

통권 182호 2024.12.31

KOCCA**FOCUS**

플랫폼 시대의 디지털 콘텐츠 소멸과 문제점



KOCCA
FOCUS



한국콘텐츠진흥원
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

플랫폼 시대의 디지털 콘텐츠 소멸과 문제점

김 학 군

한국콘텐츠진흥원 콘텐츠산업정책연구센터 산업정책팀 선임연구원
hgk3548@kocca.kr

SUMMARY

● 기술의 발전에 따른 디지털 콘텐츠 유통방식 변화

스마트폰 보급 확대, 이동통신 대중화, 유료화 모델 정착으로 디지털 콘텐츠 시장이 빠르게 성장하였으며, 초기에는 방송사와 출판사가 콘텐츠 유통을 주도했으나, 플랫폼 중심으로 변화

● 창작자와 소비자에게 미친 영향

플랫폼의 등장으로 창작자들은 다양한 유통채널 덕분에 수익이 극대화되었고 소비자에게는 더 많은 선택지가 부여되었으나, 콘텐츠 IP 권리 보호 과정에서 생겨난 시스템·구조는 소비자의 콘텐츠 '소유'에서 '사용'으로 구조적 변화를 맞이함

● 디지털 콘텐츠 시장은 소비자 보호 문제에 직면

디지털 콘텐츠의 플랫폼 종속성이 심화되면서 서비스 종료 시 콘텐츠를 구매했음에도 불구하고 접근 권한을 완전히 잃게 되거나, 디지털 콘텐츠 내 재화의 가치를 지닌 디지털 자산이 완전히 소멸되는 문제가 발생하여 소비자 문제가 제기되고 있음



CONTENTS

01

디지털 콘텐츠 시장의 성장 및 변화

1. 디지털 콘텐츠 산업의 성장
2. 디지털 콘텐츠 소유권의 변화

02

디지털 콘텐츠 소멸과 분쟁

1. 게임 콘텐츠 주요 사례
2. 영상 콘텐츠 주요 사례
3. 전자책 콘텐츠 주요 사례

03

정책 동향

1. 해외 동향
2. 국내 동향

04

디지털 콘텐츠 소멸과 분쟁에 따른 대응 방안

1. 소비자 권리 보호 정책 마련
2. 콘텐츠 원본 보존을 위한 '디지털 콘텐츠 아카이브' 추진 검토

이 디지털 콘텐츠 시장의 성장 및 변화

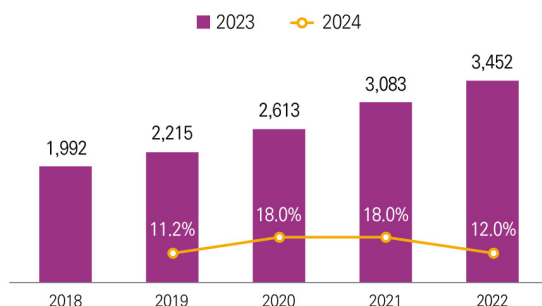
1 디지털 콘텐츠 시장의 성장

- 2022년 글로벌 디지털 콘텐츠 시장 규모는 3조 4,520억 달러로 크게 증가하였으며, 특히 플랫폼 시장의 성장으로 수많은 기업이 디지털 콘텐츠 시장에 새롭게 진입하거나 서비스를 종료하는 사례가 빈번하게 발생

- 글로벌 디지털 콘텐츠 시장 규모 및 성장률¹⁾

- ▶ 2023년 국외 디지털콘텐츠 시장조사에 따르면 2022년 디지털 콘텐츠 시장 규모는 3조 4,520억 달러로 나타났으며, 성장률은 전년 대비 12.0% 증가하였으며, 지속적인 성장세를 보임
- ▶ 2020년도 초부터 ‘플랫폼 경제’의 대세론을 강조하였고 이제 디지털은 기존 전통 경제의 패러다임을 플랫폼 기반으로 전환하며 진화하고 있는 상황²⁾

[그림 1] 글로벌 디지털 콘텐츠 시장 규모



[그림 2] 디지털 플랫폼 지수(Index)³⁾



- 최근 발생한 ‘Stop Killing Games’ 캠페인은 급성장하는 디지털 콘텐츠 산업에서 발생하는 문제 중 개발사의 일방적인 서비스 종료로 인해 소비자와 갈등을 겪는 문제를 잘 보여주고 있음
- ▶ 이 캠페인은 Ubisoft의 The Crew 서버 종료 사건*에서 촉발되었으며, 디지털 콘텐츠가 플랫폼 종속성으로 인해 서비스 종료 시 콘텐츠를 구매했음에도 불구하고 접근 권한을 완전히 잃게 되고, 디지털 콘텐츠 내 재화의 가치를 지닌 디지털 자산이 완전히 소멸되는 문제가 생김
- * 2024.4.1. 서비스를 종료하면서 플레이어의 모든 데이터 및 온·오프라인을 차단했으며, 게임 플랫폼 스팀에서도 삭제
- ▶ 다음의 사례에서 제기되는 문제는 대부분의 디지털 콘텐츠는 사용권으로 제공되며, 서비스 종료 시 소비자의 기대와 권리가 충돌하는 현상이 발생
- 디지털 콘텐츠 시장의 소비자들은 데이터의 보존과 문화적 자산으로서의 콘텐츠 보존을 강조하고 있음
- ▶ 현재는 서비스 종료 시 디지털 콘텐츠를 오프라인으로 전환하여 영구적으로 사용하거나 다른 플랫폼으로

1) 소프트웨어정책연구소(2024), “2023 국외 디지털콘텐츠 시장조사” 재정리.

2) 소프트웨어정책연구소(2021), “글로벌 플랫폼경제의 부상: 혁신론과 독점론을 넘어서” 발췌.

3) 8w8, “Platforms: The digital supreme discipline on the stock exchange”. (8w8.com/platforms-the-digital-supreme-discipline-on-the-stock-exchange)

이관할 수 있는 대안이 부족

- ▶ 또한, 디지털 콘텐츠는 단순한 상품이 아닌 문화적 유산으로 이를 보존하기 위한 환경이 부족한 상황

2 디지털 콘텐츠 소유권의 변화

- 초기 디지털 콘텐츠의 유통 방식은 물리적 저장공간(CD 등) 또는 온라인 다운로드 형식으로 제공되어 콘텐츠 ‘소유’의 인식이 강했으나 무단 복제 이슈로 콘텐츠 창작자의 권리를 보호하고자 DRM(Digital Rights Management)⁴⁾ 기술이 도입되면서 ‘사용’의 개념으로 진화

- 1990년대 후반부터 인터넷이 빠르게 보급되면서 디지털 콘텐츠의 복제와 공유가 빈번하게 발생
 - ▶ 특히 파일 공유 플랫폼이 등장하면서 음악, 영화 등 디지털 콘텐츠의 불법 다운로드가 급증
 - ▶ 이로 인해 디지털 콘텐츠의 가치 및 산업 경쟁력 하락
- 디지털 콘텐츠의 권리의 중요성이 대두되면서 접근, 사용, 배포를 통제하는 수단으로 시스템이 개발되었으며, 디지털 콘텐츠 유료화 시대가 본격적으로 등장
 - ▶ 음악 스트리밍 서비스, 영화 스트리밍 서비스의 등장으로 합법적 콘텐츠 유통이 시작되었으나 여전히 불법 유통이 빈번하게 발생하였고, 이를 위해 DRM(Digital Rights Management) 기술이 널리 채택되고 있음

- DRM 기술의 등장으로 창작자의 권리는 강화 되었으나, 반대로 소비자 보호에 대한 문제가 등장하면서 논쟁거리가 되고 있음

- 최근 콘텐츠분쟁조정포럼에서 논의된 바에 따르면, 스트리밍 서비스와 디지털 플랫폼의 확산으로 콘텐츠 이용 방식이 변화하면서 ‘콘텐츠 및 서비스 하자, 제공 중단에 의한 피해’ 등 새로운 유형의 분쟁이 발생하고 있음⁵⁾
 - ▶ 콘텐츠를 판매·배포하는 기업의 도산, M&A, 수익 부진 등 사유로 인해 서비스를 중단하는 사례가 지속적으로 발생
 - ▶ 콘텐츠분쟁조정위원회에서는 이용자보호지침의 준수에 관한 2019년 실태조사 결과 ‘허위·과장 광고에 의한 피해’ 34%, ‘콘텐츠 및 서비스 하자, 제공 중단에 의한 피해’ 31.4%로 가장 높게 나타남
 - ▶ 디지털 콘텐츠 소유권은 기술의 발전과 함께 사용권 중심으로 변화하여 콘텐츠 제공자와 소비자 간 균형을 맞추기 위해 지속적으로 논의가 필요한 시점

참고

디지털 콘텐츠 사용 관련 용어 정의⁶⁾

- (저작권) 인간의 사상 또는 감정을 표현한 창작물이며, 저작자에게 부여된 독점적 권리로 저작재산권의 항목을 행사할 수 있음
- (저작재산권) 복제권, 공연권, 공중송신권, 전시권, 배포권, 대여권, 2차적저작물작성권 권리
- (소유권) 저작물을 소유하는 것으로 배타적으로 사용·수익·처분할 권리
- (사용권) 저작·소유권의 일정 부분을 사용할 권리

4) 콘텐츠 소유자가 불법 복제를 방지하고 사용을 통제하기 위해 사용하는 기술, 예를 들어 전자책 파일이 특정 장치에서만 열리도록 제한하거나, 영화 파일이 특정 기한 이후에 만료되도록 설정할 수 있음

5) 한국콘텐츠진흥원, (2021) “콘텐츠분쟁조정사례집”

6) 저작권법[법률 제20358호, 2024. 2. 27., 일부개정] 참고하여 재정리.

02 디지털 콘텐츠 소멸 분쟁의 주요 쟁점

1 게임 콘텐츠 주요 사례

● 디지털 콘텐츠의 다운로드는 물리적 저장장치 대비 편리성이 좋지만, 플랫폼 소유자가 디지털 스토어, 콘텐츠, 계정 시스템을 무한히 유지한다는 신뢰에 기대할 수 밖에 없음

- 2023년 ~ 2024년 닌텐도의 'Wii U'와 '3DS' eShop 폐쇄는 회사가 디지털 콘텐츠 생사를 결정할 수 있는 권력을 가지고 있음을 상기시켰으며, 디지털 콘텐츠 구매가 장기적으로 대여에 가까울 수 있음을 시사
 - ▶ 2021년에 발매된 '3DS'와 2012년에 발매된 'wii U'는 판매 부진으로 2017년 생산이 종료되었고 수익성 부족으로 2024.4.9. 온라인 서비스가 종료
 - ▶ 그간 e숍을 통해 이용한 게임들을 일체 사용할 수 없게 되었으나, 물리적 저장장치(SD카드)를 이용한 게임 플레이는 지속적으로 가능

[그림 3] 닌텐도 'Wii U', 닌텐도 '3DS'



- ▶ 또한, 최근(2024.11.26.) 닌텐도에 의하면 '닌텐도 스위치' e숍 중국서비스 종료를 공지하였으며, 2026년 5월부터 닌텐도 e숍에서 게임 및 소프트웨어 판매를 중단할 계획⁷⁾

[그림 4] 닌텐도 스위치 e숍 중국서비스 종료 공지



● 라이브 서비스⁸⁾ 게임은 지속해서 콘텐츠를 업데이트하고 시스템을 개선해 나가면서 운영하는 장르로 초기 유저 모집이 패키지 게임 대비 상대적으로 용이하여 오랫동안 게임사가 채택해 온 방식이며, 수익성 등

7) 닌텐도 홈페이지(www.nintendoswitch.com.cn/topics/57ea6913-1a17-4afa-b325-a1a1a8596e15)

8) 매달 이용료를 지불하거나 부분유료화(플레이는 무료, 게임 내 재화 유료 구매)를 통해 지속적으로 게임을 업데이트하는 온라인 게임의 형태

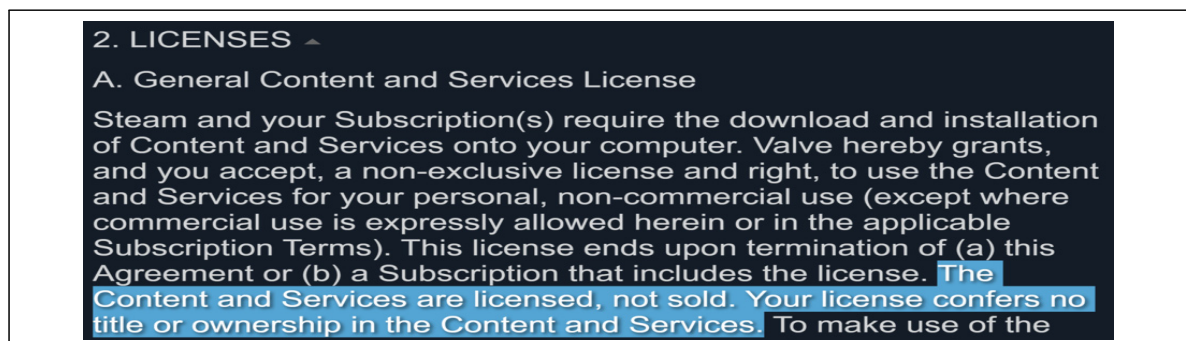
이유로 라이브 서비스 게임의 지원을 종료하면 싱글플레이·오프라인 모드로 게임이 불가능하고 접근 자체가 불가능

- 프랑스에 본사를 둔 게임 제작 및 유통회사 유비소프트의 레이싱 게임 ‘더 크루’는 온라인 서비스 종료뿐만 아니라 싱글플레이 서비스까지 종료하여 계정에서 게임을 삭제시키는 사건이 일어남⁹⁾
 - ▶ 2023년 12월 서비스 종료가 결정되었고 싱글플레이 전환을 고려하지 않아 2024년 3월까지만 플레이할 수 있었으며, 게임 실행 자체가 불가능하도록 실행 및 파일 접근을 제한시킴
 - ▶ 따라서, 온라인 플레이뿐만 아니라 싱글플레이도 불가능하도록 게임 자체를 삭제하여 게임내 유료재화 아이템들은 서버 종료로 가치를 상실
 - ▶ 현재 해외 게임 인플루언서 로스 스콧이 ‘Stop Killing Games’ 웹사이트를 만들어 지원이 종료되는 게임플레이 이용자 권익 보호 운동을 시행 중
- 국내 대기업의 경우 서비스 종료 이후에도 개발사가 오프라인 버전으로 전환을 통해 사후 지원을 하는 사례도 일부 존재하며, 개발사의 의지에 따라 제한적인 플레이 가능
 - ▶ (넥슨, 야생의 땅 듀랑고) 서비스 종료 시점부터 오프라인 접속이 가능하고 제한적으로 게임을 진행할 수 있으며, 엔딩 영상까지 제작¹⁰⁾
 - ▶ (네오위즈, 브라운더스트) 게임 라이브 서비스 종료가 발표되면서 유료 상품에 대한 판매가 중단되고 오프라인 모드 전환 예정¹¹⁾

● 게임 플랫폼 “스팀”은 약관 변경을 통해 구매한 게임콘텐츠는 소유권이 아닌, 라이선스 제공임을 명시

- 최근(2024.9.27.) 스팀 게임 구매 화면에 “콘텐츠와 서비스는 판매되는 것이 아니라 라이선스가 부여되는 것”이라는 안내 문구가 추가됨
 - ▶ 라이선스는 “콘텐츠와 서비스를 개인적이고 비상업적 용도로 사용할 수 있는 비독점 권리에 해당한다”라는 문구 명시
 - ▶ 플랫폼은 게임의 접근 권한을 이용자에게 판매한 것일 뿐 이용자와 게임사의 분쟁에서 책임이 없다는 견해로 해석 가능

[그림 5] 스팀, 약관 변경 내용



9) Stop Killing Games(www.stopkillinggames.com).

10) 톱데일리, “‘섭종’ 아닌 ‘엔딩’ 택한 넥슨 듀랑고” (<https://www.topdaily.kr/articles/89408>)

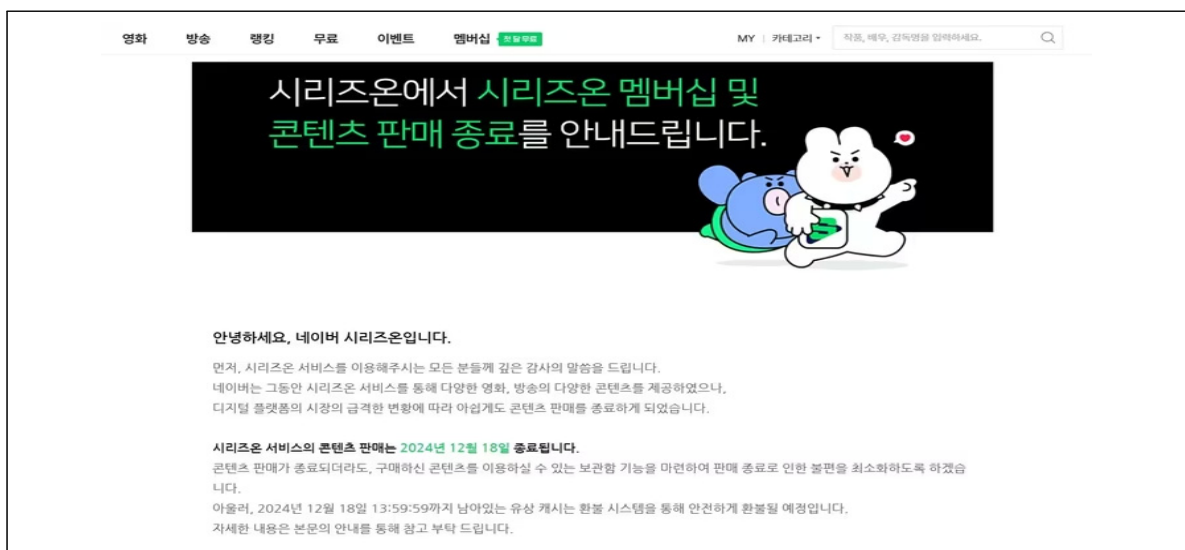
11) 디지털투데이, “네오위즈 ‘브라운더스트’, 12월 업데이트 종료 오프라인 모드로 전환” (<https://www.digitaltoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=529332>)

2 영상 콘텐츠 주요 사례

● 초기 디지털 영상 콘텐츠는 VOD를 구매하여 소장하는 방식으로 시작했으나, 구독형 OTT 플랫폼의 등장으로 대부분 서비스를 종료

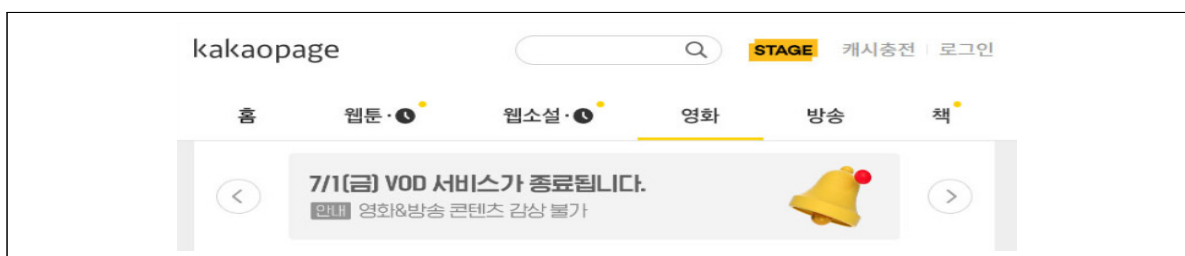
- 영화와 방송콘텐츠를 제공해 오던 ‘네이버 시리즈온’ 서비스를 종료(2024.12.18.)¹²⁾
 - ▶ VOD(주문형비디오)를 단건으로 구매해서 소비하는 서비스를 제공했으며, 콘텐츠 판매가 종료되었지만, 구매한 콘텐츠를 이용할 수 있도록 보관함 기능을 마련
 - ▶ 네이버는 급변하는 영상 콘텐츠 트렌드에 대응하기 위한 결정으로 피드형 숏폼 서비스인 ‘클립’과 실시간 스트리밍 서비스 ‘치지직’등 신규 서비스의 성장에 집중하기 위한 조치라고 설명

[그림 6] 네이버 시리즈온 서비스 종료 공지



- 카카오페이지 영화·방송 콘텐츠 VOD 서비스를 종료(2022.7.1.)¹³⁾
 - ▶ 콘텐츠 구매 이용자는 서비스 종료와 시청이 불가능하며, 미사용 소장권 및 대여권, 1년 이내로 소장권을 사용한 이용자를 대상으로 환불 조치
 - ▶ 2018년 서비스를 시작한 지 4년 만에 종료하였으며, 모바일 콘텐츠의 소비 트렌드나 상황을 고려하여 종료 배경을 설명

[그림 7] 카카오 페이지 서비스 종료 공지



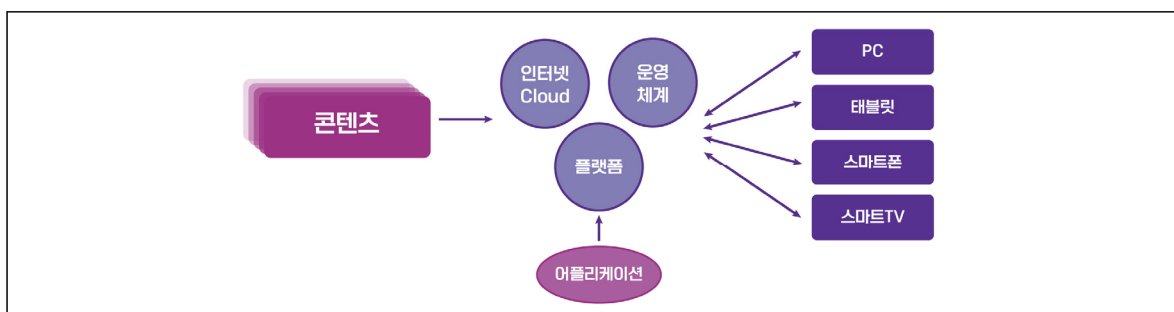
12) 연합뉴스데이, “숏폼-스트리밍이 대세.. 네이버, 시리즈온 콘텐츠 판매 연내 종료”(https://www.news1.kr/it-science/internet-platform/5556356)

13) 뉴스1, “카카오페이지, 영화·방송 VOD 서비스 오는 7월 종료” (https://www.news1.kr/it-science/general-it/4698656)

● 현재는 네트워크 기술의 발전을 통해 ‘단품 구매’ 형태 콘텐츠 소비 방식이 구독형 서비스로 전환하여 소유권 문제에서 자유로워짐

- 네트워크 기술의 발달로 TV뿐만 아니라 스마트폰, 노트북, 태블릿, 스마트클래스 등 시공간의 제약을 받지 않고 콘텐츠를 즐길 수 있는 N스크린 기술이 등장하면서 여러 기기에서 영상을 끊임없이 즐길 수 있게 됨
 - ▶ 이러한 기술 환경 때문에 콘텐츠를 구입하여 각각의 전자제품에 복사하는 번거로움보다는 OTT플랫폼 구독을 통해 다중 기기에서 재생이 가능한 효율적 콘텐츠 소비가 가능해짐
 - ▶ 영상 콘텐츠는 플랫폼 기술의 발전으로 소유에서 이용의 개념으로 자연스럽게 진화하게 됨

[그림 8] N스크린 서비스 개념¹⁴⁾



3 전자책 콘텐츠 주요 사례

● 전자책은 스마트폰, 컴퓨터 등의 IT기기에서 애플리케이션을 활용하여 책을 읽는 디지털 콘텐츠이며, 저장 용량, 휴대성 등의 이점으로 많은 소비자들에게 선호하는 방식으로 자리를 잡음

- 초기 전자책 시장은 PDA, 전용 전자책 단말기를 활용하여 이용이 제한적이었으나, 스마트폰의 등장으로 전자책 진입장벽이 낮아지면서 소비자 증가
 - ▶ 휴대성과 이어보기 기능, 편리한 구매 등 전자책의 이점이 뚜렷하게 나타나 많은 소비자가 채택하였고, 창작자에게는 다양한 판매 방식이 개발되어 수익을 극대화할 수 있는 판로가 개척됨
 - ▶ 2012년부터 전자책에도 도서정가제가 시행되었고 2016년 국립중앙도서관이 전자책 납본을 개시

● 단점으로 전자책 기업들이 서비스를 종료하거나 플랫폼이 도산하면 소비자들이 소장한 콘텐츠를 더 이상 열람할 수 없으며, 각 플랫폼별 DRM이 호환되지 않아 이관도 어려운 실정

- 서비스 중단 시 전자책 소멸 문제는 DRM이 가장 큰 장애 요소
 - ▶ DRM이 해제된 콘텐츠 다운로드를 복제·저작권 문제로 인해 불가능하며, 서비스가 종료된 시점에서 서버 비용적 측면에서 유지하는 어려운 실정
 - ▶ 전자책 서점간 호환되지 않는 DRM으로 인해 타사로 이관이 어렵고 표준 DRM 적용에 대한 논의는 있으나 아직 실행되지 못함
 - ▶ 과거 전자책 사업을 종료한 플랫폼들은 타사로 회원을 이관*

* 반디앤루니스 → 알라딘, 오레북 → 바로북, 인터파크 → 북큐브 등 서비스 종료 후 이관

14) 한국콘텐츠진흥원(2011), “N스크린 서비스의 확산과 콘텐츠 비즈니스의 미래 전망”.

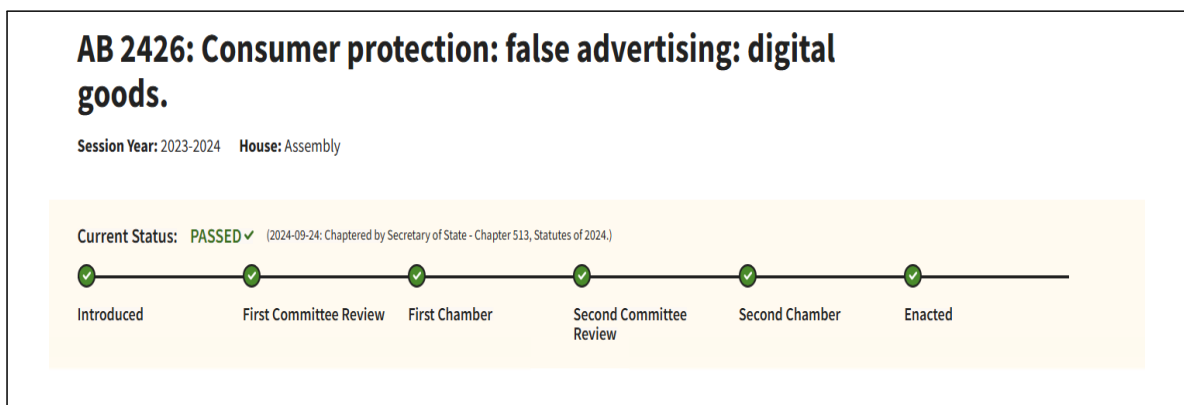
03 정책 동향

1 해외 동향

● 최근 콘텐츠 제공자는 소비자에게 명확한 정보전달을 통해 콘텐츠 ‘구매’에 대한 정의가 소유 또는 사용인지 범위를 소비자가 오해하지 않도록 고지하는 법안이 마련

- 미국 캘리포니아주는 디지털 콘텐츠 판매자가 구매자에게 ‘구매’ 표현을 금지하도록 새로운 소비자 보호법인 ‘AB-2426’ 법안 제정¹⁵⁾
 - ▶ 디지털 콘텐츠 판매업자가 소비자에게 ‘구매’라는 표현이 콘텐츠에 대한 무제한 소유권을 주는 것처럼 오해를 불러일으키고 있으며, 소유 또는 이용의 개념을 명확하게 고지하는 법안을 제정
 - ▶ 디지털 게임, 영화, 음악, 전자책 등 디지털 콘텐츠 판매자가 구매자에게 해당 콘텐츠를 이용할 수 있는 권한을 획득하는 것이라고 명확하게 표현해야 함
 - ▶ 라이선스가 취소되는 경우 사라지는 항목에 대해 구매전 소비자에게 미리 알려야 하며, 이를 위반하면 향후 허위 광고로 처벌할 수 있음
 - ▶ 소비자 또한 디지털 콘텐츠의 소유권에 대한 정보를 충분히 인지하고 플랫폼 선택에 신중하도록 인식 확산이 필요

[그림 9] 캘리포니아주 AB-2426 법안 제정 현황



- 영국 정부는 ‘Stop Killing Games’ 캠페인이 제기한 청원에 서버 종료는 불법이 아니며, 기업의 상업적 결정으로 인정될 수 있다고 답변을 통해 문제가 없다는 입장¹⁶⁾
 - ▶ 소비자에게 전달하는 정보가 명확하고 “구매” 또는 “사용”에 관해 누락 하거나 숨기는 것을 금지한다는 의견
 - ▶ 만약 잘못된 정보전달로 인해 소비자가 무기한으로 이용할 수 있다고 믿게 되는 경우 소비자는 이를 요구할 권리가 있음

15) California Legislative Information, “AB-2426 Consumer Protection: false advertising: digital goods.” 요약

16) petitions-UK Government and Parliament, “Require video game publishers to keep games they have sold in a working state” 요약

● 디지털 콘텐츠 소유권 문제와 직접적인 연관은 부족하지만, 디지털 플랫폼의 소비자 정보 제공 의무를 강화하고 소비자 권리 보호와 생태계의 신뢰를 유지하는 방안 마련 중

- EU: 디지털 콘텐츠 지침 (Digital Content Directive, 2019)¹⁷⁾
 - ▶ 디지털 콘텐츠 및 디지털 서비스의 계약과 관련된 소비자 보호를 강화하기 위해 제정된 법적 프레임워크이며, 이 지침은 디지털 시대의 소비자 권리를 확립하고, 기업의 의무를 명확히 하여 공정한 거래와 소비자 권리 보호를 목표
 - ▶ 주요 내용 중 사업자는 제공된 디지털 콘텐츠가 적합성 요건(fit for purpose)을 충족해야 하며, 콘텐츠가 작동하지 않거나 계약에 위배되면 소비자는 수리, 교체, 환불을 요구할 수 있음
 - ▶ 서비스 종료 시 소비자는 데이터를 백업하거나 다른 플랫폼으로 이전할 수 있는 권리를 가짐
- 일본: 거래 디지털 플랫폼 이용 소비자의 이익보호에 관한 법률¹⁸⁾
 - ▶ 디지털 플랫폼을 통한 거래에서 소비자의 권익을 보호하기 위한 법률이며, 이 법률은 디지털 플랫폼에서의 거래에서 소비자의 권리와 이익을 보호하고, 공정한 거래 환경을 조성하는 것을 목표
 - ▶ 기존에는 제3자의 위치에 있었던 거래 디지털 플랫폼 제공자(이하 '플랫폼 제공자')의 법적 역할을 명확히 하기 위하여 제정되었으며, 법문에 '거래 디지털 플랫폼을 이용하는 소비자의 이익을 보호함을 목적으로 한다'고 명시
 - ▶ 플랫폼 제공자는 상품이나 서비스의 판매 또는 제공 조건의 표시에 대해 소비자로부터 불만 신고를 받은 경우 그에 대한 조사 및 필요한 조치의 강구의 내용이 포함되어 있음
- 캐나다: Digital Charter Implementation Act¹⁹⁾
 - ▶ 디지털 콘텐츠 제공자에게 소비자 권리 고지를 강화하도록 규정
 - ▶ 개인 정보는 안전하게 다른 조직으로 이전할 수 있는 권리가 보장
- 호주: 디지털 플랫폼 규제 (Digital Platforms Inquiry, 2019)²⁰⁾
 - ▶ 규제의 배경은 구글, 페이스북 등 대형 디지털 플랫폼의 독점적 지위로 인해 발생하는 문제를 해결하기 위해 시작되었으며, 디지털 플랫폼의 소비자 정보 제공 의무 강화 및 불공정 약관 규제
 - ▶ 사업자는 소비자가 디지털 콘텐츠 사용 조건을 충분히 이해하도록 명확히 설명해야 함

17) 한국소비자원(2020), “EU 디지털 지침의 주요 내용과 시사점”

18) 법률신문(2022), “전자상거래 관련 일본의 소비자 보호 법령의 소개”(https://www.lawtimes.co.kr/opinion/178438?utm_source=chatgpt.com)

19) ISED Canada, “Canada’s Digital Charter”(https://ised-isde.canada.ca)

20) 한국저작권위원회(2020), “[호주] 정부, ACCC의 디지털 플랫폼 조사 결과 보고서에 대응하기 위한 ‘실행 로드맵’을 발표하다”

2 국내 동향

- 한국의 전자상거래법과 소비자기본법은 디지털 콘텐츠의 소유권과 관련하여 소비자 권리를 보호하는 데 중요한 역할을 하며, 디지털 콘텐츠가 일반 재화와는 다른 특성을 가지고 있음
 - 전자상거래법은 디지털 콘텐츠를 구매한 소비자가 정당한 권리를 행사하고, 제공자로부터 보호받을 수 있도록 규정²¹⁾
 - ▶ (청약철회 제한, 제17조) 소비자가 디지털 콘텐츠를 구매했을 경우, 사용을 시작한 이후에는 청약 철회가 제한됨. 하지만 콘텐츠 사용이 불가능하거나 제공자의 책임으로 사용에 문제가 발생하면 소비자는 청약 철회를 요구할 수 있음
 - ▶ (계약의 공정성, 제19조) 사업자는 약관에 소비자 권리와 사용 조건을 명확히 고지해야 하며, 불공정 약관은 무효화될 수 있음
 - ▶ (사업자의 의무, 제18조) 사업자는 서비스 종료시 소비자에게 충분한 정보를 제공해야 하며, 데이터 백업 및 환불에 대한 방안을 마련해야 함
 - 소비자기본법은 소비자의 기본적 권리 보장과 함께 소비자 피해를 예방하고 구체화하는 것을 목적으로 하며, 디지털 콘텐츠 소비에서도 소비자의 안전, 정보 제공, 선택권, 피해 구제를 포함²²⁾
 - ▶ (계약 불이행에 따른 소비자 보호) 디지털 콘텐츠 제공자가 계약된 서비스를 제공하지 못할 경우, 소비자는 수리, 교환, 환불을 요구할 권리를 가짐
 - ▶ (소비자의 선택권 보장) 디지털 콘텐츠는 물리적 재화가 아니므로, 소비자는 콘텐츠 사용 조건을 명확히 이해할 권리가 있음
 - ▶ (피해 구제 절차) 소비자가 서비스 종료나 콘텐츠 손실로 인해 피해를 입었을 경우, 사업자는 이를 구제해야 함(피해 구제를 위한 소비자 분쟁조정위원회가 운영)
 - ‘게임산업진흥에 관한 법률(게임법)’ 개정안은 온라인 게임이 서비스를 종료하면 30일 동안 환불이 가능하도록 개정하였으나²³⁾, 디지털 계정의 이용자 사망, 실종 등 휴면계정으로 전환 될 경우 이용약관에 따라 승계인을 지정해 이를 넘겨줄 수 있도록 하는 ‘디지털 유산법’(정보통신망법 일부개정안)²⁴⁾ 법안이 국회 계류 중
 - ▶ 게임산업진흥에 관한 법률은 공정한 거래질서 확산 및 소비자피해 예방을 위해 「온라인게임 표준약관」을 개정하였으며, 게임서비스 종료 후 30일 이상 유료 아이템에 대한 환불 전담 창구 등 고객 대응 수단 운영을 추진하고 게임이용자가 별도 소송제기 없이 게임사로부터 직접 보상받을 수 있는 동의의결제 도입
 - ▶ 디지털 유산법은 사망자의 디지털 자산의 관리와 상속에 대한 법적 규정을 마련하기 위한 법률이며, 다양한 형태의 디지털유산의 법적 처리에 대한 사회적 인식이 증대하고 있으며 이에 대한 논의가 필요한 실정

21) 고형석(2010), “디지털콘텐츠거래에 있어서 소비자의 청약철회권에 관한 연구”, 서강법학, 제12권 제1호

22) 소비자기본법[법률 제20301호, 2024. 2. 13., 일부개정] 참고하여 재정리.

23) 공정거래위원회(2024), “게임 표준약관 개정 등 민생토론회 후속 조치 실시”

24) 한국법제연구원(2011), “디지털유산 법제에 대한 입법평가”.

04 디지털 콘텐츠 소멸에 따른 대응 방안

1 소비자 권리 보호 정책 마련

● 전자상거래법과 소비자 보호법은 디지털 콘텐츠 구매 및 사용에서 소비자의 권리를 보호하는 기틀을 마련하고 있으나, 소유권과 사용권의 경계가 명확하지 않은 점, 서비스 종료 시 소비자 권리 보호 장치가 부족하다는 한계가 존재

- 디지털 콘텐츠는 구매 시 소유권이 아닌 사용권만 제공되는 경우가 많음
 - ▶ 소비자는 콘텐츠를 ‘구매’했다고 생각하지만, 실제로는 ‘임시 사용권’을 부여받음
 - ▶ 약관에서 사용 기한, 플랫폼 종속성 등을 명확히 고지하여도, 소비자가 이를 확인하는 경우는 드뭄
- 플랫폼 종속적 콘텐츠는 서비스 종료 시 콘텐츠 접근이 차단되는 문제가 있음
 - ▶ DRM 등 기술적 보호 장치로 인해 오프라인 사용도 불가능한 실정
 - ▶ 전자상거래법에는 종료 시 환불이나 대체 서비스 제공에 대한 구체적 규정이 미비하며, 최근 디지털 콘텐츠와 관련된 소비자 권리와 사용권을 구체화하기 위해 디지털 콘텐츠 계약법 제정 논의 중
- 소비자 보호를 위한 정책적 노력으로 분쟁조정기구의 강화와 표준약관 제정 등의 도입 논의가 필요
 - ▶ 2022년 기준 콘텐츠 분쟁조정위원회 접수된 분쟁상담 건수는 5,527건이며, 게임 분쟁은 5,014건(91%)으로 높은 비중을 차지하여²⁵⁾ 게임산업 분쟁조정에 대해 심도있는 논의가 필요
 - ▶ 공정거래위원회를 통해 디지털 콘텐츠 사용 조건과 서비스 종료 절차를 표준화하는 방안에 대해 검토가 필요

● 기업의 사정으로 의해 서비스 종료가 불가피한 경우 소비자 보호를 위한 제도적 장치 마련 필요

- 환불 또는 오프라인에서 이용 가능하도록 콘텐츠를 보존하거나 데이터 타사 이관 등 옵션을 통해 소비자 보호 장치 마련이 필요
 - ▶ 주요 소비자 보호를 위해 언급되는 내용으로 ‘데이터 이관 또는 백업 지원’, ‘환불 및 보상 정책’, ‘오프라인 또는 독립적 접근 제공’, ‘보험 또는 보증 시스템 도입’ 등으로 분류됨
 - ▶ 콘텐츠 제공자는 소비자에게 명확한 정보전달을 통해 콘텐츠 ‘구매’에 대한 정의가 소유 또는 사용인지 범위를 소비자가 오해하지 않도록 고지가 필요
 - ▶ 디지털 콘텐츠는 기존의 소유권 개념에서 새로운 패러다임을 요구하는 만큼 소비자를 보호하는 방안에 대해 산학연 전문가의 논의를 통해 관련 법적 장치 마련이 필요

25) 한국콘텐츠진흥원(2023), “2023 콘텐츠분쟁조정사례집”

2 콘텐츠 원본 보존을 위한 '디지털 콘텐츠 아카이브' 추진 검토

● 디지털 콘텐츠 산업이 태어난 이후로 수많은 콘텐츠가 개발되고 사라지는 현상이 발생하여 콘텐츠 보존 인프라 '콘텐츠 아카이브' 구축 검토가 필요

- 아카이브란 디지털로 이루어진 거대한 문서 저장고이며, 실시간으로 내용물이 축적되는 동시에 사용되는 시공간 압축의 저장고
 - ▶ 통상 데이터 백업과 아카이브를 같은 의미로 사용하는 경우가 있지만, 백업은 사고 발생 시 복구를 위해 특정 시점으로 데이터를 롤백한다는 의미로 지속해서 데이터가 변화되며, 아카이빙은 원본 자체를 저장하고 관리하기 때문에 계속 원본의 속성을 유지한다는 특징이 있음
 - ▶ 우리나라는 2004년부터 국립중앙도서관이 '오아시스' 프로젝트를 운영하고 있으나, 웹사이트·웹자료 등 한정적인 수집(근거: 도서관법 제22조, 온라인 자료의 수집)으로 인해 디지털 콘텐츠 전반에 대한 보존은 부족
- 미국의 비영리단체인 '인터넷 아카이브'는 1996년부터 도서, 영화, 소프트웨어, 음악, 웹사이트 보존문서 등을 축적하면서 온라인상에서 소장, 배포, 열람을 무료로 제공²⁶⁾
 - ▶ 샌프란시스코에 자리한 이 단체는 기부금에 의해 유지되는데 컴팩, 미국립과학재단, 스미소니언박물관 등의 도움으로 웹페이지 검색로봇인 '웨이백머신'을 활용해 100억 개 이상의 웹페이지를 보관하고 있음
 - ▶ 디지털 유산을 집적하여 리서처나 학자들에게 영구히 제공하고자 하는 이곳의 자료는 텍스트, 오디오, 동영상, 소프트웨어, 웹페이지를 포괄하여 축적하고 제공
- AI시대에 접어든 만큼 소실되는 디지털 콘텐츠의 빅데이터 구축을 통해 AI 학습·트레이닝 데이터로 활용하거나, 아카이브에 저장된 데이터를 분석해 새로운 정보와 인사이트를 도출하는 도구로 활용하는 것에 검토가 필요

26) Wayback Machine(<http://wayback.archive.org>).

참고문헌

- 고희석(2010) 「디지털콘텐츠거래에 있어서 소비자의 청약철회권에 관한 연구」, 서강법학, 제12권 제1호
- 공정거래위원회(2024) 「게임 표준약관 개정 등 민생토론회 후속 조치 실시」
- 뉴스1 「카카오페이지, 영화·방송 VOD 서비스 오는 7월 종료」 (<https://www.news1.kr/it-science/general-it/4698656>)
- 디지털투데이 「네오위즈‘브라운더스트’, 12월 업데이트 종료 오프라인 모드로 전환」(<https://www.digitaltoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=529332>)
- 법률신문(2022) 「전자상거래 관련 일본의 소비자 보호 법령의 소개」(https://www.lawtimes.co.kr/opinion/178438?utm_source=chatgpt.com)
- 소프트웨어정책연구소(2021) 「글로벌 플랫폼경제의 부상: 혁신론과 독점론을 넘어서」
- 소프트웨어정책연구소(2024) 「2023 국외 디지털콘텐츠 시장조사」
- 연합투데이 「숏폼·스트리밍이 대세.. 네이버, 시리즈온 콘텐츠 판매 연내 종료」(<https://www.news1.kr/it-science/internet-platform/5556356>)
- 톱데일리 「‘섭종’ 아닌 ‘엔딩’ 택한 넥슨 듀랑고」 (<https://www.topdaily.kr/articles/89408>)
- 한국법제연구원(2011) 「디지털유산 법제에 대한 입법평가」
- 한국소비자원(2020) 「EU 디지털 지침의 주요 내용과 시사점」
- 한국저작권위원회(2020) 「[호주] 정부, ACCC의 디지털 플랫폼 조사 결과 보고서에 대응하기 위한 ‘실행 로드맵’을 발표하다」
- 한국콘텐츠진흥원(2011) 「N스크린 서비스의 확산과 콘텐츠 비즈니스의 미래 전망」
- 한국콘텐츠진흥원(2023) 「2023 콘텐츠분쟁조정사례집」
- 한국콘텐츠진흥원(2021) 「콘텐츠분쟁조정사례집」
- 8w8 「Platforms: The digital supreme discipline on the stock exchange」 (8w8.com/platforms-the-digital-supreme-discipline-on-the-stock-exchange)
- California Legislative Information 「AB-2426 Consumer Protection: false advertising: digital goods」
- ISED Canada 「Canada’s Digital Charter」 (<https://ised-isde.canada.ca>)
- petitions-UK Government and Parliament 「Require video game publishers to keep games they have sold in a working state」
- Stop Killing Games(www.stopkillinggames.com)
- Wayback Machine(<http://wayback.archive.org>)