

July 8, 2021

메타버스(Metaverse) 시대의 도래와 법적 쟁점

바야흐로 ‘메타버스’의 시대입니다. 네이버제트가 출시한 ‘제페토’는 전 세계 약 2억 명의 이용자를 보유하고 있고, 방탄소년단(BTS)이 팬 커뮤니티 플랫폼 ‘위버스’에서 개최한 가상 콘서트에는 270만 명이 넘는 이용자가 몰리기도 하였습니다. 이처럼 메타버스가 차세대 핵심 산업으로 부상하면서 자사 보유 기술, IP 등을 활용하여 메타버스 플랫폼을 구축하고자 하는 기업들도 늘어나고 있습니다.

메타버스 세계는 어떤 법률에 의하여 규율될 것인가? 최근 미국에서는 메타버스와 관련된 다양한 소송이 제기되었는데, 전미음악출판협회(NMPA)는 메타버스 게임업체 로블록스(Roblox)가 이용자들에게 판매하는 가상 음악 재생 장치에서 음악이 불법으로 사용되고 있다는 이유로 2천억 원 규모의 저작권 침해 소송을 제기하였고¹, 군용차 ‘험비(Humvee)’를 제조하는 미국 자동차 회사 AM 제네럴은 액티비전 블리자드가 제공하는 FPS 게임 ‘콜 오브 듀티(call of duty)’ 시리즈에 AM 제네럴의 사전 동의 없이 ‘험비’가 사용되었다는 점을 문제 삼으며 상표권 침해 소송을 제기하였습니다². 미국의 색소폰 연주자 Leo Pellegrino는 ‘포트 나이트’ 게임 내에서 아바타가 춤을 추도록 하는 ‘이모트’ 기능 중 ‘Phone it in’이 자신의 댄스를 구현한 것이라며, 퍼블리시티권 침해 등을 주장하는 소송을 제기하였습니다³. 이처럼 ‘메타버스’ 세계는 기존의 ‘사이버 공간(Cyber Space)’과는 달리 다양한 주체의 동시적 상호 작용을 그 특성으로 하는 만큼, 권리의 귀속 및 보호, 침해의 양상이 달라지면서, 그로 인한 법적 분쟁이 다양한 영역에서 발생할 것으로 예상됩니다.

이에 이하에서는 ‘메타버스’에서 주로 문제될 것으로 예상되는 법적인 쟁점을 간략히 안내해 드리고자 합니다.

법무법인(유한) 태평양의 뉴스레터와 관련된 문의사항이 있을 경우, 아래의 연락처로 문의주시기 바랍니다.

김지현 변호사
T 02.3404.0180
E jihyun.kim@bkl.co.kr

염호준 변호사
T 02.3404.0464
E hojun.yeom@bkl.co.kr

강태욱 변호사
T 02.3404.0485
E taeuk.kang@bkl.co.kr

박주성 변호사
T 02.3404.6953
E joosung.park@bkl.co.kr

1. 메타버스의 의미

‘메타버스(Metaverse)’는 초월을 의미하는 ‘메타(Meta)’와 세계를 의미하는 ‘유니버스(Universe)’의 합성어로 가상과 현실이 결합된 일종의 가상 세계를 의미합니다. 모바일 디바이스 및 네트워크 기술 등의 발전과 산업간의 융합을 통하여, 사람들이 언제 어디서나 가상세계에 접속하여 다른 이용자와 교류할 수 있게 되면서, 현실의 시·공간을 초월한 ‘또 하나의 생태계’가 등장하게 된 것입니다.

‘메타버스’는 기존의 ‘사이버 공간(Cyber Space)’과는 달리, 이용자가 가상 세계에서 현실과 동일하게 사회·경제·문화 활동을 할 수 있는 플랫폼이라는 점에서 차이를 가집니다. 예컨대, 이용자는 메타버스 내에서 자신의 아바타를 통해 다른 이용자와 상호 작용할 수 있을 뿐만 아니라, 스스로 창작한 콘텐츠 또는 기존의 콘텐츠를 이용, 유통하여 경제활동을 영위할 수도 있습니다. 이 지점에서 기존의 ‘사이버 공간’과는 전혀 다른 법적 이슈들이 발생할 수 있습니다.

2. 메타버스의 주요 법적 쟁점

(1) 창작물의 저작권과 그 보호

1) 메타버스 내에서 이용자들은 제공되거나 스스로 획득한 도구를 이용해 건물을 짓거나 옷을 만들고 공연을 하는 등 다양한 창작활동을 할 수 있습니다. 이에 해당 창작물의 성격, 권리의 귀속 내지는 제3자의 저작권 침해 주장에 대한 책임의 귀속에 관한 문제가 발생할 수 있습니다. 통상적으로 로블록스나 제페토와 같은 메타버스 플랫폼들은 이용자들이 만든 창작물에 대한 저작권은 이용자들이 갖되, 그러한 창작물의 ‘사용’이나 ‘서비스’에 대하여 메타버스 운영자들이 포괄적인 라이선스를 부여 받는 것으로 정하고 있습니다. 이처럼 메타버스 플랫폼을 운영하는 경우, 창작물에 대한 권리 귀속 및 제3자의 저작권 침해 주장과 관련된 불필요한 분쟁을 예방하기 위하여, 사전에 자신의 서비스 구조에 맞는 저작권 귀속 및 저작권 침해 주장 관련 사항을 미리 약관이나 이용정책 등에 명확하게 정하여 둘 필요가 있습니다.

2) 메타버스 세계에서는 인공지능(AI)을 통해 아바타가 스스로 생산활동을 하는 경우도 있는 만큼, “인공지능 창작물”의 저작권에 관한 논란도 있을 수 있습니다. 실제 제페토 내에서 활발히 활동하고 있는 인공지능 작곡가 Aimey Moon은 가상 기획사, 가상 아이돌, 인플루언서들이 원하는 음악을 작곡할 뿐만 아니라 실제 아티스트들의 K-pop 음원 제작에도 참여하고 있는 상황입니다. ‘저작물’은 ‘인간’의 사상 또는 감정을 표현한 창작물이라고 규정되어 있습니다(저작권법 제2조 제1호). 이에 인격이 없는 인공지능은 저작권의 주체가 될 수 없다고 보는 시각이 존재하는 한편, 인공지능이 이미 문화예술 영역에서 상당한 실력을 발휘하고 있고, 그 창작물이 인간의 감정과 욕구를 충족시키는 이상 인공지능을 저작자로 인정해야 한다

는 의견도 대두되고 있습니다. 결국 인공지능을 창작의 주체(저작자)로 인정하기 위해서는, 인간 창작자, 인공지능 창작자 및 이용자 모두의 이해의 균형을 새롭게 고려할 필요가 있습니다.

3) 기술의 발전으로 시각적 이미지를 가상의 세계에서 보다 생생하게 구현할 수 있게 된 메타버스 플랫폼에서는, 무용, 건축저작물 등 보다 다양한 저작물의 권리침해가 문제될 수 있어 보입니다. 실제로 최근 미국에서는 메타버스 플랫폼에서 아바타가 취하는 특징적인 짧은 동작이 저작권을 침해하는지 여부가 문제된 사례가 많습니다. 또한, 메타버스 세계가 확장되면서 현실 세계에서 저작권이 문제되지 않았던 영역들이 새롭게 조명될 수도 있을 것으로 예상됩니다. 예컨대, 응용미술저작물은 ‘물품에 동일한 형상으로 복제될 수 있는 미술저작물로서 그 이용된 물품과 구분되어 독자성을 인정할 수 있는 것’을 말하는데(저작권법 제2조 제15호), 현실 세계의 패션, 공예품, 가구 등을 메타버스에 그대로 재현한다면 응용미술저작권 침해에 해당할 여지가 있습니다. 반대로 메타버스에서 창작된 패션, 공예품, 가구 등을 현실세계에 구현하거나, 혹은 다시 메타버스 세계에서 복제하는 경우도 있을 수 있습니다. 메타버스에서 만들어진 패션, 공예품, 가구 등은 ‘실용품’에 응용되었다고 보기 어려워 ‘응용미술’로 인정될 수는 없겠지만, 별도의 ‘창작성’을 갖추었다면 미술저작물의 일종으로 취급될 여지가 있습니다. 그 결과 현실 세계에서는 ‘실용품’에의 응용가능성 또는 ‘분리가능성’이 없어 응용미술저작물에 해당하지 않았던 창작물이 메타버스로 이전되거나 메타버스에서 창작됨으로써 미술저작물로 보호되는 새로운 사례도 등장할 것으로 예상됩니다⁴.

4) NFT(Non-Fungible Token)와 관련한 이슈도 발생할 수 있습니다. 블록체인 기술에 기반한 NFT는 대체 불가능한 특성으로 인해 디지털 창작물에 대한 소유권 증명을 용이하게 한다는 점에서, 메타버스 세계와 결합할 유인이 높습니다. NFT를 이용해 메타버스 안에서 이용자들 간에 ‘자산’을 거래할 수 있게 하여 하나의 독립된 경제 생태계를 만들 수 있으며, NFT를 이용한 자산 거래에 따른 디지털 화폐의 ‘현금화’를 가능하게 함으로써, 메타버스 세계가 현실 세계와 연결될 수 있는 것입니다. 다만, 이 경우 창작자가 아닌 다른 사람이 임의로 창작물을 NFT로 선등록해 그 소유권을 주장하거나, 패러디물 등 2차적 저작물의 NFT 소유권이 원 저작물의 권리를 침해하는 일이 발생할 여지가 있어 보입니다. 또한 NFT를 통하여 작품의 소유권을 취득한 후 원본을 소각하는 경우도 있었습니다. 이에 대해 창작자나 NFT 거래 참여자가 법적인 보호를 받을 수 있는 장치는 아직까지 미비합니다⁵.

5) 메타버스 내에서 일어나는 저작물의 이용 ‘태양’을 명확히 설정하는 것 및 메타버스 내 저작권 관련 분쟁 발생 시 그 ‘준거법’을 결정하는 것도 문제가 될 여지가 있어 보입니다. 예컨대, 힙합 가수 트래비스 스카트는 2020. 4. 메타버스 게임 ‘포트나이트’에서 아바타로 변신해 신곡 발표 쇼케이스를 진행한 바 있는데, 이와 같은 메타버스 내의 가상 콘서트 개최 행위는 저작권법상 ‘공연’인지 ‘전송’인지 여부가 아직 불분명합니다. 또한 국경을 초월한 메타버스 세계 내에서 특정 아바타가 위 트래비스 스카트의 신곡에 대한 표절

행위를 하는 등 저작권 침해 행위를 자행할 경우, 어느 국가의 법률을 적용해야 하는지 등 준거법 결정과 관련하여서도, 다양한 논의가 이어지고 있지만 아직 결론에 도달하지 못한 것으로 보입니다.

(2) 메타버스 내 ‘짜퉁’ 상품의 상표권 침해

최근 구찌(Gucci)가 제페토를 통해 버추얼 컬렉션을 판매하는 등 각종 패션 브랜드가 메타버스로 진출하여 기존의 사업 모델을 디지털로 확장하는 모습을 보이고 있습니다. 패션 브랜드의 로고나 디자인 등 기존 IP를 활용한 디지털 패션 상품이 아바타를 중심으로 한 메타버스에 유통되면서, 메타버스 내에서 소위 ‘짜퉁’ 상품에 대한 상표권 침해 가능성도 중요한 이슈로 떠오르게 되었습니다.

상표 등록을 위해서는 상표와 함께 보호받으려는 상품을 지정해야 하며, 상표권자는 동일 또는 유사한 지정 상품에 대해서만 보호를 받을 수 있습니다. 특히 상표권자가 아닌 사람이 메타버스 내의 특정 상품에 대하여 타인의 상표를 사용하는 경우, 메타버스 내의 의류를 상표법상 ‘상품’으로 볼 수 있을지, 볼 수 있다면 ‘동일·유사한’ 상품에 상표를 사용한 것으로 볼 수 있을지 여부가 쟁점이 될 것입니다.

상표법상의 ‘상품’이란 그 자체가 교환 가치를 가지고 독립된 상거래의 목적물이 되는 물품을 의미하므로 (대법원 1999. 6. 25. 선고 98후58 판결 등), 메타버스 공간의 의류도 일응 상표법상 상품에 속하는 것으로 해석될 수 있어 보입니다. 다만, 메타버스 내의 의류가 일반적인 의류와 동일·유사한 지정 상품(제25류)에 해당하는지 여부가 문제가 될 수 있어 보입니다. 메타버스 내의 의류는 ‘화상 이미지’에 가까운 것으로 해석될 수 있으므로, ‘내려받기 가능한 이미지 파일(제9류)’에 해당하여 현실 세계의 의류와 ‘동일·유사한’ 상품에 상표를 사용한 것이 아니라고 판단 받을 가능성이 높기 때문에 기존 상표권자의 상표권을 침해하지 않는다고 판단 받을 가능성이 존재합니다.

(3) 퍼블리시티권 침해 및 성과물 도용 등 부정경쟁행위

부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률(이하 ‘부정경쟁방지법’)은 상품주체 혼동, 저명상표 희석, 성과물 도용 등 기존의 정형화된 저작권이나 상표권의 보호 경계에 있는 이슈들을 규율하고 있습니다. 이에 메타버스 세계에서 타인을 사칭하거나 타인의 권리를 도용하는 다양한 형태의 경제 활동에 대하여는, 부정경쟁방지법이 폭넓게 적용될 수 있을 것으로 보입니다⁶. 예컨대, 메타버스 내에서 유명인사의 외형 등을 자신의 아바타로 무단 사용해서 영리 행위를 할 경우, 퍼블리시티권 침해 또는 성과물 도용 행위에 해당할 여지가 있습니다. 또한 현존하는 건축물을 재현하는 경우 저작권법 제35조 제2항 각호의 예외사유에 해당하지 않아 저작권 침해를 구성하지 않는다고 하더라도, 성과물 도용의 부정경쟁행위에 해당할 수도 있어 보입니다. 앞서 말

쓰드린 바와 같이, '짜퉁 상품' 판매 행위 등의 경우 지정 상품이 동일, 유사하지 않음을 이유로 상표권 침해를 구성하지 않는다고 하더라도, 상품주체 혼동 또는 저명상표 희석의 부정경쟁행위에 해당할 여지가 있습니다.

(4) 메타버스 내의 개인정보

메타버스에서는 확장 현실(XR, Extended Reality)을 지원하기 위하여 기존에 생성되지 않았던 다양한 정보가 수집되어 처리될 수 있습니다. 예컨대, 이용자의 특정한 경험 시간, 교류 상대방, 대화, 아바타 아이템 등 개인을 속속들이 알아볼 수 있는 정보가 수집, 처리될 수 있으며, 눈동자(시선) 추적 기술 등의 발전에 따라 현실의 신체 반응까지 수집되어 이용될 여지가 존재합니다.

기존 사이버 공간의 경우 진입 및 개인정보의 제공, 공유 시점이 비교적 명확한데 반해, 메타버스에서는 각 정보주체들이 현실 세계와 마찬가지로 상호 작용함에 따라, 어떠한 개인정보가, 어느 시점에, 누구와 공유되는지를 확인하기 어렵습니다. 이에 현재 사이버 공간에서 논의되고 있는 개인정보 보호법령상의 쟁점 외에 새로운 문제가 야기될 여지가 있습니다. 특히 접속시의 연령 인증은 일단 메타버스에 진입한 후에는 무용하다는 점에서, 미성년자 프라이버시의 보호에 관한 문제가 발생할 수 있습니다⁷. 또한 메타버스 내 아바타의 위치정보도 위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률의 적용대상이 되는지도 문제될 여지가 있습니다.

(5) 활동 주체 '아바타'의 법적 지위에 따른 제반 문제

메타버스 내에서는 이용자의 또 다른 인격체(분신)인 아바타가 존재합니다. 따라서 아바타에게 현실 세계의 사람과 동일한 인격권을 인정할 수 있는지, 평등의 원칙 등 헌법상의 기본 원칙을 메타버스 세계 내의 아바타에게도 적용해야 하는지 여부가 문제될 수 있습니다.

메타버스 내에서는 일반 사회 생활과 동일하게 아바타간 상호작용이 발생하여 하나의 경제 생태계를 이룰 수 있으므로, 아바타가 다른 아바타에게 채무를 불이행하거나 성희롱, 폭행, 명예훼손 등 불법행위를 자행할 가능성이 존재합니다. 더욱이 아바타의 상업 활동(아이템 제작, 판매 또는 부동산 거래)도 일어날 수 있고, 해당 상업 활동이 기업화되어 경영 활동으로 이어질 수 있으며, 이에 일부 아바타는 메타버스 내에서 노동을 제공하는 것으로 판단받을 여지도 있습니다. 이에 위와 같은 아바타의 일련의 행위에 대하여 현실의 법령(민법, 형법, 상법 또는 노동법 등)이 그대로 적용될 수 있는지 여부도 문제될 수 있습니다.

더욱이 메타버스 '내'에서 발생한 수입이나 거래에 대하여, 메타버스 운영자 등에 의한 조세제도를 도입할 수 있는지 여부도 깊은 논의가 필요한 부분입니다⁸.

3. 향후 전망

현재 정부는 메타버스를 혁신 신산업으로 규정하고, 규제보다는 서비스 확산 및 이용 활성화 기반 조성을 통한 '성장'에 초점을 맞추고 있는 것으로 보입니다. 위와 같은 취지에서 2021. 5., 정부와 네이버, 카카오, 통신3사 (SKT, KT, LG), 현대차 등 관련 산업계의 협력을 도모하는 민·관 '메타버스 얼라이언스'가 출범하기도 하였습니다. 민간이 산업과 기술 동향을 공유하는 포럼, 법제도 정비를 위한 자문, 플랫폼 발굴·기획 등의 프로젝트를 진행하면, 정부는 위 얼라이언스에서 제시한 결과물을 바탕으로 개방형 메타버스 생태계 구축 지원 등 다양한 지원방안을 모색한다는 계획입니다.

메타버스에 대한 뜨거운 관심은 이미 전세계적인 현상입니다. 글로벌 시장조사기관 '스트래티지 애널리틱스 (SA)'는 메타버스 시장은 급격히 성장하여 2025년에는 약 300조원 규모에 이를 것으로 전망하고 있습니다. 메타버스의 확장성은 게임, 엔터테인먼트 등 다양한 분야와 연계될 수 있다는 점에서 비롯되므로, 메타버스 세계가 팽창할수록 각종 콘텐츠 IP의 활동 저변 또한 크게 확대될 것으로 예상됩니다. 이처럼 가상세계에서 타인이 보유한 지식재산권 등을 새로운 방법으로 적극적으로 활용하게 됨에 따라 그에 따른 권리보호의 필요성이 대두되고, 지식재산권을 비롯한 각종 권리에 대한 새로운 분쟁이 급증할 것입니다.

빠르게 성장하는 메타버스 시장을 선도하기 위해서는 메타버스와 관련된 다양한 시각과 고민을 바탕으로 선제적으로 사업의 방향성을 잡고, 이와 병행하여 잠재적 법적 리스크를 면밀히 분석하여 그에 대응할 수 있는 방향으로 사업을 발전시켜 나갈 필요가 있습니다.

법무법인(유한)태평양은 지식재산권을 비롯하여 메타버스 시대의 법률문제의 새로운 논의와 쟁점 사항에 대하여 선제적으로 대응할 수 있도록 다양한 분야 전문가들로 팀을 구성하여 새로운 법적 이슈들에 대하여 고객회사를 위한 서비스를 제공하고자 합니다. 본건과 관련하여서도 문의사항이 있으시면 언제든지 저희 법무법인으로 연락주시기 바랍니다.

1 연합뉴스 2021. 6. 10.자 신문기사(<https://www.yna.co.kr/view/AKR20210610056400009?input=1195m>)

2 AM General LLC v. Activision Blizzard, Inc. et al., No. 17-cv-8644(S.D.N.Y. 2020).

3 Leo Pellegrino v. Epic Games, Inc., No. 19-cv-1806(E.D. Pa. 2020).

4 이철남, "메타버스의 저작권 쟁점들 - 디지털트윈의 공간정보에 대한 분석을 중심으로 -, 새로운 플랫폼에서의 저작권 쟁점 (2021. 6.), 10-11면

5 매일경제 2021. 6. 30.자 신문기사(<https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2021/06/633273>)

6 파이낸셜뉴스 2021. 6. 14.자 박성준 특별기고(<https://www.fnnews.com/news/202106141820327213>)

7 이진규, 「메타버스와 프라이버시, 그리고 윤리- 논의의 시작을 준비하며」, 2021 KISA REPORT Vol 2., 2021

8 전자신문 2021. 6. 21.자 이상직 칼럼(<https://www.etnews.com/20210621000145>)