

KISO

2016 Vol.25 *Journal*

법제동향

<청소년보호특집 ①> 온라인서비스제공자(OSP)의 '청소년 음란물 차단 책임' 위한 심판 제정결정 / 박규홍
<청소년보호특집 ②> 커뮤니티 상의 적의적(차별/비하) 발언에 따른 청소년 유해매체 지정 논란 / 조소영

정책 및 심의결정 리뷰

기업 연관검색어 삭제 요청 심의결정 리뷰 / 김보라미

KISO NEWS

'2016년 KISO 사업자 실무 세미나 개최

문화시평<도서>

인류의 미래는 괜찮아 vs 아니 계속 우울할거야 / 정혜승

기획동향

<기획특집 ①> 검색엔진 알고리즘의 변천의 역사 / 박세용
<기획특집 ②> 검색 알고리즘과 권리침해 : 연관검색어 자동완성검색어 서비스의 명과 암 / 김익현

이용자 섹션

소셜 미디어의 자율규제 현황과 개선 과제 / 최진웅

해외 자율규제 기구소개

미국 NCMC의 사이버팁라인(CyberTipline) / KISO

국내외 주요소식

클라우드 시대의 프라이버시 - 기업과 국가, 개인의 접점 / 한세희
SNS상의 미성년자 초상권 보호를 위한 프랑스의 법적 조치 / 진민정

편집위원 칼럼

네트워크 커뮤니케이션과 가짜뉴스 효과 / 황용석

기업 연관검색어 삭제 요청 심의결정 리뷰

김보라미 / 법무법인 나눔 변호사

<Keyword>
연관검색어, 알고리즘, 투명성, 잊힐 권리

1. 기업 연관검색어 삭제 요청의 건 사실관계

가. 이 사건의 사실관계

신청인 기업이 제조·판매하는 샴푸, 바디클렌저 등의 제품에 “옥시 가습기 사건”에서 드러난 유해 살균제 성분 메칠이소치아졸리논(MIT)등이 포함되어 있다는 사실이 2016. 5. 3. 이후 언론에서 보도된 이후로 최근까지도 언론에서 계속 공론화되었다. 또한 위 신청인 기업이 제조·판매하는 제품들을 검색하면, 가습기 또는 가습기 살균제가 연관검색어로 함께 노출되거나, 가습기살균제 성분 샴푸 리스트를 검색하면 신청인 기업이 제조·판매하는 제품들이 연관검색어로 함께 노출되었다. 그러나 사실은 신청인 기업은 2016. 8. 말경부터 유해살균제 성분을 각 제품에서 제외시켜 제조하여 오고 있었다. 이에 신청인 기업은 현재 제조되는 샴푸 바디클렌저들에는 메칠이소치아졸리논(MIT) 성분이 없음에도 위와 같이 가습기 또는 가습기살균제와 연계된 연관검

색어가 함께 노출되는 것에 대하여 삭제를 요청하였다.

나. 심의결정의 주요 내용

위와 같은 심의요청에 대하여 (사)한국인터넷자율정책기구 정책위원회는 2016. 11. 1. 정책규정 제13조 제1항 제3호에 따라 이 사건 연관검색어를 삭제하여야 하는지에 대하여 아래와 같은 사유로 표결 절차를 거쳐 삭제할 필요 없다는 취지의 “해당 없음” 결정을 하였다.

정책규정 제13조 (예외적 삭제)

- ① 회원사는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우가 아닌 한 연관검색어 등을 제외하거나 삭제하지 아니한다.
- 3. 제5조 제2항의 ‘정무직 공무원 등 공인’에 해당하지 않는 자가 권리침해 등을 이유로 연관검색어 등의 삭제를 요청한 경우로서, 그 내용이 공공의 이익 또는 공적 관심사와 관련이 없는 사실을 적시한 경우이거나, 일정기간 언론보도 등을 통해 공론화되지 않은 사유 등으로 그와 관련된 일반 이

용자의 알권리보다 연관검색어 등 또는 해당 검색결과가 특정인의 사생활을 침해하거나 명예를 훼손하는 정도가 더 크다고 판단되는 경우

1) 이 사건 연관검색어가 명백히 허위인지 여부

신청인 기업은 올해 8월부터 해당 성분을 제외하고 제품을 생산하고 있는 것으로 보이지만, 해당 유해 성분이 포함된 제품이 기존에 생산되어 유통된 사실은 인정되며, 기존 제품이 모두 수거되었다거나 현재 유통 중이지 않다고 보기 어려우므로 연관검색어들을 허위사실이라고 단정하기 어렵다.

2) 공공의 이익 또는 공적관심사와 관련되어 있는지 여부

해당 유해 성분이 포함된 제품의 경우 이 용자의 생명, 건강 및 안전 등에 중대한 피해가 발생할 우려가 있으므로 이를 공공의 이익 또는 공적 관심사와 무관하다고 볼 수 없다. 그리고 해당 성분이 사용된 제품 등에 대해서는 비교적 최근까지 언론에 기사가 게재되는 등 현재도 공론화되고 있는 사안으로 볼 수 있다.

3) 알권리가 신청인 기업의 명예훼손보다 더 보호되어야 할 가치인가

위와 같은 점을 고려할 때, 해당 검색어 및 검색결과에 대한 일반 이용자의 알권리가 신청인의 명예를 훼손하는 정도보다 보호되어야 할 가치라고 판단하였다.

2. 심의결정에 대한 검토

이 사건 심의결정의 쟁점이 되었던 1) 명백히 허위인지 여부, 2) 공공의 이익 또는 공적 관심사와 관련되어 있는지 여부, 3) 알권리와 이익형량에 대한 판단 등은 크게 이론이 있을 수 없는 해석들이다. 다만, 이 사건 연관검색어와 관련하여서는 심의결정의 근거와는 별개로 이 사건 심의 요청에는 향후 (1) 자동화된 결정과정, 알고리즘 투명성에 대한 이슈, (2) 잊힐 권리와 관련된 이슈가 향후 지속적인 논쟁적 이슈가 될 것이라고 예상할 수 있어 이에 대하여만 간단히 언급하기로 한다.

가. 자동화된 결정과정과 최근의 이슈들

며칠 전 “네이버가 정부 당국이 요청할 경우 실시간 급상승 검색어 순위에서 특정 검색어를 삭제·제외 할 수 있는 회사 차원의 지침을 갖고 있다”라는 보도가 있었다.¹⁾ 이 보도는, 단순히 회사 차원의 지침의 문제로 한정 짓기 어려운 측면이 있다. 오늘날 “자동화되어 결정되는 의사결정”이 프라이버시와 표현의 자유와 관련하여 개인의 인격권을 침해하는 등의 문제가 빈번하게 발생하여 왔음에도, 그 기준이 되는 알고리즘의 로직에 대하여는 기업 기밀이라는 이유로 쉽게 접근하기 어려웠기 때문에 검색서비스 사업자들에게 대한 신뢰가 여러 차례 문제 제기되어 온 것과 같은 맥락이라고 해석될 수 있다. 즉 이는 “투명하지 못한 절차, 과정”에 대한 이용자 신뢰의 문제로 충분히 정리되지 않는다면 향후 계속해서 문제될 것으로 예상된다. 유럽연

1) 연합뉴스(2016. 12. 25.). 네이버·다음 실시간 검색어 ‘정부요청시 삭제’ 조항확인. Available : <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/12/23/0200000000AKR20161223176200017.HTML>

합에서는 그간 개인정보보호 디렉티브(EU Data Protection Directive)에서 자동화된 처리절차에 대한 규제가 있었으며, 최근 제정된 GDPR(General Data Protection Regulation)에서도 디렉티브보다 좀 더 강화된 프로파일링 등 자동화된 의사결정과정의 투명성 및 이용자에 대한 설명에 대한 규제를 도입한 바 있다.²⁾

한편, 한국인터넷자율정책기구 정책규정 제 2조 제3호에 따르면 “회원이 이용자의 검색편의를 위해 제공하는 서비스의 일환으로 이용자들이 입력한 검색어 데이터베이스를 기술적으로 분석하여 특정 검색어를 입력한 이용에 바로 이어 입력될 확률이 높은 검색어를 화면에 자동으로 제시하는 기능에 의하여 제시되는 검색어”를 연관검색어로 정의하고 있다. 즉, 연관검색어 이슈 역시 바로 “(알고리즘에 의하여) 기술적으로 분석”하여 자동적으로 입력된 검색어와 연관되는 연계검색어를 제시한다는 것으로, 일반적인 자동화된 의사결정과정의 투명성 문제와 연계되는 이슈로 해석된다.

연관검색어 서비스는 한 공동체에서 다수의 시민들이 관심 있게 검색하는 이슈들을 공개하여 공론화를 촉진시킨다는 의미에서 표현의 자유를 촉진하는 민주주의에 보탬이 되는 서비스로 해석될 수도 있으나, 관련 알고리즘의 정책이 공개되지 아니한 불투명한 상황에서는 “비의도적인 차별성, 편향성, 편협성 등의 윤리적 정치사회적 문제”가 계속 발생할 수 있다는 점에서 그간 여러 가지 문제점도 지적된 바 있다.³⁾

따라서 이 사건 심의요청과정에서는 쟁점은 되지 않았으나, 연관검색어 정책 역시 자동화된 의사결정 과정에서 그 근거가 된 알고리즘 자체의 투명성 및 설명에 대한 규제 논의가 향후 구체화되어야 할 것으로 보인다.

나. 연관검색어와 잊힐 권리

피신청인 기업은 2016. 8.부터는 더 이상 유해 살균제 성분 메칠이소치아졸리논(MIT)이 검출되지 아니하는 샴푸, 바디클렌저 등을 제조하였음에도, 이후에도 계속 가습기와 연계되는 연관검색어에 노출되고 있는 바, 이는 잊힐 권리 등과 연계될 소지가 있다. (물론 이 사안에서는 유해 살균제 성분 메칠이소치아졸리논(MIT) 성분이 포함되어 있는 제품이 전부 수거되어 더 이상 판매되지 않음이 입증된 바 없어 연관검색어에 여전히 가습기 등이 노출됨은 전적으로 부적절해졌거나, 현재와 무관하거나 지나치다고는 볼 수 없어 잊힐 권리를 주장하기는 쉽지 않다고 해석된다.)

자동화된 검색결과에 있어서 잊힐 권리 이슈가 존재함을 본격적으로 지적한 것은 유럽 사법재판소의 “온라인상 잊힐 권리에 대한 판결”에서였다.⁴⁾ 이 판결에서 유럽사법재판소는 “처음에는 정확한 정보가 적법하게 처리되었다 하더라도 시간의 경과에 따라 정보의 수집 또는 처리 목적 및 경과된 시간에 비추어 부적절하고 무관하며 지나치게 될 경우 지침 제 6조(1)(c)에서부터 (e)⁵⁾에 위배될 수 있기 때문이다”라고 하여 과거에 적법한 사실인 정보라

2) 정보통신정책연구원(2016). 『EU의 알고리즘 규제 이슈와 정책적 시사점』
3) 정보통신정책연구원(2016). 『EU의 알고리즘 규제 이슈와 정책적 시사점』
4) Case C-131/12 Google Spain SL, Google Inc. v. AEPD, Mario Costeja González (ECJ 13 May 2014)
5) (c) 개인정보의 수집 및 재처리가 목적에 비추어 적절하고 관련 있으며 지나치지 않을 것
(d) 정확할 것 그리고 필요하다면 최신 정보로 갱신할 것. 정보 수집 또는 재처리의 목적에 비추어, 부정확하거나

하더라도 현재에는 부적절하거나 무관하며 지나치게 될 경우에는 이러한 사정이 반영되어야 함을 판단한 바 있다.

한편, 한국인터넷자율정책기구 정책규정 제13조의 예외적 삭제 규정을 검토하여 보면, 제13조 제1항 제1호에서 “연관검색어 등 해당 검색결과가 특정인을 식별할 수 있는 개인정보를 노출하는 경우”, 같은 조 같은 항 제5호에서 “개인이 권리침해 등을 이유로 연관검색어 등의 삭제를 요청한 경우로서, 연관검색어 등 자체가 그의 명예 또는 사생활 보호에 부정적인 영향을 미치는 의미를 띠고 있는데 그 연관검색어 등을 선택했을 때의 검색 결과는 전혀 존재하지 않거나 그러한 의미와 무관한 내용만 검색되는 경우”에는 연관검색어를 제외하거나 삭제하도록 되어 있어, 현재로서는 유럽연합 판결에서 규정한 잊힐 권리보다 더 광범위한 연관검색어 삭제권이 인정되는 것으로 해석된다.

3. 맺으며

이 심의 결정은 그 결론에 이르는 논리 과정 및 결론은 합리적이었다고 해석된다. 다만, 향후 이러한 자동화된 의사 형성 과정에서 알고리즘의 투명성 이슈, 잊힐 권리 등의 문제가 함께 문제시 될 수 있는 것으로 해석된다. 이 심의 결정이 이러한 해석에 중요한 고민을 제공했다는 측면에서, 향후 여러 가지 측면을 검토할 수 있는 사례가 될 수 있을 것으로 평가할 수 있을 것이다.KISO JOURNAL

<참고문헌>

연합뉴스(2016. 12. 25.). 네이버·다음 실시간 검색어 ‘정부요청시 삭제’ 조항확인. Available : <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/12/23/0200000000AKR20161223176200017.HTML>
정보통신정책연구원(2016). 『EU의 알고리즘 규제 이슈와 정책적 시사점』.
Case C-131/12 Google Spain SL, Google Inc. v. AEPD, Mario Costeja González (ECJ 13 May 2014)

불완전한 정보의 삭제, 정정을 보장하기 위한 모든 합리적인 조치가 취해져야 한다.

(e) 정보의 수집 또는 재처리 목적을 위해 필요한 기간 이상의 정보주체에 대한 신원확인 은 허용하지 않는 형식으로 유지될 것. 회원국은 역사적, 통계적, 또는 과학적 이용을 위하여 더 장기간 저장되는 개인정보에 대한 적절한 보호 장치를 규정해야 한다

<기획특집 ①> 검색엔진 알고리즘의 변천의 역사

박세용 / 어센트코리아 대표

<Keyword>

검색알고리즘, 랭크브레인, 펭귄, 판다

검색엔진은 그 기원을 인터넷의 출현보다도 훨씬 이전인 1세대 컴퓨터가 등장했던 1940년대 정보 추출(Information Retrieval)의 개념에서 찾아볼 수 있다. 꽤 오래전부터 우리들 곁에 있었다는 이야기인데 사실 거기까지 거슬러 올라가지 않더라도 1980년 이전에 이미 프리텍스트 인덱싱 기법, 정보의 관련성에 기반한 대용량 정보 검색 시스템, 다국어 검색 기법, 비정형 데이터에 대한 검색 기법 등 지금도 활용되는 다양한 검색 기법들이 이미 이 당시에 개발되어 있었다.

인터넷 혁명이 시작한 이후로 수많은 검색엔진의 출몰을 우리들은 지켜봐왔고 이제 해외는 구글, 그리고 국내는 네이버로 검색 시장이 정리되면서 우리들은 검색엔진 분야가 더 이상 역동적인 발전을 멈춘 것처럼 느끼는 것도 사실이다. 하지만 전문가들은 검색엔진 기술이 아직도 초기 단계에 있을 뿐이라고 말한다.

과연 검색엔진이 어디까지 발전할까? 그 미래의 모습에 대해 우리의 상상력을 자극해 줄 좋은 영화가 하나있다. 2015년 초 개봉된 엑스마키나라는 영화다. 전 세계 검색엔진의 95%를 점유한 블루복사의 회장이자 천재 개

발자인 네이든이 블루복의 유능한 개발자 갈렙(Caleb)을 개인연구소로 초대해서 개발을 마친 인공지능 로봇, 에바(Ava)의 심화튜링테스트에 참여시킨다. 이 영화는 이 과정에서 벌어지는 갈렙과 에바의 에피소드와 관계를 소재로 삼아 궁극적으로 인간을 인공지능에서 구분할 수 있게 하는 본질이 무엇인지를 우리들에게 묻고 있다. 2016년 2월에 열린 제88회 아카데미 시상식에서 시각효과 부분의 수상했을 정도로 아름다운 화면을 보여주는 매력적인 영화다(IMDB에서의 평가 7.7/10).

이 영화 속에서 하루는 네이든 회장이 갈렙에게 흥미로운 것을 보여준다면, 에바를 개발한 장소로 그를 안내한다. 거기서 에바의 두뇌(영화 속에서는 마인드라고 불리는데)에 적용된 젤리형태의 하드웨어를 보여주며 이것이 어떤 운영시스템으로 돌아가는지 맞춰보라며 갈렙에게 질문한다. 답을 못하자 네이든 회장은 에바의 운영시스템이 블루복(검색엔진)이라고 말해주며 네이든 회장은 이런 이야기를 들려준다.

“바로 여기에 검색엔진의 특이한 점이 있는데, 검색엔진의 출현은 아직 내연기관이 발명도 되지 않은 세상에서 원유를 찾은 것과 같아. 가공이 전혀 되지 않은 상태라서, 그것으로 무엇을 할 수 있을지를 아무도 몰랐던 거야. 검색엔진에서 나의 경쟁자들은 검색엔진을 쇼핑이나 소셜미디어와 연계해서 돈을 버는 데에만 매달렸어. 그들은 검색엔진이 사람들이 무엇을 생각하고 있는 지를 보여주는 지도라고 생각했던거지. 하지만 사실 검색엔진은 사람들이 어떻게 생각하는지를 보여주는 지도였다구.”

이 영화는 검색엔진의 발전이 어떤 질의에 대한 최적의 답을 찾기 위해 활용되는 수준에서 멈추지 않을 것을 암시해준다. 검색엔진은 AI와 결합하여 전 세계의 모든 컴퓨터와 그 안의 콘텐츠를 연계하여 인간이 입력한 요구에 대한 반응이 아니라 어쩌면 자발적으로 생각하고 판단하여 우리가 원할 것을 요구하기도 전에 미리 제공해주거나 관련된 정보가 아니라 요구받은 그 서비스 자체를 제공하는 어떤 것이 될 것이라는 예언을 하고 있는 것일지도 모른다. 한발 더 나아가다면 검색엔진이 AI와 결합하여 스스로 자의식을 가지게 될지도 모른다.

물론 현재의 검색엔진은 아직 엑스마키나 속의 에바의 모습이나 레벨은 아니다. 하지만 구글이 2015년에 실행한 검색엔진 알고리즘 업데이트를 보면 그런 날이 멀지 않을 것 같다는 예감을 갖게한다. 자신들의 검색 알고리즘에 본격적인 기계학습 인공지능이라 할 수 있는 “랭크브레인(Rankbrain)”업데이트를 추가

했기 때문이다.

검색엔진은 구글의 놀라운 투자와 노력을 통해 미래의 검색엔진을 향한 새로운 챕터에 들어서고 있는 것이다. 그리고 앞으로도 검색 알고리즘 업데이트란 방식으로 지속적으로 발전해 갈 것이다. 그래서 검색의 발전의 역사는 검색 알고리즘 변천의 역사라고 할 수 있다. 알고리즘이란 문제를 해결하기 위한 절차나 방법을 의미하는데, 크롤링, 인덱싱, 그리고 랭킹이라는 검색의 기본 기능 요소를 통해 정보를 찾는 이에게 그가 원하는 정보를 정확하고 빠르게 매칭해주기 위해 각 기능 요소별로 다양한 알고리즘을 채용해왔고 또한 이를 업데이트하면서 발전시켜왔다.

여기서 주목해야하는 것은 바로 알고리즘이란 것이 어떤 특정한 문제를 해결하려는 대응적 행위로 만들어지는 것이라는 점이다. 인터넷이 출현한 이후로 검색엔진이 보편화 되고 검색결과 페이지가 가지는 상업적 가치에 사람들이 눈을 뜨게 되면서 자연스럽게 증가하고 고도화되는 스팸밍 행위¹⁾가 검색엔진 알고리즘 발전의 원동력이 되어온 것이다.

검색엔진의 발전의 역사는 스팸밍 행위를 막아내기 위한 검색엔진 알고리즘 업데이트의 역사라고 할 수 있다. 스팸밍 행위와 싸움의 최전선에 서있는 검색엔진의 대표가 바로 구글이다. 이 싸움이 얼마나 치열한지는 구글의 알고리즘 업데이트의 기록을 보면 바로 알 수가 있다.

현재까지의 검색엔진 알고리즘의 발전을 필자는 크게 6단계로 구분하는데, 각 시기의 특징을 간략하게는 아래와 같이 정리할 수 있다.

1) 의도된 메시지의 노출을 강화하고자 검색 결과의 순위에 영향을 미치기 위해 검색엔진의 가이드라인을 위반하는 행위를 말함. 검색엔진의 가이드라인을 준수하는 범위에서 검색결과에 긍정적인 영향을 미치려는 노력을 검색엔진 최적화(Search Engine Optimization, SEO)함. 스팸밍 행위를 그래서 블랙햇SEO라고도 부름

(1) 정보검색의 시대(1945년-1988년)

인터넷 등장 이전까지의 정보 검색이라 불리던 때로서, 검색의 인덱싱 및 다양한 검색 기법과 관련한 알고리즘이 개발되던 시기.

(2) 웹검색의 탄생기(1989년-1996년)

웹의 탄생부터 구글의 등장 전까지의 시기로 이 시기에 비교적 작은 단위이지만 웹검색의 기본요소인 크롤링과 인덱싱 그리고 랭킹의 기본 알고리즘이 개발되던 시기

(3) 웹검색 성장기(1997년-2001년)

검색엔진이 사업적으로 큰 의미를 가지기 시작했으며 초기 단계의 다양한 스팸밍 행위가 나타나던 시기로 검색 알고리즘을 통해 스팸밍 행위에 대응을 시작

(4) 웹검색의 성숙기(2002년-2010년)

가이드라인을 제시하며 콘텐츠 제공자들과 검색결과를 개선하기 위한 노력을 강화하면서 한편으로 급속히 늘어나는 다양한 스팸밍 행위에 대응하는 알고리즘을 개발과 업데이트가 본격적으로 진행된 시기. 이 시기에 스팸밍 행위에 대한 대응 노하우가 빠른 속도로 쌓임.

(5) 모바일 검색 성장기(2011년-2014년)

스팸밍 행위에 대한 이해와 전반적인 패턴 분석이 마무리되면서 일상적인 알고리즘 업데이트를 통해 스팸밍 행위를 상시 알고리즘 업데이트를 통해 애자일하게 대응하는 체계로 바뀜. 한편 모바일 검색의 급속한 보급으로 모바일 환경에 최적화된 콘텐츠의 노출을 촉진하는 알고리즘이 강화됨.

(6) 인공지능 도입기(2015년-이후)

기존에 검색되었던 적이 없었던 쿼리나 모호성이 강한 쿼리 등에 대해 보다 양질의 검색결과를 낼 수 있도록 인덱싱과 랭킹에 기계학습 인공지능을 도입한 시기. 앞으로의 검색알고리즘의 업데이트는 그 양과 질에서 기존의 업데이트를 크게 넘어설 것임.

웹콘텐츠를 생산하는 쪽에서 바라본다면 2011년 이후 모바일 검색의 성장기에 있었던 검색 알고리즘의 업데이트, 특히 스팸밍 행위에 대한 제제를 담은 업데이트인 판다와 펭귄 업데이트와 모바일 검색과 연관이 깊은 피존과 허밍버드 업데이트가 중요하다. 그리고 2015년에 있었던 랭크브레인 업데이트는 그 전에 있었던 허밍버드 업데이트에 부속된

업데이트나 인공지능을 가미한 첫 번째 업데이트라는 점에서 앞으로 다가올 검색엔진 알고리즘의 변화에서 가장 중요한 의미를 갖는 업데이트라고 할 수 있다.

위에서 언급한 것처럼 검색엔진은 인공지능과 만나면서 빠른 속도로 발전해가고 있다. 이런 검색알고리즘의 발전이 비단 구글만이 아니라, 마이크로소프트의 Bing(Bing), 그리고 중

국의 바이두(Baidu)와 360, 러시아의 안덱스(Yandex) 등에서 빠르게 일어나고 있다. 하지만 한편으로 국내의 상황을 바라보면, 한때 많은 국민들이 좋아했던 네이버의 통합검색이 시대의 발전에 발맞춰 성장하지 못해 고객의 신뢰와 시장을 잃어가고 있는 모습에 답답함을 느끼게 된다. 아래에 정리한 표를 보면 누구나 느낄 수 있겠지만 검색알고리즘의 발전은 결코 단시간에 이를 수 있는 일이 아니다. 해당 검색엔진의 환경적인 요소와 같

이 변해가며 발전해야하기 때문이다. 그러나 검색알고리즘의 전체 발전 단계에서 현재 우리가 성취한 레벨은 아직 초기 단계이다. 따라서 늦었다고 생각하지 말고 이제부터라도 국내 검색엔진 기술을 가진 업체들이 이 분야에서 꾸준히 노력을 기울여야한다는 주장을 하며 더욱 자세한 검색엔진 알고리즘의 변천의 역사에 대해서는 아래의 표로 같음하고자 한다. KISO JOURNAL

■ 정보검색의 시대(1945년에서 인터넷 등장 이전까지)

1945년	"정보검색(IR, Information Retrieval!)"이란 단어가 바너바 부쉬(Vannervar Bush)의 논문에서 처음 사용. 이후 1950년대 초반 1세대 컴퓨터가 등장한 시기에 미국에서 빈번히 사용됨
1949년	워렌 위버(Warren Weaver), 앤드류 부스(Andrew D.Booth)에 의해 정보검색과 기계 번역에 대한 아이디어가 제시됨. 이 이론들은 1960년대에 이르러 시스템화 됨
1960년대	Free-text indexing 기법이 보편화됨
1966년	시릴 클레버돈(Cyril Cleverdon)에 의해 재현율, 정황율 기준이 확립됨
1968년	제라드 살튼(Gerard Salton)이 다국어 검색 기법을 제시함. 관련성 피드백(Relevance feedback)등의 새로운 검색 기법 및 BRS라는 대용량 정보검색 시스템이 구현됨
1970년대	전자문서의 시대로 검색시스템의 상용화가 이뤄짐. Dialog, Orbit, BRS등. 64개국 26,000개의 도서관을 묶은 세계 최대 규모의 도서관 네트워크 OCLC의 등장도 이 시기임. 이 시기에 데이터베이스 시스템이 등장하고 계층모델과 네트워크 모델을 기반으로 향후 관계형과 개체형 등으로 발전을 거듭. 데이터베이스는 데이터 관점에서 관리중심, 즉 결정구조를 중시한 SQL-MIS로 발전. 검색엔진은 정보관점에서 검색중심 즉 비정형 구조의 정보와 자유 검색 등을 발전시키는 방향으로 발전
1980년대	관련 하드웨어 가격이 내려가고 원문 검색에 대한 사용자의 요구가 점점 증대. 이에 맞춰 본격적인 전문 검색엔진이 등장

■ 웹검색의 탄생기(1989년에서 1996년까지, 구글 등장 이전까지)

<p>1989년</p>	<p>팀버너스리에 의해 월드와이드웹 제안. 팀버너스리가 직접 월드와이드웹의 프로토콜인 http, 마크업 랭귀지인 html, 웹브라우저이자 에디터인 Worldwideweb, 최초의 웹서버 소프트웨어인 CERN httpd, 최초의 웹서버이자 최초의 웹페이지인 http://info.cern.ch를 발표(이 때 팀버너스리가 개발한 서버나 소프트웨어들은 스티브잡스가 애플에서 쫓겨나고 설립한 NeXT사의 워크스테이션에서만 돌아갔다고 함)</p>
<p>1990년</p>	<p>웹서비스 리스트가 늘어나는 웹서버들에 의해 부족하게 되자 맥길 대학(McGill University)에 재학 중이던 앨런 엠티지(Alan Emtage)가 최초의 인터넷 기반의 검색엔진이라 불리는 Archie를 개발해서 FTP(File Transfer Protocol)서버를 검색할 수 있게 해줌</p>
<p>1993년</p>	<p>모자이크(Mosaic) 브라우저 론칭. 몇 달 후에 MIT의 매튜 그레이(Matthew Gray)가 개발한 월드와이드웹 원더러(Wide Web Wanderer) 론칭, 당시 웹서버의 수가 130개에 이룸. 그리고 고퍼(Gopher) 서버에 올려진 자료를 검색하는 검색엔진으로 '베로니카(Veronica; Very Easy Rodent Oriented Net-Wide Index to Computerized Archives)'가 등장</p>
<p>1994년</p>	<p>스탠포드 대학원(Stanford University)생이었던 제리 양(Jery Yang)과 데이비드 파일로(David Filo)가 디렉토리형 야후의 원형인 "Jerry and Daivd's Guide to the World Wide Web"를 시작. 카네기멜론대학의 마이클 몰딘이 개발한 Lycos, 웹크롤러(www.webcrawler.com)초기 웹 검색엔진 시작. 당시의 웹서버가 2738개에 이룸</p>
<p>1995년</p>	<p>한글과 컴퓨터가 심마니를 론칭. 이 때 코시크(www.kor-seeek.com)라는 한글 검색엔진 도 등장. 구글의 창업자 래리 페이지(Larry Page)와 세르게이 브린(Sergey Brin)이 스탠포드 대학에서 만남</p>
<p>1996년</p>	<p>디지털이퀴프먼트사에서 운영했던 알타비스타 등장(DEC가 개발한 64비트 알파칩), 김성훈씨가 개발한 카치네(www.kachi.com), 와카노(www.wakano.com), 미스다 찰니(www.mochanni.com)등 다양한 검색엔진들이 국내에 소개됨. 래리 페이지와 세그레이 브린이 구글의 원형이 되는 BackRub이라는 검색엔진의 공동 개발에 착수</p>

■ 웹검색의 성장기(1997년부터 2001년까지, 구글 등장 이후)

1997년	세르게이 브린과 래리 페이지가 'Google.com'의 도메인을 등록. 아이디어랩의 빌 그로스가 Goto.com(이후 오버쳐로 이름변경)이란 이름의 검색광고 회사 설립. 당시 웹사이트가 10만개를 넘어섬
1998년	웹검색 서비스 구글 공개, 12월 'PC Magazine'에서 Top 100웹사이트 선정에서 검색엔진으로 선정되면서 구글을 '매우 관련성 높은 검색 결과를 표시하는 놀라운 재주'를 가진 회사로 소개됨
1999년	한국 최적의 자연어검색 엠파스 등장, Goto.com 상장(이후 야후, 올더웹, 알타비스타, MSN, AOL, 라이코스 등과 검색 광고 계약을 체결)
2000년	구글은 한국어, 일본어, 중국어 등 15개 언어로 확장, 350개의 광고주를 모아서 구글 애드워즈 개시(CPC 방식이 아님), 12월 구글 툴바(google Toolbar) 출시
2001년	구글이 13억페이지를 인덱스. Goto.com이 오버추어로 이름 변경

■ 웹검색의 성숙기(2002년부터 2010년까지, 검색 알고리즘의 발전과 스팸전쟁의 시작)

2002년	구글 애드워즈가 Pay per click 방식을 도입. 페이지랭크 업데이트
2003년	<ul style="list-style-type: none"> - 보스톤(Boston, 2003.02) : 알고리즘과 인덱스 리프레쉬를 월단위로 수행(SES Boston 컨퍼런스에서 발표) - 카산드라(Cassandra, 2003.04) : 링크 퀄리티 이슈, 즉 동일 오너가 보유한 도메인으로부터의 다량의 링크 문제와 히든 텍스트와 링크에 대한 보완 알고리즘 - 도미닉(Dominic, 2003.05) : 구글 크롤링 로봇 로직과 백링크 인식과 관련한 업데이트 - 에스메랄다(Esmeralda, 2003.06) : 구글 덴스라 불리던 월단위의 인덱스 재조정이 "Everflux"란 이름으로 변경되면서 구글의 주요 기초 구조에 큰 변화가 있었음 - 프리츠(Fritz, 2003.07) : 월단위 인덱스 재조정이 종료되고 상시 지속적인 업데이트 방식으로 변경되면서 인덱스가 일단위로 바뀜 - 서플리멘탈 인덱스(Supplemental Index, 2003.09) : 더 많은 웹 도큐먼트를 인덱스하면서도 퍼포먼스상의 희생이 없도록 일부 결과를 Supplemental Index로 나눠 처리 - 플로리다(Florida, 2003.11) : 키워드 스테핑 등의 이전 시대(90년대)의 SEO 기법 등에 대한 패널티 성격의 업데이트 - 오픈텍스트, 알타비스타, 잉크토미, 구글 등 타사의 검색엔진을 이용하던 수작업을 통해 생성되는 디렉토리 서비스의 대표주자 야후가 키워드 광고 업체인 오버추어(Overture)인수 후 자체 검색엔진 개발 시작

<p>2004년</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 오스틴(Austin, 2004.01) : 보이지 않는 텍스트나 메타 태그 스텀핑 등의 기법을 쓰지만, 플로리다 업데이트에서 제거하지 못했던 웹페이지들에 대한 처리. Hilltop이란 알고리즘을 통해서 페이지 연관성을 좀더 중요하게 고려하기 시작 - 브랜디(Brandy, 2004.02) : 대규모의 인덱스 확장, 동의어 등을 파악하거나 검색 의도를 이해하게하는 LSI(Latent Semantic Indexing)기법의 도입, 앵커 텍스트의 연관성에 보다 주목하는 알고리즘 - 8월에 구글 IPO
<p>2005년</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 노팔로우(Nofollow, 2005.01) : 아웃바운드 링크를 통해 랭크에 영향을 주려는 시도를 차단하기 위해서, 야후, 마이크로소프트와 함께 구글이 발표. - 알레그라(Allegra, 2005.02) : 의심스러웠던 링크들에 대한 패널티 시행 및 LSI 변화 등이 있었던 것으로 보이나 명확하지는 않음. - 버번(Bourbon, 2005.05) : 중복 콘텐츠와 캐노니컬(www vs non-www)에 대한 업데이트. - 개인화 서치(Personalized Search,2005.06) : 서치 히스토리를 기반으로 한 개인화 로직의 반영. - XML Sitemaps(2005.06) : 웹마스터 툴에 XML형식의 사이트맵을 업로드함으로써 크롤링과 인덱싱의 효율을 제고 - 재규어(Jagger, 2005.10) : 저품질의 링크, 특히 상호 링크나 링크 팜 그리고 유로 링크에 대한 제재를 위한 업데이트. - 구글 로컬/맵(Google Local/Maps, 2005.10) : 2005년 3월에 오픈한 구글 로컬 비즈니스 센터(LBC)에 구글 맵 데이터를 통합하는 업데이트 - 빅대디(Big Daddy, 2005.12) : URL캐노니컬의 처리와 리다이렉트 등 몇 가지 테크니컬 이슈 등을 처리하기 위한 업데이트로서 인프라스트럭처에 대한 업데이트인 관계로 이후 수개월에 걸쳐 진행됨
<p>2006년</p>	<p>서플리멘탈 업데이트(Supplemental Update, 2006.11) : 서플리멘탈 인덱스에 변경을 준 업데이트로 필터링 된 웹 페이지들의 처리에 관한 업데이트임. 구글은 패널티는 아니라고 주장함.</p>
<p>2007년</p>	<p>유니버설 서치(Universal Search, 2007.5) : 전형적인 알고리즘 업데이트는 아니지만, 구글이 기존의 웹서치 결과에 뉴스, 비디오, 이미지, 로컬 검색 결과를 통합하면서 기존 웹검색 검색결과 페이지의 기본 포맷에 큰 변화.</p>
<p>2008년</p>	<p>구글 서제스트(Google Suggest, 2008.08) : 검색어 입력창에 단어를 입력하는 순간 관련된 검색어를 드롭박스 형식으로 보여주는 서제스트 기능 개시. 향후 입력중인 구글 검색어에 맞춰 검색 결과가 바뀌는 구글 인스턴트의 초석이 됨</p>

<p>2009년</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 캐노니컬 태그(Rel-canonical tag, 2009.02) : 마이크로소프트, 야후와 함께 구글이 캐노니컬 태그를 지원하기로 발표. 이를 통해서 방문자들에게는 영향을 주지 않으면서 검색 로봇에게 URL 정규화에 대한 신호를 줄 수 있게 됨. - 빈스(Vince, 2009.02) : 빅 브랜드들의 브랜드 관련 키워드의 검색 결과에서 이들 브랜드의 정보가 명확히 검색결과가 나오게 한 업데이트로서 광고주들의 입장에서는 중장기적으로 큰 임팩트가 있었던 업데이트. - 카페인 프리뷰(Caffeine, 2009.08) : 크롤링의 속도를 높이고 인덱스 확장 그리고 인덱싱과 랭킹에의 반영을 실시간으로 처리할 수 있는 인프라스트럭처 레벨의 업데이트인 카페인의 프리뷰 성격의 업데이트. 카페인 업데이트의 최종 개시는 북미의 경우 2010년 초부터 여름까지 지속됨. - 리얼타임서치(Real-time Search, 2009.12) : 트위터 피드, 구글 뉴스, 새롭게 인덱스 된 콘텐츠 그리고 다른 많은 정보원들을 특정 영역의 키워드 검색결과 페이지에 통합.
<p>2010년</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 메이데이(May Day, 2010.05) : 롱테일 트래픽에 영향을 준 업데이트로서 저품질 콘텐츠(Thin Contents)를 가진 큰 스케일의 웹사이트에 상당한 트래픽 저하를 가져다 준 업데이트로 향후 판다 업데이트의 출현을 암시하는 듯한 업데이트 - 카페인(Caffeine Rollout) : 구글의 검색 속도를 높임과 동시에 크롤링과 인덱싱을 훨씬 강하게 연계시킴으로서 인덱스 된 내용이 50% 이상 신선해진 결과를 가져온 업데이트 - 브랜드 업데이트(Brand Update, 2010.08) : 검색 결과에 동일한 도메인으로부터의 검색결과를 한두 개 이상 보여주지 않던 다양성률이 브랜드 키워드와 관련해서는 조정이 되어 명확하게 특정 브랜드와 관련한 정보를 찾는 의도의 키워드의 경우 그 검색 결과에 특정 도메인으로부터의 결과를 다수 보여주도록 조정된 업데이트 - 구글 인스턴트(Google Instant, 2010.09) : 검색어가 입력 중인 상태에서 바로 검색결과가 보여질 수 있도록 한 업데이트. - 인스턴트 프리뷰(Instant Preview, 2010.11) : 검색결과에서 랜딩페이지의 프리뷰를 바로 볼 수 있게 한 업데이트 - 소셜 시그널(Social Signals, 2010.12) : 트위터와 페이스북의 데이터를 포함해서 랭킹에 반영할 수 있도록 소셜 시그널을 이용하도록 한 업데이트.

■ **모바일 검색의 성장기 - 상시화된 스팸 대응 업데이트와 모바일에 대한 대응의 시기**

2011년	판다(Panda, 2011.04) : 저품질 콘텐츠에 대한 패널티 알고리즘을 담은 업데이트로서 대량의 콘텐츠 팜과 높은 바운스율 등을 가진 낮은 품질의 콘텐츠 등에 대한 패널티 로직을 강화
2012년	<ul style="list-style-type: none"> - 일곱 개 결과의 검색결과 페이지(7-Result SERPs, 2012.08) : 10개의 검색결과가 보여지는 것이 아니라 7개의 검색결과만 검색결과 페이지에 보여지도록 한 업데이트로 전체 검색어가 아닌 약 18%의 키워드에서 이런 현상이 나타나는 것으로 확인됨. - 펭귄(Penguin, 2012.04) : 판다와 함께 패널티 관련 업데이트로 가장 유명한 알고리즘인 펭귄은 키워드 스테핑을 포함한 다양한 스팸 요소들에 대한 패널티 로직을 고도화. 특히 낮은 품질의 링크나 검색엔진최적화를 지나치게 고려한 것으로 보이는 부자연스러운 앵커텍스트 분포를 가진 콘텐츠에 대한 처리 등의 로직 강화됨.
2013년	<ul style="list-style-type: none"> - 허밍버드(Hummingbird, 2013.08) : 대화 서술형의 자연어 검색알고리즘을 지원하는 시멘틱 서치와 날리지 그래프 그리고 모바일 음성 검색 등에 대한 강화를 위한 코어 알고리즘 업데이트. 특히 모바일 음성검색 - 페이데이 론(Payday Loan, 2013.11) : 특별하게 스팸이 심한 “단기 사채”와 “포르노” 등의 검색 결과에 대응하기 위한 업데이트.
2014년	피죤(Pigeon, 2014.07) : 검색결과와 로컬 디렉토리 알고리즘, 그리고 날리지그래프와의 연계도 강화하는 업데이트. 검색자의 위치까지를 고려하기 시작

■ **인공지능 도입기 - 검색알고리즘과 기계학습 인공지능의 만남**

2015년	랭크브레인(Rankbrain, 2015.10) : 콘텐츠의 맥락을 이해하기 위해 기계학습이 사용되었으며, 2013년에 발표된 허밍버드의 신규 구성요소로서 발표된 업데이트임. 이 업데이트를 통해 구글은 모호한 쿼리와 처음 본 쿼리에 대해서도 만족스러운 검색결과를 제공할 수 있는 가능성이 높아졌으며, 랭킹에 큰 영향을 미치는 콘텐츠 내부 요소와 링크 등에 의한 외부 요소에 이어 세 번째로 큰 영향을 미치는 요소로 자리 잡게 될 것으로 예상됨.
--------------	---

<기획특집 ②> 검색 알고리즘과 권리침해 : 연관검색어-자동완성검색어 서비스의 명과 암

김익현 / 지디넷코리아 미디어연구소장

<Keyword>

연관검색어, 자동검색어서비스, 알고리즘, 구글, 네이버, 검색중립성

1. 들어가는 글

인터넷 시대가 되면서 ‘검색’이 중요한 정보 습득 수단이 됐다. 검색으로 출발했던 구글은 이제 세계 최고 기업 반열에 올라섰다. “검색되지 않는 정보는 존재하지 않는 정보다”는 말이 유행할 정도로 검색의 영향은 절대적이다. 그러다보니 최근엔 검색 결과를 표현의 자유로 볼 수 있을지 여부를 놓고도 공방이 벌어지고 있다. 검색 업체들이 어떤 결과를 표출하느냐에 따라 여론에 미치는 영향이 엄청나기 때문이다.

검색결과를 둘러싼 공방은 미국에서도 적지 않게 제기됐다. 특히 수정헌법 1조에 규정된 ‘표현의 자유’에 해당되느냐는 부분을 놓고 열띤 공방을 벌이고 있다. 일부 학자들은 표현의 자유이기 때문에 강력한 보호를 받아야 한다고 주장하는 반면, ‘단순 전달’에 불과하기 때문에 수정헌법 1조의 적용을 받기 힘

들다는 반론을 펴는 학자도 적지 않다.¹⁾ 따라서 법적인 공방은 여전히 진행 중인 이슈다.

이런 법적 공방에도 불구하고 강력한 검색이 갖는 부작용도 만만치 않다. 2016년 11월에 끝난 미국 대통령 선거 당시 구글 검색은 페이스북과 함께 ‘가짜 뉴스(fake news)’ 확산 도구 역할을 했다는 비판에 휘말렸다. 특히 구글은 검색 상위권에 가짜뉴스를 표출하면서 잘못된 여론을 확산했다는 지적을 받았다.

이처럼 검색 결과는 때론 사생활 침해 같은 부작용을 초래할 가능성도 배제할 수 없다. 이 글에선 특히 요즘 논란이 되고 있는 연관검색어와 자동완성검색어 서비스에 대해 다룬다. 연관검색어는 주로 국내 포털들이 제공하는 서비스이며, 자동완성검색어는 구글 검색에서 특히 논란이 되고 있다.

1) 박아란·오세욱, 검색 알고리즘과 인격권 침해, 『미디어와 인격권 침해』, 제2권 1호, 3~62.

2. 연관검색어-자동완성검색어의 빛과 그늘

가. 맥락적 정보 제공

연관검색과 자동완성검색 서비스는 장점도 적지 않다. 특히 검색한 사안들과 관련이 있는 검색어를 함께 제시해주는 연관검색 서비스는 풍부한 정보습득이란 관점에서 크게 도움이 된다.

자동완성검색 서비스도 마찬가지다. 경험상 구글의 자동완성검색어는 크게 두 가지 장점이 있는 것으로 판단된다. 가장 큰 장점은 ‘자동완성’ 덕분에 검색어 입력이 한결 수월하다는 점이다. 또 다른 장점은 ‘맥락적 정보 습득’이 가능하다는 점이다. 어떤 검색어를 입력할 경우 가장 많이 검색된 관련 정보들을 보여줄 경우 서비스 이용자들이 실제로 정보를 찾는 데 큰 도움이 될 뿐 아니라 정보의 맥락을 잘 파악할 수 있다.

해당 업체 입장에서도 연관검색어나 자동 검색어 서비스는 유용한 측면이 많다. 무엇보다 자사 서비스를 이용하는 유인이 될 수가 있기 때문이다. 게다가 이런 서비스는 아마존 같은 전자상거래 업체들에게 흔히 접할 수 있는 일종의 추천 서비스로 볼 여지도 있다.

따라서 연관검색어나 자동완성검색어 같은 서비스를 일방적으로 매도할 수는 없다. 이용자 편의성 제고나 자사 서비스 활성화 측면에서 도움이 되는 부분도 분명히 있기 때문이다. 그럼에도 불구하고 두 서비스에 대한 논란이 끊이지 않는 건 부작용이 만만치 않기 때문이다. 지나치게 친절한 ‘과잉맥락화’ 때문에 사생활 침해나 명예훼손 사례가 빈발하고 있다.

나. 검색과 과잉맥락화의 부작용

몇 년 전 실제 경험한 일이다. 편집국으로 전화가 한 통 걸려 왔다. 모 업체 홍보 담당 자라면서 몇 년 전 기사에 게재된 대표 사진을 좀 삭제해줄 수 있냐고 부탁했다. 그 회사 대표가 우수 기업인으로 선정돼 상을 받은 기사였다. 몇 년 지난 기사이기도 했거니와, 사진이 빠지면 기사 자체가 성립이 안 됐다. 그래서 “좋은 얘기인데 왜 그러시냐?”고 질문했다. 그랬더니 “그냥 본인이 사진을 빼주길 원한다”는 말만 되풀이했다.

조금 이상해서 포털에서 해당 기사를 검색해봤다. 그랬더니 바로 그 분이 우수 기업인상을 받은 지 1년 뒤에 비리 혐의로 구설수에 오른 기사가 함께 검색됐다. 그런데 두 개 기사가 나란히 검색되면서 본의 아니게 그분의 얼굴이 공개됐다. 왜 그토록 예전 기사에서 사진을 빼길 원했는지 짐작할 수 있었다.

위 사례는 물론 연관검색어로 생긴 문제는 아니다. 시간적으로 거리가 있는 두 사건을 동시에 찾아주면서 본의 아니게 ‘맥락화’하면서 생긴 문제였다. 이런 부작용을 ‘과잉맥락화 오류’라고 지칭하면 어떨까?

연관검색어로 주제를 좁힐 경우엔 이런 부작용이 더 심각하게 발생한다. 역시 실제 사례를 통해 그 부작용을 찾아볼 수 있다. 몇 년 전 A가수가 여자 문제로 구설수에 오르면서 그 가수의 아버지이자 1970년대에 데뷔했던 B가수의 과거가 새롭게 이슈가 된 적 있다.

사정은 이랬다. A가수가 사귀던 여성과 헤어지면서 소송 공방까지 이어졌다. 이 사건이 널리 보도되면서 포털에선 아버지인 B가수 이름이 연관검색어로 표출됐다. 그러면서 자연스럽게 B가수가 신인시절이던 1970년대 간

통사건에 휘말린 사실이 새롭게 뉴스거리로 떠올랐다. B가수 입장에선 포털의 과잉맥락화 때문에 ‘잊힐 권리’ 조차 제대로 보장받지 못하면서 아픈 과거가 다시 조명되는 피해를 입은 셈이다.

이처럼 연관검색어를 중심으로 한 과잉맥락화는 명예훼손을 비롯한 다양한 부작용을 초래할 수 있다. 경우에 따라선 가수 B 사례 처럼 시간 속에 묻혔던 사건이 만천하에 공개되면서 2차 피해로 이어질 수도 있다. 서비스를 제공하는 곳에선 그냥 검색한대로 표출해줬다고 항변할 수도 있겠지만, 당하는 입장에선 이런 과잉맥락화는 편집행위나 마찬가지로 받아들여질 수 있다. 새로운 맥락을 부여하면서 의도하지 않았던 의미를 덧붙이기 때문이다.

다. 오만과 편견, 그리고 자동완성 검색어 서비스

구글은 최근 자동완성검색어(search autocomplete) 중 일부를 수정했다. 구글에 ‘유태인은(are Jews)’이라고 입력할 때 뜨는 자동완성검색어 중 ‘사악하다(evil)’를 제거하기로 했다고 밝혔다.²⁾ 구글은 자동완성 검색어 서비스는 웹 전체에서 유통되는 다양한 콘텐츠를 종합한 결과라는 입장이다. 이번 사례는 그 중 명예훼손을 비롯한 다양한 문제를 야기할 가능성이 있다는 판단에 따라 긴급 수정한 것이다.

하지만 전문가들은 자동완성검색 서비스 문제가 생각보다는 심각하다고 주장하고 있다. 이번에 구글이 알고리즘 수정을 하면서 관심을 끈 ‘유태인은(are Jews)’이란 검색어 역

시도 검색 상위권에 네오나치 사이트를 비롯한 문제 많은 콘텐츠들이 상당 부분 노출되고 있다는 주장도 만만치 않다. 구글은 이용 순위에 따라 링크해준다고 강변하고 있지만, 실제론 여론 왜곡 가능성도 적지 않아 보이기 때문이다.

지식을 습득하는 절대 경로나 다름없는 검색이 이런 편향된 추천을 할 경우 어떤 문제가 생길까? 서치엔진랜드(SearchEngineLand.com) 창업자로 유명한 대니 설리번이 이 문제에 대해 잘 지적하고 있다. 가디언에 따르면 대니 설리번은 유태인 관련 자동완성검색 결과에 대해 “도서관에서 사서에게 유태인에 대한 책을 추천해달라고 했는데, 온통 미움과 증오와 관련된 책을 추천해주는 격이다”³⁾고 꼬집었다.

웹상에서 많은 사람들이 주고받는 방대한 정보량을 토대로 자동완성검색어를 선정한다는 구글의 설명과 달리 이 서비스는 자칫하면 잘못된 편견을 심어줄 가능성이 적지 않다는 비판이 힘을 얻고 있다. ‘유태인’ 관련 자동 검색어 사례는 이런 모순이 적나라하게 드러난 것으로 볼 수 있다.

3. 나가는 글

아날로그 시대에는 정보를 가진 자가 세상을 지배했다. 하지만 인터넷과 디지털 혁명이 본격화되면서 권력의 추가 ‘정보를 찾아주는 자’에게 넘어갔다. 검색 서비스가 인터넷 뿐 아니라 모바일 시대의 필수 경로로 떠오른 것도 이런 배경과 무관하지 않다. 망중립성에

2) available: <https://www.theguardian.com/technology/2016/dec/05/google-alters-search-autocomplete-remove-are-jews-evil-suggestion>
3) available: <https://www.theguardian.com/technology/2016/dec/04/google-democracy-truth-internet-search-facebook>

이어 검색중립성이 관심을 모은 것 역시 마찬가지 배경 때문이다.

그런 배경에서 연관검색어와 자동검색어 서비스 살펴봤다. 앞에서 서술한 것처럼 두 서비스는 과잉맥락화로 인한 부작용이 만만치 않은 것으로 판단된다. 그 과정에서 명예훼손이나 사생활 침해, 혹은 ‘잊힐 권리’ 침해 같은 새로운 문제가 제기되고 있다. 과연 이런 문제를 어떤 관점에서 봐야 할까? 그리고 이 문제를 어떻게 풀어야 할까?

개인적으론 연관검색어나 자동완성검색어 같은 서비스는 편집 행위에 버금가는 영향을 미친다고 생각하는 편이다. 게다가 연관검색 서비스 같은 경우는 최근 조금씩 관심이 커지고 있는 ‘잊힐 권리’와 정면 배치되는 측면도 있다. 앞에서 소개한 가수 B씨 사례가 대표적이다. 예전 같으면 기억 속에서 사라졌을 사건이 ‘연관검색어’ 서비스 때문에 새롭게 조명되면서 2차 피해를 입었기 때문이다.

그렇다고 해서 검색 서비스업체들에게 언론기관에 준하는 책임을 물리는 것은 과잉규제 우려가 있어 보인다. 따라서 이 문제는 일단 서비스 제공업체 차원의 자율적인 해법 마련이 우선되어야 할 것이다. 이와 함께 이런 문제가 제기될 때마다 단골 논란거리인 검색 알고리즘 공개 문제에 대해서도 진지하게 생각할 필요가 있어 보인다. 알고리즘을 구성하는 기본적인 원칙을 공개하는 한편 알고리즘 구성 요소의 타당성과 공정성에 대해서도 사회적인 검토를 받는 방법을 고려할 필요가 있다는 지적⁴⁾에 대해서도 진지하게 고민해볼 때가 된 것 같다.KISO JOURNAL

<참고문헌>

박아란·오세욱, 검색 알고리즘과 인격권 침해, 『미디어와 인격권 침해』, 제2권 1호. 3~62. Cadwalladr, C. (2016). Google, democracy and the truth about internet search, Guardian, 2016. 12. 4
Gibbs, S. (2016). Google alters search autocomplete to remove ‘are Jews evil’ suggestion, Guardian, 2016. 12. 6



4) 박아란·오세욱, 검색 알고리즘과 인격권 침해, 『미디어와 인격권 침해』, 제2권 1호. 3~62.

<청소년보호특집 ①> 온라인서비스제공자(OSP)의 ‘청소년 음란물 차단 책임’ 위한 심판 제청결정

박규홍 / 법무법인 세종 변호사

<Keyword>

아동·청소년이용음란물, 모니터링, 정보통신망 감시

1. 들어가며



초고속인터넷이 가정마다 보급되면서, 온라인상에서 음란물을 손쉽게 접할 수 있게 되었고, 이러한 경향은 스마트폰의 급속한 보급으로 콘텐츠 이용이 개인별 매체인 모바일 중심으로 옮겨가면서 한층 더 가속화되고 있다.

아직 판단력이 미숙한 아동·청소년을 보호하기 위한 여러 제도가 도입되고 있으나, 정보의 바다라 할 수 있는 인터넷 공간에서 음란

물은 모니터링하고, 이러한 유해콘텐츠로부터 청소년을 보호하는 것은 쉽지 않은 일이다.

우리 법제상 표현의 자유에 의한 보호가치가 없는 것으로 보고 있는 음란물은 그 자체로 불법정보로서 온라인상에서 유통이 금지된다〔정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률〕(이하 “정보통신망법”) 제44조의7}. 이와 달리 합법의 테두리 내에 있으나, 아동·청소년에게는 유해하므로 콘텐츠 제공을 제한하는 청소년유해매체물, 일명 19금 콘텐츠에 대한 제한적 제공의무가 있다(청소년보호법 제16조).

한편, 현행 정보통신망법에 따르더라도 정보통신망법 제44조의7) 정보통신망을 통한 음란정보유통 금지 및 형사처벌규정은 원래 구 전기통신기본법 제48조의2로 도입되었다가, 2001년 정보통신망법으로 규정이 이동한 이래, 몇 차례 개정을 거쳐 현재와 같이 규정되었으나, 음란물유통이 금지되고 위반시 형사처벌이 된다는 내용은 변한 적이 없다.

1) 정보통신망을 통한 음란정보유통 금지 및 형사처벌규정은 원래 구 전기통신기본법 제48조의2로 도입되었다가, 2001년 정보통신망법으로 규정이 이동한 이래, 몇 차례 개정을 거쳐 현재와 같이 규정되었으나, 음란물유통이 금지되고 위반시 형사처벌이 된다는 내용은 변한 적이 없다.

을 위반하여 정보통신망을 통하여 음란물을 유통시킨 자는 형사처벌을 받게 되는데, 인터넷 포털 사이트를 운영하는 자도 이러한 음란정보 유통에 협조를 하면 방조범으로 처벌을 받을 수 있다(대법원 2006. 4. 28. 선고 2003도4128 판결).

인터넷 포털의 영향력이 증대되면서 사회적 책무의 범위에 대하여는 여러 가지 논의가 있어 왔는데, 2012년 아동·청소년이 등장하는 콘텐츠, 즉 아동·청소년이용음란물에 대하여 온라인서비스제공자가 적극적으로 모니터링 할 의무를 부여하는 제도가 아래와 같이 법제화되었다(「아동·청소년의 성보호에 관한 법률」(이하 “청소년성보호법”) 제17조 제1항(이하 “본건 법률조항”)).

**청소년성보호법 제17조
(온라인서비스제공자의 의무)**

① 자신이 관리하는 정보통신망에서 아동·청소년이용음란물을 발견하기 위하여 대통령령으로 정하는 조치를 취하지 아니하거나 발견된 아동·청소년이용음란물을 즉시 삭제하고, 전송을 방지 또는 중단하는 기술적인 조치를 취하지 아니한 온라인서비스제공자는 3년 이하의 징역 또는 2천만원 이하의 벌금에 처한다. 다만, 온라인서비스제공자가 정보통신망에서 아동·청소년이용음란물을 발견하기 위하여 상당한 주의를 게을리하지 아니하였거나 발견된 아동·청소년이용음란물의 전송을 방지하거나 중단시키고자 하였으나 기술적으로 현저히 곤란한 경우에는 그러하지 아니하다.

**청소년성보호법 시행령 제3조
(아동·청소년이용음란물 발견을 위한 조치)**

① 법 제17조제1항 본문에서 "대통령령으로 정하는 조치"란 다음 각 호의 모든 조치를

말한다. 다만, 다른 법률에서 정한 조치를 함으로써 아동·청소년이용음란물을 발견할 수 있는 경우에는 다음 각 호에 해당하는 조치의 전부 또는 일부를 하지 아니할 수 있다.

1. 이용자가 아동·청소년이용음란물로 의심되는 온라인 자료를 발견하는 경우 온라인 서비스제공자에게 상시적으로 신고할 수 있도록 하는 조치
2. 온라인 자료의 특징 또는 명칭을 분석하여 기술적으로 아동·청소년이용음란물로 인식되는 자료를 찾아내도록 하는 조치

최근 법원은 포털을 운영하던 사람이 본건 법률조항에 규정된 모니터링 의무를 위반하였다는 이유로 기소된 사건에서, 본건 법률조항이 헌법에 위반된다는 취지로 위헌심판제청결정을 하였는바, 그 내용을 간략히 소개한다(수원지방법원 성남지원 2016. 8. 19.자 2015고단2430 결정).

2. 본건 위헌심판제청결정의 내용

가. 온라인서비스 이용자들의 통신의 비밀, 표현의 자유 및 온라인서비스 제공자의 직업수행의 자유 위반

1) 본건 법률조항에 의하여 제한되는 기본권 폐쇄형 SNS(Social Network Service)를 통한 이용자들의 의사소통이나 정보교류는 비공개된 통신에 해당하므로, 온라인서비스제공자가 아동·청소년이용음란물을 발견하기 위한 조치를 취하기 위하여 정보통신망을 감시하게 되면 필연적으로 위와 같은 온라인서비스를

이용하여 통신하는 이용자들의 통신의 비밀을 침해할 우려가 있다.

또한 음란물 자체는 헌법이 보장하는 표현의 자유의 한계를 벗어난 것으로 그 보호가치가 없으나, 온라인서비스제공자는 음란물을 발견하기 위한 조치를 취하는 과정에서 이용자들의 다른 표현물도 어떠한 형태로든 제한, 감시를 할 수밖에 없게 되므로, 본건 법률조항은 온라인서비스이용자들의 표현의 자유 역시 제한한다.

본건 법률조항은 정보의 매개자에 불과한 온라인서비스제공자에게 음란물을 유통하여 범죄를 저지르는 자를 모니터링하여 적발할 의무를 부과하고 있으므로 온라인서비스제공자의 영업의 자유까지 제한한다.

2) 입법목적의 정당성 : 인정됨

온라인을 이용한 아동·청소년이용음란물의 유통이 만연하고, 그로 인한 피해가 심각한 현실에 비추어 정보통신망을 통한 아동·청소년이용음란물 유통을 방지하려는 본건 법률조항의 입법목적이 정당함은 이론의 여지가 없다.

3) 수단의 적합성 : 없음

정보통신망을 통한 불법정보, 특히 저작권을 침해하는 정보의 유통을 막기 위하여 전기통신사업법은 특수한 유형의 온라인서비스제공자에 대하여 불법정보의 유통 방지를 위한 일정한 기술적 조치를 요구하는 규정을 두고 있다(전기통신사업법 제22조의3). 그러나 위 각 조항은 모든 온라인서비스제공자를 수범자로 하는 본건 법률조항과는 달리 그 적용대상이 한정되어 있고, 위반시 제재도 과태료에 불과하며, 온라인서비스제공자가 명확한 기술적 조치를 취하면 그 범위 외의 책임을

면하여 주는 규정을 두어(저작권법 제102조), 저작권보호를 위한 온라인서비스제공자들의 자발적인 조치를 유도하면서도, 혹시 발생할 수 있는 표현의 자유 등에 대한 침해를 방지하고 있다.

또한 아동·청소년이용음란물에 대하여 매우 엄격한 규제를 하고 있는 미국이나 일본, 유럽 등에서도 온라인서비스제공자가 아동·청소년이용음란물의 유통을 적극적으로 유도하거나 조장하지 않는 한 온라인서비스제공자의 자율규제에 맡기고 있는 것으로 보이고, 정보매개자에 불과한 온라인서비스제공자에게 아동·청소년이용음란물을 발견하기 위한 조치를 취할 것을 강제하는 입법례는 세계적으로도 찾아보기 힘들다.

4) 침해의 최소성 및 법익의 균형성 : 위반

통신의 비밀과 표현의 자유는 모두 민주주의의 근간이 되는 중요한 헌법적 가치이므로 그에 대한 제한은 극히 필요한 경우 최소한의 정도로 형식적 의미의 법률에 의하여 명확하게 이루어져야 한다.

본건 법률조항은 수범자인 ‘온라인서비스제공자’라는 개념이 지나치게 광범위하고, 제공되는 서비스가 매우 다양함에도 그 적용대상 및 범위에 아무런 제한이 없어, 수많은 온라인서비스제공자가 아동·청소년이용음란물을 발견하기 위한 조치라는 명목으로 정보통신망에 대한 광범위한 제한 및 감시를 허용하게 된다. 더욱이 ‘발견하기 위한 조치’의 내용이 법률에 그 대강조차도 규정되지 않고(심지어 ‘발견하기 위한 조치’를 ‘기술적 조치’로 한정된 것도 아니다) 시행령에 포괄적으로 위임하였다.

한편, 본건 법률조항을 시행령에서 구체화하고 있으나, 시행령 규정 역시 구체적으로 어떠한

한 기술적 조치를 취해야 하는지 전문가조차 쉽게 알기 어렵고, 더욱이 어떠한 표현물이 아동·청소년이용음란물인지 여부를 판단하는 기준²⁾은 극히 가치평가적이어서 기술적 조치만으로 아동·청소년이용음란물을 찾아내는 것이 현재의 기술로써 가능한지도 불확실하다.

이처럼 본건 법률조항은 그 적용대상 및 범위가 지나치게 광범위하고, 그 내용도 명확하지 않아 민주주의의 근간을 이루는 기본권인 통신의 비밀, 표현의 자유를 과도하게 제한할 우려가 있는 반면, 정보통신망에서의 아동·청소년이용음란물의 유통방지라는 그 입법목적의 달성에 있어서는 기술적 한계 등으로 인하여 별다른 실익이 있을지 의심스럽다.

5) 본건 법률조항의 과잉금지원칙 위반 여부

따라서 본건 법률조항은 수단의 적절성과 피해의 최소성, 법익의 균형성을 갖추지 못하였으므로 헌법 제37조 제2항의 과잉금지원칙을 위반하여 국민의 통신의 비밀 및 표현자유를 침해하는 것으로 볼 여지가 크다.

나. 죄형법정주의 위반

본건 법률조항은 온라인서비스제공자가 모니터링 의무 위반시 형사처벌을 하게 되므로, 죄형법정주의의 원칙을 준수하고 있는지 살펴볼 필요가 있다.

죄형법정주의 원칙에 따르면, 법률이 처벌하고자 하는 행위가 무엇이며 그에 대한 형벌이 어떠한 것인지를 누구나 예견할 수 있고, 그에

따라 자신의 행위를 결정할 수 있도록 구성요건을 명확하게 규정하여야 한다(헌법재판소 2007. 7. 26. 선고 2006헌가4 결정 등 참조).

본건 법률조항은 그 적용범위에 있어서 앞서 본 바와 같이 온라인서비스제공자가 취하여야 하는 조치의 범위가 불명확하고, 또한 발견하기 위한 조치의 내용 역시 법과 시행령을 함께 검토하여도 어떤 조치를 어떠한 수준으로 취해야 한다는 것인지 명확하지 않아, 법집행기관과 법관의 자의적인 해석에 따라 형사처벌이 결정될 위험이 있다.

따라서 본건 법률조항은 죄형법정주의의 원칙을 준수하고 있다고 보기 어려워, 위헌적 조항으로 볼만한 상당한 이유가 있다.

다. 소결

법원은 위와 같이 본건 법률조항의 위헌 여부에 따라 형사재판의 결과가 달라지므로 재판의 전제성이 인정되고, 위헌적 조항으로 볼만한 합리적 이유가 있으므로 헌법재판소에 위헌 여부에 관한 심판을 제청하는 결정을 하였다.

3. 결론

아동·청소년이용음란물, 즉 아동이나 청소년이 음란한 행위의 객체로 등장하는 매체물의 유통을 금지하는 것은 지극히 당연한 것으로, 그 입법목적이 정당함은 의심의 여지가 없다. 이러한 목적을 달성할 수 있는 적절한 규제수

2) 대법원은 아동·청소년이용음란물 여부를 판단하기 위해서는 “주된 내용이 아동·청소년의 성교행위 등을 표현하는 것이어야 할 뿐만 아니라, 등장인물의 외모나 신체발육 상태, 영상물의 출처나 제작 경위, 등장인물의 신원 등에 대하여 주어진 여러 정보 등을 종합적으로 고려하여 사회 평균인의 시각에서 객관적으로 관찰할 때 외관상 의심의 여지 없이 명백하게 아동·청소년으로 인식되는 경우라야 하고, 등장인물이 다소 어려 보인다는 사정만으로 쉽사리 아동·청소년으로 인식될 수 있는 사람이 등장하는 아동·청소년이용음란물’이라고 단정해서는 아니된다”고 판시한 바 있다(대법원 2014.09.24. 선고 2013도4503 판결 참조).

단을 연구하여 도입하는 것은 건전한 인터넷 이용에 도움이 되고, 궁극적으로는 온라인 산업 전체에 긍정적 영향을 미치게 될 것이다.

그러나 국경의 개념이 희미해지는 인터넷 세상에서의 규제는 아무리 목적과 취지가 훌륭하다 하더라도, 그 규제를 도입하기 전에 기술적·제도적으로 모든 측면을 세심하게 검토하지 않는 한 규제의 본래 도입취지를 살릴 수 없을 뿐 아니라, 오히려 갈라파고스

적 규제에 의하여 국내 사업자들만을 고사시키고, 우리나라의 인터넷 산업 생태계를 붕괴시키며, 그 빈자리를 우리의 실효적 규제권한이 미치지 못하는 외국 사업자에게 고스란히 내주게 되어, 규제도입의 취지와는 반대되는 결과만을 초래할 수 있다.

헌법재판소가 본건 법률조항에 대한 법원의 위헌심판제청을 받아들여 인터넷에 대한 불합리한 규제가 철폐되기를 기대한다. KISO JOURNAL

〈청소년보호특집 ②〉 커뮤니티 상의 적의적(차별/비하) 발언에 따른 청소년 유해매체 지정 논란

조소영 / 부산대학교 법학전문대학원 교수

〈Keyword〉

청소년보호법, 청소년 유해매체물, 적의적 표현, 내용규제

1. 들어가며



1990년대에 새로운 커뮤니케이션 수단으로 등장한 인터넷은 정보 및 의견교환에 연관된 사회구조에 혁명적인 변화를 불러왔고, 현재에도 표현의 자유와 관련된 법현실에 전혀 새롭거나 복합적인 어려운 문제들을 초래하

고 있다.¹⁾ 이러한 여러 문제되는 현실 속에서 가장 뜨거운 쟁점 중의 하나가 바로 적의적 표현행위(hate speech)²⁾에 관한 것이다. 적의적(敵意的) 표현에서 나타나거나 적의적 표현으로 인해 조장되는 적의적인 감정이 특정 집단에 대한 차별이나 비하를 정당화하는 수단으로 쓰이거나, 특정집단을 대상으로 하는 폭력행위로 이어질 수 있다는 점에서 위험성을 내포한 현실적 문제가 되고 있기 때문이다. 인터넷에서 퍼져 나가는 적의적 표현들을 현대기술이 가져온 인권에 대한 가장 중요한 위협들 중의 하나로 꼽았던 UN 사무총장의 발언이나, 온라인에서의 적의적 표현이 온라인상에서의 따돌림과도 연계되어 지구촌 전체의 사회문제가 되고 있음은 익히 알려진 상황이다.³⁾ 우리 사회에서 나타나고 있는 온

1) 조소영(2016), 표현의 자유의 현대적 쟁점에 대한 헌법적 고찰- 온라인에서의 적의적 표현행위(Hate Speech)에 대한 규제를 중심으로 -, 『공법연구』, 제45집 제1호
2) 기존 대부분의 연구문헌이나 관련 판례에서 hate speech는 ‘혐오표현, 혐오언론, 증오표현’ 등의 용어로 해석되고 사용되었으나, 현대사회에서 문제가 되고 있는 ‘hate speech’는 그 표현에 집단성(다수성)·차별성·적의성을 개념적 공통요소로 포함하고 있다는 점에서 ‘혐오’라기 보다는 ‘적의적(敵意的)’이라는 단어가 적절하다고 생각된다. 적어도 형벌을 포함한 규제 대상으로 논의되는 hate speech는 최소의 범위로 엄격하게 재단될 필요가 있기 때문이다.
3) 일본의회가 일명 일본외(日本外) 출신자 부당차별언동 해소법을 제정하여 이에 해당되는 언동들은 용인하지 않겠다는 것을 선언한 것도 이러한 사회현상을 반영한 것이다. available: <http://www.pressian.com/news/article.html?no=136988>

라인상에서의 적의적 표현행위의 대표적인 예는 소위 ‘일베현상’이다. 온라인상에서의 적의적 표현은 온라인 커뮤니케이션의 특성들 때문에 오프라인에서의 그것보다 널리 그리고 빠르게 확산됨으로써 그 파장의 결과가 엄청난 상황을 만들게 된다. 그리고 이러한 매체적 특성과 특정집단에 대한 차별/비하 발언에 내재하는 사회적 위험성이 결합된 소위 ‘일베현상’은 표현행위자의 표현의 자유의 보호 가치 여부에 대한 논란뿐만 아니라 그 자체가 청소년 유해성을 지니는가에 대한 논란의 배경적 상황으로 우리 앞에 존재하고 있다.

및 그 밖의 간행물, 간행물, 전자출판물 및 외국간행물, 옥외광고물, 상업적 광고선전물 등의 매체물 중 선정적이고 폭력적인 내용을 담고 있어 청소년의 이용이 부적절한 매체물을 말한다. 흔히 ‘19금’ 콘텐츠라고 불리는 것들이 이에 해당된다.

현행법상의 청소년 유해매체물 제도는 해당 매체물의 내용이 청소년에게 유해한지 여부를 판단하는 내용규제이고, 성인과 청소년을 구분하여 적용하는 비대칭적인 내용규제이며 법령에 근거한 공적 규제이다. 또한 청소년보호위원회는 물론이고 개별 심의기관이 매체별로 내용규제를 하는 분산형 내용규제 시스템으로 운영되고 있다.⁵⁾

2. 청소년 유해매체물 제도

가. 청소년보호법상의

청소년 유해매체물 제도

청소년보호법은 청소년에게 유해한 매체물과 약물 등이 청소년에게 유통되는 것 등을 규제하고 청소년을 유해한 환경으로부터 보호·구제함으로써 청소년이 건전한 인격체로 성장할 수 있도록 함을 목적으로 한다.⁴⁾ 이러한 입법목적에 의거하여 청소년이 건전한 인격체로 성장할 수 있도록 하기 위해 청소년에게 유해한 매체물은 규제의 대상이 되는 것이다. 청소년보호법상 일정한 절차를 거쳐서 여성가족부장관이 고시하는 청소년 유해매체물이란, 영화 및 비디오물, 게임물, 음반, 음악파일, 음악영상물 및 음악영상파일, 공연, 정보통신물, 방송프로그램, 일간신문 및 인터넷뉴스서비스, 잡지, 정보간행물, 전자간행물

나. 청소년 유해매체물 심의기준

청소년보호법상 청소년보호위원회와 각 심의기관이 해당 매체물을 청소년유해매체물로 결정하기 위한 심의기준은 법령에 구체적으로 규정하고 있다. 청소년보호법은 심의기준으로, ① 청소년에게 성적인 욕구를 자극하는 선정적인 것이거나 음란한 것 ② 청소년에게 포악성이나 범죄의 충동을 일으킬 수 있는 것 ③ 성폭력을 포함한 각종 형태의 폭력 행위와 약물의 남용을 자극하거나 미화하는 것 ④ 도박과 사행심을 조장하는 등 청소년의 건전한 생활을 현저히 해칠 우려가 있는 것 ⑤ 청소년의 건전한 인격과 시민의식의 형성을 저해(沮害)하는 반사회적·비윤리적인 것 ⑥ 그 밖에 청소년의 정신적·신체적 건강에 명백히 해를 끼칠 우려가 있는 것을 두었다.⁶⁾ 그리고 이 기준을 구체적으로 적용할 때에는

4) 청소년보호법[시행 2016.7.7.] [법률 제13726호, 2016.1.6., 타법개정], 제1조

5) 정경오(2011), 청소년유해매체물의 현황과 쟁점.『KISO저널』, 5호

6) 청소년보호법 제9조 제1항

사회의 일반적인 통념에 따르며 그 매체물이 가지고 있는 문학적·예술적·교육적·의학적·과학적 측면과 그 매체물의 특성을 함께 고려하도록 하였고, 청소년 유해 여부에 관한 구체적인 심의 기준과 그 적용에 필요한 사항은 대통령령으로 정하도록 하였다.⁷⁾

3. 특정집단에 대한 차별/비하 발언과 청소년에 대한 유해성 여부

커뮤니티 상에서의 특정집단에 대한 차별/비하 발언을 이유로 해당 매체물을 청소년 유해매체물로 결정하기 위한 가장 중요한 판단요소는 대상이 된 발언내용으로 인한 해당 매체물의 청소년에 대한 유해성 여부이다. 그렇다면 문제가 된 차별/비하 발언내용이 청소년보호법에서 제시하고 있는 해악을 인정할 만한 내용에 해당되어야 하는 것이다. 즉 청소년보호법 제9조에 규정된 심의기준의 내용 중 ‘청소년에게 포악성이나 범죄의 충동을 일으킬 수 있는 것, 성폭력을 포함한 각종 형태의 폭력 행위를 자극하거나 미화하는 것, 청소년의 건전한 인격과 시민의식의 형성을 저해(沮害)하는 반사회적·비윤리적인 것, 그 밖에 청소년의 정신적·신체적 건강에 명백히 해를 끼칠 우려가 있는 것’의 어느 하나에 해당되어야 하는 것이다.

소위 일베 현상으로 대표되는 온라인상에서의 특정집단에 대한 차별/비하 발언인 적의적 표현(hate speech)은 집단성(다수성)·차별성·적의성을 개념적 공통요소로 포함한다.⁸⁾

첫 번째 개념적 요소로서의 ‘집단성(다수성)’은 해당 표현의 대상에 관한 것이다. 표현의 대상(표적집단)이 된 사람들에게는 공통된 속성이 있고, 이러한 속성들은 개인의 정체성을 구성하는 특성들 중에서 개인이 태어나면서부터 부여받았고 변경이 불가능한 속성들임과 동시에 타인들에게 해당 개인이 속한 집단의 특성과 연계되어 인식된다.⁹⁾ 두 번째로 ‘차별성’은 해당 표현의 내용과 유형에 관한 것이다. 해당 표현의 핵심은 단순한 비선호의 표현이 아니라 불합리한 차별과 편견의 표현이다. 즉 인종·성별·성적 지향·장애 등을 차별사유로 들어 특정 대상에 대하여 공격적이거나 위협적인 내용으로 부정적인 표현을 함으로써 편견을 재생산하고 차별을 조장하는 표현이라는 특징을 갖는다. 마지막으로 ‘적의성’은 해당 표현의 목적과 발언의 배경에 관한 것이다. 해당 표현의 발화자들은 표현행위를 통해서 표적집단이 된 대상자들의 존엄을 침해할 목적이거나 위협적·적대적·모욕적·굴욕적·공격적 환경을 만들고자 하는 목적을 지녔다고 할 수 있다. 그리고 그러한 환경 하에서 표적집단에 대한 차별이나 폭력 등을 유도하고자 하는 것이다. 그런데 이러한 목적의 가장 기본적인 배경은 표적집단에 대한 적의성이라 할 수 있고, 이는 표적집단에 속하는 자들에 대한 단순 증오나 혐오를 넘어선 적개심과 고의성으로 보아야 할 것이다. 온라인상에서의 특정집단에 대한 고의적인 차별/비하 발언에 내재된 해악의 본질은 그 개념적 요소에서 분명하게 인식될 수 있다.

물론 소위 일베 현상과 같은 온라인상에서

7) 청소년 보호법 시행령[시행 2016.7.19.] [대통령령 제27354호, 2016.7.19., 일부개정] 제9조

8) 조소영(2016), 표현의 자유의 현대적 쟁점에 대한 헌법적 고찰— 온라인에서의 적의적 표현행위(Hate Speech)에 대한 규제를 중심으로 —, 『공법연구』, 제45집 제1호

9) 김민정, 일베식 “욕”의 법적 규제에 대하여, 언론과 법 제13권 제2호(2014), 148면

의 특정집단에 대한 차별/비하 발언은 우리 헌법질서 속의 표현의 자유권의 한 유형이라고 할 수 있을 것이고, 따라서 표현의 자유에 대한 규제를 함에 있어서 가장 엄격한 기준으로 디자인되어야만 하는 규제유형인 ‘내용규제’의 제도화는 신중한 헌법적 검토가 필요하다. 하지만 표현의 자유권의 한 내용이라고 할지라도 해당 표현을 제한함으로써 보호하고자 하는 이익의 헌법적 가치와 비중에 따라 내용규제의 형태도 비례 원칙의 범위 내에서 정당화될 수 있다. 따라서 정신적·신체적인 성장과정에 있는 청소년에게 인격적인 불균형을 초래할 위험이 인정되는 불합리한 차별적 발언들을 내용으로 하는 매체물들은 규제의 대상이 될 수 있는 것이다.

지금 우리 사회에서 문제시되고 있는 커뮤니티상의 특정집단에 대한 차별/비하 발언의 내용적 핵심은 단순한 비선호의 표현이 아니라 불합리한 차별과 편견의 표현이며, 당해 발언을 통해서 표적집단이 된 대상자들의 존엄을 침해하거나 위협적·적대적·모욕적·굴욕적·공격적 환경을 만들고 그러한 환경 하에서

표적집단에 대한 차별이나 폭력 등을 유도하고자 하는 것이라고 볼 수 있다. 인격적 성숙도를 연령이라는 일반적 기준으로 가늠하는 것이 항상 타당하다고 할 수는 없지만, 그럼에도 불구하고 건전한 인격체로 성장해 가는 과정인 청소년들에게 기성세대들의 불합리한 차별의식이나 편견이 여과 없이 전달되어서는 안 된다는 문제의식이 우선적인 필요성이라고 하겠다. 건전한 인격과 시민의식의 형성은 불합리한 차별의식이나 매몰된 편견이 배제된 균형감 있는 정보취득을 전제하는 것이기 때문이다. 다만 어떤 발언이 불합리한 차별적 내용인가, 일방적 편견인가, 청소년의 건전한 인격과 시민의식의 형성을 저해(沮害)하는 반사회적·비윤리적인 것인가, 청소년의 정신적·신체적 건강에 명백히 해를 끼칠 우려가 있는 것인가를 판단함에 있어서는 엄격하고 구체적인 심의가 뒷받침되어야만 한다. 헌법적 보호가치의 형량에 있어서 청소년 보호는 우선되어야 할 가치임에 틀림없지만, 표현의 자유도 민주주의사회에서 중요한 헌법적 권리임을 망각해서는 안 되기 때문이다. KISO JOURNAL

클라우드 시대의 프라이버시 - 기업과 국가, 개인의 접점

한세희 / 동아사이언스 기자

<Keyword>

클라우드, 프라이버시, 마이크로소프트, 공표금지령, gag order

1. 들어가며

인터넷 클라우드 서비스가 활성화되면서 사용자 데이터 보호와 프라이버시, 그리고 이들 문제와 국가 권력과의 관계에 대한 제도적 논의가 새로운 국면에 접어들고 있다. 과거 물리적 시설을 기반으로 제한된 전자적 정보 소통이 이루어지던 시기에 제정된 법률로는 대량의 정보가 국경을 넘나들며 축적되는 오늘날 클라우드 시대의 상황에 제대로 대응하기 힘들기 때문이다.

미국 마이크로소프트가 클라우드 서비스에 저장된 사용자 정보를 요구하는 법무 당국에 대해 소송을 제기하자, 최근 주요 IT 기업과 그 고객사, 언론사 등이 대거 이를 지지하는 의견서를 법원에 제출했다. 클라우드 환경에서 국가 권력으로부터 사용자 정보를 지키고 비즈니스의 신뢰성을 확보하려는 기업과, 갈수록 정교해지는 범죄와 테러 수사에 임해야 하는 수사 당국의 의지가 충돌하는 형국이다.

2. 미 테크 기업들, 마이크로소프트의 법무부 상대 소송 지원

마이크로소프트는 지난 4월 시애틀 연방법원에 미국 법무부를 상대로 소송을 제기했다. 수사 당국이 마이크로소프트의 서버에 저장된 고객 정보를 압수 수색한 후, 명백한 이유 없이 수색 사실을 고객에 알리지 못 하게 하는 것은 위헌이라는 것이 마이크로소프트의 주장이다.

1986년 제정된 ECPA(Electronic Communications Privacy Act)에 따라 수사 기관은 범죄 수사를 위해 용의자의 이메일이나 메시징, 인터넷 사용 내역 등을 조사한 후 인터넷 기업이 고객에게 자신의 계정이 압수수색 당했음을 알리지 못하게 공표금지령 (gag order)를 내릴 수 있다. 용의자가 자신이 조사받고 있음을 알고 증거를 인멸하거나 도주하는 것을 막기 위해서다.

마이크로소프트는 압수수색 사실의 공표를 금지할 수 있는 상황에 대한 규정이 모호하다는 점을 문제 삼았다. 수사 기관이 사실상 자의적으로 압수수색에 대한 영장 집행 사실

통보를 무기한 금지할 수 있다는 것이다. 부당한 압수와 수색을 당하지 않을 권리를 규정한 헌법 4조에 위배되고, 고객에게 필요한 정보를 알리려는 자사의 의지를 방해하기 때문에 헌법 1조 표현의 자유에도 어긋난다는 주장이다.

당시 마이크로소프트는 그때까지 18개월 동안 당사자 공포 금지 조치와 함께 집행된 영장이 2600건에 이르렀고, 이중 3분의 2는 금지 기간이 무기한이었다고 밝혔다.

이 소송에 대한 외부 관계자 의견 제출 마감 시기였던 9월 초에는 재계 주요 기업들이 마이크로소프트를 지지하는 의견서를 냈다. 애플, 구글, 지주회사 알파벳, 아마존 등 대형 테크 기업을 비롯해 델타항공, 엘리릴리, BP, 아메리카 등 테크 기업들의 고객사, 워싱턴포스트와 폭스뉴스 등 언론사, 상공회의소 등 재계 단체들이 동참했다.



3. 클라우드 시대의 프라이버시

논란이 되는 ECPA는 1986년에 제정되었다. 범죄 수사 등의 목적을 위해 실시하는 전화 도청 등을 전자 통신으로 확대하되 사용자의 프라이버시 침해를 최소화한다는 목표로 제

정되었다.

당시에는 기업이 주로 자체 서버에 정보를 저장했다. 압수 수색을 할 때에는 경찰이 영장을 받아 문제가 되는 곳의 전산 시스템을 바로 수색했다. 압수 수색이 회사 안에서 이뤄지니 당사자도 자신이 조사 대상이 됨을 바로 알 수 있다. 이메일은 서비스 제공 업체의 서버에 잠시 저장되었다 곧 사용자의 로컬 클라이언트 기기에 전송되었다. 제3자의 서버에 개인의 전자통신 내역이 오래 보관되는 일은 거의 없었고, 수사 당국이 당사자 몰래 그 내역을 들여다보는 일도 드물었다.

하지만 이제는 클라우드 서비스를 쓰지 않는 개인이나 기업을 찾아보기 힘든 상황이다. 개인 사용자의 웹메일 및 클라우드 저장 서비스 사용이 늘어날 뿐 아니라, 기업도 시스템과 서비스 운영 자체를 마이크로소프트나 아마존, 구글 등 대형 IT 기업의 클라우드 서비스에 맡긴다. 제3자의 서버에 사람들의 정보가 오래, 다량으로 저장되는 시대가 온 것이다.

이는 국가가 수사 목적으로 개인의 전자통신 내역을 들여다보고자 할 때 문제가 된다. 수사 기관은 해당 개인이나 기업의 정보를 보관하고 있는 마이크로소프트나 아마존 같은 회사의 서버만 조사하면 되는 것이다. 그리고 이들 회사로 하여금 고객에게 영장 집행 사실을 알리지 못하게 하면, 당사자는 자신이 수색 당했음을 알 길이 없다.

이 같은 상황은 개인의 통신 정보나 프라이버시가 당사자도 모르게 국가의 손에 넘어가는 결과를 가져올 수 있다. 정부는 30년 전의 상황에 맞춰 제정된 법률에 의거해 손쉽게 필요한 정보를 손에 넣을 수 있게 된 셈이다.

ECPA는 18개월 이상 제3자 서버에 저장된 정보는 사용자가 방기한 정보로 간주해 수사 당국이 비교적 간단한 절차만으로 확보할 수

있었다. 하지만 현재 클라우드 서비스에 저장된 데이터들은 18개월 이상의 시간이 지났다 하더라도 방치된 정보로 간주하기는 힘든 상황이다. 마이크로소프트가 “사용자가 정보를 자기 시설에서 클라우드로 옮긴다 해서 프라이버시 등 자신의 권리를 포기한 것으로 간주할 수는 없다”라고 주장하는 이유다.

테크 기업들은 정부가 클라우드 서비스가 확산되는 상황을 활용해 당사자에 압수수색 사실을 통보하지 않는 비밀 수사 범위를 필요 이상으로 넓히고 있다고 의심의 눈길을 보내고 있다. 물론 수사 당국은 IT 기술을 활용해 점점 효율화되어가고 추적은 어려워지는 현대의 첨단 범죄들을 퇴치하기 위해 이 같은 비밀 수사가 꼭 필요하다는 입장을 견지하고 있다. 미국 법무부는 “수사의 기밀을 유지하는 것은 공중의 이익과 부합한다.”는 입장이다.

IT 기업들이 정부와 소송을 불사하며 고객 프라이버시 보호에 나서는 것은 자신들의 비즈니스와도 연관이 있다. 클라우드는 마이크로소프트, 구글, 아마존 등 글로벌 IT 기업들이 사활을 걸고 있는 미래 유망 사업이다. 특히 윈도 운영체제나 오피스 사업이 기울어가는 마이크로소프트에게 클라우드는 가장 든든한 성장 사업이다.

사용자 몰래 압수수색이 쉽게 이뤄지고 사후 통보의 의무도 약해진다면 클라우드 서비스의 신뢰도는 낮아질 수밖에 없다. 미국 정보기관의 전방위 사찰에 대한 스노든의 폭로 이후 온라인 프라이버시에 대한 관심이 커진 것도 기업들에게 압박 요인이다. 해외 시장 공략을 위해 미국에 비해 엄격한 유럽의 프라이버시 규제 수준에 부응할 필요성도 크다.

고객이 사생활과 프라이버시 침해에 대한 불안으로 클라우드 서비스를 외면하는 일이 없

도록 차단하는 일에 마이크로소프트가 앞장서고, 같은 사업을 하는 경쟁사와 이들 서비스를 이용하는 고객들이 적극 지원에 나선 형세다.

4. 나가며

국경과 공간적 제약을 넘는 클라우드 서비스의 급격한 발전은 국가가 범죄 수사 등의 목적을 위해 사용자 정보를 어떻게 활용할 것인가에 대한 새로운 질문을 던지고 있다. 국가와 기업, 사용자의 상호 견제와 토론을 통해 실질적 해법을 찾아 나가야 할 것이다. 국내에서도 글로벌 서비스 사용자가 점차 늘어나는 추세에 따라 국내 정부의 수사 활동과 사용자의 편익을 해외 기업 및 정부와 조율해 나가는 방안에 대한 연구도 필요한 시점이다. KISO JOURNAL

<참고문헌>

Reuters(2016.9.2) Microsoft gets support in gag order lawsuit from U.S. companies, <http://www.reuters.com/article/us-usa-microsoft-privacy-idUSKCN1182SY>

지디넷(2016.9.4) MS에 힘 싣는 美 IT업계 "수사사실 공지 허용해라", http://www.zdnet.co.kr/news/news_view.asp?article_id=20160904162213#csidxe08b106c725c96ca4a8c2573d76f26b

Bloomberg(2016.4.14) Microsoft Sues Justice Department Over Data Gag Orders, <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-04-14/microsoft-sues-justice-department-over-client-data-gag-orders>

SNS상의 미성년자 초상권 보호를 위한 프랑스의 법적 조치

진민정 / 대구대학교 박사후 연구원

<Keyword>

SNS, 미성년자 초상권, 사생활 보호, 프랑스법

1. 자녀 사진 SNS 게재의 위법 가능성

가. 셰어런팅(sharenting)의 확산과 자녀 초상권 침해 가능성

어린 자녀를 가진 많은 부모들에게 SNS는 전통적인 가족 앨범을 대체하고 있다. 갓 태어난 아기, 웃음 짓는 표정의 아기, 아기가 첫발을 뗀 순간 등 아기의 소중한 순간을 담은 사진은 이제 앨범이 아닌 SNS에 실린다. 이런 현상을 표현하는 영어 단어까지 등장했다. 바로 SNS에 자녀의 일거수일투족을 공유하는 부모를 뜻하는 ‘셰어런팅(sharenting)’으로 share와 parents의 합성어다.

그러나 이처럼 자신만의 지극히 사적인 순간들이 인터넷을 통해 많은 사람들에게 전달되고 이로 인해 나중에 아이들이 자라서 상처를 받게 된다면, 그리고 부모를 고소한다면 어떻게 될까?

2016년 9월 중순, 오스트리아의 한 18세 소녀가 부모를 고소했다는 기사가 오스트리아 매거진, 디 간제 보헤(Die ganze Woche)에 실린 바 있다. 자신의 어린 시절 사진을 7년 동안 페이스북에 올려 자신의 사생활을 침해했다는 이유로 부모를 상대로 소송을 제기했다는 내용이였다. 이 기사는 삽시간에 전 세계로 퍼졌고 각국에서 논란이 일었으나, 확인 결과 사실 무근인 것으로 밝혀졌다.¹⁾

그러나 이러한 소송이 일어날 가능성은 얼마든지 있다. 특히 프랑스처럼 사생활 존중의 원칙이 엄격하게 적용되는 사회에서는 더욱 그렇다. 2004년 페이스북이 등장하면서 자녀 사진을 SNS에 올리기 시작했던 부모들의 경우, 자녀들이 성장하면서 이들에 의해 고소당할 가능성은 더욱 커지고 있다.

나. 자녀 사진 SNS 게재 시 법적 처벌 가능성

1) 디 간제 보헤(Die ganze Woche)에 처음 실렸던 이 기사는 오스트리아 영자신문인 더 로컬(The Local)에서 다루면서 영미권과 프랑스, 한국을 비롯해 전 세계 여러 매체에 실렸다. 그러나 자녀 초상권 침해를 주제로 다큐멘터리를 제작하고자 했던 벨기에 방송국 RTBT가 오스트리아 방송국 ORF에 문의해 확인을 부탁한 결과, 이러한 소송은 제기된 바가 없는 것으로 나타났다. 현재 이 기사는 Die ganze Woche 사이트에서 삭제되었다.

2016년 초, 페이스북은 ‘머더후드 챌린지(Motherhood Challenge)’ 캠페인을 벌였다. 엄마들에게 자녀 사진 3장을 페이스북에 올리고 또 다른 열사람을 지목해 같은 방식의 참여를 권하는 릴레이 캠페인이었다. 이 캠페인이 크게 성공하자 프랑스 헌병대는 같은 해 2월, ‘당신의 자녀를 보호하세요’라는 제목으로 SNS상의 자녀 초상권과 사생활 보호에 관련된 경고메시지를 페이스북 공식 계정에 실었다. “부모가 자녀들의 사진을 페이스북에 포스팅하는 일은 아주 위험할 수 있다”는 내용으로 시작하고 있는 이 메시지는 이러한 사진의 배포가 예상치 못한 위험한 결과를 가져올 수 있다고 경고하고 있다.

자주 거론되는 위험한 결과 중 하나는 이러한 행위로 인해 때로는 지극히 사적이고 민감한 사진들이 광범위하게 유포돼 나중에 아이들이 성장했을 때 놀림의 대상이 될 수 있다는 것이다. 또한 더 심각하게는 성범죄자나 아동성애자들의 표적이 될 수도 있다. 이 범죄자들은 SNS에 올라와 있는 아이들의 사진이나 동영상을 쉽게 수집할 수 있고, 아이들의 주소, 자주 가는 장소, 습관 등 아이들의 신상 정보를 파악할 수도 있다.²⁾

프랑스 헌병대는 다양한 위험을 감수하고자라도 자녀들의 사진을 SNS에 포스팅하고 싶다면 SNS 계정이나 사진이 최대한 노출되지 않도록 하거나 사생활과 관련된 정보는 포스팅을 자제하는 등 주의를 기울일 것을 권고하고 있다. 아울러 자녀들의 사진이나 동영상의 SNS 게재가 향후 초상권 침해의 문제를 야기할 수 있음을 상기시키고 있다.



[그림 17] SNS 자녀 초상권 침해의 위험성을 다룬 프랑스 헌병대의 페이스북 게시물

2. 인터넷에서의 미성년자 초상권 보호를 위한 법적 조치

가. SNS상의 미성년자 초상권 침해 시 민·형법상 처벌 가능

아직 프랑스에서 SNS에 자녀 사진을 올렸다가 고소를 당한 부모는 없다. 그러나 웹 전문가인 에릭 델크루와(Eric Delcroix)는 몇 년 안에 어린 시절의 사진을 동의 없이 SNS에 올린 부모에 의해 사생활을 침해당했다는 이유로 부모를 고소하는 일이 발생할 것이라고 예측한다.³⁾ 이 경우, 부모는 상당히 무거운

2) Facebook: Publier des photos de vos enfant n'est pas une bonne idée, L'EXPRESS, 2016/03/03, available: http://lexpansion.lexpress.fr/high-tech/facebook-publier-des-photos-de-vos-enfants-n-est-pas-une-bonne-idee_1769736.html

법적 처벌을 당할 수도 있다.

먼저 민법상의 처벌이 가능하다. 신분, 재산, 종교, 나이, 국적과 관련 없이 모든 사람은 자신의 사생활을 존중할 권리가 있음을 규정하고 있는 민법 제9조는 사생활과 초상권 보호에 관한 모든 법제의 준거로 자리 잡고 있다. 특히 이 조항은 이미지, 목소리 혹은 신원을 알아챌 수 있는 또 다른 요소들이 당사자의 사전 동의 없이 배포되었을 때 권리를 찾도록 하고 있다. 이 조항에 의거, 동의 없이 사진이나 동영상에 게재한 사람에게 피해자는 관련 콘텐츠를 즉시 삭제할 것을 요구할 수 있고, 손해 배상을 청구할 수 있으며, 소송에 필요한 비용 역시 청구할 수 있다.

형법상의 처벌 역시 가능하다. 형법 제 335-2조는 당사자의 동의 없이 사적 공간에서 촬영한 한 사람의 이미지를 캡처, 보관, 배포하는 행위를 처벌할 수 있다고 규정하고 있다. 형사적 처벌은 상당히 무거운 편이다. 형법 제226-1조는 사적 공간에서 찍힌 한 개인의 사진을 당사자의 동의 없이 게재한 경우, 1년의 징역과 45,000유로의 벌금에 처한다고 규정하고 있다.³⁾ 뿐만 아니라 이러한 사진이나 동영상을 당사자의 동의 없이 보관하거나, 공중이 보관할 수 있도록 하는 경우 역시 동일한 형량으로 처벌한다.⁴⁾ 이러한 사진을 당사자의 동의 없이 모핑(morphing)과 같은 방식으로 편집하는 경우 역시 형법 제226-8조에 의거, 1년의 징역 및 15,000유로의 벌금

에 처한다. 물론 누구인지 알 수 없을 정도로 변조된 이미지의 경우는 제외된다.

만약 부모가 갓 태어난 아기의 사진을 SNS에서 사적인 그룹에게만 공유한다면 어떻게 될까? 디지털 정보법 전문가인 크리스안 페랄-슐(Christiane Féral Schuhl) 변호사에 의하면 법적 관점에서는 이 경우 또한 전체 공개를 하는 것과 별 차이가 없다. 그 그룹에 속한 사람들이 다른 사람들에게 공개할 가능성이 있기 때문이다. 다만 공중에게 사진을 공개할 의도가 없었다면 정상참작이 될 수는 있다.⁶⁾

나. 미성년자의 개인정보보호를 위한 법적 조치들

미성년자의 이미지는 미성년자들의 개인정보를 보호하기 위한 조치들을 통해서도 보호 받는다. 우선, 2016년 4월 27일부터 미성년자들은 유럽연합의 개인정보보호법에 따라 디지털 개인정보를 삭제할 권리를 갖는다. 이 개인정보보호법은 미성년자들이 인터넷에서 불편하게 느껴지는 자신들의 이미지나 정보를 제거할 수 있도록 하고 있다. 또한 2016년 10월 7일부터 미성년자들은 자신들만을 위한 잊힐 권리도 보장받는다. 민·형법상 모든 사람을 대상으로 하는 초상권과는 달리 정보처리와 자유에 관한 법(Loi informatique et libertés) 제40조는 ‘미성년자들을 위한 잊힐 권리(droit à l’oubli pour les mineurs)’라는 특별 조항을

3) Vie privée et Facebook: pourquoi je ne poste rien de mes enfants sur le web, Slate, 2013/10/05, available: <http://www.slate.fr/life/78468/enfant-vie-privee-facebook>

4) 형법 제226-1조에 의하면 당사자의 동의 없이 사적 공간에서 한 사람의 사진을 찍거나 전파하거나 저장하는 경우는 사생활 침해로 간주해 1년의 징역과 45,000유로의 벌금에 처할 수 있다(참조: <http://www.legifrance.gouv.fr>).

5) 형법 제 226-2조에 의거, 당사자의 동의 없이 획득한 기록 또는 문서를 보존하거나 공중 또는 제3자로 하여금 그 내용을 인식할 수 있게 하거나 기타 어떠한 방법에 의하건 이를 이용하게 하는 행위 역시 1년의 징역과 45,000유로의 벌금에 처한다. available: <http://www.legifrance.gouv.fr>

6) Facebook, les photos de vos enfants et ce que dit la loi, Télérama, 2016/09/20,

available: <http://www.telarama.fr/medias/facebook-les-photos-de-vos-enfants-et-la-loi,147473.php>

마련했다. 이 특별 조항에 따라 만 18세 이하의 미성년자들은 자신들의 동의를 구하지 않은 사진이나 동영상은 비롯, 개인정보가 SNS나 웹사이트에 게재되었을 때 이러한 정보들의 공개 금지를 요구할 수 있다. 이들은 관련 SNS나 웹사이트에 직접 삭제할 것을 요구할 수 있고, 한 달 안에 삭제 요구에 응하지 않거나 답변이 없을 경우, 프랑스의 정보보호 규제 기관인 CNIL(Commission nationale de l'informatique et des libertés, 프랑스 국가정보자유위원회, 이하 CNIL)에 도움을 요청할 수 있다. CNIL은 관련 콘텐츠를 삭제할 것을 인터넷 서비스 업체에 명령하고 강제하는데 15일의 기한을 가지며, 경우에 따라 이미지를 배포한 자에게 경고나 금고형 등의 제재를 가할 수 있다.⁷⁾

모든 이미지가 미성년자들의 잊힐 권리에 적용될 수 있는 것은 아니다. 부모나 친구가 스마트폰으로 촬영한 사진을 몇몇 지인들에게만 전달하거나 이들에게만 접근 가능한 메신저에 배포하는 경우처럼 사적인 이용이나 가정 내에서 이용되는 개인 정보는 해당되지 않는다. 또한 몇몇 이미지는 제작 당시 미성년자인 당사자에게 동의를 요구하지 않아도 된다. 일례로, 공익적인 목적이거나 표현과 정보의 자유를 위해 필요한 콘텐츠의 경우가



7) CNIL 홈페이지 참조, available: <http://www.cnil.fr>

그렇다. 또한 예술작품을 위해 사용되는 이미지의 경우는 식별가능하다 하더라도 당사자의 동의를 필요로 하지 않는다.

3. 나가며

디지털 기술의 발달과 더불어 프랑스의 초상권 보호를 위한 법적 조치 역시 변화하고 있다. 사진이나 동영상 공유를 위해 SNS를 이용하는 사람들의 수가 급증하면서 이들의 초상권이 침해당할 가능성이 증가하고 있기 때문이다. 어린 아이들의 사진이나 동영상뿐 아니라 여행 동영상, 결혼사진, 직장 내 행사 사진 등 웹에 포스팅된 이미지는 수천, 때로는 수백만의 사람들에게 아주 빠른 시간 내에 노출될 수 있다. 그러나 이처럼 무심코 올린 이미지가 다양한 폐해를 양산하기도 한다. 특히 원치 않는 사진이나 동영상 유출로 사생활 침해나 사이버 폭격을 당하는 사례들은 부지기수다. 그러나 여전히 우리사회에서 자녀들의 사진을 SNS에 올리는 일이 문제가 될 것이라 생각하는 부모들은 그리 많지 않다.

많은 부모가 자기 자녀를 가장 위하는 사람은 바로 본인이라고 여긴다. 그러나 자신들이 포스팅한 자녀의 사진이나 동영상으로 인해 나중에 자녀가 고통을 당하게 된다면 어떨까? 이제 부모들은 기록으로 남기기 위해 혹은 좋은 순간을 공유하기 위해 SNS에 자녀의 사진이나 사적정보를 올리는 행위에 대해 신중해질 필요가 있다. 그것이 전혀 예기치 않은 결과를 초래해 자녀들을 위험에 빠트릴 수도 있기 때문이다.^{KISO JOURNAL}

소셜 미디어의 자율규제 현황과 개선 과제

최진웅 / 국회입법조사처 과학방송통신팀 입법조사관

<Keyword>

소셜미디어, SNS, 자율규제

1. 들어가며

소셜 미디어(Social Media)에 대한 범주는 점차 확대되고 있다. 인터넷 카페·블로그로부터, 페이스북(facebook)과 트위터(twitter), 인스타그램(instagram)과 같은 SNS(Social Network Service)와 유튜브(youtube) 등과 같은 OTT(Over The Top) 등이다. 국내에서 대중화된 소셜 미디어 중 많은 서비스들이 해외에서 제공되고 있는데, 이들 해외 사업자에 대해서는 기본적으로 국내 규제를 강제하기는 어려운 문제가 있어, 사업자의 자율규제에 의존해야 하는 한계가 있다.

본 글에서는 인터넷 콘텐츠에 대한 국내의 심의 규제를 소개하고, 해외의 소셜 미디어 가운데 SNS를 중심으로 국내 주요 불법·유해 정보에 대한 자율 규제 현황과 이에 대한 개선 과제를 제시하고자 한다.

2. 국내 인터넷 콘텐츠 규제

가. 임시조치 제도

우리나라는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」에 임시조치 규정을 신설하여 인터넷상 사생활 침해 및 인격권의 침해를 포괄적으로 규제하고 있다. 동법 제44조의 2 제1항에서는 사생활 침해 혹은 명예 훼손 등 개인의 권리를 침해하는 정보에 대해 권리침해자가 삭제 등을 정보통신서비스 제공자에게 요청할 수 있으며, 정보통신서비스제공자는 요청받는 즉시 삭제 혹은 임시조치(블라인드 처리) 등을 하도록 규정하고 있다. 동법 제44조의 2 제2항에서는 권리침해자의 신청 없이도 정보통신서비스제공자가 임의로 인터넷상에 개인의 인격권을 침해하는 게시물을 삭제 혹은 임시조치 등을 할 수 있도록 규정하고 있다.

나. 불법·유해 정보 규제

「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」 제21조 제4호와 그 시행령에서는 인터넷상 불법 정보뿐만 유해 정보까지 방송통신심의위원회의 심의하고 시정 요구할 수 있도록 규정하고 있다. 이를 위하여 동법 제24조의2에서는 방송통신심의위원회의 「정보통신에 관한 심의규정」을 제정하여 불법·유해 정보를 구체화하도록 하고 있다. 동 심의규정을 위반한 정보에 대해서는 「방송통신위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」 시행령 제8조 제2항에 의거하여 방송통신심의위원회가 삭제 또는 접속차단 등의 시정요구를 하도록 규정하고 있다. 국내의 경우 불법 정보의 범위가 매우 광범위하여 법률상 위법 행위와 관련된 모든 정보는 인터넷상에 유통이 금지되는 것으로 보아야 하며(「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제44조의 7 제1항 제1호~제9호), 청소년에게 유해한 정보까지도 법적 규제 대상에 포함하고 있어 인터넷 콘텐츠에 대한 법적 규제가 높다고 볼 수 있다.

3. 해외 SNS의 자율 규제

이하에서 성인물, 테러/살인 등 폭력물, 명예훼손 및 모욕 등 인격권 침해와 관련한 해외 SNS의 자율규제를 살펴보고자 한다. 국내 법규에 따르면 음란물, 폭력물, 인격권 침해 정보 등은 불법·유해정보로서 방송통신심의위원회의 시정 요구 대상이며, 이러한 정보가

인격권 침해와 관련되는 경우 임시조치의 대상이 되어 신속히 인터넷상에서 삭제가 가능하도록 규정하고 있다. 하지만 페이스북, 트위터, 인스타그램 등 해외 SNS의 경우 법률상 아동청소년 포르노그래피(pornography), 저작권 등을 제외하면 표현의 자유를 폭넓게 인정하고 있어 인터넷상 불법·유해 정보에 대해서는 주로 사업자의 자율 규제에 의존하고 있다.

가. 규제 원칙

1) 성인물

페이스북은 글로벌 커뮤니티를 고려하여 각국의 문화적 배경이나 청소년 보호 등을 고려하여 콘텐츠 제한 정책을 펴고 있는데, 구체적으로 나체, 성기 노출, 여성의 가슴 노출 등을 제한하고 있으나 예술, 교육, 풍자 등의 목적인 경우 일정 부분 허용하고 있다.¹⁾ 트위터의 경우에는 포르노그래피와 같은 음란물 콘텐츠의 유통은 금지하고 있으며²⁾, 인스타그램도 나체사진, 성행위, 성기 노출은 금지되며, 다만, 예술, 교육 등의 목적의 경우 일부 허용하고 있다.³⁾

2) 테러/살인 등 폭력물

페이스북의 경우 가학적인 즐거움을 가져오거나 폭력적 행위를 찬양하고 미화해서는 안되며, 테러활동, 조직범죄 등 폭력 또는 범죄 그룹의 지지, 용인하는 행위를 금지하고 있다.⁴⁾ 트위터도 지나치게 폭력적인 콘텐츠의 사용을 금지하고 있으며, 테러리즘 등 폭력행위를 조장하거나 폭력적인 위협을 가하는 것

1) 페이스북 커뮤니티 규정, available at. <https://www.facebook.com/communitystandards/>
 2) 트위터의 정책, available at. <https://support.twitter.com/articles/508213>
 3) 인스타그램 커뮤니티 가이드라인, available at. <https://help.instagram.com/477434105621119>
 4) 페이스북 커뮤니티 규정, available at. <https://www.facebook.com/communitystandards/>

을 금지하고 있다.⁵⁾ 인스타그램은 어떤 경우에든 폭력을 찬양하거나 미화하는 자극적인 이미지는 금지하고 있으며, 특히 테러 단체나 범죄 조직 등을 옹호해서는 안 된다.⁶⁾ 나아가 페이스북, 트위터, 인스타그램 모두는 인종, 민족, 국적, 종교, 성별 등과 관련된 편파적 발언 및 폭력을 조장하는 행위에 대해 금지하고 있는데,⁷⁾ 이러한 자체 기준에 따르면 종교, 인종 차별 등을 부각시키며 테러 등 폭력 행위를 선전하거나 참여를 조장하는 게시물의 유통은 금지된다.

3) 명예훼손 및 모욕

페이스북의 경우 언론에 등장하거나 공공의 관심의 대상이 되는 인물에 대해서는 공개적인 비판을 허용하고 있으나, 대중의 관심이 대상이 아닌 일반인에 대하여 모욕하거나 수치심을 주기 위한 목적의 콘텐츠에 대해서는 금지하고 있다.⁸⁾ 트위터는 혐오행위의 하나로 타인을 비하하는 콘텐츠를 금지하고 있으나, 다만 외국인 사용자의 경우 현지법을 준수하도록 의무화하고 있으므로 명예훼손 및 모욕 등과 관련된 게시물에 대해서도 규제가 가능하다.⁹⁾ 인스타그램의 경우, 개인의 명예를 훼손하거나 수치심을 가져오게 하는 콘텐츠의 유통은 금지된다.¹⁰⁾

나. 심의 절차

페이스북의 경우 불법·유해 게시물에 대하여 신고하면 자체 심의를 통해 해당 게시물에 대해 삭제 등의 조치를 취한다. 또한 해외의 현지법을 위반하여 해당 정부가 직접 삭제 등의 조치를 요구하는 경우, 현지법을 기준으로 법위반을 검토한 후 특정 국가에서 해당 콘텐츠에 대해 접근하지 못하도록 조치를 하고 있다.¹¹⁾ 트위터도 불법·유해 콘텐츠에 대해 신고하고 심의하는 체계이며, 위반의 경우 삭제 및 계정 정지 등의 조치를 취하게 된다. 특히 트위터는 현지국의 법체계를 존중하려는 목적에서 “현지국가보류콘텐츠(country withheld contents)” 제도를 운영하고 있는데, 보류콘텐츠로 지정되면 특정 국가에서는 해당 콘텐츠에 대한 접근이 임시적으로 차단된다. 보류콘텐츠 지정을 위해서는 해당 국가의 기관의 불법적 콘텐츠에 대한 요청에 따라 이루어지는데, 지정 여부는 트위터의 자체 기준에 따라 이루어진다.¹²⁾ 인스타그램의 경우 커뮤니티 가이드라인(community guideline)을 위반하는 경우 신고를 통해 해당 콘텐츠를 삭제하거나, 계정 비활성화 등의 제재를 하고 있다.¹³⁾

5) 트위터의 정책, available at. <https://support.twitter.com/articles/508213>
6) 인스타그램 커뮤니티 가이드라인, available at. <https://help.instagram.com/477434105621119>
7) 페이스북 커뮤니티 규정, available at. <https://www.facebook.com/communitystandards#hate-speech>
; 트위터의 정책, available at. <https://support.twitter.com/articles/20175058#>
; 인스타그램 커뮤니티 가이드라인, available at. <https://help.instagram.com/477434105621119>
8) 페이스북 커뮤니티 규정, available at. <https://www.facebook.com/communitystandards/>
9) 트위터의 정책, available at. <https://support.twitter.com/articles/508213>
10) 인스타그램 커뮤니티 가이드라인, available at. <https://help.instagram.com/477434105621119>
11) 페이스북 커뮤니티 규정, available at. <https://www.facebook.com/communitystandards/>
12) 트위터의 정책, available at. <https://support.twitter.com/articles/508213>
13) 인스타그램 커뮤니티 가이드라인, available at. <https://help.instagram.com/477434105621119>

다. 기타

최근 해외 SNS의 경우 유해콘텐츠에 대한 기술 및 공동 협력을 강화하고 있는데, 페이스북은 포르노그래피, 혐오 표현(hate speech), 사이버 폭력(bullying)과 같은 유해 콘텐츠(objectionable content)를 확인하는 기술을 개발하였는데, 이 기술은 사이트 내에 부적절한 글, 그림을 확인하고 이를 제거하는 기술이다.¹⁴⁾ 또한 최근 유럽연합집행위원회(EU Commission)는 페이스북, 트위터 등과 함께 유럽 내에 인종차별, 외국인 혐오, 테러리스트 선전 등 불법적 혐오표현(hate speech)에 대해 삭제 혹은 접근 차단하도록 하는 내용의 행동강령(a code of conduct)을 발표하였다. 이 강령에 따라 페이스북, 트위터 등은 공동으로 협력하여 24시간 내에 해당 게시물을 삭제하거나 접근을 차단하기로 하였다.¹⁵⁾



4. 개선 과제

해외 SNS의 경우 국내 사업자와 동일하게 국내법 적용의 대상이 되지만, 해외 사업자에 대해서는 국내 규제 기관의 행정력이 미치지 못하기 때문에 해당 인터넷 서비스 내에 유통 중인 불법·유해 정보에 대하여 국내 규제 기관이 적시에 통제하지 못하고 있다. 다만 위에서 본 것처럼 현재 페이스북, 트위터, 인스타그램 등 해외 SNS의 경우 기본적으로 현지 국가의 법률을 존중하여 성인물, 폭력물, 명예훼손 및 모욕 등 불법·유해 정보에 대해 국내 규제와 유사하게 그 유통을 제한하고 있으며, 이를 위한 기술 개발 및 공동 협력을 강화하고 있다.

글로벌 인터넷 사업자가 현지 국가에서 경제적 이익을 얻고 있다면, 기본적으로 현지 국가의 법질서를 존중하고 준수해야 하며, 이러한 측면에서 이미 EU의 경우에는 다양한 쟁점에 대해 글로벌 인터넷사업자에 대한 규제 논의가 이루어져 왔다. 우리의 경우도 국내 인터넷 관련 규제들을 글로벌 스탠다드에 맞추어 개선하려는 노력도 필요하지만, 이와 함께, 현행 국내법상 유통이 제한되는 정보에 대해서 해외 사업자에게 국내 규제를 준수하도록 지속적으로 요구할 필요가 있다. 현재 방송통신심의위원회는 불법·유해정보 규제를 위한 “자율심의협력시스템”을 시행하고 있고, 이 제도에 페이스북, 트위터, 인스타그램 등이 참여하고 있으므로, 동 제도를 통해 국내 법규 준수에 대한 해외 사업자의 적극적 협력을 이끌어내는 노력이 필요할 것이다.^{KISO JOURNAL}

14) The Verge(2016.12.7.), Facebook is patenting a tool that could help automate removal of fake news, available at. <http://www.theverge.com/2016/12/7/13868650/facebook-fake-news-patent-tool-machine-learning-content>
 15) European Commission Press Release Database(2016.5.31.), European Commission and IT Companies announce Code of Conduct on illegal online hate speech, available at. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-1937_en.htm

미국 NCMEC의 사이버팁라인(CyberTipline)

KISO(한국인터넷자율정책기구)

〈Keyword〉

자율규제, 사이버팁라인, 인터넷 핫라인, NCMEC

1. 설립 배경



미국은 수정헌법(Amendments to the Constitution of the United States of America) 제1조에서 규정한 표현의 자유를 최대한 보장하기 위하여, 표현의 자유를 억제하거나 제한하는 입법은 가능한 자제하는 경향을 견지하는 규범적 상황에 놓여있다.¹⁾ 이러한 상황으로 인해 미국 정부는 온라인 성범죄로부터 어린이들을 보호하기 위한 방안으로 민간과의 협력을 통한 자율규제를 추진하게 되었다.

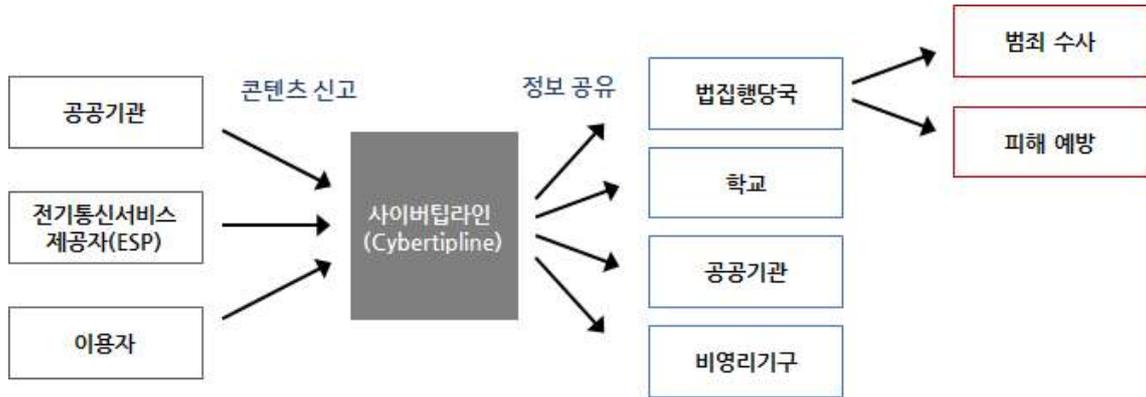
그리하여 1998년 3월, 국립 실종 및 착취 아동 센터(National Center for Missing & Exploited Children, 이하 'NCMEC')는 '썬 마이크로시스템즈(Sun Microsystems)'의 기증으로 장비를 비롯한 기술적 지원을 받게 되었고, 인터넷 신고센터인 '사이버팁라인(CyberTipline)'을 운영하기 시작했다.

2. 주요 활동

사이버팁라인은 성적 행위, 아동 성추행, 아동 포르노, 아동 섹스 관광(sex tourism), 아동 매춘, 원치 않는 음란물 유포, 부적절한 도메인 이름, 부적절한 단어 혹은 이미지 등의 불법 온라인 콘텐츠를 공공기관, 전기통신서비스제공자(ESPs, Electronic Service Providers), 이용자 등으로부터 신고 받아, 관련 정보를 시민 사회를 비롯한 학교, 공공기관, 비영리기구 등 여러 조직에 공유하는 역할을 수행한다.

이 신고센터는 공공기관이나 전기통신 서비스 제공자가 불법 콘텐츠를 신고할 수 있도록 자체적인 '신고 프로그램'도 제공하고 있는데, 이 프로그램을 통해 아동 성 착취 등 아동 성범죄로 의심되는 온라인 콘텐츠를 신고 받고 있다. 또한 NCMEC의 홈페이지를 통해 일반 이용자들도 누구나 아동 성범죄 콘텐츠를 신고할 수 있도록 신고페이지가 마련되어 있다.

1) 이향선 외(2015), 해외 인터넷 서비스 사업자 실효적 규제방안 연구, 방송통신심의위원회 연구보고서



[그림 1] 사이버팁라인 신고처리 절차

사이버팁라인은 미 연방수사국(FBI)과 이민 세관단속국(ICE), 미 법무부, 미성년 인터넷 범죄전담반, 나아가 다른 국가나 지역의 법집행당국과의 파트너십을 통해 운영되며, 대부분 공공기관과 전기통신서비스제공자로부터 접수되고 있다. 특히 전기통신서비스제공자는 미국 연방법에 따라 명백한 아동 포르노 등을 발견하면 최대한 신속하게 사이버팁라인을 통해 법집행당국에 신고할 의무를 가지는

등 사업자의 적극적 조치를 유도하는 법체계를 갖추고 있다.

또한 접수된 신고건 가운데 위급한 상황에 처해있는 아동들의 정보를 파악해 최우선으로 도울 수 있는 절차를 마련하였으며, 사이버팁라인에 신고 된 모든 정보들은 법집행당국과 공유하고 있다. 나아가 법집행당국의 조사관들은 신고 자료 검토 이외에도 다음의 업무들을 수행한다.

[그림 2] 사이버팁라인 신고페이지

- 여타 콘텐츠에 대한 조사 및 평가
- 법집행당국에 유용한 정보 확보
- 법으로 허용된 검색 도구(search tools)를 활용하여 범죄 발생 위치 파악
- 잠재적 조사(potential investigation)를 위해 법집행당국에 모든 정보를 제공

사이버팁라인의 신고처리 절차는 법집행기관과 수사기관의 아동 성학대 범죄에 대한 효율적 조사를 가능하게 한다. 즉 아동 성폭력 방지 등에 대한 법집행당국의 활동에 일조하고 있으며, 아동 성 착취에 대항할 수 있는 자원이 최대한 활용될 수 있도록 돕고 있다.

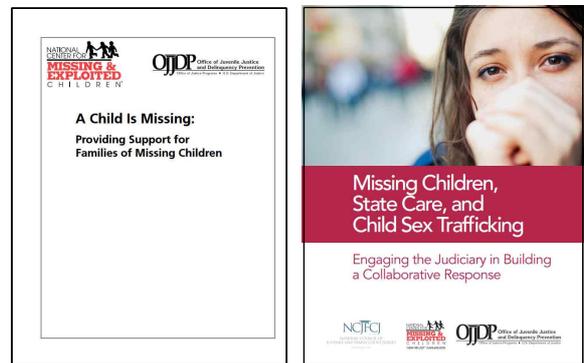
더불어 NCMEC는 그간 축적된 실종 아동

사례와 사이버팁라인 신고 사건을 활용하여, 잠재적 피해자들과 범죄자들의 위치 정보를 취득할 수 있는 특별한 권한을 가지고 있어, 보다 효과적인 피해 예방이 가능하다. 일반적으로 불법 성매매자들은 단기 체류할 가능성이 높는데, 사이버팁라인을 통해 수집·분석된 정보는 잠재적 피해자와 범죄자, 실종 아동 모두와 연결된 정보이기 때문에 유용하게 쓰일 수 있다. 또한 법집행당국이 유사 사례에 대해 다른 판단을 내리지 않도록 하는 부분에 대해서도 도움을 줄 수 있다.

끝으로 NCMEC의 실종아동 및 아동착취 예방 활동들은 인터넷 사업자들의 자발적 협력을 통해 이루어지고 있다는 것이 중요하다. 이들의 협력으로 사이버팁라인의 가치 또한 더욱 커지고 있는 것이다.

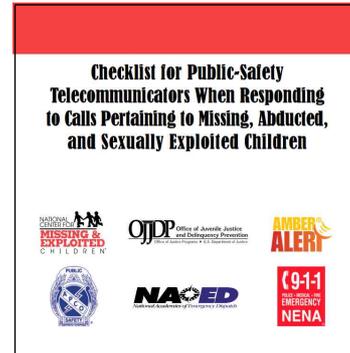
자를 대상으로 관련 웹사이트 URL을 143,000건 이상 통지하기도 했다.

NCMEC는 홈페이지를 통해 여러 주제의 보고서와 지침서 등을 발간하고 있다. 법집행당국이나 가족, 전문가에게 유용한 기술적 지원 정보 등이 수록된 ‘실종 아동’과 ‘성착취 아동’에 관한 보고서, 예비 부모들을 위한 ‘아동들의 안전 및 보호 지침’ 등 현재 약 46개 발간물이 공개되어 있다.



3. 활동 성과

NCMEC는 사이버팁라인을 통해 운영을 시작한 1998년부터 2016년 6월까지 총 12,700,000건 이상의 온라인 불법 콘텐츠를 처리했다. 사이버팁라인을 통한 아동 피해자 신고는 매주 약 10,000~12,000건이 접수되고 있으며, 아동 성매매 관련 전문가들은 아동 매춘에 대한 콘텐츠를 매월 800건 이상 처리하고 있다.²⁾ 2015년 한 해 동안의 신고건은 총 4,400,000건으로 집계되었는데, 아동 성 학대 이미지, 이른바 ‘몸캠피싱(sextortion)’ 등 선정적 게시물, 아동 성매매, 아동 성희롱 관련 콘텐츠가 가장 많았다. 더 나아가 NCMEC는 유해 콘텐츠의 확산을 막기 위해 전자통신서비스제공



[그림 3] NCMEC 발간물

더불어 NCMEC는 기구의 전반적인 성과 보고를 위해 ‘NCMEC 연차 보고서(Annual Report)³⁾’를 발간하고 있는데, 가장 최근 2014년도의 활동 결과를 공개하였다. 연차 보고서를 통해 발표된 사이버팁라인의 2014년도 성과는 다음과 같다.

2) Missing Children, State Care, and Child Sex Trafficking: Engaging the Judiciary in Building a Collaborative Response. available. http://www.missingkids.org/en_US/publications/missingchildrenstatecare.pdf
3) NCMEC 2014 Annual Report.,available. http://www.missingkids.com/en_US/publications/NCMEC_2014.pdf



[그림 4] NCMEC 2014 연차 보고서(Annual Report)

첫째, 전기통신서비스제공자 약 110개사가 추가적으로 참여하여 아동 성착취 콘텐츠 신고 프로그램을 설치했다. 따라서 총 1,156개의 사업자가 사이버팁라인의 신고체계에 참여하게 되었다.

둘째, 공공기관과 전기통신서비스제공자를 통해 총 1,100,000건 이상의 신고건을 접수하였는데, 이는 2013년도 대비 약 600,000건 이상 증가한 수치이며 전체 신고건 중 98%가 명백한 아동 포르노 콘텐츠였다.

셋째, 총 28,000,000건의 아동 성 착취 이미지를 검토하는 등 피해자의 신원을 확인하기 위한 법집행당국의 수사 활동에 협력하였다.⁴⁾

※ 본 원고는 NCMEC의 홈페이지를 참고하여 작성하였다.
available at. <https://www.missingkids.org>

* NCMEC(국립 실종 및 착취 아동 센터)



NCMEC는 1984년 어린이 실종·착취 문제를 예방하고 해결하기 위해 아동 권익 보호자가 설립한 국립 센터로, 민간·비영리 조직, 국가 범죄 정보센터 및 자원 센터에 실종, 착취 아동에 대한 정보를 전달하는 역할을 하고 있다.

NCMEC는 정부-민간 파트너십 형태로 유기적인 공조체계를 유지하고 있으며,⁴⁾ 그 운영 예산은 미국 정부의 지원금으로 충당하여 약 22개의 아동보호 프로그램 및 활동을 추진하고 있다.⁵⁾

NCMEC에서 가장 주목하고 있는 아동 성범죄는 실종과 착취로부터 비롯되는 ‘아동 성매매’이며, 중심적인 활동 조직은 실종·착취 아동의 정보를 수집하고 관리하는 것을 목적으로 운영되고 있는 ‘국립정보센터(the national clearinghouse)’이다. NCMEC는 이 센터를 통해 수집한 정보들을 학부모, 어린이, 학교, 지역사회, 법집행당국 등 실종 및 착취 아동과 관련된 다양한 기관과 조직에 제공함으로써 보다 실질적인 아동 보호에 힘쓰고 있다.

한편 미국은 70년대부터 청소년의 음란 및 유해 정보 접근 방지에 대한 연방법을

4) 손민지(2013), 국내 사이버폭력 현황 및 대응방안 연구, Internet & Security Focus 2013, 3월호

5) NCMEC의 다양한 전체 활동과 프로그램은 다음 웹페이지에서 확인할 수 있다.
available at. <http://www.missingkids.org/Programs>

6) 송은지, 민경식, 최광희(2013), 청소년 보호 관련 인터넷 규제 개선방향에 대한 제언, Internet & Security Focus 2013, 6월호

7) 손민지(2013), 국내 사이버폭력 현황 및 대응방안 연구, Internet & Security Focus 2013, 3월호

제정한 바 있다.⁶⁾ 이후 인터넷이 보급되고 빠른 속도로 발전하자, 1996년 통신품위법 (Communications Decency Act of 1996), 1998년 온라인아동보호법(Children’s Online Protection Act of 1998), 2000년 아동인터넷보호법 (Children’s Internet Protection Act of 2000) 등을 제정하며 공적 규제 차원에서의 노력을 지속해왔다. 다만 이러한 공적규제의 강화는 수정헌법 1조에 명시된 표현의 자유를 침해할 수 있다는 우려 때문에, 미국은 공적규제의 강화보다 사업자 자율규제를 선택했다.⁷⁾ 그리고 이러한 배경에서 NCMEC는 인터넷을 통해 유포되는 아동 성 착취 및 학대 콘텐츠 및 게시물을 처리하고, 피해 아동들을 보호하기 위한 활동을 적극적으로 펼치게 되었다. 이와 관련하여 기구 홈페이지에서 소개하고 있는 인터넷 콘텐츠, 게시물 처리에 대한 개괄적 활동 내용은 다음과 같다.

- NCMEC는 인터넷 이용자와 전기통신 서비스 제공자들에게 효과적인 온라인 아동 성 착취 신고 수단을 제공하는 것을 목적으로 사이버팁라인 (CyberTipline)을 운영하며, 신고 대상이 되는 내용은 아래 8가지와 같다.

- 1) 아동 포르노의 소유, 제작 및 배포
- 2) 아동 성 행위 유도
- 3) 아동 매춘
- 4) 아동 섹스 관광(sex tourism)
- 5) 가족 외 아동 성희롱
(extra-familial child sexual molestation)
- 6) 아동 대상 음란물 배포
- 7) 부적절한 도메인 이름

8) 부적절한 단어 혹은 이미지

위와 같은 내용의 게시물, 이미지 등이 신고되면 NCMEC는 관련 국제기관, 연방기관, 주(state) 혹은 지역 내 법집행 기관으로 신고 내용을 전달한다.

- NCMEC는 인터넷을 통해 성적으로 착취당하는 아동 이미지와 영상 등의 유포를 최소화하기 위해 법집행당국, 인터넷 서비스 제공자, 전자결제 서비스 제공자 등과 공조 체계를 구축한다.
- NCMEC는 아동 포르노 및 여타 성범죄 피해자들의 신원 확인을 위한 법집행기관들의 활동에 협력하는 것을 목적으로 아동 피해자 신원 확인 프로그램을 운영한다.
- NCMEC는 직간접적으로 혹은 협약을 통해 일반 공중, 학교, 공공기관, 청소년 관련 기구 및 비영리 조직을 대상으로 아동 유괴와 성 착취 예방, 안전한 인터넷 사용에 대한 프로그램을 개발하고 정보를 공유한다.

NCMEC는 ‘실종 아동 데이터베이스(Missing Children Database)’와 ‘사이버팁라인(Cybertipline)’이라는 두 가지 독특한 시스템을 운영하고 있으며, 이 글에서는 그 중 인터넷 핫라인 신고센터인 사이버팁라인을 중점적으로 소개하였다.

NCMEC는 인터넷을 도구로 성적 착취나 학대의 대상이 되어 있는 아동들을 사전에 보호하고, 피해 아동에게는 적절한 사후 조치를 취하기 위한 수단 중 하나로 사이버팁라인을 활용하고 있다.

네트워크 커뮤니케이션과 가짜뉴스 효과

황용석 / 건국대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수 · KISO저널 편집위원장

<Keyword>

가짜뉴스, 소셜미디어, 지각편향, 디지털매개자, 내용검열, 집단극화

■ 가짜뉴스(fake news)와 정치사회정보의 매개효과

2003년 4월 4일의 일이다. 마이크로소프트의 빌게이츠가 사망했다는 소식이 MBC를 필두로 국내 언론사들의 속보로 나가자 당시 주식시장이 출렁거렸다. 첫 보도를 한 MBC는 “CNN은 빌게이츠 회장이 한 행사장에 참석했다가 총 2발을 맞고 인근 병원으로 실려 갔으나 의사에 의해 숨진 것으로 판명됐다”고 발표했다. 그러나 실제로 MBC가 인용한 기사는 CNN이 아니라 이를 모방한 사이트에서 만우절에 장난삼아 가짜뉴스였다.

당일 오전 9시 37분에 속보가 나간 이후, 20여분도 채 지속되지 못한 가짜뉴스였지만 영향력은 대단했다. 빌 게이츠 마이크로소프트 회장의 사망설로 주식은 8.54포인트 떨어진 536.70까지 급락했다가 다시 반등했으며, 외환시장에서 환율은 주가에 영향을 받아 일시적으로 뛰었다. 짧은 시간동안 개미 투자자들의 엄청난 투자손실이 발생한 것으로 보고 되었다. 이 사건은 언론을 통해 매개된 가짜

뉴스가 얼마나 영향력이 큰 가를 보여준 단적인 사례이다.

최근 치러진 미국 대통령 선거를 기점으로 가짜뉴스가 온라인 커뮤니케이션의 중요한 화제 거리로 다시 부상하고 있다. 만우절 해프닝과 같은 단순한 실수가 아니라 체계적이고 의도적인 가짜뉴스의 양산, 가짜뉴스의 상업화, 가짜뉴스가 가져오는 정치사회적 매개효과 측면에서 과거와 다른 양상을 갖는다.

■ 가짜뉴스의 상업화, 사회적 정보의 혼선 초래

최근 들어 나타난 가짜뉴스는 그 자체가 상업화되고 있다는 점이 특징이다. 미국에서 운영되는 리버티 라이터스의 경우, 가짜뉴스로 최대 월 4만 달러의 수익을 냈다고 가디언이 보도한 바가 있다. 뉴욕타임스는 가짜뉴스에 대한 특집 기사를 통해 일자리를 구하지 못한 청년들의 돈벌이가 되고 있고, 정치적으로 왜곡된 정보를 양산함에도 크라이슬러나

보스와 같은 기업들이 가짜뉴스에 광고를 게재하고 있는 실정을 보도했다.

미국 대선에서 가짜뉴스는 실질적인 파괴력을 보여주었다. 미국의 주류 언론들이 도널드 트럼프에 대해 융단폭격에 가까운 비판적 보도를 했지만, 트럼프는 자신의 지지층을 결집시키는 극단주의 전략을 통해 대통령에 당선되었다. 이 과정에서 힐러리 클린턴을 공격하는 가짜뉴스가 다수 양산되어 주류언론의 비판 보도를 흐리게 만들었다. ‘힐러리가 IS에 무기를 팔았다’, ‘교황이 트럼프를 지지한다’와 같이 근거 없는 소문이 뉴스화되어 보도된 것이다. 최근 주목을 받은 ‘피자게이트(pizzagate)’, 즉, 힐러리 클린턴 후보가 피자가게로 위장한 장소에서 미성년자 성매매 조직을 운영했다는 음모론은 그 내용이 황당하기 그지없지만, 페이스북을 통해 급속히 전파되었다. 정치적 집단극화 상황에서 가짜뉴스는 파괴력을 보였다.

특히, 가짜뉴스의 유통은 소셜미디어와 같은 네트워크 서비스를 중심으로 확산되었다. 버즈피드에 따르면 올해 8월부터 11월 8일까지 가짜뉴스 공유가 870만 건에 달했다고 분석했으며, 이는 같은 시점의 진짜 뉴스 공유량인 736만 건보다 많은 것이었다.

■ 우리는 왜 가짜뉴스에 주목하나

이처럼 가짜뉴스가 주목받고 공유되는 이유는 무엇인가? 가짜뉴스가 단순한 재미가 아니라 하나의 정치사회적 지지행동 또는 집단행동으로 나타나는 이유는 네트워크 커뮤니케이션의 특성과도 연결되어 있다. 뉴스를 소비하는 것은 ‘주목(attention)’행위로, 높은 인

지적인 관여가 필요하다. 인간이 할 수 있는 주목의 양은 한정적이며, 이는 이용가능한 시간과 관심에 의해 제한된다. 인간은 하루 24시간이라는 제한된 물리적 시간을 반복하며, 특정 시점마다 주어진 시간 내에서 특정 행동을 선택해야한다. 뉴스와 같은 콘텐츠의 소비는 결국 다양한 선택지 가운데 하나를 선별하는 과정을 거치는 것이며, 이는 일정의 제로섬 과정과 비슷하다. 즉, 하나를 선택하게 되면 다른 것을 버리게 되는 것이다.

선택에 미치는 여러 요인 중에 대표적인 것은 이슈의 현저성과 특이성 등이다. 두드러진 이슈가 특이한 속성을 가질 때 이용자들이 선택할 확률은 높아진다. 가짜뉴스는 사회적인 현안에 부합하면서, 특이성을 만족한다는 점에서 선택될 가능성이 높다.

뿐만 아니라, 인간의 뉴스선택행위는 새로운 정보를 습득하는 것에 국한되는 것이 아니라 여론공간에서 자신의 의견위치를 확인하고 자기와 유사한 의견을 받아들여 심리적 불안정성을 제거하는 태도강화적 성격을 포함하고 있다. 우리가 자신의 정치성향과 유사한 매체를 이용하는 것 역시 다른 의견을 수용하는 것보다, 동질적 의견을 받아들이는 것이 인지부조화를 제거하기 때문이다. 우리가 사회정보를 얻는데 있어서도 지각편향이 작용하며, 외부에서 일어나는 사실을 해석하는데도 편향적 결과를 낳는다.

특히, 소셜미디어는 자신과 유사한 가치와 정체성을 가진 사람들과의 관계를 강화시키는 속성이 있다. 이런 자아 중심적 네트워크에서 개인은 네트워크 관계에 의해 만들어진 가상적인 집단정체성에 충실하려고 노력한다. 그런 이유로 사회정보가 유유상종하는 동류 집단 내에서 집단 입장을 재강화하는 소재로 반복적으로 재활용되는 경향이 커진다. 정보

를 공유함에 있어 특정 뉴스가 가짜라고 하더라도 정보의 사실성 여부가 중요한 것이 아니라, 그것이 누구의 입장에 부합하고 심리적 지지를 강화하는가가 더 중요하게 작용하는 것이다.

여기에 덧붙여 가짜뉴스나 루머의 범람에는 주류정보원의 신뢰 저하가 큰 원인이기도 하다. 주류 언론들이 정치적으로 분극화되어 있고, 사실성에 대한 상이한 정보를 제공하는 등 준거가 될 만한 신뢰 있는 정보원이 부족할 때 뉴스 이용자들은 자신이 설정한 집단정체성에 기반해서 해석하고 판단하는 경향이 크다.

이 같이 복합적인 현상이 결합되면서, 가짜뉴스는 네트워크 공간에서 집단극화와 극단주의를 부추기는 소재가 되기도 한다. 뿐만 아니라, 사실이 아닌 허위정보는 정치나 사회에 대한 냉소주의를 만들어내고 음모론과 같이 신뢰를 떨어뜨리는 비정상적 커뮤니케이션을 강화시킨다.



■ 가짜뉴스, 검열이 필요한가?

그렇다면 가짜뉴스는 검열되어야 하는가? 원래 뉴스는 “새로운 무엇”을 의미하는 것으로 ‘그 무엇’의 사실성과는 무관한 용어이다. 뉴스에서 사실성 여부가 중요하게 된 것은 19세기 말부터 시작된 상업저널리즘이 등장하면서 부터이다. 검증된 정보를 상품으로 팔게 된 상업적 저널리즘에서 ‘사실성’은 상품 가치를 유지하는 데 있어 핵심적인 요소가 되었다. 언론이 근대 대의제민주주의의 체제를 유지하는 데 가장 중요한 정치매개자 집단이자 제도로 자리 잡으면서, ‘사실성’은 언론보도에서 반드시 지켜야 할 규범이자 준칙이 되었다.

그렇기에 언론의 가장 중요한 역할은 다양한 사회적 사실을 검증하고 선별하는 게이트키퍼 과정에 있다. 뉴스 생산자에게 요구되는 사실상의 검증이 제3자 저작물을 유통하는 디지털정보매개자에게도 요구되고 있다. 특히, 페이스북에 대해 가짜뉴스 유통에 대한 책임을 묻고 자체 검열을 주장하는 목소리들이 나오고 있다. 페이스북이 가짜뉴스 유통의 주범으로 몰렸기 때문이다.

월스트리트저널(WSJ)에 따르면, 페이스북은 인공지능(AI)을 사용해 가짜뉴스를 가려내는 방안을 검토 중이라고 보도한바 있다. 구글도 최근 들어 가짜뉴스를 차단하는 방안을 시행키로 했다고 한다. 구글은 광고 프로그램에서도 가짜뉴스 사이트를 퇴출시키기로 했다고 한다. 특히, 페이스북은 중국 진출 여부를 놓고 중국의 검열 시스템을 일정부분 받아들이는 기술적 조치를 강구중이라는 소식이 나오고 있어 우려를 키우고 있다.

제3자 게시물을 다루는 포털이나 소셜미디어가 정보의 사실여부를 확인하는 것은 사적

검열로 비판받을 수 있는 매우 우려스러운 사안이다. 기술적 조치나 사전 신고를 통해 확인 가능한 명백한 불법이 아니라면, 디지털 정보매개자가 사회정보를 필터링 하는 것은 표현적 매체인 인터넷공간의 기본 정식을 위협하는 것과 같다.

한국은 인터넷 공간에서의 명예훼손 등 사적 권리침해에 대한 즉각적인 피해구제장치가 마련되어 있다. 가짜뉴스와 같은 사회적 유해 뉴스는 즉시적인 차단조치는 없으나 그 피해 규모와 권리침해 특성에 따라 사후규제를 통해 얼마든지 규제가 가능하다.

가짜뉴스 논쟁은 한국 사회에서 온라인 루머나 유언비어 논쟁과 맞닿아 있다. 그 때마다 인터넷에 대한 내용규제 주장이 강하게 제기되어 왔다. 그러나 언제나 해답은 다른 곳에 있었음을 상기할 필요가 있다. 가짜뉴스가 유통되는 것을 막기는 힘들지만, 그 영향력을 약화시키는 것은 얼마든지 가능하다. 우리 사회의 중심적인 정보원인 언론의 신뢰성 회복, 다양하고 상이한 이견이 교차하는 교차담론 사회의 구현, 편식하지 않는 이용자의 정보습관 등이 그것이다. KISO JOURNAL

인류의 미래는 괜찮아 vs 아니 계속 우울할거야

정혜승 / 카카오 정책지원팀 이사

〈Keyword〉
인류, 미래, 진보, 토론

제 목	사피엔스의 미래 (원제: Do Humankind's Best Days Lie Ahead?)		
저 자	알랭 드 보통 등저	역 자	전병근
출판사	모던아카이브	출간일	2016년 10월 24일

“3천명이 30~95달러를 내고 토론을 듣기 위해 모인다. 토론 멤버는 그야말로 슈퍼스타급. 90분 동안 당대의 가장 뜨거운 쟁점을 놓고 토론이 벌어진다. 청중들은 투표로 심판한다. 캐나다의 멍크 디베이트¹⁾다. 금광기업으로 돈을 번 멍크 부부가 만든 공익재단 Aurea가 주관한다.”

- 〈감시국가〉 썸 선수들의 썸 토론²⁾

1년 전 쯤 저렇게 호들갑 떨면서 ‘멍크 디베이트’를 소개했다. 캐나다의 국격을 높이는 데 기여했다는 토론이다. 당시 “가장 최근 토론은 진보(Progress)를 주제로 출전 선수가 스티븐 핑커, 매트 리들리 vs 알랭 드 보통, 말콤 글래드웰이다!”라고 감탄했는데, 바로 그

토론이 책으로 정리됐다. 흥분되지 않을 수 없지 않나. ‘우리 시대 최고의 지성 4인 대격돌’ 같은 진부한 수식어를 마다할 수 없는 토론. ‘감시국가’에 대해서도 꽤 만족했기 때문에 기대가 컸다. 일단 선수 수준이 세계 최고면, 토론의 질도 흥미로울 수밖에 없다.

인류의 미래에 대한 낙관과 비관으로 한 판 붙는다는 것도 핵심 포인트다. 당장 우리는 인터넷의 미래에 대해서도 한편 낙관하면서도 동시에 종종 불안해한다. 계급장 뎀 자유로운 소통이 민주주의를 더 건강하게 만들어 줄 것이라 기대하다가도 혐오표현이나 비판 아닌 비방의 전투를 보면 가슴이 죄어온다. 이것은 과연 정답이 있는 질문일까.

1) available at. <https://www.munkdebates.com/>
 2) available at. <https://brunch.co.kr/@manya/34>



[그림 1] 멩크 디베이트

인류 앞날에 더 나은 미래가 기다리고 있다고 확신하는 스티븐 핑커. 하버드대 교수로서 전 세계에서 가장 영향력 있는 심리학자로 꼽히는 그는 <우리 본성의 선한 천사>라는 최신작에서도 현대가 과거 어느 때보다 덜 잔인하고 덜 폭력적이고 더 평화로운 시대라 주장했다. 전쟁과 약탈, 강간, 살인 등 고고학, 인류학적 측면에서 분석, ‘폭력의 역사’를 재구성한 그는 데이터까지 과학적으로 제시하고 있다. 그가 꼽은 ‘긍정적인 사실 10가지’를 살펴보자.

1. **인간의 생명** : 150년 전 인간의수명은 30년. 지금은 70년
2. **건강** : 천연두 등 치명적 질병의 퇴치. 소아마비도 곧 없어질 전망
3. **물질적 번영** : 두세기 전 세계 인구의 85%가 극심한 빈곤층. 오늘날 그 수치는 10%
4. **평화** : 강대국 간 전쟁은 60년 동안 한 차례도 없었음. 2차 세계대전 기간 10만 명당 연간 300명이 사망했지만, 2000년대에는 0.2명. 시리아 내전 감안해도 현재 그 수준
5. **안전** : 세계 폭력 범죄율 감소
6. **자유** : 전 세계 민주주의 지수는 사상 최고 수준. 세계인구 60% 이상이 열린사회의 시민
7. **지식** : 1820년 세계 인구의 17%가 기

- 초 교육을 받았으나 지금은 82%
8. **인권** : 현대 인권 주제는 아동 노동과 사형, 여성 폭력 등. 과거에는 인신 제물, 식인 풍습, 영아 살해, 노예매매, 이단자 화형, 공개 교수형 등
9. **성평등** : 전 세계적으로 여성교육 수준은 올라가고 결혼은 늦춰지고 있음
10. **지능** : 모든 나라에서 지능지수가 10년에 3점 꼴로 향상

최소한 저 10가지에 대해 반박하기는 힘들 것 같다. 그런데 알랭 드 보통은 알고 보니 깐죽거리는데 일가견이 있다

“*안나 카레리나*’를 아십니까? 이 소설의 어떤 인물도 핑커 씨가 이야기한 10가지 때문에 고통을 받지 않았습니까. 그렇다고 해서 그 소설이 행복한 이야기였을까요?”

스위스 출신인 보통은 대표적 부자 나라 스위스조차 완벽하지 않다고 강조한다. 인간의 어리석음이란게 이성에 의해 제거되는 것이 아니고, 빈곤은 GDP가 올라간다고 근절되는 것이 아니기 때문이란다. 전쟁이 줄었다하더라도 인간의 저열함이나 폭력, 잔인함에 뭐 상관있냐는 식이다. 세계 최고의 석학들을 모은 건 좋았는데, 핀트가 좀 안 맞는다. 가위 바위 보로 공격을 펼치는데 묵찌빠로 대응하는 느낌이 살짝 든다. 하지만 이 네 사람은 가히 초고수. 공수를 주고받는 자체를 구경하는 즐거움이 있다. 1만 시간의 법칙, 블링크 등의 유행어를 만들어 낸 베스트셀러 제조기이자 ‘뉴욕커’ 기자인 말콤 글래드웰의 반박을 보자.



“리들리 씨는 서양 역사에서 최고 한직 중 하나인 영국 상원의원이십니다. 그리고 핑커 씨는 하버드대학교 교수인데 이 직위는 미국에서 영국 상원의원에 비견할만합니다. 그렇게 볼 때 두 분의 앞날에는 더 나은 미래가 기다리고 있을게 틀림없습니다.”

저 대목을 읽다가 웃음이 터져 나왔다. 이 건 도무지 부인할 수 없는 팩트인 동시에 공감지수를 확 높이는 효과가 있다. 사실 이 네 명이 워낙 잘난 사람이란 게 오히려 논의의 보편성(?)을 해치는 측면이 없지 않다. 매트 리들리는 옥스퍼드 동물학 박사에 ‘이코노미스트’ 과학 전문 기자였고 역시 ‘이타적 유전자’ 등 명저가 한 둘이 아닌 분이다. 이어지는 글래드웰의 그 다음 주장은 더 기막히다.

“캐나다의 앞날에는 더 나은 미래?.. 확실히 그럴 겁니다. 여러분, 캐나다인들은 최근 국가 지도자를 뽑는 과정에서 엄청난 진전을 이뤘습니다(2015년 10월 쥐스탱 트뤼도가 캐나다 총리에 취임). 하지만 슬프게도, 우리가 모두 캐나다에 살고 있지는 않습니다. 저만 해도

미국에 살고 있습니다. 미국의 공화당 대선 후보 토론을 5분만 지켜봐도 캐나다 국경 남쪽 저 너머에 있는 사람에게는 그런 낙관적인 명제가 사실이 아님을 알 수 있습니다.”

도널드 트럼프 대통령 당선자를 맞이하는 글래드웰은 어쩌면 조금 더 우울해졌을지 모른다. 글래드웰과 그의 친구들은 미국의 향후 4년이 ‘더 나은 미래’가 될 가능성을 얼마나 보고 있을까. 브렉시트 이후 절반의 영국인들이 깊은 절망과 분노에 빠진 걸 감안하면, 주로 영국에서 활동하는 보통 역시 더 뼈뺌해지지 않았을까. 사실 지표로 따지면야 ‘한강의 기적’을 비롯해 고성장을 거듭해온 한국은 지난 반세기 가장 성공한 국가라고 볼 수 있는데, 그렇다고 미래를 망망 낙관하는 이는 별로 없다. 어쩌면 숫자로 보이는 게 전부가 아니라는 보통의 지적도 곱씹어 볼 만 하다. 사실 아무리 인류 전체가 잘 살아도, 한 줌 기득권층만 상상 못할 자유를 누리는 건 아닌지. 대다수는 중세 소작농이나 근대 노예 같은 노동자와 얼마나 달라졌을까. 불평등이 심해지고, 차별과 증오가 스멀스멀 힘을 얻는 시대가 아닌가.

진보. 인류의 미래는 더 나아질 것인가 (Progress. Be it resolved humankind’s best days lie ahead...). 이 토론의 관중들 중에 여기에 찬성하는 긍정론자들은 71%에 달했다. 토론이 끝난 뒤, 이들은 다시 투표를 했다. 멩크 디베이트의 특징은 90분 토론을 지켜본 사람들이 생각을 바꾸는지 바로 확인할 수 있다는 것. 결론은? 아주 조금 움직였다. 어느 쪽인지는 책을 보시거나, 사이트에서 확인하시길. 인류의 미래에 대해 우리는 늘 진지하다. KISO JOURNAL

‘2016년 KISO 사업자 실무 세미나’ 개최



2016년 11월 29일 한국인터넷자율정책기구(이하 KISO)는 ‘2016년 KISO 사업자 실무 세미나’를 개최했다.

이번 세미나는 인터넷 포털 및 커뮤니티 사업자들을 비롯한 KISO 회원사를 대상으로 하였고, 지난 3월 10일 개최되었던 ‘공정한 선거를 위한 인터넷 사업자 실무 세미나’에 이어 올해 두 번째 사업자 세미나이다.

세미나는 KISO가 2016년 한 해 동안 이루어졌던 KISO 정책위원회의 주요 심의사례를 소개한 후, 각 커뮤니티 사업자들이 서비스 운영 경험을 공유하고 토론하는 순으로 이루어졌다.

KISO는 앞으로도 인터넷 사업자들의 자율규제 활동 독려와 네트워크 강화를 위한 자리를 마련하는 데에 적극적으로 나설 예정이다. KISO JOURNAL

<KISO저널 제25호>

발행일 2016.12.30.

발행인 임지훈

발행처 (사)한국인터넷자율정책기구

표지디자인 신원디마

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 25호의 본문은
'한겨레결체'로 작성되었습니다.

◆ (사)한국인터넷자율정책기구의 허가
없이 본 내용의 무단전제나 복제를
금지합니다. 내용에 관한 문의가
있으시면 문의처로 연락주시기
바랍니다. (문의 02.6959.5207)

<편집위원>

위원장/황용석 교수(건국대 미디어커뮤니케이션학과)

권현영 교수(고려대 정보보호대학원)

김유향 팀장(국회입법조사처 과학방송통신팀)

김효섭 부장(네이버 경영지원실)

서승원 매니저(SK커뮤니케이션즈 사업협력실)

양현서 파트장(카카오 대외협력실)

윤혜선 교수(한양대 법학전문대학원)

이원태 박사(KISDI ICT전략연구실)

편집간사/이시은 연구원(KISO 기획협력실)



ISSN 2287-8866(Online)