방송통신정책연구 11-진흥-라-10

사망자의 디지털 유산(개인정보, 계정, 게시물 등) 처리방안 연구

(Study on digital properties of the deceased : personal information, user's account and contents)

황용석/유정석/김용국

2011. 12

연구기관 : (사)한국인터넷자율정책기구

방송통신위원회
KOREA COMMUNICATIONS COMMISSION

이 보고서는 2011년도 방송통신위원회 방송통신발전기금 방송통신정책연구사업의 연구결과로서 보고서의 내용은 연구자의 견해이며, 방송통신위원회의 공식입장과 다를 수 있습니다.

제 출 문

방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 **「사망자의 디지털 유산(개인정보, 계정, 게시물 등) 처리방안 연구」**의 연구결과보고서로 제출합니다.

2011년 12월

연 구 기 관 : (사)한국인터넷자율정책기구

총괄책임자 : 황용석(건국대학교 언론홍보대학원)

참여연구원 : 유정석((사)한국인터넷자율정책기구)

김용국((사)한국인터넷자율정책기구)

목 차

요약문 ····· **8**

제1장 서론 ····· **22**

제1절 연구의 목적 및 필요성 ····· 22

제2절 연구의 범위 ····· 26

제3절 연구의 방법 ····· 28

제2장 본론 ····· **29**

제1절 디지털 유산의 개념 ····· 29

1. 디지털 유산의 의미와 범위 ····· 29

2. 디지털 유산 처리의 현실 ····· 36

제2절 관련 법령 구조 ····· 40

1. 개론 ····· 40

2. 현행 법률에 의한 디지털 유산의 규율 ····· 41

3. 주요 정보통신서비스제공자의 약관과 디지털 유산 ····· 45

4. 민법과 디지털 유산 ····· 48

5. 국내 주요 입법안의 내용과 의미 ····· 58

제3절 해외 사례 ····· 64

1. 해외에서 사망자의 디지털 유산 처리 현황 ····· 64

2. 해외 주요 인터넷 사업자의 디지털 유산 처리 현황 ····· 91

3. 해외사례의 시사점 ····· 98

제3장 디지털 유품 처리에 관한 국내 포털 정책 ····· **99**

제1절 국내 주요 포털의 디지털 유산 처리 현황 ····· 99

1. SK커뮤니케이션즈 ····· 99
2. KTH ····· 113
3. Daum ····· 122
4. NHN ····· 127
제2절 국내 포털의 디지털 유산 제공 검토 의견 ····· 131
1. KTH ····· 131
2. Daum ····· 133
3. SK커뮤니케이션즈 ····· 134

제4장 디지털 유산 처리에 대한 방향 ····· 136
제1절 정책 방향 ····· 136
1. 자기결정권의 보장 ····· 136
2. 이용자의 선택권 확대 ····· 136
3. 기존 법률과 민간 자율규약의 보완성 강화 ····· 137
제2절 법률개정을 통한 처리방향 ····· 139
제3절 민간 자율규제 차원의 처리방향 ····· 140

제5장 결론 및 제언 ····· 145
1. 연구 내용 요약 ····· 145
2. 연구의 한계 및 향후 추진을 위한 과제 ····· 153
3. 디지털 유산 처리 기준에 관한 권고안 ····· 154

참고문헌 ····· 159

[부록]

□ 현황표 ····· 163

표 목 차

<표2-1> 콘텐츠의 범위 및 서비스 제공자의 기능 또는 권리 부여 여부 ····· 31
<표2-2> 서비스의 범위 및 서비스 제공자의 기능 또는 권리 부여 여부 ····· 32
<표2-3> 사망자의 디지털 유산 관리 관련 정보통신망법 개정법안 현황 ····· 59
<표2-4> 정보통신망법 신설조항 전문 ····· 60
<표2-5> 미국과 독일의 사자의 디지털 유산 처리 비교 ····· 69
<표2-6> 전기통신사업에 있어서 개인정보보호에 관한 가이드라인 ····· 92
<표2-7> 일본 인터넷 사업자의 제3자 개인정보 정보제공 약관 ····· 96
<표3-1> 사망자의 디지털 유품 관련 문의 유형 ····· 100
<표3-2> 천안함 침몰 사건 관련자 현황 ····· 103
<표3-3> SK컴즈의 사망자의 미니홈피 및 블로그 대응원칙 ····· 109
<표3-4> 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 관련 조항 ····· 110
<표3-5> 민법 일신전속권 ····· 111
<표3-6> 네이트 이용약관 관련 조항 ····· 111
<표3-7> 싸이월드 이용약관 관련 조항 ····· 111
<표3-8> KTH 관련 약관 ····· 113
<표3-9> 사망자의 디지털 유품 관련 주요 문의 유형 ····· 114
<표3-10> 개인정보 제공 관련 법령의 벌칙 조항 ····· 120
<표3-11> 다음의 디지털 유품 처리 원칙 ····· 122
<표3-12> 사자의 디지털 유품 처리 관련 주요 문의 유형 ····· 123
<표3-13> NHN의 사망자 디지털 유품 처리 원칙 및 관련 규정 ····· 127

그 림 목 차

<그림2-1> 디지털 유산 처리 인식 조사-자신이 사망한 이후의 처리 ····· 36
<그림2-2> 디지털 유산 처리 인식 조사-가족이 사망한 이후의 처리 ····· 37
<그림2-3> 엘스워스 병장 유가족의 소송에 대한 지역신문의 기사 ····· 68
<그림2-4> 디지털 추모 공간 제공회사 사이트 ····· 80
<그림3-1> SK컴즈 고객센터 대응 절차 ····· 101
<그림3-2> SK컴즈의 이슈 미니홈피 관리 ····· 102
<그림3-3> 故 최진실씨의 미니홈피 ····· 102
<그림3-4> 비밀번호 문의, 게시물 백업 요청 처리 프로세스 ····· 105
<그림3-5> 일시정지, 탈퇴 요청 처리 프로세스 ····· 106
<그림3-6> 스팸게시물 신고 처리 프로세스 ····· 107
<그림3-7> 본인인증 해제 요청 처리 프로세스 ····· 108
<그림3-8> 사망자의 디지털 유품 관련 문의 유형 ····· 114
<그림3-9> 사망자에 대한 요금 청구·결제 취소 요청 처리 프로세스 ····· 116
<그림3-10> 사망자 계정에 대한 명의 변경 요청 처리프로세스 ····· 117
<그림3-11> 사망자 계정 해지(회원 탈퇴) 요청 처리프로세스 ····· 118
<그림3-12> 사망자 계정에 대한 임시 사용권 제공 요청 처리프로세스 ····· 119
<그림3-13> 다음의 고객센터 대응 프로세스 ····· 122
<그림3-14> 사망자의 계정, 메일 백업 등 문의 요청에 대한 처리프로세스 ····· 124
<그림3-15> 응대사례 : 유가족의 블로그 양도 혹은 관리에 대한 요구 ····· 125
<그림3-16> 응대사례 : 유가족의 블로그 양도 혹은 관리에 대한 요구 ····· 125
<그림3-17> 계정해지(회원탈퇴) 요청시 처리절차 ····· 128
<그림3-18> 사망자 블로그 등 게시물 백업 요청시 처리절차 ····· 129
<그림3-19> KTH의 정보제공시 처리절차 ····· 133

요 약 문

1. 제목 : “사망자의 디지털 유산(개인정보, 계정, 게시물 등) 처리방안 연구”

2. 연구의 목적 및 중요성

본 연구의 목적은 사망자의 디지털 유산 처리방안을 도출하고자 하는 것이다. 사망자의 디지털 유산 문제는 2004년 11월 13일 미국의 이라크 참전 용사인 저스틴 마크 엘스워스(Justin Mark Ellsworth) 병장의 사망과 관련하여 그의 부모가 야후를 상대로 제기한 소송이 세계적으로 이슈가 되었었다. 한국의 경우, 2010년 천안함 침몰 사건이 발생하며, 사망자의 디지털 유산 처리문제가 언론에 부각 되었다. 미국을 비롯하여 해외의 경우에도 사망자의 디지털 유산 처리 문제만 규율하는 법규 제정은 극소수를 제외하고는 논의가 진행중이다. 현실 세계의 사망에 따른 상속을 인터넷 공간의 디지털화된 정보에 그대로 적용할 수 있는지, 어디까지 적용해야 하는지에 대해 다양한 검토가 필요하기 때문이다.

한국에서는 이미 연예인들이 사망하는 경우, 해당 미니홈피나 블로그를 제3자가 운영해온 사례들이 있었다. 가족이나 가까운 친구, 지인들이 추모의 목적으로 사망자의 인터넷 공간을 관리, 운영한다는 것은 상식의 선에서는 이해가 가능하며, 문제가 없을 것으로 보일 수 있지만, 법률적으로는 사망한 사람의 아이디와 패스워드를 찾아내어 이를 이용하는 행위에 대해 정보통신망의 권한 없는 침입이나, 아이디 도용, 비밀의 침해 및 누설 등에 대한 검토가 필요하다. 고인이 가지고 있던 정보가 자신만의 비밀이 아닌, 유족이외의 살아있는 다른 사람과의 비밀일 수도 있기 때문이며, 그 비밀에 재산상의 이해관계나, 가정 불화적 요소, 국가적 안위에 관계된 비밀일 가능성을 온전히 배제할 수도 없다.

국내 인터넷 이용인구는 시간이 갈수록 증가하여 전체 국민 10명중 8명이 사용하고 있어, 노년층과 영아계층을 제외한 거의 모든 국민이 이용하고 있다는 점, 인간이면 누구나 사망이라는 과정을 거친다는 점, 따라서 해당 이슈는 시간이 갈수록 민원제기가 증가할

것이라는 점 등을 감안하면 사회적, 국가적 차원의 논의가 필요한 이슈라 할 수 있다.

현재 Naver, Daum, Skcommunications(싸이월드, 네이트, 이하 SK컴즈), KTH 등 국내 주요 포털들은 전반적으로 정보통신망법, 민법 등과 각 회사의 약관에 근거하여 이용자의 정보를 제3자에게 제공하는 것을 제한하는 정책을 취하고 있다. 이는 법규 미비에서 기인한 측면이 있는데, 살아있는 사람을 규율하는 법규는 많지만, 사망한 사람의 인터넷 정보에 대해 규율하는 법규는 없기 때문이다. 민법의 제5편인 상속 편에서 사망한 사람의 상속재산에 대해 다루고 있어, 이 부분을 준용하여 적용이 가능하지만, 민법의 상속 편에 의하더라도 인터넷 정보라는 복사·배포·전송이 용이한 인터넷 정보를 규율하고 있지는 않다. 다만, 계약에 의한 채권적 권리에 따라 포털 이용의 마스터 키(master key)와 같은 계정의 아이디와 비밀번호를 제공받을 수 있는 단초를 제공하고 있을 뿐이다. 정부 차원에서는 급변하는 인터넷 이용환경을 감안하면 섣불리 법률을 제정하는데 부담이 따른다. 불과 수 년 전에 제정된 인터넷 관련 법규들도 몇 해 만에 신기술의 등장에 따라 거의 매년 수정을 거듭하고 있기 때문이다.

사망자의 디지털 유산 처리 관련 이용자의 민원은 시간이 갈수록 증가하는데, 이에 대한 법규는 미비한 상황이라 사업자들이 관련 법령을 준용하고, 자체 약관을 적용하여 조금씩 다른 정책을 취하고 있어, 사망한 사람의 유족은 추모의 목적으로도 고인의 미니홈피나 블로그를 사용하기 어려운 상황이 발생하고 있다. 이러한 현실에 대한 개선방안 마련에 본 연구의 중요성을 찾을 수 있다.

3. 연구의 구성 및 범위

본 연구는 4개의 장으로 구성되어 있다. 제1장에서는 연구의 목적 및 필요성에 대해, 제2장에서는 디지털 유산의 의미와 범위, 국내 관련 법령 현황 분석 및 국회 계류 법안의 분석, 그리고 해외 사례에 대해, 제3장에서는 국내 주요 포털의 디지털 유산 처리 정책에 대해 검토하였다. 그리고 마지막 장에서는 연구내용의 요약과 입법안, 정보통신서비스제공자에 대한 권고안 등을 제시하였다. 본 연구의 연구범위는 디지털 유산 개념 및 범위, 디지털 유산으로 인한 침해 위험성 분석, 디지털 유산과 관련된 현행 법·제도 현황(민법,

저작권법 등) 및 법률 해석, 정보통신서비스 제공자(사업자)의 처리 사례, 디지털 유산 처리에 대한 해외 사례 분석, 디지털 유산의 자료 보존·파기시 위험성 분석, 인터넷 서비스별 사망자 정보 처리에 대한 적합한 방안 연구 등을 포함하고 있다.

4. 연구내용 및 결과

본 연구에서는 사망자의 디지털 유산(개인정보, 계정, 게시물 등) 처리 방안 마련을 위해 다각적인 현실 분석을 시도하였다. 먼저 디지털 유산의 의미와 범위를 설정하여 연구범위를 획정하고, 유족이나 이용자들이 얼마나 해당 이슈에 관심이 있고, 필요로 하는지 실질적인 사업자 민원을 검토하였다. 그리고 해당 민원에 대한 사업자 관점에서의 현실적인 문제점을 논의하였고, 정보통신망법 및 민법 등 국내의 법률 분석 및 현재 국회에서 계류중인 관련 제출 법안을 검토하였다. 또한 해외에서는 해당 이슈를 어떻게 처리하고 있는지 살펴보기 위해, 독일의 사례를 중점적으로 살펴보았고, 해외의 사업자별 처리 현황에 대해서 살펴보았다. 이러한 내용을 바탕으로 법률로 규정하기 이전에 사업자들이 자율적으로 디지털 유산을 제공한다면 어떠한 방안과 문제점이 있는지 살펴보았다.

먼저 디지털 유산의 개념 설정과 관련하여 디지털 유산의 학문적·법률적 개념 정의는 시도된 바가 없다. 따라서 본 연구에서는 현상을 종합하여 범위를 설정하고자 했으며, 그 정의와 범위는 다음과 같이 설정해보았다. 디지털 유산이란 '사망한 이용자가 인터넷 공간에 남긴 부호, 문자, 음성, 음향, 화상, 동영상 등 시각과 청각으로 인지할 수 있는 정보'를 말한다. 이러한 정의는 이용자의 로그기록이나, 캐시(cache) 파일 등 이용자가 인터넷을 이용했다는 사실 자체만으로 흔적이 남게 되는 부분까지도 개념의 외포로 설정할 수 있어 예외 사례를 극소화 시킬 수 있다는 장점이 있는 반면, 내연이 명확하지 않아 모호할 수 있다는 단점이 있다. 또한 본 연구는 사망자의 디지털 유산의 범위와 관련하여 사망자가 생존에 가질 수 있었던 디지털 유산이라 할 수 있는 것들을 나열하여 범위를 설정하고자 하였다. 가장 크게 콘텐츠와 서비스를 구분하였다. 즉, 사망자가 생전에 생산한 영역을 콘텐츠로, 사업자가 제공하는 메일이나 카페, 게시판 등을 서비스로 구분하였다. 그리고 두 분류의 상호 관련성을 알아보기 위해, 사업자가 이용자에게 서비스 이용에 있어 제공하는

기능이나 권리 여부를 검토하였다. 검토 결과, 사업자들이 제공하는 서비스 영역에서 생존한 현재의 이용자들에게는 다양한 권리를 주고 있는 것으로 나타났으나, 유족에게는 일부 사업자를 제외하고 대부분 콘텐츠 이용 및 접근 권한을 주고 있지 않았다. 미래에도 유족에게 사망자가 누렸던 권한을 대부분 줄 수 없는 것으로 나타났다.

법률검토 결과, 사업자들이 유족에게 권한을 주지 않는 이유로 삼았던 정보통신망법의 '제21조의 전자문서 중계자 조항, 제24조의2 개인정보의 제3자 제공금지 및 목적 외 용도로 사용금지 조항, 제49조의 비밀 등의 보호 조항', 통신비밀보호법 '제3조의 통신비밀 보호 조항', 그리고 민법의 '일신전속권' 가운데, 법률 전문가 해석에 따르면 대부분의 조항에 해당이 되지 않는 것으로 판단된다는 결론에 이르렀다. 하지만 제49조의 비밀 등의 보호 조항의 경우 법원의 판례는 통해 '타인'의 범위와 관련하여 사망자도 타인의 범위에 포함시키는 추세이다. 즉, 보호해야할 비밀의 범위에 사망자의 비밀도 포함되어 있어 사망자의 정보를 유족에게 제공할 경우 해석의 논란이 있을 것으로 보인다. 또한 민법적 측면에서는 정보의 복사·배포·전송이 용이하여 정보의 소유권의 성질인 배타적 지배 가능성을 충족시키기 어려울 것으로 보이나, 개인정보와 계정은 포털사와 이용자간 계약에 의해 형성된 채권적 권리로 상속이 가능한 것으로 보인다. 일신전속권의 경우, 특정 주체만이 향유할 수 있는 권리인데, 계정은 계약에 의해 형성된 것으로 일신에 전속한 권리로 보기 어려운 것으로 보았다.

다음으로, NHN, Daum, SK컴즈 등 주요 포털의 약관을 분석한 결과, 국내 대규모 정보통신서비스제공자의 이용약관에는 사망한 회원의 사후처리방안에 관하여 아무런 규정을 두지 않고 있는 반면, 가입한 회원의 지위를 제3자에게 양도할 수 없도록 규정하고 있고, 회사는 회원의 개인정보를 제3자에게 제공하지 않을 의무를 부담하고 있으므로, 서비스제공자는 원칙적으로 사망한 회원에 관한 정보 및 사망한 회원의 계정에 보관되어 있는 정보를 그 상속인에게 제공할 수 있는 근거를 갖고 있지는 않다. 하지만, 반대로 상속인에게 회원의 계정에 보관되어 있는 정보를 상속인에게 제공할 수 없다는 약관 규정도 없다.

현재 국회에 계류된 법안의 경우, 국회의원 유기준, 박대해, 김금래 등이 상정한 법률이

있다. 이들 법안의 경우, 유기준 안은 개인정보 파기 의무를 부과하고 있으나, 이미 개인정보보호법에서 이를 명확히 하여 실효성에 의문이 제기되며, 박대해, 김금래 안의 경우, 서비스제공자에게 일정한 행위를 요구할 수 있는 자의 범위를 배우자나 2촌 이내의 친족 등으로 제한하여 민법상 상속인의 범위와 다르게 정하고 있어 민법에 의한 상속절차와의 관련성에 대한 의문, 규율의 대상을 홈페이지나 블로그로 제한하고 있어 처리범위의 제한성 문제, 유족들이 디지털 유산의 '관리'가 아니라 다른 조치를 원할 경우 대응방안이 될 수 없다는 한계가 있다.

법률분석을 통해, 사망자의 디지털 유산을 상속인에게 제공하지 말아야 근거가 미약한 것으로 나타났다. 하지만 그럼에도, 사업자들이 디지털 유산을 제공하는데 어려움은 여전히 존재한다. 그 이유로는 첫째, 살아있는 사람의 정보에 대한 처리를 규율하는 법규는 있지만, 아직 사망자의 정보를 처리하는 법규가 없기 때문에 사업자들이 정보를 제공할 법률적 근거가 없기 때문이다. 오히려 이를 제한 없이 상속인 등 제3자에게 제공할 경우, 정보통신망법 등 관련 법률 위반 소지는 있는 것으로 보인다. 예를 들면, 디지털 유산의 보존을 위해 임시 접근권을 부여할 경우, 사망자가 생전에 동의한 적이 없는데, 사망 후, 제3자에게 정보를 제공한 경우에 해당된다고 보아, 정보통신망법에 따라 과징금(매출액의 100/1 이하)과 벌칙(5년 이하의 징역이나 5천만 원 이하의 벌금)이 부과될 위험이 존재한다. 둘째, 정보 제공에 따른 위축효과(chilling effect)이다. 상속인은 사망자의 디지털 유산 상속을 원할 수 있으나, 지금 살아있는 이용자들이 자신의 사후 데이터 상속을 원하지 않는 경우, 현재 이용하고 있는 서비스 이용에 위축효과를 줄 수 있다. 이 부분은 자기 정보에 대한 개개인의 미래에 대한 희망에 관한 부분으로 법률로도 규율하기 어려운 부분이며, 사회적 논의가 더 필요한 부분이다. 셋째, 디지털 유산 제공시, 제3자의 개인정보 유출도 가능하며, 사망자 자신만의 비밀이 아닌 다른 사람의 비밀일 수도 있으므로 신중한 접근이 필요하다. 제3자 개인정보 및 제3자의 비밀이 유출될 경우, 그에 대한 책임 소재에 대해 명확한 규정이 필요하다. 아직까지는 법규에서 규정한 바가 없기 때문에, 사망자의 디지털 유산을 유족에게 제공하더라도 선별적으로 제공할 필요성이 발생한다. 하지만, 선별적 정보 제공 역시 쉽지 않다. 한국의 주요 포털들은 하나의 계정이 여러 서비스와 연동되어 있어 계정정보를 공개한다는 것은 모든 서비스 이용의 master key를 준다는 것과

같기 때문이다. 넷째, 미미한 현실적 요청이다. 주요 포털의 디지털 유산 관련 통계를 살펴보면 포털 고객센터에 문의하는 비중 가운데 사망자의 디지털 유산을 요청하는 경우는 0.03%내외의 극소수에 불과하다는 점이다. 이러한 이유로는, 다양한 방법을 통해 개인정보 인증이 이루어질 수 있어, 굳이 사망확인 및 상속 관계 확인을 하고 디지털 유품 요청 절차를 거치지 않더라도 신규 비밀번호 발급 등이 가능하기 때문인 것으로 추측된다. 예를 들면, 다음(Daum)의 경우 비밀번호 찾기 기능에 이용자의 ID, 이름, 주민번호 등을 입력하면, 휴대폰번호, 신용카드 번호, 공인인증서 등의 방법을 통해 비밀번호를 제공하고 있어, 사망자의 개인정보를 모두 보유하고 있는 가족이나, 배우자 등의 제3자들은 쉽게 비밀번호에 접근할 수 있다. 앞서 언급한 세 가지 이유에 대한 위험요소를 부담하고, 거기에 더하여 현실적으로 요청이 미미한데, 사업자들이 시스템 개발 및 인력 투입이라는 리소스 투자를 통해 사망자의 디지털 유산 제공에 나설 이유는 많지 않을 것으로 보인다.

실제 사업자의 민원 건수 분석을 통해, 현실적 요청이 미미한 것을 확인할 수 있었다. NHN, SK컴즈, Daum, KTH 등 주요 포털로부터 제공받은 디지털 유산 관련 민원 건수를 분석한 결과 전체 민원건수 대비 0.03% 내외의 민원이 있는 것으로 보이며, 디지털 유산에 접근할 수 권한을 유족에게 제공한 사례는 극소수에 해당하는 것으로 나타났다. 유족의 디지털 유산 주요 요청 내용은 비밀번호 요청이 가장 많았으며, 회원탈퇴, 명의변경, 게시물 백업, 카페양도 및 폐쇄, 스팸 게시물 삭제, 일시정지 요청, 이용요금 문의 등이 다양한 분야에 대한 민원이 제기되었다. 이 가운데 모든 콘텐츠에 접근할 수 있는 권한을 부여하는 포털로는 KTH가 있다. KTH는 임시 접근 권한을 부여하고, 임시권한 제공기간이 만료되면, 계정을 삭제한다. 이외의 포털들은 접근권한은 제공하고 있지 않았으며, 제한된 경우 게시물 백업을 해주는 사례가 있었다. 하지만, 유족들이 추모의 목적으로 비밀번호를 알게되어 이용하는 경우, 제재는 가하고 있지 않은 것으로 나타났다. 미래의 어느 시점에 디지털 유산을 이용자에게 제공할 경우 어떠한 권한을 줄 수 있는지 포털에게 확인한 결과, 계정 접근권, 명의변경 권한, 정보 열람권 등은 제공이 어렵고, CD나 DVD 형태의 게시물 백업 제공 의사가 있음을 확인하였다. 이 가운데, 명의변경이 현실적으로 가능한 경우는, 회원가입시 이용자가 허위의 명의를 이용하여, 가입한 경우 가운데 본인의 명의로 변경하고 싶어 실명인증 절차를 거친 경우에 한하여 허락하고 있었다.

해외의 디지털 유산 처리의 경우, 국가별, 사업자 별로 검토해 보았다. 그 결과, 해외에서는 사자의 디지털 정보(디지털 유산)에 관해 중앙정부 수준에서 법률로 정비한 국가는 없다고 할 수 있다. 미국의 경우 일부 주에서 디지털 유산에 관한 법률을 마련하고 있으나, 일반적으로는 인터넷서비스사업자의 약관에 따라 자율적으로 처리하고 있다.

미국에서 디지털 유산과 관련한 법률을 정비하고 있는 주는 캘리포니아와 오클라호마 등이며, 캘리포니아 주법(State Law)의 경우 이용자 계정 삭제 등의 조치를 취하기 위해서는 서비스 제공자가 최소 30일 전에는 통지할 의무를 부과하고 있다. 일본에서는 사망자의 디지털 유산에 대한 취급을 명시한 법률은 없으나, 「전기통신사업에 있어서 개인정보보호에 관한 가이드라인」[1]을 통해 사자의 온라인 상 정보에 대해서도 원칙적으로 동일하게 취급함을 표명하고 있다. 따라서 대부분의 사업자가 통신의 비밀을 이유로 사자의 개인정보를 공개하지 않고 있으며,[2] 결국 일정기간 서비스를 이용하지 않은 사용자로서 이용권한 중지 및 등록 말소 절차에 따라 정보가 삭제되는 과정을 거친다. 유럽의 추세는 표현의 자유와 사생활 보호라는 원칙이 상호 충돌하면서 갈등이 발생하는데, 유럽연합과 유럽인권재판소는 시사적인 사건과 관련된 공인이나 유명인의 공적인 활동에 대한 보도와 표현에 대해서는 언론의 자유와 표현의 자유를 보장하지만, 그 밖의 영역에서는 개인의 사생활보호를 더 중요한 원칙으로 정하는 추세이다. 독일의 경우 사자의 디지털 유산의 처리는 일반적인 유산과 동일하게 취급하고 있다. 사자의 디지털 유산을 상속받기 위해서는 가장 먼저 거주지 관할 법원에서 발급한 유산을 상속받는 유족 증명서가 필요하다. 상속 해당 사항은 반드시 사자의 유언장과 상속약정서에 근거하도록 하고 있다. 개인의 사생활 정보가 포함되는 이메일이나 블로그, 홈페이지, SNS의 계정과 정보는 상속의 대상이 될 수 있지만, 이 경우 유족이 명확하게 배타적 권리를 행사하고자 하는 디지털 유산의 목록과 상속권을 증명해야 한다.

해외 사례 검토를 통한 국내 시사점은, 인터넷 공간에서 공표된 디지털저작물과 관련한

---

1) 「개인정보보호에 관한 법률」(약칭 '개인정보보호법') 및 동법 제7조 제1항에 따른 '개인정보보호에 관한 기본방침' 및 「전기통신사업법」 제4조 기타 관련 규정에 근거하여 총무성에서 제정한 고시로, 2004년 제정(총무성 고시 제695호), 2010년 개정되었음(총무성 고시 제276호)

2) 「故人のメール"相續"どうなる？ 提供認める業者も」, 『ＭＳＮ産経ニュース』, 2011.2.21 <http://sankei.jp.msn.com/life/news/110221/trd11022102000000-n2.htm>.

갈등의 해소는 일차적으로 자율규제기구를 통해 중재되고, 이러한 중재가 어려울 경우에 법정소송을 통해서 문제가 해결된다는 점이다. 행정기관의 개입은 자칫 표현의 자유와 언론의 자유를 침해할 소지가 많으며, 언론과 표현의 자유에 대한 통제를 통해 인터넷 공간에서 창작활동을 하는 저작자에게 무의식적으로 자기검열을 하도록 만들 수 있기 때문이다.

해외 인터넷 사업자의 디지털 유산 처리는 자체 약관에 따른 규정으로, 약관상 디지털 유산 제공에 보다 유연한 정책을 취하는 사업자와 보다 엄격한 정책을 취하는 사업자로 분류해 볼 수 있다. 야후, 구글, 마이크로소프트(핫메일) 등의 사업자는 보다 엄격한 정책을 취하는 사업자들로, 야후는 자체 약관에 따라 사업자와 이용자를 당사자로 보고, 이외의 모든 사람을 제3자로 간주하여 제3자 제공을 원칙적으로는 금지하고 있다. 또한 야후는 계정 소유자의 사망사실이 확인되면 야후는 해당 계정 및 그 내용물을 삭제하는 것을 원칙으로 하고 있으며, 일반적으로 1년 이내에 이의를 제기하지 않으면 삭제한다. 구글의 경우 야후보다는 완화된 정책이라 할 수 있는데, 사망자의 메일 계정 내용에 대한 접근을 예외적으로 허용하고 있다.[3] 그러나 이 경우도 법적으로 정당한 권한을 가진 대리인이 필요한 절차를 거쳐 관련 서류를 제출한 경우, 구글이 검토하여 제공이 필요하다고 판단되는 경우로 제한하고 있다. 마이크로소프트는 사망 확인 후 6개월간 데이터를 보관하나, 그 기간이 경과하기 전에 별도의 요청이 없으면 계정을 삭제하는 것을 원칙으로 한다. 인증과정을 거쳐 정보를 제공받더라도 해당 계정의 암호를 제공하거나 재설정 하는 등, 계정의 소유권을 신청자가 양도받을 수 없음을 원칙으로 하다.

보다 유연한 정책을 취하는 사업자로는 트위터, 페이스북, 유투브, 마이스페이스 등을 들 수 있다. 트위터는 이용자가 사망하였을 경우, 계정 삭제 또는 공개적으로 트윗한 내용을 백업(backup)하는 방식으로 사망자의 가족을 지원하고 있다. 그러나 트위터도 제3자가 사자의 트위터 계정에 접속하거나 계정에 관련해서 비공개 정보를 공개하는 것을 허용하지는 않는다. 유투브의 경우 사망증명서, 법적 대리권한의 형식요건을 갖추면 사망자 계정의 콘텐츠 접근을 허용한다. 페이스북은 사망자 계정의 내용물 접근에 대해 비교적 간단하게 신고할 수 있는 양식을 제공하고 있으며, 특히 사자의 계정 담벼락(wall)을 추모 공간으로 마련하는 등 사망자의 가족에 비교적 우호적 입장을 취하고 있다. 마이스페이스도

3) http://mail.google.com/support/bin/answer.py?answer=14300

비교적 간단한 서류 및 절차를 요구하고 있으며, 프로필(계정) 삭제 또는 보존, 내용물 삭제 등을 요청할 수 있으나, 계정에 접속, 편집, 삭제, 변경 등을 제3자가 직접 할 수는 없다.

결론적으로 본 연구는 사망자의 디지털 유산 처리 방안에 대해, 법률에서 방향성을 제시하며, 사업자 자율적으로 세부 처리 절차, 방안 등을 모색하는 것이 바람직하다고 보았다. 인터넷 이용자의 자기 결정권이 존중되어야 하는 것은 당연하지만, 이용자가 자신의 정보의 사후 처리방안을 선택하여 명시하지 않은 경우가 다수 있을 것으로 예측되므로, 법률안과 자율규제 권고안 등이 유기적으로 구성될 필요가 있다고 보았다. 법률안에서는 상속과 관련된 부분은 민법의 상속편에 따라 처리하며, 사망자가 사업자에게 사망자의 디지털 유품 처리를 알린 경우, 그에 따라 처리할 수 있도록 하였다. 또한 약관에 따라 정보를 제공할 수 있음을 명시하는 등 가장 큰 범주에서 방향성을 담았다. 자율규제 권고안에서는 사자의 디지털 유산 처리 방안의 적용범위, 처리 기준의 효력, 서비스별·종류별 처리기준, 처리절차 등을 제시하였다.

5. 정책적 활용내용

본 연구는 국내 주요 포털, 한국인터넷자율정책기구, 학계 및 법조계 전문가 등의 참여를 통해 각 계의 입장이 반영된 결과로 사망자의 디지털 유품 처리의 구체적인 방안이 될 수 있기 때문에, 향후 정부영역이 민간영역과 협력적 파트너십을 형성하여 처리방안을 도입하는 경우 현실적인 정책자료로 활용할 수 있는 가능성이 매우 높을 것으로 기대된다.

6. 기대효과

본 연구는 인터넷 서비스 이용자 사망시 디지털 유산의 처리 방안을 모색하는 것으로 다음과 같은 효과를 예상할 수 있다.

정부 영역에서는 향후 사회적 이슈화가 예상되는 사안에 대한 선행 검토를 통해 사회적 혼란을 미연에 방지하는 공적 영역의 책무 완성에 기여할 수 있으며, 시장과의 협력관계 구축 및 향후 디지털 유산 처리를 위한 정책 및 입법의 기초자료로 활용할 수 있다. 또한,

연구결과를 통해 사망자의 디지털 유품 문제를 단순히 추상적 차원의 공론이 아닌 매우 구체적이고 실천적 차원까지 고민하고 있음을 보여줄 수 있다. 그리고 본 과제의 연구결과가 정책 수립 및 입법에 구체화 되는 경우 실효성 있는 방안제시를 확보할 수 있다는 점에서 긍정적 효과를 갖고 있다.

시장영역에서는 연구결과에 따라 기준이 마련되는 경우, 개별 사업자의 정책 형성 지표로 활용될 것으로 예측되며, 또한 사업자 별로 상이한 정책을 취하며 발생하는 비용손실의 절감 효과, 그리고 그 비용을 다른 경제활동에 활용할 수 있는 투자요인 증대 효과와 이용자 입장에서 이용의 혼선을 방지하고 신뢰도를 향상시키는 효과 등을 기대할 수 있다.

SUMMARY

1. Title

「Study on digital properties of the deceased : personal information, user's account and contents」

2. Objective and Importance of the Research

The objective of this study is to find out how to deal with properties of the deceased. This study has two important meaning. One is that this study present a providers' guideline while there are no law or common directives for the market actors. and the other is that this study contains providers' data which enhance the reliability of the result. (The research group is consist of a lawyer from a law firm, a manager of KISO of which major task is to make internet self-regulation policy resolutions in Korea, a professor whose major field of study is internet journalism, and three field managers in charge of internet regulation from NHNcorp, Daum Communication, SK communications.)

3. Contents and Scope of the Research

This paper is made up of four parts. The first part is about the objective, scope and method of this study. The second part browses legal structure, foreign cases and definitions. The third part is about Complaints from users and porivders' policy change conditions.

4. Research Results

This study suggests legislative proposal and Providers' guideline proposal. And this study found out some important meaning. Firstly, law and self-governance should be cooperate. Because firms needs shields from a lawless sate. Secondly, discussion at social level is needed in the future to check what people really want. And, thirdly, legal exemptions for the online service providers are needed when they sincerely obey the guideline. If there are a lot of duties without rights, providers' goodwill to form better internet environment shall not grow up.

5. Policy Suggestions for Practical Use

This study suggests a practical legislative proposal and very detailed Providers' guideline proposal that are suitable to be a policy. When government plans partnership with market actors, this report will be a good example to understand their reality. And models in this study are highly practical when applying them to Korean internet culture.

6. Expectations

For the part of government, the state can fulfil it's responsibilities in that prevent social chaos caused by in a lawless state. and at the same time, government can show it's will to suggest a solution to the people. As a result, it will be helpful to lessen authoritative government image. For the market area, in case of settling up a proper guideline between government and providers, firms can use guideline as a standard procedure and have a dependable standard that is guaranteed by government. Simultaneously, firms can give an good impression to the public, contrary to the daily images that company only pursue economic profits. Consequently, the public will take providers as reliable and firms that do not ignore 'Corporate Social Responsibility'.

Contents

Chapter 1. Introduction ····· 22

1. Purpose and necessity of study ····· 22
2. Scope of study ····· 26
3. Method of study ····· 28

Chapter 2. The main issue ····· 29

1. Meaning ····· 29
   1) Definition and scope of digital properties of the deceased ····· 29
   2) Reality ····· 36
2. Legal structure ····· 40
   1) Outline ····· 40
   2) Law in practice ····· 41
   3) Terms and conditions of providers ····· 45
   4) Civil act ····· 48
   5) Review : Legislative proposals ····· 58
3. Foreign case ····· 64
   1) Cases of EU and Germany ····· 64
   2) Foreign providers ····· 91
   3) Bench Marking ····· 98

Chapter 3. Policy of Korean providers ····· 99

1. Complaints and Providers' procedures ····· 99
   1) SKcommunications ····· 99
   2) KTH ····· 113

3) Daum ····· 122
4) NHN ····· 127
2. Possibility review of providing digital properties of the deceased ····· 131
1) KTH ····· 131
2) Daum ····· 133
3) SKcommunications ····· 134

Chapter 4. Policy Proposal ····· 136

1. Policy proposal ····· 136
1) Protecting self-determination right ····· 136
2) User's choice ····· 136
3) Comparing solution : Law and providers' self-governance ····· 137
2. Legislative proposal ····· 139
3. Self-regulation proposal ····· 140

Chapter 5. Conclusion ····· 145

1. Summary ····· 145
2. Points and limitations ····· 153
3. Providers' guideline proposal ····· 154

References ····· 159

[Appendix]

□ Tables of digital properties of the deceased ····· 163

제1장 서론

제1절 연구의 목적 및 필요성

사망자의 디지털 유산에 관한 문제는 2011년 천안함 침몰 사건 이후, 사망자 유족들이 고인의 블로그나 미니홈피에 관한 정보 제공을 요청하거나, 정보 접근을 요청하는 등의 사례가 언론에 보도되며 사회적으로 이슈로 부각되었다. 하지만, 인터넷 공간의 많은 이슈들이 그러하듯이 국내 법령에서 명확히 규정된 바가 없었으며, 사업자들은 각각 다른 정책을 취하고 있었다. 사망 확인서를 제출하면 정보 열람이 가능한 경우와 그렇지 않은 경우, 추모의 공간으로 활용되도록 최대한 이용자 배려에 초점을 맞춘 정책을 가진 경우, 현실 법에서 규정한 통신비밀보호나, 개인정보 보호 등에 초점을 두어 최소 공개에 한정하는 정책을 가진 경우 등 사업자들은 각각의 경영 방침에 따라 상이한 대응방식을 가지고 있었다. 인터넷 사업자들이 상이한 정책을 가진 이유는, 해당 이슈가 다양한 쟁점을 갖고 있으나, 어떻게 처리할지에 대한 뚜렷한 법률적 근거를 찾기 어렵기 때문이었다. 개인정보보호법의 경우 생존한 개인의 정보 보호에 초점이 맞추어져 있으나, 민법의 일신전속권은 이용자의 계정이용권이 사망자에게 속해 있다는 여지를 두고 있으며, 현실적으로 민법의 일신전속권에 따라 계정이용권 제공을 금지하는 정보통신서비스제공자의 사례가 있다.

인터넷 공간에서 누구나 볼 수 있고, 이용할 수 있도록 공개 설정한 블로그나 미니홈피의 게시글이나 사진 등은 사망자 유족이 언제든 파일 내려 받기 기능을 통해 획득할 수 있는 정보로 법률적 쟁점이 적다. 하지만, 비공개 게시판에 게시된 글이나, 부분 공개된 게시물, 고인이 사용한 이메일 수·발신 내역, 이 모든 것을 가능하게 해주는 인터넷 공간의 마스터 키(Master Key)와 같은 아이디와 비밀번호 등 사업자들이 유족들에게 임의로 정보를 제공하였을 경우 이것이 법적으로 용인될 수 있을지에 대해선 다양한 측면의 검토(민법의 상속 관련, 저작권법의 저작권 관련, 정보통신망법, 통신비밀보호법 등)가 필요하다. 따라서 사업자들은 해당 정보를 임의로 제공하여 법률 소송에 휘말리게 될 경우, 회사

에 피해가 예측되므로 수비적인 정책을 선택하게 된다. 사업자가 정보 제공을 적극적으로 해줄 수 없게 되면, 그 피해는 인터넷 이용자인 유족들에게 고스란히 전가된다.

외국의 경우, 디지털 유산의 처리문제에 대한 다양한 논의들이 진행되고 있다. 미국은 야후가 디지털 유산관련 소송[4]에서 패소했지만, 이메일 비밀번호 즉 계정 정보는 넘기지 않고, 이메일 내용만 CD에 담아 제공했다. 또한 최근 SNS 서비스로 전 세계적으로 큰 인기를 끌고 있는 Facebook의 경우, 상속인을 지정한 경우 사망자를 추모할 수 있도록 해주고 있으며, Twitter의 경우 정보 백업 방식으로 유족을 지원하고 있다. 유럽은, EU(European Union) 차원의 지침이나 법원의 판결은 아직 없으며, 국가마다 차이가 있다. 예를 들어, 독일의 경우 디지털 유산은 민법상 상속의 대상과 동일하게 취급되며, 사망자가 상속인을 지정하지 않은 경우 법정 상속인 순서인 직계비속, 배우자, 부모 등의 순서를 따른다. 또한 상속의 대상은 저작권, 사생활 보호, 인격권 등으로 구분하고 있으며, 디지털 유산 관련 분쟁은 자율규제기구의 중재를 거쳐 소송을 제기하도록 하고 있다. 외국에서 진행 중인 또 다른 디지털 유산 관련 현상은 디지털 유산을 관리해주는 사이트가 등장하거나, 디지털 유산을 상속받을 수 있도록 도와주는 사이트가 등장하고 있다는 점을 들 수 있다. 디지털 유산 관리 사이트는 현실 세계에서 변호사에게 유언장을 공증받는 것과 마찬가지로, 자신이 죽고 난뒤 누군가에게 무엇에 관한 정보를 남길 수 있도록 정보를 관리하여 상속 대상에게 전달해주는 서비스를 제공하고 있다. 디지털 유산을 상속 받을

---

4) 이라크 전쟁에 참전하여 전사한 미해병대 엘스워스(Justin Mark Ellesoworth) 병장 유족이 제기한 소송으로 2005년 4월 21일 원고 승소하였으나, 유족은 엘스워스 병장이 받은 이메일이 담긴 CD만을 제공받았다.(관련 내용 원문 : On Wednesday, after an Oakland County judge ordered Yahoo! to turn over the contents of Justin's e-mail account to his father, John learned there were more than 10,000 pages of e-mail messages and photographs on the disc. Ellsworth's attempts to get access to Justin's Yahoo! e-mail account drew national attention to the plight of a parent seeking to reclaim the property of his son, pitting e-mail privacy rights against the rights of parents or any loved ones who might want the final writings of a deceased loved one. But after seven hours of combing through the more than 10,000 pages of text and numerical gibberish, it appeared the CD that Yahoo! released did not contain any e-mails written by Justin, even those he'd previously sent home.,
(http://www.justinellsworth.net/email/detnewsapr.htm, 검색일 : 2011년 9월 20일)

수 있도록 도와주는 사이트는 유족들이 일일이 찾기 어려운 사망자의 디지털 흔적을 전문적으로 검색하여 찾아주는 서비스를 제공하고 있다. 디지털 유산에 관한 국내외 동향의 공통점은 문제의 심각성에 비해 사회적인 차원의 논의와 대응방안 마련은 아직 초기 단계라는 점이다. 이는 인터넷 시대 자체가 너무 짧은 역사를 가지고 있어, 국가 마다 충분한 경험이 없기 때문에 기인한 측면이 있다. 차이점으로는 독일과 같이 현실세계의 법을 그대로 적용하는 국가가 있는 반면, 현실 세계의 법을 원용하더라도 가상의 세계에 더욱 부합하는 방안을 채택하려는 국가들도 있다는 점이다. 국내외 많은 국가들은 각 국에서 제기된 소송 등의 사례가 축적되며 사회적 합의를 향해 나아가고 있고, 이러한 노정에 다양한 실험들이 진행되고 있다.

인터넷진흥원 통계에 의하면 2010년 5월을 기준으로 국내 인터넷 이용자수는 전국민의 77%인 3천 7백만 명에 이르렀다. 이는 향후 사망자의 디지털 유산 처리 문제가 사회적으로 이슈화 될 것임을 의미한다. 본 이슈는 비단 한국적 현상일 뿐 아니라, 2010년 5월 미국의 야후 판결 등 유사 사례가 지속적으로 발생하고 있는 전 세계적인 현상이다. 연예인 사망의 경우, 유족이나 제3자가 고인의 블로그, 미니홈피 등을 추모의 공간으로 활용하는 사례가 있는데, 망법, 민법, 저작권법 등의 법률 저촉 여부에 대한 검토가 필요하며, 일반 이용자 사망의 경우, 사망자가 관리하던 사이트 등의 재산적, 예술적 가치가 인정되는 경우가 있다면 상속 가능 여부 등에 대한 검토가 필요하다. 이에 대한 한국의 대응 상황을 살펴보면, 2011년 1월 현재 국회 문방위에 계류중인 정보통신망법 개정안 3건(국회의원 유기준, 박대해, 김금래 상정 안건) 이외에는 법·제도적 대응 방안이 전무한 상황이다. 또한 관련 판례나 업계 공통의 지침도 마련되어 있지 않아 인터넷 서비스 사업자들도 이슈 발생시 상이한 방식으로 처리하고 있다. 국내 인터넷 이용인구가 급증하였다는 점, 인간이면 누구나 한 번씩은 사망이라는 과정을 거쳐야 한다는 점, 유족이나 친구 등 제3자에 의한 사망자의 디지털 유산 요청 사례는 시간이 갈수록 증가한다는 점을 감안하면 사망자의 디지털 유산 처리 방안에 대한 종합적 검토·분석 및 대응 방안 마련이 필요하다. 인간이면 누구나 한 번씩은 사망이라는 과정을 거쳐야 하며, 사망자의 디지털 유산 처리 요청 사례는 시간이 갈수록 증가할 것이므로, 이에 대한 종합적 검토·분석 및 대응 방안 마련이 필요하다. 그에 따라 본 연구는 사망한 정보통신서비스 이용자가 생전에 남긴 계

정·게시물 등의 처리방안을 도출하는 것을 최종 목표로 하고 있다.

본 연구는 국내에서 논의가 적은 사망자의 디지털 유산 처리에 관한 분야로 탐색적 차원의 연구 성격을 가진다. 이를 감안하면, 본 연구는 해당 분야의 종합적이고 세부적인 검토가 필요하며, 인터넷 사업자, 법률 전문가, 관련 분야의 교수 등 전문가들과 함께 이론적, 실천적 차원의 연구를 진행할 필요가 있다. 본 연구를 수행하는데 있어 인터넷 자율정책기구인 KISO((사)한국인터넷자율정책기구, 이하 KISO)[5]는 이러한 종합적인 차원의 검토를 위해서 필요한 법과 현실에 관한 풍부한 인적·물적 자원, 그리고 이론적 배경을 충분히 연구할 수 있는 역량을 갖춘 기구이다. 또한 KISO 회원사인 국내 주요 포털의 실무진이 연구회의에 참여하여, 사자의 디지털 유산 관련 정보를 제공하고 해결방안을 모색한다는 점 등에 그 독창성이 있다. 이는 매우 특기할만한 부분인데, 사자의 디지털 유품 제공 논의에서 주요 포털이 빠질 수 없기 때문이다. 2010년 천안함 침몰 사건 이후 싸이월드 미니홈피가 언론의 주목을 받기도 했다. 또한 1일 순 방문자 수, 1일 페이지 조회 수 등을 감안하면, 이용자 수가 가장 많은 네이버, 다음, 싸이월드, 네이트, 파란 등 국내 주요 포털을 제외하고는 사자의 디지털 유품을 논하기 어렵다. 이러한 맥락에서 국내 주요 포털을 회원사로 두고 있는 한국인터넷자율정책기구에서 연구를 수행하는 것은 적실해 보인다. 요컨대 본 연구의 결과 도출에 있어 KISO 회원사인 국내 주요 포털이 참여한다는 점, 학계와 법조계의 인터넷 전문가들이 참여한다는 점, 그리고 이를 포괄하여 진행할 수 있는 역량을 갖춘 KISO가 본 과제를 수행한다는 점에서 본 과제의 독창성이 있으며, 정책적 실현 가능성이 높은 보다 현실적인 방안을 제시하고자 한다.

5) KISO는 2009년 인터넷에서의 '자유와 책임의 조화'를 목표로 국내의 7개 포털 업체들이 자발적으로 출범시킨 인터넷 분야의 자율정책 기구로, 인터넷 이용자의 피해구제 및 권익보호와 악성 댓글 등 위법·유해성 게시물에 대한 공동정책을 모색하기 위해 구성한 전형적인 자율규제기구이다.

제2절 연구의 범위

본 연구는 사망한 정보통신서비스 이용자가 생전에 남긴 계정·게시물 등의 처리방안의 도출을 위해 다음의 사항을 검토하였다. 첫째, 디지털 유산의 개념 및 범위, 디지털 유산으로 인한 침해 위험성 분석이다. 디지털 유산이 오프라인 현실세계의 유산과 어떤 차이가 있는지, 그 의미는 무엇인지에 대한 개념을 탐색하고, 의미의 내연과 외포를 설정하는 작업을 진행하였으며, 또한 디지털 유산의 증여나 상속에 따른 위험성 등 디지털 유산 자체가 가지는 위험성에 대한 분석을 시도하였다. 또한 본 연구는 근원적인 해법 모색을 위해 이론적 개념설정 작업을 우선적으로 추진하였다. 둘째, 디지털 유산과 관련된 현행 법·제도 현황(민법, 저작권법 등) 및 법률 해석이다. 디지털 유산은 기본적으로 인터넷 공간에서 발생한다는 점에서 정보통신망법 조항을 살펴보아야 하며, 상속 등의 문제 검토를 위해 민법을 살펴볼 필요가 있었다. 또한 통신비밀보호법, 저작권법 등 디지털 유산과 관계된 법률의 종합적 검토를 진행하였다. 셋째, 정보통신서비스 제공자(사업자)의 처리 사례이다. 개념 정의와 법률적 검토를 거쳐, 현실적으로 사업자들이 어떠한 방식으로 처리하고 있는지 주요 포털들의 처리 사례를 검토하고, 문제점과 개선방안, 전제 조건 등을 설정하고, 이를 위해 주요 포털의 실무 담당자 등과 연구회의를 거쳐 실제 발생 사례를 검토하였다. 이 과정에서 본 연구는 한국인터넷자율정책기구의 회원사 사례와 실무 담당자의 참여를 중심으로 구성하였다. 넷째, 디지털 유산 처리에 대한 해외 사례 분석이다. 디지털 유산 처리와 관련하여 법원 판결 등의 경험이 있는 독일, 미국 등 해외 사례의 분석을 통해 해외 법·제도적 현황을 파악하고 개별 사업자의 이용약관 등에 근거한 실제 처리 사례를 검토하여 국내 시사점을 도출하고자 하였다. 다섯째, 디지털 유산의 자료 보존·파기 현황 분석이다. 개념정의를 통한 디지털 유산의 범위를 설정하고, 그에 따라 아이디, 패스워드 등의 계정과 이용자가 생산한 공개, 비공개 게시물, 인터넷 서비스별 정보의 보존 또는 파기 현황 분석을 시도하였다. 여섯째, 인터넷 서비스별 사망자 정보 처리에 대한 적합한 방안 연구이다. 개념정의와 법률적 검토, 현재 사업자 처리 현황, 해외 사례 연구를 통한 벤치 마킹, 디지털 유산의 위험성 분석 등을 거쳐, 최종 연구 목표인 적합한 처리 방안을 구체적으로 제시하고자 하였다.

이외에 본 연구 포함되지 않는 부분은 소셜 댓글과 일괄 삭제가 불가능한 정보들이다.

소셜댓글은 서로 다른 매체간의 댓글들을 연동시켜주거나 트위터, 미투데이, 페이스북과 같은 SNS가 연동돼 댓글을 통한 소셜네크워킹이 가능한 시스템으로, 블로터 닷넷(www.bloter.net)의 경우 소셜댓글 제도를 도입하여 제한적 본인확인제의 적용대상이 되지 않는 동시에 회사의 계정 없이도 댓글을 달 수 있도록 해두었다. 이 경우 자사 서비스가 아닌 외부 서비스가 연동되면서 댓글이 달리게 되므로, 권한 부여 문제로 접근시 복잡해질 수 있다. 따라서 로그인 정보 없이 댓글을 달 수 있는 소셜 댓글은 연구범위에서 제외되는 것이 타당하다. 다음으로 일괄삭제 불가능한 정보에 대해서이다. 사망자가 이용하던 포털 계정의 폐쇄에 따른 일괄삭제가 가능한 경우가 대부분이지만, 언론기사에 대한 댓글이나, 영화평의 댓글 등 다른 사람이 쓴 글에 대한 댓글은 타인이 작성한 글에 대한 댓글로 일괄삭제가 불가능한 부분이다. 따라서 두 가지 분야에 대해서는 연구에 포함시키지 않는 것으로 한다.

신매체나 신기술의 등장은 국가에게 규제와 질서부여의 과제를, 사업자에게 이윤추구의 동기부여를, 이용자들에게는 새로운 삶의 양식을 제공한다. 인터넷의 경우, 그 출현과 상용화가 역사적으로 새로운 현상이며, 매년 새로운 이슈가 생산되고 그에 대한 합리적 대응 방안 모색의 필요성이 발생한다. 본 연구는 디지털 유산처리에 필요한 사항의 전반적 검토와 더불어 해당 이슈의 효율적 관리를 위해 시장 주도적이 되어야 하는지 국가 주도적이 되어야 하는지에 대해 검토하였으며, 법률에 근거하여 정부가 처리해야 하는지, 시장의 자율규제에 맡겨야 하는 것인지, 아니면 정부와 시장의 협력이 필요한 것인지, 협력이라면 어떠한 협력이 필요한 것인지 등에 대한 검토를 통해 사회적 효용성을 극대화하고, 정책 운영의 효율성을 극대화 할 수 있는 방안의 모색을 시도했다. 국내 인터넷 이용자수가 4천만에 근접하고 있으나, 현재 이용자 사망에 따른 디지털 유산 처리 방안은 시장의 자구적 운영방침이 전부이기 때문이다. 그리고 본 연구는 향후 디지털 유산의 처리 문제는 지속적으로 발생할 것으로 예측되는 상황에서, 시장과 시민사회, 일반 국민의 혼동 및 그로 인한 사회적 비용 절감을 위한 초기 연구(pilot research)의 성격을 가진다. 기존 연구결과가 많지 않고, 전 세계적으로도 디지털 유산에 대한 논의의 초입단계인 분야로, 한국인터넷자율정책기구의 회원사인 국내 주요 포털의 실제 사례를 연구의 한 부분이 될 것이라는 점에 파일럿 연구로서 의미를 가진다.

제3절 연구의 방법

본 보고서의 연구방법은 통상의 연구보고서와 비교하여 실무(field)에서의 현황과 개선방안을 중심으로 사망자의 디지털 유산 처리 방안을 모색하였다는 점에서 차별성이 있다. 즉 해당 분야에서 일반적인의 연구 및 보고서는 주로 1차 문헌과 뉴스 등의 정보원을 활용하는 방안이나, 해외 사례의 소개 등의 이론적인 접근방법에 그쳤다고 한다면, 본 보고서는 '한국적 디지털 유산 처리 방안의 개발' 에 초점을 맞추고 있다. 따라서 보다 현실적이고 실천적인 처리 방안의 제시를 위해서, 인터넷 콘텐츠 실무에서의 현황과 문제점에 대해 보다 많은 고려를 하였다. 이를 위해 연구진 구성에 있어서도 학계 전문가와 한국인터넷자율정책기구의 회원사의 실무진을 참여시킴으로써, 학계와 산업 간의 상호이해와 공동연구를 도모하였다. 이러한 공동연구 및 정기적인 연구회의를 통하여 보다 한국적 맥락에 부합하는 현실적이고도 구체적인 처리방안을 제시하고자 하였다. 또한 이러한 연구 진행 과정에 해외 주요 사례 및 문헌연구, 그리고 다각적 법률검토의 노력도 병행하였다.

제2장 본론

제1절 디지털 유산의 개념

1. 디지털 유산의 의미와 범위

디지털 유산에 대한 법률적, 학문적 정의는 아직 정해진 바가 없다. 디지털 유산이라는 용어는 국내에서는 2010년 천안함 침몰 사건을 계기로 언론에 부각되어 일상화된 표현으로, '유산'이라는 용어는 법률적으로는 민법의 상속재산과 유사한 의미로 볼 수 있다. 유산의 사전적 의미는 '상속으로 인해 상속인에게 계승되는 재산'으로 한자의 유산(遺産, 남겨 놓은 재산), 영어로는 heritage나 estate로 사용된다. 브리태니커는 유산에 대해 '피상속인의 적극재산과 더불어 피상속인이 지고 있던 채무 등의 소극재산도 포함한다. 유산은 보통 상속인의 고유재산과 구별하지 않지만, 재산 상속의 한정 승인, 재산분란, 상속재산의 파산 등으로 인해 그 청산을 행하는 경우에는 상속인의 고유재산에서 분리된, 일종의 특별자산으로 다루어져야 한다.'[6]고 설명하고 있다. 한국의 경우 민법의 '제5편 상속'편에서 이 부분을 상세히 다루고 있는데, 상속 편은 사망자의 유산 처리에 관한 자세한 기준, 즉 죽은 자의 권리가 아닌 산 자의 권리와 의무에 대한 기준을 제시하고 있다. 다음으로 디지털의 의미를 살펴보면, 디지털(digital)이란 인간의 손가락이나 동물의 발가락을 의미하는 digit에서 그 어원을 찾을 수 있으며, digit는 아라비아 숫자 0부터 9까지를 손가락을 하나씩 구부려 셈을 한다는 의미가 있다. digit 용어에서 출발하여 디지털(digital)이란 아날로그(analog)와 대비되는 정형화된 표현으로 0과 1의 신호로 시청각적인 무엇인가를 표시하는 것을 말한다. 즉 인간이 쉽게 인식할 수 있도록 0과 1이라는 이분법 표현(binary code)의 표준화된 반복이 스피커나 모니터와 같은 시청각 단말기를 통해 나타난 것이 디지털의 의미이다. 한국에서 디지털이란 용어는 1980년대 8비트 컴퓨터의 등장에서부터 일상화되어, 컴퓨터를 중심으로 한 정보통신 기술, 전기전자 기술과 관련되어 폭넓게 사용되

6) Encyclopedia Britannica, 검색일 : 2010.8.24.

고 있다.

본 연구에서 살펴보는 인터넷 공간의 이용자 흔적(trace)과 관련한 국내 법규는 대표적으로 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률을 들 수 있다. 정보통신망법은 인터넷 전반을 규율하는 법률로 디지털 유산의 의미를 설정하는 단초를 찾을 수 있다. 정보통신망법 제2조 제1항 제9호에서는 이용자가 게시판에 표현할 수 있는 범위를 '부호·문자·음성·음향·화상·동영상 등의 정보'로 제시하고 있다는 점이다. 이는 전기통신기본법의 내용을 준용하여 인터넷 공간으로 이용자가 생성하여 전송하거나, 타인과 사업자들을 포함한 외부로부터 수령 받은 모든 정보를 포함할 수 있는 개념이다. 이러한 내용을 기반으로 디지털 유산의 편의적이고 자구적인 개념 설정을 시도한다면, 디지털 유산이란 '사망한 이용자가 인터넷 공간에 남긴 부호, 문자, 음성, 음향, 화상, 동영상 등 시각과 청각으로 인지할 수 있는 정보'라 정의내릴 수 있다. 이러한 정의는 이용자의 로그기록이나, 캐시(cache) 파일 등 이용자가 인터넷을 이용했다는 사실 자체만으로 흔적이 남게 되는 부분까지도 개념의 외포로 설정할 수 있어 예외 사례를 극소화 시킬 수 있다는 장점이 있는 반면, 내연이 명확하지 않아 모호할 수 있다는 단점이 있다. 본 연구에서는 사망한 이용자가 남길 수 있는 모든 인터넷 공간의 흔적을 아울러 분석하는 예비연구(pilot study) 성격을 감안하여 디지털 유산을 한정적으로 제한하지 않고 폭넓은 의미로 사용하기로 한다.

사망자의 디지털 유산의 세밀한 개념 정의를 위해 디지털 유산의 범위를 설정할 필요가 있다. 본 연구에서는 사망자가 생존에 가질 수 있었던 디지털 유산이라 할 수 있는 것들을 나열하여 범위를 설정하고자 하였다. 또한 범위 설정 이후 처리 방안 모색을 위해 각각의 유산에 대해 사업자들이 어떻게 처리하고 있는지도 함께 살펴보았다. 디지털 유산의 범위와 관련하여, 먼저 이용자 개인이 생산한 기록들, 타인과 사업자들을 포함한 외부로부터 수령 받은 정보를 포괄하는 의미의 회원 가입시 입력하는 개인정보, 게시물(공개 및 비공개), 사적통신(이메일, 메신저), 일반정보[7](위치정보, 로그정보 등) 등은 콘텐츠(data, 정보)라 분류하였고, 사업자가 제공하는 서비스는 분류명칭을 서비스로 하고 카페, 블로그, SNS, 클라우드[8], 이메일, 메신저[9], 공개게시판 등으로 분류하였다. 서비스와 콘텐츠를 구

7) (일반)정보에는 개인정보를 제외한 모든 정보이므로 기타정보가 있을 수 있음.
8) 캘린더, 웹하드, 노트, 사진 공유 등의 서비스

분한 이유는, 서비스의 경우 포털이 제공하는 것으로 서비스제공자의 입장에서 현재 이용자나 유족에게 부여하고 있는 기능에 관한 것이며, 콘텐츠는 이용자와 유족의 입장에서 권리를 주장할 수 있는지 여부를 검토할 수 있는 영역이기 때문이다. 즉, 어떠한 서비스를 제공받고 있으며, 그에 대해 어떠한 권리를 주고 있고, 유족은 어떠한 권리를 주장할 수 있는가를 검토해보기 위해 서비스와 콘텐츠를 분리한 것이다. 이 가운데, 상속인이나 제3자가 디지털 유산을 제공받을 수 있는가 여부를 확인하기 위해 사업자들이 콘텐츠와 서비스에 대해 약관 상 어떠한 권한을 주고 있는지 또한 어떻게 이용자에게 기능을 활용하도록 하고 있는지 알아볼 필요가 있어 기능 또는 권리를 세분화했다.

콘텐츠 분야의 경우 콘텐츠 '접근 기능 또는 접근 권리, 변경 기능 또는 변경 권리, 삭제 기능 또는 삭제 권리, 복사 제공 요청 기능 또는 복사 제공 요청 권리, 일괄삭제(폐쇄) 기능 또는 일괄삭제(폐쇄) 권리'로 구분하였다. 서비스의 경우 카페, 블로그 등 서비스 별로 '계정접근 기능 또는 권리, 사이버머니에 대한 기능 또는 권리, 일반 이용권에 대한 기능 또는 권리, 회원등급 등 평판에 관한 지위에 대한 기능 또는 권리, 운영자의 운영관리 기능 또는 권리, 일반회원의 운영관리 기능 또는 권리, 탈퇴(이용해지)에 관한 기능 또는 권리' 등으로 구분하였다. 이러한 구분 및 범위에 따라 <표2-1>과 <표2-2>를 다음과 같이 구성하였다.

<표2-1> 콘텐츠의 범위 및 서비스 제공자의 기능 또는 권리 부여 여부

디지털 유산으로 분류 가능한 대상			기능 또는 권리의 구분
콘텐츠 (Data, 정보)	개인정보		접근
			변경, 삭제
			복사 제공 요청
			일괄 삭제(폐쇄)
	(일반)정보	위치정보	접근
			변경, 삭제
			복사 제공 요청
			일괄 삭제(폐쇄)

9) 카카오톡, 마이피플, 네이버톡, 네이트온 등의 서비스

		로그정보	접근
			변경, 삭제
			복사 제공 요청
			일괄 삭제(폐쇄)
	게시물	공개	접근
			변경, 삭제
			복사 제공 요청
			일괄 삭제(폐쇄)
		비공개	접근
			변경, 삭제
			복사 제공 요청
			일괄 삭제(폐쇄)
	사적통신	이메일	접근
			변경, 삭제
			복사 제공 요청
			일괄 삭제(폐쇄)
		메신저	접근
			변경, 삭제
			복사 제공 요청
			일괄 삭제(폐쇄)

<표2-2> 서비스의 범위 및 서비스 제공자의 기능 또는 권리 부여 여부

디지털 유산으로 분류 가능한 대상		기능 또는 권리의 구분	
서비스	카페	계정 접근권	
		사이버 머니	
		이용권	
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	
		운영관리 기능	운영자
			일반회원
		탈퇴(이용해지)	

	블로그	계정 접근권
		사이버 머니
		이용권
		평판에 관한 지위(회원등급 등)
		운영관리 기능
		탈퇴(이용해지)
	SNS	계정 접근권
		사이버 머니
		이용권
		평판에 관한 지위(회원등급 등)
		운영관리 기능
		탈퇴(이용해지)
	클라우드	계정 접근권
		사이버 머니
		이용권
		평판에 관한 지위(회원등급 등)
		운영관리 기능
		탈퇴(이용해지)
	이메일	계정 접근권
		사이버 머니
		이용권
		평판에 관한 지위(회원등급 등)
		운영관리 기능
		탈퇴(이용해지)
	메신저	계정 접근권
		사이버 머니
		이용권
		평판에 관한 지위(회원등급 등)
		운영관리 기능

		탈퇴(이용해지)
	공개게시판	계정 접근권
		사이버 머니
		이용권
		평판에 관한 지위(회원등급 등)
		운영관리 기능
		탈퇴(이용해지)

디지털 유산의 범위를 <표2-1>과 <표2-2>와 같이 설정하였다. <표2-2>의 카페 분류에서 일반회원의 운영관리권이란 일반회원이 작성한 게시물에 대한 운영관리권이며, 카페 운영자의 카페 전체에 대한 운영관리권은 포함되지 않는다. 이는 공개게시판도 동일하게 적용된다. 사이버 머니(cash)와 이용권은 환가가능성(돈이나 물건으로 바꿀 수 있는)에서 차이가 있어 분류하였다. 그리고 본 연구에서는 게임과 저작권 분야는 다루지 않기로 하였다. 게임의 경우 다양한 이해관계가 얽힌 복잡한 분야로, 사망자의 디지털 유품 처리에서 다루기 적합하지 않으며 개별 연구가 진행되어야 할 사안으로 판단하였다. 또한 저작권법의 경우, 저작권법에서 명확히 규정하고 있어 디지털 유산 가운데 저작권법에 해당되는 경우는 저작권법에 따라 처리하는 것이 바람직하며, 본 연구에서는 저작권과 게임 관련 사항은 제외하는 것으로 하였으며, 다만 법률 분석에서 관계된 부분을 간략히 다루었다.

디지털 유산의 범위를 설정하고 그에 따라 주요 포털들이 어떠한 기능과 권리를 이용자에게 부여하고 있는지 확인한 결과, NHN, Daum, SK커뮤니케이션즈는 생존하고 있는 이용자에 대해서는 사업자의 특성에 따라 대부분의 기능과 권한을 제공하고 있는 것으로 나타났으며, 유족에게는 탈퇴(이용해지)를 제외한 대부분의 기능이나 권한을 부여하고 있지 않은 것으로 나타났다. 다만, KTH의 경우 보다 완화된 서비스 정책을 유지하고 있어, 사망자의 디지털 유산 처리에 유연성을 보이고 있는 것으로 나타났다. 사업자 별로 서비스 운영에 차이가 있는 이유로는 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(이하 정보통신망법, 망법) 제24조의2에 따라 개인정보의 제3자 제공금지 및 목적 외 용도로 사용금지 조항과 동법 제49조의 비밀 등의 보호 조항, 그리고 통신비밀법 제3조의 통신비밀

보호 조항 등을 들 수 있다. 정보통신망법은 사업자가 수집한 개인정보를 제3자에게 제공하는 것을 금지하고 있는데, 제3자의 범위는 논란의 여지가 있다. 이용자의 디지털 유산을 정보통신서비스제공자와 이용자 간의 약관에 의한 계약관계에 따라 생성된 것으로 본다면 사업자와 이용자는 당사자 관계가 되며, 이외의 가족까지도 제3자로 볼 수 있다. 실제로 야후가 故 저스틴 엘스워스(Justin Mark Ellsworth) 병장의 계정을 제공하지 않은 이유도 야후의 서비스 정책에 따라 가족을 제3자로 간주했기 때문이었던 것으로 판단된다[10]. 사업자의 입장에서는 법률을 적극적으로 해석하여 유족을 당사자로 보기 어려운 부분이 있다. 사망자의 정보를 제한 없이 유족에게 제공할 경우, 현실적으로 다양한 사건이 발생할 수 있으며, 심각한 경우 사업자가 소송의 대상이 될 수도 있기 때문이다. 망법 제49조는 누구든지 정보통신망에 의하여 처리·보관 또는 전송되는 타인의 정보를 훼손하거나 타인의 비밀을 침해·도용 또는 누설하여서는 아니된다고 규정하고 있다. 이러한 금지 조항들은 사업자들에게 적극적 정보제공 정책을 실행하기 어렵게 하고 있다.

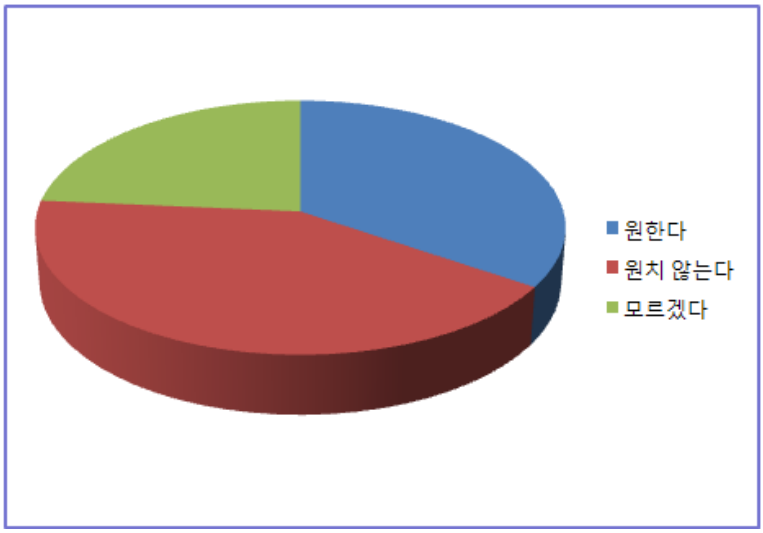
한편 현행 법률의 다양한 개인정보 이슈를 통합하여 관리하고자 제정된 개인정보보호법(이하 개인정보법, 2011년 9월 30일 발효)은 개인정보를 생존한, 살아있는 개인에 관한 정보로 규정하고 있어, 사망자의 디지털 유품 처리에 시사점을 주는 바가 있다. 하지만 개인정보법을 망법의 상위 법령으로 볼 수 없고, 사망한 이용자에 관한 부분을 배제하고 있어 사망자 개인정보 처리는 어느 법률에서도 규정하고 있지 않다고 할 수 있다. 다만, 디지털 유품을 상속의 대상으로 볼 경우 민법의 상속편을 적용하여 볼 수 있으나, 민법에서는 일신전속권을 두어 양도나 승계가 불가능한 부분을 명시하고 있다. 일신 전속권이란 친권과 같이 특정 개인에게 전속되어 있어 개인과 분리가 불가능하여 양도나 승계를 할 수 없는 권리를 의미한다. 사업자들은 이용자의 아이디와 비밀번호를 이용자에게 전속되어 있는 권리로 보아 일신전속권으로 간주하는 추세이다.

---

10) http://www.justinellsworth.net/email/detnewsapr.htm, 검색일 : 2011. 9. 22., 원문 : Yahoo! spokeswoman Mary Osako said it was simply complying with the court's order. "We are pleased the court has issued an order resolving this matter ... and allowing Yahoo! to uphold our privacy commitment to our users."

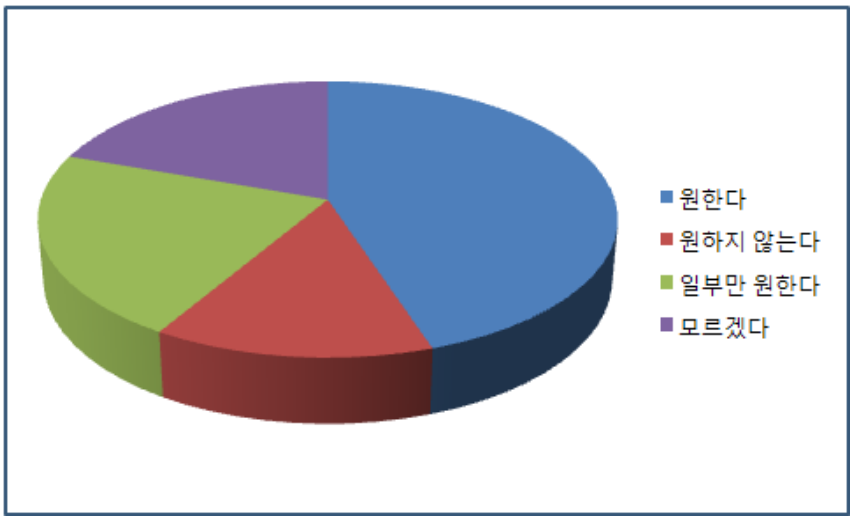
2. 디지털 유산 처리의 현실

<그림2-1> 디지털 유산 처리 인식 조사-자신이 사망한 이후의 처리



전자신문 미래기술 연구센터에서 2010년 10월 발표한 인식조사 자료인 <그림2-1>에 따르면, 자신이 사망한 이후 디지털 유산 제공에 반대하는 응답자는 41.9%로, 모르겠다는 응답자는 23.6%인 것으로 나타났다. 반면 자신이 사망한 이후 디지털 유품을 제공하는 데 찬성한 응답자는 34.5%로 나타났다. 본 조사는 1,000명을 대상으로 실시한 것으로 대상자의 절반에 달하는 419명이 디지털 유품 제공에 반대한다는 답변을 했다. 제공에 반대하는 사람들이 제시한 이유로는 사생활보호가 69%, 유품으로 무의미하다는 이유가 9%, 가족이 슬퍼한다는 등의 가족형 이유가 8%로 나타났다. 디지털 유산 제공에 반대하는 사람들의 대부분은 자신의 사생활 보호 차원에서 디지털 유산 제공은 바람직하지 않다는 의견이다. 자신의 디지털 유품을 유족에게 전달했으면 좋겠다고 답한 34.5%에 해당하는 사람들이 제시한 이유로는 주로 자신의 모든 것을 알려주고 싶은 이유(존재형 45%), 자신을 추억해 주길 바라는 이유(추억형 30%), 누군가 자신의 사이트를 관리해주길 바라는 이유(관리형 15%) 등이 응답자의 90%를 차지했다.

<그림2-2> 디지털 유산 처리 인식 조사-가족이 사망한 이후의 처리



<그림 2-2>의 설문 조사 결과는 매우 흥미롭다. 앞서 실시한 설문조사에서 자신이 사망할 경우 디지털 유품을 제공하지 않는 편이 낫다는 의견이 지배적이었던 반면 가족이 사망한 이후 디지털 유산을 어떻게 할 것인가에 대한 응답은, 사망한 가족의 디지털 유품을 받고 싶다는 쪽이 지배적이었다. 설문 결과에 따르면, 사망한 가족의 디지털 유품을 원한다는 응답자가 전체의 66.7%로, 원하지 않는다는 응답자가 13.7%, 모르겠다는 응답자가 19.6%인 것으로 나타났다. 제공받길 원하는 이유로는 가족이므로 제공 받겠다는 이유(가족형 23.4%), 추억을 공유하고 싶은 이유(추억형 26%), 기억하기 위한 이유(존재형 22%), 가족의 유품을 관리하고자 하는 이유(관리형 14%)인 것으로 나타났다. 그리고 사망자의 디지털 유산 처리를 어떻게 할 것인가에 대해 국내 포털이 약관에 반영할 경우, 상속인을 지정할 의향이 있는지 묻는 질문에 대해 지정하겠다는 의견이 46.1%, 지정하지 않겠다는 의견이 23.5%, 모르겠다는 의견이 30.4%인 것으로 나타났다.

본 설문조사는 한국인터넷자율정책기구에서 주최한 세미나에서 발표한 자료로, 앞서 언급한 대로 전자신문이 전국의 1,000명을 대상으로 실시한 결과이다. 설문결과 자신이 사망하는 경우, 유족에게 디지털 유산을 제공하고 싶어 하지 않는 반면, 자신 이외의 가족이

사망한 경우에는 유산을 받고 싶어 한다는 미묘한 심리가 반영되어 있다. 하지만, 그 비율이 절대 다수를 차지하지는 않는다. 단 1회의 설문조사로 그 결과를 일반화시키는 것은 매우 위험한 추론일 수 있어 더 많은 설문조사와 기타 관련 사항에 대한 추가 조사와 연구가 필요하겠으나, 본 설문조사에서 나타난 바에 의하면 디지털 유품 제공에 대한 사회적 합의가 쉽지 않을 것으로 보인다. 과반수 압도하는 의견도 없을뿐더러, 상반된 의견이 팽팽하게 대립되어 있기 때문이다. 설문 결과의 마지막 부분에 사망자의 자기 정보 결정권에 대해 묻는 질문은 46%가 스스로 결정하겠다는 답변을 보였으나, 이 역시 절반에도 이르지 못하였다.

설문에서도 나타났듯이 사망자의 디지털 유산 처리 문제는 간단하지 않을 것으로 보인다. 실제 정보통신서비스제공자가 사망자의 디지털 유산을 제공하는 데에는 다양한 어려움이 있다. 첫째, 정보통신서비스제공자가 디지털 유산을 상속인에게 제공한 법률상 의무는 없는 것으로 보이며, 오히려 이를 제한 없이 상속인 등 제3자에게 제공할 경우, 정보통신망법 등 관련 법률 위반 소지는 있는 것으로 보인다. 따라서 사업자는 사망한 회원의 데이터 제공에 따른 법률분쟁 야기 가능성 때문에 신중한 접근방법을 따르게 된다. 예를 들면, 디지털 유산의 보존을 위해 임시 접근권을 부여할 경우, 사망자가 생전에 동의 없이 제3자에게 정보를 제공한 경우에 해당된다고 보아, 정보통신망법에 따라 과징금(매출액의 100/1 이하)과 벌칙(5년 이하의 징역이나 5천만 원 이하의 벌금)이 부과될 위험이 존재한다. 둘째, 정보 제공에 따른 위축효과(chilling effect)이다. 상속인은 사망자의 디지털 유산 상속을 원할 수 있으나, 지금 살아있는 이용자들이 자신의 사후 데이터 상속을 원하지 않는 경우, 현재 이용하고 있는 서비스 이용에 위축효과를 줄 수 있다. 어떠한 맥락에서든, 미국의 야후 사례를 보더라도, 사망한 저스틴 엘스워드 병장의 보유 데이터는 DVD, CD 등의 형태로 복사본을 제공되었을 뿐이다. 셋째, 디지털 유산 제공시, 제3자의 개인정보 유출이 가능하다는 점이다. 사망자의 디지털 유산에는 사망자 자신만의 비밀이 아닌 다른 사람의 비밀이 포함되어 있을 수 있으므로 신중한 접근이 필요하다. 따라서 사망자의 디지털 유산을 유족에게 제공하더라도 선별적으로 제공할 필요가 있다. 하지만, 선별적 정보 제공 역시 쉽지 않다. 한국의 주요 포털들은 하나의 계정이 여러 서비스와 연동되어 있어 계정정보를 공개한다는 것은 모든 서비스 이용의 master key를 준다는 것과 같기 때문이다.

이에 대한 가능한 방안으로 현재 국내 주요 포털들이 LOG기반 개인확인 방식을 채택하는 경우가 많으므로, 서비스별로 권한을 설정하여 특정 서비스는 유족에게 상속하여 이용 가능하도록 하고, 어떤 서비스는 상속하지 않는 방법도 있으나, 사업자 입장에서 이러한 사항은 의무적인 것은 아니며, 개발 및 적용에 리소스 투입이 예상되는 부분이다. 그리고 설령 LOG 기반 선별적 정보 제공 시스템을 개발하더라도, 누가 디지털 유산을 검색할 것인가 부분에 있어서는 사업자들이 사망자의 모든 댓글과 쪽지 등을 찾을 수 없다는 현실적 한계도 고려해야 한다. 디지털 유산을 검색하는 과정은 사업자가 검색을 하든, 유족이 검색을 하든 개별 페이지 하나하나를 찾는 작업이기 때문이다. 넷째, 미미한 현실적 요청이다. 주요 포털의 디지털 유산 관련 통계를 살펴보면 포털 고객센터에 문의하는 비중 가운데 사망자의 디지털 유산을 요청하는 경우는 0.03%내외의 극소수에 불과하다는 점이다. 일례로 KTH의 경우, 6개월간 요청건수가 11건에 지나지 않으며, 내용적으로는 임시사용 요청, 이용요금 문의, 명의변경 요청, 회원탈퇴 요청 등이 있었다. 이 가운데 디지털 유산 상속을 원하는 상속인은 극소수에 불과했으며, 실질적으로 추모의 공간이나, 사망자의 행적 등을 확인·간직하고 싶어 하는 요구는 거의 없다고 볼 수 있다. 이러한 이유로는, 다양한 방법을 통해 개인정보 인증이 이루어질 수 있어, 굳이 사망확인 및 상속 관계 확인을 하고 디지털 유품 요청 절차를 거치지 않더라도 신규 비밀번호 발급 등이 가능하기 때문인 것으로 추측된다. 예를 들면, 다음(Daum)의 경우 비밀번호 찾기 기능에 이용자의 ID, 이름, 주민번호 등을 입력하면, 휴대폰번호, 신용카드 번호, 공인인증서 등의 방법을 통해 비밀번호를 제공하고 있어, 사망자의 개인정보를 모두 보유하고 있는 가족이나, 배우자 등의 제3자들은 쉽게 비밀번호에 접근할 수 있다. 다음 이외의 다른 주요 포털들도 이와 대동소이한 방법으로 비밀번호 찾기가 가능하다. 즉, 상속인들이 사망자의 ID를 알고 있는 경우, 비밀번호 찾기가 용이하여 디지털 유산 상속 요청이 현실적으로 많지 않을 가능성도 배제할 수 없으며, 반드시 디지털 유산이 필요한 경우라면, 법원의 판결문, 검경의 확인 및 요청 등의 방법을 통해 받을 수 있기 때문에 현실적 요청이 미미한 것이다.

제2절 관련 법령 구조

1. 개론

인터넷 공간에 글을 써 두거나 정보를 보관하는 일이 일반화되면서, 해당 정보의 게시자가 사망한 이후에 해당 정보를 어떻게 처리할 것인지 사회적으로 논란이 되고 있다. 특히 디지털 환경에 익숙한 다수의 젊은이들이 사망한 이른바 '천안함 사건' 때 그 유족들이 사망한 자식들의 '미니홈피'나 '블로그' 등에 관한 정보의 제공을 요구하거나 그 정보에 대한 접근을 허용해 달라는 요청을 한 사례 등으로 인하여, 사자(사망자)의 '디지털 유산'을 어떻게 처리할지에 관한 사안은 시급히 풀어야 하는 사회적 문제가 되었다. 또한, 클라우드 컴퓨팅 기술과 관련 서비스의 발전으로 수많은 디지털 활동의 결과물이 이용자 개인의 지배영역이 아니라 서비스사업자의 지배영역에 있는 저 너머의 서버에 보관되어 있는 경우가 일반화될 것이므로, 사자(사망자)의 '디지털 유산' 처리방안에 관한 요구는 더욱 거세질 것으로 예상된다.

하지만, 사자(사망자)가 남긴 디지털 정보가 정보통신서비스제공자 또는 인터넷서비스제공자에게 인도를 청구할 수 있는 대상인지, 상속의 대상인지, 통신비밀보호법 등 비밀정보의 보호를 규정한 법률과는 어떤 관계에 있는지 등에 관하여 분명한 법적 해명이나 기준이 없는데다, 해당 정보를 그 상속인에게 제공하는 것이 바람직한 것인지에 대한 사회적 논의도 아직 부족하여, 인터넷서비스제공자도 일정한 기준이 없이 그때그때 임시방편으로 대응을 하고 있는 듯하다.

디지털 유산의 처리방안에서 핵심적 특징은 대상 정보가 사망자나 그 상속인의 지배영역에 있는 것이 아니라, 제3자의 지배영역, 특히 정보통신서비스제공자의 영역에 보관되어 있다는 점에 있다. 정보통신서비스제공자는 보관하고 있는 정보를 상속인에게 제공하거나 접근하도록 허용하는 것이 법률적으로 허용되는지 의문을 가질 수 있다. 우선, 현행 법률의 제약요소를 살펴보고 외국의 입법례를 검토한 후에야 정책방안을 도출해 보도록 한다.

2. 현행 법률에 의한 디지털 유산의 규율

가. 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률과 디지털 유산의 상속 문제

1) 비밀보호규정

전자우편 정보는 각종 법률에 의해 보호되는 '비밀'에 관한 정보라는 점에서, 전자우편 정보를 상속의 대상으로 하는 경우 이들 비밀보호규정과 충돌되는 것인지 의문이 들 수 있다. 먼저, 정보통신망법 제49조는 '비밀 등의 보호'라는 제목으로 "누구든지 정보통신망에 의하여 처리, 보관 또는 전송되는 타인의 정보를 훼손하거나 타인의 비밀을 침해, 도용 또는 누설하여서는 아니 된다"고 규정하고 있어, 사망한 사람이 보관하던 전자우편 정보 등을 상속재산에 포함시켜 상속되도록 하는 것은 위 정보통신망법에 위반되는 행위라고 볼 여지가 있다.

상속인을 제3자로 보고 정보통신망법상의 비밀보호규정을 적용할 경우, 상속인이 '우연히' 피상속인의 계정 정보(아이디, 비밀번호)를 알게 되어, 해당 계정을 이용하여 전자우편 정보에 접근하는 경우에도 정보통신망법 제48조의 권한 없는 침입으로 보고 처벌할 수밖에 없는데, 원칙적으로 피상속인에 관한 모든 권리의무를 승계하며 피상속인과 관련된 남은 일을 관리해야 하는 상속인이 피상속인의 계정정보를 이용하여 정보통신망에 접속한 것을 '권한 없는 정보통신망 침입'이라고 하기 어렵다.

같은 이유로 정보통신망법 제49조의 비밀보호규정도 상속인에게 적용되지 않는다고 보는 것이 타당하다고 생각된다. 또한, 모든 전자우편 정보가 비밀인 것이 아니라 "일반적으로 알려져 있지 않은 사실로서 이를 다른 사람에게 알리지 않는 것이 본인에게 이익이 있는 것"[11]만이 위 규정에 의한 '비밀'이므로, 전자우편 정보를 상속대상으로 하더라도 정보통신망법 제49조와 충돌한다고 보기는 어렵다.

하지만, 정보통신망법 제49조의 '타인'에는 생존하는 개인뿐만 아니라 이미 사망한 자도 포함된다는 것이 판례의 태도이므로[12], 정보통신서비스제공자로서는 전자우편 정보 등

---

11) 대법원 2006. 3. 24. 선고 2005도7309 판결
12) 대법원 2007. 6. 14. 선고 2007도2162 판결

을 상속인에게 제공하는 것이 정보통신망법 제49조의 비밀보호규정에 위반되는 것이라는 의심을 완전히 배제하기 어려운 것도 현실이다.

2) 전자문서중계자 규정

정보통신망법 제21조는 "전자문서중계자는 전자문서중계설비에 의하여 처리되는 전자문서 또는 관련 기록을 적법한 절차에 의하지 아니하거나 전자문서 발신자 및 수신자의 동의 없이 공개하여서는 아니 된다"고 규정하고 있으므로, 이용자의 전자우편 정보를 관리하고 있는 서비스제공자는 비록 전자우편 정보가 상속 대상에 포함된다고 하여도, 정보통신망법 제21조에 따라 전자우편의 다른 당사자(해당 이용자에게 전자우편을 보낸 사람)의 동의가 없는 한, 전자우편 정보를 상속인에게 제공할 수 없는 것이 아닌가 하는 의문이 들 수 있다.

하지만, 정보통신망법 상 '전자문서'란 "컴퓨터 등 정보처리능력을 가진 장치에 의하여 전자적인 형태로 작성되어 송, 수신 또는 저장된 문서형식의 자료로서 표준화된 것"을 말하며, 전자문서중계자를 지정하게 되어 있는 제18조, '전자문서를 수신할 컴퓨터의 지정'이나 '수신자가 관리하는 컴퓨터'라는 용어를 사용하고 있는 제19조, '표준화방식'을 지정하게 되어 있는 정보통신망법 시행령 제8조의 규정을 보면, '표준화된 것'의 의미는 일반적인 표준의 의미가 아니라, 특정 전자문서의 교환 또는 송수신을 위한 특정한 표준방식을 의미하는 것으로 해석된다.

따라서 전자우편 서비스 제공자를 정보통신망법 제21조의 전자문서중계자로 볼 수는 없으므로, 정보통신망법 제21조는 디지털 유산의 상속 문제와 무관하다.

3) 개인정보보호규정

개인정보보호법, 정보통신망법 등 개인정보의 범위와 보호를 정하는 있는 법률은 정보통신서비스제공자 등의 사업자에게 수집하여, 보관하고 있는 이용자의 개인정보를 법에 규정된 사항을 제외하고 제3자에게 제공하지 않을 의무를 부과하고 있고(개인정보보호법 제17조, 제18조), 위 각종 법률에 이용자의 개인정보를 상속인에게 제공할 수 있도록 하는

근거규정은 없다.

개인정보보호법에 의해 보호되는 개인정보는 "생존하는 개인에 관한 정보"이고(개인정보보호법 제2조 제1호, 정보통신망법 제2조제1항 제6호), 그러한 사망자의 개인정보 보호에 관한 이익 또는 이해관계조차 그 이용자의 상속인에게 있는 것이므로, 사자(사망자)의 개인정보를 포함하는 디지털 유산을 상속인에게 제공하는 것은 개인정보보호법에 위반되는 행위가 아니라고 볼 가능성이 크다고 생각된다.

또한, '비공개'로 설정되어 있는 게시물이 사자(사망자)의 인격적 이익에 관련된 것일 수 있으나, 사자(사망자)에 대한 명예훼손 금지 등 사자(사망자)의 인격적 이익을 보호하는 이유는 사자(사망자)의 인격적 이익이 침해됨으로서 상속인 등 이해관계에 있는 생존자들의 인격적 이익이 침해되는 것을 방지하기 위한 것이므로, 사자(사망자)의 인격적 이익은 곧 상속인의 인격적 이익이기도 하다는 점에서, 이용자가 따로 상속금지 또는 사망 후 정보폐기를 지정하지 않는 한, 전자우편 정보를 포함하여 비공개로 설정된 게시물의 상속성도 인정될 가능성이 높다고 보아야 한다.

하지만, 사자(사망자)의 개인정보에는 개인정보보호법이 적용되지 않는다고 하여 사자(사망자)가 생존해 있는 동안 수집한 개인정보를 그 대상자가 사망하였다고 하여 당연히 제3자에게 제공할 수 있다는 결론을 내리기도 어려우며, 우리 법률이 사자(사망자)의 명예를 보호하며 정보통신망법 제49조의 비밀에는 사자(사망자)의 비밀도 포함된다는 판례의 태도를 함께 고려하면, 사자(사망자)의 개인정보를 제3자에게 제공하는 것에 아무런 문제가 없다고 단정적으로 결론을 내리기도 쉽지 않다.

나. 통신비밀보호법과 디지털 유산의 상속

통신비밀보호법에 관하여 살펴보면, 비록 통신비밀보호법은 전기통신의 감청(그 내용을 지득, 채록, 유치하는 것)을 이 법률에 의한 절차에 의하지 않고는 금지하고 있기는 하나, 통신비밀보호법의 적용대상인 전기통신은, 이견이 있기는 하나, "송신하거나 수신하는 것"이라는 문구에 따라 '진행 중인 전기통신', 즉, 송수신 중인 전자우편으로 한정되고, 송수신이 완료된 전자우편은 통신비밀보호법이 적용되지 않는다고 해석하는 것이 사법당국의 실무이므로, 송수신이 완료된 전자우편 보관함을 대상으로 하는 사자(사망자)의 디지털

유산에 관한 사례에 적용되지는 않는다.

다. 민법과 디지털 유산

민법상 '디지털 유산'을 어떻게 볼 것인지, 그것이 상속의 대상인지에 따라 디지털 유산에 대한 법적 취급은 현저히 달라질 것이다. 이 부분에 관하여는 장을 달리하여 살펴본다.

민법상 디지털 유산을 재산권적 성질이 있는 것으로 보고 따라서 디지털 유산을 상속할 수 있는 것으로 본다고 하더라도, 현재 쟁점이 되고 있는 디지털 유산은 제3자인 정보통신서비스제공자가 보유하고 있으므로, 유족 내지 상속인이 정보통신서비스제공자에게 사망한 피상속인에게 속하는 디지털 유산의 제공을 청구하거나 디지털 유산의 존재 여부를 확인해 달라고 청구할 수 있는 것인지의 문제도 함께 해결되어야 한다.

미국에서 사망한 아들의 이메일 정보 제공을 거부한 야후(Yahoo)를 상대로 그 부모가 소송을 제기하였고, 이에 법원은 이메일 정보의 제공을 명령한 사례가 있으며[13], 한국에서도 서비스제공자가 보관하고 있는 디지털 유산을 상속인에게 속하는 상속재산이라고 볼 경우, 상속인이 그 인도를 거부하는 서비스제공자에게 그 인도를 재판상 청구할 수 있을 것으로 보인다.

하지만, '인도'의 구체적인 절차, '인도'의 비용 등을 어떻게 할지 알 수 없으며, 서비스제공자가 다시 인도의 비용을 요구하거나 구체적인 절차를 까다롭게 함으로써 상속인에게 정보가 제공되는 것을 어렵게 할 경우 어려운 문제가 발생할 수 있다. 결국 서비스제공자가 구체적인 절차 등을 약관에 규정하는 것이 가장 합리적인 해결방안이 될 수 있다.

---

13) re Ellsworth, No. 2005-296, 651-DE (Michigan Probate Court, 2005) (다음 논문에서 재인용, Jonathan J. Darrow and Gerald R. Ferrera, Who owns a Decedent's E-mails: Inheritable Probate Assets or Property of the Network?, 10 N.Y.U. J. of Legis. & Pub. Pol'y 281, available at http://www.law.nyu.edu/ecm_dlv/groups/public/@nyu_law_website__journals__journal_of_legislation_and_public_policy/documents/documents/ecm_pro_060742.pdf)

3. 주요 정보통신서비스제공자의 약관과 디지털 유산

가. 국내 정보통신서비스제공자 약관의 주요 내용

1) 계정 양도 가부, 개인정보 보호의무

국내에 주사업장을 둔 대규모 정보통신서비스제공자들은 각자가 정한 약관에 의해 이용관계를 규율하고 있는데, 이들 이용약관에 디지털 유산에 관한 처리방안이 포함되어 있는 경우는 없을 뿐만 아니라 이용자가 사망한 경우에 대한 처리방안에 관한 규정이 있는 경우도 없다. 따라서 회원의 의무 등에 관한 일반 규정에 의해 디지털 유산 또는 사망한 회원에 대한 이용관계를 유추할 수밖에 없다.

'네이버' 이용약관[14]은 실명이 아니거나 타인의 명의에 의한 회원가입을 금지하고 이에 위반할 경우 이용계약을 해지할 수 있으며(제5조 제2항), 실명, 주민등록번호, 아이디의 수정은 불가능하다(제6조)고 규정하고 있다. 또한 회사는 개인정보취급방침에 따라 회원의 개인정보를 보호할 의무가 있는데(제7조), 개인정보취급방침[15]은 미리 고지한 수탁 또는 관리업체를 제외하고는 회원의 정보를 제3자에게 제공할 수 없다고 규정하고 개인정보의 수집 및 이용목적이 달성된 후 파기하는 것으로 규정하고 있다. 네이버 이용약관은 회원이 회원의 지위를 양도할 수 있는지에 관하여 아무런 규정을 두고 있지 아니하나, 회원의 아이디와 비밀번호를 제3자가 이용하도록 하여서는 아니 된다고 규정하고 있는 것으로 보아(제8조), 회원의 지위 양도를 허용하지 않는 것으로 해석할 수 있다. 회사 또는 회원이 이용계약을 해지하는 경우 회원 계정에 등록된 게시물은 모두 삭제되고 개인정보는 폐기되므로(제19조), 이용계약 해지 이후 회원이 회사에 대해 어떤 권리를 보유하지는 않는 것으로 보인다. 다만, 유료서비스를 이용하고 남은 잔액(잔여코인)의 환불을 허용하고 있다(유료서비스 이용약관 제18조).

'다음' 서비스약관[16]은 허위의 가입신청을 금지하고 있으므로(제4조) 타인의 명의에 의

14) http://www.naver.com/rules/service.html
15) http://www.naver.com/rules/privacy.html
16) http://www.daum.net/doc/info.html?t__nil_footer=servicepolicy

한 회원가입을 금지하고 있다고 보아야 하며, 아이디의 수정에 관한 규정이 없으므로 수정은 허용되지 않는 것으로 해석되고, 회원의 서비스 받을 권리는 이를 양도 내지 증여하거나 질권의 목적으로 사용할 수 없다고 규정하고 있다(제14조). 회사 또는 회원이 이용계약을 해지하는 경우 회원 계정에 등록된 게시물 등 일체의 것은 삭제되고(제17조) 개인정보는 폐기되므로, 이용계약 해지 이후 회원이 회사에 대해 어떤 행위를 요구할 권리는 없다고 볼 수 있다. 다만, 유료서비스를 이용하고 남은 잔액의 환불을 허용하고 있다(제16조, 제17조). 회사는 회원의 개인정보를 보호할 의무가 있는데, 구체적으로 개인정보취급방침[17]은 정해진 수탁 또는 관리업체를 제외하고는 회원의 정보를 제3자에게 제공할 수 없다고 규정하고 개인정보의 수집 및 이용목적이 달성된 후 파기하는 것으로 규정하고 있다.

네이트 서비스약관[18]은 이용고객은 본인의 실명을 제공하도록 하고 타인의 명의를 이용한 가입을 허용하지 않는 것으로 규정하고 있고(제6조), 서비스 이용권한이나 이용계약상의 지위를 타인에게 양도, 증여하거나 담보로 제공할 수 없으며 회원의 계정을 제3자에게 이용하게 할 수 없고 회원계정도 변경할 수 없으며(제24조), 회원에게 부여된 '포인트'도 양도, 대여 등 어떠한 처분행위를 할 수 없다고 규정하고 있다(제20조). 다만, 아바타, 아이템 등의 유료서비스에 관한 권리는 회사가 정한 방법에 따라 양도, 판매, 증여, 대여할 수 있다(제11조). 회사 또는 회원이 이용계약을 해지하는 경우 회원 계정에 등록된 게시물 등 일체의 것은 삭제되고(제19조) 개인정보취급방침에 따라 개인정보는 폐기되므로, 이용계약 해지 이후 회원이 회사에 대해 어떤 행위를 요구할 권리는 없다고 볼 수 있다. 회사는 회원의 개인정보를 보호할 의무가 있는데(제26조), 구체적으로 개인정보취급방침[19]은 정해진 수탁 또는 관리업체를 제외하고는 회원의 정보를 제3자에게 제공할 수 없다고 규정하고 개인정보의 수집 및 이용목적이 달성된 후 파기하는 것으로 규정하고 있다.

2) 회원이 작성하거나 제공한 정보의 소유권

17) http://www.daum.net/doc/info_protection.html
18) http://www.nate.com/policy/legal/legal.aspx
19) http://www.daum.net/doc/info_protection.html

홈페이지나 블로그에 회원이 작성하거나 수집하여 저장해 둔 정보의 소유권에 관하여 서비스제공자의 약관에 특별한 규정이 있다면, 그 규정이 법률을 위반하는 것이 아닌 한 정보의 소유관계는 약관 규정에 따라 처리될 수 있다. 정보의 소유권에는 '정보 자체'의 소유권과 정보에 체화되어 있는 저작권 등의 지적재산권의 소유권에 관한 문제가 동시에 있다.

국내 주요 인터넷서비스제공자('네이버', '다음', '네이트' 등)의 서비스약관에는 회원이 작성한 게시물의 소유권 또는 그와 관련된 지적재산권이 회사에 귀속된다는 등의 규정을 두고 있지 않고 오히려 회사가 회원이 작성한 게시글을 '이용'할 수 있다고 규정하고 있으므로, 회원이 작성한 게시물의 소유권 또는 관련 지적재산권이 회원 또는 원래의 저작권자에게 있음을 전제로 하고 있는 것으로 보인다.

하지만, 일부 서비스제공자의 경우 회원에게 특별한 혜택을 부여하는 서비스를 제공하고 그 대가로 서비스제공자가 회원이 작성한 게시물 등의 콘텐츠에 관한 소유권이나 관련 지적재산권을 취득하는 형식의 약관을 둘 수도 있다. 이런 약관도 그 대가관계가 정당하다면 유효하다고 할 수 있으므로, 약관에 의해 회원이 제공한 정보에 관한 권리를 서비스제공자가 취득한다면 상속의 문제는 원칙적으로 발생하지 않을 수 있다.

나. 국내 정보통신서비스제공자의 약관규정의 의미

국내의 모든 정보통신서비스제공자의 약관을 분석한 것은 아니나, 다른 서비스제공자의 약관도 위 3개의 대규모 서비스제공자의 약관과 유사할 것으로 추측된다. 결국, 국내 대규모 정보통신서비스제공자의 이용약관에는 사망한 회원에 관한 사후처리방안에 관하여 아무런 규정을 두지 않고 있는 반면, 가입한 회원의 지위를 제3자에게 양도할 수 없도록 규정하고 있고, 회사는 회원의 개인정보를 제3자에게 제공하지 않을 의무를 부담하고 있으므로, 서비스제공자는 원칙적으로 사망한 회원에 관한 정보 및 사망한 회원의 계정에 보관되어 있는 정보를 그 상속인에게 제공할 수 있는 근거를 갖고 있지는 않으나, 반대로 상속인에게 회원의 계정에 보관되어 있는 정보를 상속인에게 제공할 수 없다는 약관 규정도 없다.

이에 반하여 앞에서 살펴본 Ellsworth 사례에서, Yahoo는 자신의 약관에 회원 계정이 양도불가능하고, 회원의 사망과 함께 회원의 계정은 폐기되고 보관된 정보는 삭제된다고 규정하고 있고, 이 규정과 회원의 개인정보보호의무를 근거로 사망한 Ellsworth 상속인의 정보 및 자료제공 요청을 거절하였다. 또한 국내 이용자들도 많이 이용하고 있는 외국의 서비스인 facebook.com, twitter.com, google.com의 경우 비록 제한적이기는 하지만 사망한 회원의 계정에 관한 처리절차를 마련해 두고 있다는 점에서 사망한 회원에 관한 처리방안에 관하여 아무런 규정을 두고 있지 않는 국내 서비스제공자와 비교된다.

4. 민법과 디지털 유산

가. 디지털 유산의 법적 성질

1) 법적 성질 일반론

디지털 유산에 대하여 누가 어떻게 권리를 행사할 수 있는가에 대하여 살펴보기 위해서는 먼저 디지털 유산이 법적으로 어떠한 성질을 가지고 있는가를 규명하는 것이 필요하다. 디지털 유산의 법적 성질 여하에 따라 민사법적으로는 상속의 대상이 될 수도 있고 그렇지 않을 수도 있다. 앞에서 살펴본 것처럼 디지털 유산은 다양한 성질을 가진 정보가 결합·융합된 형태로 존재하기 때문에 각 정보의 내용에 따른 법적 성질을 살펴볼 필요가 있다. 다만, 디지털 유산의 개별적 유형이 법령에 의하여 권리가 부여되는 등 특별히 보호되는 것이 아닌 이상은 일반적 정보로서의 의미를 가진다. 즉, 개별 법률에 따라 법적 성질이 결정되는 경우에는 그에 따라 민법상 상속 여부가 결정되지만, 그렇지 않은 정보의 경우에는 결과적으로 일반법인 민법상 그 의미가 무엇인지를 규명하여야 한다. 아래에서는 일반적 정보의 법적 성질에 대하여 검토해보고, 주요 유형별로 온라인유산의 법적 성질을 검토해보겠다.

가) 민법상 정보의 지위

(1) 법적 성질

정보가 담고 있는 내용물이 법률에 의하여 특별히 권리로써 보호받는 경우가 아니라면 일반법인 민법에 의하여 보호될 수 있는가가 문제된다. 특히, 정보가 민법 상 물건에 해당될 수 있는가,[20] 나아가 물권의 보호를 받을 수 있는가가 중요한 쟁점이 된다. 최근 정보의 경제적 가치가 증가하면서 이에 대한 법적 보호가 필요하다는 인식이 증가하고 있는 점도 정보의 민법상 규율을 논의할 필요성을 뒷받침 한다.

정보가 민법상 물건인가의 여부에 대하여 검토하기 위해서는 먼저 민법상 물건의 의의와 요건을 살펴보아야 한다. 종래의 통설적 견해에 따르면, 물건은 민법 제98조에 규정된 바와 같이 "유체물 및 전기 기타 관리할 수 있는 자연력"에 한정되며, 총칙상의 독자적인 물건요건을 인정하지 않고 물권의 객체로서의 물건요건과 일체적으로 파악하여, 물건의 요건으로서 ① 유체물 또는 관리가능한 자연력, ② 배타적 지배(관리)가능성, ③ 비인격성(外界의 一部), ④ 독립성(단일성)을 요구하고 있다.[21][22]

물건의 의의에 관한 통설의 해석은 다음과 같이 물건의 개념 및 민법상 의의와 논리적 측면에서 재검토되어야 한다. 즉, ① 물건의 개념을 유체물과 무체물을 포괄하는 추상적

---

20) 정보 중에서도 게임서버 내의 아이템과 관련하여 "일반적인 물건이론으로 이를 파악하는 것은 타당하지 못하다는 생각이 든다."고 하면서, "온라인상의 아이템의 물건성을 논하기 전에 온라인 게임제공자와 사용자사이의 법률관계에 대한 해석이 전제되면 이에 관한 해석이 가능하지 않을까 생각한다."고 하여, 물건성 논의가 불필요하다고 주장하는 견해도 있다. 양재모, "온라인아이템의 물건성과 법률관계", 법과 정책연구 1집(2001), 276면.

21) 고상룡, 민법총칙(제3판), 법문사(2003), 267-270면; 곽윤직, 민법총칙(제7판), 박영사(2002), 168-170면; 김상용, 민법총칙, 법문사(1993), 314-317면; 김주수, 민법총칙, 삼영사(2001), 269-271면; 이영준, 민법총칙, 박영사(1995), 894-896면.

22) 통설적 입장과 마찬가지로 "현행 민법의 해석론에 좇아 디지털 정보를 물건으로 볼 수 없다는 결론에 도달한다면, 입법적 해결방안을 제시할 수 있을 것"이라는 견해도 있다. 이 견해는 입법적 해결 과정에서 현행법의 틀을 유지한 채 디지털 정보를 포섭하기 위하여 관리가능성이라는 요건을 판단기준으로 삼으면 될 것이라고 한다. 배대헌, "거래대상으로서 디지털 정보와 '물건'개념 확대에 관한 검토", 정보사회에 대비한 일반법 연구(Ⅳ), 정보통신정책연구원(2002), 346면.

법률개념으로 이해하면서 그 기능적 의의를 총칙적·실질적으로 파악하게 되면,[23] 개별 권리에서 다루는 구체적인 물건의 요건을 고찰함에 앞서서 민법 총칙편 제98조에 규정된 물건의 요건을 검토하는 것이 타당하다. 또한 ② 통설에 의하면 민법상 물건을 포괄하는 일관된 물건개념, 즉 일반적·총칙적 물건개념을 정립할 수 없으며, 더욱이 물건의 전체적인 외연이 결정되지 않은 단계에서 직접 그 내포만을 논의하는 것은 논리적으로도 문제가 있다. 나아가 ③ 종래의 통설은 물건에 관한 제98조의 규정에 총칙적 의의를 인정하면서도,[24] 그 구체적인 범위를 확정지어주는 물건요건에 관하여는 물권과의 일체적 파악에 기초를 두고 있는 점은 논리적으로 타당하지 못하다. 따라서 물권객체로서의 물건이 갖추어야 할 요건과는 별도로 제98조의 물건으로서 갖추어야 할 요건인 일반적·총칙적 물건요건을 독자적으로 고찰하여야 한다. 즉, 물건요건을 분리하여, ① 민법상 물건의 범위 즉, 일반적·총칙적 물건의 「외연」을 확정해주는 일반요건론과 ② 개별적인 권리와 관련하여 구체적으로 결정되는 물건의 범위, 즉 개별 권리에 맞는 물건의 「내포」를 결정해주는 특별요건론으로 나누어 단계별로 고찰하여야 한다. 이러한 물건요건에 대한 접근방식은 ① 민법상 물건을 일관성 있게 파악할 수 있게 하며, ② 권리 대상적 위치에 놓인 물건을 유연하게 해석할 수 있게 함으로써 대상적 측면에서 민법의 역할범위를 확대시키고 살아있는 법으로 기능하게 한다. 또한 ③ 물건에 대한 통일적인 이해를 바탕으로 하여 민법 전 체계 내에서 물건과 연계된 규정을 일관성 있게 고찰할 수 있는 기틀을 마련해주고, 나아가 추상적 물건개념을 바탕으로 하면서도 유체물과 무체물의 이질성을 인정함으로써 개별적인 권리나 법률관계에서 종래의 민법원리를 수정·변용하여 타당한 결론을 얻을 수 있게 한다. 결국 사회·경제의 변화, 기술의 발전, 새로운 경제거래의 대상의 규율을 위한 물건 개념의 재검토 필요성을 고려하여 새롭게 물건의 의의를 정립해보면, 권리의 객체 내지 목적물로서의 성격을 가지는 대상으로서 법적으로 의미가 있는 경제계·재화계에 객관화된 존재로 파악할 수 있다.[25]

이처럼 물건의 의의에 대하여 변화된 시각을 가지게 되면, 그에 따라 물건의 요건에 대

---

23) 최경진, "물건요건론", 비교사법(25), 56-58면.

24) 고상룡, 전게서, 267면; 곽윤직, 전게서, 167면; 김기선, 한국민법총칙, 법문사(1991), 190면; 김주수, 전게서, 268면; 김증한, 민법총칙, 진일사(1978), 237면; 홍성재, 민법총칙, 대영문화사(2003), 350면.

25) 최경진, 전게논문, 63면.

하여도 총칙상의 물건에 대한 독자적인 요건을 충족시켜야 하고, 물권과 같은 개별적 권리의 객체로서 요구되는 요건은 분리하여야 한다. 총칙상 물건에 요구되는 일반요건은 유체물·무체물, 비인격성, 경제적가치성(거래대상성), 관리가능성이다.[26] 이와는 별도로 민법상 소유권을 포함한 물권의 객체가 되기 위해서는 물권의 성질에 따라 그 객체에 요구되는 별도의 요건을 충족시켜야 한다. 즉, 배타적 지배가능성, 특정성, 독립성의 요건을 갖추면 물권의 객체가 될 수 있으며, 종래 통설이 해석하는 것처럼 유체물 외에 무체물을 전기 기타 관리가능한 자연력에 한정할 필요는 없다.[27]

이상과 같은 물건에 대한 해석론에 따라 물건의 일반요건을 충족하는지부터 살펴보면 비인격성·경제적가치성·관리가능성이 존재하여야 한다. 먼저 비인격성의 측면을 살펴보면, 사람에 관한 정보도 있을 수 있지만 민법상 의미가 있는 정보는 사람으로부터 독립된 객관화된 존재로 인정할 수 있기 때문에 비인격성은 문제되지 않으며, 경제적가치성의 경우에는 경제적 거래의 대상이 될 수 없는 정보도 있지만 법적 보호의 테두리 속에서 논의되는 정보들은 경제적 가치가 인정되는 것이 대부분이다. 또한 정보는 생성·수집·축적되는 과정에서 관리가 이루어지기 때문에 관리가능성의 요건도 충족된다. 따라서 법적으로 의미 있는 외적 재화계에 객관화된 존재로서의 정보가 비인격성·경제적가치성·관리가능성의 요건을 갖추는 한 민법상 물건성을 인정할 수 있다.[28][29]

---

26) 최경진, 전게논문, 67-71면.
27) 최경진, 전게논문, 72-75면.
28) 최경진, "민법상 정보의 지위", 산업재산권 15호(2004), 17면.
29) 현재의 유력한 견해가 디지털 정보 자체는 유체물도 아니고 배타적 지배가능성도 없기 때문에 물건으로 볼 수 없고, 대법원도 형법상 절도죄의 대상이 되는 재물의 개념과 관련하여 "컴퓨터에 저장되어 있는 '정보' 그 자체는 유체물이라고 볼 수도 없고 물질성을 가진 동력도 아니므로 재물이 될 수 없다"고 판시한 점을 기초로 정보의 물건성을 부인하고 있다고 전제하면서도, 권리보호의 객체는 시대 변화에 따라 변할 수 있는 것이고, 다음과 같은 이유로 "재산권의 성격을 가진 것으로 일정한 권리의 객체라고 해야 한다"고 주장하는 견해도 있다. 즉, 온라인 디지털콘텐츠산업발전법의 보호대상이 정보 그 자체이고 저작권법 상 데이터베이스제작자의 권리의 보호대상도 상당한 부분의 제한이 있지만 데이터베이스에 수록된 정보 자체이며, 정보의 무단사용이 불법행위가 되는 경우도 있으며(서울지법 2001.12.7. 선고 2000가합54067 판결이나 eBay, Inc., v. Bidder's Edge, Inc 사례), 대법원(대법원 2010.7.22. 선고 2010도63 판결)도 "캐릭터 및 아이템 등 게임정보에 관한 소유관계"라는 표현을 사용함으로써 정보의 귀속이나 소유에 관념이 필요한 점, 정보통신망법 개정안에서 저장정보의 보호를 위한 조치의무를 규정한 점은 저장정보를 일정한 권리의 대

(2) 민법상 정보의 보호

민법상 정보를 물건으로 인정한다고 하더라도 그에 대한 법적 보호를 어느 정도 수준에서 인정할 것인가는 별개의 문제이다. 민법상 보호의 정도는 물권에 의한 보호와 채권에 의한 보호로 나누어 볼 수 있지만, 채권적 보호는 계약 자유의 원칙에 따라 당사자가 약정하는 대로 효과가 부여되기 때문에 특별한 문제가 발생하지 않는다. 문제는 민법상 물권, 특히 소유권의 객체로 인정할 수 있는가 하는 점이다. 앞서 살펴보았던 것처럼 소유권의 객체가 되기 위해서는 물건에 대한 일반요건과는 별도로 해당 권리에 적합한 특별요건을 충족시켜야 한다. 즉, 소유권의 특질로부터 배타적 지배가능성, 특정성, 독립성의 요건이 요구된다. 그런데 정보, 특히 디지털정보의 경우에는 디지털 기술의 특성상 정보의 유통·공유를 주요 기능으로 하기 때문에 배타적 지배가능성이 충족되기 어려우며, 디지털정보의 복제·배포·전송이 매우 쉽기 때문에 특정성이나 독립성을 충족시키는 것도 쉽지 않다. 결국 기술적·제도적 보완을 통하여 디지털정보에 대한 배타적 지배를 가능하게 하는 수단을 확보하고 공시방법을 도입하여 특정성 및 독립성을 확보하지 않는 한 현재로서는 소유권의 객체로 인정하기는 곤란하다.[30] 이처럼 민법상으로는 정보 일반에 대하여 채권적 보호 외에 물권적 보호를 인정하는 것은 현실적으로 곤란해 보인다. 그러나 현대 사회에서 디지털정보의 경제적 가치는 점점 중요해지고 있으며, 이에 대하여 사회 일반은

상으로 보기 때문이라는 점 등을 근거로 제시한다. 김기중, "사자(사망자)의 디지털 유산의 법률적 한계 및 개선방안", 사자(사망자)의 디지털 유산 관리현황과 개선방안(2010.10.13. (사)한국인터넷자율정책기구 세미나 자료집), 24면.

30) 김기중, 전게논문, 25면은 관리가능성과 배타적 지배가능성의 개념이 상대적이고 시대에 따라 변하는 것이며, 정보 자체를 일정한 권리의 대상으로 보는 것이 필요한 일이라 할 수 있기 때문에 정보 자체의 법적 성격을 보다 적극적으로 해석하여 법적 보호를 부여할 필요가 있다고 주장한다. 구체적으로 어떤 권리에 의한 보호를 의미하는 것인가는 명확하지 않지만, "일정한 권리의 대상인 이러한 '정보 자체'의 귀속 주체는 이용자가 생존해 있는 동안 해당 서비스에 적용되는 약관에 따라 정해지겠지만, 특별한 사정이 없는 한 그 작성자, 즉 서비스 이용자에게 '정보 자체'에 관한 권리가 귀속되고, 서비스제공자는 해당 정보를 약관에 정해진 방법과 범위에 따라 이용할 수 있는 권리를 가질 뿐이고, 해당 정보 자체를 제3자에게 처분하는 등의 행위를 할 수는 없는 것으로 보아야 할 것"이라고 설명하고 있어서, 결국 필자와 동일한 결론에 이른 것으로 보인다.

민법상 소유권에는 이르지 못하지만 독립적으로 보호되어야 할 법적 가치가 존재한다고 인식하고 있는 것으로 생각한다. 따라서 물권법정주의 하에서 관습법에 따른 물권의 창설을 인정할 수는 없다고 하더라도, 적어도 조리를 근거로 하여 비물권적(非物權的) 권리 이외의 새로운 권리가 창설된 것으로 인정할 가능성도 고려해 볼 만하다.[31]

2) 주요 유형별 검토[32]

가) 콘텐츠

블로그, 미니홈피, 홈페이지, 페이스북 등과 같은 인터넷 상의 서비스에 기록된 글, 그림, 음성, 동영상 등의 콘텐츠는 앞서 보았던 정보 일반에 해당되지만, 그보다도 해당 콘텐츠가 개별 법률의 보호의 대상이 되는 경우에는 그 법률에 따른 권리를 기준으로 판단하게 된다. 즉, 콘텐츠가 "인간의 사상 또는 감정을 표현한 창작물"[33]에 해당되는 경우에는 저작권법 상 저작물로서 저작권의 보호를 받게 된다. 이러한 저작물이 되기 위해서는 창작성이 인정되어야 하는데, "완전한 의미의 독창성을 말하는 것은 아니며 단지 어떠한 작품이 남의 것을 단순히 모방한 것이 아니고 작자 자신의 독자적인 사상 또는 감정의 표현을 담고 있음을 의미할 뿐이어서 이러한 요건을 충족하기 위해서는 단지 저작물에 그 저작자 나름대로의 정신적 노력의 소산으로서의 특성이 부여되어 있고 다른 저작자의 기존의 작품과 구별할 수 있을 정도"이면 족하다.[34] 이러한 최소한의 창작성이 인정되는 경

31) 대법원은 "사법상의 권리로서의 환경권이 인정되려면 그에 관한 명문의 법률규정이 있거나 관계법령의 규정취지나 조리에 비추어 권리의 주체, 대상, 내용, 행사방법 등이 구체적으로 정립될 수 있어야 할 것"이라고 하여, 사법상 환경권의 법적 근거를 조리에서 구할 수 있다고 판시하고 있다. 대법원 1995.5.23. 선고 94마2218 결정. 한편, 대법원은 "민법 제1조는 민사에 관하여 법률에 규정이 없으면 관습법에 의하고 관습법이 없으면 조리에 의한다고 규정하고 있는바, 성문법이 아닌 관습법에 의하여 규율되어 왔던 종중에 있어서 그 구성원에 관한 종래 관습은 더 이상 법적 효력을 가질 수 없게 되었으므로, 종중 구성원의 자격은 민법 제1조가 정한 바에 따라 조리에 의하여 보충될 수밖에 없다"고 판시하면서 조리의 法源性을 인정하고 있다. 대법원 2005. 7. 21. 선고 2002다1178 전원합의체 판결.

32) 디지털 유산의 법적 성질 및 상속성에 대하여는 최경진, "디지털 유산의 법적 고찰", 「경희법학」, 제46권 제3호(2011) 참조.

33) 저작권법 제2조 제1호.

우가 아니더라도 "부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보"[35]에 해당하여 콘텐츠산업 진흥법의 보호를 받을 수 있다. 동법에 의하면 정당한 권한 없이 콘텐츠제작자가 상당한 노력으로 제작하여 콘텐츠 또는 그 포장에 제작연월일, 제작자명 및 이 법에 따라 보호받는다는 사실을 표시한 콘텐츠의 전부 또는 상당한 부분을 복제·배포·방송 또는 전송함으로써 콘텐츠제작자의 영업에 관한 이익을 침해하는 행위는 금지된다. 이러한 금지의무의 설정으로부터 콘텐츠제작자는 콘텐츠를 최초로 제작한 날부터 5년간 보호를 받게 되며,[36] 이러한 금지행위를 하여 영업에 관한 이익이 침해되거나 침해될 우려가 있는 자는 그 위반행위의 중지 또는 예방 및 그 위반행위로 인한 손해의 배상을 청구할 수 있다.[37]

나) 계정(account)

인터넷에 접속하여 각종 서비스를 이용할 수 있는 계정은 기본적으로는 인터넷 상의 각종 서비스를 제공하는 자의 프로그램 혹은 서비스를 이용할 수 있는 통로이다. 계정은 이용자의 아이디(ID), 비밀번호, 개인신원정보, 이용정보 등을 총칭한다. 이러한 계정의 법적 성질은 프로그램이용계약 혹은 서비스이용계약이라고 할 수 있으며, 구체적인 이용계약의 내용은 대부분 온라인서비스 제공자가 사전에 준비해놓은 약관에 의할 것이다. 문제는 이러한 계정에 대한 권리가 법적으로 어떠한 성격을 가지는가 하는 점이다. 계정은 온라인서비스 제공자와의 계약에 따라 온라인서비스를 위한 프로그램 및 해당 서비스를 이용하기로 하는 채권적 권리로 보는 것이 타당하다.

다) 온라인 화폐나 포인트 등 지급결제수단

온라인서비스 내에서의 화폐, 사이버머니 등은 선불전자지급수단에 해당된다. 즉, 전자금융거래법 상의 선불전자지급수단이라 함은 "이전 가능한 금전적 가치가 전자적 방법으

34) 대법원 1995.11.14. 선고 94도2238 판결. 오승종, 저작권법, 박영사(2007), 44면.
35) 콘텐츠산업 진흥법 제2조 제1항 제1호.
36) 콘텐츠산업 진흥법 제37조 제1항.
37) 콘텐츠산업 진흥법 제38조 제1항.

로 저장되어 발행된 증표 또는 그 증표에 관한 정보로서 발행인(대통령령이 정하는 특수관계인을 포함한다) 외의 제3자로부터 재화 또는 용역을 구입하고 그 대가를 지급하는데 사용되고, 구입할 수 있는 재화 또는 용역의 범위가 2개 업종(「통계법」 제22조제1항의 규정에 따라 통계청장이 고시하는 한국표준산업분류의 중분류상의 업종을 말함)이상인 경우"를 말한다. 다만, 전자화폐는 제외된다.

한편, 온라인서비스의 이용실적이나 구매실적 등에 따라서 마일리지나 포인트 등의 명목으로 지급되는 경우가 있다. 이러한 포인트나 마일리지의 성질을 어떻게 볼 것인가에 따라 당사자의 권리의무가 달라진다. 포인트나 마일리지가 물품이나 서비스를 구입하기 전의 선급된 것으로서 이용되는 경우와 구입실적, 사용실적, 활동실적에 따라 사후에 적립되는 경우가 존재한다. 전자의 경우에는 앞에서 살펴본 사이버머니 등과 동일하게 취급된다. 후자의 경우에도 "미리 대가를 지급하지 아니한 선불전자지급수단"을 인정하고 있는 점(전자금융거래법 제28조 제3항 제1호 다목)을 고려할 때 전자적 지급수단으로 활용될 수 있고, 동법 제2조 제14호의 요건을 충족하는 한 선불전자지급수단으로 볼 수 있을 것이다.[38]

이상과 같은 전자화폐이나 전자지급수단을 이용하여 전자지급거래를 위한 약정을 한 경우에 그러한 전자지급거래계약에 따라 금융기관이나 전자금융업자는 거래지시한 금액을 지급하여야 한다.[39]

나. 디지털 유산의 상속성

1) 온라인 콘텐츠

온라인유산이 저작물인 경우에는 그에 대하여 저작권법이 규정하는 저작재산권이 상속에 따라 승계된다. 반면, 저작권 중 공표권, 성명표시권, 동일성유지권 등의 저작인격권은 저작자 일신에 전속하기 때문에 상속이 이루어지지 않는다.[40]

---

38) 손진화, "가상세계화폐에 관한 규정의 검토", 경원대학교 법학연구소 주최 가상세계산업진흥법제정방안 세미나 자료집(2010.12.13.), 4-5면.
39) 전자금융거래법 제12조 제1항.
40) 저작권법 제14조 제1항.

한편, 온라인콘텐츠가 저작물로 보호받을 정도에까지 이르지는 않았지만, 상당한 노력으로 제작하여 콘텐츠산업 진흥법에 따라 표시한 콘텐츠의 경우에는 5년간 영업에 관한 이익을 보호받게 된다. 이러한 콘텐츠에 관한 권리는 영업에 관한 이익의 보호를 위한 것으로서 일신에 전속하지 않는다. 따라서 상속인은 동법에 따른 콘텐츠에 관한 권리를 승계할 수 있다.

결과적으로 디지털 유산이 저작물이든 아니든 기본적으로는 그에 대한 저작권 또는 영업에 관한 이익에 대한 권리는 상속인이 승계하게 된다. 다만, 저작인격권은 상속되지 않기 때문에 저작인격권에 따른 권리는 행사할 수 없다.

2) 온라인 계정

온라인 계정은 이용자의 아이디(ID), 비밀번호, 개인신원정보, 이용정보 등을 총칭하는 개념으로 계약에 따라 당사자에게 인정되는 채권적 권리로 파악할 수 있다.[41] 채권적 권리로 파악하는 이상 일반적으로 상속이 인정되지만, 계정에는 재산적 가치만이 인정되는 정보 외에 비재산적·인격적 가치가 포함된 정보도 혼재되어 있다. 예를 들면, 피상속인의 개인식별정보나 계정을 이용하는 중에 기록된 각종 활동은 인격의 발현으로 볼 수 있다. 이러한 정보도 상속이 가능한가에 대하여 논란이 제기될 수 있다.

특히, 개인정보 보호법이나 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률이 제3자에게 개인정보를 제공하거나 취급을 위탁하는 경우에는 이용자의 동의를 받도록 하고, 누구든지 정보통신망에 의하여 처리·보관 또는 전송되는 타인의 정보를 훼손하거나 타인의 비밀을 침해·도용 또는 누설할 수 없도록 하고 있는 점을 근거로 하여 개인신원정보나 활동 기록 등의 승계를 허용하지 않는 경우가 문제된다.[42] 그러나 개인정보 보호법상의 개인정보는 "살아 있는 개인에 관한 정보로서 성명, 주민등록번호 및 영상 등을 통하여 개인을 알아볼 수 있는 정보(해당 정보만으로는 특정 개인을 알아볼 수 없더라도 다른 정

41) 동지 김기중, 전게논문, 27면.

42) 실제 온라인서비스 제공자들 중에 이러한 이유로 미니홈피나 블로그의 승계를 허용하지 않는 경우도 있다. 안진혁, "사망자의 디지털 유산 취급 현황 및 문제점", 사자(사망자)의 디지털 유산 관리현황과 개선방안(2010.10.13. (사)한국인터넷자율정책기구 세미나 자료집), 1면.

보와 쉽게 결합하여 알아볼 수 있는 것을 포함한다)"이고, 정보통신망법에서 보호하는 개인정보는 "생존하는 개인에 관한 정보로서 성명·주민등록번호 등에 의하여 특정한 개인을 알아볼 수 있는 부호·문자·음성·음향 및 영상 등의 정보(해당 정보만으로는 특정 개인을 알아볼 수 없어도 다른 정보와 쉽게 결합하여 알아볼 수 있는 경우에는 그 정보를 포함한다)"로 정의되어, 두 법 모두 사망한 자에 대한 정보는 보호의 대상으로 삼고 있지 않다.[43]

한편, 비공개 온라인정보가 아닌 이상 활동기록은 정보통신망법 제49조에 의한 비밀에 해당하지 않는다. 더욱이 온라인계정은 아이디와 비밀번호를 핵심적인 요소로 하지만, 실제로는 다른 활동을 위한 수단이나 도구, 관문의 특성이 강하다.

또한 개인정보도 순수하게 인격적 특성만을 가진 것은 아니고 관련 법률에 따르더라도 당사자의 동의에 기반하여 수집 및 유통이 가능한 경제적 재화의 성격도 함께 가지고 있다. 따라서 온라인계정 그 자체는 온라인서비스 제공자와의 계약에 따른 온라인서비스 이용권으로 파악할 수 있고, 결과적으로 상속도 인정할 수 있다. 다만, 계정의 상속을 이용하면, 계정을 통하여 접근할 수 있는 모든 정보에 대한 포괄적인 권한을 행사할 수 있으므로 상속의 대상이 아닌 정보까지도 접근할 수 있다는 문제가 있다. 그러나 상속 대상이 아닌 정보에 접근할 수 있다고 하더라도 그에 대한 상속이 허용되는 것은 아니기 때문에 그에 대한 권리 행사나 이용은 불가능할 것이며, 결과적으로 이러한 위험 때문에 계정의 상속을 부인할 것은 아니다. 이에 대하여 "계정이용권은 사망자의 인격을 표상하는 계정정보(아이디, 비밀번호)와 밀접하게 관련되어 있고, 계정의 이용행위는 가상공간에서 인격의 활동으로 볼 여지가 있으며, 서비스제공자의 입장에서도 아이디와 비밀번호에 의해서 접속한 경우에만 서비스를 제공한다는 점에서 서비스 이용자 '개인'의 신분을 구분하여 서비스를 제공하므로, 계정이용권도 사망자 개인에게 전속한 권리로 보는 것이 타당"하다는 견해도 있다.[44] 이 견해는 이에 대한 추가적 근거로 약관상의 부정 이용 및 양도 금지 규정을 들고 있다. 그러나 약관에 양도금지가 규정되어 있다고 하여 그 법적 성질이 상속불가로 되는 것은 아니고, 본문에서 제시한 근거들로부터 상속 가능한 것으로 파악할 수 있다.

---

43) 개인정보 보호법 제2조 제1호, 정보통신망법 제2조 제1항 제6호.
44) 김기중, 전게논문, 27면.

3) 온라인 전자지급결제수단

전자화폐,[45] 온라인 상품권, 사이버 포인트, 온라인 마일리지, 사이버캐시 등 다양한 온라인 전자지급결제수단은 그 특성이 전자지급약정에 따른 채권적 권리로 파악되기 때문에 상속될 수 있다.

5. 국내 주요 입법안의 내용과 의미

가. 디지털 유산에 대한 국내 주요 입법제안의 내용

미국 코네티컷 주는 상속 관련 법률[46]에서 45a-334a는 사망한 자의 전자우편 정보에 대한 유언집행자의 접근권을 규정하고 있는데, 이 규정은 디지털 정보에 대한 상속인의 권리를 규정하고 있는 거의 유일한 입법례인 것으로 보인다.

코네티컷 주는 위 법률에서 이메일 서비스제공자(email service provider)의 개념을 정의하고 이메일 서비스제공자에 의해 저장되어 있는 이메일과 이메일에 관련된 정보(any other electronic information .. that is directly related to the electronic mail services)를 규율대상으로 규정하면서, 이메일 서비스제공자에게 유언집행자의 서면에 의한 요청에 따라 사망자(피상속인)의 이메일 계정에 접속(access)하도록 하거나 그 사본을 제공할 의무를 부과하고 있다[47].

---

45) 현금통화에 대응하는 의미에서의 전자화폐는 제외된다. 통화로서의 전자화폐가 출현하면, 이는 곧 현금과 동일하기 때문에 오프라인 상의 통화 화폐의 상속성이 인정되는 것처럼 그러한 전자화폐도 당연히 상속성이 인정된다.

46) General Statutes of Connecticut Title 45a Chapter 802b Section 334a available at http://www.cga.ct.gov/2011/pub/titles.htm

47) 그 전문은 다음과 같다.

Sec. 45a-334a. Access to decedent's electronic mail account.

(a) For the purposes of this section:

(1) "Electronic mail service provider" means any person who (A) is an intermediary in sending or receiving electronic mail, and (B) provides to end-users of electronic mail

즉, 코네티컷 주는 사망자의 전자우편과 관련 '정보'(electronic information)를 '상속'의 대상이 되는 '재산'으로 보고, 유언집행자가 사망자의 재산을 효과적으로 수집할 수 있도록 필요한 절차를 규정하고 있다. 한국의 경우, 천안함 사건에 의해 사망한 군인들의 유족들이 미니홈피나 블로그의 정보제공을 요구하는 과정에서, 최진실 등 유명인들의 사망 이후 그 미니홈피 등을 추모목적으로 유지하려고 하는 유족이나 대중들의 요구 등으로 인하여, 디지털 유산의 처리문제는 사회문제가 되었고, 이 과정에서 국회에서도 정보통신망법 개정안의 형식으로 제한적인 범위에서 디지털 유산의 상속을 인정하는 특별 규정을 두고자 하였다. 그 대략의 내용을 정리하면 아래의 표와 같다.

<표2-3> 사망자의 디지털 유산 관리 관련 정보통신망법 개정법안 현황[48)]

구분	유기준 의원안	박대해 의원안	김금래 의원안
요청인	상속인	사전 지정 관리자, 배우자·2촌 이내 친족·후견인	배우자·2촌 이내 친족·후견인

services the ability to send or receive electronic mail; and

(2) "Electronic mail account" means: (A) All electronic mail sent or received by an end-user of electronic mail services provided by an electronic mail service provider that is stored or recorded by such electronic mail service provider in the regular course of providing such services; and (B) any other electronic information stored or recorded by such electronic mail service provider that is directly related to the electronic mail services provided to such end-user by such electronic mail service provider, including, but not limited to, billing and payment information.

(b) An electronic mail service provider shall provide, to the executor or administrator of the estate of a deceased person who was domiciled in this state at the time of his or her death, access to or copies of the contents of the electronic mail account of such deceased person upon receipt by the electronic mail service provider of: (1) A written request for such access or copies made by such executor or administrator, accompanied by a copy of the death certificate and a certified copy of the certificate of appointment as executor or administrator; or (2) an order of the court of probate that by law has jurisdiction of the estate of such deceased person.

(c) Nothing in this section shall be construed to require an electronic mail service provider to disclose any information in violation of any applicable federal law.

48) 김유향, 디지털 유산 관련 쟁점과 국내 입법현황, KISO저널 2010 Fall(Vol. 3), 28쪽

요청대상	개인정보 목록	미니홈피, 블로그 관리	블로그, 홈페이지 등 관리
ISP의 권한·의무	사자의 개인정보목록 제공 및 파기 의무	미니홈피 등 관리권한 부여 가능	홈페이지 등 관리권한 부여 가능 사자의 개인정보 파기 의무
제안일	2010.7.12	2010.7.21	2010.9.9

<표2-4> 정보통신망법 신설조항 전문[49)]

대표발의	신설 조항
유기준(안)	제29조의2(사망자 개인정보의 보호) ① 정보통신서비스 제공자등은 사망한 이용자의 상속인이 요청하는 경우 보유하고 있는 사망자의 개인정보에 관한 목록을 그 상속인에게 통보하여야 한다. ② 정보통신서비스 제공자등은 이용자 상속인의 요청에 따라 사망자의 개인정보를 즉시 파기하거나 필요한 보호조치를 하여야 한다. ③ 제1항에 따른 개인정보 목록의 통보와 제2항에 따른 개인정보의 파기 및 보호조치에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
박대해(안)	제25조의2(사망자의 미니홈피등의 관리) ① 이용자의 배우자, 2촌 이내의 친족 또는 「민법」 제928조에 따른 후견인(이하 "배우자등"이라 한다)은 이용자가 사망한 경우 이용자의 개인정보 보호 및 관리를 위하여 정보통신서비스 제공자등에게 사망자의 미니홈피 또는 블로그(이하 "미니홈피등"이라 한다)의 관리에 필요한 조치를 요청할 수 있다 ② 제1항의 요청을 받은 정보통신서비스 제공자등은 사망자의 개인정보 보호 및 관리를 위하여 필요하다고 판단하는 경우 배우자등에게 사망자의 미니홈피등을 관리하게 할 수 있다. 다만, 타인의 비밀을 보호하기 위하여 필요한 경우에는 그 일부만을 관리하게 할 수 있다. ③ 정보통신서비스 제공자등은 제2항에 따라 배우자등이 사망자의 미니홈피등을 관리하는 경우 그 사실을 알기 쉽게 명시하여야 한다. ④ 배우자등은 사망자의 미니홈피등을 개인정보 보호 및 관리 목적 외의 용도로 사용하여서는 아니 된다. ⑤ 제1항 및 제2항에 따른 관리의 요청 방법, 절차 및 관리 범위 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

49) 김유향, 디지털 유산 관련 쟁점과 국내 입법현황, KISO저널 2010 Fall(Vol. 3), 29쪽

	제30조의2(미니홈피등의 관리자 지정 등) ① 이용자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하게 되는 경우 본인의 미니홈피등을 미리 지정하는 자에게 관리하게 할 수 있다. 1. 사망한 때 2. 실종 또는 의식이 불명한 때 ② 정보통신서비스 제공자등은 제1항에 따라 지정된 자가 이용자의 미니홈피등의 관리를 요청하는 경우 이에 필요한 조치를 하여야 한다. 이 경우 요청자는 필요한 서류를 정보통신서비스 제공자등에게 제출하여야 하며, 이용자의 미니홈피 등을 목적 외의 용도로 사용하여서는 아니 된다. ③ 이용자의 미니홈피등의 관리에 관하여는 제25조의2제2항 및 제3항을 준용한다. ④ 제1항 및 제2항에 따른 제3자의 지정 방법 및 절차 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. 제71조[50] 3호의 2. 제25조의2 또는 제30조의2제2항을 위반하여 이용자의 미니홈피등을 이용하거나 관리하게 한 자 및 영리 또는 부정한 목적으로 미니홈피등을 이용하거나 관리한 자
김금래(안)	제25조의2(사망자의 블로그 또는 홈페이지 등의 관리) ① 이용자의 배우자, 2촌 이내의 친족 또는 「민법」 제928조에 따른 후견인(이하 "배우자 등"이라 한다)은 이용자가 사망한 경우 이용자의 개인정보 보호 및 관리를 위하여 정보통신서비스 제공자등에게 사망자의 블로그 또는 홈페이지 등(이하 "홈페이지 등"이라 한다)의 관리에 필요한 조치를 이용자 사망신고 후 6개월 이내에 요청할 수 있다. ② 제1항의 요청을 받은 정보통신서비스 제공자등은 사망자의 개인정보 보호 및 관리를 위하여 필요하다고 판단하는 경우 배우자 등에게 사망자의 홈페이지 등을 관리하게 할 수 있다. ③ 배우자 등은 사망자의 홈페이지 등을 개인정보 보호 및 관리 목적 외의 용도로 사용하여서는 아니 된다. ④ 제1항 및 제2항에 따른 관리의 요청 방법, 절차 및 관리 범위 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. 제28조의3(사망자의 통보) ① 대법원장은 「가족관계의 등록 등에 관한 법률」 제84조에 따라 사망신고를 받은 날부터 6개월 이내에 제44조의5제1항 제2호[51]에 해당하는 자에게 각 호의 사항을 통보하여야 한다. 1. 사망자의 성명 2. 사망자의 주민등록번호 ② 제1항에 따른 사망자 통보의 절차 및 방법에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다. 제29조[52] (각 호 외의 부분 단서 중 "다른"을 "제25조의2에 따라 홈페이지

	등을 관리하는 경우와 다른"으로 하고, 같은 조에 제5호를 다음과 같이 신설한다.) 5. 제28조의3제1항에 따라 대법원장으로부터 사망자로 통보된 경우

나. 입법안의 의미와 한계

위 각 입법안은 그동안 논의조차 되지 않았던 디지털 유산에 관한 처리방안을 입법적으로 해결하고자 시도하고 있다는 점에서 그 의미는 크다고 하지 않을 수 없다. 하지만, 각 입법안은 디지털 유산 전반에 관한 해결방안을 제시하지 못하고, 현실에서 발생한 몇 가지 특수한 요구에 대해 임기응변적인 대응안만을 제시하고 있어 한계가 크다.

먼저 유기준안은 사망자의 개인정보가 실제로 파기될 수 있도록 필요한 절차를 마련하고 있고, 현실에서 사망자의 개인정보가 실제로 파기되지 않고 있을 것으로 추측된다는 점에서 사망자의 개인정보를 상속인들에 의해 실제로 폐기될 수 있도록 한다는 점에 의미가 있다.

하지만, 개인정보보호법에 의하면 개인정보보관자는 개인정보의 보유목적을 달성한 후에는 해당 개인정보를 파기하도록 하고 있고, 대부분의 서비스제공자들은 그 이용약관과 개인정보취급방침에 이러한 원칙을 반영하고 있으므로, 회원이 사망하였고 그러한 사실이 확인된 경우 서비스제공자는 사망한 회원의 개인정보를 파기할 의무가 있다고 할 수 있다. 따라서 개인정보보관자에게 사망한 개인의 정보를 파기하도록 하는 의무를 부과하는 유기준안은 그 실효성이 크다고 할 수는 없고, 디지털 유산의 처리방안에 관하여는 아무런 답변을 하지 않고 있어 근본적인 해결방안이 될 수 없다.

박대해안과 김금래안은 모두 사망한 이용자의 블로그와 미니홈피 또는 홈페이지(규율

50) 제71조(벌칙) 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자는 5년 이하의 징역 또는 5천만원 이하의 벌금에 처한다.(후략)

51) 제44조의5(게시판 이용자의 본인 확인) (중략) 2. 정보통신서비스 제공자로서 제공하는 정보통신서비스의 유형별 일일 평균 이용자 수가 10만 명 이상이면서 대통령령으로 정하는 기준에 해당되는 자

52) 제29조(개인정보의 파기) 정보통신서비스 제공자등은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 해당 개인정보를 지체 없이 파기하여야 한다. 다만, 다른 법률에 따라 개인정보를 보존하여야 하는 경우에는 그러하지 아니하다.(후략)

의 대상 측면에서 양자를 굳이 구분할 필요는 없다)를 입법안의 규율대상으로 하며, 제한된 범위의 친족(2촌 이내의 친족 또는 후견인)이 서비스제공자에게 일정한 청구를 할 수 있도록 하되, 친족이 직접 대상 블로그나 홈페이지를 '관리'할 수 있도록 하는 것을 특징으로 한다.

이들 입법안은 과거의 사례에 직접적으로 대응하는 것을 그 내용으로 하고 있다. 즉, 천안함 유족들의 요구, 유명인들의 유족들의 요구는 대부분 사망자가 운영했던 홈페이지나 블로그에 접속하여 계속 관리하면서 추모 등의 용도로 이용하겠다는 것이었으므로, 이들 입법안은 현재 현실에서 발생하고 있는 문제를 직접적으로 해결할 수 있다는 점에서 일응 필요한 입법안으로 보인다. 하지만, 서비스제공자에게 일정한 행위를 요구할 수 있는 자의 범위를 배우자나 2촌 이내의 친족 등으로 제한하여 민법상 상속인의 범위와 다르게 정하고 있어 민법에 의한 상속절차와 어떤 관련이 있는지 의문이 제기될 수 있고, 규율의 대상을 홈페이지나 블로그로 제한하고 있으나 디지털 유산은 홈페이지나 블로그로 한정되어 있지 않으므로 무척 제한적인 해결방안에 불과하며, 유족들이 디지털 유산의 '관리'가 아니라 다른 조치를 원할 경우 대응방안이 될 수 없다는 한계가 있다.

다만, 이들 입법안의 취지와 그 한계는 디지털 유산에 대한 적절한 대응방안을 찾는 데에 중요한 시사점을 제시하고 있다는 점은 분명하다.

제3절 해외 사례

1. 해외에서 사망자의 디지털 유산 처리 현황[53)]

가. 서론

미디어가 일상생활에 미치는 영향력이 증가하면서 언론보도와 인터넷 공간에서의 표현의 자유에 대한 소송과 갈등도 늘어나고 있다. 특히 상업적인 목적으로 개인의 사생활과 초상권을 침해한다는 이유로 진행되는 법적 소송도 증가추세이다. 개인적인 정보에는 사적인 이메일을 비롯하여 개인사진, 페이스북(facebook)이나 싸이월드(cyworld)에 게재된 자신의 신상정보, 인터넷 쇼핑몰의 개인구좌정보, 주거단지에 설치된 CCTV에 찍힌 출퇴근 영상 등이 모두 포함된다. 인터넷에는 개인의 일생을 알 수 있는 수많은 정보가 산재해 있다. 이러한 정보는 매일같이 생산되고 누적된다. 만일 개인이 자신의 정보를 스스로 지우지 않는다면, 정보는 지속적으로 쌓여서 결과적으로 개인적으로 민감한 사생활 공간을 외부에 공개하고 모두가 지켜보는 가운데 살아가는 형태가 될 것이다.

그렇다면 사망자의 경우에는 어떻게 될 것인가? 죽으면 그만인가? 자신의 개인정보를 삭제하지 못하고 죽게 되면, 원하지 않더라도 자신이 살아가면서 겪었던 기쁜 일과 슬픈 일, 때로는 부끄러운 일까지 모두 세상에 공개되고, 영원히 떠돌아다니게 된다. 특히 개인의 계정은 가입자가 직접 관리해야 하는 사회적 네트워크 서비스(SNS, Social Network Service)의 경우에는 더욱 그러하다. 그러나 아직까지 법적으로 디지털 공간에 산재한 사망자의 디지털 유산을 처리하는 방법에 대한 별도의 법안이나 대책은 없다.

디지털 유산(digital assets)이란 개인이 사망한 이후에도 인터넷에 남아있는 계정과 정보를 의미한다. 특히 페이스북, 트위터(twitter), 유투브(youtube), 싱(xing)과 같은 종류의 SNS에 있는 신상정보와 사진, 글, 영상과 같은 극히 개인적인 정보를 의미한다. 그러나 엄밀한 의미에서 법률적으로 사자의 디지털 유산에는 개인이 사망한 이후에 인터넷에 남

53) 독일을 중심으로 한 해외국가 현황은 심영섭 박사(한국외대 언론정보학부 강사)의 자문을 받아 완성하였음

긴 모든 콘텐츠를 포함한다. 예를 들어 한 개인이 자신만의 아이디어로 개인홈페이지를 구축하고, 자신의 글자체나 디지털문양을 고안하여 인터넷에 유통시켰을 경우, 이에 대한 지적재산권은 사후에도 유효하다는 것이다. 이러한 경우 독일법과 대륙법은 기본적으로 인터넷에 남겨진 디지털 유산도 상속의 대상으로 인정한다. 물론 유족이 사자의 지적재산권을 가지고 경제적 효용을 얻지 못한다고 하더라도, 사자의 지적재산권은 사자가 생존기간에 특별한 유언이나 조치를 취하지 않은 상태에서는 당연히 유족의 재산이 될 수밖에 없다.

그러나 실질적인 상속이 가능한지 그리고 SNS를 관리하는 인터넷서비스제공사업자(ISP, Internet Service Provider)가 유족이 제기한 사자의 디지털 유산의 정상적인 상속을 거부할 경우에는 어떻게 되는가? 법적으로 이를 규제할 수 있는가? 오늘날 가장 많은 가입자를 보유한 SNS는 대부분 독일이 아닌 미국에 있다. 페이스북(facebook)은 캘리포니아 주 팔로 알토(Palo Alto)에 본사가 있으며, 비즈니스-네트워크(Business-Network)도 캘리포니아 마운틴 뷰(Mountain View)에 본사를 두고 있다. 인터넷에 대한 국제법규가 없는 상황에서 독일법원이 미국 캘리포니아 법에 따라서 규제받는 페이스북등을 규제할 수 있는가? 결론은 '없다'이다.

그렇다면 해외에서의 디지털 유산에 대한 처리는 어떻게 진행되고 있는가? 디지털 유산의 처리와 관련하여 미국과 유럽연합의 처리방식에는 큰 차이를 보이고 있다. 미국은 법률 체계상 판례중심으로 운영되는 사례가 많다. 그래서 별도의 법률을 통해서 디지털 유산에 대한 처리방안을 정하지 않는다면, 재판을 통해 나온 판례가 곧 법으로 정착되는 사례가 많다. 미국에서 가장 먼저 디지털 유산 처리를 위해 발 벗고 나선 것은 사적인 영역에서였다. 94세의 일기로 세상을 떠난 제레미 토만(Jeremy Toeman)의 할머니는 생전에 누구보다도 활발하게 활동한 디지털 네이티브(digital natives)였다. 방대한 이메일과 인간관계를 남긴 할머니의 유산을 관리하기 위해 토만은 새로운 형태의 디지털 정보관리 서비스업체인 레거시로커(Legacy Locker)를 설립했다. 레거시로커는 사자(사망자)들이 사이버공간에서 커뮤니티 활동을 하면서 남긴 이메일 계정과 블로그, 사진, 동영상 등을 관리해주는 대행업체이다. 미국에서 설립된 레거시로커와 유사한 업체들이 전 세계적으로 늘어나고 있다. 미국의 비탈로크(vitallock)를 비롯하여 스위스에 본사를 둔 데이터 인헤리트(Data Inherit), 스웨덴에 본사를 둔 마이웹윌(mywebwill)은 대표적인 디지털 유산 관리회

사이다. 이러한 회사가 설립된 배경은 사랑하는 사람을 병이나 사고로 잃은 가족이 사자를 기억하기 위해서 생전에 그가 남긴 유산의 하나인 디지털 기록을 소유할 수 있도록 돕기 위해서이다.

유럽연합 차원에서는 이러한 문제를 해결하기 위한 법률이 존재하는가? 그렇지 않다. 유럽연합 차원에서 아직까지 인터넷 공간에서의 디지털 유산에 대한 처리와 관련하여 통일된 규정이나 법률을 제정하지 않고 있다. 단지 소수의 인터넷에서의 초상권과 개인의 명예훼손에 대한 지침과 판례가 있을 뿐이다. 오히려 국가별로 법적 제도적 차이가 크다. 이러한 한계에도 불구하고 유럽국가의 대부분은 최근 개인의 존엄성과 사생활 보호를 강화하는 방향으로 사자의 디지털 유산이 처리되고 있다. 전통적으로 언론의 자유와 표현의 자유를 개인의 사생활 보호만큼이나 중요한 가치로 보호하는 독일과 북유럽을 비롯한 국가에서도 유럽연합과 유럽인권재판소에서 요구하는 사생활 보호 강화에 대한 요구가 관철되고 있다. 독일연방법원의 경우에도 2008년2월26일 판결을 통해(1 BvR 1602/07) 공적인 활동과 관련하여 촬영된 사진이나 영상이 아닌 경우에는 당사자의 허락 없이 공표하는 것을 사실상 금지하고 있다. 즉 개인 사생활에 대한 무분별한 공표를 금지하고 있다. 특히 사자에 대한 디지털 유산과 관련해서는 그 정보가 어떠한 맥락에서 공표되는지를 판단의 기준으로 정하지만, 공적 이익이 명확하지 않은 경우에는 유가족의 의사가 중요한 판단 기준이다. 이 글에서는 해외에서의 사자의 디지털 유산에 대한 처리에 초상권 보호의 범위와 사자에 대한 권리보호의 경향을 살펴보고, 구체적인 사례로 법률과 판례를 통해 이를 보호하는 독일의 사례를, 이어서 사자에 대한 디지털 유산처리에 대한 분쟁사례를 찾아보았다. 또한 사자의 디지털 유산에 대한 상속 혹은 처리에 대한 법규와 사례에 대해 살펴보았다. 나아가 표현의 자유와 언론의 자유를 기본권을 보장하고, 이를 위해 법적 규제보다는 자율규제를 중시하는 독일에서의 인터넷 자율규제와 관련 단체에 대해 알아보았다. 마지막으로 해외사례가 우리나라에 주는 시사점을 결론과 함께 제시했다.

나. 해외에서의 사자의 디지털 유산 처리 경향

아직까지 디지털 유산의 처리와 관련하여 법률을 제정한 국가는 없다. 대부분의 경우는 ISP의 의무와 유족의 권리에 대한 판례가 있거나, 이러한 판례를 근거로 ISP가 정한 내규

정도이다. 대표적으로 미국의 경우 엘스워스 병장 판결이 있다. 이라크에 파병되었던 미 해병대의 병사의 저스틴 엘스워스(Justin Mark Ellsworth) 병장은 2004년11월13일 사제폭탄을 해체하는 작업을 하다가 전사했다. 그의 가족은 아들이 가지고 있던 야후(yahoo)의 계정에 남아있는 아들의 이메일과 사진 등의 기록을 보길 원했다. 그러나 아들계정의 비밀번호를 알 수는 없었다. 변호사를 통해 야후에 아들의 비밀번호를 알려줄 것을 요청했지만, 야후는 이를 거절했다. 엘스워스 유가족은 야후(yahoo)를 상대로 엘스워드 병장이 사용했던 이메일 계정 비밀번호를 알려줄 것을 요구하는 소송을 그가 살았던 미시간 주 오클랜드(Oakland County)군 지법에 소송을 제기했다. 오클랜드 지법은 2005년 4월 6일 판결을 통해서 야후가 개인의 사생활 보호를 명분으로 거부한 엘스워스 병장의 이메일 계정을 유가족에게 제공하라고 승소판결을 내렸다. 그러나 야후가 엘스워스 병장 유가족에게 전달한 것은 CD 한 장으로 그 안에는 1만 쪽 이상이나 되는 수많은 기록물이 있었다. 하지만, 비밀번호를 제공하지 않았기 때문에 구체적인 내용을 모두 확인할 수는 없었으며, 엘스워스 병장이 받은 메일만 담겨 있었을 뿐, 엘스워스 병장이 작성한 메일은 하나도 담겨 있지 않았다. 야후는 법원의 판결을 이행했을 뿐 아니라 야후의 개인정보보호 정책(privacy policy)도 준수했다.[54]

54) http://www.justinellsworth.net/email/detnewsapr.htm

<그림2-3> 엘스워스 병장 유가족의 소송에 대한 지역신문의 기사

The Detroit News

Playoffs may be Brown's final run

Schools sue over No Child funding

Family gets GI's e-mail

They win right to see late son's messages

Ford braces for deeper cost cuts

Pope Benedict wants Szoka to keep running the Vatican

'FOCKERS' FULL OF BIG TALENT, BIG LAUGHS

The Detroit News

GM to slash more white-collar jobs

Family's Yahoo! fight goes national

Deadliest attack could signal longer U.S. stay

Bush: Base bombing won't derail Iraq elections

Picking a painkiller means weighing risks

Bush may scrap state tax break

자료 : www.justinellsworth.net(2011.8.30 최종검색)

이 판결은 인터넷 서비스 제공자의 정책에 두 가지 차원에서 영향을 미쳤다. 첫째는 주로 이메일이나 계정관련 서비스의 경우에는 비밀번호와 계정정보를 어떻게 처리하느냐에 중점을 두고 있다. 야후(Yahoo)는 전 세계적으로 발생하는 사자의 디지털 유산 상속신청을 준법감시팀(Criminal Compliance Team)에서 처리한다. 사자의 유족이 승계를 희망할 경우 신청일로부터 늦어도 2달 안에 사자의 계정정보가 들어있는 CD나 DVD를 유족에게 전달한다. 계정삭제는 명백한 삭제요청이 있을 경우에만 가능하다. 야후는 사자의 이메일 계정 내용을 제3자가 변형시키거나 승계하는 것을 원칙적으로 허용하지 않고 있다. 이는 사자의 권리는 생존하는 자연인의 권리와 구분되며, 일종의 기록물 관리에 해당하기 때문이다.

반면 독일의 경우, 상속인은 사자가 남긴 모든 디지털 유산을 상속할 수 있다. 만일 자

신이 상속인임을 증명할 수 있다면, ISP에 새로운 비밀번호를 요구할 수도 있다. 독일의 경우에 이메일 서비스업체인 gmx.de와 web.de는 사자의 상속인임을 확정할 수 있는 경우에 모든 디지털 유산에 대한 상속을 허용한다. 유족이 사자의 사망증명서와 그의 유족임을 증명하는 서류를 제출하면 계정의 비밀번호를 알려주고, 사자의 정보를 처리할 시간을 준다. 사자의 개인 이메일 계정은 지속적으로 사용할 수는 없지만 저장된 편지와 주소록 등 사자의 디지털 유산은 유가족이 상속을 위해 저장할 수 있고, 일정기간 추모를 목적으로 계정을 유지할 수 있다. 미국이 ISP의 관리권이 중요하게 강조된다면, 독일의 비롯하여 유럽의 경우에는 유족의 상속권이 강조된다.

<표2-5> 미국과 독일의 사자의 디지털 유산 처리 비교

	미국	독일
법적근거	판례 중심	실정법 적용 (판례 보완)
상속권	판례에 따라 부분적으로 가능하지만, ISP마다 다른 규정적용	디지털 유산도 상속 가능한 지적재산권으로 간주
계정유지	ISP의 내규에 따라서 처리 (ISP에 권한이 강해서 상속자의 선택권은 비교적 적음)	ISP의 내규에 따라서 처리 (상속자의 선택권이 큼)

둘째는 인맥 쌓기가 중요하게 작용하는 SNS의 경우에는 이메일 계정과는 조금 다르게 처리된다. 이 경우 대다수의 SNS에서 일정한 기간 동안 추모공간을 유족이 운영할 수 있도록 배려하기도 한다. 페이스북(facebook)과 트위터(twitter)와 독일의 StudiVZ이나 SchuelerVZ, MeinVZ은 사자의 디지털 유산을 삭제할지 지속적으로 관리할지에 대해 유족이 선택할 수 있게 한다. 상속을 위한 증빙서류는 사망증명서와 상속증명서이다. 상당수의 유족은 일정기간 계정을 유지하면서 방명록을 관리하거나 사자의 친지들에게 추모할 수 있는 기간을 주길 희망한다. 그래서 소셜 미디어의 경우에는 사자의 유족과 합의를 통해서 지속적으로 계정을 유지할지 혹은 추모공간으로 활용할지에 대해 정하는 약정을 운영하고 있다.

마지막으로 사자의 디지털 유산을 상속재산으로 인정하느냐와 관련한 문제이다. 미국의

경우 디지털 유산을 재산권으로 인정한다는 명확한 법적 근거는 없다. 그러나 독일의 경우에는 디지털 유산도 하나의 상속 가능한 재산권으로 인정하고 있다.

다. 독일에서의 사자의 디지털 유산 관련 규제법률[55)]

1) 지적재산권에 대한 관계 법률

사자의 디지털 유산과 관련하여 적용되는 법률은 크게 유산상속에 대한 일반 법률과 지적재산권법, 예술저작권법, 특허법등 다양한 법률이 적용된다. 인터넷 공간에서의 상속은 일반적인 상속과 동일하게 취급되며, 상속을 희망하는 유족은 반드시 유족이라는 증명을 할 수 있어야 한다. 유족임을 증명한 이후에는 상속이 가능한데, 이때 상속할 수 있는 디지털 유산의 법적 구속력은 디지털 유산의 성격에 따라서 달라진다(Schrey, 2010).

사자의 디지털 유산을 상속받기 위해서는 가장 먼저 유산을 상속받는 유족이라는 증명서가 필요하다. 유족의 상속권은 2009년 9월 1일부터 유효하게 적용되는 가족법(Gesetz ueber das Verfahren in Familiensachen und in den Angelegenheiten der freiwilligen Gerichtsbarkeit, FamFG)에 따라서 사자가 사망 직전에 거주했던 지역의 관할법원에서 유산관련 재판을 담당하도록 하고 있다(가족법 제343조). 그러나 독일의 16개주 가운데 바덴-뷔르템베르크(Baden-Wuerttemberg)주만 유일하게 공증인(Notar)이 대행할 수 있도록 주가족법 제38조에 따라 예외를 인정하고 있다. 가정법원의 역할 가운데 가장 중요한 역할은 유족의 상속증명서 발급이다.

독일민법(BGB) 제2353조에 따라서 상속에 대한 사항은 반드시 사자의 유언장과 상속약정서에 근거하도록 하고 있다. 이에 따라서 법원은 사자의 상속권과 사자의 유산에 대한 관리권에 대한 결정을 내린다. 물론 사자의 주소지 가정법원의 결정에 대해 유족이 승복할 수 없을 때는 주가정법원에 항소할 수 있다. 유족이 상속증명서를 발급받게 되며, 디지털공간에서의 유산도 일반적인 유산과 동일에게 사자의 가족에게 상속대상이 된다. 이때 상속받을 수 있는 재산에 대해서는 다양한 법률이 적용된다.

---

55) 이 부분은 함부르크소재 한스 브레도우 연구소의 볼프강 슐츠(Wolfgang Schulz)소장과 베를린에서 거주하는 페터 쿠피쉬(Peter Kupisz) 변호사의 자문을 받았다.

첫째는 특허법(Patentgesetz)이다. 누군가가 특허법에 따라서 새로운 기술이나 아이디어를 개발하여 특허를 받고서 인터넷상에 제공하다가 사망한 경우, 유족은 특허를 상속할 수 있다. 인터넷상에서의 특허가 예외적인 상황이기는 하지만, 이 경우에도 사자의 디지털 유산으로 상속이 가능하다. 사자가 특허를 받았을 경우에는 특허 등록 후 20년까지 재산권을 인정받으며, 사자가 특허 기간 안에 사망하면, 유족이 나머지 특허기간의 재산권을 상속한다.

둘째는 상표법(Markengesetz) 제3조제1항에 따라서 자신의 특허를 신청한 상표나 명칭, 디자인에 대해서 최고 10년까지 재산권을 인정받으며, 특허기간을 연장할 수 있다. 이 경우에도 특허권자가 사망할 경우, 유족이 디지털 유산의 경우에도 나머지 특허기간의 재산권을 상속한다. 실용도안의 경우에도 상표법에 따라서 20년간 특허권이 보호되며, 실용도안이 인터넷에서 사용될 경우에도 디지털 유산으로 상속가능하다.

셋째, 지적재산권으로 집필한 창작물, 학술자료, 예술품, 음원, 동영상, 소프트웨어 등 모든 지적재산권의 경우에는 특허를 신청하지 않더라도, 지적재산권자를 특정할 수 있을 경우에는 창작일 부터 재산권이 발효되며, 보호기간은 사후 70년간이다. 인터넷 공간에서의 디지털 유산도 동일하게 지적재산권이 보호되며, 사후 70년간 유족에게 권리가 있다. 독일의 지적재산권(Urheberrechtsgesetz)은 1991년 EU의 컴퓨터프로그램저작권보호를 위한 지침에 따라 1993년 개정되었으며, 개정법에 따라 모든 저작물(온라인 및 오프라인)과 컴퓨터프로그램, 그래픽, 도안 등에 걸쳐 광범위하게 지적재산권을 보호하고 있다.

예를 들어 대학교수의 강의계획서도 본인이 직접 고안해서 작성했다면 지적재산권 보호대상이며, 이를 무단으로 도용할 경우에는 표절(Plagiat)에 해당한다. 우리나라에서는 신학기가 되면 관행적으로 예전에 다른 교수(전임 혹은 비전임)가 올려놓은 강의계획서를 동일한 과목을 승계하는 제3자가 사용하는 것을 허용하는데, 독일법과 유럽 법에 따르면 이는 표절이다. 이러한 표절이 인터넷상에서 이루어져도 역시 지적재산권 침해이며, 사자의 경우 유족이 그 재산권을 상속한다.

넷째, 사자의 초상이 들어있는 사진의 경우에는 지적재산권과 달리 예술저작권법에 따라서 사후 10년간 유족에게 재산권이 보장된다. 물론 예술저작권법 제23조는 예외적으로 사자의 예술초상권이 유예되는 경우를 예시하고 있다. 예술저작권법 제23조는 현대사와 관련하여 신문 등에 게재된 공적인 사진에 사자의 초상이 들어 있는 경우, 사자의 얼굴이

자연풍경이나 거리풍경 등에 한 부분으로 찍혀있는 경우, 행사나 세미나 등에 사자가 참가하여 찍힌 사진, 사자가 주문하여 찍은 사진이 아니라 예술적인 목적으로 외부에 공개하기 위해서 찍은 작품사진의 경우에는 예외적으로 예술초상권을 유예한다. 그러나 이러한 예외조항의 경우에는 제23조 제2항에 따라서 유족의 요청에 따라서 유족에게 상처가 될 수 있는 사진의 경우에는 게재할 수 없다.

다섯째, 사자의 디지털 유산 관리는 정보보호법이 아닌 기록물법(Archivgesetz)에 의해서 관리된다. 통상 정보보호법은 자연인 또는 기타 개인공동체(Personengemeinschaft)를 정보 보호 대상으로 한다. 정보보호법은 제3자가 개인의 정보를 찾고 변형하거나 전달하는 행위에 대해 구체적으로 정하고 있다. 그러나 정보보호법에서 개인이라 함은 살아있는 자연인을 의미한다. 사자는 정보보호법상 자연인에 해당하지 않는다. 사자가 자연인이 아니라고 해서 사자의 디지털 유산을 아무나 사용해도 된다는 의미는 아니다. 사자에게도 재산권이 있고 명예를 보호할 권리가 있다.

2) 예술저작권법

독일의 기본법(헌법)과 민법은 개인의 사생활 보호를 가장 중요한 권리로 인정한다. 그러나 예외적으로 시사적인 사건과 관련된 사진을 비롯한 디지털 유산에 대한 공표에 대해서는 사안별 공표를 허용하고 있다. 독일에서 인터넷과 관련된 명예훼손 및 가처분 신청의 대부분은 사진과 관련된 소송이다. 이 경우에 명예훼손과 관련된 민법과 형법 조항이 있지만, 사진과 관련해서는 대부분 예술저작권법에 따라서 판결이 내려진다.

독일에서 초상권 침해와 관련하여 최초로 법이 제정된 것은 공교롭게도 사자의 명예를 보호하기 위해서였다. 1898년 7월 30일 사망한 독일제국의 수상 오토 폰 비스마르크(Otto von Bismarck)가 사망하자, 그의 주검을 찍은 사진을 공표하고자 시도한 사건에 대해 당시 독일법원은 공표를 금지시킨다. 비스마르크의 사망 당시 그는 병약하고 초라한 모습이었는데, 이를 2명의 사진기자가 유족의 동의 없이 몰래 촬영하여 언론에 공개하려고 했다. 이에 대해 법원은 유족의 허가 없이 촬영된 개인 사생활과 관련하여 사진, 특히 사자의 사진은 유가족에게 피해를 줄 것으로 우려될 경우라 판시하여 금지시켰다. 결국 법원은 늙고 추한 모습으로 병상에 누어 있다가 사망한 비스마르크의 사진이 공개될 경우에 생전

에 비스마르크가 얻었던 명예를 훼손할 수 있다는 취지에서 공표를 금지시킨 것이다. 이 사진은 그의 사후 100년이 넘어서야 현대사 자료의 일부로 공개될 수 있었다. 비스마르크 사진공개 금지사건은 1907년 구체적인 관련 법안 입법으로 연계되었다.

1907년 1월 9일 제정된 예술저작권법(Kunsturheberrechtsgesetz, KunstUrhG)은 지금까지도 적용되고 있는데, 특히 제22조부터 제24조까지의 조항은 초상권 보호와 관련하여 법적 판단의 근거가 된다. 예술저작권법 제22조는 사진 공개의 경우에 해당 초상권자의 동의를 얻어야만 가능하도록 정하고 있다. 그러나 비용을 받고 사진 촬영을 허용한 경우라면 초상권 공개에 동의한 것으로 간주한다. 사자의 사진을 공개할 경우에는 사후 10년간 유가족의 동의를 얻어야만 가능하다. 10년이 지나면 개인의 관점이 아닌 역사적 관점에서 다루어지기 때문에 공개가 자유롭다. 예술저작권법 제22조에서 지칭하는 유가족은 가까운 직계가족을 의미하며 이 범위에는 부부 혹은 동거인, 직계비속이 1차적인 권리를 갖는다. 그러나 이러한 직계가족이 없을 경우에는 사망자 부모의 동의를 얻어야 한다. 예술저작권법 제23조는 다음의 경우 예외적으로 사진공개를 허용한다.

- 첫째, 시사적인 사건의 영역에서 촬영된 사진
- 둘째, 자연경관이나 공적사건에 주변인으로 촬영된 경우
- 셋째, 해당 인물이 참석한 행사나 이와 유사한 사건과 관련된 사진
- 넷째, 당사자가 제작주문하지 않았지만 예술적인 목적으로 만들어진 경우

그러나 제23조 제2항은 사자의 경우에 가족이 상처를 입을 수 있다고 판단될 경우에 사진의 공표나 전시를 금지할 수 있다. 이 경우에도 직계가족의 권리주장은 시사적인 사건의 유효기간인 10년으로 한정되며, 법원의 가처분 신청도 사례별로 다른 기준이 적용된다. 예술저작권법 제24조는 경찰의 공개수배 사진에 해당하는 조항이다.

여기서 보호대상이 되는 초상권은 개인의 얼굴을 직접 촬영한 사진이나 영상, 또한 해당 인물임을 알 수 있는 스케치, 캐리커처, 몽타주, 그리고 공인 또는 유명인과 비슷하게 생긴 도플갱어(Doppelganger)의 무대등장 등이 해당한다. 그러나 예술적인 창작물은 기본법 제5조제3항에서 보장하는 예술의 자유에 따라 허용한다. 사진공개에 대한 동의는 사진에 등장하는 인물의 개성이 인식 가능할 경우에만 해당한다. 또한 사건의 주변 인물로

스쳐지나갈 경우라 하더라도 인식 가능할 경우에는 보호대상이다. 이때 언론이 사진을 공개하면서 눈을 가리기 위한 별도의 표식을 했더라도 충분히 익명으로 처리했다고 볼 수는 없다(§ 22 KunstUrhG Rz. 3). 그 이유는 비록 얼굴 전체의 윤곽을 보여주지 않았더라도 전체 내용으로 봐서 특정인임을 지칭할 수 있다면, 공개를 금지시킬 수 있다. 또한 노화로 인해서 얼굴이 변했다고 해서 특정인으로 인지할 수 없다고 볼 수 없다. 그리고 해당자가 실제로 인지될 수 있다는 것을 증명할 필요도 없다.

개인의 사진을 인터넷에 링크시키는 것은 사안별로 어떠한 맥락에서 사진이 게재되었는가에 따라 다른 판결이 있다. 그러나 상업적인 목적으로 동의를 얻은 사진과 그렇지 않은 사진은 인터넷 게재에 있어서 다른 기준이 적용된다. 바이에른의 뮌헨주법원은 2007년 6월 26일 개인의 사생활과 관련하여 일상적인 자유 활동을 찍은 사진을 인터넷에 공개하여 해당자의 현재를 변호하는데 영향을 줄 수 있다고 판단되면, 이는 해당자가 공개에 동의했다고 볼 수 없다는 것이다. 이 사건의 원고는 젊은 시절 자신의 형과 한 여성을 납치하여 살해한 혐의로 구속되어 형기를 마쳤는데, 그가 석방된 이후 피해자의 유가족이 그의 사생활과 관련된 사진이 지속적으로 인터넷에 공개하자 이러한 가처분신청을 냈다. 이는 민법 제1004조와 제823조, 예술저작권법 제22조와 제23조를 위반했다고 본 것이다. 결국 법원은 인터넷상에 게재된 사진에 대해 제거를 명령했다.

독일에서는 시사적인 사건의 주인공이 된 경우에도 예술저작권법 제23조 제1항에 따라 "시대적 사건의 당사자(Person der Zeitgeschichte)" 가운데 사망자라도 사진을 공개하는 것은 유가족의 동의를 필요로 한다. 그러나 이 경우에도 "시대적 사건의 절대적 당사자(absolutes Person der Zeitgeschichte)"와 "시대적 사건의 상대적 당사자(relatives Person der Zeitgeschichte)"로 구분한다. 이때 이 두 부류는 사진공개와 유포에 있어서 다른 기준이 적용된다. 시대적 사건의 당사자에 대한 사진공개는 최근 전통적인 독일법과 달리 유럽인권법원과 독일헌법재판소, 독일연방재판소의 법해석에 맞춰 개정되었다.

전통적으로 독일에서 시대적 사건의 절대적 당사자는 특정 사건에 적극적으로 입장을 밝혔거나 참여했거나 역할을 수행하여 공공의 관심의 대상이 되었을 경우를 의미하며, 특히 공인으로서의 성격이 있어서 공중의 관심이 된 경우에 해당한다. 예를 들어 전직 연방총리(Helmuth Kohl)나 유명인사(Boris Becker), 귀족(Caroline von Hannover)등이 이에 해당한다. 이들에 대해 사진을 촬영하고 공개하는 것은 본인의 동의가 필요 없었다. 그러나

사진을 촬영한 사람이 범죄행위와 관련되거나(주거침입 등) 의도적으로 연출된 경우(자신의 침대에서 병사한 비스마르크의 모습을 의도적으로 조작한 사례와 같이)에는 법적인 책임을 묻는다(Rahmlow, 2005).

상대적 당사자는 시대적 사건과 관련하여 공중으로부터 관심의 대상이 된 사람들을 의미한다. 예를 들어 글라드벡 은행 강도 사건의 인질 피해자나 스포츠 행사에 참여한 운동선수 등이 여기에 해당한다. 이들의 사진도 본인의 동의 없이 사진을 공개하고 유포할 수 있었다. 허가 없이 공표 가능한 범위에는 절대적 당사자와 상대적 당사자가 직계가족과 함께 찍은 사진도 포함되었다. 그러나 개정된 규정은 예술저작권법 제23조 제2항에 따라 개인사생활, 특히 은밀한 개인 사생활의 영역에 해당하는 사진은 개인의 동의 없이 공표할 수 없도록 했다. 이는 시사적인 사건의 절대적 당사자의 사생활에도 적용된다. 전통적으로 독일의 법은 공인과 유명인사의 사생활에 대한 사진촬영과 공표에 관대한 편이었으나, 카롤린 폰 하노버 판결이후 개인적인 사생활의 영역과 공적 활동의 영역을 나누어 강화하고 있다.

3) 사자의 초상권 관련 판결

가) 포털에서의 초상권 침해

독일의 경우 포털에서의 초상권 침해와 관련하여 다음과 같은 주요 판례가 있다. 첫 번째 판례는 검색엔진에 대한 일반인의 개인정보 링크삭제 소송과 관련 있다. 전직 조종사로 법원의 배심판사를 지냈고 현재는 종교 활동을 하는 A씨가 자신의 개인적인 기록과 조종사로 활동하던 당시의 사진이 인터넷 검색사이트에 올라오는 것을 막아달라고 슈투트가르트 법원에 제소했다. 그러나 슈투트가르트에 있는 주고등법원은 검색사이트에 링크가 나타나도, 이는 자동적으로 분류될 뿐이고, 해당 링크로 아무런 내용이 연결되지 않는다면, 검색결과가 예전에 게재된 내용을 지칭하더라도 초상권 침해로 볼 수 없다고 판결을 내렸다(판결번호 4 U 109/08 LG Stuttgart). 이러한 판결은 사자와 관련한 사항에도 동일하게 적용된다(MMR, 2009b, p. 190).

두 번째 사례는 범죄 행위자에 대한 과거 행위에 대한 신문자료와 사진자료 삭제 소송

이다. 살인을 하여 수감된 경험이 있는 B씨가 형기를 마치고 출감하여 인터넷 포털 사이트를 제소한 사건이다. B씨는 자신의 범죄행위와 관련된 기사 및 사진 등을 인터넷 사이트 링크에서 삭제해 달라는 뉘른베르크에 있는 주고등법원에 소장을 제출했다. 그러나 뉘른베르크 주고등법원은 포털회사에는 책임이 없으며, 만일 링크된 사이트를 운영하는 제3자가 해당 링크의 삭제를 요청했을 때, 해당 내용이 현저하게 법을 위반할 소지가 있을 경우에만 검색사이트는 이를 삭제할 수 있다고 판결했다(판결번호 3 W 1128/08 LG Nuernberg-Fuerth). 그러나 검색사이트가 자발적으로 위해요소가 있다고 판단되는 사이트의 링크 혹은 내용을 삭제할 권한은 없다. 반드시 해당 저작권자(제3자)에 의해 요청될 경우에 한해서 선별적으로 삭제를 할 수 있다. 만일, 제3자가 링크 삭제를 요청했음에도 불구하고 검색엔진이 이를 거부하고 방치할 경우에 법적인 시시비비를 가릴 수 있다고 판결을 내렸다(MMR, 2009a, p. 131).

세 번째 사례는 개인사진에 대한 공표 거부이다. 쾰른주법원은 C씨가 자신의 사적인 사진에 대한 공표를 거부할 수 있도록 해달라고 제소한 사건에 대해서, 개인의 초상권 보호를 위해 법이 정한 예외적인 상황이 아닌 경우에는 사적인 사진에 대해서 인터넷을 포함한 언론은 공표할 수 없다고 판결을 내렸다(K&R, 2009, p. 820)

나) 방송의 초상권 침해

독일의 주요 상업방송 채널인 Sat.1은 제3자 방송 사업자인 슈피겔TV가 제작한 프로그램 “쾰른 강력반(Mordkommission Koeln)"의 시리즈의 하나로 80대 노모를 살해한 정신병력이 있는 딸의 사건을 2001년 2월 26일 방송했다. 이 사건은 정신 병력이 있는 딸이 2000년10월 자신의 집에서 80대 노모를 살해한 사건이었는데, 당시 취재팀은 경찰의 묵인 아래 옷이 반쯤 벗겨진 채 죽어있는 사자와 그 옆에서 체포되어 조사받는 용의자를 인터뷰했으며, 이후 검안소에서 다시 죽은 사자의 모습을 찍었고, 가족을 인터뷰하여 방영했다. 이에 대해 사자의 아들이 방영이후 방송영상에 대한 가처분과 인터넷 유포를 금지시켜 달라는 소송을 제기했다. 사자의 아들은 쾰른주법원에 Sat.1가 상업적인 목적으로 사자의 명예를 훼손했기 때문에 2만 마르크의 위자료를 지급하고, 영상의 유포를 막아달라고 요구했다. 이에 대해 연방대법원은 2005년 12월 6일 판결을 통해(BGH, VI ZR 265/04),

사자의 아들이 제기한 피해보상에 대한 요구는 근거가 없다고 원고패소를 판결했다.

연방대법원은 동 보도가 상업적인 이익을 목적으로 이루어진 것이 아니라 정신병 환자의 사회적응에 대한 사회적 문제를 다루기 위해 제작한 프로그램의 일부이기 때문에 상업적인 목적에서 경제적 이익을 얻었다고 볼 수 없다고 보았다. 또한 사자는 유명인이 아니며 단지 시사적인 사건의 상대적 당사자로 얼굴이 모자이크 처리된 상태에서 보도되었고, 초상권 피해를 받은 당사자는 사망자로, 망자가 사망하기 이전에 자신의 얼굴이나 주검이 외부에 공표되는 것을 금지시키는 조치를 취하지 않았다면 피해 당사자가 아닌 유가족이 초상권을 내세워 보상을 요구할 수 없다는 취지였다. 또한 취재에 응했다는 것은 유가족도 공표를 암묵적으로 동의한 것으로 볼 수 있다는 취지였으며, 사후적으로 공적으로 공표된 보도행위에 대해 취소를 요구할 수는 없다고 보았다. 현재까지 Sat.1의 프로그램 영상은 부분적으로 편집되어 인터넷에서 유포되고 있다. 동 사건에서 법원이 주목한 것은 사자의 초상권 보호는 상업적 목적인가 혹은 그렇지 않은가에 있다. 또한 유가족이 취재에 응했고, 적극적으로 자신들의 입장을 변호했다면 공적인 관심, 공익을 위한 공표에 동의한 것으로 볼 수 있는 것이다. 이를 근거로 사후적으로 디지털 유산에 대한 금지를 요구할 수는 없다는 것이다.

특히 연방대법원은 동 판결을 통해 보도를 목적으로 영상을 촬영할 경우에는 공익적 목적으로 촬영할 경우에는 예술저작권법이 적용되며, 이로 인해서 재산권 침해가 있었다고 보기 어렵고, 유명인에 대한 판례(BGH BGHZ 50, 133, 137 - Mephisto; 107, 384, 388 f. - Emil Nolde; 143, 214, 220 - Marlene Dietrich; vgl. MünchKommBGB/Rixecker, aaO, Rdn. 43; Soehring, aaO, Rdn. 13.5.; Löffler/Ricker, Handbuch des Presserechts, 4. Aufl., Kap. 44 Rdn. 43; Wenzel/von Strobl-Albeg, aaO, Kap. 7 Rdn. 4; Staudinger/Hager, aaO, Rdn. C 38 m.w.N.; Bender, VersR 2001, 815, 816 f., 822 m.w.N.; Fischer, aaO, S. 50 f. m.w.N.)에서와 마찬가지로 '방어권(Abwehrrecht)'적 차원에서 잘못된 보도에 대한 보도정정이나 반론권을 요구할 수는 있지만, 재산권을 요구할 수는 없다고 결정했다.

이와 유사한 판례로 2009년 쾰른에 있는 주고등법원이 내린 판결(판결번호 28 O 173/09 LG Koeln)이 있다. 동 판결에 따르면, 한 비디오 포털 사이트가 TV에 보도된 내용의 일부를 동영상으로 올려놓았을 때, 해당 동영상의 직접적인 이해관계자가 그 동영상으로부터 피해를 본다고 느껴서 구체적인 문제제기를 하여 해당 링크 혹은 비디오를 삭제

해 줄 것을 요청한다면 비디오 포털 사이트는 이에 응해야 한다고 판결했다. 그러나 비디오 포털 사이트가 자발적으로 이를 삭제하거나 통제할 권한은 없다. 또한 이해관계자가 아닌 제3자가 이를 요청할 수도 없다고 판결했다(MMR, 2009c, pp. 778-779).

라. 독일에서의 사자의 디지털 유산 관련 자율규제

1) 협회차원의 자율적인 규제

2010년 3월 현재 독일에서 정기적으로 인터넷을 이용하는 인구는 5000만 명이며, 이 가운데 소셜네트워크(SNS)에 자신의 신상정보를 기록해 둔 사람은 약 3000만 명으로 추산되고 있다. 또한 이들 가운데 매년 85만 명 정도가 사망한다(BITKOM, 2010). 그러나 이러한 SNS참여자들이 사망할 경우, 신상정보의 처리와 관련해서는 법적인 규정이나 명확한 정책이 없는 상태이다. 이러한 이유로 독일의 인터넷서비스제공자의 협회인 정보산업과 통신, 뉴미디어협회 (BITKOM, Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.)는 2010년 3월 협회차원에서 사자의 디지털 유산에 대한 6가지의 디지털 유산 처리방안을 제시했다. BITKOM이 제시한 방안은 독일의 현행 법률을 기반으로 BITKOM이 협회차원에서 자체적으로 제시한 방안이다.

첫째, 유족은 사자의 개인용 컴퓨터에 남겨진 정보를 살펴보고, 이 정보를 어떻게 처리할지를 결정하면 된다. 이때, 사자의 유언장(Testament)이 별도로 있다면, 사자의 뜻에 따라서 개인용 컴퓨터에 저장된 정보를 처리해야 한다. 예를 들어 개인용 컴퓨터를 이용하여 인터넷상거래를 했거나 집필이나 작곡, 디자인 등 창작활동을 한 경우에 개인용 컴퓨터 자체가 시장가치가 있는 하나의 자산이기 때문이다.

둘째, 사자가 사용했던 온라인주소록, 이메일, 사진, 신상정보, 홈페이지 등의 모든 정보는 유족의 상속재산이다. 유족은 사자의 공공기관에서 발급하는 사망증명서와 상속증명서를 제출하면, 인터넷서비스제공자(ISP, Internet service provider)에게 새로운 비밀번호를 요청하고, 일반적인 상속품과 동일하게 사자의 디지털 유산을 이용할 수 있는 권리를 갖는다.

셋째, 인터넷 공간에 있는 개인의 홈페이지, 블로그 등 SNS는 유족이 추모공간으로 이

용하겠다는 의사를 밝히지 않을 경우에 통상 인터넷사이트관리자나 홈페이지관리자등 제3자가 해당 계정을 삭제한다. 그러나 유족이 사자의 계정이나 SNS사이트를 상속하길 희망할 때는 상속을 허용한다. 이때 SNS의 특성이 고려되는데, 상속인이 사자를 대신하여 사이트의 회원으로 활동할 자격이 없는 경우에는 추모공간으로만 사용이 가능하고, 그렇지 않은 경우에는 유족이 회원으로 참여할 수 있다. 예를 들어 이베이(ebay)의 경우에는 유족이 회원으로 참여할 수 있지만, 페이스북이나 스튜디파우젯(StudiVZ)과 같은 인맥을 활용한 정보공유사이트는 유족이 사자의 추모공간으로만 사용이 가능하다. 만일 사자의 초상이 들어있는 사진을 인터넷서비스제공자나 제3자가 사용하고자 할 때는 독일의 예술저작권법(KunstUrheberGesetz) 제22조에 따라서 유족으로부터 사후 10년까지 사용허가를 받아야 한다. 즉 유족에게 10년간 권리가 보장된다.

넷째, 사자의 개인적인 디지털 공간을 디지털 유산으로 상속할 때, 개인적인 정보가 유족을 비롯한 제3자에게 공개됨으로써 미칠 수 있는 모든 후속상황에 대해 책임이 있다. 사자가 소유한 디지털 공간에서의 개인정보에는 친족에게도 감추고 싶은 사적인 정보가 있을 수 있기 때문이다. 특히 유족이 정보를 상속함으로써 가정불화나 가정파단의 단초가 제공될 수도 있기 때문이다. 또한 유족이 사자의 디지털 유산을 상속하겠다는 것을 공식적으로 선언하게 되면, 인터넷 공간에서 사자가 졌던 부채(인터넷게임, 인터넷상거래, 계정사용료 등)도 함께 상속하게 됨을 잊지 말아야 한다. 유족이라는 이유로 인터넷서비스제공자가 사정을 고려하는 일은 없기 때문이다.

다섯째, 자신의 죽음에 대비하여 디지털 유산에 대한 사후처리방안에 대해 유언을 남기거나 사후에도 유족이 별도의 법적 절차 없이 정보를 삭제하거나 이용할 수 있도록 스스로 정하는 일도 중요하다. 디지털 유산의 양이 많고 재산권과 관련이 있을 때는 반드시 변호사와 같은 법정대리인이 관리하는 유언장과 상속약정을 작성해 두는 게 좋다. 유언장과 상속약정은 함께 작성할 수도 있지만, 별도로 분리하여 작성해 둘 수도 있다.

여섯째, 반드시 자신의 비밀번호를 남겨두는 일이 중요하다. 가장 효과적인 방법은 변호사(Rechtsanwalt)나 공증인(Notar)에게 자신의 비밀번호를 맡겨두는 것이다. 최근에는 디기탈러 나흐라스(Digitaler Nachlass)와 같이 사자의 디지털 유산을 관리해주는 대행사들이 설립되었는데, 이러한 대행사에 비밀번호와 서류를 맡겨 두어도 된다.

그러나 BITKOM의 입장에서는 디지털 유산 관리회사의 계약조건을 반드시 제대로 읽어

보고 숙지한 이후에 계약을 맺을 것을 권고한다. 그 이유는 디지털 유산 관리회사는 변호사나 공증인과 달리 법정대리인이 될 수 없고, 단순히 정보를 보관해주는 창고역할만 해주는 것인데, 이들에게 자신의 민감한 정보와 비밀번호 등을 맡기고 죽을 수 있는지 충분히 고려해야 한다는 것이다.

2) 디지털 유산 관리대행사

디지털 유산은 인터넷이라는 공간적 특징으로 인해서 관리대행사도 전 세계에 흩어져 있다. 독일의 경우 디기탈러 나흐라스(Digitaler Nachlass)라는 회사 2010년에 베를린 설립에서 운영되고 있다. 디기탈러 나흐라스의 서비스는 크게 두 가지로 구분되는데, 첫째는 사자의 유언집행이다. 사자가 자신의 비밀번호와 주요 계정, 홈페이지 주소 등을 남기고, 이를 사후에 어떻게 처리할지 정할 수 있다. 둘째는 유족이 갑자기 사망한 사자의 계정이나 홈페이지, 개인적인 정보를 찾고 싶을 때, 이를 대행해 주는 것이다. 일종의 디지털 공간에서의 탐정활동에 해당한다. 비용은 기본 가입비가 99유로(부가세 포함이전)이며, 부가세를 포함하면 약 115유로이다. 디기탈러 나흐라스는 사자의 디지털정보를 찾아줄 뿐만 아니라 삭제 및 복원도 담당하는데, 이때는 별도의 추가비용이 발생한다 (www.digitaler-nachlass.de, www.indivus.de).

<그림2-4> 디지털 추모 공간 제공회사 사이트

<www.indivus.de>

<www.mywebwill.se>

<www.legacylocker.com>	<www.deathswitch.com>

스웨덴에 있는 마이웹윌(myWebwill)은 인터넷 프로필을 대행해 주는 대표적인 회사로 인터넷 이용자가 생존기간에 인터넷 유언장을 작성토록 하고, 여기에 은행구좌, 이메일계정, 홈페이지 가입계정 등의 중요한 비밀번호를 보관토록 한다. 마이웹윌은 인터넷 유언장을 위탁한 이용자가 사망하면 그의 계정을 삭제하거나 지속적으로 유지될 수 있도록 관리해준다. 마이웹윌의 서비스는 총 3종류가 있다. 사후 계정삭제만을 위탁하는 경우에는 계정 10개까지는 무료로 이용이 가능하다. 그러나 사후에 자신의 계정을 지속적으로 관리하면서 계정을 추모 사이트나 사망사실을 공지해주고 변경하는 서비스는 프리미엄(Premium)서비스로 연간 19.9크로네 또는 9.95달러나 6.95유로를 받는다. 반면 프리미엄라이프(Premiumlife)는 일회에 한하여 서비스 가입비 199크로네 또는 99.5달러나 69.5유로만 지불하면 되며, 서비스 내용은 프리미엄과 동일하다. 현재 이 사이트는 스웨덴어와 영어, 독일어 서비스를 제공하며, 3개 언어를 사용하는 국가에 거주하는 네티즌은 누구나 가입이 가능하다(www.mywebwill.com).

영어권에서는 유사한 서비스를 더 많이 제공하는데 대표적으로 데드스위치(www.deathswitch.com)는 연간 19.95달러에 추모 사이트를 제공하며, 레거시 로커(www.legacylocker.com)는 일시불로 300달러 또는 연간 30달러를 받고 있다. 데이터인헤리트(www.datainherit.com)의 경우에는 총 50개의 비밀번호와 10메가바이트까지의 정보는 무료로 보관이 가능하고, 그 이상은 유료 서비스를 가입해야 한다.

3) 인터넷 자율규제 기구

가) 정보산업과 통신, 뉴미디어협회 (BITKOM)[56]

정보산업과 통신, 뉴미디어협회 (BITKOM, Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.)는 1999년 설립된 IT와 인터넷산업분야 기업의 연합체였다. 1999년 설립 당시에는 6개의 서로 다른 협회의 연합체 성격으로 설립되었다. 당시 연합체에 가입한 협회는 다음과 같다.

o 독일연방 정보 및 커뮤니케이션기술협회
(BVB, Bundesverband Informations- und Kommunikationssysteme)
o 독일연방 정보기술협회
(BVIT, Bundesverband Informationstechnologien)
o 독일기계설비기술조립중앙협회 정보기술분과
(Fachverbaende Informationstechnik im Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau)
o 전자기술전자산업중앙협회 커뮤니케이션기술분과
(Kommunikationstechnik im Zentralverband Elektrotechnik-und Elektronikindustrie e.V.)
o 정보시스템기업협회
(UVI, Unternehmensverband Informationssysteme)
o 독일 EC/EDI협회
(DEDIG, Deutsche Electronic Commerce/Electronic Data Interchage Gesellschaft)

BITKOM은 초창기 주로 공동 프로젝트를 진행하기 위한 협력체로 운영되었으나, 2002

56) BITKOM e.V. 이메일 : bitkom@bitkom.org, 홈페이지: http://www.bitkom.org, 베를린사무소 주소: Albrechtstraße 10 A, 10117 Berlin-Mitte, Postfach 640144, 10047 Berlin, 전화번호 : +49.30.27576-0, 팩스번호 : +49.30.27576-400. 브뤼셀사무소 주소: Rue Montoyer 18b, B-1000-Brussels, 전화번호 : +32.2.2335-458, 팩스번호 : +32.2.2335-459.

년부터 IT 및 정보기술과 관련된 전문협회의 창설이 필요하다는 협회 및 회원사의 요구에 따라서 6개 협회가 통합되었다.

현재 BITKOM에는 IT기술과 관련된 소프트웨어 및 하드웨어 관련 업체를 비롯하여 통신기술, 정보기술 관련 1350여개의 기업이 가입해 있으며, 이 가운데 1000개의 기업이 정회원으로 활동 중이다. 이들의 연간 매출액은 약 1350억 유로이며, 종사자수는 70만 명에 달한다. BITKOM사무국에는 총 70여 명의 직원이 근무하고 있으며, 자회사로 Bitkom연구유한회사와 Bitkom서비스(BSG)를 두고 있다.

BITKOM의 역할은 관련업종의 이익을 대변하는 협회로 IT와 커뮤니케이션 기술발전을 위한 정책연구와 기술연구지원, 교육지원을 담당하고 있다. 또한 IT와 커뮤니케이션 산업의 중심지로서 독일의 발전을 위해 연방 및 주정부와의 조세협상 및 지원정책에 대한 의견제시 등의 업무를 담당한다. 이를 위해 독일의 수도인 베를린에 사무국을 두고 있고, 유럽연합의 본부가 있는 브뤼셀에도 사무국을 운영한다. BITKOM은 2009년에 '사자의 디지털 유산 처리'에 대한 협회차원의 의견을 제시한 이후, 지속적으로 인터넷에서 명예훼손과 초상권보호, 지적재산권보호에 대한 효율적인 방안을 연구하고 있다. 특히 포털을 비롯한 IT기업이 자율적으로 참여하는 합리적인 자율규제 방안을 조율하는 역할도 담당한다.[57]

나) 멀티미디어자율규제기구(FSM)[58]

1997년 독일의 미디어관련 유관기관과 온라인분야 기업은 공동으로 언론평의회와 영상자율심의기구(Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen, FSF)를 모델로 멀티미디어자율규제기구(FSM, Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia)를 설립하였다. FSM은 온라인 영역에서 청소년에게 유해한 저작물이나 콘텐츠가 유통되는 것을 막고, 온라인을 통해 자신의 권익을 침해받았다고 생각하는 사람들의 불만을 접수하여 처리하는 역할을 수행한다. 이는 독일

57) 실제로 독일에서 사자의 디지털 유산과 관련한 언론보도는 대부분 2009년3-5월 사이에 집중적으로 등장하는데, 이는 BITKOM이 사자의 디지털 유산 처리에 대한 입장을 밝힌 이후이다.

58) Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. (FSM). 주소 : Spreeufer 5, 10178 Berlin, 전화번호 : +49 30 240484-30, 팩스번호 : +49 30 240484-59. 홈페이지 : www.fsm.de, 이메일 : office@fsm.de.

기본법에 규정된 언론의 자유와 표현의 자유가 자칫 국가기관의 멀티미디어 영역에서의 직접적인 규제와 나아가 검열로 연계되는 것을 사전에 방지하기 위한 자율적 노력이다.

FSM은 인터넷 콘텐츠와 관련하여 불만이 접수되면 이를 무임으로 처리하는데, 이때 불만처리 대상은 FSM이 정한 내부강령 위반사건에 해당할 경우이다. FSM의 내부강령은 현행법을 위반하는 행위와 청소년보호규정 위반, 저널리즘적 기본원칙을 위반한 공표 등을 금지하고 있다. 특히 FSM이 중점적으로 취급하는 사항은 청소년 보호에 대한 국가협약(주간협약)을 위반한 사안을 집중적으로 다루는데, 어린이 및 청소년 포르노그래피가 중점적으로 취급된다. 여기에는 어린이와 청소년을 포르노그래피적인 연출을 통해 보여주거나 폭력행위를 찬양하는 행위, 전쟁찬양, 헌법에 위반되는 선전 선동 행위 등이며, 연방 청소년 유해 미디어 조사 센터(Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien, BPjM)에서 유해판결이 나온 콘텐츠에 대한 공표는 원칙적으로 금지시키고 있다. 특히 인터넷 공간에서 콘텐츠에 대한 삭제 및 관리권은 ISP(Internet Site Provider)에 있지 않고, 콘텐츠를 게재한 제3자에게 있기 때문에, 불만을 제기한 당사자와 ISP, 콘텐츠제공자 사이의 중재의 역할이 중요하다. FSM은 이러한 역할을 맡는다.

FSM은 1999년 7개의 유사한 기관과 공동으로 인터넷상에서의 부정적인 이용에 대한 근절을 목적으로 "International Association of Internet Hotlines" (INHOPE)를 설립했다. FSM은 INHOPE와 더불어 EU Safer Internet Action Plan에도 관계하고 있는데, INHOPE의 주된 목적은 다음과 같다.

- 국제적인 핫라인 네트워크 구축·운영
- 인터넷 공간의 불만처리에 대한 정보교환
- 전문가 교류
- 새로운 핫라인 구축 지원
- EU내외에서의 협력구축
- 정책결정자 정보교육
- 핫라인운영자의 공동협력 및 개발지원
- 사이버범죄 대비책 개발

FSM은 INHOFE를 통해 인터넷상에서의 부적절한 내용물에 대한 시정을 위해 해당 국가 파트너에게 불만을 전달하고 해결하도록 중재하는 역할을 수행한다. INHOPE는 문제가 되는 콘텐츠는 더 이상 인터넷상에서 유통되지 못하도록 적절한 조치를 취할 수 있도록 돕는다. 이러한 정보교환은 법정에서의 재판과정과 판결이 빠르게 진행될 수 있도록 돕는 역할을 한다. INHOPE는 정보교환 이외에도 전문가 교류와 학술회의 등을 통해 자율규제에 대한 이론적 연구도 진행한다. 이러한 연구회의는 연례회의를 넘어 세미나, 특강 등 다양한 형태로 회원 간에 상호교류하고 있다.

FSM과 독일인터넷경제협회(Verband der Deutschen Internetwirtschaft e.V., eco)는 공동으로 2004년 인터넷불만처리센터(Die Internet-Beschwerdestelle, IBSDE)를 개통했는데, 인터넷사이트인 www.internetbeschwerdestelle.de를 통해 인터넷사용자면 누구나 유해한 사이트와 내용물에 대한 불만을 접수할 수 있다. 2005년부터 동 불만처리센터는 공식적인 인터넷 콘텐츠에 대한 자율적인 불만처리 기관으로 승격되었으며, EU의 "Safer Internet Action Plan"으로부터 지원을 받고 있다. FSM은 2008년에 eco, 클릭세이프(Klicksafe), 청소년보호네트워크(jugendschutz.net), "고민에 대한 전화번호(Nummer gegen Kummer)"(어린이 청소년 긴급전화, Kinder- und Jugend-Nottelefon)와 공동으로 유럽연합에 지원을 신청했다. 핫라인(전화) 운영은 상당수의 EU국가에서 일반화되었는데, 독일에서는 "saferinternet.de"라는 사이트를 통해 공동으로 협력하고 있다. 현재 핫라인(전화상담) 운영은 민간자율로 운영되며, 인터넷경제협회와 EU, 연방정부(연방내무부) 등으로부터 지원금을 받고 있다. 핫라인이외에도 인터넷 사이트를 통해 유해한 사이트와 정보를 선별하는 방법과 차단방법 등을 자세하게 공지하고 있다(https://www.sicher-im-netz.de/Default.aspx).

그러나 FSM은 사자의 디지털 유산과 같이 법적인 소송의 대상이 되는 사안에 대해서는 중재에 한계가 있다. 대다수 분쟁사례의 경우에 사자의 디지털 유산이 인터넷을 통해서 공표, 검색, 링크되는 것을 사자의 유가족이 원치 않으면 이를 공표한 제3자 또는 해당 사이트와 원만한 합의가 가능하다. 하지만 유가족이 거액의 위자료를 요구하거나 시사적인 사건과 관련하여 공적이익을 대변하는 저널리즘적 보도와 이를 제3자가 퍼 나르거나 링크하는 경우에는 FSM의 자율조정 기능의 범위를 넘어서는 경우가 대부분이다. 이 경우 법원에서 민사소송을 통해 문제가 해결될 수밖에 없다. 그러나 소송을 목적으로 하지 않는 경우에는 FSM을 통해서 상호합의가 이루어진다.

마. 결론 및 시사점

1) 사자의 초상권 보호

사자의 디지털 유산 관련 분쟁은 저작권과 초상권 관련 사후처리를 둘러싸고 발생한다. 저작권은 저작자로서의 사자의 지적재산권에 대한 권리에 해당하고, 초상권은 사자의 개인적 권리로 예술작품으로서의 사진과 몽타주, 캐리커처 등 저작물과 저널리즘적 원칙에 따라 작성된 기사나 촬영된 보도사진, 방송영상 등이 해당한다. 또한 개인의 이메일 계정이나 정보의 처리와도 관련이 있다. 대다수 국가에서 헌법이 보호하는 표현의 자유와 사생활 보호라는 원칙이 상호 충돌하면서 갈등이 발생한다. 유럽연합과 유럽인권재판소는 시사적인 사건과 관련된 공인이나 유명인의 공적인 활동에 대한 보도와 표현에 대해서는 언론의 자유와 표현의 자유를 보장하지만, 그 밖의 영역에서는 개인의 사생활보호를 더 중요한 원칙으로 정하고 있다. 이러한 결정은 유럽연합 회원국에서 개정입법 혹은 판례를 통해서 관철되고 있다.

독일의 경우에도 공인과 유명인, 시사적인 사건과 관련된 사람의 초상권보다는 알권리가 우선되었으나, 이제는 초상권 보호의 영역도 폭넓어지고 있다. 그러나 여전히 저널리즘적 보도행위에 대해서는 알권리가 우선되는데, 인터넷 공간에서 공표되는 콘텐츠 가운데 저널리즘적 원칙(탐사와 취재, 편집)에 따라 생산된 콘텐츠와 개인적 관심에 따라 유포되는 콘텐츠는 사안별로 다른 법적 처리기준이 적용된다. 사자의 권리와 관련하여 유가족의 개인사생활 보호가 당사자의 사후 10년까지 보호되지만, 이 또한 주로 개인적인 사생활 영역에서 발생한 사건의 디지털 유산에 해당하다. 만일 개인의 사생활 영역이 아니라 공적인 활동 혹은 공공의 관심사와 이익이 포함된 경우에는 언론의 자유가 우선한다. 그러나 취재초기에 사건의 당사자로부터 반드시 동의를 얻어야 하는지에 대해서는 법적인 정의가 불분명하다.

2) 사자의 지적재산권 보호

사자의 디지털 유산도 일반적인 유산과 동일하게 취급된다. 이와 관련하여 적용되는 법

률은 크게 유산상속에 대한 일반 법률과 지적재산권법, 예술저작권법, 특허법등 다양한 법률이 적용된다. 사자의 디지털 유산을 상속받기 위해서는 가장 먼저 유산을 상속받는 유족이라는 증명서가 필요하다. 독일의 경우 유족의 상속권은 2009년 9월 1일부터 유효하게 적용되는 가족법에 따라서 사자가 사망 직전에 거주했던 지역의 관할법원에서 상속증명서를 발급받는다. 독일민법(BGB) 제2353조에 따라서 상속에 대한 사항은 반드시 사자의 유언장과 상속약정서에 근거하도록 하고 있다. 이에 따라서 법원은 사자의 상속권과 사자의 유산에 대한 관리권에 대한 결정을 내린다. 이때 상속받을 수 있는 재산에 대해서는 다양한 법률이 적용된다.

첫째는 특허법(Patentgesetz)이다. 누군가가 특허법에 따라서 새로운 기술이나 아이디어를 개발하여 특허를 받고서 인터넷상에 제공하다가 사망한 경우, 유족은 특허를 상속할 수 있다. 사자가 특허를 받았을 경우에는 특허 등록 후 20년까지 재산권을 인정받으며, 사자가 특허 기간 안에 사망하면, 유족이 나머지 특허기간의 재산권을 상속한다.

둘째는 상표법(Markengesetz) 제3조제1항에 따라서 자신의 특허를 신청한 상표나 명칭, 디자인에 대해서 최고 10년까지 재산권을 인정받으며, 특허기간을 연장할 수 있다. 이 경우에도 특허권자가 사망할 경우, 유족이 디지털 유산의 경우에도 나머지 특허기간의 재산권을 상속한다. 실용도안의 경우에도 상표법에 따라서 20년간 특허권이 보호되며, 실용도안이 인터넷에서 사용될 경우에도 디지털 유산으로 상속가능하다.

셋째, 지적재산권으로 집필한 창작물, 학술자료, 예술품, 음원, 동영상, 소프트웨어 등 모든 지적재산권의 경우에는 특허를 신청하지 않더라도, 지적재산권자를 특정할 수 있을 경우에는 창작일 부터 재산권이 발효되며, 보호기간은 사후 70년간이다.

넷째, 사자의 초상이 들어있는 사진의 경우에는 지적재산권과 달리 예술저작권법에 따라서 사후 10년간 유족에게 재산권이 보장된다. 물론 예술저작권법 제23조는 예외적으로 사자의 예술초상권이 유예되는 경우를 예시하고 있다. 예술저작권법 제23조는 현대사와 관련하여 신문 등에 게재된 공적인 사진에 사자의 초상이 들어 있는 경우, 사자의 얼굴이 자연풍경이나 거리풍경 등에 한 부분으로 찍혀있는 경우, 행사나 세미나 등에 사자가 참가하여 찍힌 사진, 사자가 주문하여 찍은 사진이 아니라 예술적인 목적으로 외부에 공개하기 위해서 찍은 작품사진의 경우에는 예외적으로 예술초상권을 유예한다. 그러나 이러한 예외조항의 경우에는 제23조 제2항에 따라서 유족의 요청에 따라서 유족에게 상처가

될 수 있는 사진의 경우에는 게재할 수 없다.

다섯째, 사자의 디지털 유산 관리는 정보보호법이 아닌 기록물법(Archivgesetz)에 의해서 관리된다. 통상 정보보호법은 자연인 또는 기타 개인공동체(Personengemeinschaft)를 정보보호대상으로 한다. 정보보호법은 제3자가 개인의 정보를 찾고 변형하거나 전달하는 행위에 대해 구체적으로 정하고 있다. 그러나 정보보호법에서 개인이라 함은 살아있는 자연인을 의미한다. 사자는 정보보호법상 자연인에 해당하지 않는다. 사자가 자연인이 아니라고 해서 사자의 디지털 유산을 아무나 사용해도 된다는 의미는 아니다. 사자에게도 재산권이 있고 명예를 보호할 권리가 있다.

3) 독일 IT협회의 자율규제 방안

독일의 인터넷서비스제공자의 협회인 정보산업과 통신, 뉴미디어협회(BITKOM)는 2010년 3월 협회차원에서 사자의 디지털 유산에 대한 6가지의 디지털 유산 처리방안을 제시했다. 첫째, 유족은 사자의 개인용 컴퓨터에 남겨진 정보를 살펴보고, 이 정보를 어떻게 처리할지를 결정하면 된다. 이때, 사자의 유언장(Testament)이 별도로 있다면, 사자의 뜻에 따라서 개인용 컴퓨터에 저장된 정보를 처리해야 한다. 둘째, 사자가 사용했던 온라인주소록, 이메일, 사진, 신상정보, 홈페이지 등의 모든 정보는 유족의 상속재산이다. 유족은 사자의 공공기관에서 발급하는 사망증명서와 상속증명서를 제출하면, 인터넷서비스제공자(ISP, Internet service provider)에게 새로운 비밀번호를 요청하고, 일반적인 상속품과 동일하게 사자의 디지털 유산을 이용할 수 있는 권리를 갖는다. 셋째, 인터넷 공간에 있는 개인의 홈페이지, 블로그 등 SNS는 유족이 추모공간으로 이용하겠다는 의사를 밝히지 않을 경우에 통상 인터넷 사이트 관리자나 홈페이지 관리자 등 제3자가 해당 계정을 삭제한다. 그러나 유족이 사자의 계정이나 SNS사이트를 상속하길 희망할 때는 상속을 허용한다. 사자의 초상이 들어있는 사진을 인터넷 서비스 제공자나 제3자가 사용하고자 할 때는 독일의 예술저작권법(KunstUrheberGesetz) 제22조에 따라서 유족으로부터 사후 10년까지 사용허가를 받아야 한다. 즉 유족에서 10년간 권리가 보장된다. 넷째, 사자의 개인적인 디지털공간을 디지털 유산으로 상속할 때, 개인적인 정보가 유족을 비롯한 제3자에게 공개됨으로써 미칠 수 있는 모든 후속상황에 대해 책임이 있다. 다섯째, 자신의 죽음에 대비하여

디지털 유산에 대한 사후처리방안에 대해 유언을 남기거나 사후에도 유족이 별도의 법적 절차 없이 정보를 삭제하거나 이용할 수 있도록 스스로 정하는 일도 중요하다. 여섯째, 반드시 자신의 비밀번호를 남겨두는 일이 중요하다. 가장 효과적인 방법은 변호사(Rechtsanwalt)나 공증인(Notar)에게 자신의 비밀번호를 맡겨두는 것이 좋다.

그러나 BITKOM의 입장에서는 디지털 유산 관리회사의 계약조건을 반드시 제대로 읽어보고 숙지한 이후에 계약을 맺을 것을 권고한다. 그 이유는 디지털 유산 관리회사는 변호사나 공증인과 달리 법정대리인이 될 수 없고, 단순히 정보를 보관해주는 창고역할만 해주는 것인데, 이들에게 자신의 민감한 정보와 비밀번호 등을 맡기고 죽을 수 있는지 충분히 고려해야 한다는 것이다.

4) 해외 사례의 시사점

온라인 공간에서의 사자의 디지털 유산 관리 사례에서 볼 수 있는 공통적인 시사점은 다음과 같다.

첫째, 인터넷 공간에서의 사생활보호는 공적 영역과 사적 영역이 구분되어 보호되며, 사자의 디지털 유산의 경우에도 동일한 원칙이 적용된다. 공적 이해관계와 시사적 사건의 경우에는 언론의 자유와 표현의 자유가 강조된다. 반면 사적영역에서 발생하였고 공적 이해관계가 없는 사건의 경우에는 개인 사생활 보호가 더 중요하다.

둘째, 경제적 이해관계, 상업적 목적의 공표행위와 비상업적 목적의 공표행위는 구분이 된다. 상업적인 목적에서 대가를 지불한 사진이나 영상 등의 저작권은 개인이 아닌 저작물 제작자에게 있다. 예를 들어 스위스의 경우 어린 시절 돈을 목적으로 포르노그래피를 찍은 한 여성이 이후 자신의 개인사생활 보호를 이유로 해당 사진과 영상의 인터넷삭제를 요구했지만, 법원은 대가를 지불하고 저작한 저작물로 판단하여 원고패소를 결정한 사례가 있다. 이는 사자의 디지털 유산에도 마찬가지로 적용된다. 그러나 상업적 목적의 공표임에도 불구하고 당사자의 동의를 얻지도 못했고, 대가도 지불하지 않은 경우에는 공표가 금지되고 손해배상의 의무가 있다.

셋째, 유럽의 경우에 인터넷 공간에서 공표된 디지털저작물과 관련한 갈등의 해소는 일차적으로 자율규제기구를 통해 중재되고, 이러한 중재가 어려울 경우에 법정소송을 통해

서 문제가 해결되었다. 행정기관의 개입은 자칫 표현의 자유와 언론의 자유를 침해할 소지가 많으며, 특히 사후적으로 수행되지만 언론과 표현의 자유에 대한 통제를 통해 인터넷 공간에서 창작활동을 하는 저작자에게 무의식적으로 자기검열을 하도록 만들 수 있기 때문이다.

넷째, 개인의 사생활 정보가 포함되는 이메일이나 블로그, 홈페이지, SNS의 계정과 정보는 상속의 대상이 될 수 있지만, 이 경우 유족이 명확하게 배타적 권리를 행사하고자 하는 디지털 유산의 목록과 상속권을 증명해야 한다. 이와 관련하여 적용되는 법률은 국가마다 조금씩 차이가 있다. 독일에서는 배타적인 재산권 보호에 더 무게를 두고, 연방기록물법을 통해 유족의 권리를 보호한다.

이러한 사례가 우리나라 규제 제도에 주는 시사점은 인터넷 공간에서의 디지털 유산에 대한 처리와 관련하여 공적인 사안과 사적인 사안에 대한 구분이 필요하며, 유럽의 경우처럼 자율적인 이해관계 조정과 합의의 절차가 합리적으로 마련될 필요가 있다는 점이다. 또한 IT산업과 관련된 협회와 자율기구를 분리하여, 상호 협력을 통해 합리적인 규제방안을 자율적으로 제시할 필요가 있고, 이러한 처리방안을 협회차원에서 성실신의의 원칙에 따라 지켜야 한다. 독일사례에서 중요한 것은 협회와 자율규제기관이 국가권력의 개입이나 간섭을 사전에 방지하기 위해서 '방어권'으로서의 시민의 권리를 보호하기 위한 자기노력과 실천이 법과 정책, 공공기관의 감독에 앞선다는 것이다.

2. 해외 주요 인터넷 사업자의 디지털 유산 처리 현황[59]

가. 사자의 디지털 유산 관련 외국법률

해외에서는 사자의 디지털 정보(디지털 유산)에 관해 중앙정부 수준에서 법률로 정비한 국가는 없다고 할 수 있다. 미국의 경우 일부 주에서 디지털 유산에 관한 법률을 마련하고 있으나, 일반적으로는 인터넷서비스사업자의 약관에 따라 자율적으로 처리하고 있다.

미국에서 디지털 유산과 관련한 법률을 정비하고 있는 주는 캘리포니아와 오클라호마 등이며 구체적 내용은 다음과 같다. 먼저 캘리포니아 주법(State Law)의 경우 이용자 계정 삭제 등의 조치를 취하기 위해서는 서비스 제공자가 최소 30일 전에는 통지할 의무를 부과하고 있다. 이를 통해 서비스 제공자가 임의로 사망자의 계정을 삭제되는 것을 방지할 수 있다. 그러나 이러한 내용이 사망자의 유가족에게 해당 계정에 접근할 수 있는 권한을 부여하는 것은 아니라고 할 수 있다.[60]

또한 오클라호마 주의 경우 주 의회 법안No.2800 (2010년 11월 1일부터 발효)에서 상속과 관련된 절차를 처리하는 자(유언집행인 등)가 소셜네트워크서비스(SNS)를 제공하는 회사와 접촉해서 사망자의 계정을 삭제할 것인지 추모계정으로 사용할 것인지를 정할 법적 권한을 가지는 것으로 규정하고 있다. 이에 따라 사업적인 뒤처리, 필요에 의한 계정 폐쇄, 사망자가 유언으로 남긴 특정한 지시에 따른 업무 수행이 가능하게 되었다. 그러나 이 같은 권한부여는 사망자가 남긴 전자적인 유산을 정리하는 차원의 소극적인 의미가 큰 만큼, 사망자의 계정을 적극적으로 활용하는 것은 제한적으로 해석해야 할 것이다.[61]

일본에서는 사망자의 디지털 유산에 대한 취급을 명시한 법률은 없으나, 「전기통신사업에 있어서 개인정보보호에 관한 가이드라인」[62]을 통해 사자의 온라인 상 정보에 대해

---

59) 해외 주요 인터넷 사업자 현황은 김유향 박사(국회 입법조사처)가 작성하였음.

60) Jonathan J. Darrow and Gerald R. Ferrera, Who Owns a Decedent's E-mails?, Legislation and Public Policy, Vol. 10, pp.296-297.

61)오클라호마 주법안 No.2800,
<https://www.sos.ok.gov/documents/legislation/52nd/2010/2R/HB/2800.pdf>

62)「개인정보보호에 관한 법률」(약칭 '개인정보보호법') 및 동법 제7조 제1항에 따른 '개인정보보호에 관한 기본방침' 및 「전기통신사업법」제4조 기타 관련 규정에 근거하여 총무성

서도 원칙적으로 동일하게 취급함을 표명하고 있다. 따라서 대부분의 사업자가 통신의 비밀을 이유로 사자의 개인정보를 공개하지 않고 있으며,[63] 결국 일정기간 서비스를 이용하지 않은 사용자로서 이용권한 중지 및 등록 말소 절차에 따라 정보가 삭제되는 과정을 거친다. 또한 동 가이드라인은 사자와 생존하는 자 쌍방에 관련된 정보를 제외하고는 사망자의 정보에 대해서는 취급하고 있지 않다고 명시하고 있다. 다만, 사자의 개인정보 역시 생존하는 자의 정보와 마찬가지로 적정한 취급이 필요한 정보로, 안전관리 조치의 실시 등을 포함하여 기본적으로 생존하는 자의 정보와 동일하게 취급해야 한다고 언급하고 있으며, 또한「전기통신사업법」상 통신비밀의 보호의 대상에 포함된다고 보고 있다.

동 가이드라인 제15조는 제3자 제공 제한에 대한 규정을 두고 있는데, 이는 개인정보의 제3자 제공에 대한 규정이나, 본 조항 2호 및 3호에 규정한 특정 경우에 있어서 사자의 개인정보 제공이 가능할 수는 있다고 평가할 수 있다.

<표2-6> 전기통신사업에 있어서 개인정보보호에 관한 가이드라인

제15조 전기통신사업자는 다음 각 호에 해당하는 경우를 제외하고, 본인의 동의를 미리 구하지 않고 제3자에게 개인정보를 제공하지 않도록 한다. 1. 법령에 근거한 경우 2. 사람의 생명, 신체 또는 재산의 보호를 위하여 필요한 경우로서 본인의 동의를 구하기 곤란한 때 3. 공중위생의 향상 또는 아동의 건전한 육성의 추진을 위하여 특별히 필요한 경우로서 본인의 동의를 구하기 곤란한 때 4. 국가기관, 지방공공단체 또는 기타 위탁받은 자가 법령에 정한 사무를 수행하는 데에 협력이 필요한 경우로서 본인의 동의를 얻는 것이 해당 사무 수행에 지장을 미칠 우려가 있는 때

나. 해외 인터넷서비스사업자의 디지털 유산 처리 동향

1) 엄격한 정책을 취하는 인터넷서비스사업자

에서 제정한 고시로, 2004년 제정(총무성 고시 제695호), 2010년 개정되었음(총무성 고시 제276호)

63) 「故人のメール“相續”どうなる？ 提供認める業者も」, 『ＭＳＮ産経ニュース』, 2011.2.21 <http://sankei.jp.msn.com/life/news/110221/trd11022102000000-n2.htm>.

가) 야후(Yahoo)

이용자가 가입 시에 동의한 약관(terms of service)의 내용에 근거해서 처리를 하고 있는데,[64] 제3자[65]가 계정에 접근 또는 내용을 감독할 권한을 갖거나 계정의 권리를 양도받을 수 없도록 하고 있다. 따라서 계정 소유자의 사망사실이 확인되면 야후는 해당 계정 및 그 내용물을 삭제하는 것을 원칙으로 하고 있으며, 일반적으로 1년 이내에 이의를 제기하지 않으면 삭제한다.

다만 2004년 이라크에서 전사한 아들의 이메일을 볼 수 있게 달라고 아버지가 요청한 저스틴 엘스워스(Ellsworth)병장의 사례처럼 법원의 명령이 있을 경우 해당 계정의 일부 정보를 제3자에게 공개할 수 있으며, 이때도 1년 이내에 신청해야 하며 계정 자체에 대한 접근권한은 허용하지 않고 있다.

나) 구글 (Google G-mail)

구글의 경우 야후보다는 다소 완화된 정책을 취하고 있다. 즉 사망자의 메일 계정 내용에 대한 접근을 예외적으로 허용하고 있다.[66] 그러나 이 경우도 법적으로 정당한 권한을 가진 대리인이 필요한 절차를 거친 경우에 한한다.

약관에 의하면 구글 메일의 계정과 관련된 콘텐츠를 제공받기 위해 필요한 정보와 절차는 신청자의 이름과 연락처(이메일, 우편주소), 신청자의 신분증, 사망자의 구글메일 계정(메일주소)을 기록하고 사망증명서를 우편이나 팩스로 접수할 경우 구글에서 이를 검토하여 처리하는 것을 원칙으로 하고 있다. 그러나 이경우도 서비스제공자(구글)는 사용자의 개인정보 보호를 이유로 콘텐츠를 제공하지 않을 수도 있음을 명시하고 있다. 다만, 이 경우에는 법원의 명령 등 추가적인 절차가 필요한지를 신청자에게 통보해주고 있다.

다) 마이크로소프트[67] (Microsoft Hot mail)

마이크로소프트는 사망 확인 후 6개월간 데이터를 보관하나, 그 기간이 경과하기 전에

---

64) Terms of Service <http://info.yahoo.com/legal/us/yahoo/utos/utos-173.html>
65) 서비스제공자와 계정 이용자는 당사자이고, 그 밖의 자는 모두 제3자로 간주.
66) http://mail.google.com/support/bin/answer.py?answer=14300
67) http://windowslivehelp.com/solution.aspx?solutionid=2aa89618-2244-4187-8383-39b5503587f5

별도의 요청이 없으면 계정을 삭제하는 것을 원칙으로 한다. 따라서 계정과 관련된 정보 요청을 준비하는 중에도 서비스제공자에게 메일을 보내서 정보의 삭제를 방지할 것을 추천하고 있다. 이때 신청을 통해 정보 보관 기간이 6개월 연장될 수 있지만, 해당 기간 동안 서비스제공자가 요구하는 서류를 제출하지 않을 시에는 계정이 삭제된다. 마이크로소프트는 신청자에게 정보를 제공한 다음, 자체 보관의 계정정보를 삭제한다.

마이크로소프트의 핫메일 계정과 관련된 콘텐츠를 제공받기 위해 요구되는 정보 및 절차는 연락처(이메일), 데이터를 배송할 주소, 신청자의 법적 권한을 증명하는 문서(보호자, 유언집행인 또는 대리인 등의 권한이 있는 친척임을 증명하는 문서), 신분증 복사본, 사망증명서 복사본, 계정 정보(계정 이름, 소유자의 이름, 생년월일, 국가 시도 및 우편번호, 대략적인 생성날짜, 마지막으로 로그인한 대략적인 날짜) 등이다. 이러한 절차를 통해 계정정보의 제공이 허락될 경우 마이크로소프트는 해당 계정에 등록된 유효한 대화 상대 목록, 계정에 저장되어 있는 이메일의 복사본을 CD를 비롯한 저장장치에 복사해서 제공한다. 특히 마이크로소프트 일본은 유족에 대하여 확인을 거쳐 사자의 이메일을 CD로 제작하여 제공하고 있으나, 고인이 실명을 사용하지 않은 계정에 대해서는 제공하지 않는 경우가 있다.

그러나 정보를 제공받기 위한 인증과정을 거치더라도 해당 계정의 암호를 제공하거나 재설정 하는 등, 계정의 소유권을 신청자가 양도받을 수는 없음을 원칙으로 하고 있는데, 이는 개인정보 보호 및 보안 유지의 차원에서 이루어지고 있다.

2) 완화된 정책을 취하는 인터넷서비스사업자

가) 트위터(Twitter)

트위터는 이용자가 사망하였을 경우, 계정 삭제 또는 공개적으로 트윗한 내용을 백업(backup)하는 방식으로 사망자의 가족을 지원하고 있다. 이때 트위터 계정 관련 콘텐츠를 제공받기 위한 정보 및 절차는 다음과 같다.[68] 즉 신청자의 이름과 연락처(이메일 포함),

68)http://support.twitter.com/groups/33-report-a-violation/topics /148-policy-information/articles/87894-how-to-contact-twitter-about-a-deceased-user

사망자와의 관계, 신청자의 신분증, 사망자의 트위터 계정 또는 트위터 계정 프로필 페이지 링크, 부고(訃告)나 관련 기사 링크 정보를 메일이나 팩스로 접수하면 된다. 그러나 트위터도 제3자가 사자의 트위터 계정에 접속하거나 계정에 관련해서 비공개 정보를 공개하는 것을 허용하지 는 않는다.

나) 유투브(Youtube)

아래의 요건을 갖춘 경우, 사망자 계정의 내용물(contents)에 접근이 허용된다. 즉 유투브 계정 관련 콘텐츠를 제공받기 위해서는 신청자의 이름과 연락처(이메일 포함), 사망자의 유투브 계정 이름, 사망증명서, 유투브 계정에 관해 법적인 대리 권한이 있음을 증명하는 문서(사망자가 18세 미만인 경우에는 출생증명서 사본으로 갈음) 등의 정보를 제출하여야 하며, 처리 절차는 30일 가량 소요되나, 법적 절차(판사의 명령 등)를 거쳐서 기간을 단축하는 것도 가능하다.[69]

다) 페이스북(Facebook)

페이스북은 사망자 계정의 내용물 접근에 대해 비교적 간단하게 신고할 수 있는 양식을 제공하고 있으며, 특히 추모 공간 마련 등 사망자의 가족에 비교적 우호적 입장을 취하고 있다.

'사망 회원의 프로필 신고하기 양식'에 의하면[70] 직계가족과 친척은 물론 지인(친구, 직장동료)과 그 밖의 관계에 있는 사람도 양식에 따라 작성해서 신고할 수 있다. 단, 가족이나 친척이 아닌 경우에는 법적으로 정당한 권한이 있는 사람의 요청이어야 함을 원칙으로 한다.[71] 또한 사자의 계정 담벼락(wall)을 추모 계정으로 활용할 수 있도록 하고 있는데, 간단한 신고를 통해 사망자의 프로필을 추모 공간(프로필을 '기념화하기')으로 활용할 수 있다. 계정의 공개 문제는 고인의 친구로 확인된 사람들만 프로필 확인 및 검색이 가능하며, 고인의 가족과 친구들만이 추모 목적에서 담벼락에 글을 쓸 수 있다.[72]

---

69) http://www.google.com/support/youtube/bin/answer.py?hl=en&answer=94458
70) http://www.facebook.com/help/contact.php?show_form=deceased
71) http://www.facebook.com/policy.php
72) http://www.facebook.com/policy.php

라) 마이스페이스(Myspace)

마이스페이스도 비교적 간단한 서류 및 절차를 요구하고 있는데, 마이스페이스 아이디, 신고자의 연락처 및 사망자와의 관계 등을 명시하고, 서비스제공자에게 이메일로 계정 소유자의 사망을 신고할 수 있다. 이때, 프로필(계정) 삭제 또는 보존, 내용물 삭제 등을 요청할 수 있으며, 다만 계정에 접속, 편집, 삭제, 변경 등을 제3자가 직접 할 수는 없다.

3) 일본 인터넷서비스사업자의 디지털 유산 처리 동향

일본의 주요 사이트의 경우 별도의 사자의 디지털 유산 관련 규정을 두고 있지는 않지만, 이용약관에 개인정보의 제3자 제공에 대한 사항을 규정하고 있어 이를 원용하는 것이 가능하다.

<표2-7> 일본 인터넷 사업자의 제3자 개인정보 정보제공 약관

웹사이트	제3자 개인정보 제공에 관한 약관 규정
Yahoo! Japan	<개인정보의 제3자 제공> 전항[73]과 같이 미리 동의를 받은 경우 이외에도 당사는 이하의 경우에 제3자에게 개인정보를 제공할 수 있습니다. 1. 재판소로부터 법령에 근거한 개시(開示)를 명하는 판결 또는 명령을 받은 경우 또는 경찰 등 공적 기관으로부터 수사권한을 규정한 법령에 근거하여 정식으로 조회를 받은 경우 2. 고객이 당사 또는 제공처의 서비스 이용에 있어서 법령, 본 이용규약, 가이드라인 등을 위반함에 따라 제3자 또는 당사의 권리, 재산, 서비스 등을 보호하기 위하여 필요하다고 인정되는 경우로서, 본인의 동의를 얻기 곤란한 경우 3. 사람의 생명, 신체 및 재산 등에 대하여 급박한 위험이 닥쳐 긴급한 필요가 있는 경우로서 본인의 동의를 얻기 곤란한 경우 4. 기타 개인정보보호법 상 허용되는 경우
goo!	<제3자에 대한 제공> 당사에서 제3자에게 개인정보를 제공하는 경우에는 고객 본인에게 미리 동의를 구해야 합니다. 단, 법령에 근거한 경우나 인명, 신체 또는 재산 등의 보호를 위해 필요한 경우에는 그렇지 아니합니다. 또한 이하의 경우, 해당 개인정보를 제공받는 자는 제3자에 해당하지 않는 것으로 봅니다. 1. 이용목적의 달성에 필요한 범위에서 개인정보의 취급에 관하여 전부 또

	는 일부를 위탁받은 경우 2. 합병 기타 사유에 의한 사업의 승낙에 따라 개인정보가 제공되는 경우 3. 개인정보를 공동으로 이용하는 경우로서, 공동으로 이용되는 개인정보의 항목, 공동으로 이용하는 자의 범위, 이용하는 자의 이용목적 및 해당 개인정보관리책임자의 성명 또는 명칭을 본인에게 미리 통지하거나 본인이 용이하게 알 수 있는 상태에 있는 경우
mixi	<개인정보의 제3자 제공> 당사는 원칙적으로 고객의 개인정보에 대하여 고객 본인의 동의를 얻지 않고 제3자에게 제공하지 않습니다. 제공처·제공내용을 특정한 후 고객의 동의를 얻은 경우에 한하여 제공합니다. 단, 이하의 경우에는 그렇지 아니합니다. 1. 법령에 근거한 경우 2. 사람의 생명, 신체 또는 재산의 보호를 위하여 필요한 경우로서 본인의 동의를 구하기 곤란한 때 3. 공중위생의 향상 또는 아동의 건전한 육성의 추진을 위하여 특별히 필요한 경우로서 본인의 동의를 구하기 곤란한 때 4. 국가기관, 지방공공단체 또는 기타 위탁받은 자가 법령에 정한 사무를 수행하는 데에 협력이 필요한 경우로서 본인의 동의를 얻는 것이 해당 사무 수행에 지장을 미칠 우려가 있는 때
니코니코 동영상(ニコニコ動畫)	<제3자 제공> 운영회사는 원칙적으로 이용자의 동의를 얻지 않고 제3자에게 개인정보를 개시(開示)·제공하지 않습니다. 이하의 경우에는 개시(開示)·제공하는 경우가 있습니다. 1. 법령에 근거한 경우 2. 사람의 생명, 신체 또는 재산의 보호를 위하여 필요한 경우로서 본인의 동의를 구하기 곤란한 때 3. 공중위생의 향상 또는 아동의 건전한 육성의 추진을 위하여 특별히 필요한 경우로서 본인의 동의를 구하기 곤란한 때 4. 국가기관, 지방공공단체 또는 기타 위탁받은 자가 법령에 정한 사무를 수행하는 데에 협력이 필요한 경우로서 본인의 동의를 얻는 것이 해당 사무 수행에 지장을 미칠 우려가 있는 때 5. 운영회사가 제공하는 서비스 이용규약에서 이용자가 동의한 경우에 해당하는 때

출처: 각 웹사이트 홈페이지(확인일: 2011.8.18)[74]

73) 개인정보 개시(開示) 동의에 관한 조항임

74) Yahoo Japan!: http://docs.yahoo.co.jp/docs/info/terms/chapter1.html#cf2nd
goo!: http://help.goo.ne.jp/help/article/709/
mixi: http://mixi.jp/rules.pl
니코니코동영상: https://secure.nicovideo.jp/secure/rule

3. 해외 사례의 시사점

해외 사례를 살펴보는 이유는, 사회적 경험을 공유하고, 좋은 시스템은 벤치마킹하며, 유의해야 할 점은 경계를 강화하는데 목적이 있을 것이다. 국가별로는 주로 독일을 시스템을 살펴보았고, 해외 사업자별로는 트위터, 페이스북, 마이스페이스 등의 사례를 살펴보았다.

독일의 경우, IT협회의 자율규제 방안은 유족에게 사자의 디지털 정보 처리에 대한 가이드라인을 제공한다는 점에서 유의미해 보인다. 예를 들어, 사망에 대비하여 변호사나 공증인에게 비밀번호를 맡기거나, 사후 처리 방안에 대한 유언을 남기는 등 이용자 개인의 노력이 필요함과 사망자의 디지털 유산 상속시 정보공개에 따른 후속상황은 상속인에게 책임이 있음을 알리는 것 등은 국내 디지털 유산 처리 방안 모색에 시사하는 바가 있다. 또한, 국가별 자율규제의 시사점에서 언급된 바와 같이, "유럽의 경우에 인터넷 공간에서 공표된 디지털저작물과 관련한 갈등의 해소는 일차적으로 자율규제기구를 통해 중재되고, 이러한 중재가 어려울 경우에 법정소송을 통해서 문제가 해결되었다. 행정기관의 개입은 자칫 표현의 자유와 언론의 자유를 침해할 소지가 많으며, 특히 사후적으로 수행되지만 언론과 표현의 자유에 대한 통제를 통해 인터넷 공간에서 창작활동을 하는 저작자에게 무의식적으로 자기검열을 하도록 만들 수 있기 때문이다."라는 부분과 관련하여, 우리는 한국인터넷자율정책기구(KISO)를 통해 이용자의 권익을 보호하고, 표현의 자유를 증진시키려는 자발적이고, 자율적인 시도를 하고 있다는 점은 주목할 만하다. 해외 사업자별 분석에서는, SNS 서비스는 비밀정보라기 보다는 공개된 정보에 해당되는 성격이 있어 추모의 공간 활용 등 디지털 유산 제공에 완화된 정책을 취하고 있으며, 이메일이나 비밀을 공유할 수 있는 카페, 블로그 등의 서비스를 취하는 사업자들은 사망자의 사생활 보호 등의 이유로 보다 엄격한 정책을 취하고 있다는 바도 국내 SNS 서비스와 비교하여 관심있게 살펴볼 대목이다.

제3장 디지털 유품 처리에 관한 국내 포털 정책

제1절 국내 주요 포털의 디지털 유산 처리 현황

1. SK커뮤니케이션즈

국내의 경우에도 해외와 마찬가지로 국회 계류 중인 법률안 이외에는 사망자의 디지털 유품 처리에 대한 법규가 없기 때문에 주요 포털들의 자구적 정책에 따라 운영되고 있다. 국내 주요 포털들은 인터넷을 규율하는 정보통신망법과 사망자의 상속과 관계된 민법, 그리고 최근의 저작권법 등의 법률에서 규율한 내용을 바탕으로 하고, 약관과 정책에 근거하여 사망자의 디지털 유품 처리에 응대하고 있다. SK커뮤니케이션즈도 법률과 약관에 근거하여 다음과 같이 디지털 유품을 처리하고 있다.

먼저 SK커뮤니케이션즈는 사망자의 미니홈피 관련 문의에 대해서, 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률에 규정된 '정보통신서비스 제공자 등이 제 3자에게 이용자의 개인정보를 제공하거나 개인정보의 취급을 위탁하는 경우에는 이용자의 동의를 받도록 하고, 누구든지 정보통신망에 의하여 처리/ 보관 또는 전송되는 타인의 정보를 훼손하거나 타인의 비밀을 침해/ 도용 또는 누설할 수 없도록 하는 조항'과 민법의 일신전속권에 근거하여 처리하고 있다.

다음으로, 2010년 8월 ~ 2011년 7월까지 12개월[75]의 주요통계를 살펴보면, 사망자의 디지털 유품 관련 문의는 총 482건이었으며, 전체 문의 대비 약 0.03%였다. 문의유형은 비밀번호를 제공해 달라는 요청이 가장 빈번했으며, 그 다음은 회원탈퇴 요청이었다. <표 3-1>은 SK커뮤니케이션즈에서 제공한 자료로 특정기간 1년간의 문의를 담고 있다. 사망자의 디지털 유품 관련 문의가 총482건인데 전체 대비 0.03%인 점을 감안하면, SK컴즈가 1년간 받는 대략의 문의 건수는 16만여 건으로 추정해 볼 수 있다. 하지만, 실제 SK컴즈에서 1년간 받는 문의는 192만 여 건에 달한다. 이 수치는 사망자의 디지털 유품 관련 문의를 포함한 전체 문의 내역으로, 사망자의 디지털 유품에 대한 문의는 전체 문의 대비 매

75) 기간 : 회원 문의 보관기간 1년 (2010년 8월 이전 문의 확인 불가)

우 미미한 수치임을 알 수 있다.

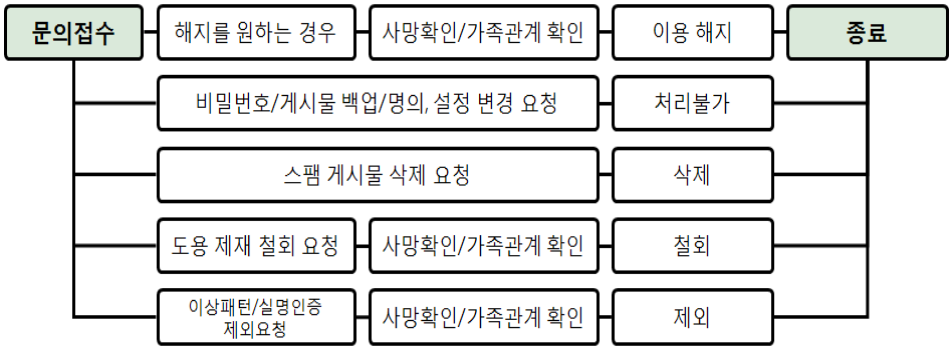
<표3-1> 사망자의 디지털 유품 관련 문의 유형

문의유형	건수(건)	비율(%)	상세내용
비밀번호 확인 요청	212	44.0%	사자(사망자) 미니홈피운영을 위해 비밀번호 확인 요청
탈퇴 요청	188	39.0%	사자(사망자) ID 탈퇴 요청
본인인증[76] 해제 요청	43	8.9%	사자(사망자) ID 본인인증 진행 불가에 따라 해제(제외) 요청
스팸 게시물 신고	24	5.0%	사자(사망자) 미니홈피에 작성된 스팸 게시물 신고
게시물 백업 요청	6	1.2%	사자(사망자) 미니홈피 게시물 백업 요청 (일촌공개/비공개)
일시정지 요청	5	1.0%	사자(사망자) 미니홈피 일시 이용정지 요청
기타	4	0.8%	사자(사망자) 미니홈피 검색 노출 제외 및 명의변경 요청
합계	**482**	**100%**	

<표3-1>을 살펴보면, 본 연구의 취지인 사망자의 디지털 유품 제공에 해당하는 내역에 대한 문의를 추정해보면, 비밀번호 제공 문의, 본인인증 해제요청, 게시물 백업 요청, 기타의 명의변경 요청 등이 직접적인 관련이 있는 것으로 보이며, 탈퇴요청은 사망자의 회원가입 내역 및 모든 이용내역이 사라지는 것을 원하는 것으로 해석하여 디지털 유품을 받지 않겠다는 의미로 해석할 수 있다. 또한 기타의 검색노출 제외 역시 유사한 맥락에서 이해할 수 있다. 스팸게시물 신고나 일시정지 요청은 디지털 유품을 제공받겠다는 의사표시는 없으나, 회원탈퇴와 같은 서비스 이용 영구 중지 및 이용내역 삭제를 원하는 것이 아니어서 관리나 추모의 목적 등을 생각해 볼 수 있다.

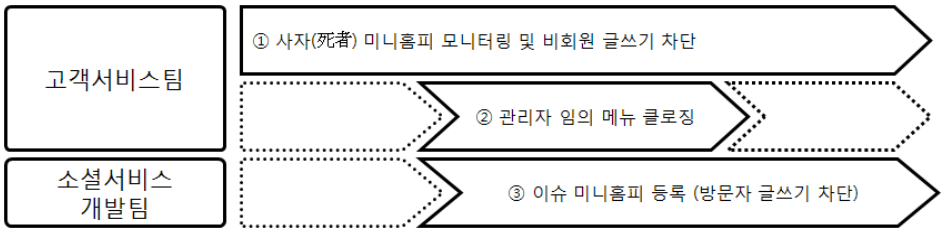
76) 본인인증: 이상패턴, 실명인증, 도용제재 철회 등

<그림3-1> SK컴즈 고객센터 대응 절차



<그림3-1>의 절차를 살펴보면 SK컴즈의 사망자 디지털 유품 처리 원칙은 기본적으로 상속인을 포함한 누구에게도 제공이 불가하며, 다만 회사와 계약관계인 사망자의 온라인 공간의 훼손을 방지하는 정도에 그친다고 할 수 있다. 세부 항목별로 살펴보면, SK컴즈는 사자(사망자) 미니홈피, 블로그가 제3자에 의해 운영된다고 고객센터로 신고 접수된 경우, 기본 원칙에 의거, 제3자에 의해 운영하고 있는 것은 명의도용으로 판단하여 제3자에 의한 운영 여부가 확인되면, 확인한 후 증거가 명백할 경우 해당 미니홈피, 블로그를 폐쇄하고 있다. 상속인이 해지를 원하는 경우 사망자의 사망확인 및 가족관계를 확인하고, 이용해지가 가능하도록 처리해주고 있으며, 비밀번호 요청이나 게시물 백업, 명의 변경 요청은 원칙적으로 불가함을 안내하고 있다. 이외에 스팸게시물 삭제를 요청하는 경우에는 삭제조치를 해주고 있으며, 아이디와 비밀번호가 명의 도용으로 신고시 사망확인서 및 가족관계 확인을 통해 명의도용으로 신고된 아이디의 제재에 대한 철회 조치를 해주고 있으며, 실명인증 제외 요청이나 이상패턴 제외 요청 등은 가족관계와 사망확인서 등을 첨부하면 요청을 수락해주고 있다. 요컨대 SK 컴즈의 고객대응 프로세스는 다음과 같다. 사망자의 사망진단서, 가족관계확인서 등 제출시 이용해지 가능, 비번, 게시물 백업, 명의 설정 변경 요청은 불가, 스팸 게시물 삭제 및 도용 제재 철회 가능, 이상패턴, 실명인증 제외요청은 가능하다. 단 미니홈피, 블로그가 제3자에 운영된다는 신고접수시 확인 후 폐쇄로 조치하고 있다.

<그림3-2> SK컴즈의 이슈 미니홈피 관리



연예인이나, 사회적으로 큰 관심을 불러일으키는 이슈가 발생시 SK컴즈는 사망자의 미니홈피를 모니터링 하는 동시에 비회원 글쓰기를 차단하고 있다. 또한 관리자 임의 메뉴를 클로징하고, 이슈 미니홈피로 등록하여, 방문자 글쓰기 차단 및 멤버 DB에서 별도로 분리하여 트래픽을 분산시키고 있다. 이러한 프로세스를 운영하는 이유는 연예인 자살 이슈의 경우 일 기준 20~100만 명의 방문자가 급증하여 시스템 장애의 문제가 발생하기 때문이다. 차단영역은 사진첩, 게시판, 동영상, 미니룸, 스토리룸 댓글 등 제한적으로 운영하고 있다. SK컴즈의 미니홈피는 2010년 8월 현재 2,500만개 정도 규모이며, 미니홈피 가운데 사망자 미니홈피/블로그의 정확한 숫자는 파악이 되지 않고 있으며, 이들의 대부분이 방치되거나 제3자에 의해 운영되고 있는 것으로 판단되지만, 제3자에 의한 운영이 고인 추모 목적이기 때문에 현실적으로 원칙을 강제하기 어려운 측면이 있다.

<그림3-3> 故 최진실씨의 미니홈피

※ 접속기록 : 2010-07-27 오전 10:33:29, 일평균 방문자 2,000여명 유지

사망자의 디지털 유품 처리 사례는 크게 원칙을 준수하는 일반적인 사례와, 원칙을 적용하지 못한 예외사례로 구분할 수 있다. 먼저 원칙을 준수하는 일반적인 사례를 살펴보면, 연예인 故 이언의 경우, 제3자가 고객센터로 비밀번호를 문의하였고 처리 불가를 안내한 바 있다. 이외의 경우를 살펴보면, 제3자에 의한 운영을 암묵적으로 허용하는 사례의 경우, 연예인 故 최진실, 유니 등 사망 연예인 다수가 제3자에 의해 관리되고 있다. 또한, 연예인 故 이언, 장자연의 경우, 제3자가 웹페이지 비밀번호 찾기를 통해 비밀번호를 확인한 것으로 보인다. 모델 故 김지후의 경우, 사망 후 제3자에 의해 탈퇴한 것으로 보인다. 故 서부희의 경우, 가족에 의해 미니홈피가 관리되다가 탈퇴한 것으로 보인다. 모델 故 김다울의 경우, 소속사에서 일시정지를 요청하여 일시 정지되었다가 가족 요청으로 철회한 바 있다.

<표3-2> 천안함 침몰 사건 관련자 현황[77]

	이름	주소	최종로그인 (10-1기준)	제3자 운영	비고
1	이재민	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=41102398	2010-6-15 22:47	X	
2	차균석	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=45595953	2010-9-29 21:01	O	사진첩 게시물 등록
3	김선호	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=36698499	2010-9-22 9:47	O	대문글 변경, 다이어리/사진첩 게시물 등록
4	서대호	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=38032596	2010-9-15 22:37	O	대문글 변경
5	방일민	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=41714714	2010-3-16 0:50	X	
6	문영욱	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=51127340	2010-9-22 19:42	O	대문글 변경, 다이어리/사진첩 게시물 등록
7	정범구	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=20622298	2010-10-1 9:20	O	대문글/프로필 변경, 다이어리/사진첩 게시물 등록
8	장진선	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_	2010-8-17 21:26	X	

77) "사자(사망자)의 디지털 유산의 법률적 한계 및 개선방안", 사자(사망자)의 디지털 유산 관리현황과 개선방안(2010.10.13. (사)한국인터넷자율정책기구 세미나 자료집)

		main.asp?tid=42480547			
9	문영욱	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=51127340	2010-9-22 19:42	O	대문글 변경, 다이어리/사진첩 게시물 등록
10	손수민	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=29094067	2009-10-16 1:52	X	
11	이용상	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=29720474	2010-9-25 8:55	O	대문글/포토스토리 변경, 사진첩 게시물 등록
12	강현구	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=40254319	2010-9-30 23:54	O	대문글 변경, 사진첩 게시물 등록
13	이상민 (88년생)	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=39134543	2010-9-26 0:18	O	대문글 변경, 다이어리/사진첩 게시물 등록
14	이상민 (89년생)	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=39981494	2010-9-9 16:47	O	대문글 변경, 다이어리/사진첩 게시물 등록
15	안동엽	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=52636133	2010-4-19 12:33	X	
16	강태민	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=43086621	2010-4-15 1:06	X	
17	박석원	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=25732739	2010-3-16 6:51	X	
18	정종율	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=37404849	2009-6-29 21:15	X	악성댓글 삭제요청 접수됨
19	조진영	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=36956584	2010-9-27 17:48	O	대문글 변경, 다이어리/사진첩 게시물 등록
20	이상희	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=43246440	2010-5-4 16:21	O	다이어리 게시물 등록
21	김선명	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=54059819	2010-7-27 22:28	-	이용해지
22	박정훈	http://minihp.cyworld.com/pims/main/pims_main.asp?tid=53315201	2010-8-30 10:01	O	프로필 변경

천안함 침몰에 따른 희생장병의 미니홈피의 경우 22명 중 해지자 1명, CS접수 이력자 1명(악성댓글 삭제 요청), 타인에 의해 로그인 이력이 있는(사건 이후 로그인 이력) 미니홈피는

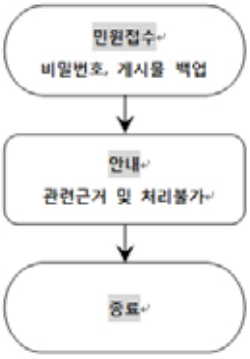
18건, 이 중 13개의 미니홈피에 게시물 등록, 메인사진 변경 등의 운영이력이 확인되었다.

1) 문의유형별 처리 현황

① 비밀번호 문의, 게시물 백업 요청

구분	내 용
문의내용	o 지금은 고인이 되셨지만 싸이월드 홈피를 자식인 제가 간간히 들어와 보곤 합니다. 어머니 홈피의 비번을 알면 홈피 관리도 하고 싶고 한데 비번을 알 수 있는 방법을 알려주세요. o 얼마 전 고인이 되신 아버지의 홈피를 볼 수 있을까 해서 문의 드립니다. 어머니 말로는 가족사진과 부부산악회 모임의 사진들을 많이 올려 놓으셨다 하는데 그걸 꼭 찾고 싶어 하십니다. 꼭 부탁드립니다. 가능하다면 어떻게 해야 하는지 답변 부탁 드려요.
처리현황	o 결과 : 처리불가 - 비밀번호 문의 · 비밀번호를 본인이 아닌 제3자[78]에게 안내하는 것은 원칙적으로 불가함 - 게시물 백업 요청 · 본인이 아닌 제3자에게 일촌공개 및 비공개 게시물을 백업하는 것은 원칙적으로 불가함. 또한 전체공개 게시물이라 하더라도 기술적인 이유로 백업이 불가함
처리근거	o 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 o 민법 일신전속권 o 서비스이용약관
처리기간	o 24시간 이내

<그림3-4> 비밀번호 문의, 게시물 백업 요청 처리 프로세스

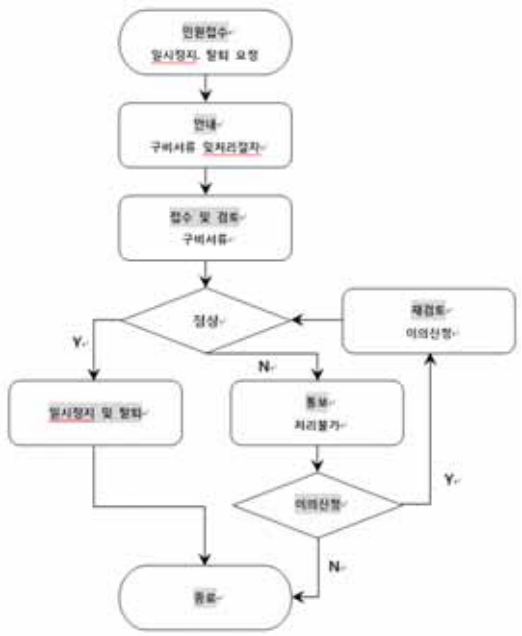


78) 제3자: 배우자 및 직계 가족을 포함한 타인

② 일시정지, 탈퇴 요청

구분	내용
문의내용	o 6월 23일 날 남편이 사고로 고인이 되셨습니다. 탈퇴 부탁드립니다. o 저의 가족이 싸이월드를 사용하다가 고인이 되었습니다. 탈퇴시켜 주십시오.
처리현황	o 결과 : 처리 - 구비서류 확인 후, 처리 - 구비서류: 사망진단서/ 가족관계증명서/ 요청자 신분증
처리근거	o 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 o 민법 일신전속권
처리기간	o 24시간 이내

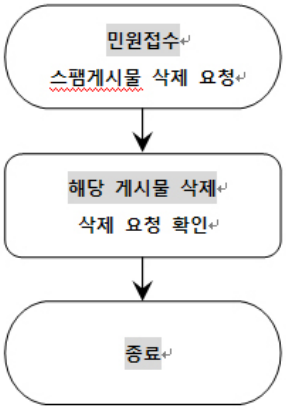
<그림3-5> 일시정지, 탈퇴 요청 처리 프로세스



③ 스팸게시물 신고

구분	내용
문의내용	o 고인이 되신 아버지 홈피에 광고성 글이 너무 많이 올라와 삭제하고 싶습니다. o 생전모습을 추억할 수 있는 공간이라 가족과 지인들이 소중히 꾸려가고 있는데 스팸물이 올라오면 직접 삭제할 길이 없어 늘 싸이캅님께 신고하고 있습니다.
처리현황	o 처리 - 신고 내용 확인 후, 해당 게시물 삭제
처리근거	o 서비스이용약관
처리기간	o 24시간 이내

<그림3-6> 스팸게시물 신고 처리 프로세스

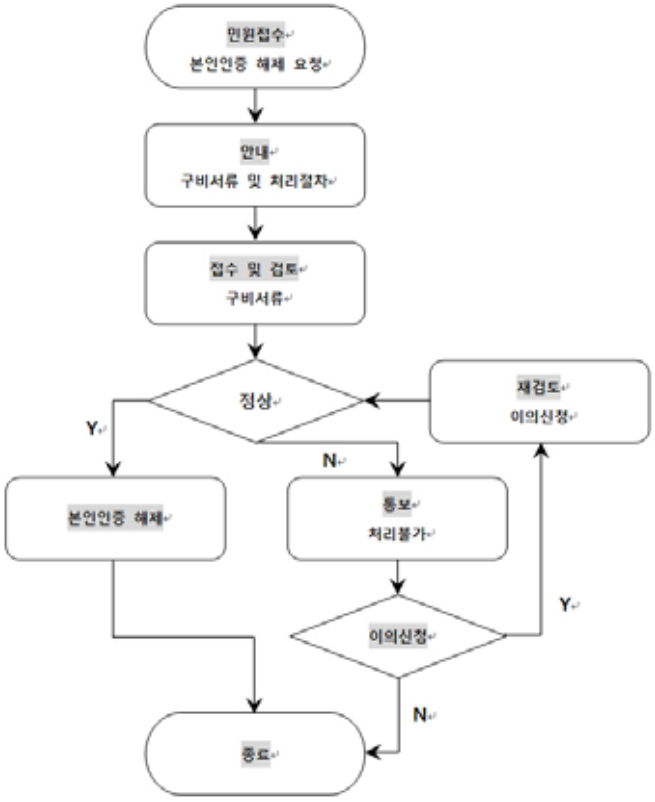


④ 본인인증 해제 요청

구분	내용
문의내용	o 고인이 된 동생의 미니홈피 입니다. 어머니와 제가 관리를 해왔었는데요 최근 접속하지 못해 본인인증을 하라는 메시지가 떠서 참 난감하네요. 이미 고인이 되어서 인증을 할 수 없는 상황이라서요. o 로그인을 시도하였으나 역시나 인증 부분이 나옵니다. 3개월 이상 미접속으로 인증을 해달라고 나오네요. 확인 부탁 드립니다.

처리현황	o 처리 - 구비서류 확인 후, 본인인증 프로세스 예외 조치 - 구비서류 : 사망진단서/ 가족관계증명서/ 요청자 신분증
처리근거	o 근거 없음 - 고인의 생전에 본인 동의하에 비밀번호를 알고 미니홈피를 관리하고 있는 제3자가 추모의 목적으로 운영하는 상황을 고려하여 도의적 차원에서 본인 인증 프로세스 해제하여 서비스 접속 할 수 있도록 조치. 암묵적 허용함.
처리기간	24시간 이내

<그림3-7> 본인인증 해제 요청 처리 프로세스



사례를 살펴보면, 본인인증 해제요청을 제외하고는 비밀번호, 게시물 백업은 제공해주지 않았으며, 이용해지나 스팸게시물은 삭제해주는 것을 알 수 있다. 다만 특기할만한 사항은

이미 유족에 의해 관리되고 있는 미니홈피에 대해 본인 인증 해제 요청을 암묵적으로 허용해준 점이다. 해당 사례는 사망자가 생전에 가족의 비밀번호 이용을 동의한 사례지만, 사망자의 미니홈피가 수치화되기 어렵다는 점을 감안하면, 유사 사례는 보다 많은 것으로 추측된다. 추모의 목적으로 가족이 비밀번호를 알아내서 사용하는 경우, 명의도용 등 문제 발생의 소지가 있음에도 이를 용인하는 것이 될 수 있다. 이러한 운영 방식에 대해서 사망자나 유족과 아무런 관계가 없는 타인이 신고할 경우 문제가 발생할 수 있는 부분이나, SK컴즈는 이에 대한 부담을 감수하면서까지 비밀번호를 알아낸 가족에 의한 추모 목적의 관리를 용인하고 있다는 점은 특기할만한 사항이다. 왜냐하면, SK컴즈가 제공한 디지털 유품 제공에 대한 처리 원칙은 회사와 계약 당사자인 사망자 이외의 사람에게는 아무런 정보도 제공할 수 없으며, 유족을 포함한 제3자 이용은 명의도용으로 폐쇄하고 있기 때문이다. SK컴즈는 정보통신망법에서 정보통신서비스 제공자 등이 제3자에게 이용자의 개인정보를 제공하거나 개인정보의 취급을 위탁하는 경우에는 이용자의 동의를 받도록 하고, 누구든지 정보통신망에 의하여 처리/ 보관 또는 전송되는 타인의 정보를 훼손하거나 타인의 비밀을 침해/ 도용 또는 누설할 수 없도록 하고 있는 점과 민법의 일신전속권(특정 주체만 향유·행사할 수 있는 권리)에 따라 사자(사망자) 미니홈피/블로그에 대해 다음의 원칙을 수립하여 운영하고 있다.

<표3-3> SK컴즈의 사망자의 미니홈피 및 블로그 대응원칙

- 사자(사망자) 미니홈피/ 블로그는 제3자에게 승계(양도, 상속) 불가
- 사자(사망자) 미니홈피/ 블로그는 제3자에 의한 운영시 폐쇄
- 사자(사망자)이며, 가족의 요청이 있는 경우 가족임을 확인 후, 회원탈퇴(일시정지)

※ 제3자 : 배우자 및 직계가족을 포함한 타인

여기서 상속인이 제3자에 포함되는지 여부에 대해서는 논란의 여지가 있으나, 포털의 이용약관의 당사자가 이용자와 포털사인 점, 그리고 정보통신망법에서도 제3자에 대한 명확한 범위 규정이 없다는 점 등의 이유로 상속인도 제3자로 포함하고 있다. SK컴즈의 운영원칙의 법률적 근거 및 법률적 근거에 따른 약관 반영은 아래와 같다.

<표3-4> 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 관련 조항

제4장 개인정보의 보호

제1절 개인정보의 수집·이용 및 제공 등

제22조 (개인정보의 수집·이용 동의 등)

① 정보통신서비스제공자는 이용자의 개인정보를 이용하려고 수집하는 경우에는 다음 각 호의 모든 사항을 이용자에게 알리고 동의를 받아야 한다. 다음 각 호의 어느 하나의 사항을 변경하려는 경우에도 또한 같다.

1.개인정보의 수집·이용 목적

2.수집하는 개인정보의 항목

3.개인정보의 보유·이용 기간

제24조 (개인정보의 이용 제한)

정보통신서비스 제공자는 제22조 및 제23조제1항 단서에 따라 수집한 개인정보를 이용자로부터 동의 받은 목적이나 제22조제2항 각 호에서 정한 목적과 다른 목적으로 이용하여서는 아니 된다.

제24조의2 (개인정보의 제공 동의 등)

① 정보통신서비스제공자는 이용자의 개인정보를 제3자에게 제공하려면 제22조제2항 제2호 및 제3호에 해당하는 경우 외에는 다음 각 호의 모든 사항을 이용자에게 알리고 동의를 받아야 한다. 다음 각 호의 어느 하나의 사항이 변경되는 경우에도 또한 같다.

1.개인정보를 제공받는 자

2.개인정보를 제공받는 자의 개인정보 이용 목적

3.제공하는 개인정보의 항목

4.개인정보를 제공받는 자의 개인정보 보유 및 이용 기간

② 제1항에 따라 정보통신서비스 제공자로부터 이용자의 개인정보를 제공받은 자는 그 이용자의 동의가 있거나 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우 외에는 개인정보를 제3자에게 제공하거나 제공받은 목적 외의 용도로 이용하여서는 아니 된다.

③ 제25조제1항에 따른 정보통신서비스 제공자 등은 제1항에 따른 제공에 대한 동의와 제25조제1항에 따른 개인정보 취급위탁에 대한 동의를 받을 때에는 제22조에 따른 개인정보의 수집·이용에 대한 동의와 구분하여 받아야 하고, 이에 동의하지 아니한다는 이유로 서비스 제공을 거부하여서는 아니 된다.

<표3-5> 민법 일신전속권

일신전속권(一身專屬權)이란 권리의 성질상 타인에게 귀속할 수 없는 것, 즉 양도·상속 등으로 타인에게 이전할 수 없는 권리를 말하는 것으로 정확하게는 귀속상의 일신전속권(歸屬上一身專屬權)이라고 한다.

제5편 상속

제1장 상속

제3절 상속의 효력

제1관 일반적 효력

제1005조 (상속과 포괄적 권리의무의 승계)

상속인은 상속 개시된 때로부터 피상속인의 재산에 관한 포괄적 권리의무를 승계한다. 그러나 피상속인의 일신에 전속한 것은 그러하지 아니하다.

<표3-6> 네이트 이용약관 관련 조항

제23조(회사의 의무)

1) 회사는 서비스 제공과 관련하여 알고 있는 회원의 회원정보를 본인의 동의 없이 제3자에게 제공하지 않습니다.

<표3-7> 싸이월드 이용약관 관련 조항

원칙적으로 당사는 회원님의 개인정보를 수집 및 이용목적에 한해서만 이용하며 타인 또는 타 기업·기관에 공개하지 않습니다. 다만, 아래의 경우에는 예외로 합니다.

1. 이용자들이 사전에 동의한 경우

정보수집 또는 정보제공 이전에 회원님께 비즈니스 파트너가 누구인지, 어떤 정보가 왜 필요한지, 그리고 언제까지 어떻게 보호/관리되는지 알려드리고 동의를 구하는 절차를 거치게 되며, 회원님께서 동의하지 않는 경우에는 추가적인 정보를 수집하거나 비즈니스 파트너와 공유하지 않습니다.

2. 법령의 규정에 의거하거나, 수사 목적으로 법령에 정해진 절차와 방법에 따라 수사기관의 요구가 있는 경우

※ 싸이월드는 개인정보 취급방침 제5조 내용으로 갈음함((네이트와 같은 이용약관 조항 없음)

본 연구의 수행을 위해, 한국인터넷자율정책기구의 회원사인 국내 주요 포털에 사망자의 디지털 유품 처리를 위한 법률적, 현실적 문제점 및 실무자 차원의 개선방안을 요청하였다. 이에 대해, SK컴즈는 사자의 디지털 유품 처리와 관련하여 관련 법률 및 약관에 근거하여 처리될 경우 특별한 문제는 없다는 회신을 주었다. 물론, 이는 SK컴즈의 공식적 입장이 아닌, 연구에 참여한 개인의 의견으로 업무를 수행하며 법률적·현실적 차원 모두를 고려한 의견이다. 다만 다른 대형 포털과 마찬가지로 추모를 목적으로 제3자에 의해 사자(사망자)의 미니홈피가 운영을 암묵적으로 허용하는 경우, 사자(사망자)의 동의 여부를 확인할 수 없기 때문에 다수의 현행법 위반 및 민·형사 소송에 휘말릴 가능성이 높다는 점을 문제점으로 인식하고 있었으며 이러한 예외 사항이 발생하게 되므로, 업계 공통의 기준이나 법률적 차원의 고민이 있어야 한다는 의견이 있었다. 현행법상으로는 개인정보침해 및 사생활 침해(일촌공개 및 비공개 게시물 열람 가능) 소지가 다분하기 때문이다.

현실적으로, 사망자 미니홈피와 블로그를 추모의 목적으로 운영하고 싶은 요구는 많으나 법률적 근거가 미약하여 비밀번호를 제공할 수 없어 고객 상담을 수행하는데 많은 어려움이 존재한다. 예를 들어, 사자(사망자)의 미니홈피와 블로그 등에 스팸 게시물이 방치되는 경우 발생하며, 또한 제3자에 의해 사자(사망자) 미니홈피가 운영될 경우 해당 미니홈피를 폐쇄해야 하나, 대부분 고인을 추모하기 위한 목적이기 때문에 폐쇄 처리가 쉽지 않은데, 이는 형평성 논란에 휘말릴 여지가 충분하다. 또한 가족확인을 위한 구비서류 중에 사망진단서에 대해 간혹 민감한 반응을 보이며 발급 절차상의 불편함 때문에 대체 서류를 요청하기도 한다. 그리고 포털의 입장에서는 사망자 ID의 접근 권한을 서비스 별로 세분화 하는 것은 연계서비스 이슈로 기술적 어려움 있기도 하다. 요컨대, 사망자의 디지털 유품 제공의 현실을 살펴보면, 현실적 니즈가 발생한다는 점, 포털 약관상 명의도용에 해당한다고 간주하는 제3자에 의한 운영이 암묵적으로 진행되고 있다는 점, 그리고 사업자 입장에서는 사업자이기 이전에 한 명의 인간이며 도의적 차원에서 예외적 운영을 암묵적으로 인정하며 법률적 부담을 안고 간다는 점 등을 감안하면, 사망자의 디지털 유산을 제공할 경우, 디지털 유산 제공에 대한 법, 규칙, 지침 등의 제·개정이 선행되는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

2. KTH

KTH(paran.com)는 SK컴즈를 비롯한 다른 주요 포털들과 사망자의 디지털 유품 처리에서 차이점을 보인다. KTH는 유가족이 사망자의 계정에 접근을 요구하는 경우 임시 접근권을 운영하고 있다. 이는 KTH가 SK컴즈보다 훨씬 큰 법률적 부담을 안고 사망자의 디지털 유품에 접근하는 기능을 제공하는 것으로, 법률이 도덕의 최소한임을 감안한 보다 유연하게 접근하는 것으로 보인다. 먼저 KTH의 처리 기준을 살펴보면 다음과 같다.

<표3-8> KTH 관련 약관

제 23조 양도 금지 이용자는 서비스의 이용권한, 기타 이용 계약상 지위를 타인에게 양도, 증여, 대여할 수 없으며, 이를 담보로 제공할 수 없습니다.

KTH도 약관상으로 서비스 이용권한이나 계약상의 지위를 타인에게 제공할 수 없도록 되어 있다. 원칙적으로는 이용자 관련 정보를 제공할 수 없다는 것이다. KTH는 유족의 접근 권한 요청시 사망진단서, 가족관계확인서, 요청자 신분증 등의 구비서류를 갖추면 콘텐츠 접근 권한, 회원탈퇴, 요금청구 취소 및 환불 요청 등을 허용하고 있으며, 콘텐츠 접근권한의 경우 신청시점으로부터 2주 이내로 한정하였다. 디지털 유산에 접근할 수 있는 권한을 제공하는 경우에는 임시 접근 기간 만료 후 해당 계정은 강제 탈퇴 처리되며, 이혼 소송 등의 법정 분쟁이 예상되는 건에 대해서는 정보보호 사유로 제공이 불가함을 안내하고 있다. 다만, 명의 변경은 어떠한 경우에도 수락하고 있지 않다.

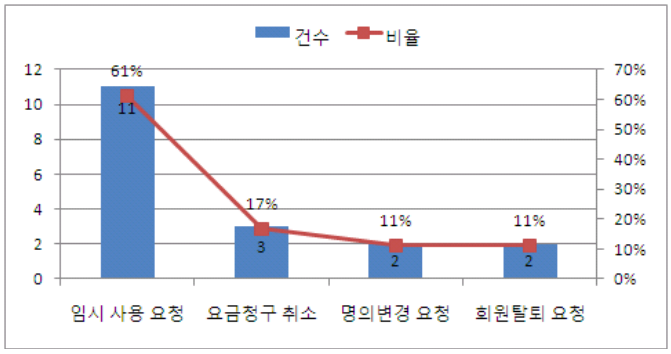
KTH의 2010년 12월부터 2011년 5월까지 6개월간의 전체 민원 대비 사자의 디지털 유품 관련 요청은 18건이었다. 이는 SK컴즈와 마찬가지로 전체 민원건 대비 비율 0.03%에 해당하는 수치이다. KTH의 사망자의 디지털 유품 민원이 특정 기간 1년 동안 18건으로 계산하였을 때, 해당 기간 KTH의 연간 전체 민원은 6만여건 가량으로 추정해 볼 수 있다. SK컴즈와 비교해 보았을때, KTH의 사망자 디지털 유품 관련 요청은 미미한 것으로 보인다. 이는 주요 포털간 이용자 수의 차이에서 기인하는 부분이 있을 것으로 보이며, 통계 수치가 유의미한 수량에 이르지 않는다는 점을 고려하여 논의하기로 한다.

<표3-9> 사망자의 디지털 유품 관련 주요 문의 유형

문의유형	건수	비율	원칙 적용	주요사례
임시 사용 요청	11	61%	예외	사망자 ID에 대한 임시 접근 권한 요청
이용요금 문의	3	17%	원칙	사망 이후 청구된 요금에 대한 청구 취소 요청
명의변경 요청	2	11%	원칙	유족에게 명의변경 가능 여부 질의
회원탈퇴 요청	2	11%	원칙	사망자의 회원탈퇴 및 정보 삭제 요청
합계	18	100%	-	-

<표3-9>를 살펴보면, KTH의 경우에도 비밀번호나 다른 대체수단으로서 사망자의 계정에 접근하는 것을 희망하는 요구가 가장 많음을 알 수 있다. 임시 접근 권한 요청이 18건 가운데 11건으로 전체의 61%에 해당한다. 다음으로 이용요금 문의나 명의변경 요청, 회원탈퇴 요청 등이 있으나 그 수치는 극소량에 해당하는 것으로 유의미해 보이지 않는다. KTH의 경우 연간 전체 민원 건수도 1천 건을 넘지 않는 수준이며, 그 수준에서도 사망자의 디지털 유품 관련 문의가 매우 극소수인 점을 감안하면 소송 등 법률적 다툼에 휘말리더라도 다른 주요 포털보다 감수해야 할 리스크가 크지 않은 것으로 보이며, 이러한 부분이 다른 주요 포털보다 유연한 정책을 가져갈 수 있도록 한 것으로 추측된다.

<그림3-8> 사망자의 디지털 유품 관련 문의 유형



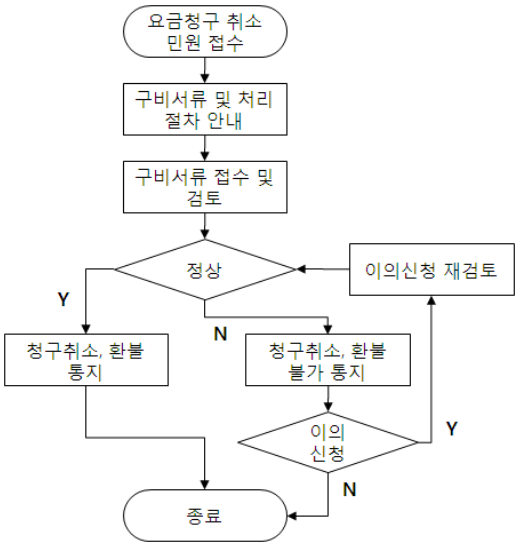
다음으로 주요 사례를 살펴보면, KTH의 경우 천안함 관련 사망자의 디지털 유산 요청은 없는 것으로 확인되었다. KTH 역시 모든 경우에 디지털 유산 접근 권한을 제공하는 것은 아니며, 가족 등 상속인이 사망자의 디지털 유품을 보존하고자 하는 취지인 경우에 제한적으로 임시 접근권을 제공하고 있으며, 이 경우에 사망확인서 및 가족관계확인서 등의 절차를 따르고 있다.

o 원칙적용 처리 사례

① 사망자에 대한 요금 청구·결제 취소 요청

구분	내용
요구사항	o 월정액 사용자의 사망 이후 요금 청구 취소 요청
처리현황	o 6개월 이내 청구 금액에 대해 필요 구비 서류 확인 후 요금 청구 취소 가능 - 사망자가 월정액 콘텐츠를 결제하여 청구된 요금 중 사망 이후 최근 6개월 이내에 청구된 금액에 대해 청구 취소 가능 - 사망 이전 청구된 금액 또는 최근 6개월 이전 청구금액에 대해서는 청구 취소 불가 o 구비 서류 : 사망진단서, 가족관계확인서, 요청자 신분증
처리근거	o 파란결제이용약관 제18조 (이의신청 및 환불) ①이용요금 청구에 대한 이의가 있는 경우에는 해당 요금이 발생한 날을 기준으로 6개월 이내에만 이의신청이 가능하며 회사는 이의신청 접수 후 은행영업일을 기준으로 7일 이내에 타당성을 검토하여 처리결과를 전화, 서면, 전자우편 등의 방법으로 통지할 수 있습니다.
처리기간	o 요금 청구 취소 : 구비서류 확인 후 1일 이내 - 단, 익월 요금 청구 취소의 경우 익월 청구 시점에 처리 o 요금 환불 : 일반 2일 이내, 청구 기간에 따라 최대 2주 이내

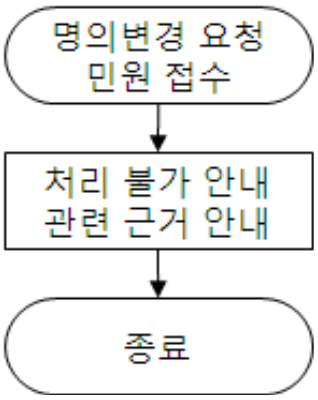
<그림3-9> 사망자에 대한 요금 청구·결제 취소 요청 처리 프로세스



② 사망자 계정에 대한 명의 변경 요청

구분	내용
요구사항	o 자녀가 부모 명의로 가입하여 사용하던 이메일, 블로그 등을 부모 사망 이후에도 지속 사용하기 위해 계정 명의 변경 요청
처리현황	o 계정에 대한 명의변경은 약관에 근거 원칙적으로 불가 o 본인 명의로 신규가입하여 사용 안내
처리근거	o 서비스이용약관 제23조 양도 금지 - 이용자는 서비스의 이용권한, 기타 이용 계약상 지위를 타인에게 양도, 증여, 대여할 수 없으며, 이를 담보로 제공할 수 없습니다.
처리기간	·즉시

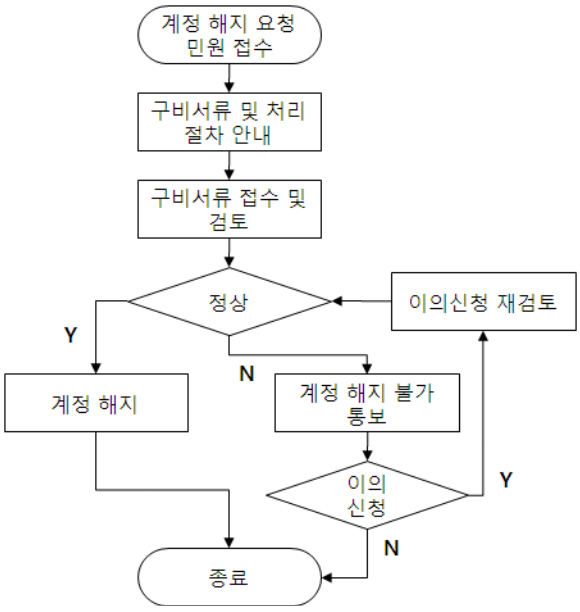
<그림3-10> 사망자 계정에 대한 명의 변경 요청 처리프로세스



③ 사망자 계정 해지(회원 탈퇴) 요청

구분	내용
요구사항	o 사망자의 계정 해지(회원 탈퇴) 요청 - 사망자의 기존 계정, 블로그 콘텐츠 등 유지 또는 노출이 싫다는 의견
처리현황	o 관련 구비서류 확인 후 계정 해지(회원 탈퇴) 및 블로그 등 탈퇴 진행 - 단, 뉴스 댓글 등 탈퇴형 서비스가 아닌 경우 회사가 관련 댓글을 모두 확인하여 삭제 불가 o 구비 서류 : 사망진단서, 가족관계확인서, 요청자 신분증
처리근거	o 파란결제이용약관 제 6조 이용 신청 및 승낙 등 ⑥회원은 회사에 언제든지 회원 탈퇴를 요청할 수 있으며, 회사는 이와 같은 요청을 받았을 경우 회사가 정한 방법에 따라 신속하게 처리합니다. 다만, 서비스 홈페이지를 통하여 고지하는 사유 등으로 인하여 본인 확인 절차가 필요한 경우에는 회사가 지정하는 본인의 신분을 확인할 수 있는 정보의 제출을 요청할 수 있습니다.
처리기간	·구비서류 확인 후 1일 이내

<그림3-11> 사망자 계정 해지(회원 탈퇴) 요청 처리프로세스

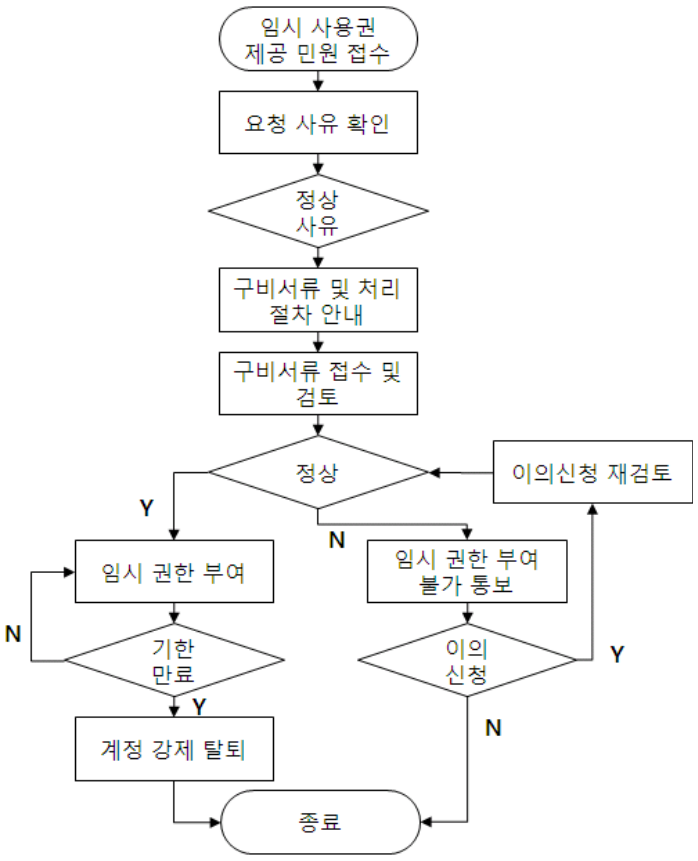


o 예외적용 처리 사례

① 사망자의 디지털 유산 보존을 위한 임시 사용권 제공 요청

구분	내용
요구사항	o 가족 사망으로 인해 사자의 디지털 유산 보존 등을 위해 계정 임시 사용권 제공 요청
처리현황	o 원칙적으로 계정 사용권은 정보보호 등의 사유로 불가 안내 - 다만, 사망자의 디지털 유산 보존을 위한 사유일 경우에 한하여 한시적(약 2주 이내)으로 구비 서류 확인 후 계정 접근 권한 부여 - 임시 접근 기간 만료 후 해당 계정은 강제 탈퇴 처리 ※ 법정 분쟁 예상 건(ex. 이혼 소송 등)에 대해서는 정보보호 사유로 제공 불가 안내 o 구비 서류 : 사망진단서, 가족관계확인서, 요청자 신분증
처리근거	o 관련 근거 없음(예외 사항)
처리기간	o 구비 서류 확인 후 즉시(2주 이내 계정 강제 탈퇴)

<그림3-12> 사망자 계정에 대한 임시 사용권 제공 요청 처리프로세스



KTH도 사망자의 디지털 유산 제공에 있어 약관이나 관련 법률에 근거하여 처리되는 사항은 특별한 문제없는 것으로 보고 있다. 다만, 디지털 유산의 보존을 위해 임시 접근 권한을 부여하는 경우, 사자의 동의 없이 제3자에게 정보를 제공한 경우로 판단되어, 이에 따른 과징금(매출액의 100/1 이하)과 벌칙(5년 이하의 징역이나 5천만원 이하의 벌금) 부과 리스크를 문제점으로 안고 있다. 하지만, 이 경우 개인정보가 살아있는 사람에게 적용되는 점을 감안하면, 법률적으로 과중한 부담을 가져가지 않을 수 있을 것이라 판단된다. 다만, 해당 법규가 명확히 되어 있지 않아, 생존해 있는 사람의 개인정보에 준하여 사망자가 판단된다면 KTH의 해석이 무리한 해석이 아닌 것이 될 것이다.

<표3-10> 개인정보 제공 관련 법령의 벌칙 조항

정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률 제24조의 2(개인정보의 제공 동의) - 위반시 매출액의 100분의 1 이하의 과징금, 5년 이하의 징역 또는 5천만원이하의 벌금 제24조의2(개인정보의 제공 동의 등) ① 정보통신서비스 제공자는 이용자의 개인정보를 제3자에게 제공하려면 제22조제2항 제2호 및 제3호에 해당하는 경우 외에는 다음 각 호의 모든 사항을 이용자에게 알리고 동의를 받아야 한다. 다음 각 호의 어느 하나의 사항이 변경되는 경우에도 또한 같다. 1. 개인정보를 제공받는 자 2. 개인정보를 제공받는 자의 개인정보 이용 목적 3. 제공하는 개인정보의 항목 4. 개인정보를 제공받는 자의 개인정보 보유 및 이용 기간 ② 제1항에 따라 정보통신서비스 제공자로부터 이용자의 개인정보를 제공받은 자는 그 이용자의 동의가 있거나 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우 외에는 개인정보를 제3자에게 제공하거나 제공받은 목적 외의 용도로 이용하여서는 아니 된다. ③ 제25조제1항에 따른 정보통신서비스 제공자등은 제1항에 따른 제공에 대한 동의와 제25조제1항에 따른 개인정보 취급위탁에 대한 동의를 받을 때에는 제22조에 따른 개인정보의 수집·이용에 대한 동의와 구분하여 받아야 하고, 이에 동의하지 아니한다는 이유로 서비스 제공을 거부하여서는 아니 된다.

디지털 유품 제공에 대한 사업자의 현실적 측면을 살펴보면, 디지털 유산 접근 권한 부여 시 각 서비스별 접근 권한을 구분하여 제공할 수 없는 기술적 한계가 존재한다는 점이다. 이는 대부분의 포털의 경우 1개의 계정으로 수 십 개에서 수 백 개에 이르는 서비스에 접근이 가능하다는 부분과 직접적으로 관계된다. 실제 민원 요청이 미미한 부분에 대해 수 백여 가지의 서비스 권한을 개별적으로 구분하여 제공하는데 발생하는 물적·인적 리소스 투입은 사업자들에게 부담이 될 수밖에 없다. KTH의 경우 각 서비스의 접근 권한을 별도로 개발해야 할 경우, 각 서비스별 인증 권한 개발은 현실적으로 거의 불가하며 비용 및 개발기간 또한 거의 산정 불가능한 수준이라 밝혔으며, 또한, 서비스별 개별 접근 권한 제공 불가로 인해 유족이 특정 콘텐츠를 회사가 확인하여 제공해야 할 경우, 이 또한 유족이 원하는 모든 콘텐츠를 취합하여 제공하기 위해 건당 수 일이 소요될 것으로 예상하였다. 그리고 디지털 유산 파기 요청이 있을 경우, 회원 탈퇴를 통해 회원제 서비스는

대부분 일괄 파기가 가능하나, 각 게시판의 댓글의 경우 타인이 작성한 게시글에 댓글이 달린 경우이므로, 일괄 파기가 불가능한 문제점도 발생한다. 최근 소셜 댓글의 활성화에 따라, 사망한 이용자가 생전에 이용한 모든 서비스에 남겨진 유산을 제공하는 데에는 다양한 문제점이 추가될 것으로 보인다. 결과적으로 디지털 유산 제공의 문제점들로 인하여 유족이 특정 서비스의 접근 권한 또는 디지털 유산 제공을 요청하게 되고, 사업자가 시간의 제약을 두고, 조건부 수락을 하게 되더라도, 일단 수락하게 되면 모든 서비스의 접근 권한을 제공할 수밖에 없게 된다.

이에 대해 KTH는 다음과 같은 개선방안을 제시했다. 사업자가 유족에게 사자의 디지털 유산에 대한 접근 권한을 제공하게 될 경우, 사업자에게 법에 위배되지 않고 정당하게 접근 권한을 제공할 수 있도록 법제화 및 세부 가이드라인 제공이 필요하다는 것이다. 또한, 법제화 및 가이드라인은 디지털 유산과 관련된 조회, 접근, 편집, 삭제 등 권한 등에 있어 현재 사업자별로 존재하지 않거나, 개발이 어려운 권한 그리고 각 사업자마다 다른 환경 등을 고려하여 현실적으로 사업자가 기술적, 비용적으로 제공 가능한 범위가 충분히 고려된 방안을 희망했다. 그리고 사업자의 환경에 따라 제공 가능한 범위가 각각 다를 수 있음을 고려하여 제공 범위에 대해 사업자별로 제공 가능한 범위를 선택적으로 결정할 수 있을 지 검토가 필요하며, 만일 모든 사업자가 특정 권한을 의무적으로 제공해야 한다면, 해당 기능에 대한 개발 비용의 정부지원을 희망했다. 또한 KTH는 사망자의 디지털 유산 관련 정책 도입 시 이슈 사항에 대해 사업자 현실이 반영된 디지털 유산 양도 절차와 범위가 필요하다고 보았다. 그리고 사망자 콘텐츠 처리와 관련된 세부 아이디어로, 사망자의 콘텐츠에 대한 디지털 표시 제도를 제안했다. 이는 블로그 등 특정 서비스별로 사망자의 컨테츠임을 알리는 기능이다. 물론 이 경우에도 공개게시판에 작성한 댓글까지 표시 영역을 확대한다면 개발 가능여부 및 개발 비용 이슈가 발생하며, 사망 후 유족에게 접근 권한만 허용할 경우, 사업자에겐 로그인 후 콘텐츠 수정이 불가하도록 각 서비스별 개발 이슈의 부담이 존재한다. KTH는 디지털 유산 접근권한을 프로그램으로 개발할 경우, KTH는 디지털 유산에 대한 접근권한과 수정권한을 구분하는 기능이 개발되어 있지 않다. KTH도 다른 포털과 마찬가지로 대부분의 서비스가 로그인 시 모든 서비스에 대한 접근권한과 수정권한이 모두 부여되어 있어, 각서비스별로 접근권한과 수정권한을 구분하여 개발하는데 상당한 노력이 필요할 것으로 판단된다. 이러한 문제점을 감안하면, 가능한 대

안은 메일 등 개인서비스에 대해서만 디지털 유산 제공을 차단하고, 그 이외의 모든 콘텐츠 접근/수정을 허용하는 방안과, 사업자가 직접 제공 가능한 범위만 백업해서 제공하는 방안 등을 고려해 볼 수 있다.

3. Daum

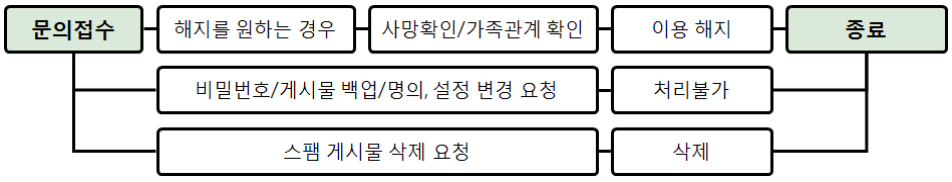
사망자의 디지털 유산 처리에 대해 다음(Daum)의 경우에도 SK컴즈나, KTH처럼 원칙상 제공이 불가하다는 정책을 취하고 있다. 또한 다음은 개인정보취급방침을 통해 회원의 서비스 받을 권리의 양도 내지 증여 금지하고 있으며, 이용자가 이용계약을 해지하는 경우 회원 계정에 등록된 게시물 등의 모든 이용내역은 삭제되고, 개인정보는 폐기한다고 명시하고 있다. 또한 정해진 수탁 또는 관리업체를 제외하고는 회원의 정보를 제3자에게 제공할 수 없다고 규정하고 있다.[79] 개인정보취급방침 이외에 다음이 제시한 사망자의 디지털 유품 처리원칙은 다음과 같다.

<표3-11> 다음의 디지털 유품 처리 원칙

현행 판례와 민법의 일신전속권, 망법의 비밀침해 금지 기조에 따라 본인 외에는 개인의 콘텐츠/메일 제공을 불가하다는 원칙

망법의 제49조는 비밀 등의 보호 조항으로, 타인의 비밀을 침해하거나 도용 또는 누설하여서는 안된다고 규정하고 있다. 법률분석에서 살펴본 바와 같이, 사망자도 타인의 범위에 포함시키는 판례의 추세를 보면 본 조항은 유효한 것으로 판단할 수 있다.

<그림3-13> 다음의 고객센터 대응 프로세스



79) http://www.daum.net/doc/info_protection.html#e, 검색일 2011. 10.7.

다음은 SK컴즈나 KTH와 대동소이한 대응 프로세스를 가지고 있다. 이용자 사망시 유족의 해지요청이 있는 경우, 사망확인과 가족관계를 확인하면 이용해지를 진행해주고 있으며, 비밀번호나 게시물 백업, 명의변경 등은 다음의 처리 원칙에 따라 처리가 불가한 것으로 안내하고 있다. 다만, 사망자의 디지털 유산에 스팸 게시물이 게시되어 이의 삭제를 요청하는 경우에는 받아들이고 있다.

다음의 경우 주요 통계를 살펴보면, 2011년 5월의 1개월간 사망자의 디지털 유산 제공 관련 문의는 41건이 있었으며, 이는 전체 민원건 대비 비율 0.046%에 해당한다. 주요 문의 유형으로는 아이디, 패스워드 같은 계정 관련 문의, 다음 카페 등 커뮤니티의 양도나 폐쇄 문의 등이 있었다. 1개월간의 통계로 추정하여 볼 때, 2011년 5월 다음의 전체 민원 건수는 890여건으로 추정해 볼 수 있다. 계절적 특성이나, 사회적 이슈 등을 배제하고 이를 단순 계산하여보면, 연간 100만여 건의 민원이 접수된다고 추정해볼 수 있다. 또한 사망자의 디지털 유품 관련 연간 민원을 단순 계산 하였을 때 490여건으로 추정해 볼 수 있다. 이 수치는 SK컴즈의 482건(연간)과 유사한 수치로, 대형 포털에 사자의 디지털 유품 문의 민원은 비슷한 수준의 것으로 보인다.

<표3-12> 사자의 디지털 유품 처리 관련 주요 문의 유형

문의유형	건수	비율	고객센터 전체 문의중 비율
사자의 계정 관련 문의(삭제, 변경 등)	19	46%	0.021
사자의 커뮤니티 관련 문의(양도, 폐쇄 등)	22	54%	0.025
사자의 메일 관련 문의(백업, 공개, 폐쇄 등)	0	0%	0
합계	41	100%	

주요 사례를 살펴보면, 다음의 경우 KTH와 마찬가지로 천안함 관련 사망자의 디지털 유산 요청은 없는 것으로 확인되었다. 다음 역시 사망자의 디지털 유산 제공과 관련된 모든 문의에서 사망확인서 및 가족관계확인서 제출 등의 절차를 따르고 있다. 주요 포털들은 각 사가 처한 상황에 최적화된 정책을 취하게 되는데, 다음의 경우 카페 서비스에 관하여 양도 문의가 있어, 카페 서비스 정책이 SK컴즈나 KTH와 비교하여 볼 때 더욱 정교하게 구성되어 있다. 이는 다음의 경우 회원 수가 수만 명에서 수십만 명에 이르는 카페

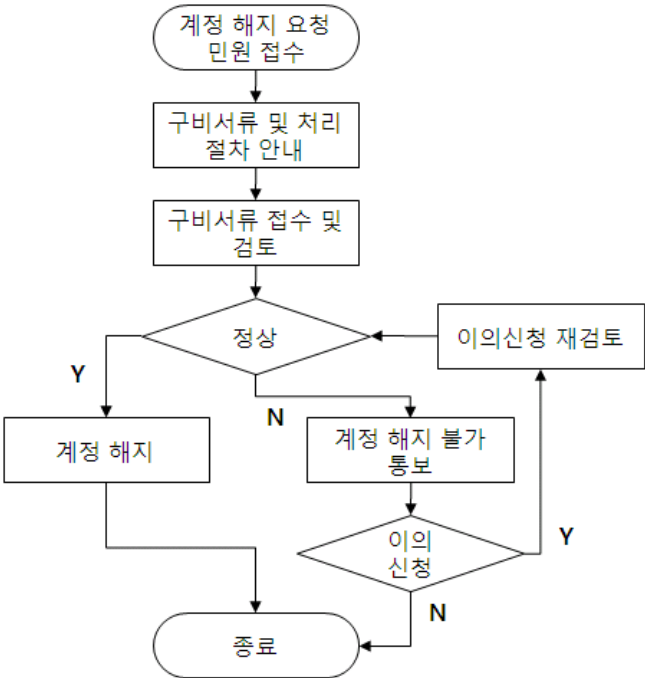
가 많기 때문에 발생한 사안으로, 양도자가 다수인 경우와 소수인 경우로 나누어 양도 절차를 구체화 하는 정책을 수립하게 되었다.

o 원칙적용 처리 사례

- 사망자에 대한 계정, 메일 백업 등의 문의 접수 시

구분	내용
요구사항	사자의 계정, 메일, 커뮤니티 정보 등 요구 시
처리현황	유가족의 요구 시, 구비 서류 확인 후 계정 폐쇄 혹은 보류(보존)만 제공 구비 서류 : 사망진단서, 가족관계확인서, 요청자 신분증
처리근거	서비스 이용약관 및 관계 법령
처리기간	최대 1주일 이내

<그림3-14> 사망자의 계정, 메일 백업 등 문의 요청에 대한 처리프로세스



<그림3-15> 응대사례 : 유가족의 블로그 양도 혹은 관리에 대한 요구

고인이 되신 아버지의 블로그 관리에 대해

다음과 같은 질문드린 적이 있습니다.

문의드립니다.
아버지께서 다음 블로그를 사용중이셨습니다. (http://blog.daum.net/hl1qc)
얼마전 고인이 되셨습니다만 아버지께서 열심히 쓰시던 거라 한동안 그냥 두려고 했는데
보기 싫은 글들이 달려서 관리를 하고 싶어도 비번등을 몰라 할 수가 없네요.
아버지께서 쓰시던 블로그를 제가 관리할 수 있는지 (비번을 확인할 수있게 해주신다든가하는 방법으로)
그게 불가능하다면 아버지의 다음 아이디와 블로그를 삭제하고 싶습니다.
어떻게 해야할 지 알려주시면 감사하겠습니다.

이에 대해 블로그와 아이디 정보에 대해 당사자 외엔 열람이 안되며
아이디 삭제를 원한다면 일정 형식의 정보와 호적등본을 보내달라는 답신을 받았습니다.
일단은 아버지의 아이디 삭제를 위해 호적등본등을 받아두었지만
아버지께서 오래 애정을 갖고 가꾸신 블로그라 급하게 삭제하려니 미련이 생겨서요.
그래서 다음 쪽에서 아버지의 방명록에 달린 광고성 글과 욕설이 들어간 글을 삭제해주실 수 있는지
궁금해서 바쁘실텐데 여러번 귀찮게 문의 드립니다.
아버지 방명록에 붙은 광고성 글들을 캡쳐한 화면 첨부합니다.
맨 위쪽의 남광현(착한이주인) 님의 글도 의도와 관계없이 유족으로서는 보기 불편합니다.
이 글들에 대해서 다음쪽에서 삭제해주신다면
아버지가 쓰셨던 글이나 사진등을 저도 더 오래 두고 보고싶어요.
이게 안된다면 삭제하는 수밖에 없겠지만요.
부탁드립니다.

<그림3-16> 응대사례 : 유가족의 블로그 양도 혹은 관리에 대한 요구

답변 감사합니다^^

* 빠른 문의 처리를 위해 고객님의 블로그에서 테스트 작업이 진행 될 수 있습니다. 이 점 양해해주시길 부탁 드립니다.
http://blog.daum.net/yellowbagel
위의 블로그에 관하여 사촌형을 대신하여 계속 이어가면 안될까요라고 문의드렸던 박재형입니다.
답변 잘 보았습니다. 일일히 답변해 주셔서 무척 감사합니다.
제 형의 블로그는 물론 지극히 사적인 공간이었습니다.
하지만 이 곳의 자료는 형을 아는 사람들 뿐 아니라 모르는 사람까지도 감동을 받을 수 있는
음악이 있는.마음이 있는 곳이라서 미력하나마 생전의 형님의 감성과 마음에 대해 공감을 하고 있었던
동생으로서 계속 가꾸어 형님께 자그마한 성의라도 보여드리고 싶어서였습니다.
굳이 안되는 문제를 억지를 부려서 이루려는 맘은 없습니다.
단지 가능하다면 제가 그렇게 하고 싶어서였습니다.
감사하게도 상의해보시고 연락을 주시겠다고 하니 기쁜 소식을 기대할 뿐입니다.
다시 한 번 감사하다는 말씀 드립니다.

o 예외 사례

- 카페에 대해서 유가족이 아닌 일반 회원이 카페 관리를 위해 양도를 요청하는 경우. 카페 내 스팸글 관리를 위한 목적이 대부분.

구분	내용
요구사항	o 유가족이 아닌 일반 회원이 카페 내 스팸글 삭제 및 관리를 위해 카페지기 권한 양도 요청
처리현황	o 구비 서류 확인 후 양도 혹은 반려 o 구비 서류 - 카페지기 외 운영자가 없거나, 운영자가 1명인 경우 · 카페지기 사망진단서, 운영자로부터 주인권한 양도 서약서 - 카페지기 외 운영자가 다수일 경우 · 사망진단서, 주인권한 양도 서약서, (다른 운영자들로부터) 카페지기 위임 및 동의 서약서
처리근거	서비스이용약관 및 관계 법령
처리기간	최대 1주일 이내

이외의 특이 사례로는 다음 지도서비스의 로드뷰에 돌아가신 아버지가 촬영되어 있는 것을 회원이 발견하고 원본 사진을 요청한 경우가 있었으며, 민원인의 가족관계, 사망확인서, 주소지 등을 확인하고 제공한 사례가 있다.

또한 다음은 공개글 백업 제공 여부에 대해 카페 게시글의 공개와 비공개 여부와 무관하게, 이는 2인 이상 관계된 게시글로 메일과 유사하다고 판단하여 제공이 어렵다는 입장이며, 로그인 권한 제공 불가, 카페 폐쇄는 카페지기일 경우에 한하여 부재중 처리 조치를 취하고 있다. 블로그의 경우, 공개글 백업은 가능하지만, 비공개글은 백업이 불가하며, 로그인 권한도 제공이 불가하다. 다만, 유족이 확인된 경우 폐쇄는 가능하다. 다음의 별도 블로그 서비스인 티스토리의 경우 신원 확인이 가능한 경우에, 공개게시물과 비공개 게시물 백업을 제공하고 있으며, 로그인 권한 부여도 가능하다. 또한 유가족 요청시 폐쇄가 가능하며, 요청이 없는 경우 보존된다. 그리고 사망자의 명예훼손이 우려되는 경우 블라인드 처리 하고 있다. 티스토리의 경우에도 신원 확인이 불가능한 경우, 공개글, 비공개글 백업이 불가하며, 로그인 권한도 제공이 불가하다. 그리고 1개월 이상 블로거가 미접속한 경우, 유가족 요청시 블라인드 조치를 해주고 있으며, 사망자의 명예훼손 우려시 블라인드

조치를 취하고 있다. 다만, 유명인 등 사망이 확인되는 경우에는 즉시 조치가 가능하다.

다음은 사자의 디지털 유품 제공과 관련하여 천안함 때 일부 언론에 의해서 본 이슈가 가시화 되었으나, 대다수 국민들은 디지털 유산이라고 할 만한 것을 갖고 있지 않거나 관심이 없어 정책을 만들고 나서 무용지물이 될 수 있다는 점, 관리 정책을 세우기에 앞서 가장 큰 갈림길은 '망자'가 생전에 동의했는지, 아니면 '사후'에 유가족이 일방으로 요구할 때 제공할 지 부분을 결정하는 것 등이 사자의 디지털 유품 처리에 있어 중요한 이슈라 보았다. 이는 국민들이 사망시 디지털 유산 제공을 필요로 하며, 그 만큼 관심이 있는지, 만약 그러하다면 생전 동의 방식으로 할 것인지, 사후 일방적으로 할 것인지에 대한 고민이다. 이를 위해선 사회적 합의가 선행되어야 할 것이다.

4. NHN

국내 가장 영향력 있는 포털 가운데 하나인 naver를 운영하고 있는 NHN의 경우에도, 사망자의 디지털 유품 처리는 다른 포털과 크게 다르지 않다. NHN도 정보통신망법, 통신비밀법, 민법의 일신전속권 등의 이유로 ID 사용 권리를 제공하고 있지 않다.

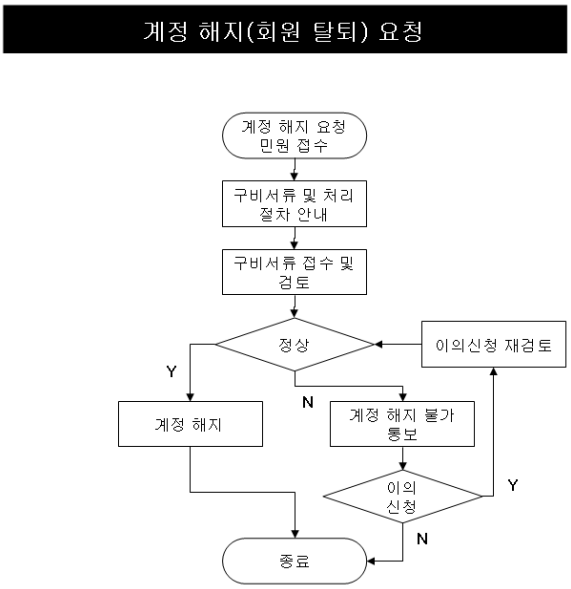
<표3-13> NHN의 사망자 디지털 유품 처리 원칙 및 관련 규정

네이버 ID 사용 권리는 양도/상속 불가능한 일신전속권적 이용권한이므로 본인 이외의 제3자에게 사용 권리의 제공 불가(망법 제21조/제49조, 통신비밀번호법 제3조 제1항에 근거)

NHN의 고객 대응 프로세스는 먼저 사망자 ID이용권한 및 비밀번호 제공, 명의변경 요청은 제공 불가로 처리하고 있다. 다음으로, 사망자 블로그 등 계정 서비스의 게시물 백업 요청도 제공이 불가한 것으로 처리하고 있다. 다만, '공개' 게시물에 한해서 편의를 위해 데이터 백업을 제공한다. 공개 게시물의 백업은 사망자 사망의 사실 확인과 대리인 등 요청자의 가족관계 확인 및 본인 확인, 그리고 사망자 자료 요청서 작성 등의 요건과 절차에 따라 처리한다. 그리고 사망자 ID 이용해제 즉 회원 탈퇴 요청의 경우에도 사망자의 사망 사실 확인서, 대리인 등 요청자의 가족관계 및 본인 확인, 사망자 자료 요청서 작성

등의 절차에 따라 처리가 가능하다.

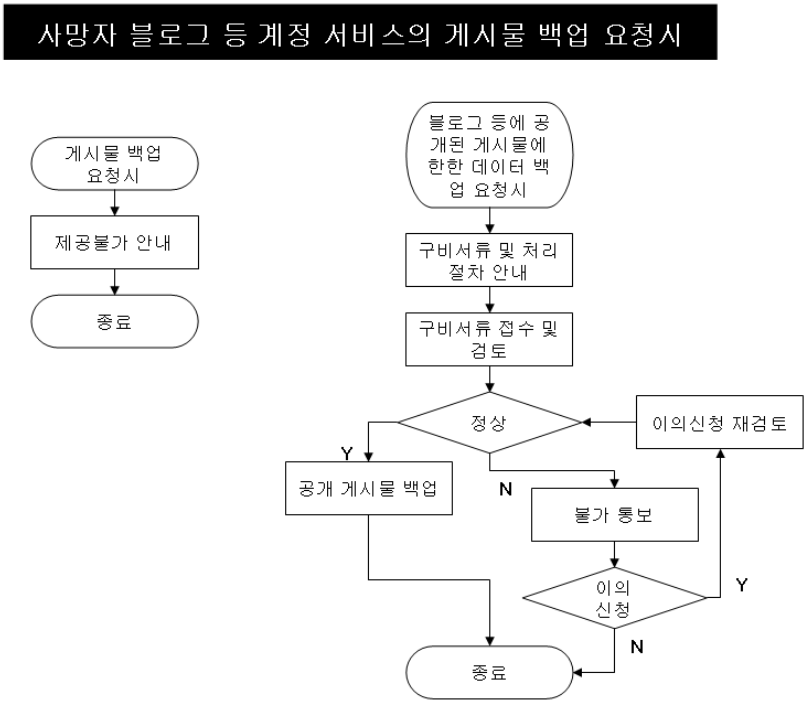
<그림3-17> 계정해지(회원탈퇴) 요청시 처리절차



NHN도 다른 포털과 마찬가지로 사망자 유족의 계정해지 요구시, 구비서류 및 처리 절차를 안내하고, 서류가 접수되면 검토를 통해 계정해지 여부를 판단하여 처리한다. NHN의 통계를 살펴보면, SK커뮤니케이션즈나 다음(Daum)에 비해, 비교적 적은 민원 건수를 보인다. 이는 SK컴즈의 미니홈피, 다음의 카페 등 서비스 특성에서 기인한 측면이 있는 것으로 이해할 수 있다. 2011년 6월 1개월 동안 비밀번호 재발급 요청은 3건, 명의 변경 요청 3건, 메일 열람 요청 2건, 회원탈퇴 요청 2건 등 총 사망자의 디지털 유품 관련 문의가 1개월 동안 10건 있었던 것으로 나타났다. 이는 계절적 요인이나, 사회적 이슈를 반영하지 않고 단순 계산 하였을 때, 1년에 120건에 해당하는 수치로 SK컴즈나 다음에 비하여 상당히 적은 수치이다. NHN의 사례는 한 건으로, 2011년 5월 초, 모델 A씨 사망 직후에 A씨의 친족이라 주장하는 사람이 A씨의 네이버 메일 계정 확인을 위해 비밀번호 재설정을 통한 계정 사용할 수 있도록 요구해온 사례이다. 요청 내용은 A씨가 사용하던 해외 SNS의 계정이 네이버 메일주소여서, 그 사이트의 비밀번호를 알아내기 위해서는 임시 비

밀번호가 발송되는 네이버 메일을 접속해야하기에 네이버 계정에 대한 열람을 요청한 것이다. A씨의 친족이라 주장하는 사람이 A씨와의 친족이며, 대리인임을 증빙하여 가족관계증명서, 부모의 위임증을 모두 제출하였으나, 이미 수립된 원칙에 따라 '사망자'의 개인정보의 열람은 허용 불가함'으로 응대하였다.

<그림3-18> 사망자 블로그 등 게시물 백업 요청시 처리절차



NHN은 유족의 사망자 디지털 유산 요청시 사망자 자료 요청서를 작성하도록 요구하고 있다. 그에 따라, 공개된 게시물의 데이터 백업 요청의 경우 서류 검토를 통해 제공이 가능한 범위내에서 제공하고 있으며, 전체 데이터의 백업을 요청한다든지, 공개된 게시물 이외의 요청에 대해서는 원칙을 따르고 있다. NHN은 인터넷 서비스와 관련하여 사망한 회원의 회원 지위가 상속될 수 있는가 혹은 당해 회원의 서비스 이용 내역 등이 상속인에게 제공될 수 있는가의 문제는 향후 디지털 자산의 가치가 증식됨에 따라 주요한 문제로 대

두될 것으로 보이나, 현재까지 우리의 법률 및 판례는 이 문제에 대하여 재산권적인 접근보다는 인격권적인 접근을 해 오고 있으며 이에 따라 상대적으로 비밀유지성에 더욱 중점을 두고 있다고 볼 수 있고, 이는 금융정보나 신용정보의 경우에는 제한된 방법이기는 하나 '피상속인에 대한 금융거래 조회 서비스'라는 제도를 두고 있는 경우와는 구별되는 접근이라 할 것이므로, 이와 같은 상황에서 회사가 상속인에 대하여 사망한 회원의 데이터를 제공할 경우 오히려 불필요한 법률분쟁을 야기할 수 있으므로 이 문제에 보다 신중하게 대처할 필요가 있다는 입장이다. 즉, 서비스를 운영하는 현업 입장에서는 '보수적'으로 법을 해석하여 사망한 사람의 권리 보호에 최우선적으로 판단하게 된다는 것이다. 사망자의 디지털 유품 처리 개선방안으로 법률에서 사업자가 관련 정보 제공에 법적부담을 지지 않는 최소한의 가이드라인을 마련하되, 사업자들이 자율적으로 사망 후 자신의 디지털 정보를 어떻게 처리할 것인지에 대해서 회원들에게 의사표시 방법 및 선택권을 부여하는 방향으로 현재 발의된 법안들의 개정안이 정리되는 것이 업계에 적절한 대안일 수 있다고 보았다.

제2절 국내 포털의 디지털 유산 제공 검토 의견

법률 검토와 사업자의 현재 정책, 해외 사례의 검토를 통해, 만약 사업자가 디지털 유산을 제공한다면, 관건이 될 수 있는 부분을 네 가지 분야로 정리하였다. 즉, 포털의 모든 서비스를 이용할 수 있는 마스터 키와도 같은 계정 접근권, 계정 접근권과 동일한 효력이 발생할 수 있는 명의변경 권한, 그리고, 계정에 어떠한 방법으로도 접근할 수 없다면, 게시물이나 디지털 유산을 볼 수 있는 조치를 취하게 해달라는 정보 열람권, 끝으로, 범위 여부는 추후에 결정하더라도, 가능한 범위 내에서의 정보 백업 등이 그것이다. 사업자 별로 회사가 처한 상황에 최적화된 정책을 유지하고 있기 때문에, 디지털 유산을 제공한다고 가정하더라도, 원칙과 큰 차이를 보이는 사업자는 없었다.

1. KTH

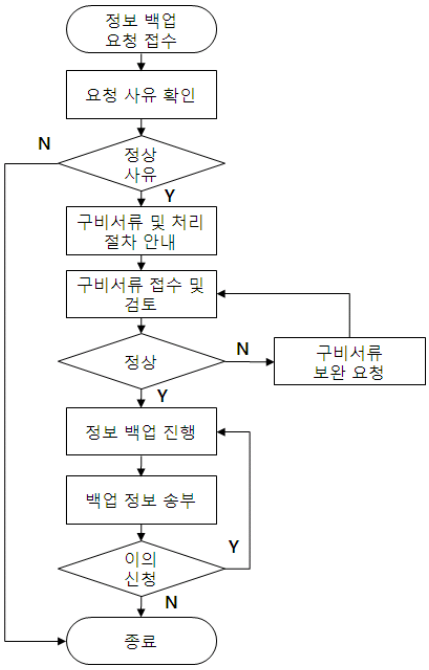
먼저 KTH의 경우, 국내 주요 포털 가운데 가장 완화된 정책을 유지하고 있는 사업자의 경우이다. 계정 접근권이나, 정보 열람권에 대해 현재 원칙적으로 계정 접근권/정보 열람권은 정보보호 등의 사유로 제공이 불가하다. 다만, 사망자의 디지털 유산 보존을 위한 사유일 경우에 한하여 한시적(약 2주이내)으로 구비 서류 확인 후 임시 계정 접근권한이나 정보 열람 권한 부여할 수 있다. 그리고 제공된 권한은 임시 접근 및 열람 기간 만료 후 해당 계정은 강제 탈퇴 처리한다. 하지만, 소송 등 법정 분쟁 예상 건에 대해서는 정보보호 사유로 제공 불가하다. 정보 제공이 가능한 경우의 구비서류는 사망진단서, 가족관계확인서, 요청자 신분증 등이다.

사망자의 디지털 유품을 제공한다고 가정하여 검토한 결과, KTH는 다음과 같은 의견을 제시하였다. 1개의 계정으로 수십여 개의 서비스에 접근토록 하는 방식은 정보보호 측면에서 지양되는 것이 바람직하며, 특정 서비스별 계정 접근권 및 정보 열람권 제공은 검토해 볼 수 있으나, 정보 백업 등의 방식으로 대체가 가능하고, 개발 기간과 비용 부담이 크다. 예상 개발 기간은 월 20명의 인원이 약 3개월간 개발해야 할 것으로 예상되며 비용은 중급개발자 1인당 인건비 5백만원 계상시 1억원 가량이 소요될 것으로 예상된다. 따라서 개발 소요 기간과 비용 및 정보보호 이슈를 감안하여 계정접근권은 제공하지 않고, 정보

백업 방식으로 제공하는 것이 바람직하다.

명의변경이 경우 현재 약관에 근거 원칙적으로 불가하다. 명의변경에 대한 검토의견으로는 기술적으로 계정에 대한 명의변경은 가능하지만, 명의 변경 시 메일, 비공개 게시글 등 사적 영역의 모든 콘텐츠까지 유족에게 공개되는 문제점 발생 예상되어 정보 백업 등의 방식으로 대체하는 것이 바람직할 것으로 판단된다고 보았다. KTH는 정보 백업의 경우 현행은 제공절차가 마련되어 있지 않았다. 다만 이에 대한 검토의견으로 메일은 공개 목적이 아니라, 발신자와 수신자에게만 공개되어야 하는 점을 감안하여 메일은 제공 범위에서 제외할 필요가 있으며, 뉴스의 댓글처럼 공개 게시판의 댓글 등 회원제 서비스가 아닌 경우는, 사업자가 기술적·관리적으로 백업하여 제공하기 어려운 영역이 있을 수 있으며, 기타 콘텐츠 제공 범위와 방식 등에 대해 세부적인 검토가 필요하고, 콘텐츠 백업 제공에 대한 내부 개발 비용의 지원 문제를 언급하였다. 제공 범위와 관련하여, 사업자별로 기술적·관리적으로 백업 제공이 가능한 범위를 사전에 결정할 것을 제안하였고, 만약 이러한 논의를 통해 디지털 유품 제공이 가능하게 된다면, KTH는 게시글과 사진·위치기반 SNS 콘텐츠 위주인 5개 서비스를 1차 제공 대상으로 검토해 볼 수 있음을 언급했다. 이 경우, 5개 서비스영역에 대해서는 비공개 콘텐츠에 대해서도 모두 제공이 가능할 것으로 보인다. 그리고, 사망자의 디지털 유산 제공은 소요되는 실비를 검토하여 무료, 유료로 범위를 구분하여 제공하는 방안도 제안하였다. KTH는 시스템 개발에 따른 예산을 2천 5백만원으로 예상하였다. 비용산출은 1개 서비스의 콘텐츠 백업 시스템 개발 소요 예상 비용을 중급기술자 1인을 활용하는 경우 월 5백만 원을 기준으로 하여, 전체 서비스 중 주요 서비스 5개 서비스에 백업 시스템 개발 비용을 계상하여 산정하였다. 이 경우, 백업 대상 예상 서비스는 블로그, 클럽, 푸딩(사진기반 SNS), 아임IN(위치기반 SNS) 등의 서비스가 포함된다. 제공절차는 사망진단서, 가족관계확인서, 요청자 신분증 등의 서류를 징구 후 백업 정보를 CD, DVD, 메일 등의 디지털 콘텐츠 방식으로 제공하는 방식을 제안했으며, 출력물 제공은 분량이 방대할 수 있어 지양해야 한다고 보았다.

<그림3-19> KTH의 정보제공시 처리절차



이 경우 필요한 입법 사항으로는 정보통신망법에서 사망자의 디지털 유산을 유족에게 제공함에 있어 사업자가 기술적·관리적으로 제공 가능한 범위, 비용 등을 사업자가 정한 서비스 약관에 따라 제공 가능하다는 내용을 반영하길 희망했으며, 정부가 사망자의 디지털 유산 제공 기능 개발을 위해 사업자에게 개발에 필요한 비용을 지원할 수 있다는 내용이 반영되길 희망했다.

2. Daum

다음(Daum)의 경우에도 계정접근권은 어떠한 경우에도 제공이 불가함을 밝혔다. 또한 임시적으로 계정에 접근하는 것도 허용하기 어렵다는 입장이다. 다만, 본인확인제, 실명제와 같은 1인 1계정이 완전히 매칭되는 환경이 제거된 후에는 재론이 가능하다는 여지를 두었다. 명의 변경의 경우 현재 명의변경을 허용하는 사례는 실사용자와 실명 인증자가

다른 경우에 사실 여부 확인 후 허용하고 있으며, 사자의 유가족에게 제공하고 있지 않다. 이는 향후에도 제공이 불가능함을 의미한다. 정보 백업의 경우도 KTH와 유사하다. 메일은 발신자와 수신자에게만 공개되어야 하는 점을 감안하여 제공범위에서 제외하여야 하고, 회원제 서비스가 아닌 뉴스 등의 공개게시판의 댓글은 사업자가 기술적으로 백업제공이 어려운 부분이 있다는 것이다. 기타 콘텐츠 제공 방식에 대해서는 필요시 세부검토가 필요하다고 보았다. 다음은 정보백업의 제공범위에 대해 사업자별로 기술적·관리적으로 백업 제공이 가능한 범위를 사전에 결정하되, 메일과 같이 정보 속에 타인이 포함되어 있는 경우를 제외한 모든 정보에 대해서 제공 가능하다고 보았다. 또한 사자의 디지털 유산 제공은 소요되는 실비를 검토하여 무료, 유료로 범위를 구분하여 제공하는 것이 바람직하다고 보았다. 정보 백업의 제공절차와 필요한 입법 사항에 관한 의견은 KTH와 동일하다.

3. SK커뮤니케이션즈

SK컴즈의 경우도 기본적으로 KTH, 다음과 동일하다. 계정접근권과 정보 열람권은 현재에도 제공이 불가하며, 향후에도 제공이 불가하다는 입장이다. SK컴즈는 서비스 특성상 이메일뿐만 아니라, 미니홈피의 비공개 및 일촌 공개 게시물, 그리고 메신저 서비스를 운영하고 있기 때문에 이와 관련된 아주 사적인 내용을 열람할 수 있는 부분은 좀 더 신중한 접근이 필요하다는 입장이다. 또한 정보 열람권과 관련하여 통신의 비밀을 보호하고 통신의 자유를 보장하는 통신비밀보호법(제3조 제1항)과 모든 국민은 인간으로서의 존엄과 가치를 가지며, 행복을 추구할 권리를 가지며(헌법 제10조) 모든 국민은 사생활의 비밀과 자유를 침해하지 않는다(헌법 제17조)는 조항에 근거하여 사망 회원의 비공개 게시글이 제공되는 경우 헌법과 타법률과의 충돌 문제가 발생한다고 보았다. 그리고 계정 정보(ID/비밀번호) 제공과 관련하여, 현재 국회에 사망자 개인 정보 관련하여 정보통신망법 개정안이 총 3개(유기준, 박대해, 김금래 의원)가 상정중이며, 안건 검토 보고 의견에서 유기준 의원, 박대해 의원(안)에 대해 "사망자의 아이디, 비밀번호와 같은 계정 정보는 일신에 전속한 것으로 상속되지 않는다는 점, 사망자의 이메일이나 게시물 등은 일신 전속적인지 여부에 대하여 이견이 존재한다는 점을 들어 사망자의 개인정보가 상속인에게 상속될 수 있는지에 대해서는 사망자의 자기정보통제권, 통신비밀침해여부, 재산성을 인정할

수 있는 콘텐츠의 기준을 일반적으로 설정할 수 있는지 여부 등을 종합적으로 검토하여 한다는 의견이 있으며, 김금래 의원(안)의 경우, 사망자의 홈페이지 등에는 재산권적 성격을 지니는 정보뿐만 아니라 제3자에게 공개하여서는 아니 되는 사생활 관련된 정보도 존재하고 양자의 구분이 어려운 정보도 다수이며, 헌법, 통신비밀보호법과 충돌한다는 검토 의견이 있어, 신중한 접근을 요구했다.

명의 변경의 경우에는 회원 가입 시 비실명으로 등록된 경우, 주민번호는 본인의 것일 때 본인 여부 확인 후 실명으로 이름 변경 조치하며, 또한 주민번호가 일치하지 않는 경우 가족이라면 서로의 정보 확인 및 동의 후 명의 변경이 가능하고, 그 이외에는 원칙에 따라 처리하지 않는 방향으로 운영하고 있다. 그에 따라, 향후에도 계정접근권이나 정보열람권과 마찬가지로 사망자의 계정에 대한 명의 변경이 불가하다는 입장이다. 정보 백업의 경우 KTH, 다음과 같은 의견이다. 선별적으로 제공하되, 사업자 별로 가능한 범위를 사전에 결정하고, 공개 게시물에 대해서는 제공하는 방향으로 추진할 수 있다고 보았다. 정보 제공에 따른 제공절차나 필요한 입법사항도 KTH, 다음과 동일하였다. 구비서류(사망진단서, 가족관계확인서, 요청자 신분증)를 징구 후 백업정보를 CD, DVD, 메일 등의 디지털 콘텐츠 방식으로 제공하되, 출력물 제공은 불가하다.

제4장 디지털 유산 처리에 대한 방향

제1절 정책 방향

1. 자기결정권의 보장

가장 바람직한 형태는 인터넷서비스이용자가 디지털 유산에 대한 처리방안을 미리 결정해 두고, 서비스제공자는 그러한 결정에 따라 디지털 유산을 처리하는 것이다. 이 경우에는 법적 쟁점이 없고 서비스제공자에게 아무런 위험이 없는데다, 인터넷이용자의 자기결정권을 존중하는 것이기도 하다. 이용자의 자기결정권을 보장하기 위하여 필요한 것은 서비스제공자의 서비스약관에 이용자의 선택이 가능하도록 반영하는 것이다[80]. 서비스제공자가 이용자의 선택권을 보장하기 위하여 제공할 사항은 다음과 같은 항목들이며, 서비스제공자의 선택에 따라 재구성할 수 있을 것이다.

- 이용자의 사망 이후 디지털 유산의 상속을 허용할 것인지
- 디지털 유산의 폐기를 선택할 경우, 폐기대상 정보의 범위(범주별로 구성)
- 상속인에게 상속하도록 할 경우, 상속 대상 정보를 범주별로 지정하도록 구성
- 특히 상속 대상에 계정정보(아이디와 비밀번호)를 포함할 것인지 여부 선택[81]

2. 이용자의 선택권 확대

디지털 유산의 처리방안에 관하여 인터넷이용자가 생존하는 중에 관리방법 등을 미리 지정해 두는 경우는 그에 따라 처리하면 될 것이나, 서비스제공자가 이용자의 선택을 보

---

80) 권헌영, "'죽을 이'의 자기결정권이 먼저 보장되어야", KISO저널 2010년 가을호 vol.3, 25쪽.
81) 다만, 이용자가 계정 정보의 상속을 허용하기로 선택하는 경우에도, 상속인이 사망자의 명의를 이용하여 잘못된 행위를 할 수 있으므로, 서비스제공자는 상속인이 사망한 회원의 계정정보를 이용할 수 있는 기간을 상속에 필요한 범위 내로 제한해야 할 것이다.

장하는 방향으로 서비스를 구성하고 약관에도 반영하였음에도 불구하고 이용자가 아무런 선택을 하지 않는 경우가 존재할 수밖에 없고, 유언이 일반화되어 있지 않은 우리 사회의 관행에 비추어 오히려 아무런 선택을 하지 않는 경우가 일반적일 가능성이 크다. 그렇다면, 이용자가 아무런 선택을 하지 않고 사망하는 경우 그 디지털 유산을 어떻게 취급할 것인지에 관한 정책적 방안이 필요하다.

3. 기존 법률과 민간 자율규약의 보완성 강화

가. 서비스제공자들의 자율적인 규약의 장단점

디지털 유산에 대한 처리방안에서 가장 어려운 문제는 디지털 유산이 사망자나 그 유족이 지배하는 영역이 아니라 서비스제공자라는 제3자의 지배영역에 보관되어 있다는 점이다. 디지털 유산을 제3자가 보관하고 있고, 그 제3자는 다수의 이용자를 상대하는 인터넷서비스제공자이므로, 디지털 유산의 재산성이나 상속성이 인정되는 경우에도 상속인들이 그러한 디지털 유산을 어떠한 방법과 절차에 의해 서비스제공자에게 청구하고 서비스제공자는 어떠한 방법과 절차에 의해 디지털 유산을 제공할 것인지의 문제도 그렇게 간단하지는 않다. 따라서 디지털 유산에 대한 처리방안은 서비스제공자들이 자신들의 약관에, 또는 공동의 규약을 마련하여, 구체적으로 정하고 실행하는 것이 보다 합리적일 수 있다. 문제는 앞에서 제시한 여러 현실 법률과의 관계에서 과연 서비스제공자들이 그러한 행위를 할 수 있는지, 디지털 유산을 상속인들에게 제공하거나 디지털 유산에 접근을 허용할 경우 면책의 효과가 있을 것인지 분명하지 않다는 데에 있다. 실제로 서비스제공자들은 법적 책임이 부과될 것을 걱정하고 있고, 서비스제공자에게 전적으로 책임이 없을 것이라고 단정할 수도 없는 것이 현실이다.

나. 법률에 의할 경우의 장단점

디지털 유산의 처리방안을 법률에 규정할 경우의 장단점은 서비스제공자들의 자율적인 규약이나 약관에 의하는 경우에 반대되는 것이다. 법률에 규정할 경우 디지털 유산을 '재

산'으로 볼 것인지, 상속의 대상이 되는 것인지에 관한 의문이 말끔히 해소되며, 서비스제공자들의 책임문제가 발생하지 않는다는 장점이 있는 반면, 구체적인 규정을 두기 어려운 법률의 특성 때문에 다양한 형태의 디지털 유산을 모두 포괄하기 어려우며 상속인과 서비스제공자 사이의 디지털 유산 처리절차를 모두 규정할 수 없는 한계가 있을 수밖에 없다.

다. 정책방향

디지털 유산의 법적 성격이나 상속의 대상인지 여부에 관하여 일정한 방향의 사회적 공감대가 형성되어 간다면 법률에 근거가 없는 경우에도 서비스제공자들이 법적 책임을 걱정하지 아니하고 자신들의 약관이나 규약을 정해 디지털 유산의 상속문제를 처리할 수 있을 것이다. 하지만, 아직 디지털 유산의 법적 성격이나 그 처리방향에 관한 사회적 공감대가 형성되었다고 보기 어렵고 학술적인 논의도 많지 않은 상황이므로, 서비스제공자들이 디지털 유산을 상속인에게 제공하는 것에 관한 법적 책임 문제가 말끔하게 해결되어 있다고 보기는 어려울 듯하다. 사회적 공감대가 형성되어 있지 않은 현실을 전제로 한다면, 디지털 유산의 처리방안에 대한 정책방향은 디지털 유산의 상속성에 관한 기본적인 사항을 법률에 정하고, 나머지 상속의 대상, 처리절차 등에 관한 구체적인 사항을 서비스제공자들의 약관이나 자율적인 규약에 맡기는 방안이 바람직한 정책방향이 될 것이다[82].

다만, 디지털 유산의 처리방안에 관한 법률은 제안된 뒤에도 입법이 될 때까지 오랜 시간이 걸릴 것이고, 앞에서 살펴본 바와 같이 민법적 해석론으로는 디지털 유산도 상속의 대상인 '재산'으로 보는 데에 큰 무리는 없으며, 디지털 유산을 상속인에게 제공하는 것은 정보통신망법상 비밀보호규정이나 개인정보보호법에 의한 개인정보보호의무에 위반

---

82) Ellsworth 사례를 접하고 사망자의 전자우편 정보의 소유권이 누구에게 있는지 분석한 논문에서, 저자는 전자우편 정보도 상속대상이므로 상속인에게 그 권리가 있다고 하면서도, 장기적으로는 입법적 해결이 바람직하다는 결론을 내린 사례가 있다(Jonathan J. Darrow and Gerald R. Ferrera, Who owns a Decedent's E-mails: Inheritable Probate Assets or Property of the Network?, 10 N.Y.U. J. of Legis. & Pub. Pol'y 317). 위 논문은 법률안에서 고려할 사항으로 첫째, 계정 보유자의 프라이버시와 소유권에 관한 이해관계, 둘째 상속인이 사망자의 재산을 얻는 것에 관한 이해관계, 셋째 서비스제공자가 전자우편 정보 공개로 인하여 부담할 책임의 경감과 처리비용에 관한 이해관계 등을 제시하고 있다.

되지 않는다고 보는 것이 더 합리적이므로, 입법이 되기 전이라도 또는 입법안에 제안되지 않더라도, 서비스제공자들의 자율적인 규약에 따라 디지털 유산의 처리방안을 정하고 그대로 시행하는 것도 충분히 가능하다고 본다.

제2절 법률개정을 통한 처리 방향

디지털 유산에 관한 처리방안을 법률로 규정하는 경우에도 다음과 같이 디지털 유산에 관한 상속성 등 기본적인 사항만을 규정하고 나머지 사항은 서비스제공자들의 약관이나 자율적인 규약에 맡기는 것이 바람직한 방향이라 생각된다. 서비스제공자들은 아래와 같은 법률안이 실제로 입법이 되지 않더라도, 앞에서 제시한 법률적 논의를 바탕으로 자율적인 규약을 정하여 디지털 유산에 관한 처리방안을 실행할 수도 있을 것이다.

정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률

제44조의 11 (사망한 이용자가 남긴 정보의 처리 등)

① 정보통신서비스제공자는 사망한 이용자의 상속인이 요청하는 경우 사망한 이용자가 작성하거나 전송하여 정보통신서비스제공자가 보관 중인 공개 또는 비공개의 게시물, 전자자료, 계정정보 등(이하 본조에서 "디지털 유산"이라 한다)을 상속인에게 제공할 수 있다. 다만, 사망한 이용자가 사망하기 전에 디지털 유산의 처리방법을 정보통신서비스제공자에게 미리 지정하여 알린 경우, 정보통신서비스제공자는 상속인의 요청에도 불구하고 사망한 이용자가 지정한 방법에 따라 디지털 유산을 처리할 수 있다.

② 디지털 유산의 상속에 관하여 본조에 규정되지 않은 사항은 민법 중 상속편에 의한다.

③ 디지털 유산 제공에 관한 상속인의 요청절차와 방법, 정보통신서비스제공자가 제공할 수 있는 디지털 유산의 범위(전자우편 정보를 포함하여, 사망한 이용자가 직접 생성한 정보를 제외할 수는 없다. 다만, 서비스제공자가 그 정보의 소재를 따로 검색해야 하는 경우는 그러하지 아니하다.), 정보의 성격에 따른 제공의 절차와 제공방법, 디지털 유산의 제공에 필요한 비용의 징수 여부 등 디지털 유산의 제공에 관한 구체적인 사항은 정보통신서비스제공자의 약관에 의한다.

제3절 민간 자율규제 차원의 처리 방향

1. 적용대상 서비스와 콘텐츠

- 회원제 서비스
- 카페, 블로그, SNS, 클라우드, 이메일, 메신저 등의 서비스 및 각 서비스에 저장되어 있는 회원이 저장한 콘텐츠와 정보

2. 요청할 수 있는 자의 범위

(1) 문제점

현재 제안된 입법안에서 박대해 의원안과 김금래 의원안은 민법상 상속규정과는 다르게 배우자 및 2촌 이내의 친족 또는 후견인으로 범위를 제한하고 있고, 유기준 의원안은 상속인으로 규정하고 있다.

(2) 요청자를 제한할 경우의 장점과 단점

요청자를 상속인으로 규정할 경우 민법상 원칙에 부합하여 일관된 법원칙이 유지되는 장점이 있으나, 민법에 규정된 상속인의 범위는 무척 넓고, 상속인은 상속을 한정승인하거나 포기할 수도 있으므로 서비스제공자가 정당한 상속인인지 파악하기 쉽지 않다는 단점이 있다. 반면 요청자를 2촌 이내의 친족과 같이 사망한 회원의 가까운 친족으로 제한할 경우 정당한 요청자인지 파악하는 것이 용이하여 서비스제공자가 업무처리를 간단하고 신속하게 하는 데에 도움이 될 수 있다. 하지만, 2촌 이내의 친족이 존재하지 않을 경우 이후 요청자를 정하는 데 어려움이 있으며, 민법상 상속인의 범위와 불일치하여 법원칙이 일관되지 않은 단점이 있다.

(3) 제안

민법의 원칙과 일치시킨다는 의미에서 상속인을 요청할 수 있는 자로 하되, 여러 상속

인 중에 이해관계 충돌 문제가 발생할 수 있고 정당한 상속인인지 파악하기 어려울 수 있으므로, 근거자료를 제시하도록 하고, 모든 1순위 상속인들이 공동으로 신청하거나, 1인이 신청하는 경우 다른 공동상속인들의 동의를 받도록 한다.

3. 조회서비스의 제공 여부

금융감독원은 은행, 증권, 보험 등의 각 금융협회의 협조를 받아 '상속인 금융거래조회서비스'를 제공하고 있는데(www.fcsc.kr), 이 서비스는 상속인이 상속사실을 증명하는 서류 등 일정한 증명서류를 갖추어 조회서비스를 신청하면, 거의 모든 금융기관에서 피상속인의 금융재산과 채무를 확인하는 서비스를 제공하고 있다. 이와 유사하게, 디지털 유산의 존재 여부에 관하여 상속인이 알기 어려우므로, 상속인의 신청에 의해 서비스제공자들이 조회서비스를 제공하도록 권고하되, 제공여부, 비용징수여부 등을 서비스제공자들이 선택할 수 있도록 한다.

4. 사망한 회원의 계정 정보와 계정 접속권

앞에서 살펴본 바와 같이 사망한 회원의 아이디, 비밀번호는 서비스제공자에 대한 채권적 권리로 상속의 대상이 될 수는 있고, 사망한 회원의 계정정보는 디지털 유산에 접근할 수 있는 열쇠이므로, 서비스제공자는 계정정보를 상속인에게 제공하는 것으로 모든 행위를 종결할 수도 있다. 하지만, 계정정보를 상속인에게 이용하도록 할 경우 상속인이 사망한 회원으로 행세하거나 사칭하는 등의 문제를 방지할 방법이 없으며 온라인 계정은 가상공간에서 행위자의 인격을 표상하는 측면도 있어, 계정정보와 계정접속권을 그대로 상속인에게 인정하는 것이 타당한지 의문이 있게 된다. 계정정보의 처리방안으로는 여러 방법이 있을 수 있다.

첫째, 상속인에게 제한없이 계정정보를 제공하고 계정접속권을 부여하는 방안이다. 하지만, 이 방안은 앞에서 지적한 대로 상속인이 사망한 회원을 사칭하는 문제가 발생할 수 있다. 둘째, 사망한 회원의 계정으로 접근할 수 있는 모든 정보를 별도의 저장장치에 저장(백업)하여 상속인에게 제공하고, 계정접속권을 부여하지 않는 방안이 있을 수 있다. 하지

만, 이 방법에는 사망한 회원의 계정으로 접근할 수 있는 정보를 검색하고 해당 정보를 별도의 저장장치로 백업하는 데에 많은 비용이 든다는 단점이 있다. 셋째, 상속인에게 계정정보를 제공하고 일정한 기간 동안만 접속할 수 있도록 허용하는 방법이 있을 수 있다. 이 방안은 상속인에게 제한적인 권리만 부여하는 것이므로, 상속인에게 불만이 있을 수 있으나, 상속인과 서비스제공자 사이의 이해관계에 균형을 도모할 수 있는 적절한 방안이 될 수 있다. 넷째, 상속인에게 계정정보를 제공하고 접속을 허용하되, 일정한 기간이 경과한 이후에는 반드시 그 명의(아이디)를 변경하도록 하는 방안이 있을 수 있다. 하지만, 비록 아이디가 변경되더라도 그 개인정보 등이 유지되거나 사망한 회원이 남긴 게시글이나 정보가 남아 있어 상속인이 사망한 회원을 사칭하는 것을 방지하기 어렵다는 점에서 위 첫째 방안과 동일한 문제가 있다.

따라서, 위 두번째 방법과 같이 원칙적으로 사망한 회원의 계정정보를 상속인에게 제공하지 않고 그 계정에 의해 접근할 수 있는 정보를 별도의 저장장치에 저장하여 상속인에게 제공하거나, 위 세 번째 방법과 같이 기간을 정하여 상속인에게 계정에 접속할 수 있도록 하되, 일정한 기간이 경과한 이후에는 사후처리를 마친 후 계정을 폐쇄하도록 하는 방법이 바람직하다. 물론 사이버 머니, 포인트 등 경제적 이용가치가 있는 이용권의 경우 별도의 기준에 의한다.

5. 발신함과 수신함에 저장되어 있는 전자우편 정보

사망한 사람의 일기나 제3자와 주고받은 편지 등이 모두 상속인들에게 귀속되므로, 사망한 회원의 발신함과 수신함에 저장되어 있는 전자우편 정보는 상속인의 요청에 따라 제공할 수 있다. 서비스제공자는 적절한 기간이 경과한 후 또는 상속인의 요청에 의하여 본 처리 기준에 의한 사후처리를 마친 후 계정을 폐쇄할 수 있다.

6. 공개 게시물, 비공개 게시물 등의 콘텐츠

상속인의 요청에 따라, 상속인에게, 공개 게시물 및 비공개 게시물(일정한 커뮤니티의 구성원 또는 멤버들에게만 공개되어 있는 '제한공개 게시물' 포함) 등의 콘텐츠에 대한 접

근권한을 제한된 기간 동안 부여하거나, 해당 콘텐츠를 별도의 매체에 복사하여 주는 백업서비스를 제공할 수 있다. 백업이 가능한 구체적인 게시물의 범위는 서비스제공자가 기술적, 경제적인 현실을 고려하여 따로 정하며, 서비스제공자는 백업 서비스에 필요한 비용을 징수할 수 있다.

7. 미니홈피, 개인적인 카페, 블로그, SNS 등 공개된 개인용 웹페이지의 존속 허용 여부

공개된 개인용 웹페이지는 그 회원의 사망이 확인되고 상속인에게 필요한 조치를 취한 이후 최종적으로 폐쇄되는 것이 타당하다. 다만, 상속인이 개인용 웹페이지의 존치를 요구할 경우 이를 허용할 것인지 여부가 문제될 수 있다. 사망한 회원의 웹페이지를 그대로 존치할 경우 관리상의 문제나 상속인을 포함하는 제3자가 사망한 회원의 인격을 대신하거나 기타 다른 이용자들의 혼란을 초래할 우려가 있으므로, 그 존치를 허용하는 경우에도 추모용도로만 허용하도록 하는 것이 타당하다. 추모용도로 허용할지 여부, 그 내용과 방법은 서비스제공자의 자율에 맡기는 안도 가능하나, 권고안은 서비스제공자에게 상속인이 원할 경우 개인용 정보페이지를 추모용도로 허용할 것을 포함하고, 다만, 그 구체적인 내용과 방법을 서비스제공자의 자율에 맡기는 것으로 한다. 이 경우 서비스제공자는 필요한 비용을 징수할 수 있다.

8. 카페 운영자의 지위 상속 여부

다수의 가입자가 있는 대형 카페나 방문자가 많은 블로그의 경우 그 경제적 가치가 크기 때문에 그 운영자가 사망할 경우 카페 운영자의 지위를 상속할 수 있도록 해 달라는 요구가 있을 수 있다. 카페 운영자의 지위 상속을 부정할 경우, 사망한 사실을 숨기고 유족이 카페를 계속 운영하거나 서비스제공자가 알지 못하는 사이에 사실상 유족이 카페를 계속 운영하는 부작용이 발생할 수 있다. 그럼에도 불구하고, 카페 운영자의 지위에 대한 상속을 허용하기는 어렵다고 보아야 한다.

카페는 카페 구성원 전체가 공동으로 만들어 가는 자치조직으로 보는 것이 타당하고,

이른바 '카페 매매'라는 현실이 있기는 하나, 이는 운영자가 생존하는 기간 동안 운영자의 '지위'를 양도하는 것이지 '카페' 자체의 양도라고 볼 수 없기 때문이며, 대형 블로그의 경우 위 7항의 원칙에 따라 처리할 수 있기 때문이다.

9. 로그정보 등의 개인정보

서비스제공자가 서비스 제공의 과정에서 또는 우연히 회원의 로그정보, 위치정보 등을 보관하고 있을 경우에도, 이러한 개인정보는 상속 대상에서 제외하고, 상속인에게 제공하지 아니한다.

10. 처리절차

가. 상속인은 서비스제공자의 요청에 따라 사망증명서, 가족관계증명서 등 사망자의 상속인임을 입증할 수 있는 근거를 제시하여야 한다.

나. 상속인이 다수인 경우 공동으로 신청하거나 단독신청의 경우 다른 공동상속인의 동의서류가 제시되어야 한다.

다. 상속인은 대상 정보가 서비스제공자의 서버에 저장되어 있는 상태에서는 사망한 회원이 작성한 콘텐츠의 내용을 변경할 수 없다.

라. 서비스제공자는 각 사의 정책에 따라 제공할 수 있는 콘텐츠에 대한 접근권한만을 부여하거나 백업 서비스만을 제공할 수 있다.

마. 서비스제공자는 상속인이 접근할 수 있는 콘텐츠의 내용을 변경할 수 없도록 필요한 조치를 취할 수 있으며, 해당 콘텐츠에 계정 소유주의 사망사실을 적절한 방법으로 표기할 수 있다.

제5장 결론 및 제언

1. 연구 내용 요약

본 연구에서는 사망자의 디지털 유산(개인정보, 계정, 게시물 등) 처리 방안 마련을 위해 다각적인 분석을 시도하였다. 먼저 디지털 유산의 의미와 범위를 설정하여 연구범위를 획정하고, 유족이나 이용자들이 얼마나 해당 이슈에 관심이 있고, 필요로 하는지 살펴보기 위해 이용자들이 문의하는 디지털 유산 관련 민원을 사업자들로부터 제공받아 검토하였다. 그리고 해당 민원에 대한 사업자 관점에서의 현실적인 문제점을 논의하였고, 정보통신망법 및 민법 등 국내 법률 분석 및 현재 국회에서 계류중인 관련 제출 법안을 검토하였다. 또한 해외에서는 해당 이슈를 어떻게 처리하고 있는지 살펴보기 위해, 독일의 사례를 중점적으로 살펴보았고, 해외의 사업자별 처리 현황에 대해서 살펴보았다. 그리고 이러한 내용을 바탕으로 법률로 규정하기 이전에 사업자들이 자율적으로 디지털 유산을 제공한다면 어떠한 방안과 문제점이 있는지 검토하였다. 제4장에서는 연구의 주요 내용을 정리하고, 정책적 제언, 관련 입법안 및 사망자의 디지털 유산 처리 가이드라인을 제시해보고자 한다.

먼저 디지털 유산의 개념 설정과 관련하여 디지털 유산의 학문적·법률적 개념 정의는 아직까지 시도된 바가 없다. 따라서 본 연구에서는 현상을 종합하여 범위를 설정하고자 했으며, 그 정의와 범위는 다음과 같이 설정해보았다. 디지털 유산이란 '사망한 이용자가 인터넷 공간에 남긴 부호, 문자, 음성, 음향, 화상, 동영상 등 시각과 청각으로 인지할 수 있는 정보'를 말한다. 이러한 정의는 이용자의 로그기록이나, 캐시(cache) 파일 등 이용자가 인터넷을 이용했다는 사실 자체만으로 흔적이 남게 되는 부분까지도 개념의 외포로 설정할 수 있어 예외 사례를 극소화 시킬 수 있다는 장점이 있는 반면, 내연이 명확하지 않아 모호할 수 있다는 단점이 있다. 본 연구에서는 사망한 이용자가 남길 수 있는 모든 인터넷 공간의 흔적을 아울러 분석하는 예비연구(pilot study) 성격을 감안하여 디지털 유산을 한정적으로 제한하지 않고 폭넓은 의미로 사용하였다. 본 연구는 사망자의 디지털 유

산의 범위와 관련하여 사망자가 생존에 가질 수 있었던 디지털 유산이라 할 수 있는 것들을 나열하여 범위를 설정하고자 하였다. 가장 크게 콘텐츠와 서비스를 구분하였다. 즉, 사망자가 직접 생전에 생산하였거나, 타인을 포함한 외부로부터 유입된 정보 영역을 콘텐츠로, 사업자가 제공하고 있는 메일이나 카페, 게시판 등을 서비스로 구분하였다. 이는 사업자가 제공한 서비스를 이용하여 이용자가 콘텐츠를 생산한다는 기본적 사실에 기반한 것으로 세부 구분은 다음과 같다. 먼저 이용자가 개인이 생산한 기록들로 회원 가입시 입력하는 개인정보, 게시물(공개 및 비공개), 사적통신(이메일, 메신저), 일반정보[83](위치정보, 로그정보 등) 등은 콘텐츠(data, 정보)라 분류하였고, 사업자가 제공하는 서비스는 분류명칭을 서비스로 하고 카페, 블로그, SNS, 클라우드[84], 이메일, 메신저[85], 공개게시판 등으로 분류하였다. 또한 두 분류의 상호 관련성을 알아보기 위해, 사업자가 이용자에게 서비스 이용에 있어 제공하는 기능이나 권리 여부를 검토하였다. 검토 결과, 사업자들이 제공하는 서비스 영역에서 생존한 현재의 이용자들에게는 다양한 권리를 주고 있는 것으로 나타났으나, 유족에게는 일부 사업자를 제외하고 대부분 콘텐츠 이용 및 접근 권한을 주고 있지 않았다. 미래에도 유족에게 사망자가 누렸던 권한을 대부분 줄 수 없는 것으로 나타났다.

이용자 사망시, 사업자들이 유족에게 권한을 주지 않는 이유로는 정보통신망법의 '제21조의 전자문서 중계자 조항, 제24조의2 개인정보의 제3자 제공금지 및 목적 외 용도로 사용금지 조항, 제49조의 비밀 등의 보호 조항', 통신비밀보호법 '제3조의 통신비밀 보호 조항', 그리고 민법의 '일신전속권' 등을 이유로 들고 있다. 연구결과 정보통신망법 제21조의 전자문서 중계자 항목의 경우, '전자문서중계자는 전자문서중계설비에 의하여 처리되는 전자문서 또는 관련기록을 적법한 절차에 따르지 아니하거나 발신자나 수신자의 동의 없이 공개하여서는 아니된다.'고 규정하고 있는데, 망법상의 전자문서란 표준화된 방식에 의한 전자문서로, 여기서 말하는 전자문서란 예를 들면 '공문 등의 문서양식'에 해당하며, 전자우편은 해당이 없는 것으로 보인다. 또한, 제24조의2 개인정보의 제3자 제공금지 및 목적 외 용도로 사용금지 조항은 개인정보보호법에 따르면 생존한 사람에 관한 것으로 사망자

83) (일반)정보에는 개인정보를 제외한 모든 정보이므로 기타정보가 있을 수 있음.
84) 캘린더, 웹하드, 노트, 사진 공유 등의 서비스
85) 카카오톡, 마이피플, 네이버톡, 네이트온 등의 서비스

는 해당 사항이 없다. 제49조의 비밀 등의 보호 조항의 경우에는 사망자의 모든 권리와 의무를 유족이 승계한다는 점에서 피상속인의 계정정보를 이용하여 사망자의 이메일 등에 접근한다 하여도 권한없는 침입으로 보기 어려우며, 전자우편의 비밀이란 판례에 의하면 "일반적으로 알려져 있지 않은 사실로서 이를 다른 사람에게 알리지 않는 것이 (사망자) 본인에게 이익이 있는 것"만이 '비밀'에 해당하여 사망자의 전자우편 전반에 해당하지 않는 것으로 판단된다. 다만, 법원은 '타인'의 범위와 관련하여 사망자도 타인의 범위에 포함시키는 추세라는 점은 감안하여야 할 것으로 보인다. 즉, 보호해야할 비밀의 범위에 사망자의 비밀도 포함되어 있어 비밀침해 조항에서 완전히 자유로울 수는 없을 것으로 보인다. 다음으로, 통신비밀보호법 제3조의 경우 송수신이 완료된 전자우편은 해당사항이 없는 것으로 보아, 디지털 유산 제공에 문제가 없을 것으로 보인다. 민법적 측면에서는 디지털 정보라 했을때, 그 정보의 물건성을 인정하기는 어려워 보인다. 이유로는 비인격성, 경제가치성, 관리 가능성 요건을 충족하여 물건으로 인정받더라도, 정보의 복사・배포・전송이 용이하여, 물권 가운데 특히 소유권의 성질인 배타적 지배가능성, 특정성, 독립성을 충족시키기 어려워 보이기 때문이다. 하지만, 그럼에도 불구하고 개인정보와 계정은 포털사와 이용자간의 계약에 의해 형성된 채권적 권리로 상속이 가능한 것으로 보인다. 일신전속권의 경우, 친권, 부부상호의 권리, 신용을 바탕으로 하는 대리권, 고용계약에 의한 근로의무, 위임계약에 의한 사무처리 의무, 저작권의 공표권, 성명표시권, 동일성유지권 등 특정 주체만이 향유할 수 있는 권리인데, 계정은 계약에 의해 형성된 것으로 일신에 전속한 권리로 보기 어렵다.

다음으로, NHN, Daum, SK컴즈 등 주요 포털의 약관을 분석한 결과, 국내 대규모 정보통신서비스제공자의 이용약관에는 사망한 회원의 사후처리방안에 관하여 아무런 규정을 두지 않고 있는 반면, 가입한 회원의 지위를 제3자에게 양도할 수 없도록 규정하고 있고, 회사는 회원의 개인정보를 제3자에게 제공하지 않을 의무를 부담하고 있으므로, 서비스제공자는 원칙적으로 사망한 회원에 관한 정보 및 사망한 회원의 계정에 보관되어 있는 정보를 그 상속인에게 제공할 수 있는 근거를 갖고 있지는 않다. 하지만, 반대로 상속인에게 회원의 계정에 보관되어 있는 정보를 상속인에게 제공할 수 없다는 약관 규정도 없다.

현재 국회에 계류된 법안의 경우, 국회의원 유기준, 박대해, 김금래 등이 상정한 법률이 있다. 이들 법안의 경우, 유기준 안은 개인정보 파기 의무를 부과하고 있으나, 이미 개인정보보호법에서 이를 명확히 하여 실효성에 의문이 제기되며, 박대해, 김금래 안의 경우, 서비스제공자에게 일정한 행위를 요구할 수 있는 자의 범위를 배우자나 2촌 이내의 친족 등으로 제한하여 민법상 상속인의 범위와 다르게 정하고 있어 민법에 의한 상속절차와의 관련성에 대한 의문이 제기된다. 또한 규율의 대상을 홈페이지나 블로그로 제한하고 있어 처리범위의 제한성 문제가 발생하며, 유족들이 디지털 유산의 '관리'가 아니라 다른 조치를 원할 경우 대응방안이 될 수 없다는 한계가 있다.

법률분석을 통해, 사망자의 디지털 유산을 상속인에게 제공하지 말아야 하는 근거는 많지 않은 것으로 나타났다. 하지만 그럼에도, 사업자들이 디지털 유산을 제공하는데 어려움은 여전히 존재한다. 그 이유로는 첫째, 살아있는 사람의 정보에 대한 처리를 규율하는 법규는 있지만, 사망자의 정보를 처리하는 법규가 마련되어 있지 않아 사업자들이 정보를 제공할 직접적인 법률적 근거가 없기 때문이다. 오히려 이를 제한 없이 상속인 등 제3자에게 제공할 경우, 정보통신망법 등 관련 법률 위반 소지는 있는 것으로 보인다. 예를 들면, 디지털 유산의 보존을 위해 임시 접근권을 부여할 경우, 사망자가 생전에 동의한 적이 없는데, 사망 후, 제3자에게 정보를 제공한 경우에 해당된다고 보아, 정보통신망법에 따라 과징금(매출액의 100/1 이하)과 벌칙(5년 이하의 징역이나 5천만 원 이하의 벌금)이 부과될 위험을 생각해 볼 수 있다.

둘째, 정보 제공에 따른 위축효과(chilling effect)이다. 상속인은 사망자의 디지털 유산 상속을 원할 수 있으나, 지금 살아있는 이용자들이 자신의 사후 데이터 상속을 원하지 않는 경우, 현재 이용하고 있는 서비스 이용에 위축효과를 줄 수 있다. 이 부분은 자기 정보에 대한 개개인의 미래에 대한 희망에 관한 부분으로 법률로도 규율하기 어려운 부분이며, 사회적 논의가 더 필요한 부분이다.

셋째, 디지털 유산 제공시, 제3자의 개인정보 유출이 가능하다는 점이다. 사망자가 보유한 정보는 사망자 자신만의 비밀이 아닌 다른 사람의 비밀일 수도 있으므로 신중한 접근이 필요하며, 제3자 개인정보 및 제3자의 비밀이 유출될 경우, 그에 대한 책임 소재에 대한 명확한 규정이 필요하다. 따라서 아직까지는 법규에서 규정한 바가 없다 하더라도, 사

망자의 디지털 유산을 유족에게 제공하더라도 선별적으로 제공할 필요성이 발생한다. 하지만, 선별적 정보 제공 역시 쉽지 않다. 한국의 주요 포털들은 하나의 계정이 여러 서비스와 연동되어 있어 계정정보를 공개한다는 것은 모든 서비스 이용의 master key를 준다는 것과 같기 때문이다.

넷째, 미미한 현실적 요청이다. 주요 포털의 디지털 유산 관련 통계를 살펴보면 포털 고객센터에 문의하는 비중 가운데 사망자의 디지털 유산을 요청하는 경우는 0.03%내외의 극소수에 불과하다는 점이다. 문의가 많지 않은 이유로는, 다양한 방법을 통해 개인정보 인증이 이루어질 수 있어, 굳이 사망확인 및 상속 관계 확인을 하고 디지털 유품 요청 절차를 거치지 않더라도 신규 비밀번호 발급 등이 가능하기 때문인 것으로 보인다. 예를 들면, 다음(Daum)의 경우 비밀번호 찾기 기능에 이용자의 ID, 이름, 주민번호 등을 입력하면, 휴대폰번호, 신용카드 번호, 공인인증서 등의 방법을 통해 비밀번호를 제공하고 있어, 사망자의 개인정보를 모두 보유하고 있는 가족이나, 배우자 등의 제3자들은 쉽게 비밀번호에 접근할 수 있다. 앞서 언급한 세 가지 이유에 대한 위험요소를 부담하고, 거기에 더하여 현실적으로 요청이 미미한데, 사업자들이 시스템 개발 및 인력 투입이라는 리소스 투자를 통해 사망자의 디지털 유산 제공에 나설 이유는 많지 않을 것으로 보인다.

실제 사업자의 민원 건수 분석을 통해, 현실적 요청이 미미한 것을 확인할 수 있었다. NHN, SK컴즈, Daum, KTH 등 주요 포털로부터 제공받은 디지털 유산 관련 민원 건수를 분석한 결과 전체 민원건수 대비 0.03% 내외의 민원이 있는 것으로 나타났으며, 디지털 유산에 접근할 수 권한을 유족에게 제공한 사례는 극소수에 해당하는 것으로 확인되었다. 유족의 디지털 유산 관련 요청 내용은 비밀번호 요청이 가장 많았으며, 회원탈퇴, 명의변경, 게시물 백업, 카페양도 및 폐쇄, 스팸 게시물 삭제, 일시정지 요청, 이용요금 문의 등이 다양한 분야에 대한 민원이 제기되었다. 이 가운데 모든 콘텐츠에 접근할 수 있는 권한을 부여하는 포털로는 KTH가 있다. KTH는 임시 접근 권한을 부여하고, 임시권한 제공 기간이 만료되면, 계정과 계정 관련 정보를 삭제한다. 이외의 포털들은 접근권한을 제공하고 있지 않았으며, 제한된 경우 게시물을 백업 해주는 사례가 있었다. 하지만, 유족들이 추모의 목적으로 비밀번호를 알게 되어 이용하는 경우, 이용제재는 가하고 있지 않은 것으로 나타났다. 다음으로, 미래의 어느 시점에 디지털 유산을 유족에게 제공할 경우 어떠한 권한을 줄 수 있는지 검토한 결과, 계정 접근권, 명의변경 권한, 정보 열람권 등은 제

공이 어렵고, CD나 DVD 형태의 게시물 백업 제공이 가능할 것으로 논의되었다. 이 가운데, 명의변경이 현실적으로 가능한 경우가 있었는데, 이는 회원가입시 이용자가 허위의 명의를 이용하여 가입한 경우 가운데 본인의 명의로 변경하고 싶어 실명인증 절차를 거친 경우에 한하여 허락하고 있었다.

해외의 디지털 유산 처리에 관하여는 국가별, 사업자 별 검토방식을 택하였다. 그 결과, 해외에서는 사자의 디지털 정보(디지털 유산)에 관해 중앙정부 수준에서 법률로 정비한 국가는 없다고 할 수 있다. 미국의 경우 일부 주에서 디지털 유산에 관한 법률을 마련하고 있으나, 일반적으로는 인터넷서비스사업자의 약관에 따라 자율적으로 처리하고 있다.

미국에서 디지털 유산과 관련한 법률을 정비하고 있는 주는 캘리포니아와 오클라호마 등이며, 캘리포니아 주법(State Law)의 경우 이용자 계정 삭제 등의 조치를 취하기 위해서는 서비스 제공자가 최소 30일 전에는 통지할 의무를 부과하고 있다. 이를 통해 서비스 제공자가 임의로 사망자의 계정을 삭제되는 것을 방지할 수 있다. 오클라호마 주의 경우 상속과 관련된 절차를 처리하는 자(유언집행인 등)가 소셜네트워크서비스(SNS)를 제공하는 회사와 접촉해서 사망자의 계정을 삭제할 것인지 추모계정으로 사용할 것인지를 정할 법적 권한을 가지는 것으로 규정하고 있다. 이에 따라 사업적인 뒤처리, 필요에 의한 계정 폐쇄, 사망자가 유언으로 남긴 특정한 지시에 따른 업무 수행이 가능하게 되었다. 그러나 이 같은 권한부여는 사망자가 남긴 전자적인 유산을 정리하는 차원의 소극적인 의미가 큰 만큼, 사망자의 계정을 적극적으로 활용하는 것은 제한적으로 해석해야 할 것이다.[86]

일본의 경우, 사망자의 디지털 유산에 대한 취급을 명시한 법률은 없으나, 「전기통신사업에 있어서 개인정보보호에 관한 가이드라인」[87]을 통해 사자의 온라인 상 정보에 대해서도 원칙적으로 동일하게 취급함을 표명하고 있다. 따라서 대부분의 사업자가 통신의 비밀을 이유로 사자의 개인정보를 공개하지 않고 있으며,[88] 결국 일정기간 서비스를 이용하

---

86)오클라호마 주법안 No.2800,
<https://www.sos.ok.gov/documents/legislation/52nd/2010/2R/HB/2800.pdf>

87)「개인정보보호에 관한 법률」(약칭 '개인정보보호법') 및 동법 제7조 제1항에 따른 '개인정보보호에 관한 기본방침' 및 「전기통신사업법」제4조 기타 관련 규정에 근거하여 총무성에서 제정한 고시로, 2004년 제정(총무성 고시 제695호), 2010년 개정되었음(총무성 고시 제276호)

지 않은 사용자로서 이용권한 중지 및 등록 말소 절차에 따라 정보가 삭제되는 과정을 거친다. 또한 동 가이드라인은 사자와 생존하는 자 쌍방에 관련된 정보를 제외하고는 사망자의 정보에 대해서는 취급하고 있지 않다고 명시하고 있다.

유럽은 표현의 자유와 사생활 보호라는 원칙이 상호 충돌하면서 갈등이 발생하고 있는데, 유럽연합과 유럽인권재판소는 시사적인 사건과 관련된 공인이나 유명인의 공적인 활동에 대한 보도와 표현에 대해서는 언론의 자유와 표현의 자유를 보장하지만, 그 밖의 영역에서는 개인의 사생활보호를 더 중요한 원칙으로 정하는 추세이다.

독일의 경우 사자의 디지털 유산의 처리는 일반적인 유산과 동일하게 취급하고 있다. 적용 법률은 크게 유산상속에 대한 일반 법률과 지적재산권법, 예술저작권법, 특허법, 연방기록물법 등 다양한 법률이 적용된다. 사자의 디지털 유산을 상속받기 위해서는 가장 먼저 거주지 관할 법원에서 발급한 유산을 상속받는 유족 증명서가 필요하다. 상속에 해당하게 되는 사항은 반드시 사자의 유언장과 상속약정서에 근거하도록 하고 있다. 이에 따라, 법원은 사자의 상속권과 사자의 유산에 대한 관리권에 대한 결정을 내린다. 개인의 사생활 정보가 포함되는 이메일이나 블로그, 홈페이지, SNS의 계정과 정보는 상속의 대상이 될 수 있지만, 이 경우 유족이 명확하게 배타적 권리를 행사하고자 하는 디지털 유산의 목록과 상속권을 증명해야 한다.

또한 독일은 인터넷 공간에서의 사생활보호는 공적 영역과 사적 영역이 구분되어 보호되며, 사자의 디지털 유산의 경우에도 동일한 원칙이 적용된다. 공적 이해관계와 시사적 사건의 경우에는 언론의 자유와 표현의 자유가 강조되는, 반면 사적영역에서 발생하였고 공적 이해관계가 없는 사건의 경우에는 개인 사생활 보호가 더 중요하게 처리되고 있다. 또한, 경제적 이해관계, 상업적 목적의 공표행위와 비상업적 목적의 공표행위는 구분이 된다. 상업적인 목적에서 대가를 지불한 사진이나 영상 등의 저작권은 개인이 아닌 저작물 제작자에게 있다. 그러나 상업적 목적의 공표임에도 불구하고 당사자의 동의를 얻지도 못했고, 대가도 지불하지 않은 경우에는 공표가 금지되고 손해배상의 의무가 있다. 해외 사례 검토를 통한 국내 시사점은, 인터넷 공간에서 공표된 디지털저작물과 관련한 갈등의 해소는 일차적으로 자율규제기구를 통해 중재되고, 이러한 중재가 어려울 경우에 법정소

88) 「故人のメール"相續"どうなる？ 提供認める業者も」, 『ＭＳＮ産経ニュース』, 2011.2.21 <http://sankei.jp.msn.com/life/news/110221/trd11022102000000-n2.htm>.

송을 통해서 문제가 해결된다는 점이다. 행정기관의 개입은 자칫 표현의 자유와 언론의 자유를 침해할 소지가 많으며, 언론과 표현의 자유에 대한 통제를 통해 인터넷 공간에서 창작활동을 하는 저작자에게 무의식적으로 자기검열을 하도록 만들 수 있기 때문이다.

해외 인터넷 사업자의 디지털 유산 처리는, 자체 약관에 따른 처리방식을 취하고 있으며, 개인정보 보호 약관의 엄격성에 따라 디지털 유산 제공에 보다 유연한 정책을 취하는 사업자와 보다 엄격한 정책을 취하는 사업자로 분류해 볼 수 있다. 야후, 구글, 마이크로소프트(핫메일) 등의 사업자는 보다 엄격한 정책을 취하는 사업자들로 분류할 수 있다. 야후는 자체 약관에 따라 사업자와 이용자를 당사자로 보고, 이외의 모든 사람을 제3자로 간주하여 개인정보의 제3자 제공을 원칙적으로 금지하고 있다. 또한 야후는 계정 소유자의 사망사실이 확인되면 해당 계정 및 그 내용물을 삭제하는 것을 원칙으로 하고 있으며, 일반적으로 1년 이내에 이의를 제기하지 않으면 삭제한다. 다만, 야후는 저스틴 엘스워스(Justin. M. Ellsworth)병장의 사례처럼 법원의 명령이 있을 경우 해당 계정의 일부 정보를 제3자에게 공개할 수 있으며, 이때도 1년 이내에 신청해야 하고 계정 자체에 대한 접근권한은 허용하지 않는다. 구글의 경우 야후보다는 완화된 정책이라 할 수 있는데, 사망자의 메일 계정 내용에 대한 접근을 예외적으로 허용하고 있다.[89] 그러나 이 경우에도 법적으로 정당한 권한을 가진 대리인이 필요한 절차를 거쳐 관련 서류를 제출한 경우, 구글의 검토를 거쳐 정보제공이 필요하다고 판단되는 경우로 제한하고 있다. 마이크로소프트는 사망 확인 후 6개월간 데이터를 보관하나, 그 기간이 경과하기 전에 별도의 요청이 없으면 계정을 삭제하는 것을 원칙으로 한다. 따라서 계정과 관련된 정보 요청을 준비하는 중에도 서비스제공자에게 메일을 보내서 정보의 삭제를 방지할 것을 추천하고 있다. 이때 신청을 통해 정보 보관 기간이 6개월 연장될 수 있지만, 해당 기간 동안 서비스제공자가 요구하는 서류를 제출하지 않을 시에는 계정이 삭제된다. 마이크로소프트는 신청자에게 정보를 제공한 다음, 자체 보관의 계정정보를 삭제한다. 그러나 정보를 제공받기 위한 인증과정을 거치더라도 해당 계정의 암호를 제공하거나 재설정 하는 등, 계정의 소유권을 신청자가 양도받을 수는 없음을 원칙으로 하고 있는데, 이는 개인정보 보호 및 보안 유지의 차원에서 이루어지고 있다.

---

89) http://mail.google.com/support/bin/answer.py?answer=14300

야후나 구글, 마이크로소프트보다 유연한 정책을 취하는 사업자로는 트위터, 페이스북, 유투브, 마이스페이스 등을 들 수 있다. 트위터는 이용자가 사망하였을 경우, 계정 삭제 또는 공개적으로 트윗한 내용을 백업(backup)하는 방식으로 사망자의 가족을 지원하고 있다. 그러나 트위터도 제3자가 사자의 트위터 계정에 접속하거나 계정에 관련해서 비공개 정보를 공개하는 것을 허용하지는 않는다. 유투브의 경우 사망증명서, 법적 대리권한의 형식요건을 갖추면 사망자 계정의 콘텐츠에 접근이 허용된다. 페이스북은 사망자 계정의 내용물 접근에 대해 비교적 간단하게 신고할 수 있는 양식을 제공하고 있으며, 특히 사자의 계정 담벼락(wall)을 추모 공간으로 마련하는 등 사망자의 가족에 비교적 우호적 입장을 취하고 있다. 마이스페이스도 비교적 간단한 서류 및 절차를 요구하고 있으며, 프로필(계정) 삭제 또는 보존, 내용물 삭제 등을 요청할 수 있다. 다만, 계정에 접속, 편집, 삭제, 변경 등은 제3자가 직접 할 수 없다.

이상 본 연구에서 수행한 디지털 유산의 의미와 범주, 현행 법률 분석, 해외 사례 검토, 디지털 유산 처리의 현실적 문제, 향후 디지털 유산 제공방안 등의 내용들을 살펴보았다. 끝으로 본 연구의 한계와 정책적 시사점, 관련 입법안, 자율규제 권고안 등을 살펴보도록 한다.

2. 연구의 한계 및 향후 추진을 위한 과제

본 연구는 국내외 연구사례 가운데 선구적인 연구로서 매우 큰 의미를 가질 것이다. 또한 국내의 영향력 있는 포털들의 실제 사례를 가지고 연구하였다는 점은 연구의 객관성을 크게 높여주었으며, 실현 가능성이 높은 정책방안을 도출하는데 큰 도움이 되었다. 하지만 한편으로 초기 연구로써 가지게 되는 정교함의 부족은 여전히 극복하지 못한 과제로 남았다. 먼저, 실제 국민들이 디지털 유품에 대해 어떻게 생각하는지에 대한 설문조사의 필요성 부분이다. 디지털 유산 처리의 연구에 있어서, 국내 포털 현황, 현행 법규 검토, 해외 사례검토 등과 더불어 국민들이 디지털 유산을 얼마만큼 필요로 하며, 그 만큼 관심이 있는지에 대한 리서치가 수반되었다면 연구의 객관성 확보에 더욱 힘을 실어줄 수 있었을 것이다. 다음으로, 국민들이 디지털 유품의 상속에 관심이 크다면 생전 동의방식으로 갈

것인지, 사후 일방적인 방법으로 갈 것인지에 대한 사회적 합의 등의 과정, 즉 공청회 등의 사회적 논의의 과정이 추후에라도 필요할 것으로 보인다. 생전 동의방식으로 갈 경우, 동의의 형식은 자율적으로 정하더라도, 공인인증서 등을 통한 확인 과정이 필요할 것으로 보이며, 유언장과 동일한 효력을 갖게 될 동의 내역의 보관 장소에 대한 논의가 추가적으로 필요할 것으로 보인다. 동의 내역의 보관 장소로는 공인전자문서보관소 등을 고려해 볼 수 있을 것이다. 그리고 사자의 디지털 유품을 역사적, 사회적 유산의 관점에서 바라볼 수도 있는데, 이 경우 문화유산으로서의 디지털 유품이라는 접근이 가능할 것이다. 개개인의 디지털 유산이 문화유산이나, 사회적 유산으로 가치가 있느냐에 대한 질문에서 출발하여, 고고학적 의미나 역사적 의미로 과거를 돌아보았을때, 인터넷 시대 디지털 유산이 가지는 의미와 대응 방안에 대해 본 연구와는 다른 방식의 접근이 가능할 것으로 보인다. 만약 문화유산으로서의 디지털 유산의 가치를 검토해 본다면, 현실적 차원의 고려를 벗어나 다른 차원의 논의가 전개될 수도 있을 것이다.

3. 디지털 유산(사망한 회원의 계정과 관련 콘텐츠) 처리 기준에 관한 권고안

1. 취지

정보통신서비스제공자의 서비스를 이용하는 회원이 사망한 경우, 그 회원의 계정에 관한 권리, 그 회원이 남긴 각종 정보 또는 콘텐츠(이하 계정과 콘텐츠 등 모두를 포함하는 의미로 '디지털 유산'이라 한다)에 대한 취급방법이 불분명하여 사회적 혼란이 증가하고 있으며, 상속인 등 유족들에게 디지털 유산 중 사망한 회원의 개인정보에 해당하지 않은 콘텐츠를 제공하여 이들을 위로하고 회원이 남긴 정보를 정당한 권리자가 제대로 활용하도록 하는 것이 사회적 요구에도 부응하는 것임. 이에 정보통신서비스제공자들 공통의 처리 기준을 마련하고자 함.

2. 적용범위

가. 서비스제공자의 인터넷 서비스 중 일정한 정보를 제공하고 회원으로 가입한 경우에

제공되는 회원용 서비스에 적용함

나. 서비스 이용회원이 디지털 유산의 사망 후 처리방법에 관하여 미리 정해둔 경우에는 그에 따르며, 본 처리 기준은 서비스 이용회원이 그 처리방법을 미리 정해두지 않은 경우를 대상으로 함. 본 정책안은 서비스제공자에게 이용회원이 디지털 유산의 사망 후 처리방법에 관하여, 미리 선택할 수 있는 절차를 마련하여 이용자의 자기결정권을 보장하도록 권고함.

다. 이용회원의 상속인이 서비스제공자가 정한 절차에 따라 서비스제공자에게 신청하는 경우

라. 회원의 사망 사실이 그 상속인의 신청과 근거자료에 의해 확인되는 경우

3. 본 처리 기준의 효력

가. 본 처리 기준은 서비스제공자에 대한 권고이며, 이용자 또는 그 상속인의 권리로 해석되지 않음.

나. 서비스제공자는 본 처리 기준을 수정하여 수용할 수 있음.

다. 서비스제공자는 본 처리 기준을 적절한 방법으로 서비스 화면에 공지하거나 서비스의 이용약관에 반영하는 등의 방법으로 수용해야 하며, 본 처리 기준은 서비스제공자의 수용절차에 의해 그 공지문이나 이용약관에 정해진 바에 따라 그 효력이 발생함.

4. 종류별 처리기준

가. 일반원칙

사망자의 계정과 정보 등 디지털 유산은 다음과 같은 처리절차를 거친 후 폐쇄하거나 삭제한다.

나. 조회 서비스

서비스제공자는 상속인의 요청에 따라 디지털 유산의 존재 여부(사망자의 계정 존부, 해당 계정에 의하여 작성된 게시글 등의 콘텐츠 존부)를 조회하여, 그 정보를 상속인에

게 제공할 수 있다.

다. 발신함과 수신함에 저장되어 있는 전자우편(이메일)
사망한 사람의 일기나 제3자와 주고받은 편지 등이 모두 상속인들에게 귀속되므로, 사망한 회원의 발신함과 수신함에 저장되어 있는 전자우편 정보는 상속인의 요청에 따라 제공할 수 있다. 서비스제공자는 적절한 기간이 경과한 후 또는 상속인의 요청에 의하여 본 처리 기준에 의한 사후처리를 마친 후 계정을 폐쇄할 수 있다.

라. 공개되어 있는 게시물 등의 콘텐츠
상속인의 요청에 따라, 상속인에게, 공개되어 있는 게시물 등의 콘텐츠에 대한 접근권한을 부여하거나, 해당 콘텐츠를 별도의 매체에 복사하여 주는 백업서비스를 제공할 수 있다. 백업이 가능한 구체적인 게시물의 범위는 서비스제공자가 기술적, 경제적인 현실을 고려하여 따로 정한다.

마. 비공개 게시물 등의 콘텐츠
상속인의 요청에 따라, 상속인에게 비공개 게시물(일정한 커뮤니티의 구성원 또는 멤버들에게만 공개되어 있는 '제한공개 게시물' 포함) 등의 콘텐츠에 대한 접근권한을 부여하거나, 해당 콘텐츠를 별도의 매체에 복사하여 주는 백업서비스를 제공할 수 있다. 백업이 가능한 구체적인 게시물의 범위는 서비스제공자가 기술적, 경제적인 현실을 고려하여 따로 정한다.

바. 미니홈피, 개인적인 카페, 블로그, SNS 등 공개된 개인용 웹페이지
위 라, 마항의 원칙에 따르되, 상속인이 개인용 웹페이지의 존치를 요청할 경우, 관리상의 문제나 상속인을 포함하는 제3자가 사망한 회원의 인격을 대신하거나 기타 다른 이용자들의 혼란을 초래할 우려가 있으므로, 서비스제공자는 그 존치를 허용하되 고인을 추모하는 용도로만 허용하며, 그 구체적인 내용과 방법은 서비스제공자가 구성한다. 서비스제공자는 필요한 비용을 징수할 수 있다.

사. 카페 운영자의 지위 등

카페 운영자의 지위 등에 대한 상속은 허용하지 아니한다.

아. 인적사항을 제외한 개인정보(로그정보, 위치정보 등)

인적사항을 제외한 개인정보(로그정보, 위치정보 등)는 상속인에게 제공하지 아니하고, 법령과 약관 등에 정해진 기준과 절차에 따라 폐기한다.

자. 사망한 회원의 아이디, 비밀번호

사망한 회원의 아이디, 비밀번호 등의 계정정보를 상속인에게 이용하도록 할 경우 사망한 회원으로 행세하는 등의 문제를 방지할 방법이 없으며 온라인 계정은 가상공간에서 행위자의 인격을 표상하는 측면도 있으므로, 상속인에게 제공하지 아니한다. 다만, 서비스제공자는, 앞에서 제시한 처리방안에 갈음하여, 적절한 기간이 정하여 상속인에게 사망자의 계정에 접속하는 것을 허용할 수 있으며, 이 경우 상속인이 사후처리를 마칠 수 있는 일정한 기간을 경과한 후 사망자의 계정을 폐쇄할 수 있다.

차. 사망한 회원의 이용자 지위(계정이용권)

사망한 회원의 계정이용권 자체는 상속인에게 제공하지 아니한다. 다만, 자항의 처리원칙과 같이 서비스제공자는, 앞에서 제시한 처리방안에 갈음하여, 적절한 기간을 정하여 상속인에게 사망자의 계정에 접속하는 것을 허용할 수 있으며, 이 경우 상속인이 사후처리를 마칠 수 있는 일정한 기간을 경과한 후 사망자의 계정을 폐쇄할 수 있다.

카. 사이버 머니, 포인트 등 경제적 이용가치가 있는 이용권

본 처리기준은 사이버 머니, 포인트 등 경제적 이용가치가 있는 이용권 등에 적용하지 아니한다.

5. 처리절차

가. 상속인은 서비스제공자의 요청에 따라 사망증명서, 가족관계증명서 등 사망자의 상

속인임을 입증할 수 있는 근거를 제시하여야 한다.

나. 상속인이 다수인 경우 공동으로 신청하거나 단독신청의 경우 다른 공동상속인의 동의서류가 제시되어야 한다.

다. 상속인은 서비스제공자의 서버에 저장되어 있는 상태에서는 사망한 회원이 작성한 콘텐츠의 내용을 변경할 수 없다.

라. 서비스제공자는 각 사의 정책에 따라 제공할 수 있는 콘텐츠에 대한 접근권한만을 부여하거나 백업 서비스만을 제공할 수 있다.

마. 서비스제공자는 상속인이 접근할 수 있는 콘텐츠의 내용을 변경할 수 없도록 필요한 조치를 취할 수 있으며, 해당 콘텐츠에 계정 소유주의 사망사실을 적절한 방법으로 표기할 수 있다.

참고문헌

국내문헌

고상룡, 민법총칙(제3판), 법문사(2003), 267-270면; 곽윤직, 민법총칙(제7판), 박영사(2002), 168-170면; 김상용, 민법총칙, 법문사(1993), 314-317면; 김주수, 민법총칙, 삼영사(2001), 269-271면; 이영준, 민법총칙, 박영사(1995), 894-896면.

권헌영, "'죽을 이'의 자기결정권이 먼저 보장되어야", KISO저널 2010년 가을호 vol.3, 25쪽.

김기선, 한국민법총칙, 법문사(1991), 190면; 김증한, 민법총칙, 진일사(1978), 237면; 홍성재, 민법총칙, 대영문화사(2003), 350면.

김기중, "사자(사망자)의 디지털 유산의 법률적 한계 및 개선방안", 사자(사망자)의 디지털 유산 관리현황과 개선방안(2010.10.13. (사)한국인터넷자율정책기구 세미나 자료집), 24면.

김유향, 디지털 유산 관련 쟁점과 국내 입법현황, KISO저널 2010 Fall(Vol. 3), 28쪽

배대헌, "거래대상으로서 디지털 정보와 '물건'개념 확대에 관한 검토", 정보사회에 대비한 일반법 연구(Ⅳ), 정보통신정책연구원(2002), 346면.

손진화, "가상세계화폐에 관한 규정의 검토", 경원대학교 법학연구소 주최 가상세계산업 진흥법제정방안 세미나 자료집(2010.12.13.), 4-5면.

안진혁, "사망자의 디지털 유산 취급 현황 및 문제점", 사자(사망자)의 디지털 유산 관리 현황과 개선방안(2010.10.13. (사)한국인터넷자율정책기구 세미나 자료집), 1면.

양재모, "온라인아이템의 물건성과 법률관계", 법과 정책연구 1집(2001), 276면.

오승종, 저작권법, 박영사(2007), 44면.

최경진, "디지털 유산의 법적 고찰", 「경희법학」, 제46권 제3호(2011) 참조.

_____, "민법상 정보의 지위", 산업재산권 15호(2004), 17면.

_____, "물건요건론", 비교사법(25), 56-58면.

해외문헌

Amrein, M. Spurensuche : Wem gehoert der digitaler Nachlass. Management & Karriere pp. 34-35.

BITKOM. (2010.3.25). Presse Information Digitalen Nachlass regeln. Berlin : Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.

Chambers, J. (2006.4.28). Family gets GI's e-mail. The Detroit News. Available : http://www.justinellsworth.net/email/detnewsapr.htm(2011.8.30. 최종검색).

Duncan, J. (2009). User tot - Account lebt. Freitag 2009. 10. 5.

Hantke, N. (2010). Was geschieht mit dem digitalem Nachlass?. General-Anzeiger 2010. 12. 8.Schrey, J. (2010). Informationstechnologie und Recht ; Ausgewaehlte Rechtsfragen im Zusammenhang mit der Nutzung und dem Einsatz von Informationstechnologie. Frankfurt a.M. : Clifford Change.

Rahmlow, M. (2005). Einzelne Probleme des Straftatbestands der "Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereiches durch Bildaufnahmen" (§ 201 a StGB), Online-Zeitschrift HRRS 2005(3). Available: http://www.hrr-strafrecht.de/hrr/archiv/05-03/index.php3?seite=6(2011.7.30. 최종검색).

Schwarzmaier, N. (2011. 2. 26). Digitlaer Nachlass : Online nach dem Tod. die tageszeitung online 2011. 2. 26. Available : www.taz.de(2011.8.30최종검색).

Schweizer, M. (2010). Erbe im InternetDigitaler Nachlass. Chip 2010(10).

Simon, L. (2010). Das virtuelle Leben nach dem Tod. ORF-Online 2010. 11. 1. Available : www.orf.at(2011.7.30. 최종검색).

Tebrokel, E. (2010.4.10). Was mit Ihren Daten passiert, wenn Sie sterben. Die Welt. Available : www.welt.de(2011.7.30최종검색).

Wurster, B. (2001). Persönlichkeitsrechtsverletzungen im Internet. JurPC Web-Dok 249/2001 Abs. 1 - 26.

Zenger, Y. (2010). Der digitale Tod 2.0. Heimspiel 2010(3) pp. 16-17.

MMR (2009a). LG Nuernberg-Fuerth. Suchergebnis als Persoenhlichkietsverletzung. BGB §823, §1004. GG Art.1. 3 W 1128/08 LG Nuernberg-Fuerth. MultiMedia und Recht(MMR) 2009(2), p. 131.

MMR (2009b). OLG Stuttgat Suchergebnis als Persoenhlichkietsverletzung. BGB §823, §1004. GG Art.1 vom 2008.11.26. / 4 U 109/08 LG Stuttgart. MultiMedia und Recht(MMR) 2009(3), p. 190.

MMR (2009c). 28 O 173/09 LG Koeln. . MultiMedia und Recht(MMR) 2009(11), pp. 778-779.

BGH VI ZR 265/04 (연방대법원 판결문)

인터넷 검색

URL : Encyclopedia Britannica., 검색일 : 2010.8.24.

URL : http://www.law.nyu.edu/ecm_dlv/groups/public/@nyu_law_website__journals__journal_of_legislation_and_public_policy/documents/documents/ecm_pro_060742.pdf

URL : http://www.naver.com/rules/service.html

URL : http://www.naver.com/rules/privacy.html

URL : http://www.daum.net/doc/info.html?t__nil_footer=servicepolicy

URL :http://www.daum.net/doc/info_protection.html

URL : http://www.nate.com/policy/legal/legal.aspx

URL : http://www.daum.net/doc/info_protection.html

URL : http://www.cga.ct.gov/2011/pub/titles.htm(General Statutes of Connecticut Title 45a Chapter 802b Section 334a)

URL : http://www.justinellsworth.net/email/detnewsapr.htm

URL : https://www.sos.ok.gov/documents/legislation/52nd/2010/2R/HB/2800.pdf

(오클라호마 주법안 No.2800)
URL : http://info.yahoo.com/legal/us/yahoo/utos/utos-173.html
URL : http://mail.google.com/support/bin/answer.py?answer=14300
URL : http://windowslivehelp.com/solution.aspx?solutionid =2aa89618-2244-4187-8383-39b5503587f5
URL : http://support.twitter.com/groups/ 33-report-a-violation/topics/148-policy-information/articles/87894-how-to-contact-twitter-about-a-deceased-user
URL : http://www.google.com/support/youtube/ bin/answer.py?hl=en&answer=94458
URL : http://www.facebook.com/help/contact.php?show_form=deceased
URL : http://www.facebook.com/policy.php
URL : http://www.daum.net/doc/info_protection.html#e, 검색일 2011.10.7.
URL : http://sankei.jp.msn.com/life/news/110221/trd11022102000000-n2.htm, 「故人のメール“相續”どうなる？　提供認める業者も」, 『ＭＳＮ産経ニュース』, 2011.2.21
URL : http://www.justinellsworth.net/email/detnewsapr.htm, 검색일 2011.9.20.

[부록]

□ 현황표1-질문지

디지털 유산으로 분류 가능한 대상		기능 또는 권리의 구분		회원에게 부여된 기능 또는 권리	유족이 행사 가능한 기능 또는 권리	향후 유족 가능
서비스	카페	계정 접근권		있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		사이버 머니		있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		이용권		있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		평판에 관한 지위(회원등급 등)		있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		운영관리 기능	운영자	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
			일반회원	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		탈퇴(이용해지)		있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
	블로그	계정 접근권		있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		사이버 머니		있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		이용권		있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		평판에 관한 지위(회원등급 등)		있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		운영관리 기능		있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		탈퇴(이용해지)		있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
	SNS	계정 접근권		있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		사이버 머니		있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		이용권		있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		평판에 관한 지위(회원등급 등)		있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		운영관리 기능		있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		탈퇴(이용해지)		있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음

	클라우드	계정 접근권	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		사이버 머니	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		이용권	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		운영관리 기능	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		탈퇴(이용해지)	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
	이메일	계정 접근권	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		사이버 머니	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		이용권	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		운영관리 기능	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		탈퇴(이용해지)	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
	메신저	계정 접근권	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		사이버 머니	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		이용권	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		운영관리 기능	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		탈퇴(이용해지)	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
	공개게시판	계정 접근권	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		사이버 머니	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		이용권	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		운영관리 기능	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음
		탈퇴(이용해지)	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음

□ 현황표2-질문지

디지털 유산으로 분류 가능한 대상			기능 또는 권리의 구분	회원에게 부여된 기능 또는 권리	유족이 행사 가능한 기능 또는 권리	향후 유족에게 능한 기능 또는
콘텐츠 (Data, 정보)	개인정보		접근	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			변경, 삭제	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			복사 제공 요청	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			일괄 삭제(폐쇄)	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
	(일 반) 정보	위치 정보	접근	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			변경, 삭제	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			복사 제공 요청	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			일괄 삭제(폐쇄)	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
		로그 정보	접근	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			변경, 삭제	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			복사 제공 요청	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			일괄 삭제(폐쇄)	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
	게시물	공개	접근	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			변경, 삭제	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			복사 제공 요청	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해

			일괄 삭제(폐쇄)	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
		비공개	접근	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			변경, 삭제	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			복사 제공 요청	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			일괄 삭제(폐쇄)	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
	사적 통신	이메일	접근	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			변경, 삭제	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			복사 제공 요청	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			일괄 삭제(폐쇄)	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
		메신저	접근	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			변경, 삭제	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			복사 제공 요청	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해
			일괄 삭제(폐쇄)	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해당 없음	있음, 없음, 해

□ 현황표1-NHN 응답지

디지털 유산으로 분류 가능한 대상		기능 또는 권리의 구분		회원에게 부여된 기능 또는 권리	유족이 행사 가능한 기능 또는 권리	향후 유족에게 부여 가능 또는 권리	향후유족에게 부 것이 바람직하 생각하는 기능 또
서비스	카페	계정 접근권		있음	없음		
		사이버 머니		있음	없음		
		이용권		있음	없음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)		있음	없음		
		운영관리 기능	운영자	있음	없음		
			일반회원	없음	없음		
		탈퇴(이용해지)		있음	있음		
	블로그	계정 접근권		있음	없음		
		사이버 머니		있음	없음		
		이용권		있음	없음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)		해당 없음	해당 없음		
		운영관리 기능		있음	없음		
		탈퇴(이용해지)		있음	있음		
	SNS	계정 접근권		있음	없음		
		사이버 머니		있음	없음		
		이용권		있음	없음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)		해당 없음	해당 없음		
		운영관리 기능		있음	없음		
		탈퇴(이용해지)		있음	있음		
	클라우드	계정 접근권		있음	없음		

		사이버 머니	해당 없음	해당 없음		
		이용권	해당 없음	해당 없음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	해당 없음	해당 없음		
		운영관리 기능	있음	없음		
		탈퇴(이용해지)	있음	있음		
	이메일	계정 접근권	있음	없음		
		사이버 머니	있음	없음		
		이용권	있음	없음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	해당 없음	해당 없음		
		운영관리 기능	있음	없음		
		탈퇴(이용해지)	있음	있음		
	메신저	계정 접근권	있음	없음		
		사이버 머니	해당 없음	해당 없음		
		이용권	해당 없음	해당 없음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	해당 없음	해당 없음		
		운영관리 기능	있음	없음		
		탈퇴(이용해지)	있음	있음		
	공개게시판	계정 접근권	있음	없음		
		사이버 머니	해당 없음	해당 없음		
		이용권	해당 없음	해당 없음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	있음	없음		
		운영관리 기능	해당 없음	해당 없음		
		탈퇴(이용해지)	있음	있음		

□ 현황표2-NHN 응답지

디지털 유산으로 분류 가능한 대상			기능 또는 권리의 구분	회원에게 부여된 기능 또는 권리	유족이 행사 가능한 기능 또는 권리	향후 유족에게 부여 가능한 기능 또는 권리	향후유족에게 부여하는 것이 바람직하다고 생각하는 기능 또는 권리
콘텐츠 (Data, 정보)	개인정보		접근	있음	없음		
			변경, 삭제	있음	없음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	있음		
	(일반)정보	위치정보	접근	있음	없음		
			변경, 삭제	있음	없음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	있음		
		로그정보	접근	없음	없음		
			변경, 삭제	없음	없음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	없음	없음		
	게시물	공개	접근	있음	있음		
			변경, 삭제	있음	없음		

			복사 제공 요청	있음	원칙적으로 없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	없음		
		비공개	접근	있음	없음		
			변경, 삭제	있음	없음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	없음		
	사적통신	이메일	접근	있음	없음		
			변경, 삭제	있음	없음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	있음		
		메신저	접근	있음	없음		
			변경, 삭제	있음	없음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	있음		

□ 현황표1-Daum 응답지

디지털 유산으로 분류 가능한 대상		기능 또는 권리의 구분		회원에게 부여된 기능 또는 권리	유족이 행사 가능한 기능 또는 권리	향후 유족에게 부여 가능 또는 권리	향후유족에게 부여하는 것이 바람직하다고 생각하는 기능 또는 권리
서비스	카페	계정 접근권		있음	없음		
		사이버 머니		있음	없음		O
		이용권		있음	없음		O
		평판에 관한 지위(회원등급 등)		있음	없음		
		운영관리 기능	운영자	있음	없음		
			일반회원	없음	없음		
		탈퇴(이용해지)		있음	있음		
	블로그	계정 접근권		있음	없음		
		사이버 머니		있음	없음		O
		이용권		있음	없음		O
		평판에 관한 지위(회원등급 등)		해당 없음	해당 없음		
		운영관리 기능		있음	없음		
		탈퇴(이용해지)		있음	있음		
	SNS	계정 접근권		있음	없음		
		사이버 머니		있음	없음		O
		이용권		있음	없음		O
		평판에 관한 지위(회원등급 등)		해당 없음	해당 없음		
		운영관리 기능		있음	없음		
		탈퇴(이용해지)		있음	있음		
	클라우드	계정 접근권		있음	없음		

		사이버 머니	해당 없음	해당 없음		
		이용권	해당 없음	해당 없음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	해당 없음	해당 없음		
		운영관리 기능	있음	없음		
		탈퇴(이용해지)	있음	있음		
	이메일	계정 접근권	있음	없음		
		사이버 머니	있음	없음		O
		이용권	있음	없음		O
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	해당 없음	해당 없음		
		운영관리 기능	있음	없음		
		탈퇴(이용해지)	있음	있음		
	메신저	계정 접근권	있음	없음		
		사이버 머니	해당 없음	해당 없음		
		이용권	해당 없음	해당 없음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	해당 없음	해당 없음		
		운영관리 기능	있음	없음		
		탈퇴(이용해지)	있음	있음		
	공개게시판	계정 접근권	있음	없음		
		사이버 머니	해당 없음	해당 없음		
		이용권	해당 없음	해당 없음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	있음	없음		
		운영관리 기능	해당 없음	해당 없음		
		탈퇴(이용해지)	있음	있음		

□ 현황표2-Daum 응답지

디지털 유산으로 분류 가능한 대상			기능 또는 권리의 구분	회원에게 부여된 기능 또는 권리	유족이 행사 가능한 기능 또는 권리	향후 유족에게 부여 가능한 기능 또는 권리	향후유족에게 부여하는 것이 바람직하다고 생각하는 기능 또는 권리
콘텐츠 (Data, 정보)	개인정보		접근	있음	없음		
			변경, 삭제	있음	없음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	있음		
	(일반)정보	위치정보	접근	있음	없음		
			변경, 삭제	있음	없음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	없음		
		로그정보	접근	없음	없음		
			변경, 삭제	없음	없음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	없음	없음		
	게시물	공개	접근	있음	있음		
			변경, 삭제	있음	없음		
			복사 제공 요청	있음	없음		O
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	없음		O

		비공개	접근	있음	없음		
			변경, 삭제	있음	없음		
			복사 제공 요청	없음	없음		O
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	없음		O
	사적통신	이메일	접근	있음	없음		
			변경, 삭제	있음	없음		
			복사 제공 요청	있음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	있음		
		메신저	접근	있음	없음		
			변경, 삭제	있음	없음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	있음		

□ 현황표1-SK커뮤니케이션즈 응답지

디지털 유산으로 분류 가능한 대상		기능 또는 권리의 구분		회원에게 부여된 기능 또는 권리	유족이 행사 가능한 기능 또는 권리	향후 유족에게 부여 가능 또는 권리	향후유족에게 부여하는 것이 바람직하다고 생각하는 기능 또는 권리
서비스	클럽(카페)	계정 접근권		있음	없음		
		사이버 머니		해당 없음	해당 없음		
		이용권		있음	없음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)		있음	없음		
		운영관리 기능	운영자	있음	없음		
			일반회원	없음	없음		
		탈퇴(이용해지)		있음	있음		
	블로그	계정 접근권		있음	없음		
		사이버 머니		있음	없음		
		이용권		있음	없음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)		해당 없음	해당 없음		
		운영관리 기능		있음	없음		
		탈퇴(이용해지)		있음	있음		
	미니홈피 (SNS)	계정 접근권		있음	없음		
		사이버 머니		있음	없음		
		이용권		있음	없음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)		해당 없음	해당 없음		
		운영관리 기능		있음	없음		
		탈퇴(이용해지)		해당 없음	해당 없음		
	클라우드	계정 접근권					

		사이버 머니				
		이용권				
		평판에 관한 지위(회원등급 등)				
		운영관리 기능				
		탈퇴(이용해지)				
	이메일	계정 접근권	있음	없음		
		사이버 머니	해당 없음	해당 없음		
		이용권	있음	없음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	해당 없음	해당 없음		
		운영관리 기능	있음	없음		
		탈퇴(이용해지)	해당 없음	해당 없음		
	메신저	계정 접근권	있음	없음		
		사이버 머니	해당 없음	해당 없음		
		이용권	있음	없음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	해당 없음	해당 없음		
		운영관리 기능	있음	없음		
		탈퇴(이용해지)	해당 없음	해당 없음		
	공개게시판	계정 접근권	있음	없음		
		사이버 머니	해당 없음	해당 없음		
		이용권	해당 없음	해당 없음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	있음	없음		
		운영관리 기능	해당 없음	해당 없음		
		탈퇴(이용해지)	해당 없음	해당 없음		

□ 현황표2-SK커뮤니케이션즈 응답지

디지털 유산으로 분류 가능한 대상			기능 또는 권리의 구분	회원에게 부여된 기능 또는 권리	유족이 행사 가능한 기능 또는 권리	향후 유족에게 부여 가능한 기능 또는 권리	향후유족에게 부여하는 것이 바람직하다고 생각하는 기능 또는 권리
콘텐츠 (Data, 정보)	개인정보		접근	있음	없음		
			변경, 삭제	있음	없음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	있음		
	(일반)정보	위치정보	접근				
			변경, 삭제				
			복사 제공 요청				
			일괄 삭제(폐쇄)				
		로그정보	접근	있음	없음		
			변경, 삭제	없음	없음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	없음	없음		
	게시물	공개	접근	있음	없음		
			변경, 삭제	있음	없음		

			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	없음		
		비공개	접근	있음	없음		
			변경, 삭제	있음	없음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	없음		
	사적통신	이메일	접근	있음	없음		
			변경, 삭제	있음	없음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	없음		
		메신저	접근	있음	없음		
			변경, 삭제	있음	없음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	없음		

□ 현황표1-KTH 응답지

디지털 유산으로 분류 가능한 대상		기능 또는 권리의 구분		회원에게 부여된 기능 또는 권리	유족이 행사 가능한 기능 또는 권리	향후 유족에게 부여 가능 또는 권리	향후유족 것이 생각하는
서비스	카페	계정 접근권		있음	있음		
		사이버 머니		있음	있음		
		이용권		있음	있음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)		있음	있음		
		운영관리 기능	운영자	있음	있음		
			일반회원	없음	없음		
		탈퇴(이용해지)		있음	있음		
	블로그	계정 접근권		있음	있음		
		사이버 머니		있음	있음		
		이용권		있음	있음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)		해당 없음	해당 없음		
		운영관리 기능		있음	있음		
		탈퇴(이용해지)		있음	있음		
	SNS	계정 접근권		있음	있음		
		사이버 머니		있음	있음		
		이용권		있음	있음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)		있음	있음		
		운영관리 기능		있음	있음		
		탈퇴(이용해지)		있음	있음		
	클라우드	계정 접근권		해당 없음(KT서비스)	해당 없음(KT서비스)		

		사이버 머니	해당 없음(KT서비스)	해당 없음(KT서비스)		
		이용권	해당 없음(KT서비스)	해당 없음(KT서비스)		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	해당 없음(KT서비스)	해당 없음(KT서비스)		
		운영관리 기능	해당 없음(KT서비스)	해당 없음(KT서비스)		
		탈퇴(이용해지)	해당 없음(KT서비스)	해당 없음(KT서비스)		
	이메일	계정 접근권	있음	있음		
		사이버 머니	있음	있음		
		이용권	있음	있음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	있음	있음		
		운영관리 기능	있음	있음		
		탈퇴(이용해지)	있음	있음		
	메신저	계정 접근권	있음	있음		
		사이버 머니	있음	있음		
		이용권	있음	있음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	해당 없음	해당 없음		
		운영관리 기능	있음	있음		
		탈퇴(이용해지)	있음	있음		
	공개게시판	계정 접근권	있음	있음		
		사이버 머니	있음	있음		
		이용권	있음	있음		
		평판에 관한 지위(회원등급 등)	없음	없음		
		운영관리 기능	있음	있음		
		탈퇴(이용해지)	있음	있음		

□ 현황표2-KTH 응답지

디지털 유산으로 분류 가능한 대상			기능 또는 권리의 구분	회원에게 부여된 기능 또는 권리	유족이 행사 가능한 기능 또는 권리	향후 유족에게 부여 가능한 기능 또는 권리	향후유족에게 것이 바람직 각하는 기능
콘텐츠 (Data, 정보)	개인정보		접근	있음	있음		
			변경, 삭제	있음	있음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	있음		
	(일반)정보	위치정보	접근	있음	있음		
			변경, 삭제	있음	있음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음	있음		
		로그정보	접근	없음	없음		
			변경, 삭제	없음	없음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음(탈퇴를 의미함)	있음(탈퇴를 의미함)		
	게시물	공개	접근	있음	있음		
			변경, 삭제	있음	있음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음(탈퇴를 의미함)	있음(탈퇴를 의미함)		
		비공개	접근	있음	있음		

			변경, 삭제	있음	있음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음(탈퇴를 의미함)	있음(탈퇴를 의미함)		
	사적통신	이메일	접근	있음	있음		
			변경, 삭제	있음	있음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음(탈퇴를 의미함)	있음(탈퇴를 의미함)		
		메신저	접근	있음	있음		
			변경, 삭제	있음	있음		
			복사 제공 요청	없음	없음		
			일괄 삭제(폐쇄)	있음(탈퇴를 의미함)	있음(탈퇴를 의미함)		

□ 각주

1. 서비스와 콘텐츠(data, 정보) 구분이유는, 서비스는 포털이 제공하는 것으로 서비스제공자의 입장에서 여하고 있는 권한과 미래에 부여 가능한 권한 등에 관한 것이며, 콘텐츠는 이용자와 유족의 입장에서 부를 검토하는 영역임
2. 서비스/카페/운영관리권/일반회원은 일반회원이 작성한 게시물에 대한 운영관리권이며, 공개게시판도
3. (일반)정보에는 개인정보를 제외한 모든 정보이므로 기타정보가 있을수 있음
4. 사이버 머니(cash)와 이용권은 환가가능성(돈이나 물건으로 바꿀수 있는)에서 차이가 있음
5. 평판에 관한 지위란 카페의 회원등급으로 이해 가능
6. 게임은 특수한 분야로 복잡한 문제가 얽혀 있으므로 본 연구에서는 기본적 원리를 먼저 확정하고자