# '몰랐다'가 통용되지 않는 전쟁터

이미 우리가 사는 환경의 일부가 되어버린 인터넷. 때문에 새로운 시대를 예고하는 인터넷 문명 속에서 사회의 안정과 균형을 추구하는 도구로서의 법의 역할은 장차 우리사회의 변화의 폭과 깊이를 결정짓는 주요한 척도가 될 듯 싶다. 어떻게 활용되고 대비를 해야하는지 살펴봤다. 〈편집자〉

■ 정준용/Whois 인터넷비즈니스 경영연구센터 법무이사
(아태법률사무소 고문, 미국변호사)

## 법과 인터넷 문명

### 법, 사회안정과 균형의 도구

■ 생성과정에 따른 법의 성격
- 개혁입법 : 변화를 지향하는 사회에서 다수에게 변화의 방향을 제시
- 점진입법 : 민주적 사회에서 점진적으로 사회질서를 변화시켜 나감

"인터넷은 다수의 합의에 의해 주도되는 점진입법의 방향으로 발전"

대부분의 학자는 문자의 발명이 인류가 동물과 구분되는 오늘날의 문명사회를 이룩한 일등공신이라는데 동의하고 있다. 한 사람의 지식을 다른 사람에게 전파하고, 이를 다시 후대에까지 전달할 수 있게 하는 수단인 문자. 이는 바로 인류문명의 초석인 셈이다. 한편 인류역사상 문자에 버금가는 새로운 발명이 지난 세기말에 출현하기 시작하여 새로운 밀레니엄의 앞날을 밝게 비추고 있다. 이름하여 인터넷 문명(Internet Civilization). 인터넷은 한 사람의 지식을 다른 사람에게 전달하는 수단의 획기적인 발명으로 정의할 수 있다.

인터넷 문명의 시작은 어느 날 갑자기 우리에게 성큼 다가왔다. 바꾸어 말하면 우리가 인터넷으로 인한 변화를 준비하고 이

연재 순서

1 인터넷 도메인 전략
2 인터넷 사업 전략
3 인터넷 법률 전략 이번호
4 인터넷 회계 전략
5 인터넷 자금 전략

에 대한 제도적 대응 태세를 갖추기도 전에 우리가 사는 문명사회의 일부가 되어가고 있는 것이다. 이미 우리가 사는 환경의 일부가 되어버린 인터넷. 따라서 새로운 시대를 예고하는 인터넷 문명 속에서 사회의 안정과 균형을 추구하는 도구로서의 법의 역할은 장차 우리사회의 변화의 폭과 깊이를 결정짓는 주요한 척도가 될 듯 싶다.

사회질서를 유지시키는 수단인 법은 그 생성과정에 따라 크게 두 가지 부류로 나뉜다. 하나는 소수의 선각자들에 의한 개혁입법. 변화를 지향하는 사회에서 다수에게 변화의 방향을 제시하고, 다수를 소수에 의한 변화된 사회로 유도하는 수단으로 사용되는 방법으로 주로 새로운 정권, 새로운 체제의 출범과 더불어 추진되는 입법 방법이다.

다른 하나는 민주적인 사회에서 다수와 소수의 힘의 균형과 조화로써 평화적이고, 점진적으로 사회질서를 변화시켜 가는 점진입법이다. 이러한 법은 변화보다는 사회의 안정에 초점을 두게 되어 현상을 유지하려는 강한 성향을 띠며, 사회변화에 맞는 새로운 법의 입법까지는 상당한 시간과 사회적 합의를 요하는 특징을 지닌다.

인터넷의 출현은 하나의 유행처럼 자연스럽게 우리에게 다가왔다. 비록 인터넷이 앞으로 인류문명에 일대 지각변동을 예고하고 있지만 인터넷 문명의 전개와 발전은 그것을 수용하는 일반 대다수 사람들의 합의에 의하여 주도되는 점진입법의 방향이 될 것으로 판단된다.

예를 들면 어느날 인터넷 저작권에 대한 수십억원대의 소송이 신문의 큰 머릿기사로 등장하면 이에 대한 활발한 네티즌들의 자연스런 의견수렴과 현존하는 법 테두리 안에서 이를 해결하려는 노력이 시도되어 지고, 이에 대한 결과가 대다수 사람들이 갖고 있는 법 감정과 큰 괴리를 보일 때, 사회는 변화의 목소리를 높이게 되며 이는 점차 변화된 세계에 맞는 새로운 법의 제정으로 이어질 것이다.

### 인터넷과 패러다임의 변화

인터넷의 선구자들은 인터넷이 인류사회를 근본적으로 변화시킬 것이라고 말하고 있다. 우리가 살아왔고 익숙해 있는 모든 생활환경에 현실세계와 병존하는 사이버공간(cyber space)이 접목되면서 그동안 경험해보지 못한 새로운 세계가 펼쳐지고 있다고 말한다. 예를 들면 물건을 구입할 때 현실세계에서 직접 만져보고, 느껴야만 하던 고전적인 방법에서 탈피하여 사이버세계에서 물건을 선택하는 전자상거래의 원초적인 방법이 이미 도입되고 있다.

이는 미래의 인터넷 기술의 발전과 더불어 장차 인간사회의 주된 상거래 방식으로 자리잡을 것으로 예측되고 있다. 또한 교사와 학생이 한 장소에서 직접 얼굴을 맞대고 가르치고 배우던 종전의 교육방법도 멀지 않은 미래에 화상전송을 통한 인터넷 교육의 새로운 시스템으로 우리의 교육체제가 일대 변혁기를 맞이할 것으로 예견하는 사람들도 점차 늘어나고 있다.

■ **인터넷으로 인한 사회의 근본적 변화, 패러다임의 변화**

- 상거래방식의 변화 : 현실세계의 상거래 → 사이버 공간의 전자상거래
- 교육방식의 변화 : 동일장소, 대면접촉 → 화상전송을 통한 인터넷 교육

**"인터넷 시대의 적응을 위한 사고전환을 요구"**

이 모든 변화는 결국 우리가 그동안 익숙해왔던 고정관념의 틀을 깨뜨리는 패러다임(paradigm)의 변화로써 인터넷 시대의 적응을 위한 우리 사고의 전환을 요구하고 있다. 패러다임은 우리말 규칙동사의 어간에 해당하는 말로서 그동안 우리는 동사 활용시 용도에 따라 동사의 어미는 변화하지만 어간은 변하지 않는 것으로 생각하여 왔다. 그러나 인터넷 시대의 도래와 더불어 우리는 이제 동사의 어간도 변할 수 있다는 사실에 대비하여야 한다.

패러다임의 변화에 대비하여 준비하고 이를 기회로 활용하는 사람이나 기업은 희망찬 미래로 도약할 수 있을 것이고, 그렇지 못한 사람이나 기업은 비록 지금은 번성하고 있다 하더라도 멀지 않은 미래, 변화의 인터넷 시대에 도태될 수밖에 없는 운명으로 전락하고 말 것이다.

그렇다면 패러다임이 변하고 있는 인터넷 문명시대에 우리는 과연 어떻게 인터넷 비즈니스(business)를 준비하고 전개해 나갈 것인가? 인터넷 기업을 설립하고 홈페이지를 개설할 때 일반적으로 주의하여야 할 사항을 법률적 관점에서 점검해보고자 한다.

## 인터넷 기업 설립

### 전문영역에 따른 역할분담

"인터넷 비즈니스는 사업아이템에 대한 아이디어와 시장의 선점이 핵심이므로, 홈페이지 제작의뢰시 홈페이지 제작업체와 기밀유지(Confidential Agreement)에 관한 약정이 필요"

인터넷 기업의 한가지 공통적인 특징은 인터넷 아이디어와 이를 사업화시키기 위한 기술적인 Support가 따라야 하는 점이다.

다시 말하면 인터넷을 이용한 새로운 사업아이템을 개발하고, 이를 구현하기 위하여 계획된 사업아이템에 맞는 홈페이지 사이트를 개설하여야 한다.

인터넷상에 홈페이지를 꾸미기 위한 다양한 소프트웨어의 개발로 이제는 아마추어도 홈페이지를 꾸미는 일이 그다지 어려운 일은 아니다. 하지만 개인이나 기업의 홍보 차원에서의 단순한 홈페이지가 아니라 인터넷을 통하여 비즈니스(business)를 개발하고 궁극적으로 기업의 가치를 높이는 장기적으로 수익성에 기반을 둔 인터넷 사이트의 개설은 전문영역별로 여러 사람이 서로 머리를 맞대고 처음부터 치밀한 기획으로 시작할 필요가 있다.

홈페이지의 개설은 홈페이지 제작업체를 통한 아웃소싱(outsourcing)과 자체 인력을 충원하여 홈페이지를 직접 제작하는 방법 등이 있다. 인터넷 사업은 사업아이템에 대한 아이디어와 진출 분야에 대한 시장의 선점이 무엇보다 중요하기 때문에 아웃소싱을 통한 홈페이지 제작의뢰시 주의하여야 할 부분이 기밀유지(Confidential Agreement)에 관한 홈페이지 제작업체와의 약정이다.

기밀유지약정은 홈페이지 제작업체가 홈페이지 제작과 관련하여 알게된 의뢰기업의 인터넷 비즈니스 영업기밀을 포함하여 일체의 비밀을 제3자 등에게 누설하지 않을 것이며, 이를 부당하게 이용 또는 활용하지 않을 것을 협약하는 것으로 홈페이지 제작업체는 제작에 관여한 종업원에 대하여도 책임을 질 수 있어야 한다.

### 스톡옵션(Stock Option)

"충분한 자금여력이 없는 벤처기업의 경우, 창업 Member에 동기부여를 위해 스톡옵션 활용 … 스톡옵션 적용시 스톡옵션 행사시점에 유의해야"

한편 자체 인력을 충원하여 홈페이지를 직접 제작하는 경우에는 홈페이지 제작에 참여하는 직원들에 대하여 어떠한 형태로 보수를 지급할 것이냐 하는 점이 주요 관심사가 된다. 인터넷 벤처기업은 보통 초기에 충분한 자금여력을 확보하고 있지 못하는 경우가 대부분이다. 따라서 제한된 자금을 인건비에 지출하기에는 어려움이 많을 것이다. 또한 아이디어와 인적 자원이 그 무엇보다 중시되는 인터넷 기업의 특성상 초기 창업 Member들에 충분한 동기부여(incentive)를 위하여 스톡옵션(stock option) 등 회사의 일정 지분을 할애하는 방식이 많이 활용되고 있다.

스톡옵션은 직원에게 일정수량의 회사 주식을 미리 정해진 가격에 살 수 있는 권리를 부여하는 것으로 만일 그 기업의 주식가치가 올라 스톡옵션을 갖고 있는 직원이 이를 행사하게 되면 사는 값과 파는 값 사이에 차액이 발생하게 되어 그만큼 이익을 볼 수 있게 된다. 반면 주식의 가치가 하락하여 사는 값이 파는 값보다 더 비싸게 되면 누구도 스톡옵션을 행사하지 않을 것이고, 따라서 종업원들은 기업의 가치를 높이기 위하여 더욱 열심히 일하게 될 것이다.

스톡옵션을 부여할 때 인터넷 벤처기업이 고려하여야 할 사항은 스톡옵션을 행사할 수 있는 시점을 언제로 정할 것이냐 하는 점이다. 이에는 크게 두 가지 형태로 나누어 생각할 수 있다.

하나는 기업의 미래 주식가치에 중점을 두어 회사주식이 일정가격 이상으로 상승하면 스톡옵션을 행사할 수 있도록 하는 방법과 다른 하나는 우수 종업원이 일정기간 이상 근무했을 때 스톡옵션을 행사할 수 있도록 하는 방법이 있다. 물론 두 가지를 복합하여 사용할 수도 있다. 기업의 형편과 상황에 따라 어느 한쪽에 의미를 부여하여 이를 활용하는 것이 좋다. 한편 회사설립에 관한 법에 의하면 5% 이상의 지분을 갖고 있는 자는 대주주로 분류되어 스톡옵션의 행사시 그 차익에 대하여 양도

세가 부과될 수 있으므로 주의하여야 한다.

## 인터넷 비즈니스 모델의 특허화

### 원초적 특허

> "강력한 특허권을 인정하는 인터넷 사이버세계 … 사이버공간에서 특허권을 인정받기 위해서는 구현하고자 하는 비즈니스모델이 현실세계와 다른 그 무엇이 있다는 것을 보여주어야…"

특허권자의 법적 보호장치인 특허법은 자유경쟁에 입각한 시장경제체제와 배치되는 사회적 합의의 산물이다. 특허법은 일정기간 특허권자의 독점적인 지위를 보장함으로써 개인의 독창적인 아이디어 개발을 보호, 장려하고 그 이용을 도모함으로써 사회적으로 유용한 과학기술의 발전을 촉진하여 산업발전에 이바지함을 그 목적(특허법 제1조)으로 한다.

이에 반하여 시장경제체제는 독점이나 과점을 금지하고, 자유로운 개인이나 기업간의 경쟁을 촉진하여 사회 전체의 효용성을 극대화시키는데 그 근본이 있다. 따라서 특허제도하의 독점권과 시장경제의 자유경쟁체제는 서로 상반된 성격을 지니게 되는 바, 이에 대한 균형으로 현행법에서는 특허의 존속기간을 특허 출원일로부터 20년간(특허법 제88조)으로 제한하고 있다.

한편 전통적으로 특허법 하에서도 특허가 인정되지 못하는 분야가 있는데 비즈니스 경영이나 영업방식 등이 이에 해당한다. 예를 들면 어떤 상인이 상품의 판매 방식에 기발한 아이디어를 접목하여 24시간 영업하는 편의점을 처음으로 개업하였다고 하자. 영업방식이 대단히 독창적이어서 이에 대한 특허권을 갖고 타인이나 기업이 그와 유사한 방식으로 영업하지 못하도록 하고자 한다면 그 상인은 과연 그가 개발한 영업방식에 특허권을 확보할 수 있을까?

만일 그 상인이 비즈니스 영업방식에 대하여 특허를 출원한다면 특허를 받지 못할 것이다. 비록 그 영업방식이 특허출원에 필요한 제반 조건을 만족한다 하여도 이는 본질적으로 자유시장 경쟁체제를 부인하는 결과를 초래할 것이고, 따라서 아무리 영업방식이 독창적이라 하더라도 특허가 인정되지 못하고 있다.

그러나 인터넷의 가상공간에서는 많은 논란 끝에 비즈니스모델에 대한 특허권이 인정되고 있다. 사이버세계가 갖는 현실세계와의 차이가 법적으로 인정되고 있는 셈이다. 특허는 특허가 갖고 있는 독창적인 아이디어를 보호하는 것으로써 특허권자는 이에 대한 독점적 지위를 갖고 특허의 구성요소를 만족하는 어떠한 것에 대해서도 특허권을 주장할 수 있다.

이렇듯 강력한 특허권을 인정하는 인터넷의 사이버세계. 특허법에 관한 한 현실세계와 사이버세계는 각각 다른 Rule이 적용되고 있는 것이다. 하지만 사이버공간에서 특허권을 인정받기 위하여 출원인은 사이버공간에서 구현하고자 하는 비즈니스모델이 현실세계와 다른 그 무엇이 있다는 것을 보여주어야 한다. 사이버공간에서의 비즈니스모델이 현실세계에서의 비즈니스를 인터넷상으로 단순히 확장한 것에 불과한 경우는 인터넷의 비즈니스모델로 특허를 받기가 대단히 힘들다.

인터넷의 초기, 미국에서 인터넷의 비즈니스모델로 특허를 받기가 대단히 어려웠다. 그러나 요 근간에는 상당수의 비즈니스모델 특허가 등록되고 있다고 전해지고 있다. 어떤 한 인터넷 기업은 자신이 구축한 인터넷 사이트에서 무려 150여 항목의 특허등록을 마쳤다고 한다. 특허에는 어떤 새로운 기술의 근간이 되는 원초적 특허가 있다.

예를 들면 누가 볼펜심지 끝 롤러(roller)에 대한 특허권을 갖고 있다고 한다면 어떠한 볼펜 제조업자도 볼펜심의 롤러기술을 활용하지 않고는 볼펜을 만들 수 없게 되고, 따라서 모든 볼펜 제조업자는 그 특허권자로부터 볼펜심 롤러기술의 사용을 허락 받아야 한다. 볼펜을 만드는데 필수적인 기술, 그것이 바로 원초적 특허이며 인터넷 비즈니스모델로 무수한 원초적 특허가 출원, 등록되고 있다고 한다.

만일 자신이 구상하고 있는 인터넷 사이트에 사이버세계에서만 존재할 수 있는 새로운 형태의 비즈니스모델이 구성되고 있다면 망설이지 말고 전문가와 상담하여 이에 대한 특허를 출원하도록 해야 한다. 그러나 자신이 국내외의 타 인터넷 사이트로부터 사이버세계에서의 새로운 비즈니스모델을 모방하고 있다면 이것이 과연 특허권 침해는 아닌지 한번쯤 생각해 볼 필요가 있다.

### 다가오는 인터넷 특허분쟁

> "사이트 광고를 보면 돈을 번다는 아이디어, 인터넷 초기 미국에서 인터넷 비즈니스모델 특허출원된 것 … 우리나라의 경우, 1999년부터 인터넷 비즈니스 모델에 대한 특허출원이 잇따르고 있어, 이로인한 본격적인 인터넷 특허분쟁이 2001년부터 증가할 것으로 예상"

본래 특허는 영토적 제한을 받는다. 대한민국에서 특허권을 갖고 있는 사람이 일본에서 이를 행사할 수는 없다. 그러나 특허에 관한 국제협약에 따라 대다수의 국가는 한 국가에서 출원된 특허에 대하여 1년이내 타 국가에 동일한 특허를 출원하게 될 때, 우선권을 주장할 수 있는 권한을 부여한다.

결국 세계 어느 나라에서든 인터넷 비즈니스모델에 관한 특허를 출원했다고 한다면 그 특허 출원인은 1년 이내에 해외 어느 나라에서도 자신이 처음 특허를 출원한 날로 소급하여 특허를 출원한 것과 동일한 효과를 갖는다. 인터넷의 초기 미국의 한 인터넷 기업이 "사이트 광고를 보면 돈을 벌 수 있다"는 아이디어로 인터넷 비즈니스모델 특허출원을 하였고, 그 특허는 미국 특허청에 의하여 처음에 등록이 거부되었다. 이에 따라 그 기업은 특허소송을 제기하였고, 몇 년의 세월이 걸려 미국 법원은 결국 그 기업의 인터넷 비즈니스모델 특허를 인정하게 된다. 그러나 이로 인하여 그 기업은 해외 특허출원을 할 수 없었고, "사이트 광고를 보면 돈을 번다"는 아이디어는 여러 나라의 인터넷 사이트에 의하여 이용되었다.

만일 그 기업이 적시에 해외에 동일한 특허를 출원하였다고 한다면 그 여파는 일파만파의 파장을 일으켰을 것이다. 1998년 이후 상당수의 인터넷 비즈니스모델 특허가 미국에서 출원되고, 동시에 한국을 포함하여 여타의 나라에도 출원되고 있다는 소식이다. 특허는 특허가 등록된 날로부터 특허권에 대한 효력(특허법 제87조)을 갖는다.

현재 국내외에 출원중인 특허는 심사를 거쳐 특허의 유무가 판가름나게 되는데, 이는 대체적으로 출원일로부터 2년여의 기간이 소요된다. 우리나라는 1999년부터 인터넷 비즈니스모델에 대한 특허출원이 잇따르고 있는 바, 이로 인한 본격적 인터넷 특허분쟁은 2001년 이후부터 증가할 것으로 예상된다.

## 인터넷과 저작권 침해

### 저작권법의 개정

> "정보의 공유가 남이 땀흘려 만들어놓은 컨텐츠를 무단으로 복제하여 상업적으로 활용할 수 있다는 의미는 아니다... 인터넷상에도 저작권은 엄연히 존재하며, 고급 인터넷 컨텐츠의 제작과 인터넷의 발전을 위해 인터넷 저작권은 보호되어야 한다."

인터넷상의 저작권은 아직 우리에게 생소한 감이 없지 않다. 인터넷은 정보의 공유라는 대명제 하에서 시작되었다. 고립되어 있는 각 컴퓨터를 정보통신망을 통하여 연결시킴으로써 많은 사람들이 보다 자유롭게 정보를 공유한다는 취지로 출발한 인터넷. 이는 확실히 인류역사상 가히 혁명적으로 정보의 유통속도를 증가시키고 있다.

그러나 정보의 공유가 남이 땀흘려 만들어 놓은 콘텐트를 무단으로 복제하여 상업적으로 활용할 수 있다는 것을 의미하는 것은 결코 아니다. 인터넷상에도 저작권은 엄연히 존재하며, 장기적으로 다양한 고급 인터넷 콘텐트의 제작과 이의 활용을 통한 인터넷 문명의 발전을 북돋우기 위하여 인터넷 저작권은 보호되어야 한다.

우리 정부도 컴퓨터 통신의 급속한 발전과 함께 저작권 보호를 위하여 저작자의 저작재산권에 전송권을 추가하는 한편 저작재산권 침해에 대한 벌칙조항을 종전의 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금에서 5년 이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금으로 강화하는 법률개정(2000년 7월 1일부터 시행예정)을 통과하여 인터넷상의 저작권 보호를 위한 기반을 조성하고 있다.

### "몰랐다"는 능사가 아니다

그러면 과연 저작권은 무엇이며, 인터넷상에서 저작권은 보호받을 수 있는 것일까? 저작권에 대하여 많은 사람들이 잘못 생각하고 있는 점 중에 하나는 저작권이 글 속에 내포하고 있

■ 특허권과 저작권
- 특허권 : 창의적인 독창적 아이디어를 보호.
- 저작권 : 아이디어를 표현하는 형식에 초점.

**"저작자의 허락 없이 저작물의 일부를 이용해야 하는 경우, 저작물의 출처를 분명히 하여 저작권 분쟁의 위험을 줄여야..."**

는 저작자의 아이디어를 보호하는 것으로 오해하고 있는 것이다. 저작권은 앞서 설명한 창의적인 독창적 아이디어를 보호하는 특허권과는 구별되는 권리이다. 쉽게 말하자면 저작권 침해 소송은 내용보다 아이디어를 표현하는 형식에 초점을 두고, 그 표현된 형식에 무단도용이 있었나, 없었나를 법적으로 판단하는 과정이라고 생각하면 된다.

예를 들어 두 명의 사진사가 같이 금강산 관광을 갔다고 하자. 두 사진사는 금강산의 수려한 비로봉을 먼발치서 바라보고 이를 사진 속에 담는 작업을 하게 되었다. 한 사진사가 먼저 한쪽에 자리를 잡고 다듬어온 기량을 발휘하여 비로봉을 그의 카메라에 담았다. 다른 사진사는 첫번째 사진사와는 다른 앵글(angle)에서 비로봉을 사진속에 잡으려 하였지만 먼저 찍은 사진사의 위치보다 더 좋은 각도를 찾을 수 없었고, 결국 첫번째 사진사와 같은 위치에서 비로봉을 찍게 되었다. 그러면 과연 두번째 사진사는 첫번째 사진사의 저작권을 침해한 것이 되는 것일까?

이에 대하여 논란의 여지는 있다. 하지만 필자의 생각으로 만일 두번째 사진사가 자신의 카메라로 자기 자신이 사진사로 닦아온 기량을 활용하여 적절한 광도를 노출시키고, 자신이 표현하고자 하는 그 무엇을 사진 속에 담았다면 비록 현상된 사진이 첫번째 사진사의 그것과 크게 다르지 않다고 하더라도 첫번째 사진사의 저작권을 침해하였다고 판단하지 않는다.

저작권은 비로봉을 보고 먼저 사진 찍을 위치를 선점하였다고 하여 이를 법적으로 보호하는 것은 아니다. 바꾸어 말하자면 저작권은 그 위치에서 사진 찍으려고 한 아이디어를 보호하는 것은 아니다.

만일 두번째 사진사가 자신이 찍은 사진을 현상하였지만 마음에 들지 않아 첫번째 사진사가 찍은 사진을 컬러복사기로 복사하고 이를 위장하기 위하여 약간의 변형을 가하였다고 한다면 변형의 정도에 따라 이는 저작권 침해행위로 간주될 수 있을 것이다. 결국 저작권이란 저작물 속에 담긴 표현형식을 보호하는 것이라고 볼 수 있는 셈이다.

한편 저작권은 저작물의 성격에 따라 보호받을 수 있는 표현형식의 범위도 달리 평가된다. 이를테면 인터넷의 홈페이지에서 저작물이 이미지이고, 그 이미지에서 표현하고 있는 형식에 상당한 유사성이 있다고 판단되면 저작권 침해에 대한 논란의 여지가 있게 된다.

반면 저작물이 글로 씌어진 정보 콘텐트이고, 누군가가 그 글을 그대로 복제하여 자신의 홈페이지에 변형없이 그대로 올려놓았다고 한다면 이는 저작권 침해행위가 될 것이지만 정보콘텐트의 내용을 자신의 것으로 소화하여 자신의 창의적인 글로 새롭게 표현하였다고 한다면 비록 콘텐트 속의 아이디어가 동일하다고 하더라도 이를 저작권 침해행위로 보기는 어려울 것이다.

따라서 춘향전을 읽고 청춘남녀의 사랑을 자신의 글로 새롭게 표현하였다고 하여 춘향전의 원작자가 저작권 침해로 소송을 제기할 수 없는 것과 같다.

인터넷상에 저작권 침해행위라고 한다면 누군가가 창의적으로 꾸며놓은 홈페이지에서 이미지나 글로 씌어진 콘텐트를 저작권자의 허락 또는 양해 없이 무단으로 복제하여 사용하는 행위로 이는 저작권자와 저작권 분쟁으로 비화할 수 있는 소지를 안고 있다. 비록 인터넷상의 저작권 보호를 위한 제도적 장치가 아직 완비된 상태라고 할 수는 없지만, 저작권 분쟁에 휘말린 뒤 무단으로 복제하여 사용한 내용이 저작권법의 보호를 받는 저작물이라는 사실을 "미처 몰랐다"고 하여 책임을 면할 수는 없기 때문에 홈페이지를 구축하고 인터넷 비즈니스를 시작하려는 개인이나 기업에게는 이에 대한 주의가 요망된다.

만일 저작자의 허락이나 양해 없이 저작물의 일부를 이용하여야만 하는 경우에는 반드시 저작자의 실명 또는 이명을 표시함으로써 저작물에 대한 출처의 표시를 분명히 하여 저작권 분쟁으로 인한 위험을 줄여야 한다.

### 분쟁에 휩싸여 몰락하는 벤처기업

인터넷은 소위 시간의 경제원리가 지배하는 기업환경이다. 남보다 한발 앞서 시장을 선점한 기업은 지속적으로 번창하지

■ 방어적 수단으로서의 법률전략
- 독점적 사용권 확보전략 : 인터넷 비즈니스모델, 컨텐츠에 대한 특허권, 저작권을 확보하여 다른 기업이 사용하지 못하도록 막는 전략
- 돌다리 두드리기 전략 : 사이트 운영에 있어 비즈니스모델 특허권, 저작권 침해소지가 있는가를 사전점검하여 법적 분쟁을 막는 전략

만 그렇지 못한 기업은 고전하고 도태할 수밖에 없는 시장선점의 원칙이 기업의 성패를 결정한다. 따라서 예기치 못한 특허권이나 저작권 등에 관한 법적 분쟁으로 발목이 잡히게 되면 벤처기업에게는 치명적이 된다.

특히 인터넷 벤처기업은 대부분 초기 수익성이 확보되지 못한 상황에서 개인엔젤이나 기관투자가 등으로부터 투자유치를 통하여 초기 투자비용을 조달해야하기 때문에 법적 분쟁으로 인하여 투자유치에 어려움을 겪게 되면 시장진입에 치명적이 될 수 있다. 한 벤처기업의 장래가 설립초기 인터넷상의 특허권 또는 저작권 등에 대한 사소한 부주의와 법률전략의 부재로 미처 꿈을 펼쳐보기도 전에 꺾여버릴 수 있는 법적 분쟁. 인터넷 벤처기업이 한번쯤 꼭 짚고 넘어가야 할 부분이다.

## 법의 적극적인 활용 방안

약은 쓰는 용도에 따라 보약이 될 수도 있고, 극약이 될 수도 있다. 마찬가지로 법도 잘 활용하면 벤처기업이 성장하는데 유용한 도구가 될 수 있는 한편, 이를 잘 알지 못하고 간과하면 기업의 성장에 걸림돌로 작용될 수도 있다. 그러면 우리는 어떻게 이를 알고 사용하여야 할 것인가?

인터넷 벤처기업의 법률전략을 인터넷상의 특허권과 저작권을 중심으로 살펴보자. 법률전략에는 크게 방어적 수단으로서의 법의 활용과 공격적 수단으로서의 법의 활용으로 나눌 수 있다.

### 방어적 수단으로서의 법

인터넷 벤처기업의 방어적 수단으로서 법률전략은 기업의 입장에 따라 동전의 양면이라고 할 수 있는 독점적 사용권의 확보 전략과 돌다리 두드리기 전략으로 구분된다.

독점적 사용권의 확보 전략은 앞서 설명한 바와 같이 벤처기업이 가지고 있는 독창적인 비즈니스모델이나 콘텐트를 통하여 인터넷상에 특허권 또는 저작권을 확보하고, 타 기업이 이를 임의로 사용할 수 없게끔 감시하는 방법이다. 독창적인 아이디어로 인터넷상의 비즈니스모델을 개발하는 것이나 창의적인 콘텐트를 발전시켜 웹사이트 홈페이지를 개설하기까지는 상당한 노력과 시간을 요하게 된다.

이렇게 하여 개발된 비즈니스 아이디어나 콘텐트정보가 타인이나 경쟁기업에 의하여 쉽게 모방되고 도용된다면 그들은 상대적으로 경쟁우위의 위치에서 우리와 같은 시장을 놓고 격돌하는 셈이 된다. 따라서 이를 방지하고 시장 선점에 앞설 수 있는 방법은 독창적인 비즈니스모델로 특허권을 확보하거나 경쟁기업이 우리가 개발한 콘텐트를 부당하게 사용하지 못하도록 감시하여 일말의 불법적인 행위를 발견하게 되면 전문가와 상의하여 이에 상응하는 신속한 법적 조치를 취함으로써 경쟁기업에 일격을 가하도록 하여야 한다.

한편 돌다리 두드리기 전략은 인터넷 벤처기업이 구축하려고 하는 홈페이지와 그의 운영에 타 사이트의 비즈니스모델 특허권 또는 저작권의 침해소지가 있는가를 사전 점검하고, 법적 분쟁을 피해갈 수 있도록 적절한 조치를 취하는 방법이다. 나에게는 새롭고 독창적인 아이디어도 좀더 깊이 있게 조사해보면 우리는 흔히 그와 유사한 아이디어를 나보다 먼저 생각하여 인터넷 비즈니스로 발전시킨 수많은 사이트들을 접하게 된다.

기존의 어떤 사이트로부터 새로운 인터넷 비즈니스의 아이디어를 얻게 되는 경우도 적지 않다. 이러한 경우 우리가 주의하여야 할 점은 무작정 아이디어를 구현시키는 웹사이트의 개발

에 서둘러 착수할 것이 아니라 그러한 사이트들의 특허권을 확인하고 이를 피할 수 있도록 전문가와 상의하며, 저작권 침해와 관련하여 법적 분쟁에 휘말리지 않도록 각별히 노력하여야 한다.

이때 우리가 독점적 사용권을 확보한 기업의 입장에서 타 기업이 그와 유사한 아이디어나 콘텐트를 사용한다면 과연 어떻게 대응할 것인가를 역으로 생각하여 접근한다면 이에 대한 준비를 좀더 세밀하게 할 수 있을 것이다.

### 공격적 수단으로서의 법

**■ 공격적 수단으로서의 법률전략**
**"타 기업과 구별되는 그 무엇을 확보하는 전략, 타기업이 모방하여 따라오더라도 한발 앞서서 방향을 선도하는 전략..."**

인터넷 벤처기업이 갖고 있는 법적 권리를 보호하고 이에 대한 불법적 침해행위에 대하여 강력히 대응하는 것은 매우 중요한 일이다. 그러나 인력과 조직이 제한된 벤처기업의 입장에서 자신의 권리보호를 위한 법적 대응에 지나치게 기업의 역량을 소모한다면 이 또한 벤처기업에 적지 않은 부담으로 작용한다.

인터넷 벤처기업이 독창적인 비즈니스모델의 특허권을 확보한다든지 창의적인 콘텐트 개발로 타 기업과 확연히 구별되는 인터넷 저작물을 확보하는 근본적인 이유는 인터넷 비즈니스에 있어 방어적 수단으로서의 법률전략이라는 관점보다는 공격적 수단으로서의 법률전략에 근간을 두어야 하기 때문이다. 그러면 공격적 수단으로서의 법률전략은 과연 무엇일까?

공격적 수단으로서의 법률전략은 본래의 벤처정신으로 돌아가는 것이다. 벤처정신은 개발정신과 통한다. 타 기업과 구별되는 그 무엇을 확보하는 전략. 타 기업이 모방하여 따라오더라도 한발 앞서서 방향을 선도하는 정신. 바로 그 정신이 진정한 벤처정신이다.

가령 인터넷 벤처기업이 독창적인 아이디어의 비즈니스모델 특허권을 확보했을 때, 그 벤처기업은 바로 그 아이디어로 성장한다. 인터넷 벤처기업이 창의적인 콘텐트를 지속적으로 개발해 나갈 때, 그 벤처기업은 그러한 창의적인 콘텐트를 보고자 찾아오는 사람들에 의하여 계속 커나가게 된다. 벤처기업이 투자자를 유치할 때, 타 기업과 구별되는 특허권을 갖고 있다는 그 사실만으로도 투자자들은 더 많은 프레미엄(premium)을 주고 기꺼이 투자를 하려고 할 것이다.

타 기업이 한 인터넷 벤처기업의 콘텐트를 복제하여 사용한다는 사실은 그 기업의 콘텐트의 우수성과 간접적으로 그 기업이 시장의 선도적 위치에 있다는 것을 보여주는 것이다. 이것은 기업의 홍보에 매우 유용한 재료이며, 나아가 인터넷 저작권에 대한 법적 대응으로 콘텐트를 도용한 기업에 적지 않은 일격을 가할 수도 있는 것이다.

법은 우리가 그것을 어떤 관점에서 바라보고, 어떻게 활용하느냐에 따라 벤처기업의 기업정신과 미래 그 기업의 가치를 결정짓는 수단으로 작용한다. 타 기업과 구별되는 독창적인 아이디어의 비즈니스모델 특허권을 확보하고 있는 기업. 지속적으로 창의적인 콘텐트를 개발하여 사이트 방문객의 수를 늘려나가는 기업. 패러다임이 바뀌고 있는 인터넷문명에서 법을 공격적으로 활용하고 있는 기업. 바로 이러한 벤처정신이 살아있는 인터넷 기업은 방어적 수단으로서의 법률전략과 상관없이 계속 성장해 나갈 것이고, 법을 방어적 수단으로만 활용하는 기업은 모든 것이 신속히 변화하는 인터넷환경 속에서 그다지 오래 버텨내지 못할 것이다.


## 정기구독안내

**1. 구독신청방법**

1. 일단, 02-318-5050(ext 119)번으로 전화하여 안내를 받으실 수 있습니다.
2. 아래의 은행구좌로 구독료를 입금하신 다음 데이터베이스월드 담당자와 통화하시면 됩니다.
3. 구독자 또는 구독기관명, 구독기간, 책을 받아보실 주소, 신청인 주소와 전화번호 등을 적어서 02-318-5040번 팩스로 넣어주셔도 정기구독자로 등록됩니다.

**3. 정기구독료**

6개월 : 24,000원 1년 : 44,000원 2년 : 88,000원

※ 권당 가격은 4,000원입니다.

※ 정기구독을 신청하시면 편안히 책을 받아보실 수 있습니다.

**2. 구독료 입금계좌**

· 조흥은행 수송동지점 390-03-003978/
· 국민은행 세종로지점 023-25-0008-729/
· 예금주 : 한국DB진흥센터