것이다.

- (1) 다양한 형식의 복제, 이를 테면 인쇄되는 출판물이나 소리 녹음 등
- (2) 뮤지컬이나 연극 작품 속에서 이루어지는 공연
- (3) 녹음녹화, 예를 들면 콤팩트 디스크, DVD, MP3 등의 형식
- (4) 라디오, 케이블, 위성, 인터넷 등을 통한 방송(broadcast) 또는 커뮤니케이션
- (5) 다른 언어로 번역 또는 소설을 영화화 하는 등의 각색

대부분의 나라에서는 저작권 침해를 증명하기 위해 저작권자가 자신의 저작물과 저작권 침해물 또는 복제물 사이에 상당한 유사성이 있음을 보여줘야 한다.

캐나다와 미국 같은 일부 나라에서 저작권은 저작권이 집행되기 이전에 등록되어 있어야만 한다. 이러한 나라들은 저작권에 대한 저작권과 소유권을 분명하게 구축하기 위해 간단하고도 효과적인 방법들을 소유자에게 제공함으로써 등록만으로도 저작권과 관련 권리의 시행을 용이하게 한다.

다음으로 TV 포맷과 관련하여 저작권법을 적용하는데 애로사항이 무엇인지를 살펴보고자 한다. 저작권 위반에 대한 보상 청구에 있어 가장 큰 어려움 중 하나는 저작권이 적용될 수 있는 작업들을 식별하는 일이다. 넓은 개념 또는 아이디어를 넘어서서 독창적이며 저작권 보호를 받을 수 있는 특별한 저작물임을 확인시키는 일은 매우 필요한 부분이다. 그래서 문서화되지 않은 포맷들에게 있어 어려운 도전이 될 것이다.

포맷은 보호 가능한 저작물이라는 것을 입증하기 위해 포맷 바이블(format bible)에 의지하고 있다. 동시에 저작권의 보호를 받는 작업들은 침해를 증명할 만큼 충분히 광범위할 필요가 있다. 예를 들어, 게임 쇼 프로그램 포맷의 복제물이 비슷한 타이틀을 달고 동일한 질문들을 사용하고 같은 진행자를 섭외하고 오리지널 포맷의 조명과 음악까지 그대로 하는 식의 복제는 하지 않을 것이다. 오히려 복제자는 오리지널 포맷의 ‘주제(theme)’나 전반적인 시퀀스를 더 가져가려 하고 상세한 부분들은 모두 바꾸어 사용할 것이다. 만약 포맷 제작자가 그의 포맷에서 매우 상세한 묘사에 주목한다면 이는 침해라고 여겨지기 어려울 것이다. 또한 포맷 제작자가 고도의 플롯에 의존한다면 이는 저작권에 의해 보호받기 어려울 것이다.

또한 포맷 제작자는 원 포맷과 저작권 침해 복제본 사이의 객관적이고 세부적인 유사성에 주목하는 것이 요구된다. 법원은 구성, 주제, 대화, 세팅 또는 장면의 분위기, 속도, 시퀀스 및 캐릭터와 관련하여 유사성을 찾으려 할 것이다. 때문에 높은 수준의 또는 구조적 유사성은 침해 사실을 밝히는 데에 충분하지 않을 수 있다. 분명한 유사성이 존재하고 침해자가 포맷에 접근했던 바가 있다면(예, 원 포맷이 잘 알려져 있거나 이미 방송에 나갔던 경우) 이는 복제에 대한 일단의 증거를 보여주기에 충분한 것이다. 그러면 저작권 침해자는 자신이 프로그램을 오리지널 포맷에 대한 참고 없이 어떻게 창작하였는지를 보여줘야 하는 책임이 지워지게 된다.

TV 포맷 저작권 침해를 판단하는 데에 있어서의 어려움은 (1) 보호 받아야 할 저작물을 (2) 복제한 작품이 (3) 세부적이고 객관적인 사항들에 있어 원본이 떠오를만한 유사성을 지녔는가를 증명해야 한다는 것이다.

현재 포맷 저작권 보호와 관련하여 논의의 출발점으로 인용되는 대표적인 판례는 1989년 뉴질랜드의 <Opportunity Knocks>에 관한 것이다.

이 판례의 경우 텔런트 쇼의 일부 요소들(예, 박수측정기)은 보호되지 않았는데, 이러한 법원의 결정은 저작권이 포맷을 보호하는 데 실패한 이유로서 인용되어 왔다. 하지만 세계의 저작권법은 이 판례 이후 그동안 꾸준히 발전해왔고, 벨기에, 브라질, 캐나다, 네덜란드, 스페인 등의 법원들은 저작권법을 통해 포맷을 보호해왔다. 반면 독일이나 영국과 같이 여전히 포맷 제작자들이 저작권을 청구하기 어려운 국가들도 있다.

결과적으로 서면 포맷만으로는 보호받기 힘들지만, 제작 노하우와 업무 지식이 포맷 바이블의 세부 사항에 한 번이라도 포함된다면 법원이 저작물을 더욱 쉽게 식별해 내고 이를 보호하도록 할 것이다(FRAPA Report, 2011).

2) 비즈니스 자산으로서 포맷 보호: 사칭통용(Passing-Off)

사칭통용이란 자신의 상품이나 영업을 타인의 상품이나 영업과 같게 보이게 하여 일반 소비자들이 상품을 오인하게 할 우려가 있는 행위를 의미하는데, 주로 상표제도가 부정경쟁방지법 상의 이론에 적용된다. 그래서 이같은 사칭통용은 불건전한 영업행위를 금지하여 정당한 영업행위를 보호하려는 법적 구제의 기초로서 원용되는 개념이다.

상표권과 관련하여 사칭통용을 정의하면, 상표권 침해자가 고의적으로 구매자를 오도하거나 기만하는 상표권 침해행위, 수요자를 기만할 고의를 입증할 증거는 없으나 상표에 대한 오인, 혼동의 우려가 있는 상표권 침해행위 즉, 자신의 상품이나 영업을 타인의 상품이나 영업과 같이 보이게 하여 (예 : 타인의 상표를 사용하여 상품을 판매하는 행위 등) 일반인으로 하여금 오인하게 할 우려가 있는 행위를 말한다.

따라서 사칭통용의 개념을 TV포맷에 적용하면 포맷을 하나의 비즈니스 자산으로 인정하여 어떤 프로그램의 포맷을 먼저 개발된 오리지널 포맷으로 오인하거나 혼동을 야기시키는 행위라 규정할 수 있다. 포맷 복제본이 포맷 제작자의 저작권을 침해하는 것과 관계없이, 복제본은 시장에서 혼란을 불러일으킨다. 시청자 또는 바이어들은 복제본이 원작자로부터 쓰여졌거나 만들어졌다고 믿게 될 경우 매우 혼란스러워 할 것이다. 이러한 환경에서 포맷 제작자는 혼란을 야기하는 포맷으로부터 자신의 포맷을 보호하기 위해 불공정 경쟁 또는 사칭통용과 관련된 법에 의존해야 할 것이다(관습법이 적용되는 국가에서). 혼동

되기 쉬운 유사 복제본을 저지하기 위해서는, 포맷 제작자가 자신의 포맷에 대하여 호의(goodwill) 또는 명성을 관련된 지역에서 어느 정도 획득했다는 것과 함께 시장에 어떠한 혼란을 야기시켰고 제작자가 피해를 입었다는 것에 대해 증명해야 한다.

그렇다면 사칭통용에서는 어떠한 요소들이 보호를 받는지 살펴보면, ‘모방(copycat)’ 포맷이 시장에 혼란을 야기 시켰는지에 초점을 두고 있다. 어떠한 사법권에서는 침해자가 문제의 포맷을 복제했음을 보여 주지 않아도 된다. 대신 그 법률이 대립되거나 혼동을 야기 시키는 포맷을 금지함으로써 포맷 제작자의 사업자산으로서 포맷을 보호하는 것이다.

일반적으로 관습법이 지배하는 곳에서는 포맷 제작자가 자신의 포맷 또는 그 포맷의 일부(이들테면 포맷의 특이성을 자아내는 타이틀이나 조명, 무대 디자인 같은 시각적 특징 등)에서 호의 또는 평가를 얻었다는 것을 보여줘야 한다. 더 나아가 의도를 했든 안했든 간에 모방작이 호의를 유용하여 관련 공중(relevant public)을 혼동하게 만들었거나 혹은 복제본이 포맷 소유자(format owner)에 의해 만들어졌다고 속게 하여, 포맷 소유자가 손실이나 피해를 입게 된다. 여기서 관련 공중은 문제의 포맷의 시청자나 바이어가 될 수 있을 것이다.

민법 관할지역에서는 이러한 행위는 주로 불공정경쟁법의 일부이다. 독일과 같은 몇몇 나라에서는 복제를 증명하는 것보다 불공정 경쟁에 대한 소송을 거는 것이 더 필요하다.

예를 들어, 스페인에서는 어떤 행위가 (1) 혼동을 야기 시켰거나 (2) 포맷 제작자의 활동 또는 행위를 모방했거나 혹은 (3) 포맷 제작자들의 평가를 유용했을 때 불공정 행위가 문제시 될 것이다.

스페인에서는 포맷 제작자의 활동 또는 행위를 모방하는 행동은 다음 사항들이 이루어질 때 문제 시된다.

- (1) 소비자들에게 위험을 연상시키도록 만들거나
- (2) 포맷 제작자의 평가 또는 수고에 대한 부당한 이득을 취하기 위함이 목적이거나 (연계 또는 이득을 막을 수도 있는 경우)
- (3) 포맷 제작자의 활동과 비즈니스 계획을 방해하고 시장에서 이들의 발전을 저해하는 체계적 모방과 관련이 있는 경우(불평하는 행동이 시장에서 받아들여 질 수 없고, 해서도 안 되는 행동이라는 전제로)

주요 필요 요건 중 하나는 포맷이 관련 국가에서 명성을 얻었다는 것을 보여줘야 한다는 것이다. 이는 언론 커버리지와 수입을 강조함과 더불어 지속적인 시청률과 주목할 만한 시청자 점유율을 증명함으로써 획득될 수 있다. 이것은 포맷이 그 나라에서 방영되었거나 혹은 그 프로그램이 눈에 띄는 즉각적 성공을 거두었을 경우 비교적 쉬운 요건이다.

관련 국가에서 포맷이 아직 방영되지 않았지만 해외에서 상당한 성공을 거두었을 경우, 명성과 호의의 국경초월(spill-over) 결과로서 그 포맷이 그 나라에서 ‘유명하게’ 되었음을 주장하는 것이 가능해진다. 이는 전통적으로 증명이 어렵지만, 위성TV를 통해 외국 TV채널 수신이 가능하고 유튜브와 같은 인터넷 사이트를 통해 외국 콘텐츠 접근이 가능한 지역에서는 점차 쉬워질 것으로 보인다.

그런데 사칭통용으로 권리를 보호하는 것도 많은 어려움이 있다. 위에서 언급한 바와 같이, 사칭통용의 핵심요소는 포맷이 관련 국가에서 평가를 받았음을 증명하는 것이다. 그런데 포맷이 아직 상영되지 않았거나 매우 최근에 방영된 경우에는 이러한 증명이 어려울 것이다.

더욱이 혼동을 증명할 현지 요건들도 나라마다 다르다. 어떤 나라에서는 혼동의 기능성만 요구하는 반면 어떤 나라에서는 혼동되는 각각으로부터 세부적 진술을 요구하는데, 이 때 포맷 제작자가 시청자들의 의견 또는 모니터링을 검토하고 시장에서 바이어와 Scouts의 문의를 수집 및 분석하는 것까지 요구하기도 한다. 어떠한 법률에 있어서는 이러한 증거의 힘이 매우 중요하다.

혼동이 있음을 보일 수 있는 요건은 모방 포맷이 오리지널 포맷과 다른 채널에서 방영되었을 때 어려워진다. 대중은 모방 포맷이 오리지널 포맷으로부터 영감을 받았지만 각기 다른 채널에서의 방영은 두 프로그램의 원천(source)을 넘어서서 가능한 혼동들을 없애는 데에 충분하다고 여길 것이다.

그렇다면 그동안 사칭통용과 관련된 제소는 뉴질랜드(*Green vs Broadcasting Corporation of New Zealand*, 1989), 독일(*MME vs WDR/ARD*, 1995/ *developer vs ZDF*, 1995/ *TV-Design vs SWF*, 2003), 프랑스(*Saranga Productions 외 vs Canal Plus 외*, 2005), 영국(*A&E Television Networks vs Channel 4 Corporation*, 2006) 그리고 스페인(*Television Autonomia De Madrid, S.A. vs TVE*, 2007/ *Atomis Media, S.A. vs Outright Distribución Ltd vs CTV, S.A.* 2010) 등 주로 유럽 국가들에서 이루어졌다.

그 결과 뉴질랜드에서는 사칭통용에 대한 주장이 성공적이지 못하였지만, 근래에 프랑스, 스페인과 같은 국가들에서는 혼동을 일으키는 유사 포맷을 막기 위해 불공정경쟁법을 적용해왔다. 승소한 사례들을 보면 포맷 제작자가 모방 포맷으로 인해 시장에서 다른 방송사에게 자신의 포맷을 판매할 기회를 잃었다거나 시청률을 잃었다는 것을 증명한 경우이다(FRAPA Report, 2011).

3) 라이선싱 산업의 일부로서 포맷 보호: 불공정거래행위 방지

사칭통용 방식의 소송에 더하여, 민사 재판권은 불공정경쟁법의 한 부분으로써 불공정 거래행위에 대한 해결책을 제시한다. 포맷이 광범위하게 라이선싱되고 유통됨으로 인해, 모방 포맷이 라이선스 사용료를 지불하지 않고 오리지널 포맷을 복제함으로써 불공정 거래행위를 통한 이득을 획득하게 된다. 몇몇 법원에서는 이러한 행위를 ‘기생적(parasitic)’ 행위라고 본다. 비록 개념들이 항상 아주 명확히 정의되진 않지만, 포맷 제작자들은 덴마크나 프랑스와 같은 나라에서 어느 정도 승소를 거두고 있다.

그렇다면 불공정거래행위법은 포맷의 어떤 요소들을 보호하는 가를 살펴보자. 불공정 경쟁과 불공정 거래행위에 관한 법은 포맷뿐 아니라 글로벌한 업계, 그리고 라이선싱 업계에서도 기초가 되는 창의적 요소를 인정한다. 불공정 거래행위에 대한 소송은 모방 포맷이 불공정 거래 또는 마케팅 행위를 취하고 불공정 거래에 따른 이득을 획득한 사실에 따른다. 각각의 사례들은 문제시 되는 특정 활동들을 근거로 한 실상들을 조사받는다.

불공정 거래행위에 대한 소송은 대부분 광범위하게 성문화된 법제도에 입각한 민사 재판권에서 주로 발생된다(이는 관습법 관할 구역과는 다르다. 영국의 경우 법의 중요 법전이 법에 명시된 조항에 근거하지 않고 판례법과 선례로 구성된다). 독일이나 스페인 같은 국가들에서는 사칭통용 행위와 불공정거래행위가 일반적으로 불공정경쟁법의 부분 집합으로 존재한다. 포맷 제작자들은 자주 불공정 경쟁을 주장하고 일반적으로 혼동과 불공정 거래 행위 관련법 모두에 의존할 것이다.

벨기에와 프랑스와 같은 나라에서는 기생 또는 무임승차가 불공정 거래 행위와 다름없다고 본다. 예를 들어 벨기에에서는 기생행위가 다음의 기준들과 부합될 때 발생한다고 본다.

- (1) 오리지널은 반드시 창의적 노력과 투자에 의한 결과물이어야 한다.
- (2) 오리지널은 반드시 경제적 가치를 보여줘야 한다.
- (3) 무임승차자는 창작자의 창의적 노력과 투자로부터 직접적으로 이득을 취한자이다.
- (4) 무임승차자는 스스로 어떤 창의적 노력과 투자도 투여하지 않은 자이다.

어떤 것이 불공정 거래행위에 포함되는지에 대한 정확한 범위는 불확실하다. 2009년 5월에 있었던 판례에서는 벨기에 대법원은 지적재산권이 침해되지 않았거나 다른 정황들에서 불공정 거래행위가 나타나지 않는다면 복제는 허용 가능함을 제시하였다. 법원이 어떤 것이 불공정 거래행위에 해당하는지는 명시하지 않았기에 어떻게 이 단서를 해석할지는 불분명하다. 그런데 사법권마다 불공정 비즈니스 행위에 대한 주장이 달라 종종 일치시키기 어려울 정도로 많은 일들로 이어진다. 불공정 행위가 어느 정도여야 하는지에 대해서는 저작권 침해 혐의자가 잘못되거나, 나쁘거나, 불공정한 무언가를 했던 안했던 간에 법원이 사례별 사실에 대하여 느끼는 정도에 의존해야 한다. 이러한 모든 개념들은 연속된 일련의 모호한 결과로 인해 야기되는 것으로서 국가별 뿐 만 아니라 한 국가 안에서조차 주관적이다.

불공정 거래 행위 소송에서 승소하기 위해 몇몇 국가에서는 복제 행위를 넘어서 불공정 행위를 식별하는 것이 필요하다. 독일에서는 사칭통용과 불공정 거래행위가 독일의 불공정경쟁법과 관련돼 있다. 지금까지 독일 법원은 (저작권을 침해하지 않는) 불공정한 경쟁을 하는 모방 포맷 찾기를 꺼려왔다. 이들의 일반적인 생각은 만약 모방 포맷이 매우 구체적인 저작권 조항을 침해하지만 않는다면 모방 포맷은 허용 가능하다는 것이다. 모방 포맷이 불공정한 경쟁이 되게 하려면 포맷 제작자는 복제를 넘어서 불공정 행위임을 보여줘야 할 것이다. 불공정 행위는 대중을 혼란에 빠뜨리거나 혹은 포맷 제작자에 대한 평가를 부당하게 이용하거나 손상시킨 경우를 포함할 수 있다.

앞에서 논의된 것처럼, 혼동을 야기하는 것에 대한 규명은 어려운 부분이 있다. 독일 법원은 모방 포맷이 포맷 제작자의 평가를 손상시켰거나 원작에 대한 시청자의 찬사를 부당하게 이용했다는 것에 대해 아직 다루 본 적이 없다. 지금까지 독일 법원은 논의되는 포맷이 충분히 독창적이지 않다거나 혹은 오리지널 포맷과 모방 포맷 간의 유사성이 불충분하다는 이유로 불공정 경쟁 또는 사칭통용(passing off) 행위 기반의 사례들을 일축시켜왔다.

그동안 불공정경쟁 관련 소송으로서 밝혀진 사례는 두 건(덴마크, Celador Productions vs Denmark's Radio & Television, 1999/ 프랑스, Endemol Productions vs ALI Productions 외, 2011)이다. 이 두 건은 모두 유럽대륙에서 보고된 것인데, 주관성이 개입되긴 하지만 포맷 제작자들은 불공정 경쟁에 대한 소송에서 모두 승소를 하였다.

해당 법원은 모방 포맷이 대중을 혼란스럽게 만들었음을 찾아내어 불공정 거래행위를 찾아내는 데까지 나아간 것을 볼 수 있다. 이러한 판례들은 혼동을 야기 시키는 포맷과 불공정 거래 포맷 사이의 시너지를 실증한다. 법원은 모방 포맷으로 인해 혼란이 야기되면 불공정 거래에 따른 이득 또한 취할 수 있음을 찾을 수 있게 되었다(FRAPA Report 2011).

이처럼 포맷 제작자들은 불공정 경쟁과 관련된 소송에서 더 큰 성과를 얻고 있다. “불공정 경쟁” 또는 “불공정 거래행위”의 개념은 각 국가의 사법권에 따라 다양하다. 이러한 개념은 저작권 침해자가 대중을 혼란시켰다거나 혹은 불공정한 사업적 이득을 취했다거나 또는 기생 행위에 관여하였는가에 그 근거를 둔다. 2009년 까지만 해도 벨기에 법원에서는 기생 행위에 대해 명백한 기준을 제시하였으나, 매우 광범

위하게 정의되어 있고 해석의 여지가 열려 있다는 한계가 존재했다(FRAP Report 2011).

우리나라에서는 ‘부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률’이 있는데, 이 법은 부정한 경쟁행위와 타인의 영업비밀을 침해하는 행위를 방지하기 위한 것이다. 총 4장으로 구성된 이 법은 제2장에서 부정경쟁행위의 금지 등을 다루고 있다.

원래 이 법은 1961년 12월 30일 ‘부정경쟁방지법’으로 제정되었다가 1998년 12월 31일 내용이 일부 개정되며 ‘부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률’로 개칭되었으며, 2011년 12월 2일 내용이 일부 개정되었다. 이 법에서 사용하는 ‘부정경쟁행위’란 국내에 널리 인식된 타인의 성명, 상호, 상표, 상품의 용기·포장, 그 밖에 타인의 상품임을 표시한 표지(標識)와 동일하거나 유사한 것을 사용하거나 이러한 것을 사용한 상품을 판매·반포(頒布) 또는 수입·수출하여 타인의 상품과 혼동하게 하는 행위 등을 말한다(부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률, 법률 제11112호 일부개정 2011.12.02).

4) 포맷 뒤에 숨겨진 노하우 보호 : 비밀정보법

TV 포맷 뒤에 숨어 있는 제작 노하우는 종종 매우 중요한 창의적 요소로 여겨진다. TV 포맷의 방송으로 수집 불가한 제작 정보는 비밀에 부쳐진다. 이러한 것은 비밀정보법에 의해 보호받을 수 있다. 지금까지의 사례들을 보면 제안서나 TV대본이 제작자나 방송사에 비밀로 되었는데 이들이 저작권자의 동의 없이 부당하게 정보를 이용한 상황들이 대부분이다.

앞에서도 언급한 우리나라의 ‘부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률’의 제3장에서 영업비밀의 보호 등을 다루고 있다. ‘영업비밀’이란 공공연히 알려져 있지 않고 독립된 경제적 가치를 가지는 것으로서 상당한 노력에 의하여 비밀로 유지된 생산방법, 판매방법, 그 밖에 영업활동에 유용한 기술상 또는 경영상의 정보를 말한다(제2조).

고의 또는 과실에 의한 부정경쟁행위나 타인의 영업상 이익을 침해하여 손해를 입힌 자는 그 손해를 배상할 책임을 진다(제5조).

그리고 영업비밀 보유자는 영업비밀 침해행위를 하거나 하려는 자에 대해 그 행위에 의해 영업상의 이익이 침해되거나 침해될 우려가 있는 경우 법원에 그 행위의 금지 또는 예방을 청구할 수 있으며(제10조), 고의 또는 과실에 의한 영업비밀 침해행위로 영업비밀 보유자의 영업상 이익을 침해하여 손해를 입힌 자는 그 손해를 배상할 책임을 진다(제11조) 등 다양한 관련내용들이 있다. 그렇다면 외국의 비밀정보법에서는 포맷의 어떤 요소들을 보호하는지 살펴보고자 한다.

컨설턴트 또는 현지 파견(flying) 프로듀서들은 여러 지역에서도 일관된 포맷이 유지되는 데에 필수적인 역할을 수행한다. 이들은 어떤 것이 특정 포맷을 성공적으로 만들어주는지와 다른 지역에서 배운 세부 사항들에 대한 상세한 지식을 가지고 있을 것이다. 이들은 기술적 제작 노하우의 원천이기도 할 것이다. 만약 이러한 정보가 비밀이라면(정보가 공중에 공유되지 않는 것을 의미, 예를 들면 방송으로는 인식할 수 없는 기술적 제작 정보를 말한다), 포맷 제작자는 이를 보호하기 위해 비밀 정보 법에 의존할 것이다.

이러한 정보가 비밀이라는 것을 보여주어야 하는 동시에 포맷 제작자는 정보가 수령자에게 비밀로 전해진다는 것을 밝힐 필요가 있다. 포맷을 위한 아이디어, 서면 자료, 또는 취급 법이 다른 이에게 비공개 약속 아래 공개되거나 비밀로 명백하게 표시되어 있을 때, 이러한 필요조건은 쉽게 충족된다.

그런데 비밀 누설에 대한 소송과 관련하여 다음 두 가지를 밝혀야 하는 어려움이 존재한다.

- (1) 정보가 비밀이 되기 위해 필요한 퀄리티 정도가 존재함
- (2) 정보들은 비밀유지의무 하에 전달됨

전자와 관련하여, 포맷은 광범위하게 방영되거나 많은 제작 정보를 요구하지 않아도 복제하기가 쉽다는 점에서 정보가 진정 비밀이라는 것을 주장하기가 어렵다. 후자와 관련해서는 판례의 정황들을 미루어 볼 때 비밀의 의무가 성립되었다는 것으로부터 상황을 식별하기가 쉽지 않다. 비밀 의무는 드러나거나 (계약 하에, 예를 들어 비밀 약정) 혹은 정황에 함축되어야 할 것이다.

그런데 그동안 비밀보호법과 관련한 소송들이 어떻게 진행되어 왔는가를 살펴보면 다음과 같다.

그동안 오스트레일리아, 영국, 캐나다, 인도, 영국 등에서 비밀보호법에 따른 다수의 판례들이 있다. 여기에는 비밀 정보에 따라 포맷 제작자가 방송사 피칭후 방송사가 비슷한 혹은 동일한 프로그램 제작에 이용해 온 프로포잘 또는 페이지 포맷들을 보호받은 사례를 포함한다. 영국에서는 ‘구두 논의(oral discussion)’로까지 확장된 바 있다. 이러한 정황 속에서 법원들은 아이디어 또는 컨셉이 비밀이며 유용되어 왔다는 것을 밝혀왔고 특히 인도의 승소 사례가 대표적이다. 이는 단순한 아이디어는 보호받지 못한다는 저작권 보호와 대조적으로 보인다. 가장 최근에는 영국에서 Simon Fuller와 19TV Ltd가 비밀 누출과 관련하여 Simon Cowell’s X-Factor가 제지될 뻔한 사례가 있다. 하지만 이 사례는 영국 법원에 가기도 전에 끝나버렸다.

이처럼 포맷 제작자들은 비밀누출에 대한 소송에서도 성공적인 성과를 거두었다. 이러한 사례들은 매우 명확하게 나타나며, 창작자가 방송사 또는 제작사에 비밀로 제안서를 보냈거나 또는 프로그램 피칭 후 이를 방송사나 제작사가 동의 없이 이용했을 때 주로 발생한다. 저작권이 비록 포맷에 대한 아이디어를 보호해주진 못하지만 비밀정보 관련법에서는 이러한 아이디어가 비밀로 전달되었을 경우 보호받을 수 있다. 이러한 소송들은 호주, 인도, 영국에서 좋은 성과를 얻어내고 있다.

5) 포맷 타이틀 보호: 등록상표법 지원

〈Big Brother〉와 같이 성공적인 포맷들은 여러 국가에서 강력한 브랜드 명과 일관된 프로그램 타이틀을 가지고 있다. 몇몇 포맷들은 프로그램 타이틀의 힘만으로도 많이 팔렸다. 그러나 프로그램 타이틀은 상표로서 등록되어 보호된다. 이는 본 제작자들이 프로그램 타이틀을 경쟁 체제에 이용하거나 공인되지 않은 상품에 대한 경의를 표하는 것을 방지할 수 있도록 한다.

그렇다면 등록상표법에 의해 포맷이 보호되기 위해서는 어떤 요소들이 중요한 것이지 살펴보면, 상표는 독특한 프로그램 타이틀, 로고와 함께 잠재적 소재목과 캐치프레이즈까지 보호한다. 상표는 확실한 상품과 서비스에 대해서 등록된다. 포맷 타이틀은 TV 엔터테인먼트 서비스 뿐 만 아니라 여러 상품과 유명 소비재에도 등재될 것이다. 한번 상표가 등록되면 상품이나 서비스와 관련하여 사용되는 동일 또는 비슷한 표식(sign)들로부터 보호받을 수 있게 된다. 상품이나 서비스가 비슷 또는 동일하거나 혹은 다르냐에 따라 등록된 상표의 주인은 혼동의 가능성이 있음을 보여줘야 하거나 또는 그 sign이 불공정한 이득을 취했다거나 독특한 캐릭터 또는 상표에 대한 평판에 부정적인 영향을 미쳤다는 것을 보여줘야 한다.

독일과 같은 국가들은 “타이틀 저작권(title rights)”이라는 형식으로 추가적인 보호를 제공한다. 작품의 타이틀 보호를 위한 형식적이고 법적인 요건은 없으나, 의도적으로 사용되는 타이틀이 있음을 알리기 위한 등록 절차를 거쳐야 한다(제목보호지침: “Titelschutzanzeiger”). 타이틀 등록이 타이틀 사용에 대한

권리를 수여하는 것은 아니지만, 타이틀이 등록 후 곧 사용되었을 시, 먼저 등록된 타이틀임을 보이는데 사용될 수 있다.

그러나 TV 포맷이 보호받기 위해서는 상표가 각 국가에서 집행되기에 앞서 관련 상품과 서비스로 등록될 필요성이 있다. 이를 위해서는 관여된 국가 수에 따라 복잡하고 많은 비용이 소요되는 절차가 필요할 것이다. 게다가 포맷 타이틀이 번역되거나 지역별로 버전을 달리 한다면 각 지역마다 여러 개의 상표를 등록해야 할 것이다. 등록된 상표는 제3자가 동일하거나 비슷한 상표를 사용하는 것을 막을 수 있다. 하지만 이것은 포맷의 사용을 막진 못한다. 이를 테면 포맷 복제자들은 상표로 등록된 부분들을 변경함으로써 침해를 피해갈 수 있다. 또는 덜 비슷한 프로그램 타이틀이나 다른 로고 등을 택할 수도 있다.

그렇다면 외국에서는 등록상표법에 의해 어떻게 TV 포맷의 권리가 보호되고 있는지 사례들을 통해 살펴보면 다음과 같다.

매년 세계적으로 상표 과잉 판례들이 존재하는데, 여기서는 등록된 상표가 어떻게 포맷을 보호하는 데에 사용될 수 있는지를 보여줄 수 있는 TV 엔터테인먼트 부문의 보고된 사례들만을 담았다.

독일에서는 UFA Grundy vs Sat1(2000)와 ARD vs ProSieben 의 두 개 사례가 작품 타이틀과 관련된 판례이다. 인도에서는 〈Who Wants To Be A Millionaire?〉의 지역 프로그램 제목으로 등록된 상표가 관련 없는 게임 웹사이트에서 사용되는 것을 저지한 바 있다. 또한, 스페인에서는 포맷 제작자들이 관련 없는 제 3자에게 등록되어 있던 지역 프로그램 타이틀의 등록상표를 되찾을 수 있었던 사례도 존재한다.

영국의 A&E Television Networks 케이스처럼, 중독환자를 대상으로 정신치료를 소재로 한 “Intervention”이라는 리얼리티 프로그램이 그 프로그램의 타이틀에 대한 권리소유를 주장하였으나 법원은 이를 인정하지 않았다. 따라서 프로그램 제목에 대한 권리를 보호받기 위해서는 미리 상표권을 등록하는 것이 가장 안전한 방법이다.

우리나라의 경우 상표법(법률 제10885호, 2011.7.21, 타법개정)이 있는데 이는 상표를 보호함으로써 상표사용자의 업무상의 신용유지를 도모하여 산업발전에 이바지하고 아울러 수요자의 이익을 보호하기 위한 법률이다.

이 법은 제1장 총칙, 제2장 상표등록요건 및 상표등록출원, 제3장 심사, 제4장 상표등록료 및 상표등록, 제5장 상표권, 제6장 상표권자의 보호, 제7장 심판, 제8장 재심 및 소송, 제9장 보칙 그리고 제 10장 벌칙 등으로 나누어진 전문 98조와 부칙으로 이루어져 있다.

2. 포맷생성과 제작 및 판매과정 참여자들의 권리 보호 방안

하나의 TV 포맷이 완성되고 그리고 프로그램으로 제작되고 방송되며 더 나아가 포맷이 외국으로 판매되기까지는 복잡한 프로세스를 거치게 된다. 물론 이 과정에서는 방송관련 요소뿐만 아니라 마케팅과 비즈니스 관련 요소들도 감안하여 이루어진다. 포맷의 창조과정은 크리에이터가 프로그램 아이디어를 기록하여 문서포맷을 만들어 제작사로 간다. 그러면 여기에 제작에 필요한 업무지식을 추가하여 프로그램을 제작할 수 있는 완성된 단계의 포맷인 프로그램 포맷을 만들어 낸다. 이렇게 만들어진 포맷을 가지고 파일럿 프로그램을 제작하여 방송사에 피칭을 한다. 그럼 방송사는 제작사로부터 포맷을 구입하여 프로그램을 제작하여 에피소드를 방송한다. 그리고 제작사는 배급사로 자제가 포맷의 판매를 위탁한다.

그리고 문서포맷이나 프로그램 포맷은 해외로 판매될 수 있는데, 이 경우 포맷권리 소유자가 직접 판매

하기도 하고 전문배급사를 에이전트로 활용하기도 한다. 포맷 제작과 거래와 참여하고 있는 주체별로 이들의 권리를 보호할 수 있는 방안들을 살펴보면 다음과 같다.

1) 포맷 아이디어 제안자의 권리보호

포맷의 탄생은 포맷 아이디어 개발자, 즉 포맷 크리에이터로부터 시작한다.

포맷의 기본 아이디어를 마음속에 그린 다음에 리서치와 프로그램 소재를 수집하여 문서화된 포맷으로 만들게 되는데, 이것은 아이디어를 발전시킨 컨셉에 대한 구체적인 레이아웃이라고 볼 수 있다. 통상 문서포맷은 2~70페이지 정도로 작성되며, 프로그램 제작의 시작점 역할을 한다. 문서포맷은 아이디어를 구현하는 방법을 제시하고 있으며 프레젠테이션과 판매협상에 활용된다.

따라서 포맷아이디어 제안자가 방송사나 제작회사의 프로듀서들을 대상으로 문서포맷을 가지고 피칭을 하게 되는데, 이 과정에서 피칭을 받은 측에서 정상적으로 포맷을 구입하지 않고 아이디어가 도용당하는 경우가 있다.

즉 포맷 크리에이터가 정보를 먼저 노출할 경우 프로듀서는 정보를 인지하고 비용을 지불하지 않고 입수하게 되고 크리에이터는 협상의 주도권을 잃게 된다. 프로듀서는 포맷 아이디어가 좋다고 판단하더라도 자기 회사가 독자적으로 유사한 프로그램을 개발할 수 있기 때문이다. 따라서 이 단계에서 포맷 아이디어 제안자의 권리를 보호하기 위해서는 먼저 비공개 협약(Non-Disclosure Agreements: NDA)을 체결하는 것이다. 그래서 프로듀서가 독자적으로 포맷을 발전시키는 경우 절도를 주장하고 중단시킬 수 있어야 한다.

그러나 프로듀서들은 비공개 협약을 거부하는 경우가 있는데 이 경우 노련한 크리에이터는 원하지 않는 비공개 협약을 체결하지 않는다. 크리에이터의 처지에서는 향후 거래를 위해 자신의 재능을 표출할 수 있는 기회를 갖기 위해 어느 정도 노출을 받아들이기도 한다. 잘 알려지지 않은 포맷 아이디어 제안자들의 경우 포맷의 품질이나 개인에 대한 신뢰가 형성되지 않은 상태여서 프로듀서들이 계약을 거부하는 경향이 있기 때문이다. 또한 포맷 아이디어 제안자들은 유사한 포맷을 가지고 시장에서 경쟁이 치열하게 이루어지고 있기 때문에 비공개 협약을 요구할 수 없는 것도 현실이다.

따라서 포맷 아이디어 제안자는 문서 포맷을 마련하였을 경우 저작권 차원의 법적 보호조치를 강구할 수 있으며 또한 계약에 따른 비공개 협약을 위반할 시에는 비밀보호법에 따라 대응할 수 있다. 이를 위해 현실적으로 가능한 방안은 포맷 권리를 인정받을 수 있도록 국제 관련 단체에 등록하는 것이다. Yvonne Seggwiss²⁹⁾에 따르면 일반적으로 FRAPA에 포맷 등록은 회원사로 가입하여 포맷 등록을 할 수 있는데 회원사가 아니더라도 50유로를 지불하면 이 단체에 온라인 등록이 가능하고 포맷 관련 분쟁이 발생할 경우 온라인 등록이나 회원사 등록이나 동일한 효력을 갖는다고 한다.

또한 일반적으로 아이디어 보호를 위해 가장 강력한 근거는 계약에 관한 법률을 들 수 있다. 상업적 가치를 갖는 귀중한 아이디어를 제공하는 사람은 보상을 받는다는 개념이 오래전부터 법률로 인정을 받기 때문이다.

29) FRAPA의 Yvonne Seggiss와 인터뷰, 2012년 10월 5일.

2) 포맷 제작자의 권리보호

프로듀서는 서면 포맷을 기반으로 기술과 제작차원의 요소를 첨가하여 쇼 프로그램의 포맷을 완성하게 되는데, 이를 프로그램 포맷이라고 부른다.

프로그램 포맷에는 아주 다양한 요소들이 결합하는데 규칙, 이름, 장소 등의 몇 가지 기본적 요소들은 문서포맷에서 가져오지만 음악, 세트디자인, 컴퓨터 프로그램, 참가자, 호스트, 캐릭터 등과 같은 제작 노하우를 추가한다. 이 모든 것들이 쇼의 구조와 특성을 결정짓는다. 아마도 어떤 포맷의 가장 중요한 특성은 서로 다른 지역과 환경 속에서 동일한 포맷에 기반한 프로그램을 재창조 할 수 있게 하는 원형으로서의 기능일 것이다.

이렇게 제작된 프로그램 에피소드가 방송이 되고 나면 정상적으로 거래가 되거나 아니면 외국에서 불법적으로 모방하는 경우가 발생한다.

포맷이 판매되는 경우 원제작국에서 제작되고 방송된 것과 똑같이 최종 에피소드들을 판매하거나 아니면 구매국가에서 쇼의 현지화 버전을 제작하는데 사용된다(Gottlieb, 2010). 포맷을 사는 경우는 직접 제작하여 방송하려는 경우와 경쟁사에 방영되지 못하게 하기위해 구입하는 경우가 있다.

그런데 포맷개발의 경우 포맷 전문회사는 아이디어에서부터 문서포맷과 프로그램 포맷을 일체화하여 완성하는 경우도 있고 방송사들은 문서포맷을 구입하여 이를 기반으로 프로그램 포맷을 완성하여 제작, 방송하기도 한다. 물론 방송사들 역시 아이디어에서부터 문서포맷, 프로그램 포맷 그리고 방송까지 모든 프로세스를 자체적으로 해결하는 경우도 있다.

그렇다면 프로그램 포맷 개발자들은 어떠한 법적 보호방안이 가능할 것인가를 살펴보고자 한다.

우선적으로 제작을 통해 완성된 포맷은 다양한 창작적 요소들이 결합되어 있기 때문에 불법으로 유사한 프로그램을 제작, 방송하는 경우 저작권의 보호를 받을 수 있다. 또한 포맷을 비즈니스 자산으로 간주하여 오리지널 방송과 대립되거나 혼동을 야기시키는 경우 사칭통용 그리고 불법복제의 경우 불공정 거래 행위에 해당하기 때문에 관련법에 따라 법적 보호조치를 강구할 수 있을 것이다.

또한 제작에 프로그램 판매를 위해 피칭하였던 제작관련 비밀정보들이 부당하게 제3자에 의해 사용된 경우에는 비밀정보법과 연계하여 대응책을 강구할 수 있다. 또한 프로그램의 타이틀이나 로고, 캐치프레이즈 등도 사전에 등록상표법에 따라 등록한 경우에는 법적으로 보호받을 수 있다.

3) 해외배급사의 권리보호

포맷 비즈니스가 글로벌화 됨으로 인해 새로운 지역에 대한 연결고리를 확보하기 위해 국내외의 해외 배급 전문회사의 도움을 받는다.

위험부담을 줄이기 위해 프로듀서는 대리인을 통해 계약을 성사하기도 한다. 전문배급사는 여러 크리에이터를 대표하고 그리고 다양한 회의에 참여하면서 프로듀서들에 대한 정보를 수집한다. 프로듀서들은 새로운 아이디어와 프로그램에 대한 정보를 에이전트에게 의존하게 되는데, 에이전트는 프로듀서에게 필요한 정보와 아이디어를 제공할 수 있어야 한다. 또한 전문배급사를 이용하게 되면 전문적인 협상이 가능하고 덜 알려진 크리에이터의 발굴에 도움이 된다(Gottlieb, 2010).

일반적으로 해외배급은 네덜란드의 Endemole, 영국의 Fremantle Media, BBC Worldwide, 미국의

William Morris Agency(WMA), 스웨덴의 Sparks Network 등 국제적인 포맷 배급사들을 통해 이루어지고 있다.

그런데 메이저 미국방송사에 진출하려면 에이전트를 통하는 것이 훨씬 유리하기 때문에 영국의 거대한 제작사조차도 에이전트를 활용하고 있다. 반면에 영국에는 배급사만 있고 에이전트는 없다.

그런데 포맷 거래에서 해외배급사를 통해 대행하도록 할 경우 대행수수료를 지불해야 하기 때문에 포맷개발자들의 수익은 줄어들 수밖에 없다. 일반적으로 포맷거래의 수익분배에 있어 가장 큰 몫을 차지하는 쪽은 크리에이터이다. 그리고 방송사와 프로덕션이 동등하게 분배하고, 에이전트와 배급사는 작은 몫을 나누어 갖는다.

포맷을 구입하기 위해서는 라이선스 비용을 지불해야 한다. 통상 전체제작비의 5%가 라이선스 비용이고 일부의 경우에는 6~7, 높게는 15%까지 가는 경우도 간혹 있다. 물론크리에이터는 아이디어를 제작사에 판매할 수도 있다. 포맷 비즈니스의 경우 일정 금액을 받고 6개월간 피칭할 권리를 얻지만 판매를 하지 못할 경우 아이디어가 다시 원작자에게 되돌아온다.

이 같은 환경을 감안할 때 해외배급사의 권리는 당사자들 간 계약에 의해 보장된다.

3. 글로벌 시장에서 방송포맷 권리침해 보호를 위한 정부와 공적기관의 역할

방송포맷의 글로벌 유통을 활성화시키고 방송포맷의 권리침해를 보호하기 위해서는 정부와 공적기관의 역할이 매우 중요하다. 특히 우리나라처럼 포맷수출이 활발하지 못한 실정에서는 다양한 차원의 공적 지원활동이 필요할 것이다.

그동안 문화체육관광부와 그 산하기관인 한국콘텐츠진흥원이 방송포맷 지원사업들을 전개하였다.

특히 한국콘텐츠진흥원은 2009~2010년에 제1단계로 포맷국제공동제작과 포맷바이블제작지원사업을 펼쳤다. 이어 제2단계 사업으로 2011~2012년에 국내 포맷산업 육성과 글로벌 마켓진출에 역점을 두고 신규포맷개발 과 포맷바이블 지원사업을 방송영상독립제작사 대상으로 전개하였다. 또한 2012년 3월말 칸느에서 개최된 MIP Formats에 국내 방송프로그램 포맷의 해외전시 참가를 지원하였고 2012년 9월 6일부터 9월 7일까지 이틀간, 코엑스 E 홀에서 ‘글로벌 포맷 포럼’을 개최하였다. 이 포맷포럼은 세계적인 포맷 제작교육기관인 EMC(엔터테인먼트 마스터 클래스)와 제휴 프로그램으로 진행되었다.

그런데 아직까지 글로벌 시장에서 우리나라 방송포맷의 권리침해를 보호하기 위한 실질적인 지원정책이나 관련 사업들은 활발하지 않았다.

따라서 이를 위해 도입이 필요한 사업들을 몇 가지로 구분하여 제시하면 다음과 같다.

1) 법률적 차원의 지원; 한국콘텐츠진흥원이 방송포맷 변호사를 채용하여 법률지원센터운영

우리나라에는 아직 방송포맷을 전문적으로 취급하는 변호사들이 많지 않다. 일부 변호사들이 방송포맷의 권리침해에 관해 관심을 갖고 있으나 아직은 국제적으로 활동하는 경우는 알려지지 않은 상태이다. 물론 국내에서 포맷 관련 소송들이 거의 없기 때문에 이들이 활동할 수 있는 여건이 아직은 조성되지 못한 것이라 볼 수 있다. 그러나 우리 정부가 앞으로 국내 방송포맷의 해외진출 전략에 역점을 두고 지원할 계획이므로 먼저 공적기관이 나서 포맷 전문가를 확보하는 것이 바람직 할 것이다. 따라서 한국콘텐츠진흥

원에서 변호사를 채용해 포맷권리 보호를 위한 연구를 지속적이고 체계적으로 수행하는 것이 필요할 것이다. 그래서 이 변호사는 완벽한 영어실력을 갖춰 국제포맷변호사협회(IFLA)에도 가입하도록 한다. 이렇게 되면 우리나라 포맷이 해외에 진출하는데 필요한 법률적 상담을 무료로 제공할 수 있게 됨으로 글로벌 시장에서 우리 포맷의 권리를 보호하는데 크게 기여할 것이다. 이렇게 되면 앞으로 한국콘텐츠진흥원이 글로벌 포맷거래관련 법률지원센터의 역할을 수행하게 될 것이다.

2) 방송포맷의 글로벌 비즈니스 지원: FRAPA 등록비용 지원

방송포맷이 법률적으로 보호받기 위한 필요조건 중의 하나가 바로 문서로 등록하는 것이다. 포맷의 인종과 보호를 위한 협회인 FRAFA는 회원사로 가입을 하게 되면 포맷의 법적 보호를 위한 다양한 서비스를 받게 된다. 이 회원사들은 포맷가격을 산출하고, 계약서를 만들고 그리고 포맷바이블을 만드는 등 비즈니스 차원의 도움을 줄 뿐만 아니라 문서포맷과 온라인 포맷을 등록하여 법적 분쟁시 국제적으로 인정을 받을 수 있게 한다.

이 협회에 회원사로 가입하기 위해서는 회사의 매출액 규모에 따라 최저 500유로(매출액 200백만 유로까지)에서 최고 5,000유로(매출액 5,000만 유로 이상)까지 4단계로 구분하여 연회비를 받고 있다. 따라서 우리나라에서도 해외수출이 가능한 포맷을 선정하여 이들이 FRAFA 회원으로 가입하는데 연간 최고 1,000유로 이내에서 지원하는 것도 바람직 할 것이다. 회원사로 가입하면 포맷 분쟁 시 비용 절감의 혜택을 볼 수도 있다. 즉 FRAPA는 포맷 분쟁 시 WIPO와 제후해 소송을 진행시키는 데 회원사에게는 50% 할인 혜택을 주고 있다. 또 앞서 언급한 대로 회원사로 가입하지 않더라도 각 포맷당 50유로를 지불하면 온라인 등록이 가능하다. 문제는 포맷 개발자가 직접 등록해야 한다는 것인데 언어적, 시간적 여유가 많지 않은 포맷 개발자를 위해 이를 지원할 수도 있을 것이다. 이렇게 되면 특히 소규모의 포맷개발회사나 독립제작사들이 많은 도움을 받을 수 있을 것이다. 지원기간은 2년 내외로 정하여 시행하게 되면 국제분쟁 시 실질적인 구제를 위해 큰 역할을 할 수 있을 것이다.

3) 포맷의 권리보호 마인드확산 지원: 포맷의 법적보호에 관한 국제포럼 개최

아직은 우리나라가 본격적인 포맷 수출국이 아니어서 국제적인 법적 분쟁이 거의 없기 때문에 방송현장에서 포맷의 권리와 보호범위 및 보호방법 등에 관한 마인드 확산이 제대로 되어있지 않다. 그러나 국내 방송시장에서 프로그램의 부족현상이 심화될수록 외국의 방송포맷 구입이 활발해지고 역으로 우리 방송포맷도 점차 해외 판매가 활발해지면 크리에이터부터 제작자나 방송사 그리고 배급대행사에 이르기까지 포맷의 권리에 대한 인식과 지식이 필요해질 것이다. 따라서 국내에서 정기적으로 포맷의 법적 보호에 관한 글로벌 포럼을 개최하는 것이 필요할 것이다. 이 포럼을 통해 국제적인 분쟁사례와 판례 등을 수집하여 포맷의 재산권에 대한 인식을 제고하고 더 나아가 법적 보호방안 등을 논의하는 장이 마련되어야 할 것이다. 포럼을 통해 TV 포맷을 포함한 창의 산업 전반에 대한 저작권 보호의 중요성을 인식시킬 필요도 있다.

현재 우리나라는 아이디어의 표현물인 서면 포맷에 대해 저작권으로 인정하지 않고 있다. 독일을 제외한 유럽 여러 나라와 미국 등 주요 선진국들이 실제 판결여부와 관계없이 포맷의 권리를 인정해주는 데

반해 아직 우리나라는 포맷 자체를 권리로 인정하지 않고 있는 것이다. 따라서 포럼을 통해 창의산업과 관련된 저작권에 대한 해외 여러 나라의 적용 범위와 전개 방향에 대해 파악해 볼 수 있을 것이다. 물론 이 포럼은 포맷산업 전반에 대한 이해와 지식이 필요하므로 포맷 크리에이터, 포맷 제작자, 포맷배급사, 포맷마켓 운영자들도 공동으로 참여하게 되면 시너지 효과가 더욱 확대될 것이다.

제7장

맺음말

제7장 맺음말

이 보고서는 변화하는 TV 방송 환경에서 방송 영상 콘텐츠 유통의 새롭고 중요한 영역으로 부각되고 있는 TV 포맷 비즈니스에 대한 자각을 바탕으로 TV 포맷의 권리보호 방안을 고찰해보기 위해 기획되었다.

연구 결과 세계 각국은 TV 포맷을 지적 재산권의 일부로 인정, 보호해야 한다는 인식을 확장시켜 왔음을 확인하였다. 물론 국가마다 지적 재산권이나 저작권에 대한 인식 범위가 다르고, 적용 문화가 달라 아직까지는 저작권으로 보호받을 수 있는 나라가 많지 않은 것이 사실이다. 또 보다 근본적으로는 TV 포맷을 저작권으로 보호해준다 할지라도 적용 대상이 애매모호해 일관된 법 적용을 기대하기 어렵기도 하다. 구체적인 연구결과를 제시하면, 그동안 포맷 권리에 대한 국제 분쟁 사례 중 가장 큰 비중을 차지하는 것은 전체 소송 중 80%가 저작권 침해 소송이다. TV 포맷에 관한 한 지적 재산권 중 저작권으로 보호하려는 움직임이 가장 많았다는 것이다. 그러나 분쟁 건수에 비해 실제로 소송이 제기된 것은 23건에 불과하고 그나마 최종 판결에 이른 것은 10건에 불과했으며, 저작권 침해 등을 이유로 소송을 제기했던 원고가 승소한 사례는 3건에 불과해 TV 포맷이 저작권으로 보호받는 경우는 아직 드물다는 것을 알 수 있다.

그렇다고 세계 각국이 TV 포맷 권리를 포기하는 것은 아니다. 엄연히 TV 포맷 비즈니스가 존재하고 시장 규모가 날로 증가하고 있는 상황에서 저작권 이외의 법적, 제도적 지원 장치를 마련, 시행하는 등 다각적인 권리보호 방안이 강구되고 있다. 따라서 관련 소송도 저작권을 포함해 상표권, 불공정경쟁, 사칭 통용 등 저작권 이외에 비즈니스 권리로 인정받으려는 경우가 많아지고 있다.

따라서 우리나라도 이 같은 세계 TV 방송환경의 변화에 발맞춰 보다 능동적으로 TV 포맷을 개발하고 유통시키는 비즈니스 영역에 참여해야 할 것으로 판단되었다. 시기적으로도 드라마 한류를 비롯해 K-Pop의 영향력이 확산되고 있는 시점이어서 이들 문화자산을 활용하고 유튜브, 텔레비전, 인터넷 등 트랜스 미디어를 적극 활용해 포맷화를 시도한다면 한국 고유의 독특한 포맷이 가능할 것으로 기대되었다. 다만 아직은 국내 포맷 비즈니스가 시작 단계에 있어 단기간에 가시적인 효과를 내기 어려운 TV 포맷 개발의 특성을 감안해 정부나 공적 기관의 다양한 정책적 제도적 지원이 절실할 것으로 판단되었다.

이상의 연구 결과를 토대로 우리나라가 포맷 비즈니스를 발전시키고 권리보호를 증진하기 위해 참고할 만한 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 한국이 단순 포맷 수입국에서 포맷 수출국으로 거듭날 수 있도록 현재 한국콘텐츠진흥원에서 진행하고 있는 관련 프로그램을 더욱 확대해 포맷 개발자를 양성할 필요가 있다.

둘째, 법률적 차원의 지원 서비스로 공적 기관인 한국콘텐츠진흥원이 방송포맷 변호사를 채용하여 법률지원센터 운영할 수 있다. 우리나라에는 아직 방송포맷을 전문적으로 취급하는 변호사들이 많지 않다. 일부 변호사들이 방송포맷의 권리침해에 관해 관심을 갖고 있으나 아직은 국제적으로 활동하는 경우는 알려지지 않은 상태이다. 그러나 우리 정부가 앞으로 국내 방송포맷의 해외진출 전략에 역점을 두고 지원할 계획이므로 먼저 공적기관이 나서 포맷 전문가를 확보하는 것이 바람직 할 것이다.

셋째, 방송포맷의 글로벌 비즈니스를 지원하는 것이다. 구체적으로는 FRAPA 등록비용 지원을 고려할 수 있다. 방송포맷이 법률적으로 보호받기 위한 필요조건 중의 하나가 바로 문서로 등록하는 것이다. 포맷의 인증과 보호를 위한 협회인 FRAFA는 회원사로 가입을 하게 되면 포맷의 법적 보호를 위한 다양한 서비스를 받게 되는데 비용이 만만치 않아 개별 제작사 차원에서 FRAPA에 가입하는 것이 생각보다 쉽지

않다. 따라서 이를 지원해 줄 수 있을 것이다.

넷째, 포맷이 지적재산의 일부로 권리를 보호받을 수 있는 영역이라는 자각과 인식을 확산시킬 수 있는 각종 다양한 교육 프로그램과 세미나, 포럼 등을 개최하는 것이다. TV 포맷 뿐 아니라 창의산업 전반의 발전을 위해서는 창작자의 권리가 보호받을 수 있다는 문화적 인식이 확산될 필요가 있다. 또 TV 포맷이 지적 자산으로 보호받을 수 있는 영역이라는 인식도 필요하다. 따라서 포맷 크리에이터부터 제작자나 방송사 그리고 배급대행사에 이르기까지 포맷의 권리에 대한 인식과 지식 확산에 필요한 다양한 작업들이 필요하다.

참고문헌

1. 국내문헌

- 김현수 (2011). 미국에서의 아이디어 제공에 대한 계약법적 보호. 「법학논총」, 28권 2호, 41-59.
- 배진아 (2008). 방송시장의 포맷 거래에 관한 연구. 「방송과 커뮤니케이션」, 9권 2호, 6-36.
- 박경화 (2012). 한국저작권위원회 저작권 동향. 제15호.
- 박주연, 배진아 (2010). 텔레비전 콘텐츠 포맷 산업 및 유통에 관한 포맷 관련 전문가 인식, 한국언론학보 54(3), 125-145.
- 유호진, 윤재식, 박웅진, (2008). 디지털 융합시대 방송콘텐츠의 효율적 보호방안과 정책과제. 한국방송영상산업진흥원.
- 은혜정 (2008 a). 세계 방송포맷 개발 현황 및 향후 발전 방안, KBI 포커스, 통권 48호.
- 은혜정 (2008 b). 국제적 유통 상품으로서의 TV 포맷의 최근 경향과 한국 포맷의 해외진출 가능성에 대한 연구, 한국방송학보 22(6), PP. 327-360.
- 정용준 (2003). 떠오르는 아시아의 프로그램 포맷 시장, 「방송문화」, 2003년 1월호, pp. 6-9
- 채정화, 이영주 (2010). 방송 프로그램의 포맷에 대한 저작권 보호 및 실질적 유사성의 판단 기준에 관한 연구: 리얼리티 프로그램을 중심으로. 「언론과학연구」, 10권 1호, 288-321.
- 최승수 (2007). TV리얼리티 쇼 포맷 표절 소고. 「저작권 문화」, 7월호.
- 하운금 (2005). 왜 프로그램 포맷을 이야기하는가, 「방송문화」, 2005년 5월호, pp. 38-41.
- 한국콘텐츠진흥원 (2010). 방송 콘텐츠 수출입 현황과 전망.
- 한국콘텐츠진흥원 (2011 a). 콘텐츠산업 동향과 분석.
- 한국콘텐츠진흥원 (2011 b). 방송 콘텐츠 포맷산업 실태조사.
- 한국콘텐츠진흥원 (2011 c). 미국 콘텐츠산업 동향.
- 홍원식 (2008). 포맷 비즈니스 발전 방향과 정책적 과제. 뉴미디어콘텐츠 포맷 비즈니스 현황과 전망 세미나 발제문. 7월 6일.
- 홍순철, 정운경, 신지연, 김숙 (2008 a). 디지털미디어 콘텐츠포맷 산업 활성화를 위한 지적재산권 기초연구. 한국예술종합학교 DMCF R&D 사업팀.
- 홍순철, 이동후, Li Degang, 김수정, 백승혁, 채석진 (2008 b). 디지털미디어콘텐츠 포맷 산업 전망에 관한 연구. 한국예술종합학교 DMCF R&D 사업팀.
- 홍순철 (2010). 텔레비전 프로그램 포맷 창작론, 한울 아카데미.

2. 해외 문헌

- Altmppen, Klaus-Dieter, Lantzs, Katja & Andres Will. (2007).
Flowing Networks In The Entertainment Business: Organizing International TV Format Trade,
The International Journal on Media Managenent, 9(3), pp. 94-104.

- Bergman, Jessica. (2011). No More Format Dispute: Are Reality Television Formats the Proper Subject of Federal Copyright Protection? *The Journal of Business, Entrepreneurship & Law*, 4(2), <http://digitalcomms.pepperdine.edu/jbel/vol4/iss2/1>
- Bellioni, M. (2011. 05.30). Is ABC's 'Wipeout' a Rip-off? (Analysis). <http://www.hollywoodreporter.com/thr-esq/is-abcs-wipeout-a-rip-193114>
- Butty, E., Kubitschek, J., Urales, M, Garrigues, C. F. (2007). Intellectual Property. http://webserver.macf.com.mx/MACFNews/Affinitas%20Newsletter%20N%C2%B05_PI_January_2007.pdf
- Chalaby, Jean. (2010). The Rise of Britain's Super-Indies: Policy-Making In The Age of The Global Media Market, *The International Communication Gazette*, 72(8), pp. 675-693.
- Chalaby, Jean. (2011). The Making of an Entertainment Revolution: How The TV Format Trade Became a Global Industry. *European Journal of Communication*, 26(4), pp.293-309.
- Chalaby, Jean. (2012). At The Origin of a Global Industry: The TV Format Trade as an Anglo-American Invention. *Media, Culture & Society*, 34(1), pp. 36-52.
- Coad, J. (2011). Italian legal position on copyright protection of TV Formats. <http://www.ifla.tv/italyformat.html>
- Coad, J. (2012). Protecting Your Intellectual Property, bcww 2012 Conference.
- Covell, Wayne.(2007). Television Format Law In Australia, <http://www.ifla.tv/Televisionformatlawinaustralia2007.pdf>
- FRAPA Report 2009. 「TV Formats To The World」.
- FRAPA Report 2011. 「Protecting Format Rights」.
- Gottlieb, N. (2010). Free to Air? Legal Protection of TV Formats *The Intellectual Property Law Review*. <http://law.unh.edu/assets/images/uploads/publications/idea-vol51-no2-gottlieb.pdf>
- Glazier, J. (2012). An Overview: Global Format Trade, bcww 2012 Conference.
- Glickman, L. (2012. 10.11). Tuning in to the dangers-protecting television formats. <http://www.worldtrademarkreview.com/account/registerv2/RegisterPremium.aspx?Reason=NOTLOGGEDIN&ReturnUrl=http%3a%2f%2fwww.worldtrademarkreview.com%2fIssues%2fArticle.ashx%3fg%3dfac9544a-d6fe-407b-b3a6-fcc1a7ef1911>
- Humphreys, Edward (2007. 10. 11). International Copyright and TV format industry in International Copyright and Intellectual Property Law. <http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&frm=1&source=web&cd=1&ved=0CCwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fhj.diva-portal.org%2Fsmash%2Fget%2Fdiva2%3A133632%2FFULLTEXT01&ei=vbO0UKDnGOXUigev3oCABA&usg=AFQjCNHoEC0l-AmnZlGslJOFLWbE5TUPIA>
- Hinton, Charlotte (2006). Can I Protect My TV Format, *Entertainment Law Review*, Sweet &Maxwell Limited and Contributors, Iss. 17(3).
- Johnson, E. E.(2012. 11.06). *Grosso v. Miramax Film Corp.*

- http://eejlaw.com/materials/Grosso_v_Miramax_E08.pdf
- Lane, Shelley, (1992). Format Rights In Television Shows: Law and The Legislative Process, Statute Law Rev, 13(1), pp. 24-49.
- Moran, Albert & Keane, Michael (2004). Television Across Asia. 황인성 역 (2005) 『아시아의 텔레비전』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- Moran, Albert & Malborn, Justin. (2006). 『Understanding The Global TV Format』, Intellect Ltd.
- Paxman, A. (1996). Roots of Form Trace to Cuba. Variety, October 7, p. 61
- Right of Passage 2007, a report by Television Reserch Partnership, commissioned by the British Television Distributors' Association and UK Trade & Investment, 2008.
- Rose, David (2009). Format Right: a Never-Ending Drama (Or Not), Entertainment Law Review, Sweet&Maxwell Limited and Contributors, Iss 10(6).
- Stelter, B (2008. 10. 08). Was the 'Wipeout' Format Stolen from Japan?
<http://mediadecoder.blogs.nytimes.com/2008/10/08/was-the-wipeout-format-stolen-from-japan/>
- Singh, S. (2008). Intellectual Property rights.
<http://www.dime-eu.org/files/active/0/WP61-IPR.pdf>
- Wallece, E. (2008). Formats: A Global Format Perspective Around The World In Many Waus, bcww 2008Conference, 3-5. www.bcww.net

3. 인터넷 자료

- 서주영 (2007. 07. 08). 드라마 관련 사건, 표절시비-방송사 제작사파워게임등.
http://foto.sportschosun.com/news/ntype2_o.htm?ut=1&name=/news/entertainment/200707/20070709/77i12001.htm
- 이기수 (2007. 04. 22). '솔로몬의 선택' 표절시비 진실은.
<http://www.pdjournal.com/news/articleView.html?idxno=10856>
- 이선민 (2003. 06. 27). SBS <휴먼스토리 여자> 표절 시비.
<http://www.pdjournal.com/news/quickViewArticleView.html?idxno=5537>
- 정원일 (2008. 10. 09). 일본 TBS, 미국 ABC의 쇼프로그램 "Wipeout"에 대해 방영중지 및 손해배상청구 소송제기- 유명 TV쇼프로그램 포맷의 표절문제.
<http://wiclaw.com/tag/tv%EC%87%BC%ED%94%84%EB%A1%9C%EA%B7%B8%EB%9E%A8%EC%9D%98-%ED%91%9C%EC%A0%88/>
- 문화체육관광부 (2012. 10.07). 저작권의 모든 것.
<http://www.mcst.go.kr/web/deptCourt/cultureIndus/copyRight/knowledge/know12.jsp>
- 채지은 (2011. 06 15). 포맷 사서 손쉽게...이래선 '나가수'는 없다.
<http://news.hankooki.com/lpage/culture/201106/h2011061518590686330.htm>
- 陈薇薇 (2008. 11.25). 撞车 《谁敢来唱歌》 《挑战麦克风》延期
http://www.tianjinwe.com/entertainment/ylns/200811/t20081125_317291.html

4. 인터넷 사이트

네이버 지식백과 <http://terms.naver.com/>

대법원 <http://www.scourt.go.kr/>

한국 저작권 위원회 <http://www.copyright.or.kr/main/index.do>

문화체육관광부 www.mcst.go.kr

Endemol [www. endemol/com/](http://www.endemol.com/)

FRAPA www.frapa.org/

Fremantle Media www.fremantlemedia.com/

IFLA www.ifla/tv

WIPO www.wipo.int/

The UK Copyright Service

<http://www.copyrightservice.co.uk/ukcs/docs/edupack.pdf>

연구진

책임연구자 : 김명중(호남대학교)

공동연구자 : 한 선(전남대학교)

정영희(목포대학교)

방송 포맷의 권리보호 방안 연구

발 행 인 : 홍상표

발 행 일 : 2012년 11월 30일

발 행 처 : 한국콘텐츠진흥원

서울특별시 마포구 월드컵북로 400(상암동 1602)

전화 (02) 3153-1114 / 팩스 (02) 3153-1115

인터넷(<http://www.kocca.kr>)

인 쇄 처 : (사)한국장애인이워크협회

ISBN: 978-89-6514-249-2 93600 93600

비매품