

수집한 개인정보 양도시 정보주체의 사전동의 ‘필수’ 웹사이트에 개인정보관리책임자 명시해야...

김연수 중앙대학교 법학연구소 전임연구원

서비스 이용약관에 명시되었던 내용과 달리 개인정보를 제3자에게 제공할 수 있는가?

> 서비스 제공자가 수집한 개인정보를 제3자에게 제공 또는 판매할 수 있는가?

간혹 신문기사에 현행법상 개인정보의 판매가 불가능한 것으로 기술한 내용이 있다. 그러나 현행법은 정보의 제3자 제공이나 판매행위를 절대적으로 금하는 규정을 두고 있지 않다. 따라서 서비스제공자 등이 수집한 개인정보를 정보주체의 동의를 받거나 다른 법률의 규정 등 일정한 경우에 제3자에게 제공하고 판매도 할 수 있다.

이런 경우 정보통신보호법에서는 사전에 이용자에게 제3자와 그 제공목적, 제공할 정보의 내용 등을 고지하거나 서비스 이용약관에 명시해 주어야 하고(동법 제22조제2항) 미리 고지 명시를 하지 못했거나 나중에 사정이 생겨 제3자에게 제공하고 자 하는 경우 사전에 정보주체의 동의를 얻어 제3자에게 제공하도록 규정하고 있다(동법 제24조). 다만 미리 고지 명시할 때 단지 포괄적으로(불명확하게) ‘참여 제휴사 및 포인트 가맹점에게 이용자의 정보를 제공할 수 있다’ 등으로 명시하는 경우에는 정보통신보호법 제22조제2항의 규정에 어긋난다.

> 서비스 제공자로부터 개인정보 처리를 위탁받은 자도 제3자에 해당되는가?

여기서 제3자의 범위를 알아보자. 법률에서 제3자의 범위를 규정하지 않아 그 범위에 논란이 있을 수 있다. 즉, ‘동의를 받아 개인정보를 수집한 서비스 제공자’의 범위와 ‘서비스 제공자로부터 개인정보 처리를 위탁받은 자’를 제3자로 볼 수 있는

지 여부다. 현실적으로 가맹점이나 제휴사, 대리점 등이 제3자 혹은 당사자인지 매우 구분이 어렵다. 특히 임시직 단기계약직 등으로 고용된 사람들에게도 개인정보를 별다른 조치없이 제공(공유)하는 것이 업계의 일반적인 경향이다.

앞서 말한 바와 같이 현행 정보통신보호법에서는 ‘제3자’에 관한 정의 규정을 두지 않고 단지 개인정보보호지침 제2조에서 ‘제3자라 함은 이용자, 당해 이용자로부터 동의를 받아 개인정보를 수집한 서비스제공자 그리고 서비스제공자로부터 개인정보 처리를 위탁받은 자 이외의 자연인, 법인, 공공기관, 정부투자기관 및 기타의 자를 말한다’라고 규정하고 있을 뿐이다. 이 규정대로라면 본사에 대해 대리점, 가맹점, 제휴사 등이 제3자에 해당되는지 여부가 명확하지 않다. 수집자에게서 위탁받은 자(수탁자)를 제3자에 해당하지 않는 것으로 하는데, 대리점, 제휴사 등은 수집주체인지, 아니면 위탁받은 자인, 전혀 다른 제3자인지를 알 수 없다.

수집주체나 위탁받은 자로 인정하면 제3자가 아니므로 정보주체의 동의가 없어도 정보를 (제공받아) 공유할 수 있다는 것인데, 이는 정보주체의 개인정보를 제대로 보호할 수 없어 입법 목적에 부합하지 않는다. 물론 지침의 규정은 법률의 효력을 가지는 것이 아니라 법률 해석의 기준을 제시할 뿐이지만 결국은 법률상 제3자의 개념과 위탁관계 및 수탁자의 범위를 구체화 할 필요가 있다. 여기에 덧붙여 ‘제공’과 ‘공유’도 구별해야 한다.

현행 정보통신보호법에서 위탁자와 수탁자의 관계를 살펴볼 수 있는 조항은 제25조 규정뿐이다. “정보통신서비스제공자 등이 타인에게 이용자의 개인정보의 수집·취급·관리 등을 위탁하는 경우에는 미리 그 사실을 이용자에게 고지(제1항)”해

야 하고, “제1항의 규정에 의하여 정보통신서비스제공자 등으로부터 개인정보의 처리를 위탁받은 자는 당해 업무와 관련하여 장의 규정을 위반해 발생한 손해의 배상책임에 한해 정보통신 서비스제공자 등의 소속직원으로 본다.”(제2항) 현행법에서는 위탁자와 수탁자의 관계에서 손해배상책임만을 명시하고 있다. 이는 ‘타인에게 위탁’ 하는 행위를 제3자에게 제공하는 것으로 보지 않고 스스로 수집 취급 관리하는 것과 동일하게 보는 것으로 유추할 수 있다.

요컨대 제3자의 범위는 ‘당해 서비스제공자’에 대한 개념정의와 고지 명시되는 범위에 따라 달라지게 된다. 당해 서비스 제공자의 범위를 구체적으로 한정하지 않으면 제3자의 범위도 불분명해진다. 입법적으로 서비스제공자를 정보주체의 정보를 수집하고 주된 서비스를 제공하는 자로 한정(범위의 특정)해 당해 서비스제공자의 범위를 사전에 이용자에게 고지 또는 명시하도록 하고 그 외의 자는 제3자가 되는 것으로 하는 것이 바람직하다.

사례

안제공(가명)은 빛나리회사가 운영하는 웹사이트에 가입하면서 ‘회원의 개인정보를 일체의 제3자에게 제공하지 않는다’고 명시한 서비스 이용약관을 보고 안심해 가입하고 서비스를 이용해 왔다. 그런데 어느 날 안제공(가명)은 처음 보는 회사로부터 광고메일을 받게 되었다. 문 의해보니 빛나리회사로부터 정보를 제공받은 것이라고 했다.

› **이용자에게 제3자 제공여부를 미리 고지 명시할 때 ‘참여 제휴사 및 포인트 가맹점에 이용자의 정보를 제공할 수 있다’ 등으로 명시해도 될까?**

사례에서 빛나리회사는 안제공의 개인정보를 제3자에게 제공하지 않겠다는 내용을 분명하게 약관에 명시했고 약관의 규정에 어긋나게 제3자에게 안제공의 정보를 제공한 사실이 인정된다. 정보통신보호법 제22조 제2항에서는 정보통신서비스 제공자가 개인정보를 수집함에 있어서 수집되는 개인정보를 제3자에게 제공하는 경우 미리 약관에 “개인정보를 제3자에게 제공하는 경우의 제공받는 자, 제공목적 및 제공할 정보의 내용”을 고지 또는 명시하도록 하고 있고 설명 고지 명시 당시와 사정이 변경돼 제3자에게 개인정보를 제공해야 하는 경우 정보주체로부터 동의를 받아야 한다. 그러나 빛나리회사는 그런 동의를 받은 바 없이 제3자에게 제공했으므로 제공자는 5년 이하의

징역 또는 5000만원 이하의 벌금(법 제62조)에 해당하고, 그 행위자를 처벌하는 외에 빛나리회사에 대해서도 벌금형을 과할 수 있다.

일반적으로 이용자들은 서비스의 이용약관 등에 제3자 제공 등과 관련된 내용이 고지 또는 명시돼 있는지를 우선적으로 확인해 볼 필요가 있고, 가입당시의 약관과 피해가 발생했을 때의 약관이 다를 수도 있으니 명시된 시행일 또는 효력 발생일을 주의해 별도로 저장해 두는 것도 좋다.

회원제 사이트를 운영하려고 하는데 개인정보관리책임자는 반드시 있어야 하는가?

› **웹사이트를 통해 영리를 추구하는 자는 회원관리에 있어서 개인정보관리책임자를 반드시 지정 게시해야 하는가?**

회원제사이트를 운영한다고 해서 개인정보관리책임자를 지정해야 하는 것은 아니다. 다만 전기통신사업법의 일정규정(제2조 제1항 제1호)에 의한 전기통신사업자와 영리를 목적으로 전기통신사업자의 전기통신역무를 이용해 정보를 제공하거나 정보의 제공을 매개하는 자는 정보통신서비스제공자에 해당하는 자로서 반드시 개인정보관리책임자를 두어야 한다(정보통신보호법 제27조). 개인정보관리책임자를 지정하지 않으면 1000만원 이하의 과태료 처벌을 받게 된다.

› **개인정보관리책임자의 주요 역할은?**

개인정보 관리책임자의 지정과 관련해서 정보통신서비스제공자는 개인정보의 수집, 이용 및 처리 등의 취급에 관해서 실질적인 권한을 가진 사람을 관리책임자로 지정해야 한다. 단순 기술직 전산담당자나 일반 직원을 개인정보관리책임자로 지정해서는 안되고, 임원이나 이용자의 고충처리를 담당하는 부서장(長)이어야 한다(동법 시행규칙 제3조). 개인정보관리책임자는 이용자의 개인정보를 보호하고 개인정보와 관련한 이용자의 불만을 처리해야 하는 매우 중요한 책임과 역할을 수행하기 때문이다.

› **개인정보관리책임자는 어느 정도의 직위에 해당하는 자이어야 할까?**

실제로 대표자 또는 임원급에서 최고 개인정보관리책임자를 지정하고, 실무적인 관리를 위하여 개인정보 취급 부서의 장을 개인정보 관리취급자로 지정할 수 있다. 개인정보 관리책임자는 복수로 지정하거나 책임자 1인에 취급담당자 수인을 둘 수

도 있으며 이 경우, 당사자간의 역할 분담을 명확히 해야 한다. 다만 개인정보를 취급하는 자는 최소한의 인원이어야 한다(동법 제24조제3항). 취급자뿐만 아니라 열람 접근 권한도 직급이나 업무의 성격에 따라 제한할 필요가 있다.

지정된 개인정보관리책임자는 서비스이용약관이나 개인정보보호정책 등에 명시하거나 이용자에게 고지해야 한다(동법 제22조제2항). 개인정보관리책임자를 명시 또는 고지하지 않으면 1000만원 이하의 과태료 처벌을 받게 된다. 이때 개인정보관리책임자의 성명과 소속 부서, 직위, 전화번호 기타 연락처도 반드시 명시해야 한다. 이용자의 입장에서 자신의 개인정보를 침해 당하거나 개인정보의 처리와 관련해 문의하고자 하는 경우 처리는 물론 책임자를 분명히 하기 위함이다.

일부 사이트에서는 개인정보관리책임자의 성명과 연락처 등을 명시해 놓고 제대로 연락이 되지 않는 경우가 많아 이용자들이 권리를 행사하거나 불만을 토로하지 못하는 불편을 겪게 된다. 이것은 개인정보관리책임자가 직무에 소홀하고 있거나 운영주체가 신뢰성 없는 정책을 전개하는 경우일 것이다. 단순히 고지 명시한 것으로 개인정보관리 책임을 다했다고 치부할 것이 아니라 실제로 존재해서 제대로 개인정보를 일정한 책임자에 의해 관리하고 있음을 밝혀야 한다.

개인정보관리책임자/담당자가 주로 해야하는 일은 무엇일까?

> 국내 최초로 CPO를 임명한 샵스마트와 국외 CPO 고용 동향 - 더블클릭사, IBM, MS, AT&T

최근 인터넷 기업을 중심으로 고객의 개인정보 보호업무를 총괄하는 CPO(Chief Privacy Officer) 직제를 도입하는 기업이 늘고 있다. 불과 2~3년 전만 해도 웹사이트에서 개인정보관리책임자를 찾아보기 힘들었다. 하지만 기업들도 최고 경영자인 CEO를 비롯한 COO(운영 최고이사) CFO(재정 최고이사) CTO(기술 최고이사) 등 종전의 사장단에 CPO(개인정보 담당 최고이사)라는 새로운 직책을 편제하고 있는 상황이다.

무엇보다도 개인정보보호에 관한 이용자들의 신뢰 확보가 사업의 사활을 좌우할 수 있는 문제로 인식되고 기업에 사생활 보호 강화를 요구하는 정부와 일반인들의 압력도 거세지고 있음을 반영한 것이다. 일반인들 중에도 한번쯤 자신의 개인정보에 관해 피해를 입은 경험이 있거나 프라이버시 보호에 많은 관심을 가지고 있는 네티즌이라면 회원가입 하면서 서비스 이용약관이나 개인정보보호정책에서 '개인정보관리책임자'를 보았을 것이다.

CPO는 ID 도용, 개인정보의 오 남용 등을 감시하고 회사의 보안정책과 관련해 법률적 문제를 검토할 중역의 필요성이 증가하면서 등장하게 되었고, 우리나라에서는 디맥스커뮤니케이션즈가 운영하는 비교 쇼핑사이트 샵스마트(www.shopsmart.co.kr)에서 2000년 7월 24일, 국내 벤처 기업 최초로 CPO직을 신설했다. 외국의 경우 온라인 광고업체 '더블클릭(Doubleclick)'사가 2000년 3월 뉴욕 출신의 저명인사 2명을 CPO로 고용했고, 미국 대형컴퓨터 업체인 IBM의 경우 회사 역사상 처음으로 개인정보를 전담하는 임원직을 신설해 CPO를 임명하고 제품개발에서 판매까지 IBM의 모든 기업과정에서 발생할 수 있는 프라이버시 문제를 총괄하게 하였다. 그 외에도 익사이트(www.excite.com), AT&T와 마이크로소프트 등 세계적인 많은 업체에서 CPO들이 활동 중이다.

> 국내외 법령에서 강화하고 있는 '개인정보관리책임자'의 책임과 지위

우리나라의 '정보통신보호법'에서 개인정보관리책임자를 임원 또는 개인정보와 관련해 이용자의 고충처리를 담당하는 부서의 장으로 자격요건을 강제하는 이유도, OECD의 8원칙중 책임의 원칙에서도 데이터 관리자는 8원칙을 실시하기 위한 조치에 따른 책임이 있다는 원칙을 정하고 있고, 일본의 IT관련 지침에서 관리자를 내부에서 1명을 지명해 개인정보 관리자로서 교육훈련, 내부규정의 정비, 안전대책의 실시, 실천준수 계획 제정 등의 업무를 수행하도록 규정하고 있는 입법례를 반영하고 있다. 또 최근 온라인을 통한 개인정보 및 사생활 노출이 심각한 사회적 이슈로 대두되면서 이 문제를 전담해 대응할 수 있는 직책이 중역이어야 할 필요성이 절실했던 것이다.

> 개인정보관리책임자가 해야할 것들

개인정보관리책임자는 법적으로 '이용자의 개인정보를 보호하고 개인정보와 관련한 이용자의 불만을 처리' 하는 것을 주요 업무로 하고 이용약관(프라이버시보호 정책 부분)이나 개인정보보호정책을 수립 관리 시행하는 책임자다. 따라서

- ▲ 먼저 이용약관이나 개인정보보호정책상 개인정보 보호와 관리 등에 관한 규정을 수립하기 위한 법률적, 기술적 지침을 마련해야 한다. 기술적 요인들과 정책적 관리를 조화해 개인정보에 관한 종합적인 관리 지침을 작성해야한다.

그러나 실제로 개인정보에 대한 법률적, 기술적 지침을 마련하기란 쉽지 않다. 그래서인지 많은 인터넷 기업들은 다른 웹사이트에 게시된 서비스이용약관이나 개인정보보호 정책/방침

/지침을 그대로 복사해 약간의 편집만 하고 게시하는 편법을 쓰고, 해당 웹사이트에서 명시한 내용대로 운영하지 않아 이용자의 불만이나 지적이 제기되는 것을 종종 본다.

우리나라의 벤처기업들은 대부분 영세한 편이고 규모 면에서도 많은 직원을 두고 있지 않다. 그러다 보니 개인정보관리책임자를 웹사이트 운영자나 전산관리자, 일정 부서의 팀장급에서 (임의로) 정해놓고 웹사이트에 게시해 놓는 것으로 법률상의 '지정' 과 '명시' 의무를 다한 것으로 오인하는 경향이 있다.

개인정보관리책임자는 단지 웹사이트를 관리하면서 회원들의 정보를 정리하는 수준의 역할을 수행하는 것에 그쳐서는 안 된다.

▲ 프라이버시 보호에 관한 종업원 직원 교육뿐 아니라 마케팅 분야인 광고업체들과의 협상에도 적극적으로 참여해야 한다. 온라인 기업이 확보한 고객의 개인정보는 상품화가 용이하고, 개인정보를 공개하지 않더라도 일정한 조건을 정해서 특성을 파악하고 통계를 작성해 마케팅에 널리 활용할 수 있어 그 가치가 매우 크기 때문이다. 예를 들어 '20대 남성 고객들의 공통적 취향', '40대 유부녀들의 소비 패턴' 등을 분석해 도출되는 통계는 곧 기업의 기획상품으로 판매되는 것과 직결되므로 이 과정에서 개인정보관리책임자의 조정이 매우 중요한 역할을 담당하게 된다.

그리고 개인정보 관리책임자는 개인정보를 취급하는 담당 직원에 대한 교육훈련을 실시해 충분히 교육된 사람이 개인정보 취급 업무에 종사하도록 해야 한다. 해당 취급 담당자에 의한 개인정보 유출 사고가 빈번하기 때문에 정기적 또는 수시로 개인정보 취급에 대한 주의를 촉구해야 할 것이다.

개인정보보호정책은 어떻게 만들어야 하는가?

질문

다른 곳에서는 홈페이지에 개인정보보호정책을 두고 있고 우리도 회원의 개인정보관리차원에서 개인정보보호정책을 만들고 싶은데 정작 우리 조직에 필요하고 딱 맞는 개인정보보호정책을 만들기 쉽지 않다. 구체적으로 무엇을 참조해야 할지 가이드라인을 제시해 주었으면 한다.

▶ 서비스이용약관과는 별도로 개인정보보호정책을 웹사이트 초기화면에 게시하는 국내외적 동향

'개인정보보호정책을 반드시 제정해야 하는가?' 하는 의문이 있을 수 있다. 개인정보를 제공받아 이를 처리하고 관리하는 서비스제공자 등은 자율적으로 적절한 수준의 개인정보 보호원칙을 제정하고 실천함으로써 법적인 측면에서 규제받기 보다는 스스로 이용자의 개인정보에 대한 기술적 관리적 보호방안을 강구하는 것이 바람직하다.

법률에 의해 강제되거나 법적 규제를 받는 것은 최후에 최소한도여야 함에도 불구하고 법과 정부가 개입해야 비로소 질서가 형성되는 모습에서 안타까움을 금할 길이 없다. 세계적으로 지명도를 갖는 많은 IT기업들은 적극적으로 개인정보보호정책을 수립해서 웹사이트에 링크해 두고 정책상 지속적인 개선책을 반영하는 모습을 볼 수 있다. 그런데 국내 인터넷 기업들이 다른 웹사이트에 게시된 서비스이용약관이나 개인정보보호정책/방침/지침을 그대로 복사해 약간의 편집만 하고 게시하는 경우가 많고 해당 웹사이트에서 실제로 그 내용에 명시한 절차대로 운영하지 않는 것을 종종 볼 수 있다.

▶ 개인정보보호정책을 어떤 절차로 수립하고, 무슨 내용을 주로 해야 할까?

개인정보보호정책(Privacy Policy)은 조직의 운영과 관련해 정확한 근거를 바탕으로 신중하게 수립해야 한다. 최고 정책결정자는 개인정보관리책임자를 중심으로 회사 등의 대 내외 업무 및 구체적인 보안정책까지도 모두 알고 있어야 한다. CPO 또는 개인정보관리책임자와 더불어 개인정보보호정책을 수립하기 위한 계획을 세우고, 회사나 기관, 단체, 개인 등의 성격에 따라 정책의 내용을 결정해야 한다.

▶ 대외적 개인정보보호정책과 대내적 '개인정보관리(내부)지침'을 수립 필요

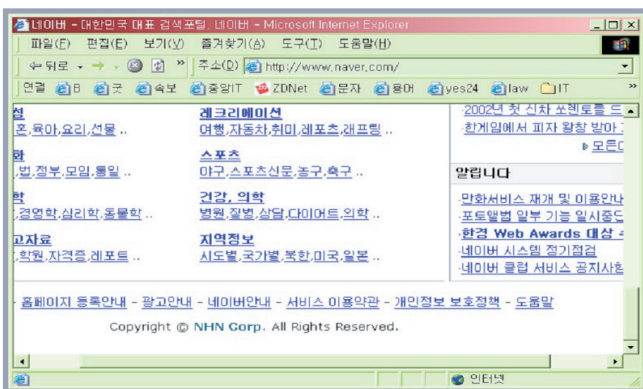
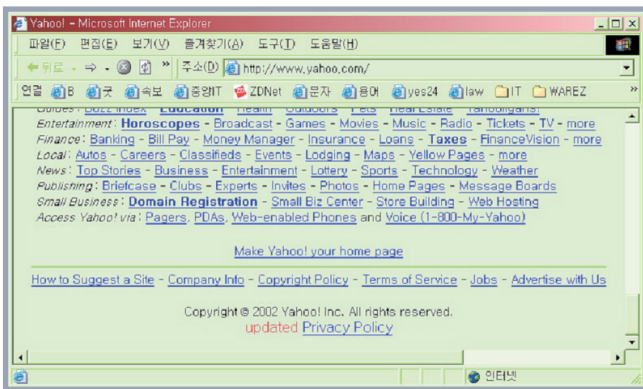
구체적으로는 시스템보안, 내부 정보보호 등과 관련해 '개인정보관리(내부)지침'을 수립해야 한다. 개인정보관리지침은 개인정보보호정책과는 별도로 내부 지침으로 통용되기 때문에 명확한 책임근거 하에 최대한 상세하게 작성해야 한다. 예컨대 회원들의 개인정보 데이터베이스에 소속된 모두가 공유폴더로 지정해 접근 관리하도록 할 것인지, 접근은 모두에게 허용되나 개인정보관리책임자를 통해서만 정정 삭제 등 관리가 가능하도록 할 것인지, 암호 지정 및 암호관리자는 몇 명으로 제한할 것인지, 회원DB는 주기적으로 언제, 어떻게 백업할 것인지 등을 정해야 한다.

그리고 나서 이를 기반으로 대외적으로 공시할 개인정보보

호정책을 수립해야 한다. 개인정보보호정책의 구체적인 내용 범위를 정하고 나면 수립된 정책을 웹사이트 상에서 별도의 디렉토리 또는 폴더로 할 것인지, 이용약관의 한 부분으로 할 것 인지를 정해야 한다. 법률상으로는 개인정보보호정책을 별도로 두어야 할 근거는 없으나 개인정보보호정책과 이용약관을 구분해 게시하는 것이 좋다. 이용약관의 수정은 제약이 큰 반면에 개인정보보호정책의 경우는 상황에 따라 개인정보보호정책의 일부 내용을 정정하거나 추가 삭제해야 하는 경우에 신속하게 공지 후 시행할 수 있기 때문이다.

끝으로 개인정보보호정책은 웹사이트의 홈페이지(초기화면)에 부각시키고 회원관리 웹페이지에도 하이퍼링크로 설정하는 것도 권하고 싶다. 개인정보의 주체 또는 이용자들이 해당 서비스를 이용하거나 이용하고자 하는 경우 웹사이트에서 개인정보보호정책을 우선적으로 평가 판단하기 위함이고 당해 서비스의 신뢰성을 높이는 방안이기도 하다. 전세계적으로 개인정보보호정책은 웹사이트의 초기화면(홈페이지)에 링크하는 추세다.

다음의 그림에서 야후(www.yahoo.com)와 네이버(www.naver.com)의 메인화면 하단부에 각각 'Privacy Policy', '개인정보보호정책' 이라고 표시한 것을 볼 수 있다.



개인정보와 관련된 법령은 무엇이 있고, 그 법령들이 수작업에 의해 처리되는 개인정보에도 적용되는가?

질문

[정보통신망이용촉진및정보보호에관한법]이나 「개인정보보호지침」이 서면 등 수작업에 의하여 처리되는 개인정보 처리에도 적용되는가? 전자적으로 처리되는 정보와 수기로만 기재돼 있는 정보에 대한 구체적인 예를 들어달라.

> 개인정보와 관련된 법률이나 지침 등은 무엇이 있는가?

개인정보에 관해서 직접적으로 다루고 있는 법률로는 '정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률', '신용정보 이용및보호등에관한법률', '공공기관의개인정보보호에관한법률', '통신비밀보호법', '전기통신기본법' 등이 있고 '전자거래소비자보호지침', '개인정보보호지침' 과 기타 특별법에 산재한다. 이런 법령들을 통해서 이용자의 입장에서 개인정보를 어떻게 보호받을 수 있는지, 정보통신서비스제공자의 입장에서 개인정보를 어떻게 합법적으로 취급할 수 있는지 등을 알 수 있다.

정보통신서비스제공자는 웹사이트를 통해 개인정보를 수집하는 경우 정보통신보호법의 개인정보 보호규정을 면밀히 살펴보고 개인정보보호정책이나 서비스 이용약관 등에서 이용자들의 개인정보를 합리적이고 안전하게 관리 처리하고 있음을 나타내야 한다. 약관에 관해서는 공정거래위원회에 문의할 수 있고(02-507-0957), 다만 관련 내용 중 개인정보와 관련된 규정 및 절차에 대하여는 정보통신부/개인정보분쟁조정위원회/개인정보침해신고센터(www.cyberprivacy.or.kr, 02-1336)에 상담할 수 있다.

> 현행 '정보통신보호법', '개인정보보호지침'이 서면 등 수작업에 의하여 처리되는 개인정보에 관하여도 적용될까?

여기서 거론되는 주제는 이런 개인정보보호정책을 수립 게시하기 이전에 현행 '정보통신보호법', '개인정보보호지침' 이 서면 등 수작업에 의해 처리되는 개인정보에 관하여도 적용되는가하는 것이다.

'개인정보보호지침' 제3조(적용범위)에서 지침이 "서비스 제공을 목적으로 정보통신망에 의해 처리되는 개인정보 뿐만 아니라 서면 등 수작업에 의해 처리되는 개인정보에 관해서도 적용된다"고 규정하고 있다. 이 취지는 '정보통신보호법' 이 정보

통신서비스를 이용하는 자의 개인정보를 보호대상으로 하고 있으므로, 동 지침도 적용범위를 정보통신서비스의 제공을 위하여 처리되는 개인정보 일체를 적용대상으로 하고 있다는 의미로 파악할 수 있다. 물론 외국의 경우에도 EU의 1995년 지침, 일본의 통신성 지침 및 ECOM 지침에서도 컴퓨터로 처리되는 개인정보 뿐만 아니라 컴퓨터 처리를 목적으로 수작업으로 처리되는 개인정보도 대상에 포함했다.

〉 길거리 등 오프라인이나 서면을 통한 개인정보 수집 시에도 개인정보관리책임자 등을 고지 명시해 주어야 하는가?

요컨대 우리나라의 ‘정보통신보호법’이나 ‘개인정보보호지침’의 규정은 컴퓨터 입력을 위해 서면으로 수집 보존하고 있는 것이나 컴퓨터로 출력된 것 등 정보통신서비스 제공을 목적으로 서면 등 수작업에 의해 처리되는 개인정보 취급의 경우에도 적용된다. 따라서 개인정보를 수집한다면 정보통신보호법 제22조제2항(개인정보보호지침 제7조)의 규정에 의해 개인정보 관리책임자를 명시해야 할 의무가 있고, 온라인과 오프라인으로 개인정보를 별도로 병행 수집한다면 각각 개인정보 관리책임자를 명시 또는 고지해 주어야 한다.

온라인에서든지, 오프라인에서든지 지정된 개인정보 관리책임자는 지정돼 있어야 하고, 개인정보를 수집함에 있어서 개인정보 관리책임자의 소속, 성명, 전화번호 기타 연락처를 고지 명시해야 할 의무가 있는 것이므로 오프라인에서 개인정보를 수집한다면(- 컴퓨터 입력을 위해 서면으로 수집하는 경우 포함) 당연히 그 수집하는 때에 개인정보관리책임자를 고지해 주어야 한다.

개인정보와 관련해 전자적으로 처리되는 정보와 수기로 기재되는 정보가 어떻게 다른가?

〉 정보통신서비스를 이용한다는 것은 무슨 의미인가?

이 질문은 개인정보의 수집과 밀접한 관계가 있으며 이후 처리과정에서 전산화 작업을 하는지 여부에 따라 ‘정보통신보호법’과 ‘개인정보보호지침’의 효력에 차이가 있다. 원칙상 현행 정보통신보호법은 ‘정보통신서비스를 이용하는 자의 개인정보를 보호’하는 것으로 명시하고 있다(제1조). 정보통신서비스를 이용한다는 것은 전기통신기본법 제2조제7호의 규정에 의한 전기통신역무와 이를 이용해 정보를 제공하거나 정보의 제공을 매개하는 것을 말하는데 흔히 네티즌이라고 하면 이용자의 범주에 들어간다.

〉 개인정보를 수집하는 다양한 형태 예시 - 오프라인형, 온라인형, 병행결합형

개인정보를 수집하는 방법은 다양하다. 인터넷에서 직접 일정한 폼에 기입을 요구하거나 길거리, 대리점, 영업소 등에서 개인정보를 서면으로 수집해 서면 그대로 보관하거나 전산화 처리할 수도 있다. 길거리 등의 수집을 ‘오프라인에서 개인정보 수집’이라고도 하는데 온라인과 오프라인의 개념구별은 큰 의미가 없다고 본다. 무선인터넷이 일반화되었고 사이버가 특별한 영역이 아니라 곧 현실세계이기 때문이다. 다만 이해의 편의를 위해 오프라인의 수집과 온라인 수집이라고 하자.

예전의 영업사원들은 현재도 많은 사람들이 수기로 개인정보를 취급하지만 - 모든 개인정보를 수기로 관리했다. 그러다가 컴퓨터 등 정보처리장치(예 : 휴대폰, PDA 등 개인휴대단말기)의 보급으로 많은 작업이 전산화되고 있다. 아직까지는 컴퓨터를 통한 입출력이 보편적 현상이라고 할 수 없지만, 궁극적으로 개인정보는 전산망을 통해 데이터베이스(DB)화할 것이다. 이렇게 서면으로 수집한 후 전산 처리하거나 아예 입력단계부터 전산시스템에 실시간으로 입력 처리될 수도 있는데 이런 과정 전부를 ‘개인정보의 전산화’라고 정의할 수 있다.

개인정보의 수집형태와 전산화관계를 살펴보자. 인터넷에서 서비스제공자가 개인정보를 수집하는 것은 전형적인 온라인형 수집형태이고 대부분 실시간으로 전산 처리된다. 대리점, 상점 등에서 개인정보를 서면으로 수집해 전산입력을 통해서 데이터베이스화하는 것은 오프라인과 온라인의 결합(병행)형태다. 예를 들면 휴대폰을 구입하거나 신용카드를 신청할 때 서면으로 자신의 개인정보를 제공하고, 수집자는 이것을 다시 전산 처리해 관리하면서 서비스제공도 인터넷과 대리점 상점을 통해 병행하는 경우다.

마지막으로 오프라인형 수집형태가 있다. 전혀 전산화하지 않고 임시로 개인정보를 주고받는 경우가 있고(예 : 시장에서 상품추첨을 위해 개인정보를 수집하는 경우), 비디오가게, PC 게임방, 만화방처럼 수기 또는 네트워크 화하지 않은 컴퓨터(독립적으로 회원관리 프로그램을 내장해)로 개인정보를 수집하고 일정한 소비자와의 관계에서 개인정보를 취급하는 경우가 있다. 오프라인형 수집형태는 원칙적으로 정보통신보호법이 적용되지 않는다. 체인화되고 인터넷을 통한 서비스제공이 시작되면 비로소 정보통신서비스제공자로서 법의 적용대상으로 들어오게 된다.

〉 ‘정보통신서비스 이용자’와 ‘네티즌’은 어떤 관계인가?

이상의 내용을 정리해 보자. 온라인형 수집, 온 오프라인 병행 수집하는 경우에는 개인정보를 수집해 정보통신망(네트워크)을 통해 자료를 관리 처리하게 되고 전기통신사업자의 시설을 이용해 정보를 제공하거나 정보제공을 매개하게 되므로(예: 인터넷에서 웹사이트 구축, 케이블 TV를 통한 서비스 제공). 법률이 규정하는 정보통신서비스제공자에 해당하고, 이런 서비스를 이용하면(예: 인터넷 서비스 이용, 방송 시청 후 물품 구입하는 소비자) 그 이용자가 되어 법적 보호를 받을 수 있다. 그러나 시장 등에서 상품이벤트 행사에 참가해 쪽지 등에 자신의 정보를 써서 추첨박스에 넣은 경우, 소규모의 가게나 네트워크화하지 않은 단일 컴퓨터에 단지 정보관리차원에서 입력 관리하는 정도로는 법률이 규정하는 '정보통신서비스제공자'와 '이용자'의 관계라고 할 수 없다.

개인정보보호지침 제3조(적용범위)에서 의미하는 "이 지침은 서비스 제공을 목적으로 정보통신망을 통해 수집·이용·제공 또는 관리되는 개인정보뿐만 아니라 서면 등 정보통신망 이외의 수단을 통해 수집·이용·제공 또는 관리되는 개인정보에 관해서도 적용된다."는 규정도 오프라인형 수집형태는 배제하고 온라인형 수집과 온 오프라인 병행 수집형태를 전제하고 있다.

정보통신부에서 고시한 '개인정보보호지침'은 법률적 효력을 가지는 것인가?

> 개인정보보호정책과 개인정보보호방침, '개인정보보호지침'은 서로 어떻게 다른 용어인가?

* 개인정보보호정책과 Privacy Policy

네티즌이라면 인터넷에서 흔히 접하는 개인정보 관련 용어로 '개인정보보호정책'이 있다. 영문사이트에서는 'Privacy Policy'로 많이 쓰인다. 개인정보를 보호함으로써 궁극적으로 프라이버시를 보호한다는 관점에서, '프라이버시 정책'과 '개인정보보호정책'은 동일한 지칭으로 이해된다.

> '개인정보보호지침'을 준수하지 않으면 처벌 또는 행정적 제재를 받게 되는가?

* '개인정보보호지침'(정보통신부 고시 제2002-3호)

'개인정보보호지침'은 개인정보보호정책과 어떻게 다른가?
개인정보보호지침은 정보통신서비스를 이용하는 자의 개인정보를 보호하기 위해 제정된 '정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법'을 구체적으로 해설하고 적용범위를 일반인들이

알기 쉽도록 서술한 지침으로서 그 준수를 강제할 수 있는 것이 아니라 권장하고 장려하는 일종의 가이드 역할을 한다. 따라서 '개인정보보호지침'의 적용대상자들이 지침을 지키지 않는다고 해서 법적으로 처벌을 받지는 않지만 대부분 법령에 있는 내용을 담고 있기 때문에 극히 세부사항이 아니고는 준수해야 하는 내용들이다.

일반적으로 법률이나 법령, 시행규칙 등과 달리 지침은 그 자체가 법적 효력을 가지는 것은 아니다. 즉 구속력이나 강제력이 없다. 현행법은 개인정보보호지침을 권고사항으로 규정하고 있다. 자세히 보면, '정보통신보호법' 시행령 제3조에서 '개인정보보호지침'에 관해서 명시하고 있는데 그 내용을 보면 다음과 같다.

"정보통신부장관은 법 제4조의 규정에 의해 이용자의 개인정보를 보호하기 위한 개인정보보호지침을 정해 고시하고, 정보통신서비스제공자 및 제28조의 규정에 의한 정보통신서비스제공자 외의 자에게 이를 준수할 것을 권장할 수 있다"(영 제3조제1항). 그리고 "정보통신부장관은 제1항의 규정에 의한 개인정보보호지침을 정해 고시하고자 하는 경우에는 관련 업계 및 이용자 단체 등의 의견을 수렴하고 관계 중앙행정기관의 장과의 협의를 거쳐야 한다."(영 제3조제2항)

참고로 현행 '개인정보보호지침'(정보통신부 고시 제2002-3호)은 2000년 제정돼 같은 해 7월부터 시행되다가 정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률의 제정에 따라 2002년 1월 개정되었다.

* 개인정보보호방침

용어하나 차이로 다른 '개인정보보호방침'은 또 무엇인가?

'개인정보보호지침' 제2조제7호에서, 서비스제공자가 자체적으로 이용자의 개인정보를 보호하기 위해 수립한 기본지침 및 계획 등을 개인정보보호방침으로 정의해서 규정하고 있다. 이는 정보통신서비스제공자에게 이용자의 개인정보를 취급하면서 그 보호를 위한 '개인정보보호방침'을 만들라는 것이고, 웹사이트에 게시한 '개인정보보호정책'과 같다.

이상의 내용을 바탕으로 개인정보보호지침과 방침, 정책을 구별해 보자. 정부는 '정보통신보호법' 제4조의 규정에 따라 '개인정보보호지침'을 고시하도록 돼 있고, 이에 정보통신부는 '개인정보보호지침'을 제정(고시 제2002-3호)했다. 이 자료는 정보통신부나 개인정보분쟁조정위원회 웹사이트에서 다운로드할 수 있다. 일반적으로 IT업체 등에서는 '개인정보보호방침'이라 하지 않고 '개인정보보호정책'으로 웹사이트에 게시하고 있다. 