

KISO

2015 Vol.18 JOURNAL

정책 및 심의결정 리뷰

관련검색어 '친일파'에 관한 심의결정 리뷰

기획동향

포털 뉴스서비스와 인터넷신문의 상생과 조건

법제동향

위치정보법 개정과 사물인터넷 활성화 전망
방통위 설치법 개정과 이용자 권리보호

국내외 주요소식

포털 투명성 보고서 발간의 의미와 과제
핀테크산업 활성화 대책의 현황과 과제 - 지급결제부문을 중심으로

이용자 섹션

미디어 환경 변화와 새로운 문화콘텐츠의 등장
한국의 온라인 극단주의
당신의 인터넷과 메신저도 감시당했을 수 있다

해외 자율규제 기구 소개

영국 인터넷감시재단(IWF, Internet Watching Foundation)

문화시평

인터넷 빨간책 - 정보와 데이터의 '장치론'으로의 초대

KISO NEWS

KISO 한국인터넷자율정책기구

Korea Internet Self-governance Organization

KISO저널 홈페이지 | journal.kiso.or.kr ISSN | 2287-8866(Online)

관련검색어 ‘친일파’에 관한 심의결정 리뷰

김기중 / 법무법인 동서파트너스 변호사 • KISO정책위원

<Keyword>
친일파, 명예훼손, 심의결정

1. 자동완성/연관검색어에 관한 정책 설정의 배경

한국인터넷자율정책기구(이하 ‘KISO’)는 2009년 설립된 이래 정보통신망 이용촉진 및 정보보호에 관한 법률(이하 ‘정보통신망법’) 제44조의2에 규정된 임시조치제가 남용되지 않도록 하기 위하여 법문에 규정된 “권리가 침해된 경우”, “침해사실의 소명” 등에 관한 구체적인 기준을 마련하고 이에 따라 임시조치 여부를 판단할 수 있도록 하였으며, 회원사들이 정보통신망법과 KISO의 정책규정에 의해서도 직접 판단하기 어려운 경우 정책위원회의 심의를 거쳐 조치를 하도록 하는 절차를 마련하였다.

정보통신망법 제44조의2의 규정과 KISO의 위 기준은 모두 이용자의 게시물에 대한 제3자의 권리침해 주장을 전제로 하므로, 회원사가 직접 제공하는 서비스에 적용될 수는 없다. 하지만, 이용자의 검색 활동을 지원할 목적으로 제공되는 자동완성검색어(또는 서제스트

검색어)나 연관(또는 관련)검색어의 경우(이하 ‘연관/자동완성 검색어’)에도 특정인의 사생활에 관한 사항이 포함될 수 있고, 전후 맥락에 의해 명예훼손의 결과를 초래할 수도 있다는 점에서 게시물의 경우와 유사한 측면이 있다. 이에 따라 자동완성/연관검색어에 의해 권리를 침해당했다고 주장하는 자는 직접 포털서비스 운영자에게 그 삭제를 요청하는 경우가 발생하였고, 특히 선거기간 중에 그 요청이 빈발하게 되었으나, 명예훼손이나 사생활 침해 여부를 포털서비스 운영자가 직접 판단하는 것은 쉽지 않은 일이었다. 이에 포털서비스 운영자는 서비스 운영의 신뢰를 제고하기 위하여 KISO에게 그 판단 기준 마련과 구체적인 사례의 심의를 요청하였다.

이에 따라 KISO는 자동완성/연관검색어 서비스에 대해서도 명예훼손이나 사생활 침해를 이유로 삭제를 할 수 있는 기준을 마련하였고, 회원사가 직접 판단하기 어려운 경우 정책위원회의 심의를 거쳐 조치를 하도록 하는 절차를 마련하였다.

2. 자동완성/연관검색어에 관한 정책 개요

KISO는 2011년 10월 5일 ‘선거기간 중에 연관 검색어 및 자동완성 검색어 목록에 관한 정책’¹⁾을 마련하여 선거기간 중에 공직후보자와 관련된 연관/자동완성 검색어에 대해서는 사생활 침해가 심각하게 우려되거나 허위사실임이 증명된 경우가 아닌 한 삭제 등의 조치를 취하지 않기로 하는 결정을 하였다.

이후 KISO는 2012년 7월 25일 기간에 관계없이 적용하며 명예훼손 외의 권리침해를 기준에 포함시키는 내용의 ‘연관검색어 및 자동완성 검색어 관련 정책’을 결정하였는데, 그 내용은 원칙적으로 인위적 생성이나 변경을 금지하되, 예외적으로 제3자의 개인정보를 침해하는 경우, 명예를 훼손하는 경우, 저작권을 침해하는 경우 등에 해당하면 해당 연관/자동완성 검색어를 삭제할 수 있도록 하는 기준을 정하는 것이다.

가장 많이 적용되는 기준은 명예훼손과 사생활 침해에 관한 것인데, 구체적인 기준을 표로 정리하면 다음과 같다.

3. 연관/자동완성 검색어인 ‘친일파’에 대한 심의 사례

가. 결정의 개요

국회의원 ○○○라는 단어를 검색하고자 할 경우 함께 제시되는 연관검색어 및 자동완성 검색어 ‘친일파’에 관한 것이다. 신청인은 심의대상 검색어가 허위사실을 제시하고 있다는 이유로 삭제를 요청하였는데, 정책위원회는 이를 받아들여 삭제를 결정하였다.

나. 차별적 표현인지 여부

정책위원회는 ‘종북’, ‘빨갱이’라는 검색어에 대해서는 정책규정 제13조 제1항 제4호2)에 해당함을 근거로 삭제를 의결한 바 있어³⁾, ‘친일파’라는 단어도 이와 유사한 경우에 해당하는지 여부가 중요한 쟁점이었다.

하지만 정책위원회는 ‘친일반민족행위자재산의 국가귀속에 관한 특별법’, ‘일제강점기 반민족행위 진상규명에 관한 특별법’ 등이 제정되어 있고, 이에 따라 ‘친일반민족행위진상규명위원회’가 구성되어 ‘친일반민족행위자’ 명단이 발표되기도 하였음을 근거로, ‘친일파’라는 검색어는 위 제13조 제1항 제4호에 따라 특정집단을 차별하고 비하하는 단어에 해당하지는 않는 것으로 판단하였다.

친일문제 또는 친일청산문제는 제헌국회에서 국권강탈에 적극 협력한 자, 일제 치하의 독립운동가나 그 가족을 박해한 자 등을 처벌할 목적으로 ‘반민족행위처벌법’을 제정한 적이 있으며 최근의 국회에서도 위와 같은 특

1) 자세한 사항은 이해완, 정책결정 리뷰, KISO저널 제5호, 2011. 11. 28. 참조
2) “특정한 개인이 권리침해 등을 이유로 연관검색어 등의 삭제를 요청한 경우로서, 연관검색어 등 자체가 특정 지역, 종교, 사상, 장애, 인종, 출신국가 등을 비하하는 단어를 포함하고 있어 연관검색어 등으로 그러한 단어를 현출시키는 것이 과도한 사회적 갈등을 조장할 우려가 높은 것으로 판단되는 경우”
3) 심의결정 2013심25호. 정책위원회는 위 결정에서 “정책위원회는 ‘빨갱이’라는 단어를 사용하여 의사를 표현하는 행위는 충분히 보장받아야 한다고 생각하지만, 이 단어가 특정인의 이름과 결합하여 특정인을 연관짓는 검색어로 함께 제시될 경우, 특정인의 성향을 극단화시키고 낙인찍는 효과가 너무 크고 불필요한 사회갈등을 야기할 수 있어 해당 연관검색어에 대한 일정한 제어가 필요하다”고 하며, ‘차별적 표현완화를 위한 정책기준’을 마련한 후, 그 첫 사례로 본 사안을 적용하여, 그 삭제를 의결하였다.

별법을 제정할 정도로 제도적인 문제이며, ‘친일파’라는 단어는 그 내용을 상징적으로 표현한 것이므로, 일정한 사실을 바탕으로 할 경우 이를 차별적 표현이라 하기는 어려울 것이다.

다. 허위 사실에 의한 명예훼손 여부

정치인이나 고위 공직자에 대한 정치적 공방 과정에서 일정한 근거가 있는 경우 친일파라고 주장하는 것은 가능하고, 이런 공방 과정에서 친일파라는 관련 검색어가 생성된 것이라면 이에 대한 삭제 신청을 수용할 수는 없을 것이다. '이인호 친일파'와 같은 경우가 그렇다. 위 연관검색어는 정치적 공방 과정에서 나온 친일파라는 주장과 이에 대한 다수의 언론 보도가 나온 바 있어, 사회적 논란 속에 있는 검색어로 볼 수 있기 때문이다.

그런데, 본 사안의 경우 신청인 부친의 친일 경력이 주장되고 있는 것으로 보이나(2005년에 서울대일제잔재청산위원회에서 신청인의 부친을 친일인사 명단에 포함시켰다는 언론 보도가 있음), 신청인 본인에 대한 논란이 없는 상태에서, 이것만을 근거로 신청인과 친일파를 연결짓는 검색어를 타당하다고 보기 어렵고, 신청인이 친일파 재산 환수 관련 법률에 반대했다고 하여, 곧바로 친일파라고 지칭하기 어렵다는 점을 고려할 수밖에 없다.

위와 같은 사정을 전제로 정책위원회는 본 사안에 대하여 “심의 대상 검색어에 의한 검색 결과에는 신청인을 친일파로 주장하는 언론보도나 국회에서의 논란이 존재하지 않는다. 주로 신청인이 친일파 재산 환수 관련 법안의 논의 과정에서 다른 의원과 함께 해당 법안을 반대 하였다는 내용의 기사 및 게시물과, 신청인의 가족의 친일 경력에 관한 것

이 검색결과와 주내용이다. 이렇게 심의 대상 검색어에 의한 검색결과와 심의 대상 검색어 사이의 관련성이 낮고, 심의 대상 검색어와 관련된 논쟁에 관한 다른 근거도 없으므로, 위원회는 심의 대상 검색어를 정책규정 제13조 제1항 제2호에 해당하는 경우라고 판단”하고 그 삭제를 결정하였는 바, 타당한 결정이라 생각된다.

4. 심의결정의 의미

본 사안에 대한 심의결정은 ‘친일파’는 ‘빨갱이’라는 검색어와 달리 차별적 표현이 아니며 각종 법률에 따라 제도적으로 뒷받침되는 검색어라는 점, 따라서 공적 인물에 대해 일정한 사실을 바탕으로 ‘친일파’라는 주장이 제기되고 이에 따라 관련 검색어가 형성될 경우 이를 명예를 훼손하는 경우에 해당한다고 볼 수 없다는 기준을 정리하였다는 데에 그 의미가 있다. KISO JOURNAL

포털 뉴스서비스와 인터넷신문의 상생과 조건¹⁾

김위근 / 한국언론진흥재단 선임연구위원

<Keyword>

인터넷신문, 포털 뉴스서비스, 상생, 신문법, 자율규제

1. 언론 권력으로 뉴스 유통

디지털 미디어 시대로 접어들면서 뉴스 생산, 유통, 소비는 하루가 다르게 급변해 왔다. 뉴스 과정에 직간접적으로 영향을 미치는 행위자는 폭발적으로 늘어났다. 언론이 다른 영역과 융합을 시도하거나 갈등하는 모습도 어렵지 않게 볼 수 있다. 이런 소용돌이 속에서도 현실 규정자로서 언론의 역할과 중요성은 재론할 필요가 없다. 디지털 미디어 시대의 성숙기로 막 진입하려는 현재, 모든 사회 영역에 새로운 질서가 정립되고 있다. 이들 영역 중 특히 언론의 부침이 두드러진다. 이는 제4부로서 여론 형성 및 전달, 사회 감시 등의 기능을 담당하는 언론의 권력이 변화하고 있기 때문이다.

그 동안 우리나라 언론 권력은 미디어 환경 및 미디어 테크놀로지의 변화에 따라 뉴스의 생산, 유통, 소비 과정 중 특정 영역에 집중

되는 경향을 보였다. 이를 구분해 보면, ① 뉴스 생산자 권력 집중 단계(전통 뉴스미디어 시대), ② 뉴스 소비자 권력 집중 단계(다매체 다채널 시대), ③ 언론 권력 파편화 단계(초기 인터넷 뉴스미디어 시대), ④ 뉴스 유통자 권력 집중 단계(현재 인터넷 뉴스미디어 시대) 순으로 정리할 수 있다(김위근, 2014, 20~22쪽). 이들 단계별 특성 등을 살펴보면 <표1>과 같다. 여기에서 확인할 수 있는 바와 같이 현재는 뉴스 생산, 유통, 소비 과정 중 유통에 권력이 집중돼 있다.

사실 뉴스 유통은 플랫폼과 직접 관련이 있다. 미디어 테크놀로지가 발전하면서 새로운 디바이스와 플랫폼이 개발됐고, 이 플랫폼을 통해 뉴스가 유통되면서 뉴스 생산 및 소비에도 변화가 일어났다. 이제는 종이, 전파 등 물리적 비이클(vehicle)이 중요하지 않다. 미디어 자체였던 비이클보다는 어떤 유통 채널을 통해 전달되는지가 뉴스 이용에서 더 큰 의미를 가진다. 뉴스 유통 중심의 언론 권력 집

1) 2015년 2월 10일에 있었던 ‘인터넷신문 윤리와 뉴스 이용자 권익 증진 토론회’의 발제문을 수정·보완했다.

<표 1> 뉴스 유통의 구조 변동에 따른 언론 권력 변화

| 구분 | 1단계 | 2단계 | 3단계 | 4단계 |
|-------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 단계 | 뉴스 생산자 권력 집중 단계 | 뉴스 소비자 권력 집중 단계 | 언론 권력 파편화 단계 | 뉴스 유통자 권력 집중 단계 |
| 시대 | 전통 뉴스미디어 시대 | 다매체다채널 시대 | 초기 인터넷 뉴스미디어 시대 | 현재 인터넷 뉴스미디어 시대 |
| 생산·유통·소비 관계 | 생산=유통=소비 | 생산=유통≠소비 | 생산≠유통≠소비 | 생산≠유통=소비 |
| 언론 권력 집중 | 뉴스 생산자 | 뉴스 소비자 | 언론 권력 파편화 | 뉴스 유통자 |
| 경제적 특성 | 독점경제 | 시장경제, 공짜경제 | 공짜경제, 관심경제 | 관심경제, 유료화 가능성 |
| 대표 뉴스미디어 | 종이신문, 지상파 방송 | 케이블TV, 무료신문 | 언론사닷컴, 포털 뉴스서비스 | 포털 뉴스서비스 |

출처: 김위근(2014), 22쪽, 추가 수정.

중이 발생한 것이다. 현재 우리나라 디지털 환경에서 가장 강력한 뉴스 유통 채널은 포털사이트(이하 ‘포털’)의 뉴스서비스다(김위근, 2014, 19~20쪽). 이런 상황에서 포털 뉴스서비스와 인터넷 뉴스 생산자인 인터넷신문과의 상생을 위한 제도나 기제가 부족한 현실은 갈등의 골을 깊게 한다.

2. 인터넷 언론의 문제점과 상생

우리나라 법제도에서 뉴스미디어에 대한 개념은 「신문 등의 진흥에 관한 법률」(이하 ‘신문법’), 「잡지 등 정기간행물의 진흥에 관한 법률」, 「뉴스통신 진흥에 관한 법률」, 「방송법」 등에서 찾아 볼 수 있다. 하지만 이들 법에서 인터넷 환경에 기반을 둔 뉴스미디어와 전통적 오프라인 뉴스미디어의 개념 차이나 관계가 명확하지 않다. 이는 온라인 및 오프라인 뉴스미디어에 대한 정의가 언론 관련 단일법이 아니라 다수의 법에서 정의되고 있기 때문이기도 하다(〈표 2〉 참조). 아무튼 인터넷신문 입장에서 뉴스 생산이 결정적인 잣

대가 돼야 하겠지만, 현행 법제도에서는 유통 차원에서 뉴스콘텐츠를 서비스하는 포털 사업자도 엄연히 언론사다. 포털 뉴스서비스가 「신문법」의 ‘인터넷뉴스서비스’에 포함되기 때문이다. 따라서 인터넷신문과 포털 뉴스서비스 모두 이 법에서 밝히고 있는 “언론의 자유 신장과 민주적인 여론형성”을 위한 “지원·육성”의 대상이다. 상생이 필요한 근거를 법에서 찾아 볼 수 있는 것이다.

또한 「신문법」에서는 인터넷신문과 인터넷뉴스서비스에 대한 등록제를 채택하고 있다. 사실 상 등록을 통해 인터넷 언론으로서 지위를 부여 받는 구조다. 잘 알려져 있듯이 인터넷신문은 수천 개가, 인터넷뉴스서비스는 수백 개가 등록돼 있다. 등록 인터넷 언론사는 여전히 큰 폭의 증가세다. 이러한 등록제 자체가 문제라고는 볼 수 없다. 문제는 운영 실태다. 〈표 3〉에서 확인할 수 있듯이 실제로는 운영되지 않거나 운영되고 있더라도 법에서 규정하는 준수사항을 지키지 않은 경우가 많다. 인터넷 언론사의 운영이 쉽지 않다는 얘기가. 인터넷 저널리즘의 품질에 대한 비판도

<표 2> 온라인 뉴미디어와 오프라인 뉴미디어의 관계

| 구분 | | 오프라인 뉴미디어 | | | | | | | | | |
|----------|----------|-----------|----------|----------|----------|----|------|---------|--------|--------|-------------|
| | | 신문 | | | | 잡지 | 뉴스통신 | 방송 | | | |
| | | 일반 일간 신문 | 특수 일간 신문 | 일반 주간 신문 | 특수 주간 신문 | | | 텔레비전 방송 | 라디오 방송 | 데이터 방송 | 이동 멀티미디어 방송 |
| 온라인 뉴미디어 | 인터넷신문 | ○ | ○ | ○ | ○ | △ | △ | △ | △ | △ | △ |
| | 인터넷잡지 | | | | | × | | | | | |
| | 인터넷뉴스통신 | | | | | | × | | | | |
| | 인터넷방송 | | | | | | | × | × | × | × |
| | 인터넷뉴스서비스 | □ | □ | □ | □ | □ | □ | □ | □ | □ | □ |

주: '○'는 법 체계에서 해당 온라인 뉴미디어가 해당 오프라인 뉴미디어의 인터넷 버전을 포함하는 경우, '△'는 정확히 명시하고 있진 않으나 포함한다고 볼 수 있는 경우, '×'는 법 체계에서 찾아볼 수 없는 경우, '□'는 해당 오프라인 뉴미디어가 해당 온라인 뉴미디어를 통해 뉴스 콘텐츠를 제공하거나 매개하는 경우임.

출처: 김위근. 이동훈. 조영신. 김동윤, 2013, 7쪽.

<표 3> 인터넷신문과 인터넷뉴스서비스의 운영 실태 및 법규 준수 실태(2013년 5월)

| 구분 | 개수 | 비율(%) | | 비고 | |
|-----------|--|------------|------------|-------|---|
| | | 전체 등록 수 기준 | 실제 운영 수 기준 | | |
| 인터넷신문 | 전체 등록 수 | 4,212 | 100.0 | - | |
| | 실제 운영 수 | 3,066 | 72.3 | 100.0 | |
| | 「신문 등의 진흥에 관한 법률」 제21조 준수 | 1,080 | - | 35.2 | 명칭, 등록번호, 등록연월일, 제호, 발행인, 편집인, 발행소, 발행연월일 모두 게재 |
| | 「신문 등의 진흥에 관한 법률 시행령」 제2조의 제1호 나목 및 제2호 준수 | 2,092 | - | 35.2 | 자체 생산 기사 비중 30% 이상, 주간 단위 신규기사 게재 모두 충족 |
| 인터넷 뉴스서비스 | 전체 등록 수 | 175 | 100.0 | - | |
| | 실제 운영 수 | 140 | 80.0 | 100.0 | |
| | 「신문 등의 진흥에 관한 법률 시행령」 제10조의 1호 준수 | 27 | - | 19.3 | 기사배열 방침, 기사배열 책임자 모두 공개 |

출처: 문화체육관광부. 한국언론진흥재단, 2013. 11, 재구성.

이와 직접적으로 연관된다. 이런 현실에서 절대적인 이용자 수를 기반으로 비교적 안정적인 운영을 유지해 오고 있는 주요 포털 뉴스 서비스는 주목 받을 수밖에 없다. 이용자유입

효과의 크기에 대한 입장 차이가 존재하지만, 포털 이용자의 거의 대부분은 인터넷신문이 제공하는 뉴스를 보고 있다. 이것이 인터넷신문과 포털 뉴스서비스 상생의 당위성이다.

3. 포털 뉴스서비스와 인터넷신문의 상생을 위한 조건

가. 통합적 자율규제의 확대

포털 뉴스서비스와 인터넷신문의 상생을 위한 가장 첫 번째 조건으로 통합적 자율규제의 확대를 들 수 있다. 인터넷신문의 대표적 자율규제 기구는 기사와 광고에 대해 심의하는 인터넷신문위원회다.

이 심의는 기사 및 광고 자율규약에 서약한 인터넷신문만을 대상으로 한다. 2014년 9월 현재 108개 인터넷신문사만이 심의 대상이다. 어느 정도의 규모를 가진 인터넷신문이 대상이라고는 하지만 전체의 극히 일부라는 비판이 있을 수 있다. 한편, 포털 뉴스서비스는 뉴스 및 검색 언론사를 선정함에 있어서 자체적으로 평가 기준을 마련해 적용하고 있다. 하지만 평가의 상세한 기준, 평가자 등이 공개되지 않아 비판을 받고 있기도 하다. 포털 뉴스서비스의 영향력을 감안하면 공개가 마땅하다는 것이다. 반면에 기업의 자율성을 침해하는 것이라는 주장도 있다.

이처럼 현재 인터넷신문과 포털 뉴스서비스 모두 자율규제를 채택하고 있다. 이는 앞으로 더 늘어날 것이 분명하다. 하지만 인터넷신문과 포털 뉴스서비스의 현안을 아우르는, 또는 양자가 모두 참여하는 통합적인 자율규제는 찾아볼 수 없다. 상생은 한 생태계에서 긍정적인 영향을 주고받음으로써 가능하다. 각자의 자율규제 체제에 상대를 참여시키는 것만으로도 많은 현안이 해결될 수 있을 것이다.

나. 인터넷신문의 자생력을 키우는 언론 정책

인터넷신문에 대한 다양한 지원 정책에도 불구하고 효과에 대해서는 여전히 의문을 가지게 된다. 인터넷신문이 폭발적으로 증가하고 있는 상황에서, 개별 인터넷신문에 대한 지원은 지원을 받지 못한 절대다수의 불만을 피할 수가 없다. 언론 환경이 오프라인에서 온라인으로 옮겨갈 수밖에 없는 현실은 인터넷신문의 자생력을 키우고 인터넷에서 품격 있는 저널리즘을 가능하게 하는 정책이 무엇인지에 대한 원론적인 논의를 필요로 한다. 포털 뉴스서비스의 원천이 인터넷신문이 생산하는 뉴스이기 때문에 상생을 위해서는 인터넷신문의 경쟁력 확보가 무엇보다 중요하다.

다. 언론법 체계의 개선

미디어 테크놀로지의 발전과 융합으로 인해 뉴스, 뉴스미디어, 저널리스트, 저널리즘 등 언론 관련 개념을 명확히 규정하기가 점점 힘들어지고 있다. 또한 새로운 개념의 편입으로 인해 언론 영역은 점점 확대되고 있다. 「신문법」의 정의에도 불구하고 현실적으로는 인터넷신문 또는 인터넷뉴스서비스인지, 아닌지를 명확히 구분하기 어려운 경우가 많다. 이로 인해 인터넷신문 및 포털 뉴스서비스 지원을 위한 법 적용이 점점 힘들어지고 있다. 이런 현실을 감안해 법에서 명시한 인터넷신문 및 인터넷뉴스서비스 등록을 우선 개선해야 한다는 주장이 대두되고 있다.

우리나라 법체계에 근거하면 인터넷 뉴스 생태계에서 가장 핵심적인 구성 요소는 인터넷신문과 포털 뉴스서비스를 포함한 인터넷뉴스서비스다. 사실 이러한 생태계의 확정은 인터넷신문과 인터넷뉴스서비스의 등록을 통해서다. 등록은 「신문법」이나 「신문법시행령」은 물론이고, 「뉴스통신진흥에 관한 법률」, 「지

역신문발전지원 특별법」, 「언론중재 및 피해 구제 등에 관한 법률」, 「정부광고 업무 시행 지침」 등과도 연관이 있다. 따라서 쉽지 않은 과정이긴 하겠지만 현행 등록 제도를 개선해 지원 대상이 되는 인터넷신문과 포털 뉴스서비스를 명확히 하는 것이 상생을 위한 하나의 방안이라는 의견에도 주목해 볼 필요가 있다. KISO JOURNAL

< 참고문헌 >

김위근(2012). 포털 뉴스서비스와 온라인 저널리즘의 지형: 뉴스 유통의 구조 변동 혹은 권력 변화. 『한국언론정보학보』, 66호, 1~27.

김위근·이동훈·조영신·김동윤(2013). 『한국의 인터넷 뉴스: 언론사닷컴, 인터넷신문 그리고 포털 뉴스서비스』. 서울: 한국언론진흥재단.

문화체육관광부·한국언론진흥재단(2013. 11). 『인터넷신문·인터넷뉴스서비스 운영 및 법규 준수 실태 점검 결과』.

위치정보법 개정과 사물인터넷 활성화 전망

김성천 / 중앙대 법학전문대학원 교수

<Keyword>

개인정보보호법, 사물인터넷, 위치기반서비스, 위치정보법

1. 정보자기결정권의 보호

「위치정보의 보호 및 이용 등에 관한 법률」을 제정한 취지는 위치정보를 포함하고 있는 개인정보가 누설되는 것을 방지하면서도 위치정보를 이용한 산업을 활성화함에 있다. 이렇게 두 가지 측면을 모두 가지고 있는 것이 위치정보법인데 위치정보의 보호에 만전을 기하다 보면 위치정보를 이용한 산업의 활성화가 저해되는 경향이 있다. 위치정보의 보호에 틈이 생기지 않으면서도 위치정보의 활용에는 방해됨이 없도록 한다면 아무 문제도 없겠지만 법규 운용의 실태는 그렇지 못 한 것으로 보인다.

위치정보란 ‘이동성이 있는 물건 또는 개인이 특정한 시간에 존재하거나 존재하였던 장소에 관한 정보로서 전기통신설비 및 전기통신 회선설비를 이용하여 수집된 것’을 말한다. 여기서 이동성이 있는 물건 그것이 수송수단 이건 아니면 수송수단에 의해서 수송이 되는 것이건 관계없이 거의 대부분 개인과 연관이

있으므로 개인정보가 된다. 드론에 의해서 무인으로 물건이 배송되는 정도의 경우에만 개인정보를 포함하지 않는 위치정보가 될 것이다.

이처럼 위치정보는 대부분의 경우 개인정보를 가지고 있기 때문에 누설되지 않는 것이 본인에게 이익이 될 가능성이 높다. 때에 따라 위치정보는 개인정보 가운데 매우 민감한 부분에 속할 수도 있다. 따라서 개인정보와 마찬가지로 정보자기결정권(‘자신의 정보가 언제 어느 범위까지 공개될 것인가를 스스로 결정할 권리’)의 보호가 필요한 영역이다. 그러한 차원에서 위치정보법도 개인정보보호법과 마찬가지로 정보주체의 동의가 없으면 수집·이용 또는 제공을 할 수 없도록 금지되어 있다.

정보자기결정권을 근거로 하는 위치정보 보호의 당위성을 인정하지 않을 수는 없는 일이다. 하지만 그렇다고 해서 관련 산업의 발전과 활성화를 방해한다는 것도 바람직하지 못하긴 마찬가지이다.

2. 위치정보 규제와 사물인터넷

위치정보법이 본래 위치정보 활용을 진작시킬 목적의 진흥법으로 태어났다고 하지만, 그러한 말을 무색하게 하는 매우 강력한 규제 조항을 가지고 있다. 위치정보를 수집하는 경우에 동의를 필요로 하도록 강제하는 조항이 바로 그것이다.

위치정보법을 보면 제15조에서 물건위치정보 이권 개인위치정보이권 관계없이 모두 당사자(물건의 소유자 또는 위치정보의 주체인 개인)의 동의를 전제로 하는 경우에만 그 수집과 이용을 허용하고 있다. 그리고 이에 대한 예외는 ① 긴급구조기관의 긴급구조요청 또는 경보발송요청이 있는 경우, ② 경찰관서의 요청이 있는 경우, ③ 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우 등 세 가지 유형으로 되어 있다. 이 가운데 첫 번째와 두 번째의 경우는 국민의 생명·신체에 대한 급박한 위험을 제거하기 위해서 필요한 상황에서 위치정보를 제공하는 것으로서 사물인터넷의 활성화와 직접적인 연관이 없어 보인다.

모든 위치정보를 사전동의가 있는 경우에만 수집할 수 있게 하면 사실상 사물인터넷 활성화는 거의 불가능하게 된다. 예를 들어 도로에 교통정보수집용 카메라를 설치해 두고 그 지점을 통과하는 차량을 모두 촬영하여 해당 도로를 이용하는 차량의 유형, 속도, 빈도 등을 파악한다고 해보자. 현재 차량의 유형을 파악하는 방식은 번호판을 식별하여 자동차 등록정보를 조회함으로써 등록된 차량 유형정보를 이용하는 것이다. 차량번호를 자동차의 유형을 확인할 때까지 아주 짧은 시간 동안만 보관한다고 하더라도 이는 위치정보의 수집·이용에 해당한다.

이를 피하기 위해서는 사전동의 아래 모든 차량에 GPS를 장착하게 배포하고 그 정보를 수집하는 방식을 취하여야 할 텐데 동의를 100% 받아내기도 어려울 것이고 사업을 추진하는데 시간도 지나치게 많이 소요될 것이어서 현실성이 없어 보인다. 영업용 차량은 동의를 안 할 이유가 없겠지만 개인용 차량은 국가의 실시간 감시가 우려되어 동의하기를 꺼릴 것이다.

교통정보 수집 등을 위한 사물인터넷 활용의 길은 일단 위치정보법이 아닌 개인정보보호법에서 열어 가고 있다. 개인정보보호법 제25조를 보면 ① 범죄 예방 및 수사, ② 시설안전 및 화재 예방, ③ 교통단속, ④ 교통정보의 수집·분석·제공 등을 목적으로 하는 경우에 영상정보처리기를 활용한 정보의 수집 및 처리를 할 수 있다고 하고 있다. 위치정보법 제15조 제1항 제3호에서 말하는 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우에 해당하는 것이다.

그런데 문제는 이러한 개인정보보호법상의 예외규정을 통해 법적 장애가 말끔하게 해소되지 않는다는 점이다. 교통단속이나 교통정보의 수집을 위해서 영상정보처리기를 사용하게 되면 물건위치정보와 개인위치정보가 함께 수집된다. 그런데 개인정보보호법 제3조 제1항에 따르면 개인정보는 그 목적에 필요한 범위에서 최소한도로만 수집하여야 한다. 이 규정과 동의가 없는 위치정보의 수집을 원칙적으로 금지하고 있는 위치정보법 규정과의 균형을 감안할 때 영상정보처리기를 통한 교통정보의 수집은 교통정보의 수집으로만 그쳐야 하고 물건위치정보나 개인위치정보의 수집이 포함되어서는 안 되는 것으로 보는 것이 타당하다.

이와 관련하여 위치정보법이나 개인정보보호

법은 위치정보의 보호를 위해서 어떠한 기술적 조치를 취하여야 하는가에 대해서 상세한 규정을 두고 있지 않다. 그러한 상황에서 교통정보를 수집하는 과정에서 일시적이지만 차량번호를 저장하는 것은 명백한 위치정보법 위반이라고 생각된다. 차량번호를 알게 되면 그 소유자도 알게 되고 그에 따라 개인의 위치정보가 수집되는 것이다.

사실 카메라를 이용해서 교통정보를 수집하는 과정에서 당사자에게 일일이 사전 동의를 받는다는 것은 불가능한 일이다. 법을 지키기 위해서는 교통정보 수집을 중단하거나 차량번호가 없더라도 차량의 종류를 분별할 수 있는 기술적 조치를 확보하여야 할 것이다. 그렇지 않으면 차량번호를 일시적으로 저장하는 행위를 허용하는 방향으로 법규를 개정하여야 한다. 그 경우에는 수집되는 위치정보가 오용되거나 남용되지 않도록 하기 위한 상세한 안전장치가 마련되어야 할 것으로 생각된다.

이처럼 위치정보법에는 사물인터넷 활성화에 걸림돌이 되는 장애요소가 분명하게 존재하고 있다.

3. 규제 합리화를 위한 위치정보법 개정

위치정보법이 위치정보사업 및 위치기반서비스사업의 발목을 잡고 있다는 비판이 꾸준히 제기되어온 결과 2015년 2월에 일부 개정이 이루어졌다. 사물인터넷을 활용한 서비스가 많은 경우 위치기반서비스이기 때문에 위치정보법상의 규제를 완화하는 것은 곧 사물인터넷의 활성화를 위한 법적 조치로 이어지는 경우가 다반사이다.

다만 이번 법 개정이 위치정보법의 전반적인 틀을 뒤바꾸는 것이 아니라 부분적으로 손질을 하여 규제의 정도를 약간 완화하는 선에서 그쳤기 때문에 근본적인 변화는 기대할 수 없게 되었다. 예를 들어 위치정보사업자가 방송통신위원회의 승인을 받아 사업을 휴지할 수 있는 기간이 종전에 6개월이었던 것을 1년으로 확대한 것은 규제완화라고 할 수는 있지만 정보자기결정권과의 충돌로 인한 문제에 대한 근원적인 해답과는 별로 관계가 없는 사항이다.

그나마 조금 관련이 있는 개정 내용은 법 제 9조이다. 구법에서는 위치기반서비스업을 영위하고자 하는 사람은 누구나 예외 없이 방통위에 신고를 하도록 강제하고 있었으나, 신법에서는 개인위치정보를 대상으로 하지 않는 위치기반서비스사업자의 신고의무를 면제하고 있다. 신고제도가 까다롭게 운영되면 등록제나 허가제와 사실상 크게 다르지 않게 될 수도 있다는 측면에서 일부 사업자에 대한 신고의무 면제는 사물인터넷 활성화에 기여하는 방향이라고 할 수 있다. 그러나 개인 위치정보를 대상으로 하지 않는 위치기반서비스(예를 들어 드론을 이용한 물건 배송)가 아직 거의 개발이 되어 있지 않은 상황이기 때문에 규제완화의 파급효과가 크지는 않을 것으로 보인다.

또 한 가지 언급하여야 할 개정사항은 위치정보 제공 사실에 대한 당사자 통지제도에 관한 것이다. 개정된 법 제19조 제4항은 매번 정보제공사실을 통지하지 않고 최대 30일의 범위에서 대통령령이 정하는 횟수 또는 기간 등의 기준에 따라 모아서 통지할 수 있도록 정하고 있다. 사업자의 번거로움을 덜어주기 위한 규정이라고 할 수 있다. 그러나 자동화된 절차에 의해서 당사자 통지를 하는 경우

에 사업자가 일일이 수작업으로 업무처리를 하는 것이 아닌 이상 업무량을 크게 완화시킬 수 있는 조치인가에 대한 의문이 들기는 한다.

4. 맺는 말

위치정보법은 정보자기결정권의 보장과 관련 산업의 활성화라는 두 가지 이익 가운데 지금까지는 전자에 좀 더 기울어져 있는 입법 태도를 견지해 오고 있다. 당사자의 입장에서 위치정보가 매우 민감하고 중요한 정보이기 에 함부로 수집되어 이용되거나 누설되어서는 곤란하다는 점은 분명하다. 그렇다고 해서 법적 규제 때문에 위치정보를 활용한 서비스가 제대로 활성화 되지 못하는 것을 누구나 원하는 것은 아니라고 생각된다. 위치정보법의 규율은 이와 같은 두 가지 법익 가운데 절묘한 타협점을 찾아나가는 방향으로 이루어져야 할 것이다. 지금까지는 만족할 만한 입법결과라고 단언하기 어려워 보인다. KISO JOURNAL

방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률 개정과 이용자 권리 보호

황창근 / 홍익대 법과대학 교수 · KISO저널 편집위원

<Keyword>

사전 의견제출, 시정요구, 이용자보호, 인터넷심의, 행정심판고지

1. 서언

국회는 2015.1.20. 「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」(이하 방통위 설치법)을 개정하였는데, 주요 내용은 방송통신심의위원회(이하 심의위원회)의 시정요구절차에 사전의견제출 절차 및 행정심판 등 불복절차고지 규정을 새롭게 도입하는 것이다. 이는 그동안 시정요구의 처분성 유무에 대한 논란에서 헌법재판소 등이 처분성을 인정함에 따라 이를 입법적으로 수용한 결과이다. 시정요구에 처분성을 인정하게 되면 정보게재자도 모르게 정보의 유통이 제한되는 불이익을 방지하게 되어 이용자의 권리를 보호하는데 의미가 있게 된 것이다. 아래에서는 개정 배경이 되는 시정요구의 법적 성질에 대한 그 동안의 논의과정을 살펴보고, 개정 내용을 중심으로 의미와 문제점을 살펴보고자 한다.

2. 개정 배경으로서 시정요구의 법적 성질의 변화

개정의 배경은 시정요구의 법적 성질에 대하여 그동안 처분성을 부정하다가 처분성을 인정하게 된 것을 계기로 하여, 처분에 적용되던 행정절차법 내지 행정심판법 적용을 하기 위한 것이다.

시정요구는 심의위원회의 인터넷정보에 대한 내용규제제도로서, 방송통신위원회의 제재조치와 더불어 인터넷심의의 2가지 핵심적인 제도 중의 하나이다. 시정요구는 불법정보 및 청소년에게 유해한 정보 등 심의가 필요하다고 인정되는 정보에 대한 심의를 거쳐 시정요구를 할 수 있는데(동시행령 제8조 제1항), 방송통신위원회의 제재조치와 결합하여 인터넷심의의 주된 절차로 기능하고 있다.

그런데, 정보통신서비스제공자 등은 시정요구

를 받은 경우에는 지체 없이 그 조치결과를 심의위원회에 통보하도록 규정하고 있을 뿐(동시행령 제8조 제3항), 시정요구에 응하지 않을 경우 어떠한 제재를 할 것인지 그 법적 성질에 대한 분명한 규정을 두지 않아 처분성 여부에 대한 논란이 있었다. 실무적으로 방송통신위원회의 제재조치와 달리 심의위원회의 시정요구는 처분성이 없는 행정지도의 성질을 가지는 것으로 해석하였고, 판례도 그와 같은 입장을 취하여 오고 있었다.

그러나 시정요구가 이와 같이 권고사항 정도로 해석되는 경우라면 굳이 위와 같은 시정요구를 법적 제도로 규정하여 운영할 별다른 실익이 없는 것이고, 반대로 국민에 대한 기속력을 가지는 처분으로 이해할 경우에는 그 적법성을 보장하기 위한 절차 등이 보완되어야 한다는 난점이 있었다. 특히 사업자는 시정요구를 받은 때에는 지체 없이 조치결과를 심의위원회에 통보하여야 하고, 시정요구에 응하지 않은 경우에는 방송통신위원회는 정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률(이하 정보통신망법) 제1호 내지 제6호의 불법정보에 대하여는 심의위의 제재요청(방통위설치법 시행령 제8조 제4항 제5항)에 의하거나 또는 제7호 내지 제9호의 불법정보에 대하여는 방송통신위원회가 직접 그 취급의 거부·정지 또는 제한을 명할 수 있도록 규정하고 있다(정보통신망법 제44조의7 제3항). 이와 같이 시정요구에 대한 사업자의 구속, 불응시의 제재조치로의 이행 등을 종합하면 단순한 권고사항으로 보기 어려운 점이 많았다. 이에 대하여 헌법재판소는 행정기관인 심의위원회의 시정요구는 정보통신서비스제공자 등에게 조치결과 통지의무를 부과하고 있고,

정보통신서비스제공자 등이 이에 따르지 않는 경우 방송통신위원회의 해당 정보의 취급 거부·정지 또는 제한명령이라는 법적 조치가 예정되어 있으며, 행정기관인 심의위원회가 표현의 자유를 제한하게 되는 결과의 발생을 의도하거나 또는 적어도 예상하였다 할 것이므로, 이는 단순한 행정지도로서의 한계를 넘어 규제적·구속적 성격을 갖는 것으로서 헌법소원 또는 항고소송의 대상이 되는 공권력의 행사라고 봄이 상당하다고 판시하여 처분성을 인정한 것이다.¹⁾

3. 주요 개정 내용과 문제점

가. 의견진술의 사전고지 절차

1) 사전고지의 내용 및 예외

개정법에 의하면 심의위원회는 시정요구를 정하려는 경우 미리 당사자 또는 대리인에게 의견을 진술할 기회를 주도록 하고(제25조 제2항), 다만 예외사유를 4가지 들고 있는데, 1) 공공의 안전 또는 복리를 위하여 긴급히 시정요구를 할 필요가 있는 경우, 2) 의견청취가 뚜렷이 곤란하거나 명백히 불필요한 경우로서 해당 당사자의 연락처를 알 수 없는 경우, 3) 의견청취가 뚜렷이 곤란하거나 명백히 불필요한 경우로서 법원의 확정판결 등에 따라 시정요구의 전제가 되는 사실이 객관적으로 증명되어 시정요구에 따른 의견진술이 불필요하다고 판단되는 경우, 4) 의견진술의 기회를 포기한다는 뜻을 명백히 표시한 경우가 그것이다.

1) 헌재 2012. 2. 23. 2011헌가13 결정. 관련 행정사건에서도 처분성을 인정하였다(서울행정법원 2010.2.11. 2009구합 35924판결, 항소기각으로 확정).

원래 의견제출의 기회를 부여하는 제도는 행정절차법상 처분의 사전통지에서 유래한다. 의견제출 또는 의견진술의 기회를 부여하기 위하여 처분 상대방에 대하여 사전통지를 하기 때문에 양자는 같은 의미로 해석하고 있다.²⁾ 이에 따라 인터넷 내용규제에 있어서 처분성을 가지는 불법정보에 대한 제재조치에 대하여는 이미 사전 통지 제도를 두고 있었다(정보통신망법 제44조의7 제4항, 방통위설치법 제25조). 이번 개정에서 시정요구를 처분성을 가지는 행정작용으로 이해하고 제재조치에 대하여 부여하였던 사전통지의무를 확대 적용하게 된 것이다.

사전고지의 예외사유는 일반적으로 행정절차법 등에서 규정하고 있는 예외사유를 벗어나지 않는다(행정절차법 제21조 제4항 제5항 동시행령 제13조, 정보통신망법 제44조의7 제4항 동시행령 제35조, 방송통신위원회법 제25조 제2항 단서). 대개 예외사유는 사전통지가 당사자의 권리보호를 위하여 필요하다는 전제에서 의견제출의 기회를 주는 것인만큼 그 의견제출이 필요하지 않다고 보는 사유 즉 공공의 필요상 긴급하거나 처분사유가 명백한 경우, 성질상 의견제출이 불필요한 경우 등을 나열하고 있다. 이 예외사유는 처분의 상대방의 권리를 제한하는 것이므로 엄격하게 적용하여야 한다.

2) 사전고지의 상대방

개정법에서 시정요구에 대한 사전 의견진술의 상대방으로 ‘당사자 또는 그 대리인’으로

규정하고 있을뿐 이용자가 포함되어 있지 아니하고, 나아가 당사자가 누구인지도 분명하지 아니한 문제가 있다. 이는 제재조치의 사전고지 대상을 정하고 있는 정보통신망법이 사전고지의 상대방을 정보통신서비스 제공자, 게시판 관리·운영자 또는 해당 이용자로 명시하고 있는 것과 차이가 있다(제44조의7 제4항). 또한 제재조치의 경우에는 처분의 상대방을 정보통신서비스제공자 또는 게시판관리·운영자로 규정하고 있음에도 불구하고(제44조의7 제2항), 사전통지의 상대방에는 그 외에 해당 이용자까지 확대하고 있는 점(제44조의7 제4항)과도 차이가 있다. 해석상 당사자는 시정요구의 상대방을 의미하는데, 법령에서는 시정요구의 근거(법 제21조 제4호)와 종류(동시행령 제8조 제2항)만 규정하고 있을 뿐, 시정요구의 상대방을 구체적으로 규정하고 있는 것은 아니다. 다만 제3항 및 제4항에서 정보통신서비스제공자와 게시판관리·운영자가 시정요구를 받은 자임을 알 수 있다. 한편 이용자가 해석상 상대방으로 포함되는지 보면, 시정요구의 상대방에서 이용자가 명식적으로 포함되어 있지는 않지만 시정요구에 대한 불복절차인 이의신청절차에서는 이용자를 신청의 당사자로 정하고 있어 이용자에게도 사전고지가 필요한 것으로 보인다. 만일 사전고지의 상대방을 정보통신서비스제공자 등으로 한정하고 이용자를 배제하는 경우에는 실질적인 사전고지의 효과가 발휘되기 어렵다. 이를테면 예외사유 제3호(판결 등으로 의견청취가 뚜렷이 곤란하거나 명백히 불필요한 경우)나 4호(의견진술의 기회를 포기

2) 행정절차법에 의하면 행정청이 당사자에게 의무를 과하거나 권익을 제한하는 처분을 하는 경우에는 처분의 내용과 의견제출방법을 상당한 기한 내에 제출하도록 하는 제도이고, 제한적으로 사전통지를 생략할 수 있는 예외를 인정하고 있다(제21조). 이에 비하여 행정지도에 대하여는 행정지도의 상대방이 행정기관에 의견제출을 할 수는 있지만, 그와 같은 의견제출의 기회를 미리 부여하여야 할 법적 의무는 인정되지 않고 있다(행정절차법 제50조).

한 경우)의 경우는 이용자의 사정과 관련이 매우 큰 사유라고 할 것인데, 이용자에게 통지하지 아니한 경우에는 이와 같은 예외사유를 알기 어려운 것이다.

나. 행정심판 등 고지제도의 신설

개정법은 심의위원회가 시정요구를 할 때에는 당사자에게 그 처분에 관하여 행정심판 및 행정소송을 제기할 수 있는지 여부, 그 밖에 불복을 할 수 있는지 여부, 청구절차 및 청구기간, 그 밖에 필요한 사항을 알려야 한다고 규정하고 있다. 이는 시정요구를 처분으로 보고 그에 대한 불복절차를 보장하기 위한 것으로서 행정절차법 제26조의 행정심판의 고지 규정을 그대로 도입한 것이다.

행정심판고지제도는 행정처분의 복잡성을 고려하여 개인의 권익을 보호하고 행정의 민주화, 행정의 통제를 위하여 인정된다. 고지제도는 행정절차의 일환으로 행정절차법, 행정심판법 또는 개별행정법에서 규정되기도 한다. 행정심판 고지를 하지 않은 경우 처분 자체를 위법한 것으로 보는 것은 아니지만, 그 불고지 또는 오고지로 인한 심판 절차 자체의 변경을 가져온다(행정심판법 제23조 제2항, 제27조 제5항).

여기서 문제가 되는 것은 행정심판고지의 상대방에 이용자가 포함되는가 하는 점이다. 이의신청에서는 이용자가 제기할 수 있는 것으로 되어 있는 반면에 심판고지에는 당사자 이외에 아무런 규정이 없고, 당사자는 위에서 보듯이 정보통신서비스제공자로 한정하여야 하기 때문에 해석상 의문이 있다. 즉 문언해석에 충실하게 되면 이용자는 이의신청을 할 수 있는 반면에, 행정심판 등의 고지의 상대방이 아니니 행정심판 등을 제기할 수 없는

것으로 되는 불합리한 점이 있다. 그러나 행정쟁송에서 신청인적격 또는 원고적격은 처분의 상대방뿐만 아니라 이해관계가 있는 제3자에게도 확대되는 것으로 학설과 판례가 형성되어 있는 만큼, 처분의 상대방이 아닌 이용자가 해당 시정요구에 대하여 정보게재자로서로서 행정쟁송을 제기할 수 있음은 물론이다. 그런 점에서 보면 개정법률 제21조 제6항에서 처분의 상대방에는 이용자가 포함되는 것으로 해석하는 것이 타당하다.

또한, 개정법이 시정요구에 대한 행정심판고지제도를 신설하면서도 행정제재조치에 대하여는 적용을 하지 않고 있는 것은 입법의 오류라고 보아야 한다. 행정절차법 또는 행정심판법이 고지제도를 두고 있는 이상 굳이 방송통신위원회법에서 동 제도를 둘 필요가 있는지 의문이 없지 아니하고, 시정요구에 대한 행정심판고지제도를 둔 이상 당연히 처분인 행정제재조치에 대하여도 포함하여야 하는 것이다.

시정요구에 대하여는 불복방법으로서 이의신청절차를 두고 있는데(방통위설치법 시행령 제8조 제5항), 개정법에서 그 성격이 행정심판의 성격을 가지는지 논의가 가능하다. 보통 행정심판은 처분청과 심판기관이 분리되고 대심적 구조 등 사법절차가 준용된다는 점, 사안의 전문성과 특수성을 살리기 위하여 필요한 경우에 인정된다는 점(행정심판법 제4조) 등을 종합하면 처분청인 심의위원회가 절차를 주재한다는 점에서 특별행정심판의 성격을 가지는 것으로 보이지 아니하고 시정요구에 대한 단순 불복절차를 규정한 것으로 이해된다.

4. 결어

개정법은 그간 시정요구를 둘러싸고 벌어진 처분성 논쟁을 종식시키고, 이용자의 절차적 권리를 보장하고 있다는 점에서 의의가 크다. 다만 사전고지나 심판고지의 상대방에 이용자가 누락된 점, 제재조치의 경우에는 심판고지가 적용되지 않은 점 등 입법오류가 발견되므로 향후 개정이 필요하다고 할 것이다.

그러나 무엇보다도 중요한 점은 시정요구의 처분성을 인정하고 절차적 권리를 도입한 입법취지가 이용자 보호를 위하여 규제당국의 신중한 처분의 요청이라는 점을 유의하여야 한다. 그런 점에서 보면 법상 의견진술의 예외가 규정되고 있다고 하더라도 이를 적용함은 엄격한 제한이 뒤따른다고 할 것이다. 특히 인터넷의 특성을 고려한 ‘긴급성’의 예외 사유를 광범위하게 적용하게 될 경우에는 의견제출 제도를 형해화시킬 수 있을 것이기 때문이다. 모쪼록 시정요구의 법적 성격에 대한 논란을 입법으로 해결한 만큼, 보다 신중하고 엄격하게 이용자의 권리를 보호할 수 있는 운영이 필요하다고 할 것이다. KISO JOURNAL

포털 투명성 보고서 발간의 의미와 과제

조희정 / 이화여대 경영연구소 연구교수

<Keyword>

다음카카오, 정보보호리포트, 정부 검열, 투명성 보고서

1. 문제제기

2015년 1월 23일, 다음 카카오는 ‘투명성 보고서 (Transparency Report)¹⁾’를 발간하였다. 이에 앞서 하루 전인 네이버도 정보보호리포트²⁾를 발간하였다. 명칭은 상이하지만 투명성 보고서는 각사의 개인보호정책을 배경으로 1년 단위의 정부 요청 건수를 공개하고 있다. 정부 규제가 강화 되면 서버의 해외 이전이나 제도적 항의를 할 수 있음에도 불구하고 우회적으로 규제 건수를 제시하는 것은 일종의 ‘약한 항의(weak voice)’로 평가될 수 있으며, 한편으로는 이용자 보호를 위한 가시적인 첫 시도를 했다는 점에서 투명성 보고서에 대한 평가는 기대치만큼 다양하게 나타날 수 있다. 반면, 투명성 보고서 발간이라는 사실에서 의미 있는 함의를 도출하기 위해서는 투명성 보고서가 무엇을 어떻게 공개했는가와 그래서 앞으로 무엇을 해야하는가일 것이다.

2. IT 기업의 투명성 보고서 발간 현황

위키릭스(Wikileaks), 스노든(Snowden), 프리즘(PRISM) 등의 사건이 불거진 이래 정부의 전방위적 감시 가능성에 대한 시민사회의 우려가 커지고 있다. 이에, 전세계 38개 IT 기업은 투명성 보고서를 정기적으로 발간하고 있다. 각 기업의 첫 발간 시기는 공교롭게도 위 사건들이 공론화된 2013년부터 활성화되고 있는 상황이다.

IT 기업의 역사가 10년 이상 되었음에도 불구하고, 그 이전에 투명성 보고서 발간이 이루어지지 않은 이유는 첫째, 기업별로 구축하고 있는 데이터의 양이 너무 적어서 규제가 이루어지지 않았다고 추정할 수 있다. 실제로 가장 많은 데이터를 가지고 있는 구글이 가장 먼저 투명성 보고서를 발간했다는 것이 그 추정의 근거이다. 둘째, 개별 기업은 이미 충분히 개인

1) <http://privacy.daumkakao.com/transparence/report/request>

2) 관련 사이트의 자료에 의하면 네이버의 정보보호리포트는 2012년부터 발간되었지만 통상적인 투명성보고서에 포함되는 데이터를 게시한 것은 2014년 정보보호리포트가 최초이다.

<https://nid.naver.com/user2/privacycenter/info.nhn?m=viewCertReport>

<표1> 기업별 투명성 보고서 최초 발행 시기

| 최초 발행시기 | 2010년 | 2011년 | 2012년 | 2013년 | 2014년 |
|---------|--------|------------|--|---|---|
| 기업명 | Google | CyberGhost | Dropbox, Sonic.net, SpiderOak, Twitter | Apple, Facebook, Leaseweb, Lookout, Mapbox, Microsoft, SaskTel, Silent Circle, Wickr, Windmobile, Yahoo | AOL, AT&T, Cloudflare, Comcast, Credo, Deutsche Telekom, Evernote, LinkedIn, Pinterest, Posteo, Rogers Communications, TekSavvy, TeliaSonera, Telstra, TELUS, TimeWanerCable, Tumblr, Verizon, Vodafone, Wikimedia, Wordpress |
| 기업수 | 1 | 1 | 4 | 11 | 21 |

* 자료 : 38개 IT 기업의 투명성 보고서

보호정책을 시행하고 있기 때문에 별도의 투명성보고서를 발간할 필요성을 느끼지 못했을 수 있다. 아동포르노나 저작권 침해에 대한 기업별 콘텐츠 삭제 원칙은 현행법에 근거하여 충분히 잘 지켜지고 있다는 것이 그 근거이다. 셋째, -아마도 이 셋째 이유가 결정적인 이유이자 현재 투명성 보고서에 대해 사람들이 주목하고 있는 이유일텐데-, 정부의 감시가 날이 갈수록 증가하고, 시민사회에서도 IT 기업의 데이터가 이용자도 모르게 서비스 바깥으로 이동하는 것 같다는 우려가 커지고 있기 때문이다. 즉, 안팎으로 감시와 프라이버시에 대한 우려가 늘어나고 있는 위험사회에 대한 반작용으로서 투명성보고서 발간이 기획된 것이라고 볼 수 있다.

3. 투명성 보고서의 내용

투명성보고서가 무엇을 투명하게 밝히고 있는가에 대해서도 알아볼 필요가 있다. 첫째, 다음과 네이버를 포함하여 전 세계 40개 IT 기업의 투명성보고서에는 단순한 정부의 정보 요청 건수뿐만 아니라 삭제 요청 건수가 게시된다.

이 건수 규모는 당연히 시간이 지날수록 증가한다. 미국 정부의 경우에는 그 요청 건수마저 자세히 공개할 수 없도록 되어 있어 대략의 범위만 공개한 경우도 있다. 둘째, 단순 데이터 제시와 함께 국가별 랭킹이 발표된다. IT 기업의 경우 글로벌 서비스를 제공하고 있는 경우도 많기 때문에 어떤 국가에서 어떤 이유로 정보를 요청하고 정보 삭제를 요청했다는 것을 정도의 차이는 있지만 대략 국가별 랭킹 정도로 공개한다. 이 순위를 보면 단지 억압적인 독재국가 뿐만 아니라 민주국가에서도 수치가 증가하고 있다는 의외의 상황을 발견하게 된다. 셋째, 데이터 공개에 있어서 형식의 충실함을 기한 경우도 있다. 즉, 데이터+해석에서 한걸음 더 나아가 정부의 규제 요청에 대한 문제점을 조목조목 비판하고 있는 것이다. 기업이 정부부처나 시민단체가 아님에도 불구하고 이러한 문제점 공개가 이루어진다는 것은 현재의 관련 제도가 큰 문제가 있다는 것을 나타내는 것이다.

<표2> 투명성 보고서의 내용과 발표 형식³⁾

| 분류 | 세부 내용 | 해당 기업 | 기업수 |
|---------|----------------------|---|-----|
| 계량 통계 | 개인정보 요청 건수 | AOL, Apple, CloudFlare, Comcast, CREDO, CyberGhost, Dropbox, Facebook, Google, LeaseWeb, LinkedIn, LOOKOUT, Microsoft, Pinterest, POSTEO, Rogers, SaskTel, Sonic.net, TeliaSonera, Telstra, TELUS, TimeWarnerCable, Twitter, Verizon, Wickr, Wikimedia, Wordpress, Yahoo! | 28 |
| | 콘텐츠 삭제 요청 건수 | Facebook, Google, LeaseWeb, Microsoft, Twitter, Wikimedia, Wordpress | 7 |
| | 명예훼손 관련 삭제 요청 건수 | Google | 1 |
| | 프라이버시.보안 관련 삭제 요청 건수 | Google, tumblr | 2 |
| | 암수수색 영장 건수 | CloudFlare, Comcast, Dropbox, LinkedIn, tumblr, Twitter, Verizon, Wickr | 8 |
| | 법원 명령 건수 | CloudFlare, Comcast, Dropbox, LinkedIn, Pinterest, Rogers, SaskTel, Sonic.net, Telstra, TELUS, tumblr, Twitter, Verizon, Wickr | 14 |
| | 소환장 건수 | CloudFlare, Comcast, CREDO, Dropbox, LinkedIn, Pinterest, Sonic.net, TELUS, tumblr, Verizon, Wickr | 11 |
| | 정보제공 건수(비율) | Apple, CloudFlare, Comcast, CREDO, Google, LOOKOUT, LinkedIn, Sonic.net, TeliaSonera, tumblr, Twitter, Verizon, Wickr, Wikimedia, Wordpress, Yahoo! | 16 |
| 비교 통계 | 국가별 건수 | Apple, CyberGhost, Facebook, Google, LeaseWeb, LinkedIn, Microsoft, TeliaSonera, tumblr, Twitter, Verizon, Vodafone, Wikimedia, , Wordpress, Yahoo! | 15 |
| | 미국과 글로벌의 통계 구분 | AOL, AT&T, Dropbox, Evernote, Facebook, LinkedIn, Mapbox, TimeWarnerCable, tumblr, Verizon, Wickr | 11 |
| 제도 | 근거법 | AOL, Apple, Dropbox, Facebook, Google, LinkedIn, Pinterest, Rogers, SaskTel, Telstra, TELUS, tumblr, Twitter, Verizon, Vodafone, Wikimedia, Wind Mobile, Wordpress | 18 |
| | 요청 거부 근거 | Apple, Dropbox, Evernote, Facebook, Google, Microsoft, TimeWarnerCable, tumblr, Twitter, Verizon, Wickr, Wind Mobile, Wordpress, Yahoo! | 14 |
| 콘텐츠 성실성 | 법적 용어 설명 | Apple, Comcast, Dropbox, Facebook, Google, LOOKOUT, Microsoft, Pinterest, POSTEO, SaskTel, TeliaSonera, tumblr, Verizon, Wickr, Yahoo! | 15 |
| | 상세 정보 제공 | Dropbox, Evernote, Facebook, Google, Microsoft, TELUS, tumblr, Verizon, Vodafone, Wordpress | 10 |
| | 완결 보고서 ³⁾ | Microsoft, Rogers, SaskTel, TeliaSonera, TELUS, tumblr, Verizon, Vodafone, Wind Mobile | 9 |
| 한국어 서비스 | 한국어 서비스 | Dropbox, Evernote, Facebook, Google, LinkedIn, Twitter | 6 |

4. 다음카카오의 투명성 보고서

다음카카오의 투명성 보고서에 대한 긍정적 평가는 다음과 같다. 첫째, 네이버와 함께 국내 대표 포털의 투명성보고서가 공개된 것은 IT 기업의 개인정보보호 강화 뿐만 아니라 이용자의 정보주권에 대한 본격적인 실천이 이루어졌다는 점에서 매우 잘한 일이다. 둘째, 투명성 보고서 내용의 수준이 단순 데이터 공개에서

제도적 항의까지 이루어지는 다양한 범위에서 이루어질 수 있는데, 국내 투명성 보고서는 그 중간 즈음에서 정확한 데이터 제시와 관련법 제시를 통해 적절한 이용자 보호 정책 강화를 강조했다라는 점에서 최저 수준보다 훌륭하며 보고서의 완결성도 높은 편이라고 평가할 수 있다. 셋째, 투명성 보고서에 2012년부터 연도 별 데이터를 제시하고 있는 만큼 향후에도 기업의 지속적인 투명성보고서 발간과 데이터

3) 표2 콘텐츠 성실성 관련 완결보고서는 CSV형식이 아닌 PDF 보고서 형식

보호를 기대할 수 있다는 점에서 이용자 보호의 계기를 본격적으로 마련하고 미래를 희망할 수 있다는 점에서 긍정적인 행보라고 평가할 수 있다.

반면, 주로 이용자의 입장에서 투명성 보고서에 대해 좀 더 기대할 수 있는 부분은 다음과 같다. 첫째, 투명성보고서에서 제시한 요청건수 및 처리건수에 대한 내용을 파악하기 어렵다. 즉, 어떤 이유로 왜 그렇게 요청하고 처리했는가 하나의 관련법에 근거하였다고 보기에는 매우 다양한 사례가 그 데이터 안에 포함되어 있을 수 있는데 -물론 전 세계 어느 기업도 그러한 세부 데이터에 대한 상세한 설명을 제시하지 않고 있지만- 이와 같은 상태에서는 오히려 데이터 건수만 갖고 논의할 뿐 더 이상의 논의는 불가능하다. 예를 들어, 특별히 보도되는 큰 사건이 아니라면 어떤 경우에 내 정보가 추적될 수 있고, 삭제될 가능성이 있는지에 대해 아무도 그 사실을 파악하기 어렵다. 그렇다면 투명성 보고서는 단지 이용자보다는 기업의 투명성만을 '홍보'하는 일방적인 차원에 머물 가능성이 높게 된다. 즉, 이용자 보호를 위한 투명성 보고서라는 원래의 목적이 사회에 받아들여지기 매우 어렵다는 것이다.

둘째, 냉정히 말해서 기업이 굳이 투명성 보고서를 발간할 필요는 없다. 발간하지 않아도 기업이 알아서 이용자 보호를 잘 하지 않는다면 이용자들은 서비스 탈퇴를 하거나 강력히 항의하는 방안을 취하는 등의 행동을 할 수 있다. 그러나 기업, 정부, 시민사회 모두가 사회의 중요한 행위자라면 권리만큼 의무 이행도 절실하다는 것을 좀 더 강하게 나타낼 필요가 있다. 즉, IT 기업은 찾기 어려운 위치에 어렵게 투명성 보고서를 숨겨두기 보다는 -글 서두에 제시한 투명성보고서 위치를 나타내는 URL의 반복되는 '/' 표시는 이 정보가 어느 정도의

깊이(depth)에 포함되어 있는가를 나타낸다- 전면적인 이용자 보호를 위한 기업의 책무에 대한 더 깊은 성찰이 필요하다. 또한 애초에 이러한 상황을 초래한 정부는 제도적 대응을 해야 한다. 문제가 되는 법은 고쳐야 하고, 관련 부처에서는 최소한 기업의 투명성 보고서 발간에 대한 논평을 적극적으로 제시해야 한다. 아울러 시민사회에서는 기업의 투명성 보고서가 과연 투명한 것인가에 대해 역평가를 제시할 수 있어야 한다. 이 세 가지 행동이 적극적으로 이루어지지 않을 경우 투명성 보고서란 다만 '이렇게 운영하고 있을 뿐이다'라는 지극히 제한적인 면피 행위에 다름 아니다.

즉, 투명성보고서의 발간은 매우 환영할만한 것이며, 앞으로 진정한 네트워크 사회 발전이 이루어지기 위해서 우리 사회가 해결해야 할 과제가 무엇인가를 분명하게 제시했다는 점에서 매우 고무적인 시도라고 할 수 있다. 그러나 첫 단추가 끝까지 의미 있게 채워지기 위해서는 기업, 정부, 사회의 적극적인 반응이 동시에 활성화될 필요가 있다. 내 정보를 기업이나 정부가 고민하는 세상보다 내 정보를 내가 지킬 수 있도록 모두가 고민하는 세상이 훨씬 아름답기 때문이다. KISO JOURNAL

핀테크 산업 활성화 대책의 현황과 과제 - 지급 결제 부문을 중심으로

김정주 / 국회 입법조사처 입법조사관, 행정학 박사

<Keyword>

규제 거버넌스, 규제개선, 테크핀

1. 테크핀 현상으로서의 핀테크

최근 정부와 언론, 심지어 정치권에서도 핀테크(Fintech)에 대한 관심이 높다. 비교적 최근에야 핀테크란 이름으로 주목받기 시작한 이 새로운 현상에 대해 정확한 정의를 내리는 것이 어려울 수 있으나, 대체적으로 ICT 기술을 금융서비스에 접목함으로써 소비자편의성이 극대화된 새로운 금융서비스를 창출하는 것이 바로 핀테크 현상의 본질이라고 보아도 무방할 것이다.

사실 우리나라에서 핀테크라고 볼 수 있는 현상이 없었던 것은 아니다. 우리가 일상생활에서 흔히 사용하는 신용카드 단말기를 통한 결제, 인터넷 뱅킹, 공인인증서를 통한 지급결제 등도 넓은 의미에서는 핀테크 현상의 하나로 볼 수 있을 것이다. 그러나 최근 우리가 관심을 가지는 핀테크는 이러한 기존의 서비스들을 일컫는 말이 아니다. 비트코인 등

새로운 전자화폐,페이팔,알리페이 등으로 대표되는 간편결제서비스,엔젤리스트,랜딩클럽,쿠오보와 같은 소비자 참여형 금융투자 플랫폼 등 ICT 기업들이 제공하기 시작한 새로운 금융서비스를 두고 우리는 핀테크라고 부른다.

그런데 이러한 핀테크 현상이 가진 중요한 특징은 금융기관이 주도가 되어 공급하기 시작한 것이 아니라는 점이다. 즉 ICT 기업들, 특히 규모가 작은 창업 기술기업 중심으로 새로운 아이디어를 편리한 금융서비스에 접목해 보고자 하는 시도들이 이루어지고, 이것이 실제로 소비자들로부터 큰 호응을 얻어내면서 핀테크 현상이 촉발된 것이다. 그리고 그 이면에는 ① 무선인터넷과 스마트폰 보급을 기반으로 급성장해 온 SNS 및 모바일결제 시장, ② 그를 기초로 변화하고 있는 소비자들의 사회관계 형성방식, ③ 그리고 ‘편리함’, ‘간편함’으로 대변되는 소비행태가 존재한다. 다시 말해 지금 핀테크는 철저히 소비자들의

니즈(needs)와 그에 부합해 온 ICT 기업들이 주도가 되어 발생하고 있는 현상이며, 그 때문에 핀테크라고 부르기보다는 테크핀(TechFin=Technology+Finance)이라고 부르는 것이 오히려 맞는 용어의 사용일지 모른다.

2. ICT 강국이면서 핀테크 후진국인 한국

우리 언론들과 정부는 항상 우리나라가 전세계적으로 보기 힘든 정보통신 인프라를 가지고 있고, 그 때문에 우리나라가 ICT 강국이라고 선전해 왔다. 실제로 국제전기통신연합(ITU)이 2009년도부터 매년 발표해오고 있는 ICT 발전지수¹⁾를 살펴보면 우리나라는 조사대상국들 중 거의 최상위 순위를 항상 차지해오고 있음을 알 수 있다.

<표1> 지난 6년간 ITU의 ICT 발전지수 상 우리나라의 종합순위

| 연도 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 우리나라 순위 (총조사대상국) | 2 (154) | 1 (159) | 1 (152) | 1 (155) | 1 (157) | 2 (166) |
| 점수 | 7.26 | 7.80 | 8.45 | 8.51 | 8.81 | 8.85 |

* 자료 : 미래창조과학부, 「국제전기통신연합(ITU), 2014년 ICT 발전지수 발표 - 한국 166개국 중 2위 차지, 2014.11.25.

그런데 한 가지 이상한 점은 최근 이슈가 되고 있는 핀테크와 관련해서 마치 우리나라가 후진국인 것처럼 묘사되고 있다는 것이다.

가령 2014년 12월에 동아일보가 실시한 전문가 설문조사에 따르면 조사대상자 30명 중 26명이 우리나라의 핀테크 수준이 미국이나 영국에 비해 뒤쳐져 있다고 응답했으며, 그 중 11명은 이들 국가와 우리나라의 수준 차이가 3-5년 정도라고 응답한 바 있다.²⁾ 하지만 언론 등에서 핀테크의 선두주자로 흔히 지목되고 있는 영국, 미국은 ICT 발전지수를 기준으로 할 때 각각 5위와 14위에 불과하고, 중국은 30위권 내에도 순위를 올리지 못하는 등 우리나라와 상당한 격차가 있음을 확인할 수 있다. 우리는 이러한 현실을 어떻게 받아들여야 할까?

3. 핀테크의 성장을 억제해 왔던 규제 거버넌스

핀테크를 둘러싼 논란에도 불구하고 우리나라 금융서비스의 정보 인프라가 세계적인 수준이라는 사실은 부인하기 어렵다. 1990년대 후반 일본 금융사들이 종합온라인 시스템을 도입해 처음 금융시스템을 구축한 이후, 지속적으로 차세대 정보시스템을 구축하면서 현재 우리나라는 일본을 능가하는 첨단 IT인프라를 갖추고 있는 것으로 평가되고 있다. 실제 인터넷과 모바일을 통해 실시간 금융거래가 가능하고, 전국적인 지점망에서 ATM기를 통해 현금을 입출금할 수 있는 국가는 별로 많지 않다.

그럼에도 불구하고 정작 핀테크라는 최근의 현상에 비추어 봤을 때에는 우리나라는 후진국이라는 평가를 피해가지 못하고 있다.

1) ITU의 ICT 발전지수는 ITU 회원국들의 ICT 발전정도를 ICT에 대한 접근성, 이용도, 활용능력의 세 가지로 구분해 종합적으로 측정하는 지표로, 국가 간 ICT 역량을 비교·분석하는데 널리 활용되고 있다.

2) IT동아, “[핀테크] 선결되어야 할 과제, 규제 정책과 보안”, 2015.1.27.

그리고 상당수의 전문가들은 그 원인을 과도한 정부규제에서 찾는다. 즉 그간 금융당국이 전자결제 등의 부문에 있어 과도한 규제장치들을 뒹뚱으로써 ICT 기업들이 금융부문에 적극적으로 뛰어들기 어려운 구조가 형성되어 왔고, 그것이 결국 소비자들의 불편으로 이어져 왔다는 것이다.

실제로 최근 화두가 되고 있는 지급결제부분의 경우, 얼마 전까지 문제가 된 「전자금융거래법」 상 공인인증서 강제 외에도, 「전자금융거래법」 상 전자금융업에의 진입 요건, 「여신전문금융업법」에 의한 사용자 본인인증 권한의 금융기관에의 독점적 귀속, 「신용카드 가맹점 표준약관」에 의한 PC(Payment Gateway)사들에 대한 신용정보 보유 제한, 「신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률」 상 신용정보업자에 대한 자격제한, 「자본시장과 금융투자업에 관한 법률」에서 정하고 있는 투자자문업 또는 일임업자에 대한 제한 등 ICT 기업들의 전자결제시장 진입을 억제하는 규제 이슈들은 무수히 많다.

그런데 이러한 여러 쟁점이 되는 규제의 이면을 살펴보면 두 가지의 중요한 맥락을 확인할 수 있다. 첫 번째는 기존 공인인증서를 중심으로 한 구조화된 거버넌스이고, 두 번째는 이를 기초로 기존 금융업계 내에 형성된 일종의 기득권이다.

1997년 「전자서명법」이 발효된 이후 공인인증서의 사용이 모든 전자금융거래에 있어 강제화되고, 공인인증기관들을 정부가 허가제 방식으로 지정·운영해 왔다. 그 결과 국내 공인인증서 시장은 몇몇 공인인증기관들에게 독점적 이익을 부여하는 방식으로 운영되어 왔다. 국내 금융기관들 역시 이러한 규제환경 속에서 법상 최소한의 요건만을 충족시키면, 보안상 문제가 발생한 경우에도 면책의 혜택

을 받게 됨으로써 추가적인 혁신의 유인을 잃어버리는 문제점이 발생했다. 아울러 이 과정에서 기존 지급결제시장에 참여해 온 몇몇 대형 보안회사, PG사들과 금융회사들 간의 이해관계가 금융회사 중심으로 공고해지는 결과 또한 초래되었다.

그런데 이러한 규제 거버넌스는 2010년도에 설치된 (기존 공인인증기관과 금융기관 중심의) 인증방법평가위원회의 형식적 운영, (외부 PG사들과의) 신용정보 공유 등에 있어 카드사들의 보수적인 태도를 초래하는 구조적인 요인으로 작용해 왔다. 결국 겉으로 드러나는 문제점은 정부의 과도한 법적 규제였지만, 그러한 규제에 의해 발생한 공인인증기관과 금융기관 중심의 규제 거버넌스는 이러한 문제점을 더욱 고착화시키는 요인이 되어 온 것이다.

4. 최근 금융위원회의 규제개선 노력과 우려되는 점

작년 3월에 대통령이 주재한 규제개혁장관회의에서 처음 ‘천송이 코트’ 문제가 대통령의 입을 통해 언급된 이후 금융위원회는 그 다음 달인 4월부터 그간 업계에서 문제로 제기해 온 규제들을 단계적으로 폐지하는 등 적극적인 움직임을 보였다. 특히 지난 1월 27일에는 기존의 단편적인 규제개선에서 벗어나, ① 사전규제 최소화, ② 기술중립성 원칙 구현, ③ 책임부담 명확화와 같은 보다 체계적인 규제개선 방향들이 제시되었다.

하지만 금융위원회의 이러한 발표내용에 대해 한 가지 우려스러운 것은 발표 내용들이 주로 그간 문제가 되어온 외면적인 법적 규제를 부분적으로 제거하는 것에 집중되고 있

다는 점이다. 다시 말해 금융위원회가 발표한 인증방법평가제도와 공인인증서의 사용의무 폐지 등의 조치가 환영할 만한 것이기는 하지만, 그 외 공인인증서를 중심으로 굳어진 기존의 결제시스템, 그리고 그와 결부되어 있는 공인인증기관과 금융기관 중심의 규제거버넌스에 대한 근본적인 개혁을 예상해 볼 수 있는 내용은 발표에 포함되어 있지 않다. 오히려 금번 발표내용과 함께 2015년도 금융위원회 업무보고자료에서는, ① 사전 보안성심의제도가 폐지되는 대신, 금융감독원이 정기 사후감사를 강화하고, ② 금융감독원의 금융회사들에 대한 보안 취약성에 대한 보완지시권한이 법령상 명시되며, ③ (기존 공인인증서 중심의 시장구조 하에서 독점적 이익을 누리음으로써 그간 새로운 인증방법의 도입에 소극적이었던) 금융결제원과 금융보안연구원 등이 주축이 된 금융보안전담기구(일명 '금융보안원')를 설립, 동 기관이 새로운 보안인증방법에 대한 평가와 함께 금융회사들의 IT 취약점 분석평가에 있어서도 주도적인 역할을 수행할 것이 예정되어 있다. 또한 동 업무보고자료에서는 핀테크산업 활성화의 핵심이라고 볼 수 있는 빅데이터 이용 이용과 관련해 별도의 신용정보 집중기관을 설립할 것을 명시해 놓고 있으나, 최근의 기류로는 은행연합회가 신용정보집중기관으로 지정될 가능성이 높아지고 있다.

즉 이러한 정황으로부터 향후에도 기존의 공인인증서가 겉모습만 바뀌어 다시 시장의 지배적인 인증방법으로 고착되고, 신용정보를 둘러싼 기존 금융업계의 이해관계가 신용정보시장에서 다시 관철됨으로써 핀테크 활성화라는 본래의 취지가 퇴색하지 않을까 하는 우려를 지울 수 없는 것이다.

5. 관점의 전환을 기대하며

변화한 모바일 중심의 거래환경 속에서 핀테크는 거스를 수 없는 대세적 현상이다. 글로벌 경쟁업체들이 대체적인 서비스를 가지고 국내 시장에 진입하는 현상이 가시화되고 있다. 소비자들의 선택은 결국 보다 간편하면서도 안전하다고 느끼는 해외 서비스로 집중될 것이고, 이는 기존의 제도적 시스템 속에 안주해 온 기존 보안기관들과 금융기관들에게 위기로 작용하게 될 것이다. 다시 말해 기존의 환경 속에 안주해 적극적인 변화를 추구하지 않을 경우 이는 결국 우리 금융산업 전반의 위기로 확산될 것이 분명하다.

그리고 이러한 변화하는 환경 속에서 금융산업을 위주로 형성되어 온 기존의 규제 거버넌스는 우리가 지닌 가장 큰 약점이다. 그런데 이러한 약점은 단순히 규제 몇 가지를 제거하는 방식으로서는 제거할 수 없다. 진정 핀테크산업의 활성화를 달성하기 위해서는 그간 핀테크 산업의 성장을 저해해 온 기존 금융시스템 내의 먹이사슬 구조가 새로운 규제환경 속에서 재현되지 않도록 해야만 한다.

핀테크의 핵심은 소비자와 기술의 융합적 상호작용이다. 기술은 유동적이고 빠르게 변화하며, 소비자들은 이러한 기술의 변화에 신속히 호응하고 새로운 수요를 창출해 낸다. 다시 말해 지금 우리가 목도하고 있는 핀테크 현상은 특정 기관이나 업계가 자신들의 이익을 위해 창조한 고정된 규제의 틀로 가뒤편될 수 있는 것이 아니다.

향후 정치권이나 언론, 그리고 규제당국이 향후 규제개선을 지속적으로 추진해 나가는 과정에서 근본적인 관점의 변화가 이루어질 수 있기를 기대하며 글을 마무리 짓기로 한다. KISO JOURNAL

< 참고문헌 >

금융보안연구원(2014),『전자지급결제서비스 동향 및 시사점』, 금보원 2014-10.

금융위원회(2014.4.3.), 온라인 카드결제 시 공인인증서 의무 사용 폐지 추진, 보도자료.

_____ (2014.7.28.), 전자상거래 결제 간편화 방안, 보도자료

_____ (2014.9.23.), 전자상거래 결제 간편화 및 Active-C 해결 방안, 보도자료.

_____ (2015.1.27.), IT·금융융합 지원방안, 보도자료

_____ (2015.1.29.), 2015년 금융위원회 업무계획, 보도자료

박대현(2014), 산업 간 융합 관점에서 본 핀테크의 시사점,『Internet & Security Focus』, 2014년 11월호.

이정현(2014), 스마트환경에서의 공인인증서 활용과 문제점,『Internet & Security Focus』, 2013년 3월호.

장상수(2015), 핀테크(Fintech)가 정보보호산업에 미치는 영향에 대한 고찰,『Internet & Security Focus』, 2015년 2월호.

창조경제연구회(2014),『공인인증서와 인터넷 개방성』.

KB금융지주경영연구소, 국내외 핀테크(fintech) 동향과 전망,『KB 지식 비타민』,14-60호.

미디어 환경 변화와 새로운 문화콘텐츠의 등장

윤호진 / 한국콘텐츠진흥원 미래정책개발팀 팀장

<Keyword>

스마트 미디어, 콘텐츠, 플로우 소비

1. 스마트 핑거 콘텐츠, 손가락이 문화를 지배하다

스마트 미디어 시대에 ‘손가락 하나 까닥’하는 최소한의 행위로 ‘즐거움’을 소비하려는 경향이 강해지면서 ‘간결하고 짧은 콘텐츠’가 호응을 받고 있다. 특히 작고 간편한 디바이스, 스마트폰의 등장은 ‘손가락’의 터치만으로 모든 콘텐츠를 향유할 수 있는, 말 그대로 ‘스마트한 손가락’ 시대를 가능하게 했다. 디바이스의 간편함은 자연스럽게 콘텐츠에도 변화를 가져오고 있다. 스마트폰의 등장으로 유비쿼터스 콘텐츠 환경이 조성되면서 수시로 이용 가능한 간결하고 짧은 콘텐츠 소비가 증가하게 된 것이다.

과거 DMB와 같은 이동형 미디어가 등장했던 시기에도 이미 짧은 콘텐츠 소비에 대한 예견이 있었으나, 당시의 DMB는 대부분 ‘방송 콘텐츠’를 기반으로 하였기 때문에 기존 콘텐츠 소비의 창구 확장 역할에 그쳤다. 그러나 인터넷을 기반으로 한 스마트폰의 등장 이후

콘텐츠 소비 방식도 변화하고, 차츰 짧은 콘텐츠에 대한 소비 욕구도 증가했다. 특히 스마트폰으로 트위터와 페이스북과 같은 소셜 미디어 이용이 활성화되면서 긴 글에 대한 소비양식이 단문의 글 위주로 변화하는 모습을 보이고 있다.

어디서나 쉽고 간편하게 문화생활을 즐기는 문화 트렌드로 간편하게 과자를 먹듯이 즐길 수 있다고 해서 붙여진 신조어인 스낵컬처 (snack culture)는 이와 같은 짧은 콘텐츠 소비와 같은 맥락에 있다. 소셜 미디어를 통해 이용하는 SNS 시, 모바일 게임, 10분 내외의 짧은 영화나 웹드라마, 그리고 웹툰 등이 스낵컬처를 대표하는 콘텐츠라고 할 수 있다. 출판 시장에도 이러한 트렌드들이 나타나고 있다. 장편 소설이 주류를 이루었던 소설 시장에 ‘짧은 소설’들이 주목을 받기 시작했고, 영미권 소설 시장에서도 ‘숏 스토리’가 인기를 얻기 시작했으며 국내에서도 점차 짧은 소설들이 나타나고 있다. 이러한 현상들은 장르를 불문하고 간편한 디바이스가 만들어내는 간

결한 콘텐츠에 대한 주목도가 높아지고 있음을 반영한다고 볼 수 있다.



스마트한 손가락 문화가 만들어내는 새로운 방식의 문화 콘텐츠 소비양식은 앞으로 계속 이어질 것으로 예상된다. 스마트폰의 등장 스마트폰에 최적화된 콘텐츠를 등장시켰듯이 손가락의 조작만으로 콘텐츠를 이용하고 싶어 하는 이용자들을 위한 새로운 콘텐츠 개발이 속속 이루어질 것으로 기대된다. 스마트한 손가락 하나로 이용하도록 스마트 미디어에 특화된 어떤 대박 ‘짧은 콘텐츠’가 등장할지 귀추가 주목된다.

2. 뉴노멀 시대, 복고와 일상콘텐츠에서 길을 찾다

경기 침체와 저성장의 심화로 인한 ‘기대 감소의 시대(The Age of Diminished Expectations)’를 맞아, 문화 부문에서 이른바 ‘뉴노멀 콘텐츠(new normal contents)’가 출현하고 있다. 2014년 국내 경제성장률은 3.3%에 그쳐, 지난 2012년 2.3%, 2013년 3.0%에 이어 3년 연속 잠재성장률인 3%대 중반을 밑돌았다. IMF가 지난 1월 발표한 경제 전망에 따르면 2015년 세계 경제의 실질 성장률을 3.5%로 2014년 10월 시

점보다 0.3%p 하향 조정했다. 유로존과 일본, 중국 등 대부분의 국가가 경기 전망을 하향 조정하는 등 세계 경제 침체가 장기화될 것으로 보인다. 이처럼 세계적으로 저성장이 장기화될 조짐을 보이고 있는 가운데, 새로운 경제 질서로 ‘뉴노멀’이 부상하게 된 것이다. 뉴노멀은 본래 미국 자산운용사 핼코의 최고 경영자였던 무하마드 엘 에리언이 2008년 글로벌 금융위기 이후의 미국 경제를 설명하기 위해 사용한 개념이다. 고성장, 과잉소비, 위험투자 등이 올드노멀(old normal)이었다면 뉴노멀은 저성장, 저소득, 저수익률 등 일명 ‘3저 현상’이 핵심이다. 노벨 경제학상 수상자인 폴 크루그먼 역시 “지금부터는 ‘영구적인 침체(Permanent Slump)’가 뉴노멀이 될 것”이라고 경고한 바 있다. 또한 중국은 지난 12월 시진핑 국가주석 주재로 연 정치국 회의에서 ‘뉴노멀(新常态, 신창타이) 시대’ 진입을 공식화하여 세간의 주목을 받았다.

이처럼 저성장 기조라는 거시경제가 문화 소비에 영향을 미치며 복고/일상 콘텐츠가 인기를 끌기 시작했다. 특히 1990년대 가요를 재조명한 MBC <무한도전>의 ‘토요일 토요일은 가수다’가 평균 시청률 22.2%, 최고 순간 시청률 35.9%를 기록하며 화제를 모았다. 음원 사이트에는 출연 가수들의 노래가 상위권을 휩쓰는 등 파급력이 지속됐다. ‘토토가’ 이전에도 이미 90년대를 추억하는 문화콘텐츠가 많은 사랑을 받았는데, 영화 <건축학개론>과 tvN의 <응답하라 1997>, <응답하라 1994> 등이 대표적인 사례라 할 수 있다. 이 밖에도 영화 <씨씨봉>이 1970년대 한국 음악계에 포크열풍을 일으킨 ‘트윈폴리오’를 중심으로 당시 음악과 문화공간에 대한 추억을 되새기게 했고, 영화 <강남 1970> 또한 70년대 의상과 소품 등으로 복고 감성을 자극했다.

사람들이 복고를 찾는 이유로는 먼저 위안을 들 수 있다. 과거 따뜻하고 즐거웠던 추억을 꺼내보며 위로를 받고 싶은 복고의 욕구는 힘든 상황에 놓였을 때 더욱 강해진다. 지난 경제 위기 때마다 복고가 강세를 보이기도 했는데 스트레스, 고독, 치열한 경쟁, 실업, 경제적 어려움 등을 경험하는 요즘에 현대인들은 복고를 더욱 찾게 된다. 과거로 회귀하여 그 시공간과 사람에 빚대어 오늘을 이야기하는 복고산업의 융성은 미래에 대한 전망을 스스로 만들어내지 못하고 있는 현실의 반영이기도 하다.

한편 장기 저성장으로 소비자들이 각자의 삶에 집중하면서 일상의 작은 것에서 행복을 느끼고 교감하고자 하는 욕구가 강해지기 시작했다. 대중문화에서도 우월한 영웅, 엄청난 부와 권력 등 상대적 박탈감을 야기하는 콘텐츠보다는 일상적인 소재와 공감, 소통을 불러일으키는 콘텐츠가 인기를 끌고 있다. 1,300만 관객을 넘어선 영화 〈국제시장〉은 ‘가장 평범한 아버지의 가장 위대한 이야기’라는 포스터 문구가 암시하듯, 격변의 시대가족을 위해 희생하고 헌신하는 평범한 아버지의 모습을 보여주며, 특히 중장년층의 공감대를 불러일으켰다. tvN에서 방영된 〈미생〉은 기존의 드라마와 달리 계약직, 워커홀릭, 워킹맘 등 이 사회 ‘을(乙)’의 생생한 현실 이야기를 담당하게 풀어나감으로써 직장인들의 공감대를 얻어냄과 동시에 결코 현실에 존재하지 않는 인간 관계를 그려내며 직장인들의 로망을 반영하고 판타지를 자극했다.

대중문화가 판타지를 제시하며 소비자들의 욕구를 대리 만족시키는 사례는 육아 예능에서도 찾아볼 수 있다. MBC 〈아빠 어디가〉와 KBS 〈슈퍼맨이 돌아왔다〉와 같은 프로그램 속의 아버지는 평범한 아버지와는 다르게 경

제적으로 부유하고, 아이들과 보낼 충분한 시간적 여유가 있으며, 직업적으로 성공한 사람이라는 점에서 시청자의 판타지를 충족시켜 주지만, 가장으로서 겪는 평범한 고민들이 드러나는 순간 많은 공감대를 형성하면서 이 시대의 대표 콘텐츠로 자리매김했다.

3. 스마트 디바이스와 콘텐츠의 접목, 영역과 경계를 허물다

기존의 콘텐츠가 1차 제작된 후 부가적 수익을 창출하기 위해 모바일기와 인터넷 통신망에 적합한 전송포맷으로 전환하는 정도의 수준이었다면, 혁신적인 디바이스와 연결된 초연결 통신망을 대상으로 기획·제작되는 콘텐츠는 새로운 양식으로 나타나곤 한다. 가령 스마트 미디어 등장 후 급격히 주목받고 있는 웹드라마(webdrama)와 웹툰(webtoon)을 보면, 기존의 드라마나 만화의 형식을 넘어 스마트 미디어에 최적화된 새로운 서사구조와 표현방식을 보여준 맞춤형 콘텐츠라고 할 수 있다.

우선, 웹드라마는 TV가 아닌 인터넷이나 모바일을 통해 시청이 가능한 10~15분 분량으로 제작된 드라마로 ‘네이버 TV캐스트’나 ‘다음 스토리볼’의 온라인 동영상 스트리밍 서비스를 통해 방영되었다. 2013년 2월 ‘러브인메모리’를 시작으로 하여, 2014년 KBS의 웹드라마 ‘간서치열전’이 화제가 되면서 웹드라마에 대한 인지도가 상승했다. 또한 한국콘텐츠진흥원이 제작지원한 웹드라마 〈연애세포〉는 총 600만 뷰를 넘으며 국내에 웹드라마 열풍을 가져왔다.

웹툰의 경우, 온라인의 스크롤 형식과 멀티미디어 효과를 도입하여 콘텐츠 표현과 전달방

식을 변화시킨 대표적인 콘텐츠로 2015년 웹툰 자체시장만 3,000억 원에 이를 것으로 전망된다. 2012년부터는 모바일 전용의 스마트툰이 시작되어 기존의 스크롤 방식으로 이루어지던 방식에서 탈피하여 책장을 넘기듯 화면을 넘기는 기법을 도입했다. 그 결과 영상적 서사에 가까운 독특한 표현방식을 갖춘 서비스를 선보이기 시작했다.

그러나 안드로이드, IOS와 같은 스마트기기 운영체제는 웨어러블 기기와 완전한 호환이 어려울 것으로 예측되며, 대신 플레이스토어, 아이튠즈와 같은 새로운 콘텐츠 플랫폼 등장 이 기대된다. 또한 2015년에는 디스플레이 해상도가 향상되고, 자이로스코프와 키네틱 같은 센서기술의 발전으로 가상현실(Virtual Reality) 실현을 앞당기고, 다양한 콘텐츠 서비스가 개시될 것으로 전망된다. 이와 같이 콘텐츠 산업에서 매년 IT기술의 발전과 함께 새로운 디바이스의 출현에 기대감을 갖는 이유는 단순히 미디어와 콘텐츠가 결합되는 수준에서 벗어나 디바이스에 최적화된 신규 콘텐츠가 탄생할 수 있는 기회를 제공하기 때문이다.

4. 소유에서 접속으로, ‘플로우’ 소비의 진화

본래 플로우(flow)란 용어는 문화인류학에서 출발하여 사회심리학과 여가심리학에서 사용되던 개념으로 주로 심리학에서 말하는 ‘몰입’의 의미와 일맥상통한다. 이후 호프만과 노박(Hoffman & Novak, 1996)이 ‘기계적 상호작용에 의해 촉진되는 반응의 지속적인 과정에서 본질적으로 즐겁고, 자의식의 상실이 수반되며, 자기강화를 가져오는 네트워크 항해

동안 일어나는 상태’ 라고 플로우의 의미를 재정의하며 디지털 마케팅 분야에서 활용되기 시작했다.

광랜, LTE 등 유무선 통신기술의 발달로 데이터 전송속도가 기하급수적으로 증가하며 실시간으로 콘텐츠를 소비할 수 있는 스트리밍 서비스의 전성시대가 오고 있다. 콘텐츠를 다운로드 받아 ‘소유’해서 소비하던 기존 개념에서 스트리밍을 통한 ‘접속’으로 소비하는 방식으로 콘텐츠 소비의 패러다임이 변화하면서 ‘플로우’ 소비시대로 진입하게 된 것이다. 실제로 음악, 동영상 등 스트리밍으로 콘텐츠를 소비할 수 있는 플랫폼이 전 세계적으로 빠르게 구축되고 있고, 이용빈도 역시 크게 증가하는 추세다. 인터넷 사용 시 플로우 경험을 높게 인지한 사용자일수록 온라인을 통한 구매의도가 증가하는데, 스트리밍 서비스의 경우 인터넷 사용과 콘텐츠 소비 사이의 단절이 존재하지 않아 ‘플로우 소비’가 가능하기 때문이다.

넷플릭스(Netflix)의 성공 이후 미국(Amazon, Hulu, DramaFever 등), 중국(Youku Todou, IQIYI 등), 한국(pooq, tving 등) 등 전 세계적으로 OTT 서비스가 급성장하는 추세다. 미국의 경우 OTT 시청자 수가 전년대비 60%(2014년) 증가하는 추세에 힘입어 지상파(NBC, CBS) 및 주요 케이블TV(ESPN, CNN)도 서비스를 개시했다. 음원산업에서도 글로벌 음원 스트리밍 서비스인 스포티파이(Spotify)를 필두로 국내의 멜론(Melon), 밀크뮤직(Milk Music) 등이 급성장하고 있다. 애플 같은 글로벌 기업도 비츠뮤직(Beatsmusic)과 같은 음원 스트리밍 서비스에 착수하는 등 음원 소비트렌드가 스트리밍으로 이동 중이다.

OTT 시장에서는 단순히 콘텐츠를 제공하는

것에 그치지 않고 직접 콘텐츠를 제작하는 현상도 나타나고 있다. 넷플릭스의 경우 〈하우스 오브 카드(2013)〉, 〈오렌지 이즈 더 뉴블랙(2014)〉 등을 자체 제작하여 골든글로브, 에미상을 수상하는 성공을 거두었고, 최근에는 최고제작비 기록을 갱신한(총 9,000만 달러) 〈마르코 폴로〉를 제작하는 등 거침없는 행보를 보이고 있다. 아마존도 〈트렌스 페어런트(2014)〉를 제작해 골든글로브를 수상했고, 우디 앨런, 스티븐 소더버그, 리들리 스콧 등 드라마/영화계의 스타 감독들을 영입해 콘텐츠 제작에 박차를 가하며 넷플릭스에 맞서고 있다. 이러한 추세는 OTT업체들에게도 영향을 미치고 있으며 훌루가 최근 스티븐 킹 원작인 〈11/22/63〉의 리메이크 제작을 결정하는 등 업계 전반에 걸쳐 장기적으로 확장될 것으로 전망된다. 방송을 기반으로 한 ‘보고, 듣는’ 콘텐츠 소비에서 ‘접속’으로 모든 것이 이루어지는 인터넷 기반 스트리밍 서비스로 콘텐츠 소비의 트렌드가 변화하고 있음을 여실히 확인할 수 있다. KISO JOURNAL

한국의 온라인 극단주의(Online Extremism)

박권일 / 프리 저널리스트 • 『지금, 여기의 극우주의』 『88만원 세대』 저자

<Keyword>

극단주의, 극우주의, 다문화반대, 일베

‘김군’의 IS 합류는 인터넷이 없었으면 불가능 했거나 지금보다는 훨씬 어려웠을지 모른다.

불과 10여년 전만해도 온라인 공간은 진보적 낙관이 넘실대고 있었다. 지금도 온라인 공간은 오프라인보다 자유롭고 진보적이지만, 과거에 비하면 확연히 ‘누아르적(noirish)’인 공간이 되었다.

거의 모든 영역이 자본에 점령당했다. SNS는 거기에 더해 편집증적 음모론과 히스테리적 자기전시가 난무하는 거대한 정신병동이 되어가고 있다. 특히 극단주의와 극우주의의 창궐은 온라인의 누아르화를 완성시키는 화룡점정이라 할만하다.

한국사회의 온라인 공간으로 좁혀 보더라도 상황은 크게 다르지 않다. 한국의 극단주의는 주로 IS 같은 종교적 근본주의보다는 정치적 극우주의의 형태로 표출되고 있다. 심지어 개신교 네티우익들조차 그렇다.

물론 그 모든 정치적 극단은 결국 반정치(anti-politics)로 귀결되지만 말이다.

분화하는 우파

2003년 3월 1일, 서울시청 앞 광장에 소위 ‘애국보수세력’이 모였다. “해방 이후 최대의 우익 집회”라 불린 이날은 ‘반핵 반김(정일), 자유통일 3.1절 국민대회’였다. 초대형 스피커에서는 고막을 찢을 듯한 굉음이 울려 퍼지고 있었다. 미국 국가인 <성조기여 영원하라>였다. 군중은 한 손에 태극기 다른 손에 성조기를 들고 “대한민국 만세, 미국 만세, 유엔 만세!”를 외쳤다. 천주교한민족돕기회 회장 봉두완 씨가 단상에 섰다. 그는 엄청난 인파에 고무된 듯 격앙된 목소리로 이철승 자유민주 민족회의 총재를 소개한다. “여러분, 이철승 씨는 비록 전라도 사람이지만 좋은 사람입니다!” 이때가 한국 우파에게 중요한 분기점이었다. 노무현 정권의 출범과 함께 우파들은 이전 정권-그 정권 역시 개혁성향 정권이었음에도 -과도 사뭇 다른 행보를 보이기 시작했다. 그들은 거리로 쏟아져 나왔고 온갖 종류의 사안에서 격렬한 증오를 드러냈다. 우파의 의사

표현이 투표만이 아니라 직접행동으로 표출됐다는 점이 중요하다. ‘한국 우익’과 ‘직접행동’은 사실 어색한 조합이다. 우파에 대한 그간의 이미지는 대충 이러했다. ‘평소엔 정치적 토론을 선호하지 않지만 막상 투표소에선 거의 맹목적으로 극우보수 정치세력에게 표를 몰아주는 고령자.’ 이들이 지난 수십 년 동안 정치적 토론에 적극적이지 않았던 것은 그럴 필요가 없었기 때문이었다. 정권도, 시스템도 자신들에게 유리하게 세팅되어 있는데 뭐하러 토론 같은 걸 하겠는가. 그냥 밀어붙이면 그만이었다.

그런데 두 번 연속으로 개혁정권 시대를 맞고 보니 ‘이대로는 정말 큰일나겠다’는 위기감이 전혀 없는 강도로 공유되기 시작했다. 정권의 탄생과정상 극우보수 세력에게 나름 타협적일 수밖에 없었고 실제로도 그랬던 김대중 정권과 달리 노무현 정권은 당시 월간 <말>이 표현한 것처럼 “누구에게도 빛진 것 없는 대통령”이었다. 당내경선 승리도 힘들었던 후보 노무현을 민주당 대선후보로 만든 건 자발적으로 모여 헌신한 시민들이었다. 노정권의 정책이 본격적으로 시행되면서 우파의 저항은 더욱 격렬해지게 되지만(예컨대 사학법), 이미 정권출범 극초반에 우파들은 극도의 공포를 안고 있었다. ‘온라인 여론전에서 완벽히 밀렸다’는 반성 역시 우후죽순 튀어나왔다. 그들은 이제 변해야한다는 걸 본능적으로 느끼고 있었다.

행동하는 우파는 동시에 ‘산개’하고 ‘분화’하는 우파이었다. 내부 헤게모니 투쟁도 격화되었다. 상대적으로 젊은 세대에 속하는, 그리고 주류에 진입할 기회를 노리던 극우보수세력들은 온라인에서 매체를 만들어 본격적인 담론투쟁에 나섰다. 신혜식 씨가 만든 <독립신문>이 대표적이었다. 이 매체는 ‘임동원 간

첩설’에서부터 ‘촛불시위 최초 제안자가 알고 보니 <오마이뉴스> 기자였다’는 ‘폭로(?)’에 이르기까지 우파 내부에서 열광적인 반응을 끌어낸만한 자극적인 기사를 쏟아냈다. 참고로 덧붙여두자면 2002년 촛불시위를 제안한 아이다 ‘앙마’(김기보 씨)는 오마이뉴스 상근 기자가 아니라 시민기자로 기사투고를 한 것이었다. 온라인 극우세력 내에서 활발히 통용되는 ‘애국세력/매국세력’ 같은 어휘들을 온라인에 정착시킨 것도 당시 신혜식과 같은 “청년보수”들이었다.

현실권력을 지향하는 “청년보수”의 흐름은 이후 지금까지 쪽 이어져오고 있다. 반면 이와는 좀 결이 다른 온라인 우파(“넷우익”)들이 존재한다. 2000년대 중후반부터 급격히 덩치가 커진 다문화 반대 커뮤니티들과 2013년 이후 한국사회에 큰 파장을 불러온 일베(일간베스트저장소), 최근 급격히 세를 키우고 있는 개신교 넷우익 등이 그들이다.



반다문화 담론의 창궐

반다문화 담론은 2000년대 중후반 인터넷에서 빠른 속도로 번져갔다. 그중 가장 많은 회원들이 활동하던 커뮤니티 중 하나가 ‘다문화

정책반대’ 카페다(2015년 현재 거의 활력을 잃었는데 아마도 이는 일베의 부상과 관련이 없지 않을 것이다). 이 커뮤니티 담론분석을 시도한 2010년 무렵에는 제법 많은 글들이 올라오던 시기였다. 2012년 출간된 책 〈우파의 불만〉에서 나는 이들을 학계의 뉴 라이트 담론과 구별되는 기층우파 담론으로 규정한 적이 있다.

이들 반다문화 담론 중 양과 질 모두에서 압도적인 것은 경제담론이었다. 쉽게 말해 “이주노동자들이 우리 일자리를 빼앗아간다”는 주장이다. 그 다음으로 많았던 게 경제담론과 민족담론을 결합한 ‘국익주의 담론’이다. 국익주의 담론은 온전히 민족주의에 포섭되지도, 또 완벽히 시장규율에 복종하지도 않으려는 담론주체가 편의적으로 공적 담론에 대응하기 위해 상상적으로 구성한 정당화 전략이다. 또한 “국익”에 대한 강박적 집착은 시장주의 이데올로기와 국가주의 이데올로기가 어떻게 결합하는지를 보여주는 담론형식이라는 점에서 흥미롭기도 하다. 이런 담론 외에 ‘이주노동자들이 에이즈를 퍼뜨리며 범죄를 양산한다’는 식의 보건·치안담론도 자주 등장한다. “극우파” 또는 “인종주의”라는 비난에 반다문화 담론주체들은 꽤 민감하게 반응하는 편이다. 노골적인 인종차별발언이나 혈통 중심적이고 배타적인 민족주의적 주장은 삼가는 분위기도 감지된다.

흥미로운 것은 강자와 현실권력에 관대한 일베와 달리 반다문화카페는 보수세력과 진보세력 모두를 적으로 돌린다는 점이다. 반다문화 담론주체들은 자신들이 합리적이라 생각하는 주장을 현실정치세력 중 어느 곳도 제대로 대변해주지 않는다는 사실에 당혹감과 분노를 느끼고 있다. 일종의 이념적 아노미 상황에 놓여있는 셈이다. 담론주체 개개인의

정치적 성향만 본다면 새누리당이나 민주당으로 명확히 구별되지 않으며 또렷한 경향성 없이 혼재되어 있는 것 같다. 요컨대 반다문화카페의 담론을 주도하는 주체들은 다소간 정치혐오적인 정치적 부동층이라 할 수 있다. 오랫동안 반공주의와 권위주의가 지배해온 한국사회의 특성을 고려한다면, 그리고 노동시장에서 실제로 외국인 노동자와 경쟁해야 하는 저임금 노동자들이 상당수 담론주체로 참여하고 있는 것을 감안한다면, 이들을 기층우파 집단이라 불러도 큰 무리가 없어 보인다. 이들은 좌파세력의 다문화 주장보다 우파세력의 다문화주의적 정책이나 캠페인에 더 격렬한 분노와 배신감을 드러낸다. 아래 인용문은 반다문화주의자들의 이념적 아노미를 잘 보여준다.

“우리나라는 확실히 좌우를 막론하고 다문화세대라는 것을 또 한 번 느꼈습니다. 어느 사이트 정치게시판에서 어떤 우파인 사람과 얘기를 나눴는데요. 좌파는 이미 아예 포기했고, 우파와는 어느 정도의 의견일치를 예상하고 의견을 나눴습니다. (중략) 정말 놀랐습니다. 다문화주의에 매우 찬성의 입장이고 이는 주류 우파의 의견과 같다고 생각됩니다. 주류 정당들(여야 포함)이 이미 다문화를 지지하고 있는 마당에 참으로 할 말을 잃게 되네요. 우파는 저와 어느 정도 의견이 일치할 거라 생각했지만 크게 착각한 듯합니다.”

“어느 사이트 정치게시판에서 어떤 우파와 얘기를 나눴는데요”, 〈다문화정책반대 카페〉

이러한 이념적 아노미와 반다문화 담론 내부의 크고 작은 담론투쟁 등을 거치며 반다문화 담론은 자신과 적의 정체성을 점차 분명히 규정하면서 대항담론으로 성장해왔다. 이

들 담론은 서유럽의 네오 나치나 일본 재특회(재일특권을 용납하지 않는 시민모임)와 강한 유사성을 지니고 있다. 이념체계와 운동의 목표, 적대자들이 존재한다는 점에서 사회운동으로서 맹아를 품고 있기도 하다.

아직까지 반다문화주의는 현실정치세력으로 응집되진 않았다. 정치세력화해야 한다고 호소하는 글이 가끔 올라오긴 했지만, 오프라인에서의 정치적 조직화 등으로 이어지진 못했다. 한국사회에서 이주노동자 문제는 점점 더 첨예화하고 있다. 지난 십수년간 아래에서부터 차곡차곡 응축되어온 증오의 에너지는 이미 위험수위에 다다랐다. 반다문화주의 담론이 적절한 시기에 카리스마적 지도자를 만나면 일거에 전면화할 가능성도 충분하다.

일베의 표층동기

2013년 봄 소위 ‘홍어택배’ 사진으로 사회를 경악시킨 뒤 여전히 위세를 과시하는 중인 일베는 이제 한국 네티우익의 ‘대표선수’가 되었다. 일베의 담론 중 가장 도드라지는 것은 여성혐오(“김치녀”, “탈김치” 등) 담론과 호남혐오 담론(“홍어” 등)이다. 인터넷 놀이문화의 “막장성”을 이어받은 이들이 혐오표현을 특정한 집단을 향해 뱉어내기 시작하면서 일베는 뜨겁고 거대한 사회문제가 됐다. 일베는 분명 오늘날 한국사회에서 ‘이데올로기적 내전’의 중심에 있고, 그래서 분석자들은 자꾸 이들을 이데올로기나 사상을 ‘통해서만’ 분석하려 든다. 하지만 그럴수록 그물 밖으로 미끄러져 나갈 뿐이다. 이들은 ‘친목질 금지’를 통해 엄격하게 정치세력화의 가능성을 차단하고 있다. 일베는 이념과 사상의 생산지가 아니며

이들을 움직이는 동기도 이념이나 사상이 아니다. 일베는 오프라인에서 실명을 내걸고 활동하지 않는다. 이들의 ‘직계 조상’ 역시 어떤 이념집단이나 정치세력이 아니다. 디씨인사이드의 야구 갤러리, 막장 갤러리, 코미디 갤러리 같은 곳이다. 그렇다면 이들은 ‘네트워크 사회적 주체’이고 네트워크 사회론으로 규정하는 게 자연스럽다. 실제로 일베의 행태를 보면 정치세력이나 이념집단이 아니라 네트워크 아미(network army)¹⁾에 훨씬 가깝다. 리처드 헌터에 따르면 네트워크 아미는 “지리적 제약 없이 특정한 이슈에 영향을 끼치는 집단”이다. 오픈소스 운동처럼 사회적 가치를 만들어내기도 하지만, ‘신상털기’, 해킹, 어뷰징(추천수 조작 등 정상운동을 방해하는 행위) 등의 일탈행위 역시 벌인다는 점에서 네트워크 아미는 ‘네티즌’이나 ‘현명한 군중(smart mobs)’과는 다르다.

거시적인 차원에서 극우담론이 확산되는 사회경제적 배경과 극우담론이 실제 활발히 유통되는 공간 내부의 동기부여와 작동원리는 구별해서 논의할 필요가 있다. 모티베이션이라는 개념을 가지고 구분하자면 전자를 ‘심층동기(deep motivation)’, 후자를 ‘표층동기(surface motivation)’라 말할 수도 있겠다. 두 층위를 구별하지 않으면 주체는 단순히 사회 구조에 즉자적으로 반응하고 일방적으로 휘둘리기만 하는, 지나치게 단순하고 일차원적인 존재가 되고 만다.

표층동기의 층위에서, 일베는 반다문화주의 커뮤니티 등과 상당히 다른 면모를 보인다. 물론 일베는 국정원 선거개입 사건의 주요 무대인만큼 현실정치와 결코 무관하지 않다. 현실권력과 극우보수 세력은 분명히 일베를

1) Richard Hunter, World Without Secrets: Business, Crime and Privacy in the Age of Ubiquitous Computing, 2002.

‘이용해서’ 정치적 이득을 얻었다. 그러나 일베 스스로가 이념에 기반한 사회적 목표를 추구하는 조직인가 라고 묻는다면, 그렇지 않다고 답할 수밖에 없다. 일베의 혐오표현들과 약자 배제의 언어들 은 공적 영역에서 지지자들을 모을 수 없을 정도로 극단적이다. 정치세력화를 고민한다면 도저히 그럴 수 없을 테다. 누가 공론장에서 공공연히 그들의 담론을 지지하겠는가? 새누리당의 가장 오른쪽에 있는 정치인조차 그럴 수 없다. 하지만 일베는 아랑곳하지 않고 ‘막장성’을 하나의 유희이자 쾌락으로 소비하고 있다. 일베의 이러한 특이성을 설명하려면 기존의 전통적인 사회운동론이나 인정투쟁론 대신 네트워크 사회의 특성과 맞물린 개념들이 필요하다. 일베를 움직이는 표층동기로 내가 제시했던 것은 ‘주목경쟁(attention struggle)’이었다. ‘이념을 위해 주목을 추구하는 게 아니라 주목을 위해 이념을 추구하는 온라인 공간’이 바로 일베라는 것이다.²⁾

상상적 해법의 봉인해제

한국의 온라인 극우주의 및 극단주의를 논할

때 또 하나 주목해야할 세력은 ‘개신교 네티우익’이다. 본래 한국의 친일-친미 보수세력과 반공보수 성향 개신교는 때려야 뗄 수 없는 역사적·이념적 친연성을 지닌다. 이승만 지지 세력은 독립축성 기독교중앙협의회를 만들어 미군정과 분단세력에 적극 협조했고, 한민당에는 누구보다 개신교인들이 많이 참여했다. “해방 직후 이승만이 ‘반공’을 주창하고 나섰을 때 정권의 종교적 주체는 바로 개신교였다.”³⁾ 한기총(한국기독교총연합회)은 바로 이 역사성의 적통을 잇는 조직이라 할 수 있다.

반면 여기서 이야기하는 ‘개신교 네티우익’은 2007년 차별금지법 제정 시도 이후에 본격적으로 활약한 세력이다. 밝은인터넷세상만들기 운동본부, 한국인터넷선교네트워크 등의 단체 명으로 모여서 집단행동을 하는데, 한기총과는 행동양식과 전략이 상당히 다르다. 대표적인 리더로 안희환 목사가 있다. 이들 세력은 “밝은 인터넷 세상”을 표방하면서 대형교회 비판글을 블라인드 처리하거나 “바른 성문화”를 표방하면서 반동성애 운동을 주도하고 있다. 최근 동성애 조항을 문제 삼아 서울인권헌장을 사실상 폐기시키는데 큰 역할을 한

2) 고도 정보화 사회에서 인간의 행동양식을 설명하기 위해 토머스 데이븐포트 등의 경영학자들, 그리고 찰스 더버 등의 사회학자들이 발전시켜온 개념이 주목경제(attention economy)이다. 간단히 말해 타인의 주목을 추구하는 활동이 최우선 순위를 접하게 되는 경향성 또는 사회 환경을 가리킨다. 주목경제 개념은 노벨경제학상을 수상한 인지심리학자 허버트 사이먼의 ‘정보풍요’ 착상, 즉 정보량이 많아질수록 관심이라는 자원이 부족해진다는 착안에서 처음 시작되었다. “정보를 소비한다는 것은 너무나 분명하게도 수용자의 관심을 소비하는 것이다. 정보가 넘쳐날수록 관심은 부족해진다.”(H. A. Simon, ‘Designing Organizations for an Information-Rich World(1971)’. 주목경제는 주목경쟁(attention struggle)을 통해 성립한다. 정보는 넘쳐나는데 담백하고 점잖게 말하면 누구도 주목하지 않는다. 관심을 받기 위해 발언수위나 행동이 점점 과장되거나 자극적인 형태가 된다. 심지어 주목을 받기 위해 일부러 비난받을 행동을 하는 경우도 심심찮게 벌어진다. 소위 ‘노이즈 마케팅’이다. 주목경제에서 희소 자원은 타인의 관심이다. 그리고 오늘날처럼 ‘정보 초과인 사회’에서 타인의 관심은 주체의 효능감을 강하게 자극하고 또 충족시킨다. 일베가 진보를 공격하는 것은 그것이 옳기 때문이 아니라, 인터넷 공간에서 그쪽이 더 많은 관심(부정적인 관심이라 할지라도)을 획득할 수 있기 때문이다. 요컨대 ‘더 많은 관심이 더 많은 쾌락’을 준다. 만일 관심경제가 커뮤니티의 최우선 작동원리라면 논리적·도덕적 정당성, 때로 금전적 이득도 부차적인 고려사항이 된다. 사상이나 이념도 후순위로 밀린다. 그래서 이념을 위해 주목을 추구하는 게 아니라 주목을 위해 이념을 추구하는 전도가 일어나는 것이다. (〈지금, 여기의 극우주의〉 52쪽 재인용)

3) 서정민, ‘해방직후 한국 기독교계 동향’, 〈기독교사상〉, 1985.

것도 이들 개신교 네티우익들이었다. 이들은 반공주의, 반다문화, 반동성애 주장을 담은 선전물을 대량으로 뿌리면서 순식간에 거대한 네티우익 세력으로 부상했다. 개신교 네티우익은 사회운동으로서의 요건(‘정체성’ ‘적대자’ ‘사회적 목표’)을 명확히 갖추고 있는 만큼, 일베보다는 반다문화주의 커뮤니티와 더 유사한 집단이라 할 수 있다.

오늘날 한국의 인터넷에 횡행하는 각종 극우주의와 극단주의가 발생한 경로와 표층적 동기는 제각각이다. 그들은 하나로 싸잡아버릴 정도로 동질적인 주체들이 아니다. 서로 갈등하는 모습도 종종 보인다. 그러나 심층동기의 수준에서 본다면 공통적으로 드러나는 모종의 멘탈리티가 있다. 나는 그것을 통칭해 ‘상상된 착취(imagined exploitation)’라 부르고 있다. 이들은 공히 자신을 부당한 착취의 피해자로 자리매김하며, 공동체의 구성원으로서 당연히 받을 몫을 내부의 타자에게 빼앗겼다는 박탈감을 내면화한다. 이런 박탈감은 능력주의 이데올로기에 대한 왜곡된 인식, 소비자정체성의 과잉에 기인하면서 또 동시에 그런 이데올로기를 통해 다시 박탈감이 강화되는 되먹임 구조를 가지고 있다.

‘상상된 착취’는 체제모순에 대한 두 가지 무력한 대응책으로 지그문트 바우만이 제시한 것, 즉 ‘전기적 해법(자기계발)’과 ‘상상적 해법(희생양 찾기)’⁴⁾ 중 후자와 직접적으로 관련이 있다. 상상적 착취의식을 내면화한 인간은 나보다 ‘자격(membership)’과 ‘능력(merit)’이

없는데 몫을 더 받는 것처럼 보이는 대상들을 향해 증오와 혐오를 드러내는 데 거리낌이 없다. 실제 그들을 분류하고 착취하고 배제하는 주체는 내부의 타자들, 이를테면 이주노동자나 여성들이 아니라 자본과 국가임에도 이들은 자본과 국가에 저항하지 못한다. 자신의 ‘자격 있음/없음’과 ‘유능/무능’을 인준해주는 주체가 다름 아닌 자본과 국가이기 때문이다.

극단주의 전문가인 토마스 크룸케는 〈경향신문〉 인터뷰(2014년 9월 23일)에서 “소비자본주의와 결합된 민주주의가 정체성과 인정에 커다란 공백을 남겨두었고, 그 공백으로 들어오는 것이 극우주의나 이슬람근본주의”라고 지적한다. 또 그는 “사회적 변화를 수용하지 못하고 저항하는 게 극우주의”라고 설명한다. 그런데 그의 설명이 한국의 온라인 극단주의에 아주 잘 들어맞지는 않는 것 같다. 일베는 소비자본주의와 결합한 민주주의의 공백에 침투한 극단주의라기보다 소비자본주의의 극단에서 발생하는 주목경쟁의 영역에 놓여있다. 그것은 정당성을 놓고 벌이는 투쟁이 아니라 쾌락을 놓고 벌이는 경쟁이다. 반다문화주의 커뮤니티가 네티우익의 “우익”에 방점이 찍혀있다면 일베는 네티우익의 “넷”에 좀 더 방점이 찍힌다. 그만큼 일베는 웹의 질적 특성과 긴밀히 관련되어 있다. “사회적 변화를 수용하지 못하고 저항하는 게 극우”라는 그룹케의 말도 일베, 그리고 개신교 네티우익에는 적용하기가 난감하다. 웹이라는 환경, 극우정권,

4) “자신의 행동에만 시선을 맞추고 있는 탓에 개인적인 삶의 모순들이 집단적으로 빚어낸 사회공간에서 주의를 돌린 개인들은 당연하게도 자신들이 처한 비극의 원인을 명백한 어떤 것, 따라서 개선 가능한 어떤 것으로 만들기 위해 그 곤경의 복잡성을 애써 축소하려 한다. ‘전기적인 해결책들’이 귀찮고 부담스러워서가 아니라, 효과적인 ‘체제모순에 대한 전기적인 해결책들’이 없기 때문이며 그들이 원하는 대로 효과적 해결 방안이 부족한 것을 상쇄하기 위해 상상의 해결책이 필요해진 것이다. (중략) 우리 시대는 희생양을 환영한다. 그 희생양이 사생활이 엉망인 정치가여도 좋고 비열한 거리와 거친 구역을 거니는 범죄자여도 좋고, ‘우리 안의 이방인’이어도 좋다.” (지그문트 바우만, 〈액체근대〉 63쪽)

극우 이데올로기가 지배하는 사회에 그들만큼 적응을 잘한 집단을 찾아보기 어렵기 때문이다.

2000년대 중반부터 급격히 확산된 온라인 극우주의와 극단주의는 이제 한국사회의 '상수'가 되었다. 선불리 보편이론을 덧씌우거나 '괴물' 취급을 하며 배제하는 것은 도움이 되지 못한다. 한국은 극단주의가 확산되는 세계적인 조류에 속하면서도 다른 나라들과는 사뭇 다른 양태를 보인다. 시간축을 통해서 보면 아주 낡은 모습과 완전히 새로운 모습이 섞여 있기도 하다. 문제의 심각성에 비해 관련 논의들이 여전히 너무 적다. 물론 저 집단들의 행태는 비상식적이고 폭력적이다. 많은 시민들이 "모니터를 통해 보는 것만으로도 고통스럽다"고 토로한다. 그러나 공적 지평에서 제대로 논의를 시작하기 위해서라도 저들을 냉정하게 직시할 필요가 있다. KISO JOURNAL

* KISO저널에 게시 및 수록된 글은 (사)한국인터넷자율정책기구의 공식적인 견해와 다를 수 있습니다.

당신의 인터넷과 메신저도 감시당했을 수 있다 : 네이버와 다음카카오의 투명성 보고, 인터넷 감시의 심각성을 말하다

손지원 / 고려대 공익법률상담소 변호사 · 한국인터넷투명성보고팀 연구원

<Keyword>

인터넷 감시, 통신자료제공, 통신제한조치, 투명성 보고서

지난 1월 말, 네이버와 다음카카오가 투명성 보고서 (네이버의 경우 개인정보보호리포트이나 편의상 이하 모두 투명성보고서라 칭한다)를 발표했다. 이 투명성보고서들은 각 사업자에 대하여 정부기관이 통신제한조치(감청), 통신사실확인자료, 통신자료제공, 압수·수색의 방법을 이용하여 이용자들의 통신정보 및 신원 정보 등을 요청하고 제공받은 현황을 보여주고 있다.

국내의 이메일, 온라인 메신저, 블로그, 커뮤니티 서비스 시장을 압도적으로 점유하고 있는 양대 인터넷통신사업자들의 투명성보고서를 통하여, 국가의 전통적인 유·무선전화 통신에 대한 감시를 제외하고, 현대사회의 주요한 통신수단인 인터넷과 온라인 메신저에 대하여 국가가 얼마만큼의 감시를 행하고 있는지 가늠할 수 있는 것이다.

2개사에 대한 압수수색만으로 연 평균 50만명의 통신 정보가 파악돼

이번 투명성보고서에서 가장 의미가 큰 부분은 그간 파악되지 않았던 통신 관련 압수·수색의 현황을 짐작할 수 있다는 점이다. 통신제한조치는 통신의 내용을, 통신사실확인으로는 로그기록, IP 주소, 통신 상대방 계정 등의 통신 내역을, 통신자료제공으로는 이용자의 신원정보를 파악할 수 있는데, 통신사를 ‘압수·수색’하는 경우에는 이러한 것들을 모두 포괄하는 광범위한 통신 감시가 가능하다. 그러나 이전까지의 압수수색에 대하여는 위 통신감시 제도들과는 달리 통신사업자의 미래창조과학부 장관에 대한 현황 보고 의무가 없기 때문에 어느 정도의 규모로 이루어지는지 파악할 수가 없었던 것이다.

양 사의 투명성보고서에 따르면, 계정 수 기준 네이버와 다음카카오에 대한 압수수색으로 2012년 약 29만 5천 명, 2013년 약 63만 5천 명, 2014년 약 42만 7천 명의 통신 정보가 취득된 것으로 나타난다. 계정 수를 집계하지 않은 카카오를 제외하고도 2013년 이후 연간 약 50만 명의 통신정보가 압수수색된 것인데, 카카오의 것까지 포함한다면 수치는 더욱 어마어마할 것이다. 2014년만 기준으로 보면, 이들 사업자에 대한 통신제한조치, 통신사실 확인, 통신자료제공 요청으로 조치된 계정 수를 다 합쳐도 약 1만 4천개인데 압수수색으로는 40만 명 이상의 정보가 제공되었다는 것은, 적어도 인터넷 감시에 있어서는 통신사 서버 압수수색이 가장 주력으로 쓰이는 수단임이 확인된 것이다.

또한 법원통계월보에 따르면 2014년의 총 압수수색 영장발부 수는 166,036건으로 17만 건이 조금 안 된다. 통신에 대한 압수수색이 아닌 일반적 압수수색의 경우에는 보통 피의자가 개별적으로 특정된다는 점을 고려할 때, 일반적 압수수색의 대상이 된 피의자들은 연간 20만 명 미만일 것으로 추산할 수 있는데, 2개사에 대한 압수수색만으로 2014년에 약 40만 명 이상의 통신정보가 취득되었다는 것은 통신에 대한 압수수색이 남용되고 있다는 강한 의심을 들게 할 수 밖에 없다. 문서 1건당 요청 계정 수를 계산해보더라도 2012년 약 100개, 2013년 약 50개, 2014년 약 35개로, 압수수색 요청의 대상·범위가 심히 포괄적으로 이루어지고 있다는 것을 짐작할 수 있다. 통신 정보에 대한 압수수색의 포괄성은, 한 사람을 수사대상으로 삼아 메시지를 압수수색하여 2,368명의 대화 상대방 정보와 그들과의 대화내용을 취득하여 문제가 되었던 정진우 노동당 부대표의 카카오톡 압수수색 사례

에서 그 문제점이 여실히 드러난 바 있다.

압수수색의 증가는 통신자료 제공수의 감소로 인한 풍선효과?

문서 수 기준으로 2012년 약 3천 건이었던 양 사에 대한 압수수색은, 2013년 약 1만 4천 건, 2014년 약 1만 5천 건으로, 2013년 이후 3배 가량 급증하였다. 네이버는 위와 같이 압수수색이 증가한 것은 통신자료제공의 중단에 따라 수사기관이 이용자 신원정보를 확보하기 위한 대안으로 압수수색 제도를 이용하는 데에 따른 ‘풍선효과’라고 분석하고 있다. 통신자료제공은 수사기관이 법원의 허가 없이 단순한 요청만으로 이용자의 신원정보를 취득할 수 있는 제도인데, 포털이 혐의가 불분명한 이용자의 정보를 제공하는 것에 대하여 손해를 배상하여야 한다는 판결이 나옴에 따라, 양사는 2012년 10월부터 이의 제공을 중단하였다. 그러나 시기적으로 통신자료제공이 중단된 이후 압수수색이 증가한 것은 사실이지만, 풍선효과로만 보는 것은 무리가 있어 보인다. 2012년 기준으로 통신자료제공은 문서 수로 약 2만 5천 건, 약 13만 개의 계정에 대하여 이루어졌는데, 2013년 늘어난 압수수색 건수는 문서 수로 약 1만 건, 계정 수로는 약 30만 개 이상이다. 즉, 통신자료제공을 대신하여 이용자 신원정보를 확보하기 위한 압수수색이 어느 정도 늘어났을 수 있지만, 압수수색의 증가량이 중단된 통신자료제공을 완전히 대체하고 있다고 보기는 어렵고, 통신자료제공과 무관하게 포괄적 압수수색이 절대적으로 증가한 면을 부인할 수 없다.

날로 심각해지는 인터넷 감시

양 사의 투명성보고서 상, 모든 수단에 대한 양 사의 총 조치 계정 수는 2012년 416,173 개, 2013년 659,810개, 2014년 442,660개로, 전반적으로 인터넷 감시가 심화되고 있는 것으로 보인다. 통신제한조치(감청)의 경우, 양사의 조치 계정수를 기준으로 2012년 480개, 2013년 556개, 2014년 547개로 증가 추세이고, 특히 카카오의 경우 2012년 47개, 2013년 89개, 2014년 117개로, 온라인 메신저에 대한 감청이 크게 증가하고 있음을 알 수 있다. 통신사실확인자료와 통신자료제공이 감소 추세인 반면, 통신의 내용을 확인할 수 있는 감청과 모든 사항을 포괄적으로 확인할 수 있는 압수수색과 같이 강력한 통신 감시 수단의 활용이 더욱 증가하고 있는 것은 심각한 문제이다.

사업자 투명성보고, 구체화를 통해 보다 높은 투명성을 확보해야

스마트폰이 상용화되고, 온라인 메신저 등 인터넷을 이용한 통신이 유·무선전화를 뛰어넘는 주요한 통신수단이 되어감에 따라, 인터넷 통신에 대한 국가의 감시는 더욱 비중이 커질 것으로 보인다. 이러한 시점에서 사업자들의 투명성보고는 중요한 의미를 갖는다.

우선, 이용자들은 소비자로서 본인의 통신 정보가 국가 등 제3자에게 어떻게, 얼마만큼 파악될 수 있는지, 어떠한 사업자가 이용자의 통신 정보 보호를 위해 노력하는지 등을 알 권리가 있다. 통신사업자들은 투명성보고서를 통하여 소비자들의 신뢰를 재고하는 한편, 소

비자들의 평가를 통하여 합리적인 서비스 정책을 수립할 수 있다.

이번 다음카카오의 투명성보고서는 통신감시 뿐 아니라 정부의 콘텐츠 검열 및 임시조치 현황까지 상세하게 공개하고 있다는 점이 특히 긍정적으로 평가된다. 그러나 압수수색에 있어 카카오의 조치 계정 수가 집계되지 않은 것은 아쉬운 대목이다. 네이버의 개인정보 보호리포트 경우에는 각 수치들에 대한 분석을 제공하여 이용자들의 이해를 돕고 있는 점이 긍정적이거나, 다음카카오와 같이 검열 및 임시조치 부분에 대한 투명성보고가 포함되지 않은 점이 아쉽다.

또한 양 사가 단순히 요청 및 제공 건수를 제공한 것만으로는, 이용자들이 자신의 어떠한 통신정보가 어떠한 이유로 제공될 수 있는 것인지, 또 사업자들이 얼마만큼 합리적으로 이용자들의 정보를 보호하고 있는지를 판단하기 어렵다. 어떠한 사유(범죄혐의)로, 어떠한 서비스(메일, 메신저, 커뮤니티 등)에 대하여, 어떠한 사항(내용, 접속기록, 신원정보, 통신상대방 등)이 확인된 것인지에 대한 통계도 함께 제공하여 이용자들이 납득할 수 있는 보다 높은 투명성을 확보하도록 하여야 한다. 또한 미제공·제공불가의 경우 그 사유에 대한 통계와, 정부의 제공요청이 부당하다고 판단하여 미제공한 구체적인 사례가 있는 경우 이를 간단히 실시하는 것도 사업자의 신뢰도 향상에 기여할 것으로 보인다.

이것은 극히 일부에 불과하다.

: 국가와 사업자의 투명성보고를 구체화, 의무화하도록 제도개선 필요

네이버와 다음카카오가 공개한 현황은, 국가 전체의 통신감시, 그 중 인터넷 부분에 있어서도 일부에 불과하다. 미래부가 공개한 2012년부터 2014년 상반기까지의 통신 감시 부분의 누적 계정 수와 양사가 공개한 조치 계정 수를 비교할 때, 양사 이용자에 대한 감시는 전체 인터넷 감시 중 감청은 약 30%, 통신사실확인인은 약 16%, 통신자료제공은 약 10% 정도를 차지하며, 유·무선 통신까지 모두 합한 전체 통신 감시 중 양사가 차지하는 비율은 감청은 8.5%(16,114), 통신사실확인인은 0.2%(47,661,269), 통신자료제공은 0.6%(23,479,182) 정도에 불과하다. (괄호 안은 전체 통신 감시 계정 수)

인터넷 감시 부분만 살펴보면, 감청은 연 평균 약 1,800명에 대하여, 통신사실확인자료제공은 연 평균 약 20만명에 대하여, 통신자료제공은 연 평균 약 66만명에 대하여 행해지고 있다. 미래부가 통신사업자들로부터 보고 받은 통신감시 수치를 공개하고 있지만, 이에 대하여 관심을 가지고 일일이 찾아보는 것은 어렵다. 고려대학교 공익법률상담소의 인터넷 투명성보고팀은, 최초로 사업자 투명성보고를 시작하였던 구글의 지원을 받아 한국의 인터넷 감시·검열과 관련한 정부의 데이터들을 수집·분석하는 한국 인터넷 투명성 보고 연구 사업을 진행 중이며, 홈페이지 (<http://www.transparency.or.kr>)를 통하여 이를 제공하고 있다.



2012~2014 상반기 누적 인터넷 감시 계정수 및 양사 비율



대중이 통신 감시의 규모에 대하여 무감각하면, 국가기관이나 사업자 역시 이에 대한 문제의식이나 책임감을 가지기 어렵고, 포괄적이고 광범위한 통신 감시 관행은 날로 심각해질 수 밖에 없을 것이다. 따라서 대중이 이를 알도록 하는 투명성보고 활동은 매우 중요한 의미를 갖는다.

한편 이용자들은 국민으로서, 국가의 통신 감시 실태를 파악하고, 국가가 이를 적절하게 행하고 있는지, 남용하고 있지는 않은지를 알 권리도 역시 있는 것이다. 따라서 사업자들의 투명성보고도 중요하지만, 근본적으로는 국가 스스로 철저한 투명성보고 정책과 관행을 수립할 필요가 있다. 미래창조과학부가 공개하

고 있는 현황은 단순 수치에 불과하여, 감시의 '질'을 평가하기 어렵다. 통신감시의 목적(혐의)이 무엇인지, 확인사항과 범위에 대한 통계도 함께 제공하여야 한다. 또한 무엇보다도 통신감시의 주력 수단인 '압수수색' 현황에 대해서 공개하고 있지 않은 것이 가장 큰 문제인데, 이 역시 미래부가 사업자들로부터 보고받고 공개하는 것을 의무화하여야 한다. 지난해 12월 9일 정청래 의원은 전기통신사업자가 압수수색을 포함한 통신감시 현황과 대장을 미래부에 보고하고 이를 홈페이지에 공개하도록 하여 사업자와 국가의 투명성보고를 구체화·의무화하는 내용의 법안을 발의한 바 있다.

투명성보고를 통하여 국민들이 통신감시에 대한 문제의식을 갖도록 하고, 국민들의 역감시를 통하여 제도 개선을 이끌어가는 것이 바로 통신강국으로 가는 지름길일 것이다. KISO JOURNAL

영국 인터넷감시재단(IWF, Internet Watching Foundation)

한국인터넷자율정책기구(KISO)

〈Keyword〉
 영국, IWF, 아동 성학대, 인터넷 자율규제

IWF는 영국의 대표적인 자율규제 기구로 경찰을 포함한 영국 정부, 인터넷사업자 및 사업자 협회 등의 노력으로 1996년 출범하였다. 인터넷 공간의 아동 음란물 유통 차단 및 인터넷 산업의 보호라는 두 가지 목표를 달성하기 위해, 영국의 사회적 선택은 보다 유연한 자율규제를 선택한 것이다.

〈그림1〉 IWF 홈페이지



1. 구성 및 업무1)

2015년 현재 IWF는 구글, 페이스북, 트위터, 텀블러, 야후, vodafone, 노키아,페이팔, postoffice, Macafee, 시만텍, ISPa, BBC 등 전 세계 유수의 116개의 기업과 협회 등을 회원으로 두고 있으며, 회원은 검색사업자, SNS 사업자, 포털서비스 제공사업자, 이동통신 사업자, 사업자 협회, 인터넷 보안, 전자상거래 등 인터넷과 관련된 광범위한 분야를 포함하고 있다. 또한 회원 뿐 아니라 EU, 아동 음란물 관련 해외 기관, 단체 등 비정부 기구 및 국제 기구 등과도 협력관계를 가지고 있다. IWF는 아래의 4개 사항을 주요 업무로 하고 있다.

1. 아동 성학대 콘텐츠 이용 제재(Disrupt)
2. 성학대 피해 아동 보호(Protect)
3. 아동 성학대 콘텐츠 접속 방지(Prevent)
4. 음란물, 아동 성학대 콘텐츠 삭제>Delete)

1) 해외자율규제 기구 소개의 내용은 IWF 홈페이지를 참고하여 구성하였다. available: <https://www.iwf.org.uk>

| | Possession | Distribution | Production |
|------------|---|---|--|
| Category A | Starting point 1 year's custody | Starting point 3 years' custody | Starting point 6 years' custody |
| | Category range 26 weeks' – 3 years' custody | Category range 2 – 5 years' custody | Category range 4 – 9 years' custody |
| Category B | Starting point 26 weeks' custody | Starting point 1 year's custody | Starting point 2 years' custody |
| | Category range High level community order – 18 months' custody | Category range 26 weeks' – 2 years' custody | Category range 1 – 4 years' custody |
| Category C | Starting point High level community order | Starting point 13 weeks' custody | Starting point 18 months' custody |
| | Category range Medium level community order – 26 weeks' custody | Category range High level community order – 26 weeks' custody | Category range 1 – 3 years' custody |

* 출처 : Sentencing Council's Sexual Offences Definitives Guideline³⁾

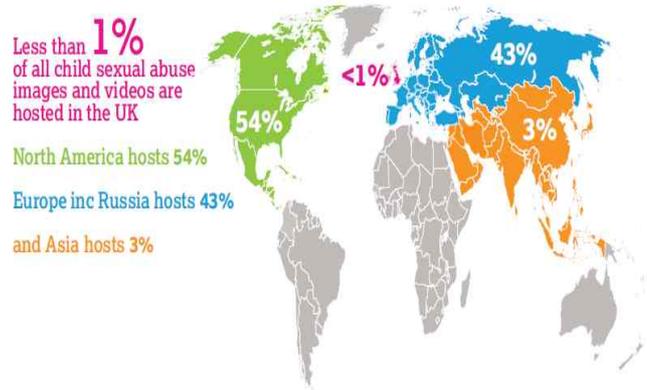
2. 성과와 비전

IWF의 지속적인 노력으로 출범 이래 자율규제 성과를 꾸준히 거두고 있다. 우선 경찰과의 정보 공유를 통해 2011년부터 3년간 12명의 아동의 신원을 확인하여 구조했으며, 1996년 18%였던 아동 성학대 콘텐츠는, 2003년 이래 1% 이하로 관리되고 있다. 또한, IWF에 의하면 영국 내의 아동 성학대 콘텐츠는 60분 내로 삭제되고 있으며, 설립 이래 18년 간 500,000개의 웹 페이지를 검수하여, 불법 콘텐츠가 포함된 100,000개의 URL을 삭제하였다.

IWF가 공개한 2012년부터 2015년까지의 전략적 사업목표는 IWF의 설립목적과 다르지 않다. IWF는 Our aspirations를 통해 인터넷 공간에서 아동의 성적 학대 이미지를 제거하는 것이 비전이라 밝히고 있다.

영국에서만 또는 특정 이미지만을 제거하겠다는 것이 아닌, 인터넷 전체 공간에서 아동

〈그림3〉 IWF 주요 성과⁴⁾



* 출처 : The IWF 2013 Annual and Charity Report

관련 성적 학대 게시물을 삭제하고자 하는 비전이다. 이를 위해 IWF는 IWF가 수행해야 할 4가지 임무를 규정하고 있다. 먼저, 아동의 성적 학대 관련 콘텐츠를 전 세계 어디에서도 찾아볼 수 없도록 하는 것(Disrupt)이다. 다음으로, 성적학대의 피해 아동을 보호하여 추가적인 피해를 예방하고, 피해 아동의 신원

3) <https://www.iwf.org.uk/assets/media/hotline/Sentencing%20Councils%20Sexual%20Offences%20Definitive%20Guideline%20April%202014.pdf>

4) The IWF 2013 Annual and Charity Report

이 공개되지 않도록 보호하는 것(Protect)이다. 그리고 인터넷 이용자들이 우연이라도 아동의 성적 학대 관련 이미지에 노출되지 않도록 하는 것(Prevent)이다. 끝으로, 영국 안에서 발생하는 범죄성이 명백한 성인 음란물, 아동의 성적 학대 관련 비영상 자료를 삭제>Delete)하는 것이다. KISO JOURNAL

서평 〈인터넷 빨간책〉 정보와 데이터의 ‘장치론’으로의 초대

이기형 / 경희대 언론정보학과 부교수

〈Keyword〉
가축이 된 사람들, 디지털 세상, 장치론, 패러디

| | | | |
|-----|--------------------|-----|--------------|
| 제 목 | 인터넷 빨간책 | | |
| 저 자 | 백옥인 (서울과학기술대학교 교수) | | |
| 출판사 | 휴머니스트 | 출간일 | 2015년 1월 12일 |

이제 일상적으로 다수의 한국인들은 자신들이 접하는 광대무변한 네트워크의 바다에서, 수많은 정보와 관점, 설득과 주장들, 그리고 의견과 이야기들을 걸어 올리고, 소비한다. 세계적으로도 정보 인프라가 ‘선진화’되고, 높은 수준의 ‘정보의 지식화’와 인터넷과 SNS의 상용화가 진전된 우리의 상황에서도, 인터넷과 포털, 빅 데이터와 구글, 스마트폰과 앱 등으로 대표되는 정보 과잉의 시대에 일상을 넘나들고 재편하는 엄청난 정보의 추적과 포획, 그리고 확산성과 속도가 결합되면서, 정보가 힘이자 권력이라는 관행적인 표현은 이미 낮익지만 종종 심화된 방식으로 실행되고 있다.

사람들 간의 잡담과 속삭임을 담아내며, 관련 주체들 간의 관계망과 감정선을 이어주고 유지하는 SNS와 온라인상의 흐름에서, 특정 주제와 사안 혹은 논란과 사건들에 관한 대중의 집중된 관심과 종종 분출하는 감정적인 대응을 단시간에 끌어내며 소위 ‘여론’과 ‘의제’라는 것을 상황적으로 혹은 특정 국면에서 선도하는 검색엔진과 크고 작은 인터넷상의 매(개)체들의 흐름에 이르기까지, 앞서 언급한 정보와 데이터의 확산과 팽창된 사회적인 활용은 우리의 생활세계와 사적공간에서 공공영역으로 간주되는 공간들을 맹렬하게 (재)구성하고 있다.

흑자는 이 지점에서 네트워크화한 지식과 정보, 그리고 말들의 풍경이 발휘하는 확장된 기회와 환경이 가져오는 순기능이나, 정보와 데이터 그리고 지식이 결합되면서 등장하는 새로운 유형의 지식기반경제와 지식정보화의 성취에 주목해야한다고 말할 런지 모른다. 또한 이러한 정보와 데이터의 축적과 활용으로 인해 만들어지는 새로운 혁신이나 영토성, 혹은 확장된 디지털 환경의 공고함과 같은 다기한 흐름으로 구현되는 매체 정경이 가져온 ‘멋진 신세계(brave new world)’의 함의를 먼저 강조할 지도 모른다. 기실 그러한 주제를 다루는 저널리즘과 지식담론들 그리고 공적인 담화들은 이미 차고 넘친다. 정보자본주의의 역할과 역량을 새로운 사회상의 도래 및 지식 패러다임의 변화와 부가가치의 증식, 그리고 사회적 영역의 변환을 중심으로 풀어내거나 프레임하면서, 변주되는 기술결정론과 같은 상당히 선형적인 발상이나 다분히 기능적인 관점으로 현재의 변화상을 설파하는 지식인과 정치인, 언론인과 기업가들의 목소리는 매우 흔하며, 외견상으로도 다수의 사회적인 논의와 발상 그리고 담론들을 구축하고 있다. 하지만 여기에서 소개하는 백육인의 작업은 그러한 이미 익숙한 진단과 톤 그리고 상당 부분 예상되는 주장들로 제시되는 인터넷과 SNS에 관한 전도서나 ‘정보사회론’이나 ‘정보혁명론’ 등의 표제어를 표출하는 교양책자나 해설서들과는 매우 다른 방향성인 것과 더불어 급진적이라 할 만큼 비판적인 인식과 문제의식을 제기한다. 수많은 흐름과 마디, 연결망들로 이어지는 “헤아릴 수 없이 많은 비트”를 보유하고 있는 이 정보와 앎, 저장과 축적, 그리고 놀이와 소비의 바다는, 저자의 말을 변주하면 다양한 유형의 권력작용, 반지성과 순응, 모순과 역설, 놀이와 소비, 쉼 소리와

어리석음, 검열과 조작, 그리고 객기와 광기 어린 잉여짓들이 생성되고 분출하는 일종의 “뚱바다”이다.

앞서 거론한 복합적인 정경을 대하여 작가는 지식담론이나 대중적인 저작 속에서 종종 접하게 되는 과도한 정보예찬론이나 현실순응적인 논의들, 그리고 정보의 소비와 활용을 생산성과 효율성 그리고 자본증식 등의 기회로 주로 풀어내고 설파하는 다수의 입장에 단호하게 선을 긋는다. 그는 일견 공고하게 보이는 인터넷에 관한 지배적인 인식에 도전하는 - 일종의 금서인 ‘빨간책’을 자인하는 - 이 책의 서두에서 “현재의 인터넷 세상은 세계를 바꾸려하기는커녕 세계를 설명하는 것도 포기한 채 단지 받아들이고 즐기는 “가축의 왕국’이 되고 있다는” 자못 신랄하며 도발적인, 그리고 독자의 입장에서는 일견 눈살을 찌푸리거나 심히 불편할 수 있는 강한 문제의식을 제기한다. (10쪽).

백육인은 이러한 거친 톤의 동시에 강건한 문제의식에 천착하는 그의 작업이 마치 “꿀단지’에 빠진 파리처럼 - 혹은 ‘개미지옥에 빠진 개미’들 마냥 - 끈적끈적한 인터넷 꿀통에 빠져 헤어나지 못하고 있는 사람들에게 바치는 애가이자 비판”이라는 입장을 밝힌다. 그는 “인터넷 데이터베이스에 길든 가축들은 바이러스에 쉽게 감염”되며, “그들의 반지성을 비판하지만 무책임한 지성송배를 추종하지” 않겠다는 자신의 입장을, 그가 장고 끝에 전술적으로 선택했을 자극적인 비유와 함께 드러내면서 (10쪽), 이 일종의 의도적으로 “21세기 인터넷 매도론”으로 기획된 책은 “낙관을 향한 회의주의”를 표출하며, 현 상황에 대한 ‘반(反)행동’을 촉발하기 위한 ‘비판의 무기’를 버리고 성찰하는 작업이라는 측면을 강조한다. 이 결코 두껍지 않지만 만만치 않은 내공과

기민한 지식의 조합과 사유를 녹여내는 저술은 가깝게는 인터넷상에서 ‘정신승리’를 외치면서 타자를 집요하게 혈뜰고 공박하는 가련한 부유하는 주체들의 존재에서 정보유통과 매개의 플랫폼과 생산의 채널들을 장악하면서, 개인들이 생산한 헤아릴 수 없을 만큼 많은 정보와 자원들을 수취하고 자신의 것으로 만들면서 부와 영향력을 축적하는 거대기업들의 종종 추앙받지만 문제적인 행태에 이르기까지, 디지털세상과 네트워크화 된 삶에 대한 다수의 날카롭고 울림이 있는 관찰과 다면적인 진단을 일종의 콜라주로 그리고 변화무쌍한 파노라마로 담아낸다. 다분히 전문가연한 건조한 기술이나 진중한 듯하지만 다루는 사안이나 쟁점에 진단과 비판의 이빨을 충분히 박아 넣지 못하는, 밋밋하고 특정 단면에만 과도하게 초점을 맞추는 그런 성격의 글이 아닌, 저자의 글쓰기는 매우 강한 현실 환기력과 생동감 그리고 자유자재로 풍자와 조롱, 패러디를 단단한 비평의 힘과 조합시키는 예외적인 능력으로 독자를 압도하며, 그 과정에서 종종 현기증까지도 불러일으킨다. 그는 모든 대상을 ‘교환 가능한 것으로’ 전환시켜버리며 초상업화된 논리가 횡행하고, 국가의 감시 기구들과 접합되기도 하는 이 빅데이터와 ‘정보 니르바나’ 그리고 ‘디지털 신자유주의’의 세계 속에서, ‘디지털 네이티브’ 혹은 인간이라는 주체가 자신의 존재를 저당잡히고, 무력감을 드러내며, 자신의 활동까지도 인터넷상의 장치들에 의해 포획당하고 흡수·전유되는 현 상황에, 분석의 축수를 집요하게 그리고 다방면으로 갖다 댈다. 즉 다수가 여전히 간과하거나 발휘되는 비가시성으로 인해, 현실에서 종종 은폐되고 주목받지 못하는 거대 서비스 플랫폼과 정보생산의 ‘이면’에 주목하는 것이다. 저자가 날렵하게 정

련된 비판의 날을 적용하면서 집요하게 풀어내는 인터넷과 SNS 공간의 지배적인 현상들과 정보자본주의를 구조화하는 동학들에 관한 냉철하면서 매우 복합적인 진단은 적지 않은 반향과 울림 그리고 앓과 경고음을 생성해낸다.

저자는 광장에서 출발한 인터넷이 장사꾼의 장터로 전락했으며 권력자들에게 훼손되면서, 이제 인터넷은 “그들의 영토가 되고, 인터넷 이용자들은 그들의 신민이 되었다”고 단적으로 논한다. (222쪽). 그는 동시에 편리성과 관성에 의존하며 “픽셀과 비트에 홀리는” 대다수의 이용자 주체들이 이러한 상황과 구조적인 동학에 관한 필요한 ‘경외와 불안’을 충분히 체화하지 못하거나 그러한 문제점들을 자각하고 있지 못한 측면을 날카롭게 그리고 세밀하게 짚어낸다.

이러한 백육인의 작업은 기존의 대중문화나 온라인을 대상으로 하는 유연하고 예리한 문화비평적인 작업의 역량과 감식력을 일상 속에서 깊숙하게 작동하는 네트워크의 권력이라는 문제로 확장시키면서, 사회적인 영역을 심대하게 변화시키고 있는 ‘스마트 권력’의 작동과 데이터와 정보 생산의 이면까지도 중층적으로 조명한다. 동시에 이러한 심화된 ‘디지털 사회학’을 숙성시켜 제공하는 기획은 기계-인간-노동-통제-포획 등의 구성요소들을 접합하는 ‘장치론’이 발현할 수 있는 개념적 그리고 구성적인 난해함에 빠지는 대신에, 조금만 관심과 호흡을 가다듬으면 이해의 폭과 사유의 힘을 넓힐 수 있는 대안적인 그리고 대중과의 소통과 접촉을 체화해내는 - 조금 다르게는 현실과 가상을 섞어내는 실험적인 발상이 유기적으로 발현되는 - 글쓰기와 진단의 방식들을 적극적으로 고려하면서 수행된다.

이 책을 읽게 된 광의의 비판적인 지식생산의 전통에 속하는 문화연구자의 입장에서, 그리고 당대 인터넷 문화의 변화상에 상당한 관심을 가진 한명의 독자로, 〈인터넷 빨간책: 디지털 시대, 가속이 된 사람들을 위한 지적 반동〉이 그러한 일견 세밀한 분석을 결여한 과부하된 문제의식과 통상적인 학문적 진단의 관성적인 톤과 건조한 학제적인 관행과 진단의 용어들로 기술되었다면, 앞서 인용한 이 책 속에 주창된 내용들과 관련하여, 일정한 냉소를 보내거나, 부분적인 혹은 인정치 않을 수 없는 공감이나 깨달음에도 불구하고, 저자의 작업이 여전히 과장되고 편파적이거나 현란한 지적인 유희의 징후들을 내보인다는 느낌을 적지 않게 맛보았을지도 모른다. 하지만 손에 이 책을 쥐고 저자가 신랄하고 날카롭게 제기하는 일련의 관찰점과 진단들을 충분히 곱씹어 본 독자라면, 종횡무진으로 인터넷 세상을 주무르며 재구성해내는 힘들과 현실에 예리하게 착종된 일련의 관찰들이 녹아든 지면을 대면하면서, 부인하기 어려운 깨달음과 더불어 그가 제기한 문제의식을 방기하기 어렵다는 판단과 함께, 현 상황에 관한 진전된 이해가 불러오는 자성과 근거 있는 불안감을 상당부분 공유할 수 있을 것이다. 23편의 조각과 파편들 혹은 매듭과 링크로 넷과 SNS의 공간들이 발현하는 복잡다기한 면모와 구성, 온라인과 전자화된 담론작용의 흐름 속에서 끊이지 않는 사건과 도발적인 현상의 전개상을 예리하고 기발하게 조명하는 이 책의 주요 내용들은 우선 흥미진진하며, 제시되는 사례와 녹여낸 관점의 측면에서 경이로울 만큼 조밀하고 예시적이며, 논조와 관찰의 방식은 감각적이다. 저자는 지면에서 만만치 않은 내공과 관찰을 재기발랄하게 그리고 예리하게 풀어놓는다.

또한 인터넷 상의 핵심적인 사건과 일련의 사례들을 독자의 기억 속에서 날렵하게 복기하게 해주며, 디지털 공간을 압도하며 정보자본주의의 핵심으로 기능하는 구글, 애플, 페이스북, 아마존, 트위터와 같은 “왕국”들의 행태와 이들이 추구하는 영토 확장에 관한 해학적이며 동시에 예리하고 비판적인 관찰을 풀어내는 저자의 결코 얕지 않은 진단의 방식들을 따라가다 보면, 적지 않은 배경지식과 더불어 간과하기 어려운 문제점들을 돌아보고 체득하게도 된다.

그러한 측면에서, 이 책은 인터넷과 디지털문화에 관한 다양하고 박식한 지식과 긴 호흡으로 개진되는 관찰을 녹여낸 백과사전 식의 구성과 콘텐츠들을 부분적으로 드러내기는 하지만, 저자가 발굴하고 세밀하게 풀어내는 다양한 징후와 사례 그리고 트렌드들을 단순히 병렬적으로 조합해내면서 지적인 해박함과 기민함을 표출하는 수준에 멈추지 않는다. 이 책이 다루고 있는 대상들에 관해 조금 더 논의해보자: 인터넷 상에 출몰하는 타자들에게 잔인하지만 강자에게 굴종하는 현대판 “아큐”들의 행태에서 취업난에 시달리며 현실에서 겪게 되는 열패감과 좌절을 온라인 공간에서 감정적으로 배설하는 일베현상 등의 비뚤어진 초상들, 디지털 질서와 관성에 어느덧 순응하게 된 이들을 향해 일갈하는 “지식고릴라” 미시마 유키오를 화자로 불러들여 위악적으로 논점을 제기하는 도발적인 장면들, 그리고 ‘창의적인’ 동시에 본질은 바꾸지 않은 사기술과 교언영색을 발하는 “인터넷 붕이 김건달들”이나 “SNS 빼끼들”과 같은 디지털 세상 속에서 상당한 전형성을 발휘하는 주체들에 관한 날렵한 비꼬기와 진단들이 저자의 예리하고 매서운 글 솜씨를 매개로 속속 등장한다.

바꾸어 말하면 디지털 세상에 출몰하는 몰입과 나르시시즘 그리고 ‘잉여짓’에서, 정보와 물질의 영역을 가로지르며 새로운 지배와 통제를 발휘하며 사회현상을 주도하는 거대 행위자들에 관한 예리하고 심화된 과학기술학적인 성찰에 이르기까지, 이 책이 도래한 인터넷 세상의 주요 단면과 정세들을 진단하는 방식은 매우 다층적이며, 포괄적이되, 결코 가볍거나 선정적이지 않다.

나아가서 보다 범주와 문제의식을 확대한, 디지털의 세계를 자신들의 영토와 이익을 위한 통치의 영역으로 변모시키는 독점력과 더불어 ‘부드러운 통제’를 실행하는 거대서비스 플랫폼과 기업들과 같은 핵심적인 행위자들에 관한 노련하고 냉소적인 톤의 관찰들이 보다 정교한 담론적인 구성물이라 할 ‘장치론’을 통해서 설파되기도 한다. 특히 저자는 ‘SNS 플랫폼 장치토론’으로 명명된 꼭지에서, 지식생산의 영역에서 강한 간학제적인 영향력을 발휘하고 있는 거장들인 푸코와 들뢰즈, 그리고 아감벤을 등장시켜 상상적인 토론의 자리를 마련하면서, 디지털 네이티브들의 노동과 관심, 그리고 활동상이 거대 플랫폼 기업들에 의해 광범위하게 수집, 추적, 그리고 전유되는 과정에 관해 심도 있는 관찰과 진단을 날렵하게 제시한다. 이러한 거시적이되 기민한 진단의 힘이 발현되는 ‘실천적 장치정치학’의 추구 혹은 ‘장치의 세속화’ 과정에 관한 꼼꼼한 탐구를 통해서, 저자는 현 단계 정보자본주의가 정보와 데이터를 축적하고 자본을 증식하는 과정을 - 즉 생산에서 지식과 권력관계로 이어지는 통합적인 과정을 - 접근 가능한 기술의 방식과 유려한 진단법으로 독자들에게 풀어낸다.

백육인은 앞서 언급한 장치론과 스마트 권력에 관한 탐구와 분석을 지식생산의 영역에서

꾸준히 수행해 온 전문연구자이지만, 이 책을 매개로 그는 학술담론의 영역을 벗어나서 보다 소통 지향적이며 독자와의 상호작용을 확연하게 염두에 둔 대중적인 글쓰기와 문제의식의 공유를 위한 도전과 실험을 능동적으로 시도한다. 이 책은 저자 스스로 직면하고 있는 강건한 현실과 “기괴한 우울”에 대한 ‘반동’을 촉발하고 스스로 체감하며, 전문가이자 비평가로서 학계가 노출하는 “답답한 설명의 형식”을 경계를 가로지르는 글쓰기와 패러디라는 우회로의 전술로 주체적으로 벗어나려는 집약적인 노동의 결과이기도 하다.

동시에 저자의 작업은 서구 지성들의 작업이나 이론틀에만 몰두해서 한국의 상황이 포함되지 않은 일반론이나 서구가 생성한 지적자원의 수용에만 머물고 있지 않다. 일례로 저자가 김지하의 담시 ‘분씨물어(糞氏物語)’의 판소리판을 변주시켜 재구성한 “인터넷 똥바다”의 구절들 속에서 “애국 세력 결집하여 불철주야 댓글 달아 종북 세력 몰아내자”와 같은 최근에 한국사회를 강타한 사건도 희화적으로 담아내고 있으며, “비트똥을 실컷 내 깔기는” 일베나 한일애국동맹단 같은 현실과 가상을 오가며 떠올릴 수 있는 기괴한 그리고 후지지만 위험하고 반동적인 온라인상의 흐름들도 소환된다. 또한 저자가 변주해내는 “인터넷 십계명”이나 신채호의 글을 개작한 “인터넷 이용자 혁명 선언”과 같은 실험적인 격문을 통해서, 그는 해학적으로 인터넷 문화와 정보와 데이터로 구현되는 확장된 매체정경 속의 문제적인 흐름들이나 과도한 상업적인 추구와 역기능들 그리고 이용자집단이 발현하는 한계와 퇴행을 신랄하게 꼬집고, 기발한 발상과 풍자의 변주를 통해서 자신이 제기하는 쟁점과 문제의식을 독자들에게 압축적으로 환기시킨다.

이 책은 네트워크의 공간들을 ‘의도적으로 헤매는’ 만보객(flaneur)이나 혹은 이동하는 관찰자와 스토리텔러가 되는 체험과 진중한 사유의 작업이 축적된, 그리고 짐짓 근엄한 척 하지 않으며 대안으로 설정한 조롱과 패러디 그리고 ‘낮설게 하기’의 정련됨이 두껍게 배어나는 한 편의 기민하고 창의적인 여행기이기도 하다. 그는 때로는 베냐민과 보들레르 그리고 T. S. 엘리엇의 후예로 자신을 설정하거나, 대중문화공간과 지성사 속에서 조우했던 주인공들을 - 김지하, 보르헤스, 모어, 마키아벨리, 매클루언, 푸코, 들뢰즈, 아감벤, 잡스, 루쉰, 오웰, 신채호 등 - 자신이 기술하는 텍스트 속으로 호명하면서, 이들에게 ‘빙의’된 목소리들을 자유롭게 펼쳐낸다. 그럼으로써 먼지 낀 서가에나 박혀 있었을 과거의 지성들의 목소리를 가져와서 급진적으로 변화된 인터넷과 정보 중심의 질서와 정세를 새롭게 조망할 수 있는 유용한 자원과 지적-비판적 자극을 제공한다.

최근에 발간되었으며 빅데이터와 ‘친절한 빅브라더’ 등의 주제를 짚어가며 문제의식의 투사에 있어서는 상당한 공통분모를 드러내는 한병철의 〈심리정치: 신자유주의의 통치술〉과 비교해도, 이 책이 제시하고 강조하는 소셜네트워킹의 합의와 통제사회(society of control)의 기반으로 작동하는 거대 정보플랫폼 기업의 확장된 역할과 면모에 관한 해독은 훨씬 더 집요하고, 분석적인 세밀함을 드러내며, 날이 서있고, 다면적이다.

구사되는 도발적이고 빼어난 상상력과 기발하게 발산되는 조롱과 패러디에서, 다수의 유명인과 지성들이 출몰하는 가상 인터뷰와 문체적인 현 상황에 맞추어진 재기발랄한 선언문의 제시에 이르기까지, 저자의 행보는 거침이 없고 날렵하되 다루는 사안들에 관한 매

우 조밀하고 예리한 이해와 관찰의 역량을 발휘한다. 이 과정에서 그는 소설, 무용극, 희곡, 논문, 평론, 담시, 인터뷰 등의 서사양식을 자유롭게 전유하면서, 파격적이고, 때로는 유희와 탐닉의 단면을 엿보이기는 하지만, 냉소나 희화화하기에만 머무르지 않고 분석적 엄정함과 치열하게 개진되는 관찰을 결합시켜 기술한다. 이 노작은 농익은 비판적 지성의 힘을 발산하는 정련된 글쓰기의 구체적인 사례와 더불어 이러한 창의적인 기획이 가져올 수 있는 가능성과 반향을 크게 체화해낸다. 심도와 예리함을 동반하며 다루어진 핵심 주제와 관찰력 못지않게 독자의 시선을 끄는 것은 이 책의 기술방식이다. 백육인은 복잡다기한 ‘인터넷 세상’ 속의 복합적인 현상과 징후들을 다양한 문학과 글쓰기 장르에 속할 다층적이며 실험적인 글쓰기를 통해서 풀어 놓는다. ‘답답하고’ 짐짓 점잖은 체 하며 지식을 뽐내지만, 충분히 감각적이거나 체화된 관찰과 논점을 제기하지 못하며, ‘지루하고,’ 나아가서 확립된 관성을 깨뜨리는 발상을 주는데 다분히 무력한 아카데미한 글쓰기에 대한 저자의 비판과 대안을 향한 모색은 이 책의 곳곳에서 통렬하게 감지된다. 저자는 말한다: “틀에 박힌 논문은 지루하고 발상을 가로막으며 상상력을 달아버린다. 나는 ‘여러 겹으로 접힌 책’, 책의 안과 밖·책과 인터넷·과거와 연결하고 현실과 상상을 접합하며 서양과 동양·이야기와 논문을 섞어 새로운 책을 만들고 싶었다.” (12쪽).

독자의 입장에서 이 책은, 21세기 사회상을 인터넷 세상의 구조와 합의를 중심으로 전방위적으로 진단하는 동태적인 지형도를 제공한다. 그러한 결과, ‘속물과 잉여,’ ‘분노와 갈등들,’ ‘재잘거림과 소소한’ 이야기들의 타래들, ‘정신승리’와 ‘자족감’ 그리고 ‘해갈되지’

않는 욕망들이 뒤섞이고 빚어내는 인터넷 세상의 단면들이 - 그리고 우리를 스쳐갔던 수많은 사건의 편린들이 - 매우 조밀한 방식으로 개진되며 복기된다. 조금 다르게 이 책 자체가 무수한 링크와 네트워크로 구성되었으며, “앞뒤가 없는” 이 저작은 저자가 개진하는 글쓰기의 전술과 독법을 헤아린 독자들이 보다 능동적으로 “링크를 따라, 장을 옮겨가며” 추구하고 활용할 수 있는 술한 생산적인 자원을 구축한 유용한 ‘교본’으로서의 역할을 수행하기도 한다.

이 책을 읽어가며, 경직되고 현실에서 유리된 지식생산과 고답적인 학술 글쓰기에 관한 공통된 문제의식을 지닌 한 명의 동료 연구자이자, 저자의 작업에 지속적인 관심을 가져온 독자로 많은 공감과 공명을 느낄 수 있었다. 저자가 수행한 이 시대 정보유통과 생산 그리고 정보와 데이터를 매개로 한 권력작용을 촘촘하게 진단하고 창의적으로 논하는 방식은, 앞서 여러 차례 개진했듯이, 인터넷과 정보사회를 관통하는 동학과 관련된 비판적 사유와 성찰성이 깃든 고민을 점화하는데 매우 유용해 보인다. 필자는 이 책을 읽어가며 책 속의 내용을 일상 속에서 상당부분 겪고 있을 디지털 네이티브들인 학생들과 공유하고 싶다는 생각을 떠올리게도 되었다.

동시에 이러한 흔치 않은 성취와 더불어 책을 덮고서도 찾아드는 기시감과 문제의식의 공명을 접하며, 일정한 아쉬움도 느끼게 된다. 먼저 저자가 천착하는 작업 속에서, 젠더나 인종 그리고 계급과 관계된 보다 상세하고 특화된 논의들이 크게 주목받거나 조금 더 상술되고 있지 못한 측면은 부분적으로 아쉽다. 정보자본주의와 젠더정치나 몸의 정치 혹은 디지털 노동과의 접합을 다양한 방식으로 진단해 온 도너 해러웨이나 셰리 터

클 혹은 로지 브리아도티 등의 작업의 함의나, 정보생산의 이면에 방치되고 정보의 자본화과정에서 소외되는 노동자군의 상황과 노동의 재조직화를 매개로 등장하는 주체성에 관한 진단들이 보다 긴 지면을 할애하면서 논의되거나 긴 호흡의 논쟁의 양식을 빌려 다루어지지 못한 측면은 일정부분 아쉽다. 이른바 ‘사이보그 선언’에서 노매디즘이나 포스트포디즘의 활용 등과 같은 급진적인 상상과 더불어 거시적인 해석틀을 주창하고 지속적으로 고안해 온 이들의 작업이, 적절한 맥락성의 추구나 보다 조율된 비판과 맞물릴 때, 보완적으로 제공할 수 있는 통찰성과 기여가 여전히 결코 작지 않다고 판단하기 때문이다. 한편 인터넷과 디지털의 영역이 여전히 세상을 바꿀 힘이나 역량을 발휘할 수 있는가라는 중요한 질문과 관련하여, 온라인과 SNS를 통해서 일군의 저항과 비순응의 움직임들이 사회적으로 가시화되었던 적지 않은, 지역적인, 그리고 국면적인 사례들을 기억할 수 있다: 반 FTA 투쟁에서, “아랍의 봄”, 미국의 “점거 운동,” 한국의 “촛불집회,” 그리고 홍콩의 “우산시위” 등에 이르기까지, 이들 현상들이 복합적인 성취와 한계를 드러내기는 하지만, 다양한 주체들에 의한 긴밀한 네트워크화된 투쟁과 연대 그리고 상상력과 차이들을 능동적으로 표출하는 이러한 대안적인 사회운동들이 주기적으로 등장해왔다는 측면에서, 주로 디지털세상의 이면과 지배적인 훈육과 권력작용에 주로 집중하는 저자의 작업 속에, 대안과 차이를 추구하는 목소리나 저항과 탈주 그리고 비순응의 문제와 명암이, 보다 많은 지면을 통해서 충분히 조명되지 않은 측면은 아쉽다.

물론 저자가 짚어내듯이, 한때는 소통과 저항 그리고 대안적인 담론생산의 근거지로 추앙

받고 정당화되던 인터넷 공간은 단지 세상의 변화상을 수용하고 즐기는 “가축의 왕국”이자 “감각이 마비된 군상이 음울한 구글, 페이스북과 트위터, 애플, 아마존, 네이버와 일베의 플랫폼을 휩쓰는 바람에 불려 나뒹구는” 곳일 수 있으며, 이러한 관찰의 힘을 무시하기도 어렵다. (247-248쪽). 저자가 현실론의 일부로 논하듯이, 당대의 ‘다중’(the multitude)이건 ‘정보대중’이건 간에 이들 다양한 이질성과 차이들을 발현하는 사회적 주체들이 보여주는 항의와 저항이 우발적으로 혹은 특정 국면에서 예기치 않게 강하게 분출되기도 하지만, 동시에 이러한 집합행동을 실천할 수 있는 다양한 주체들이 상당부분 파편화되고 있거나, 이들이 네트워크를 생성하는데 주요한 근거와 자원을 마련할 수 있는 공공영역 자체가 비활성화되고 균열되고 있는 상황도 부인하기는 어렵기 때문이다. 매우 새로운 발상과 상상력, 그리고 강렬한 참여의 열기를 보였던 2008년의 촛불집회와 ‘광장의 정치’ 그리고 일련의 네트워크화된 참여문화의 열기가 분출한 이후, 거세진 통제와 물리력의 발휘 그리고 강화된 감시와 훈육에 직면하면서 네트워크화된 집합행동은 상당부분 억눌려 있고 표면 아래서는 부글거리고 있지만 또 다른 촉발과 결집된 흐름을 당장은 생성해내지 못하고 있는 상황도 목격된다.

정보자본주의 아래서 전개되는 부드럽지만 강한 포섭과 영리하고 집요한 배제의 체계를 위협하고 균열을 가져올 수 있는 잠재적인 전술이나 대안행동과 관련하여 저자는 그가 제시했던 한 학술작업에서 다음과 같이 말한 바 있다 : “안타깝게도 이용자가 인터페이스 수준이나 데이터 활용 영역에 개입하고 참여할 방법이나 도구도 별로 없다. 다만 플랫폼에 대한 외부로부터의 해킹이나 ‘물려서기(이

용거부)’정도가 그나마 실행 가능한 대안이다.” 그러한 측면이 적지 않으며, 분출하는 깨어있는 주체들의 결함과 응전이 다시 어디에서 오게 될지 현실의 조건들은 완강하고, 낙관적이거나 희망적인 사유를 품기엔 많은 걸림돌을 제기하기도 한다. 하지만, 강한 물적, 제도적인 힘을 발휘했던 철권통치와 훈육이 지배적이었던 과거의 엄혹한 상황에서도, 축적된 이유 있는 분노와 변화에 대한 사회적 주체들의 갈망과 욕망은 뚜렷하고 가시적인 도전의 흐름들로, 다양한 결과 대응의 전술을 발현하는 크고 작은 움직임들을 불러왔던 선례들을 이 대목에서 기억하고 곱씹을 필요도 상당하다.

결어로 신재호의 ‘조선혁명선언’을 패러디한 격문에서 저자는 다음과 같이 말한다: “이용자는 우리 혁명의 저수지이다.. 우리는 이용자 속에 가서 그들과 손잡고 끊임없는 폭력 - 사보타지, 이용거부, 시위, 해킹, 폭로로써 강도 통치를 타도하고, 인터넷 생활에 불합리한 일체 제도를 개조하여 인류로써 인류를 압박치 못하며 사회로써 사회를 침탈치 못하는 이상적 신인터넷을 건설할지니라.” (225쪽). 수사적으로 그리고 도발적인 선언문의 양식을 빌려 저자가 행한 이 말 속에 녹아든 깨달음과 희구가 어떤 형태로건 실현되기 위해서는, 또 다른 집합행동의 모색과 더불어 기성관념에 일격을 가할 수 있는 도전과 대응 그리고 전복적인 실험과 발칙한 상상력의 발휘가 여전히 그리고 반드시 필요하다. 앞서 언급했던 다양한 로컬에서 분출된 행동들은 그러한 대응과 응전이 그리고 대안적인 실천들이 꾸준히 이어지고 있다는 반증이자 예시들이며, 이 책 속에서 저자가 매우 예리하고 엄정한 방식들로 진단한 ‘지성의 비관주의’와 함께, ‘의지의 낙관주의’가 여전히 추구하고

끈기있게 상상되어야함을 다시금 환기시켜준다.
‘늪어가는 연구자는 겁 없이 행동하고, 제한 없이 연구하고, 주저 없이 말해야 한다.’는 저자의 고언에 십분 공감하면서, 그의 노작이 계속해서 결실을 낳고, 동료와 후학들 그리고 독자들과 만나게 되기를, 그럼으로써 변화를 추구하는 일련의 접속들이 이루어지는데 촉매제가 되기를 기대한다. 필자 또한 그러한 작업에 동참하며, 그리고 화답으로의 접속을 시도할 것이다. KISO JOURNAL

KISO 신임 의장으로 다음카카오 이석우 대표 선출

KISO는 2015년 2월 10일 2015년도 정기총회를 개최하여 신임 의장을 선출했다. 이번 총회에서는 지난 2013년 3월부터 의장직을 맡아온 다음카카오 최세훈 대표를 이어 다음카카오의 공동대표인 이석우 대표가 신임 의장으로 선출되었다. 이석우 KISO 신임 의장은 “인터넷이 모바일 시대로 발전하고, 이용자들이 다양한 정보를 손쉽게 게시할 수 있게 되면서 자율규제의 역할이 강조되고 있다”며, “KISO를 중심으로 유관기관 등 다양한 이해관계자와 긴밀히 협력하여 신뢰할 수 있는 인터넷 환경을 만들기 위해 최선을 다할 것”이라고 밝혔다. KISO JOURNAL

검색어 검증위원회 4차 보고서 채택

네이버 주식회사의 실시간 급상승 검색어 및 연관/자동완성 검색어 처리의 적절성을 검증하고 있는 KISO 검색어 검증위원회(위원장 김기중)는 지난 2015년 3월 27일 제4차 보고서를 공개했다. 이번 보고서에서는 2014년 실시간 급상승 검색어 중 내부 판단에 의해 배제된 검색어 전수와, 상·하반기 각각 2달간의 연관/자동완성 검색어 가운데 신고 및 자체판단에 의한 배제어 전수를 확인하였다. 특히, 이번보고서에서는 최근 극성을 부리고 있는 검색어 어부징을 방지하기 위한 대책을 마련하도록 촉구하고, 유명인 관련 정책 등에 대해 재고할 것을 제안하였다. KISO JOURNAL

저널 웹페이지 개편

새롭게 개편된 『KISO저널』 웹페이지(journal.kiso.or.kr)가 지난 3월에 오픈했다. 이용자 친화적인 환경을 구현하기 위해 SNS 연동을 강화하고, 가독성을 향상시키기 위한 디자인 작업을 병행했다. 신규 저널 웹페이지는 모바일뿐만 아니라 다양한 디바이스를 통해 콘텐츠를 열람하는데 있어 최적화된 환경을 구현하고자 노력했다. KISO는 앞으로도 저널을 통해 인터넷 자율규제와 관련한 유익하고 시의성 있는 정보를 제공하고, 이용자와의 접점을 확대해 나갈 수 있을 것으로 기대한다. KISO JOURNAL

<KISO저널 제18호>

발행일 2015.03.31.

발행인 최세훈

발행처 (사)한국인터넷자율정책기구

표지디자인 신원프린팅

135-877

서울시 강남구 테헤란로 423 7층

(삼성동 143-37, 현대타워)

대표전화 02.6959.5206

대표메일 kiso@kiso.or.kr

홈페이지 www.kiso.or.kr

저널 홈페이지 journal.kiso.or.kr

◆ KISO 저널에 게시 및 수록된 글은
(사)한국인터넷자율정책기구의 공식
적인 견해와 다를 수 있습니다.

◆ KISO저널 18호의 본문은
'한겨레결체'로 작성되었습니다.

◆ (사)한국인터넷자율정책기구의 허가
없이 본 내용의 무단전제나 복제를
금지합니다. 내용에 관한 문의가
있으시면 문의처로 연락주시기
바랍니다. (문의 02.563.4955)

<편집위원>

위원장/황용석 교수(건국대 미디어커뮤니케이션학과)

권현영 교수(광운대 법학과)

김유향 팀장(국회 입법조사처)

김효섭 차장(네이버 경영지원실)

양현서 차장(다음카카오 대외협력실)

이원태 박사(KISDI 미래융합연구실)

허정일 팀장(SK커뮤니케이션즈 경영지원실)

황창근 교수(홍익대 법과대학)

편집간사/고아라 선임연구원(KISO기획협력실)



ISSN 2287-8866(Online)