

ISSN : 2092-8025

KISO저널

2010 Winter Vol. 2

www.kiso.or.kr

- ✦ KISO 정책결정 리뷰
- ✦ <특집> 마이크로블로깅에 관한 연구 결과
- ✦ 기획동향
- ✦ 이슈인사이드
- ✦ 이용자 섹션

CONTENTS

KISO저널

2010 Winter Vol. 2



04

<특집>

- | | | |
|----|-------------------------|-------|
| 04 | • 마이크로블로그 서비스와 이용자 자율규제 | 배 영 |
| 26 | • 인터넷 규제 모델의 발전을 위한 모색 | 김 유 승 |



36

KISO 정책결정 리뷰

- | | | |
|----|-------------------------------|-------|
| 36 | • KISO 정책결정 제3호 및 제4호의 취지와 의의 | 황 성 기 |
| 42 | • KISO 정책결정 3,4호에 대한 평석 | 황 창 근 |
| 50 | • 제3호 정책결정 | |
| 51 | • 제4호 정책결정 | |



54

기획 동향

- | | | |
|----|------------------------|-------|
| 54 | • 포털의 모니터링, 이렇게 이뤄집니다 | 박 세 영 |
| 60 | • 독일의 '규제된 자율규제'를 음미한다 | 김 업 기 |



64

이슈 인사이드

- | | | |
|----|----------------------|-------|
| 64 | • 여성카페와 정치 | 류 석 진 |
| 67 | • 인터넷의 다양한 얼굴과 미래경쟁력 | 정 혜 승 |



70

이용자 섹션

- | | | |
|----|----------------------------------|-------|
| 70 | • 사이버 망명의 변: 객관적이고 합리적인 규제를 기대하며 | 대 야 새 |
| 72 | • [KISO 이벤트] 깨끗한 인터넷 세상 만들기 | |

■ 편 집 위 원 : 배 영(위원장 · 숭실대 정보사회학과 교수), 강안구(인터넷진흥원 인터넷유리팀장), 권현영(광운대 법과대학 교수), 김유향(국회 입법조사처 문화방송통신팀장), 박준석(Daum 고객센터팀장), 안진혁(SK커뮤니케이션즈 소셜네트워크실장), 오근숙(NHN 정책운영팀 과장), 황성기(한양대 법학전문대학원 교수), 황용석(건국대 신문방송학과 교수)

/www.inte

<특집>

- 마이크로블로깅 서비스와 이용자 자율규제 / 배 영 송실대 교수
- 인터넷 규제 모델의 발전을 위한 모색 / 김 유 승 중앙대 교수

마이크로블로깅 서비스와 이용자 자율규제*



배 영

한국인터넷자율정책기구 정책위원 /
송실대 정보사회학과 교수

1. 개요 : 마이크로 블로그의 등장

현대인의 생활 속에 모바일과 웹은 커뮤니케이션의 필수적인 요소가 되었다. 특히 1990년대 이후 디지털 커뮤니케이션 기술의 발달로 기존에 별개로 존재하던 정보 기술, 미디어 콘텐츠, 커뮤니케이션 네트워크가 상호 연결될 수 있게 되었다. 또한 미디어 융합과 함께 외국의 마이스페이스(MySpace), 페이스북(Facebook), 국내에는 싸이월드(Cyworld)와 같은 소셜 네트워크 서비스의 인기와 닷컴버블 붕괴 이후 웹 기술과 인터넷 산업 전반을 새롭게 고찰하는 ‘웹 2.0’이라는 동향은 새로운 커뮤니케이션 환경을 만들게 되었다(전종홍, 2007). 이러한 환경으로 인해 정보의 접근성은 향상되었고 더 이상 미디어 콘텐츠는 플랫폼에 국한되지 않고 다양한 미디어에서 사용 가능해졌으며, 기존의 제

작자와 이용자의 구분은 약해지고, 이용자 간의 집단적 협업이 쉬워졌다. 커뮤니케이션 환경의 변화는 단지 새로운 미디어가 더해진 것이 아니라 커뮤니케이션 정보를 처리하는 사회적 능력과 현실을 지각하고 구성하는 방식에 영향을 주게 된 것이다.

새로운 미디어 환경 속에서 최근 크게 주목 받고 있는 서비스 중 하나가 바로 ‘마이크로 블로그’이다. ‘마이크로 블로그(Microblog)’는 멀티미디어 블로깅의 한 형태로 보통 140자 내외의 짧은 글 또는 사진이나 오디오 클립 같은 작은 미디어(micromedia)를 올리고 배포하는 것을 말하며 국내에서는 ‘미니 블로그’ 혹은 ‘한 줄 블로그’라고 불리기도 한다. 사용자가 지정한 제한된 그룹이나 전체에게 게시물을 공개할 수 있으며 이 메시지들은 모바일, 인스턴트 메신저, 이메일, 디지털 오디오나 웹페이지와 같이 다양한 방법을 통해 전송할

* 이 특집 글은 KISO가 한국인터넷진흥원의 의뢰를 받아 수행한 연구 프로젝트의 결과물을 요약한 것이다. 이제 막 열풍을 몰아오고 있는 마이크로블로그 서비스 분야의 현황파악과 아울러 이 분야 자율규제의 가능성을 모색한 것은 이 연구가 국내에서는 처음이라고 할 수 있다. KISO의 정책위원으로서 이 연구를 주관한 배영 교수와 이 연구에 참여한 각 회원사 관계자들에게 감사드린다. <편집자>

수 있다(Wikipedia, 2009). 마이크로 블로깅 서비스를 제공하는 곳으로 국내에는 미투데이(Me2day), 플레이톡(PlayTalk)이 있으며 해외에는 트위터(Twitter), 자이쿠(Jaiku), 파운스(Pownce) 등이 있다.

마이크로블로그 서비스는 사용자들이 자신의 활동, 의견과 상황들에 대한 정보를 브로드캐스트(Broad Cast)하고 공유할 수 있도록 쉽고 가벼운 형태의 커뮤니케이션 방법을 제공하고 있다(Wikipedia, 2009). 기존의 블로그와 비교했을 때 마이크로블로그의 특징은 보다 빠른 커뮤니케이션 속도와 단문의 제약된 포스팅, 그리고 하루에도 몇 번씩 올리는 포스팅의 빈도이다. 이러한 현상의 주된 이유는 단문이라는 제약이 오히려 사용자들에게 글을 읽고 쓰는 부담을 줄여주기 때문이다. 그리고 기존의 RSS 기능과 같이 마이크로블로그 안에서도 자신과 관계 맺은 사람들의 소식을 자신의 블로그 안에서 손쉽게 확인할 수 있으며 원하는 경우 모바일, 자신의 다른 블로그, 사용자가 제작한 어플리케이션 등 다양한 미디어를 통해 여러 사람의 글을 실시간으로 받아볼 수 있다. 이렇듯 마이크로 블로그는 웹에 접속할 수 있는 모든 미디어를 통해 빠르고 손쉽게 메시지를 주고받을 수 있는 다매체 환경으로 확장되었으며 일대일 커뮤니케이션을 넘어 불특정다수에게 메시지를 전파할 수 있는 매스미디어의 속성도 가지게 되었다. 결국 마이크로 블로그는 웹과 모바일, 다양한 매체와 결합하며 진화하는 새로운 커뮤니케이션 플랫폼으로 그 안에서 생산, 유통, 소비되는 콘텐츠와 사용자들의 이용 패턴과 어울려 다차원적 커뮤니케이션과 이동성을 가진 마이크로 블로깅이라는 독특한 문화를 만들어내고 있다.

본 연구에서는 마이크로 블로깅 서비스가 초기 단계인 것을 감안하여 현재 나타나고 있는 전반적인 이용 행태와 이용자 인식에 대한 파악과 함께 향후 초래될 수 있는 우려에 대해 자율규제적인 차원에서의 검토를 시도해 보고자 한다. 인터넷 서비스

의 특성상 미래의 위험을 예방하기 위한 사전적 대책을 마련한다는 것은 현실적으로 어렵고 마이크로 블로깅 서비스가 등장한 것이 최근이기에 이에 대한 경험적 분석도 거의 찾아볼 수 없는 상황이다. 현 시점에서 우선적으로 필요한 것은 해당 서비스에 대한 체계적인 파악과 이용 특성에 대한 분석이라 할 것이다. 사업자 측면에서 마이크로 블로깅 서비스의 기획 및 운영에 관련된 사항을 파악하고 이용자 측면에서의 인식과 행태에 대한 종합적인 분석이 필요하다고 보인다.

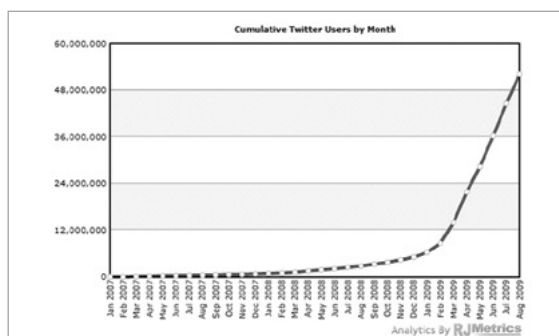
이를 위하여 한국에서 이루어지고 있는 마이크로 블로깅 서비스에 대한 전반적인 분석을 통해 현재 나타나고 있는 위험의 현황 및 원인을 파악하고, 이를 기반으로 향후에 나타날 수 있는 문제점들에 대한 대책을 자율규제적 관점에서 마련할 수 있다면 새로운 서비스의 성장과 안전하고 건강한 인터넷 문화의 정립에 기여하는 바가 매우 클 것이라 생각된다.

2. 마이크로 블로그 현황과 이슈

마이크로 블로깅은 기본적으로 불특정 다수를 대상으로 하는 1:N 커뮤니케이션이다. 대표적인 서비스라고 할 수 있는 트위터(Twitter)의 경우, Tweet이라는 말뜻에서도 알 수 있듯이 마이크로 블로깅은 네트워크로 연결된 개인의 '재잘거림'이다. 이러한 재잘거림이 뭉쳐져서 하나의 흐름을 만들게 되고 네트워크를 걸쳐서 급격하게 전파되면서 집단적인 지성으로서 움직이게 된다. 메일처럼 형식적이거나 복잡하지 않고 쉽기 때문에 자주 쉽게 업데이트 할 수 있으며 일상적인 회의나 대화처럼 공간이나 시간의 제약을 받지 않기 때문에 실시간성을 갖는다. 기본적으로 많은 사람들의 참여를 용이하게 하는 구조를 가지고 있고 연동할 수 있는 다양한 디바이스를 제공한다. 또한 Open API라는 형태로

외부로 서비스를 제공한다. 이를 통해서 마이크로 블로깅을 응용한 애플리케이션들이 개발되고 융합을 통해서 마이크로 블로깅의 가치를 증대시킨다.

마이크로 블로깅은 단문 텍스트 메시지 기반의 시스템이다. 여기에 링크 기능이 추가되는데, 이 링크를 통해 이미지 업로드, 동영상 업로드 등이 가능하게 된다. 스마트 폰에서 작성한 사진과 단문 메시지가 하나의 완성된 형태의 정보가 되고 여기에 마이크로 블로그의 신속성이 더해져서 정보의 가치가 높아진다.



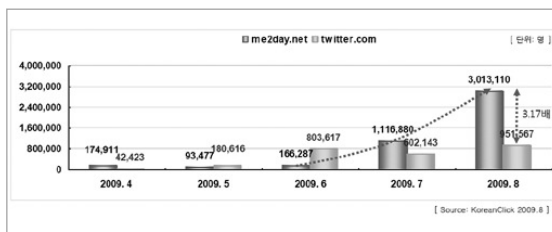
〈그림1〉 2009.10 트위터 누적 가입자 수

다음에서는 국내외 대표적 마이크로 블로깅 서비스인 트위터와 미투데이 서비스의 현황을 간단히 살펴봄으로써 전반적인 이용양상에 대해 파악해보고자 한다. 먼저 트위터는 2006년 3월 미국 샌프란시스코 지역의 벤처기업 오비어스 코프(Obvious Corp)에서 개발하여 2006년 8월에 서비스가 시작되었다. 본격적인 관심을 받게 된 계기는 미국 대선 때 유세 수단으로 활용되면서 모바일의 장점을 갖춘 인터넷 기반의 서비스로 주목을 받게 되면서부터이다. 현재 월간 방문자 수는 1,900만 명('09년 3월 기준), 이용자 수는 3,200만 명('09년 5월 기준)으로 매월 50~100% 가입자 순증가율을 보이고 있으며, 2009년 말에는 이용자수 5,000만 명 돌파가 예상되고 있다.

미투데이의 경우에도 150자 미만의 간단한 포스팅을 할 수 있는 서비스로 모바일을 통한 포스팅도

가능하며 작성 후 수정 및 삭제는 불가능한 특성을 가지고 있다. 특히 2009년 6월 국내 유명가수인 2NE1과 빅뱅의 지드래곤이 가입한 이후 가입자 수가 급증하는 양상을 보여주고 있다.

이렇듯 대표적 마이크로블로깅 서비스인 국외의 트위터, 국내의 미투데이 이용자의 급속한 증대는 '실시간 웹 시대'로의 진입을 방증하는 현상이다. 실시간 블로깅, 실시간 라이브 캐스팅, 실시간 컨퍼런션 등 웹은 실시간의 소용돌이 안으로 빠른 속도로 빨려들어 가고 있다. 실시간 웹에 대한 논의는 수 년 전부터 있었지만 사회적 현상으로 담론의 중심에 서게 된 것은 그리 오래되지 않았다. 이미 구글은 시간이라는 변수를 검색 결과에 어떤 방식으로 반영할 것인지 깊이 연구해 온 것으로 알려져 있다. 트위터를 검색 결과에 포함시키려는 시도도 바로 이러한 실시간성이 지니는 가치를 이미 간파했기 때문이다.



〈그림2〉 국내 미투데이와 트위터 순방문자 추이

실시간 웹은 실시간 필터링 알고리즘의 고도화를 요구한다. 바로 사실의 검증을 위해서이다. 웹이라는 공간이 '신뢰'를 위해 진화한다고 가정할 때 실시간 필터링 알고리즘의 고도화가 '신뢰'를 담보하지 못하면 붕괴하고 말 것이다. 또 현재의 실시간 콘텐츠 생산 속도를 따라잡지 못해도 신뢰의 문제가 발생하고 만다. 2008년 10월 애플 CEO 스티브 잡스의 심장질환설이라는 잘못된 정보가 한 블로그를 통해 전파되자 기존 언론의 기자들은 웹이 루머의 진원지라며 블로그 등 인터넷을 공격하는 기사를 내놓았다. 미국의 제프 자비스 교수는 "이미 증

명됐지만 웹에는 루머가 퍼지는 것처럼, 진실도 그만큼 빨리 퍼져나간다”며 기성 언론의 보도에 대해 일갈했다. 그에 따르면 루머를 퍼뜨리는 공간이 웹이라면 그것을 뒤집는 진실을 퍼뜨리는 공간 또한 웹이다. 즉 집단에 의한 실시간 필터링 시스템이 작동하고 있다는 의미로 루머와 진실이 같은 속도로 확산되는 대표적인 사례이다.

| | Face2Face | Email | Messenger | Micro Blog |
|---------------------|-----------------|---------------------------------|---------------------------------|------------------------|
| | 1:N | 1:N | 1:1 | 1:N(Anonymous) |
| Connectivity | Need to arrange | Easy to connect | Easy to connect | Easy to Connect |
| Sync | Sync | Async | Sync | Async (Near-Real Time) |
| Place | Limited | Limited place depends on device | Limited place depends on device | No Limit |
| Communication Range | Closed Group | Closed Group | Closed Group | Open to Anonymous |

〈표2〉 마이크로 블로그와 기존 미디어의 비교

이는 실시간 콘텐츠 유통과 실시간 콘텐츠 필터링 시스템이 잘 갖춰진 서비스가 향후 웹에서 중심적인 지위를 차지하게 될 것이라는 전망을 가능케 한다. 전 세계의 유력한 투자자들이 산업적인 측면에서 트위터에 관심을 갖는 이유이다. 현재 트위터는 실시간 검색에 모든 역량을 집중하고 있다. 실시간 콘텐츠 유통 플랫폼으로서의 위상은 이미 확고히 다진 상태로, 트위터는 2009년 7월부터 검색창을 한 가운데로 배치했다. 검색창 아래에는 분 단위, 일 단위, 월 단위 이슈 검색어를 배치했다. 그리고 이렇게 말하고 있다. “바로 지금 전세계 어디에서 무슨 일이 벌어지고 있는지 공유하고 발견하라.” 트위터 창업자 중 한 명인 에반 윌리엄스는 “트위터의 자산 가운데 한 가지는 짧은 대기시간이며, 특히 스피드는 정보 확산이라는 측면에서 중요한 요소”라며 실시간 검색의 중요성을 강조하기도 했다.

또한 사회 구성원들 간의 네트워킹 형성에 있어서 마이크로 블로깅 서비스는 인터넷이 가진 특성 중 하나인 ‘약한 유대의 강함(the strength of weak tie)’을 잘 드러내고 있는 서비스이다. 하버

드 대학의 로버트 퍼트남(Robert Putnam)이 자신의 중요한 저작인 혼자 볼링하기(Bowling Alone)에서 얘기한 것처럼 점점 고립되어가는 현대사회의 개인들이 기존의 인지적 경험은 없지만 관심에 기반한 새로운 형태의 관계망이 새로운 형태의 사회 자본(social capital)으로서 중요한 의미를 지니게 되고 있다. 이러한 약한 유대의 형성과 유지에 있어 마이크로 블로깅 서비스는 매우 효과적인 형태의 서비스라고 할 수 있으며, 강한 유대를 유지하는 데 소요되는 시간과 경비를 다수의 약한 유대로 전환함으로써 사회적 고립에 대한 방어기제로도 활용하고 있는 것으로 파악된다. 서로 다른 경험을 지니고 있다는 사실은 중복되지 않는 정보를 소유할 가능성이 높다는 측면에서 관계강도는 약하지만 보다 다양한 정보를 얻을 수 있다는 정보적 혜택을 극대화할 수 있다. 자유로운 네트워킹을 통해 생각과 경험을 공유하는 마이크로 블로깅은 오프라인에서 접촉할 수 없는 대상에 대한 네트워킹이 가능하고, 본인의 의지만 있다면 수많은 사람들과의 연결망의 형성도 가능하다는 점에서 현대의 새로운 사회자본의 형성과 유지에 중요한 함의를 내포하고 있다.

이렇듯 마이크로 블로깅은 커뮤니케이션과 네트워크 관리를 통해서 생성된 개인의 상태 정보를 Open API라는 형태로 외부에 오픈함으로써, 다양한 연동을 통해서 그 가치를 증대시키고 있다. 기존의 SNS서비스에서 진일보한 마이크로 블로그는 참여, 공유, 개방이라는 웹 2.0의 특성까지 융합시키며 새로운 문화의 장으로서의 역할을 키워가고 있는 것이다.

3. 마이크로 블로그와 사회적 위험, 그리고 자율규제

이제까지 살펴 본 것처럼 마이크로 블로깅을 기반으로 한 인터넷 이용은 매우 다양한 함의를 지니며 영향을 미치고 있다. 마이크로 블로그 서비스의 확산이 가속화되어 향후 검색 등을 통해 콘텐츠의

공유가 본격적으로 이루어지고 사용층이 저연령층으로 대중화될 경우 우선 고려해야 할 사항은 개인의 프라이버시가 노출되거나 타인의 프라이버시 및 인격권을 침해하는 사례가 발생할 우려가 크다는 점이다. 이는 개인의 관계형성 자체가 프라이버시에 속하기도 하고 기존의 서비스인 미니홈피의 1촌 공개 시에 발생했던 이슈이기도 했는데, 작성되는 글의 주제 자체가 프라이버시에 속하는 일상적인 경험과 개인의 주관적인 견해가 많기 때문에 뜻하지 않게 자신의 프라이버시가 원치 않는 타인에게 노출되거나 타인의 인격이나 프라이버시를 침해할 가능성이 크다는 점 때문이다.

또한 이미 몇 차례 문제가 되었던 '사칭'의 문제가 있을 수 있다. 개인의 신원에 대한 확인이 어려운 상황 때문에 유명인을 사칭하여 허위사실 혹은 명예훼손 등의 트윗이 생산되는 경우 엄청난 전파력으로 인해서 회복하기 힘든 문제가 발생할 수 있다는 점이다.

아울러 스마트폰의 기능이 고도화됨에 따라 향후에는 마이크로 블로깅 서비스를 통해 간단한 텍스트 외에도 대용량 사진과 동영상도 지인뿐 아니라, 나를 follow하는 불특정 다수에게 급속하게 전파될 수 있을 것이므로, 청소년 등에게 유해한 콘텐츠 및 특정인을 비하하는 명예훼손성 게시물에 대한 관리 방안 모색이 필요할 것으로 보인다. 여기에서는 크게 4가지 주제에 대해 향후 나타날 수 있는 문제들에 대해 진단해보고 각각에 대한 대처 방안을 자율 규제적 관점에서 제시해보도록 한다.

가. 마이크로 블로그에서 허위사실에 의한 명예훼손

1) 사회적 우려

2009년 9월 중앙선거관리위원회는 선거를 앞두고 트위터에 대한 감시와 단속 활동을 펼치겠다고 밝힌 바 있다. 불법선거운동, 선거범죄를 차단하겠다는 것이다. 이는 이용자가 콘텐츠를 생산하는 기

존 UCC 서비스와 동일한 문제가 나타날 수 있음을 시사하는 것이다.

트위터와 같은 마이크로 블로그 서비스가 급격하게 성장하면서 뉴미디어로서 인식되고 있다. 더불어 올드 미디어보다도 빠른 확산 능력, 검증되지 못한 정보로 인해서 역기능에 대한 우려가 나타나고 있다. 특히, 마이크로 블로그는 이용자가 곧 생산자이자 소비자로서 구성되고, 쉬운 관계 형성으로 내용의 확산이 지금까지의 인터넷 서비스보다 빠르다고 할 수 있다. 이렇게 빠른 확산 능력은 명예훼손이라는 이슈와 만나면 피해자가 감당하기 힘든 문제를 야기할 수 있다. 지금부터 마이크로 블로그에서의 모욕, 명예훼손 이슈, 관련 사례들, 그리고 대응 방안을 제시해 본다.

2) 마이크로 블로그에서의 명예훼손 사례들

먼저 트위터의 스타 마케팅과 함께 생겨난, 유명인을 사칭하여 당사자를 곤란하게 했던 사례들이 있다. 지난 7월 가수 손담비를 사칭한 트위터가 발견되어 한바탕 소동이 있었다. 프로필에는 손담비의 사진이 있고, 직업란에는 가수라고 명기되어 있었다. 가수 손담비가 트위터에 계정을 개설한 적이 없다고 밝히면서 사칭임이 확인되었다. 같은 달에 민주공화당 허경영 총재를 사칭한 트위터가 연이어 나타나면서 사칭에 관한 논란은 더욱 커졌다. 그리고 동방신기를 사칭한 사건도 발생했다.

사건의 당사자들이 공식적인 대응을 하지는 않았지만 명예훼손의 소지는 충분했다. 가수 손담비를 사칭한 트위터에는 '아이폰을 갖고 싶다'는 내용이 담겨 있었다. 공인으로서 적절치 못한 발언이라는 등의 괜한 오해를 살 수 있었다.

허경영 총재를 사칭한 트위터에는 '출소 전 유체 이탈을 통해서 많은 이들과 만났다'는 등 의도적으로 당사자에게 피해를 줄 수 있는 내용의 글이 담겨 있기도 했다. 또 북한의 조선중앙통신사가 트위터를 개설했다는 소식은 국내 대부분의 언론사들이

보도했는데, 해외 네티즌의 것으로 밝혀지면서 오보임이 확인되는 해프닝으로 끝나기도 했다. 이는 트위터가 사회 비용의 낭비를 초래하는 사태를 낳을 수도 있음을 보여준다.



〈그림3〉 가수 손담비를 사칭한 트위터 화면

해외에는 유명인을 사칭한 계정이 수도 없이 많다. 물론 논란도 뜨거운 상황이다. 지난 10월 영국 고등법원은 타인을 사칭한 트위터 사용자에게 사칭하는 행위에 대한 금지명령을 내렸다. 법률회사 ‘그리핀 로펌’의 소유자이자 유명 블로거인 도널 블래니를 사칭한 계정을 운영한 트위터 이용자에게 내린 판결이었다.

다음은 검증되지 않은 허위사실 유포로 인한 명예훼손 사례를 보겠다. 지금은 고인(故人)이 된 미국의 영화배우 패트릭 스웨이지의 사망에 관한 오보 사건이 있었다. 미국의 지역 라디오 방송국이 트위터에 남긴 ‘패트릭 스웨이지가 채장암과의 전쟁에서 지고 말았다’는 글이 다른 트위터로, 핸드폰으로 퍼지면서 잘못된 정보가 유포된 것이다. 결국 대변인을 통해서 오보임이 밝혀졌다. 또 애플 CEO 스티브 잡스의 심장마비설도 있었다. 당시에 애플 주식은 5%나 폭락했었다. (나중에 잡힌 범인은 10대 소년이었다.) 이처럼 명예훼손을 넘어 사회적인 문제로, 혹은 경제 여파로 확대되는 케이스도 있었다.

그 밖에 의도적인 명예훼손성 사례도 있다. 미국에서는 이와 같은 명예훼손 혐의의 고소 사건이 상

당수 발생했다. 록가수 코트니 러브가 패션 디자이너와의 불화로 인해 악의를 품고, 그 디자이너가 마약을 한다는 내용의 글을 트위터에 남겼고, 결국 디자이너로부터 고소를 당했다. 또 아파트 주민이 아파트 건설업체를 두고 비꼬는 듯한 내용의 글을 올렸다. ‘곰팡이가 난 아파트에 살면 건강에 나쁜데 호라이즌 리얼티는 괜찮다고 생각한다’는 의견이었다. 이 역시 호라이즌 그룹으로부터 명예훼손 혐의로 고소를 당했고 5만 달러의 피해 보상을 요구받았다.

지금까지 나온 사례를 정리해 보면, 크게 세 가지로 분류된다. 사칭으로 인한 피해, 허위사실 유포로 인한 명예훼손, 그리고 직접적으로 명예훼손성 글을 남기는 경우이다.

3) 마이크로 블로그의 빠른 전파력, 그리고 긍정적인 기능.

명예훼손의 대응 방안을 논하기 전에 마이크로 블로그의 확산 속도에 대해서 먼저 짚고자 한다. 마이크로 블로그와 다른 웹 서비스의 차이점 중에서 ‘빠른 전파력’이라는 부분은 명예훼손 문제와 가장 관련이 깊은 특징이기 때문이다.

몇 가지 사례를 보자. 영화배우 장진영 씨가 사망했다는 소식은 언론에 속보가 뜨기도 전에 트위터에 먼저 글이 올라왔었다. 정운찬 씨의 국무총리 내정 소식도 엠바고가 무색하게 트위터를 통해 흘러나왔다. 올해 1월 뉴욕 허드슨 강에 비행기가 비상착륙했을 때, 근처를 지나던 유람선 탑승객이 트위터에 남긴 글이 삽시간에 퍼졌다. 이것은 뉴욕타임즈보다 15분이나 빨랐다고 한다. 인도 뭍바이에서 폭탄 테러가 발생했을 때에도 트위터는 기존 언론보다 빨랐다. 또 이란의 부정선거 사태와 중국 위구르 유혈사태도 트위터가 전하는 소식이 가장 빨랐다.

아프가니스탄 대통령선거 당시 정부의 언론보도

통제, 탈레반의 투표소 공격 등 심각한 선거방해 활동이 자행되고 있었다. 이러한 가운데 트위터를 통해서 속보가 나왔고, 유권자들에게 정보를 제공하는 창구가 되었다. 특히 이 사건은 트위터의 긍정적인 측면을 상당히 부각시켰다. 이러한 사례는 수없이 많다. 마이크로 블로그의 엄청난 전파력을 보여주는 것이다. 기존 매체보다도 빠르게 정보를 전파하는 힘을 갖고 있다. 동시에 그 전파력의 긍정적인 측면을 보여주는 사례이기도 하다.

생산자가 곧 소비자가 되는 양방향 커뮤니케이션 서비스, 마이크로 블로그는 자연스러운 소통의 도구이다. 일방적인 정보가 흐름으로써 나중에 오보가 수정되는 것이 아니다. 엄청나게 쏟아지는 수많은 정보들이 순식간에 소비되고, 그 흐름 속에서 거의 실시간으로 정보들은 업데이트되는 것이다.

4) 트위터와 미투데이

지금까지 언급한 내용들은 마이크로 블로그 중에서도 트위터를 위주로 한 사례와 분석이었다. 트위터가 세계적인 마이크로 블로그 서비스이기는 하지만, 한국의 인터넷 서비스 상황, 법제도 및 문화적 차이 등을 반영해주지는 못하고 있다. 그래서 현재 한국의 대표 마이크로 블로그 서비스인 미투데이와 트위터에 대해서 명예훼손과 관련이 깊은 특징점을 간단히 짚고 넘어간다.

첫째, 사칭이라는 이슈를 봤을 때 두 서비스 모두 차이점이 없다. 사칭하고자 마음만 먹으면 가능하다는 것이다. 트위터는 해외 서비스로서 실명제 혹은 본인확인제와 같은 인증 시스템이 없고, 가입 절차도 아주 간단하다. 미투데이의 경우도 마찬가지다. 물론 네이버 아이디로 사용하는 것이 가능해졌기 때문에 아이디의 실제 소유주가 누구인지 알 수는 있으나 그것은 사칭으로 문제가 된 후에 검증의 문제이지 사칭을 못하는 것은 아니다. 실례로 처

음부터 실명제로 운영된 싸이월드에서도 사칭으로 인한 사건이 발생했었다.

둘째, 전파력의 문제는 두 서비스 간에 차이가 크다. 트위터는 RT(retweet)이라는 개념과 follower라는 개념을 갖고 있다. 다른 사람을 follow 함으로서 그 사람의 글을 구독할 수 있고, 여기에 RT를 함으로서 그 글을 나의 follower들에게 전파할 수 있다. 동시에 RT는 작성자에 대한 답글의 의미일 수도 있지만 원글에 종속되는 댓글과는 다르다. 반면, 미투데이에는 내 공간에 대한 구분이 명확하고 내가 쓴 글에 다른 이들이 댓글을 달 수 있는 방식이다. 또 관계 형성도 일방적인 것이 아니라 상대방의 허락을 얻어야 하는 방식이다.

따라서 트위터는 전파 속도가 기존 매체보다 빠르다고 할 만큼 위력적이지만, 미투데이는 그렇지 않다.

5) 마이크로 블로그의 '허위사실로 인한 명예훼손'

다시 한번 마이크로 블로그 서비스에서 예상되는 명예훼손의 유형을 정리해 보면, 사칭 및 허위사실로 인한 명예훼손과 고의적인 명예훼손성 발언에 의한 것으로 나눌 수 있다. 세 유형의 공통점도 있다. 모두 '허위'라는 점이다.

'사실'에 의한 명예훼손성 글이 유포되어 논란이 된 사례는 찾기 힘들다. 다시 말해서 건설적인 비판이나 사실에 의존한 주장은 비정상적으로 전파되거나 이슈가 되지 않는다는 뜻이다. 역설하면 허위사실로 인한 명예훼손성 글일 경우 치명적으로 확산됨을 의미한다.

6) 대응 방안

첫째, 자율 정화에 맡겨라.

필자는 얼마 전 복권 1등 당첨자가 1등에 걸린 복권과 당첨금 수령 영수증을 사진으로 찍어 트위터에 올린 글을 보았다. 당연히 사실이라고 생각했고

내용을 공유하고자 RT를 했다. 얼마 뒤 답글이 있어 확인해 보니, 나의 follower가 복권 당첨 글이 조작된 것이라고 알려주었다. 불과 몇 분만의 일이었다.



〈그림4〉 복권 당첨 글이 조작임을 알려주는 follower들의 글

테터앤미디어 이성규 팀장의 인터뷰 기사를 보면, 애플 CEO 스티브 잡스의 심장마비설이 있었을 때, 제프 자비스 뉴욕시립대 교수는 자신의 블로그에 이 루머가 사실이 아니라는 포스트를 먼저 봤다는 글을 올렸다고 한다. “블로그스피어를 비판하는 사람들을 보면 블로그스피어가 잘못된 정보를 확대 재생산 한다는 사실을 강조하지만 실제로는 잘못된 정보만큼이나 올바른 정보도 같은 속도로 움직인다. 자연스럽게 필터링된다는 이야기다. 이게 하루 단위로 뉴스를 전달하던 전통적인 주류 저널리즘과 다른 부분이다. 잘못된 정보는 있을 수 있다. 그렇지만 실시간으로 검증되고 자연스럽게 도태된다. 협업 필터링인 셈이다.” 마이크로 블로그는 확산 속도가 빠르다. 기존 매체, 지금까지의 인터넷 서비스와 달리 모바일과 접목해 실시간에 가깝게 살아 움직이면서 스스로 업그레이드를 할 수 있는 것이다. 기술적인 것이 아니라, 내용적인 측면에서 스스로 걸러낼 것은 걸러내고 소화할 것은 소화하는 것이다.

둘째, 자율규제에 맡겨라.

지난 8월 한국정보화진흥원(NIA)이 ‘개인 웹미

디어 활성화를 위한 정책적 개선방안 연구’라는 보고서를 발간했다. 블로그 등 개인 웹미디어 환경에서의 명예훼손 등의 분쟁은 국가 개입보다는 민간 자율에 의해 해결해야 한다는 연구결과였다.

내용을 보면 해외 인터넷 규제제도는 대부분 민간 사업자가 주도하는 자율규제기구를 중심으로 이뤄지는데, 이는 인터넷 공간이 제도적 접근으로는 규제 실익이 낮다는 인식을 공유하고 있기 때문이라고 설명한다. 이를 뒷받침하는 법률 전문가들의 또 다른 시각이 있다. 법률 전문가들은 법이 첨단 기술을 따라잡기 힘들기 때문이라고 한다. 예를 들어 음악공유 소프트웨어 냅스터(Napster)의 등장 이후 시작되어 지금까지 계속되는 음악 공유에 대한 법적 공방을 생각해 볼 수 있다. 또 다른 이유는 웹이라는 것이 실제로 존재하는 공간인지 특이하게 분리된 공간인지에 대한 개념을 판단하기 어렵기 때문이라고 한다. 또 보고서에 따르면, 방송통신심의위원회가 행정기구에 준하는 권한과 영향력을 인터넷 서비스제공자에게 행사하고 있는 것은 개인 웹미디어 공간에서의 이용자 권리에 대한 과도한 침해라고 강조했다.

그리고 명예훼손 등 개인의 권리침해로 발생한 분쟁 사안에 대해서는 분쟁조정기구를 활용해야 한다고 밝히고, 인터넷 게시물에의 임시조치에 대해 일방적 주장에 따른 삭제 등의 임시조치를 취했을 경우 게시자의 소명 권리를 명시적으로 보장해야 한다는 내용도 있었다. 종합해보면, 마이크로 블로그 서비스에서 표현의 자유를 보호하고 당사자 간의 문제 해결을 유도하기 위해서는 법제도 혹은 공적 규제보다는 민간 자율규제에 맡기는 것이 바람직해 보인다.

7) 마이크로 블로그, 주절대는 소통의 공간에서의 표현의 자유

자료를 찾는 중에 마이크로 블로그 서비스를 모니터링하는 서비스를 발견했다. 아마도 이 서비스

를 기획한 사람의 의도는 최신 트렌드를 읽거나, 관심사를 찾기 쉽게 하는 등의 긍정적인 생각에서의 출발이었을 것이다. 그러나 명예훼손 문제를 고민하는 필자의 입장에서 본 이 서비스는 ‘감시 도구’로만 비춰졌다. 누군가는 그런 용도로 쓰지 않을까 하는 의구심마저 들었다. 결코 그런 일이 없기를 바랄 뿐이다.



(그림5) 마이크로 블로그 서비스에 대한 모니터링 <http://sideline.yahoo.com/>

나. 마이크로 블로그의 프라이버시 관련 이슈

단순한 생각으로, 마이크로 블로그는 제공되는 기능의 단순함으로 인해 사생활 침해가 발생할 수 있는 요인들이 적고 노출되는 정보가 한정되어 있어, 기존의 SNS에서 발생했던 프라이버시 이슈에 비해 상대적으로 위험성이 적다고 볼 수 있다.

서비스 개념 자체가 본인의 이름(실명 또는 닉네임)을 내걸고 있긴 하나, ‘개인 블로그’라기 보다는 ‘공개 게시판’의 성격에 가깝다고도 볼 수 있기 때문에 수위가 높은 사생활을 적시하거나, 그와 비슷한 성향의 글은 이용자 스스로 게시하지 않을 것으로 생각되며 이에 따라 사생활 침해 이슈가 될 만한 요인이 없다고 생각되는 것이다. 또한 해당 서비스에 대해 국내에서는 아직까지 계층별 호불호가 심하여 보편적인 서비스로 자리 잡고 있지 못하다는 생각, 이로써 사생활 침해 사례를 양산했던 싸이월드의 미니홈피에 비하여 큰 문제가 되지 않는다고도 생각할 수 있겠다. 그러나 다른 한편으로는, 마

이크로 블로그가 140자 내의 단문서비스이긴 하지만 모바일과 연동되어 실시간 정보가 뿌려지는 속도와 이에 따른 파급효과를 고려해 보면, 다양한 기능 제공으로 인해 사생활 침해 이슈를 양산했던 기존 SNS의 사생활 침해 이슈와 맞먹는, 혹은 보다 더 심각한 프라이버시 이슈가 발생할 수 있는 가능성이 있음을 예측할 수 있다.

요컨대 더 문제가 되는 것은 ‘정보의 내용’이 아니라, ‘정보의 공유 방식’에 따른 파급 효과일 수 있는 것이다. 이에 마이크로 블로그에서 발생 가능한 몇 가지 프라이버시 이슈를 정의해 보고, 이를 최소화하기 위한 방안에 대해 살펴보고자 한다.

1) Follower-following 관계 형성의 용이함에 따른 우려-스토킹

마이크로 블로그의 프라이버시 이슈에 대해 고민하면서 참고한 사례는 실명 기반의 성공한 서비스로서 사생활 침해 사례의 대표적인 싸이월드 미니홈피 이슈이다. 기존 SNS에서의 관계 형성은 친구요청/일촌요청→친구수락/일촌수락 형식으로 먼저 당사자에게 동의를 구한 후 이에 따라 친구의 홈페이지를 열람할 수 있는 일종의 ‘자격’을 부여 받는 프로세스로 진행된다. 그에 따라 보통은 나와 오프라인 상에서 안면이 있는, 최소한 나의 사생활을 어느 정도 공개해도 되는 사람들과의 관계로 네트워크가 형성되며, 이렇게 ‘어느 정도는 제한된’ 범위 내에서 자기 과시 또는 노출 욕구를 표출하고 본인이 작성한 게시물에 대한 반응을 기대하게 된다. 이렇게 함에도 불구하고 일촌의 일촌을 통하거나 불법 스크랩을 통해 발생하는 사생활 침해 이슈가 상당하다.

이와 비교하여 마이크로 블로그에서는 관계 형성이 일방적으로 이루어진다. 즉, 내가 마음먹기에 따라 ‘follow’ 버튼 한 번 클릭으로 당사자의 허락 없이도 상대방의 ‘follower’가 될 수 있다. 특정 개인의 게시물들을 자동으로 받아볼 수 있게 되고, 또한 이러한 관계 설정을 하지 않아도 홈페이지 방문

시 작성된 글을 전부 다 볼 수 있으며 Retweet 기능도 가능하다. 이에 따라 본인의 게시글이 유포되는 대상이나 범위에 대해 제어할 수 없으며 자신의 신변잡기적, 친구들과 공유하는 사소한 일상적 정보가 노출되어 특정인의 스토킹 대상이 될 수 있다.

더욱이 최근 스마트폰이 활성화되고 마이크로블로그가 모바일 서비스로 확장되면서, 사용자들이 언제 어디서든 실시간으로 글을 남길 수 있다. 때문에 스토킹 대상이 그 시간에 어디서 / 무엇에 대해 / 무슨 생각을 하고 있는지 확인할 수 있다. 특히 게시물을 등록한 장소의 위치정보를 발송하는 서비스의 경우 (Tossi의 경우, 게시물을 작성한 위치 정보가 게시물에 함께 달리게 되어 있음.) 그 위험도가 더 크다. 원치 않을 경우 block할 수 있지만, 기본적으로 게시물이 공개 상태이기 때문에 트위터 URL로 접근하면 그 동안 작성한 게시물을 어려움 없이 확인할 수 있다. 이에 사생활 침해에 대한 우려가 더 크다.

2) 인스턴트 메시지 작성의 편의성에 따른 우려 - 여과 없는 사생활 노출

위에서 서술한 기존 SNS와 마이크로블로깅에서의 인적 네트워크를 형성하는 과정 및 정보 전파 프로세스를 살펴보면 또한 해당 서비스들이 담고 있는 내용에 있어서도 차이를 유추할 수 있다.

신청 및 수락의 과정을 거쳐 자신의 인적 네트워크 형성 전 일차적인 검수를 거친 관계로 만들어진 사람들과 맺어진 공간에서는 게시물 작성 등 콘텐츠를 만들 때 자신이 관계를 맺고 있는 사람들간의 이해관계를 고려하여 그들과 직/간접적으로 관련이 있거나 영향을 미칠 수 있는 내용에 대해 자체적인 필터링을 하게 된다. 자신의 이미지에 대해 '아는 사람들' 대상으로 관리하게 되어 자신의 일상을 남기는 데 심사숙고를 하는 것이다.

특히 사생활 관련 부분에 대해서는 정보를 노출하는 수위 및 게시물을 열람하는 대상자를 구분하

여 일부 그룹에게만 노출하는 기능을 사용할 수도 있다. 이렇듯 이용자 본인의 주변 관계에서 발생할 수 있는 사생활 노출 이슈를 최소화하고자 하는 자체 노력과 시스템적인 지원으로 어느 정도는 사생활 침해 이슈를 방지할 수 있는 것이다. 반면에 트위터에서는 아무런 부담 없이 follower를 할 수 있는데 또한 이렇게 맺어진 관계에서 가벼운 얘기를 할 수 있는 문화적 분위기가 조성되어 있다. 싸이월드처럼 일촌이 맺어지면 사적인 이야기가 오고 가는 서비스와 다른 모습이라고 할 수 있다.

이처럼 오고 가는 짧은 단문은 공적인 효력을 갖기도 하고, 단순히 사적인 잡담에 그치기도 한다. 사적인 공간이라 생각하여 작성한 글이지만, 사람들이 손쉽게 접근할 수 있는 점에서 공적인 성격을 갖게 될 수 있다. 또한 단문으로 작성하기 때문에 블로그보다 신중하게 생각하지 않고도 글을 작성할 수 있는데, 이에 따른 선부른 단어 선택으로, 이로 인한 파급 효과나 사생활 노출을 크게 의식하지 않고 글을 등록하게 되는 경우가 발생한다. 예기치 않았으나 이슈화 될 소지가 있는 주제에 대해서도 쉽게 등록될 수 있는 것이다.

본인이 글을 올리는 동시에 follower의 홈페이지로 본인의 글이 전송되고 이것은 Retweet 또는 복사를 거쳐 또 다른 사용자에게 뿌려질 수 있으며 결국 전혀 일면식이 없는 사용자에게까지 전달되는 파급 효과를 가진다. 이렇듯 실시간으로 유포되는 정보들은 사실 확인 여부를 거치지 않고 공유되는데, 불확실한 사실 및 허위 사실로 인한 사생활 침해 이슈가 발생할 소지가 높다.

더욱이 마이크로 블로깅에서 제공하는 Retweet 기능 및 RSS 같은 콘텐츠 배포 기능은 정보 전달을 편리하게 하지만, 한번 배포된 글은 회수가 힘들다는 점에서 그 우려가 더 크다고 할 수 있다.

3) 단문 히스토리 및 Follower-Following 목록 노출에 따른 사생활 침해 우려 - 관음증 유발

전문가들의 견해로는 싸이월드가 성공한 이유가 인간적 본성인 ‘노출’과 ‘관음증’의 욕구가 적절히 잘 맞아 떨어지기 때문이다. 싸이월드의 대문글, 일촌평, 방명록, 게시글 및 사진에 대한 방문자의 댓글 등은 모두 홈페이지 주인의 면면을 엿볼 수 있는 요소가 되며 심지어 ‘비밀 방명록’의 작성 여부도 메인 화면의 ‘N’ 표시로 짐작할 수 있게 됨으로써 타인의 사생활에 대한 관심을 유발하는 요소로 작용하게 되었고 이에 따른 사생활 침해 이슈가 발생하였다.

마이크로블로깅에서는 홈페이지 주인이 follow하는 대상자들(following)과 본인을 follow하는 follower를 모두 보여주는데, 이는 싸이월드의 ‘일촌파도타기’를 노출함으로써 자신의 인적 네트워크를 과시하고자 하는 욕구와 이로 인한 사생활 침해가 발생한 경우와 유사한 사례를 만든다.

팔로우는 트위터에서 인맥을 넓혀나가는 가장 기본적인 행위인데 유명인들의 트위터를 방문해 보면 아주 적은 following과 그에 비교하여 엄청나게 많은 follower를 갖고 있다. 예를 들어 김연아 선수의 경우 7명의 following과 5만 명이 넘는 follower를 보유한다. 이처럼 follower/following의 목록과 비율은 그 사람의 인기를 반영하는 요소로 자리매김되고 있다.

일반인들의 경우 follower/following의 비율이 거의 비슷하며 우리나라의 경우 나를 follow하는 상대방을 다시 follow하는 ‘역 follow’가 빈번한데 그 이유는 나를 follow한 상대가, 내가 다시 follow를 해주지 않으면 본인을 무시한다고 생각해서 follow를 풀어버리는 일이 발생하곤 하기 때문이다. 별 것 아닌 듯하지만 내가 follow하느냐, 남이 나를 follow하느냐는 것은 민감한 문제로 작용할 수 있으며 인적 네트워크 과시 욕구를 부추기는 요인이 되기도 하는 것이다.

아무튼, 이렇게 개인적으로 관심이 있거나 네트워크를 맺고 있는 홈페이지에서 주인이

follower/following 관계를 맺고 있는 사람들의 목록을 보면서 이름, 직업 등의 정보를 보게 된다. 이와 동시에 홈페이지에 누적된 단문 히스토리를 살펴보면, 주인이 누구에게 어떤 방식으로 답변을 했으며, 더 나아가 바로 옆에 노출된 follower/following의 개인정보를 살펴 동일 인물을 찾아낼 수도 있다. 이러한 것들을 바탕으로 홈페이지 주인의 사적인 생활의 단면 및 인간관계 등을 파악할 수 있고, 심지어 특정인과의 약속 스케줄까지도 파악이 가능하다.

4) 검색 노출로 인한 마녀사냥 - 사이버테러 이슈

검색 서비스 기능과 네티즌들의 검색 능력이 날이 발전하면서, 검색을 통해 연관된 정보를 찾아 내기가 쉬워지고 있다. 때문에 이슈화된 사건과 연관된 사람의 신상정보를 노출하고 그 사람이 인터넷에 남긴 흔적들을 낱알이 파헤칠 수 있다는 역기능이 발생하는데, 특정 개인의 견해를 비판하거나 비난하는 집단들의 위협(사이버 폭력)에 시달릴 수 있다. 미니홈피는 검색 노출을 제한하여 그 피해를 조금이나마 줄일 수 있으나, 마이크로 블로그는 구글에서 아이디로 검색하면 게시글이 수두룩하게 쏟아져 나온다(Tossi의 경우에는 미니홈피처럼 공개 설정 기능을 제공하고 있음). 한 사람의 아이디만 알아도 어떤 글을 작성했는지 찾아 볼 수 있는 것이다. 이것은 매우 심각한 사생활 침해 요인으로 볼 수 있다.

이는 마이크로 블로깅에 국한된 문제점이라기보다는 SNS가 가진 부정적인 면이라고 할 수 있을 것이다. 2PM 재범 사태 / 루저녀 / 개똥녀 등이 예가 될 수 있는데, 네티즌들이 해당 홈페이지를 방문하여 여과 없는 원색적인 비난을 함으로써 사생활을 침해하는 경우가 빈번하다. 특히 연예인들의 사생활에 관한 소문이 무차별적으로 대중에게 노출되면서 인권 침해에 대한 우려가 커지고 있는 상황이다.

5) 향후의 과제

이와 같이 현재 나타나고 있는 몇 가지 프라이버시 이슈를 살펴보았는데, 그밖에도 마이크로 블로깅이 수많은 사람들의 커뮤니케이션 수단으로 이용되면서 개인의 사생활 침해가 항시적으로 발생할 수 있으며 궁극적으로는 법적 다툼으로까지 이어질 수 있다. 이에 사생활 침해 부분은 마이크로 블로깅에 국한되기도는 1인 미디어, 인터넷이 지닌 역기능이기 때문에 총체적인 관점에서 풀어야 할 숙제로 보인다.

실제 서비스 상에서의 사생활 침해를 막기 위해서는 기능상의 여러 보호장치를 개발해야 할 것이다. 서비스의 방향성에 따라 강제할 수는 없겠지만, 사생활 보호기능(검색 차단 / 글 배포 금지 / 정보 등록 후 노출 수준을 결정하는 기능 등)을 사용자가 설정하여 이용할 수 있게 서비스 기능을 마련하는 것이 방법일 수 있다. 또한 정보를 게시할 때 본인의 책임의식을 고양시킬 수 있는 경고 문구 등을 삽입하는 것도 방법이 될 수 있을 것이다.

특히, 네티즌들의 사생활 보호 / 사이버 테러에 대한 인식 부족이 가장 큰 문제점인데, 이에 사생활 침해를 막기 위한 방안으로 무엇보다 중요한 것이 사용자들의 의식 제고다. 내가 작성한 글이 누구나 쉽게 볼 수 있고 접근 가능한 전체공개 게시물이란 공적인 성격을 갖고 있으며, 그 글을 작성함으로써 미칠 영향을 최대한 고려하여 신중하게 작성하도록 해야겠다.

어린 이용자들이 본인들의 홈페이지를 널리 알리고 주목받기 위해 연예인들의 사생활 침해 소지가 있는 자료 등을 이용하고 있는 사례들이 발견되는데, 이는 미약한 윤리의식에서 비롯된 것으로 근본적으로는 교육의 부족에서 오는 것이라 하겠다. 초등학교부터 단계를 밟아 사생활이 무엇이며 타인의 초상을 받으려면 동의를 받아야만 되고 답글의 모욕적 언사를 자제해야 한다는 등의 인터넷 사용자로서의 의무를 교육하여 그들 스스로가 잘못된 인

터넷 사용에 대하여 옳고 그름을 판단하게 하여 자율적으로 건전한 공간을 만들도록 해야 하는 것이다. 이렇게, 이용자들의 활동성을 유지하면서도 사생활의 침해는 최소화할 수 있도록 하는 방안으로 제기되었던, 공교육 과정에 인터넷 사용에 있어서의 에티켓이나 윤리의식 배양을 위한 내용을 포함시키는 인터넷윤리 교육은 이미 시행 중에 있다. 인터넷 사용 교육 내용이 포함된 교과서는 초·중·고등학교의 국어, 도덕, 사회, 기술, 가정, 컴퓨터 등 12개 과목 39종 국·검정 교과서이다.

위와 같은 일련의 서비스 상에서의 보호 장치와 장기적인 공교육 실천 방안으로써 이용자들의 자율적인 조정 능력이 배양되도록 서비스 업계와 정부의 합리적인 노력이 균형을 이룬다면 정보의 바다인 인터넷이 건전한 공간으로 거듭날 수 있을 것으로 믿는다.

다. 마이크로 블로깅 생산정보의 회수 불가능(즉흥성, 전파성) 폐해에 대해

1) 서론

마이크로 블로깅은 하나의 간단한 질문에 최대 140자의 답을 올림으로써 짧고 잦은 소통이 가능한 관계로 글을 포스팅하는 사람이나, 읽는 사람 모두 빠르고 가볍게 부담 없이 즉흥적으로 이용하는 특징을 가지고 있다. 또한 상대방의 허락 없이 일방적으로 관계를 설정할 수 있는 Following 방식과 나를 뒤따르는 다수의 Follower에게 RT(Retweet)라는 독특한 전파 방식을 통해, 순식간에 더 많은 네트워크화된 커뮤니티 형성이 가능한 특징을 가지고 있을 뿐 아니라, 최근 고기능 모바일 스마트폰의 출시에 따라 시간과 장소에 구애 받지 않고 실시간으로 이러한 커뮤니티 형성이 가능한 특성을 가지고 있다.

이런 마이크로 블로깅의 특성으로 인해 실시간으로 자신의 경험을 기록하고 보존하고자 하는 Life Logging족이 등장하게 되었고, 일반적인 정보보

다는 나 자신과 관련된 정보를 알리는 것에 더욱 큰 가치를 갖는 미포머(Meformer)족이 등장하게 되었다. 이처럼 기존의 웹기반 SNS 서비스가 “지인” 간에 “웹 검색”이라는 플랫폼을 이용하여 “전문적인 정보”를 추구하는 것에 반해, 마이크로 블로깅 서비스는 “불특정 다수”를 대상으로 “유선 검색과 모바일 무선인터넷”이라는 플랫폼을 기반으로 “나 중심의 가치”를 추구하는 새로운 문화를 양산하게 된 것으로 보인다.

새로운 문화는 변화를 의미하며, 변화에는 반드시 검토 해결해야 할 과제가 있게 마련인데, 마이크로 블로깅 서비스 또한 변화로 인해 사전에 검토해야 할 여러 가지 과제가 있을 것으로 보인다. 필자는 여러 가지 과제 중 마이크로 블로깅의 생산정보인 짧은 글의 즉흥적 게시와 대규모 확산으로 인해 발생 가능한 ‘생산정보의 회수 불가능성’을 살펴보고 이로 인해 현존하는 사회적 우려와 이에 대한 대응 방안도 살펴보고자 한다.

2) 구조와 특성

1) 게시글 (Tweet)

140자 내외로 게시하는 게시글.

2) 답글 (Reply)

특정인에게 적는 의견이나 답글

Ex1. @kimdaeki 재잘재잘... : kimdaeki 에게 ‘재잘재잘’ 의견을 준다

Ex2. 재 잘 재 잘 @ kimdaeki 횡 설 수 설... : kimdaeki가 횡설수설한 특정 글에 대한 의견을 준다.

3) 비밀글 (DM, Direct Message)

서로 follow 하는 사이에 발송 가능한 비밀글

Ex. DM binnamoo 재잘재잘... : binnamoo 에게 ‘재잘재잘’ 비밀글을 보낸다.

4) 전달 (RT, retweet)

다른 사람의 트위터 글을 자신의 트위터에서 불특정 다수에게 전달하는 방법이다.

Ex. RT재잘재잘... : kimdaeki가 ‘재잘재잘’이라고 작성한 글을 내 트위터에 올린다.

마이크로 블로깅에서 생산정보라 함은, 140자 이내의 짧은 게시글을 말하는데, 마이크로 블로깅 중 트위터를 기준으로 볼 때 게시글은 다음 4가지 분류로 나뉜다고 볼 수 있다.

위에서 보는 바와 같이 트위터의 게시글, 댓글 개념은 기존 블로그와는 조금 다르다. 상대방의 메시지에 댓글을 다는 것이 아니라, 내 트위터에 상대방이 참조할 수 있는 Reply를 작성하고 이에 대한 알림이 상대방에게 전달되는 흐름을 전제로 하고 있다. 기존의 댓글이 글에 종속된 개념이고 그저 소비되는 데 그쳤다면, 트위터의 답글은 메시지를 전파하는 방송 효과를 가진다. 댓글문화가 등수놀이와 같은 참여형 소비문화를 이끌었다면, 방송모델은 필연적으로 메시지의 유통을 전제로 한다. 공개된 메시지는 네트워크 효과를 타고 더 많은 사람들에게 전파된다. 이 메커니즘이 바로 트위터가 미디어로서 더욱 힘을 얻는 Retweeting의 핵심이다.

이런 의미에서 우리가 집중해서 보아야 할 부분은 바로 RT 기능인데, RT 기능은 다른 사람의 트위터 글을 자신의 Follower에게 한 번에 전달할 수 있다. 나의 Follower 숫자가 적다 하더라도 그 내용이 1차적으로 나의 많은 Follower에게 실시간으로 한 번에 전달이 가능하고, 전달 받은 나의 Follower가 다시 자신의 Follower에게 2차적으로 전달하는 형태로 몇 단계가 이루어지게 되면, 순식간에 폭발적으로 엄청난 소통이 이루어질 수 있다.

그런데, 중요한 점은 마이크로 블로깅의 특성상 주요 생산정보인 짧은 게시글이 깊은 생각 없이 감정적이고 즉흥적으로 생산되었을 가능성이 높다는 점이다. 또한 감정적이고 즉흥적인 생산정보는 모바일이라는 디바이스의 도움으로 실시간으로 전달되어져 간다. 이렇게 감정적이고 즉흥적인 생산정보는 당연히 깊은 고찰 없이 쉽게 작성된 정보인 만큼 그 가치가 높지 않다고 판단할 수 있겠으나, 정보의 생산자 또는 정보의 내용에 포함된 자가 유명인 또는 기업이라면 생산자의 의도와는 상관없이

그 가치가 급격하게 높아질 가능성이 다분하다.

만일 이 과정에서 해당 정보로 인해 피해를 받는 대상이 출현하게 되고, 해당 정보에 대한 삭제/수정 등의 이의를 제기해 온다면 정보의 생산자와 마이크로 블로깅 서비스를 운영하는 회사는 어떤 조치를 취할 수 있을까?

3) 유명 커피 회사의 게시물 임시조치 요청 사례

09년 모 유명 커피 회사에서 모 포털사로 해당 포털사의 블로그를 통해 특정인이 작성한 자사에 대한 부정적인 게시물에 대한 임시조치를 요청해 왔다. 사유는 자사의 커피에서 이물질이 발견되었다는 내용이었으며, 관련 내용에 대해 게시자와 연락

제44조의2 (정보의 삭제요청 등) ①정보통신망을 통하여 일반에게 공개를 목적으로 제공된 정보로 인하여 사생활의 침해 또는 명예훼손 등 타인의 권리가 침해된 경우 그 침해를 받은 자는 해당 정보를 취급한 정보통신서비스제공자에게 침해사실을 소명하여 당해 정보의 삭제 또는 반박내용의 게재(이하 "삭제 등"이라 한다)를 요청할 수 있다.

②정보통신서비스제공자는 제1항의 규정에 따른 당해 정보의 삭제 등의 요청을 받은 때에는 지체 없이 삭제, 임시조치 등의 필요한 조치를 취하고 이를 즉시 신청인 및 정보게재자에게 통지하여야 한다. 이 경우 정보통신서비스제공자는 필요한 조치를 한 사실을 해당 게시판에 공시하는 등의 방법으로 이용자가 알 수 있도록 하여야 한다.

③정보통신서비스제공자는 자신이 운영·관리하는 정보통신망에 제42조의 규정에 따른 표시방법을 준수하지 아니하는 청소년유해매체물이 게재되어 있거나 제42조의2의 규정에 따른 청소년 접근을 제한하는 조치 없이 청소년유해매체물을 광고하는 내용이 전시되어 있는 경우에는 지체 없이 이를 삭제하여야 한다.

④정보통신서비스제공자는 제1항의 규정에 따른 정보의 삭제요청에도 불구하고 권리의 침해 여부를 판단하기 어렵거나 이해당사자 간에 다툼이 예상되는 경우에는 해당 정보에 대한 접근을 임시적으로 차단하는 조치(이하 "임시조치"라 한다)를 할 수 있다. 이 경우 임시조치의 기간은 30일 이내로 한다.

⑤정보통신서비스제공자는 필요한 조치에 관하여 그 내용·절차 등을 포함하여 미리 약관에 명시하여야 한다.

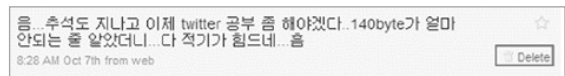
⑥정보통신서비스제공자는 자신이 운영·관리하는 정보통신망에 유통되는 정보에 대하여 제2항의 규정에 따른 필요한 조치를 한 경우에는 이로 인한 배상책임을 줄이거나 면제받을 수 있다.

(표4) 정보통신망이용촉진및정보보호등에관한 법률 중 임시조치 관련 항목

이 불가능하며, 해당 게시물로 인하여 자사의 브랜드에 상당한 이미지 실추가 예상된다는 사유였다.

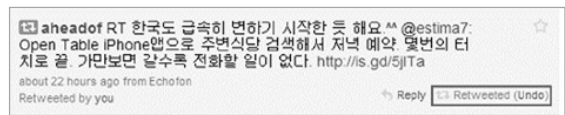
이에 대해 포털에서는 아래 표16의 정보통신망법 제44조의 2에 따라 해당 게시물에 대해 삭제 또는 임시조치 등의 필요한 조치를 취함과 동시에 신청인과 정보게재자에게 이 사실을 통지할 의무가 있으므로, 포털 입장에서는 일반적으로 URL 등으로 특정되어 접속되는 게시물에 대해 삭제 또는 블라인드 등의 임시조치를 취하는 것과 함께 신청인과 정보게재자에게 그 결과를 통보함으로써 신청과 이에 따른 처리절차를 마무리할 수 있다.

그러나 만일 마이크로 블로깅을 통해 위 사례와 동일한 게시글이 작성되었고, 해당 게시글이 RT기능을 통해 수 많은 Follower들에게 전달되었다면, 그리고 그 Follower들이 다시 자신의 Follower들에게 전달하는 방식으로 이미 생산정보를 회수할 수 없는 상태가 되었다면 포털과 정보게재자는 어떠한 조치를 취할 수 있을까? 정보게재자 입장에서는 표3과 같이 우선 자신의 게시글을 Delete 기능을 통해 삭제할 수 있을 것이다.



〈그림6〉 트위터 Delete 기능

그러나, 자신이 게재한 정보만을 삭제한 것으로 신청자의 삭제 요청에 대해 충분한 조치를 취했다고 볼 수 있을까? 만일 그렇지 않다면 정보게재자가 표4와 같이 자신의 글을 전파한 Follower들에게 Retweeted(Undo) 기능을 활용해서 전달한 자신의 게시글의 전달을 취소해 달라고 요청해야 하는 것일까?



〈그림7〉 트위터 Retweeted Undo 기능

그러나 1차 작성된 게시글이 수많은 Follower들의 RT를 통해 전파되었다면 정보게재자가 Follower들에게 회수(Retweeted Undo)를 요청하는 것은 현실적으로 거의 불가능하다고 볼 수 있다.

임시조치 요청을 접수한 회사의 입장도 크게 다르지 않다. 정보게재자가 1차 작성한 게시글에 대해 삭제 또는 임시조치와 통지 의무를 이행할 수 있겠지만, 해당 정보를 전달하고 전달된 정보를 다시 전달한 수많은 게시글에 대해 일괄적으로 임시조치 한다는 것은 기술적으로도 해결하기에 상당한 어려움이 있다.

서비스 정책적으로 볼 때 작성 시점부터 '정보를 전파하고 유통' 하는 것을 전제로 한 마이크로 블로깅 서비스에서, 이미 전파되고 유통이 완료된 정보를 수많은 사람으로부터 다시 회수(Retweeted Undo)한다는 것은, 이미 수많은 사람에게 발송이 완료되어 수신자가 이미 확인한 이메일을 회수하거나, 방송을 통해 배포된 말을 주워 담는 것과 다를 없기 때문이다.

다만, 신규로 마이크로 블로깅 서비스를 기획하는 회사의 경우라면, 원문 게시글이 삭제될 경우, 전달(Retweeted)된 게시글이 일괄적으로 삭제되는 기능을 추가하는 것도 고려하여 타 서비스와의 차별화 포인트로 가져갈 수 있을 것으로 생각된다.

기타 아래의 그림과 같이 이용자 스스로 게시글 작성과 전파를 통한 폐해에 대해 스스로 주의할 수 있도록 게시글 작성 시 경고 문구를 삽입하여 이용자 스스로 자정 능력을 키울 수 있도록 하는 것도 한 방안이 될 수 있을 것이다.



〈그림8〉 게시글 작성 시 경고 문구 삽입 사례

4) 트위터 검색기능을 활용한 기업의 브랜드 관리 예상

마이크로 블로깅은 향후 기업의 마케팅 채널로도 적극적으로 활용될 가능성이 있다. 아래 그림의 search.twitter.com이나 twhirl application 등을 활용할 경우 자사와 자사 제품에 대한 키워드를 모니터링 할 수 있게 되며 특히 표5의 advanced search option을 통해 자사에 부정적인 의견을 게재한 내용의 게시글을 실시간으로 확인할 수 있다.



〈그림 9〉 Search.twitter.com 메인 화면



〈그림10〉 Search.twitter.com advanced Search Option

이러한 키워드 모니터링을 통해 기업 입장에서, 일차적으로 자사에 대한 고객들의 불만을 확인하고 불만을 개선하는 용도로 활용하게 될 것이지만, 자사 또는 자사 제품에 치명적인 브랜드 손실을 가져올 수 있는 게시글에 대해서는 자사 서비스의 개선을 통한 불만 해소보다는 자사 브랜드 이미지의 관리를 위해 해당 게시글에 대한 삭제에 더 열중하게 될 가능성이 있다. (실제, 모 회사의 경우에도 자사에 대한 악플이 달린 글만을 모니터링하여 삭제 요청을 하는 업무 담당자를 전담으로 운영할 정도로 회사의 브랜드 이미지 관리에 상당한 노력을 기울이고 있다.)

5) 결론 및 대안

이상과 같이 마이크로 블로깅 서비스는 짧은 글 위주의 잦은 소통과 함께 생산정보에 대한 독특한 전달 방식과 모바일서비스와의 연동을 통한 실시간 정보 생산력을 기반으로 기존의 웹 기반 서비스에서 찾아보기 어려울 정도의 폭발적인 전파력을 가지고 있으며, 즉흥적, 감성적으로 생산된 정보를 구조적으로 회수하기 어렵다는 특성을 지니고 있다.

전통적으로 우리는 이러한 문제를 ‘법 제도’의 테두리 안에서 어떻게 잘 규제할 것인지를 고민하고, 보다 강력한 규제방안을 고민해 온 것이 사실이다.

그러나 문화와 시대는 빠르게 변하고 있으며 더 이상 법적 규제가 문화를 따라잡기 어려운 시대가 도래하고 있는 것이 현실이며, 이런 문화의 발전과 규제의 불균형은 보다 가속화될 것이 자명하다.

이미 마이크로 블로깅이 활성화되어 있는 외국의 사례를 볼 때 이미 오래 전부터 법적 규제와 자율규제의 균형을 통해 이런 문제를 해결해 가고 있으며, 국내 또한 2009년부터 KISO(한국인터넷자율정책기구)를 통해 자율규제의 사회적 기반을 조성해 가고 있는 상황이다. 결국 이러한 문제의 해결을 위해서는 앞서 언급된 바와 같이, 법 제도 테두리 안에서의 임시조치를 통한 법적 규제와 사업자의 자율적인 서비스 정책 개선, 그리고 이용자 스스로의 자정능력 배양 등의 방법을 통해 법적 규제와 자율규제의 조화를 통한 선순환 구조를 만드는 것이 필수적이라고 할 것이다.

마지막으로 모두가 함께 노력해야 할 문제가 있다. 기술적으로 인터넷 강국인 대한민국이 이제 인터넷 문화에서도 선진국으로 진입해야 하는 것이 그것이며, 이를 위해 정부와 기업, 학계 모든 분야에서 협업을 통한 지속적인 연구와 노력을 계속해야 할 것이다.

라. 음란물 및 광고 홍보물에 대한 처리

1) 예상되는 우려

음란물 및 스팸성 광고 홍보물 문제는 대부분의 인터넷 서비스에서 나타나고 있다. 공개 게시판 및 커뮤니티 서비스뿐 아니라 동영상 서비스, 뉴스 댓글, 사적 통신수단인 메일에 이르기까지 거의 모든 서비스에서 문제가 되고 있다. 음란 게시물이나 스팸성 광고 홍보물은 이용자들에게 불편과 불쾌감을 줄 뿐 아니라 서비스 품질 차원에서 문제가 되기 때문에 온라인 서비스 제공자에게도 중요한 관리 대상이다. 일반적으로 이용자 게시물 제재에 있어서는 문제성 게시물 여부의 판단이 난제로 꼽히지만, 음란물 및 스팸성 광고 홍보물은 판단 기준보다는 많은 양과 대상의 광범위함이 어려움으로 꼽힌다. 다시 말해서 문제 대상이 무엇인지는 비교적 명확하나, 대처하기가 어렵다는 것이다.

음란물의 경우, 서비스 운영자가 삭제와 경고를 반복하면 이용자들은 반복해서 게시하기보다는 게시행위를 중단하거나, 성인인증을 제공하거나 상대적으로 게시물 규제가 약한 다른 서비스를 찾아가게 된다. 최근 대형 포털에서 음란물 이슈가 거의 없다시피 한 것은 그 동안의 ‘전체 이용가’ 서비스를 만들기 위한 서비스 운영자의 지속적인 노력 때문이라 할 수 있다.

그런데 일반 이용자의 음란물 게시는 줄어드는 추세지만, 음란물이나 선정적 게시물을 통한 성인 광고는 서비스 운영자의 노력만으로는 근절되기 어렵다. 많은 경우 음란, 선정 게시물은 성인 대상의 광고에 이용되기 때문이다. 개인 이용자가 재미, 클릭 수 유발 등의 이유로 음란 게시물을 올리는 경우에는 이용제재가 학습 효과를 발휘하지만 이해관계가 걸려 있는 경우에는 오히려 자동등록 프로그램 이용 등으로 제재를 피해가며 반복되는 경우가 많기 때문이다.

이렇듯 정상적인 광고 플랫폼을 이용할 수 없는 성인 사이트 광고, 성매매 알선 사이트 광고, 성매매 유인 광고 및 기타 불법성 광고 게시물은 운영자

의 삭제 노력에도 불구하고 불건전 게시물을 통해서 홍보를 시도하고 있다. 또한 도박사이트 광고 및 비아그라 등 불법 의약품 판매 알선 행위 등 해외 사이트에 근거지를 둔 불법 사이트들 역시 국내 유명 사이트나 게시판 통해서 도배나 유인 게시물을 통해 홍보를 시도하고 있다. 이러한 인터넷의 ‘음지’가 마이크로 블로깅 서비스에서는 어떻게 나타날 수 있으며 어떻게 대응할 수 있을 것인가를 살펴보고자 한다.

2) 현존하는 사회적 우려

많은 사람들이 ‘깨끗한 인터넷’을 말할 때 가장 먼저 떠올리는 것이 음란물과 불법 광고물이 없는 환경이 아닐까 싶다. 인터넷에서 새로운 서비스가 인기를 얻게 되면 음란물과 스팸 광고 문제가 한 번 씩은 불거져 왔던 것이 사실이다. 마이크로 블로깅이라는 새로운 서비스가 세간의 관심을 끌기 시작하면서 막연하게 그런 문제들이 발생하지 않을지, 그에 대한 대비가 필요하지 않을지에 대한 우려가 있을 수 있다.

기준에 없었던 방식의 서비스, 다시 말해 실시간으로 핸드폰으로 정보를 보내고 받을 수 있고 모바일 환경에서 쉽게 이용할 수 있다는 점은 그동안 경험해 보지 못한 인터넷 서비스의 낯선 측면임이 사실이다. 이에 따른 문제에 대해서 미리 검토해보는 것은 충분히 의미가 있으며 그를 위해서는 이전의 서비스와 무엇이 같고 다른지에 대한 이해가 선행될 필요가 있다. 앞서 지적한 음란물과 광고 홍보물의 특성과 마이크로 블로깅 서비스의 특징에 비추어 발생 가능한 문제와 대응 방안을 검토해보고자 한다.

3) 사례조사 및 분석

(1) 음란물

마이크로블로깅 서비스에서 음란물 유포 문제가 사회적 문제로 떠오른 경우는 아직 없다고 볼 수 있

다. 이는 마이크로 블로깅이 대중화되기 이전 단계이기 때문일 수도 있지만 서비스적 특성과도 관련이 있다. 메일의 경우 대상을 가리지 않고 무차별적으로 발송될 수 있다는 측면에서, 동영상 서비스의 경우 누구나 접근 가능한 공개된 서비스에서 문제가 되는 영상 제공이 가능하다는 내용의 심각성이라는 측면에서, P2P와 웹하드의 경우에는 대용량 동영상 파일 공유를 통해 대량 유통될 수 있다는 점에서 음란물 유통이 문제가 될 수 있다. 한국에서 사회적인 파장이 큰 음란물 유포는 주로 동영상 문제였으며 포털 등 주요사이트에서 약관에 의한 제재와 모니터링으로 인해 문제 동영상 공유가 여의치 않자 대형 파일 업로드가 손쉬운 웹하드나 P2P 사이트에서 주로 유통되기 시작하였다. (‘X양 비디오’를 찾기 위해서 대형 포털을 찾는 경우는 이제 없다시피 한다.) 따라서 텍스트와 링크 위주의 서비스로서 텍스트조차 150자 제한에 걸려 있는 마이크로 블로깅의 경우 음란물 유통이 효율적인 서비스는 아니라 할 수 있다.

물론, 마이크로 블로깅 서비스에서도 사진과 동영상을 업로드 하는 것이 가능하다. 하지만 일반적인 게시판보다 훨씬 제한이 많다. 핸드폰으로 찍은 사진을 보내는 것을 기본으로 하여 컴퓨터의 사진을 업로드 하려면 추가 어플리케이션 설치가 필요하고, 1번에 1장 이상의 사진을 업로드 할 수 없다는 등의 제한이 그것이다. 더구나 해당 게시물의 1회 클릭 유도 후 추가 클릭을 유도해야 제대로 된 사진의 노출이 가능하다. 결국 마이크로 블로깅 서비스에 문제가 될 만한 콘텐츠를 바로 올리는 것보다는 링크를 통해 음란물을 노출하는 것이 효율적인 방법이 될 수 있다.

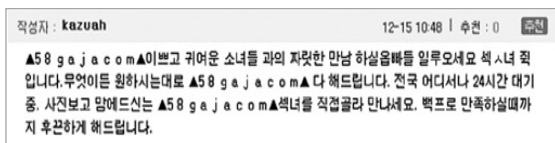
그런데 특정 마이크로 블로그가 영향력과 전파력을 가지려면 해당 블로그의 구독자수가 많아야 한다는 전제가 있다. 꾸준히 음란물을 업로드하거나 링크하여 구독자수를 확보하는 방법도 있겠지만 서비스 제공자의 모니터링과 이용자의 신고로 인해서

그러한 블로그를 유지하는 것은 쉽지 않고 투자한 노력이 한 순간에 날아갈 수 있다. 따라서 이미 많은 구독자를 확보한 유명 마이크로 블로그들에 링크를 포함한 다량의 댓글을 달거나 핑백을 보내는 방식이 그나마 효율적이라 할 수 있겠다. 하지만 그 역시 노출 효과 면에서는 제한적이다.

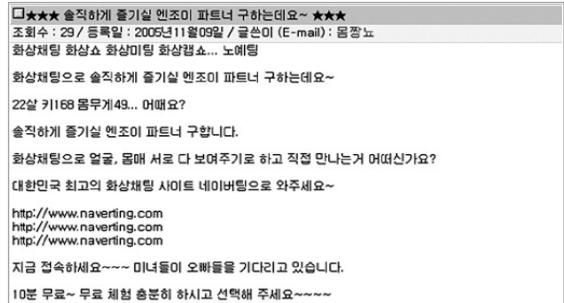
요약하자면, 마이크로 블로깅에서 음란물이 일회성 노출이 아니라 '문제'로 인식될 정도로 노출되려면 유명 블로그를 이용하여 링크와 텍스트를 활용한 유인행위가 만연해야 한다.

인터넷에서 음란물을 유통할 다른 방법을 두고 링크 정도가 노출되기 위해 그 정도의 수고를 감수하기 위해서는 단순히 '재미'나 '관심 끌기' 이상의 목적이 있어야 한다. 그리고 그 목적은 노출 자체로 일부 달성되어야 한다. 결국 마이크로 블로그의 음란물 유통의 문제라기보다는 음란과 선정을 넘나드는 콘텐츠를 이용하여 성인 사이트나 성매매 알선을 홍보하는 불법 광고 게시물의 문제가 될 공산이 크다.

그러한 게시물은 링크 사이트뿐 아니라 유인 텍스트 자체에 성기나 성행위를 묘사하는 등 음란한 내용을 포함하는 경우가 많을 뿐 아니라 게시 목적 자체에 불법성이 있다. (그림11, 12 참고) 다수의 이용자에게 불쾌감을 줄 뿐만 아니라 청소년에게 유해하며 성인에게도 불법행위를 유도한다는 점에 있어 이용자 보호 관점에서 서비스 이용자가 적극 대처할 필요가 있는 부분이다. 하지만 이러한 형태라 하더라도 앞서 언급된 마이크로 블로그에서 심각한 문제로 대두될 확률은 크지 않다. 이 문제는 광고 홍보물 문제와 함께 다시 거론하기로 한다.



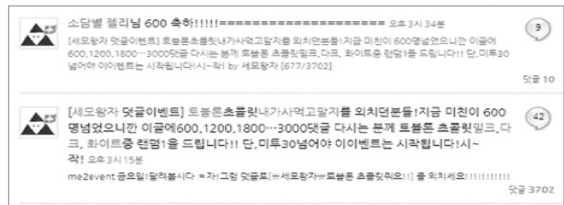
〈그림11〉 언론사 댓글의 뉴스 댓글 형식 광고물 : 성매매 알선 사이트 광고



〈그림12〉 일반 게시판의 게시물 형식 광고물 : 성인 사이트 광고

(2) 광고 홍보물

인터넷 서비스에서 광고 홍보물 문제는 일반적으로 상식적인 선의 기업 마케팅과는 구분해서 이해될 필요가 있다. 인터넷 서비스는 다양한 방식으로 마케팅에 활용되어 왔다. 자체 홈페이지를 구축하는 것은 물론이고 수신에 동의한 이용자를 대상으로 홍보 메일을 발송하거나, 블로그나 카페를 운영하는 등의 방법이 일반적이다. 각 기업이나 상품 특성에 맞는 방식으로 홍보 및 판촉 행위를 하는 것은 당연한 일이다. 이러한 마케팅의 일환으로 마이크로 블로그를 개설하여 운영하는 기업도 늘어가고 있다. 기업/상품 마이크로 블로그는 크게 두 가지 방식으로 이용자의 관심과 방문을 유발하고 있다. 추천 등을 통해 경품을 제공하거나, 링크를 통해 정보를 제공하는 방식이다. (그림참고)



〈그림13〉 마이크로 블로깅 마케팅 예시 : 경품제공형 - 제과회사



〈그림14〉 마이크로 블로깅 마케팅 예시 : 정보제공형 - 여성잡지

두 가지 방식은 모두 ‘이용자를 찾아오게 만들어서 제품을 알린다’는 공통점이 있다. 또한 이용자의 원활한 서비스 이용을 저해하지 않는다는 점과 합법적이고 합리적인 수준에서 진행된다는 것 또한 공통점이다. 그러면 문제가 되는 광고 홍보물의 특징이 유추 가능하다.

서비스 운영자들은 광고 홍보성 게시글이 서비스 질서를 어지럽히는 상업적 목적의 도배 행위 등을 ‘어뷰징’으로 분류하고 광고 홍보성 사유로 징계하고 있다. 또한 도박, 성인사이트, 비아그라 등 불법 의약품 판매 등 광고 내용 자체가 정상적인 광고 플랫폼을 이용할 수 없는 불법적인 내용인 경우 광고 홍보성 사유 및 불법정보 사유로 삭제 등의 조치를 하고 있다. 이러한 광고 홍보물은 스팸메일이나 기사 댓글, 공개 게시판, 블로그 등 많은 이용자들에게 노출될 수 있다면 그 형태를 가리지 않고 뿌려지고 있다. (그림 참고)



〈그림15〉 불법 메일 광고물 : 불법 의약품 판매

| | | | |
|----------|------------|-----------------|------------------------|
| khw3**** | ihz.de.*** | ●가입시500P증정●**** | 2009-12-14 23:54:25 신고 |
| khw3**** | ihz.de.*** | ●가입시500P증정●**** | 2009-12-14 23:54:18 신고 |
| khw3**** | ihz.de.*** | ●가입시500P증정●**** | 2009-12-14 23:54:17 신고 |

〈그림16〉 웹툰 댓글 이용 불법 광고 도배 : 성인물 및 저작권 침해 영상 제공 사이트

이 문제 역시 마이크로 블로깅 서비스에서도 나타날 수 있다. 다만, 인맥을 위주로 전파되고 텍스트와 링크 위주인 마이크로 블로깅 서비스가 효율성 측면에서 단시간에 많은 대상에게 노출되는 것을 목표로 하는 불법 광고에 매력적인 플랫폼인가

하는 점은 검토해 볼 필요가 있다.

비용 대비 효율성을 추구하는 마케팅의 효과와 효율성 측면에서 검토해 보았을 때, 불법 광고를 게시하고자 하는 자에게 이용자 확보에 시간과 노력이 필요한 마이크로 블로깅은 그다지 매력적이지 않을 수 있다. 불법 광고는 서비스 관리자의 모니터링이나 이용자 신고에 의해서 쉽게 삭제될 뿐 아니라, 광고 홍보에 이용된 사이트나 핸드폰 번호가 접속차단 되거나 사용중지 되는 경우가 비일비재하다. 따라서, 빠른 시간 내에 최대한 많이 노출되는 ‘치고 빠지는’ 전략을 쓸 수밖에 없다. 그런데 아직 한국에서 마이크로 블로깅은 단시간에 다수에게 노출, 전파되는 서비스라기보다는 온/오프라인을 통해 네트워크된 인맥을 타고 커뮤니케이션에 초점이 맞추어진 서비스로 보인다. 포털 메인에 뜬 뉴스에 댓글을 달거나, 스타 블로거의 블로그에 댓글을 도배하는 식의 패턴이 마이크로 블로깅 서비스에 고질적으로 나타날 것으로 보기 어려운 지점 중의 하나다.

4) 대책 및 대응 방안 등

앞에서 정리한 바와 같이, 마이크로 블로깅 서비스는 실시간으로 간편하게 커뮤니케이션 할 수 있는 새로운 서비스이지만 게시 형태에 제한이 있고 아직 일반적이고 대중적인 전파력을 가지고 있다고 보기에 어렵다는 점에서 음란물과 불법광고 홍보물의 범람을 우려하기에는 시기상조라고 본다. 하지만, 일반적으로 인터넷 서비스에 나타나는 수준의 문제는 충분히 발생 가능하다는 점도 함께 확인하였다. 이는 서비스가 인기를 얻고 이용자가 늘어갈수록 가시화될 가능성이 높다.

그러면 이 문제의 대응 방안은 무엇인가. 가장 먼저 기대할 수 있는 것은 서비스 제공자의 자율적인 노력이다. 여러 번 언급되었지만 음란물과 광고 홍보물 문제는 서비스 운영자에게는 ‘어뷰징’ 이자 약관 위배사항이며 서비스의 질을 떨어뜨리는 문제이

다. 이용자가 떠나가게 하지 않으려면 최대한의 노력을 기울여서 삭제 및 이용자 경고 등의 제재를 하여야 한다. 한국의 인터넷 사업자들은 지난 10년의 경험과 자율규제의 노력의 결과로 이러한 정보에 대응해 온 경험을 가지고 있어 충분히 대응할 수 있을 것으로 기대한다.

또한 통신심의기관인 방송통신심의위원회는 마이크로 블로깅 서비스도 예외 없이 심의대상으로 간주하고 심의하고 시정요구 결정을 내리기 시작하였다. 마이크로 블로그에 대한 방송통신심의위원회의 심의사례가 쌓여갈수록 150자 이내의 단문 포스팅에 대한 판단의 경험과 사회적인 이해도 함께 쌓여갈 것으로 보인다.

이러한 노력들에 더해, 지속적으로 마이크로 블로그에서 나타나는 문제에 관심을 기울이고 패턴을 분석하는 노력도 필요하다. 인터넷 서비스는 끊임 없이 변화하고 발전할 뿐 아니라 그를 이용하는 이용자 역시 다양한 방향으로 발전해 나간다. 그리고 그 방향이 늘 건전한 것만은 아니다. 서비스의 특성과 이용자 이용행태에 대한 이해를 바탕으로 음란성 게시물이나 광고 홍보물 문제가 어떤 방향으로 진화할지 분석하고 주목하는 것이 향후 마이크로 블로깅 서비스가 긍정적인 방향으로 발전하는 데 기여할 것으로 보인다. **KISO**

-참 고 문 헌-

1. 국내문헌

- 김국현(2008). 『웹 이후의 세계』. 성안당.
- 김유정(2005). 사이버 커뮤니티 참여와 이용에 대한 이용과 충족 연구. 『한국언론학보』, 49권 3호, 291~318.
- 김정기(1995). 대학생 수용자의 텔레비전 시청동기 연구. 『한국언론학보』, 35호, 37~70.
- 김지수(2004). 블로그의 사회문화적 진화와 이슈. 『정보통신정책』, 16권 8호, 18~36.
- 나은영 · 박소라 · 김은미(2007). 청소년의 인터넷 이용 유형별 미디어 이용 양식과 적응: 블로그형과 게임형을 중심으로. 『한국언론학보』, 51권 2호, 392~425.
- 박성희 · 최준호(2004). 인터넷 이용동기와 이용행태간 상관관계에 대한 탐색적 비교연구: 한국과 미국의 네티즌을 대상으로. 『한국언론학보』, 34호, 87~130.
- 박종민(2003). 휴대전화, 인터넷, 텔레비전의 미디어 속성 차이와 이용 동기 용인 연구. 『한국언론학보』, 47권 2호, 221~249.
- 배창석 · 원종호(2006). 라이프 로그 기반 개인화 서비스를 위한 지능형 가젯. 『한국정보기술학회지』, 4권 1호, 9~15.
- 은혜정 · 나은영(2002). 인터넷에서 추구하는 충족(GS)과 획득된 충족(GO) 및 이용행동 간의 관계. 『한국언론학보』, 46권 3호, 214~251.
- 이강수(1991). 『현대 매스커뮤니케이션 이론』. 서울: 나남.
- 이두희 · 전기홍 · 임승희(2001). 인터넷 이용 동기에 관한 동태적 연구. 『소비문화연구』, 4권 1호, 320~365.
- 이성규(2009). 『또 하나의 세계를 여는 트위터, 140자의 매직』. 책보세.

- 이준웅 · 김은미 · 심미선(2006). 다매체 이용자의 성향적 동기: 다매체 환경에서 이용과 충족 이론의 확장. 『한국언론학보』, 50권 1호, 253~275.
- 조대우 · 황경연(2001). 인터넷뱅킹이용에 영향을 미치는 요인: 계획된 행동이론을 중심으로. 『경영학연구』, 30권 4호, 1225~1249.
- 최정태. (2006). 『기록학개론』. 아세아문화사.
- 최환진(2004). 인터넷 뉴스의 정보처리과정에 관한 연구. 『한국언론학보』, 48권 1호, 5~27.
- 최환진(2006). 대학생 블로그 · 미니홈피 이용 동기와 이용 과정에 관한 연구. 『광고학연구』, 17권 3호, 225~248.
- 허경호(1996). 설문지의 추상수준이 텔레비전의 이용과 충족에 관한 응답에 미치는 영향. 『방송학연구』, 7호, 85~119.
- viewing motivation. Communication Research, 18(4), 443-463.
- Don, T. (2008). Grown up digital. NY: McGraw-Hill, 73-96.
- Elizabeth L. Eisenstein (1993). The Printing Revolution in Early Modern Europe. 전영표 역(2008). 『근대유럽의 인쇄미디어 혁명-개정판』. 커뮤니케이션북스.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Addison-Wesley, Reading, Mass.
- Greenberg, B. S. (1974). Gratifications of television viewing and their correlates for British children. In J. G. Blumler & E. Katz. (eds.). The uses of mass communication: Current perspectives on gratifications research (pp. 71-92). Beverly Hills, CA: Sage.
- James, M. O' toole(원문년도). 원문제목. 이승익 역(2004). 『기록의 이해』. 진리탐구.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurenvitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler, & E. Katz (eds.). The uses of mass communication: Current perspectives on gratifications research (pp. 19-32). Beverly Hills, CA: Sage.
- Kieron, O., Mischa, M. T., & Nigel, S. (2008). Lifelogging: Issues of identity and privacy with memories for Life. Workshop on Identity and the Information Society. MyLifeBits: a personal database for everything
- Marshall McLuhan, (1964). "The medium is the message." In Understanding Media:

2. 해외문헌

- Antia, L. A. (2008). Dredging up the Past: Lifelogging Memory and Surveillance. Symposium.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to action: A theory of planned behavior. In J. Kuhl and J. Beckman(eds.), Action-control: From cognition to behavior, 11-39.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of planned behavior. organization behavior and human decision process. 50, 179-211.
- Blumler, J. G. (1970). The political effects of television. In J. D. Halloran (Ed.), The political effects of television, (pp. 68-104), London: Panther.
- Conway, J. C., & Rubin, A. M. (1991). Psychological predictors of television

The Extensions of Man. New York: Signet. 63(7), 23-35.

- Papacharissi, Z. (2002). The self online: the utility of personal home pages. *Journal of Broadcasting & Electronic media*, 46(3), 346-368.
- Parker, R. E., & Plank, B. J. (2000). A uses and gratifications perspective on the Internet as a new information source. *American Business Review*, 18(2), 43-49.
- Rubin, A. M. (1986). Uses, Gratifications, and media effects research. In Bryant, J. & D. Zillmann (eds.). *Perspectives on media effects*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Youngseol Lee and Sungbae Cho (2007). Extracting Meaningful Contexts from Mobile Life Log. H. Yin et al. (eds.) *IDEAL 2007*. 750~759.

다, 라이프로그 시대”. 『한국일보』. (Available: <http://economy.hankooki.com/lpage/industry/200806/e2008061109192670260.htm>)

- 김진두(2007. 12. 6). “기억을 찾아 드립니다… 라이프로그” 『YTN동영상』. (Available: <http://media.daum.net/culture/others/view.htmlcateid=1026&newsid=20071206021505802&p=ytni>)

3. 인터넷 자료

- <http://t9t9.com/173>
- <http://2ndfinger.com/901>
- http://www.etehtrend.co.kr/2007/11/oaicaii_caoa_i.html
- <http://en-us.nielsen.com/rankings/insights/rankings/internet>
- <http://informationarchitects.jp/wtm4/>
- <http://www.warhol.org/collections/archives.html>
- <http://en-us.nielsen.com/rankings/insights/rankings/internet>
- <http://informationarchitects.jp/wtm4/>
- http://www.koreanclick.com/information/info_data_view.php?m=topic&sub_mode=topic&id=237

4. 뉴스기사

- 김희원(2008. 6. 11). “인생을 백업하고 검색한

인터넷 규제 모델의 발전을 위한 모색*



김 유 승
중앙대 문헌정보학과 교수

1. 문제제기

인터넷은 법적 진공이 아니다. 일반적으로 법은 현실 공간에 적용되는 것처럼 인터넷 공간의 활동들에도 적용된다. 만약 오프라인에서 어떠한 것이 불법이라면, 온라인에서 또한 불법이다. 문제는 어떠한 종류의 규제를 택할 것이냐다. 우리 정부를 비롯, 유럽연합 국가, 미국과 중국 등 많은 정부들은 다양한 방식으로 인터넷 규제를 시도하여 왔다. 하지만 이러한 규제에 대한 정당성과 실질적 효과에 대한 비판은 끊이지 않고 있으며, 인터넷 공간에서의 자유와 규제를 둘러싼 담론들은 아직도 완성되지 않은 논쟁으로 남아있다. 저작권 분쟁, 개인정보 보호 등 다양하고 광범위한 인터넷 규제의 영역 속에서 이 글은 불법 유해정보를 둘러싼 인터넷 내

용규제의 근거와 현실에 적용되는 다양한 모습을 비판적으로 살펴보고 향후 대안적 규제 모델의 바람직한 발전 방향에 대한 논의를 발전시켜보고자 한다.

2. 인터넷 규제의 다양성

세계 각국 정부의 인터넷 규제는 인터넷의 대중화가 가속화된 90년대 중반을 기점으로 본격화되기 시작했다는 시대적 동일성을 제외하고는 매우 다양한 모습으로 발전해왔다. 각국 인터넷 규제의 차이는 크게 인터넷의 매체적 성격을 바라보는 인식의 상이함과, 인터넷 매체를 둘러싼 상이한 사회적, 제도적 규제 구조의 차이에 기인한다고 할 수 있다. 이러한 맥락에서, 강력한 정부규제와 검열을

* 이 글은 <사이버커뮤니케이션학보> 제20호에 게재된 『인터넷 공간의 자유와 규제: 공동규제 모델의 발전을 위한 모색』을 수정·보완한 것으로서 2010년 1월 28일 국회도서관에서 KISO, 주한영국대사관, 한나라당 국민 소통위원회가 공동주최한 국제토론회 <디지털시대 표현의 자유Ⅱ>에서 발표됐다. 이 글의 재수록을 허락해준 김유승 교수께 감사드린다. <편집자>

시행하고 있는 나라가 있는 반면, 인터넷규제의 공간을 인터넷 산업체와 사용자들의 자율규제에 두고 있는 곳도 있으며, 정부규제와 자율규제가 상호 보완적으로 작동하는 공동규제를 채택하기도 한다. 또한, 이에 따라 필터링 등의 기술적 규제 방식에 대한 접근과 활동도 사뭇 다르다.

이러한 다양한 인터넷 규제의 스펙트럼을 장우영(2006: 41)은 정부의 개입 정도를 기준으로 방임, 균점, 과점, 독점의 네 가지 형태로 구분하고 있다. 하지만 대외적 안전보장과 대내적 질서 유지가 기본적 책무인 국가 권력에게 정보에 대한 통제 또한 본질적 임무(고경민, 2003: 65)라는 측면을 고려할 때*, 인터넷 규제의 영역에서 정부가 완전한 방임적 입장을 취하는 예는 사실상 찾아보기 어렵다. 따라서 현실의 인터넷 규제는 정부의 개입 정도에 따라 독점, 과점, 균점으로 나누어진다고 할 수 있다.

2.1. 독점적 규제

이들 중 규제의 독점 양상은 대부분 일당(one-party) 지배 체제의 전체주의 국가에서 나타나고 있는데, 독점의 형태는 다시 ‘엄한 제한(severe restriction)’과 ‘현저한 제한(significant restriction)’으로 구분된다. 전자의 예는 미얀마와 쿠바 정부의 인터넷 규제 정책에서, 후자의 예로는 중국에서 찾아 볼 수 있다. 정보의 알 권리와 표현의 자유를 빼앗는 이들 국가의 규제 정책은 비단 인터넷 매체에만 머무는 것이 아니라, 자신의 정치적 맥락 속에서 기존의 매체 영역에 적용되어 온 강력한 국가 중심의 규제 정책의 연장선상에 있는 것으로 이해된다. 고경민은 이들 국가의 “인터넷 정책은 독자적으로 형성되는 것이 아니라 거시적인 또는 보다 상위 정책의 구속을 받아 형성”된다고 파악했다(고경민 2003; Kalathil, 2003). 하지만, 중앙집권적인 정보의 독점적 통제는 자국 내 인터넷

의 정상적 성장을 가로 막음으로써, 국민들의 알 권리를 포함한 표현의 자유를 현저하게 제약하고 있다는 국제적인 비판을 받고 있다.

2.2. 과점적 규제

반면, 민주주의가 실현되고 있는 국가들에서 인터넷 규제의 형태는 과점 혹은 균점의 양상을 띠고 있다. 여기서 과점적 규제는 정부의 우월적 권한을 중심으로 운영되며 규제의 합리성보다는 규제 목표 달성에 주안점을 두고 있는 규제 시스템으로 이해되고 있으며(장우영, 2006: 42), 일반적으로 정부의 강력한 권한과 집행력에 기초해서 민간 영역을 위계(hierarchy)적으로 규제과정에 참여시키는 방식을 띤다(황승흠 외, 2004). 과점적 규제는 독점적 규제 시스템과 비교하여 정부의 우월적 권한과 위계 구조에 기초하고 있다는 유사성에도 불구하고, 중앙집중적인 정보의 독점과 통제가 배제된 규제 형태라는 근본적인 차이를 보이고 있다. 일반적으로 과점적 규제 시스템에서 매체들은 정부 주도의 개별적 통제를 받으며, 민간 영역의 참여와 역할은 균점적 규제와 비교할 때 상당히 제한적이라 할 수 있다. 인쇄 출판물을 비롯하여, 영상 음반물과 인터넷 매체 등 각기 표현 매체를 위한 법정 심의기관들을 두고 심의기관별 등급분류제를 실시하고 있는 우리나라는 과점적 규제의 한 예라고 할 수 있다.

하지만 매체특성에 기반 한 규제 접근 방식(medium-specific regulatory approach)의 관점에서 볼 때, 인터넷에 대한 정부의 과점적 규제는 인터넷이라는 전 지구적 매체에 대한 개별 국가의 법규제 적용범위의 문제, 매체 환경의 빠른 발전 속도를 따라잡지 못하는 법규제의 낙후성 문제 등에 직면해 있을 뿐만 아니라, 독점적 규제에서와 마찬가지로 검열 논란을 일으킬 위험을 배태하고 있다.

*기든스(Giddens, 1985: 178)는 국가권력에 의한 정보의 수집, 저장, 통제가 근대국가 성립의 전제라고 주장한 바 있다.

2.3. 균점적 규제

이러한 맥락에서 미국, 호주, 유럽연합 국가들을 비롯한 많은 정부들이 인터넷 내용 규제 영역에서 균점적 규제 형태를 취하고 있는데, 이는 정부가 불법 정보에 대한 중독적인 규제력을 행사하면서도, 민간영역의 자율규제 노력을 지지, 지원하는 형태로 나타난다. 이러한 균점적 규제 형태는 “민간 영역이 전통적인 정부 영역에 해당되었던 규제영역에 적극적으로 참여하고 정부 영역은 이러한 민간의 활동과 역할에 대해서 적극적으로 협력 지원함으로써 규제의 합리화 및 효율성을 추구하는 규제 방식”으로 정의 된다(황승흠 외, 2004: 8). 하지만, 각국의 규제력 균점 형태는 고유의 사회 정치적 배경에 따라 차이를 보이고 있다. 이를 크게 두 가지로 유형화 해보면, 첫째는 사업자와 사용자들의 자율규제와 함께 시장기능에 인터넷 규제의 근간을 두고 있는 유형이고, 둘째는 이보다 세분화된 규제력의 균점을 기반으로 자율규제와 정부규제가 상호보완적으로 작동하는 공동규제를 채택하는 유형이다.

시장 중심의 규제 흐름은 미국의 예에서 찾아볼 수 있다. 미국 연방 정부는 1996년 ‘Communication Decency Act’와 1998년 ‘Child Online Protection Act’의 연이은 입법을 통해 포괄적인 인터넷 내용규제를 시도하였다. 그러나 이 규제 시도들은 시민 단체들의 강한 반대에 부딪혔고, 미국의 연방 대법원은 연거푸 이들 규제에 대해 위헌 판결을 내렸다. 2000년 연방 보조금을 담보로 공공 도서관과 학교에 필터링 소프트웨어의 설치를 사실상 의무화하는 ‘Children’s Internet Protection Act’를 제정하였지만 이는 기술적 해법을 통해 정보 이용자를 간접적으로 규제하고 있다는 측면에서, 정보제공자에 대한 형사적 처벌을 전제로 하였던 앞서의 포괄적 인터넷 내용규제와는 큰 차이가 있었다. 이후 연방 정부 차원에서의 인터넷 내용규제 시도는 일단락된 것으로 보인다. 오히려 산업계의 자율규제와 등급제 및 필

터링 소프트웨어를 비롯한 자율적 기술규제의 활용을 적극 지지한 미국 정부의 입장과 필터링 소프트웨어의 활용을 중점에 둔 ‘어린이 인터넷 보호법’은 상업 필터링 소프트웨어 시장의 놀라운 발전에 큰 힘이 되었다. 이런 의미에서 미국 인터넷 내용규제 정책은 인터넷 공간의 불법정보에 대한 정부의 최소 규제와 유해정보 영역에 대한 사업자와 사용자의 자율규제에 바탕하고 있는 것으로 분석된다. 그러나 시장 중심의 규제 흐름은 시장 기능이 실패했을 때, 정부가 신속하고 적절하게 대응할 수 있는 제도적 장치가 미비되어 있다는 약점을 안고 있다.

한편, 인터넷 내용규제의 맥락에서 공동규제란 정부, 인터넷 산업체, 사용자 등 모든 규제 관련 주체들이 불법 유해정보의 문제에 다각적인 접근 방식으로 공동 대응해나가는 것을 의미한다. 따라서 공동규제는 인터넷 사업자들의 자율규제 노력, 그리고 규제 당국의 법적 규제가 공통의 규제 목표를 위해 상호 보완적인 합동 규제시스템을 구축하는 것으로, 자율규제와 법 규제를 아우르는 확장된 개념의 규제 시스템이라 할 수 있다(김유승, 2005b: 93).

1999년부터 유럽연합의 “Action plan for promoting safer use of the Internet”을 통해 시행되어 온 공동규제는 인터넷 산업체의 ‘자율규제’, 기술적 해법으로써 ‘자율 등급 및 필터링’, 불법 정보에 대한 일반 이용자들의 신고를 받아 처리하는 ‘인터넷 핫라인’, 규제 당국의 ‘법규제’, 그리고 사용자들의 ‘미디어 리터러시’를 다섯 가지 핵심 요소로 한다(Waltermann & Machill, 2000; 황승흠 외, 2004: 28). 이 규제 모델은 유해정보 규제에 있어서는 다중 주체가 참여하는 자율규제와 기술적 해법을 채택하는 한편, 불법 정보의 규제는 법집행기구의 승인 혹은 지지를 근간으로 하고 있다(황승흠 외, 2004: 29). 유럽연합의 “Action Plan”은 전체 예산의 60% 가까이를 인터넷 이용자의 미디어 리터러시 고양을 위한 미디어 교육 및 자각 운동(Awareness campaign)에 할애할 정

도로 중점을 두고 있다(European Commission, 2003). 하지만 이러한 이용자 교육과 운동은 그 성과를 단기간에 평가하기 어려운 점이 있다.

규제력의 균점에 기반 한 공동규제 모델은 다중적 규제 방식의 도입과 다양한 규제 주체의 참여 보장을 통하여 규제 효율성을 극대화하고 이용자의 권한과 자율성을 확대하고자 한다는 점에서 독점 및 과점적 규제 형태와 비교하여 진일보한 규제 모델로 평가받고 있다.

3. 공동규제 모델의 발전을 위한 모색

3.1. 공동규제의 필요성

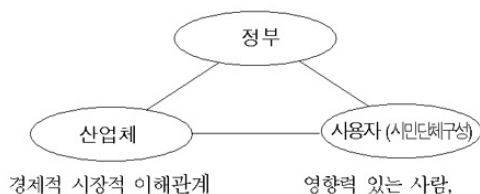
우리나라에서 표현물 매체에 대한 규제 시스템은 법정 심의기관들의 사전 혹은 사후 심의에 따른 등급분류제에 그 기반을 두고 있으며, 이들 등급분류제는 전통적인 연령등급제를 채택하고 있다. 반면, 민간 혹은 사업자의 자율규제는 정부 규제의 보조자로서의 역할을 감당할 만한 성장을 이루지 못하고 있다. 하지만, 매체에 대한 정부의 과점적 규제 시스템은 우리나라만의 상황이 아닐뿐더러, 특정 매체 특히 방송 매체의 경우, 매체의 공공성과 공정성 보장이라는 측면에서 매우 긍정적인 역할을 하고 있다—방송 매체는 이용 가능한 전파의 희소성과 침투성이라는 규제 논리 아래 강력한 정부 규제의 대상이 되어왔다. 문제는 전통적 매체에 적용되고 있는 이러한 법정 심의기구 중심의 과점적 정부 규제가, 매체적 특성에 대한 사려 깊은 고려 없이, 기존 매체 규제 정책의 연장선상에서 인터넷에 그대로 적용되었다는 것이다. 인터넷 내용규제에서 정부의 역할을 부정하는 것은 결코 아니다. 하지만 정부의 과점적 인터넷 내용규제 정책이 효과적인 규제 목표의 달성과 표현의 자유 증진이라는 측면에서 긍정적으로 작용하고 있느냐는 점에는 많은 의문이 제기된다.

인터넷 정보에 대한 직접적인 정부 규제는 비단

우리나라에서만 아니라, 세계 여러 나라들에서 다양한 도전을 받아왔는데, 이는 각국 정부가 새로운 매체의 독특한 성격을 올바르게 인식하는 데 실패하였고, 탈중심적, 전지구적 구조와 구성 요소들을 지닌 인터넷에 기존의 내용규제의 틀을 적용한 데서 큰 원인을 찾을 수 있을 것이다. 인터넷을 통한 정보 기본권이나 민주주의적 가능성은 종전과 다른 규제 방식을 요구하고 있으며, 국가, 시민, 기업이 모두 참여하는 합동 규제시스템의 필요성을 강조하고 있다. 이러한 주장은 정보통제권의 강화를 통해, 일방적 피규제자의 입장에서 피규제자와 규제자의 지위 모두를 점유할 수 있는 집단으로 변화하고 있는 이용자 집단의 성격과 인터넷을 통해 이윤을 창출하는 산업체의 사회적 책임에 대한 고려를 바탕에 두고 있는 것으로 이해된다. 이러한 맥락에서, 이제까지 우리나라의 내용규제는 전적으로 정부의 몫이었지만, 인터넷 시대에 이른 오늘날 공동규제 계획은 필수적이라는 주장이 제기되고 있다.

3.2. 호주식 공동규제 모델과 활용

그렇다면 공동규제의 주체는 누가되어야 하는가? 인터넷 내용규제 메커니즘에 대한 논의 속에서 최대의 정보통제권을 추구하는 주요 이해 당사자로서는 국가, 시장, 이용자라는 세 집단이 제시되어 왔다(장우영, 허태희, 2005). 같은 맥락에서 심영희(2002: 59)는 인터넷 내용 규제 영역에서 가장 기본적이고 직접적인 주요 이해 당사자들을 ‘경제적 시장적 이해관계를 가지고 있는 산업체’, ‘영향력 있는 사람, 혼수꾼으로서의 사용자’, ‘정부’, 세 집단으로 설정하여 ‘삼발이 모델’을 제시한다(그림 1). 그리고 가장 바람직하고 이상적인 관계를 이 삼자의 세력이 균등한 균형을 이루는 관계로 설정하여 규제 모델에서 이해 주체들 간의 세력 균형이 중요함을 강조하였다.



〈그림1〉 규제의 이해당사자 중심으로 본 자율규제의 삼발이 모델 (심영희, 2002: 59)

하지만 이론의 영역을 벗어나 우리나라의 현실적 규제 환경을 고민할 때, 법정 심의 기구 중심의 규제 시스템에 대한 전면적이고 전향적인 재고가 전제되지 않는 한, 이러한 규제력의 균등한 분점은 이론적 레토릭 이상의 의미를 가지기 힘들 것으로 보인다. 이러한 의미에서, 국가 등급분류제도를 바탕으로 한 정부 주도 규제의 틀 속에서 운영되고 있는 호주의 공동규제 모델은 우리에게 시사하는 바가 크다고 할 수 있다.

호주 연방정부는 인터넷 내용규제의 영역에서 자율규제, 핫라인, 바른 인터넷 사용에 대한 교육과 캠페인을 중심으로 하고 있다는 점에서 유럽연합의 공동 규제 정책과 맥을 같이 하고 있다. 하지만 호주의 규제 방식은 다중 주체 참여와 다중 규제 방식 채택이라는 동일성에도 불구하고 유럽연합과 근본적인 차이점들을 보이고 있는데, 무엇보다도 호주 연방 정부가 호주 방송청 (Australian Broadcasting Authority)과 영상문헌등급사무소 (Office of Film and Literature Classification)을 통해 인터넷 내용을 직접 규제하고 있으며, 인터넷 산업체의 자율규제 노력을 이끌어내는 일에도 주도적인 역할을 하고 있다는 점을 들 수 있다(김유승, 2005a: 84-87). 특히 호주 방송청은 라디오, 디지털 방송에 대해, 호주 영상문헌등급사무소는 출판물, 영화, 비디오, 컴퓨터 게임물에 대해 각기 연령등급시스템을 포함한 국가 등급분류시스템을 적용하고 있는데, 이는 법정 심의기구들의 등급분류제도를 기반으로 하는 우리나라의 매체규제환경과 매우 유사하다고 할 수 있다. 이러한 호주 연방

정부의 규제 기조는 인터넷 내용규제 영역에서도 예외가 아니어서, 공동규제 시스템의 채택 또한 정부 주도의 규제 틀 속에서 논의되어 왔고, 호주 방송청으로 하여금 인터넷 핫라인의 역할을 수행하도록 하는 ‘방송서비스개정법 (Broadcasting Service Amendment Act)’을 통해 인터넷 내용규제를 위한 공동규제 계획을 수립하기에 이른다.

이렇듯 “민간영역이 정부가 정의하는 틀 안에서 규범을 만들고 그것을 강제하도록 요구받는” 위임된 자율규제 (mandated self-regulation) (황승흠 외, 2004: 5-6)는 또 다른 형태의 정부규제에 다른 아니라는 비판에도 불구하고, 오랜 자율 규제의 전통과 시장 장악력을 바탕으로 사업자 자율규제의 실행력을 담보하고 있는 외국의 사례와 달리, 인터넷 산업체의 자율규제 토대와 경험이 일천한 우리의 상황에서 가장 현실적인 자율규제의 모습으로 판단된다. 이러한 판단의 근거는 첫째 위임된 자율규제가 사업자 자율규제의 실질적 실행력에 대한 제도적 지원과 함께, 올바르게 못한 규제 권한의 사용에 대해 정부가 직접적으로 제재를 가할 수 있는 장치를 가질 수 있어, 자율규제를 제도적으로 안착시킬 수 있는 장점을 가지고 있기 때문이다. 현실적으로, 민간영역이 스스로 형성하고 규제하는 자율규제 또한 실패하였을 경우의 법적 규제력 발동을 전제로 하고 있지만, 자율규제에 대한 공적 책임을 묻고 그 실행력을 담보한다는 측면에서 위임된 자율규제는 가장 위력한 형태라 할 수 있다. 둘째, 이러한 방식은 기존의 법정 심의기구를 중심으로 하는 정부 주도의 규제 틀에 대한 혁명적 변화 없이도, 자율규제와 공동규제가 가지는 규제적 효율성을 채택할 수 있다는 측면에서도 장점을 가지고 있다. 하지만, 이러한 장점은 곧바로 단점으로 작용할 수도 있다. 정부 기구에 의한 심의·등급 분류제도 존속과 그 위계 속에서 종속적인 자율규제의 위상은 여전히 문제로 남기 때문이다. 그러나 인터넷 내용규제 영역에서 정부규제의 대체제가 아닌 보완

제로서의 자율규제의 본질과 그 필요성에 대한 인식 확산, 그리고 인터넷 불법 유해 정보 규제에 대한 높은 사회적 요구로 인해 이러한 비판은 큰 힘을 얻고 있지 못하다.

3.3. 삼발이형 공동규제 모델

이러한 논의를 바탕으로, 인터넷 내용규제 메커니즘의 이해 주체 관계를 이론적으로 제시한 심영희의 삼발이 모델을 구체화 시켜보면 <그림2>와 같이 도식화될 수 있을 것이다. 이 모델은 ‘정부’, ‘인터넷 산업체’ 그리고 비정부기구, 시민단체를 포함한 ‘이용자 그룹’의 세 주요 주체로 구성되는데 각 주체들의 주요 역할과 관계는 다음과 같다.



<그림 2> 삼발이형 공동규제 모델

첫째, 정부는 법적 규제를 통해 불법 내용규제에 대한 중국적인 책임을 지며, 산업체의 자율규제를 법제도적으로 지원하고 관리 감독하는 역할을 한다. 정부의 협력적 규제환경 조성은 공동규제를 성공으로 이끄는 가장 핵심적인 요소라 할 수 있다. 이를 위해서 정부는 산업체가 자율규제를 제도화하도록 입법 절차를 통해 강제할 수도 있으며, 또는 규제권의 발동을 담보로 압력을 행사할 수도 있을 것이다.

둘째, 인터넷 산업체는 행동강령을 중심으로 한 자율규제 활동을 실시한다. 프라이스와 버헨스트

(Price & Verhulst, 2000: 181)는 인터넷사업자 행동강령의 초점에 관하여 ‘사업자 책임문제에 관한 명확화’, ‘개인정보처리에 관한 접근방법,’ ‘이용자불만에 대한 조사’, ‘불법 유해정보의 처리절차’, ‘이용자 권한을 강화시키는 기술적 수단의 개발’과 함께 ‘법집행기관의 협력’을 첫 손가락으로 꼽았다. 우리의 현실에서도 행동강령이 내부적으로 사업자들에게 선언적 의미 이상의 실질적 강제력을 확보하고 외부적으로 사회적 법적 지위를 보장받기 위해서는 정부와의 제도화된 협력이 필수적임은 이론의 여지가 없다. 행동강령은 그 적용 범위와 집행 그리고 불이행에 대한 제재 방법에 이르는 세부적인 사항들이 자율규제 기구와 정부 간의 협의를 통해 만들어졌을 때 보다 높은 성공의 가능성을 기대할 수 있다는 것이다(강휘원, 2002). 특히 법정 심의 기구 등을 비롯한 규제 당국과의 업무 협약 체결로 이를 좀 더 구체화시킬 수 있을 것으로 보인다. 이러한 제도적 기반이 없는 행동강령은 자칫 공허한 레토릭으로 전락하기 십상일뿐더러 이윤 추구를 앞세워 사회적 책무를 소홀히 하는 인터넷 사업자들의 ‘무임승차 현상’이나 ‘무원칙한 시장 검열’을 야기할 가능성이 높다(장우영, 2006: 64-65).

셋째, 시민 단체를 포함한 이용자 그룹은 정부 혹은 인터넷 산업체가 규제 권한을 과도하게 혹은 자의적으로 사용하는지 여부를 모니터링하고 자문을 제공하는 역할을 담당한다. 정부의 과점적 규제 시스템에 반비례하여 인터넷 내용규제 영역에서 시민 단체를 비롯한 비정부 민간기구들의 자율규제 역량이 미약한 것이 우리의 현실이다. 민간 영역의 전문성과 재정 확보를 위해 정부와 산업체의 일회성이 아닌 제도적 지원과 협력이 요구된다.

각 주체들의 역할과 함께 이 모델이 전제로 하고 있는 것은 첫째 ‘이용자의 자율성과 권한 강화’를 위한 규제 주체들의 공동 노력이며, 둘째 불법정보와 유해정보의 구분이다. 이용자들의 미디어리터러시 교육과 제도적 장치들을 통한 ‘이용자의 자율성

과 권한 강화'는 인터넷 상에서 불법 유해정보로 야기되는 문제들에 대한 근본적이고 장기적 관점의 해법이라는 점에서 규제 주체들의 재정적, 인적 지원과 참여를 포함한 공동 노력이 요구된다. 앞서 살펴본 바와 같이, 유럽연합의 "Action Plan"이 인터넷 이용자의 미디어 리터러시 고양을 위한 미디어 교육 및 자각 운동에 가장 중점을 두고, 전 예산의 절반 이상을 이 분야에 할애하여 온 것도 이러한 맥락으로 이해된다.

또 다른 전제인 불법정보와 유해정보의 구분은 이들 사이의 구분이 명확하지 아니할 때, 표현의 자유가 현저하게 제한될 수 있는 점에 그 중요성이 있다. 인터넷 상의 불법정보와 불법 행위는 법에 의해 규제되어야 하며, 이에 대한 규제의 근본적인 책임은 정부에 있다. 자율규제는 불법정보 규제의 영역에서는 보조적인 역할을 담당할 뿐이다. 반면 표현의 자유 영역에서 보호를 받는 유해정보의 운영과 통제는 원칙적으로 사용자와 소비자 선택의 문제이자, 책임 있는 사업자의 몫이다. 따라서 불법정보와 유해정보에 각기 다른 규제 모델과 접근 방식이 필요한 것이고, 공동규제 모델의 전제가 되어 왔다.

이상에서 본 연구는 삼발이형 공동규제 모델을 통해 공동규제 모델의 발전 가능성을 타진해보았다. 현존하는 유럽의 공동규제와 달리, 규제 시스템 전반에 대한 정부의 주도권을 인정하고 임위적 자율규제를 채택하면서, 각 규제 주체들의 불균형한 규제 역량과 불안정한 협력 관계를 법제도적 장치들로 보완해보고자 한 점들이 이 규제 모델의 주된 의의라고 할 수 있다. 또한 등급제와 필터링 소프트웨어 등을 포함한 기술적 해법이 가지고 있는 태생적 한계와 표현의 자유에 미칠 수 있는 부정적 영향을 고려하여, 이의 사용을 이용자의 선택에 맡기며 제도화하지 않고 있는 것 역시 기존의 공동규제 모델과 차별되는 점이다. 단, 이 규제 모델은 인터넷 내용규제 영역의 모든 법적, 사회적, 정치적 메커니즘을 총체적으로 포괄하고 있지 않으며, 이

는 본 연구의 목적이 아님을 밝혀둔다. 다만, 이 삼발이형 규제 모델에서 밝힌 규제적 원칙과 방안들이 향후 인터넷 내용규제 모델을 위한 논의들을 발전시켜나가는 데 작은 한 걸음이 되었으면 하는 바람이다.

5. 맺는 글

오늘날 국가 규제의 한 모델로서 자리 잡고 있으며, 미국의 통신품위법 판결을 계기로 하여 합리적인 인터넷 내용규제론으로 받아들여지고 있는 매체 특성론적 관점에서 볼 때, 인터넷 규제가 효과적으로 작동하기 위해서는 법관할권 문제를 보완해줄 국제적 공조, 다양한 이해 당사자들의 규제 시스템 참여, 지속적으로 변화하는 규제환경에 빠르게 대응하기 위한 규제 구조의 유연화 등의 조건이 요구된다 할 수 있다.

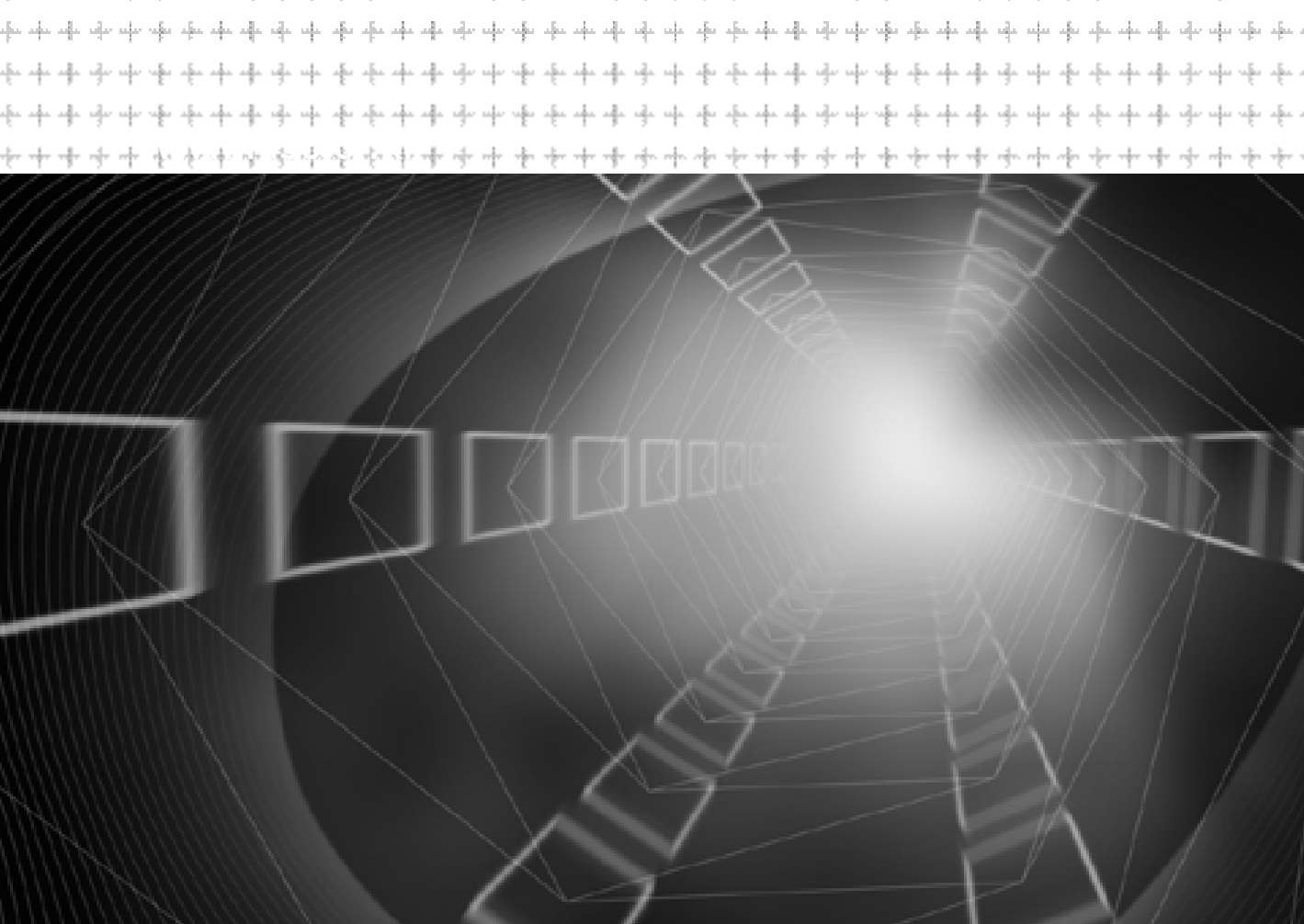
이러한 맥락에서, 개별 정부의 독점적 혹은 과점적 규제보다는 유연하고 국제적으로 통용될 수 있는 자율규제가 인터넷 규제 환경에서 더 큰 장점을 가지고 있는 것으로 보이며, 개별 국가 수준에서 또한 국제적 수준에서 각 주체들의 자율규제 노력과 정부, 규제 당국의 공동 협력을 틀로 하는 다중 주체, 다중 규제 방식의 공동규제 모델이 가장 근접한 답을 주고 있다고 할 수 있다.

그렇다고 여기에서 공동규제 모델을 최선의 해법이라 주장하는 것은 결코 아니다. 위에서 살펴본 바와 같이, 현존하는 공동규제 모델은 민간 영역의 사적 검열 논란과 기술적 해법을 둘러싼 비판으로부터 자유롭지 못하다. 더구나 공동규제 모델이 규제력의 세분화된 분점을 전제로 한다는 점에서 정부가 과점적 규제의 입장을 취하고 있는 나라들에서의 적용에는 많은 어려움이 있다. 다시 말해, 매체 특성론에 근거한 이상적 규제 모델이라 하더라도 합리적인 규제 권한의 균점을 보장하는 법제도적 기반 없이는 그 실효성을 기대하기 어렵다는 것이

다. 현실의 내용규제 정책의 수립은 매체적 특성이나 규범적 당위성만큼이나 그 사회의 정치, 사회, 문화적 맥락으로부터 영향을 받고 있기 때문이다. 그러나 정부의 독점적 혹은 과점적 규제가 인터넷 내용규제 영역에서 표현의 자유에 대한 비판뿐만 아니라, 규제 목표의 성취에도 여러 가지 어려움을 겪고 있다고 할 때, 우리에게 현재의 규제 시스템에 대한 진지한 반성과 대안적 규제에 대한 전향적인 논의가 필요하다 할 수 있다. 이러한 맥락에서, 공동규제 모델이 협력, 자율규제, 사용자 권한 강화라는 인터넷 내용규제의 미래를 위한 세 가지 주요 핵심을 제시하고 있다는 점에 주목할 필요가 있으며, 우리 현실에 맞는 공동규제 모델의 모색도 주요한 과제로 대두된다고 할 수 있다.

참고문헌

- 강휘원 (2002). 자율규제적 인터넷 거버넌스: 설계와 정책적 함의. 한국행정학보, 제 36권 제3호, 185-205.
 - 고경민 (2003). 사회주의 국가의 인터넷 통제 전략: 쿠바모델과 중국모델. 중국연구, 제22집, 71-105.
 - 김유승 (2005a). Freedom and Regulation on the Information Superhighway: A study of the Internet Content Rating System in South Korea. 런던대학교 미발표 박사 논문. (2005b). 인터넷 콘텐츠 공동규제 연구: 유럽연합의 “더 안전한 인터넷 사용증진을 위한 행동계획”을 중심으로. 사이버커뮤니케이션 학보, 통권 제16호, 83-118.
 - 심영희 (2002). 사이버 성폭력의 자율규제, 누가 주체가 되어야 하나?: ISP관계자에 대한 심층면접 자료를 중심으로. 정보화정책. 제9권 제2호, 54-74.
 - 장우영 (2006). 인터넷 규제의 정치: 내용규제 레짐의 고찰을 중심으로. 사회과학연구, 제14지1 제1호, 34-71.
 - 장우영, 허태희 (2005). 인터넷 규제의 거버넌스: EU와 한국의 비교. 한국거버넌스학회보, 제12권 제2호, 289-316.
 - 황승흠, 황성기 (2003). 인터넷은 자유공간인가?. 서울: 커뮤니케이션북스.
 - 황승흠, 황성기, 김지연, 최승훈 (2004). 인터넷 자율규제. 서울: 커뮤니케이션북스.
- European Commission (2003). Safer Internet action plan: Work programme 2003-2004. [Online] Available : http://europa.eu.int/information_society/programmes/iap/docs/pdf/programmes/workprgm/work_programme_2003_04_en.pdf (Retrieved July 4, 2004)
- Giddens, Anthony (1985) A Contemporary Critique of Historical Materialism. Vol. 2. The Nation State and Violence. Cambridge : Polity Press.
- Kalathil, Shanthi (2003). Dot Com for Dictator. Foreign Policy, March/April, pp.13-49.
- Price, Monroe & Verhulst, Stefaan (2000). The concept of self-regulation. In Waltermann, Jens & Machill, Marcel (Ed.), Protecting our children on the Internet (pp. 133-198). G?tersloh, Germany: Bertelsmann Foundation Publishers.
- Waltermann, Jens & Machill, Marcel (Eds.), Protecting our children on the Internet. G?tersloh, Germany: Bertelsmann Foundation Publishers.



KISO 정책결정 리뷰

- KISO 정책결정 제3호 및 제4호의 취지와 의의 / 황 성 기 한양대 교수
 - KISO 정책결정 3,4호에 대한 평석 / 황 창 근 홍익대 교수
 - 정책결정 제3호
 - 정책결정 제4호

KISO 정책결정 제3호 및 제4호의 취지와 의의



황 성 기

한국인터넷자율정책기구 정책위원 /
한양대 법학전문대학원 교수

1. 들어가며

제1호에서 제4호로 이어지는 한국인터넷자율정책기구(이하 'KISO'라 함) 정책결정의 의의이면서 동시에 한계라고 지적될 수 있는 것은 정책결정들의 내용이 게시물의 임시조치에 대한 것에 한정되고 있다는 점이다. 다시 말해서, 게시물의 명예훼손 해당 여부에 대한 판단과 최종적인 조치에 대한 정책결정이 아니라, 각 회원사에서 취하는 임시조치 대상의 형식적 요건을 확인하는 절차 및 조치방식과 관련된 정책결정이 주로 이루어졌다는 점이다.

그런데 왜 KISO는 임시조치 단계에 관심을 기울이고 여러 차례의 정책결정을 하게 된 것일까? 이를 이해하기 위해서는 임시조치된 게시물의 대부분이 30일 후 삭제가 되고, 게시자나 당해 게시물을 임시조치한 포털들은 당해 게시물이 실제로 사생활 침해나 명예훼손 등 피해자의 권리를 침해하는지 여부에 대한 심의를 방송통신심의위원회에 신청할 수도 없다¹⁾는 현실을 전제할 필요가 있다.

게시물로 인해 자신의 명예나 사생활 등의 권리를 침해당했다고 주장하는 사람(권리침해 주장자

1). 2009년 4월 방송통신심의위원회는 임시조치된 게시물의 게시자인 국회의원 A의 심의요청을 처음에는 국회의원 A가 피해당사자가 아니라는 이유로 각하결정하였다. A의원은 이후 우여곡절 끝에 '해당없음'(명예훼손 아님) 결정을 받아내었는데, 결국 이 사례는 임시조치를 해제하는 것은 국회의원이라도 매우 힘들다는 것을 보여주는 것이라 하겠다. 이에 관해서는 <http://www.mediaus.co.kr/news/articleView.html?idxno=6413> 참조. 그런데 현재는 피해당사자의 권리침해신고 이외에는 심의신청을 반려(각하결정)하는 기조를 유지하고 있다. 이것은 방송통신심의위원회 홈페이지(www.kocsc.or.kr)의 '전자민원' 메뉴 아래의 '통신민원' 중 '권리침해신고' 메뉴에 들어가면, "명예훼손은 반의사불벌죄이고, 모욕은 친고죄이므로 피해당사자 본인 또는 대리인(위임장)이 신고해 주셔야 합니다."라는 안내와 "위와 같은 사항을 충족하지 못한 경우 심의에 상정되지 않고 반려(각하결정)됩니다."라는 안내를 통해서 확인할 수 있다. 결과적으로 일정한 게시물의 임시조치와 관련된 심의에 있어서는 게시자와 포털의 심의신청은 받아들여지지 않고 있는 셈이다. 그런데 방송통신심의위원회의 정보통신에 관한 심의규정 제11조 제1항 제1호는 "정보통신서비스제공자 및 게시판 관리·운영자가 심의를 신청한 경우"도 심의개시의 요건으로 규정하고 있다는 점에서, 임시조치와 관련된 심의에 있어서 피해당사자의 동의가 있는 경우는 제외하고 일반적으로 포털의 심의신청을 받아들여지지 않는 것은 심의규정 제11조 제1항 제1호의 규정과 모순되지 않는가라는 의문은 존재한다.

혹은 피해당사자)의 입장에서는, 포털에게 당해 게시물에 대한 임시조치를 요청하면 빠르게 대량으로 게시물을 블라인드처리 하는 것이 가능하고 30일 뒤 삭제되기 때문에, 굳이 심의기관이나 법원에서 명예훼손 여부를 다룰 현실적인 필요성이 존재하지 않는다. 반면, 문제가 되는 당해 게시물의 게시자의 입장에서 보면 일단 임시조치된 자신의 게시물에 대해서 권리침해주장자의 명예나 생활을 침해하는지 여부에 대한 정당한 판단을 구하기가 어렵다. 우선 대부분의 포털은 게시자에게 재게시를 위한 소명기회를 부여하고 있으나, 국회의원이나 국가기관 등으로부터의 임시조치 등의 차단요청은 현실적으로 게시자를 위축시킬 수밖에 없다. 뿐만 아니라, 재게시 요청을 한다고 하더라도 자신의 게시물이 재게시되기 위해서는 방송통신심의위원회와 같은 심의기관의 심의결과나 법원 판결문 등의 증빙서류를 제출하여야 하는 등 그 요건이나 절차 역시 녹록치 않은 것이 현실이다.²⁾ 결과적으로 임시조치제도는 피해자의 인격권과 생활 보호 v. 게시자의 표현의 자유 간의 '조화로운 균형'이라고 하는 기본취지가 몰각된 채, 오히려 표현의 자유를 과도하게 제약하는 수단으로 전락되고 있다는 비판으로부터 자유로울 수가 없게 된다. 이러한 문제점의 근본원인은 임시조치 이후의 절차의 미비와 모호성에 있다고 할 수 있다.

물론 이러한 임시조치 이후의 절차의 미비와 모호성의 문제는 정보통신망법 개정을 통해서 해결하는 것이 가장 바람직하며, 절차적 해결방안을 담은 개정안이 통과되면 문제의 많은 부분이 해결될 것으로 기대된다. 하지만 그 법률개정의 시기를 예측하기 어려운 현재의 시점에서는, KISO의 정책결정은 '자유와 책임의 균형'을 찾아가는 과정에서 현행 임시조치 제도의 빈틈을 최소화하기

위한 노력으로 이해하여야 할 것이다.

2. 제3호 정책결정의 내용과 취지

(1) 제3호 정책결정의 내용

KISO의 제3호 정책결정의 내용은 다음과 같다.

한국인터넷자율정책기구(KISO) 정책위원회의 정책결정 (2009. 9. 3)

제2호 정책결정의 '처리제한' 중 공인의 임시조치 요청과 관련하여 '명백한 허위사실' 입증자료의 범위에 관해 다음과 같이 결정한다.

허위 사실 입증자료의 범위는 구체적인 사례에 대한 판단이 축적되면서 결정되어야 한다.

이와 관련하여 KISO는 아래와 같은 자료를 입증자료로 인정하였다.

1. A의원의 대리투표 동영상 사례

: 국회 사무처 투표 로그기록과 관련 동영상

2. B의원의 전직 대통령 추모기간 중 외유관련 사례

: 출입국관리소의 출입국 기록

(2) 제3호 정책결정의 취지

정책결정 제3호는 정책결정 제2호의 '명예훼손성 게시물의 처리와 관련된 일반원칙'에서 '처리의 제한' 중 공인의 임시조치 요청과 관련된 내용이다. 정책결정 제2호는 "임시조치를 요청하는 자가 정무직 공무원 등의 공인인 경우, 자신의 공적 업무와 관련된 내용은 명백히 허위사실이 아닌 한 명예훼손 관련 임시조치 대상이 아닌 것으로 간주한다"고 적시하고 있다.

위 문장을 풀어보면 ① '임시조치 요청자가 정무직 공무원 등의 공인인 경우', ② '당해 게시물의 내용이 임시조치 요청자의 공적 업무와 관련있

2). 각 개별 포털사의 정책에 따라 그 요건이나 절차의 세부적인 내용은 다를 수 있다.

는 경우’, ③ ‘당해 게시물의 내용이 명백한 허위 사실이 아닌 경우’라는 세 가지의 요건을 모두 충족할 경우, 당해 게시물은 임시조치의 대상이 아니라는 것이다. 이 세 가지 요건 각각이 개념 해석에 있어서 논란의 여지가 있을 수 있으며³⁾, 실제로 KISO 내부에서의 정책결정과정에서 의견이 일부 엇갈렸다.

각 포털은 임시조치 요청을 신속하고 정확하게 처리하기 위해서 접수단계에서 최소한의 형식상 판단을 하게 된다. 이 과정에서 임시조치 대상의 개념, 범위 및 요건이 명확하지 않으면 임시조치 여부에 대해 혼선이 있을 수밖에 없기 때문에, 임시조치 대상의 개념, 범위 및 요건을 명확하고 구체적으로 설정할 필요가 있다는 제안이 있었고, 이에 관한 구체적인 논의가 제2호 정책결정 이후에도 많이 이루어졌다. 그 중의 대표적인 것이 바로 특히 정책결정 제2호의 ‘명예훼손성 게시물의 처리와 관련된 일반원칙’에서 ‘처리의 제한’ 중 공인의 임시조치 요청과 관련된 내용이다.

우선 공인의 범위와 관련해서는, 기관이나 특정 개인의 명예훼손과 관련한 법원의 판례가 명확하

게 정립되어 있지 않은 상황이어서 ‘정무직 공무원’에 한정하여 최대한 좁게 해석할 필요가 있다는 주장이 있었던 반면에, ‘공인’에 대한 해석을 유연하게 할 필요가 있다는 주장도 있었다. 또한 ‘공적 업무’에 대한 해석도 논의 사안에 따라 의견이 엇갈리기도 했다. 예컨대 ‘공적 업무’에 국한하지 말고, ‘사적 영역’이라 하더라도 ‘공공의 관심사’이거나 ‘공공의 이익에 부합하는 경우’로 그 요건을 완화하는 방향으로 정책결정을 수정할 필요가 있다는 의견도 제시되었다.

이러한 논의의 일환으로 ‘명백한 허위사실’이라는 요건과 관련하여 정책결정 제3호가 나오게 되었다. 물론 정책결정 제3호가 나오는 과정에서도 적지 않은 논의가 이루어졌다. 특히 근본적인 의문은 임시조치를 요청하는 정무직 공무원 등의 공인은 ‘명백한 허위사실’ 여부에 대해서 어떻게 입증을 해야 하는가라는 점이었다. 이 과정에서 법원의 판결문과 수사기관의 수사결과에 대해서는 대체로 공감대가 형성되었으며, 신뢰할 수 있는 공적 기관에서 제공하는 자료 역시 이에 준하는 것으로 이해할 필요가 있다는 논의가 있었다. 하

3) 우리나라에서는 미국과 달리 공인이론이 일반적으로 받아들여지고 있지 않고, 표현 내용이 공익성과 진실성 내지 상당성이라는 요건에 부합할 경우 위법성을 조각하는 형사상 법리를 민사책임에 준용하는 것이 일반적인 명예훼손법리라는 점에서, 제2호 정책결정에서 ‘정무직 공무원 등’을 명시하여 특정한 공인의 경우 임시조치를 제한하는 것이 합리적인가라는 문제가 제기될 수 있다는 점에 동의한다. 그리고 ‘명백한 허위사실 여부에 관한 입증자료의 제출’과 관련하여, 명예훼손과 관련된 소송법상의 입증책임을 누구에게 부담시킬 것인가 하는 점과 관련하여 논란이 있을 수 있다는 지적에도 동의한다. 하지만 제2호 정책결정과정에서 다음과 같은 고민들이 반영되었다는 점을 이해하면, 일부 법리상의 오해나 모순이 존재할 수 있지만, 제2호 정책결정의 기본적인 취지가 이해된다고 생각한다.

첫째, ‘정무직 공무원 등’ 특정한 공인의 경우 임시조치를 제한하는 것이 합리적인가라는 문제와 관련하여서는, 제2호 정책결정은 ‘정무직 공무원 등’이라는 특정한 범위의 공인 요건뿐만 아니라, 당해 공인의 ‘공적 업무’라는 요건도 부가하고 있다. 따라서 정무직 공무원이라고 하더라도, 게시물의 내용이 당해 공인의 사적 영역에 관한 것이라면, 임시조치가 적용될 수 있는 것으로 해석하였다. 즉 게시물의 내용이 정무직 공무원 등의 공적 업무에 관한 사항인 경우에는, ‘공공의 이해에 관한 사항’으로 볼 수 있지 않느냐는 해석인 것이다.

둘째, ‘명백한 허위사실 여부에 관한 입증자료의 제출’이 명예훼손과 관련된 소송법상의 입증책임을 누구에게 부담시킬 것인가 하는 점과 관련되어 있다는 것과 관련하여서는, 현재의 임시조치제도의 문제점과 현황을 고려하였다. 즉 임시조치제도가 ‘피해자에 의한 남용’과 ‘포털사업자에 의한 자동적 임시조치로의 전용’으로 인하여 피해자의 인격권과 사생활 v. 표현의 자유 간의 조화로운 균형이라고 하는 기본 취지가 물각된 채, 오히려 표현의 자유를 과도하게 제약하는 수단으로 전락되고 있다는 점을 고려하였다. 따라서 게시물의 내용이 정무직 공무원 등의 공적 업무에 관한 사항인 경우, 즉 ‘공공의 이해에 관한 사항’인 경우에는, 임시조치 요청자로 하여금 ‘명백한 허위사실’ 여부에 대한 소명을 하도록 함으로써, 이러한 임시조치의 남용을 막을 필요가 있다는 점을 고려하였다.

셋째, 각 포털은 임시조치 요청을 신속하고 정확하게 처리하기 위해서 접수단계에서 최소한의 ‘형식상’ 판단을 하게 된다는 점도 고려하였다. 즉 당해 게시물이 임시조치의 대상이 되느냐에 관한 실체적 판단을 할 수 있는 위치에 놓여있지 않기 때문에, 형식적 판단만을 할 수밖에 없다. 하지만 임시조치가 남용되는 것은 ‘자유와 책임의 조화’라는 기본원칙에 부합하지 않는다. 이러한 딜레마를 해결하기 위해서, 가능한 ‘임시조치요건의 형식화’를 도모할 수밖에 없었다는 점이다.

지만 수사기관과 공적 기관이 제시한 자료가 특정 사실을 입증할 증빙자료가 될 수 있는지 아니면 단순히 해당 기관의 주장에 불과한 것인지에 따라 논란이 있을 수 있다는 지적 역시 있었다.

정책결정 제3호는 이러한 논의가 진행되는 과정에서 2가지 정도의 사례를 제시하면서, 허위사실 입증자료의 범위의 구체화를 시도하고 있다. 우선 원칙적으로 허위사실 입증자료의 범위는 처음부터 일반적인 기준을 제시하기는 어려우므로, 구체적인 사례에 대한 판단이 충분히 축적되어야 한다는 점을 원칙적인 차원에서 확인하였다. 그런 다음에 당시 문제가 되었던 2가지 사례의 경우, 즉 A의원의 대리투표 동영상 사례의 경우에는 ‘국회 사무처 투표 로그기록과 관련 동영상’을, B의원의 전직 대통령 추모기간 중 외유관련 사례의 경우에는 ‘출입국관리소의 출입국 기록’을 허위사실 입증자료로 인정하였다. 다만, 제출되는 자료의 형식이 아니라 각 개별 사안에서의 구체적인 내용과의 관련성이 중요할 수 있다는 점에서 정책결정 제3호의 한계가 존재할 수 있다. 왜냐하면 제출된 자료의 형식보다는 그 내용이 개별 사안의 구체적인 쟁점과 밀접한 관련성이 있는 경우가 더 많을 것으로 예상되기 때문이다.

일례로 정책결정 제3호 이후에 제기되었던 국회의원 C의 임시조치 요청 건에 있어서 법원의 판결이 있었다는 사실이 확인되었지만, 판결 내용과 해당 게시글과의 사안적 관련성에 대해서는 의견이 엇갈린 경우가 있었다. 또한 D청장이 회원사에 제출한 언론중재위원회의 반론보도결정문의 경우에도 반론제도는 반박내용의 진실 여부를 요건으로 하지 않기 때문에 정정보도와 같은 선상에서 이해하는 것이 적절한지 여부에 대한 논란도 존재하였다. 이 문제는 쉽게 정리되지 않는 부분이며, 향후 이러한 각 경우를 정책결정이라는 방식으로

풀어나갈지 아니면 개별 게시물의 심의를 통해서 합의수준을 높여 나갈지는 KISO에게 숙제로 남아 있으나, 일반적인 기준을 정립해 나가는 ‘정책결정’이 갖는 한계 내지 특수성 때문에, 후자가 될 가능성이 높다.

정책결정 제3호는 ‘명백한 허위사실’ 여부를 어떻게 증명하는지, 그리고 그 입증책임이 누구에게 있는지 등 논란이 될 수 있는 부분에 대해서는 대답하고 있지 않다. 그러나 임시조치 및 삭제요청 과정에서 권리침해 주장자가 포털 등에 판결문, 고소장, 심의결과, 권리침해 사실을 증명할 자료를 제출하는 것은 아주 드문 일은 아니다. 특히 임시조치제도를 활용하고 공식적인 자료를 제출할 수 있는 위치에 있는 정무직 공무원 등 공인의 경우에는 자신의 명예를 지키기 위한 다양한 공식적인 노력을 하곤 한다. 완전한 거짓도 진실도 없다는 점을 고려한다면, KISO의 정책결정 제3호는 정무직 공무원 등의 공인이 자신의 공적 업무와 관련된 게시물에 대해서 임시조치 등을 요구할 때는 ‘합리적인 수준’의 소명이 필요하다는 상식적인 취지의 의미로 이해될 수도 있다.

3. 제4호 정책결정의 내용과 취지

(1) 제4호 정책결정의 내용

KISO의 제4호 정책결정의 내용은 다음과 같다.

정책위원회의 정책결정(2009. 10. 21)

〈국가기관 및 지방자치단체의 구체적인 범위 설정의 건〉

한국인터넷자율정책기구(KISO) 정책위원회의 정책결정 제2호(2009. 6. 29)에서 언급된 국가기관 및 지방자치단체의 범위는 다음과 같다.

1. 국가기관이란 전자정부법 제2조 제2호에 따라 국회, 법원, 헌법재판소, 선거관리위원회, 중앙행정기관(대통령 소속기관 및 국무총리 소속기관을 포함) 및 그 소속기관을 의미한다.

2. 국가기관의 소속기관 범위는 해당부서의 직제관련 시행령에 따른다.

3. 지방자치단체란 지방자치법에 따른 광역, 기초자치단체(지방의회 포함), 제주특별자치도(의회 포함), 자치단체가 아닌 구, 읍, 면, 동, 리와 그 소속기관 및 지방교육자치에 관한 법률에 따른 교육위원회, 교육감, 지역교육청과 그 소속기관을 말한다.

4. 지방자치단체 등의 소속기관 범위는 추후 결정한다.

명예훼손 관련 임시조치를 요청할 수 있다.”에서 등장하는 ‘국가기관 및 지방자치단체’의 범위에 대해서 구체화한 결정이다. 정책결정 제2호의 결정과정에서 ‘국가기관 및 지방자치단체’를 임시조치 요청 주체에서 제외하는 것은 공인의 처리 제한보다 쟁점이 적은 편이었다. 국가기관 및 지방자치단체가 명예에 관한 인격권의 주체라고 보기 어렵다는 것이 중론이었다.⁴⁾

물론 공인과 관련된 내용에 비해 형식적인 면에서는 상대적으로 적용하기 용이하나, 실제적인 적용에 있어서는 현실적인 어려움이 있을 것이라는 우려는 있었다. 또한 국가기관에 대한 게시물과 관련하여 국가기관의 장이 명예훼손을 주장하는 경우도 있을 수 있을 것으로 보았다.

(2) 제4호 정책결정의 취지

정책결정 제4호는 정책결정 제2호의 ‘명예훼손성 게시물의 처리와 관련된 일반원칙’에서 ‘처리의 제한’ 중 “국가기관 및 지방자치단체는 명예훼손 관련 임시조치 요청의 주체가 아닌 것으로 간주한다. 다만, 그러한 단체의 장 및 구성원 개인은

정책결정 제4호는 정책결정 제3호에 비해 쟁점이 많지 않았다. 정책결정 제4호와 관련된 논의의 출발점이 된 것은 E라는 공기업이 정치적 의혹과 관련하여 명예훼손을 이유로 임시조치를 요청했던 시점이었다. E가 국가기관의 범위에 속하는가에 대한 의문이 제기되면서 국가기관 및 지방자치단

4) 국가기관과 지방자치단체를 임시조치를 요청할 수 있는 주체가 아닌 것으로 본 근거들로는 다음과 같은 것들이 제시되었다.

첫째, 국가기관과 지방자치단체는 기본권의 수범자이지 그 소지자가 아니라는 점이다. 즉 “국가나 국가기관 또는 국가조직의 일부나 공법인이거나 그 기관, 지방자치단체나 그 기관인 지방자치단체의 장은 기본권의 수범자이지 기본권의 주체로서 그 소지자가 아니고 오히려 국민의 기본권을 보호 내지 실현해야 할 책임과 의무를 지니고 있는 지위에 있다.”는 것이 헌법재판소의 확고한 판례이다(헌재 1994. 12. 29. 헌마120; 헌재 1995. 2. 23. 90헌마125; 헌재 1995. 9. 28. 92헌마23등(병합); 헌재 1997. 12. 24. 96헌마365 등).

둘째, 정보통신망법상의 임시조치제도는 명예훼손 등 피해자의 인격권과 표현의 자유를 조화시키고자 하는 장치이므로, 임시조치를 요구할 수 있는 권리침해 주장자는 인격권이라는 권리의 주체임을 전제로 하는 것인데, 개별 국가기관이나 지방자치단체는 원칙적으로 인격권이라는 권리의 주체로 보기 어렵다. 즉 국가기관은 인격권의 주체라고 할 수도 없고, ‘개인적’ 명예를 가지는 것도 아니기 때문에 국가기관에 대한 명예훼손은 인정되지 아니하는 것이 원칙이라고 할 것이다. 국가, 국가기관, 지방자치단체에 대한 명예훼손의 인정 여부에 대해 자세한 것은 박용상, 명예훼손법, 현암사, 2008, 60-62면 참조.

셋째, 국가기관은 소송의 주체가 될 수 없는데, 개별 국가기관의 임시조치를 허용할 경우 정보게시자가 이의를 신청하고 소송을 통한 최종적인 분쟁해결을 도모하고자 하더라도, 임시조치를 요구한 개별 국가기관에게 소송의 당사자능력이 없어, 국가기관을 상대로 하거나 국가기관이 직접 소송을 제기할 수 있는 방법이 없어, 분쟁을 해결할 방법이 없게 되는 문제가 발생한다.

넷째, 언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률(이하 ‘언중법’)은 제14조 제3항에서 “국가·지방자치단체, 기관 또는 단체의 장은 당해 업무에 대하여 그 기관 또는 단체를 대표하여 정정보도를 청구할 수 있다”는 특별규정(반론보도청구에도 이를 준용하고 있음. 언중법 제16조 제3항)을 두어 국가기관 등에게 정정보도 또는 반론보도청구에 관한 당사자능력을 부여하고 있기는 하다. 하지만 이 특별규정과 동일한 내용인 구 정기간행물의 등록 등에 관한 법률 제16조 제7항의 위헌 여부가 다투어진 사안에서, 대법원은 반론보도청구권을 도입한 취지에 일반적 인격권 보장의 요청 외에 진실 발견과 올바른 여론 형성의 목적도 있어, 국가나 지방자치단체에 반론보도청구권을 허용하여 국가나 지방자치단체에 대한 사회적 신뢰를 얻거나 유지하여야 할 공익적 필요가 있다는 점을 근거로 위 특별규정의 정당성을 부여하였다(대법원 2006. 2. 10. 선고 2002다49040 판결). 즉, 국가기관에게 반론보도청구를 할 수 권한을 ‘특별히’ 인정한 취지는 인격권을 보호하고자 하는 것이 아니라, 국가나 지방자치단체에 대한 사회적 신뢰를 얻고자 하는 공익적 필요 때문이라는 것이다.

결론적으로 일반적 인격권의 주체가 될 수 없는 국가·지방자치단체, 기관 또는 단체는, 언중법과 같은 특별한 규정이 없는 한, ‘사생활침해, 명예훼손 등’ 인격권을 보호하고자 하는 정보통신망법 제44조의 2를 근거로 한 임시조치의 주체가 될 수는 없는 것이다.

체의 범위를 구체적으로 설정할 필요가 있다는 문제의식에서 시작되었다. 이와 관련하여서는 관련 법에 비교적 명확하게 규정되어 있어 굳이 정책결정으로 남기는 것에 큰 의미가 없다는 주장도 있었다. 또한 정책결정 제3호의 결정과정에서의 문제제기와 맥락을 같이 하는 측면도 존재하였다. 예컨대 임시조치가 포털사들에게는 내용에 대한 판단이 아니라 형식상의 판단단계라는 점을 상기할 때, 임시조치 요청단계에 복잡한 허들을 쌓거나 요건을 설정하는 것은 포털의 입장에서는 처리의 부담을 늘릴 뿐 아니라 현실성이 떨어지는 부분도 있어 게시자의 권리보장은 다른 방식으로 찾아야 한다는 주장이 바로 그것이다. 반면 향후 공기업 등을 통해서 국가정책이 추진되는 경우가 많아 공적 관심사 영역에 해당될 가능성이 높으니 국가기관 및 지방자치단체의 범위도 유연하게 해석할 필요가 있다는 주장도 있었다. 바로 이러한 논의의 맥락에서 제4호 정책결정이 나오게 된 것이다.

결론적으로 정책결정 제4호에 따르면 앞서 언급된 공기업 E는 처리의 제한에 해당하는 국가기관의 범주에 속하지 않는다. 그런데 이 논의가 다소 지체되는 동안, 방송통신심의위원회에서 E라는 공기업이 임시조치를 요청했던 게시물에 대해서 심의를 진행하여 ‘해당없음’, 다시 말해 명예훼손이 아니라는 결론을 내린 바 있다. 물론 이 판단은 게시물 내용에 대한 판단이었기에, 명예훼손 피해의 주체 여부와는 별개의 판단이었다고 할 수 있다.

4. 결론

앞서 언급한 바와 같이 정책결정 제1부터 제4호까지는 명예훼손 여부에 대한 최종 판단을 하였거나 그 판단을 위한 기준을 제시한 것이 아니라, 임시조치 단계와 관련된 결정이기에 앞으로 KISO가 가야 할 길은 아직 멀다. 그간의 정책결정을 둘러

싸고 KISO에서 다양한 의견의 제시와 고민이 이루어졌고, 그 고민이 아직 미완의 진행형에 있다는 점에서 한계와 가능성을 동시에 가진 결정들이었다.

혹 논란이 있을 수 있는 영역에 대해서 KISO가 기존의 법리를 넘어서 해석으로 부당하게 피해자를 양산하는 것은 아닌가 하는 의문도 있을 수 있다. KISO 정책결정에 의하여 혹시라도 임시조치가 되지 않더라도, 방송통신심의위원회 심의결과 또는 판결문 등을 근거로 하여 각 회원사는 당해 게시물에 대해서 최종 조치로서의 ‘삭제’를 할 수 있다. KISO 역시 정책위원이 상정한 건에 한해 명예훼손 여부를 심의하고 ‘삭제’ 등의 조치를 내릴 수 있다. KISO가 임시조치에 의한 처리를 제한한다는 결정을 내린 게시물의 권리침해 주장자라도 다른 구제장치를 통하여 명예훼손이 성립한다는 판단을 받아온다면, 해당 게시물은 인터넷 세상에서 사라질 것이다. 다만, 임시조치보다 ‘신속성’ 측면에서 다소 떨어지는 심의를 받게 되고, 그 심의가 임시조치가 이루어진 상황에서 진행되는가 아니면 임시조치가 되지 않은 상황에서 진행되는가 하는 차이가 있는 정도일 수 있다.

KISO의 고민은 명예훼손 문제에만 한정된 것은 아니었으며 KISO에서는 공개된 4개의 정책결정 이외에 많은 게시물에 대한 검토가 있었다. KISO가 내실을 다져 개별 게시물에 대한 심의가 본격화되는 단계에서는 더 발전적인 정책결정과 심의 결과를 도출해 낼 것으로 기대한다. 마지막으로 현행 임시조치제도의 절차 보완을 위해 정보통신망법의 개정이 시급하다는 점은 다시 한 번 강조해도 지나치지 않을 것이다. **KISO**

KISO 정책결정 3,4호에 대한 평석



황 창 근
홍익대 법대 교수

1. 머리글

KISO가 출범한 지 아직 1년이 되지 않아 벌써 4번의 정책결정(이하 정책결정은 제1호 결정, 제2호 결정, 제3호 결정, 제4호 결정 이라고 표시함)을 내놓고 있다. 최초 발족시 우리나라와 같이 민간의 자율규제 경험이 많지 않은 환경에서 과연 성공할 수 있을까 하는 우려가 없지 않았지만, 그간의 활동으로 보건대 앞으로 충분히 성공적인 운영을 짐작할 수 있다고 할 것이다. 이러한 성과와 기대는 아마도 그에 참여하는 여러 전문가들의 전문적인 식견과 회원사들의 적극적인 참여 의지를 바탕으로 하는 것이라 생각한다.

자율규제는 서구 각국에서 활발하게 시행되고 있고, 특히 새로운 매체인 인터넷에 관하여는 대부분의 서구제국이 자율규제를 우선시하고 국가규제는 최소한도로 제한하는 법제도로 운영하고 있다. 이에 비하여 우리나라는 인터넷매체에 대한 자율규제의 경험은 많지 않다고 할 것인데, 이는 기존의 방송, 영화 등 전통적인 매체에 있어서 국

가에 의한 내용규제가 우선시되는 제도적 배경과 밀접한 관련이 있다.

이러한 배경에서 KISO가 인터넷의 새로운 자율규제의 역사를 시작하는 것은 매우 바람직한 것이라고 할 것이다. 인터넷은 아직 완성된 매체라기 보다는 발전도상에 있는 것이라는 점을 감안하면, 매체의 발전초기에 자율규제의 역사를 시작하는 것은 향후 인터넷 규제의 방향을 제시한다는 점에서 중요한 의미가 있다. 그런 점에서 KISO는 성공하여야 하고, 새로운 자율규제의 전범을 제시하여야 한다.

KISO는 정책결정의 형식으로 명예훼손성 게시물에 대한 회원사의 조치에 관한 지침을 제시하고 있다. 이 글이 평석하고자 하는 정책결정은 제3호와 제4호인데, 제3호는 정무직공무원 등 공인이 임시조치를 요청할 수 있는 경우인 "명백한 허위사실"에 관한 구체적인 입증자료를 결정한 것이고, 제4호 결정은 국가기관과 지방자치단체의 범위를 결정한 내용이다. 이 글이 비록 제3호 및 제4호 결정에 평석 성격을 가지고 있지만, 제3호와 제4

호 결정은 제2호 결정의 임시조치의 요청에서 제외하도록 한 공인 및 국가기관, 지방자치단체에 대한 결정과 밀접한 관련이 있으므로, 필요한 범위 내에서 제2호의 정책결정의 내용까지 함께 검토하기로 한다. 사실 임시조치의 대상에서 특정인을 제외한다는 것은 임시조치의 절차 이상으로 중요한 의미가 있음에도 불구하고, 그에 대하여 별다른 논평이 없기 때문에 또 하나의 시각을 제시한다는 차원에서 그에 대한 비판적인 시각을 담아 간단하게나마 검토하기로 한다.

또한, KISO가 발하는 정책결정의 의미에 대하여, 형식과 대상의 문제 등에 대하여도 약간의 논급을 하고자 하는데, 이는 이견 정책결정이 미치는 회원사 및 일반이용자에 대한 법적 효력 등의 문제나 한계 등과 관련이 있기 때문이다.

II. 제3호 정책결정에 대한 검토

1. 제3호 정책결정의 요지

제3호 정책결정의 요지는, 명예훼손성 게시물에 대한 임시조치의 요청의 제한사항 중에서 정무직 공무원인 공인이 예외적으로 요청할 수 있는 요건인 "명백한 허위사실"에 대한 입증자료의 범위를 구체적으로 정한 내용이다. 즉 이 결정에서 정한 사례는, A의원의 대리투표 동영상 사례에서는 국회 사무처 투표 로그기록과 관련 동영상을 인정하였고, B의원의 전직 대통령 추모기간 중 외유관련 사례에서는 출입국관리소의 출입국 기록을 관련자료로 인정하였다.

2. 공인과 임시조치 요청의 제한

정책결정 제3호에 앞서, 그 근거가 된 제2호에 대한 검토를 하여 보면, 명예훼손성 게시물에 대한 임시조치의 요청에 있어서 정무직 공무원 등의

공인인 경우에는 이를 제외하도록 하고 있는데 이러한 결정이 과연 타당한 것인지 문제가 된다.

이 결정의 의의는, 대부분의 공인에 대한 보도는 공적 사항에 관한 것이어서 실제 소송에서는 명예훼손책임이 인정되지 않을 가능성이 높고, 더욱이 정무직 공무원 등이 공적 사항에 대한 비판을 개인에 대한 명예훼손이라는 논리로 무분별하게 소송과 임시조치 제도를 남용하는 우리 현실에서 이를 적절히 제한할 필요성을 감안한 것이라고 본다.

명예훼손성 게시물의 임시조치의 법적 근거인 "정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률"(이하 정보통신망법이라 함) 제44조의2에 의하면 타인으로부터 권리침해를 당한 자는 OSP에게 삭제 등의 요청을 할 수 있는 것으로 되어 있을 뿐, 특정 범위의 피해자의 경우에는 이를 제외한다는 명문의 규정이 없다. 이견 정책결정의 규범적 근거를 무엇으로 볼 것인가 하는 점은 해석상 논란이 있지만, 특정 웹사이트의 서비스이용계약의 당사자뿐만 아니라 일반 이용자의 경우에도 적용된다고 본다면, 이는 특정 웹사이트의 약관이 아닌 정보통신망법 제44조의2 내지 제44조의3을 근거로 할 수밖에 없다(자세한 내용은 IV. 참조). 그렇다면 위 제2호 정책결정은 위 법의 해석에 부합되어야 한다. 다시 말하면 정책결정이 정보통신망법상의 임시조치의 규정에 위반될 경우에는 이용자의 법상 이익을 침해하는 문제가 될 것이다.

그런데, 정보통신망법이 임시조치의 요청에 대한 아무런 제한을 두지 않고 있다고 하여 임시조치의 요청을 어떤 경우에도 제한할 수 없다는 것은 물론 아니다. OSP로서는 정보통신망법의 문리 해석뿐만 아니라 명예훼손법에 관한 우리나라의 다른 법률과 그에 대한 판례 및 조리에 의거 합목적적으로 해석, 적용할 수 있는 것이다. 따라서 제2호 결정에서 요청의 제한 범위로 정하고 있는 "정무직 공무원등"의 공인의 제한이 합리적인 것인가 하는 점이 쟁점이 된다.

정무직 공무원인 공인을 임시조치의 요청자격에서 제외한 것은 미국법상의 공인이론(Public Figure)에 기인한 것으로 보인다. 미국의 공인이론은 명예훼손법상 특정 범위의 공인의 경우에는 현실적 악의(actual malice)가 있지 않는 한 그에 대한 내용의 보도가 설사 허위의 내용이라고 하더라도 손해배상을 받을 수 없다는 것으로써 연방대법원의 판례를 통하여 형성되었다. 이는 공인에 대한 잘못된 표현이더라도 이를 보호하여야 할 이익이 공인의 명예 보다 크다는 경험에서 유래한 것이고, 공인이론은 공인이라는 특정 신분을 중심으로 명예훼손의 면책을 도모한다는 점에 특징이 있다. 공인이론에 대하여는 공인의 유형화가 어렵다거나, 공인에 대한 오보를 지나치게 보호하려다 개인의 명예에 대한 보호가 소홀하여 진다는 비판도 유력하게 제기되고 있다.

우리나라에서는 미국과 달리 공인이론이 일반적으로 받아들여지고 있지 않다. 표현 내용이 공익성과 진실 내지 상당성이라는 요건에 부합할 경우 위법성을 조각하는 형사상 법리를 민사책임에 준용하는 것이 일반적인 명예훼손법리이다. 이 중 공익성 요건에서 공인의 경우에는 공적 사항에 관한 비판이 주된 내용을 차지할 것이라는 점에서 공인이론의 실마리를 풀 수 있으나, 공인이라는 특정한 신분 또는 유형을 전제로 하는 미국법상의 공인이론과는 상당한 차이가 있다고 할 것이다. 따라서 공인의 범위를 "정무직 공무원 등"이라고 명시하여 처음부터 임시조치의 대상에서 배제하는 것은 우리나라 판례의 취지에 부합한다고 보기 어렵고, 나아가 정보통신망법이 임시조치의 요청 자격을 명문으로 제한하지 않고 있는 이상 이견 결정과 같이 특정인을 제외하는 조치는 타당하지 않다고 생각한다. 즉 정무직 공무원 등의 삭제 요청 등에 OSP가 위 정책결정을 근거로 하여 거부할 경우에는 해당 정보의 유통에 대한 책임은 물론이고, 적어도 삭제 요청 이후의 유통에 대하여

는 상당한 책임을 부담하지 않을 수 없다고 본다.

나아가 제2호 결정이 타당하다고 하더라도, "정무직 공무원 등"이라는 규정에서 정무직 공무원의 범위, 정무직 공무원 이외의 기타의 공인은 어느 범위까지 인정할 것인지 하는 점 등은 공인이론에서의 공인의 범위설정의 어려움과 동일한 문제에 해당한다고 할 것이다. 자율규제기구의 정책결정이라고 하는 점에서 이 부분에 대한 보다 구체적인 가이드라인이 제시되는 것이 마땅하다고 하겠다.

3. 명백한 허위사실과 명예훼손 책임의 관계

제2호 결정은 정무직 공무원 등의 공인인 경우에도 자신의 공적 업무와 관련된 내용이 "명백히 허위사실"인 경우에는 임시조치의 제한의 예외에 해당된다고 하고 있는데, 다시 말하면 명백히 허위사실인 경우에는 공인이 공적 사항의 경우에도 임시조치를 요청할 수 있다는 것이 된다.

그러나 이 결정내용은 우리나라 대법원 판례의 취지에도 어긋날 뿐만 아니라, 공인이론이 왕성하게 적용되고 있는 미국법에서도 인정되기 어려운 법리이다. 미국법상 공인이론은 허위사실인 경우에도 공인의 공적 사항에 관한 보도는 명예훼손 책임을 지지 않는다는 것이고, 다만 그 허위사실의 보도에 있어서 현실적 악의(actual malice) 즉 허위사실임을 알았거나 알 수 있었음에도 불구하고 이를 무시한 채 보도한 경우에는 피해자에게 그 입증책임을 지도록 함으로써 명예훼손책임을 부담하게 하고 있다. 그런데 여기서 현실적 악의에 대한 입증은 허위사실이 명백하다는 객관적인 상태를 말하는 것이 아니라 표현자의 주관적인 사정(요건)에 대한 입증을 말하는 것이므로, "명백히 허위사실"인 경우와는 반드시 동일하다고 볼 수 없다.

또한 우리나라 판례에 비추어 보아도 위의 결정은 정확한 판단이라고 하기 어렵다. 우리나라 판례에 의하면 언론매체의 보도가 타인의 명예를 훼손

손하는 행위를 한 경우에도 그것이 공공의 이해에 관한 사항으로서 그 목적이 오로지 공공의 이익을 위한 것일 때에는 적시된 사실이 진실이라는 증거가 있거나 그 증거가 없다 하더라도 행위자가 그것을 진실이라고 믿었고 또 그렇게 믿을 상당한 이유가 있으면 위법성이 조각된다는 것이다. 아마도 정책결정에서 말하는 "명백히 허위사실"은 위에서 진실이라고 믿을 만한 상당한 이유가 없는 경우와 동일한 것을 지칭하는 것으로 생각되지만, 그러나 엄격히 말한다면 표현 내용이 "명백히 허위사실"이라고 하더라도 진실이라고 믿을 만한 상당한 이유가 있을 수도 있고, 또 반대의 경우도 예상할 수 있다. 요컨대 상당성 요건의 판단은 보도 내용이 "명백히 허위사실"인 객관적인 상태를 말하는 것이 아니라, 허위사실임에 대한 예견가능성에 주안점이 있다고 할 것이다. 따라서 대부분의 경우에는 명백히 허위사실인 보도의 경우에는 상당성 요건을 충족하기 어렵다고 하겠지만, 명백히 허위사실인 경우에도 상당성 요건을 충족하는 경우에는 면책이 될 것이므로, 위와 같은 정책결정은 우리나라 판례의 태도에 부합된다고 보기 어려운 것이다.

4. 명백한 허위사실에 대한 입증책임의 문제

제3호 결정은 제2호에서 정한 공인이 임시조치를 예외적으로 요청할 수 있는 경우인 "명백히 허위사실"인 경우의 입증자료를 구체적인 사안에서 정한 것인바, 정보통신망법 제44조의2 제1항에 의하면 입증의 정도는 증거가 아닌 소명이라는 점에서 보면 제3호 결정이 제시하고 있는 입증자료는 해당 사안에 있어서 "소명"의 한 방법으로 제출토록 한 것으로 보인다. 아래와 같은 점에서 검토를 요한다.

첫째, 제2호 및 제3호 결정은 "명백히 허위사실"의 입증자료를 제출토록 하고 있는바, 정보통신망

법 제44조의2 제1항에 의하면 명예훼손의 침해를 받은 자는 침해사실을 소명하여 삭제 등 임시조치를 요청할 수 있도록 규정하고 있는데, 제3호가 들고 있는 입증자료는 입증의 정도에서 소명의 수준을 넘어서는 것이라는 점에서 사실상 정무직 공무원등의 임시조치 요청을 제한하는 규정이라고 할 것이다.

둘째, 이러한 입증자료의 제출책임 즉 소송법상의 의미로서 입증책임을 누구에게 부담시킬 것인가 하는 점이다. 제3호 결정은 이와 같은 입증책임이 누구에게 있는지에 대하여 아무런 규정을 두고 있지 않다. 일반적으로 명예훼손 소송에 있어서 명예훼손 피해자는 명예훼손사실을 입증하면 족하고, 이에 대하여 언론매체가 위법성조각사유 즉 공공성 및 진실성 또는 상당성을 입증하여야 된다는 것이 우리나라 판례의 일관된 입장이고(대법원 1998. 5. 8. 선고 97다34563 판결 등), 뿐만 아니라 정보통신망법 제44조의2 제1항에 의하면 임시조치 요청인은 권리침해사실을 소명만 하면 OSP는 요청에 따른 임시조치를 취하도록 하고 있는 규정을 종합하면, 그 입증책임을 공인인 피해자에게 부담시킬 수는 없다고 할 것이다. 이는 미국 연방대법원이 공인인 피해자가 "현실적 악의"의 입증책임을 부담토록 함으로써 공인에 대한 명예훼손 책임을 엄격히 제한하고 있는 것과 분명한 차이가 있다.

또한, 만일 피해자에게 제3호 결정과 같은 입증자료의 입증 책임을 부담시킬 경우에는 그 가능성이 있는지도 검토하여야 한다. 제3호 결정에서 제시하고 있는 "국회 사무처 투표 로그기록과 관련 동영상"이나 "출입국관리소의 출입국 기록"을 피해자가 입수하여 제출하는 것은 사실상 어렵다. 만일 이것이 민사소송절차라면 원피고간의 공격방어 방법을 통하여 그나마 가능할 수도 있다고 할 수 있지만, 소송절차가 아닌 임시조치 요청절차에서 "명백한 허위사실"을 입증토록 하는 것이 과연 가능

한지도 의문이라고 할 것이다.

셋째, OSP가 명백한 허위사실인지 여부를 입증 자료에 의하여 결정토록 하는 것이 적절한지 문제가 된다. 정보통신망법상의 임시조치는 기본적으로 OSP에 의한 신속하고 자율적이면서 임시적인 분쟁해결을 도모하는 것을 제도적 이념으로 한다는 점에서 보면, OSP로 하여금 명백한 허위사실인지 여부를 제출된 입증자료에 의하여 판단토록 하는 것은 이러한 신속성, 자율성, 임시성이라는 임시조치의 이념에 비추어 적절한 것이 아니다. 나아가 이러한 구체적인 사안이 발생할 때마다 정책결정을 통하여 해결토록 하는 것도 신속성과 자율성에도 친하지 않는 것이다. 결국 명백한 허위사실의 입증자료인지 여부에 대하여 계속적으로 KISO가 정책결정의 형식을 통하여 해결하기도 쉽지 않다고 본다.

5. 소결

제3호 결정은 제2호 결정상의 "정무직 공무원 등의 공인"을 임시조치의 예외로 정하고, 그에 대한 예외로서 인정한 "명백한 허위사실"의 입증자료를 구체적인 사안에서 정한 것이니만큼 제3호 결정 자체는 제2호를 토대로 한다면 타당한 것으로 보인다.

그러나 보다 근본적으로 공인에 대한 임시조치의 적용을 배제하는 제2호 결정은 우리나라에서의 공인에 관한 명예훼손법리에 비추어 보면 너무 앞서나간 것이 아닌가 생각된다. 공인의 경우에도 명백히 허위사실인 경우에는 임시조치를 허용함으로써 공인이라는 신분에 의한 절대적인 제한을 인정한 것은 아니기 때문에 구체적인 타당성을 기할 수 있다는 점에서 이 결정은 표현의 자유와 공인의 명예 보호라는 양자의 이익을 보호하기 위한 심각한 결론이라는 점은 인정된다. 그러나 우리나라 대법원 판례가 인정하고 있는 공익성 요건, 진

실성 및 상당성 요건은 공인이라는 신분을 중심으로 하는 것이 아니라 구체적인 사안에서 표현의 자유와 개인의 명예라는 이익형량을 기본으로 한 것인 만큼 이러한 판례의 기본 취지를 살려 정책 결정을 하는 것이 타당하다고 생각한다.

III. 제4호 정책결정에 대한 검토

1. 제4호 결정의 요지

제4호 결정의 내용은 명예훼손 게시물에 관한 임시조치의 요청에서 제외된 국가기관 및 지방자치단체의 범위를 정한 것이다.

여기서 정한 국가기관의 범위는 전자정부법 제2조 제2호의 행정기관으로 그 범위를 정하였고, 지방자치단체는 지방자치법 등의 규정에 따라 정하였다. 우리 법제상 국가기관이 무엇인지 일반적으로 정한 법령은 존재하지 않지만, 헌법기관을 포함한 행정기관을 지칭하는 것으로 해석한다면, 제2호 결정이 전자정부법 제2조 제2호에서 정한 "행정기관"의 의미를 차용한 것은 타당한 것이라고 본다. 그리고 그 소속기관의 범위는 해당 국가기관의 직제관련 시행령에 의한다는 것도 타당한 해석이다. 그리고 권리의무의 귀속주체인 국가가 아니라 국가기관이라고 규정한 것도, 적어도 권리의 주체를 논하는 것이 아니라 명예훼손의 대상자를 정하는 것이라는 점에서 타당하다고 하겠다.

지방자치단체의 범위에 있어서도 지방자치법 및 "지방교육자치에 관한 법률"상의 자치단체 뿐만 아니라 그 소속기관을 포함한 것은 타당하다고 할 것이고, 나아가 지방자치법상 자치단체가 아닌 구, 읍, 면, 동, 리를 그 범위에 포함한 것은 지방자치체를 명예의 주체로 간주하지 않는 이상 타당한 범위내에 속한다고 할 것이다.

2. 국가기관이나 지방자치단체와 임시조치의

요청의 제한

제2호 결정은 국가기관이나 지방자치단체에 대하여는 명예훼손에 관한 임시조치 요청의 주체가 될 수 없다고 규정하고 있는바, 이는 국가기관이나 지방자치단체가 명예훼손에 있어서 명예의 주체가 될 수 없다는 법리에 따른 것이다. 그러나 국가기관 또는 지방자치단체(이하 국가기관등이라 함)가 명예의 주체가 되는지 문제는 오랫동안 학설이나 판례에서 논의되어 왔던 부분이지만 국가기관 등을 명예의 주체에서 제외하는 법리가 명확하게 정립되었다고는 할 수 없다. 그런 점에서 보면 국가기관 등을 명예의 주체에서 제외하는 제2호 결정은 현재의 논의 수준에서 상당히 앞서 나간 것으로 보인다.

국가기관 등을 명예의 주체에서 제외하여야 한다는 주장의 논거는 국가기관 등은 국민의 기본권을 보호하는 위치에 있을 뿐 기본권 주체성을 인정할 수 없고, 만일 명예의 주체가 될 경우에는 국민의 건전한 비판까지도 봉쇄되어 언론의 자유가 위축될 우려가 있다는 점으로 요약된다.

이에 반하여 국가기관 등도 명예의 주체가 될 수 있다는 견해는 보호받을 명예의 향유 주체라면 그것이 개인이든 국가기관이든 예외가 없다는 것으로서, 현행법 및 판례를 근거로 든다. 즉 명예훼손죄를 규정하고 있는 형법의 규정(제307조 이하)에서 “사람”이란 개인 또는 법인, 비법인 단체 등도 포함되고, 「언론중재 및 피해구제 등에 관한 법률」 제14조 제3항에서 “국가·지방자치단체, 기관 또는 단체의 장은 당해 업무에 대하여 그 기관 또는 단체를 대표하여 정정보도를 청구할 수 있다”라고 규정하고 있으며, 또 정보통신망법상 임시조치 규정에는 피해자에서 국가기관 등을 제외한다는 명문의 규정이 있지 않다. 또 우리나라 판례가 대체적으로 국가기관이나 지방자치단체에 대한 명예훼손에 있어서 명예의 주체성을 부정하고 있지 아니

한 것도 근거가 된다.

생각건대, 국가기관 등이 무분별하게 언론보도를 위축시킬 목적으로 명예훼손 소송이나 임시조치를 제기하는 것은 바람직한 것은 아니어서 이를 어떤 방식으로든 제한하는 것이 필요하다는 점에는 동의를 한다. 그러나 우리나라 판례 및 현행법이 국가기관 등에 대하여도 명예의 주체로 부정하고 있지 아니한 점에서 임시조치에 있어서만 이를 요청 자체에서 제한하는 것은 다른 법체계에 비추어 받아들이기 어렵고, 나아가 임시조치제도의 활성화 측면에서 재검토를 요하며, 오히려 다른 방식으로 국가기관 등에 의한 임시조치를 제한하는 것을 검토하여야 한다고 본다.

3. 국가기관 등에 관한 제2호의 결정의 기타 문제

제2호 결정에 의하면 국가기관 및 지방자치단체는 명예훼손 관련 임시조치 요청의 주체가 아니고, 다만 그러한 단체의 장 및 구성원 개인은 요청할 수 있는 것으로 규정하고 있는데, 규정상 몇 가지 의문이 있다.

첫째 단체의 장의 임시조치의 요청이 국가기관 등의 대표자로서 청구할 수 있다고 볼 수 있는지 해석상 혼란이 있다. 만일 기관의 대표자의 자격으로 요청할 수 있다고 하면, 국가기관 등의 주체 자격을 제한한 취지에 반하는 것이고, 개인의 요청자격을 설명한 것이라면 혼란이 없도록 분명한 규정이 필요하다.

둘째 국가기관 등의 단체의 장 및 구성원은 원칙적으로 임시조치의 요청자격을 부여하면서, 바로 이어지는 뒷 부분에서 정무직공무원 등의 공인인 경우에는 이를 허용하지 않는 것으로 규정하고 있어 적용상의 혼란이 있을 수 있으니, 이를 분명히 정리할 필요가 있다고 할 것이다. 왜냐하면 국가기관 등의 단체의 장이나 구성원 중에는 정무직

공무원 등이 포함될 수 있기 때문이다.

IV. 기타 정책결정의 성격 및 형식에 대한 검토

1. 정책결정의 법적 성격

현재까지 나온 명예훼손성 게시물에 대한 정책 결정은, 제1호가 "실명이 거론된 명예훼손성 게시물의 조치를 위한 정책"이고, 제2호가 "명예훼손성 게시물의 삭제·임시조치 등에 관한 추가적인 정책"이며, 제3호가 "명백한 허위사실의 입증자료의 범위"이고, 제4호가 "국가기관 및 지방자치단체의 구체적인 범위 설정"으로 되어 있다.

명예훼손성 게시물에 대하여 OSP가 행할 수 있는 조치로는, 일반적으로 약관에 따른 조치와 법률에 따른 조치로 구분할 수 있다. 약관에 따른 조치로는 해당 정보에 대한 삭제, 임시조치 또는 이용계약의 정지 내지 해지가 대표적이다. 법률상 조치로는 피해자의 요청이 있는 경우에 삭제 또는 임시적인 접근차단조치 등의 임시조치를 취할 수 있는 권한(정보통신망법 제44조의2) 또는 임의적 임시조치권한(동법 제44조의3), 방통심의위원회에 의한 해당정보의 삭제 등의 시정요구에 응할 의무(방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률 제21조, 동시행령 제8조 제2항), 방송통신위원회의 해당 정보의 취급의 거부, 정지, 제한 등의 하명에 대한 수범의무(정보통신망법 제44조의7) 등이다.

KISO의 정책결정은 KISO 뿐만 아니라 그 회원사를 구속하는 효력을 가지고 있음은 당연하다. 나아가 각 회원사들이 운영하는 포털사이트의 회원들을 구속하는 효력이 있는지 보면, 각 포털사이트는 각 회원들과 사이에 해당 웹사이트서비스 이용계약을 체결함에 따라, 각 회원들은 해당 개별서비스계약이 계약내용으로 채용한 약관의 내용에 구속된다. 대부분의 약관에는 명예훼손성 게시

물에 대하여 유통금지의무가 부여되고 있고, 해당 게시물에 대하여는 해당 게시판운영자가 임의로 삭제 등의 조치를 취할 수 있음을 규정하고 있다. 따라서 해당 웹사이트의 회원들에게도 해당 웹사이트의 운영자를 통하여 KISO의 정책결정이 간접적으로 사실상 미치게 된다.

문제는 특정 웹사이트의 회원이 아닌 일반 이용자에게는 무슨 근거로 위 정책결정의 효력을 적용할 것인가 하는 점이다. 계약당사자가 아닌 일반 이용자에게 해당 포털사이트의 약관을 근거로 할 수 없음은 당연하다. 만일 위 KISO의 정책결정의 내용을 일반 이용자에게 적용하기 위하여는 일반적인 규범적 효력을 가지는 법률을 근거로 하거나, 법률의 내용에 부합하는 것이어야 한다. 그렇다면 현행 KISO의 정책결정이 규범으로서의 효력을 유지하기 위하여는 정보통신망법 제44조의2 또는 제44조의3 등의 법적인 근거를 가져야만 하므로, 위 정책결정의 내용은 위 법률의 범위내에서 해석, 운용되어야 한다는 본질적인 한계를 가지게 된다.

2. 정책결정의 형식에 대한 검토

KISO 정관에 의하면 기구 강령, 정책결정 가이드라인 및 위원으로부터 요청받은 인터넷 게시물에 대한 정책 결정을 산하 정책위원회가 결정하도록 하고 있는데(정관 제30조), 강령이나 정책결정 가이드라인은 일반적으로 규범적 성격을 가지는 것으로 보이지만, 개별적인 정책결정은 이와는 다른 성격으로 이해된다. 정책결정은 위 정관에서도 언급하고 있는바와 같이 "위원으로부터 요청받은 인터넷 게시물에 대하여" 구체적인 해결책이고, 이에 반하여 일반적인 규범의 성격을 가지기 위하여는 "정책결정 가이드라인"이 제정되어야 하는 것으로 생각된다. 일반적인 규범을 가진다는 점은 향후 각 회원사에 있어서는 법률이나 약관과 같이

유사 사건의 결정에 있어서 근거로 작용할 수 있다는 의미이고, 특정한 사안에 대한 결정례라는 점은 향후 유사한 사안에서 참고자료는 될지언정 규범적 근거는 될 수 없다는 것을 의미한다.

그런데 현재까지의 발령된 정책결정을 보면 위정관에서 규정하고 있는 정책결정과 정책결정 가이드라인의 차이점이 부각되지 못한 것으로 보인다. 즉 제1호 결정의 경우에는 구체적인 사안에 대한 해결형식을 취하여 정책결정의 성격을 가지고 있고, 제2호 결정은 명예훼손성 게시물의 삭제 요청 등 임시조치에 관한 일반적인 규범의 성격을 가지고 있어 이는 "정책결정 가이드라인"의 성격을 가지고 있으며, 제3호 결정은 명백한 허위사실에 관한 구체적인 입증자료의 범위를 제시한 것으로서 "정책결정"의 형식이고, 제4호 결정은 국가기관 등의 범위를 정한 것으로써 "정책결정 가이드라인"의 성격에 보다 가까운 것이 아닌가 생각된다. 이러한 정책결정의 형식에 대한 의문은 결정에 대한 예측가능성을 저하시킬 수도 있다는 점에서 구분하여 제정되는 것이 바람직한 것으로 보인다.

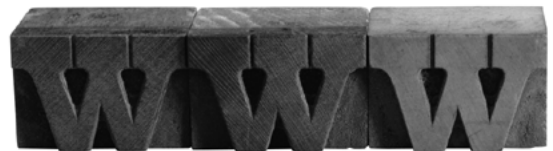
V. 마치는 글

인터넷매체에 있어서 명예훼손성 게시정보의 유통으로 인한 피해에 대한 여러 가지 대응 방안 중에서 가장 바람직한 것은 유통에 간여하는 OSP에 의한 자율적인 삭제 등의 조치이고, 그런 목적의 일환으로 도입된 것이 정보통신망법상의 임시조치(notice and takedown)이다. 명예훼손법에서 공인 및 국가기관 등을 명예의 주체로 인정할 것인가 하는 점은 많은 논란이 있는 부분임은 틀림없다. 이를 부인하는 견해의 논거도 적어도 이론적으로나 현실적인 이유상 타당한 측면이 많이 있다. 그러나, 우리 법현실에 있어서는 아직도 공인이라는 신분에 의하여 명예훼손책임을 면책케 하는 공인이론을 직접적으로 도입하지 않고 있다는

점 그리고 국가기관 등의 경우라도 명예훼손의 피해자가 될 수 있다는 점이 인정되고 있는 현실에서 제2호 및 제3호, 제4호의 결정은 지나치게 법현실을 앞서나간 것이 아닌가 생각한다. 이견 정책결정이 회원이 아닌 일반 이용자에 대하여까지 규범적 효력을 발휘하기 위하여는 정보통신망법 제44조의2를 근거로 할 수밖에 없다는 점에서는 더욱 그렇다.

현행 정보통신망법상 임시조치제도는 인터넷상 명예훼손정보의 폐해에 대응방안으로 가장 유용한 것이라 생각한다. 당사자에 의한 자율적 해결, 신속하고 임시적인 처리라는 3가지 법적 기능 및 이념으로 이를 표현할 수 있다. 그러나 현행법은 이와 같은 제도의 성격을 모두 담아내고 있지 못하여 실무상 여러 가지 불편한 점과 문제점이 있으며 그 문제점에 관하여는 다수의 법률개정안이 제출되어 있기도 하다. 그 개정안조차도 제도의 본 취지를 살리지 못하고 있다.

이러한 점에서 임시조치제도를 직접 시행하고 있는 입장에 있는 KISO가 정책결정을 통하여 지속적으로 임시조치의 내용을 구체적으로 제시하고 있는 것은 일부 세부적인 내용에 동의하기 어려움에도 불구하고, 그 방향성이나 목적 및 내용에 있어서 향후 우리나라 임시조치제도의 발전에 큰 기여를 할 것이라고 생각한다. **KISO**



정책결정 제3호

한국인터넷자율정책기구(KISO) 정책위원회 의 정책결정 (2009. 9. 3)

제2호 정책결정의 ‘처리제한’ 중 공인의 임시조치 요청과 관련하여 ‘명백한 허위사실’ 입증자료의 범위에 관해 다음과 같이 결정한다.

허위 사실 입증자료의 범위는 구체적인 사례에 대한 판단이 축적되면서 결정되어야 한다.

이와 관련하여 KISO는 아래와 같은 자료를 입증

자료로 인정하였다.

1. A의원의 대리투표 동영상 사례
: 국회 사무처 투표 로그기록과 관련 동영상
2. B의원의 전직 대통령 추모기간 중 외유관련 사례
: 출입국관리소의 출입국 기록



정책결정 제4호

한국인터넷자율정책기구(KISO) 정책위원회의 정책결정 (2009. 10. 21)

〈국가기관 및 지방자치단체의 구체적인 범위 설정의 건〉

한국인터넷자율정책기구(KISO) 정책위원회의 정책결정 제2호(2009. 6. 29)에서 언급된 국가기관 및 지방자치단체의 범위는 다음과 같다.

1. 국가기관이란 전자정부법 제2조 제2호에 따라 국회, 법원, 헌법재판소, 선거관리위원회, 중앙행정기관(대통령 소속기관 및 국무총리 소속기관을 포함) 및 그 소속기관을 의미한다.
2. 국가기관의 소속기관 범위는 해당부서의 직제 관련 시행령에 따른다.
3. 지방자치단체란 지방자치법에 따른 광역, 기초 자치단체(지방의회 포함), 제주특별자치도(의회 포함), 자치단체가 아닌 구, 읍, 면, 동, 리와 그 소속기관 및 지방교육자치에 관한 법률에 따른 교육위원회, 교육감, 지역교육청과 그 소속기관을 말한다.
4. 지방자치단체 등의 소속기관 범위는 추후 결정한다.

/www.inte

기획동향

- 포털의 모니터링, 이렇게 이뤄집니다 / 박 세 영 SK커뮤니케이션즈 고객센터시스템 팀장
- 독일의 '규제된 자율규제'를 음미한다 / 김 업 기 APIH 사무국장

포털의 모니터링, 이렇게 이뤄집니다

— SK 커뮤니케이션즈의 경우 —



박 세 영

SK커뮤니케이션즈 고객센터서비스팀 팀장

1. 머리말

늘 새로운 정보가 올라오고 유통되는 포털서비스, 서비스를 이용하는 이용자의 입장에서선 자신이 원하는 시간에 편하게 접속할 수도 있고, 이동 중에 휴대폰을 통해서 서비스를 활용할 수도 있다. 그러나 이렇게 24시간, 365일 쉼 없이 운영되는 포털서비스를 운영하고, 지원하는 회사에 근무하고 있는 직원들은 업무를 종료하거나 마친다는 개념을 갖기가 어려운 점이 있다. 특히 문제가 있는 게시물이나 사진 등을 모니터링하고 관리해야 하는 모니터링 파트에 근무하는 담당자라면 더욱 그러할 수밖에 없다. 포털서비스에서 일하고 있는 직원 중에 가장 많은 양의 게시물과 사진, 댓글을 읽으며, 24시간 교대로 일을 해야 하는 업무특성 때문이다.

퇴근 후 모니터링 담당자의 SMS가 없는 날엔 웬지 허전하고, 늦은 밤 울리는 휴대폰에 야간 담당자의 번호가 찍히면 ‘오늘은 무슨 일이 생긴 건가’, 순식간에 긴장으로 인해 정신이 맑아지며 전화를 받게 된다.

2. 서비스 모니터링 체제와 현황

SK커뮤니케이션즈(이하 SK컴즈)가 운영하는 모든 서비스에 대한 모니터링을 총괄하는 SK컴즈 고객센터서비스팀 모니터링 파트는 자칭 ‘24시간 대기조’이다. 퇴근 후에도 긴장을 늦추지 않고 모니터링 이슈를 챙기기에 여념이 없기 때문이다. 이들은 실제 모니터링을 전담하는 인력의 생산성 관리 및 효과적인 모니터링을 위한 인프라 지원부터 실시간 발생하는 이슈와 연관된 신속한 모니터링 진행에 이르기까지 모든 의사 결정을 하며 바쁜 일상을 보내고 있다.

2.1 모니터링 운영 체제(운영방식/인력)

SK컴즈의 모니터링 요원은 현재 전담 인력 100여 명, 서비스와 연관된 운영 업무와 모니터링 업무를 병행하는 인력 120여 명으로 각각 구성되어 있다. 전담 인력은 특별한 서비스 일부를 제외하고, 24시간 6교대로 재택 근무를 중심으로 하고 있다. 이들은 일반적으로 4시간을 기준으로 업무를 한다. 시간이 다소 짧게 제한되는 측면이 있는데 그 이유

는 많은 게시물들을 직접 읽고, 꼼꼼하게 확인해서 불법 저작물인지 여부와 함께 성인/음란/잔혹 등 유해한 게시물을 모니터링 해야 하는 반복적인 업무이다 보니 장시간 근무할 경우 업무 과실이 발생할 가능성이 높기 때문이다. 보통 정해진 업무 시간 전에 모니터링 시스템에 접속하여 이전 시간 근무자의 업무 인수인계 사항을 확인하고 그날그날의 이슈에 대한 공지사항을 숙지한 뒤 근무를 시작하는 방식으로 모니터링을 진행한다.

2.2 모니터링 기준

게시물은 삭제 및 노출 제한 등의 방식으로 관리되고 있으며, 내부 모니터링 운영 원칙인 주요 몇 가지 기준을 적용한다. 그러나 기준 적용이 애매하거나 모니터링 기준을 파악하고 이를 교묘하게 피하기 위해 편법을 써서 게시물을 올리는 경우가 많아서, 이러한 기준에 대한 적용과 판단이 그렇게 쉬운 것은 아니다. 간단하게 SK컴즈에서 운영하고 있는 네이트와 싸이월드, 그리고 블로그 서비스인 이글루스 등에 적용하고 있는 주요한 모니터링 기준을 정리하면 아래와 같다.

➔ 저작권 및 초상권 침해

기본적인 기준을 그대로 소개하자면, “저작권은 어문, 음악, 연극, 미술, 건축, 사진, 영상, 도형, 컴퓨터 S/W 등의 범위에 속하는 배타/독점적 권리를 말하고, 저작권 침해란 저작권자의 허락을 받지 않고 저작재산권 또는 저작인격권을 침해하는 방법으로 저작물을 이용하는 행위를 말한다. 단, 저작권자가 자유로운 사용을 허락한 ‘공유물(public domain)’ 및 사실의 전달에 불과한 시사보도는 예외로 한다”는 것이다.

간단하게 정리되는 기준이나 이 기준에 따라 필터링의 대상이 되는 게시물의 양은 하루 기준으로 그 양이 상당하다. 대표적인 것이 지상파 및 케이블 TV에서 방송되는 스포츠/드라마/개그/쇼버라이어

티 등을 포함하는 모든 영상물이다. 그리고 상업적으로 많이 판매되는 콘텐츠라 할 수 있는 벨소리/MP3 등의 음악파일과 만화/도서 등이 주요 모니터링 대상이다.

보통 최근에 방송되고 있는 드라마 등의 TV 프로그램이 화제가 되면 관련된 화면 캡처나 부분 동영상 기하급수적으로 올라와 그 양이 상당수였는데, 지난 2009년 7월 저작권법 개정 전후로 특별히 증감 현상이 발생하지는 않았다.

➔ 스팸 및 상업성 게시물

홍보 또는 이익을 목적으로 네이트/싸이월드 서비스 안에 스팸 및 상업 게시물을 게재하는 경우이다. 특히 도박, 성인/음란, 비아그라 등 합법적으로 유통/공개되기 힘든 아이템들이 주요 홍보 대상이다.

이들은 대부분 시중에서 불법적으로 유통된 개인정보를 이용한 명의도용계정으로 스팸게시물을 지속적으로 발생하고 있어서 큰 문제가 된다. 최근에는 스팸 내용이 친한 지인끼리 안부를 묻는 형태를 가장한 내용으로 살포되는 경우도 발생하고 있다.

이러한 경우는 계정의 도용가능성이 크기 때문에 보통 게시물에 대한 삭제와 함께 해당 계정에 대한 이용정지를 병행해 추가적인 피해가 발생하지 않도록 관리하고 있다.

➔ 음란물

인간성을 왜곡하는 노골적이고 적나라한 성(性) 표현을 통해 일반인의 성적 수치심을 유발하여 불법성 및 불건전함이 인정되는 부호/문언/음향/화상 등 모든 유형의 표현물을 대상으로 한다.

음란성 게시물의 판단은 방송통신심의위원회의 심의규정 및 심의세칙에 따른다. 실제 모니터링 요원들의 실행 가이드로 ‘한국 정서상, 사회적 통념상, 법적인 허용 노출 수준, 허용되는 성적 표현을 넘어서는 이미지’에 대해서 삭제하도록 하고 있다. 예를 들면 여성 상반신 이상 / 남성 헤어 노출 사진

또는 그림, 성기 직접 노출 사진 또는 그림, 성행위 직간접 묘사 사진 또는 그림 등이다. 대체로 이런 기준에 부합하는 음란물 게시물은 대부분 차단하고 있으나, 사진/미술 등 예술적 작품들의 경우 논란의 소지가 다분한데, 예술적 가치에 대한 기준이 부재하여 설사 있다 하더라도 명확한 기준으로는 활용하기 힘들어, 보통은 명확한 이미지와 사례 등을 기반으로 모니터링 담당자의 혼란이 없도록 하고 있다. 또한 이외에 성기 노출 등 수위 판단이 애매한 경우에는 건 별로 관리자가 확인하여 처리하고 있다.

➔ 서비스 저해 및 변칙 이용

서비스 운영 또는 이용을 방해하거나 명백한 불이익을 주는 저해 프로그램 및 방법을 유포하는 행위이다. 특히 RPG 게임에서의 캐릭터의 비정상적인 육성을 가능하게 하는 핵 프로그램이 단골 메뉴로 모니터링 삭제 대상이 된다.

➔ 명예훼손

특정 종교단체에 대한 비판 글이 올라오면 해당 교단 쪽에서 명예훼손으로 게재 중단을 빈번하게 신청하는데, 이에 대하여 게시자들이 거의 대부분 ‘명예훼손 혐의 없음’의 조정 결과를 증빙하여 재게시되고 있다. 이는 2008년 9월 종교지도자를 찬양하는 노래를 부르는 동영상 내용을 적시하면서 ‘가짜, 이단, 사이비’ 등의 표현을 쓰는 행위에 대한 형사 책임이 쟁점이 된 사례에서, 특정 종교에 대해 ‘이단’ 또는 ‘사이비’라고 비난하더라도 그것은 종교비판으로 고도의 평가적 판단에 불과하여 명예훼손에 해당할 수 없다는 법원 판결이 있었고 또한 심의기관에서도 이와 유사한 사유로 명예훼손 혐의 없음으로 조정하고 있다. 그러나 해당 화면에 평신도의 신원 노출 부분은 이와 달리 모욕죄가 성립 가능하다는 법원 판결이 있었으며 이에 따라 삭제 대상이 될

수 있다.

이처럼 사업자가 명예훼손 여부를 판단할 수 있는 주체가 아니기 때문에 지극히 일부에 대해서만 모니터링을 진행한다. 이 때문에 형평성에 어긋난 처리라는 오해를 많이 받게 되는데, 개인적 이해 관계와 연관되어 처리 요청되는 경우가 대부분이다. 최근 KISO의 정책 제2호 결정 이후에는 공인의 명예훼손 관련 임시조치 요청이 접수된 경우에는 KISO의 정책 결정문을 근거로 하여 공적인 업무는 명예훼손 이슈로는 처리 대상이 아니라고 안내하고 있다.

2.3 서비스별 모니터링 현황(모니터링 대상 게시물 규모/필터링 대상/필터링 방법)

사용자 게시 영역 중 일반 사용자가 열람할 수 있는 모든 게시글은 모니터링 대상이 되는데, 주요 서비스들은 철저한 모니터링을 위해 별도의 기능 및 차별화된 방식으로 추가 진행하고 있다.

➔ 동영상

동영상 게시물은 하루에 올라오는 5만~6만 건 중 일반 사용자에게 노출되는 동영상만 평균 1만6천여 건에 이르고 일일이 사람의 손을 거쳐야 하다 보니 불법 동영상을 걸러내는 작업이 가장 어려운데, 일일이 동영상의 불법성 여부를 판단해 내는 일이 쉽지 않은 않다. 더욱이 평균 4% 꼴로 드러나는 불법 동영상의 70%가 저작권법을 위반한 동영상이기 때문에 불법 저작물을 판단하는 일 역시 곤혹스럽다. 불법 저작물에 대한 단속이 심해지자 일부 사용자들은 각종 편법으로 적발을 피해가고 있다.

실제로 최근 약삭빠른 누리꾼들은 모니터링 업무를 어느 정도 간파하고, 게시물의 내용과 전혀 상관 없는 제목으로 동영상을 올리고 있는 실정이다. 또 규제를 피하기 위해 해외사이트의 동영상 서비스를 이용해 불법 동영상을 올리기도 한다. 게다가 워터

1) 노출이 있을지라도 보편적으로 예술적 가치가 인정되는 작품인 경우는 삭제 대상에서 제외한다. 예를 들어, 다비드상 같이 정규 과정 교과서에 수록된 작품인 경우

마크를 삭제한 후 등록하거나, P2P 등 웹하드에 저작권 침해 게시물을 등록하고 미니홈피, 블로그 등에 외부링크를 걸어 놓아 적발을 피하는 편법이 동원되기도 한다. 일부 사용자들의 교묘한 수법에 혀를 내두를 때가 많다.

동영상의 경우 모니터링을 강화하기 위해 자동필터링 소프트웨어와 관련된 기술을 검토하고 조사하였으나, 이의 적용이 쉽지가 않고 정확도 역시 높지 않아 현재 수작업으로 일일이 관련 동영상을 확인하고 있는 실정이다. 그렇기 때문에 인력투입이 무척 많은 상황이고, 동영상의 특성상 불법이나 음란 동영상이 노출되었을 경우 그 파급력이 크고, 이슈화될 가능성이 큰 상황이라, 20여 명의 인력이 6교대로 동영상 모니터링 시스템을 이용해 하나하나의 동영상을 모두 확인하고 있다. 물론 이것은 전체공개가 허용되고, 검색이 허용된 동영상에 한해서이다. 사생활 보호를 위해 미니홈피나 블로그에 일촌공개 또는 비공개로 업로드한 동영상에 대해서는 모니터링을 하지 않고 있다.

➔ 이미지

미니홈피, 클럽, 블로그 서비스 등에 게재되는 이미지는 모니터링 시스템에서 통합 관리되고 있다. 하루에 미니홈피 등에 올라오는 사진은 약 200만 장 수준이다. 이 중에서 일반 사용자에게 노출되어 모니터링 대상이 되는 이미지 게시물은 하루 평균 30만 건에 이른다. 이 중 5.6%가 삭제 등 예외 처리 대상이 되고 있으며 동영상 게시물과 동일하게 사전 검수 방식으로 모니터링이 완료되어야만 서비스에 노출된다.

예를 들면, 누리꾼 A가 미니홈피에 이미지/동영상 등 게시물 업로드를 하면, 모니터링 인력이 모니터링 시스템을 통해 업로드된 게시물을 확인하고 저작물 및 음란물 여부 등을 판단하여 모니터링 삭제 기준에 부합하면 해당 게시물을 삭제하고 네티즌 A를 제재하는 방식이다. 또한 이미지 게시물에도 동

영상과 마찬가지로 글을 올릴 때 편법이 동원되는데, 일반 사용자 대상이 아닌 일촌 공개 또는 비공개로 등록하여 모니터링 적발을 피했다가 일촌 신청 후 저작권 침해 또는 음란물 이미지를 공유하는 식이다.

➔ 뉴스 댓글

뉴스 기사의 하단 댓글 형태로 올라오는 게시물은 하루 평균 10만 건 수준이다. 이 중 도배 및 욕설 등의 이슈로 삭제되는 비율은 1~2% 정도 되며, 특히 음란 사이트 홍보를 목적으로 한 도배글이 많아 건전한 댓글 분위기를 해치는 장애 요인이 되고 있다.

뉴스 댓글의 경우 다른 게시판과는 다르게 스팸성으로 올리는 도배글의 특성이 강하기 때문에 이의 특성에 맞게 수작업으로 처리하기보다는 스팸물, 댓글 쓰기 자동차단 로직, IP 차단 기능 적용 등의 기능을 개발해서 활용하고 있다.

물론 이런 기능을 피해서 계속 다른 유형으로 스팸성 도배글을 올리는 이용자도 있으나, 일반적인 유해 댓글을 막기 위한 여러 장치가 적용되면서 이전에 비해 유해 댓글이 감소 추세에 있다.

➔ 음원

불법 저작물 이슈가 있는 음원은 모니터링 시스템을 통해 자동으로 차단되고 있다. 예를 들면, 누리꾼 B가 클럽에 음원을 업로드하면 음원 필터링 솔루션이 감지하여 저작권 음원 여부를 판단하고 저작권 음원일 경우 업로드를 차단하는 방식이다.

이 솔루션은 저작권을 가진 사업자의 음원으로부터 일종의 DNA를 추출해서 이를 정보로 등록하여 가지고 있다가, 파일이 업로드될 때 파일을 검사하여 이 정보를 포함한 음악파일로 판별이 되면 이를 차단하는 기능이다. 국내의 경우 전문기술을 가진 회사가 이러한 기능을 개발하고, 또 최신 음원파일 정보를 가지고 있다가 제공하는 서비스를 하고 있어 SK컴즈에서도 이 서비스를 도입하여 모니터링에

활용하고 있다.

MP3/WMA 등 멀티미디어 파일이 첨부된 게시물은 하루 평균 약 8만8천여 건 등록되고 있으며 이중 약 2%가 필터링 솔루션에 의해 불법 저작물로 판별되어 차단되고 있다. 최근 벨소리 불법 음원이 핸드폰에서 활용될 수 있도록 MMF 파일의 업로드가 많아지고 있는데, 이처럼 새로운 패턴의 파일들이 등장할 때마다 필터링 시스템도 업그레이드해서 대응하고 있는 상황이다.

2.4 모니터링 제재

서비스 이용 약관 및 게시물 운영 원칙에서 벗어나거나 이를 위반한 경우에 사용자 제재를 하게 되는데 SK컴즈의 제재는 '3진 아웃'을 원칙으로 하고 있다. 즉, 서비스 특성 및 위반 정도에 따라 글쓰기 금지/이용정지/직권중지로 제재가 진행되며 글쓰기 금지와 이용정지는 적발 회차에 따라 7일/30일/1년으로 제재 기간이 적용된다. 이러한 제재는 근본적으로 삭제 및 노출 제한 등의 방법을 통해 정상적으로 서비스를 사용하고 있는 누리꾼들의 불편을 최소화하여 서비스를 원활하게 사용할 수 있도록 하는데 목표를 두고 있다.

2.5 권리침해 신고

포털이 서비스 품질 관리를 위해 앞서 설명한 대로 자체 모니터링을 진행하는 한편, 명예훼손 및 개인정보 침해, 저작권 침해 등 자신의 권리가 침해되는 사례가 발생할 경우 누리꾼은 해당 게시물에 대한 게재 중단을 요청할 수 있다. 이것은 정보통신망 이용촉진및정보보호등에 관한 법률 제44조에서 규정한 이용자의 권리보호를 규정한 조항을 근거로 한다. 예를 들면, 누리꾼 C가 본인에 대한 명예훼손성 게시물에 대해서 권리침해신고서 및 본인확인 서류를 보내 임시조치 요청을 하면 회사는 신고 요건 및

내용을 확인하여 해당 게시물에 대하여 게재중단 조치를 취하고, 그 사실을 해당 게시물을 올린 누리꾼 D에게 통보한다. 이에 대해 이의가 있을 경우, 누리꾼 D는 방송통신심의위원회 등의 조정기관에 의뢰하여 해당 게시물에 대한 조정 의견을 받고, 이것을 제시하여 소명절차를 거치면 게시물을 재게시할 수 있다. 게시물이 게재 중단된 날로부터 30일 이내에 누리꾼 D의 재게시 요청이 없는 경우, 게시물을 영구히 게재 중단한다.

3. 모니터링 현황 소개를 마치며

언론 보도 등을 통해 종종 접하는 누리꾼들의 사이버 공간에서의 일탈 행위들로 인해 어느 순간부터 포털이 불법저작물 등의 최대 유통처가 돼버린 듯한 인상을 주게 됐다. 관련 뉴스를 접할 때마다, 관계자로서 사안에 대한 심각성을 절감하고 더 나은 모니터링 방법을 끊임없이 모색하여 자정 노력을 펼치고 있지만 누리꾼들의 자발적인 도움이 없으면 해결될 수 없는 만큼 누리꾼들의 도움이 절대적으로 필요한 상황이다.

SK컴즈를 포함한 포털업체들도 다 한마음일 것이다. 불법 게시물, 권리침해 등 사이버 상에서 발생할 수 있는 다양한 문제들로 인해 매일 반복해서 게시물들을 모니터링하는 일상에 담당자들은 지칠 때도 있지만 우리에게 일종의 사명감 같은 것이 있다. 우리가 제공하고 있는 서비스가 건전한 인터넷 공간으로 만든다는 자부심이 바로 그것이다.

☎ 모니터링 요원 Q&A



일반인들은 잘 모르지만, 각종 게시물에 대한 이슈를 처리하는 포털 모니터링 업무를 2년째 하고 있는 이다해 사원(26, SK컴즈 고객센터비서팀)의 일상을 살펴보았습니다.

는 누리꾼들에게 하고 싶은 말은?

A: 불법 저작물이라고 해서 굉장히 거창하고 먼 곳의 이야기라고 생각하시지만 사실 내가 나도 모르는 사이에 가해자가 될 수도, 피해자가 될 수도 있는 일이거든요. 만든 이의 피와 땀을 생각해서라도 불법저작물을 게시하는 행위는 자제해서 서로의 이익을 존중할 수 있는 현명한 누리꾼이 되었으면 좋겠습니다. **KISO**

Q: 모니터링 요원의 하루 일과는 어떻게 되는지?

A: 근무 시작 20분 전 모니터링 시스템에 접속해 전시간 근무자와의 업무 인수인계를 통해 이슈 사항을 숙지한 후 업무를 준비하며, 모니터링 시스템을 통해 업로드되는 게시물 중 불법 저작물/ 성인/ 음란/ 잔혹 등 유해한 게시물들을 골라내고 게시한 회원들을 내부 정책에 따라 제재하는 업무를 하고 있습니다.

Q: 모니터링 과정에서 가장 어려운 점과 모니터링 업무를 담당할 때 느끼는 개인적인 고충은?

A: 끊임없이 올라오는 부적절한 게시물 때문에 조금 지친달까요. 그런 면이 아무래도 가장 힘든 것 같아요. 나름 일에 대해 자부심도 느끼고 열심히 한다고 생각했지만 지속적으로 악의적인 게시물을 올리는 분들을 보면 답답하기도 하고 조금은 화가 나는 경우도 있어요. 그런 게시물들 사이에서 환하게 웃고 있는 아이의 사진이 섞여 있을 때 착잡한 기분마저 들더라고요.

Q: 업무를 진행하며 느끼는 보람이라면?

A: 예전에는 삭제한 게시물이 평소보다 많으면 뿌듯한 마음이 들었는데, 요즘은 평소보다 삭제된 게시물의 양이 적을 때, 서비스가 점점 깨끗해지는 것 같은 마음이 들어 보람을 느낍니다.

Q: 모니터링 업무 담당자로서 불법 저작물을 올리

독일의 '규제된 자율규제(Regulated Self-Regulation)'를 음미한다

— 해외기관을 통해 살펴본 멀티미디어시대의 내용규제 —



김 업 기*

APIH(아태 인터넷 핫라인 네트워크) 사무국장

현재의 진보된 통신환경은 우리가 21세기 디지털 시대를 맞이하면서 상상했던 것 보다 훨씬 더 발전된 모습이며 방송과 통신 그리고 기기의 융합은 현재 지속적으로 진행 중이다. 이러한 방송통신 환경의 융합 속에서 생산된 콘텐츠들은 소비자에 의해서 지속적으로 재편집되어 재분배되고 있다. 또한 여러 진위를 판단하기 힘든 정보까지 이젠 식상한 표현이 되어버린 정보의 홍수의 세상 속에 살고 있는 것을 부인할 수 없을 것이다.

작년 서울에서 열린 한 국제회의에서 노르베르트 슈나이더 독일 주미디어청 회장은 국가들 간의 적절한 합의의 방법을 통해 다국가간 혹은 국제적으로 법원칙을 적용해야만 디지털시대에 사는 정보이용자를 보호할 수 있다고 지적했다. 더 나아가 유럽연합 내에서 인터넷 불법유해정보로부터 이용자를 보호하는 방안에 대한 오랜 논의와 1999년 행동계획(Action Plan) 이후 전 유럽집행위원회에 의해 진행

된 '안전한 인터넷 프로그램(Safer Internet Programme)'은 효율적인 내용규제에 있어 인터넷 내용규제 체계가 글로벌화되어야 함을 지적했다.

따라서 다양성을 존중하면서 그 내용규제의 틀을 상호호환 혹은 양립 가능한, 더 나아가 글로벌한 방향으로 나아갈 수 있도록 노력하는 모습이 필요하며 그 일환으로 다른 나라의 내용규제를 설명하는 것은 큰 의미가 있을 것이다.

우선 많은 나라 중에 독일의 멀티미디어자율규제 기구(Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter, 이하 'FSM')을 소개하는 것에는 몇 가지 이유가 있다.

먼저 독일의 체계를 통해 유럽국가의 전반적인 내용규제의 틀을 읽을 수 있다¹⁾. 미국은 여러 주(州)로 이루어져 있으면서 다양한 지역적 가치를 가지고 있지만 수정헌법의 영향력 안에서 내용규제정책이 단

* 필자는 런던 정경대학(LSE)에서 경제학 석사 학위를 받은 뒤 2005년 이후 정보통신윤리위원회 국제협력관, 국제인터넷핫라인협회(INHOPE) 집행이사회 일반이사 등을 역임했으며 2008년 이후 아태 인터넷 핫라인 네트워크(APIH) 사무국장으로 있다.

일성을 띄고 있으며 더 나아가 연방법을 통해 여러 주(州)를 아우르는 법적규제체제를 마련할 수 있었다. 반면, 유럽은 각국마다 서로 허용될 수 있는 문화적 사회적 담론이 다르며 일정부분 윤리적 가치가 적용되는 부분(아동성학대 이미지)을 제외하면 규제 대상, 내용해석, 위반성 및 그 처벌규정 등의 통일성을 기대할 수가 없다. 즉, 하나의 법적인 접근보다는 다차원적 접근 방법을 선택하고 그 중 하나가 바로 자율규제체제의 중요성을 강조하는 것이다²⁾.

따라서 독일 FSM의 이해를 통해 유럽의 인터넷 혹은 멀티미디어 내용규제체제를 이해할 수 있고, 다양성을 인정하면서 어떻게 유럽에서 내용규제가 발전했는지를 살펴보면 다국가적 혹은 국제적 자율규제의 틀을 그려볼 수 있다.

FSM이 말하는 '규제된 자율규제(regulated self-regulation)' 체제란 온라인 미디어의 청소년 보호 분야에서 2003년 3월 등장한 시스템이다. 즉, 정부(주정부 및 연방정부)가 자율규제에 있어 법적 틀과 그 구조를 마련하고 그렇게 마련된 틀에 정보 제공자가 내용을 채울 수 있도록 하는 시스템이다. FSM의 이러한 시스템은 도덕과 가치관의 변화와는 다르게 경제 요구에 따라 빠르게 발전하는 정보통신 기술에 보다 유동적으로 대응할 수 있으며 정부와의 협력에 있어서도 효율성을 극대화하고 국제적 기준에 부합할 수 있는 장점을 가지고 있다.

이러한 체제 안에서 자율규제 기관으로 활동하고 있는 FSM은 1997년 인터넷과 관련된 자율기구로 미디어단체와 온라인기업에 의해 설립된 사단법인

으로 2004년 11월 청소년미디어보호위원회에 의해 '인권 및 청소년미디어보호에 관한 당해 주간(州間) 협약(이하 '주간협약')의 유일한 자율규제기구로 승인되었다. 현재는 독일 내 주요 검색서비스 제공자 및 핸드폰서비스 제공자 등 51개 회원사가 있으며 회원사인 eco(독일인터넷산업협회)를 고려하면 대부분의 독일 인터넷 및 멀티미디어 제공자를 회원사로 한다고 생각하면 된다.

〈FSM의 주요활동〉

- 규제된 자율규제 기관
- 검색엔진서비스 제공자 자율규제
- 핸드폰 제공자 자율규제
- 채팅서비스 제공자 자율규제
- Web 2.0(사교네트워크) 서비스 제공자 자율규제
- 신고센터 운영
- 전문가 위원회
- 청소년보호관련 교육
- 매체이해 증진
- 주간협약(제7조)에 근거한 청소년보호위원 대리
- 국제협력(INHOPE)

즉, FSM은 사업자의 자율규제를 기반으로 멀티미디어 플랫폼 상의 불법유해정보로부터 청소년을 보호하는 것을 주요 목적으로 하며 불법유해정보 신고를 접수·처리(핫라인 운영)하고 회원사에게 FSM이 규정하고 있는 행동강령의 준수를 권고한다. 만일 회원사가 불법청소년유해정보를 유통할 경우 FSM은 시정조치를 내리거나 징계 또는 벌금 및 제명과 같은 자체 징계를 내리게 된다.

1) 지난 10년간 유럽 내에는 인터넷 규제의 틀을 보면 사업자 혹은 NGO 등이 일정한 행동강령(code of conduct)이나 규정(rule)을 통해 집행기관들과 사업자, 관련 정부부처와 협력하여 신고접수된 불법정보를 처리하는 핫라인 네트워크(INHOPE)와 불법정보 및 유해정보와 관련하여 사용자 특히 청소년과 아동 보호와 관련된 미디어이용능력(media literacy)과 미디어의 잘못된 이용의 폐해에 대한 대중적 인식증진을 위한 교육 및 캠페인을 담당하는 대중운동 네트워크(INSAFE)를 통한 자율규제의 틀이 발전해 왔다. 2009년부터 이 두 네트워크의 상호 연계를 강화하는 작업을 진행 중에 있다.

2) Charlesworth, Andrew 'The governance of the Internet in Europe', The Internet, Law and Society, edited by Yaman Akdeniz, Clive Walker and David Wall

우리나라의 청소년보호책임자 제도처럼 독일도 주간협약 제7조에 근거해서 정보제공자는 청소년보호위원을 지정토록 하고 있다. 이에 중소기업자들은 자체적으로 청소년보호위원 지정에 드는 재정적 부담을 갖지 않고 주간협약에 의해 자율규제기관으로 인정받은 FSM을 자신들의 청소년보호위원기관으로 임명할 수 있다. 또한 FSM의 회원사의 경우 일 정부분 정부기관의 제재로부터 보호받을 수 있어 자율규제의 틀에 참여하는 멀티미디어 정보제공자에게 인센티브를 제공한다고 할 수 있다. 즉, 독일도 우리나라처럼 법적 근거에 의하여 청소년유해정보는 19세 미만이 접근할 수 없도록 성인인증 규정을 준수하여야 한다. 따라서 이러한 인증절차 없이 청소년 유해정보가 유통되는 경우 법적 제재를 받게 되는데 이러한 위반이 FSM의 회원사에 이루어질 경우 먼저 FSM 자체적으로 시정할 수 있도록 하고 있다.

그밖에 FSM의 주요활동 중에는 각 서비스별 행동강령을 마련하여 자율규제를 육성하는 것도 있다. FSM은 자체적인 행동강령을 두면서 검색엔진제공자 행동강령(2004년 12월), 핸드폰 사용에 있어 청소년 보호를 위한 핸드폰서비스제공자 행동강령(2005년 6월), 채팅서비스 제공자 행동강령(2007년 6월), Web 2.0 사교네트워크 제공자 행동강령(2009년 3월) 등을 마련하였다. 이 행동강령에서 FSM의 회원사는 아동성학대 이미지, 폭력적 포르노그래피, 동물 혹은 수간이 포함된 성행위, 청소년을 위협하게 하는 정보 등에 대하여 접속을 금지하고 있으며 회원가입으로써 이러한 강령에 준수를 선언한 것으로 간주, 위반 시 제재에 대한 책임을 질 것을 바탕으로 한다. 검색엔진제공자 행동강령의 경우, AOL, 구글, 라이코스유럽, MSN, T-Online, t-Info, 야후 등 대부분의 주요 검색엔진서비스 제공자가 참여하고 있으며 특히 불법정보(친나치, 아동성학대 등)의 URL 인덱스를 통한 검색결과 제한

을 실행하도록 하고 있다. 그리고 핸드폰 서비스 제공자의 경우 독일의 주요 서비스 제공자인 T-mobile, O2, The Phone House, Vodafone D2, E-Plus가 참여하고 있다. 이러한 사업자의 자율규제 육성 및 불법유해정보 신고의 처리 등과 동시에 사업자들과 함께 청소년 보호를 위한 다양한 사업을 전개하면서 멀티미디어 매체의 올바른 사용을 통해 역기능에 대한 인식 증진과 더불어 보다 다양한 멀티미디어서비스를 이용할 수 있도록 교육프로그램을 운영하고 있다.

FSM은 독일 내 미디어 및 청소년 보호 관련 국가기관과 긴밀한 협력관계를 맺고 있으며 국제적으로는 국제인터넷하트라인협회(INHOPE)의 회원기관으로서 해외불법정보를 각 해당국 회원기관으로 이첩시켜 처리하고 있다.

앞에서 이야기한대로 문화적, 국가적 다양성이 존재하는 가운데 내용규제가 전부라고 말할 순 없을 것이다. 또한 여기서 소개된 FSM과 독일의 자율규제 시스템이 최선이라 할 순 없다. 하지만 이러한 시스템이 정착하기 위해서 필요로 했던, 그리고 이러한 시스템을 통해 장려하려는 내용규제가 이해집단(stakeholders)이 참여한 사회적 합의(consultation)를 통해서만 성공할 수 있다는 점은 우리에게 시사하는 점이 클 것이라고 본다. **KISO**



이슈인사이드

- 여성카페와 정치 / 류 석 진 서강대 교수
- 인터넷의 다양한 얼굴과 미래경쟁력 / 정 혜 승 Daum 대외협력실장

여성카페와 정치



류 석 진
서강대 정치외교학과 교수

2009년 노무현 전대통령 서거 이후 정국에서 모 일간지 7월 15일자에 게재된 칼럼은 다음과 같이 시작하고 있다. “얼마 전 노무현 정부에서 총리를 지낸 이해찬 전 총리의 강연을 인터넷 동영상으로 봤다. 그는 요즘 인터넷에서 ‘대장부엉이’로 불리며 부쩍 인기를 끌고 있다. 왜 하필 부엉이일까. 노 전 대통령이 스스로 목숨을 끊으려고 뛰어내렸던 곳이 부엉이바위다. 현 대통령에 반대하는 사람들이 조롱하듯 대통령을 부를 때 등장하는 동물의 천적이 부엉이이기도 하다. 그는 이 별명이 꽤 마음에 드는 모양이다. 똑같은 이름이 붙은 인터넷 카페에 글도 썼고, 그를 ‘대장부엉이’로 떠받드는 모임에 나가 강연도 했다. 그를 서울 강남의 강연장으로 불렀던 사람들은 각각 패션, 성형수술, 화장품 정보를 교환하기 위해 모였다는 3개 인터넷 카페 회원들이다. 강연 참석자 500명 중 90% 이상이 말끔한 복장의 20·30대 여성들이었다. … 기자는 한때 그의 사무실과 집을 찾아다니며 취재했던 탓에 그를 제법 잘 안다고 생각해 왔다. 그러나 이 강연은 기자의 상상력을 넘어서는 일이었다. 불과 3~4년 전

이 나라의 총리를 지냈던 전 정권의 핵심 인사가 후임 정권의 지지층이 밀집한 강남 한복판에서 패션·화장품·성형수술 동호회 소속 회원들에게 ‘독재정권 종식(終熄)’을 이야기하는 장면은 초현실주의 연극 한 편을 보는 듯했다.” (밑줄 필자 강조)

칼럼을 부분적으로 인용하였기 때문에 오해의 소지를 없애기 위하여, 칼럼의 목적이 분열을 조장하는 정치권에 대한 경고의 메시지라는 점을 짚고 이야기를 풀어 나가보기로 하자. 칼럼의 필자가 이야기한 ‘초현실주의 연극 한편’의 청중이 되었던 패션, 성형수술, 화장품 정보를 교환하기 위해 모였다는 3개 인터넷 카페의 회원들은 자신들을 삼국카페 소속이라고 당당하게 칭한다. 삼국카페 더 나아가 여성카페에서는 무슨 일이 벌어지고 있는 것일까? 여성카페와 정치는 어떤 관계를 맺고 있는가? 과연 한편의 ‘초현실주의 연극’인지 아니면 ‘바뀐 정치적 현실’을 보여주는 것인가?

이야기는 2008년 여름을 뜨겁게 달구었던 촛불로부터 시작할 수밖에 없을 것 같다. 2008년 촛불은 2002년 미군궤도차에 의한 여중생 사망사건과

2004년 탄핵 국면에서의 촛불과는 사뭇 다른 양상으로 진행되었다. 촛불소녀로 대표되는 10대 여학생들의 대규모 참여, '선영아 사랑해(My Cafe)', '아고라(Agora)', 육아, 미용, 성형 등을 주제로 모인 다양한 인터넷 카페 회원들의 시위 참여 등, 이때까지 보지 못하였던 집단들이 시위의 주체가 되는 현상이 발생한 것이다. 물론 밤이 깊어지면서 물리적인 충돌이 생기고 시위가 격화되면서는 전통적인 운동집단이 등장한 것도 사실이다. 하지만, 적어도 밤 10시 이전의 시위 국면에서는 전통적인 운동단체들도 그리고 기존의 정당도 철저히 배척을 받는 현상이 생겨났다. 이들은 누구이고, 칼럼에서 인용한 '대장부영이' 초청강연회까지 이어지는 활동을 지속할 수 있었던 원동력은 무엇인가? 이들은 단지 위장한 '노빠'들인가? 아니면 새로운 정치를 갈망하는 이들인가? 물론 이러한 질문에 대한 속 시원한 답을 내릴 수 있는 능력도 없고 그럴 자격도 가지지 못하고 있지만, 이에 대한 단초들은 풀어낼 수 있지 않을까 하여 이 글을 쓰게 되었다.

전통적으로 가장 정치에 무관심하고 혐오를 가지고 있는 집단으로 흔히 연령을 기준으로 이야기할 때는 10대와 20대이고, 특히 여성은 전통적인 정치 현장에서 정치적 문제의식이 가장 약하고 과소대표되는 집단으로 여겨졌다. 이러한 집단이 길거리에서 나오고 자신들의 방식으로 정치적 의사 표시를 하기 시작한 것이다.



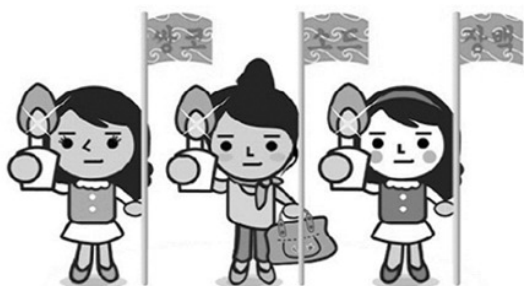
다시 삼국카페로 돌아가 보자. 2008년 촛불에서 일군의 젊은 여성들이 미니스커트에 하이힐을 신고 광화문의 동화면세점 앞에서 조용히 깃발(소울드레서)과 아래의 플래카드를 들고 있었던 장면을 보면서 가졌던 의문, 즉 저들은 누구이고 왜 나왔을까?

“너... 배운여자인가”는 무슨 의미인가? 단순히 당시 유행하였던 영화 ‘타짜’에 나오는 “나 이대 나온 여자야”를 원용한 정도로 생각하였으나, 이것은 오산이었다. ‘배운여자’는 단순히 고학력이 아니라 배운 지식을 사회에 도움이 되도록 활용하면서, 사회운동에 참여하는 여성을 일컫는다는 것을 뒤늦게 알게 되었다.

인터넷에 다양하게 존재하는 여성 카페에서의 ‘배운 여자’들은 소울드레서(패션), 쌍코(성형), 화장발(화장품), 82쿡(요리), 육아 등 여성과 관련된 주제를 기치로 하여 자신들의 취미와 관심사를 중심으로 모였지만, 이에 그치지 않고 일상에서 나타나는 사회적/정치적 현상에 관심을 기울이고 있는 집단이라고 할 수 있다. 이들에게는 사회적/정치적 이슈가 거대담론을 통해 이루어지기 보다는 ‘생활 속의 정치’를 통하여 이루어지고 카페에서 형성된 친밀감과 신뢰감에 기초하여 사회적 자본(Social Capital)을 축적하였고, 이것이 ‘먹거리’라는 특정 이슈와 맞물리면서 아무도 예견 못하였던 폭발적인 참여로 이어진 것이다.

포털사이트 ‘다음’에서 여성들만이 가입할 수 있는 카페 1, 2, 3위인 ‘화장~발(회원 약 35만)’, ‘쌍코(회원 약 20만)’, ‘소울드레서(회원 약 12만, 여기는 남성회원도 가입 가능)’는 2008년을 기점으로 ‘삼국’이라는 명분 아래 뭉치기 시작했다. 본 원고의 서두에 언급하였던 이해찬 전총리 팬클럽인 ‘찬 전총리(회원 약 20만)’도 삼국 카페에서 파생된 것이라고 한다. 세 카페는 삼국으로 묶여 있기도 하지만, 각 카페마다 다른 분명한 스타일을 보여준다. ‘쌍코’ 카페는 고구려(주도적)의 기상을 이어받았다 하여 ‘쌍구려’로 ‘화장발’ 카페는 백제(조용하

고 할 때는 분명함)의 기상을 이어받아 ‘장백’으로 ‘소울드레서’ 카페는 신라(화려하지만 냉철함)의 기상을 이어받아 ‘소리’라고 불린다. 또한 각각의 카페는 특징적인 언어체를 사용하는데, 화장발은 ‘~귀’체를, 소울드레서는 ‘~답’체를 쓰며, 쌍코는 ‘~하오’체를 사용하는 것이 특징이다. 또한 이들의 특징은 ‘삼국’ 깃발에서 사용되었던 이미지(아래 그림)에서 잘 살펴 볼 수 있다.



2008년 삼국은 소울드레서(이하 소드)에서 시작되었다고 한다. 경향과 한겨레에 미국산 쇠고기 광고를 내면서부터 장발과 쌍코와의 심리적인 연대가 시작되었고, 소드가 장발과 쌍코에 주요 언론사 하나씩 맡아서 1대1 전담하자는 내용의 도전장을 내고 두 카페가 이를 수락하면서 본격적인 삼국연합이 탄생하게 된다. 이후 삼국은 다양한 방식의 시위 참여와 플래시 몹 등을 통하여 정치를 무겁고 장중하게 하는 것이 아니라, 즐겁고, 발랄한 풍자와 패러디를 기본으로 하여 소프트하고 ‘시크’하고 ‘엠티’ 있는 방식의 여성 특유의 감성들로 표현하기 시작한다. 또한 바자회와 같은 사회동원 활동, 일상적인 게시판에서 회원들과의 질의응답을 통한 정치적 재교육 효과, 해외 여성회원들의 영문 지식과 저널 번역을 통한 정치정보 제공과 같은 준 대안미디어 효과 등의 정치적 활동을 하고 있다. 이들은 2008년 촛불 정국 이후, 노무현 전대통령 추모집회, 사진집 제작, 추모광고 모금 바자회, 김대중 전 대통령에게 리플북 전달, 언론노조 바자회 삼국 부

스 등의 다양한 정치활동을 전개한다. 이들의 정치 행태는 분명 그 전 세대와는 엄청나게 다르고, 무겁지 않고 그러면서도 메시지는 분명하다.

2005년 인구통계로 추산하여 보았을 때 2010년 한국의 20-35세 사이의 여성은 대략 500만 명가량이다. 삼국카페의 회원이 대부분 이 연령대에 속한다고 보았을 때, 총 누적 회원 수는 67만 명가량이고 중복회원을 감안하더라도 50만 명은 충분히 될 것으로 추산된다. 대략 연령대의 1/10이 삼국카페의 회원으로 활동하고 있는 셈이다. 물론 모든 회원들이 정치적 ‘활동가’도 아닐 것이고, 온라인/오프라인을 통해 정치적으로 활동하는 회원들이 제한적일 수 있다. 따라서 이들의 대표성이 얼마나 되는지는 판단하기 힘들다. 또한 이들의 원래 정치적 성향이 그러하였기 때문에 2008년 이후의 정치적 활동이 가능하였다고 치부해버릴 수도 있을 것이다. 이 부분은 보다 면밀한 관찰과 연구를 통하여 판단할 문제일 것이지만, 중요한 점은 분명 이들이 ‘정치를 인식하고 실행하는 방식’은 과거의 그것과는 매우 달라 보인다는 것이다. 다양한 현장관찰과 대화를 통하여 가지게 된 느낌은, 이들이 특정 정치세력의 프로그램에 동조하여 정치 현장에 뛰어든 것이 아니라는 점이다. 다양한 정치적 관점을 가진 다양한 직종과 전문가 집단이 여성 커뮤니티를 통하여 등장하고 있다는 점과 이들이 한국 사회에 새로운 어젠다를 던지고 이를 새로운 정치적 방식으로 풀어내고 있다는 점이 중요하다고 하겠다. 패션, 화장, 성형, 육아, 요리 등 일상적인 주제를 매개로 새롭게 형성되는 정치집단을 올바르게 파악하지 못한다면 우리 사회는 언제든지 새로운 갈등의 소용돌이에 휘말릴 수밖에 없을 지도 모른다. 여성이기 때문도 하겠지만, 새로운 집단에 의한 새로운 방식의 정치에 주목을 해야 할 필요가 여기에 있지 않을까 생각해본다. KISO

인터넷의 다양한 얼굴과 미래 경쟁력



정혜승
Daum 대외협력실장

“허위사실임을 소명하라고요? 이걸 허위는 아니지만, 그보다 더 나쁜 ‘비판’ 인데요? 공인에 대한 비판이 얼마나 심각한지 모르시는 겁니까? 명예훼손이란 말입니다.”

며칠 전 ‘공인’ A를 대리하는 B의 항변이다. 한 블로그 게시글이 문제였다. 권리침해 신고를 통해 임시조치가 가능하다고 알려주면서 “다만 정무직 공무원 등 공인인 경우, 자신의 공적 업무와 관련된 내용은 명백히 허위사실이 아닌 한 명예훼손 관련 임시조치의 대상이 아닌 것으로 간주한다”는 한국인터넷자율정책기구(KISO)의 정책결정 내용을 설명하던 중이었다. 해당 게시글이 허위사실임을 함께 소명해주면 좋겠다는 요청에 B는 이처럼 어이 없다는 반응을 보였다. 공인에 대한 비판은 중범죄란 인식이 분명했다.

명예훼손은 어렵다. 공인에 대한 명예훼손은 매우 제한적으로 인정되지만, 공인들이야말로 가장 예민하다. 반면 지난해 12월 미학자 진중권 씨는 ‘명예훼손’을 이유로 한 권리침해 신고에 따라 자신의 게시글을 임시조치한 Daum을 상대로 손해배

상청구소송을 제기했다. 포털은 권리침해 신고시 ‘삭제’나 ‘임시조치’를 지체 없이 해야 하는 법적 의무를 다했을 뿐이지만, 결국 이용자에게 피해를 입혔다는 주장이다. 이처럼 ‘임시조치’된 글의 게시자 불만도 간단치 않다. 첨예하게 엇갈리는 권리침해 주장자와 게시자 사이에서 균형을 잡는 일이 쉬울 리 없다.

이 문제에 관심 갖는 이가 많은 탓일까. 인터넷은 다양한 얼굴을 가졌음에도 불구하고, 그 동안 명예훼손 등 ‘역기능’을 둘러싼 논의가 우선적으로 이뤄졌다. 명예훼손을 포함해 허위사실 유포 등을 둘러싼 정책적 고민도 진지했다. 방송통신위원회가 지난해 추진한 10대 정책 과제 중 인터넷 분야의 유일한 과제는 ‘소통의 장, 인터넷의 신뢰성 제고’였다. 건전한 인터넷 문화를 위한 정책적 고민은 다양한 윤리교육 외에도 익명성에 의한 역기능 개선, ISP의 불법정보 관리책임 강화 등을 골자로 했다.

2010년에도 불법유해정보 유통을 막고 인포데믹스(정보전염병)를 차단하는 일이 방통위의 새해업무 구상에 포함되어 있다. 다만, 인터넷을 바라보

는 정부 구상은 인포데믹스만 집중 우려하던 전년과 조금 달라 보인다. 방통위의 올해 정책 과제에는 무선인터넷 활성화를 통해 인터넷을 되살려보겠다는 청사진도 제시됐다. 미래인터넷을 IT분야 국가적 어젠다로 설정해 지원, 육성하는 고민도 담겨 있다.

인터넷의 '역기능' 뿐 아니라 '순기능'을 활성화하는 일에 정부가 적극 나서는 것은 상징적이다. 인터넷을 둘러싼 정치적, 사회적 고민이 또 다른 단계로 접어드는 흐름을 반영하는 게 아닐까. 한동안 명예훼손이나 인포데믹스 같은 인터넷 역기능만 걱정하던 우리 사회가 인터넷 본연의 기회와 가능성, 미래에 눈을 돌리는 모습이다. IT강국이라는 오래된 기억에 안주하다가 인터넷을 제대로 즐기지 못했음을 뒤늦게 깨달은 듯 분위기가 급변하고 있다. 예컨대 최근 '아이폰 열풍'은 모바일 인터넷 세상이 상상 그 이상 재미있다는 것을 알게 된 이용자들이 만 들고 있다. 이용자들이 인터넷의 새로운 단계로 도

약하는 것을 늦출 수는 없지 않겠나.

B와 명예훼손에 대해 짧은 대화를 나눈 그날, 마침 회사 워크숍이 진행됐다. 한 해 회사의 전략을 공유하는 자리에서 다양한 서비스 구상들이 소개됐다. 그저 인터넷 이용자 1인으로서 설레는 아이디어들이 적지 않았다. 온통 인터넷의 재기발랄한 미래를 그리는 사람들 틈바구니에서 외롭게 인터넷 역기능 문제를 고민해야 하다니!

다행히 이런 어려운 과제에 대해 고민을 나누며 자율규제의 방향을 연구하는 분들이 옆에 있다. 함께 살신성인의 자세로 명예훼손처럼 어렵고 중요한 이슈를 풀어가야 할 모양이다. 그들 덕분에 자율규제의 토대가 탄탄해진다면, 다른 분들이 마음 놓고 인터넷의 미래 경쟁력을 업그레이드할 수 있지 않겠나. KISO



이용자 섹션

- 사이버 망명의 변 : 객관적이고 합리적인 규제를 기대하며 / 대 야 새
- [KISO 이벤트] 깨끗한 인터넷 세상 만들기

사이버 망명의 변 : 객관적이고 합리적인 규제를 기대하며

대 야 새
인터넷 블로거

세상에는 법 없이도 살 수 있다고 말하는 사람들이 존재한다. 실제로 많은 사람들이 법을 전혀 어기지 않고 살아가고 있지만 일부 사람들은 알고도 혹은 모른 채로 법을 어기게 된다. 법을 필요로 하지 않는 사람들이 많더라도 이를 어기는 사람들 때문에 법은 반드시 존재하게 마련이다. 이와 같은 사실은 인터넷이라는 사이버 공간에도 적용 될 수밖에 없다. 많은 네티즌들은 인터넷에 어떤 규제가 있는지 전혀 모르고 활동하지만 일부 네티즌들은 '방송통신심의위원회'의 유해정보 심의팀으로부터 연락을 받거나 자기가 사용하는 인터넷 사이트로부터 규제 메일을 받은 한다.

물론 나도 반드시 지켜야 하는 규정을 모르고 어겼거나 일부러 어긴 경우가 있었기 때문에 많은 규제를 받은 경험이 있다. 인터넷을 하면서 칭찬 받은 적은 없기 때문에 규제를 받으면서 느꼈던 점을 적어본다.

3년 전 블로그를 처음 운영할 때 인터넷 사업자의 규제가 양방향 소통이 전혀 없는 일방적인 통보

로 인해 꽉 막혀 있다고 느꼈다. 단지 상대방에게 “미안합니다”라는 쪽지를 보냈는데 상대방이 음란성으로 신고하여 쪽지 제한 규제를 받은 일이 있고, 음란성 게시물 등록으로 인해 블로그 서비스를 일시 제한하면서 어떤 부분이 문제라고 전혀 알려주지 않아 결국 모든 게시물을 삭제했던 일들로 인해 좀 더 사용자의 의견을 들어주는 곳으로 옮긴 일도 있다.

새롭게 옮긴 곳에서는 사업자와 소통을 열심히 하면서 운영했으나 실수로 규정을 어기게 되어 지금은 국내 규제보다 약한 규제를 가지는 외국 사업자를 통해 운영하고 있다. 블로그를 처음 운영했던 3년 전과 지금을 비교해 봤을 때 완벽하지는 않지만 소통이 있는 규제가 운영되고 있다고 생각한다. 누구나 '방송통신심의위원회'나 'KISO'를 통해 신고를 할 수 있고 각 사업자의 고객센터를 통해 문의사항 등을 빠르게 응답 받을 수가 있다.

부당한 규제를 받았다고 생각할 경우에는 이에 대한 이의도 제기할 수 있기 때문에 양방향 소통이 잘 이루어지고 있다고 생각한다. 또한 많은 사업자

들이 각각 자신들만의 규제 정책을 가지고 있기 때문에 일부러 특정 내용은 그에 대해 규제가 약한 특정 사업자를 통해 운영하는 경우가 생기기도 한다.

규제 정책 또한 사업자의 특징이라 생각하며 다른 사업자에 비해 너무 약하지 않는 이상 이를 표준화 할 필요는 없다고 생각한다. 다만 각 사업자들이 새로운 규제들을 추가하기보다 좀 더 적극적으로 규제를 집행해야 할 필요성이 있다고 생각한다.

규제가 늘어나고 이러한 규제들이 잘 지켜질 때 상대적으로 성인들만이 볼 수 있는 내용은 줄어들 수밖에 없다. 성인들의 볼 권리와 청소년들을 보호해야 할 의무가 충돌할 수밖에 없기 때문이다.

이 두 가지의 절충안을 찾기란 힘들며 현실적으로 수위를 낮춰 운영하거나 성인인증을 설치하여 운영할 수밖에 없다. 현재 일부 사업자만이 성인인증을 제공해주고 있다. 더 많은 사업자들이 사용자에게 성인인증을 제공해 주고 지속적으로 성인 콘텐츠에 대해서 모니터링을 하여 성인들의 권리와 청소년 모두를 보호해야 한다고 생각한다.

성인인증과 모니터링을 통해서 모든 문제를 해결할 수 있는 것은 아니다. 청소년들이 남의 주민등록번호로 성인인증을 할 수 있기 때문에 부모님들이 자신들의 주민등록번호가 어디서 사용되는지 모니터링 할 수 있는 시스템 등이 필요하다고 생각한다.

또한 성인물에 대한 규제는 음란성을 주관적으로 판단해야 하기 때문에 규제를 하는 쪽과 규제를 받는 쪽에서 의견 차이가 나타나기 쉽다.

각 사업자의 음란물 기준은 '청소년 보호법'이나 '방송통신심의위원회'의 기준을 토대로 작성되는데 대부분 글로 되어 있어 사용자가 자신의 게시물이 규정을 어기고 있는지 판단하기가 힘들다. 같은 비키니 사진이라도 어느 사업자에서는 음란하지 않고 어느 사업자에서는 음란 판정을 받는 경우가 생기기 때문에 규제를 집행하는 정확한 표준이 필요하다고 생각한다.

실제로 음란물을 신고할 때 어떠한 부가 설명 없이 신고하는 것보다 신고자가 어느 부분이 음란하다고 자세히 적을 때 음란물로 판정 받는 경우가 많이 생기는데 이를 개선해 좀 더 과학적이고 객관적으로 음란물을 판단할 수 있는 기준을 마련한다면 음란물이 더 빨리 많이 사라져 청소년 보호 효과가 클 것이라고 생각한다.

위에서도 언급했지만 현재 외국 사업자를 통해 블로그를 운영하고 있다. 더 이상 사용할 수 있는 국내 사업자가 없기 때문에 이전했으며 국내 사업자와 비교했을 때 불편한 점이 많이 있지만 아직까지 큰 규제를 찾을 수가 없다.

실제로 규정을 어기면서 운영하는 사용자에게 아직까지 어떤 규제도 내려지지 않았다. 나에게서는 규제가 없다는 점이 모든 불편한 점을 상쇄시키면서 매력적으로 느껴지는 것은 사실이다.

예전에 사이버 망명이 핫이슈로 떠올라 많은 사용자들이 외국 사업자로 이탈하였으나 규제로부터의 자유를 느끼기보다는 불편함을 이기지 못하고 대부분이 국내 사업자로 복귀하였다.

만약 규제도 없고 사용자에게 국내 사업자만큼 양질의 서비스를 제공했다면 사용자들은 분명히 사이버 망명 후 남아 있을 것이다. 물론 사이버 망명을 한 모든 사용자들이 규정을 어기면서 반사회적 행위를 일삼지는 않을 것이다.

대부분의 사람들이 규제가 없지만 스스로 지킬 것은 지키며 운영하고자 노력해야 하며, 이처럼 규제가 없는 상황에서도 자율적으로 규제를 지키는 것은 귀찮은 일이 아니라 반드시 필요한 것이라는 여론이 형성되어야 할 것이다. KISO

[KISO이벤트] 깨끗한 인터넷 세상 만들기

한국인터넷자율정책기구(KISO)에서 지난 09년 11월 4일부터 10일까지 한 주간을 '유해정보 집중신고 기간'으로 정하고, 이 기간 동안 '깨끗한 인터넷 세상 만들기' 이벤트를 진행하였다.

이 이벤트는 인터넷 이용자들의 적극적인 인식과 자발적인 행동을 통해 깨끗하고 안전한 인터넷 세상을 만드는 게 가능하다는 점을 확산하기 위해 기획된 행사로, 다음, 야후, 네이트, 싸이월드, 네이버, 파란, 프리챌, 하나로포스 등 KISO 회원사 사이트의 게시물들 가운데 지나친 노출로 혐오감을 불러일으키는 게시물이나, 성인광고, 아동을 성적 대상으로 하는 게시물 등 청소년에게 유해하다고 판단되는 것들을 KISO 홈페이지(www.kiso.or.kr)로 신고하는 방식으로 진행되었다.

KISO 한국인터넷자율정책기구
Korea Internet Self-governance Organization

'선정/유해 정보 집중신고 기간'

깨끗한 인터넷 세상 만들기!

깨끗하고 안전한 인터넷 세상은 인터넷 이용자들의 적극적인 참여를 통해서만 가능합니다.
아래 KISO 회원사 서비스 중 지나친 노출로 혐오감을 불러 일으키는 게시물, 성인 광고, 아동을 성적 대상으로 하는 게시물, 성매매 유인 게시물 등 청소년유해 게시물을 신고하시면 가장 많이 신고한 5분과 주심을 통해 아래 두달간 경품을 드립니다.

다음

YAHOO!

NATE

cyworld

NAVER

Paran

Freechal

hantaPos.com

* 선 고 기 간 : 2009년 11월 04일 ~ 10일
 * 당첨자 발표 : 2009년 11월 17일
 ※ 당첨자 발표는 KISO 공지사항을 통해 확인하실 수 있습니다. 당첨자는 개별통보 드립니다.

NAVER

NAVER 뮤직 3개월 이용권 5명
(1개월에 150곡 다운로드 가능)

다음

여행용 파우치 10명

cyworld

싸이월드 도토리 100개 10명

신고하기

그림1 : 이벤트 신고 페이지

이벤트 기간 중 340건의 유해 게시물 신고가 접수되었고, 그 가운데 273건의 게시물에 대해서는 삭제 등의 조치가 이뤄졌다. 그 결과는 다음과 같다.

1. 회원사별 유해 게시물 신고 접수 결과

- A사 : 219건 (64%)
- B사 : 63건 (19%)
- C사 : 30건 (9%)
- D사 : 9건 (3%)
- E사 : 5건 (1%)
- 기타 회원사가 아닌 신고 : 14건 (4%)

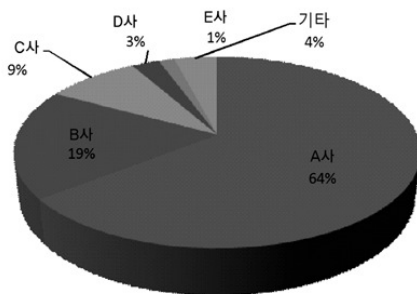


그림 2 : 회원사별 신고 현황

2. 신고 게시물 유형

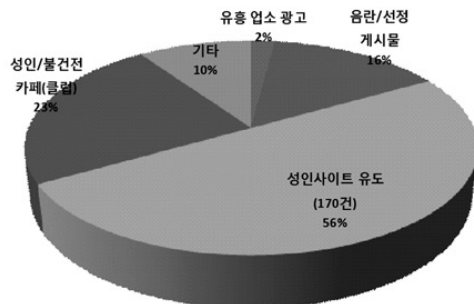


그림 3 : 신고 게시물 유형

1) 성인사이트 유도 게시물 신고 : 170건 (56%)

성인 사이트(불건전 만남 및 음란동영상 다운로드 P2P사이트) 접속 유도 게시물



2) 성인/불건전 카페(클럽) 신고 : 80건 (23%)

성인/불건전(만남유도 등의) 카페, 클럽



3) 음란/선정 이미지(텍스트) 게시물 신고 : 50건 (16%)

음란/선정 이미지 및 텍스트 게시물



4) 유흥업소 광고 신고 : 7건 (2%)

룸살롱, 키스방, 060폰팅 등 유흥업소 광고 게시물



www.kisolive.com.net

관공동계스텔 NEW FACE 대거연입
다양한 공연이벤트 및 개성파 이벤트
매체 사진은 해나복 있습니다.



관공동계스텔, NEW FACE, 대거연입, 다양한 공연이벤트 및 개성파 이벤트, 매체 사진은 해나복 있습니다.

5) 기타 게시물 신고 : 33건 (10%)

*상업용 블로그, 핵공유 프로그램, 동영상 유포 등

3. 처리 결과

- 조치 : 273건 (89%)

* 이용자 경고, 블로그(카페) 정지, 게시물 삭제, 게시물 블라인드, 검색결과 제외 등

- 해당없음 : 15건 (5%)

* 각 회원사 청소년 유해 규제 사유에 해당 없는 게시물들

- 기타 : 19건 (6%)

* 신고URL 주소오류, 이미 삭제되거나 없는 게시물 등

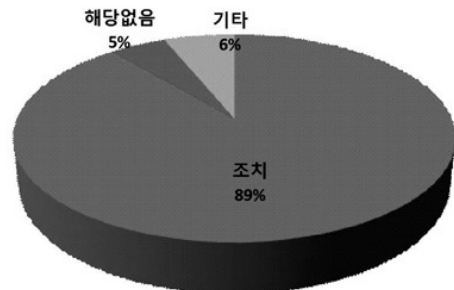


그림 4 : 처리 결과

