

퍼블리시티권에 관한 소견



출처 : 로이터, 「Judge: Monroe right of publicity ended at death」, 2007년 5월 4일자



글. 이영진
서울제8중재부 중재위원,
변호사

퍼블리시티권의 개념

퍼블리시티권(publicity)이란 흔히 자신의 성명, 초상, 목소리, 서명, 이미지 등을 상업적으로 이용하거나 그 이용을 허락할 수

1) 물건(物權)은 물건(物件)을 직접적, 배타적으로 지배할 수 있는 대세적(對世的) 권리로서 특정인에 대한 청구권에 불과한 채권(債權)과 구별되며 우리 법제상 물건은 임의로 창설할 수 없고 물권의 종류와 내용은 법률이 정하는 것에 한하여 인정된다.

있는 권리 혹은 성명, 초상 등이 갖는 경제적 이익 내지 가치를 상업적으로 사용·통제하거나 배타적으로 지배하는 권리 등으로 설명되고 있다.

정의 자체에서 엿볼 수 있듯이 퍼블리시티권은 인간의 인격적 요소에서 파생하는 일련의 재산적 가치를 당사자가 독점적으로 지배할 수 있는 권리로서 물건(物權)¹⁾과 유사한 독점적이고 배타적인 재산권을 의미한다.

주지하다시피 권리의 목록에 이미 초상권, 성명권 등이 존재하고 있음에도 불구하고 굳이 ‘퍼블리시티권’이라는 새로운 권리 개념을 도입하려는 것은, 기존의 초상권, 성명권 등은 인격권으로서 그에 대한 침해에 대해서는 위자료의 수준에서 배상이 이루어지는바 그 액수가 미미한 반면, 특정인의 초상권, 성명권에서 연유하는 재산적 가치를 중시하고 이를 인격적 요소와 분리된 별개의 독립된 재산권으로 파악하게 되면 이에 대한 침해에 대해서는 고액의 배상금 청구가 가능하기 때문이라는 것으로 이해가 된다.

일례로 최근 텔런트 장동건 씨 등 유명 연예인 60명의 사진과 성명을 무단으로 사용한 휴대전화 애플리케이션인 ‘푸딩’의 제작업체에 대해 서울중앙지방법원은 해당 업체에 대해 성명권과 초상권을 침해받은 연예인들의 정신적 고통에 대해 위자료를 지급해야 할 의무가 있다고 판단하면서 연예인 한 명 당 각 300만 원씩의 지급을 명했다(서울중앙지법 2013가합509239호).

위 판결이 인정한 배상액에 대해 비판적인 논자들은 만약 위 사건에서 해당 재판부가 초상권 및 성명권과는 별개의 재산권으로서 퍼블리시티권을 인정했다고 한다면 해당 연예인들의 통상적인 광고 모델료 수준을 감안해 볼 때 수십 배 더 많은 금액의 배상금이 선고되었을 것이라는 입장이다. 결국 위 제작업체는 극히 저렴한 비용으로 유명 연예인을 자사 상품의 광고 모델로 사용하여 매출을 올린 셈이 되었으니 비록 소송에서는 패소하였다고 하더라도 금전적으로는 밀질 것이 없다는 것이다.

얼굴인식 애플리케이션인 '푸딩'
 (출처 : 법률신문, 「법원, “연예인 닮은꼴
 찾기 앱 ‘푸딩’은 초상권 침해”」,
 2013년 10월 7일자)



퍼블리시티권은 1950년대 이후 미국에서 처음 등장한 개념으로서, 제2연방 항소법원은 1953년 Haelan Laboratories, Inc v. Topps Chewing Gum, Inc. 사건(프로야구 선수가 자신의 사진을 독점적으로 사용할 권리를 부여하는 계약을 추잉검 회사와 체결한 사정을 알고도 동종 업종의 타 회사가 유사한 계약을 체결하여 문제가 된 케이스)에서 ‘퍼블리시티권’이라는 무형의 재산권을 처음으로 인정하였는데 동 사건에서 제2연방 항소법원은 개인의 동일성을 허락 없는 상업적 이용으로부터 보호하고 그러한 동일성의 전속적인 사용을 승인하는 것을 퍼블리시티권의 주된 내용으로 보았다.

위 Haelan 사건에서 처음으로 사용된 퍼블리시티권의 개념을 심화해서 퍼블리시티권의 이론적 기반을 제공한 사람은 Melville B. Nimmer 교수인데, Nimmer 교수는 그의 논문²⁾에서 전통적인 프라이버시권은 개인적이고 불가양의 권리이므로 동일성의 상업적 남용으로부터 개인을 보호하기에는 불충분하고 프라이버시권의 체계에서 유명인이 광고회사에게 제3자로부터의 보호가 가능한 전속적 권한을 부여하는 것은 불가능하다는 의견을 개

2) Melville B. Nimmer, The Right of Publicity,
 19 LAW&CONTEMP. PROBS. 203(1954)

3) 이상의 서술 내용은 서울대학교
기술과법센터 발행 2012년 3월 "Law &
Technology" 제8권 제2호(2012년 3월)
에 게재된 논문(강은경, Shaw Family
Archives Ltd. V. CMG Worldwide, Inc.
사건을 통해 본 사후 퍼블리시티권의
인정 가능성을 요약한 것이다.

4) 본고에서 기술하는 법원의 명칭과
관련하여 첨언하자면 1995년 3월 1
일부터 기존의 서울민사지방법원과
서울형사지방법원이 통합되어
서울지방법원이 되었고 2004
년 2월 1일부터 서울지방법원이
서울중앙지방법원으로 명칭이 변경됨과
아울러 기존 동부·서부·남부·
북부지원이 법원으로 승격되었다.

5) 1977년 미국에서 교통사고로 사망한
우리나라 물리학자로서 그의 죽음과
관련하여서는 핵무기 개발과 관련된
여러 의혹이 제기되었다.

진하면서 초상의 상업적 이익인 초상의 공개가치는 종래의 프라
이버시권이 아닌 퍼블리시티권의 보호대상이 된다고 보았다.³⁾

퍼블리시티권에 관한 국내 분쟁 사례

실정법상 퍼블리시티권에 관한 근거규정이 없는 우리의 현실에
서 퍼블리시티권이라는 개념을 인정할 것인지에 대해서는 찬반
의 입장이 뚜렷하고 아직 이에 관한 대법원의 판례도 존재하지 않
는바 하급심 법원 역시 동 권리를 인정할지 여부를 놓고 서로 엇
갈린 판결을 내놓고 있다.

인터넷 검색을 해보면 서울민사지방법원⁴⁾이 1991년경 퍼블리
시티권이라는 용어를 사용하지는 않았지만 동 권리를 인정한 최
초의 판결을 선고했다는 내용이 검색되는데 이는 아마도 서울민
사지방법원이 1991년 7월 25일에 선고한 90가합76280호 사건을
지칭하고 있는 것으로 보인다.

동 사건은 상품선전용 텔레비전광고 출연계약 기간이 만료된
후에도 계속 광고를 한 경우 광고주의 광고모델에 대한 손해배상
책임의 범위에 관한 판결로서 동 사건에서 재판부는 “모델 등은
자기가 얻은 명성으로 인하여 자기의 성명이나 초상을 대가를 얻
고 제3자에게 전속적으로 이용하게 할 수 있는 경제적 이익을 가
지고 있어서 이를 침해한 자에 대하여 그 불법사용에 대한 사용료
상당의 손해를 재산상 손해로서 배상을 청구할 수 있다”고 설시
하면서 개인의 성명과 초상에 관한 재산적 이익을 인정하고 이때
의 재산적 이익이란 광고모델이 자유처분할 수 있는 그의 성명 및
초상의 이용가치에 대한 평가를 의미한다고 판시하였는바 동 판
결은 퍼블리시티권이라는 용어만 사용하지 않았을 뿐 동 권리를
명확하게 인정한 사례인 것으로 평가된다. 대법원 판례검색 서비
스를 통해 확인한 바에 의하면 ‘퍼블리시티권’이라는 용어가 처음
으로 등장한 판결로서는 이른바 ‘소설 이휘소 사건’(서울지방법
원 1995. 6. 23. 선고 94카합9230호)이 있는데 동 사건에서 이휘
소⁵⁾의 미망인과 딸이 이휘소에 관한 소설을 쓴 작가를 상대로 프



故 이휘소 박사의 생전 모습
(출처 : 헤럴드경제, 『무궁화꽃이 피었습니다』 이휘소 박사, 『히스입자』 최초 명명, 2012년 7월 5일자

라이버시, 성명권, 퍼블리시티권 등의 침해를 이유로 출판금지 가처분신청을 하였는바 이에 대해 재판부는 “퍼블리시티권이라 함은 재산적 가치가 있는 유명인의 성명, 초상 등 프라이버시에 속하는 사항을 상업적으로 이용한 권리라고 할 수 있는데 문학작품인 위 소설에서 이휘소의 성명, 사진 등을 사용하였다고 하더라도 이를 상업적으로 이용했다고 볼 수는 없다”는 이유로 원고의 퍼블리시티권 침해 주장을 배척하였다.

문학작품에서 사용되었다는 이유로 상업적 이용이 아니라는 재판부의 판단에 대해서는 논의의 여지가 있기는 하지만(문학작품이라고 하여 판매 등 상업적 이용 목적이 없었다고 보기는 어렵지 않나 싶다) 동 판결은 하급심 판결 중 최초로 퍼블리시티권의 개념을 정의하고 동 권리의 존재 자체를 인정하였다는 점에서 그 의의를 찾을 수 있다.

배우 최진실과 한미약품 사이의 분쟁에서 서울고등법원은 연예인이 자신의 초상 등을 상품의 광고나 표장 등에 상업적으로 이용할 수 있는 권리는 일종의 재산적 권리로서 보호의 대상이 된다고 판시하였는바(서울고등법원 2000. 5. 16. 선고 99나30444호) 이는 결국 퍼블리시티권을 인정한 것으로 해석되며 동 사건에서 재판부는 유명인의 초상뿐만 아니라 음성, 연기까지 재산적 권리로 인정할 수 있다는 입장을 피력하였다.

‘이영애 사건’(서울중앙지방법원 2004. 12. 10. 선고 2004가합16025호)은 여배우 이영애 씨와 광고모델 계약을 체결한 화장품 회사가 계약기간을 넘겨 이영애 씨의 광고사진을 사용함으로써 발생한 분쟁인데 재판부는 퍼블리시티권의 침해에 따른 손해배상청구를 인용하면서 초상권 침해에 따른 위자료청구에 대해서는 연예인의 경우 일반인과 달리 퍼블리시티권의 보호를 받으므로 특별한 사정이 없는 한 별도로 초상권 침해에 따른 정신적 손해가 발생한다고 보기 어렵다고 판시하였다.

결국 동 판결은 퍼블리시티권이 일반인에게는 인정되지 않는 권리라는 취지인데 연예인과 일반인 사이에 이와 같은 차등을 두



퍼블리시티권 소송에서 승소한 배우 이영애 씨(출처: 동아일보, 「법원, 이영애씨 모델 계약기간 지나 광고한 회사에 배상 판결」, 2004년 12월 12일자)

는 것이 과연 정당한가의 문제도 있거니와 개념상 퍼블리시티권은 초상권과는 분리된 별개의 재산권이라고 하면서도 초상권 침해에 따른 위자료와 퍼블리시티권 침해에 따른 배상금이 양립할 수 없다는 것은 논리적으로 모순이 되는 것이 아닌가라는 의문이 든다.

배우 김민희 씨의 사진을 무단으로 이용하여 의류 등을 통신판매한 인터넷 경매사이트 운영업체에 대해 김민희 씨 측이 제기한 사건(서울중앙지방법원 2004. 4. 16. 선고 2002가단54093호)에서 재판부는 퍼블리시티권의 필요성은 인정하면서도 성문법주의를 취하고 있는 우리나라에서 실정법이나 확립된 관습법 등의 근거 없이 필요성이 있다는 사정만으로 물권과 유사한 독점, 배타적 재산권인 퍼블리시티권을 인정하기 어렵다는 취지의 판결을 내렸다.

퍼블리시티권의 상속 가능성과 관련해서는 ‘이효석 사건’(서울동부지방법원 2006. 12. 21. 선고 2006가합6780호)이 있는데 상품권 판매업체가 문화상품권에 소설가 이효석의 초상, 서명을 임의로 게재한 것과 관련하여 재판부는 퍼블리시티권을 인정할 필요가 있음을 설시하면서 퍼블리시티권의 대상과 관련하여 성명, 사진, 초상 기타 개인의 이미지를 형상화하는 경우 특징인을 연상시키는 물건 등에 널리 인정할 수 있다는 입장을 밝혔다. 특히 본 사건에서 재판부는 유명인뿐만 아니라 일정한 경우 일반인에게도 퍼블리시티권을 인정할 수 있다고 설시한 점이 이채롭다.

문화상품권에 들어간故 이효석 씨의 초상
(출처: 한겨레, 「메밀꽃 필 무렵」 이효석 딸
초상권 소송」, 2006년 9월 22일자)



동 사건에서 재판부는 퍼블리시티권의 상속성과 관련하여 상속성을 부정하는 경우 사망이라는 우연적 요소에 의하여 퍼블리시티권의 재산적 가치가 크게 좌우되어 부당한 결과를 가져올 우려가 크다는 이유로 상속성을 인정함이 상당하다고 판단했다. 또한 퍼블리시티권은 현행법상의 제 권리 중 저작권과 가장 유사하다는 전제 하에 저작권법을 유추적용하여 퍼블리시티권의 존속기한도 해당자의 사후 50년으로 해석함이 상당하다고 판시하였다.

그 결론의 당부를 떠나 동 사건에서 재판부는 퍼블리시티권의 상속성과 더불어 사후 존속기간에 대해서까지 판단을 하여 흥미롭기는 하나 개인적 소견으로는 동 사건의 경우 재판부가 법률의 해석을 넘어 입법의 수준까지 나아간 것이 아닌가 하는 느낌이 든다.

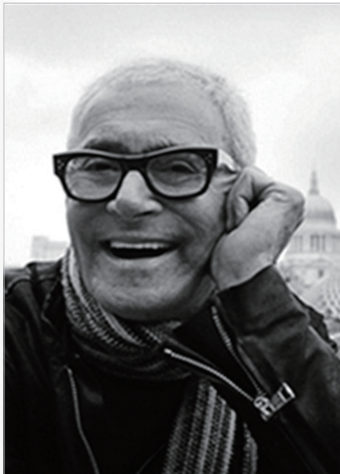
퍼블리시티권과 관련하여서는 ‘제임스 딘 사건’을 빼놓을 수 없는데 이는 미국 영화배우 제임스 딘의 유족들 및 재단이 국내업체를 상대로 제기한 일련의 사건들이다. 먼저 서울지방법원 서부지원 1997. 8. 29. 선고 94가합13831호 사건의 경우 퍼블리시티권의 존재를 인정하면서도 상속성은 부인하였고 가사 상속성이 인정된다고 하더라도 퍼블리시티권의 사후 존속기간이 저작권법상의 경우와 동일하게 인정되어야 한다고 볼 근거는 없다고 하여 앞에서 언급한 ‘이효석 사건’의 재판부와는 다른 입장을 취하였다.

서울지방법원 1997. 11. 21. 선고 97가합5560호 사건에서도 제임스 딘 유족들이 패소를 했다. 동 사건에서 재판부는 소제기 당시 사후 42년인 제임스 딘의 퍼블리시티권이 유효하게 상속되었다고 볼 수 없다고 판시하면서도 생전 사용(lifetime exploitation)이 상속성의 요건임을 가정적으로 제시하여 눈길을 끌었다.

특허법원 1998. 9. 24. 선고 98허171 등 사건은 제임스 딘 유족 측이 주병진이 국내에 등록하여 보유하고 있던 제임스 딘 관련 상표의 등록을 취소하기 위해 신청한 사건인데 당시 특허법

원은 퍼블리시티권이 상속, 양도, 신탁될 수 있는 재산권임을 인정함으로써 상속성을 부인했던 위 서부지원과는 대조적인 입장을 보였다.

제임스 딘 유족에게 퍼블리시티권
소송을 당한 주병진 씨
MBC 무릎팍도사 방송 캡처
(출처 : 아시아경제, 「주병진, 속옷사업
1600억 달성.. "꿈 같았다" 고백」,
2011년 7월 14일자)



미용업계 거장 영국의 헤어드레서
故 비달 사순
(출처 : 스포츠 동아, 「헤어계 거장 '비달
사순 별세...애도물결 이어져」,
2012년 5월 10일자)

이에 반해, 제임스 딘 재단이 제기했던 사건의 항소심 재판부는 우리나라의 경우 성문법의 제정 없이 퍼블리시티권을 인정할 수 없다는 취지의 판결을 선고하였다(서울고등법원 2002. 4. 16. 선고 2000나42061호).

‘비달 사순 사건’은 모 미용학원이 학원건물 외부에 ‘비달 사순’이라는 간판을 부착하고 건물내부에도 비달 사순의 사진을 부착함으로 인하여 발생한 분쟁인데 동 사건에서 서울고등법원은 고객 흡입력을 근거로 인격권과 별개의 독립된 재산권으로서 퍼블리시티권의 존재를 인정하고 나아가 그 권리에 양도성이 있음을 인정했다(서울고등법원 2000. 2. 2. 선고 99나26339호).

‘웃찾사 사건’은 개개인을 넘어 단체에까지 퍼블리시티권을 인정한 판결인데 동 사건에서 법원은 희극 연기자들이 TV 프로그램인 ‘웃찾사의 따라와’ 코너를 통해 일반인들에게 널리 알려지게 되어 그들 개인의 용모, 이름, 음성, 동작, 실연 스타일 등

총체적 인성(personal identity)에 대한 상품적 가치인 퍼블리시티권을 가지게 되었다고 판시함으로써 퍼블리시티권의 주체가 연기자 개개인이 아닌 '팀을 이룬 연기자들'로 확대될 수 있음을 인정했다(서울중앙지방법원 2007. 1. 19. 선고 2006가단 250396호).

유명인이 아닌 일반인에게 퍼블리시티권을 인정한 사례도 있다. 서울동부지방법원은 2004. 2. 12. 선고한 2002가합3370호 사건에서 사람들에게 잘 알려져 있다고 볼 수 없는 주부 모델에 대해서도 퍼블리시티권을 인정했고 그 권리의 양도성까지도 인정했다(본 사건의 경우 위 주부 모델로부터 퍼블리시티권을 양도받은 업체가 원고로서 소송을 제기하였다). 비록 원고가 손해액 입증에 실패하여 청구가 기각되기는 했지만 유명인이 아닌 일반인에게 퍼블리시티권이 인정된다고 본 최초의 사건이라는 점에서 그 의미를 찾을 수 있겠다.

자신의 사진을 이용해 허락 없이 광고 포스터와 플래카드를 제작한 업체를 상대로 가수 은지원이 퍼블리시티권의 침해를 주장하며 제기한 사건이 있었다. 당시 수원지방법원은 실정법상 근거 없이 물권과 유사한 독점 배타적인 재산권인 퍼블리시티권을 인정하기 어려우며 퍼블리시티권의 성립요건, 보호대상과 존속기간, 침해가 있는 경우 구제수단 등을 구체적으로 규정하는 법률적인 근거가 마련되어야만 비로소 퍼블리시티권을 인정할 수 있다는 취지로 판시했다(2004. 12. 16. 선고 2004가단 20834호).

강남의 한 치과가 홍보 블로그에 자신들의 치아교정 전후 사진을 함부로 게재하여 퍼블리시티권을 침해했음을 이유로 배우 수애와 소녀시대의 제시카가 제기한 손해배상소송에서 서울중앙지방법원은 성문법적 근거가 없음을 이유로 퍼블리시티권 침해주장을 인정하지 않고 다만 정신적 고통에 대한 위자료로 500만원만을 인정했다(2013. 8. 20. 선고 2013가합2363호).

그 외에도 서울중앙지방법원은 퍼블리시티권의 침해를 주장하

수애와 백지영을 비롯한 최근 퍼블리시티
권 침해 소송 하급심 판례
(출처 : 세계일보, 「백지영 · 남규리는 인정
되고 김남길 · 수애는 안 되고…」,
2013년 10월 6일자)

며 소를 제기한 연예인들에 대해 최근 연이어 이들의 주장을 배치
하는 판결을 내놓은 바 있다.



‘퍼블리시티권’ 침해 소송 하급심 판례(올 하반기 이후 기준)

날짜	원고	피고	퍼블리시티권 개념 인정 여부	손해배상 책임
6월20일	백지영, 남규리	A성형외과	○	퍼블리시티권 침해로 인한 재산상 손해 500 만원씩 배상 (원고 일부승)
7월12일	백지영	B성형외과	○	원고 사진을 상업적 목 적 이용, 400만원 배상 (원고 일부승)
8월27일	백지영	C · D 성형외과	X	초상권 침해에 대한 손 해 300만원 배상, 재산 상 손해 인정X (원고 일부승)
9월13일	원더걸스, 슈퍼주니어 멤버 등 연예인 13명	E치과	○	사진 게시로 수익 얻었 다 볼 수 없다(원고 패)
26일	송혜교, 장동건, 수지 등 연예인 8명	F피부과	○	연예인들 손해 산정 할 수 없어 배상 책 임 없음 (원고 패)
10월1일	소녀시대 · 동방신기 · 2PM 멤버, 김남길, 수애, 배용준 등 연예인 60명	KT하이텔	X	초상권 침해에 따른 정신적 손해 300만원 씩 배상 (원고 일부승)



퍼블리시티권이라는 개념이 반드시 필요한 것인가

일부 예외적인 판결이 있기는 하지만 퍼블리시티권의 도입을 지지하는 견해들의 일반적인 입장은 퍼블리시티권은 배우, 탤런트, 스포츠 스타 등 유명인들에게만 인정되는 권리라는 것이다.

그러나 먼저 ‘유명인’이라는 개념의 불명확성은 제쳐두고라도 과연 극히 소수의 유명인들에게만 인정되고 절대 다수의 일반인들에게는 허락되지 않는 퍼블리시티권이라는 개념을 권리목록에 새롭게 올리는 것이 과연 정의에 부합하고 우리 헌법질서에서 허용될 수 있는 것인지 의문이 드는 것이 사실이다.

게다가 유명인들의 유명세는 해당 유명인 혼자 노력과 힘으로 형성되는 것이 아니라 그들을 지지하는 일반인인 팬들과 기타 다수에 의해 만들어진 공동의 결과물인데 그에 따른 과실(果實)을 해당 유명인이 혼자 향유하는 것이 온당한 일인지에 대해서도 진지한 고민이 필요하다고 본다.

또한 이와 같은 독점적이고 배타적인 권리를 허용하는 경우 자칫 우리 헌법이 보장하는 표현의 자유 등 다른 기본권이 제약될 수 있다는 견해들도 존재한다. 성명·초상의 자유로운 사용이 금지되면 불가피하게 언론의 자유를 억압하게 될 것인바 기존에 없던 새로운 권리가 신설됨으로써 의무를 부담해야 하는 집단이 생기게 되고 다른 권리가 위축되는 결과를 가져오는 것은 피할 수 없다는 것이 이들의 입장이다.

한편, 퍼블리시티권은 그 지지자들의 견해에 따르면 물권에 유사한 권리로서 독점적이고 배타적인 권리라는 것인데 성문법주의를 취하고 있는 우리나라의 법제 하에서 이와 같이 명문의 근거규정도 없이 필요성이 있다는 사정만으로 물권에 유사한 권리를 창설하는 것이 과연 가능한 것인지도 의문이며 이는 퍼블리시티권을 인정하지 않았던 하급심 판결들의 주된 논거이기도 하다.

이와 관련하여 퍼블리시티권의 입법화를 주장하는 견해들 가운데에는 저작권법을 개정하여 퍼블리시티권을 도입하자는 목

소리가 있고 실제로 2005년경 박찬숙 의원 등 31인의 의원들과 2009년경 이성현 의원 등 10인의 의원들이 ‘초상재산권’을 신설하는 내용의 저작권법 일부개정안을 발의한 사실이 있다. 그러나 개인이 생래적으로 가지고 태어난 성명, 초상, 음성을 보호하기 위하여 인간의 지적 창작물에 관한 법률인 저작권법의 법리를 원용하는 것이 합당한 것인지는 다소 의문이다.

그리고 무엇보다도 퍼블리시티권이 문제가 되었던 사례들의 경우 기존의 초상권 개념으로도 충분히 해결이 가능하기 때문에 굳이 퍼블리시티권이라는 개념을 차용해 올 필요가 없다고 본다.

대법원은 초상권의 개념과 관련하여 “사람은 누구나 자신의 얼굴 기타 사회통념상 특정인임을 식별할 수 있는 신체적 특징에 관하여 함부로 촬영 또는 그림묘사 되거나 공표되지 아니하며 영리적으로 이용당하지 않을 권리를 가지는데 이러한 초상권은 우리 헌법 제10조 제1문에 의하여 헌법적으로 보장되는 권리”라고 정의 내린 바 있다(대법원 2006. 10. 13. 선고 2004다16280 판결). 그리고 이와 같은 초상권의 내용에 자신의 초상을 영리적으로 이용할 수 있는 권리가 포함되어 있다는 점에 대해서는 이론의 여지가 없을 것이다.

그렇다면 특정인의 초상이 침해된 경우 먼저 정신적 고통에 대한 배상으로서 위자료를 청구하는 것 외에 더 나아가 자신의 초상이나 성명에 관하여 재산적 이익이 있고 이와 같은 재산적 이익이 상대방의 불법행위로 인하여 침해를 당하였다고 한다면 해당 당사자는 그 구체적인 손해액을 입증하여 금전적 배상을 청구할 수 있을 것인바 그렇다면 이는 결국 손해액 입증의 문제로 귀결되는 것으로서 굳이 퍼블리시티권이라는 개념을 원용할 필요는 없을 것이다.

초상권이 내포하고 있는 경제적 가치를 따로 떼어 내어 이를 퍼블리시티권이라고 포장하는 것이 관련 분쟁 해결에 있어서 얼마나 더 유용할 것인지 의문이고 기존의 초상권 개념으로 해결하지 못할 사건은 없다는 것이 개인적인 소견이다.