



2017 Vol.29 JOURNAL



정책 및 심의결정 리뷰

연예인의 연관검색어 및 자동완성검색어 삭제 요청 관련 심의결정 리뷰 | 황성기
비실명 보도 관련 검색어 삭제기준 정책규정 리뷰 | 이승환

기획동향

온라인 혐오발언과 사회적 차별 | 이승현

법제동향

가상통화 거래에 관한 최근 규제 이슈와 해외 사례 | 윤주호

국내 게임 산업의 미래와 법적 규제개선 방안 - 온라인 게임 결제한도 규제 완화 및 웹보드 자율규제 필요성 | 이정훈

국내외 주요소식

FCC의 망중립성 규정 폐지 및 국내 영향 | 권오성

이용자섹션

페이크뉴스에 대한 저널리즘적 대응과 한계 - 해외 사례를 중심으로 | 신인규

소셜미디어 쇼핑 '카페인족' 시대의 도래 | 고아라

편집위원 칼럼

포털뉴스 논쟁, 객관적 상황평가가 생산적인 논의의 출발 | 황용석

문화시평

호모 사피엔스라는 정류장을 떠나 미지의 미래로 향하는 인류 : 호모데우스 | 구분권

자율규제 릴레이 인터뷰

KISO NEWS

연예인의 연관검색어 및 자동완성검색어 삭제 요청 관련 심의결정 리뷰

황성기 / 한양대학교 법학전문대학원 교수

<Keyword>

연예인, 공인, 명예훼손, 사생활, 저작권

1. 심의결정의 쟁점 및 주요내용

가. 사건의 배경

(1) 방송인 甲 사례

방송인 甲은 자신의 이름으로 검색 질의시 노출되는 연관 검색어들이 허위 사실을 적시하여 본인의 명예를 훼손한다는 취지로 이들 연관 검색어들에 대한 삭제 심의를 한국인터넷자율정책기구(이하 'KIAC')에 신청하였다. 구체적으로 삭제 신청을 한 연관 검색어는 ① '甲' 검색 시 노출되는 '甲 몸매 보정'과 '甲 사진보정', ② '甲 경찰' 검색 시 노출되는 '허언증', ③ '甲 경찰청' 검색 시 노출되는 '허언증', ④ '甲 경찰청 홍보대사' 검색 시 노출되는 '허언증', ⑤ '甲 경찰청 홍보대사' 검색 시 노출되는 '허언증', ⑥ '甲 경찰청' 검색 시 노출되는 '甲 거짓말', ⑦ '甲 실제몸매' 검색시 노출되는 '甲 거짓말' 등 총 8개이다. 이와 아울러 모바일

에서 검색창에 '甲' 입력시 노출되는 자동완성 검색어 '甲 구설수'에 대해서도 동일한 취지로 삭제 심의를 신청하였다.

(2) 광고모델 연예인 乙 사례

배우인 乙은 과거 특정 상품인 A의 광고 모델로 활동했던 연예인으로서, 검색창에 자신의 이름 '乙' 입력시 노출되는 자동완성 검색어 '乙 A'와 '乙' 검색 시 노출되는 연관 검색어 '乙 A'가 광고 모델로서의 저작권을 침해한다는 이유로, 이들 검색어에 대한 삭제 심의를 한국인터넷자율정책기구(이하 'KIAC')에 신청하였다.

나. 심의결정의 주요 내용

(1) 방송인 甲 사례

방송인 甲은 '정무직 공무원 등 공인'에 해당하지 않는 자임은 명백하므로¹⁾ (사)한국

1) (사)한국인터넷자율정책기구 정책규정 제13조(예외적 삭제) 제1항 제3호에 따르면, 제5조제2항의 '정무직 공무원 등 공인'에 해당하지 않는 자가 권리침해 등을 이유로 연관검색어 등의 삭제를 요청한 경우로서, 그 내용이 공공의 이익

인터넷자율정책기구 정책규정 제13조(예외적 삭제) 제1항 제3호의 요건 중, 검색어 또는 검색결과가 공공의 이익 또는 공적 관심사와 관련이 없는 사실을 적시한 경우인지, 혹은 일정기간 언론 등을 통해 공론화 되지 않아 일반이용자의 알 권리보다 특정인의 사생활을 침해하거나 명예를 훼손하는 정도가 더 크다고 판단되는 경우인지가 쟁점이다.

첫째, ‘甲 몸매 보정’과 ‘甲 사진보정’이라는 검색어는 신청인이 소셜 네트워크 서비스 등에 게재한 사진이 이후 보정되었다는 주장이 제기되고 이로 인해 생성된 검색어로 보이는 바, 그러한 논란이 단순히 게시판 등에 게시된 것뿐만 아니라 다수의 언론에 보도되고 있고, 신청인 역시 일부 보정되었다는 사실을 인정한 점을 고려할 때, 해당 연관검색어는 공공의 이익 내지 공적 관심사에 해당된다고 판단하였다.

둘째, ‘허언증’이라는 검색어와 관련하여, 해당 병명의 경우 자신의 거짓말을 믿거나 거짓말에도 죄책감을 느끼지 않는 병리적 용어인바, 신청인이 해당 정부기관의 하부기관에서의 홍보대사를 한 것은 사실인 점, 용어에 대한 무지나 부주의에 의해 발생한 단순 실수인 것으로 보이는 점, 해당 표현이 연관 검색어로 제시될 경우 대중을 상대로 활동을 하는 방송인에게는 방송활동에 커다란 장애가 될 수 있다는 점 등을 고려할 때 국민의 알권리보다 개인의 사생활 침해 또는 명예를 훼손하는 정도가 더 크다고 판단하였다.

셋째, ‘甲 거짓말’이라는 검색어와 관련하여, 신청인이 과거 게재한 사진이 논란을 일

으키고 이에 대해 해명한 사항 역시 논란을 일으켜, 신문과 방송 보도 및 연예 프로그램 등에 보도됨으로서 생성되었다는 배경을 고려할 때, 방송 등 다수에게 공표된 내용을 근거로 생성된 검색어라는 점에서 공적 관심사에 해당하는 내용이라고 볼 수 있고, 해당 논란은 비교적 최근에 발생하고 보도된 사안으로 최근까지 공론화 되었으며, 이에 대해 허위라고 판단하기 어렵다고 보았다. 그리고 ‘甲 거짓말’이라는 검색어는 신청인 성명을 검색하였을 때 연관 검색어로 노출되는 것이 아니라, 신청인 성명과 특정 단어가 조합된 검색어를 검색하였을 경우에만 노출되고 있는바, 이 같이 조합된 검색어의 연관검색어는 이미 이용자의 검색 동기와 맥락이 반영되어 있다는 점에서 성명에 연결되어 노출되는 검색어보다 그 낙인효과가 적을 것으로 판단하였다.

넷째, ‘甲 구설수’라는 검색어와 관련하여, ‘구설수’란 “말을 잘못해서 어려운 일을 겪는 것”을 말하는데, 신청인의 언행에서 그와 같은 구설수가 생길만한 사정이 전혀 없다고 보기 어렵고, 실제 검색결과를 보더라도 각종 언론의 보도내용도 ‘구설수’라는 용어를 그대로 노출하거나 그 보도내용 자체가 구설수에 해당된다는 점에서 억측을 통해 생성된 허위의 사안으로 보기 어렵다고 판단하였다.

이상과 같은 이유로 (사)한국인터넷자율정책기구 정책위원회는 심의대상 검색어 중 ‘甲 몸매 보정’, ‘甲 사진보정’, ‘甲 거짓말’, ‘甲 구설수’에 대해서는 ‘해당없음’으로, ‘허언증’에 대해서는 ‘삭제 또는 그에 준하는 조치’로 결정하였다.

또는 공적 관심사와 관련이 없는 사실을 적시한 경우이거나, 일정기간 언론보도 등을 통해 공론화 되지 않은 사유 등으로 그와 관련된 일반 이용자의 알 권리보다 연관검색어 등 또는 해당 검색결과가 특정인의 사생활을 침해하거나 명예를 훼손하는 정도가 더 크다고 판단되는 경우, 해당 연관검색어 등의 삭제가 가능하다.

(2) 광고모델 연예인 乙 사례

첫째, 이 사건 검색어인 ‘乙 A’ 또는 해당 검색결과가 신청인의 저작권을 명백히 침해하는지 여부²⁾와 관련하여, 저작물은 ‘인간의 사상 또는 감정을 표현한 창작물’을 뜻하는 것으로서 ‘창작성’을 그 요건으로 하는데, 사람의 성명만으로는 그러한 저작물의 요건을 갖춘 것으로 보기 어려우므로, 이 사건 검색어는 저작권의 침해와는 무관한 것으로 보아야 할 것이고, 나아가 그 검색 결과를 살펴봐도 저작권을 명백히 침해하는 사항이 있는 것으로 보이지 않는다고 판단하였다.

둘째, 신청인이 주장한 사항은 아니지만, 이 사건 검색어가 신청인의 사생활을 침해하거나 명예를 훼손하는지에 대해 보충적으로 판단하고 있는데, 신청인은 작년까지는 해당 상품의 광고 모델로 활동한 것으로 보이고, 이 사건 검색어에 의한 검색결과 역시 대부분 해당 광고와 관련된 사항으로서, 신청인의 사생활을 침해하거나 명예를 훼손하는 사실의 적시가 있는 것으로 보이지 않는다고 판단하였다.

이상과 같은 이유로 (사)한국인터넷자율정책기구 정책위원회는 심의대상 검색어인 ‘乙 A’에 대해 ‘해당없음’으로 결정하였다.

2. 심의결정의 의의

가. 검색어에 대한 평가에 있어서의 기본적인 고려사항

검색어에 대한 평가에 있어서 기본적으로 고려해야 하는 사항은 다음과 같다.

첫째, 검색어 서비스와 관련되어 있는 당사자들의 이익 간의 균형과 조화이다. ① 검색어 서비스는 포털의 언론의 자유와 영업의 자유의 영역이다. 검색어 서비스는 현재 포털의 주요한 비즈니스모델 내지 영업정책이기 때문이다. ② 검색어 서비스를 이용하는 이용자의 표현의 자유, 특히 정보접근권이다. 검색어 서비스를 통해서 이용자는 보다 편리하게 자신이 원하는 정보에 대해서 접근할 수 있기 때문이다. ③ 검색어 서비스로 인한 피해를 입게 되는 사람의 인격권, 개인정보자기결정권이다. 연관 검색어, 자동완성 검색어, 실시간급상승 검색어 그 자체로 인하여 명예훼손이나 사생활 침해가 발생할 수 있기 때문이다. 따라서 검색어에 대한 삭제 여부, 삭제 기준 등을 설정함에 있어서는, 이와 같은 세 당사자의 이익들 간의 균형과 조화를 도모하는 방향으로 객관적이고 공정하게 이루어져야 하고, 삭제 기준이 정립된 경우에는 일관되게 적용되어야 한다.

둘째, 검색어에 대한 평가와 검색결과에 대한 평가의 연동이다. 검색어에 대한 평가는 검색결과로 노출되는 표현물에 대한 평가와 연동될 수밖에 없다. 왜냐하면 검색어 자체의 생성과정이 검색결과로 노출되는 표현물에 대한 이용자의 접근의도 및 접근빈도와 연동되어 있기 때문이다. 따라서 검색어에 대한 평가는 검색결과로 노출되는 표현물에 대한 평가에 의해 상당한 정도 영향을 받을 수밖에 없다는 점을 전제해야 한다.

나. 연예인 관련 검색어의 삭제기준 및 범위의 문제

2) (사)한국인터넷자율정책기구 정책규정 제13조(예외적 삭제) 제1항 제6호에 따르면, 연관검색어 등 또는 해당 검색결과가 저작권을 명백히 침해하는 경우, 해당 연관검색어 등의 삭제가 가능하다.

연예인 관련 검색어의 삭제 문제는 공인의 범위 및 유형화의 문제와 관련되어 있다. 명예훼손이나 사생활 침해와 관련되어 있는 기존의 법리 및 판례의 태도에 따르면, 공무를 담당하거나 정부정책 내지 공공정책에 영향을 미칠 수 있는 주체는 공인에 해당한다는 점에 대해서는 큰 의문이 없다. 예컨대 정무직 공무원(국회의원 등), 판사, 검사, 정당, 언론사 등은 명예훼손법이나 사생활 침해 관련 법리에서 주요한 고려요소가 되는 공인에 해당한다는 점은 분명하다. 문제는 연예인이나 방송인도 공인에 해당한다고 볼 수 있을 것인가이다.

먼저 연예인이나 방송인은 기본적으로 공무를 담당하거나 정부정책 내지 공공정책에 영향을 미칠 수 있는 주체가 아니라는 점에서 전통적인 의미에서의 공인에는 해당하지 않는다는 주장이 가능하다. 반면에 연예인은 일반 공중의 관심을 이용하여 수익활동을 하는 사람이라는 점에서, 일반인과는 다른 지위를 갖고 있다는 주장도 충분히 가능하다.

바로 여기서 연예인 관련 검색어에 대한 삭제기준을 어떻게 설정해야 하는가의 문제가 발생하게 된다. 생각건대, 연예인이라는 범주를 별도로 설정할 필요가 있다. 즉 정무직 공무원(국회의원 등), 판사, 검사, 정당, 언론사 등 전통적인 의미에서의 공인이 아니면서도 또한 일반인도 아닌 별도의 새로운 범주로 설정할 필요가 있다. 그렇다면 연예인 관련 검색어의 삭제기준 및 범위는, 물론 개별 사안에 따라서는 유동적인 측면이 있기는 하지만, 전통적인 의미에서의 공인보다는 완화되게 설정하면서도 일반인보다는 엄격하게 설정할 필요가 있다.

이러한 측면에서 본다면, 현행 (사)한국인터넷자율정책기구 정책규정 제13조(예외적 삭제)는 향후 개선이 필요하다. 왜냐하면 제13조는 ‘제5조제2항의 정무직 공무원 등 공인에 해당하는 자’와 ‘제5조제2항의 정무직 공무원 등 공인에 해당하지 않는 자’라고 하는 이분론만 채택하고 있고, 정책위원회의 입장에서는 연예인은 ‘제5조제2항의 정무직 공무원 등 공인에 해당하지 않는 자’에 해당한다는 판단에서 출발할 수밖에 없는 근본적인 문제점을 안고 있기 때문이다. 즉 현행 정책규정 제13조의 태도에 따르면, 연예인은 일반인과 동일하게 취급할 수밖에 없는 문제점이 발생한다.

위와 같은 문제점을 해소하기 위한 정책규정 제13조의 개정안을 제시하면 다음과 같다.

< (사)한국인터넷자율정책기구 정책규정 개정(안) 비교표 >

현 행	개 정 안
<p>제13조(예외적 삭제) ① 회원사는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우가 아닌 한 연관검색어 등을 제외하거나 삭제하지 아니한다.</p> <p>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 공론화 되지 않은 사유 등으로 그와 관련된 일반 이용자의 알 권리보다 연관검색어 등 또는 해당 검색결과가 특정인의 사생활을 침해하거나 명예를 훼손하는 정도가 더 크다고 판단되는 경우</p>	<p>제13조(예외적 삭제) ① 회원사는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우가 아닌 한 연관검색어 등을 제외하거나 삭제하지 아니한다.</p> <p>3. 연예인이 권리침해 등을 이유로 연관검색어 등의 삭제를 요청한 경우로서, 그 내용이 공공의 이익 또는 공적 관심사와 관련이 없는 사실을 적시한 경우이거나, 일정기간 언론보도 등을 통해 공론화 되지 않은 사유 등으로 그와 관련된 일반 이용자의 알 권리보다 연관검색어 등 또는 해당 검색결과가 특정인의 사생활을 침해하거나 명예를 훼손하는 정도가 더 크다고 판단되는 경우. 다만, 제5조 제2항의 ‘정무직 공무원 등 공인’과 연예인에 해당하지 않는 일반인에 관한 연관검색어 등에 대해서는, 일반인의 삭제 요청에 상관없이, 그 내용이 공공의 이익 또는 공적 관심사와 관련이 있는 사실을 적시한 경우 이외에는 삭제할 수 있다.</p>

위 개정안의 내용을 정리하면, 다음 두 가지이다.

첫째, 제13조 제1항 제3호의 경우, ‘제5조제2항의 정무직 공무원 등 공인에 해당하지 않는 자’를 ‘연예인’으로 변경한다.

둘째, 제5조제2항의 정무직 공무원 등 공인과 연예인에 해당하지 않는 일반인에 관한 연관검색어 등의 처리 원칙을 제3호의 단서로 신설하고, 일반인에 관한 연관검색어 등의 처리 원칙으로, ① 절차적인 요건의 측면에서는 제5조제2항의 정무직 공무원 등 공인과 연예인의 경우와는 달리 일반인의 경우에는 삭제 요청이 없더라도 삭제할 수 있게 하고, ② 실체적인 요건의 측면에서는 그 내용이 공공의 이익 또는 공적 관심사와 관련이 있는 사실을 적시한 경우 이외에는 삭제할 수 있도록 하는 것이다.

다. 방송인 甲 사례 심의결정에 대한 평가

방송인 甲 사례의 경우, ‘甲 몸매 보정’과 ‘甲 사진보정’이라는 검색어, ‘甲 거짓말’이라는 검색어, ‘甲 구설수’라는 검색어에 대한 판단에 있어서, 검색어 및 검색결과를 종합적으로 검토하였을 때 허위의 사안이라고 보기 힘들 뿐만 아니라 공공의 이익 내지 공적 관심사에 해당한다는 정책위원회의 결정은 적절하다고 생각한다.

문제는 ‘허언증’이라는 검색어이다. 정책위원회는 ‘허언증’이라는 단어가 자신의 거짓말을 믿거나 거짓말에도 죄책감을 느끼지 않는 병리적 용어라는 점을 전제로, 국민의 알권리보다 개인의 사생활 침해 또는 명예를 훼손하는 정도가 더 크다고 판단하였다. 그런데 ‘허언증’이라는 검색어와 ‘甲 거짓말’이라는 검색어에 대한 정책위원회의 평가가 달라진

것은 다음과 같은 관점에서 문제제기가 가능하다.

첫째, 허언증이라는 단어가 갖고 있는 ‘레토릭’으로서의 의미가 간과되었다는 점이다. 비록 네이버가 제공하는 국어사전에 따른 허언증의 사전적 정의가 ‘자신이 거짓말을 하고 그걸 그대로 믿는 병 또는 증상. 허구로 말하고 믿는 증상’이라고 하더라도, 허언증이라는 단어는 일상적으로 병리적 용어로만 사용하는 것이 아니라, ‘거짓말을 잘하는 사람’을 지칭할 때 혹은 ‘거짓말을 한 사람에 대한 비판’을 할 때 일종의 레토릭으로서 사용하기도 한다.

둘째, ‘甲 거짓말’이라는 검색어와 관련하여 볼 때, 일관성의 관점에서 문제제기가 가능하다. 정책위원회는 ‘甲 거짓말’이라는 검색어에 대해서는 방송 등 다수에게 공포된 내용을 근거로 생성된 검색어라는 점에서 공적 관심사에 해당하는 내용일 뿐만 아니라 허위라고 판단하기 어렵다고 하였다. 그런데 설령 허언증이 병리적 용어라는 점을 전제로 하더라도, 네이버가 제공하는 생명과학대사전에 따르면 ‘거짓말(pseudologia, mythomania)’을 ‘허언증(虛言症)’과 동일한 의미로 설명하고 있다. 따라서 이번 사안의 경우 ‘甲 거짓말’이라는 검색어와 ‘허언증’이라는 검색어가 생성된 배경이 동일하다는 점에서, 전자에 대해서는 ‘해당없음’의 결정을 내린 반면에, 후자에 대해서는 ‘삭제 또는 그에 준하는 조치’로 결정을 내린 것은 일관성의 관점에서 분명 문제가 있다.

셋째, 오히려 ‘甲 거짓말’이라는 검색어가 ‘허언증’이라는 검색어보다 낙인효과가 더 크다고 볼 수 있다는 점이다. 정책위원회는 ‘甲 거짓말’이라는 검색어는 신청인 성명을 검색하였을 때 연관 검색어로 노출되는 것이 아니라, 신청인 성명과 특정 단어가 조합된 검

색어를 검색하였을 경우에만 노출되고 있는 바, 이 같이 조합된 검색어의 연관 검색어는 이미 이용자의 검색 동기와 맥락이 반영되어 있다는 점에서 성명에 연결되어 노출되는 검색어보다 그 낙인효과가 적을 것으로 판단하였다. 그런데 ‘허언증’이라는 검색어의 경우에도 ‘甲 경찰’, ‘甲 경찰청’, ‘甲 경찰홍보대사’, ‘甲 경찰청 홍보대사’와 같이 신청인 성명과 특정 단어가 조합된 검색어를 검색하였을 경우에만 노출되는 검색어였다. 따라서 “조합된 검색어의 연관 검색어는 이미 이용자의 검색 동기와 맥락이 반영되어 있다는 점에서 성명에 연결되어 노출되는 검색어보다 그 낙인효과가 적다.”는 정책위원회의 논리가 ‘허언증’이라는 검색어에 대한 판단에 있어서는 왜 적용되지 않았는지 의문이다. 오히려 ‘甲 거짓말’이라는 검색어는 그 자체에서 성명과 특정 단어가 조합된 연관 검색어이기 때문에, ‘허언증’이라는 검색어와 같이 성명이 조합되지 않은 연관 검색어보다 더 낙인효과가 클 수 있다.

라. 광고모델 연예인 乙 사례 심의결정에 대한 평가

광고모델 연예인 乙 사례의 경우에는 사람의 성명이 저작권 및 퍼블리시티권의 보호대상인지의 문제가 핵심적인 쟁점이다. 이 쟁점은 다시 ① 사람의 성명이 저작권의 보호대상인지의 문제, ② 사람의 성명이 퍼블리시티권의 보호대상인지의 문제로 구분된다.

첫째, 사람의 성명이 저작권의 보호대상인지의 문제와 관련하여, 현행 저작권법상의 저작권의 보호대상인 ‘저작물’은 “인간의 사상

또는 감정을 표현한 창작물”로 정의되고 있다(저작권법 제2조 제1호). 이러한 저작물의 정의에 따라, 저작물의 성립요건은 ① 인간의 사상 또는 감정, ② 외부적 표현, ③ 창작성 세 가지이고, 저작물성이 인정되기 위해서는 이러한 세 가지 요건을 모두 갖추어야 하고 어느 하나라도 갖추지 못하면 저작물성이 부인된다.³⁾ 저작물의 이러한 성립요건에 비추어 볼 때, 사람의 성명은 저작물에 해당하지 않는다고 할 것이다. 이러한 측면에서 이 사례에서 문제된 검색어는 저작권의 침해와 무관하고, 그 검색 결과에서도 저작권을 명백히 침해하는 사항이 있는 것으로 보이지 않는다고 판단한 정책위원회의 결정은 타당하다.

둘째, 사람의 성명이 퍼블리시티권의 보호 대상인지의 문제와 관련하여, 퍼블리시티권은 인격영리권 또는 인격표지권으로 불리기도 하는데, Melville B. Nimmer 교수가 1954년에 발표한 논문 ‘The Right of Publicity’에서 처음 소개된 것으로서, 연예인 등의 이름, 모습, 음성 등과 같은 특성을 사람한테서 분리하여, 양도·임대할 수 있는 거래의 객체로 삼을 필요가 있다는 생각에서 고안된 권리이다. 문제는 이러한 퍼블리시티권이 우리나라의 현행법 하에서 인정될 수 있는가이다. “민법 제185조는 “물권은 법률 또는 관습법에 의하는 외에는 임의로 창설하지 못한다.”고 규정하여 이른바 물권법정주의를 선언하고 있고, 물권법의 강행법규성은 이를 중핵으로 하고 있으므로, 법률(성문법과 관습법)이 인정하지 않는 새로운 종류의 물권을 창설하는 것은 허용되지 아니한다.”는 대법원의 입장⁴⁾을 전제할 때, 퍼블리시티권을 인정하는 별도의 입법이 없는 이상, 사람의 성명이 퍼블리시티권의

보호대상이 되는지의 문제는 이 사례에서 정책위원회가 판단할 수 없는 문제라고 할 것이다.

3. 나오는 말

이상에서 필자가 평가한 연예인 관련 검색어에 대한 정책위원회의 결정은 매우 의미있는 선례로서의 지위를 가진다. 특히 연예인 관련 검색어의 삭제 문제는 공인의 범위 및 유형화의 문제와 관련되어 있다는 점에서 매우 중요한 의미를 지닌다. 비록 두 사례 중 방송인 甲 사례 심의결정의 경우 일부 문제점이 발견되지만, 전체적으로는 연예인 관련 검색어에 대한 정책위원회의 결정은 타당하다. 두 사례에서 정책위원회가 제시한 판단기준 및 결정이 향후 연예인 관련 검색어의 삭제 문제를 해결하기 위한 판단기준을 정립함에 있어서 중요한 밑거름이 될 수 있다고 생각한다. 필자의 이 글이 이러한 판단기준을 정립함에 있어서 조금이나마 기여할 수 있기를 기원하면서 이 글을 마친다. KISO JOURNAL

3) 박성호, 「(제2판) 저작권법」, 박영사, 2017, 33면.

4) 대법원 2002. 2. 26. 선고 2001다64165 판결.

비실명 보도 관련 검색어 삭제기준 정책규정 리뷰

이승환 / 대구대학교 법과대학 교수

<Keyword>

비실명보도, 연관검색어, 예외적 삭제, 낙인이론

1. 정책규정의 개정

한국인터넷자율정책기구(이하 ‘KISO’)는 2017년 6월 22일 (사)한국인터넷자율정책기구 정책규정을 개정하여 「제3장 검색어에 관한 정책」 제13조(검색어의 예외적 삭제) 제1항 제12호에 비실명보도 관련 삭제기준을 추가하였다.

<(사)한국인터넷자율정책기구 정책규정>

제13조(예외적 삭제)

① 회원사는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우가 아닌 한 연관검색어 등을 제외하거나 삭제하지 아니한다.

12. 개인, 기관, 단체 등이 연관검색어의 삭제를 요청한 경우로서, 특정 사건에 관련된 개인, 기관, 단체, 지역 등의 실명을 언급한 언론 보도가 거의 존재하지 않았음에도 연관검색어 등을 통해 공개됨으로써, 해당 개인 또는 기관, 단체, 지역에 속한 구성원들이 불이익을 받게 될 우려가 있는 경우.

2. 정책규정 제13조

가. 제13조의 의의

연관검색어 및 자동완성검색어(이하 “연관검색어 등”) 서비스는 다수 이용자들이 입력한 과거 검색어 자료를 분석해서 특정 검색어와 상호 긴밀히 연관된 검색어를 검색 입력창 또는 그 인접영역에 자동적으로 제시하는 서비스로서 이용자의 편익을 위한 것이다. 이러한 연관검색어는 컴퓨터 알고리즘에 의해 자동 생성되는 것으로 반복적으로 입력된 검색어와 관련된 검색어를 제시함으로써 알권리와 표현의 자유를 촉진하는 긍정적인 역할을 하고 있다. 반면에 탈세, 여자문제, 성희롱 등 부정적인 의미를 가진 연관검색어의 생성 역시 컴퓨터 알고리즘에 의해 자동적으로 생성됨으로써 선정된 순간부터 사실 여부를 떠나 이용자들에게 이러한 사건에 대한 선입견을 가지도록 함으로써 개인정보 노출, 사생활 침해 또는 명예훼손 등 권리침해의 위험성이 상존하고 있다.

이러한 문제점 해소를 위하여 정책규정 제13조는 예외적으로 연관검색어 등을 삭제할

수 있는 규정을 두고 있는데, 그 사유로 총 12가지를 두고 있다(2017년 12월 현재). 연관검색어에 대한 예외적 삭제규정 제13조는 인위적인 생성이나 변경 금지 원칙을 규정하고 있는 제12조에 대한 예외규정으로서 연관검색어 등에 대한 최소한의 인위적 생성이나 변경금지원칙을 지키면서도 상기의 문제점을 해소하기 위한 규정으로서 엄격한 요건 하에 이루어지고 있다.

나. 제13조 제1항 제12호

1) 추가 배경

연관검색어 생성 등에 가장 많은 영향을 미치고 있는 것은 언론보도이다. 언론보도의 유무, 언론보도 횟수, 언론보도 기간 등에 따라 자동적으로 연관검색어가 생성되고 있다. 한편 언론 등을 통해 비실명 보도된 사안이나, 다수의 이용자의 검색 등에 의해서도 컴퓨터 알고리즘에 의해 자동적으로 연관검색어가 생성되고 있다.

그런데 비실명 보도된 사건에서의 단체나 개인의 경우에 대한 연관검색어 등이 생성되는 경우에는 비록 관련이 없음이 추후에 밝혀지더라도 이른바 ‘낙인효과’에 의하여 부정적 인식이 고착화 되는 경우가 많고, 그 피해가 회복되지 못하는 경우가 일반적이다.¹⁾ 특히 비실명 보도로 생성된 연관검색어가 인물과 관련된 사항인 경우에는 그 보호 필요성이 더욱 큰 것이다.

이러한 문제점에 주목하여 사후적 보호절차인 개인정보유출이나 명예훼손과는 별도의 사전적 예방 조치로서 제12호의 규정을 신설

하게 된 것이다.

2) 주요 내용

(1) 적용 요건

제12호에 의하여 연관검색어 등이 삭제되기 위해서는 ①개인, 기관, 단체 등이 연관검색어의 삭제를 요청할 것, ②특정 사건에 관련된 개인, 기관, 단체, 지역 등의 실명을 언급한 언론 보도가 거의 존재하지 않았음에도 연관검색어 등을 통해 공개되었을 것, ③이로써 해당 개인 또는 기관, 단체, 지역에 속한 구성원들이 불이익을 받게 될 우려가 있을 것 등의 요건을 갖추어야 한다. 이를 상술하면 다음과 같다.

①에 의하면 개인, 기관, 단체 등은 당사자가 아니라도 신고를 통해 회원사에 연관검색어의 삭제를 요청할 수 있는데, 이는 언론보도 등이 거의 없는 비실명보도의 특성상 이를 회원사가 적극적으로 삭제하는 것을 기대하기는 어렵다는 현실적 문제점을 고려한 것이다.

②에서의 비실명보도는 일반적으로 아직 사회적으로 이슈화되기 이전의 것으로 다수의 언론보도가 있기 이전에 극소수의 언론사에 의하여 주로 이루어지고 있는 것이다. 그리고 특히 이러한 경우에 대중적 호기심 해소를 위하여 많은 수의 검색이 이루어져 비실명보도에 대한 연관검색어가 생성된다. 동조항은 이러한 경우의 연관검색어에 의한 피해예방을 목표로 하는 것으로서 실명을 언급한 언론 보도가 거의 존재하지 않는 경우에

1) KISO 정책위원회 심의에서도 검색어가 가지고 오는 이른바 ‘낙인효과’를 고려하여 개인에 대한 부정적인 검색어의 경우에는 그 검색어가 생성된 배경이 명확하게 확인되지 않는 한 삭제하는 방향으로 검토하고 있다(2016심7).

도 동 조항은 적용된다.

③동조항은 낙인이론의 특성상 권리침해가 발생하게 되면 이를 회복하기는 매우 어려우므로 사전적 예방이 필요하다는 취지에 의한 것이다. 따라서 비실명보도에 따른 연관검색어의 생성에 따른 불이익이 발생할 우려가 있는 경우에도 이의 삭제를 요청할 수 있도록 하고 있다.

(2) 검토

①제13조 제1항 제12호는 연관검색어의 삭제요청 주체로서 ‘개인, 기관, 단체 등’을 규정하고 있어 ‘개인’도 그 주체가 됨을 명시하고 있다. 이와 관련하여 제13조 제1항 제1호의 ‘개인정보 유출’, 제3호의 ‘공인 이외의 자의 권리침해 삭제요청’에서의 개인과 관계가 문제된다.²⁾ 먼저 제1호의 개인정보 유출과 관련해서는 해당 조항이 개인의 식별이 가능할 정도에 이르면 경우에 비로소 삭제요청되는 것인데 반하여 제13호는 그러한 우려가 있는 경우에 심지어 극소수의 언론에 의한 비실명보도인 경우에도 신청에 의하여 삭제된다는 점에서 차이가 있고, 제3호와의 관계에서는 제3호의 규정에 따라 연관검색어가 삭제되기 위해서는 정무직 공무원 등 공인에 해당하지 않는 자가 삭제요청을 하여야 하고 그 내용이 공공의 이익 또는 공적 관심사와 관련이 없는 사실이어야 하는 등 그 요건이 엄격하여 그 삭제가 용이치 않은 사후적 조치인데 반하여 제13호는 사전적 피해예방 조치로서 그 규제형태가 다른 것이라 할 수 있다.

②제12호의 적용에 있어서는 ‘불이익을 받게 될 우려’가 있는 경우에도 연관검색어의 삭제를 요청할 수 있는데, 이는 권리침해 뿐 아니라 권리침해의 위험성을 내포하는 경우도 포함되는 것으로 해석된다. 이는 제12호가 ‘낙인이론’에 의한 돌이킬 수 없는 피해를 예방하고자 하는 취지에 따른 것이라 할 수 있다. 그런데 이러한 규정방식에는 의문의 여지가 있다. 정책규정 제13조 예외적 삭제규정은 연관검색어 등에 대한 최소한의 인위적 생성이나 변경금지원칙을 지키기 위해 엄격한 요건 하에 삭제가 이루어지고 있다. 그런데 제12호에서는 단순히 ‘불이익을 받게 될 우려’로만 규정함으로써 ‘단순한 불이익’이 있기만 하여도 연관검색어의 삭제를 요청할 수 있다는 것으로 해석될 우려가 있어 제13조의 원칙에 합당하지는 않는 것으로 보인다. 물론 삭제요청에 대하여 가부판단은 회원사가 최종적으로 행하는 것이기는 하지만, 불이익이라는 개념이 너무 광범위하여 자칫하면 부정적 인식을 가진 비실명보도에 대한 연관검색어에 대하여는 모두 삭제요청이 이루어질 위험도 있다. 따라서 입법기술상 이를 좀 더 구체화할 필요가 있을 것으로 보인다.

3. 맺으며

(사)한국인터넷자율정책기구 정책규정 제13조의 검색어에 대한 예외적 삭제규정은 표현의 자유와 국민의 알권리를 충족하면서도 검색어가 가지는 개인 내지 집단의 권리침해

2) 제13조 1. 연관검색어 등 또는 해당 검색결과가 특정인을 식별할 수 있는 개인정보를 노출하는 경우
제13조 3. 제5조제2항의 ‘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 공론화 되지 않은 사유 등으로 그와 관련된 일반 이용자의 알 권리보다 연관검색어 등 또는 해당 검색결과가 특정인의 사생활을 침해하거나 명예를 훼손하는 정도가 더 크다고 판단되는 경우

등의 피해를 방지하고자 하는 규정이다. 표현의 자유와 국민의 알권리라는 측면에서는 검색어 등에 대한 KISO 회원사의 개입을 최소화하는 것이 바람직한 것이지만, 연관검색어 등이 가지는 사회적 긍정적·부정적 영향력을 고려할 때 이를 무제한적 허용할 수는 없는 것이다. 특히 검색어의 생성에 큰 영향을 미치는 언론보도의 공정성에 대한 시비가 만연하고 있는 현실하에서는 더욱 그러한 것으로 보인다.

검색어에 대한 삭제는 기본적으로는 엄격한 요건 하에 이루어져야 하고, 이는 최소범위에 그쳐야 할 것이다. 다만 공정성에 문제가 있는 보도에 의해 생성된 검색어나 호기심 또는 소문에 의한 비실명보도에 의해 생성된 검색어의 경우에는 표현의 자유나 국민의 알권리라는 사회적 이익보다는 특정 개인 내지 집단, 지역이 입는 피해가 더 클 것이므로 사전적 예방조치로서 검색어의 삭제를 일정부분 허용하는 것이 바람직할 것이다. KISO JOURNAL

온라인 혐오발언과 사회적 차별

이승현 / 연세대학교 법학연구원 전문연구원

<Keyword>

혐오표현, 불법정보, 차별철폐, 인터넷 내용규제

1. 혐오의 발견과 확산

근대 이후 사회는 모든 인간의 존엄성과 각 개인의 동등한 가치를 인정하고 이를 국가가 보장할 것을 요청하는 이념적 전환을 거쳐 왔다. 이러한 이념이 실현되기 위해서 법을 포함한 다양한 규범과 실천이 요청되어 지지만 여전히 만족스럽지는 못한 것이 현실이다. 특히 지속적인 차별의 대상이 되는 특정 집단에 대한 공격은 범세계적으로 존재하고 있다.

어떤 집단에 대해 사회적 편견은 그 집단에 속한 개인들이 동등한 가치를 지닌 인간이라는 사실을 망각하게 만든다. 이러한 집단에 대한 편견이란 부정적인 모습으로 집단 구성원의 특징을 전형화(stereotype) 시킨다. 이러한 부정적인 전형화의 편견은 사회 속에서 성장하는 개개인의 일상생활에 익숙하게 접하는 이미지로 습득되고 동시대의 정치적·경제적·사회적·문화적 영역으로 공유되면서 주류문화로 자리잡고 다시 후세대에 전승된다. 또한 그러한 편견이 무의식적으로 반영된 결정은 다수의 결정으로 법과 정책에 반

영되어서 제도적으로 정착되며, 사회의 지배적인 관념으로 공고화된다. 이렇게 발달되는 편견은 해당 특정집단에 대한 사회적·제도적 차별로 이어지지만, 사회적 통념이나 평균적인 일반인의 인식이라는 이름으로 합리적 차별로 여겨지거나 차별이라는 명명도 받지 못하게 된다.

여기서 차별받는 집단이 동등한 인간으로써 존엄성을 보장받아야 할 존재라는 목소리를 높이기 시작하거나, 국가·사회적 위기 상황 등 사회적·환경적 조건이 변화함에 따라 그 문제 원인을 상대적인 약자인 이들 집단에 돌림으로써 발생하는 차별의 현상이 사회적으로 알려지게 되면서 비로소 차별은 적극적으로 가시화되기 시작한다. 그러나 사회 전체에 뿌리박힌 해당 집단에 대한 편견으로 인한 반작용으로 적대감도 함께 성장한다. 이러한 특정 집단에 대한 적대감이 구체적인 행위로 나타날 때 해당 특정집단의 구성원에게는 치명적인 해악을 불러일으킨다. 세대를 거쳐 전 사회영역에 일반적이고 일상적으로 침투한 편견으로 인해 적대감은 마치 사회적으로 정당화된다고 여겨지며, 지속적이고 반

복적으로 이루어지고, 나아가 확산되기도 쉽다. 이와 같이 특정 집단에 대한 적대감은 역사적, 집단적으로 차별을 받아온 집단을 표적으로 하여 적대적 발언, 괴롭힘, 배제와 분리, 폭력으로 나타난다. 혐오표현 혹은 혐오발언은 바로 이와 같은 배경과 개념을 전제한 표현행위를 의미한다.

한편, 혐오발언의 확산은 인터넷의 발달로 또 다른 국면을 맞이하게 된다. 과거 혐오발언은 표적집단을 배제, 추방, 분리, 교정할 것을 요구하는 집회, 연설, 팸플릿 배부와 같은 형태로 이루어졌다면 이제는 인터넷을 통해서 강한 전파성을 가지고 국경을 넘어서 이루어지고 있다. 따라서 혐오발언에 대한 기존의 규제가 인터넷 규제로 연결될 수 있을지, 그것이 과연 혐오발언 억제에 효과적인지가 문제이다.

2. 유럽 각국의 인터넷 혐오표현의 규제 동향

혐오발언에 대한 국제사회 및 국내법상 규제는 유럽에서 적극적으로 이루어지고 있다. 국제사회는 1948년 제노사이드협약과 1965년 인종차별철폐협약을 채택하면서 인종 등에 대한 차별과 폭력 선동을 금지하였으며, 1966년 자유권 규약 역시 인종, 민족, 종교적 적개심을 고취하는 차별, 적의, 폭력의 선동을 금지하고 있다. 이러한 국제사회와 국내적 차별 선동의 확산에 대응하기 위해 유럽 각국은 형사규제를 중심으로 혐오표현을 규제하고 있다.

예를 들어 영국 「공공질서법(1986)」은 ‘위협적, 매도적 혹은 모욕적’인 ‘말이나 행동을 사

용’하거나, ‘위협적, 매도적 혹은 모욕적인 글을 공개’하는 경우로써, ‘인종적 적대감을 고무하기 위한 의도를 가지거나’ 혹은 ‘모든 상황상 인종적 적대감이 유발될 것 같은 경우’를 처벌하고 있다. 또한 종교와 성적 지향을 이유로 한 ‘위협적’인 말 또는 행동을 사용하거나 그러한 글을 공개하는 경우로서 ‘적대감 고무를 위한 의도’를 가지는 경우도 처벌 대상에 포함된다. 프랑스 「언론과 자유에 관한 법」은 ‘민족, 국가, 인종 또는 종교’, ‘성, 성적 지향 또는 정체성, 장애’를 이유로 ‘개인 또는 집단’에 대해 명예를 훼손하는 행위 및 모욕하는 행위. ‘민족, 국가, 인종 또는 종교에 속하는지 여부를 이유로 ‘개인 또는 집단’에 대해 ‘차별, 적대감, 폭력을 선동’하거나, ‘성, 성적 지향 또는 정체성, 장애를 이유로 ‘적대감과 폭력을 선동’하는 행위를 처벌하고 있다. 또한 독일 형법은 ‘공공의 평화를 어지럽히는 적정한 방법으로’, ‘일부 주민’에 대하여 ‘증오를 선동하거나 혹은 그들에 대한 폭력적 또는 자의적 조치를 촉구’하거나, ‘중상함으로써 타인의 인간의 존엄을 공격’하는 행위를 처벌하고, ‘국적·인종적·종교적 그룹, 또는 출신 민족에 의해 규정된 집단’에 대하여 ‘증오를 선동하고 그들에 대한 폭력적 또는 자의적 조치를 촉구’하거나 그 집단을 ‘모욕하고 악의를 가지고 경멸하거나 혹은 중상하는 것에 의해 타인의 인간의 존엄을 공격하는’ ‘문서’ 등의 배포를 처벌하고 있다.

이와 같은 형사규제는 인터넷에서도 동일하게 적용되며, 기타 인터넷 내용규제에 대한 법률 역시 일부 혐오표현에 적용될 수 있는 규정들을 두고 있다.

영국의 「커뮤니케이션법」은 ‘공중의 전자적

통신 네트워크'를 사용하여 '극히 공격적이거나 외설적, 음란한, 위협적 특성'을 가진 메시지의 전송을 처벌대상으로 하고 있는데, 인종, 종교, 장애, 동성애혐오적, 성적지향 및 트랜스젠더혐오적 범죄를 포함한 증오범죄, 해킹정보, 사이버불링과 사이버스토킹 등의 처벌에 사용될 수 있다고 해석된다.¹⁾ 프랑스는 「언론의 자유에 관한 법」상 혐오표현을 규제하는 조항을 적용하는 수단으로 '전자적 수단에 의한 모든 커뮤니케이션'을 포함시키고 있어서, 온라인에도 적용된다고 보고 있으며, 「커뮤니케이션 자유에 관한 법률」 및 「디지털 경제의 상호신뢰에 관한 법률」에서 혐오표현에 대한 대응을 요청하고 있다. 즉, 통신사업자와 인터넷서비스제공자는 「언론의 자유에 관한 법」 상 규정된 혐오표현 확산 저지를 위해 노력할 것을 규정하고 있으며 이와 같은 정보를 인지하는데 유용한 접근성과 투명성이 확보된 시스템의 구축, 해당 불법행위가 신고 되거나 인지된 경우에는 권한 있는 공공기관에 지체없이 고지할 의무와 이러한 불법적 행위를 저지하기 위하여 구축한 시스템을 공표할 의무가 있다. 또한 독일은 전술한 형법 규정상 '문서'에 '글, 라디오, 미디어, 통신'을 포함한다고 명시하고 있으며, 청소년유해정보를 규제하는 「청소년보호법」은 위 형법상 규정된 표현을 청소년유해정보로써 유포를 금지하고 있다.

3. 법적 규제의 한계와 국가와 시민 사회의 대응 과제

유럽 국가들을 중심으로 혐오표현이 가져오는 표적집단 구성원에 대한 존엄성과 기본권 침해 및 선동으로 인한 사회적 해악이 인정되고 이에 대한 법적 규제가 비교적 일반화되어 있는데, 이는 정도와 현상의 차이는 있을 수 있어도 우리나라도 예외는 아니다. 2016년 국내 실태조사에 따르면 성적 소수자의 94.6%, 기타 여성 83.7%, 장애인 79.5%, 이주민 42.1%(이주민의 경우 온라인 이용시간 및 이용 사이트 범위, 한국어 혐오표현에 대한 이해도 등으로 인해 낮게 나온 것으로 추정)이 온라인 혐오표현 피해를 경험하고 있다.²⁾ 또한, 혐오표현의 개념범위에 대해 후술하는 문제를 별론으로 하고 보면, 방송통신심의위원회가 혐오표현으로 파악하고 있는 「정보통신에 관한 심의 규정」 제8조 3호 바목 차별·비하 표현에 대한 시정요구는 2013년 622건, 2014년 723건, 2015년 891건, 2016년 6월까지 1,359건으로 매년 증가 추세에 있으며 특히 2016년은 상반기에는 이미 예년의 건수를 1.5배가량 초과하고 있다.³⁾

그렇다면 우리가 우선 질문할 것은 우리나라에서 혐오표현이 현행법상 규제될 수 있는가, 그리고 그렇지 않다면 법 제·개정을 통해 법적 규제를 도입하는 것이 필요한가이다.

첫째, 현행법상 일부의 혐오표현은 처벌의 대상이 되고 일부는 그렇지 아니다. 혐오표현은 표적집단 구성원에 대한 직접적인 적대적 발언 혹은 제3자나 대중에게 표적집단 구

1) Dominic McGoldrick(2013). Limits of Freedom of Expression on Facebook and Social Networking Sites, A UK Perspective. Human Rights Law Review, 13(1).
 2) 홍성수 외(2016), 『혐오표현 실태조사 및 규제방안 연구』, 국가인권위원회 실태조사 연구용역보고서, 96-100. 온라인 혐오표현을 경험한 곳으로는 온라인 뉴스 기사나 영상의 댓글에서 78.5%, 온라인 카페나 커뮤니티 사이트 댓글 73.7%, 페이스북 댓글 73.3% 순으로 나타났다.
 3) 조소영 외(2016), 『인터넷에서의 혐오표현(hate speech) 규제개선방안 연구』, 방송통신심의위원회 연구용역, 90-92.

성원의 차별과 폭력을 선동하는 발언을 통해 이루어진다. 이러한 표현은 표적집단 전체가 아니라 개인을 특정할 수 있게 이루어지는 동시에 명예훼손 혹은 모욕적 표현으로 판단될 수 있는 경우에는 형법상 명예훼손죄 및 모욕죄가 적용된다. 그러나 혐오표현이 표적집단 전체를 지칭하는 경우 현행 판례 해석상 명예훼손죄나 모욕죄가 적용되기 힘들다. 또한 위 범죄의 보호법익이 사회적 평가라고 보는 통설적 해석상 표적집단에 대한 낙인찍기의 결과로서 '인격적 평가'의 저하가 이루어지는 발언이 '사회적 평가'에 대한 저하로 포섭되면서 혐오표현의 본질적인 성격을 포착하지 못하는 위험도 있다.

한편, 온라인에서 이루어진 경우에는 이에 더해서 「청소년보호법」, 「정보통신망법」상 명예훼손죄와 유통이 금지되는 불법정보에 해당하는 경우 정보통신서비스 제공자에 의해 삭제·차단 조치가 이루어질 수 있다. 특히 정보통신망법상 불법정보 및 유해정보의 심의기준을 구체화한 방송통신심의위원회의 「정보통신에 관한 심의 규정」에서 제8조 3호 바목 '합리적인 이유없이 성별, 종교, 장애, 연령, 사회적 신분, 인종, 지역, 직업 등에 대해 차별·비하·증오하는 내용'(차별·비하 표현)은 혐오표현에 적용된다고 보고 있으나⁴⁾, 예를 들어 규제사례에 여성비하표현과 남성비하표현이 동일하게 포함되어 있다는 점에서도 알 수 있듯이 표적집단에 대한 적대적 표현이라기보다는 특정 속성을 이유로 한 모든 적대적 표현에 대해 적용된다는 점에서 한계가 있다⁵⁾.

그리고 「장애인차별금지 및 권리구제 등에 관한 법률」 제32조는 '장애를 이유로 '모욕감을 주거나 비하를 유발하는 언어적 표현'을 차별행위로 권고의 대상으로 규정하고 행정지도와 시정명령을 통해 규제가 이루어지고 있으나 현실에서 적용되는 사례는 적다⁶⁾.

둘째, 그렇다면 지금과 같이 혐오표현에 대해 법적 규제가 명확하게 이루어지지 못한 상황을 개선하기 위해 혐오표현에 대한 법적 규제, 특히 형사 규제가 필요할 것인가. 특히 인터넷 댓글을 넘어서 1인 방송과 같은 다양한 형태의 온라인 콘텐츠로 확산되고 있는 온라인 혐오표현은 온라인이 가지는 전파성·확산성·익명성으로 인하여 그 해악성이 증대된다는 측면이 있는 동시에 인터넷 규제로 인한 위축효과, 자정작용의 가능성, 인터넷 특성에 따른 현실적 규제 어려움 및 인터넷상 표현 보호라는 점에서 규제가 완화되어야 한다는 측면이 함께 존재한다는 점에서 특히 법적 규제에 어려움이 존재한다.

혐오표현에 대한 법적 규제는 그 기본권 침해의 누적적·치명적 해악성과 사회적 차별 선동 억제에 공익으로부터 헌법상 정당화될 수 있다⁷⁾. 그러나 이에 대한 근본적인 해결은 표적집단에 대한 사회구조적 차별이 철폐되는 것이므로, 혐오표현이 양산되는 토양인 차별이 철폐되어야 한다는 궁극적인 목적을 위한 필요충분조건은 아니다. 또한 혐오표현이 억제되어야 할 당위성을 인정할지라도 이를 위해 법적 규제의 수단을 사용하는 것은 오히려 혐오표현의 발화자를 더 자극하거나 문제를 수면 밑으로 잠복시키는 결과를

4) 방송통신심의위원회(2016). 『2015 방송통신심의 연감』, 126.

5) 규제 사례에 대해서는 조소영 외(2016), 위 보고서, 101.

6) 박건, 모욕과 무시경험의 차별유형화에 대한 연구-입법화가능성을 중심으로-, 『민주주의와 인권』, 제14권 3호, 2014, 107.

7) 이승현(2016), 혐오표현 규제에 대한 헌법적 이해, 『공법연구』, 제44집 제4호 참조.

낡는다는 등의 주장과 우려가 제기되는 것도 이러한 이유이다.

따라서 혐오표현의 법적 규제에 대한 논의에 앞서서 필요불가결한 대응책은 혐오표현을 발생시키는 표적집단에 대한 일상화된 편견을 다양한 영역에서 개선해나가고, 동시에 혐오표현에 의한 차별 선동과 확산을 효과적으로 대응할 수 있도록 표적집단 구성원의 역량과 시민사회의 대항언론을 장려하는 사회적 분위기와 국가의 정책적 의지를 분명히 하는 것이다. 또한 이는 인터넷이 가진 특성을 활용하는 것을 통해 유효하게 전개할 수 있으며, 자율규제 기구와 인터넷서비스제공자들의 협력도 중요하다. 예를 들어 언론중재위원회는 시정권고심의기준의 차별금지조항⁸⁾을, 한국인터넷자율정책기구(이하 KISA)는 정책규정에 혐오표현 대응조치 규정⁹⁾을 마련하고 있는데, 이러한 조항이 실제 인터넷환경에 적극적으로 도입될 수 있도록 장려할 필요가 있다. 이때 중요한 것은 혐오표현의 개념이 단순히 적대적 표현이나 비방·모욕 표현을 의미하는 것이 아니라 사회적 소수자를 향한 표현이라는 점을 명확하게 주지시킬 필요가 있다.

KISO
JOURNAL

8) 제10조의2 언론은 개개인의 인종, 종교, 성별, 육체적·정신적 질병이나 장애를 이유로 편견적 또는 경멸적 표현을 삼가야 한다.

9) 제21조 회원사는 지역·장애·인종·출신국가·성별·나이·직업 등으로 구별되는 특정집단을 대상으로 모욕적이거나 혐오적인 표현방식을 사용하여 해당 집단이나 그 구성원들에게 굴욕감이나 불이익을 현저하게 초래하는 게시물이 유통되고 있음을 신고 등을 통해 알게 된 경우 이를 해당 집단이나 그 구성원들에 대한 차별적 표현으로 보아 삭제 등 필요한 조치를 취할 수 있다.

가상통화 거래에 관한 최근 규제 이슈와 해외 사례

윤주호 / 법무법인(유한) 태평양 변호사

<Keyword>

가상통화, ICO, 비트코인, 가상통화 거래소

1. 2017년 12월 비트코인 미국 시카고 선물 및 옵션거래소 상장

2017년 12월 10일 시카고 옵션 거래소(CBOE, Chicago Board Options Exchange)는 비트코인 선물 거래를 시작하였고, 같은 달 18일 세계 최대 선물 거래소인 시카고 상품거래소(CME, Chicago Mercantile Exchange)도 비트코인 선물을 상장했다. 두 거래소의 차이는 비트코인 계약 단위에 있을 뿐, 모두 비트코인 선물을 취급한다는 점에서는 동일하다¹⁾.

사람들이 위 두 거래소에서의 비트코인 선물 거래에 관심을 갖는 것은 향후 가상통화(Virtual Currency)를 대표하는 비트코인이 제도권 내로 진입하는 것을 의미하기 때문이다. 물론 두 거래소 모두 비트코인에 대한 거래의 위험성을 고려하여 선물거래에 대한 투자

금을 44%(CBOE), 47%(CME)로 잡았으나²⁾, 이러한 점보다는 제도권 진입이라는 점에 초점이 맞추어 지고 있는 것은 사실이다.

2. 2017년 한국 가상통화에 대한 정부 규제 대응

한국 정부는 2017년 9월 4일 관계부처 합동회의를 거쳐 가상통화 거래에 대한 투기 위험성, 익명성을 악용한 불법거래에의 악용 우려, 가상통화 취급업자의 개인정보 미흡 등을 이유로 (i) 가상통화 취급업자의 이용자 본인확인 등 거래투명성 강화, (ii) 가상통화를 활용한 해외송금시 거래투명성 확보, (iii) 가상통화 취급업자의 자금세탁방지 의무부과 추진, (iv) 가상통화 취급업자의 자율규제 마련 권고, (v) 유사수신행위에 대한 처벌 강화, (vi) 가상통화의 거래질서 확립을 위한 제도

1) 머니투데이(2017. 12. 18.), 비트코인, 세계 최대 선물거래소 데뷔...가격 변동성 고조, <http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2017121811471096199>; 전자신문(2017. 12. 18.), 비트코인 '세계 최대 선물거래소' CME 거래 시작, <http://www.etnews.com/20171218000073>; 뉴스1(2017. 12. 19.), 비트코인 선물 CME 성공적 데뷔, 제도권에 더 다가서, <http://news1.kr/articles/23183814>
2) BloombergMarket(2017. 12. 18.), Bitcoin Takes Bigger Wall Street Stage With Smooth CME Debut, <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-12-17/bitcoin-heads-to-bigger-wall-street-stage-as-cme-debuts-futures>

정비라는 정책 목표를 발표하였고³⁾, 같은 달 9. 29. 관계부처 합동 TF 회의를 거쳐, 향후 진행되는 정부의 입법조치들이 가상통화 거래를 제도화하는 것이 결코 아니며, 가상통화 거래업을 유사수신의 영역에 포함하되, 철저히 통제하면서 대응조치를 실행하겠다는 점을 전제로, (i) 증권형 뿐만 아니라, 코인형 방식의 ICO(Initial Coin Offering) 등 모든 형태의 ICO를 금지하고, (ii) 소비자가 가상통화 취급업자로부터 매매자금 또는 가상통화를 빌려 매매하는 등 사실상 신용공여행위가 이루어지지 못 하도록 대부업법 등을 통해 엄정 제재하겠다는 방침을 발표하였다.⁴⁾

이후 2017년 12월 13일, 국무조정실장 주재 관계부처 차관회의를 거쳐, (i) 가상통화를 이용한 다단계·유사수신 방식의 가상통화 투자금 모집 등 엄정대처, (ii) 가상통화 거래소 개인정보 유출사건 등에 대하여 엄정대처 및 해킹·개인정보 유출사고 예방을 위한 거래소 점검 및 일정규모 이상의 거래소에 대한 정보보호관리체계(ISMS, Information Security Management System) 인증 의무화, (iii) 가상통화 거래를 위한 본인인증 강화 및 미성년자, 비거주자 계좌개설 및 거래 금지 추진, (iv) 투자자보호, 거래투명성 확보를 위하여 고객자산의 별도예치, 설명의무 이행, 이용자 실명확인, 암호키 분산보관, 가상통화 매도매수호가·주문량 공개 등 의무화 추진 등의 정책 방향을 새로이 제시했다.⁵⁾

3. 가상통화 거래에 관한 한국 규제 대응 방안에 대한 검토

가. 정부정책 기조의 변화

관계부처 합동회의 등을 통해 발표된 정책들 중 가상통화 거래에 관한 정책 기조를 살펴보면, 2017년 9월 29일 발표 당시에는 가상통화 거래업을 유사수신의 영역에 포함시켜 사실상 통제하겠다는 취지가 주를 이루었으나,⁶⁾ 이후 2017년 12월 13일 발표에서는 가상통화 거래업을 전면 금지시키기는 어려운 점을 고려하여 유사수신행위로 보되, 투자자보호 및 거래투명성 확보를 위한 조치들을 취하는 경우 가상통화 거래업을 용인하는 것으로 정책 주안점이 미묘하게 변경되었다.

나. 가상통화 거래업이 유사수신의 범위에 포함될 수 있는지

2017년 9월 29일 관계부처 합동 TF 회의 당시, 정부에서는 가상통화 거래를 유사수신의 영역에 포함시키도록 하겠다고 밝히면서, 그 구체적인 방안으로 「유사수신행위의 규제에 관한 법률」(이하 “유사수신규제법”)을 개정하여 유사수신행위 중의 하나로 “거래상대방으로 하여금 교환의 매개 또는 가치의 저장 수단으로 인식되도록 하는 것으로서 전자적 방법으로 이전 가능한 증표를 발행·보관·관리·취득·교환·매매·알선 또는 중개하

3) 관계기관 합동 자료 중 별첨 1, 가상통화(Virtual currency) 현황 및 대응방향, 2017. 9.
 4) 금융위원회 보도참고자료, 기관별 추진현황 점검을 위한 「가상통화 관계기관 합동TF」 개최, 2017. 9. 29.
 5) 국무조정실 보도자료, 정부, 가상통화 관련 긴급 대책 수립, 2017. 12. 13.
 6) 보도자료 등에 따르면, 정부는 가상통화 거래업을 유사수신행위 등에 포함시키고, 그에 대한 위법행위를 금지하겠다고 밝혀, 가상통화 거래업 자체가 유사수신행위 등으로 금지되는지 여부에 관하여 명확하게 밝히고 있지 않다. 그러나 유사수신규제법에 의하면, 원칙적으로 유사수신행위는 금지되는바, 정부의 2017년 9월 29일 발표는 가상통화 거래업을 원칙적으로 금지하겠다는 것으로 이해된다.

는 영업행위”(예시)를 포함시키겠다는 입장을 밝힌 바 있다.

그런데, 가상통화 거래 자체를 유사수신행위에 포함시키는 것이 유사수신통제법의 취지에 부합하는지 문제될 수 있다. 유사수신통제법 제2조에 따른 유사수신행위는 ‘장래’에 출자금 또는 이를 초과한 금액을 지급할 것을 약정하고, 불특정다수인으로부터 자금을 조달하는 행위를 의미하며, 유사수신통제법의 입법취지는 “관계 법령에 의한 허가나 인가를 받지 않고 불특정 다수인으로부터 출자금 등의 명목으로 자금을 조달하는 행위를 규제하여 선량한 거래자를 보호하고 건전한 금융 질서를 확립하려는 데에 있다”고 해석되고 있는데(대법원 2006. 5. 26. 선고 2006도1614 판결 등), 정부가 제시하고 있는 가상통화 거래업에 관한 정의 규정이 다른 유사수신통제법의 규정들과 비교하였을 때, 가상통화 거래의 경우에는 출자금등 명목의 금원과 그 초과액을 지급한다는 약정이 전혀 없다는 점에서 유사성이 없을 뿐만 아니라, 유사수신통제법의 입법 취지는 “불특정 다수인으로부터 출자금 등의 명목으로 자금을 조달하는 행위”를 규제하기 위함이나, 가상통화 거래업은 거래소가 불특정다수인으로부터 자금을 조달하는 목적이 아니고, 가상통화 거래를 위한 자금을 정산하기 위한 목적으로 이용자들로부터 금전을 지급받는다는 점에서 가상통화 거래업을 유사수신통제법으로 규제하는 것이 유사수신통제법의 입법 취지에도 부합하지 않는다고 판단된다.

다. 가상통화 거래업을 유사수신통제법으로 금지하는 정책 목적이 정당한지 여부

사실 근본적인 고민이 필요한 사항은 2017년 9월 29일 발표된 정부 정책과 같이 ‘가상통화 거래업’ 자체를 유사수신통제법으로 보아, 이를 원칙적으로 금지하는 방안을 발표하면서, 그 허용 요건을 명확하게 설명하지 않는 정책 방향 설정 및 발표가 타당한지 여부일 것이다. 즉, 2017년 12월 13일 관계부처 차관회의를 통하여 일정한 요건을 갖춘 경우에 가상통화 거래업을 허용하겠다는 입장에 무게를 실으면서, 정부의 정책 기초를 미묘하게 변경한 것은 사실이나, 정부대책을 수립 및 발표하면서 가상통화 거래업을 유사수신통제법으로 보아 통제하겠다는 정책 기초를 먼저 발표한 이후, 이를 미묘하게 변경하는 것이 적절한 정부 규제 정책의 방식인지에 대해서는 숙고가 필요하다고 생각된다.

이러한 의문은 규제 정책 수립에 있어서 (i) 일관성과 통일성이 필요하고, (ii) 규제에서의 합리성(과잉금지의 원칙)이 담보되어야 한다는 원칙에 기인한다.⁷⁾ 정부의 규제 정책은 그 기준의 설정이나 집행의 전과정에서 일관성을 유지하여야 하는데, 이는 규제정책의 내용이 서로 모순되거나 하나의 규제가 지속성이 없으면, 피규제자의 법적 안정성을 해치고, 시장의 일관성을 담보할 수 없기 때문이다. 2017. 12. 13. 발표된 정부정책에 따라 일정한 요건을 갖춘 경우 가상통화 거래업을 허용하는 방안은 다른 규제에서도 흔히 사용되는 방식이므로, 무허가 가상통화 거래업자를 유사수신통제법으로 처벌한다는 입장이 온당

7) 이원우(2010), 「경제규제법론」, 홍문사, 166~168쪽 참조.

하지 못한 면이 있다고 하더라도, 그 규제 방식 자체가 특별히 문제가 되지 않는 것으로 생각된다.⁸⁾ 그러나 그 정책 입안 과정에서 가상통화 거래업에 대한 원칙적 금지 입장만을 먼저 발표하고 추후 그 허용요건을 발표하는 방식이 규제 정책 수립에 있어서의 일관성 및 통일성 원칙에 부합하는지 고민이 필요하다고 생각된다.

두 번째는 규제에서의 합리성 문제이다. 가상통화 거래 자체는 일반적인 자유권에 따라 보장되어야 하는 기본권이라고 생각된다. 다만, 일반적인 자유권에 근거하여 영업의 자유 등이 보장된다고 하더라도 가상통화에 대한 투기적 행태들이 집중되는 경우 중·장기적으로 경제의 안정성이 해쳐질 수 있고, 가상통화 거래소들이 고객 보호를 위한 안전장치 마련에 미흡하여 이용자들에게 피해가 발생하고 있다면, 이를 규제할 필요성은 인정된다고 생각된다. 그러나 규제의 필요성이 인정된다고 하더라도 최소침해의 원칙에 따라 우선적으로 “원칙적 허용, 예외적 금지”라는 방식이 고려되고, 그 방식이 적합하지 않는 경우 “원칙적 금지, 예외적 허용”이라는 정책 방향이 고려되어야 하며, 원칙적 금지, 예외적 허용 방식을 취하기로 결정을 하더라도 그 예외적 허용을 위한 요건에 대한 기준이 고려되어야 하는바, 예외 요건에 대한 판단 없이 거래 자체를 통제하겠다는 입장을 정부 규제 정책의 우선순위로 삼았다는 점에서 규제에서의 합리성(특히 최소침해의 원칙)에 대한 고려 없이, 후견자적인 관점에서 정부 규제를 입안한 것으로 생각되는바, 이러한 정책 입안 방식은 규제 정책의 근본적인 원리에 배치되

는 것이 아닌가 판단된다.

4. 맺으며

세계적으로 많은 경제학자들이 가상통화 자체에 대해 버블이라고 주장하고 있고, 현재 한국 내에서 가상통화 거래로 인한 부작용들이 드러나고 있는바, 경제의 안정성 확보 및 투자자 보호 등을 위하여 가상통화 또는 그 거래에 관하여 규제를 하여야 한다는 정부 정책의 입장에 대해 동의를 할 수는 있다고 생각된다. 그러나 미국이나 캐나다 등에서 자금세탁방지 의무 등을 부과하는 방식으로 그 규제를 시작하는 데에는 규제 정책 수립의 원칙을 준수하기 위함일 것이다. 우리 또한 가상통화 거래에 대한 규제 정책을 수립함에 있어서 정부가 준수하여야 할 규제 수립의 원칙이 무엇인지 생각해 볼 때인 것 같다. KISO JOURNAL

8) 가상통화 거래업을 행정법상 특허의 방식이 아닌 허가 또는 등록의 형태로 운영한다면, 법적 논란은 줄어들 것으로 생각된다.

국내 게임 산업의 미래와 법적 규제개선 방안 - 온라인 게임 결제한도 규제 완화 및 웹보드 자율규제 필요성

이정훈 / 중앙대학교 법학전문대학원 교수

<Keyword>

온라인게임, 결제한도, 웹보드게임, 자율규제

1. 국내 게임 산업에 있어서 법적 규제에 대한 재평가의 필요성

2016년에 발간된 대한민국 게임백서에 따르면, 2015년 국내 게임시장 규모는 10조 7,223억 원으로, 그 중 모바일게임이 전체 시장에서 차지하는 비중이 점차 확대되고 있는 반면에 온라인 게임시장 비중은 축소된 것으로 나타났다.¹⁾ 이른바 모바일게임의 강세 속에서 온라인게임에 대한 이용자의 수요가 줄어드는 과정에서 전통적인 게임규제에 대한 논쟁이 최근 촉발되고 있다. 예컨대, 온라인 게임 섯다운제에 대한 부처 간 이견, 확률형 아이템의 사행성 문제, 웹보드 시행령의 일몰 규정의 재검토, 온라인 결제한도 완화에 대한 논의, 자체등급분류와 관련한 사후관리 문제 등 다양한 규제에 대한 문제 제기와 아울러 외국 게임의 국내 시장 잠식과 국내 게임사업자에 대한 역차별 문제 등 다양한 영역에

서 정부와 사업자, 그리고 이용자들 사이에서 의견충돌을 경험하고 있다. 나아가 2006년 바다이야기 사태에 대한 반성으로 게임산업진흥법의 개정을 통해 게임에 있어서 사행성 문제 해결과 건전한 게임문화 조성을 위한 다양한 제도가 마련되기도 했지만, 결국 게임물관리위원회를 정점으로 한 현행 규제를 이른바 시장에서의 자율규제의 방향으로 바꾸어 나아가기로 한 정책적 방향성이 최근에 와서는 오히려 법적 규제의 강화라는 형태로 갈 수도 있다는 위기감이 게임산업계에 나타나고 있다.

이러한 상황이 나타나는 것은 게임에 대한 부정적 인식이 여전히 해소되고 있지 못하고, 게임산업진흥법이 게임규제를 위한 절대적 기본법으로서 지위를 향유하고 있기 때문이며, 자율규제에 대한 열망과는 다르게 게임관련 사업자들의 진정성에 대한 의구심, 게임이용자들의 게임정책에 대한 미온적인 태도 또

1) 2016 대한민국 게임백서 (상), 한국콘텐츠진흥원, 4면 참조.

한 그 한 몫을 하고 있지 않은가 생각된다.

향후 국내 게임 산업이 발전하기 위해서는 실타래처럼 얽혀 있는 다양한 문제들을 모두 진지하게 반성하면서 함께 상생할 수 있는 방법을 찾기 위한 노력이 필요할 것으로 보이며, 이를 위해서는 현재 게임산업진흥법에 영향을 미치고 있는 다양한 법적 규제에 대한 재평가가 이루어져야 할 것이다. 이하에서는 현재 논쟁이 되고 있는 대표적인 두 가지 사례에 대해서만 간단히 언급하고자 한다.

2. 온라인 게임 결제한도에 관한 규제 완화에 대한 논쟁

최근 문화체육관광부 주도로 마련된 게임 제도개선을 위한 민관합동협의체에서 게임제도의 규제개선을 위해 제기한 여러 아젠다 중에서 온라인 게임 결제한도의 문제가 있다.

온라인 게임 결제한도(성인 월 50만원, 청소년 월 7만원)의 문제라는 것은 게임산업진흥법 체계 아래에서는 게임을 제작, 배포, 제공하는 자는 게임물관리위원회에 의한 등급분류를 받아야 하는데 해당 게임물의 결제한도가 게임산업진흥법이나 게임물관리위원회의 등급분류 규정에는 아무런 근거가 없으나 등급분류 신청시 제출해야 하는 게임물내용정보기술서에 자신의 게임물에 대한 결제한도를 기재하게 함으로서, 해당 결제한도를 초과하는 형태로 게임을 서비스하는 경우 이에 대하여 각종의 행정규제나 형사처벌을 부과하고 있는 문제를 말하는 것이다. 즉 게임관련사업자의 입장에서 보면 온라인 게임 결제한도는 아무런 법적 근거 없이 사업자에게

콘텐츠 가격 설정을 강제하는 의무를 부과하는 것이며, 모바일게임에 대한 결제한도 제한은 존재하지 않는 것과 비교하면 오히려 역차별에 해당하고 새로운 사업모델을 창조하는데 방해요소가 된다는 것이다. 이에 반해 정부의 입장에서 보면 온라인 게임 결제한도는 바다이야기와 같은 사태를 더 이상 좌시할 수 없으며 따라서 사행적 요소가 있는 게임은 적어도 결제한도를 제한함으로써 이용자들을 보호할 수 있고, 특히 청소년의 경우는 과소비에 대한 국가적 후견이 필요하며, 나아가 최근 문제가 되는 확률형 아이템의 사행성 내지 과소비의 문제는 온라인 게임뿐만 아니라 모바일 게임에도 결제한도의 제한이 필요하다는 의견으로 나타나고 있는 것으로 보인다.

온라인 게임의 결제한도가 왜 현재와 같은 형태로 규제가 이루어졌는지에 대한 정확한 이유는 알 수 없으나, 2000년대 초반 당시 문화부, 영상물등급위원회와 게임관련사업자 간의 자율규제 형식으로 마련된 것으로 이해되고 있다. 그 당시에서는 게임의 사행성 방지라는 측면과 과소비 억제라는 측면, 그리고 청소년보호라는 측면이 모두 고려되었고, 법적 규제는 시장에 대한 과도한 개입에 해당하여 향후 게임의 건전성이 유지가 된다면 결제한도의 상향 조정이나 폐지 등도 고려될 수 있다고 판단한 것 같다. 그 이후 게임산업진흥법의 제정으로 게임물관리위원회에서 해당 결제한도는 유지되었고, 초기 성인 기준 월 30만원에서 최근 월 50만원으로 상향된 이후 아무런 법적 근거 없이 현행까지 게임등급분류체계에서 내용정보기술서 상에서 유지되고 있다.²⁾

2) 김종일, 게임의 법적 규제에 관한 연구 -게임산업진흥에 관한 법률을 중심으로 -, 서울대학교 법학박사학위논문, 196면 이하 참조.

생각건대, 현행 게임물관리위원회의 게임내용정보기술서를 통한 법적 규제 방식은 결제한도를 초과한 게임물을 마치 음란물과 같은 불법콘텐츠로 간주하여 형사처벌을 할 수 있도록 함으로써³⁾ 과잉입법 내지 위입입법의 한계를 벗어난 것으로 평가할 수 있으며, 게임이용자의 자기결정권이나 계약자유의 원칙, 게임사업자의 직업수행의 자유를 침해할 우려가 있다고 보여 진다. 온라인게임의 결제한도는 법적 규제의 영역이 아니라 처음부터 자율규제의 영역에서 사업자와 이용자 사이의 계약의 영역에서 다루어져야 하고 만약 그 계약의 불공정성으로 인하여 이용자들의 과소비를 야기하는 경우에 한하여 정부는 가격에 대한 조정기능을 수행함으로써 간접적으로 개입하는 것이 타당하다고 생각한다.

3. 웹보드게임에 대한 게임산업진흥법 시행령의 문제점

게임산업진흥법 시행령 별표2 제8호는 웹보드게임 제공 사업자를 대상으로 하여 이용자들의 웹보드게임의 사행적 이용과 과용에 대한 방지를 위한 목적으로 가목부터 사목까지의 준수사항을 이행하도록 요구하고 있고, 이를 위반한 경우 행정제재뿐만 아니라 형사처벌까지도 나아갈 수 있는 규정을 마련하고 있다. 본 시행령은 웹보드게임물의 일월별 소비한도 제한, 1회 게임당 소비한도 제한, 상대방 선택금지, 자동진행금지, 매년 본인인증, 게임 과몰입 방지를 위한 이용자보호방안 수립 등을 내용으로 하고 있는데, 일정한 기간마다 그 타당성을 검토하여 개선 등의 조치

를 하도록 하는 ‘일몰규정’으로 간주된다. 따라서 올해에도 해당 시행령의 재검토를 통해 본 시행령 규정을 유지할 것인지 폐지할 것인지, 아니면 어떻게 개선해야 할지를 시급히 논의해야 할 상황이나 아직까지 정부의 논의 과정을 살펴보면 게임제도 민관개선협의체의 안건에만 반영되어 있을 뿐이다.

웹보드게임은 비록 그 게임의 내용이 우연성과 배팅을 기반으로 하고 있어 현실에서의 도박과 같이 사행성에 대한 의구심은 있으나 게임시스템 내에서의 환전성이 없으므로 여전히 19세 이상의 정상적인 게임물에 불과하다. 그러나 실제 시행령의 규정 내용은 이용금액, 이용시간, 인증, 선택 제한 등의 조치를 통해 사실상 사행산업과 같은 규제를 받고 있다. 이러한 이유로 다른 게임물이 결제한도 제한을 풀고 확률형 아이템과 같은 비즈니스 모델로 수익을 얻는 와중에도 고정화된 법적 규제 상태에서 웹보드게임 산업 자체가 와해되고 유저들의 이탈을 경험하고 있는 상황이다. 소셜카지노와 같은 게임이 전세계적으로 유행하고 산업규모가 확대되고 있음에도 국내에서는 이러한 시행령 규제로 인한 부정적 평가의 지속과 새로운 시장 개척에 어려움을 겪고 있는 현실에서 이제는 시행령에 의한 법적 규제가 웹보드게임 산업에 미치는 위축효과를 제거할 필요성이 있다. 이는 단순히 기존의 계량적 개선의 형태가 아니라 실질적 정당성이나 산업 진흥의 목적을 달성하기 위한 실천적 방법을 모색해야만 가능한 일일 것이다.

3) 이정훈, 게임법 제32조 제1항 제2호의 ‘등급을 받은 내용과 다른 내용의 게임물을 이용에 제공하는 행위’의 의미와 문제점, 경찰법연구 제13권 제1호, 2015, 85면 이하 참조.

4. 자율규제와 게임이용자보호센터의 위상 재고

이와 같은 개선작업은 산업위축에 대한 보상효과로서의 이용금액이나 이용시간 등의 현실화 등의 조치가 아니라 해당 규정의 적정성이나 타당성 평가를 위한 구체적 통계나 경험적 연구 등을 통해 이루어져야 할 것이며, 그 입법적 개선도 이러한 구체적인 평가 자료를 통해 마련되어야 할 것이다. 다만 현실적으로 웹보드게임에 대한 부정적 인식, 더 엄밀하게 말하면 바다이야기 콤플렉스의 극복을 위한 충분한 의지가 없다면 본 규정에 대한 정부의 평가는 박할 수밖에 없으리라 생각된다. 따라서 현 시행령 규정이 별다른 개정 없이 현행대로 존속하는 것도 감안해야 할 것이다. 하지만 일몰 규정의 특성상 현행 규정 그대로 유지되는 것이 적절한 지에 대하여는 의문이 있으며, 기존의 규정에 대한 약간의 보충적 수정이 있으면 현행의 규제목적도 달성하고 자율규제의 방향성도 계속 추구할 수 있는 방안도 있을 것이다.

현 시행령 별표 규정에서 가장 주목해야 할 것은 사목의 과몰입 방지를 위한 이용자 보호방안을 수립하는 것이다. 이 규정에 의해 현재 한국게임산업협회는 다양한 영역의 전문가를 자문위원으로 한 게임이용자보호센터를 설립하고, 웹보드게임에 대한 모니터링 강화와 분쟁조정 등을 업무로 하고 있다. 센터는 자체적으로 마련한 게임이용자보호방안을 마련하고 있고, 이 방안은 시행령의 규정보다 오히려 강화된 기준에서 자율규제를 시행하고 또 게임물관리위원회와 업무협약을 통해 공동 사후관리 형태의 임무를 수행하고 있다. 현재 3개의 대형 웹보드게임회사가 회원으로

가입되어 센터의 모니터링 대상이 되고 있는데 그 외의 웹보드게임회사의 경우에는 회사 자체적으로 이용자보호방안을 마련하여야 하고 게임물관리위원회에서는 그 준수 여부를 관리해야 하지만 현실적으로 이러한 회사들이 시행령의 준수사항을 이행하기는 어려우므로 사실상 게임물관리위원회의 사후관리 의지와 역량에 따라 제재의 대상이 되기도 하고 아니게 되는 경우도 발생하여 실질적 관리대상에서 제외되는 부작용이 발생할 수 밖에 없다.

그렇다고 한다면 현 게임이용자보호센터를 정부의 감독하에 있는 공식적 자율규제기구로 인정하고, 센터의 게임이용자보호방안의 준수 여부를 통해 간접적으로 시행령의 적용 여부를 판단하는 체계를 확보하는 것이 웹보드게임에 대한 시행령의 입법 목적을 충분히 달성할 수 있는 방법이라고 판단된다. 따라서 현행 사목의 규정에 이용자보호방안 준수를 조건으로 한 예외규정을 삽입하는 형태로 입법적 작업을 한다면 자율규제의 기능을 강화하면서도 웹보드 게임에 대한 사회적 비용을 줄일 수 있는 방법이 될 수 있을 것이다. 향후 정부와 민간의 적극적 협력을 통하여 웹보드게임 산업에 대한 입법개선을 위한 논의의 장이 마련되기를 기대해 본다. KISO JOURNAL

FCC의 망중립성 규정 폐지 및 국내 영향

권오성 / 한겨레신문 기자

<Keyword>
망중립성, 인터넷, FCC

2017년 12월14일은 인터넷 역사에 있어서 중요한 날로 기록될 전망이다. 인터넷을 발명했고, 그 자유로운 이용을 대체로 옹호해 온 나라인 미국의 정부가 ‘망중립성’(net neutrality)이라는 중요한 기초를 철회한 날이기 때문이다. 망중립성이란 인터넷 서비스 제공자가 자신이 서비스하는 모든 인터넷 데이터를 그 내용이나 형식, 이용자, 플랫폼 등에 따라 차별하지 않고 같은 기준으로 동등하게 대해야 한다는 원칙을 말한다. 예를 들어, 통신사가 카카오톡 화상전화에 대해선 데이터 비용을 더 물리거나 속도를 늦춘다면 망중립성 원칙에 위배된다. 미국 FCC(Federal Communications Commission)는 이날 인터넷 광대역서비스 업체들이 이런 식의 차별적인 정책을 도입하지 못하도록 했던 기존 규제를 제거하기로 결정하였다.¹⁾ 아지트 파이(Ajit Pai) FCC 의장이 올해 초 ‘망중립성 폐지’를 공언하면서부터 달아오르기 시작한 망중립성 논쟁은 이날 결정을 계기로 더욱 뜨겁게 불붙었다. 본 글은 FCC의 결정과 과거부터 지금까지 망중립성

논의의 중요 지점을 정리하고, 우리나라에 미치는 영향과 향후 전망을 다루었다.

1. 미국 정부의 망중립성 정책 철회

지난 14일 FCC는 도널드 트럼프(Donald Trump) 대통령이 임명한 파이 의장을 비롯한 3명의 공화당계 위원의 찬성으로 2015년 명문화한 망중립성 규정을 폐지하기로 결정하였다. 이날 결정의 공식 명칭은 ‘인터넷 자유의 복원을 위한 FCC 결정’(FCC Acts To Restore Internet Freedom)이었다. 적극적으로 반대에 나섰던 2명의 민주당계 위원은 즉각 기자회견을 열어 “FCC가 의무를 포기했다”고 비판했다.²⁾ 미농 클라이번(Mignon Clyburn) 의원은 망중립성 유지를 원하는 청원서가 담긴 봉투를 내 보이며 “이들 수백만 명의 미국인과 함께 분노한다”고 말했다.

이날 FCC가 폐지한 2015년 규정을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 버락 오바마(Barack Obama)

1) FCC (2017.12.14.). FCC Takes Action to Restore Internet Freedom. Available : <https://www.fcc.gov/document/fcc-takes-action-restore-internet-freedom>
2) New York Times (2017.12.14.). F.C.C. Repeals Net Neutrality Rules. Available : <https://www.nytimes.com/2017/12/14/technology/net-neutrality-repeal-vote.html>

ack Obama) 대통령 시절 통과된 해당 규정의 핵심은 초고속 인터넷 서비스를 정보 제공 서비스(information)가 아니라 전기통신 서비스(telecommunication)로 규정한 것이다. 둘 사이 중요한 차이점은 전기통신 서비스의 경우 전기나 수도, 전화처럼 국민 생활에 필수적인 서비스이기 때문에 FCC의 사전규제 및 관리 대상이 된다는 것이다. FCC는 이를 근거로 해서 컴캐스트(Comcast)나 버라이즌(Verizon)과 같은 거대 통신사가 이용자나 인터넷 기업에 따라 차별적인 요금을 물리지 못하도록 사전에 규제해 왔다.

하지만 이날 결정으로 초고속 인터넷이 전기통신 서비스 분류에서 제외되면서 이들 기업은 자율적으로 가격 등을 책정할 수 있게 되었다. 파이 의장은 “광대역 인터넷 서비스 제공자는 앞으로 (새) 네트워크를 구축할 더 많은 재원을 마련하게 될 것”이라며 “소비자에게 더 유익하고 경쟁을 촉진하는 법안을 통과시켰다”고 말했다. 인터넷 서비스 제공 통신사들은 구글이나 페이스북, 넷플릭스, 아마존 등과 같은 인터넷 기업들에게 더 큰 요금을 물릴 수 있어야 자신들의 신규 네트워크 투자가 촉진될 것이라고 주장해 왔다. 이는 최근 이런 인터넷 기업들이 날이 갈수록 불어나는 영향력으로 막대한 수익을 거두면서 더 신빙성을 얻어 왔다. 파이 의장의 말은 자신들의 자율성을 더 보장해 달라는 통신사의 주장과 일맥상통한다. FCC가 이날 결정을 “인터넷의 자유를 복원할” 것이라고 말한 이유도 여기에 있다.

그러나 망중립성 옹호자들은 FCC의 결정이

인터넷 자유를 심각하게 위협할 것이라고 강력한 우려를 표명했다. 시민단체 전자프론티어재단(EFF·Electronic Frontier Foundation)은 “인터넷은 공식적, 비공식적인 망중립성 원칙에 의해 지금까지 작동해왔다. FCC는 사상 처음으로 자신의 역할과 이 원칙을 모두 부정하는 결정을 내린 것”이라고 비판했다.³⁾ 옹호자들의 논리에 의하면 인터넷이 자유로운 의견의 통로가 될 뿐 아니라 디지털 혁신과 경제적 역동성을 견인한 바탕에도 망중립성이 있다. 만약 망중립성 원칙이 없다면, 통신사업자는 더 큰 비용을 지불할 자금이 있는 큰 인터넷 기업에게 더 빠른 속도의 인터넷 회선을 제공할 것이다. 이 경우 재원이 부족한 신규 벤처기업은 아무리 아이디어가 좋아도 자신의 서비스를 많은 이용자에게 선보일 기회를 얻지 못할 것이다. 따라서 망중립성 원칙이 지켜지지 않는다면 앞으로 제 2의 구글이나 페이스북과 같은 혁신기업은 등장하기 어렵다는 것이다.

2. 망중립성 논의 전개 과정

망중립성이란 말을 처음으로 사용한 이는 미국 컬러비아 대학교의 법학 교수인 팀 우(Tim Wu)였다. 그에 의하면 모든 콘텐츠, 누리집 그리고 플랫폼이 동등한 대우를 받을 때 공공 네트워크의 유용성은 최고로 높아진다.⁴⁾ 예를 들어 전기는 컴퓨터를 켜는 냉장고를 켜는 차별 없이 똑같은 전기를 공급한다. 이 때문에 전기 네트워크는 누구에게나 편리하고 유용한 존재가 되었으며 큰 혁신을

3) EFF (2017.12.15.). Team Internet Is Far From Done: What's Next For Net Neutrality and How You Can Help. Available : <https://www.eff.org/deeplinks/2017/12/team-internet-far-done-whats-next-net-neutrality-and-how-you-can-help>

4) Tim Wu (2008). Network Neutrality FAQ. Available : http://www.timwu.org/network_neutrality.html

일으킬 수 있었다. 인터넷 역시 전기처럼 모든 정보를 차별없이 공급할 때 가장 유용하다는 것이 망중립성 원리의 바탕에 있다.

1990년대까지만 해도 인터넷의 망중립성은 훼손하기도 쉽지 않았다. 마땅한 기술이 없었기 때문이다. 2003년에 발명된 딥패킷검사(deep packet inspection) 기술이 등장하고 나서 비로소 기술적 바탕이 마련되었다.⁵⁾ 이 기술은 인터넷을 통해 이동하는 데이터의 패킷 단위 별로 실시간 검사가 가능하게 해주면서 데이터를 차별하는 것이 가능하도록 해주었다. 이 기술을 이용해 특정 회사, 형식, 이용자의 데이터를 은밀하게 차별하는 것이 가능해진 것이다.

이후 망중립성 논의는 인터넷 서비스 제공자의 차별적인 정책이 공공에 드러나는 사건들을 중심으로 일어나곤 하였다. 대표적인 사례가 2008년 컴캐스트의 비트토렌트(BitTorrent) 데이터 차별이다.⁶⁾ 비트토렌트는 당시의 대표적인 피어투피어(peer-to-peer) 파일공유 서비스로 컴캐스트는 이 서비스를 이용하는 이용자들의 인터넷 속도를 은밀하게 낮추었다는 이유로 FCC에 의해 고발당한 것이다. 이 사건은 대법원에서 컴캐스트가 승소하는 것으로 결론이 나기는 했지만, FCC의 권한 남용이 문제였고 망중립성 원칙은 인정하였다.⁷⁾

비슷한 사례는 계속 이어져서 AT&T의 아이폰 페이스타임 속도 제한, 버라이즌의 넷플릭스와 유튜브 속도 제한 등이 계속 되었다. 대부분의 경우 이용자의 반발을 우려한 통신

사들은 망중립성에 정면으로 반하기보다는 내부 테스트였다는 식으로 해명을 하곤 하였다. 이런 일들이 계속되는 가운데 오바마 행정부의 FCC는 2015년 망중립성 원칙을 명확히 하는 규칙을 제정하기에 이른다. 그리고 트럼프 행정부에 들어 망중립성이 인터넷 혁신을 오히려 저해한다는 이유로 정면으로 부정하기에 이른 셈이다.

3. 전망 및 국내에 미칠 영향

이번 미국의 결정이 국내에 당장 미치는 영향은 크지 않을 전망이다. 하지만 주요 인터넷 기업이 미국에 소재하고 있고, 미국의 정책이 인터넷 환경 전반에 미치는 영향력이 큰 만큼 장기적인 영향은 적지 않을 전망이다.

국내의 경우 지난 2011년 12월 방송통신위원회가 ‘망 중립성 및 인터넷 트래픽 관리에 관한 가이드라인’을 제정해 지금까지 운영하고 있다. 가이드라인은 보안 등 특수한 경우가 아니면 인터넷접속서비스 제공사업자의 합법적인 콘텐츠 차별을 금지하고 이를 이용자에게 알리도록 하는 등 망중립성 원칙의 기본 요건을 대체로 따르는 편이다. 통신사와 인터넷 기업은 지금까지 자율적으로 이 가이드라인을 존중해 오는 입장이며, 이번 미국의 결정에 의해 이런 상황이 바뀌지는 않을 전망이다. 과학기술정보통신부는 “미국의 결정이 우리나라 통신 정책에 영향을 미칠 가능성은 없다고 본다”고 밝힌 바 있다.⁸⁾

미국의 경우에도 이번 결정이 영향을 미치

5) M. Chris Riley, Ben Scott (2009). Deep Packet Inspection: The end of the Internet as we know it? Available : https://www.freepress.net/sites/default/files/fp-legacy/Deep_Packet_Inspection_The_End_of_the_Internet_As_We_Know_It.pdf

6) M. Chris Riley, Ben Scott (2009). 앞의 인터넷 자료.

7) Wall Street Journal (2010.4.7). "Court Backs Comcast Over FCC". Available : <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052702303411604575167782845712768>

려면 수개월이 걸릴 전망이다. 당장 인터넷 이용자가 체감하는 변화는 없을 전망이다.⁹⁾ 하지만 일단 정부의 규제가 완화된 만큼 통신사는 인터넷 기업들에게 차별적인 요금을 요구할 가능성이 크다. 이 경우 구글이나 페이스북과 같이 자금력이 풍부한 기업은 영향이 제한적이겠지만, 중소 인터넷 기업의 경우 경영 압박을 받을 수밖에 없다. 이에 따라 거대 기업으로 영향력이 집중되면서 나타나는 트래픽 독과점과 정보 통제의 위험 등은 더 올라갈 수 있다. 해외 기업의 영향력 확대로 고전하고 있는 국내 기업에게도 이는 좋지 않은 신호일 수 있다. 망중립성 훼손이 심화될 경우 인터넷 이용자 입장에서 우려되는 문제는 혁신의 저하이다. 광대역인터넷서비스 사업자의 가격 및 속도 정책에 따라 인터넷 서비스가 계급화 되는 경우 창의적인 신규 서비스의 전파가 정체되고 인터넷 전반의 유용성 감소가 일어날 수 있기 때문이다. KISO JOURNAL

8) 한겨레 (2017.12.15.). 미 연방통신위, 망 중립성 원칙 결국 폐기. Available : <http://www.hani.co.kr/arti/economy/it/823634.html>

9) New York Times (2017.12.14.). 앞의 기사.

페이크뉴스에 대한 저널리즘적 대응과 한계 - 해외 사례를 중심으로

신인규 / 한국경제TV 기자

<Keyword>
FAKE NEWS

영국의 사전 출판사 콜린스는 매년 ‘올해의 단어’를 선정한다. 2017년 콜린스가 뽑은 올해의 단어는 ‘페이크 뉴스(Fake News)’다. 콜린스 사전이 정의하는 페이크 뉴스는 ‘뉴스 보도의 형식으로 유포되는, 주로 선정적이며 사실이 아닌 내용을 담은 정보’다. 이 가짜 뉴스는 대체로 정치적 목적을 띄고 만들어진다. 2016년 미국의 45대 대통령 선거 이후 세계에서 페이크 뉴스의 사용 빈도는 1년 만에 365% 증가했다.¹⁾

페이크 뉴스는 세계적인 고민거리다. 특정 정치 세력을 음해할 뿐 아니라 사회 불신을 증가시키거나, 심지어는 국가 간의 외교 분쟁을 촉발시키기도 한다. 2017년 5월 카타르 국영방송사가 해킹돼 페이크 뉴스를 송출한 사건은 카타르와 아랍권 국가 간 연쇄 단교 사태의 시작점²⁾이었다. 다인종-다종교 국가인 인도네시아에서 거짓 정보는 부족 간 전쟁으

로까지 이어지는 심각한 사회문제를 야기한 바 있다.

불길처럼 일어나는 가짜 뉴스가 사회적 신뢰를 모두 태워버리기 전에 잡아야 하는 것은 이 시대 저널리즘의 또 다른 사명이 되었다. 매체들이 이 불길을 잡기 위해 사용하는 도구는 ‘팩트 체크’다.

‘거짓말’에 대처하는 각국의 자세

우리와 가까운 나라들이 거짓 뉴스에 대처하는 방법을 알아보자. 일본의 국영방송 NHK는 팩트체킹팀과 소셜네트워킹 팀을 ‘SOLT(Social Listening Team)’라는 이름으로 운영한다. 소셜미디어에 올라온 정보를 확인하고 이를 뉴스로 연결시키는 방식이다. 특히 자연재해가 많은 일본의 특성이 반영되었는데, 사건사고와 관련한 SNS가 업로드 되는 것을 특정

1) 英 인디펜던트(2017. 11. 02.) : Fake news' named Collins Dictionary's official Word of the Year for 2017 <http://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/fake-news-word-of-the-year-2017-collins-dictionary-donald-trump-kellyanne-conway-antifa-corbynmania-a8032751.html>
2) 英 텔레그래프(2017. 07. 17) : UAE accused of hacking Qatar state media and sparking Middle East's diplomatic crisis <http://www.telegraph.co.uk/news/2017/07/17/uae-accused-hacking-qatar-state-media-publishing-comments-sparked/>



< NHK는 SOLT팀을 운영, 가짜 뉴스에 대응한다 >

지역별로 취합하고 실시간으로 취재한다. SOLT 팀은 이같은 방식으로 일본에서 발생하는 페이크 뉴스를 바로잡는 데에 기여하고 있었다. 요시노리 아다치 SOLT 팀장은 올해 일어난 도쿄 내 공장 폭발 사고 관련 오보를 예로 든다. 해당 공장은 방사성 잔해를 소각 하던 곳이었으며 사고로 방사성 물질이 도쿄 시내로 퍼졌다는 트윗이 올라왔다. 그리고 해당 트윗에는 곧 반핵 해시태그가 붙어 확산 되었다. SOLT 팀은 이를 접한 뒤 팩트체킹에 들어갔으며 해당 공장이 과거에는 방사성 잔해를 소각해왔지만 최근에는 방사능과는 관련 없는 사업을 해왔다는 사실을 취재해 오보 확산을 최소화했다.

SNS 메시지를 통한 가짜 뉴스 바로잡기에 나선 사례도 있다. 태국의 매체인 타이뉴스 에이전시는 스마트폰 메시저인 ‘라인’을 이용한 1대1 기사 검증 실험에 돌입했다. 타이뉴스가 운영하는 계정에 시민들이 뉴스 확인을 요청하면, 검증팀이 전문가 취재를 통해 1대1로 답변하는 시스템이다. 아누타라소트 타이뉴스 에이전시 선임 기자는 이 같은 시스템을 도입한 이후 태국 내 다른 매체보다 최신 이슈를 빠르게 취합하는 효과가 있었다고 설명한다. 현재 7만여 명의 라인 이용자가 타이

뉴스를 친구로 등록했으며 타이뉴스는 이를 통해 올해 상반기까지 3년 동안 450건의 방송 리포트를 처리해오고 있다.

팩트체크의 한계와 새로운 가능성

거짓말을 바로잡는 움직임이 수 없는 사실을 퍼트리는 일은 한편으로 유효하지만 또 한편으로 한계가 명확하다. 어떤 소방관도 일어나지 않은 불을 끌 수는 없는 것처럼, 어떤 팩트 체커도 아직 퍼지지 않은 거짓 뉴스를 바로잡을 수는 없다. 본질적으로 현재 저널리즘의 대응방식은 가짜 뉴스에 후행한다. 또 다른 문제도 있다. 저널리즘이 정성스럽게 내놓은 팩트 체크를 소비하는 계층과, 페이크 뉴스를 소비하는 계층이 다를 수 있다는 것이다. 이 두 가지 문제가 섞이면 다음과 같은 현상이 발생한다. 편향된 정보가 특정 계층에서 소비된다. 그 후에 이를 바로잡는 정보가 생산되지만, 이 정보는 다른 계층에서만 읽힌다. 결과적으로 계층 간 갈등은 회복되지 않고 오히려 심화된다. 정치 성향 차가 세대 갈등의 주요인이 되는 우리나라에서도 나타나는 현상이다. 대표적인 예는 2014년 세월호 참사 희생자에 대해 정부가 10억 원에 이르는 과도한 배상금을 지급했다는 페이크 뉴스다. 당시 진보 성향의 매체들이 팩트체크를 통해 실제 정부 배상금은 여타 사고 배상금과 다르지 않다는 정보를 재배포했지만 2017년 12월 영흥도 낚시배 전복사고 이후 기사 아래에서는 ‘정부가 세월호 수준으로 보상 특혜를 주어야 한다’는 내용이 여과없이 공감 많은 댓글로 오르기도 했다³⁾.

이러한 상황에서 페이크 뉴스에 대한 저널리즘적인 대응만큼이나 중요한 것은 플랫폼

의 대응일 것이다. 현재까지의 플랫폼의 전략은 ‘팩트 체크 돕기’로 보인다. 구글 뉴스랩은 37개 미디어와 연합해 크로스체크 프로젝트⁴⁾를 가동하고 오보 검증에 나섰다, 뉴스 검색 시에는 팩트체크 라벨을 달아 기사의 신뢰성을 뒷받침해주고 있다.

그런데, 사람들은 이제 뉴스를 검색하는 대신 전달받는다. 사람들이 허위 정보를 전달받는 경로는 SNS의 피드나 카카오톡 등 챗앱으로 확대되었다. 로이터의 디지털 뉴스 리포트 2017에 따르면 한국인의 30%는 소셜미디어를 통해 뉴스를 접한다⁵⁾. 기존 플랫폼의 팩트 체크 영역 밖에서, 페이크 뉴스의 도달이 개인화된 방식으로 이루어지고 있는 것이다. 영국 일간지 가디언의 줄리아 윈은 페이스북이 광고 노출에 적용하는 알고리즘에 대해 개인화된 선동을 가능하게 하는 부작용이 있다고 지적⁶⁾했다. 페이스북은 사용자의 접근 위치, 나이 등 개인정보를 활용하고 이를 토대로 개인을 위한 맞춤형 광고를 띄운다. 이를 통해 의도를 가진 세력이 페이크 뉴스가 먹힐 만한 계층을 찾아내 허위 정보를 유포하는 방식이다. 그렇다면 역으로 플랫폼이 확보한 알고리즘 기술을 통해 페이크 뉴스 소비층의 성향을 파악하고, 그들에게 검증된 사실을 전달하는 일이 불가능할까? 저널리즘과 플랫폼의 전향적인 공조가 어려운 일일까? 나는 그렇게 믿지 않는다. KISO JOURNAL

3) 연합뉴스,(2017. 12. 12) : 근무수칙만 지켰어도...인천 영흥도 낚싯배 사고 결국 또 '인재'
<http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=102&oid=001&aid=0009746106>
 4) <http://firstdraftnews.com/project/crosscheck/>
 5) Reuters Institute for the Study of Journalism, Digital News 2017(2017)
 6) 英 가디언(2017. 10. 21) : Russia's election ad campaign shows Facebook's biggest problem is Facebook
<http://www.theguardian.com/technology/2017/sep/21/facebook-russia-advertising-mark-zuckerberg>

소셜미디어 쇼핑 ‘카페인족’ 시대의 도래

고아라 / 한국인터넷자율정책기구 책임연구원

<Keyword>

소셜미디어 쇼핑, 카페인족, SNS광고, 인플루언서 마케팅

카카오스토리와 페이스북, 인스타그램 등 소셜미디어에서 쇼핑을 즐기는 사람들이 증가하는 현상을 일컫어 이들 소셜네트워크서비스(이하 ‘SNS’라 함)의 앞 글자를 딴 신조어가 등장했다. 바로 ‘카페인족’이다. 카페인하면 커피나 각종 음료를 통해 섭취하여 각성효과를 일으킬뿐만 아니라 복용이 지나치면 중독을 야기하는 물질을 떠올리게 되는데 여기서 말하는 ‘카페인’이 흥미롭게도 카페인족의 광고소비 행태와 묘하게 맞아 떨어지는 것 같다는 생각을 해본다.

SNS와 광고를 결합한 ‘소셜 광고’

전 세계 SNS 이용자 수는 지난 해 이미 20억 명을 넘어섰고 국내 이용자 수는 약 3천만 명에 달할 것으로 예측된 가운데 SNS가 다른 미디어 서비스 이용률의 증가추세에 비해 2배 가까운 성장세를 보이고 있다는 연구 결과까지 살펴보면 그야말로 SNS의 영향력이 날로 증가하고 있다는 사실을 알 수 있다.¹⁾

또한 정보통신정책연구원에서 발간한 「해외 소셜네트워크 서비스 동향」에서는 인터넷 이용자의 SNS 이용시간 증가와 스마트폰을 통해 이동 중에도 많은 시간을 보내면서 소셜 네트워크가 갖는 온라인 광고 플랫폼으로서의 영향력이 더욱 커질 것을 예상하기도 했다.²⁾

실제로 글로벌 시장조사업체인 스태티스타(STATISTA)에 따르면, 세계 소셜네트워크 광고 수익은 2016년 약 271억 달러에서 2017년에는 194% 증가한 약 323억 달러에 이를 것으로 전망하기도 했다.

결국 자연스럽게 SNS 이용자가 증가함에 따라 소셜미디어를 매개로 제품을 광고하는 기업의 마케팅 전략이 변화하고 있다고 볼 수 있다. 이용자가 더 이상 TV나 라디오 광고로 구매를 결정하는 것이 아닌 SNS를 통해 팔로우나 팔로우가 이용 또는 추천하는 제품을 공유하고 단순 정보공유를 넘어 소비까지 이어지는 행태로 변화했다. 이에 따라 기업들은 이용자 접점인 소셜 네트워크 채널을 강화하며 더 많은 팔로우를 유지하여 제품을

1) 정보통신정책연구원(2016). 『KISDI STAT Report』. Vol.16-07. SNS 이용추이 및 이용행태 분석. 1-9쪽.

2) 정보통신정책연구원(2017). 『해외 소셜 네트워크 서비스 동향』. 제29권 19호. 52쪽.

홍보하는 일에 심혈을 기울이고 있다.

대부분의 기업이 소셜 네트워크 채널을 관리하고 있다는 점과 ‘SNS 전문가’라는 직업이 새로운 유망 직업군으로 부상할 정도니 이만 하면 SNS가 갖는 사회적 파급력을 고려한 홍보와 마케팅에 주목하고 있는 사회 현상을 설명하기에 충분할 것이다.

인플루언서 마케팅(influencer marketing) 시대

미국에서는 74%에 달하는 이용자가 SNS를 통해 구매를 결정하고 이 가운데 40%는 소셜 인플루언서의 추천으로 상품을 구매하는 것으로 확인되었다.³⁾ 여기서 말하는 소셜 인플루언서란 영향력 있는 개인을 활용하여 인스타그램, 유튜브, 페이스북 등 소셜 네트워크 플랫폼을 사용해 개인이 일상 속에서 경험하는 내용을 공유하는 식의 일종의 마케팅 기법으로 볼 수 있다.

수만명에서 수십만명의 친구(팔로워)를 보유하고 트렌드를 선도하는 인플루언서는 TV 드라마나 광고에서 보여지는 유명인이라기보다 일반인에 가깝기 때문에 여러 이용자의 공감을 불러일으키는데 매우 적합하다는 평가를 받는다. 보다 친근한 일반 이용자 또는 체험단을 통해 대중들이 공감하고 친근감을 느낄 수 있도록 전략적으로 제품을 광고할 수 있을 뿐만 아니라 홍보비용이 낮아 가성비도 높다. 기업들이 인플루언서 마케팅을 주목하는 이유다.⁴⁾ 유명 셀러브리티가 출연하여 광고하는 것 보다 나와 비

슷한 일반 이용자가 제품을 사용하고 긍정적인 반응을 내놓았을 때 공감할 수 있는 가능성이 크고 궁극적으로 좋은 후기는 상품의 구매를 촉진시킨다고 볼 수 있다.

소셜 인플루언서 마케팅이 주목받고 있는 가운데 이러한 유형의 광고는 실제 이용후기인지 그 사실을 확인하기 어려운 경우가 많아 이용자 피해에 대한 대책이 필요하다는 목소리가 점차 거세지고 있는 실정이다. 기업에서 제작한 광고는 광고임이 식별 가능한 형태를 띠는 경우가 많지만 요즘에는 위에 언급한 바와 같이 이용자에게 상품을 제공하고 사용하도록 한 뒤에 후기를 온라인에 게재하는 방식으로 마케팅하는 경우가 많아 광고와 실제 이용후기의 경계가 모호하기 때문에 이용자를 오인 또는 혼동시키는 광고의 규제 필요성이 대두되고 있다.

예를 들어, 인스타그램을 살펴보면 평범한 일상의 기록을 위해 사진을 게재하고 브랜드명을 해시태그로 추가하여 정보를 공유하는 식의 이용자가 많다. 이때 가격을 공개하지 않고 비밀댓글로 가격과 구매방법을 문의하도록 안내하는 경우 또는 구매를 위해 URL을 클릭했을 때 전혀 상품과 무관한 사이트로 이동하는 경우가 있다. 심지어 블로그나 온라인에서 판매가 금지된 상품에 대해 별도로 연락채널을 주고받아 매개하는 식의 거래도 어렵지 않아 보인다. 뿐만 아니라, 스텔스 마케팅(stealth marketing)과 같이 은밀하고 자연스럽게 접하게 되는 광고도 많아 이용자는 광고인지 그 여부를 알아차리기 쉽지 않다.

인스타그램은 이용패턴을 분석하여 스폰서

3) 코트라(2017). 『소셜 인플루언서를 활용한 미국 시장 진출 전략』. 3쪽 이하 참고.

4) 국민일보(2017.12.05.). 고객 사로잡기, 톱스타보다 ‘SNS스타’...인플루언서 시대. Available : <http://news.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0923860674&code=11161400&cp=vn>

광고를 추천하기도 하는데 가령 스폰서 광고로 추천되는 게시물이 내가 팔로잉한 친구가 올린 게시물인지 혼동할 가능성이 있는가 하면 현저히 낮은 가격으로 명품 등을 판매하면서 사기사이트로 연결돼 이용자 피해로 이어지는 경우도 있다. 이에, 한국소비자원은 최근 4월과 6월에 잇따라 SNS 광고를 통한 피해 및 사기 주의에 대한 보도자료를 배포하기도 했다.⁵⁾ 또한, SNS 쇼핑몰에서 구입한 상품의 반품 및 환불을 거부 또는 지연하는 등의 피해 사례도 증가하고 있는 것으로 보인다. 심지어 SNS의 유명 인플루언서 가운데 일부는 상품을 홍보하는 대가로 수백만원을 지급하겠다는 제의를 받고 있다는 사실을 털어놓으면서 이용자들의 의구심과 불안감이 확대되고 있는 상황이다.

이용자 피해예방 노력과 과제

이용자 피해가 우려되는 상황 속에 국내에서는 지난 2011년 일부 파워블로거의 상업적 활동에 대한 문제가 제기되어 공정거래위원회가 나서 「추천·보증 등에 관한 표시·광고 심사지침」을 개정함으로써 파워블로거 등의 기만적 추천 및 보증 행위에 대한 방지 대책을 마련하기도 했다. 이에 따라 파워블로거 등이 광고주로부터 경제적 대가를 받고 추천하는 경우에는 소비자가 해당 내용이 상업적인 표시·광고 사실임을 인지할 수 있도록 경제적 이해관계를 명확하게 공개해야 한다.

아울러, 인터넷기업협회와 공정거래위원회는 공동으로 「카페·블로그의 상업적 활동에 대한 가이드라인」을 마련하여 시행하는 노력

도 기울이고 있다. 자율적인 제재방안을 통해 상업적 활동을 하는 블로거나 운영자가 범위 밖 행위를 하지 않도록 독려함으로써 궁극적으로 이용자 피해를 예방하는데 힘쓰고 있다.

뿐만 아니라, 최근 11월에는 SNS 등에 경제적 대가를 받고 체험성 광고를 게재하는 경우 그 사실을 의무적으로 표시하도록 하는 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 개정 법률안」이 발의되기도 했다. 기존에는 블로그나 카페 게시물에 국한되었던 규제 대상을 SNS로 확대하여 올바른 거래를 유도하고 광고성 후기게시물로 인한 피해를 막겠다는 의미로 해석된다.

이처럼 국내 사업자가 서비스하는 블로그 내지 카페의 광고성 게시물에 대한 여러 제재방안이 존재하는 반면 페이스북, 인스타그램과 같은 해외 서비스는 별다른 규제가 없는 상황 탓에 보다 실효성 있는 법제도적 보완장치가 마련되어야 한다는 주장은 물론 국내 사업자에 대한 역차별 문제 또한 제기되고 있는 상황이다.

SNS 광고와 이용자 피해 문제에 대한 고민은 비단 국내에만 국한된 것은 아니다. 미국에서는 유명 할리우드 스타가 지하철에서 마치 일상의 한 장면인 듯 화장품을 사용한 사진이 인스타그램에 올라오면서 광고인지 아닌지에 대한 논란이 있기도 했다. 미국 연방거래위원회(FTC)는 이처럼 유명인이 인스타그램 등에 광고를 하는 때에는 ‘광고’ 표시를 하도록 경고하기도 했는데 단순히 해시태그로 #스폰서라는 사실을 표기하는 것에 그치는 것이 아니라, 적극적으로 브랜드와의 관계

5) 한국소비자원(2017.04.20.) 피해예방주의보. Available: http://www.kca.go.kr/brd/m_4/list.do

를 눈에 띄게 명확히 공개하도록 하고 있다.⁶⁾ 이러한 노력에도 불구하고 계속되는 SNS 광고의 피해 예방을 위해 사업자는 구체적인 가이드라인을 제시하여 광고주의 올바른 광고행위를 유도하는 한편 이용자는 다양한 플랫폼의 새로운 광고 환경에서 구매활동에 보다 면밀한 주의를 기울여야 할 것이다. 무엇보다 이용자의 구매결정에 큰 영향을 미치는 이용자 후기 등의 광고는 그 사실을 은폐내지 비공개하는 행위 자체로도 이용자를 기만하는 허위과장 광고에 해당한다는 점에 대해 공통된 인식과 사회적 합의가 뒷받침 되어야 할 것이다. KISO JOURNAL

6) 포춘(2017.04.20.). The FTC Says Celebrity Social Media Ads Are Still Too Sneaky Available: <http://fortune.com/2017/04/20/ftc-instagram/>
로이터(2017.09.13.). FTC demands endorsement info from Instagram 'influencers'. Available: <https://www.reeuters.com/article/us-usa-ftc-celebrities/ftc-demands-endorsement-info-from-instagram-influencers-idUSKCN1BO2TE>

포털뉴스 논쟁, 객관적 상황평가가 생산적인 논의의 출발¹⁾

황용석 / 건국대 미디어커뮤니케이션학과 교수 • KISO저널 편집위원장

<Keyword>

다면 네트워크, 알고리즘, 포털뉴스

포털뉴스를 둘러싼 사업자간의 이해갈등 및 사회적 역할에 대한 논쟁은 오래되고 익숙한 주제이다. 이 논쟁이 접화된 2000년대 중반과 비교해서 볼 때, 알고리즘과 같은 새로운 기술이 더해진 것을 빼고는 골자가 크게 다르지 않다. 포털과 언론사, 그리고 이용자 모두에게 생산적인 결과가 돌아가기 위한 진전된 논의가 필요하지만, 우리는 여전히 제 자리를 맴돌고 있다.

포털의 뉴스편집행위에서 표현의 자유와 책임의 균형점은 무엇인가?

포털뉴스를 둘러싼 오래된 논쟁의 하나는 ‘포털의 언론성’이다. 여기서 ‘언론성’은 제도로부터 부여된 권리와 사회적 여론 영향력이라는 이중적 의미를 담고 있다. 포털은 신문법상으로는 인터넷뉴스서비스사업자로 등록되어 있으며, 주된 역할은 복수의 뉴스제공자들의 기사를 다수 공중에게 매개하는 서비스이다.

신문사 또는 인터넷신문사와 인터넷뉴스서비스사업자간의 법령적 구분은 뉴스의 1차

생산자와 유통자를 구분하고 그에 맞는 각각의 보호 및 책임체계를 마련하기 위함이다. 그러나 이것이 언론성의 본질적 내용은 아니다. 제도적인 측면에서 언론성의 핵심은 헌법이 보호하는 기본권인 표현의 자유가 언론매체에 보장하는데 있다. 신문법은 규제가 우선이 아니라 표현의 자유에 대한 보호가 우선인 법이다.

포털뉴스의 언론성 논쟁 중 일단의 주장들은 편집과 같은 표현행위가 신문사와 같이 등록 언론매체의 고유한 권리로 인식하는 경향이 있다. 그러나 우리 헌법에서의 표현의 자유는 매체구분보다 위계상 상위에 존재한다.

포털이 사적 저작권계약에 위배되지 않는 이상 뉴스편집이나 배열의 자유를 누리는 것은 자연스럽다. 그것은 영업의 자유가 아니라 헌법재판소가 표현한 ‘우월적 기본권인 표현의 자유’에 의해서이다. 알고리즘을 통한 편집은 그 기술적 권리를 갖는 법인격체인 포털사의 표현도구로서 표현의 자유와 사회적 책임을 동시에 갖는다. 아직까지 우리 법원이 미국 법원처럼 검색결과 제시를 표현의 자유

1) 이 글은 2017년 12월 7일 ‘포털뉴스 이대로 좋은가?’ 주제로 개최된 토론회의 토론문을 바탕으로 작성되었습니다.

로 인정한 판례는 없지만, 알고리즘이든 인간이든 권리 소유주체의 관점에서 볼 때 같은 결과가 나올 가능성이 많아 보인다.

그렇다면, 우리는 왜 포털뉴스에 언론사 보다 더 높은 책임을 요구하고 있는가?

신문법상 포털은 뉴스매개자이지만, 한국 언론과 사회는 포털에 더 높은 수준의 사회적 책임을 요구해 왔다. 편집규칙, 뉴스알고리즘 공개, 이용자위원회와 같은 제도는 신문사나 인터넷신문사에서 찾아보기 힘든 책무 시스템이며 허가나 승인을 받는 방송사업자에 준하거나 그 이상이다. 세계적으로 예외적인 경우이다. 포털뉴스의 서비스 수행성을 평가할 때, 이런 성과와 노력을 무시하고 폄하하는 것은 바람직하지 않다.

그럼에도 불구하고, 필자 역시 포털뉴스에 더 많은 책임을 요구해 왔다. 이유는 또 다른 언론성 즉, ‘뉴스소비에 따르는 여론에 대한 영향력’과 ‘뉴스 유통시장의 측면에서의 영향력’ 때문이다. 뉴스소비가 집중되는 공간으로서 포털뉴스의 편집효과가 그 사회적으로 영향을 크게 미칠 수 있다. 또한 다면 네트워크 시장으로서 포털뉴스는 이용자, 광고주, 언론사 네트워크를 이어주는 생태환경으로 기능한다. 따라서 포털뉴스 서비스는 단순한 여론의 문제뿐만 아니라 뉴스의 산업적 자원 순환이라는 요소가 결합되어 평가받을 수밖에 없다.

그렇기에 포털뉴스를 둘러싼 두 가지 논쟁 축 즉, 정치적 관점에서 뉴스편집에 의한 의

제설정력과 경제적 관점에서 소비자시장의 집중화는 ‘플랫폼 기반 경제체제’가 만들어낸 포털의 숙명과 같은 과제가 되었다. 이는 더 나아가 법령을 통해 포털뉴스를 규제하고자 하는 다양한 과잉규제 입법안으로 나타났다.

그렇다면 토론의 중심점은 무엇인가?

이 토론회에서 우리는 반복되는 논쟁을 헤쳐 나가기 위해 중심점을 설정할 필요가 있다. 그 논의의 중심에 이용자가 자리잡아야 한다. 포털뉴스 논쟁은 이용자 편익보다는 이해집단간 이익상충에서 출발했다. 이용자의 권리는 각각의 이해집단의 설득의 도구로 그친 것이 사실이다.

다면 네트워크 시장에서 이용자가 말로 이 시장을 결정짓는 핵심 노드이다. 우리는 포털뉴스가 이용자에게 어떤 편익을 주어야 하는가를 고민함으로써, 뉴스공급시장과의 갈등의 해법도 찾을 수 있을 것이다.

그런 점에서 유럽의 ‘다원주의적 정책프레임’은 유용한 참고자료이다. 포털을 매개로 뉴스 공급과 소비시장의 다원성을 어떻게 확보하느냐의 문제이다. 이용자 선택에 기반해서 다양한 매체에 대한 ‘접근다양성’과 정보의 ‘노출다양성’ 등이 보장되어 다원적 여론 환경을 조성하는 것이 중요하다. 또한 다양한 관점의 언론사들이 품질을 기반으로 이용자 네트워크에 소구하게 만드는 공정경쟁 환경의 조성 역시 중요하다. 이를 위해서는 다면 네트워크 시장에서 일어나는 다양한 자원교환과 거래 및 그에 따르는 외부효과 등을 입체적으로 검토할 필요가 있다. 또한 다원주의

정책프레임에서는 매체에 대한 제도적 규제를 신중하게 판단한다. 그것이 가져올 외부효과 때문이다. 이와 관련된 설명은 길고 복잡한 논리와 사례가 필요해서 각설한다.

또 다른 점은, 포털뉴스를 전통적인 저널리즘의 가치 프레임에 가두어서 보는 문제점을 인식하는 것이다. 네이버와 다음의 뉴스편집정책이 언론사와 무엇이 다른지를 구분하기 힘든 점은 이들 스스로 그 프레임에 갇혀 있음을 말해준다.

알고리즘은 사람보다 더 나은 결과를 가져오는가?

네이버와 카카오가 제시한 뉴스편집의 변화방향은 알고리즘에 초점이 두어져 있다. 이것이 이용자들에게 더 나은 편익을 가져오고 사회적으로 공익적 결과를 가져다 줄 것인지는 보다 많은 경험적 증거가 쌓인 후에 평가가 가능할 것이다.

알고리즘이 사람이 하는 편집보다 더 낫다고 보지는 않는다. 편집자들에 의한 뉴스배열을 전면적으로 배제하는 네이버의 뉴스편집정책은 제한적으로라도 재검토할 필요가 있다. 공공적 사안을 검토하고 배열하는 데는 인간(편집자들)의 토론만큼 가치있고 중요한 것이 없다. 얼마전 네이버 스포츠섹션에서 벌어진 편집청탁 사건처럼 불미스러운 사례가 있었지만, 뉴스편집의 체계적 편향성에 대한 보고가 없었다는 점을 고려할 필요가 있다. 우리가 편향이라고 말하는 것은 체계적이고 규칙적으로 발생할 때 의미가 있는 것이다.

또 다른 이유는 알고리즘의 기술적 특성

때문이다. 오늘날 알고리즘의 활용이 늘어날수록 알고리즘에 대한 ‘인간 가이드’ 또는 ‘인간 개입적 설계’의 중요성도 대두되고 있다.

입력 데이터에 취약한 알고리즘은 편향을 가지고 경우에 따라서는 편향을 재강화한다. 알고리즘 편향성은 오늘날 커뮤니케이션 연구자들이 다룰 가장 중요한 연구주제로 부상했다.

정치사회적으로 에코챔버(같은 목소리가 울리는 효과)나 호모필리(유유상종, 같은 부류만 모이는 효과), 필터버블(유사한 생각을 가진 정보만 걸러주는) 효과는 알고리즘이 가져올 수 있는 부작용의 하나이다. 개인 추천 시스템은 개인에게 거래비용을 감소시켜서 효용을 추구하게 하지만, 정보의 편식을 가져와서 결과적으로 개인의 선택지가 좁아지는 부작용이 나타날 수 있다. 전통매체와 같이 중요한 공공적 사안을 공중에게 알리는 중요한 역할이 축소될 가능성도 있다. 알고리즘은 앞에서 언급한 다원성의 위협이 될 수 있다는 연구자들의 주장도 존재한다.

이런 논거가 알고리즘 기반의 편집방향이 잘못되었다는 의미는 아니다. 알고리즘의 활용도는 모든 영역에서 확대될 것이기 때문이다. 그러나 그 속에는 신화도 존재한다는 말이다. 기계에 의한 가치 배제적이고 중립적 행위로 보는 시각이 잘못되었다. 알고리즘은 지속적으로 평가되고 사회적 피이드백이 반영될 필요가 있다.

공유가치를 어떻게 설계하고 보여 주는 지가 중요하다.

알고리즘 편집과 관련해서 이에 대한 투명성 및 설명가능성은 알고리즘 책무성의 가장 중요한 하위 개념이다. 이를 위한 검증 위원회 제안 등은 시의적절한 조치이다. 그러나 이러한 검증이 쉽지 않고 검증결과에 대한 이해관계자들의 반응도 불확실하다.

포털뉴스의 책무시스템은 계속 무거워져 왔다. 이는 포털의 사회적 소통 노력을 보여 준다. 그러나 그 자체가 신뢰를 보장하지 못해왔다. 그런 점에서 가치공유(shared value)의 중요성을 되새겨 본다. 다면적 네트워크 시장에서 정보매개자인 포털이 지향하는 가치체계가 사회적 가치와 어떻게 동반자가 될 것인가에 대한 큰 그림도 필요해 보인다. KISO JOURNAL

호모 사피엔스라는 정류장을 떠나 미지의 미래로 향하는 인류 : 호모데우스

구본권 / 한겨레 사람과디지털연구소장

〈Keyword〉
호모데우스, 호모 사피엔스, 트랜스휴먼, 데이터교

제 목	호모데우스(미래의 역사)		
저 자	유발 하라리 저	역 자	김명주
출판사	김영사	출간일	2017년 5월 19일

2017년 출간된 〈호모 데우스〉는 유발 하라리가 2015년 펴내 전세계에서 600만권 넘게 팔려나간 베스트셀러 〈사피엔스〉의 후속편이다. 전작의 명성과 관심 속에 출간된 〈호모 데우스〉는 첫해에만 300만권 넘게 팔려나갔다. 두 권의 세계적 베스트셀러로 이스라엘에서 중세 전쟁학을 가르치던 역사학자 유발 하라리는 단번에 전세계 지식계의 스타로 부상했다. 〈사피엔스〉는 육체적으로 강하지 않은 호모 사피엔스가 네안데르탈인, 데니소바인 등 다양한 인간종들이 펼친 생존경쟁에서 승리한 유일한 인간종이 되어 지구 생태계의 최상위 포식자가 된 까닭을 지난 수십만년간

의 역사를 배경으로 서술했다. 7만년의 역사를 지닌 현생 인류 호모 사피엔스가 최고 지배자가 된 결정적 계기를 하라리는 세 번의 혁명 덕분이라고 말한다. 초기 인류 시절 언어의 발달을 통한 인지혁명, 유목생활을 벗어나 정착생활과 부와 자원의 축적을 가능하게 한 신석기 시대의 농업혁명, 무지의 발견을 통해 과학적 방법을 발견해낸 근대의 과학혁명이다. 하라리는 〈사피엔스〉 과학혁명 부분에서 과학이 인공지능의 세계로 진입한 현재의 풍경과 미래를 조망했다. 하지만 과거 인류 역사와 생존에 하라리의 통찰에 비하면 인공지능이 등장하는 미래에 대한 서술은 미

진했고 치밀하지 못했다. 〈호모 데우스〉는 전작 〈사피엔스〉를 읽으며 품게 된 궁금증 “그렇다면 지구 생태계 최고의 승자가 된 인류에게는 어떠한 미래가 예고되어 있는가”라는 질문에 응답하는 내용이다. 〈사피엔스〉의 부제는 ‘인류의 짧은 역사(A brief history of Humankind)’이고, 〈호모 데우스〉의 부제는 ‘미래의 간략한 역사(Homo deus : A brief history of Tomorrow)’이다. 유인원에서 출발한 다양한 인간종의 하나였던 호모 사피엔스가 진화를 거듭해, 마침내 스스로를 ‘신적인 인간(호모 데우스)’으로 만들어가는 과정이 인류의 역사라고 그는 말하고 있다.

신과 같은 전지전능의 힘과 불사의 존재가 되고자 꿈꾸는 인류는 생명공학과 데이터 과학을 도구로 사용한다. 죽음을 피할 수 없는 존재인 인간이 전능과 불사를 꿈꾸는 것은 무모하고 황당해 보이지만, 과학과 산업의 발달은 이러한 인간 욕망을 지원한다. 생명공학 기업들은 물론 특이점을 주장하며 획기적인 자연수명 연장을 꿈꾸는 레이 커즈와일은 그러한 욕망의 구현에 뛰어 들었다. 하라리는 이것이 인류가 오랜 기간 추구해온 욕망의 종착점이 될 것이라고 말한다. 원시시대의 수렵 채취 생활로부터 정착해 농경과 문명생활로 접어들고 이성과 과학을 도구로 자연계를 이해하고 통제할 수 있게 된 것은 인류의 무한한 욕망 덕분이다. 인류의 탁월한 생존력과 문명의 원동력이 된 무한한 욕망은 만족을 모른다. 더 큰 힘과 더 뛰어나고 더 아름다운 것에 대한 추구를 넘어 고통과 죽음을 벗어나고자 하는 욕망이다.

미래학자도 아니고 데이터와 인공지능 전문가도 아닌 역사학자가 누구보다 도발적인

미래상을 내놓은 데 대해 전세계 비평계와 출판시장은 열광적으로 반응했다. 4차산업혁명, 인공지능, 빅데이터, 로봇 등 핵심기술을 변화의 요소로 설명하며 미래의 모습을 그리는 기존 서적들과 구별되는 점이 유발 하라리의 책에는 있다. 미래의 기술변화와 전망을 다룬 많은 책과 주장은 대체로 무엇을 미래를 어떻게 바꿀 것인가, 그 상황을 살아남기 위해서 우리는 무엇을 준비하고 어떻게 대응해야 할 것인가에 대한 정보와 주장이다. 〈사피엔스〉 〈호모 데우스〉가 이러한 기존의 서적들과 구별되는 지점은 ‘미래가 어떻게 될 것인가’가 아니라, ‘인간은 왜 그러한 추구를 할 수밖에 없는가’를 설득력있게 설명해낸다는 점이다. 하라리가 말하는 미래 역시 생명공학의 발달과 데이터과학의 발달로 유토피아와 디스토피아의 모습이 병존하는 세상이다. 그가 예시하고 있는 현재의 기술발달 수준과 그에 기반한 미래상이 독특한게 아니다.

하라리의 독특함이자 그의 책이 잇따라 베스트셀러가 된 비결은 그가 주제를 다루는 방법이다. 그 역시 현재의 기술 발달과 이로 인한 미래의 모습을 조망하지만, 그는 왜 그러한 변화가 일어날 수밖에 없을 것인가를 인간의 오랜 역사와 그를 추동한 인간의 깊은 욕망을 근거로 흥미롭게 서술한다. 기술과 변화에 빠져서 전문적으로 다루기보다는 한 발 떨어진 관찰자, 성찰자의 관점을 갖는다. 그가 역사학자이기 때문이다. 역사학은 제한된 사료와 흔적으로 과거를 탐구하고 그 시기 사람들의 삶과 문화를 상상하고 해석하는 작업이다.

지난해에 이어 2017년 두 번째 방한한 유발 하라리는 만화가 윤태호씨와 방송(tvN)에

서 대답을 진행했다. 웹툰을 창작하는 윤태호씨는 스마트폰과 디지털 기기를 창작을 위한 필수적 도구로 활용한다며 소재 발굴이나 독자 반응 확인에 유용하다는 점을 말했다. 하라리는 자신은 휴대전화가 아예 없고, 날마다 2시간씩 명상을 한다고 역설했다. 윤태호씨가 현대 기술문명에 대한 이해없이 어떻게 미래를 이야기하는지 궁금해하자 하라리는 “코끼리를 이해하기 위해 코끼리가 될 필요가 있는 것은 아니다”라고 답변했다. 그는 1년에 한 차례 인도로 가서 60일간 미디어와 단절하고 세상과 연결되지 않은 명상의 시간을 갖는다. 디지털 도구와 기술을 직접 사용하지 않는 역사학 전공자가 데이터가 지배할 미래에 대해 통찰력 있고 독창적인 관점을 제시하는 비결이었다.

하라리의 작업은 인류 역사를 긴 관점에서 관찰하고 설명하려는 빅 히스토리로 불린다. 숨가쁜 속도로 질주하는 현기증 나는 현재 기술 변화의 모습과 미래를 좀더 제대로 관찰하는 방법은 하라리처럼 한발 물러서 현실을 성찰하는 것이다. 디지털 도구를 거의 사용하지 않는 그가 디지털이 만들어내는 세상의 모습과 의미를 설득력있게 설명하는 것 역시 현실에 발을 담그는 대신 메타적 성찰과 이해를 통해서 더 높은 통찰에 이를 수 있음을 알려준다.

그는 인류가 지금까지 이룩해온 빈곤과 고통으로부터의 자유라는 성취를 넘어 불멸, 행복, 신성을 향해 나아갈 것이라고 본다. 질병, 노화, 죽음 자체를 극복하는 것이 미래 인류의 새로운 목표가 된다. 인류가 ‘호모 데우스’가 되려는 추구를 멈출 수 없는 배경으로 그는 4가지를 제시한다. 첫째, 지식과 시스템이

점점 전문화되고 방대해짐에 따라, 누구도 모든 점이 연결된 전체그림을 볼 수 없으며 따라서 인류 욕망의 질주에 브레이크를 밟을 수 없다. 둘째, 지속 성장을 추구하는 경제와 사회는 브레이크를 밟는 순간 무너지기 때문에 경제와 산업은 무한질주로 치달는다. 셋째, 인간 발전과정은 다른 복잡계와 달리 인간의 예측과 개입으로 달라지기 때문에 결국 통제할 수 없다. 넷째, 역사지식의 역설로, 역사와 미래에 대해 인간 인식이 깊어질수록 역사는 경로를 바꾸게 되고 인간의 지식은 빠르게 낡아버린다.

인류는 고통과 질병을 피하고자 생명체의 본능적 욕구를 이성과 과학이라는 강력한 도구를 활용해 상당 부분 성취했고 지속 발달시키고 있다. 생명체의 본능에서 출발했지만 인류는 이 욕망을 전능과 불멸이라는 목표로 드높이고 무한질주에 들어섰다. 이는 현실에서 정신적으로, 육체적으로 ‘더 나은 상태’를 추구하는 인간의 욕망에서 확인된다. 장애를 극복하기 위해서 도입된 다양한 의료 기술은 나아가 자연인의 능력 이상의 힘과 수명, 감정 체계를 갖춘 ‘트랜스 휴먼’의 등장으로 논쟁을 불러오고 있다. 무릎 아래가 없는 선천적 장애를 안고 태어난 남아프리카공화국의 육상선수 피스토리우스는 탄소섬유 의족을 장착하고 비장애인 선수들과 경쟁해 승리했다. 의족 장착으로 자연인보다 뛰어난 달리기 능력을 갖게 되었다는 비난 속에 그는 2011년 대구세계육상선수권대회에서 은메달을 따냈다. 육백만불의 사나이와 같은 시도를 막을 수 없는 미래다. 인간의 장애 치료와 인간능력 개량시도를 구분하는 명확한 선은 없다. 어디까지가 치료이고, 어디부터 업그레이드인지 모호하다. 21세기 의학의 목표는 질병 치

료에서 건강한 사람의 성능을 높이는 쪽으로 가고 있다. 부자의 지갑을 여는 방법이기 때문이다. 처음에는 치료의 명분으로 트랜스휴먼 수술이 도입되지만 이내 권력층과 부유층의 욕망을 충족시키는 수단으로 자리잡는다.

테슬라의 일론 머스크는 슈퍼 인공지능이 가져올 디스토피아를 대처하기 위해 인간 두뇌에 인공지능 칩(브레인 임플란트)을 삽입해 스스로 사이보그가 되어 인공지능을 극복하자는 주장을 하고 있다. 실제로 머스크는 브레인 임플란트 개발업체인 뉴럴 링크를 인수해 자신의 주장을 실현하려 하고 있다. 하라리도 인공지능에 밀려날 것을 두려워하는 사람들이 스스로의 생물학적 한계를 보완하기 위해 컴퓨터와의 결합을 선택할 것이라고 말한다. 하라리는 생명공학과 정보기술 과학의 결합으로 만들어지는 트랜스휴먼은 더 이상 호모 사피엔스가 아니라 호모 데우스가 될 것이라고 전망한다.

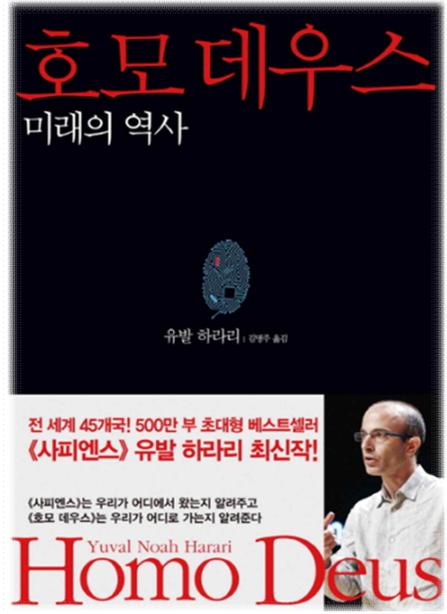
하라리는 21세기 진보의 열차가 호모 사피엔스라는 정거장을 떠나 미지의 미래로 향하고 있다고 말한다. “21세기의 주력 상품은 인간의 몸, 뇌, 마음이 될 것”이라고 본다. 하라리는 호모 사피엔스의 탁월한 특징으로 허구의 개념을 만들어내는 능력이라고 주장했다. 그 허구의 개념으로 인해 거대한 집단이 효율적으로 소통하고 하나처럼 움직일 수 있게 되어 다른 유인원들은 불가능한 목표를 성취하게 되었다. 그 허구적 개념은 돈, 사회, 신, 국가, 윤리와 같은 것들로 수백만, 수천만명이 동일한 목표를 향해 나아갈 수 있는 탁월한 도구임이 입증되었다.

자신을 업그레이드시키고자 하는 인류의

새로운 종교는 데이터교가 될 것이라고 그는 본다. 데이터교는 우리가 최고의 효율성과 설명력, 미래 예측능력으로 간주하고 있는 데이터와 알고리즘 기반 세계관을 의미한다. 하라리는 18세기에 신 중심 세계관에서 인간 중심의 세계관으로 이동한 것처럼 21세기 데이터교는 인간 중심적 세계관에서 다시 데이터 중심 세계관으로 이동할 것이라고 말한다. 결국 데이터 중심 세계관은 인간을 기존의 자리에서 밀어낼 것인데, 동인은 실용성이다. 데이터교가 강력해지면서 처음에는 휴머니즘의 가치인 건강, 행복, 힘의 추구가 가속화되지만 효율성 논리에 따라 결국 인간으로서는 이해하고 통제할 수 없는 지경으로 나아갈 것이라는 게 그의 전망이다. 사물인터넷을 넘어 만물인터넷이 되는 데이터와 알고리즘의 세상은 인간의 이해와 처리 능력을 초월한다. 인류는 복잡하고 거대하고 효율적인 알고리즘을 만들어 세상을 극도로 효율화시켰지만, 각 구성원은 거대한 알고리즘의 전체적 모습과 기능을 이해할 수 없다. 거대한 퍼즐의 한 조각을 끌어안고 씨름할 따름이다. 알고리즘과 데이터로 움직이는 세상의 실질적 통제권이 인간으로부터 넘어가 알고리즘의 몫이 되는 것을 의미한다.

하라리는 인류의 욕망이 갖는 역설적 측면을 조명한다. 인간은 화폐, 국가, 정치, 종교, 미래와 같은 가상의 개념과 이를 기반한 무한한 욕망을 제시할 줄 아는 허구 창조 능력을 통해 번영을 이뤘지만 결국 스스로 만들어낸 개념의 강력한 힘에 빠져버려 그 부속품이 된다. 데이터와 알고리즘의 과학성과 효율성을 신봉하고 그것을 새로운 종교처럼 추구하는 인간이 결국 데이터와 알고리즘의 지배를 벗어나지 못할 것이라는 것이다. 인간

은 가장 사랑하고 의존하는 것 때문에 고통 받고 지배받는다. 데이터교의 신도가 된 모든 21세기인은 동시에 데이터와 알고리즘의 지배를 받으며 스스로의 주체적 결정능력과 통제권을 잃어버리는 존재로 전락하고 있다는 게 하라리의 통찰이다. 하지만 디스토피아의 길만 있는 것은 아니다. 인간은 이제껏 그러해왔든 자신에게 예고된 미래와 운명을 인지하면 또 새로운 길을 찾아 나설 수 있는 예측 불가능한 면을 함께 지닌 존재이기 때문이다. KISO JOURNAL



* [자율규제 릴레이 인터뷰] 결과를 요약하여 저널에 연재하오니, 많은 관심 부탁드립니다. *

자율규제 릴레이 인터뷰 ④

우지숙 / 서울대학교 행정대학원 교수

[소개글]

서울대학교 행정대학원의 우지숙 교수는 인터넷 정책 관련 전문가이다. 특히 인터넷 공간의 표현의 자유와 인터넷 규제간의 관계에 대한 연구를 심도 있게 진행하여 다수의 논문을 발표한 바 있다. 우지숙 교수는 인터넷 공간이 가진 특성 중 속의적 측면에 주목한다. 이러한 관점에서 현재 한국의 인터넷 공간에 규제의 현실과 자율규제의 역할이 무엇인지 직접 인터뷰 해보았다.

Q. 한국의 인터넷 환경은 신뢰가능하다고 생각하십니까?

A. 신뢰를 어떠한 측면에서 보는지에 따라 생각이 달라질 수 있는 문제일 것 같습니다. 인터넷 공간은 표현의 자유가 보장되고 다양한 사상과 자료가 유통되는 공간이니, 아마 지금도 틀린 정보, 의도적으로 왜곡된 정보 등이 많이 존재할 것이고, 그런 측면만을 강조하면 신뢰가능하지 않다고 볼 수도 있을 것입니다. 하지만, 더 중요한 것은 정확하고 신뢰가능한 정보가 그보다 더 많을 것이라는 점입니다.

그렇기 때문에, 어느 정도의 이성과 합리성을 가진 사람이라면, 이렇게 많은 정보들 중에서 아주 틀린 정보를 골라내고 자신에게 필요한 정보를 찾을 수 있을 것입니다. 따라서 인터넷 환경이 '객관적'으로 신뢰가능한지 여부를 따지는 것은 큰 의미가 없는 사항입니다. 오히려 다양한 정보 중에서 자신에게 필요하고 또한 맞는 정보를 잘 찾아내고 추려낼 수 있는 것, 잘

못된 정보를 신뢰하지 않는 것이 더 중요한 측면이라고 생각합니다.

Q. 인터넷 환경에서의 신뢰성을 개선하기 위한 다양한 방안이 제시되고 있습니다. 선생님께서는 어떠한 방안이 적절하다고 생각하십니까?

A. 개인의 지적 수준, 교육 수준, 인터넷 환경의 이해도(인터넷 리터러시) 등에 따라서 인터넷에서 신뢰할 수 있는 정보를 찾거나 받아들이는 능력은 다를 수밖에 없는 측면이 있습니다. 따라서 신뢰할 수 있는 정보냐 아니냐를 판단하는 것 보다 우선적으로 이용자에게 이러한 능력을 키워주는 것이 정책적으로 해결할 수 있는 가장 좋은 방안이라고 생각합니다.

포털이나 사업자가 제공하는 정보 중에서 이용자가 게시하는 정보 중에 신뢰할 수 있는 정보가 있느냐 없느냐를 어떤 기관이나 개인이 찾아내서 체크하는 것으로 신뢰성을 높일 수 있다고 생각하지는 않습니다. 왜냐하면 인터넷

상의 정보는 너무나 많아서 그 정보들의 신뢰성을 모두 다 체크할 수 없을 뿐만 아니라, 현대사회는 너무나 복잡하고 빠르게 변화하고 있기 때문에 이것을 실질적으로 체크하는 것도 불가능에 가깝기 때문입니다. 오히려 팩트 체크 등과 같은 방식으로 하나의 권위 있는 기관에서 정보의 옳고 그름을 선불리 판단하려는 시도가 인터넷 환경을 오히려 왜곡된 방향으로 가져갈 위험도 있다고 봅니다. 팩트 체크 기관의 설립보다는 다양한 많은 정보들이 공유되도록 하고 인터넷 안에서 자정 작용이 일어날 수 있게 하는 방법을 고민하는 것이 더 좋을 듯합니다.

Q. 우리나라에서 인터넷상 표현의 자유가 보장된다고 생각하십니까? 만약 부족하다면 어떠한 측면에서 부족하다고 생각하십니까?

A. ‘표현의 자유가 보장된다’ 는 개념은 법제도적으로 표현의 자유를 얼마나 보장하고 있는가를 가늠할 때 쓰이는 표현이라고 생각합니다. 우리나라의 표현의 자유와 관련된 법제도 그 자체를 살펴보면, 아직도 상당히 표현의 자유를 제한하는 법조항이 많은 측면이 있습니다. 우선적으로 명예훼손죄를 형법에서 규정하여 처벌하고 있는 점, 그중에서도 사실적시 명예훼손을 인정하는 것이 큰 문제라고 생각합니다. 왜냐하면, 표현 중에서도 가장 중요하게 보호되어야 할 표현이 정치적 표현, 공적 사안 및 공인에 대한 표현인데, 공직자나 정치인이 명예훼손을 활용하여 형사 혹은 민사소송으로 국민과 언론의 표현을 억압하고자 하기 때문입니다. 이는 분명히 한국에서 표현의 자유를 제약하는 측면이 있습니다.

명예훼손뿐만 아니라 모욕죄 역시 형법에서 인정되고 있는데, 마찬가지로 이유로 표현을 억압

하기 위한 제도로 남용될 위험이 있습니다. 특히 모욕죄를 인정한 판례들을 보면, 교사, 공무원 등 공적지위를 가진 사람을 모욕하는 것을 더 처벌하는 측면이 있습니다. 최근에는 경찰이 국민을 대상으로 모욕죄로 고소하는 경우까지 등장하였는데, 이 역시 정당한 공권력의 보호라는 측면을 벗어난다면, 사안에 따라서 표현의 자유를 위축하는 효과가 나타날 수 있을 것이라고 봅니다.

형법 뿐 아니라, 공직선거법, 정보통신망이용 촉진 및 정보보호에 관한 법률, 청소년 보호법 등의 여러 조항이 특정한 다른 가치 예를 들면 공직선거법과 같은 경우는 선거의 공정성이라는 가치를 위해서 표현을 제한할 수 있게 되어 있습니다.

마지막으로, 방송통신심의위원회의 내용심의나, 정보통신서비스제공자에게 정보삭제 및 차단조치가 가능하게 규정되어 있는 조항을 볼 경우 매우 광범위하게 표현의 자유를 제약하는 측면이 있습니다.

Q. 법제도상의 표현의 자유 보장이 아니라, 한국에서의 인터넷상 실제 표현의 자유가 향유되고 있다고 생각하십니까?

A. 표현의 자유를 제도적으로 보장하는 것 뿐 아니라, 사실 표현에 대한 문화가 중요한 측면이 있습니다. 우리나라에서는 전통적으로 말 많은 사람을 좋게 보지 않는 문화, 직언을 하는 사람 보다는 권위에 복종하는 사람을 더 좋게 보는 문화 등이 있고, 이러한 것이 실제 한국의 표현 환경이 풍부해 지는 것을 막는 측면이 있는 것으로 보입니다.

인터넷 상에서도 유사한 측면이 있는 것 같습니다. 요컨대, 임시조치 된 게시물을 작성자가 요청하면 복구할 수 있음에도, 인터넷에 본인이

게시한 글이 차단될 경우 적극적으로 복구 요청하는 예가 적은 것을 보면, 한국의 표현에 대한 문화가 반영된 결과로 보입니다. 따라서 이용자들이 적극적으로 표현하고, 표현이 중요하다는 공감대가 형성되어야 실제 표현의 자유라 증진될 수 있을 것으로 보입니다.

Q. 권력, 공익, 공적 관심사에 관계된 국민의 표현의 자유는 어느 정도까지 보장되어야 한다고 생각하십니까?

A. 권력 공익 공적관심사와 관련된 국민의 표현의 자유는 제도적으로는 거의 무한대로 보장되는 것이 민주주의 사회에서 맞다고 생각합니다. 이러한 것을 위해 현재 존재하는 제도의 문제점들을 여러 전문가 들이 계속 지적해왔으므로, 이를 바탕으로 제도를 정비할 필요가 있다고 보입니다. 예를 들면 정부가 주도하는 방송에 대한 심의는 어느 정도 필요하다는 공감대가 있지만 통신심의는 그렇지 않은데, 이러한 측면을 개선할 필요가 있다고 생각합니다.

Q. 이용자 표현물을 규제하는 것이 필요하다고 생각하십니까? 만약 필요하다면 어떠한 표현물이 그 규제대상이 되어야 한다고 생각하십니까?

A. 규제가 필요한 영역이 있음을 부인할 수는 없으므로, 규제가 전혀 불필요하다고 주장하기는 어렵다고 생각합니다. 다만 원칙적으로는 규제를 최소화하는 것이 필요합니다. 규제가 필요한 영역은 그러한 표현으로 인해 표현 대상인 개인이 받는 피해가 명확한 경우에 한정되어야 한다고 생각합니다.

Q. 청소년 유해물, 페이크 뉴스, 명예훼손정보, 프라이버시 침해 정보, 도박 사행행위 정보, 욕설

등의 비속한 정보 각각을 규제하는 주체는 누가 되어야 한다고 생각하십니까?

A. 우선 청소년 유해물을 규제하는 일차적인 책임은 가정에서의 부모라고 생각합니다. 부모가 가정에서 자녀가 뭘 보는지 관리한다는 것을 전제로 하고 다른 주체는 이를 도와주는 것이 필요하다고 생각합니다. 현행 청소년보호법등 법령상 청소년 유해매체물 기준은 지나치게 포괄적이고 또 모호합니다. 이에 대한 논의가 필요한 시점이라고 봅니다. 특히 법조항에 유해성 이슈와 가치 이슈가 동시에 들어가 있습니다. 청소년 유해물은 가치판단의 영역이 아니라 유해성을 중심으로 판단되어야 하기 때문에, 이는 적절하지 않은 것으로 보입니다. 다만, 한국사회에서 '청소년의 건강한 성장'은 중요한 가치이고, 이용자들 역시 그러한 측면에서 청소년 유해물의 경우 정부가 적절히 처리해주는 것이 맞다고 판단하는 경향이 있음을 알고 있습니다. 그러나 실제 한국의 청소년 유해물의 법조항과 그 실태를 자세히 이해하지 못해 그렇게 판단하는 측면도 있습니다. 강제적으로 규제한다고 해서 해결될 문제였다면 이미 상당부분 해결이 되었어야 하는데 그렇지 않은 것을 보더라도 현재의 법적 접근방법에는 문제가 있다고 생각합니다.

다음으로 최근 논란이 되고 있는 페이크 뉴스는 한마디로 페이크 뉴스가 무엇인지 정의되지 않고 있고, 개념 자체가 매우 이상하다고 생각합니다. 뉴스나 정보의 진실 여부는 우선적으로는 각 이용자가 해당 정보가 진실된 것인지 아닌지에 대해 판단해 보아야 할 사항이고, 기존 언론사가 오보를 냈을 경우는 이에 대응하는 책임을 부과하는 것이 맞습니다. 즉, 언론의 오보 관련 제도나 원칙으로 충분히 대응할 수

있는 문제를 페이크 뉴스라는 개념을 사용하여 더 키우는 측면이 있는 것 같습니다. 정보의 진실 여부를 정부나 특정 단체가 나서서 확인하는 것은 어렵습니다. 페이크 뉴스 논란은 이른바 ‘허위통신논란’ 과 유사한 측면이 있는 것 같습니다. 요컨대 언론사가 아닌 개인이 쓴 기사를 더 쉽게 페이크 뉴스라고 보는 방향으로 논의가 흘러가는 것도 받아들이기 어렵다고 생각합니다.

명예훼손 정보나 프라이버시 침해 정보, 도박 사행행위 정보 등은 우선적으로 당사자가, 혹은 피해자가 문제제기할 경우 법원에서 법적으로 판단하는 것이 적절한 것이라고 생각합니다.

욕설 등의 비속한 정보는 애초에 내용규제의 대상이 아니라고 생각합니다. 이는 욕설을 하는 화자 자신의 퀄리티의 문제이지, 세상의 모든 표현이 저속하지 않아야 하는 것은 아니기 때문입니다.

Q. 우리 인터넷 문화에서 가장 변화되어야 할 부분이 있다면 어떤 부분일까요? 이러한 변화를 위한 방안이나 대안이 있을까요?

A. 현재 인터넷 문화에 어떠한 문제가 있기 때문에 이를 고쳐야 한다는 취지의 질문이라면 질문이 다소 잘못된 것 같습니다. 인터넷과 현실이 거의 구분되지 않는 현실에서, 인터넷 문화는 그자체로 한국사회의 문화가 되고 있기 때문입니다. 따라서 오히려 우리사회가 조금 더 발전된 사회로 가기 위해 인터넷이라는 공간이 무엇을 할 수 있을까를 고민하는 것이 더 적절하다고 봅니다.

그러한 측면에서 여러 전문가들이 지적하였듯이 최근 우리 사회는 이념적 양극화 현상이 심해졌다고 생각합니다. 국민의 양극화 뿐 아니

라 언론 등 사회 각층에서의 양극화는 심각한 사회 문제로 나타나고 있고, 앞서 설명한대로 인터넷과 현실이 구분되지 않는 현실에서 인터넷 공간 역시 양극화가 발생하고 있는 것 같습니다.

다만 양극화 자체가 문제는 아니라고 봅니다. 오히려 우리 사회 구성원들의 배경, 생각 등이 매우 다양해 졌고, 따라서 우리사회 역시 다원화된 사회로 가고 있는 상황에서, 서로 다름을 인정하지 못한다는 것이 양극화 ‘현상’의 원인이라고 생각하기 때문입니다. 따라서 서로 다름을 인정하고 관용을 갖는 것이 다원화된 사회가 발전할 수 있는 최선의 방안이라고 생각합니다.

나와 의견이 다른 사람과의 대화는 오프라인에서도 힘든 측면이 있습니다. 다만 온라인에서는 이견을 접하고 이견을 가진 사람과 대화하는 것이 이론상 더 자주 일어날 수 있습니다. 그러나 최근 소셜미디어 서비스 등의 발전으로 본인이 상호작용하는 자를 제한적으로 설정하면서, 자칫 자신과 의견이 같은 사람하고만 대화하는 이른바 ‘고립적 숙의’가 일어날 가능성이 높아졌다고 생각합니다. ‘고립적 숙의’는 ‘집단 극화’의 문제를 심화시킵니다. 인터넷 공간이 이러한 방식으로 작동하는 것을 방지하는 것이 가장 큰 숙제인 것으로 보이며, 이를 위해서는 제도적 장치를 마련하는 것이 아닌, 인터넷의 이러한 성향을 이해하고 스스로 이견을 접하면서 상대방의 논의를 경청하고자 하는 ‘숙의적 참여자’ 들이 많아지는 것이 필요하다고 생각합니다.

Q. 말씀하신 ‘숙의적 참여자’가 많아지기 위해 어떠한 노력을 기울이는 것이 좋을까요?

A. 사실 숙의적 참여자를 늘리는 것은 쉬운 문제

가 아닙니다. 어릴 때부터의 교육과 문화가 함께 가지 않으면 정부나 시민단체의 단기적 노력으로 개선되는 사안은 아닌 듯합니다. 그러나 충분히 노력해볼 지점들은 있습니다. 일단 미디어 리터러시와 관련이 없지 않으므로 미디어 리터러시를 늘이는 데 지속적인 관심을 기울이는 한 편, 다양한 다른 사람의 의견을 읽고 소통하는 것을 장려하는 것이 필요하다고 봅니다. 이를 위해서는 정부건 어떠한 기구이건 시민단체건 모두 한국사회의 다원성을 늘린다는 관점에서 참여할 수 있는 요소가 있다고 생각합니다.

Q. 차기정부는 기존 및 새로운 인터넷 분야에서의 규제에 어떠한 방향성을 가져야 할까요?

A. 우선 인터넷을 더 이상 특별한 공간으로 보지 않아야 합니다. 인터넷을 두려워해야 할 공간으로 바라보지 말고, 앞서 설명했던 오프라인에서의 문제들이 대체로 비슷하게 발생하고, 오히려 오프라인의 문제를 해결할 수 있는 공간이라고 생각할 필요가 있다고 봅니다. 다만 인터넷이라는 기술, 그 작동방식에 대한 이해는 바탕이 되어야 할 것이고, 이를 바탕으로 규제의 맥락을 구축해야 합니다.

두 번째는 지속적으로 기술이 빠르게 변화하고 있고, 이에 따라 시장 역시 변화하고 있기 때문에 느슨한 규제의 틀을 만드는 것이 필요하다고 봅니다. 정부가 주도하다보면 방향이 잘못되었거나 불필요한 규제가 양산될 수 있기 때문입니다. 오히려 관련 기업, 전문가, 이용자와 함께 협력적 거버넌스의 틀을 만들어 규제하는 것이 바람직하다고 생각합니다. 상시적 협의체 등을 통해 협력적 거버넌스를 만드는 것이 현재 인터넷 상에서의 규제실효성을 강화할 수 있을 것입니다.

Q. 향후 어떠한 분야가 인터넷 규율의 화도가 될 것으로 예상하십니까?

A. 인터넷 이슈라고 하기 적절한지는 모르겠지만, 인공지능 분야가 아무래도 IT 쪽에서는 중요한 이슈가 될 수 있을 것이라고 봅니다. 인공지능의 경우, 정보기술과 데이터의 역할이 크기 때문에 사회가 이제 어떻게 변화할지 예측하기 점차 어려워지는 특성이 있다고 생각합니다. 따라서 이제 인터넷을 규율한다는 것은 예전의 개념이 될 수밖에 없고, 또 그렇게 되어야 한다고 생각합니다. 오히려 우리 사회 핵심가치들의 증진을 위해 인터넷을 어떻게 잘 활용할지를 고민하는 것이 필요한 시점이라고 생각합니다.

Q. 인공지능 등으로 인해 일자리가 감소하는 등의 문제가 발생할 것이라고 예상하는 견해가 있습니다. 이러한 문제를 막기 위해 정부가 적극적으로 대처해야 한다는 주장도 있는데요. 이에 대해 어떻게 생각하십니까?

A. 인공지능으로 인해 일자리가 감소할 것이라는 주장 자체가 모호한 근거를 바탕으로 하고 있다고 봅니다. 물론 어떤 특정한 일자리는 감소하겠지만, 지금까지 모든 기술의 발전은 일자리 구조의 변화를 가져온 바 있고, 인공지능이 가져오는 변화 역시 그와 같은 맥락이라고 생각됩니다. 인공지능과 관련한 걱정스러운 예상들은 오히려 잘못하면 노동 시장의 유연화 등 특정한 방향으로의 정책 발전을 부추기는 방식으로 사용될 가능성이 있습니다. 인공지능을 포함한 기술의 급격한 발전이 가져오는 문제는 일자리 문제 보다는 오히려 양극화의 심화 문제일 가능성이 많다고 봅니다. 그런 차원에서는 정부의 적극적인 대처가 필요한 분야는 오히려 양극화의 해소와 사회 불평등의 해소입니다. 이

러한 문제들에 전위적으로 접근하여 능력과 배경이 서로 다른 모든 국민들이 기본적으로 존엄성을 잃지 않고 살 수 있는 제도와 환경을 서둘러 만들지 않는다면 인공지능 등의 기술적 변화는 우리 사회에 큰 어려움을 가져올 수 있을 것입니다. **KISO**
JOURNAL

자율규제 릴레이 인터뷰 ⑤

강신욱 / 법무법인 세종 파트너변호사

[소개글]

법무법인 세종의 강신욱 변호사는 특이한 이력의 소유자다. 2004년 사법시험 합격 및 연수원 수료 이후 변호사로의 활동보다는 10년 넘게 정보통신부, 방송통신위원회, 미래창조과학부를 거치며, 각종 통신관련 규제 업무를 수행하였기 때문이다. 이러한 경력 덕분에 강신욱 변호사는 현재도 인터넷 상의 정부 규제를 가장 잘 이해하는 전문가로 알려져 있다. 인터넷 공간에서 정부 규제 전문가가 바라보는 인터넷 자율규제의 현황과 그 방안은 무엇일까? 강신욱 변호사를 법무법인 세종 회의실에서 만나 의견을 들어보았다.

< 신뢰가능성 >

Q. 한국의 인터넷 환경은 신뢰 가능하다고 생각하십니까? 그리고 그 이유는 무엇입니까? (포털에서 제공하는 정보, 이용자가 게시하는 정보 등)

A. 신뢰 가능하다고 생각합니다. 두 가지 측면에서 그렇다고 보는데 우선 서비스 제공자 간의 경쟁이 활성화 되어있어 신뢰 가능한 환경이 아니라면 이용자들이 해당 서비스를 이용하지 않게 될 것이므로, 각 사업자는 신뢰 가능한 서비스를 제공하게 되기 때문입니다. 또한 인터넷상에서 정부나 재벌과 같은 특정 세력이 인터넷 환경에 영향을 미치기가 쉽지 않다는 점에서 그렇습니다. 이 두 가지 측면이 서로 영향을 미쳐 경쟁관계에 있는 서비스 제공자들이 신뢰 가능한 서비스를 제공하기 위해 특정세력에 대한 개입을 허용할 사업

적 이익이 없다는 측면도 있습니다.

< 표현의 자유 >

Q. 우리나라에서 인터넷상 표현의 자유가 보장된다고 생각하십니까? 만약 부족하다면 어떠한 측면에서 부족하다고 생각하십니까?

A. 오히려 지나치게 보장되어 있다고 봅니다. 온라인에서도 오프라인과 유사한 질서가 있어야 됩니다. 온라인의 특성상의 익명성이라는 측면 때문에, 오프라인보다 더 보장되는 측면이 있다는데 공감합니다. 다만 이런 익명성이 존재한다는 것이 인터넷상에 명예훼손 등의 불법까지 보호되어야 한다는 것은 아니라고 생각합니다. 오프라인에서도 명예훼손을 하거나, 불법적인 발언을 할 경우 법률 등에 의해 처벌을 받고 온라인이라고 해서 예외는 아니라고

됩니다. 현재 우리나라에서의 인터넷상 표현은 다른 나라에 비해 보장되는 익명성에 대한 책임을 적게 요구하고 있는 측면이 있습니다.

Q. 권력, 공익, 공적 관심사 등과 관계된 국민의 표현의 자유는 어느 정도까지 보장되어야 한다고 보십니까?

A. 이런 부분에 있어 제한되어야 한다고 보지는 않습니다. 이용자나 서비스 제공자는 이슈에 따른 차별을 두지 않으나, 정치적 이해관계에 따라 공격이 들어오는 것에 해당합니다. 이러한 공격은 잘못된 것이며 정부 당국이 이를 이유로 과하게 규제하려는 것은 잘못된 것입니다. 보장의 측면에 있어 정치권력, 이해권력으로부터의 보장은 엄격히 지켜져야 한다는 생각입니다. 이러한 보장이라는 것이 오프라인에서 토론의 장을 형성했다고 그러한 토론장을 형성한 장을 처벌하지 않는 것처럼 포털들로 대변되는 장을 제공하는 자들에게 책임을 지우지 않는 것이라 봅니다.

Q. 최근에 이해권력이나 상업권력 등에 의한 여론조작과 관련하여 기존 위헌판결 받은 제한적 본인확인제와 같은 제도에 있어 법으로 강제하는 것은 위헌이지만 사업자가 자율적으로 시행하는 것까지 위헌으로 본 것이 아니므로 대안으로 일각에서 이야기되고 있는 것 같은데 이에 대해 어떻게 생각하십니까?

A. 그러한 것이 필요하다고 생각합니다. 논의나 시도는 필요합니다. 위헌이라는 이유로 거부감이 있을 수 있으나, 익명성 보장에

따른 책임이라는 측면에서 제도적인 보완 체계나 익명성을 침해하지 않는 범위에서의 적용에 대해 논의해볼 필요가 있다고 봅니다.

Q. 국가가 주도하는 공적규제 기구에 의해, 이용자 표현물이 삭제되거나 제재당하는 것에 대해 표현의 자유 침해라는 주장이 있어 왔습니다. 표현의 자유를 보장하기 위한 방법은 어떠한 것이 필요하다고 보시지요? (현행 제도의 정비, 폐지 또는 이외의 방법 등)

A. 제도 자체의 문제가 아니라 과도한 운영에 문제가 있다고 봅니다. 지나친 이해관계자의 관여에 의해 발생하는 것입니다. 사업자가 자율로 규제해야 되는 범위가 있는 것이고 공신력 있는 기구에서 규제하게 되는 범위가 둘 다 존재합니다. 공적 규제와 자율규제가 보완관계에 있다고 보고 이러한 측면에서 제도적인 정비가 이루어져야 할 것입니다.

Q. 프라이버시권과 표현의 자유의 조화가 가능하다고 생각하십니까?

A. 당연히 조화가 가능합니다. 끊임없이 상호작용 하는 것이고 조화가 이루어져야만 하는 것에 해당합니다. 우월관계에 있는 것이 아닙니다. 인터넷의 보편화로 인해 침해 당사자가 공인에서 일반 당사자로 이동하게 된 측면이 있습니다. 정치인이나 연예인의 경우 공인에 해당한다고 보아야 하고 연예인의 경우 사적영역까지 공개되는 문제가 발생하고 있지만 일반인과 연예인을 포함한 공인의 경우 차이가 있습니다. 하지만 중요도나 우월의 문제가 아닌 정도

의 차이가 있을 뿐이라고 봅니다.

< 내용규제 >

Q. 이용자 표현물을 규제하는 것이 필요하다고 생각하십니까? 만약 필요하다면 어떠한 표현물이 그 규제 대상이 되어야 한다고 보십니까?

A. 자율규제가 필요합니다. 방치하고 규제를 하지 않는다면 더 큰 피해가 발생하게 됩니다. 이는 이용약관의 존재의 이유에 해당합니다. 하지만 사업자에게 규제에 대한 책임을 지우는 것이 아니지만 공적인 역할을 담당해야하므로 자율적인 규제가 필요하다고 봅니다. 공적 규제의 경우 절차적인 지연이 있을 수 있기에 명백하게 판단할 수 있는 부분에 대해 사업자의 자율규제가 이루어져야 합니다. 인터넷이라는 공간이 질서가 지켜지는 한도 내에서 표현의 자유가 인정되어야 합니다.

Q. 이용자 표현물을 규율하는 주체는 누가 되어야 한다고 생각하십니까?

A. 사법부를 포함한 정부의 영역과 자율의 영역이 공존한다고 봅니다. 어느 사항이건 명백한 부분에 대해서는 자율규제가 이루어져야하고 애매한 부분의 경우 심의위원회나 사법부의 판단을 받아야 합니다. 자율규제의 주요한 역할은 어디까지가 명확히 자율규제가 가능한 영역인지에 대해 구분하는 것이라고 생각합니다. 만약 애매한 부분까지 자율규제가 판단기준을 만드는 순간 이는 판단 권한 등에 대한 논란 등이 있어 비판의 대상이 될 것으로 예상됩니다. 다만, 애매한 영역이 있다고 해서 명백

한 부분까지 자율규제하지 않는 경우에도 문제가 있습니다.

< 자율규제의 발전방향 >

Q. 우리 인터넷 문화에서 가장 변화되어야 할 부분이 있다면, 어떤 부분일까요? 변화를 위한 방안이나 또는 대안이 있을까요?

A. 오프라인상의 문제점과 동일한 것 같습니다. 우리나라처럼 인터넷 댓글이 활성화 되어 있는 곳이 없습니다. 편가르기를 통해 서로 다른 것들을 인정하지 않는 문화가 아직 성립되지 않은 것 같습니다. 토론이 활성화 되는 것은 좋으나 다른 사람에 대한 설득이 아닌 무조건적인 비판과 같은 것들이 갈등을 조장하는 것 같습니다. 이는 제도를 통해 하루아침에 이루어질 것은 아니라고 봅니다. 개별사업자가 해야 될 일도 아니라고 봅니다. 전체 사업자들의 점진적이며 다각적인 문화개선을 통해 장기적인 변화를 이끌어 내야한다고 봅니다.

Q. 차기 정부는 기존 및 새로운 인터넷 분야에서 규제에 어떠한 방향성을 가져야 할까요?

A. 정부의 국정과제에 있어 거대 담론 상 인터넷 표현의 자유보장이라는 것은 바람직하다고 봅니다. 각론적인 측면에서 조금 더 논의하고 검토되어야 할 사항도 있는 것 같습니다. 요컨대, 정치적 게시물에 대한 심의를 자율규제화 하겠다는 것은 불법에 대한 판단을 정부에서 사업자에게 맡기겠다는 의미로 보입니다. 이는 오히려 사업자에게 부담을 줄 우려가 크다고 봅니다.

Q. 최근 눈 여겨 보아야 할 국내외 인터넷 이슈가 있을까요? 또는 향후 어떠한 분야가 인터넷 규율의 화두가 될 것으로 예상되시는지요?

A. 온오프라인의 경계가 사라지고 있는데 ‘경계를 넘나드는 부분에 대한 준비가 덜되어 있지 않나’라는 생각이 듭니다. 예전의 경우 인터넷과 오프라인상의 문제가 나누어졌는데 이제는 이를 나누는 것이 의미가 없어졌습니다. 인터넷의 생활화에 대해 좀 더 준비할 필요가 있으며 이에 대한 논의가 이루어져야 할 것입니다. KISO JOURNAL

[KISO포럼]

인터넷에서의 정치적 표현의 자유와 책임에 대한 재설계



KISO는 2017년 12월 14일 한국프레스센터(11층)에서 ‘인터넷에서의 정치적 표현의 자유와 책임에 대한 재설계’라는 주제로 토론회를 개최하였다.

이번 토론회는 KISO포럼 좌장을 맡고 있는 이해완 성균관대 법학전문대학원 교수의 사회로 진행되었으며, 발제자로는 이준웅 서울대학교 언론정보학과 교수가 ‘정치적 발언의 자유 : 강한 민주정 국가의 이론, 원리, 방법론’을 주제로 제1발제를, 이정훈 중앙대학교 법학전문대학원 교수가 ‘정치적 표현에서의 권리침해를 해결하기 위한 방안’을 주제로 제2발제를 맡아 진행되었다.

이어진 토론에서는, 손지원 변호사(오픈넷), 윤성옥 교수(경기대 미디어영상학과), 장철준 교수(단국대 법과대학), 황용석 교수(건국대 미디어커뮤니케이션학과)(가나다순)가 발제 내용을 바탕으로 인터넷에서의 정치적 표현의 자유에 대해 열띤 토론을 펼쳤다.

KISO는 이번 토론회를 바탕으로, 인터넷 상의 정치적 표현의 자유를 향상하면서도 이용자의 권리침해가 최소화될 수 있는 방안을 지속적으로 모색할 예정이다. KISO JOURNAL

<KISO저널 제29호>

발행일 2017.12.29.

발행인 임지훈

발행처 (사)한국인터넷자율정책기구

표지디자인 신원디마

06159

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

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

◆ KISO저널 29호의 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(고려대 정보보호대학원)

김유향 팀장(국회입법조사처 과학방송통신팀)

김효섭 부장(네이버 경영지원실)

김훈건 팀장(SK커뮤니케이션즈 경영전략실)

양현서 팀장(카카오 대외협력실)

윤혜선 교수(한양대 법학전문대학원)

이원태 박사(KISDI ICT전략연구실)

편집간사/고아라 책임연구원(KISO기획협력실)



ISSN 2287-8866(Online)