

# 특허 연계 스토리텔링의 멀티소스/멀티유즈 모델

## Multi-Source/Multi-Use Model of Storytelling Related to Patent

이가희\*, 이상지\*\*  
한남대학교\*, 카이스트\*\*

Ga-Hee Lee(leegahee3454@daum.net)\*, Sang-Zee Lee(Isz0110@kaist.ac.kr)\*\*

### 요약

본 연구에서는 지식재산의 일종인 특허와 관련된 비즈니스 영역에서 스토리텔링을 융합한 특허 연계 스토리텔링의 모델을 새롭게 제안하였다. 특허와 관련된 스토리텔링의 대상고객, 목적, 응용분야의 다양성이라는 관점에서 기존의 OSMU 모델, 트랜스미디어스토리텔링 및 크로스미디어 스토리텔링과의 차이를 살펴보고자 하였다. 비즈니스에서는 특허 기술의 발명에서부터 특허 출원과 등록, 무효소송과 침해소송 및 손해배상 소송 등의 법적분쟁, 특허를 이용한 상품화, 홍보 및 마케팅 등의 다양한 과정이 존재한다. 또한 하나의 특허가 다양한 응용분야에 융복합적으로 활용되는 점과 각각의 과정에서 요구되는 목적에 따라 갖가지 스토리의 원천이 다양하게 존재할 수 있고 설득하고자 하는 대상과 목적에 따라 스토리텔링을 다양하게 활용할 수 있다. 이러한 관점에서 다중출처-다중활용 또는 멀티소스-멀티유즈(MSMU, Multi-Source Multi-Use)의 특징을 가지는 특허 연계 스토리텔링의 모델을 새롭게 제안하였다. 또한 특허 연계 스토리텔링 사례를 통해 MSMU 모델의 효용성과 유용성을 제시하였다.

■ **중심어** : | 지식재산 | 스토리텔링 | 멀티소스-멀티유즈 | 특허 | 법적분쟁 | MSMU |

### Abstract

In this paper a new model of storytelling related to patent in the field of business as a sort of Intellectual Property(IP) was proposed. The patent related storytelling is investigated in the view points of variety of customers, purposes and applications which is different from the conventional OSMU, transmedia or crossmedia storytelling. In business there are several stages related to patent such as the initial conceptualization and development of technology, apply for and registration of patent, legal conflict like patent invalidation trial and action for infringement of patent and damages, and the commercialization stage like development of product based on patent, advertisement and marketing. Multiple sources optimized to the purpose in each stage of patent related business as well as to multiple convergence application of a patent. Similarly, multi-use refers to the fact that storytelling can be applied in each stage of patent oriented business. The effectiveness and usefulness of proposed MSMU model is also investigated.

■ **keyword** : | Intellectual Property | Storytelling | MSMU | Patent | IP |

\* 본 논문은 한국콘텐츠학회 2014 춘계 종합학술대회 우수논문입니다.

접수일자 : 2014년 12월 30일

심사완료일 : 2015년 08월 20일

수정일자 : 2015년 04월 13일

교신저자 : 이상지, e-mail : Isz0110@kaist.ac.kr

## I. 서론

문화예술 분야에서 주로 활발하게 이루어져 온 스토리텔링을 특허와 연계하여 스토리텔링을 결합하여 활용하기 위해 특허의 발명과 등록을 위한 출원으로부터 마케팅에 이르는 특허 비즈니스의 전 과정에 유용하고 효율적인 스토리텔링의 모델에 관한 연구가 본 논문의 핵심이다. 과학기술 기반의 특허와 문화예술 분야의 스토리텔링이라는 이질적인 두 요소의 융합과 관련하여 각각의 요소에 대해 기본적인 개념을 중심으로 개괄적으로 살펴보고, 이어서 특허와 연계된 스토리텔링 모델이 기존의 스토리텔링과 어떻게 다른지 살펴본다.

김광욱(2008)은 ‘스토리텔링의 개념’을 통해 전통적 관점의 ‘서사’와 ‘스토리텔링’ 간에 논리적 충돌이 발생하였다는 점을 지적하고 이를 해결하기 위한 방안의 일환으로 스토리텔링의 개념을 재정립하였고, 새로 정의된 스토리텔링의 개념으로 과거와 현재에 걸쳐 이야기 문화에 대한 일관된 논의가 가능하도록 하기 위해 이야기, 이야기하기, 이야기판의 세 가지를 핵심요소로 제시하였다[1].

김기국(2007)은 ‘스토리텔링의 이론적 배경 연구’를 통해 시간 순으로 연속적인 스토리 그 자체인 이야기와 전통적인 서사의 기본 골격이라면, 원래의 시간을 초월하여 작가에 의해 변형되고 조직되어 만들어진 이야기인 플롯(plot)이 더해져 현대의 디지털 서사인 스토리텔링으로 발전했다. 이와 같이 매체의 변화와 함께 스토리가 플롯으로 변화되는 과정에서 고객이 참여하는 시점에 따른 현재성, 장소와 상황에 따라 변화되는 현장성 그리고 제작자와 고객 간의 상호작용에 의한 행위성이 파생되어 스토리텔링의 주요 특징으로 파악하였다[2].

김재홍(2009)은 ‘아리스토텔레스의 시학’을 통해 사람들에게 즐거움을 주는 것을 예술의 목적으로 간주하고, 인간은 태어날 때부터 모방된 것에 대해 즐거움과 쾌감을 느끼면서 배운다는 측면에서 모방(미메시스)과 쾌감(카타르시스)이 스토리의 중요한 요소가 될 수 있다. 또한 의도를 가진 우연이나 인과관계에 의한 개연성과 필연성에 따르는 사건들의 연속으로 이루어지는

플롯(plot)에 의해 좋은 이야기가 만들어질 수 있다는 점을 제시하고 있다[3].

이인화 외 7인(2008)의 ‘디지털 스토리텔링’은 인터넷 티브한 상호 작용성의 디지털 매체의 발달에 따른 기술적 특징과 함께 시대의 변화에 따라 점진적으로 변화된 스토리의 본질에 대한 올바른 개념을 살펴본다. 구술문학에서 출발하여 문자의 발명 이후 기록문학으로 전환되고 이후 영화와 결합된 영상문학으로 진화되어온 스토리텔링이 연대기 순으로 횡(橫)적 기존의 구조를 지니고 있었다면, 디지털 시대를 맞아 공간(空間) 중심적으로 종(縱)적이고 비선형(非線型)적인 형태로 변하고 있다는 점을 게임을 통해 언급하고 그 중요성을 역설하고 있다[4].

박기수(2010)는 ‘해리포터, 스토리텔링 성공전략 분석’을 통해 해리포터 이야기의 원천 콘텐츠와 소설 및 영화의 전략 분석 및 시사점을 제공한다. 우선 양질의 스토리텔링을 만들기 위해서는 무엇보다 앞서 존재하는 기존의 콘텐츠들에 대해 철저하고 객관적인 분석을 통해 무엇을 벤치마킹할 것인지 찾아내고 좋은 콘텐츠 제작을 위한 다양한 관점의 세분화된 분석이 필요하다는 점을 제시하고 있다[5].

리처드 맥스웰(Richard Maxwell)과 로버트 덕만(Robert Dickman)(2012)이 공저한 ‘5가지만 알면 나도 스토리텔링 전문가’를 통해서 이야기를 기업의 경영에 활용할 것인가를 보여준다. 조지 오웰의 작품 “1984”를 빗대어 애플사가 1984년에 제작하여 미국에서 TV에서 방영된 매킨토시 컴퓨터 광고를 대표적인 사례로 스토리텔링 마케팅의 성공 요인을 분석하여 잘 짜인 스토리는 열정, 영웅, 악당, 깨달음, 변화의 5가지 핵심적인 구성요소로 이루어진다는 것을 파악하였다[6].

클라우스 포그(Klaus Fog) 외 2인(2008)의 ‘스토리텔링의 기술’에서는 기업의 전략적 커뮤니케이션과 브랜딩 측면에서 비즈니스 안에서 이루어지는 스토리텔링과 관련하여 풍부한 프로젝트 수행의 경험을 바탕으로 한 다양한 실제 사례들과 적용할 수 있는 방법들을 스토리텔링의 실용 가능한 측면에서 소개하였다. 이를 통해 좋은 스토리텔링의 4가지 요소로는 메시지, 갈등, 등장인물 및 플롯을 들 수 있고 이들의 요소를 기반으로

기업의 핵심스토리 만들기에 대해 체계적으로 소개한다[7].

폴 스미스(Paul Smith)(2013)의 ‘스토리로 리드하라’를 통해 비즈니스 측면에서 스토리텔링은 일시적인 유행이 아니라 지속적이고 필수적인 요소이며, 특히 조직 내부는 물론 외부의 활동을 통해 다양한 사람들과의 복잡한 관계를 조율해야 하는 기업의 리더에게는 특히 필수불가결한 능력이라는 점을 부각시킨다. 맥락, 행동, 결과로 이어지는 좋은 이야기의 기본구조와 주인공, 목표, 방해물, 교훈 및 스토리를 전하는 이유 등으로 이루어지는 세부구조를 부가적으로 소개함으로써 비즈니스 스토리텔링에 대해 실용적으로 다룬다[8].

마이클 티어노(Michael Tierno)(2014)의 ‘스토리텔링의 비밀’을 통해 아리스토텔레스의 시학에서 기술하고 있는 플롯(plot)의 구성에 대해 강력한 이야기 구조로 플롯을 짜는 능력은 아리스토텔레스가 가장 중요한 요소로 본 것처럼 가장 먼저 갖춰야 할 요소라는 것이다[9].

롤프 옌센(Rolf Jensen)(2014)의 ‘드림 소사이어티’를 통해 정보사회는 가고 꿈과 감성을 파는 꿈의 사회, 즉 드림 소사이어티(dream society)가 도래한다고 예견한다. 꿈의 사회에서는 기업, 지역사회, 개인이 사실 중심의 이성적인 데이터나 정보가 아니라 제품이나 서비스에 감성적 가치를 담은 이야기를 판매할 것이라는 주장을 펼친다[10].

특허(特許, patent)는 자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작으로 고도한 것으로 정의되고 있으며, 정신적 활동에 의한 창작의 결과로 얻어지는 무형재산권, 즉 지식재산(IP, intellectual property)의 일종이다. 특허란 발명을 보호해주는 독점적(獨占的), 배타적(排他的) 권리를 말하며 특허의 보호대상은 발명(發明)이다.

김철호 외 2인(2011)의 ‘지식재산 전략’에서 지식재산의 기본 개념과 기업경영에서의 지식재산의 중요성에 대해 기술하고, 기업 경영에서 가장 큰 이슈중 하나인 특허를 중심으로 특허경영과 특허분쟁의 전략에 대해 세밀하게 다루고 디자인 경영전략, 상표 경영전략, 저작권 경영 전략 등에 대해서도 비교적 상세하게 기술되어 있다[11].

고정식(2011)은 ‘지식재산 경영의 미래’를 통해 지식재산이 곧 기업의 경영자산이라는 인식하에 기업들의 견제를 피하고 경쟁에서 이기기 위해서는 힘 있는 지식재산을 창출하고, 이를 활용하여 독자적인 사업영역을 확보하는 방안으로 지재권 중심의 기술획득전략을 비교적 자세하게 제안하고 있다[12].

특허는 기술의 발명, 출원, 심사 및 등록, 특허 권리에 대한 무효소송, 특허침해에 따른 손해배상 소송 등 특허법에 정해진 절차와 규정에 따라 엄격하게 시행되므로, 본 논문에서는 주로 특허법을 참조하여 특허와 스토리텔링과의 융합 관련 사항을 중심으로 살펴본다.

특허 기반의 비즈니스에서 스토리텔링을 효율적으로 활용하기 위해서는 특허와 스토리텔링이 갖는 각각의 특성을 고려한 융합이 요구된다.

특허와 연계하여 이루어지는 비즈니스의 각 단계별로 적용이 가능한 바람직한 스토리텔링을 구현하기 위해 특허 연계 스토리텔링의 새로운 모델을 제안하며, 제안된 특허 연계 스토리텔링 모델이 기존의 스토리텔링과 어떤 차별화된 특징을 가지는지 살펴본다. 제안된 특허 연계 스토리텔링의 모델은 특허 기술의 창출에서 사업화까지의 각 단계별로 차별화된 설득 대상과 목적에 따라 스토리를 발굴하기 위한 원천(source)과 활용의 다양성에 중점을 두었다. 또한 법적으로 엄격하게 규정된 특허와 연계하여 각 단계별로 차별화된 스토리텔링을 다룬 선행연구는 찾아 보기 어려운 상황에서 최초로 시도된 연구로 특허 연계 스토리텔링의 구체적인 사례를 통해 제안된 모델의 효용성과 유용성을 검토하고자 한다.

## II. 본 론

### 1. 특허와 스토리텔링의 융합

특허 연계 스토리텔링은 특허를 중심으로 이루어지는 비즈니스에서 유용하게 활용될 수 있는 스토리텔링을 의미한다. 특허기술의 발명에서부터 특허 권리의 등록, 무효소송과 침해소송 및 손해배상소송 등의 법적분쟁, 특허를 이용한 상품화, 홍보 및 마케팅 등의 비즈니스

스 단계별로 설득하고자 하는 대상과 목적에 따라 특허와 연계된 원천 스토리를 다양하게 발굴하고 이를 바탕으로 각 단계별로 적절한 스토리텔링을 구성하고 성공적으로 활용하기 위해서는 특허와 스토리텔링의 융합이 요구된다.

과학기술의 발명에 뿌리를 둔 특허를 중심으로 한 지식재산과 인간의 감성을 자극하는 표현에 뿌리를 둔 스토리텔링은 각기 서로 다른 요소들을 내포하고 있다. 이질적인 특허와 스토리텔링의 바람직한 융합을 위해서 이야기 원천(source)과 활용(use)이라는 측면에서 특허 연계 스토리텔링이 기존의 스토리텔링과 비교하여 어떤 차별화된 특징이 있는지 살펴본다.

우선 이야기 원천의 발굴이라는 관점에서, 기술의 발명과 특허의 창출에서부터 특허를 적용한 상품화 및 마케팅에 이르는 비즈니스의 여러 가지 단계마다 제 각각의 이야기꺼리가 다양하게 존재할 수 있다. 기술을 발명하는 과정에서 자본, 기술, 인력의 부족으로 벌어지는 실패와 역경을 넘어선 성공 이야기, 특허의 출원과 심사를 둘러싸고 거절 통보를 받은 특허청과 특허심판원을 상대로 특허권을 등록하기까지의 공방, 중소기업과 대기업 간에 벌어지는 협상과 중재, 특허무효소송, 특허침해소송과 손해배상소송 등의 법적 분쟁, 특허를 기반으로 개발한 상품과 경쟁 제품과의 비교 광고 및 마케팅을 위해 고객에게 전해주는 혁신 가치 등은 특허와 관련된 독특한 이야기 원천들이다. 특허를 중심으로 전개되는 비즈니스 단계별로 설득 대상이 다르고 설득해야 할 내용과 목표가 달라질 수 있으므로 각각의 상황에 따라 다양한 이야기꺼리를 발굴할 수 있다.

또한 스마트폰과 같이 하나의 상품에 적게는 수십 개 많게는 수백 개 이상의 특허 기술이 결합될 수 있고, 또 다른 예로 기술의 발달에 따라 나노기술과 같이 하나의 핵심기술이 다양한 응용분야에 적용될 수 있다. 이런 경우 특허 심사단계나 특허침해소송 또는 손해배상소송 등의 법적분쟁 단계에서 융복합 핵심기술 그 자체의 난이도 문제로 특허 심사관 또는 판사 등을 설득시키는 것이 점점 더 어려워질 수 있다. 이러한 경우 어려운 특허 기술 자체의 설명보다는 특허를 연계한 스토리텔링이 더 유용한 설득 수단이 될 수 있을 것이다. 따라서

이야기 원천의 발굴 단계에서부터 특허와 스토리텔링의 융합이 중요한 요소가 될 수 있다. 이러한 점을 고려하여 특허 기술에 대한 충분한 이해와 해당 특허 기술이 고객에게 제공할 혁신적인 가치를 찾아내는 것은 물론이고, 각 단계별 스토리텔링의 목적을 달성할 수 있도록 흥미롭고 설득력 있는 이야기로 구성하는 것이 무엇보다도 중요하다.

또한 스토리텔링의 활용이라는 관점에서, 앞에서 설명한 바와 같이 특허 연계 비즈니스 각각의 단계마다 설득을 해야 할 대상과 목적이 달라진다는 점이 중요하게 고려되어야 할 것이다. 예를 들면, 특허의 등록을 위해서는 특허청의 심사관을 상대로 기술의 신규성과 진보성 또는 산업적 이용 가능성을 설득해야 하고, 자금 유지를 위해서는 투자자를 대상으로 특허 기술의 우수성과 현재 또는 미래 가치에 대해 설득해야 한다. 또한 마케팅을 위해서는 일반 고객을 상대로 특허 기반의 제품 또는 서비스가 기존의 제품 또는 서비스와 어떻게 다른지 고객 중심의 차별화된 가치를 제공해야 한다. 특허와 연계된 비즈니스 각각의 단계별로 설득 대상과 목적에 맞는 이야기로 표현되어 상대방의 마음을 움직이는 스토리텔링이 되기 위해서는 역시 이질적인 특허와 스토리텔링의 융합이 이루어져야 한다.

## 2. 특허 연계 스토리텔링의 모델 제안: MSMU

앞에서 설명한 바와 같이 특허와 연계된 비즈니스에서 각각의 단계별로 설득 대상과 목적이 달라진다. 이러한 특징에 따라 특허와 연계된 원천 이야기가 각각의 단계별로 다양하게 발굴되는 다중출처 특징을 멀티소스(Multi-Source)라고 할 수 있다. 또한 특허와 연계된 비즈니스 각각의 단계별로 설득 대상과 목적에 맞는 이야기로 다양한 스토리로 표현되어 상대방에게 전달됨으로써 마음을 움직여 목적을 달성하는 다중활용 스토리텔링이 갖는 특징은 멀티유즈(Multi-Use)라고 할 수 있다.

이와 같이 하나의 특허 기술이 발명되어 사업화되기까지 여러 가지 단계별로 설득 대상과 목적이 달라짐에 따라, 원천 이야기의 발굴과 활용의 다양성을 특징으로 하는 특허 연계 스토리텔링은 [그림 1]과 같이 다중

출처-다중활용 또는 멀티소스-멀티유즈 (MSMU, Multi-Source Multi Use) 모델로 나타낼 수 있다.

본 논문에서 제안하는 MSMU 모델에 바탕을 둔 특허 연계 스토리텔링은 특허 기반의 비즈니스에 있어서 각 단계별로 일반 고객 뿐 아니라, 기술 개발자, 특허청의 심사관, 심판원의 심판관, 법원의 판사, 투자자 등으로 설득 대상과 목적이 달라짐에 따라 발굴 가능한 이야기 원천이 다양하고 스토리텔링의 활용을 위한 스토리 구성이 달라진다는 점이 주요한 특징이다. 반면에 기존의 OSMU(One-Source Multi-Use) 스토리텔링, 트랜스미디어 스토리텔링 및 크로스미디어 스토리텔링은 설득할 대상이 상품과 서비스를 이용하는 일반 고객으로 한정된다는 점과 미디어 매체를 중심으로 스토리텔링의 기본적 개념과 구성적 개념을 구분하고 있다는 점이 특허 연계 스토리텔링과 다르다고 할 수 있다.



그림 1. 특허 연계 스토리텔링을 위한 MSMU 모델

기존의 OSMU 모델의 스토리텔링은 문화콘텐츠의 대표적인 특징으로 성공한 원작을 기반으로 동일한 이야기를 다양한 미디어의 특성에 맞게 개작, 변형하는 개념으로 순차적으로 개발하여 다른 미디어로 옮겨 반복적으로 사용하는 방식이다.

트랜스미디어 스토리텔링도 다양한 미디어를 대상으로 개발된다는 점은 OSMU 모델의 스토리텔링과 유사하지만, 트랜스미디어 스토리텔링은 미디어별로 단계적이 아니라 동시다발적으로 콘텐츠가 제작되고 각각의 콘텐츠가 개별적 세계를 표현하는 스토리로 구성되

며 내용은 동일하지 않고 캐릭터도 재배치된다는 점은 OSMU 스토리텔링과 다르다. 또한 각각의 이야기가 서로 연결되어 전체적으로 하나의 새로운 이야기 구조를 갖는다는 점이 OSMU 모델의 스토리텔링과 구분된다 [13].

한편 크로스미디어 스토리텔링도 다양한 미디어를 대상으로 콘텐츠가 개발된다는 점과 각 미디어별로 콘텐츠 내용이 동일하지 않다는 점은 트랜스미디어 스토리텔링과 유사하다. 그러나 크로스미디어 스토리텔링은 TV, 영화, 웹서비스 등 복수의 미디어에 대한 교차 활용을 통해 이루어지는 이야기 형식으로, 사용자의 능동적인 참여를 요구한다는 점에서 OSMU 스토리텔링과 다르고, 각 미디어 별 콘텐츠가 그 자체로서 완결적이지 않고 서로 다른 미디어 매체를 충분히 효과적으로 결합시켜야 전체적으로 완성된 스토리가 이루어진다는 점이 트랜스미디어 스토리텔링과 차별화된다[14].

이상에서 살펴본 바와 같이 복수의 미디어를 대상으로 콘텐츠가 개발된다는 공통점을 가지는 기존의 OSMU 스토리텔링, 트랜스미디어 스토리텔링 및 크로스미디어 스토리텔링이 미디어를 중심으로 콘텐츠의 동일성여부와 스토리의 완결성을 이루는 방법에 의해 차별화가 이루어지는 반면에, 본 논문에서 제안하는 특허를 연계한 MSMU 스토리텔링은 특허 중심의 비즈니스 단계별로 설득 대상과 목적의 다양성에 따라 이야기 원천의 발굴과 스토리텔링을 통한 활용이라는 관점에서 기존의 스토리텔링과는 구분된다.

### 3. 특허 연계 스토리텔링의 플롯 구성 방법

과학기술 분야의 발명 특허와 기존의 문화예술 및 비즈니스 분야에서의 스토리텔링을 융합한 특허 연계 스토리텔링의 MSMU 모델은 특허를 중심으로 이루어지는 사업 전 주기에 걸쳐 각각의 단계별로 쉽고 효율적으로 원천 이야기를 발굴하고 활용하기 위한 참조모델로 유용하다.

특허 연계 스토리텔링은 [그림 1]에 나타난 여러 가지 단계별로 설득해야 할 상대방으로부터 신뢰를 얻는 것이 중요하다. 그러나 특허가 새로운 과학기술의 발명으로 만들어진다는 것을 전제로 하므로, 해당 특허 기

술 그 자체에 대한 소개 또는 응용 제품이나 서비스를 통해 고객에게 제공하려는 새로운 가치가 기존의 것과 비교하여 뭐가 다르고 좋은지 알리기가 쉽지 않은 측면이 있다. 이러한 문제를 해결하는 방안의 일환으로 본 논문에서 제안하는 특허 연계 스토리텔링이 유용한 수단이 될 것으로 기대된다.

만약 지식재산의 스토리텔링이 사실과 진실에 근거하지 않고 허구적인 내용이 들어가는 경우 특허는 물론 특허를 응용한 제품과 서비스 전반에 대한 신뢰가 심각하게 손상될 수 있다. 이러한 이유로 특허 기반 스토리텔링의 이야기는 좀 더 객관적이고 이성적인 사실과 과학적인 진리를 바탕으로 보다 신뢰할 수 있는 이야기의 구조를 갖출 필요성이 있다. 이러한 관점에서 새로운 기술에 대한 신뢰를 높이고 고객의 마음을 사로잡을 수 있는 특허 연계 스토리를 쉽게 구성할 수 있는 새로운 방법이 요구된다 하겠다.

일반적으로 스토리텔링은 메시지, 갈등, 등장인물, 플롯의 4가지로 이루어진다. 또한 플롯은 시작-중간-끝의 3단계로 구성되는 것이 보통이며, 특허 기반의 스토리텔링의 경우도 유사하게 구성될 수 있다.

우선 플롯의 시작 단계에서는 새로운 특허 기술이 만들어진 배경 또는 맥락에 대한 이야기를 통해 고객의 신뢰를 얻는 것이 중요하다. 즉, 언제(When), 누가(Who), 어디서(Where), 무엇을(What), 왜(Why) 새로운 특허 기술을 개발했는지 5W의 구성으로 잘 짜인 진솔한 이야기를 들려줌으로써, 고객들이 새로운 특허 기술을 감성적으로 신뢰하고 특허가 적용된 신제품과 새로운 서비스에 적극적인 관심을 가질 수 있도록 유도하는 것이다.

다음으로 플롯의 중간 단계에서는 해당 특허 기술의 발명과정이나 특허를 이용한 제품과 서비스의 개발 과정에서 어떤 어려움 또는 갈등이 있었는지, 영웅은 어떤 천사의 도움으로 그러한 역경 또는 악마를 어떻게(How) 극복했는지 등의 수행과정을 흥미를 가지고 공감할 수 있는 성공이야기로 담는다. 즉, 시작 단계의 5W에 이어 1H를 추가하여 5WIH의 구성을 갖추는 것이다.

마지막으로 끝 단계는 해당 특허 기술이 기존의 기술

과 비교하여 어떤 차별성이 있는지 특허 기술을 응용한 제품이나 서비스가 고객에게 어떤 가치를 전해 주는지 등 해당 특허 기술을 적용한 제품 또는 서비스를 통해 이루어진(Done) 결과를 담는다. 즉, 앞서 설명한 5WIH의 구성에 1D를 추가함으로써 전체적으로 5WIH1D의 구성을 갖는 플롯으로 비교적 쉽고 효율적으로 이야기를 만들 수 있게 된다.

#### 4. 특허 연계 스토리텔링 사례

특허 연계 스토리텔링의 한 가지 사례로, [그림 1]에서 특허 등록 단계에서 특허청으로부터 거절 사유를 통보받는 경우가 종종 발생하게 된다. 이를 극복하기 위해 나름대로 의견을 제시하여 심사관을 설득하고 특허 등록결정에 이르는 과정을 이야기로 구성할 수 있다. 본 절에서는 사물인터넷 관련 특허 기술인 사물식별아이디와 관련하여 실제 발생한 사례를 중심으로 살펴본다.

보다 더 구체적으로 설명하자면, 특허로 출원한 발명 기술은 사물인터넷에서 유용한 사물식별아이디에 관한 것으로 사물식별아이디의 형식은 이메일 주소와 유사하나 @대신 #기호를 구분기호로 적용한 것이 다른 점이다.

미국특허상표청에서 본 발명 출원서에 기재된 사물식별아이디가 본 발명의 출원 이전에 널리 알려진 이메일주소와 유사하여 신규성에 위배되고, 이메일주소의 구분기호인 @를 사물식별아이디의 구분기호인 #으로 변경하는 기술은 통상의 기술자에게 자명한 수준이어서 (주)미국특허법 103조에 규정된 비자명성(non-obviousness) 특허등록 요건을 충족하지 못하므로 거절사유가 있다는 1차 심사결과를 대리인을 통해 특허 출원자에게 통지하였다.

이러한 경우 출원자가 거절사유를 극복하기 위해서는 본 발명이 선행기술과 비교하여 자명하지 않다는 것을 객관적으로 입증할 수 있는 증거를 제시해야 한다. 비자명성을 입증할 수 있는 증거로는 상업적 성공(commercial success), 오랫동안 해결되지 못한 문제의 해결(long-felt but unsolved needs), 타인의 실패(failure of others) 등을 보주는 자료가 포함될 수 있다

는 것이 미국특허청 심사 지침 및 판례를 통해 잘 알려져 있다. 본 발명의 경우, 해당 기술을 통해 출원 이전에 오랫동안 해결되지 못한 문제점을 해결할 수 있다는 것을 입증하는 증거자료를 제시함으로써 거절사유를 극복할 수 있었다. 본 발명의 출원 전에 해결되지 못했던 문제점은 다수의 이종 분산 시스템, 서비스 또는 데이터베이스 서버 간에 데이터를 쉽고 간단히 서로 공유할 수 있는 상호운용성(interoperability)을 확보하는 것이었다. 출원자가 제시한 증거자료는 본 발명의 출원일 이후에 발간된 상호운용성에 관한 백서[15]와 학술지에 게재된 논문[16]으로서 이종 분산 데이터베이스 간에 데이터 공유를 위한 상호운용성이 본 발명의 출원 이후에도 여전히 해결되지 않은 문제점이었다는 내용을 알 수 있었다. 또한 본 발명 기술을 바탕으로 세계표준화 기구인 ISO의 지리정보분야를 담당하는 TC211에 세계 최초로 지리정보시스템의 상호운용성을 해결하기 위한 세계표준을 제안한 문서를 추가로 제시하였다[17]. 상기 증거자료를 근거로 본 발명이 오랫동안 해결하지 못한 문제점을 해결하고자하는 목적과 효과에 있어서 선행 기술과 비교하여 그 차이가 비자명하다는 내용을 포함한 출원자 의견서를 제출하였고 이로 인해 거절사유를 극복하고 특허등록 결정이 되었다.

위에 설(陳)명한 사례를 통하여 미국 특허법 103조의 비자명성의 특허요건이 우리나라 특허법 제29조2항의 진보성과 미묘하지만 중요한 차이점이 있다는 것을 알 수 있다. 우리나라 특허법상 진보성을 판단하는 기준은 통상의 기술자가 출원 기술을 쉽게 발명할 수 있는 경우 특허 등록이 거절되도록 규정되어 있는데 반해 미국 특허법상 비자명성을 판단하는 기준은 출원 발명과 선행 기술을 비교하여 그 차이가 통상의 기술자에게 뻔할 정도로 미미한 경우에 등록이 거절될 수 있도록 규정하고 있는 것이다. 또한 위의 사례에서 알 수 있듯이, 이메일 주소에서 구분기호인 @대신 # 기호로 바꿀 정도로 발명이 쉬운 사물식별아이디의 발명에 대해 미국의 경우는 비자명성을 입증할 수 있는 객관적인 증거를 제시함으로써 등록이 이루어진 점으로부터 출원 기술의 발명이 얼마나 쉬운지 또는 어려운지는 특허 등록 요건으로 중요하게 고려하지 않았고 발명의 용이성을 기준

으로 판단하는 우리나라 진보성 요건과 다르다는 것을 알 수 있다.

앞서 설명한 바와 같이 스토리텔링의 구조를 시작-중간-끝의 세부분으로 나눈다면 위에 설명한 내용은 형식적으로는 스토리의 시작에 해당되고 내용적으로는 배경 또는 맥락에 해당된다. 출원 기술에 대한 특허등록 거절사유와 관련하여 특허법에 규정된 신규성과 진보성 등을 판단함에 있어서 중요한 요소 중 하나는 출원 시기이다. 출원서에 기술된 발명 기술이 최초 출원일 기준으로 그 이전에 공지된 기술과 비교하여 등록여부를 심사하기 때문에 심사대상 기술이 언제(When) 최초로 출원되었는지가 매우 중요한 요소가 된다.

한편 신규성과 진보성 등을 포함하여 등록여부에 대한 갖가지 판단 기준을 규정하는 특허법은 나라마다 조금씩 다를 수가 있으므로 어디서(Where) 출원했는지 출원국가에 따라 등록 여부가 달라질 수 있다. 예를 들면, 중국에서는 대다수의 타 국가와 달리 국가적으로 인정하는 기관 또는 단체가 아닌 곳에서 특허 출원 전에 발표하거나 전시된 기술은 공지의 기술로 간주하여 신규성에 위배된다는 사유로 특허 등록이 거절된다.

또한 특허 출원명세서에는 발명자 또는 출원자의 기술적 법률적 전문성에 따라 질적 수준이 얼마든지 달라질 수 있다. 뿐만 아니라 거절 사유를 극복하기 위한 의견도 작성하는 사람의 능력에 따라서 거절사유 극복 여부가 달라질 수 있을 것이다. 따라서 출원서 작성과 거절사유에 대한 의견 제시 등을 과연 누가(Who) 맡아서 하는지도 매우 중요한 요소 중 하나가 될 것이다.

이어서 특허등록 거절사유를 극복하기 위한 도전을 하게 된다. 특허등록을 위한 심사단계에서는 심사단계 거절사유에 대한 의견을 제시하고 거절사유를 극복하여 특허를 등록하는 것이 도전의 목표가 될 수 있다. 앞에서 설명한 특허 연계 스토리텔링의 MSMU모델[그림 1]에서 특허를 적용한 비즈니스 6단계의 세부단계별로 도전하는 목표가 달라질 것이다. 따라서 각각의 단계별로 무엇을(What) 위해 도전할 것인지 원하는 목표를 분명히 파악하고 정립하는 것이 필요할 것이다.

또한 특허등록 거절사유를 극복하고 원하는 목표를 달성하기 위해서는 장애가 되는 요소들이 다양하게 존

제할 수 있을 것이다. 나노기술을 예로 들면, 하나의 공동 핵심 기술이 다양한 응용제품에 적용될 수 있는데 반해 대다수 국가의 특허 심사 제도에 따르면 1명의 심사관이 등록 심사를 담당한다. 만일 나노기술의 전문가로 해당 특허 기술의 심사관으로 정해지고, 해당 심사관이 다양한 특허 응용 분야에 대한 지식이 충분하지 않은 경우, 심사관의 이해 부족으로 특허 거절 결정이 날 가능성이 커질 수 있다.

또 다른 예로, 다수의 서로 다른 가상세계 또는 온라인 게임 간에 가상공간을 구성하는 가상공간객체와 문자, 그래픽, 사운드, 이미지, 동영상 등을 포함하는 다중매체 등의 객체정보를 상호 공유하는 기능을 구현하기 위한 사물식별아이디 기술에 관한 특허 발명의 사례를 들 수 있다. 객체정보를 생성하고 편집하는 기존의 저작도구의 기능과 성능을 개선하여 다수의 이종 분산 가상세계 또는 게임 간에 상호운용성을 확보하기 위한 목적으로 앞서 설명한 바 있는 샵(#) 기호를 적용한 사물식별아이디 기술을 융합하는 시스템과 방법에 관한 특허를 출원하였다. 특허청 심사 및 재심사를 거쳐서 최종 거절 결정이 났고, 이에 따라 심판원에 거절불복 심판을 청구하였으며 최종적으로 특허청 심사결과를 번복하여 등록결정이 이루어졌다[17]. 이 사례를 통해, 특허청 심사과정에서는 심사관 1명이 심사를 전담했지만 심판원의 심판 과정에서는 심판장, 주심 및 부심의 3명이 합동으로 참여하였고 동일한 사안에 대해 다수의 심판관들이 참여하는 심판과정에서는 특허청 심사과정과 비교하여 융합기술에 대하여 더 다양한 관점에서 검토가 이루어질 수 있었고 출원자와의 소통도 더 깊고 원활하게 이루어진 것으로 판단된다.

과학 기술이 획기적으로 발전하는 경향에 따라 사물식별아이디와 나노기술의 사례와 같이 혁신적인 첨단 기술의 경우, 심사관의 지식의 한계 등으로 인해 거절 결정이 내려질 수 있는 사례들은 점점 더 늘어날 것으로 예상된다. 이러한 장애 요인들을 중심으로 원하는 목표를 달성하는 것이 왜(Why) 어려운 것인지를 분석함으로써 이러한 장애를 이겨내기 위한 전략이 마련될 수 있을 것이다.

지금까지 특허 연계 스토리텔링의 이야기를 구성하

는 시작 부분에 대해 사례를 중심으로 살펴보았다. 시작 부분은 주로 배경 또는 맥락에 해당하며 언제(Where), 어디서(Where), 누가(Who) 무엇을(What), 왜(Why)의 5W를 적용하여 쉽고 효율적으로 구성될 수 있다는 것을 볼 수 있다.

이어서 특허 기반 스토리텔링의 이야기를 구성하는 중간 단계에서는 특허등록 거절사유에 대해 심사관을 설득시키기 위한 이야기를 중심으로 살펴보려고 한다. 미국특허청에서 제시한 특허등록 거절사유는 본 발명 출원서에 기재된 사물식별아이디의 형식이 특허로 출원하기 이전에 이미 보편적으로 널리 알려진 이메일주소와 유사하여 신규성에 위배된다는 것이다. 또한 이메일주소의 구분기호인 @를 사물식별아이디의 구분기호인 #으로 변경하는 기술은 통상의 기술자가 쉽게 할 수 있는 수준이어서 진보성에 위배되므로 거절사유가 있다는 것이었다.

앞서 소개한 나노기술과 사물인터넷식별아이디와 같은 첨단 혁신기술에 대해서 어려운 특허 발명 내용을 기술적으로 설명하는 대신 특허 연계 스토리텔링을 활용하여 감성적으로 상대방의 마음을 움직임으로써 설득이 쉽게 이루어질 수 있다. 따라서 이야기의 중간 부분에서는 이러한 거절사유를 어떻게(How) 극복하는지 역경을 이겨내는 과정에서 나타날 수 있는 감동적인 얘기를 다양하게 담아 내는 것이 상대방을 설득하기 위한 전략으로 유용할 것이다.

만일 사물식별아이디 발명기술의 출원 전에 널리 알려진 이메일과 대비하여 진보성이 있다는 의견을 제시하여 심사관을 설득할 수 있다면 상기 두 가지 거절사유를 한꺼번에 극복할 수 있게 될 것이다. 특허법에 따라 진보성을 판단하는 방법은 출원발명을 공지발명과 비교하여 볼 때 구성의 곤란성, 목적의 특이성, 효과의 현저성이 있는지 세 가지를 종합적으로 고려하여 판단하는 것이 일반적이다.

우선, 사물인터넷아이디의 구성은 이메일 주소의 구분기호인 @대신 #으로 대체한 것과 같은 형식으로 이루어지기 때문에 세 가지 조건 중 구성의 곤란성은 없을 것으로 판단될 수 있다. 다음으로 목적의 특이성에 대해 살펴보면, 이메일주소는 사람과 사람 간에 정보를



주고받는 목적으로 활용되는 것임이 비해 사물식별아이디는 센서, 장치, 시스템 등의 사물을 식별하는 목적 외에 사물이 생성하는 데이터를 식별하는 목적을 띠고 있다는 점이 특이성이 있다고 하겠다. 특히 사물식별아이디를 위치기반서비스에 적용하는 경우, 일반적으로 상가나 건물의 위치정보와 센서 등의 시설물의 설치 위치정보를 사물식별아이디를 통해 검색하는 목적을 띠고 있는데 반해서 이메일 주소를 이용하여 개인의 이메일 정보를 검색하는 목적은 없기 때문에 사물식별아이디가 목적의 특이성을 가지고 있다. 마지막으로 효과의 현저성에 대해 살펴보면, 사물식별아이디 출원 명세서에는 인터넷으로 분산된 다수의 데이터베이스서버, 서비스 및 시스템 간의 상호운용성을 해결할 수 있다는 점을 기술되어 있다. 시기적으로 사물인터넷 발명기술의 출원 후 5년이 지난 시기에 출판된 학술논문을 인용한 바에 따르면, 그 당시까지 인터넷으로 분산된 데이터베이스, 서비스 및 시스템 간에 상호연동 문제가 해결되지 않고 있다는 배경설명과 함께 상호연동 문제를 해결하기 위한 일련의 연구를 하여 그 결과를 논문으로 발표한다는 설명이 담겨 있다. 따라서 이러한 학술논문이 사물식별아이디 발명 기술이 현저한 효과를 갖고 있다는 점을 반증하는 근거자료가 된 셈이다. 따라서 @를 구분기호로 적용한 이메일 주소에 대비하여 #을 구분기호로 적용한 사물식별아이디가 지니는 목적의 특이성과 효과의 현저성을 종합적으로 고려하여 진보성이 있다는 점을 거절사유를 극복할 수 있는 의견으로 제시하였다. 이를 근거로 사물식별아이디 관련 출원발명이 특허로 등록되어야 한다는 점을 주장한 것이다. 마지막으로 지식재산 스토리텔링의 이야기를 구성하는 끝 부분은 앞서 중간 부분에서 설명한 바와 같이 거절사유를 극복하기 위해 제시된 의견을 참조하여 특허청 심사관이 심사한 결과에 따라 특허 등록이 결정된(Done) 결과 내용을 스토리에 담게 된다.

위에 제시한 사례를 통해, 본 논문에서 제안한 특허 연계 스토리텔링 MSMU 모델을 참조하고 실용적으로 적용이 가능한 바람직한 스토리 구성 방안으로 기존에 널리 알려진 육하원칙(5W1H)에 역경을 이겨낸 결과(ID)를 추가한 7단계 방법론을 결합하는 경우 쉽고 효

율적으로 특허와 연계된 이야기를 구성할 수 있다는 것을 알 수 있다.

### III. 결론

본 논문에서는 특허를 스토리텔링과 융합한 특허 연계 스토리텔링의 모델(MSMU)을 새롭게 제안하였다. 또한 육하원칙을 확장하여 누구나 쉽고 효율적으로 이야기를 구성할 수 있는 7단계 방법론(5W1HID)을 제시하고 사례를 중심으로 쉽고 효율적으로 이야기를 구성할 수 있다는 것을 살펴보았다.

본 연구결과를 바탕으로 특허 연계 스토리텔링으로 기대되는 효과는 다음과 같다. 첫째, 스토리텔링의 이야기의 소스가 기존보다는 비교할 수 없을 정도로 확장되고, 이를 바탕으로 기업인을 포함하여 누구나 쉽고 효율적으로 이야기를 만들 수 있다. 둘째, 이렇게 발굴된 이야기를 바탕으로 지식재산권의 등록, 자금유치, 법적 분쟁, 홍보 및 마케팅 등에 활용함으로써 사업의 성공 가능성이 높아진다. 셋째, 지식재산을 활성화시키기 위하여 스토리텔링에 관심이 높아질 것이며 이에 대한 투자도 증대될 것이다. 넷째, 지식재산 스토리텔링이라는 공통적인 주제와 목적을 위해, 과학기술과 문화예술 분야가 융합하는 새로운 장르가 나타날 것이다. 다섯째, 일상의 삶 속에서 정신적인 또는 물질적인 역경을 겪게 될 경우에, 이러한 어려움들이 역설적으로 위대한 스토리텔링의 소스가 된다는 희망을 갖게 될 것이다.

본 논문에서는 특허를 중심으로 살펴보았지만, 저작권, 디자인, 상표, 영업비밀 등의 지식재산의 다른 부분까지 유사한 방법으로 확장하는 연구가 더 많이 이루어질 것으로 기대된다.

### 참고 문헌

- [1] 김광욱, “스토리텔링의 개념”, *겨레어문학*, 제41집, 겨레어문학회, pp.257-265, 2008.
- [2] 김기국, “스토리텔링의 이론적 배경 연구”, 2007

준계학술발회, 한국프랑스학회, pp.151-152, 2007.

[3] Hamilton Fype, 김재홍 역, “아리스토텔레스의 시학”, 고려대학교출판부, 2009.

[4] 이인화 외 7명, *디지털 스토리텔링*, 황금가지, 2008.

[5] 박기수, “해리포터, 스토리텔링 성공전략 분석”, *한국콘텐츠진흥원포커스*, 10-03(통권 제3호), 한국콘텐츠진흥원, 2010(7).

[6] 리처드 맥스웰(Richard Maxwell), 로버트 딕만(Robert Dickman), 전행선 역, “5가지만 알면 나도 스토리텔링 전문가”, 지식노마드, 2012.

[7] 클라우스 포그(Klaus Fog) 외 2명, 황신운 역, *스토리텔링의 기술*, 멘토르, 2013.

[8] 폴 스미스(Paul Smith), 김용성 역, “스토리로 리드하라”, IGM세계경영연구원, 2013.

[9] 마이클 티아노(Michael Tierno), 김윤철 역, *스토리텔링의 비밀*, 아우라출판, 2008.

[10] 롤프 옌센(Rolf Jensen), 서정환 역, *드림 소사이어티*, 리드리드출판, 2014.

[11] 김철호 외 2명, “지식재산전략”, 발명진흥회, 2011.

[12] 고정식, “지식재산 경영의 미래”, *한국경제신문*, 2011.

[13] 신동희, 김희경, “트랜스미디어 콘텐츠 연구: 스토리텔링과 개념화”, *한국콘텐츠학회논문지*, Vol.10, No.10, 2010.

[14] 서승은, “크로스미디어 스토리텔링의 온라인 구전 양상”, *한국콘텐츠학회논문지*, Vol.11, No.1, 2011.

[15] Kurt Buehler, “GIS Technology Designed for user Benefit,” ESRI White Paper, Feb 2005.

[16] Bernhard Gruber and Stephan Winter, “Locationn Based Services using a Database Federation,” 5th AGILE Conference on Geographic Information Science-Palma, April 2002.

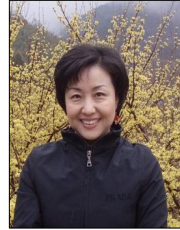
[17] KATS, “Dynamic position identification scheme for ubiquitous space (u-position),” ISO/TC211 NWIP 211N2225, 1 April 2007.

[18] 이상지, “법세계적으로 고유한 분산객체식별 아이디어를 이용한 다수의 분산된 가상세계 간 상호연동 시스템 및 그 방법”, 특허등록 제 1013716590000호 (출원인:주식회사 지지21), 2014.

저 자 소 개

이 가 희(Ga-Hee Lee)

정회원



- 1986년 2월 : 충남대학교 간호학과(학사)
- 2002년 2월 : 고려대학교 한국어문학과(석사)
- 2015년 2월 : 한남대학교 문예창작과(박사, 예정)

▪ 현재 : 한국스토리텔링연구원 원장

<관심분야> : 시, 문예창작, 스토리텔링, 지식재산

이 상 지(Sang-Zee Lee)

정회원



- 1977년 2월 : 서울대학교 전자공학과(학사)
- 1981년 2월 : 카이스트 전기및전자(석사)
- 1991년 8월 : 카이스트 전기및전자(박사)

▪ 2014년 2월 : 카이스트 미래전략대학원(석사)

▪ 현재 : 카이스트 미래전략대학원 연구교수

<관심분야> : IP, IoT, Cloud, uLBS, Storytelling