

# 序

著作權法保護的著作，與每個人的日常生活息息相關，但大多數的民眾常因對法令的不了解，致產生著作權之誤解或爭議。我們確信今日的利用人都有可能成為明日的權利人，因此，如何將尊重著作權的觀念深入人心，這是政府責無旁貸的責任。

為了將著作權法規範的重點以平易的方式介紹給國人，本局前於90年間委請著作權專家學者，就著作權法所保護的語文、音樂、戲劇舞蹈、美術、攝影、圖形、視聽、錄音、建築及電腦程式等10類著作，編撰「著作權案例彙編」一套共計10冊，供各界參考運用，由於本專集係以案例的解說與分析方式撰寫，深入淺出，內容翔實，民眾容易了解經常遇到的著作權問題及應具備之著作權常識，印行以來，普獲各界好評，發揮極高的教育宣導功效。

鑑於著作權法於92年及93年間二度修正，為使本案例彙編切合現行法規定內容，本局特延請原彙編作者，予以通盤檢視，修訂更新，方便讀者參閱。

為了讓這套具有實務參考價值的工具書能符合現行法的規範，所有參與撰修的著作權專家群，都能不辭勞費，欣然貢獻所長，共同期盼尊重著作權觀念能夠普及社會各階層，藉此謹代表本局致以最衷心的敬意與謝意，也樂見所有讀者對專家們給予最高的肯定，分享他（她）們的專業，共同提升優質的保護智慧財產權環境。

經濟部智慧財產局

局長 蔡練生 謹識

# 作者序

郭明怡

著作權法的原理原則雖不致艱澀難懂，但其奧妙之處在於如何將這些抽象的原理原則適用到實際案例。在著作權實務上，經常是透過行政解釋及司法案例的累積，而使得由來已久的原理原則得以因應科技的進步而與時俱進。因此，透過案例說明來瞭解著作權法，無疑是較有效且實用的方法。

攝影是應用光學原理的科技產物，由於攝影作品是人類藉由機器輔助所完成的創作，其是否受著作權法的保護，在著作權法的立法史上並非毫無疑問。然而，最終仍因其中可能蘊含人類精神創作與意念的表達，而被納入著作權法保護的範圍。著作權法下的攝影著作係指照片、幻燈片及其他以攝影之製作方法所創作之著作，攝影與我們的生活幾乎是密不可分，報章雜誌上的新聞照片、月曆上的人物、風景寫照、個人寫真、產品廣告、純藝術的攝影創作等，在在都可能與著作權法息息相關，這些作品的誕生衍生出什麼樣的權利？創作人及使用人如何應對？都需從著作權法的相關規定去瞭解。本文的重點，主要即在介紹什麼樣的攝影著作可能具備原創性而受著作權法的保護？攝影著作權人享有什麼權利？其權利範圍及受保護的程度為何？受聘或受僱所完成的攝影著作，其權利究竟歸屬於出資人、雇用人或受聘人、受僱人？以及在具備什麼要件下，可以合理使用他人攝影著作而不需

著作權人的同意。

透過案例的說明與分析，希望讀者可以從中瞭解攝影著作的創作人可以享有如何的法律保障，以及使用他人攝影著作時，何時需要取得著作權人的授權，如此，既可以保障自身的創作權益，也能尊重他人的智慧財產權，減少侵權事件的發生。但需注意，本書僅係藉由案例說明介紹著作權法的基本概念，並非法律意見，每一個個案可能因為事實及創作內容性質的差異，而可能導致完全不同的結果，故如有具體問題，仍宜請教專家學者。

# 作者簡介

郭明怡律師

現職 中華開發工業銀行法務處副總經理  
現任理律法律事務所資深律師

學歷 國立台灣大學法律系暨法律研究所畢業  
美國哥倫比亞大學碩士，專攻智慧財產權法  
兼具中華民國及美國紐約州律師資格

專長 專長處理智慧財產權及公平交易法相關問題  
及與商務相關的爭議案件

# 目 錄

1.攝影著作的範圍有多廣？所有的攝影作品都受著作權法的保護嗎？ .....	7
案例1-1：攝影作品的著作權 .....	7
案例1-2：沒有原創性的攝影成品 .....	10
案例1-3：以攝影方式重製他人著作 .....	12
2.以同樣的景物為拍攝對象，致所拍攝出的攝影著作極為近似，是否構成抄襲，而侵害他人的著作權？ .....	14
案例：非抄襲之相同著作 .....	14
3.攝影著作權人所享有之權利內容為何？ .....	16
案例 3-1：重製權 .....	16
案例 3-2：公開展示權 .....	18
4.出資聘請或雇用他人完成之攝影著作，著作權歸屬於誰？ .....	20
案例4-1：攝影著作權之歸屬問題 .....	20
案例4-2：著作權與名譽權 .....	23
5.攝影著作受著作權法保護的年限 .....	26
6.攝影著作的合理使用 .....	28

# 1.攝影著作的範圍有多廣？所有的攝影作品都受著作權法的保護嗎？

## 案例1-1：攝影作品的著作權

品軒是大學攝影社的社長，對於攝影極為著迷，最近才剛完成一系列的「夏荷剪影」，將植物園夏天的荷花風姿，一一捕捉在他的鏡頭下，出版社的老板希望能夠將品軒的作品製作成書籤，是否必須經過品軒的授權？

### 解說與分析：

#### 1.什麼是「攝影著作」？

依據內政部著作權委員會（按現已改制隸屬於經濟部智慧財產權局）公告「著作權法第五條第一項各款著作內容例示」第2項第5款之規定，「攝影著作」包括照片、幻燈片及其他以攝影之製作方法所創作之著作。由上述例示規定可知，攝影著作的範圍包含使用一切攝影技術所產生之成果，包括正片、負片及沖洗後之照片。攝影，基本上是以膠片、硝子或其他方法為媒體，呈現一定影象以表現作者之思想及感情。除了傳統攝影外，隨著技術的進步，以數位方式所完成之攝影著作，亦應認屬於攝影著作的範圍。在此需注意「攝影著作」與「視聽著作」之區別，如果是攝影機或其他機器設備呈現系列影像，例如電影、錄影等，著作權法係以「視聽著作」保護之。攝影著作與視聽著作受著作權法保護的內容、範圍有所不同，故應加以區別。

## 2. 什麼攝影著作受著作權法的保護？

著作權法有一個很重要的基本觀念，著作必須具備「原創性」，始受著作權法之保護。所謂原創性，係指一作品為著作人之獨立創作，並足以表達創作者之情感或思想而言。攝影著作有極大程度是依賴機械的作用及技術的操作，其所以受著作權法保護，在於製作時攝影者需決定主題，並對攝影的對象、構圖、角度、光亮速度進行選擇及調整，有時尚須進行底片修改、組合。但如果是單純隨機自動攝影或者是翻拍他人著作，此時因為沒有著作人的原創性在裡面，此種作品即不受著作權法的保護。

由以上所述可知，一攝影著作是否受著作權法之保護，取決於該著作是否具備原創性，有無原創性需依創作過程及創作成果作個案判斷，無法一概而論。

本案例是攝影著作具備原創性最典型的案例，品軒以他在攝影社團所學各種攝影技巧，選擇以荷花為攝影主題，拍攝各種不同姿態的荷花，在取景、光線、構圖等，均有一定的選擇及安排，因此他所完成的攝影作品，應可認為具有原創性，而受著作權法的保護。

## 3. 著作權人享有什麼權利？

攝影著作依著作權法第22條以下的規定，專有重製、公開播送、公開展示、改作、編輯及出租其著作之著作財產權。此外，著作人依著作權法第15條至第17條有關著作人格權之規定，尚享有首次公開發表其著作、於著作上表



示其姓名及保持著作完整不被改變等3項著作人格權。

著作權法賦予著作人專屬的財產權，如欲使用他人著作，除非有著作權法第44條至第65條著作財產權之限制之情形，即需取得著作財產權人的授權，否則即涉有侵害著作權之行為，故使用者付費是著作權法的基本原則。在本案例中，出版社的老闆想要將品軒的作品製作成書籤販賣，已經涉及攝影著作的「重製」，因此出版社老闆必須事先取得品軒的授權，否則即可能侵害品軒的攝影著作的著作權。

#### **參考資料：**

- 1.內政部公告之「著作權法第五條第一項各款著作內容例示」。
- 2.蕭雄淋，新著作權法逐條釋義（一），頁92-93，民國82年9月初版，三民書局）。
- 3.台灣高等法院台中分院刑事判決83年上易字第1482號。
- 4.Melville B. Nimmer: Nimmer on Copyright, 2-126 (Matthew Bender & Co. Inc.)

## 案例 1-2：沒有原創性的攝影成品

廚寶公司為義大利知名品牌「旋風」瓦斯爐之代理商，進口各種不同型號的「旋風」瓦斯爐在台灣販賣，「旋風」瓦斯爐並多次獲得廚具鑑賞大賽的金牌獎。為促銷產品並方便客戶選購，廚寶公司將所代理每一款瓦斯爐以相機近距離拍攝成照片，製作成產品型錄，型錄的封面還有產品得獎獎章的照片。巧巧公司認為旋風瓦斯爐在台灣市場應有發展潛力，乃自馬來西亞平行輸入旋風瓦斯爐，為節省廣告費，巧巧公司將廚寶公司的產品型錄，包括獎章照片，均以翻拍方式，作成自己的產品型錄。廚寶公司發現後，立即對巧巧公司提出侵害著作權之告訴，巧巧公司的行為，是否侵害著作權？

### 解說與分析：

攝影著作必須具備原創性始受著作權法之保護。在本案中，廚寶公司僅係將靜態的瓦斯爐產品及得獎獎牌忠實的加以拍攝，以呈現產品及獎牌的原始面貌，作為產品介紹及說明之用，司法實務上有判決認為此種攝影著作因欠缺原創性而不受著作權法的保護。雖然對廚寶公司及巧巧公司而言，該等攝影著作具有一定的經濟價值，但此並非取得著作權法保護之要件。巧巧公司翻拍廚寶公司照片之行為雖然構成「重製」行為，但因廚寶公司之照片欠缺原創性而不受著作權法之保護，故巧巧公司之行為雖然在道德上有可非議之處，尚不違反著作權法。但需注意，如果巧巧公司使用照片之方法有使消費者誤認其為旋風瓦斯爐之代理商，或與廚寶

公司有任何關連性，則可能另涉有違反公平交易法的問題。

另需注意，一著作是否具備原創性需依個案判斷，故不能由本案例進而推論產品型錄均不受著作權法之保護。如果產品型錄中對背景、燈光及角度等有特殊的選擇及安排，達到可以表現作者思想或情感創作之程度，即可受著作權法之保護。

**參考資料:**

- 1.台灣高等法院台中分院刑事判決83年度上易字第1482號。
- 2.最高法院刑事判決87年度台上字第2561號；台灣高等法院台中分院87年度重上更（一）字第3號。

### 案例1-3：以攝影方式重製他人著作

春風出版社的老闆對於台灣本土畫家的畫作，一直認為有開發其市場價值的潛力，在經過相關畫家的同意後取得出版台灣本土畫家畫冊的權利，春風出版社於是進行畫作的拍攝工作，希望以高品質的攝影技巧真實呈現畫作的原貌，籌製期間花費頗多，春風出版社於是想知道，它所完成的攝影作品是否享有著作權？日後如果有不肖廠商盜印該畫冊，春風出版社能否主張盜印者侵害其攝影著作權。

#### 解說與分析：

著作權法第3條第1項第5款規定：「重製：指以印刷、複印、錄音、錄影、攝影、筆錄或其他方法直接、間接、永久或暫時之重複製作。」上述規定明示如以攝影的方法就其他各類著作或重製物予以重複製作者，應屬重製而非創作，因此所完成之攝影作品應認為不具原創性，而不受著作權法之保護。

在本案例中，台灣本土畫家所完成之畫作，應屬美術著作。春風出版社所進行之工作係將該等畫作的原始面貌忠實的呈現，並未加入新的創意，因此應認為春風出版社係以攝影之方式重複製作台灣畫家之美術著作，該行為應僅為「重製」，而非創作，其因此所完成之攝影著作，雖然花費頗巨，品質優良，亦不受著作權法之保護。且因該行為涉及重製他人著作，如該著作依法享有著作權之保護，則春風出版社必

須事先取得著作財產權人的授權，才能進行重製。在本案例中，如果另有人擅自翻拍春風出版社出版的攝影集內容，製成海報、書籤等產品販售，應僅能認為侵害畫家對其美術著作之著作權，春風出版社尚難主張其有何攝影著作權受侵害。

然而必須注意，如果春風出版社所出版之畫冊，除了攝影之外，尚包含對於畫作的選取及先後順序的安排，甚至包括對於作者之介紹及其畫風之評論等，則該畫冊可能取得編輯著作或語文著作之著作權，而受保護。

**參考資料：**

- 1.著作權法第3條、第28條。
- 2.內政部83.8.23台(83)內著字第8317750號函。

## 2.以同樣的景物為拍攝對象，致所拍攝出的攝影著作極為近似，是否構成抄襲，而侵害他人的著作權？

### 案例：非抄襲之相同著作

圓圓飯店古色古香的建築，一直是攝影家喜愛的拍攝景點，尤其是夜晚打上燈光後，從45度角望去，顯得特別富麗堂皇，每到晚上觀望台上便聚集一些攝影玩家進行拍攝工作。這樣拍攝出來的成品都很相似，不會有侵害著作權的問題嗎？

### 解說與分析：

按著作權法所保護之著作係指屬於文學、科學、藝術或其他學術範圍之創作，凡本於自己獨立之思維、智巧、技匠而具有原創性之創作，即享有著作權。惟原創性與專利法上所要求發明必須具備新穎性不同，著作人如非抄襲或剽竊他人之著作，縱使二人因巧合而同時或先後完成相同或近似的作品，因為二者均屬於自己獨立之創作，如具備原創性，則均受著作權法之保護。此時，創作人各自享有攝影著作之著作權，著作人得個別行使各該照片的著作權。

依據上述分析，攝影師在一個受歡迎的景點所拍攝出之攝影成品，雖然可能相同或極為近似，然因此為巧合，並無抄襲的問題。著作權法上所調「重製」，係指將已完成之著作予以重複製作，使著作內容再現。但在相同地點攝影的情形，其中並無後者將前者所完成之攝影作品重複製作之情

形，故拍攝在後者之行為不構成重製而侵害前者的攝影著作權。

**參考資料:**

- 1.著作權法第3條。
- 2.最高法院刑事判決83年度台上字第2501號判決。
- 3.內政部83.7.8台(83)內著字第8313996號函。

### 3.攝影著作權人所享有之權利內容為何？

#### 案例 3-1：重製權

創意廣告公司為百貨公司週年慶設計抽獎活動海報，其中第一特獎為風速3000轎跑車1輛，創意廣告公司擬於週年慶海報中放入汽車照片，以招攬消費者。創意公司之員工於是將風速3000汽車廣告DM上的照片合成到百貨公司的海報上，又因該照片上的車子與百貨公司實際送出的車子顏色不同，且是在夕陽下拍攝，創意公司乃以電腦修片，更改照片上汽車的顏色，並增加其亮度。風速3000的汽車代理商在看到百貨公司海報時，極為氣憤，認為其著作權未受尊重，而控告創意廣告公司侵權。廣告公司侵害了什麼權利呢？

#### 解說與分析：

風速3000汽車代理商為宣傳之目的而製作廣告DM，其中有在夕陽下拍攝之風速3000汽車，以呈現該車款之美感，該照片一般而言應認為具有原創性，而受著作權法之保護。依著作權法第22條之規定：「著作人專有重製其著作之權利。」所謂重製，依著作權法第3條第1項第5款規定，係指以印刷、複印、錄音、錄影、攝影、筆錄或其他方法直接、間接、永久或暫時之重複製作。創意廣告公司將他人所拍攝之照片使用於其所製作之海報，已涉及將他人照片為有形之重複製作。此外，在本案例中，創意廣告公司除重製該照片外，並進而改變該照片上汽車之原始顏色及燈光，此一修改行為可能違反著作權法第17條禁止不當改變權之規定。依據該條文規定，著作人享有禁止他人以歪曲、割裂、竄改或其他方法



改變其著作之內容、形式或名目致損害其名譽之權利。至於創意廣告公司之修改行為是否已達損害著作人名譽之程度，則需由當事人舉證，並由司法機關調查個案事實認定。

依據上述分析可知，創意公司如要合法使用他人具有攝影著作權之照片，依據其所需使用之內容，除需獲得著作財產權人授權外，宜另徵得著作人同意就其著作做修改。

### **參考資料:**

- 1.著作權法第3條、第17條、第22條。
- 2.內政部82.8.31台(82)內著字第8222386號函。

## 案例 3-2：公開展示權

偉達企業的吳老板衷情於蒐藏攝影作品，為慶祝偉達企業成立30週年，吳老板決定將私人珍藏的攝影作品拿出來作攝影展，吳老板是否需要徵求這些攝影作品的原創作者的授權？

### 解說與分析：

擁有著作物的所有權不一定擁有該著作物的著作權，是著作權法上一個很重要的概念。例如購買1本書，並無法取得該本書的著作權而任意加以影印，而只是取得書的所有權。同樣的情形，吳老板在蒐集攝影作品時，依通常情形，可能沒有要求著作人將該攝影著作相關之一切著作權轉讓給他。在此種情形下，吳老板想要公開展示其所收藏的攝影作品，是否要再經過所有攝影著作人的同意，即有疑問。著作權法第27條規定，著作人專有公開展示其未發行之攝影著作之權利。故著作權人之專屬公開展示權僅限於「未曾發行」之攝影著作，如果一攝影著作曾經公開發行，例如出版過攝影集，則著作權人就該攝影著作即喪失公開展示之專有權利，在此種情形下，取得攝影著作作品之人，不需經過著作財產權人之同意，即可公開展示其所取得的攝影著作。

另外，攝影著作之著作財產權人將其著作原件（底片）或其重製物（如沖洗之照片）讓與他人，依社會常情及交易習慣可認為買受者有公開展示該攝影著作之意願，出賣者亦預見買受者此種意願。故著作權法第57條規定：攝影著作原

件或合法重製物之所有人或經其同意之人，得公開展示該著作原件或合法重製物。

### **參考資料**

- 1.著作權法第27條、第57條。
- 2.台灣高等法院台中分院刑事判決82年度上易字第2594號。

## 4.出資聘請或雇用他人完成之攝影著作，著作權歸屬於誰？

### 案例 4-1：攝影著作權之歸屬問題

小美與志宏相戀多年，終於決定步上紅毯，兩人高興的去拍婚紗攝影，希望留下美好的回憶，但拍完婚紗照後，攝影師告知該婚紗照的著作權是屬於攝影師的，底片不能讓小美與志宏拿走，小美與志宏如要加洗，必須經過攝影師同意。攝影師這樣的主張有沒有道理呢？

### 解說與分析：

#### 1.現行著作權法的規定

在本案例中，小美與志宏花錢請攝影師拍攝婚紗照，但實際完成攝影創作的人是攝影師，因此聘僱關係所完成的攝影著作，其著作權究竟歸屬於誰才屬適當，一直有相當的爭議。著作權法就這方面的規定，也經過歷次的修改。依據87年1月21日修正通過的現行著作權法第12條規定：「出資聘請他人完成之著作，除前條情形外，以該受聘人為著作人。但契約約定以出資人為著作人者，從其約定。依前項規定，以受聘人為著作人者，其著作財產權依契約約定歸受聘人或出資人享有。未約定著作財產權之歸屬者，其著作財產權歸受聘人享有。依前項規定著作財產權歸受聘人享有者，出資人得利用該著作。」

上述規定乍看有些複雜，其實它是將著作權中的著作

人格權與著作財產權的歸屬分別規定。條文中所稱「著作人」即為擁有著作人格權之人。將上述規定適用到本案例，小美及志宏為出資人，攝影師為受聘人，在契約沒有特別約定的情形下，攝影師為所完成婚紗照的著作人，享有著作人格權。且因雙方沒有就著作財產權的歸屬有特別約定，依上述規定，著作財產權歸受聘人即攝影師所有。然而，攝影師雖然擁有小美與志宏婚紗照的著作權，但是著作權法第12條第3項規定，在這種情形下，出資人得利用該著作。小美及志宏依法既然有利用該著作的權限，攝影師自然有交付底片供其利用之義務，否則即妨害出資人合法利用該攝影著作的權限。

## 2. 舊著作權法之規定

著作權法有關受聘著作之著作權歸屬，最近一次修正係在87年，由於該法律在修正時並沒有溯及既往之規定，也就是說，在修法前已完成之著作，其著作權之歸屬仍應依據舊法之規定決定之。依據87年修正前的著作權法第12條的規定，受聘人在出資人之企劃下完成之著作，以該受聘人為著作人，但契約約定以出資人或其代表人為著作人者，從其約定。如本案例係發生在87年修法之前，依據舊著作權法之規定，如果雙方沒有特別約定著作權的歸屬，則攝影著作之著作權，包括著作人格權及著作財產權，均歸屬於攝影師所有。小美與志宏就該攝影著作不享有任何著作權。此一規定係欲由當事人自行約定著作權的歸屬問題，惟如當事人疏忽未在事前特別約定，則可能發生一些

不公平或與當事人認知有差距的情況，而產生紛爭。修正後的著作權法，較能兼顧出資人與受聘人之權益，避免紛爭。然而，如果當事人能在簽約時，事先將著作權的歸屬作一明確的約定，將是預防紛爭最有效的方法。

### 3. 婚紗攝影定型化契約

在上述案例中，小美與志宏如果能在拍攝婚紗照前事先與攝影師約定好著作權歸屬的問題，就不會遇上類似的麻煩了。為保護消費者，行政院消費者保護委員會已在88年5月完成「婚紗攝影定型化契約」，其中約定新人所選定的底片、毛片，其著作權歸新人所有，攝影公司應連同照片交付，至於未選定的底片、毛片則應予銷毀。政府相關單位並已著手推廣此一定型化契約，故消費者決定在某家攝影公司拍照前，可以先詢問該公司是否採用此一契約範本，以保障自身權益。

#### **參考資料:**

1. 著作權法第12條。
2. 行政院消費者保護委員會「婚紗攝影（禮服租售及拍照）契約範本」。

## 案例4-2：著作權與名譽權

婷婷今年剛滿20歲，對於時下流行的寫真十分著迷，希望青春不要留白，於是前往攝影工作室拍攝個人寫真，其中不乏大膽裸露的照片，原本只是想要為青春留下記錄的她，特別要求攝影師要把所有的底片交還給她，並特別言明非經其同意不得將照片公開或轉載。不料婷婷在某天逛書店時，赫然發現自己的數張清涼照片被攝影師刊登在攝影雜誌上，婷婷一怒之下，控告該攝影師侵害著作權及名譽權。攝影師主張其是該攝影著作之著作人，當然沒有侵害著作權的問題。攝影師究竟有無違法？

### 解說與分析：

#### 1.著作權歸屬問題

在本案例中，婷婷雖未直接與攝影師約定所完成照片之著作權歸屬於婷婷，但婷婷在攝影前已要求攝影師要把所有的底片交還給她，且言明非經其同意不得將照片公開或轉載。在此情形下，似可得認為攝影師已默示同意其所完成攝影著作著作權歸屬於婷婷。此應屬於著作權法第12條之規定，出資人與受聘人間著作權歸屬依當事人特別約定之情形。攝影師既然與婷婷特別約定著作權歸婷婷所有，自然不能以自己是實際完成著作之人，而主張沒有侵權。又著作權係屬私權，對於私權歸屬產生爭議時，依民法規定應探求雙方當事人之真意，並由司法機關調查個案情形認定之。

## 2.受侵害之著作權內容

在本案例中，攝影師私自留存婷婷的照片，並交給雜誌社刊登，除了違反雙方交付所有底片及照片及非經婷婷同意不得刊登之契約義務外，並已侵害婷婷的著作人格權及著作財產權。就著作人格權方面，著作權法第15條規定，著作人就其著作享有公開發表之權利。所謂「公開發表」，依著作權法第3條第1項第13款係指：「權利人以發行、播送、上映、口述、演出、展示或其他方法向公眾公開提示著作內容。」據上述規定，著作人享有決定是否公開及如何公開其著作之權利。本案例中，決定是否公開著作之權利是在婷婷，攝影師未經其同意，即將照片交付雜誌社刊登，自涉有侵害婷婷公開發表權之行為。

另依著作權法第22條規定，著作人專有重製其著作之權利。以及同法第27條規定，著作人專有公開展示其未發行攝影著作之權利。出版社刊登婷婷照片之行為，顯然已涉及將婷婷的照片重複製作並出版發行，且該照片之前從未被公開發行，在未經著作權人婷婷同意之情形下，此一行為亦構成侵害婷婷就該照片所享有之專屬重製權及公開展示權。

## 3.受侵害之名譽權

在本案例中，婷婷除了著作權受侵害以外，其裸露的照片遭刊登在雜誌上，依社會常情亦損害其名譽。依民法第18條及第195條規定：「人格權受侵害時，得請求法院除



去其侵害，有受侵害之虞時得請求防止之。」及「不法侵害他人之身體、健康、名譽、自由、信用、隱私、貞操，或不法侵害其他人格法益而情節重大者，被害人雖非財產上之損害，亦得請求賠償相當之金額。其名譽被侵害者，並得請求回復名譽之適當處分。」是以，在本案例中，攝影師除侵害著作權之法律責任外，尚可能負有侵害名譽權之民事責任。在此類侵害名譽權之案例中，除金錢損害賠償外，法院通常會准許原告請求被告在報章雜誌上刊登道歉啟事，作為回復名譽之方法。

### 參考資料

- 1.著作權法第3條、第12條、第15條、第22條及第27條。
- 2.最高法院民事判決88年度台上字第2782號。

## 5.攝影著作受著作權法保護的年限

### 案例：

民國45年所完成的攝影著作，從未向主管機關注冊，在民國57年公開發行，此一著作是不是還受著作權法的保護？

### 解說與分析：

現行著作權法第34條規定，攝影著作之著作財產權存續至著作公開發表後50年。但著作在創作完成時起算50年內未公開發表者，其著作財產權存續至創作完成時起50年。然而，關於攝影著作保護年限之規定，因迭經立法修正，因此在計算攝影著作的保護年限時，不能僅係直接適用現行法的規定，而需查看歷次修法的相關規定，才能得到正確的答案。在計算著作權保護期間時，原則上，除非法律有特別規定新法回溯適用於修法前已完成之著作（原則上一著作在新法施行前已完成，並仍在保護期間，即可沿用新法之保護期間），否則必須要依據舊法之規定。這是因為一著作如果保護期限屆滿，即進入公共領域（public domain）的範圍，亦即，該著作成為社會的公共財，任何人都可以自由的利用，而不需經過著作權人的同意。故如法律無特別規定，已進入公共領域的著作，將不因法律修正而「復活」。

以本案例而言，於民國45年所完成之著作，依當時有效的著作權法第9條及第11條規定，其著作人如已註冊即享有著作權10年，該期間自最初發行日起算。唯著作權法於民國74年修正時將攝影著作之保護期間延長至30年，民國81年再延長為50年，民國79年修訂著作權法第50條之1並規定，完成於

民國74年7月10日本法修正施行前未經註冊取得著作權之著作，其發行未滿20年者，於民國74年7月10日本法修正施行後適用本法之規定。本案例之著作係於民國57年公開發行，其公開發行期間至民國74年7月11日尚未達20年，因依79年著作權法第50條之1規定，依當時著作權法第12條及第15條規定計算其保護期間，其計算之結果，該攝影著作自著作完成時起算30年，即至民國75年止，其著作財產權保護期間即已消滅而不再受保護。

### 參考資料

1. 民國17年著作權法第9條及第11條。
2. 民國33年著作權法第9條及第11條。
3. 民國38年著作權法第9條及第11條。
4. 民國53年著作權法第9條及第11條。
5. 民國74年著作權法第12條。
6. 民國79年著作權法第50條之1。
7. 民國81年著作權法第34條、第33條。
8. 現行著作權法第34條、第33條。
9. 內政部84.3.28(台)內著會發字第8403972號書函。

## 6.攝影著作的合理使用

### 案例：為報導目的的合理使用

A報記者在偶然的情形下獨家拍攝到美國總統獨自到中國餐館用餐的照片，國內其他媒體如要刊登或播出該照片，是否須經A報之同意？如不經A報同意，直接翻拍A報上所刊登的照片，會不會侵害著作權？

### 解說與分析：

使用者付費乃著作權法的基本原則，然如果徹底貫徹此一原則，則不免發生妨礙資訊流通之弊端，為調和社會公益，著作權法第44條以下設有對著作權人權利之限制。著作權法第52條規定：「為報導、評論、教學、研究或其他正當目的之必要，在合理範圍內，得引用已公開發表之著作。」至於著作之利用是否屬於合理利用之範圍，依同法第65條規定，應審酌一切情況，尤應注意下列事項，以為判斷標準：一、利用之目的及性質，包括係為商業目的或非營利教育目的。二、著作之性質。三、所利用之質量及其在整個著作所占之比例。四、利用結果對著作潛在市場與現在價值之影響。

在本案例中，由於美國總統到中國餐館用餐的照片具有新聞性，其他媒體欲刊登或播出，顯然是為了報導的目的，而A報既已取得獨家優先刊登之優勢，在其刊登該照片後，其他媒體或可依據著作權法第65條第2項所定各項合理使用之判斷標準，主張引用該照片做相同的報導，且對A報日後利用該照片之價值，應無明顯不利之影響，以構成合理使用。

然需注意，合理使用因其概括性之規定，需由司法機關依個案適時為審酌認定。另外，如果其他媒體係為報導其他新聞事件，而有使用美國總統照片之必要，則是否能不經A報同意，即使用本案例中之照片，則顯有疑問。因為在此種情況下，可能會被認為所報導的新聞事件與本案例之照片並無直接關連性，且A報對於美國總統之各式檔案照片有授權他人使用之利益，因此較難認為其他媒體之使用行為符合合理使用之要件。

另需注意，即使符合合理使用之要件，媒體在引用他人著作時，依著作權法第64條之規定，應明示其出處，否則仍係違反著作權法之行為。所謂明示出處，係指以合理方式表示著作人之姓名或名稱。據此，在本案例中，其他媒體如要轉載A報有攝影著作之照片，在轉載時須標明該照片來源，方屬合法。

#### **參考資料:**

- 1.著作權法第52條、第64條、第65條、第96條。
- 2.最高法院刑事判決84年台上字第5350號。

## 著作權案例彙編(4)-攝影著作篇

出版者/編者：經濟部智慧財產局

發行人：蔡練生

出版機關：經濟部智慧財產局

地址：台北市辛亥路2段185號3樓

經濟部網址：[www.moea.gov.tw](http://www.moea.gov.tw)

經濟部智慧  
財產局網址：[www.tipo.gov.tw](http://www.tipo.gov.tw)

電子信箱：[ipo@tipo.gov.tw](mailto:ipo@tipo.gov.tw)

電話：(02)2738-0007

傳真：(02)2735-2656

印刷者：和緣彩藝設計企業有限公司

中華民國90年11月初版

中華民國95年8月二版

工本費：50元



「姓名標示-禁止改作-非商業性」授權條款台灣2.0版本著作採「創用CC」之授權模式，僅限於非營利、禁止改作且標示著作人姓名之條件下，得利用本著作。

GPN：1009501257

ISBN：978-986-00-5738-6(平裝)

986-00-5738-9(平裝)