"인터넷 창작물도 지적재산권"

인터넷이 정보 유통의 새 장으로 떠오르면서 디지털 컨텐츠의 지적재산권 보호를 위한 '디지털 컨텐츠 식별체계' (DOI · Digital Oject Identifier) 도입이 본격 추진되고 있다.

DOI란 공산품의 '바코드', 출판물의 'ISBN' 처럼 음악 동영상 게임 등 인터넷을 통해 유통되는 디지털 컨텐츠에 고유 식별번호를 부여하는 것.

현재 국제DOI재단(IDF)에서 기술 개발과 표준화를 추진중이며 국내에서는 대한출판문화협회와 데이터베이스진흥센터에서 각각 도입을 서두르고 있다.

출판협회는 일반인에게는 아직 생소한 DOI 사업을 소개하고 활성화 방안을 마련하기 위해 3일 COEX 대회의실에서 '국제 DOI 워크숍'을 연다. 워크숍에는 베누아 윌러 국제출판협회 사무총장, 캐롤 리셔 미국출판협회 부회장 등도 참석해 선진국들의 추진 현황을 소개할 예정이다.

DOI 왜 필요한가 전자상거래가 빠르게 확산되면서 음악 도서 영화 애니메이션 소프트웨어 등 창작물도 인터넷을 통해 유통되는 시대를 맞았다. MP3, 전자책(e-Book)등의 등장이 그 예. 그러나 지적재산권 보호 장치가 미흡해 불법복제 등 부작용이 속출하면서 컨텐츠 산업 발전에 걸림돌로 작용하고 있다.

이런 문제점을 해결하기 위해 각각의 컨텐츠에 주민등록번호와 같은 고유식별번호를 매기는 것이 DOI의 뼈대. 식별번호에는 저작권자, 가격, 유통업자, 저작물의 형태 등 각종 정보가 담기며 불법복제를 막는 워터마킹 기술이 결합돼 컨텐츠의 유통 경로를 자동 추적함으로써 저작자의 권리를 보호하게 된다.

또 특정 컨텐츠에 부여된 식별번호는 영구적이기 때문에 이용자들 입장에서는 찾고자 하는 컨텐츠가 다른 사이트로 옮겨지거나 해당 사이트의 주소가 바뀌더라도 손쉽게 찾을 수 있는 이점이 있다.

어떻게 운영되나 우선 컨텐츠 저작권자가 DOI 등록관리기관(RA · Register Agency)에 등록신청을 하면 식별번호가 부여되고 등록관리시스템에 저장된다.

등록관리시스템은 이용자가 찾고자 하는 컨텐츠의 식별번호를 인터넷 주소(URL)로 변환해 이용자의 웹 브라우저로 보내주는 역할을 한다. 예를 들어 A가수의 노래를 듣고 싶을 때 이용자가 검색엔진 등을 통해 정보를 검색하면 등록관리시스템에서 그 노래의 음원관리자 사이트를 찾아 연결해주는 것.

특히 각국 등록관리시스템은 하나의 네트워크로 묶이고, 이 네트워크는 음악 도서 동영상 등 분야별 컨텐츠 제공업체(CP) 사이트들과도 연동돼 국내에서도 세계 각국에서 생산된 컨텐츠를 간편하게 검색하고 구매할 수 있게 된다.

DOI 추진 현황 DOI는 미국출판협회에서 제안한 것으로, 1997년 10월 프랑크푸르트 국제도서전 기간중 열린 국제출판협회(IPA) 워크숍을 계기로 IPA 공식사업으로 채택됐다. 이듬해 1월 이를 추진할 국제기구인 IDF가 결성됐다.

IDF에서는 현재 DOI 상용화 모델 개발과 표준화 지정, RA 선정 기준 등을 집중 논의하고 있다. IDF는 올 10월 시범서비스 기관 4곳을 지정해 시험운용을 거친 뒤 내년 하반기 나라별 RA를 선정한다는 계획이다.

출 처 한국일보

식품회사들 '특허출원' 마케팅으로 활용

부도 등으로 한때 좌절했다가 재기를 노리는 식품회사들이 특허출원을 마케팅 기법으로 적극 활용하고 있다.

그러자 다른 대기업들도 특허출원을 내세워 회사와 제

품의 이미지를 높이려는 전략으로 맞서면서 '특허 마케팅'이 확산하는 추세다. 특허출원 번호를 광고의 전면에 부각시키는 기업들도 있다.

해태유업은 '토마토를 이용한 젖산 발효음료 제조방법' 특허를 출원한 '발효 토마토 500' 요구르트를 선보였다. 토마토에 함유된 리코텐 성분으로 만들어 성인병 예방에 주효 하다면서 지난 5월 특허출원 사실을 굵직하게 표기한 인쇄광고를 대대적으로 실시했다.

파스퇴르유업은 재기의 몸짓을 '쾌변 요구르트'로 시작했다. 발명특허 번호 99-47809, 출원번호 99-47819라는 광고를 게재하면서 변비에 탁월한 효능이 있음을 강조한다.

삼양식품은 재기 후 내놓은 '수타면'이 매월 40만상자 이상 팔리는 히트를 기록하자 면발제조기(웨이브 롤러)에 대해 실용실안 및 의장등록을 출원했다.

삼양은 종전의 평 롤러 대신 웨이브 롤러로 면발을 만든다는 것을 강조하기 위해 임현식과 차태현이 등장하는 코믹광고를 내보내면서 "면발은 때려야 한다"고 강조한다.

빙그레는 1997년 유산균이 캡슐에 싸여 장까지 살아간다는 닥터캡슐 요구르트를 출시하면서 '캡슐제 요구르트의 제조방법'이라는 특허를 출원했고 패키지 표면에 이 내용을 고지해 유산 캡슐제품에 대한 이미지 선점에 나섰다.

매일유업은 '장에는 GG 요구르트'를 발매하면서 특허 유산균 GG로 만든 제품임을 강조하는 전략을 썼다. 미국, 유럽 등 전세계에서 특허를 이미 취득했고 특허 관련 학술논문만 1백여편 이상이라는 점을 광고에서 집중적으로 부각시켰다.

보성녹돈(綠豚) 체인본사인 '미트크린'은 녹차를 먹여 기른 돼지고기에 대한 특허출원을 체인점 모집 설명회에서 강조해 효과를 봤다. 녹차의 카테닌 성분 때문에 고기 속의 지방이 보통 돼지보다 30%, 콜레스테롤은 10% 적다는 것이다.

닭고기 프랜차이즈사업을 하는 '에디스'는 'DHA 특허 프랜차이즈'란 문구를 항상 앞에 내세운다. 미국, 프랑스 등 세계 7개국에서 특허를 획득했고, 미국 도코사푸드에 1백50만달러를 받고 특허기술을 이전한 강점을 부각하려는 것이다.

출처 중앙일보

인터넷 서비스 기술 특허출원 러시

최근 인터넷 비즈니스모델(BM) 특허를 둘러싼 찬반논란이 거세게 일고 있는 가운데 국내 선발 인터넷 업체들이 BM분야가 아닌 서비스기술분야의 특허를 잇따라 출원하고 있다. 이는 특히 막연한 BM이 아닌 특정 서비스의 구현을 위한 기반기술분야라는 점에서 보호받기가 용이하고 향후 인터넷기술 수출의 기반이 된다는 점에서 주목된다.

인터넷 경매 서비스 업체인 옥션·셀피아를 비롯해 허브사이트인 인티즌·허브코리아, 무료 우편배달 서비스업체인 유포스트 등이 서비스 기술특허를 출원하는 등 법적 절차를 통해 개발한 기술을 자기 소유재산으로 만드는 작업에 박차를 가하고 있다.

인터넷 업체들의 특허출원이 급증하는 것은 확실한 특허를 취득함으로써 최근 늘어나고 있는 마구잡이식 콘텐츠 무단복제와 BM도용 등으로 인한 법정공방을 미연에 방지함은 물론 신규 서비스 진출업체에 대한 로열티 수입을 안정적으로 챙길 수 있기 때문인 것으로 풀이된다.

국내에 인터넷 경매 서비스를 처음 도입한 옥션(대표 이금룡·오혁)의 경우 지난해말 2년여의 개발 끝에 완성한 매매보호장치에 대해 특허를 출원하고 결과를 기다리고 있다.

옥션의 매매보호장치는 인터넷상에서 경매가 낙찰된 후 납품 및 구매대금의 입금을 원활하게 처리, 구매자 및 판매

자 모두를 보호할 수 있는 매매보호 방법 및 컴퓨터 구현기술이다.

옥션의 한 관계자는 『매매보호장치는 경매 서비스를 하는 업체에는 필수적인 기술』이라며 『세계 최대 규모의 경매업체인 e베이가 국내 시장에 쉽게 들어오지 못하는 이유 중 하나는 한국적 매매보호장치 기술이 없기 때문』이라고 말했다.

네트워크 경매 서비스 업체인 셀피아(대표 윤용)도 최근 자체 개발한 네트워크 전자상거래 기술을 특허출원한 상태다.

또한 포털사이트에 이어 유망 인터넷 BM으로 떠오르고 있는 허브사이트 분야에서도 인티즌이 지난해 12월 원패스 아이디 기술 등 허브사이트 관련 원천기술을 특허출원 했고 지난 3월에는 허브사이트 서비스 「오케이허브」를 준비중인 허브코리아가 허브사이트 관련 특허를 출원, 오는 8월께 특허취득을 기대하고 있다.

최근에는 인터넷 무료배달 서비스 업체인 유포스트도 우체국을 이용한 인터넷 전보 및 인터넷 일반 우편 서비스 시스템 특허를 등록한 상태다.

이와 관련, 업계의 한 관계자는 『최근의 기술특허현상은 성격이 모호한 BM특허와는 성격이 분명 다르다』며 특히 우리나라 인터넷산업이 비교적 다른나라에 비해 빠른 만큼 이를 잘 활용할 경우 인터넷 서비스분야의 기반기술수출 및 해외시장 공략에 커다란 도움이 될 것』으로 내다봤다.

출 처 전자신문

도메인 네임과 상표권 보호

한 편의 영화출연료로 2천만불 받는 미국 최고의 인기여배우 줄리아 로버츠는 최근 세계지식재산권기구(WIPO)의 결정에 의해 그녀의 이름을 딴 「juliaroberts.com」을 무단점거자(cybersquatter)로부터 넘겨 받을 수 있게 됐다.

얼마 전 나이키 회사도 WIPO의 결정으로 한국인 무단점거자로 부터 도메인 네임을 되찾았다. 도메인 네임은 인터넷상에서 정보를 주고 받기 위한 주소이지만 온라인 사업이 일반화되자 상표에 버금가는 상업적 기능과 가치를 가지게 되었다.

「korea.com」은 5백만불에 한국업체에 팔리고 「america.com」은 3천만불을 호가하고 있다. 그러나 유명상표나 유명인사의 이름을 도용해서 악의적으로 무단 선점하는 것은 상표권과 프라이버시 침해 등 법적 문제를 야기한다.

국제인터넷주소관리기구(ICANN)는 도메인 관련 분쟁을 신속히 해결하기 위하여 WIPO 등 4개 국제 도메인분쟁해결기관을 지정하여 운영하고 있고 미국은 「反Cybersquatting법」을 제정하여 악의적인 도메인 선점행위를 규제하고 있다.

국내에서도 도메인 분쟁이 늘고 있으나 법원의 결정이 있을 경우에만 등록 취소절차를 밟고 있다. 법원의 재판에는 많은 비용과 시간이 소요되므로 하루빨리 도메인 분쟁해결기관을 공식 지정해 신속한 분쟁해결 절차를 마련해야 할 것이다.

상표는 국제적 규범과 국내법에 따라 각국의 특허청이 엄정한 심사를 통해 등록여부를 결정하고 등록된 상표는 법으로 보호되고 있다. 따라서 상표권은 특별한 등록요건과 심사 없이 먼저 신청한 자에게 등록을 해주는 도메인 네임과는 법적 성격이 다르다.

도메인 네임이 사이버 공간을 대상으로 할지라도 모니터에 표시되고 사실상 상표로서 기능을 하는 한 타인의 상표권을 침해해서는 안될 것이다.

특허청은 인터넷상 상표권 보호를 보다 명확히 하는 방향으로 상표법과 부정경쟁방지법 개정을 추진 중에 있다. ICANN과 WIPO도 도메인 네임의 본질적 기능을 살리면서 상표권이 적절히 보호되는 방안을 강구하고 있어 조만간 국제적인 통일규범이 마련될 것으로 기대된다.

출 처 매일경제

발특2000 · 07