



## 인터넷 도메인 “공중납치” 극성

최근 인터넷 주소인 도메인 이름 납치가 급속하게 퍼지고 있다.

유명한 도메인 이름 매매를 통해 큰 수익을 올리고 있는 휴스턴의 사업가 마크 오스트로프스키는 지난 달 어느 날 아침 비서로부터 급한 소식을 전해 들었다.

그의 비서는 eGift.com과 eTickets.com, eRadio.com, 그리고 chatrooms.com 등 그가 가장 소중히 여기는 도메인 이름이 도난당해 다른 사람 이름으로 재등록돼 있다고 알려온 것이다.

이들 도메인을 재등록한 남성은 자신의 신상정보는 아무 것도 남기지 않고 코네티컷 지역번호가 붙은 자신의 전화번호만 남기는 기만함을 보였다.

몇 시간 후 오스트로프스키는 이 전화번호로 전화를 걸어 어떻게 된 일인지를 소상히 물었다.

사실인즉, 누군가가 세계 최대의 도메인 이름 등록 업체인 네트워크 솔루션사가 관리하던 오스트로프스키의 등록정보를 바꾸었다는 것이다.

오스트로프스키가 도난당한 도메인 이름들의 소유권을 주장했으나 이들 도메인 이름을 훔친 사람은 인터넷 경매 사이트에서 이들 인터넷 주소에 대한 경매를 실시, 전화 소유주에게 단돈 1천100달러에 팔아치웠다는 것이 밝혀졌다.

지난 1999년 오스트로프스키가 business.com이라는 도메인 이름을 750만달러에 팔았다는 것을 감안할 때 이것이 매우 적은 액수인 것은 물론이다.

### ◆ 도메인 등록자, 인터넷 주소 보호 위한 신규 시스템 도입하기도

그는 “네트워크 솔루션 관계자와 접촉했으나 자신들의 문제가 아니라는 입장만 되풀이했다”고 밝히고 이들 관계자가 명의 변경이 된 후에는 도메인 이름에

대한 소유권을 주장할 수 없다고 말했다고 설명했다.

이에 대해 네트워크 솔루션측은 도메인 이름 및 관련 정보 변경 신청 건수를 감안할 때 정보 유출 가능성은 상대적으로 극히 적을 뿐 아니라 자사 특허의 가디언(Guardian) 보안 시스템 강화로 이같은 문제가 거의 완벽히 제거됐다고 자신들의 입장을 변호했다.

하지만 오스트로프스키는 도난당한 도메인 이름을 되찾기 위해 5주 동안 시간을 허비하고 이들 인터넷 주소를 다시 구입하기 위한 비용 3천달러와 소송 비용 등 1만5천달러를 날려야 했다.

이렇게 도메인 이름 도난으로 고생을 한 번 한 오스트로프스키는 자신이 등록한 인터넷 주소를 완벽하게 보호할 수 있는 새로운 방법을 도입하기에 이르렀다.

### ◆ 도메인 절도는 복잡한 해킹 기술 없이도 가능 - 전문가들

전문가들은 사실 인터넷 주소와 관련된 신흥 시장에서 오스트로프스키의 경우와 같은 예는 얼마든지 있다고 지적하고 있다.

도메인 이름 도난에 대해 많은 피해자들은 자신의 인터넷 주소가 해킹이라는 꽤 복잡한 기술에 의해 행해졌다고 여기고 있으나 도메인 이름을 훔치는 일은 의외로 간단하다.

상당수의 경우, 도메인 주소 절도범들은 네트워크 솔루션 등 도메인 이름 등록업체에 자신이 도메인을 소유하고 있는데 이에 대한 명의변경을 원한다고 팩스나 이메일을 보내면 된다.

미국 오리건주 포틀랜드에 위치한 인터넷 도메인 보안 업체인 스냅네임스 닷 컴(<http://www.snap-names.com>)사의 최고 경영자(CEO)인 론 바이너는 사이버 공간에 등록된 수많은 인터넷 주소의 등록 정보가 변경되는 상황에서 도메인 등록업체들이 명의 변경 요청이 진짜 주인에 의한 것인지를 일일히

확인할 만한 시간과 자원이 불충분하다고 설명했다. 바이너는 자신의 경험에 비추어 볼 때 오스트로프스키의 경우는 복잡한 기술이 필요한 컴퓨터 해킹에 의한 것이라기 보다는 “행정적 해킹(administrative hack)”일 가능성이 높다고 평가했다. 그는 “사람들은 네트워크 솔루션이 명의 변경을 자동적으로 인식한다는 사실을 알고 있기 때문에 등록 정보의 정확성에 대해서는 크게 신경쓰지 않는다”고 말했다. 그는 “그러나 회사의 규모에 상관없이 도메인 이름과 관련된 해킹을 한다는 사실은 잘 모르고 있다”고 전제한 후 “아무리 철통같은 방화벽을 설치한다 하더라도 도메인 주소 등록업체를 대상으로 해킹이 이루어지기 때문에 방화벽은 별 문제가 아니다”고 덧붙였다.

◆ 어도비, 나이키 등 이름만 들어도 알 수 있는 업체들도 경험

도메인 이름 도난 사건의 가장 일반적인 형태는 오스트로프스키와 같은 개인 사업가에게 주로 일어나지만 최근에는 거대 기업의 도메인 이름이 도난당하는 사건도 급증하고 있다. 바이너에 따르면, 최근 가장 유명했던 도메인 이름 도난 사건은 지난 해 10월 발생한 포토샵 시리즈로 유명한 소프트웨어 개발업체 어도비 시스템스사가 한 중국인으로부터 도메인 이름을 도난당한 것이다. 이 중국인은 중국의 한 도메인 이름 등록업체에 명의 변경을 신청했다가 이 업체가 네트워크 솔루션에 다시 명의 변경을 신청했다. 이 사건의 경우는 중국의 도메인 등록업체가 명의 변경 요청에 대한 합법성을 심사할 책임이 있기 때문에 네트워크 솔루션에게는 법적 책임이 없다고 바이너는 설명했다. 스냅네임스는 이 외에도 나이키나 아메리칸 온라인, 아디다스, 화이자 등 다른 거대 기업들도 지난 해 도메인 이름이 도난됐다고 신고한 바 있다.

◆ 판매 외에도 “포인터”로 이용 가능

도메인 이름 도난의 문제는 제3자로의 판매에만 국한되지 않는다.

도메인 이름을 훔친 사람은 인터넷 이용자들이 해당 주소의 인터넷 주소를 입력할 경우 자동적으로 다른 사이트를 뜨게 하는 “포인터”로 이용할 수도 있다.

이같은 현상은 많은 음란물 사이트에서 쉽게 찾을 수 있다.

도메인 주소의 도난은 아직 사용되지 않은 주소에 자주 발생할 수 있다.

이는 도메인이 도난됐다 하더라도 원래 소유주가 자주 체크하지 않을 경우 도난 사실이 수 년동안 밝혀지지 않을 수 있기 때문이라고 바이너는 지적했다.

출처 로이터인터넛

지적재산권 수사자료 피해자에 제공

앞으로 지적재산권 침해사범에 대한 검찰 수사자료가 피해자의 민사소송을 위해 제공된다.

법무부는 지적재산권을 침해당한 피해자의 피해구제를 위해 검찰이 보유하고 있는 침해사범의 인적사항과 피해액수, 범죄사실 요지 등 각종 수사자료를 기소이후 피해자에게 제공, 민사소송 등 권리구제절차에 이용할 수 있도록 하라고 전국검찰에 지시했다.

법무부는 또 지적재산권 침해사건의 경우, 피해자의 고소 없이도 적극적인 정보수집을 통해 범죄혐의가 드러나면 피해자의 고소를 유도해 처벌하는 등 단속활동을 강화토록 했다.

지난해의 경우 지적재산권 침해사범(상표법, 저작권법, 컴퓨터프로그램보호법위반등) 4만2천798명이 적발돼 99년(3만3천382명)에 비해 28.2%나 증가했으나 컴퓨터프로그램보호법 위반의 경우 전년도보다 29.1%나 감소했다.

법무부 관계자는 “현재 미국은 우리나라를 지적재산권 분야에서 우선감시국(PWL)으로 지정하는 등 무역통상 마찰 우려가 커지고 있다”며 “21세기 지식경제강국 구축을 위해 지적재산권 침해사범에 대한 단속을 강화하고 특히 컴퓨터프로그램 보호법위반



사범에 대해 중점 단속을 벌이겠다”고 밝혔다.

출처 연합뉴스

## 유전자원 자재권 국제 논의에 대비

정부는 유전자원의 지적재산권 보호에 대한 국제적 논의에 대비하기 위해 부처별로 분산돼 있는 유전자원의 보존과 이용에 관한 개별법을 포괄하는 새로운 종합법률을 제정하고, 국내 유전자원을 DB화하여 네트워크를 통해 관련기관들이 정보를 공유할 수 있도록 할 방침이다.

특허청(www.kipo.go.kr)은 세계지식재산권기구(WIPO)가 지난해 총회에서 유전자원 및 전통지식에 관한 정부간 위원회 설립을 공식화하고 유전자원의 보호범위와 방법 등을 규범화하기로 함에 따라 대책 마련에 나섰다

특허청은 최근 한국생명공학연구원 유전자원센터에 의뢰한 ‘유전자원 현황조사 및 지식재산권 관련 연구용역사업’ 결과 보고서를 토대로 우선 환경부, 과학기술부, 농림부, 해양수산부 등 소관부처별로 제정된 유전자원 보존과 관리에 관한 규정들을 모두 포괄하는 독자적 법률을 제정하고 국내 유전자원을 종합적으로 관리할 수 있는 관리기구의 마련도 추진할 계획이다.

이를 위해 특허청은 농림부·환경부 등 정부부처와 산학연 전문가, 지적재산권 전문가 등이 참여하는 유전자원보호 전문가 그룹회의를 구성, 유전자원 보호문제에 대한 우리나라의 입장을 정립한 뒤 오는 4월말 제네바에서 열리는 WIPO의 유전자원 및 전통지식에 관한 정부간 위원회에 대응할 수 있는 방안을 마련할 방침이다.

또 필리핀 등 개도국의 유전자원에 대한 법 제정사례와 선진국의 동향, WTO의 무역에 관련된 지적재산권 협약(TRIPs) 등 국제협약을 분석해 우리나라에 적합한 법령과 제도 마련의 필요성도 공론화 할

예정이다.

출처 디지털타임스

## “불법복제 꿈썩마라”.. 저작권 보호기술 뜬다

무료 음악 다운로드 사이트인 미국 냅스터의 서비스 중지 판결과 국내 음반업계의 소리바다 고소 등으로 디지털 콘텐츠 저작권에 대한 관심이 높아지고 있다.

요즘과 같은 인터넷 시대에서 디지털 콘텐츠의 저작권을 완벽하게 보호하기에는 불가능에 가까운 게 사실.

어느 정도 PC에 익숙한 사용자라면 콘텐츠 복사는 물론, 공유, 해킹 등 다양한 방법으로 저작권을 침해할 수 있기 때문이다.

이에 따라 디지털 콘텐츠를 수익사업으로 전환하기 위해서는 ‘디지털저작권관리(DRM: Digital Rights Management)’, ‘워터마킹’ 과 같은 저작권 보호 기술적용이 필수적인 사안으로 대두되고 있다.

### ▲ 보호기술의 종류는: 현재 디지털 콘텐츠의 저작권 보호 기술은 DRM과 워터마킹이 대표적이다.

DRM은 인터넷 콘텐츠를 소정의 액수를 지불하고 다운로드한 사용자에게만 실행되도록 하는 암호화 기술이다.

이 기술은 콘텐츠의 복사는 가능하지만 해당 콘텐츠를 이용하려면 사용료를 재부과시키거나 사용을 원천적으로 막는다.

한편 워터마킹은 디지털 콘텐츠에 저작권 정보를 드러나지 않게 삽입해 추후 분쟁이 생겼을 때 워터마킹을 추출하고 원 저작자가 누구인지 알아내는 기술을 말한다.

따라서 DRM은 사용자, 워터마킹은 저작자를 위

한 콘텐츠 보호기술이라 할 수 있다.

이외에도 인프라웍스(Infraworks)에서 개발한 '인테더(InTether)'는 DRM보다 더 적극적인 저작권보호기술인 DPP(Digital Property Protection)에 기반한 솔루션.

해킹을 시도하는 순간 콘텐츠가 스스로 파괴되는 기능을 갖추고 있다.

일례로 인테더의 시간제한기능을 이용해 사용시간을 1시간으로 설정하고 파일을 전송하면 그 파일은 1시간까지는 정상적으로 작동하다가 시간이 지나면 자동으로 사라지게 된다.

또 음악파일 등 특정파일 뿐만 아니라 여러 종류의 파일에 한꺼번에 적용되며, 전자책 같은 콘텐츠일 경우 프린트와 복사, 붙이기 등을 제한할 수도 있다.

### ▲ 국내 업체들의 현황: 현재 국내에서 이 같은 저작권 보호 기술시장에 참여하고 있는 업체는 대략 20여개.

DRM 분야의 경우 파수닷컴, 트러스트테크놀러지, 드림인테크 등이 앞서가고 있으며, 또 워터마킹 분야는 마크애니, 디지털리얼테크놀로지 등이 주목 받고 있다.

마크애니의 경우 삼성전자와 컨소시엄을 구성해 세계 디지털 저작권보호기술 인증테스트에서 2위를 차지하는 등 기술력을 높게 인정받고 있으며, 디지털리얼테크놀로지의 경우 삼성물산과 제휴해 자사의 제품인 '워터스탬프'의 해외진출을 적극 추진중이다.

출처 디지털타임스

## 닷컴기업, 상표출원 비상

온라인 사업에 주력해온 인터넷기업들이 새로운 수익원을 찾아오프라인 사업에 잇따라 진출하면서 상표출원에 비상이 걸렸다.

도메인은 선점했다라든가 상표등록 시점이 뒤질 경우 상표권 분쟁이 불가피하기 때문이다. 온라인에서

아무리 인지도 높은 도메인을 사용하고 있어도 상표권 분쟁에 휘말리면 도메인과 같은 상표로 오프라인 사업을 진행할 수 없다.

지난해 한국인터넷정보센터(www.nic.or.kr)에 등록된 'co.kr'로 끝나는도메인건수는 29만3512건에 달하지만 특허청에 출원된 상표건수는 11만건에 불과하다. 도메인 등록자가 상표권 관리에 소홀한 현실을 그대로보여준다.

### ■ 오프라인 사업을 하려면 상표부터 출원하라

동창찾기 사이트 아이러브스쿨(www.iloveschool.co.kr)은 음식물제공업(상품분류 42류)에서 '모교사랑'이나 'iloveschool'을 사용할 수 없다.이미 다른 벤처기업이 지난해 5월 해당 업종에 상표를 먼저 출원했기 때문이다.

상표를 먼저 출원한 벤처기업은 아이러브스쿨측에 회원들의 모임장소를제공하는 오프라인 사업을 함께 진행하자고 제의했을 정도다.

아이러브스쿨은 상표의 중요성을 인식하고 온라인 서비스를 시작한 지 1년이 지난 지난해 9월께 다른 업종에 대한 상표출원을 마쳤다.

하지만 음식물제공업에 진출하려면 다른 업체와 협의를 거쳐야 할 처지다. 이에 반해 도메인과 상표권을 연계해 오프라인 사업영역을 개척하는닷컴기업도 있다.

인터넷 허브사이트 인티즌(www.intizen.com)은 신사복 전문업체 캠브리지와 손잡고 이달 말 20~30대 남성을 겨냥한 신사복 '인티즌'을 출시한다.

'인티즌'이란 상표를 함부로 사용하지 못하도록 상표권을 출원한 덕분이다. 김진우 인티즌 부사장은 "캠브리지에 상표 사용권을 주고 전자상거래 사업을 공동 진행하기로 했다"며 "기업이미지 제고는 물론 새로운 수익모델이 될 것으로 기대한다"고 밝혔다.

이외에 야후코리아(www.yahoo.co.kr)가 야후 브랜드를 사용해 생활용품을 개발중이며 라이코스코리아(www.lycos.co.kr)는 음반 판매사업에 진출했다.



## 특어상식

### ■ 상표출원 요청 봇물

온라인 상표출원 기업인 아이니드브랜드(www.ineedbrand.com)는 지난달사업을 시작한 후 상표출원 요청이 쇄도해 전 직원이 야간근무를 할 정도다.

김세진 아이니드브랜드 사장은 “오프라인 연계사업이 닷컴기업의 수익모델로 부상하면서 도메인과 연계한 상표출원 의뢰가 폭증하고 있다”고 말했다.

현재 이 회사는 오프라인에서 자사 브랜드로 귀금속 판매사업을 계획인인터넷 쇼퍼몰 A사, 자사 도메인을 이용해 티셔츠 판매를 준비중인 B사상표출원을 도와주고 있다.

또 음식소개 사이트를 운영중인 D사는 오프라인 식당을 열기 위해 상표등록을 요청해 둔 상태다. 아이니드브랜드측은 “상표권은 도메인보다 더강력한 법률적 효과를 가진다”며 “자사의 사업방향에 맞는 업종에 대해상표출원을 해야 한다”고 밝혔다.

특히 인터넷 기업의 경우 통신업(38류)이나 기업경영.광고업(35류)에 대한 상표출원은 물론 42류에 달하는 분야 중에서 자사와 연관된 전 분야에 대한 상표출원이 바람직하다고 지적했다.

또 자사 상표권 사용에 대한 감시활동과 법적대응이 필요하다고 강조했다.

출처 매일경제

발특2001/4

## 월간 「발명특허」 광고게재 안내

본회 회지인 월간 『발명특허』誌는 약 10000부가 발간되며 각 회원사 및 국내외 유관기관, 기업, 도서관, 학교, 발명가, 주부 및 학생 등에 광범위하게 제공되고 있는 발명진흥사업의 활성화를 비롯한 국내외 산업재산권제도 및 정보자료의 대변지입니다. 다음과 같이 본지에 귀사의 홍보를 위한 광고안내를 하오니 많은 참여 바랍니다.

### 1. 광고구분 및 게재료

\* 광고가격(1개월 기준)

광고게재면	규격	가격	비고
표지 4	칼라 전면	900,000	부가세 별도
표지 3	"	700,000	
표지 2	"	700,000	
내지(화보)	"	500,000	
내지	흑백 전면	300,000	

### 2. 연락처

한국발명진흥회 회원사업부

TEL : 05-557-1077 FAX : 02-568-8237

담당자: 정정숙 (교306) E-mail : pid@kipa.org