

## 디지털 저작물과 특허출원

### 무선환경에서의 저작권보호 관련 외국인출원 급증

**무**선 인터넷환경에서 금융거래, 게임, 쇼핑 등이 이루어지면서 무선 인터넷보안에 관한 특허출원이 활발하다. 특히, 무선디지털콘텐츠의 저작권보호 기술에 대한 외국인의 특허출원이 매년 급증하고 있다.

특허청은 최근 6년간(2000~2005) 무선 디지털콘텐츠 저작권보호 관련 특허출원이 총 366건이며 이중 외국인 특허출원은 226건으로 62%를 차지한다고 밝혔다.

외국인이 국내에 출원한 무선 디지털 콘텐츠 저작권보호 관련 특허출원은 2000년 12건에 불과하였던 것이 2001년 22건, 2002년 25건, 2003년 37건, 2004년 61건, 2005년 69건으로 매년 크게 증가하고 있다.

디지털콘텐츠의 저작권보호에 대한 기술은 최근 더욱 이슈로 떠오르고 있다. 빠르게 성장하고 있는 인터넷을 통해서 디지털 콘텐츠의 유통이 보편화되고 있어 콘텐츠의 저작권 보호는 중요하다. 이는 이미지, 오디오, 비디오 등의 디지털 콘텐츠가 손쉽게 다량의 복사가 가능하며 복사 후 원본과 비트 하나 틀리지 않은 동일한 파일로 만들어지기 때문이다. 더구나 인터넷에서는 이러한 불법 복제된 데이터가 대량으로 순식간에 세계 어디서나 송수신될 수 있기 때문에 저작권 문제는 더욱 심각해진다.

우리나라의 저작권법은 사적복제를 인정하고 있어 저작권료를 내지 않아도 디지털기기를 이용해 방송을 다른 곳에 녹화하거나 전송하는 일이 가능하지만, 한·미 FTA 협상때 일시적 저장에 복제권이 인정되거나 저작물에 대한 접근통제조치가 받아들여진다면 방송프로그램 등을 연계하거나 전송하는 비즈니스 모델에 타격을 입을 수도 있다.

네트워크 환경에서 디지털 저작권을 보호하기 위한 기술은 저작물의 안전한 전달을 위한 DRM(Digital Right Management: 저작권관리)기술, 불법 복제물의 탐색 및 색출을 위한 탐색엔진(Search Engine), 불법 복제 및 사용을 막기 위한 복제방지 기술(CCI: Copy Control Information) 그리고 저작권 정보를 추출 혹은 탐색하여 증거로서 제출하는 워터마크 기술 등이 있다.

와이브로 및 DMB 등의 발전으로 인한 유비쿼터스 환경이 더욱 가까워지는 시점에서 국내 업체들의 무선단말기용 콘텐츠 저작권보호와 유통에 대한 기술보호에 더욱 발빠르게 대비해야 하고, 지역적 기술(Local Technology)에 머무르지 않고 세계적인 기술(Global Technology)이 될 수 있도록 업체에서는 특허출원과 함께 표준화에도 적극적인 참여가 요구된다.

## 최근 기업의 CI교체에 따른 상표출원 급증

**최** 근 기업의 얼굴을 새롭게 바꾸는 CI(Corporate Identity : 기업이미지통합) 교체 작업이 활발하게 진행되는 가운데 이에 따른 상표출원이 급증하고 있다.

특허청에 따르면 기업의 CI교체에 따른 상표출원 현황은 2003년 14개 기업 55건, 2004년 11기업 203건, 2005년 44개 기업 501건, 2006년 7월말 현재 29개 기업 324건으로 해마다 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타나고 있는데, 대표적인 상표출원을 보면 SK그룹의 “그림①”, GS그룹의 “그림②” 금호아시아나그룹의 “그림③”, 삼양사의 “그림④” 등이 있다.

이와 같은 기업 CI의 변경은 대부분 한국 기업의 나이가 20~30년을 넘어서면서 이미지 변신을 할 시점이 됐고, 과거와는 달리 기업의 외형적인 규모보다는 기업의 이미지로 평가받는 시대가 도래함에 따라 기업들이 기업의 색깔을 적극적으로 바꾸고 있기 때문이다.

최근 교체된 기업 CI의 특징은 ‘감성’을 강조하며 문자위주의 디자인에서 벗어나 소비자들에게 친근하게 다가가는 디자인

으로 바뀌고 있다.

즉, 보다 강한 기업이미지 전달에 대한 욕구가 커지면서 글자마크보다 한 단계 진화한 도형모양의 아이콘 중심으로 바뀌고 다양한 색채를 가미하여 소비자의 상상력을 자극하고 있으며, 전달메시지도 기업들이 자신의 이념을 일방적으로 전달하는 것에서 최근에는 행복, 희망, 환경친화, 미래경영 등의 의미로 바뀌어 서비스개념을 중시하는 추세이다.

CI업계 관계자에 따르면 현재 일부 대기업(두산그룹, 효성그룹)이 새로운 CI작업을 준비하고 있고 많은 중견기업이 트렌드의 변화에 따른 CI교체작업을 진행중이거나 계획하고 있어, 이에 따른 상표출원의 증가추세는 앞으로도 지속될 것으로 예상된다.

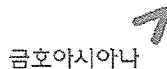
한편, 기업의 CI도 상표로서 등록되어야 보호받을 수 있기 때문에 CI작업 진행시 동일하거나 유사한 타기업의 CI나 등록상표가 있는지 면밀한 사전 검토가 있어야 많은 비용을 들인 CI가 상표로서 등록이 거절되는 사례를 방지할 수 있다고 특허청 관계자는 조언하였다.



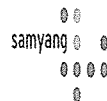
그림①



그림②



그림③



그림④

## 종이를 대체할 꿈의 표시소자 전자종이

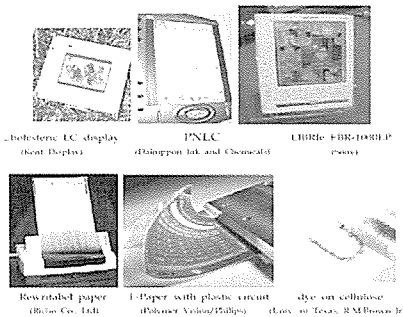
**종** 이 인쇄물과 기존의 디스플레이 매체를 대신할 수 있는 새로운 표시소자인 전자종이의 상용화와 시장 형성을 위한 기술 개발 경쟁이 치열해지는 가운데 머지않아 종지와 같은 디스플레이를 휴대할 수 있는 시대가 가까워지고 있다.

최근 유비쿼터스 환경을 위하여 디스플레이가 추구해야 할 3가지 연구테마 중의 하나로 종지와 기존의 무겁고 큰 공간을 점유하는 디스플레이를 대체할 수 있는 디바이스 개발의 필요성이 대두되면서 전자종이 기술에 대한 관심이 폭발적으로 증가하고 있다.

전자종이란 표시매체 중 가장 우수한 시각 특성을 가지고 있는 디지털 종이이다. 기존의 종지와 잉크처럼 높은 해상도, 넓은 시야각, 밝은 흰색 배경을 가지고 있다. 또한 플라

스틱, 금속, 종이 등 어떠한 기판 상에서도 구현이 가능하다. 전원 차단 후에도 화상이 유지되며 LCD에서와 같은 백라이트가 필요 없어 배터리의 수명이 오래 유지되므로 원가 절감 및 경량화의 장점을 가지고 있다.

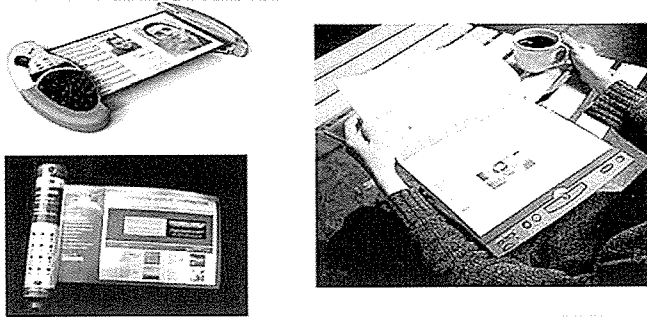
전자종이는 서지 대체용 전자장치, 옥내의 실시간 광고판의 디스플레이 및 개인용 휴대장치로도 이용 가능하며 현재 상용화되고 있는 단계이다. 전자종이는 종이처럼 얇은 재질로 자료를 다운받거나 입력, 삭제, 저장이 가능하며 쓰고 지우기를 반복할 수 있다. 따라서 기존의 신문, 잡지, 도서 등을 대체하는 전자신문, 전자 잡지, 전자책으로 이용 가능하다. 또한 핸드폰, PDA, 손목시계 등의 디스플레이로도 응용되고 있다.



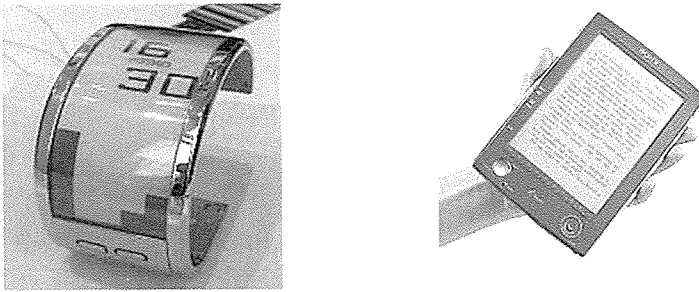
<그림 1. 다양한 mode의 전자종이>



<그림 2. 전자종이가 옥내의 광고판으로 이용되는 예>



<그림 3. 전자종이가 개인용 휴대 장치로 이용되는 예>



<그림 4. 세이코의 전자종이 손목시계와 소니의 전자북 리더>



<그림 5. 지멘스사의 전자종이 신문 (좌, 상)과 필립스의 전자종이 (좌, 하) 및 히타치와 브리지스톤사의 대형 컬러 전자종이 (우)>