

발명자는 명예뿐... 특허권은 출원인 소유

특허출원서에는 발명자와 출원인을 기입하는 난이 있다. 특허출원인은 특허를 받을 수 있는 권리를 가진 사람이다. 특허가 등록된 경우에 곧바로 그 특허의 소유자, 즉 특허권자가 된다. 따라서 우선 발명자와 출원인을 정확하게 구별할 필요가 있다.

발명에 관한 아이디어를 생각해 낸 사람을 발명자라고 한다. 발명 아이디어가 있다면 누구나 발명자가 될 수 있다. 심지어는 미성년자도 발명자가 될 수 있다.

여러 사람이 하나의 발명에 기여한 경우 공동발명자로 등재할 수도 있다. 개인적으로 발명을 하는 경우도 있지만 대부분 기업에서 하는 발명이다. 그래서 발명자는 주로 기업의 연구원이나 개발자인 경우가 많다.

최근에는 고도의 기술이 없어도 특허 출원을 할 수 있는 비즈니스 모델 특허에 대한 출원이 활성화되면서 연구원이 아닌 일반인도 발명자가 되는 경우가 많아졌다.

출원인이란 특허출원서에 출원인으로서 등재된 사람이나 법인을 말한다. 특허를 받을 수 있는 권리는 발명자가 아니라 출원인에게 있다.

출원을 비롯해 특허청의 모든 행위는 출원인이 대상이며 발명자를 대상으로 하지 않는다.

출원인을 다수로 설정하는 것도 가능하다. 이들간의 지분 관계는 특허출원서에 명시해도 되고 명시하지 않고 사인들간의 내부적인 계약으로 처리할 수도 있다.

발명자와 출원인은 이처럼 다르다. 아이디어를 고안하는 것은 인간만이 할 수 있기 때문에 발명자는 반드시 자연인이어야 한다. 반면에 출원인은 특허권리를 갖는 자를 뜻하므로 자연인이 아니고 법인이어도 상관없다.

발명자에게는 어떤 권리가 있을까. 한마디로 말하면 명예 이외에는 아무것도 없다.

혹시 발명자와 출원인에 벌어진 소송에서 진정한 발명자가

누구인지 판별하는 일이 생길 때 근거가 될지는 몰라도 사실상 특허출원이나 등록받은 특허권에 대해서는 아무 권리가 없다. 출원인은 해당 출원에 대해 모든 권리를 갖는다.

결국 발명자는 명예만 있으며 법적으로 소유권 등의 모든 권리는 출원인에게 있음을 분명히 알아야 한다.

발명자에 이름이 올라가 있으면 지분을 주장할 수 있지 않을까 생각한다면 오산이다.

출처 한국경제

지적재산권 대비해야

요즘 인터넷 콘텐츠 업계가 지적재산권 문제로 시끄럽다.

얼마 전 '소리바다'를 비롯한 음악파일 공유사이트들이 저작권침해 논란으로 곤욕을 치른 데 이어 최근엔 무선 인터넷 콘텐츠 업계도 저작권침해 시비에 휘말렸다.

지난 주 몇몇 음반제작사가 텔미정보통신·야호커뮤니케이션·오사이오·다날·인포허브 등 휴대폰 벨소리 서비스 업체들에게 '저작권접권 불법 침해'라는 경고성 공문을 발송하면서 촉발된 이번 논란은 음반제작사들이 법조계에 유권해석을 의뢰하면서 법적 분쟁으로까지 확대될 조짐을 보이고 있다.

저작권접권은 원저작물을 이용해 일반대중에 전달할 수 있는 형태로 최초로 고정화한 실연(實演)자·음반사·방송사에 부여되는 준 저작권으로, 이들은 창작물에 대한 녹음·녹화·복제·배포·방송 등의 권리를 행사할 수 있다.

음반제작사들은 현재 유통되는 휴대폰 벨소리 서비스 가운데 일부가 자신들이 소유한 음원을 무단사용하고 있는 것은 "음반제작사가 보유한 저작권접권을 침해하는 불법행위"라고 주장하고 있다.

이에 대해 벨소리 업계는 "휴대폰 벨소리 서비스는 음반사의 음원을 단순히 복제한 게 아니라 저작권료를 지불한 원곡을 미디작업으로 재가공한 것으로 저작권접권과는 무관하다"

고 맞서고 있다.

이번 사태가 법정 분쟁으로 발전할 것인 지는 두고 볼 일이다. 그러나 많은 전문가들은 무선 인터넷 콘텐츠 업계가 이번 기회에 지적재산권 문제에 대한 인식을 가다듬을 필요가 있다고 지적한다.

이 사태가 일회성 해프닝으로 끝날 수도 있겠으나 자칫 캐릭터·멀티미디어 콘텐츠 등 모든 분야의 저작권 분쟁을 촉발할 수도 있다고 전문가들은 우려한다.

업계 관계자는 “그동안 인터넷 벤처 기업들이 지적재산권 문제에 안이하게 대처한 게 사실”이라며 “벤처 업계가 자금 유치나 코스닥 상장을 위한 금융전문가 영입에는 적극적이었던 반면 특허·저작권 등 지재권 전문가를 확보하는 일에는 너무 소홀했다”고 지적했다.

콘텐츠 업계는 지적재산권 대란이 닥치기 전에 스스로 지재권문제 전반을 면밀히 검토하고 이에 대비하는 노력이 요구된다.

출처 디지털타임스

온라인콘텐츠 보호법

지식재산권은 인간의 지적 창조물에 대한 권리다.

저작권과 산업재산권으로 나뉘고 산업재산권은 다시 특허권 실용신안권 의장권 및 상표권으로 구분된다. 지식재산의 범주는 산업 발전에 따라 꾸준히 확대돼 왔다.

1790년 제정된 미국의 첫 저작권법에 지도 차트 책만 보호 대상이었으나 1856년 음악, 1912년 영화, 72년 음성기록이 더해졌다.

그러나 인터넷 확산등 과학기술의 급진전에 따라 전통적 지식재산의 범주엔 들지 않지만 경제적 가치를 지닌, 이른바 신지식재산이 늘어나면서 사태가 복잡해졌다.

컴퓨터 프로그램을 저작권과 산업재산권중 어느 것으로 보호해야 하는지부터 음식점 전화번호를 모아 만든 온라인콘텐츠

저작권을 인정해야 하는지까지 기존의지재권제도로는 다루기 힘든 문제들이 속출했다.

결국 세계지식재산권기구(WIPO)는 96년 컴퓨터프로그램과 데이터베이스의 배급 대여 통신 관련조항을 포함한 WIPO 저작권협약을 체결하는 등 사이버공간의 지재권 보호에 나섰다.

또 98년 지식재산권 규정의 마지막장을 “지식재산권의 기술적·법적 발전”으로 편성, 디지털시대의 배포권및 신지식재산에 대한 법률적 보완방안 등에 관해 언급했다.

미국의 경우 이와는 별도로 디지털밀레니엄 저작권법(DMCA)을 제정,온라인상의콘텐츠 저작권을 보호한다. 국회과학기술 정보통신위에서 “온라인 디지털콘텐츠산업 발전법안”이 통과됐다는 소식이다.

창작물은 물론 부동산중개및 음식점 전화번호등 각종 온라인 정보를 수집,온라인상에 올린 콘텐츠 사업자도 5년동안 민 형사상 보호를 받게 된다고 한다.

남이 애써 모은 정보를 마구 퍼가는 암체들을 벌줄 수 있게 된 셈이다. 우리사회에선 기본적으로 남의 아이디어나 표현, 공들여 쌓은 정보나 노하우를슬쩍하는 게 죄라는 데 대한 인식이 턱없이 부족하다.

방송사의 프로그램,가요 광고는 물론 각종 상품에 이르기까지 도처에 베끼기 풍조가 만연돼 있다. 더욱이 온라인콘텐츠는 공짜라는 인식때문에 최소한의 양해도 없이 퍼간다.

암호화기술도 개발되지만 상업적 목적으로 훔치는 데는 역부족이다. 디지털콘텐츠산업은 세계적으로 매년 33.8%씩 성장,2004년에는 세계시장 규모가 2천2백28억달러에 이르리리한다.

시장이 아무리 커져도 남의 생각과 노력에 대해 정당한 댓가를 지불하는 분위기가 조성되지 않는 한 그림의 떡에 불과하다. 지식도둑질은 물론이요 노력도둑질도 근절돼야 한다.

먼저 개발하고 수집하고 공개하면 망한다는 생각이 만연돼 있는 한 디지털콘텐츠 산업 발전은 불가능하다.

출처 한국경제

발특2002/1